

山形県白鷹町の農業と地域づくり

～東根地区およびその周辺地域～

2020 年度 地域経済フィールドワーク実習報告書

東京大学農学部
環境資源科学課程
農業・資源経済学専修

2021 年 3 月

はじめに

本報告書は、2020 年度地域経済フィールドワーク実習の成果をとりまとめたものである。東京大学農学部農業・資源経済学専修では、これまで半世紀以上にわたり、毎年度、学部 3 年生の授業「地域経済フィールドワーク実習」（以下、FW 実習）において、農村地域で調査を行ってきた。今年度は、かねてより様々な形で交流をしてきた山形県白鷹町の農業・地域づくりについて調査を行った。

本年度の FW 実習は、例年と異なり、COVID-19 の影響で、最初から最後までオンラインで実施された。そうしたオンライン型 FW 実習の内容は、記録として後掲しておいたのでご参照いただきたい。

もともと白鷹町の現地調査のために、FW 実習が開講する半年ほど前から準備を重ねてきた。まだ学生たちが 2 年次のとき、2019 年 10 月に、現地調査のアレンジを引き受けていただいた置賜総合支庁の担当者と打ち合わせを行ったことをはじめに、その後、2019 年度後期の授業（農村調査概論）で白鷹町の統計など事前の学習を行った。しかし、2020 年 4 月に緊急事態宣言が発出され、東京大学でも教育・研究活動に大きな制限がかかることとなった。授業はオンラインになり、現地調査は行えなくなった。

その後も COVID-19 がおさまらない状況のなか、置賜総合支庁の担当者と相談して、現地での訪問調査から、アンケート調査とオンラインでの聞き取り調査へと切り替えることとなった。学生や担当教員としては、たとえ現地調査ができなくとも、現地視察など何らかの形で現地を訪問したいと願っていたが、それもかなわず、残念であった。

しかしながら、そのような状況にあっても、以下のように、白鷹町やその関係者の皆様から全面的なご理解とご協力いただいた。そうした現地の皆様のおかげで、学生たちは、白鷹町の農業・地域づくりについてより深く学びたいという気持ちを持ち続けて調査に取り組むことができた。

アンケート調査では、個人と組織を合わせて 100 件以上の方々にご回答いただいた。アンケート調査に応じていただいたのは、稲作農家、酪農家、土里夢ファーム、果樹生産者、肥育農家、県庁畜産振興課、ホップ生産者、ホップ農協、どおりむ農園、どおりむ農園会員、トマト生産者、JA 山形おきたま、白鷹町農林課、土地改良区、資源管理組織、新規参入者、後継者とその親、就農支援者、地域活動の代表、東陽の里づくり協議会、白鷹町企画政策課、置賜総合支庁農村計画課の皆様である。

また、オンライン聞き取り調査（電話調査を含む）は、30 件近く実施させていただいた。聞き取り調査に応じていただいたのは、ホップ農協、土地改良区、白鷹町農林課、土里夢ファーム、地域活動の代表、東陽の里づくり協議会、白鷹町企画政策課、置賜総合支庁農村計画課、就農支援者、県庁畜産振興課、どおりむ農園、新規参入者、後継者とその親、JA 山形おきたま、西置賜農業技術普及課、大規模園芸農家の皆様である。

さらに、学生たちの調査の成果を発表する報告会（2021 年 1 月 19 日、オンライン開催）にも多くの現地の方々に参加いただき、直接学生に対してコメントをいただくことができた。

そして、置賜総合支庁農村計画課の高橋課長と下山様には、FW 実習の準備段階から最後まで、アンケート調査やオンライン聞き取り調査をはじめ、あらゆるアレンジを担っていただいた。

これらの皆様に心より感謝申し上げます。本報告書は、こうした多くの方々の支援のおかげでまとめることができた成果である。

手前味噌であるが、学生たちは最後まで熱意をもって FW 実習に取り組んだと思う。担当教員として、その成果は本報告書にあらわれていると思っている。今回の白鷹町の調査を通じて、学生たちが農業・農村への関心や理解を深めることができたのであれば嬉しい限りである。

また、本年度も TA にサポートをしてもらった。本年度は、例年以上に大変であったと思うが、TA の小川君、寺下さん、中村君、正木君には、最後まで熱心に学生たちに助言をしてもらい、学生たちの調査の質が大きく向上したと思う。

