

宇都宮大学 国際学部国際文化学科
2016 年度 卒業論文

農業から見える
これからの地域ネットワークと
コミュニティーの可能性
—宇都宮市を事例として—

指導教官名 中村祐司

学籍番号 120560Z

論文執筆者名 黒井千春

—要約—

本論文では農業から見えるこれからの地域ネットワークとコミュニティの可能性について農業と地域、人に焦点を当てた。そこからそれぞれの関係性を分析し、「変化」「構築」「つながり」「交流」のキーワードをそれぞれの章に含めることで農業と私たちの生活を「地域をつなげる」「地産地消の促進」「新たなコミュニティの形成」の3つの視点から捉えることで新たな農業の可能性を引き出す。その新たな農業の可能性とは「地元愛を深める」「拠り所の形成」「食の大切さと楽しさを知る」場としての新しい農業の在り方である。

第1章では農林水産省のデータをもとに日本全体の農家と消費者の実態を述べる。少子高齢社会が急速に進行する日本において農家の抱える問題として今後日本の食や農業を支えていく「後継者の不足」や農家の「高齢化」の問題は深刻なものである。また消費者においては産地偽造や生活の多忙化による食に対するニーズの変化と食生活の変化を取り上げることで消費者の食への関心度の高さを示すと同時に、実際は健康のための食や楽しく美味しく食事をするといった食本来がもつ意味の重要性が薄れてきていることに触れていく。

第2章では都市におけるアグリライフとコミュニティ形成、地産地消と地域の関わりについて言及することで新しい「生活と農業の関係性」が築かれる可能性を模索する。時代の移り変わりの中で精神面から安らぎを求める人が増え、そこから都市において新しいライフスタイルの形として農業や緑を取り入れた動きが始まったことや地域における地産地消の役割から現在の農業のある暮らしの実態を述べる。

第3章からは宇都宮市内の農産直売所やそれに関わる農家と消費者、行政が取り組むネットワークを通じた産業の拡大の事例を取り入れる。各関係者へ直接取材または店舗視察を行うことで農業から見える地域ネットワークについて「地域をつなげる」「地産地消の促進」「新たなコミュニティの形成」の3つの機能を発見する。この3つの視点からつながりを作ることで新しい地域コミュニティが生まれる可能性を述べる。

第4章では実際の市民の活動へ同行し、農家への取材を通して農業から見える地域コミュニティの可能性を模索する。地域コミュニティの中で農家や地域住民が農作業を体験し交流することで食べるものの意味などを知り、また農家が従来とは異なる地域住民とのコミュニティ形成を行っていることの事例をあげ、次の章へとつなげる。

第5章では本論文のまとめと結論を述べる。新たな農業の可能性として「地元愛を深める」「拠り所の形成」「食の大切さと楽しさを知る」場がこれからの農業と地域の未来を切り開くものであると結論に至ることでこの論文を総じてまとめる。

—目次—

はじめに	1
第1章 日本の農業現状	2
第1節 農家現状	2
第2節 消費者現状	4
第2章 農業のある暮らし	6
第1節 都市におけるアグリライフ	6
(1) アグリライフとは	6
(2) 都市におけるアグリライフの実態	8
(3) 都市におけるアグリライフとコミュニティ形成	9
第2節 地産地消と地域の関わり	10
第3章 地域と農業の関係	13
第1節 宇都宮市における農業現状	13
第2節 ひとつがつながる場所—農産直売所「あぜみち」—	14
(1) 農産直売所「あぜみち」とは	14
(2) 「あぜみち」と農家 平出さん	16
(3) 農家が繋ぐ「あぜみち」と消費者	17
第3節「農業王国うつのみや」宇都宮市の取り組み	19
(1) うつのみやアグリネットワークとは	19
(2) うつのみやアグリネットワークの現状	19
(3) これからの取り組み	22
第4章 農家と人を繋ぐ農業	23
第1節 とちぎ YMCA による「アグリファミリー」の活動	23
(1) とちぎ YMCA とは	23
(2) とちぎ YMCA による「アグリファミリー」の取り組み	24
(3) アグリファミリーの活動参加者の声	26
第2節 地域と農家を繋ぐ仕事—トマト農家 La Farm 吉澤さん—	29
第3節 コミュニティーを形成する農業—観光農園 H&M ガーデン吉澤さん—	31
おわりに	35
参考文献・参考資料	39
あとがき	40

—図表一覧—

図 1 農家数の推移（全国）	2
図 2 新規就農者数（全国）	3
図 3 アグリライフの目標と推進方向	7
図 4 うつのみやアグリネットワーク組織図	21
 表 1 2016 年度アグリファミリー年間活動予定	25
 写真 1 2016 年 10 月 29 日（土）執筆者撮影	26
写真 2 2016 年 10 月 29 日（土）執筆者撮影	27
写真 3 2016 年 10 月 29 日（土）執筆者撮影	28

はじめに

近年私たちは農業とわたしたちとの距離の変化を感じることができる。例えば一般的なスーパーマーケットでは必ずと言っていいほど地産地消コーナーが設けられ、その日のうちに採れた新鮮な農産物を購入することができるようになった。また地方において道の駅が地域密着型となり、従来の休憩スペースといった用途に加え地域性を取り入れる動きが急速に広まった。特に道の駅などで販売、取り扱われているものは地域で生産された野菜や果物といった農産物やその農産物を加工した食品など、どの地域においても他の地域との差別化を図り利用客を呼び込むために競争が激しくなっている。地域同士が競い合うことも地域産業の拡大へとつながるかもしれないが、ここで注目してほしいことは産地や生産者のことである。

この食を取り巻く流れの中で食を考えるきっかけや時間はあるだろうか。スーパーに並んでいる野菜や果物などの農産物は農家が時間をかけて丹精をかけて育てた苦労と努力の成果の賜物である。私たちは毎日朝昼晩食事をするがその元を辿っていくと農家が農産物を生産しなければ私たちの食生活は成り立たないことに気付く。実際に地域における農家と交流すると想像以上の労働力と予定の詰まった一日のスケジュール計画に驚く。その上、過密な日程をほぼ毎日 1 人でこなしているということからサラリーマンと異なり自由に時間調整をすることができるが「働いた分だけお金となって返ってくる」という農家の言葉の通り自己責任が大きい仕事である。普段、農家の仕事を目にすることは滅多にないが実際にその姿を拝見すると仕事への責任感と野菜や果物に対する愛情、そして消費者の方に新鮮で安全なものを届けたいという熱い思いがまっすぐ伝わってくる。

農家のこの姿を多くの人に見てほしい、知ってほしいという気持ちから執筆を始めた本稿は地域において農家の新しい可能性をネットワークとコミュニティーの視点から考察したものである。執筆を開始する際に重視したことは地域に入り、地域に寄り添いながらも外からの視点を持つことを意識し多くの現場へ足を運び、人の話を聞くことである。その経験から直接目で見た地域のつながりや人間関係、地域住民がもつ地域への思いや愛を伝える、継承することがこれからの農業を支え、多くの人が農業や食べることへ関心を寄せることで地域と関わりを持つきっかけになればという期待を含める論文とすることにした。「農家はただ野菜や果物を作るだけの存在ではない。それぞれの農家が地域に沿った役割を持ち合わせており、その可能性は無限大である。」ということを本稿から伝えていきたい。

第1章 日本の農業現状

私たちにとって「食」とはどんな存在か。「食」というと「食べる」ことが主な意味であるように考えられている。身近な例えでは普段スーパーで食材を買ったり、お惣菜を買ったりして、それを調理して食べることや外食へ行く時もある。このように普段農業と関わりのないように思われる私たちの生活には実は食材が手元に届くずっと前の段階、つまり私たちの食の起源は農家にあるのである。第1節では現在の農家実態を日本全体の社会背景と共に述べていき、その時代の流れに沿って農家に生じる問題や現実の状況をまとめた。第2節では消費者の食への関心や普段の生活における農産物への意識について述べていく。

第1節 農家現状

日本における農家数は減少傾向にある。以下の表は農林水産省が提示している2015年農林業サンセス結果¹より抜粋したものである。1995年には3,443千戸であった農家数が20年後の2015年には2,155千戸と減少している。今後においてもこの減少傾向は継続するものと考えられる。

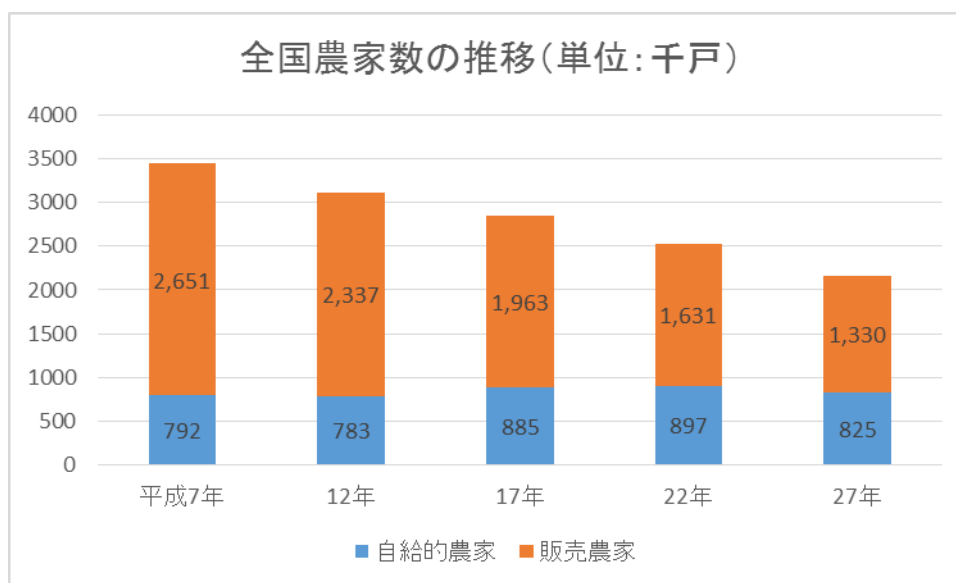


図1 農家数の推移 (全国)

その理由として、日本の少子高齢社会が要因として考えられる。日本において日本全体の人口が減少しているのと同様の動きとして農家でも高齢化が進行しており、特に高齢社会は農家にとっても現在も今後も直面する大きな問題である。2015年の食力自給率は39%と先進国の中で最低の水準となっており、今や海外からの輸入に頼らなければ日常の食生活を

¹ 農林水産省ホームページ 「2015年農林業サンセス結果の概要(確定値)」(2015年2月1日現在) 全体データより 3農家 (1) 農家数より執筆者作成
http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2015/attach/pdf/kekka_gaisuuti-2.pdf

維持することが困難な日本において農家が減少し、国内で生産される食物までもが失われていくのは消費者にとって非常に危機的状態である。農家が減る一方、新規の就農者の実態はどうなっているかについて、近年全国において新規で就農する人数を以下のグラフで表した。

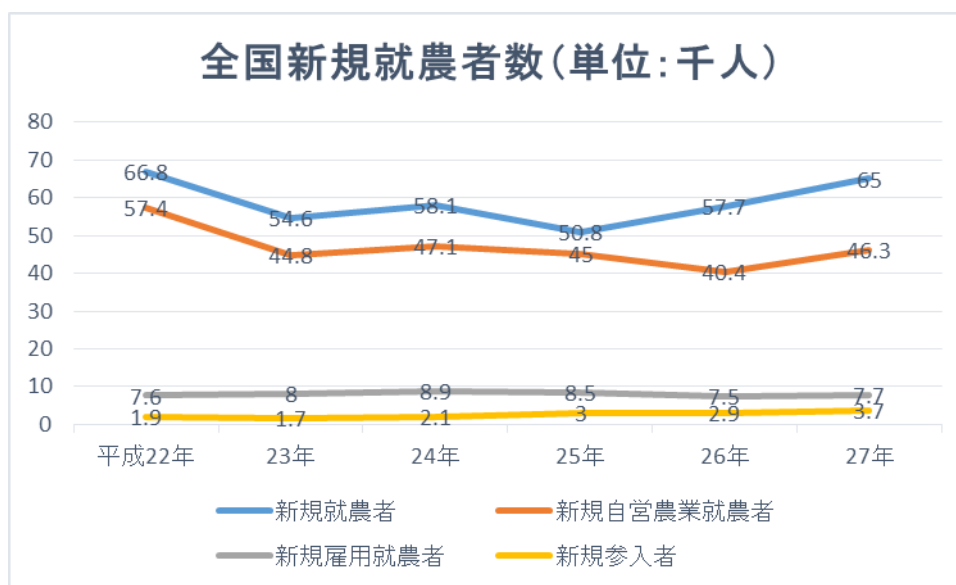


図2 新規就農者数(全国)²

2010 年頃から 2015 年まで上がり下がりを繰り返しているが、2014 年から 2015 年にかけては全体的に増加傾向にある。ここで新規参入者のグラフに注目してみると、新規参入者の人数は全体の割合と比較して多くはないが 2011 年から少しずつ右上がりになっていることがわかる。ここでグラフの各就農者の説明をすると、新規自営農業就農者とは学生から自営従事が主になった人や他の企業などに雇われていた勤務が主になっていた人が自営農業への従事が主になった人のことを指す。新規雇用就農者とは新しく法人などに常雇いとして雇用されている人のことである。新規参入者とは農家以外の出身で農業にかかる資金や土地を独自で調達し農業の経営を始めた経営の責任者や共同の経営者のことを指す。