最後になるが、本年度、白鷹町町下地区は「豊かなむらづくり全国表彰事業」で農林水産大臣賞を受賞された。そのような素晴らしい地域で調査ができたことを有り難く思うとともに、白鷹町のいっそうのご発展を祈念申し上げます。

2021 年 2 月

小嶋大造

村上智明

中嶋康博

2020 年度 地域経済フィールドワーク実習 実施記録

I. 参加者

参加学生（10 名）

餌取 拓未	尾澤 颯	川瀬 翔子	栗本 拓弥	高田 瑛仁
中村 紘也	萩原 千陽	藤島 卓朗	村瀬 智香	山際 勘太

大学院生ティーチングアシスタント（4 名）

小川 景司	寺下 知美	中村 一貴	正木 剛志
-------	-------	-------	-------

教員（3 名）

小嶋 大造	村上 智明	中嶋 康博
-------	-------	-------

II. 実習日程

農村調査概論

2019 年	11 月 28 日	農村調査概論開始
2020 年	1 月 16 日	農村調査概論終了
	1 月 20 日	2019 年度地域経済フィールドワーク実習報告会

地域経済フィールドワーク実習

2020 年	4 月 15 日	地域経済フィールドワーク実習開講
	5 月 20 日	質問票の作成開始
	7 月 14 日	質問票の送付 置賜総合支所への送付，置賜総合支所より各所へ配布
	8 月 12 日	リモートによる聞き取りを開始 電話・Zoom 等の手段を使用して，主に機関に対して 追加調査も合わせて 11 月 27 日まで
	下旬	質問票の回収，大学への送付
	10 月 7 日	後期実習再開
	12 月 16 日	報告書初稿原稿提出
2021 年	1 月 19 日	2020 年度地域経済フィールドワーク実習報告会 現地と回線をつなぐ形で，オンライン開催

本年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により，実習は普段の授業・調査ともにオンライン型となった。次頁以降にオンライン型実習実施記録の詳細を記す。

オンライン型地域経済フィールドワーク実習の記録

2019 年度		
事前準備 (2 年次)	10/19	東京大学農学部マルシェで山形県白鷹町の生産者が農産物を販売 置賜総合支所担当者と F W 担当教員で山形県白鷹町現地調査の打ち合わせ
	11/28	農村調査概論① (山形県白鷹町を念頭にグループごとのテーマ決定)
	12/ 5	農村調査概論② (置賜総合支所担当者による山形県白鷹町に関する講義)
	12/12	農村調査概論③ (文献レビュー, 統計データ整理, 質問票作成に関する講義)
	12/19	農村調査概論④ (グループごとに文献レビューに関する発表)
	1/ 9	農村調査概論⑤ (グループごとに統計データに関する発表)
	1/16	農村調査概論⑥ (グループごとに質問票に関する発表)
	1/20	農村調査概論⑦ (2019 年度地域経済 F W 実習報告会に参加)
2020 年度		
オンライン へ移行	4/ 3	東京大学活動制限指針 (※) が作成され, レベル 1 に
	4/ 6	東京大学活動制限指針をレベル 2 に引き上げ
	4/ 7	1 都 2 府 5 県に緊急事態宣言発出
	4/ 8	東京大学活動制限指針をレベル 3 に引き上げ
	5/25	緊急事態宣言解除
	6/ 1	東京大学活動制限指針をレベル 2 に引き下げ
	6/15	東京大学活動制限指針をレベル 1 に引き下げ
	7/13	東京大学活動制限指針をレベル 0.5 に引き下げ
	1/ 8	1 都 3 県に緊急事態宣言発出
	1/11	東京大学活動制限指針をレベル 1 に引き上げ
	1/14	7 県に緊急事態宣言発出
	※東京大学の活動制限指針 レベル 4 : 構内活動の原則禁止, レベル 3 : 制限一大, レベル 2 : 制限一中, レベル 1 : 制限一小, レベル 0.5 : 一部制限, レベル 0 : 通常 ※※授業は, レベル 1 以上では「オンライン講義のみ」, レベル 0.5 では「感染拡大に最大限の配慮をして, 対面授業, 演習・実習を制限しつつ, オンライン講義を中心に行う」とされる.	

前期…S1 タ ム ・ S P	4/15	オンライン授業①（オリエンテーション）
	4/22	オンライン授業②（調査テーマの決定）
	5/13	オンライン授業③（文献レビュー，統計データ，質問項目の作成）
	5/20	オンライン授業④（質問票：個別編作成）
		〔 現地調査（7/13～7/16）を中止し，アンケート調査と聞き取り調査に変更． 状況が改善すれば秋の現地視察を検討 →状況が改善せず実施断念． 〕
	5/27	オンライン授業⑤（質問票：個別編作成）
	6/ 3	オンライン授業⑥（質問票：個別編作成）
	6/10	オンライン授業⑦（質問票：共通編作成）
	6/17	オンライン授業⑧（質問票：共通編作成）
	6/24	オンライン授業⑨（質問票：個別編・共通編作成）
		※置賜総合支所担当者がオンラインで授業に参加して質問票にコメント
	7/ 1	オンライン授業⑩（質問票：個別編・共通編作成） →質問票に教員コメント
	7/ 8	オンライン授業⑪（質問票：個別編・共通編作成）
	7/10	質問票完成
	7/14	質問票のファイルを置賜総合支所に送付 →置賜総合支所より質問票を印刷して配布
		<u>質問票の配布先</u> ※（ ）内は，回収数/配布数
		・栗本：稲作農家（7/10），酪農家（3/10），土里夢ファーム（2/2）
		・村瀬：果樹生産者（3/10）
		・藤島：肥育農家（2/5），県庁畜産振興課（1/1）
		・萩原：ホップ生産者（5/10），ホップ農協（1/1）
		・中村・山際：どおりむ農園（1/1），どおりむ農園会員（55/90）
		・高田：トマト生産者（5/20），JA山形おきたま（1/1），白鷹町農林課（1/1）， どおりむ農園（1/1）
		・餌取：土地改良区（1/1），資源管理組織（3/4），白鷹町農林課（1/1）
		・尾澤：新規参入者（5/10），後継者とその親（5/10），白鷹町農林課（1/1）， 就農支援者（1/1）
		・川瀬：地域活動の代表（23/23），東陽の里づくり協議会（1/1）， 白鷹町企画政策課（1/1），置賜総合支庁農村計画課（1/1）
		[備考]
		・毎週のオンライン授業の進め方：学生10名から数分程度で報告→教員からコメント。 その後，TAのグループごとにブレイクアウトセッションで議論。
		・前期の期間中，数度にわたり，学生からの質問事項をまとめて置賜総合支庁担当者へ メールで質問し，数日以内に回答をいただく。
		・毎週，担当教員とTAで打ち合わせを実施。週2～3回程度，TAから学生に助言。

S P (一部S P以降)	8月下旬 置賜総合支所が質問票を回収し、東京大学へ送付 →教員とT Aで回収質問票を仕分けし、学生の自宅へ送付→学生が回答の整理 同時並行で、置賜総合支所がオンライン聞き取り調査の調整 オンライン聞き取り調査 ※ [] 内は聞き取りをした学生、〈 〉内は同席したT A 8/12 ホップ農協 [萩原] 〈正木〉 9/ 8 土地改良区、白鷹町農林課 [餌取] 〈小川〉 9/15 土里夢ファーム [栗本] 〈中村〉 9/18 地域活動の代表、東陽の里づくり協議会、白鷹町企画政策課、 置賜総合支所農村計画課 [川瀬] 〈小川〉 白鷹町農林課、就農支援者 [尾澤] 〈中村〉 9/23 県庁畜産振興課 [藤島] 〈小川〉 9/24 どりいむ農園 [高田・中村・山際] 〈寺下〉 白鷹町農林課 [高田] 〈寺下〉 10/16 新規参入者、後継者 [尾澤] 〈中村〉 10/23 後継者とその親 [尾澤] 〈中村〉 10/28 白鷹町農林課、J A山形おきたま、西置賜農業技術普及課 [村瀬] 〈正木〉 10/30 新規参入者 [尾澤] 〈中村〉 11/10 J A山形おきたま [藤島] ※電話調査 11/20 東陽の里づくり協議会 [川瀬] ※電話調査 11/27 どりいむ農園 [中村・山際] 〈寺下〉 白鷹町農林課 [藤島] 〈小川〉 西置賜農業技術普及課 [村瀬] ※電話調査 大規模園芸農家 [高田] 〈寺下〉
後期… A 1・ A 2 タ ー ム	10/ 7 オンライン授業① (調査結果の分析) 10/14 オンライン授業② (調査結果の分析) 10/21 オンライン授業③ (調査結果の分析) 10/28 オンライン授業④ (調査結果の分析) 11/ 4 オンライン授業⑤ (調査結果の分析) 11/11 オンライン授業⑥ (調査結果の分析／報告書原稿作成) 11/25 オンライン授業⑦ (調査結果の分析／報告書原稿作成) 12/ 2 オンライン授業⑧ (調査結果の分析／報告書原稿作成) 12/ 9 オンライン授業⑨ (調査結果の分析／報告書原稿作成) 12/16 オンライン授業⑩ (報告会資料作成) →報告書草稿提出 →教員コメント 1/ 6 オンライン授業⑪ (報告会予行演習) 1/13 オンライン授業⑫ (報告会予行演習) 1/15 報告会資料完成 1/19 2020 年度地域経済F W実習報告会【別紙】 ※オンラインで現地の皆さんも参加し、学生の報告にコメントをいただく。