グラフより、新規就農者としてまず農業を始める環境が整っていることや資金や土地を代々引き継ぐ形での就農の割合が大きいことから元々農家に関係のない人も含め、仕事として農家を選択する決断はなかなか難しいものがあることが考えられる。また新規就農者のなかには一般企業などで勤務した後、途中で若いうちに農家へ転職する人もいれば、定年退職後に農業を始める人もいることから年齢関係なく就農することができる仕事としての一面も見られる。しかし、高齢農家には抱える課題が多い。高齢の農家が抱える問題としては体力面で農業は高齢農家にとっては重労働であるということである。また農家出身の高

² 農林水産省 HP 農業労働力に関する統計 新規就農者数より執筆者作成
<http://www.maff.go.jp/j/tokei/sihyo/data/08.html>

齢農家がかかえるもう一つの大きな問題は後継者不足が考えられる。その他にも農家の人手不足も謙虚となって表れている。

このように農家というと若者ではなく高齢者が農業をしているイメージが大きいですが、現実もそれが当てはまると考えられる。今後の農家の状況を変えていくためには単に従来の農家であることだけでは農家という仕事の魅力や仕事の重要性、必要性を他社に伝えることは困難である。農業を始めたいという新規就農者を増加させることはこれからの私たちの食や生活を豊かにすることへと繋がるのではないだろうか。

農林水産省が 62 歳以上の自営農業者対象に実施した「平成 20 年度（2008 年）高齢農業者の営農や地域活動への参画に関する意向調査」³によると農業への関わりについて「自分一人で行っている」の回答数は 11.0%、「自分が中心となって農業を行っている」は 49.5%と半数以上の高齢農家が農業の経営を個人で行っていることがわかる。人手不足が問題となっていると既述したが、この結果より農業の負担が一人に集中していることが明確である。従業員を雇用することでこの問題は解消できるのではという声もあるが、現実問題資金に余裕のある農家でないと従業員を雇用することは難しい。人手はいくらあっても足りないという程自然相手の農業という仕事には想像以上に仕事が毎日溜まっているのである。

高齢で農家を始めるのは大変なことではあるが、それでも高齢になってから就農する農家が多いのはなぜか。その理由として最も多かった理由は「家の農業を守る」であり、その次に「生活費の確保」という理由であった。元々先祖代々農家であった家はその土地を守る傾向が強く、それは「義務や運命」といったものもあれば「責任」も農家は背負っていることがこの結果から感じることができる。農家の必要性が大きくなり、需要も増えていくことが予想されるが現在の日本における農家は人口減少、高齢社会の波にもまれながらもその土地や文化を後世に継承しようとしている。

第 2 節 消費者現状

近年消費者の食への関心は高まっており、背景として食品の産地偽装問題や外国産食品への不信感などの食に関する社会問題からその傾向がさらに高まっているようだ。実際に農林水産省が実施した消費者の食への関心度に対する調査⁴によると 78.9%が「関心がある」と回答しており、「どちらかといえば関心がある」の 18.9%の回答数も含めると全体の 8～9 割の消費者が食へ非常に高い関心を寄せていることがわかる。また、農産物を購入するときに気を付けていることや注意していることの質問項目⁵において回答数が多かったものか

³ 農林水産省 平成 20 年度（2008 年）食料・農林水産業・農山漁村に関する意向調査 高齢農業者の営農や地域活動への参画に関する意向調査結果

http://www.maff.go.jp/j/finding/mind/pdf/20090311_enquete1.pdf

⁴ 農林水産統計 平成 27 年度（2015 年）農林水産情報交流ネットワーク事業 全国調査 3 消費者モニターに対する調査結果 （1）「食」への関心及び農産物購入における意識調査

http://www.maff.go.jp/j/finding/mind/pdf/yuuki_27.pdf

⁵ 同上

ら「鮮度」92.2%、「産地（国産か外国産か）」76.8%、「安さ」69.5%、「美味しさ」63.9%、「旬なものであるか」56.6%、「栄養や健康」50.2%、「産地（地元産かどうか）」46.7%という結果になっている。この結果より、消費者は食への高い関心から農産物の値段はもとより質や安心安全といったニーズを持つ傾向が見られる。

このような消費者の食に対する意識の向上には質だけでなく、健康問題も関係しているようである。1970年代頃から外食産業が拡大したのと同時に食事の欧米化も進んだことから食事の在り方や普段の食事が見直され始め、最近では生活習慣病を発症する患者数の増加も伴い、消費者の健康志向が高まっている。小学校では食べ物の栄養素を学ぶ機会を設けることで幼いころから食べることの役割を教えたり、食べたものが体を構成したり体調をと整えることを学ぶ。しかし、現実問題年を重ね社会で働き始めると食事にかかる時間を作ることや健康のための食習慣を身に付けることは容易ではない。健康志向の消費者が多いことも事実であるが、一方で健康志向があっても実行には移すことができない消費者がいることも現実多いようである。

その流れのなかで注目を集めているのがスローフードやスローライフである。スローフードやスローライフとはいわゆるファーストフードやファーストライフとは意味が大きく異なり、本来の食文化や生活を見直す運動のことである。スローフードが見直された背景には次のような社会の流れが考えられる。リーマンショックを機に不景気が続き、生活困窮者や貧困層が徐々に拡大したことや核家族の家族形態が多くなった現代において共働きをする人が増加した。この結果、日々仕事や時間に追われる日常において「食」は本来の役目を果たすことができず、ただ単に空腹を埋めるために食べるというようにその重要性を失っていった。さらにその動きに追い打ちをかけるような流れの一例としてコンビニの急速な普及や既述したように外食産業が拡大したことが挙げられる。気軽にお弁当やお惣菜といった食品を購入できることで食事にかかる時間の短縮につながり、一方外食をすることで食事を作る作業から食器洗いまですべての食事の過程を省くことができるようになった。このように現代の消費者の現状として食への関心が高い傾向にある一方、普段の生活においては健康のための食事や時間をゆっくり過ごすといったことが求められているようである。

第2章 農業のある暮らし

近年農業や緑のある生活といったものに注目が集まっている。地方では道の駅や農産直売所の増加に伴い地方の特産品や地元で採れた新鮮な野菜などを求める人が多くなった。特に道の駅においては観光客だけでなく新鮮な農産物を求めて地元の人も利用しているほど地域においては大盛況な状態である。地方においてもこのような流れは勢いがあるがそれは都市においても例外ではない。第1節では都市におけるアグリライフを取り上げることで農業のある暮らしが求められる背景やその実態を述べることでそこから見える新たなコミュニティの可能性を次の章へと繋げる。第2節では地産地消と地域の関係について取り上げ、地域における農産物の役割について明確にしていく。

第1節 都市におけるアグリライフ

(1) アグリライフとは⁶

アグリライフとは「耕すこと、安心して旬を食べること、自然と農林水産業の大切さを学ぶことを通じて、人々が失いつつある生きる力を取り戻す」ための国民のライフスタイルのことを指す。つまり「農のある暮らし」を取り入れた生活のことであり、農といっても第一次産業である農林水産業一点だけを意味するのではなく、農産物などの「食」を食べる、楽しむといったことや、「食」というものを生産する、つまり育てる過程などを通して農を考えることなど私たちの生活により身近な農という意味も含まれる。

現在なぜアグリライフ「農のある暮らし」が人々の関心を引き付けるのだろうか。そこには地域創生の流れが都心部から地方へと向かう現代における私たちの生活スタイルやそこで生じるストレスなどといった精神的な面の影響が大きいようである。平成26年の国民生活に関する世論調査⁷によると「これからは心の豊かさか、まだ物の豊かさか」という質問項目に関して「物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活に重きを置きたい」と回答した割合が63.1%となり、一方心の豊かさよりも物の豊かさをこれからも求めたいといった回答は31.0%となっている。

心の豊かさを求めるようになった背景には以下3つの1990年代からの日本社会情勢が大きく影響しているようだ。1つ目はバブル経済の崩壊やリーマンショックによる不景気をもたらした先行き不透明な現代社会に対する国民の不安。2つ目は地球温暖化による異常気象や持続可能な開発による環境保全や地球環境へ配慮した各国の取り組みなどによる新たな生活に対する意識の普及。3つ目は平成13年に日本で初めてアメリカ産の牛肉からBSE（牛海綿状脳症）に感染した牛肉が発見され、2013年には日本のあるホテルにおいて「芝エビ」として提供されていたものが実際は「バナマイエビ」だったことが発覚するなど、こ

⁶ 宮崎猛「1. 国民のライフスタイルとしてのアグリライフ」（宮崎猛編（著）『アグリライフのすすめ』、2002年）11項～31項

⁷ 国民生活に関する世論調査（2014年6月調査）2. 今後の生活について（3）これからは心の豊かさか、まだ物の豊かさか

<http://survey.gov-online.go.jp/h26/h26-life/2-2.html>

これらの事件による国民の食に対する意識が安心安全なものや国産や地元で採れた旬なものなどを求める食生活の変化。これらのまだ国民の記憶に新しい事件や社会情勢が現代の生活に徐々に影響を与え、目に見えない面での心のゆとりといった豊かさが求められているようである。

それでは心の豊かさとアグリライフはどのような関係があるのか。宮崎氏（2002）は文中で「恒常的な心の豊かさを求めるライフスタイルとは人々の価値観や生き方であり、人々は豊かな自然、美しい景観、健康的な生活環境、自然と共生する生活など経済価値では測れない農の豊かさに目を向けつつある。」と述べている。上記で述べたように国民の 63.1% が心の豊かさを求めるようになった現在、農のある暮らしが求められるようになったのは自然な流れなのかもしれない。その流れのなかでアグリライフが目指す方向性は以下のとおりである。



図3 アグリライフの目標と推進方向⁸

上記のようにアグリライフの目標は「農の多面的機能に対する一人一人の役割づくり」「交流による心のふるさとづくり」「食と農を結ぶ生きがいごとづくり」の3つである。この論文では「交流による心のふるさとづくり」による市民農園や地産地消を中心に、農作物を通じた市民同士の交流や地元愛の芽生えへと繋がる活動を取り上げる。もうひとつ「食と農を結ぶ生きがいごとづくり」では実際に宇都宮市内で農業を営む農家への取材や農

⁸宮崎猛「1. 国民のライフスタイルとしてのアグリライフ」（宮崎猛編（著）『アグリライフのすすめ』、2002年）16項（資料）アグリライフ推進検討会「食と農を楽しむアグリライフの提唱」2001年12月より作成

産物直売所と農家の関係を取材することで農家の役割や農家の新たな可能性について述べていく。

(2) 都市におけるアグリライフの現状

都市における農業の在り方として、食料・農業・農村基本法の第36条より「国は、都市およびその周辺における農業について、消費地に近い特性を生かし、都市住民の需要に即した農業生産の振興を図るために必要な施策を講ずるものとする。」と定められている。このことから都市農業の役割⁹として以下の6つを指す。

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">①新鮮で安全な農産物の供給②身近な農業体験・交流活動の場の提供③災害時の防災空間の確保④やすらぎや潤いをもたらす緑地空間の提供⑤国土、環境の保全⑥都市住民の農業への理解の醸成 |
|--|

この中から①②④⑥の役割について取り上げ、都市における農業の実態を住民や自治体の意識調査から分析する。まず都市における住民と農業の関係について、農林水産省が行った都市居住者（首都圏、中京圏、関西圏）を対象にしたアンケート¹⁰によると「日常生活における農地との距離」について「近くにある」の回答が68.2%となり、普段の生活において都市部は農業に振れやすい環境にあることがわかる。その結果都市的地域における市民農園の開設数は年々増加傾向にあり、2000年に1,896農園であったのが2005年には2,373農園、2010年には3,030農園となっていることから、これからもその数は増加していくと考えられる。¹¹一方、住民の農作業体験の意向として農作業を体験してみたいと思っている割合は55.9%と約半数となっており、内容としては「市民農園などでの家庭菜園」が最も多い割合で58.3%、続いて「農業体験農園」、「田植え・稲刈りなどの体験的な農作業」、「農業ボランティアなどでの農家の手伝い」といったものが多い。¹²この調査結果から都市部の住民が置かれている生活環境課には日常的に畑や田んぼなどといった農地が近くにあるのにも関わらず、普段その環境と直接的に関わりを持つ機会がほとんどないようである。また住

⁹ 農林水産省 HP 都市農業の概要 都市農業をめぐる情勢 1. 都市農業の役割

http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/tosi_nougvo/t_gaiyo.html

¹⁰ 農林水産省 HP 都市農業の概要 都市農業・都市農地に関するアンケート（平成24年度）について 住民に対象としたアンケート結果

http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/tosi_nougvo/t_gaiyo.html

¹¹ 農林水産省 HP 都市農業の概要 都市農業をめぐる情勢 4. 都市住民の農業体験に対するニーズ

http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/tosi_nougvo/pdf/4_tosino_needs_2509.pdf

¹² 同上

民の希望として農作業を通した農業体験をしたいと考えている割合が多い一方、既述したように実際には近くの農地へ足を運ぶことはあまりなく、地域のコミュニティーの場として農地はあまり活用されていない。同時に農業や農家を通した地域コミュニティーを築くことも容易ではないようだ。