	[備考] ・毎週のオンライン授業の進め方：学生 5 名ずつ隔週で数分程度の報告→教員からコメント。その後，T A のグループごとにブレイクアウトセッションで議論。 ・後期の初めの段階で，数度にわたり，置賜総合支庁担当者より追加データを提供していただく。 ・隔週程度で担当教員と T A で打ち合わせを実施。週 2～3 回程度，T A から学生に助言。
2/ 8	報告書原稿最終版提出 →置賜総合支所に送付・確認
3 月	報告書原稿完成 →印刷へ

2020年度地域経済フィールドワーク実習報告会
「山形県白鷹町の農業と地域づくり～東根地区およびその周辺地域～」
式次第

2021年1月19日（火）13：00～
オンライン開催

1. 開会の辞（専攻長・松本武祝教授）
2. 来賓挨拶（東陽の里づくり協議会会長 小林宣浩様）
3. 白鷹町と調査の概要（高田瑛仁・藤島卓朗）＜報告8分＞
コメント：白鷹町農林課課長 大木健一様
4. 個別報告1＜報告6分，質疑応答6分＞
 - 第1報告 栗本拓弥「稲作経営と農地保全」
コメント：土里夢ファーム 菅原有一様
 - 第2報告 村瀬智香「小規模果樹産地における経営の特色と展望」
コメント：西置賜農業技術普及課 遠藤正幸様
 - 第3報告 藤島卓朗「米沢牛ブランドの課題と展望」
コメント：畜産農家 遠藤修次様
 - 第4報告 萩原千陽「白鷹町におけるホップ生産の持続可能性」
コメント：白鷹町農林課課長 大木健一様
 - 第5報告 中村紘也「どおりいむ農園直売所が地域生産者に果たす役割と直面する課題」
コメント：どおりいむ農園園長 大滝重信様
5. 休憩＜10分＞
6. 個別報告2＜報告6分，質疑応答6分＞
 - 第6報告 高田瑛仁「トマトの産地形成と産地維持の方策」
コメント：紺野農園社長 紺野伊久雄様
 - 第7報告 山際勘太「農産加工品における衛生管理に関する現状と対策」
コメント：農産加工 梅津悠様
 - 第8報告 餌取拓未「農業資源管理の地域的な枠組みと農業者の管理余力の規定要因」
コメント：白鷹町土地改良区総務課長 向田洋晶様
 - 第9報告 尾澤颯「新規就農者の就農決断と定着に至る課題～就農支援のあり方を展望して～」
コメント：農業後継者 船山裕介様
 - 第10報告 川瀬翔子「コミュニティセンター化による地域づくりの成果と課題」
コメント：東根地区コミュニティセンター・センター長 船山彰博様
7. 講評（学部委員・木南章教授）
8. 閉会の辞（顧問・中嶋康博教授）