次に自治体と農業の関係に関して自治体から見た地域における農地利用への期待や農地保全に対する意向について述べていく。現在、地方だけでなく特に都市部においても都市計画として農地開拓の傾向が高まっている。田んぼや畑などとして利用されていた農地をコンクリートで地盤を固め、その上に住宅街や大型ショッピングモールなどを建設する動きである。そのような宅地化の動きにある傾向は都市にいくほど著しく都市計画担当者を「対象とした調査¹³では人工密度 5,000 人/㎢以上の大都市においては 93.0%、全体に関しては 75.8%が農地を宅地化している傾向にあるとある。このことにより都市部では農地が数を減らしていることがわかる。しかし、その結果の一方市街化区域内の農地の活用の方向性として農地をできるだけ保全していきたいとする割合が大都市において 66.7%を占めていることから農地の住宅化の動きと農地を保全していきたいとする都市計画の方向性は真逆であることがわかる。現在地方から都市部への人口流出の流れがあるなか、都市部におけるさらなる農地の住宅化は避けられないことであり、その勢いは今後も継続されることが予想される。そのため、農地の保全を求める声も多い中でいかに限られた農地を利用するか、自治体が抱える課題であることが考えられる。

自治体は都市農業や・都市農地への地域における期待¹⁴として「地産地消による新鮮で安全な食料の供給」「身近な農業体験・交流活動の場の提供」「緑地等としての良好な景観の形成」などを挙げている。都市において農業体験の需要が増加するなか、住宅化が進むことで都市部の農地が減る地域や地区において今後自治体がいかにこの問題に取り組むのか自治体に求められることも大きい。都市におけるアグリライフが拡大するためには都市における農地や農業体験ができる環境をさらに整備することが必要なようである。環境整備のほかに、自治体だけでなく NPO や地域住民、農家と一緒に取り組むことで農業を通した地域コミュニティーが形成されることが考えられる。

(3) 都市におけるアグリライフとコミュニティー形成¹⁵

都市において農業を体験したり、自然に触れたりすることは簡単なことではない。実際に高層マンションやビルが立ち並ぶ都市においてはせいぜいベランダにおいて花の栽培や場

¹³農林水産省 HP 都市農業の概要 都市農業・都市農地に関するアンケート（平成 24 年度）について 自治体（農政担当部局）を対象としたアンケート結果 宅地化の動向と保全に対する考え方

http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/tosi_nougvo/pdf/tosi_enquete_part03.pdf

¹⁴ 同上 都市農業・都市農地の多様な機能への評価

¹⁵相川康子「2. アグリライフの意識とコミュニティー・サポート」（宮崎猛編（著）『アグリライフのすすめ』、2002 年）33 項～56 項

所を取らない家庭菜園が限度である。また、自然に触れることのできる場所といえ近所の公園や都市部を流れる川である。しかし、そのような環境下のなかでもまちのなかには自然を取り入れる取り組みが行われている。例えば東京・恵比寿駅から直結したアトレ恵比寿の屋上には「エビスグリーンガーデン」という名の屋上庭園が設けられており、市民や観光客が簡単に利用することができようになっている。また屋上庭園だけでなく、「ソラドファーム恵比寿」という貸菜園もあることで簡単に野菜や植物を栽培することもできるのが魅力的である。同じく東京・明治神宮前の東急プラザ表参道原宿の屋上にも「おもはらの森」という屋上庭園があり、都心にいながら自然を身近に感じることができるよう環境が整備されている。

このように都市部において自然は生活のなかで心の安らぎや癒しを感じられるものとして必要不可欠であることがわかる。それでは都市部に住む市民がアグリライフを実施するにはどうしたらよいのだろうか。まず行政や自治体と関わりを持つことが必要である。つまり、農のある暮らしを都市部で実現するためには行政や自治体、あるいは団体と共にまちづくりのなかで農を取り入れていくということである。個人の力では限界があるため、1人ではなく集団となることでアグリライフを推進することができる。都市部には上記の屋上庭園のように森などの緑に触れることはあっても、普段土に触ったり、太陽のもとで農作業をしたりすることは滅多にない。また、庭園だけでは個人の利用者が顔見知り同士による利用者が多いため、そこからコミュニティが広がることはあまりない。一方、その可能性を持つのがアグリライフを通じたコミュニティ形成である。

第2節 地産地消と地域の関わり

地産地消とは地元の商品を地元で消費することをいう。また農林水産省の『食料・農業・農村基本計画』¹⁶において地産地消の取り組みとして「地域の消費者ニーズに即応した農業生産と、生産された農産物を地域で消費しようとする活動を通じて、農業者と消費者を結びつけるもの」と説明されている。国は地域における取り組みとしても地産地消を推進しており、食料の安定供給の確保に関する施策¹⁷として次のように定められている。「消費者が生産者と「顔が見え、話ができる」関係で地域の農産物・食品を購入する機会を提供するとともに、地域の農業と関連産業の活性化を図る。」地産地消というと農産物や食品といった「食べる」ことを意味の中心として捉えてしまいがちであるが、その意味の範囲は広く、ある地域の木材や石材などの材料から作られた製造物や建設物などをその地域で買うことも地産地消に当たる。この場合、地域の広狭範囲の捉え方は様々であって市や町の単位もあれば、県全体でとらえる場合もある。この論文ではその範囲を各都道府県全体と捉えることにする。

¹⁶ 農林水産省『食料・農業・農村基本計画』における「地産地消」第2 食料自給率の目標

¹⁷ 同上 第3 食料、農業および農村に関し総合的かつ計画的に講ずべき施策

次に地産地消の役割¹⁸について述べる。地産地消といっても単に商品消費するだけでなく、その消費に目的や意味を持たせることでその役割はいつそう地域にメリットをもたらすものとして考えられる。そこで地域における地産地消の役割を以下の 6 つとして取り上げる。

- ①生産者と消費者の共存
- ②情報化時代への対応
- ③地域の自立化
- ④地域の良さの発見
- ⑤新しいコミュニティの形成
- ⑥新たな展開

①の生産者と消費者の共存とはお互いが求める要求が一致する状態のことを指す。具体的には生産者は消費者に対してその地域で収穫された安全で新鮮な農産物をいい価格で販売することで消費者に農産物を購入してほしいという思いがある。一方、消費者は生産者が生産した安心で安全な農産物をなるべく安い値段で手に入れたいという思いがある。この両者のニーズが合致することで地域における地産地消は成立することができる。②の情報化時代への対応について、スマートフォンの普及によっていつそう情報が収集しやすくなった現在、生産者と消費者が相互に情報提供する機会が重要になっている。地域にどのような地域資源や農産物があるのかについて両者が互いに情報発信をし、交換をすることで新たな地域資源の発掘などに繋げることができる。③の地域の自立化とは言い換えれば住民による地域活性化とも言えるだろう。例えば近年地域における担い手の育成に力を入れている地域がある。その場合、老若男女問わずその地域で活躍できる環境が必要である。それを地産地消と結び付けて考えてみると定年後でも農産物を生産することができれば、その農産物を直売所などで販売することができる。また若者でも同様な活動を通じて地域や仕事に対する責任感や誇りを実感することで地域の自立を目指すことができる。

次に④の地域の良さの発見とは地域に存在する資源を知り、発見することで自分の地域に愛着を持ったり、地域で採れた農産物の美味しさに感動したり、知らない地域の一面に遭遇することで新たに地域のことについて理解を深めたりすることである。⑤の新しいコミュニティの形成とは個人の枠を超えた住民同士や生産者と消費者の関係などから築かれるコミュニティのことである。農産直売所を通じたものとして、生産者と消費者が農産物をきっかけに農業体験などをする新しいコミュニティの形成もある。⑥の新たな展開とは既述したように地産地消といえば農業の分野での地産地消という捉えられることが多い。しかし、その他の観光や製造の分野においても地産地消は推進されていることから、一つの分野だけでなくその他の分野との連携や協力において今後様々な新たな面からの地産地消

¹⁸下平尾勲「第 1 章地産地消の考え方と方向」(『地産地消 豊かで活力のある地域経済への道標』, 2009 年) 2 地産地消が登場してきた背景と現状 12 項～13 項

の可能性が広がっていくことが考えられるということである。

第3章 地域と農業の関係

近年日本において「農業のある暮らし」「田舎への移住」など普段の生活に農業や自然を取り入れるスタイルが注目を集めている。例えば、書店では『TURNS 土のある暮らし』『田舎暮らしの本』など緑のある暮らしを話題として取り上げている生活雑誌を見ることができる。地域創生の流れが東京などの大都市から都市、地方へと向かう中、現在の日本人の暮らしははまだ仕事や時間に追われる日々であり、その傾向は都心へ目を向けるほど著しく感じる。

第3章では地域と農業の関係について宇都宮市の事例を取り上げる。第1節では現在の宇都宮市における農家や農業の実態について取り上げ、宇都宮市の全体人口は増加傾向にある一方、農家の実態は全国の実態同様厳しくなることが考えられることから今後の農家が置かれる状況を推測していく。第2節では企業や市民による農産物を通したコミュニティ形成の取り組みを実際に店舗へ足を運び、農産物を出荷している農家へ取材を行ったことを中心に述べていく。また企業だけでなく市民がもつ「人と人をつなぐ」コミュニティ形成についても一事例として同様に取り上げる。第3節においては宇都宮市、行政が行う取り組みについて「うつのみやアグリネットワーク」を取り上げる。宇都宮市の農産物を通してのネットワークの形成について実際に行政の担当者へ取材を行うことで実態と今後の行政の取り組みの可能性を模索していく。

第1節 宇都宮市における農業実態

栃木県の県庁所在地である宇都宮市の人口は2016年現在52万人¹⁹であり、1988年に入ってから人口は少しずつ増加傾向にある。そのうち農家人口²⁰は2005年時点で24,960人であったのに対し、2010年になると20,623人まで減少した。²¹特に40～49歳の人口減少が大きく5年間で約1,000人減少している。年代別に農家人口を比較してみると年齢が10代～40代の年代まで各年代の農家人口は約1,000人～2,000人前後という数値であるにも関わらず、50代からの年代になると35,00人からとなり、60歳以上となるとその人口は約8,000人となっている。全体的に年代が上がるほど人口層が大きくなっており、宇都宮市は農家人口においても高齢の農家が約半分を占めることがわかる。この数値を宇都宮市の人口と比較してみると宇都宮市全体の人口のうち農家人口は約4%である。

次に宇都宮市における農業地域を取り上げる。宇都宮市は中心市街地を除く市外地域において以下のように6つの農業地域で区別している。²²

¹⁹ 宇都宮市ホームページ 人口、世帯数の推移（人口統計情報）

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/johokokai/opendata/jinko/1009985.html>

²⁰ ここでの農家人口とは販売農家の世帯員数を指す。

²¹ 宇都宮市ホームページ 農家人口（農業関係情報）

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/johokokai/opendata/nougyo/1010261.html>

²² 宇都宮市ホームページ 第2次宇都宮市食料・農業・農村基本計画資料 第2章本市農業の現状と課題 本市の概況 (4) 地域別の状況

- ①北部水田交流地域（篠井地区、富屋地区、国本地区）
- ②西部果樹園芸地域（城山地区、姿川地区）
- ③中部都市近郊農業地域（豊郷地区、横川地区、雀宮地区）
- ④東部水田地域（平石地区、瑞穂野地区）
- ⑤東部園芸地域（清原地区）
- ⑥北部水田地域（上河内・河内地区）

宇都宮市は中心市街地を除くと農業地域に囲まれた自然豊かな都市である。このことから、距離的な面で宇都宮市を捉えると市民は市街地から車や自転車などで容易に移動できる距離範囲以内に自然や農業に触れる環境に置かれていることがわかる。実際宇都宮大学が位置する峰町は宇都宮市中心市街地である本庁という地域に区別されるが、大学から東部水田地域である平石地区までは自転車でおおよそ 20 分である。

宇都宮市内においても各地区において土地の環境やその周辺の自然環境、その地区に居住する農家の家族形態や生産する農産物は異なっている。例えば④東部水田地域の平石地区や瑞穂野地区は地域の東側に鬼怒川が広がる自然環境となっていることから水田が広がる自然豊かな地域となっている。平出地区においては地域の西側には平出工業団地があり、多くの工場が立地していることから車やトラックが多く行き来しており、人の出入りが激しい地域であるが東側は国道 4 号に沿って水田が広がることから、宇都宮市のビルや駅が立ち並ぶ中心地と比較し、喧騒を離れた田舎の風景を見ることができる。東部水田地域（平石地区、瑞穂野地区）では農業者の平均年齢が 60.24 歳であり、他地域と比較すると平均年齢が高いほうに区分される。

第 2 節 ひとつつながる場所ー農産直売所「あぜみち」ー

(1) 農産直売所「あぜみち」とは²³

あぜみちとは株式会社グリーンデイズが経営する農産直売所のことである。栃木県内の農家からその日のうちに採れたての新鮮な農作物を消費者へ提供することで安心安全な食を栃木県内や宇都宮市を中心に届けると同時に農産物を通じた地域活性化を目的としている。あぜみちは宇都宮市内に 4 つの店舗を構えており、各店舗によって取り扱う農産物や販売するお惣菜が異なり、それぞれの店舗が異なる特徴を持つのが魅力の一つである。

あぜみちの特徴として第一に地産地消を挙げることができる。その理由は店舗に並んでいる農産物が栃木県内や宇都宮市内から直接農家が店舗へ持ってきたものであって、消費者が求めている地元で採れた新鮮で安心安全な農産物を購入することができるからである。またあぜみちのホームページにおいては消費者と生産者を繋ぐための「農家紹介」のページ

http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/res/projects/default_project/page/001/009/852/kiho-nnkeikaku.pdf