近年の地域経済フィールドワーク実習（学生農村調査）報告書

1976 年度	喜連川町の農業構造	(栃木県塩谷郡喜連川町)
1977 年度	大栄町の農業構造	(千葉県香取郡大栄町)
1978 年度	小川町の農業経営の分析	(栃木県那須郡小川町)
1979 年度	玉村町の農業経営	(群馬県佐波郡玉村町)
1980 年度	干潟町の農業経営	(千葉県香取郡干潟町)
1981 年度	神栖町の農業構造	(茨城県鹿島郡神栖町)
1982 年度	東庄町の農業構造	(千葉県香取郡東庄町)
1983 年度	大滝村の経済と生活	(埼玉県秩父郡大滝村)
1984 年度	岩間町農業の現状と分析	(茨城県西茨城郡岩間町)
1985 年度	多古町の農業経営	(千葉県香取郡多古町)
1986 年度	三春町の農業経営	(福島県田村郡三春町)
1987 年度	富岡町の農業経営	(福島県双葉郡富岡町)
1988 年度	富里町の農業経済	(千葉県印旛郡富里町)
1989 年度	変貌する神川町農業	(埼玉県児玉郡神川町)
1990 年度	山田町の農業構造	(千葉県香取郡山田町)
1991 年度	佐倉市農業の現状と課題	(千葉県佐倉市)
1992 年度	海上町の農業構造	(千葉県海上郡海上町)
1993 年度	白子町農業の現状と展望	(千葉県長生郡白子町)
1994 年度	甘楽町の農業白書	(群馬県甘楽郡甘楽町)
1995 年度	湯津上村の農業白書	(栃木県那須郡湯津上村)
1996 年度	北浦村の農業白書	(茨城県行方郡北浦町)
1997 年度	鹿沼市農業の現状と展望	(栃木県鹿沼市)
1998 年度	昭和村農業	(群馬県利根郡昭和村)
1999 年度	北橘村農業	(群馬県勢多郡北橘村)
2000 年度	遠野市附馬牛町を中心とした農業と地域社会	(岩手県遠野市)
2001 年度	農家の経営と暮らし	(福島県相馬郡飯舘村)
2002 年度	岩井市農協	(茨城県岩井市)
2003 年度	中山間地域農業の展開と展望	(群馬県吾妻郡吾妻町)
2004 年度	挑戦する角田農業	(宮城県角田市)
2005 年度	大規模野菜生産地域の農業経営	(千葉県銚子市)
2006 年度	地域農業の多様な展開 ―長野県飯田市―	(長野県飯田市)
2007 年度	山梨県南アルプス市における農業と経済	(山梨県南アルプス市)
2008 年度	長野県伊那市の農業経営と農村問題	(長野県伊那市)
2009 年度	茨城県水戸市の農業経営	(茨城県水戸市)
2010 年度	大規模畑作地帯における農業経営とその展開	(群馬県沼田市利根町)
2011 年度	伊佐沢における農業・農村組織と地域活動	(山形県長井市)
2012 年度	八丈島の経済活動とくらし	(東京都八丈町)
2013 年度	雫石町の農業と地域社会	(岩手県雫石町)
2014 年度	鮫川村の食と農を活かしたむらづくり	(福島県鮫川村)
2015 年度	豪雪中山間地域の農業振興と地域活性化	(新潟県十日町市)
2016 年度	茨城県八千代町の農業経営	(茨城県八千代町)
2017 年度	千葉県南房総市の農業経営と展望	(千葉県南房総市)
2018 年度	山梨県南アルプス市の農業と地域経済	(山梨県南アルプス市)
2019 年度	転換期の島田市における農業経営と社会	(静岡県島田市)

目次

はじめに	i
2020 年度 地域経済フィールドワーク実習 実施記録	iii
オンライン型地域経済フィールドワーク実習の記録	iv
近年の地域経済フィールドワーク実習（学生農村調査）報告書	ix
序 章 白鷹町と調査の概要 高田瑛仁・藤島卓朗	1
第 1 章 白鷹町の稲作経営と農地保全 栗本拓弥	17
第 2 章 小規模果樹産地における経営の特色と展望 村瀬智香	31
第 3 章 米沢牛ブランドの課題と展望 藤島卓朗	48
第 4 章 ホップ生産の持続可能性 萩原千陽	62
第 5 章 どりいむ農園直売所が地域生産者に果たす役割と直面する課題 中村紘也	76
第 6 章 トマトの産地形成と産地維持の方策 高田瑛仁	88
第 7 章 農産加工品における衛生管理に関する現状と対策 山際勘太	105
第 8 章 農業資源管理の地域的な枠組みと農業者の管理余力の規定要因 餌取拓未	124
第 9 章 新規就農の就農決断と定着に至る課題 尾澤颯	141
第 10 章 コミュニティセンター化による地域づくりの成果と課題 川瀬翔子	155
あとがき	175