²³ 農産直売所あぜみち

<http://minnano-azemichi.com/>

が設けられており、すべての農家ではないがあぜみちに出荷している農家と利用者はそこから繋がるができるようになっている。農家によっては連絡先を掲載しているところもあるため、直接農家とコンタクトをとれるようになっている。

次に農家とあぜみちが掲げる地域におけるあぜみちのあり方として以下の 3 つが挙げられている。

①みんながつながる場所

実際にあぜみちへ行ってみるとわかることなのだが、お店を見渡すと店頭に並んでいるものはどれも新鮮で時には周辺の大型スーパーでは見られない野菜も見つけることができる。これらの野菜はすべて毎朝農家さんが直接あぜみちへ野菜を届けに来ていることから消費者はその日の朝収穫された野菜を買うことができる。

また野菜を手にとってみるとトマトなどの少し大きめの野菜は身がぎっしり詰まっているせいかどれもずっしりと重く品質の良さを感じることができる。筆者が訪れた際にはトマトの食べ比べができる試食を行っており、消費者は自分の好みに合わせたトマトを選択することができるようになっている。

あぜみちを週 2, 3 回で利用するという消費者からは「品質が高いだけでなく量も多いのにこの値段は安い。」という声を聞いた。さらに話を伺うとその消費者の方は「よく知り合いが生産する大葉を買うのだが、いつもこの量でこの値段だから大丈夫なのだろうかと思わず心配してしまう。」のだという。顔は直接見えなくても野菜に必ず生産者の住所と名前が印刷されたシールが貼られていることでいつの間にか農家と知り合いのような気持ちになってしまい、あぜみちに来るたびにその生産者の野菜をリピーターとして探して買いますと述べていた。「みんながつながる場所」として農家と消費者の懸け橋をつくるあぜみちには直接的ではなくとも心を込めて育てた農産物を通して自然と両者の間で交流が生まれているのかもしれない。

②農業を、良くしたい

農業が抱える様々な問題や課題、不安をあぜみちを通して一緒に解消していきたいというこのコンセプトのもと、少しでも農家の方たちが自分たちの仕事である農業にやりがいを持ち生き生きと農作物を育て続ける支援を行っていく場所としてあぜみちは栃木県内の農家へその場を提供している。

実際あぜみちへ出荷している農家からは農協へ出荷するよりは消費者の声が聞ける場としてあぜみちは農家にとってメリットが大きいという声を聞いた。消費者と距離が近いことがなぜ農家にとってメリットになるかというそれは自分自身が農業と向き合う上でこれからも農業を続けようというモチベーションにもつながり、自分の作った農作物が売れば売れるほど自分の農業のやり方は間違っていないと自信にもつながるという。また逆に売れなければもっと美味しい農作物を作ろうというやる気にもなるのだと述べていた。このようにあぜみちは農家にとって消費者とつながる場所、そして自分たちの農業に対す

るやりがいや向き合い方といった気持ちの面でも影響を与えていることがわかる。

③ 栃木をたのしむ店

地産地消という言葉があるように最近ではあぜみちなどの農産直売所以外にも大型スーパーの野菜が並ぶコーナーの一角に産地直送の農産物数多く並んでいるのを目にすることができる。栃木県で生産され収穫されたものを地元の消費者に買ってもらい美味しく食べてもらうことでもっと栃木の食を楽しんでもらいたいというあぜみちだけでなく農家の思いも伝わってくる。あぜみちにおいては農産物だけでなく、店舗によっては DELI コーナーを設け、野菜によって美味しい食べ方を紹介するねらいのほか野菜の新たな魅力を再発見できるような豊富な種類のお惣菜が並んでおり消費者は新鮮な野菜で作られた美味しいものを買うことができる。

上記の 3 つのように単なる農産直売所ということではなく人と人とのコミュニティを農産物で形成することで栃木という地域に愛着を持ってもらい、食という食べることに少しでも楽しみや地元愛を感じてほしいというコンセプトを感じることができる。次に実際にあぜみちへ農産物を出荷している農家へ取材を行い、あぜみちと農家の関係やあぜみちがもたらす農家と消費者への影響について話を伺った。

(2) 「あぜみち」と農家 平出さん

宇都宮市平出町にお住いの平出清一さんに聞き取り調査を行った。平出さんはあぜみちへ農産物を出荷している農家である。平出さんに話を伺った理由としては以前 NPO 法人まちづくり工房の活動へ参加した際に平出さんと初めてお会いし、農家という仕事だけでなく地域交流イベントを自身で開催することで地域の人々や子どもたちに対する「平石地区をもっと盛り上げていきたい」「地域に住む人が地域に対する危機感を持ってほしい」「子どもたちにイベントを通して色々なことを経験してほしい」という熱い思いを感じたからである。67 年間平石地区を農家としての視点と住民のひとりとしての視点から見つめてきた平出さんの姿からは地域のために何か貢献したいという思いや子どもたちなど後世の世代へ繋がることをしたいという前向きな姿勢を強く感じることができる。そこから農家と地域の関わりや地域における農家の新しい可能性が見えてきた。

ここでは平出さんの農家としての一面、そしてあぜみちとの関わり、最後に農家と市民としての地域での活動を取り上げる。まず農家としての平出さんについて述べていく。一日の仕事の流れは朝 3 時半か 4 時頃に起床し、その後宇都宮市内の農産直売所「あぜみち」へ出荷の準備、6 時半には出荷し、正午まで畑仕事を行う。昼休みはご飯を食べるだけで 30 分もないといい、午前中の仕事を夕方 6 時頃まで行う。聞き取り調査を行った日は雨の予報だったため農作業は休みであったが、天気の良い日は朝から晩まで農作業が続き、一人での作業は重労働だと言う。田植えは奥さんや娘さんも一緒に行うことで負担を減らしているが、最近は大学生などの外部からの農作業をしてみたいという学生は少なくなっている

ことから家族以外の若者の地域参加を望んでいた。

農家を始めるきっかけや転機は農家によって異なるが、平出さんの場合、両親が兼業農家であったことから農地が残っており、定年退職後就農する環境が整っていたことが大きいようだ。今では日々の農作業と並行してあぜみちへ農産物を出荷し、自身が主催する様々なイベントにおいて人々へ地域交流を促している。JA へ出荷するのではなくあぜみちへ出荷する理由としては生産している農産物の量もあるが、あぜみちへ出荷することで消費者との距離が近く感じるということが最も大きいという。その距離とは消費者の声とも置き換えることができる。JA へ出荷する場合、その先の流通先がわからないことから自分の育てた農産物がどこへどんな人が購入したのか不透明であり、消費者を身近に感じることはできない。一方、あぜみちへ出荷することは毎回自分で店舗へ農産物を持っていくことからどれくらい農産物が売れたのか確認することができ、また他の農家と情報交換などを行うことで農家同士の交流も築かれているようだ。

農家だけに当てはまることではないが、仕事をするうえでそのモチベーションを保つことは重要なことである。その仕事へのやる気を継続させるためにも自分が出荷した農産物がどれくらい売れたのかを自分の目で確認することは重要であって、売れば売れたほど自分の農業のやり方に自信がつくそう。農家としてやりがいを感じるときとして自身が作った農作物を美味しいと笑顔で食べている姿を見たときだと言い、まず農産物を購入してもらうことで美味しい野菜を届けたいという思いも強い。また美味しいだけでなく、あぜみちには大型スーパーでは取り扱ってもらえないような所謂 B 級品も出荷できることから形が多少悪くても味は変わらないということも知ってほしいという。また、あぜみちへ期待することは生産者と消費者が交流する機会を設けてほしいということである。普段消費者は生産者と関わることはほとんどないが、生産者として農家は消費者の声をもっと聞きたいという気持ちがあることから以前平出さんの奥さんが考案した小松菜を使った新しいレシピとしてグリーンスムージーの作り方を載せた紙を出荷した小松菜と一緒に棚へ並べたところ売れ行きが良かったことから今後このようなことも行っていきたいそう。小松菜に関してはこれまで売れ残ったことがないことから自信をもって出荷している農産物のひとつであるという。

(3) 農家が繋ぐ「あぜみち」と消費者

あぜみちと平出さんの関係性はモチベーションの向上だけでなく人と人を繋ぐ場所としても機能している。(2) ではあぜみちがもたらす農家への影響について述べたがここでは農家があぜみちを利用する消費者への影響について平出さんが主催するイベントを仲介して述べていく。

平出さんは毎年以下のイベントを開催している。

- ・「筏作りと流しそうめん」(7月3日 日曜日)
- ・「筏乗りとバーベキュー」(7月10日 日曜日)
- ・「宇都宮どろんこバレーボール大会」(7月13日 日曜日)
- ・「竹筒炊飯イベント」(10月23日 日曜日)

このようなイベントを始めたのは平石地区市民センターを訪れた際に子どもたちが広場でゲームばかりをしている様子に疑問を感じたのがきっかけである。宇都宮市には自然がたくさんあり、その自然に触れる環境があるにも関わらず屋内でばかり遊んでいるのはもったいないと危機感を感じたようだ。そこで地域の子どもたちに刃の使い方や自然に触れる場を提供したいと思いこれらのイベントを始めた。自宅の横に秘密基地を作ったのも地域の子どもたちが集まって遊ぶ場として使ってほしいという気持ちからである。

実際にイベントへ参加することで市民による上記のようなイベントが地域住民にどのような影響を与えているのか調査を行った。7月3日(日)に行われた「筏作りと流しそうめん」のイベントにおいて参加者へアンケート調査を行い、そこでは「イベントへの参加理由」「イベントの情報源」「参加回数」「今後このようなイベントへの参加有無」の結果を集計した。参加者の特徴としては全参加者が家族や友達同士が集まり親同伴の形態がほとんどであった。集計をとれた参加者のうち、大人は34人、小人は46人であることから家族での参加が多いことがわかる。参加者の居住地域としては宇都宮市内からが主であり、一組だけ県外からの参加であった。情報源としては「知人や友人」「平出さん」「ポスターやチラシなどの広告」の順に回答数が多く、人伝いでイベントのことを知った参加者が多かったことからイベント参加には知り合いがいることで参加しやすくなることがわかる。また参加回数としては初めての参加者は12組で2回目以降のリピーターが16組となり、初めて参加した組の家族に話を伺ったところ子どもの友人の家族がもともとイベントに参加しており、今回誘われたので参加してみたという声があった。次にイベントへの参加理由として最も回答数が多かったのは「楽しそうだったから。」「毎年楽しみにしているから。」であり、2番目に多かったのは「子どもが楽しみにしているから。」であった。その他の回答として「普段できることではないから。」「前回参加して楽しかったから。」「子どもに体験させたかったから。」という声があった。

イベントの目的としてはのこぎりなどの普段使わない道具や火を使うことで「ものづくりの楽しさや大変さを経験すること」、家族で参加しイベントにおいて役割を分担することで「家族、子ども同士が交流すること」、そしてこのイベントを通して「家族の中で会話をする機会を増やすこと」と平出さんという。このイベント自体はきっかけであってそこから見知らぬ同士が知り合いになって新しいコミュニティが広まったり、家族のなかでもイベントが会話のきっかけになって家族間の仲がさらに深まったりなど「人と人が繋がる」ことを参加者には大事にしてほしいという平出さんのイベントへ対する思いを聞くことができた。

実際に参加者の声を聞いてみるとイベント自体への感想も多いのだが、平出さんが農家であり、あぜみちへ農産物を出荷していることも知っている参加者の方が多いことがわかった。参加者へあぜみちを利用する理由や平出さんが育てる農産物への感想を伺うと、まずあぜみちを利用する利点として他のスーパーで販売している野菜よりも新鮮であることや価格が安くて美味しい農産物が多いことを挙げていた。また、平出さんを知っていることからあぜみちで平出さんが出荷した農産物を見つけるとつい手を伸ばしてしまうという声もあった。「平出さんが作った野菜だから美味しくて、野菜を買うことで平出さんに何か貢献したいという気持ちがある。」というようにイベントで平出さんと繋がることで、それ以外ではあぜみちにおいてその生産者のリピーターとして農家を応援したいという気持ちが消費者のなかで芽生えていることがわかる。農家と地域住民の両方の面で活動する平出さんのような市民の取り組みは個人や限られた地域だけで終わるものではなく、そこに参加する地域住民も巻き込むことで新しい地域コミュニティを拡大し、あぜみちにおいてより農家と消費者を繋ぐものとなっている。

第3節 「農業王国うつのみや」宇都宮市の取り組み

(1) うつのみやアグリネットワークとは²⁴

2016年11月29日に宇都宮市経済学部生産流通課のアグリネットワーク担当者である矢田部さんに直接お話を伺うことができた。ここでは矢田部さんの話といただいた資料を基にアグリネットワークについて述べていく。うつのみやアグリネットワークとは2006年に設立された宇都宮市経済部農林生産流通課内に存在する宇都宮市で生産された農作物の需要拡大と様々な産業の振興を図ることを目的とされたネットワークのことである。設立背景は大きく2つあり、1つ目は当時の時代の流れとしてネットの普及が急速に拡大し、社会が大きく変化するのと同時に地方においては少子高齢化によって地域の担い手不足や産業の多様化による地域の変化が求められていたことである。他の地域との「差別化」を図るため、その厳しい競争中で勝ち抜くために宇都宮市の特徴を活かした地場産業のさらなる発展を高めていくことが必要だった。2つ目は第1章の第2節で既述したように消費者や農業を取り巻く社会やニーズの変化である。食に関する様々な問題によって消費者が安心安全な食を求めるようになったことや食の外出や内食が進んだことで地元の農産物や地域、地元への愛着が軽薄な状態になりつつあること。そして消費者のニーズとして低価格なものを求める一方、生産者側は生産に見合った利益を得たいというニーズの不一致が考えられるようだ。矢田部さんは現在家庭において外出の頻度が多くなっていることも宇都宮市の農産物を知って、食べてもらえないことの要因でもあるが、それよりも最近では内食による家庭における食の重要性が薄れてきていることも問題であるという。スーパーやコンビニで簡単にお惣菜が買えることから食材から宇都宮産であることを知ったり、宇都宮市でど