序章 白鷹町と調査の概要

高田瑛仁・藤島卓朗

1. 白鷹町の基本情報

1) 地理

(1) 地理と地形

白鷹町は、山形県の中央部に位置しており、南陽市、長井市、朝日町、山辺町と接している（図0-1）。また、飯豊町、小国町と共に、西置賜郡を形成している。白鷹町は昭和29年に荒砥町、鮎貝村、東根村、白鷹村、十王村、蚕桑村が合併してでき、昭和30年には西村山郡朝日町の一部が編入された。最上川の舟運が盛んだった時代に交通の要所として栄えた荒砥町が中心となって発展してきた。

行政区域の総面積は157.7㎢で、県庁所在地の山形市までは約30km、置賜地方の中心都市である米沢市までは約35kmの場所に位置する。白鷹町は東・西・北の三方を山に囲まれた置賜盆地の北端に位置しており、東部には白鷹丘陵、西部には朝日山系、中央には最上川が流れている。農地や市街地は最上川沿いの扇状地性低地に広がっている（「白鷹町都市計画マスタープラン」（白鷹町 2020）より）。本調査の対象地域である東根地区は白鷹町の南東、最上川の右岸に位置している（図0-2）。



図0-1 白鷹町の立地

出所) 農林水産省「わがマチ・わがムラ-市町村の姿-

<http://www.machimura.maff.go.jp/machi/map/06/index.html> (2021年1月6日閲覧) より転載

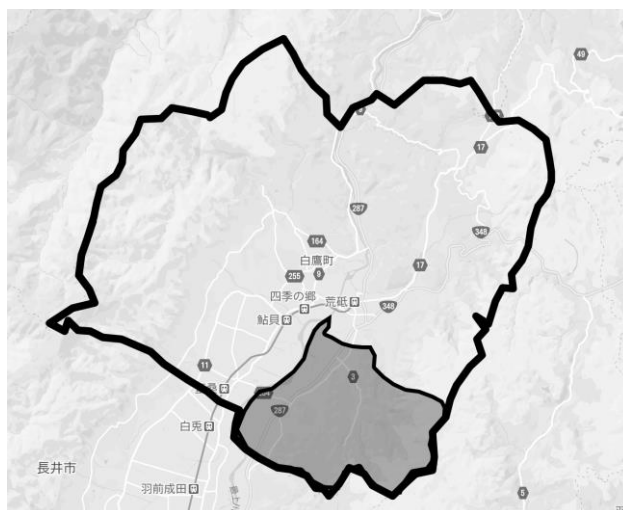


図 0-2 白鷹町と東根地区の概観図

出所) Google maps より筆者作成

注 1) 太い枠線内が白鷹町全域

注 2) 細い枠線内灰色の部分为本調査の対象地域である東根地区(旧東根村)

注 3) 地区の境界は、農林水産省(2017)「地図で見る統計(統計 GIS)『境界データ』」から作成した

(2) 気候

白鷹町は置賜盆地に位置するため、内陸性の気候となり、夏は最高気温が 30℃を超えるが、冬は最低気温が-8℃程度にもなり、寒暖の差が大きい(「白鷹町都市計画マスタープラン」(白鷹町 2020)より)。また、豪雪地帯対策特別措置法において、山形県は県全域が豪雪地帯に指定されており、白鷹町は其中でも特別豪雪地帯に定められている(「豪雪地帯都道府県別市町村数」(国土交通省 2020)より)。ただし、西置賜郡の中では積雪が最も少ない。白鷹町と同じ置賜地方に位置する長井市において、1981 年から 2010 年までのデータによると、平均気温は 10.6℃、年平均降水量は 1,854mm、最深積雪は 108cm、降雪の深さ合計は 778cm となる(図 0-3)。

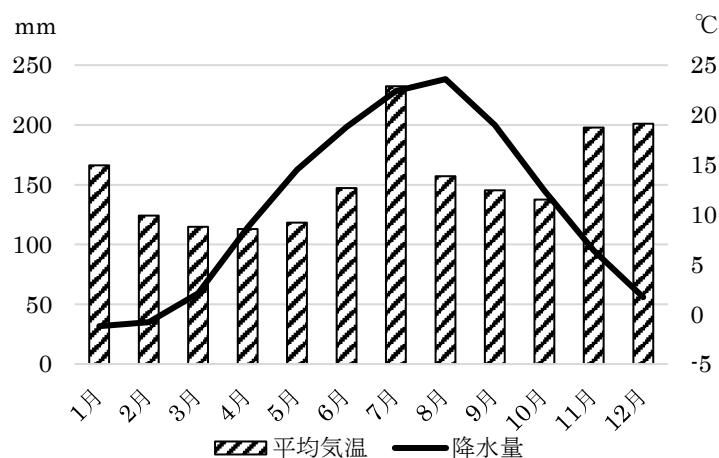


図 0-3 長井市の雨温図

出所) 気象庁「長井市 平年値(年・月ごとの値) 主要要素」(1981 年から 2010 年までの値)より筆者作成

注) 長井市は白鷹町より 10km ほどであり、同じ置賜地域に位置する

(3) 交通

「白鷹町都市計画マスタープラン」(白鷹町 2020)によると白鷹町の幹線道路は、国道 348 号線が県都の山形市と白鷹町とを結び、さらに最上川右岸の国道 287 号線、県道で最上川左岸の長井大江線と長井白鷹線が、日常生活で結びつきが強い長井市と白鷹町とを結ぶ。これらの幹線道路を使えば、県庁所在地の山形市までは約 30km、長井市までは約 10km、米沢市までは約 35km ほどであり、置賜地方内だけでなく山形市を有する村山地方にもアクセスが良い。

長井市と連携する公共交通機関では、第三セクターのフラワー長井線が走っており、白鷹町内には終点の荒砥駅を含めて 4 駅が存在する。この路線を使えば、南陽市の赤湯駅で山形新幹線と乗り換えることができ、東京まで約 3 時間半程度でアクセスすることができる。また、長井市と白鷹町とを結ぶバス路線が一路線、さらに、山形市と白鷹町とを結ぶ路線も存在する。ただ、「白鷹町都市計画マスタープラン」(白鷹町 2020)によると、自家用車主体の交通体系であるため、公共交通機関の利用者は学生が中心であり、少子高齢化の影響で利用者数も低い水準となっており、路線維持のための財政支援などが行われている。

町内の交通網としては、荒砥地区と中山・大瀬地区を結ぶ混乗可能なスクールバスが運行されている他、町内全域で利用可能な、事前予約制のデマンドタクシーが運行されている。

(4) 土地利用

白鷹町の町域面積は 157.11km² であり、その中の農用地が 12%、森林が 65%、宅地が 4%を占めている。山形県全体と比較すると、白鷹町では森林の割合が少なく、農用地や宅地の面積割合については大きな違いがない。また、民有地において田畑の面積を比較すると、白鷹町は田が 17%、畑が 14%、山形県全体では田が 28%、畑が 10%と、白鷹町の方が田の面積割合が低く、畑の面積割合が高いことがわかる(表 0-1、表 0-2)。

表 0-1 白鷹町と山形県全域の利用区分面積

	白鷹町 (ha)	割合 (%)	山形県 (ha)	割合 (%)
農用地	1,919	12	117,881	13
森林	10,181	65	671,639	72
原野	260	2	2,873	0
水面・河川・水路	445	3	25,466	3
宅地	599	4	27,293	3
道路	622	4	29,140	3
その他	1,745	11	58,023	6
合計	15,711	100	932,315	100

出所) 山形県 (2018)「山形県統計年鑑 第 1 章 土地・気象」より筆者作成

表 0-2 白鷹町と山形県全域の民有地面積

	白鷹町 (ha)	割合 (%)	山形県 (ha)	割合 (%)
田	1,503	17	99,603	28
畑	1,233	14	33,365	10
民有地合計	9,090	100	352,441	100