²⁴ うつのみやアグリネットワーク うつのみやアグリネットワークとは
<http://www.u-agrinet.jp/aboutus>

んな食材が生産されているかに気付いてもらったりするきっかけを提供することが難しくなっているようだ。このような背景があったことから宇都宮産の農産物の付加価値をさらに高め、生産者である農家が自分たちの作るものに自信をもって出荷できる環境を他の産業関係者と共に作り、宇都宮市民に宇都宮産のものを手に取って買ってもらい、知ってもらうことで宇都宮市の産業を活性化させ、拡大へとつなげることがうつのみやアグリネットワークの役目である。

うつのみやアグリネットワークがつなぐ産業は農業だけに止まらず、観光産業や食品産業など宇都宮市内にある様々な産業と産業が互いに連携することを促進し、宇都宮市の農産物や人材、技術などの資源にそれぞれつながりを持たせ、新たな商品の開発や地域ブランドを創出することを目的としている。例えば宇都宮市内のレストランにおいて宇都宮産の農産物を扱ってもらうことで調理された宇都宮産の食材が料理としてお客に提供され、その紹介も店内で行うことが消費者へ宇都宮産の食材を意識してもらうきっかけとなる。消費者、つまり宇都宮市民の「宇都宮にこんなものがあったんだ。」といった新しい宇都宮発見へと繋がるのがこの取り組みの鍵となるようだ。

(2) うつのみやアグリネットワークの実態

うつのみやアグリネットワークの組織は以下の図のようになっている。中心に見える宇都宮アグリネットワークには宇都宮市内の様々な産業関係者が中心となってネットワークを形成しており、現在のところ農業者・団体・農業関連産業、食品製造業者、流通業者、販売業者、ホテル・旅行などの観光業者、飲食業者など幅広い産業における業者の団体、個人が会員としてうつのみやアグリネットワークに登録している。2016年9月末において会員数については個人団体を含めると322である。またファンクラブ（消費者）においてはメールマガジンに登録している人数は825人であり、会員の詳細を示す統計はないが30～40代の女性が多いようだ。その理由としてはちょうど子育て世代の女性が子どもの健康や安心安全な食べ物を食べさせたいという母親らしい思いからこの結果になったのではないかと分析していた。どちらも「農業王国うつのみや」のホームページから会員登録をすることができる。



図4 うつのみやアグリネットワーク組織図²⁵

設立当時から現在に至るまでうつのみやアグリネットワークは様々な取り組みを行ってきた。宇都宮市の農業をつなげるためにうつのみやアグリネットワークのシステム構築を行い、web システムを稼働したのが設立の翌年であり、その翌年には宇都宮市における様々な産業についてメインとなるものを活用するための研究会を開催するなど一歩一歩段階を踏みながら前進していることがわかる。毎年宇都宮市内の異業者が集まって意見交換や提案を持ち合って行われる交流会は宇都宮の新しい商品やサービスが生まれる重要な場ともなっている。その際に重要な視点としてうつのみやアグリネットワークは 5 つのコンセプト「消費者へのこだわりの追求」を挙げている。²⁶

- | |
|---|
| ①本物志向：安全・安心、丁寧、健康によい
②おいしさ：品質、糖度
③小回りがきく：いつでも、早い、便利
④おしゃれ：ファッショナブル、流行の最先端
⑤もったいない：再利用、地域で循環 |
|---|

うつのみやアグリネットワークを活かした会員による事業では 2007 年から 2016 年に至る現在まで 82 のプロジェクトが採択されており、商品化までに至ったものはそのうち 28 である。実際にうつのみやアグリネットワークが発行している商品カタログ「うつのみやまるかじり」に掲載されている蕎麦屋の店主の方にお話を伺ったところ新しい商品開発ま

²⁵ 宇都宮市経済学部生産流通課のアグリネットワーク担当者 矢田部さんからいただいた資料を基に執筆者が作成

²⁶ うつのみやアグリネットワーク 採れたて うつのみや まるごとかじり <http://www.u-agrinet.jp/aboutus>

では想像以上に時間がかかったという。宇都宮市内にある 6 つの蕎麦屋が協力して宇都宮産の青ネギを使用した「みや汁」そばを開発したが、各自店の経営と並行してこのプロジェクトに取り組んでいたことで完成までに苦労したそう。この取り組みに参加しようと思ったのは宇都宮市内の交流のあった蕎麦屋からうつのみやアグリネットワークの話聞き、何か宇都宮に貢献できればと思ったことがきっかけという。現在では宇都宮産の青ネギを使ったメニューはお客から注文が多く、人気商品となっているそうだ。

矢田部さんによると単に新しい商品を作って店頭に並べるだけでは他の一般的な商品と同じになってしまい、それではうつのみやアグリネットワークが目指す本来の目的を果たせないという。宇都宮市民に伝えたい、知ってほしいことはその商品に至るまでの過程や生産者のことであってその成果が目に見えるものとして新しい商品が市民に提供される。商品自体は他の一般メーカーが商品として販売しているものと比較すると少々高めに価格が設定されている。しかし、それは生産者が丹精をこめて作り上げたものであって本来ならば個人では実現できなかった農産物を加工して商品として売り出すことができなかったものをうつのみやアグリネットワークを通じて他の業者と繋がることで実現することができた賜物である。完成した商品のみを見てしまうと高価格ばかりが目立ってしまうが、それだけ価値の高いものが宇都宮市にはあるということを市民に伝えることができる。

そのための広報活動や消費者の声を聞くことは重要であり、その手段として宇都宮市主催のイベントにおいてうつのみやアグリネットワークのブースを設け、そこで商品開発の段階で参加者から直接意見を聞くテストマーケティングを行っている。また商品やうつのみやアグリネットワークの活動、生産者の宣伝としては昨年まで栃木県の生活情報誌「トチペ」において「アグリファン通信」という名で連載ページを設けていたり、現在ではメールマガジンで宇都宮市内の農家や宇都宮産の農産物を使ったレシピの紹介などを行ったりすることで今までの農業とは異なる、新しい農業の在り方を市民に発信している。「アグリファン通信」では宇都宮市の農家を取り上げ、実際に市民の方が農業体験をしている過程を紹介し、農家と市民の両者から活動を通じた感想を掲載している。その内容からは市民が宇都宮市の旬な農産物を知ることができるだけでなく、農産物の美味しい食べ方や調理の仕方を紹介することで消費者に地産地消を促していることがわかる。

(3) これからの取り組み

うつのみやアグリネットワークの今後の目標や取り組みを矢田部さんに伺った。この事業が立ち上がってから 10 年経ち、まだ市民の方に宇都宮産の農産物や生産者の方の周知が広がっていないことや商品の販売数の低迷、会員の定着による新たな会員数の獲得に至っていないことが課題である。アグリネットワークの活動自体を今後も継続し、宇都宮市の産業の拡大や消費者のニーズに合わせた新商品の開発をこれからも行う予定である。事業の明確な成果が出てくるのには時間と労力がかかるが、宇都宮市の様々な産業の促進を加速することが今後うつのみやアグリネットワークの取り組みとして必要であると考えている。

第4章 農家と人を繋ぐ農業

近年農家は個人で生産からパッケージを含む出荷までに至る全過程を行う「六次産業化」を求められている。しかし実際に農業の六次産業化を実現することは困難を極め、実施することができる農家は少ない。その流れにおいて農家は地域において新たな役目を求められており、従来の農家の仕事である農産物の「生産」のみに止まらない。第1節においては宇都宮市を拠点に活動するとちぎ YMCA の「アグリファミリー」の取り組みを取り上げる。農業体験を通じた農家と市民の交流の場を設け、「食」の重要性や楽しさなどを感じてもらう活動となっている。第2節では地域と農家を繋ぐ仕事としての農業を宇都宮市のトマト農家への取材を通して述べていく。サラリーマンから農家へと転職した吉澤さんが就農までに至る経緯やその後の農業の経営者として経験した苦悩を通じた農家と地域の関わりについて述べていく。第3節ではコミュニティーを形成する農業として観光農園の H&M ガーデンを取り上げる。観光農園を経営するだけでなく、収穫のない閑散期には農園に隣接する販売所であるログハウスにおいてイベントを開催するコミュニティーの場として開放することで地域住民の憩いの場や交流の場として機能している。

第1節 とちぎ YMCA による「アグリファミリー」の活動

筆者が「アグリファミリー」の存在を知ったのは平出町で農家を営む平出さんが主催する流しそうめんイベントにおいて参加者全員にアンケート調査を行った際である。平出さん主催のイベントに参加しようと思った理由としてアグリファミリーの活動参加した際に平出さんから直接イベントへのお誘いがあり参加を決めたとのことだった。そこで平出さんにアグリファミリーについて伺ったところとちぎ YMCA・宇都宮市青少年活動センターの事業で今年から畑を提供しているとのことだったため、アグリファミリーについて担当者の方に立ち上げの背景や活動の目的を伺った。また10月29日（土）に行われたアグリファミリーの活動であるサツマイモ収穫にて実際に参加し、取材を行った。

第一節ではとちぎ YMCA、宇都宮市青少年活動センターについての説明とアグリファミリーの取り組み、そして実際の活動について体験記をまとめ、農業を通じた市民同士や親子間の交流、市民活動の今後の可能性について述べていく。

(1) とちぎ YMCA とは ²⁷

とちぎ YMCA とは世界中に存在する「YMCA」つまり Young Men's Christian Association の略称であり、日本に数多くある中の栃木県にある YMCA の団体である。様々な活動を通して青少年が社会的な場においてボランティアなどの活動に取り組み自己成長の場につなげるなど実施している活動内容も幅広い。とちぎ YMCA がどのような組織なのか、実際にスタッフとして働く藤生さんにお話を伺うことができた。

上記の活動を始めることになった背景として一番重点を置いていることは青少年の社会

²⁷とちぎ YMCA とちぎ YMCA について <http://www.tochigiymca.org/about/index.php>

性や精神的な成長をボランティアや課外活動を通じて育むことであり、その活動をこの先も継続していくためにはボランティアだけでは補うことも活動を実施することも困難であるという理由から法人として組織化をすることで現在も様々な活動を行うことが可能になっている。働いているスタッフの方は主に宇都宮市青少年活動センターに滞在しており、スタッフの方はとちぎ YMCA として宇都宮市青少年活動センターを運営している。宇都宮市青少年活動センターは宇都宮市内の元今泉町に本部を置いており、敷地内には体育館や音楽室、保育園など多くの施設を設けている。10月29日（土）に施設を訪問した際は施設全体を使用して毎年この時期に行っているハロウィーンイベントであるお化け屋敷と仮装パーティーを行っていた。イベント自体はスタッフやボランティアの学生で行い、日ごろ青少年活動に参加している宇都宮市内の小学生や保護者が多く参加することで子どもたちの交流の場だけでなく、スタッフと参加者の交流を深める場としても機能していることがわかる。ボランティアのなかには学生だけでなく毎年イベントだけのボランティアに来ているという社会人の方もおり、施設自体が男女年代関係なく市民が集まる場所として市民の間で定着しているようだ。

様々な活動のなかで小学生だけでなく、家族も一緒に活動に取り組む「アグリファミリー」を取り上げ、その活動を実行に移すまでの背景や立ち上げ理由について述べていく。

(2) とちぎ YMCA による「アグリファミリー」の取り組み

「アグリファミリー」という活動はとちぎ YMCA が宇都宮市からの委託事業で行う活動のひとつである。アグリファミリーについてとちぎ YMCA へ問い合わせたところ担当者の阿久津桃子氏からメールでのご返事をいただいた。

アグリファミリーは、2015 年から始まり、発起した当時の名前はアグリキッズとして活動を開始させた。当初はキッズということもあり子どもたち（小学1年生～6年生）のみの参加で活動を行っていたが、2016 年よりアグリファミリーとして子どもだけでなく保護者も一緒に親子の活動として事業を行っている。

この活動の目的は親子で一年を通して、自然の中で土に触れ、食物を育て、収穫し、それを料理して食べるという一連の活動を通して「自然の素晴らしさ」、「食物の大切さ」、「食べることの意味」などを仲間と一緒に体験し学んでいく機会を提供することである。種から育て、畑への移植をし、畑の草なども除去しながら、収穫までの過程を農家と親子で経験することを大切にしているとのことである。また、太陽の下、風、季節の匂いを感じながら体、頭を動かして農業を体験することで自然を感じながら食について親子で考えたり、参加者同士が交流したりする場となっている。以下の表は阿久津氏からいただいた 2016 年度の活動予定表である。

表 1 2016 年度アグリファミリー年間活動予定

4 月 23 日	・キャベツ・とうもろこしの種まき ・畑の整備（作り、マルチがけ）
5 月 14 日	・さつまいもの苗植え ・トウモロコシの苗植え ・トマトの苗植え
6 月 4 日	・キャベツの苗植え ・設備活動
7 月 23 日	・キャベツの収穫 餃子づくり ・トマトの収穫
8 月 20 日	・キャベツの収穫 ・畑の整備（マルチ・苗の片づけ）
10 月 29 日	・サツマイモの収穫 ・整備活動
11 月 12 日	・小松菜の種まき
2 月 18 日	・小松菜の収穫

注 1 2016 年 7 月 23 日（土）キャベツの成長が遅れ、収穫できず。

注 2 2016 年 7 月 25 日（月）23 日に実施予定の餃子作りを 13：00～16：00 青少年活動センターにて。

注 3 2016 年 8 月 20 日（土）雨天にてキャベツ収穫を延期。その後 9 月 1 日～11 日の期間にて各自ファミリーで収穫。

アグリキッズからアグリファミリーへと名称を変更したことで小学生の子どもたちだけでなく大人も巻き込んだ活動となっている。最近では小学生や中学生の修学旅行先として地方の田舎を訪問し、ファームステイや農家ステイを行う学校も少なくない。しかし、その一方で宇都宮市のように都心で育った、あるいは住んでいる子どもたちだけでなく大人も農業の経験をしたことがないという声も多い。

実際にアグリファミリーに参加している、もしくは平出さん主催のイベントに参加している保護者の方に話を伺うと宇都宮市では普段自然に触れることや土に触る機会がないと言い、自分自身も小さいころ実家が農家でなければ農作物を収穫する機会はなかったと話していた。他の例として学童保育において小学 1 年生から 6 年生までの子どもたちと交流があり話を聞くことがあるのだが、宇都宮市という立地もあってか住んでいるところがマンションやアパートで普段土に触れたり自然のなかで遊んだりすることはあまりないということ子どもたちから聞くことがある。一戸建ての家であっても庭先で家庭菜園を行っ

ているという家庭はほとんど見られない。また、その問題よりも子どもたちが置かれている環境として習い事やスポーツ活動、塾など普段学校に通う以外にも多くの時間をこれらの活動に割いていることから川や山へ行って遊んだり、まして農業を体験したりする機会は作れないことが考えられる。普段子どもたちと接していると基本どの子どもたちも外で遊んだり、友達同士かけっこをして走り回ったりなど体を動かすことが仕事と言わんばかりなほど元気である。

子どもたちにとってアグリファミリーのような活動は新鮮であり、何より食べることを見つめなおす「食の大切さ」を親子で共に体験し考える交流の場として機能しているのではないだろうか。この活動が参加者にとってどんな存在なのか、またその活動に参加する保護者にも活動の参加理由や活動の成果など実際に話を伺うことでアグリファミリーの今後の活動の可能性を考える。

(3) アグリファミリーの活動参加者の声

2016年10月29日（土）午前9時半から行われたアグリファミリーの活動「サツマイモ収穫」に同行させていただいた。活動の場所は宇都宮市平出町にある以前取材させていただいた平出さんの畑である。当日は5組のご家族が参加予定であったが、3組6名での参加となった。アグリファミリーの年間費として1,000円徴収し、また各活動に1,000円することで活動にかかる活動費を賄っているという。この日は晴天に恵まれ絶好の収穫日和となった。今回の活動内容としてはサツマイモの収穫がメインであるが収穫するだけでなく、参加者のご家族同士、農家との交流、収穫をしたサツマイモを美味しく食べる



写真1 2016年10月29日 執筆者撮影

ということにもこの活動を行うことの重要性を見ることができる。まず活動が始めるにあたって参加者の服装に注目してみるとしっかり農作業を行うために長靴と帽子、手袋を持参していた。（個人的な感想として宇都宮市のような都会に住んでいる子どもたちやお母さんたちのその姿にとっても新鮮さを感じた。）

参加者がそろそろといった平出さんから今回の活動の説明と収穫時の注意点などの話があり、終わると全員でスコップや手袋を持ち畑へと歩いて向かう。5月に苗を植えた畑がどんな風になっているか楽しみだと子どもたちは胸を高まらせている様子であった。畑に到

着すると平出さんが実際にどのようにサツマイモを掘るのか実践してみせると、子どもたちやお母さんたちはその様子を真剣に見ていた。それが終わるといよいよ収穫の開始である。子どもたちは各々自分の掘りたい場所を見つけ、手で土を掘っていく。「なかなかサツマイモの先が見えないよー。」「お母さん、こっちも手伝ってよ。」「うわっ。虫がいる…。」といった子どもたちの正直な感想が飛び交う中、お母さんたちは「サツマイモ大きいねー。」「じゃあ一緒にここ掘ろうか。」「虫のほう怖がっているよー。」と子どもたちとの収穫を楽しんでいる様子であった。



写真 2 2016 年 10 月 29 日 執筆者撮影

土から掘り出されたサツマイモは大きさや形が様々であり、平出さんがよくスーパーで売られない規格外の農作物でも味は美味しいよと言っていたのを思い出した。その言葉の通り、参加者からは「あぜみちで売れそうだね。」「どうやって食べようかなー。」と見た目は気

にしないという声が多かった。サツマイモを収穫しながら子どもたちにひとりひとり声をかけてみると、全員に共通していたことが「食べることが好き。」「土に触ったり、野菜を収穫したりすることが好き。」「社交的である。」の3つである。Aさんは「給食は美味しくて好きで、多い時だと4回もお代わりしてしまう。」と話し、掘り起こしたサツマイモを見つめてはお母さんにどうやって料理したら美味しいかなと親子で楽しそうに相談している姿が印象的であった。またBさんは普段学校では年に一回ぐらいしか野菜を植えることはないといい、収穫しても給食で出されるか自分たちが食べることはあまりないという。自宅では畑のような広いスペースは取れなく、家庭菜園といってもミニトマトぐらいしか植えることができなくてもう飽きてしまったと苦笑いしながら話してくれた。トマトと異なり土を自分の手で掘って収穫するサツマイモや以前収穫したじゃがいもはトマト収穫以上に楽しいと笑顔で話していた。

一方、お母さんたちにも話を伺ってみた。実は3組のうち2組は以前平出さん主催のイベントでお会いしたことがあるご家族であったため、アグリファミリーのことだけでなくそのイベントやあぜみちについても話を聞くことができた。アグリファミリーのことを知ったのは宇都宮市の広報でアグリキッズのことを見つけたのがきっかけであるといい、今年でこの活動に参加するのは2年目という家族が多かった。アグリファミリー（アグリキ

ッズ)の活動に参加しようと思った理由は「普段宇都宮市内の街中に住んでいることから自然の中で遊んだり、土に触れたりする経験をしてほしいという思いが強かった。」「太陽の下で元気に遊ぶ子どもになってほしかった。」「子どもたちが楽しめる何かをしたかった。」という言葉が多かった。やはり普段住んでいる環境に自然がないという宇都宮市内では公園など遊ぶスペースはあっても直接農業を通して土や川などの自然に触れることは容易ではないようである。

アグリファミリーの活動以外でも平出さんや他の参加者をつながることで新しいコミュニティが築かれている。活動に参加しているご家族はそれぞれ宇都宮市内に住んでいるが地域が異なっているためこの活動がなかったら知り合うことがなかったといい、今では流しそうめんや筏で川遊び、バーベキューのイベントなどで顔を合わせることが多くなったことから子どもたち同士も友達になり、親たちも子どもたちと一緒に楽しむだけでなく家に帰宅してからも会話の話題になっているという。私自身もイベントを通してたくさんのご家族や子どもたち、関係者の方と交流することで地域に溶け込むことを肌で感じることもできた。

収穫を終えると一輪車で畑から平出さん宅まで収穫したサツマイモを運ぶ作業がある。



左の写真はお母さんたちが「一輪車といったらこっちの一輪車じゃなくてよく女の子が乗っている方をイメージしちゃうよね。」と言っている目の前で力強くサツマイモがたくさん載った一輪車、別名ネコを押している様子である。一見一人では大変だと思いき、手伝おうとしたところ楽しそうに「大丈夫!」といい子ども

写真3 2016年10月29日 執筆者撮影

たちだけで一生懸命に運んでいた。運び終わったサツマイモは各家庭で平等に分けるために子どもたちに選ぶ作業をしてもらうのだが、この時に平出さんが小さいの中くらいの、大きい、それぞれ持って行ってねといい、見た目が異なっても美味しいサツマイモには変わらないということを知ってもらうためだという。活動の最後は畑で採れたサツマイモを焼き芋にして美味しく食べることに。「熱い!でも美味しいね。」青空のもと、畑で採れたてのさつまいもをみんなで食べるという環境も合わせて焼き芋がいつそう甘く美味しく感じられた。

第2節 地域と農家を繋ぐ仕事—トマト農家 La Farm 吉澤さん—

宇都宮市平出町でトマト農園「La Farm」を営む吉澤一智さん（宇都宮市出身）は30代という若手の農業経営者の一面もある一方、就農する以前は一般企業に勤務し、退職後は奥さんと一緒にバックパッカーとして世界を一周する旅にでたという従来の農家に対するイメージを覆す経歴を持ち合わせている。農家人口の割合として高齢者が多いことや若者の農業離れの一要因とも考えられる「3K」、「汚い」「金にならない」「きつい」のイメージが強く定着するなか吉澤さんが新たに仕事として農業を選んだ背景と農業で生きていくことなどについて話を伺った。

Q： 吉澤さんの経歴を教えてください。

A： 高校卒業後、栃木県内にある工業系の大学へ進学しました。大学卒業後は宇都宮市内の自動車関係の企業に就職しました。その企業には8年間勤務したのですが退職し、奥さんと共に1年半かけて世界をバックパッカーとして旅をしました。帰国後は貯金をするために働いて、一昨年（2014年）の4月から一年間農業学校「未来塾」へ通いました。在学中は週に3回学校へ授業を受けに通い、その他にも実践的な経験を積むために農家のところで実践の研修を同じく週に3回行っていました。1年間のカリキュラムを終了後に就農し昨年（2015年）の7月からトマト農家として農業を始めました。

Q： 8年間務めた企業を辞めた理由は何でしょうか。

A： 農業を始めたかったからです。しかし農業をやるとなると長い休みは取れない。そこで就農する前にバックパックでの旅行経験がある奥さんと世界を一周したいという理由から退職後夫婦でバックパックを背負って世界一周を実現させました。農業をしたいと奥さんに相談した際に快諾してくれたため農業を始める決心がつきました。その他にも父が兼業農家として米を育てていて、元々土地を持っていたことが大きな理由です。

Q： 物心がついた時から農業が身近にあったということでしょうか。

A： そうです。幼いときは父親の手伝いをしていました。しかし高校生になってからはほとんど手伝うことができませんでした。トラクターや田植え機、コンバインに乗っていた経験もあるのでほぼ農業の経験のないサラリーマンよりは農業に取り組みやすいと思っています。

Q： 農業を始めようと思ったのはいつ頃からでしょうか。

A： 給料を自分で稼ぎ出してから農業に興味を持ち始めました。大学生の頃は手伝いもしなかったため、働くまで農業を始めるつもりはありませんでした。社会に出てお金のありがたみを感じて、全て働いただけ自分に返ってくる仕事がしたいと思ったのが6年目くらいからです。その後2年間はその思いを持ち続けながら仕事をしていました。

Q：身近に農業があったといえど就農には不安はありませんでしたか。

A：不安しかありませんでした。今でも不安です。農業を始めるにあたって最初は借金をしてハウスを建て、その後トマトの値段も一定ではないため収入にも差が出てきます。最初はマイナスからのスタートでした。そのため自分の仕事そのまま収穫に影響が出るため、薬害のような失敗は落ち込みます。

Q：吉澤さんが思う「農業の魅力」とは何でしょうか。

A：良くも悪くもの自分にすべて返ってくることだと思います。頑張った分だけ自分に収入として返ってくるためそれがやりがいでもあり、農業の面白いところでもあります。「責任は全て自分にある。」と思うからこそ、さらに上手に作りたいという気持ちに繋がります。他には時間の使い方が企業で勤務していた時と比較して自由なところ。時間の縛りがありますが、自分の意志で動いているため苦ではありません。ストレスに関しても不安に対するストレスはありますが、人間関係のストレスはありません。

Q：他の農家との交流はありますか。

A：農協の部会に入っているため同じ生産者同士の交流があります。幅広い年代の農家が集まることもあり 40 代ぐらいの生産者の集まりもあります。他には各現場の農家さんのところへ行って製作状況を見学することで互いの勉強の機会にしています。若手農家さんとの話の内容は宇都宮の農業をどうしていきたいというよりは自分たちの作物をどうしていきたいかという「現状」を話すことが多いです。

Q：農家というと「儲からない」「つらい」「汚い」等と思われていますが、そのことについてどう思われますか。吉澤さんが思っていた農家のイメージと実際の現状を教えてください。

A：「汚れる」「お金にならない」「つらい」のイメージはありました。実際に両親が米を作っている様子を見ていてもお金になると感じませんでしたが、ある程度農業を深く勉強してみるとそのイメージは変わりました。農業で儲けている人は多く、実際に企業に勤務している時よりもお小遣いは増えました。そのため農業は「お金にならない」というのは必ずしも当てはまるとは思いません。しかし「汚れる」「つらい」というのは農業をするからには必ずつきもののため、本当に農業がやりたいという気持ちがなければ農業はきついかもしれないです。

Q：現在 JA へすべて出荷しているとのことですが今後農産直売所への出荷は考えていますか。

A：今はスケジュールや時間の都合上、あぜみち等の農産直売所には出荷していませんが、余裕が出てきたらしたいと思っています。直売所に出荷することはメリットが大きく、消費

者の声を直接聞きたいという思いもあります。その他にも出荷する際にかかる手数料が安いことも魅力です。将来的にはうまく直売所と JA への出荷を使い分けることができるようになるのが理想的です。

Q: 吉澤さんのこれからの目標や取り組みについて教えてください。

A: 今年は 2 回作でトマトを生産しているので年 1 回で長く収穫できるように生産手法を変えていきたいです。そのために土を休ませたり、設備を整えたりすることでさらに質の高いトマトを作っていきたいと思っています。様々な面でもっと余裕のあるトマト作りをしていきたいです。

アグリジャーナルによると従来の農業のイメージは 3K ではなく 6K の「きつい」「汚い」「かっこ悪い」「臭い」「稼げない」「結婚できない」とある。しかし現在では新 3K として「かっこよくて」「感動があって」「稼げる」を広めようとする若手農家の活動が目立ってきているようだ。吉澤さんの場合、両親が兼業農家として農業が幼いころから身近にあったが農業に対して深く知る前は世間のイメージをそのまま持ち続けていたのが現状であった。しかし、実際に仕事として農業と向き合うことがきっかけでそのイメージは払拭されたという。

新 3K の「かっこよくて」「感動があって」「稼げる」は実際に吉澤さんの話と照らし合わせてみると当てはまると考えられる。以前の農家は 6K が事実であったことからそのままこれまで伝えられてきた。しかし最近の農家は農家であることを仕事としながら一経営者として農業を生きていくための手段として捉え、一方で自分の人生を農業を通して豊かに楽しく生きるためのライフスタイルの一環として捉えている。

地域のなかで農家の役割は普段市民の目には見えないことが多いが、吉澤さんによると地域の方が直接ハウスを訪問し、トマトを買いに来てくれる時があることがあり、実際ハウスを建設し農業を始めてから最初のお客さんはハウスの近くを散歩していた地域の方であったという。JA に出荷する専業農家は直接消費者の方と交流することはあまり多くはないが、直接トマトを買いに来てくれる方は A 級品ではなく少し形の崩れた B 級品を求めて来る。その際に一言「美味しかった。」という声を消費者のもらうことでその瞬間の交流が農家の働くやりがいや楽しみにも繋がっているようである。実際に吉澤さんも消費者の声を農家が直接受け取ることの重要性を語っており、今後あぜみち等の農産直売所へ出荷したいと考えている。

第 3 節 コミュニティーを形成する農業—観光農園 H&M ガーデン吉澤さん—

第 2 節で取材した吉澤さんのトマト農園から徒歩 3 分のところに見えるブルーベリー畑やハーブ園、そして周囲を田畑に囲まれたところにログハウスが見える。吉澤さんのところで収穫したトマトを使ってジャムの販売もしていると話す H&M ガーデンの吉澤さんに観

光農園と地域のなかでのコミュニティー形成について話を伺った。

Q：吉澤さんの経歴を教えてください。

A：生まれも育ちも宇都宮市です。大学は仙台市にある大学へ行きました。卒業後は宇都宮市に戻り、建築関係の企業へ就職。道路建設に携わっていました。13年サラリーマンとして働いていてその後現在の農園を始めました。お店は5年目。木を育てるのに3～4年。合わせて9年ほどになります。

Q：ブルーベリー観光農園を始めた理由ときっかけは何でしょうか。

A：初めのうちは減反で空いた土地で何ができるかを考えました。お金を稼ぐならイチゴかトマトですが、人によって農業で何を目的で作るのかはそれぞれです。その中でもブルーベリーを選んだ理由は安心安全という理由が大きいです。ベリー系は農薬を使わなくても大した被害は受けません。もう1つの理由は実そのものが小さいためブルーベリーを収穫するのが大変だからです。トマト1つ分の大きさを収穫するのにすごく手間と時間がかかります。そこを半分観光農園、半分収穫にすることで手間を少なくしました。シーズン中（7月から9月）は観光農園を経営しながらお店で販売も行い、オフシーズンはジャムや雑貨などの店頭販売と農作業を行っています。

Q：農業を意識したのは何かきっかけがありますか。

A：きっかけというよりお金の面が大きかったです。将来のことや長く仕事をするを考えて転職を決めました。以前の仕事にも誇りややりがいも持っていました。しかし30代になって働いた分だけその分返ってくる仕事がしたいと思うようになりました。他のきっかけとしては90歳ぐらいの人に「過去の人生を振り返って後悔したことは何か」というアンケートで「冒険しておけばよかった。」という答えが一番多かったという結果を知って自分も後悔したくないと思って思い切って挑戦しようと思ったことです。退職後に農業を継ぐことも考えましたが、30代の時に農業を始めようと決断しました。

Q：吉澤さんにとって農業とはどんな存在でしょうか。

A：両親が農家ではない人が農業を継ぐことや始めることは大変だと思いますが、農家の長男に生まれるとそれが宿命と感じます。いつかは農家を継ぐと思っていました。そこまで大きい農家ではなかったのでサラリーマンをしながらも農家を継ぐことも意識はしていました。

Q：観光農園に来られるお客様はどんな方がいらっしゃいますか。

A：家族や子育てサークル、老人ホームの人、夫婦、色々。宇都宮大学の学生も来ます。情報源はホームページだと思います。近所でもこの農園を知らない人もいます。シーズン中は

多い時で 30～40 人程来られます。

Q: お客さんとの交流の中でやりがいやこの仕事をしていてよかったと感じるときはありますか。

A: この農園を目指して来てくれることが嬉しいです。苗の話やジャムの話、果実の細かい話をすることでお店に来てくれる方は顔見知りになることもあります。実は周囲の農家にも共通していることは「農家は孤独」ということです。でもお店を持つことで一般の人と交流することができるのが観光農園の魅力だと思います。基本家族としか話すことがないので、お店がなかったら寂しいです。観光農園を始めるにあたって、その時から農園の休憩所の役割も兼ねてお店を作ることを考えていました。3 か月しか収穫できる期間がないので残りの期間は工房を作って販売をできるようにすることで 1 年間仕事として経営していくことにしました。これはオフシーズンでも少しでも商売できるように考えた結果です。週 2 回しかお店をやらない理由は農業に手がまわらないからです。最初は週 3 日していましたが農作業の方に手が回らなくて週 2 回に戻しました。経営を始める前は農家は自由に使える時間がたくさんあると思っていましたが実際は休みが全くありません。サラリーマンの時の方が時間はありましたが、今は好きなことをしているのでお客さんとの交流も含めて楽しいです。

Q: 「パンと服と」などのイベントを開催する目的や背景は何でしょうか。

A: 実はイベントをしようと思ったのも偶然です。私の奥さんつながりでイベントをやっている人がいてここでやりたいという話になりました。人伝で実現に至った感じです。このログハウスの建物もですが、みなさんからこの癒される雰囲気が好評です。イベントをやってもらえると少しでもお客さんが増えるので、出展者もうちもお互いお客さんが来ることで利益があります。

Q: これからの目標や取り組みを教えてください。

A: この経営を維持していくことです。現状維持は思った以上に大変です。起業する人が 3 年ぐらいで半分以上だめになってしまうことが多いので、そう考えると自分で経営することはとても難しいと感じます。死ぬまでこの仕事を続けることが目標です。土地を売ってしまうのは簡単で楽ですが、親から受け継いだものは守りたい、手放すわけにはいかないという気持ちと土地を手放したくないという気持ちが強いです。

後日「パンと服」のイベントへ参加し、イベントが地域においてどのように機能しているのかイベントを吉澤さんと共に主催しているパン屋や雑貨屋の方、お客さんに話を伺った。主催者のパン屋の方は普段個人で小さなパン屋を近所の方向けに販売しているが、月に一度このイベントに参加しているという。毎回朝に持ってくるパンはほぼ完売してしまう程

の盛況ぶりである。このイベントの良いところを伺ったところ「パンが売れることも嬉しいですが、毎回パンを楽しみに来てくれるお客さんや同じ主催者同士の方と話ができるのが自身の楽しみにもなっています。自宅以外で販売するところがなかなかないため、このようにログハウスの一角を借りてパンを販売できるのは嬉しいですね。」と話していた。一方、今回から新しくイベントに参加したという方は出展者としてもお客さんとしてもこのような形の農業販売は魅力的だと言い、次回からも引き続き出店していきたいと意気込んでいた。執筆者自身もお客としてこのイベントへ参加したが、イベント自体が観光農園で使用しているログハウスの一角を利用しているので規模は大きくない一方、お客さんと出展者との距離が近く感じられる。ログハウスの中では農園で採れたハーブも販売しているため、お茶を飲みながら談笑することができるスペースも設けられている。卒論の取材でという主旨を出展者やお客さんに伝えると快くお話をしていただいた。最初はテーマに沿った話を伺っていたのだが、お相手がみな女性ということもあり、話に花が咲き卒論に関係のない話題で話が盛り上がってしまった。しかし、このように見知らぬ同士が集まって他愛もない話をするができる環境がこのログハウスには築かれており、そのようなところが居心地が良いと話していたのが印象的であった。

おわりに

第1章においては農業が私たちの生活に大きく変化をもたらす可能性について、初めに日本の農業現状を農家と消費者の各々の影響から捉えた。両者の共通点は日本の社会問題が大きく影響を与えているということである。農家に影響を与えた社会問題は「少子高齢社会」である。それにより農家に生じた問題は「農家数の減少」「農家の高齢化」「後継者不足」

「農家の労働負担増」の4つである。一方、消費者に影響を与えた社会問題は「食に関する偽装問題」と「生活の多忙化」である。これにより消費者の「食への関心度」「食に対するニーズ」「食への志向」「食生活」の4つにおいて変化が生じたことを述べた。時代が変わるごとにそれに伴う社会問題も変化するが、その動きと並行してその影響は時間が経過するほど私たちの身近な生活に大きな変化をもたらしている。さらにその影響は生活だけでなくそれに関連する食や、食を作る根源でもある生産者にも変化をもたらしている。そのため、現在では私たちはその変化に対応しなければならない状況にある。従来の農業の在り方や農業に対するニーズを現在の新たな農業の在り方へと変化させることが今後の農業の未来を切り開き、同時に新しい農業の可能性を見出すことへつながり、私たちと農業の関係をも新しいものへと変える力へと繋がるのではないだろうか。

第2章では農業のある生活について「アグリライフ」と「地産地消」の2つのテーマを扱うことで新たな「生活と農業の関係性」を築く可能性を見出した。第1節においては都市生活で農業を取り入れることの意味やその役割、農業を通じたコミュニティの実態を述べることで都市でのアグリライフの普及が容易ではないという課題を発見した。同時に、実現のための環境整備や市民や行政、団体の連携した取り組みの必要性を述べた。第2節では地域における地産地消の役割について、第一次産業としての農業ではなく私たちに身近なものとしての農業を捉えることが新しい農業の在り方として、そして市民と農業の距離を縮めるものとして機能していく可能性を述べた。第1章では農家と消費者に影響を与えるものとして社会問題を指摘したが、第2章では「生活」「ライフスタイル」に焦点を変えた。そこから農を求める流れの一要因が精神的なもの、つまり心の内部からも来ていることを発見した。物の豊かさよりも心の豊かさを求める人が多くなった現代において、私たちの生活と農業の関係性は変化していることが市民の農業に対するニーズの変化から読み取ることができる。以前は農業というと、仕事での農作業という印象が強く、農家に関係のない市民や消費者はそこの領域に立ち入ろうとはしなかった。農地といってもやはりその土地は誰かの所有物であって、そこへ足を踏み入れることは敷居の高いことであったようだ。現在でもそのような目に見えない壁は変わらず、市民や消費者と農家の間には存在するようである。農地に気付いていながらも素通りしたり、一般的にはその土地は普段の何気ない風景の一部であったりしかないのである。しかし、その何気ない風景の中に、私たちの生活と農業との距離を縮める重要なきっかけがある。その初めのきっかけが地元産の農産物を通しての「顔が見える農業」である。

従来市民や消費者を農業から遠ざけていた要因は、両者間の距離感にある。コミュニティ

一形成や人間関係を築くためには **face to face**、つまり顔の見える付き合いが重要である。同様に、両者に関係性を持たせるためには興味や関心を向けてもらい、「近い距離」を築くことが必要である。その距離感の問題を解決する策のひとつとして、地産地消の取り組みがある。地域において地産地消は大きな役割を果たしている。農業や農産物をメインとして扱うのではなく、あくまでそれらは手段であり、農家や農業に対して親近感を持ってもらい、そこから興味や関心をもってもらうまでの過程を築くのである。その次の第2段階として、生活の中に農業を取り入れる動きや農業を通じた新しいコミュニティが形成されていくことが予測される。

第3章では地域と農業の関係について、宇都宮市の事例から第1章で述べた農業が私たちの生活に大きく変化をもたらす可能性と、第2章で述べた新たな生活と農業の関係性を築く可能性をまとめ、話題を農業から見えるこれからの地域ネットワークの可能性へとつないだ。ネットワーク、つまり「つながり」をキーワードとして第3章では主に2つの事例を取り上げた。1つは人がつながる場所として地域住民に農産物を提供する農産直売所「あぜみち」（以下「あぜみち」と記入）、もう1つは行政の視点より、様々な産業が協同で宇都宮市の産業拡大に取り組む「うつのみやアグリネットワーク」の活動である。

あぜみちについて、そのコンセプトは3つあり「みんながつながる場所」「農業を、良くしたい」「栃木をたのしむ店」である。農産物を単に販売するだけでなく、そこから見える地元産の農産物や農家について、近い距離で買い物をしてもらうことが一般のスーパーと比較すると特徴的である。生産者に、より消費者の声が届くように、また店頭に並ぶ農産物もA級品ではないが、質の良いものや新鮮なものを店で販売することで、農家にとっても新たな消費者との関係を築いている。消費者においても安心安全で新鮮な農産物を買うことができることは消費者のニーズに合致している。それに加えて地元産の農産物を揃えて購入することは、新しい地域の魅力を発見するだけでなく、地元の産業へ貢献しているという地域貢献の意識向上にもつながる。

農業から見えるこれからの地域ネットワークの可能性が見えたのは市民と行政、それぞれの取り組みからである。まず市民の取り組みとして、宇都宮市民でもあり農家でもある平出さんと消費者の関係を通じて見えた、地域における新しい地域ネットワークの形成である。この場合のネットワークの範囲は農家、消費者、あぜみち、地域住民であり、農家と消費者、あぜみちと地域住民、消費者と地域住民と農家というようにネットワーク内においてつながることができる。例えば、農家が中心となって農家とあぜみちと消費者をつなげることができ、あぜみちが中心となってあぜみちと農家と地域住民をつなげることでもできる。農家の平出さんの場合、自身が主催するイベントを通じて、農家と消費者と地域住民をつなぐ役割を果たしていることがわかる。また、このネットワークにおいて機能しているのはつながることだけではない。

地域住民と消費者と農家がつながることで、その先に2つの機能が生まれることがわかった。地域ネットワークが形成されることによって生まれる機能は「地域をつなぐ」「地産

地消の促進」「新たなコミュニティの形成」の3つである。実際、農家と消費者と地域住民のつながりの場では農家とつながることでその生産者が作った農産物を買うことで農家に何か貢献したいという気持ちが生まれたという声や今まで交流のなかった親子同士が仲良くなり今でも交流が続いているという地域住民や消費者、宇都宮市内の様々な地域から住民や消費者が集まることで異なる地域同士のつながりが生まれたことを結果として表れている。一方、宇都宮市の取り組みである、うつのみやアグリネットワークにおいてはそのネットワークの範囲は幅広く、「行政」「JA」「商工会議所」「消費者」「大学」「観光業者」「流通業者」「飲食店」など宇都宮市全体を巻き込んでいる。ネットワークの範囲は広いが、果たしている機能は既述した機能と同じであると捉えることができる。このように、ネットワークを形成することで地域内のつながりをさらに拡大し、地域住民による地域のための機能が働くことが第3章からわかる。

第4章では農家と人をつなぐ農業として、第3章における地域のネットワークに加え、農業から見える地域コミュニティの可能性について3つの事例を用いて述べた。これらの事例から農業を通じた農家と地域住民の交流を取り上げることで、地域における農業の新たな役割を発見することができた。その役割とは地域コミュニティの形成であり、「地元愛を深める」「掘り所の形成」「食の大切さと楽しさを知る」場として機能している。アグリファミリーにおけるコミュニティ内は、農業を親子で経験することで、親子間、農家との交流、そして実際に種を土に植え、農産物を収穫して美味しく食べるまでの過程を経験することで「食の大切さと楽しさ」を感じる場として成り立っている。またその経験や地元で採れた農産物を食べることで、新しい地域の魅力を再発見する。この発見は地域のことをより深く知るだけでなく、地元愛を深めるきっかけにもつながる。トマト農家では地域において農業を営むことが、農家と地域住民をつなぐきっかけを生み、その経験により自分の仕事の自信へつながったり、やりがいを感じたりすることへとつながっている。観光農園では農園としての役割だけでなく、閑散期において地域住民や地域の個人で商売を営んでいる住民と共にイベントを行うことで、地域住民の交流の場を作り、掘り所を形成している。

第1章から第4章までの結論として農業は私たちの生活において変化をもたらすことができ、その変化は新しい「生活と農業の関係性」を築く。その関係性を基に地域におけるネットワークにおいて「地域をつなげる」「地産地消の促進」「新たなコミュニティの形成」の視点からつながりを作り、そのつながりは地域コミュニティを形成することができる。その地域コミュニティは「地元愛を深める」「掘り所の形成」「食の大切さと楽しさを知る」場として新たな農業の可能性を引き出すものであり、これからの農業と地域の未来を切り開くものであるという結論に至った。

本稿は農業の新しい可能性について地域において農家の新しい可能性をネットワークとコミュニティの視点から考察したものである。考察のなかで農業は3つの機能「地域をつなげる」「地産地消の促進」「新たなコミュニティの形成」を果たすことがわかった。この機能はネットワーク、つまりつながりから生まれるものであり、地域住民や農家、消費者

など横のつながりが非常に重要となってくる。既述の 3 つの機能から見える地域における農業の新しい可能性は実際の現場で見られたコミュニティーの中でコミュニティーのその先に生まれるものの結果、つまり農業の新しい可能性として「地元愛を深める」「拠り所の形成」「食の大切さと楽しさを知る」場を形成する、この 3 つであるという結論に至ることで最終的に「農業から見えるこれからの地域ネットワークとコミュニティーの可能性」をまとめた。

本稿執筆にあたり、「可能性」という結論の见えない答えを出すためにまず地域を知り、現場を自分の目で見る活動を始めた。宇都宮市内の農産直売所や農家、財団法人、行政、地域住民に話を聞き、宇都宮市という都市、地域を住民とよそ者の視点から見つめることで地域や地域住民が持つ、今は表に出ていない「地域を元気にする何か」を見つける活動を続けていた。その答えが「人」であり、見えない地域の立役者である「農家」であった。取材にあたって話を伺った農家から「農家は孤独。」という言葉から論文執筆の方向性を得て、農家は孤独の仕事である一方、地域や消費者との交流を求めている農家も多いことが発覚した。そこから農家のニーズをこれからの農業の新しい可能性として発想を転換することで本稿の題名に至り、結論を模索することにしたのである。

「はじめに」にて述べた「農家はただ野菜や果物を作るだけの存在ではない。それぞれの農家が地域に沿った役割を持ち合わせており、その可能性は無限大である。」という考えは農家にだけ当てはまるものではない。地域住民ひとりひとりにも当てはまるものである。第 2 章第 1 節の都市におけるアグリライフとコミュニティー形成にてアグリライフを実現したり、新しいコミュニティーを形成したりするには個人ではなく、第 3 章で焦点を当てたネットワークのようにつながりを築くことで私たちは普段の生活や地域において無限の可能性を発揮することができると述べた。この無限の可能性が地域住民のなかで広がり、これからの地域の未来へつながることを願って本稿の執筆を終える。

—参考文献—

橘川武郎 篠崎恵美子『地域再生あなたが主役だ 農商工連携と雇用創出』（2010）

社団法人 農村漁村文化協会『グリーンライフが始まった！』（2005）

戸田山和久『論文の教室』（2002）

—参考資料—

トチペ 6 月号『アグリファン通信 vol.7 畑に行こう』（2015 年 6 月 5 日発行）

あとがき

卒業論文を執筆するにあたって、宇都宮大学で3年間学んだ集大成として「食」に関することについて宇都宮市のことを取り入れながら執筆することを決めた。3年前に宇都宮大学へ編入をし、1年目は授業と部活に追われた年であったがその年に卒業論文のテーマに「食」を取り入れる最初のきっかけとなる経験をした。それは部活動の一環として行っていた農家での収穫アルバイトである。元々親戚に農家がいたため、農業をすることに対して抵抗はなかったが人生で初めて働く視点での農業を経験した。ある時は朝5時から8時までとうもろこし収穫を行った。収穫をすればするほど背中に背負った竹かごは益々重さを増し、肩にずっしりととうもろこしの重みを感じる。ジャージを着て、長靴を履いて行う農業は想像以上に重労働であり、さらに虫が苦手な私にとっては収穫中にとうもろこしの葉の所々に潜んでいる蛙と対面する度に足がすくむ思いをした。しかし、それ以上に心が躍った出来事がある。作業を始めてから3時間後、その日の分の収穫を終え朝ごはんに採れたてのとうもろこしをいただいた時であった。とうもろこしを覆う薄黄色の薄皮を残したまま電子レンジで数分温めただけなのに、一口食べてそのみずみずしさととうもろこし本来が持つ甘さに非常に驚いた。働いた後に自分たちで収穫したものを食べたことでいっそう美味しく感じられたこともあるだろうが、その時の感動は今でも鮮明に覚えている。

宇都宮大学での2年目は何かに挑戦をする1年にしたいと思い、後期から半年間タイへ留学をする決断をした。前期は留学の準備やタイ語の勉強をしながら、時々宇都宮市内のNPOの活動へ参加することで実際のまちづくりを経験した。「まちびあ」でのインターンでは「人と人をつなぐまちづくり」としてまちびあの施設を中心に同じ目的を持つ地域住民が集まり、共感が生まれることで次々とコミュニティーが形成される様子を目にした。

またタイでの留学中は「観光」「食」「生活」「地方」に焦点を当てることで休日はタイ国内や東南アジアを周回する旅をしていた。発展途上国のイメージが強い東南アジアであったが実際に現地へ足を踏み入れると人々や町の活気に驚いた。ただ観光するだけではつまらないので必ず現地の住民と交流することを心掛けた。観光は地域住民の生活の上で成り立っているため、よそから来たものはその生活や地域を尊重しなければならない。街中では市民の台所となっている市場を回り、周辺地域で採れる農産物や魚について名前を聞いたり味見をさせてもらったりする。日本のようなスーパーマーケットもあるが田舎に行けば行くほど野外の市場を中心に町が成り立っており、地域住民の集会所のような機能も果たしていることに気が付いた。実は後で気付いたことだが、タイでは食事の時間が人間関係を良好にかつ深く築くためには非常に重要な場として成り立っている。いわゆる食コミュニケーションである。食の場を大切にする文化があるからこそ、人とのつながりも大切にする文化が存在することに感銘を受けた。地方では食で日本とタイの地方をつなぐ活動をしているNPOの活動を通して有機栽培で農産物の生産に取り組む農家やタイではあまり需要がないアスパラガスを日本へ出荷している農家夫婦に出会った。彼らも日本の農家と同様、消費者に安心な食を届けたい、美味しい農産物があることを広めたいといった熱い思いを

持ちながら自分の仕事に誇りをもっていた。国境を越えても農家が消費者のニーズに応えたいという思いをもっていることは同じであり、私たちの食生活は全て農家から始まっているということにいつそ農家の存在の重要性と必要性を改めて心から感じた経験であった。この2年間を通じた経験をもとに「食」と「農業」をつなげたテーマにしたいという思いから最終的に本論文のテーマ設定に至った。

この場において卒業論文執筆にあたり取材にご協力していただきました農家の平出さん、トマト農園 La Farm の吉澤さん、観光農園 H&M ガーデンの吉澤さん、宇都宮市経済部生産流通課の矢田部さん、とちぎ YMCA の阿久津さん、藤生さん、つちや蕎麦の菅谷さん、地域住民の皆さんに心からの感謝とお礼を申し上げます。ありがとうございました。

そして3年間に渡ってご指導をいただきました中村祐司先生、いつでも親身になって相談にのっていただきそして先生の「思いっきりやってごらん!」という力強い言葉は何よりも心強い後押しとなりました。ありがとうございました。昨年卒業した同期のゼミ生とは「ジョイント合宿」「まちづくり提案」を通していっそう切磋琢磨する関係を深めただけでなく、みんなから学ぶことが多くて自分の甘さを強く認識した時間でもありました。あの時間は行政学研究室だからこそ経験できたことであって、心からこのゼミを選択して良かったと思えました。ありがとうございました。

4年生のゼミ生は今年ゼミに合流するまで打ち解けられるか不安で緊張していましたが、みんなの満開の笑顔とあふれるほどの元気のおかげで今ではこのゼミを離れるのがとても寂しいほど笑いと笑顔のあふれるゼミの時間を過ごすことができました。ありがとうございました。3年生からは「ジョイント合宿」「まちづくり提案」に全力で取り組んでいる姿にすごくパワーをもらいました。残りの1年でたくさんのかたちを経験して吸収して全力で取り組みながら体調に気を付けて頑張ってください。応援しています。ありがとうございました。そして院生のみなさん、ゼミでは鋭い指摘やアドバイスをありがとうございました。社会人からの視点、留学生からの視点、それぞれが今後にもつながるものとなりました。修論の執筆頑張ってください。

この3年間で3年前には想像できなかったほどの多くの人に出会い、その出会いなしでは実現できなかった貴重な経験をすることができました。人との出会いは新しい出会いにつながるといふこと、そしてそのつながりは自分の人生の糧となること、人との出会いほど人生において大切なことはないと感じた学生時代でした。卒業後も今までいただいた恩を忘れずに、今度は私がたくさんの人に恩返しをしたいと思います。本当にありがとうございました。