出所) 山形県 (2018)「山形県統計年鑑 第 1 章 土地・気象」より筆者作成

（５）地域づくり

「白鷹町都市計画マスタープラン」（白鷹町 2020）によると、白鷹町には荒砥周辺地区と鮎貝周辺地区の都市計画区域が存在する。これらの都市計画区域は、まちづくり将来像や方針等などの地域別構想を考案する際の中心となり、一体的な中央拠点としてネットワークの強化に努め、町民の暮らしを支え、質を高める地区を目指している。また、都市計画区域外の蚕桑地区、東根地区、鷹山地区については、都市計画区域内と同程度の人口を有しているものの、人口減少により地域コミュニティの活動継続が困難となり、地域資源の継承に支障が生じることや、高齢化により自家用車を使わずに生活が困難となることが懸念される。したがって、これらの地域では、コミュニティセンター周辺の地域拠点を中心として、暮らし続けられる地域づくりを目指している。特に、調査対象としている東根地区では、「東陽の里づくり計画書」が作成され、平成 27 年に設立された地域のコミュニティセンターを中心に、情報発信や人づくりなどが行われている。また、荒砥地区と東根地区の中間付近に位置する町下地区では、「どおりいむ農園構想」を元に、地区住民が一体となってむらづくりが行われている。さらに、「町下地区集落営農実践会議」は農家・非農家が一体となって町下地区が抱える課題に集落ぐるみで取り組み、地域振興と産業振興を合わせ行うことが評価され、令和 2 年度には農林水産大臣賞にも輝いている（「町下地区集落営農実践会議」（農林水産省 2020）より）。加えて、町下地区の「どおりいむ農園直売所」は地区の拠点となっており、白鷹町産の様々な品目の生産物や加工品が陳列され、また、「トマト祭り」や「白鷹鮎まつり」、「秋の大収穫祭」など季節に応じて様々なイベントを開催して大々的に宣伝活動を行い、県内各地からの集客も行っている。

２）観光資源と特産品

（１）観光資源

白鷹町観光協会によると、白鷹町では、「春サクラ、夏はベニバナ、秋はアユ、冬は隠れ蕎麦屋の里」といった言葉があり、季節によって様々な観光をすることができる。

サクラについては、白鷹町各所に山形県指定天然記念物の桜の木が存在し、春には満開の桜の花が楽しめる。樹齢が 500 年を超えるものは、観光協会によって「古典桜」と呼ばれ、2019 年の 4 月には「しらたか古典桜の里 さくらまつり」も開催されている。ベニバナについては後述するが、白鷹町は全国随一の生産量を誇り、紅花摘み体験や、紅花生産の景観を楽しむことができる。アユについては、秋になると最上川をアユが遡上し、ヤナ師が最上川に仕掛けたヤナ場にアユがかかる。白鷹町は最上川の上流であり、アユは長い距離を遡上してくるため体力があり、特にこのアユは「紅葉鮎」と呼ばれ、腹に赤い線が入っており、珍重される。9 月には、白鷹町の「道の駅白鷹ヤナ公園」で、「白鷹鮎まつり」も開催されている。隠れ蕎麦屋の里については、かつてから集落に一軒以上「そば屋」の屋号を持つ家が存在し、特別な時にそばを売っていたが、昭和末から平成にかけて蕎麦屋が開店するようになったことがきっかけである。さらに、それぞれの店では独創的なそばを楽しむことができ、自宅を店としてひっそり開店していることから「隠れ蕎麦屋の里」と呼ばれるようになった。

また、これら以外にも白鷹町には深山和紙や白鷹軸などの伝統工芸品や、各地区で伝承されているお祭り、伝統行事など、様々な文化的資源も維持されている。さらに、白鷹町には、歴史・文化資源を有する寺社・仏閣などの文化財や、鷹野湯温泉や黒鴨温泉、白鷹スカイパークや道の駅ヤナ公園など多様な観光施設や公園も存在しており、加えて和紙体験や陶芸体験、農村体験などもすることができる。

このように、白鷹町では、食から自然環境、文化的資源など、様々な観光資源が存在し、観光客は多種多様な楽しみ方で白鷹町を満喫することができる。

（２）特産品

特産品について、白鷹町で全国的なシェアを誇る「紅花」と「ホップ」に着目して言及する。

「紅花生産・日本一 日本の紅（あか）をつくる町」（白鷹町公式ホームページ）によると、白鷹町は紅花を原料とする紅餅、すり花、乱花の生産量が全国の６割を占め、随一の生産地である。山形県では江戸時代以前から紅花が生産され、紅花は最上川の舟運を利用して全国に流通し、「最上紅花」として有名となった。また、白鷹町観光協会によると、江戸時代には置賜地域の紅花の半数以上が白鷹町で生産されたものであり、置賜地域の紅花の包み紙として、白鷹町の「深山和紙」が使用された。現在では、地域文化や伝統を復活させ、かつてのように咲き誇る姿を見せるため、平成６年に「白鷹紅の花を咲かせる会」が発足し、「白鷹紅花まつり」が開催され、平成１９年からは紅花摘みや紅餅作りを体験でき摘んだ紅花の量に応じてお礼をするという「花摘み猫の手隊」もスタートしている。さらに、白鷹町では平成２７年に「日本の紅（あか）をつくる町」をキャッチフレーズに、紅花だけでなく米沢牛や馬肉、深山焼の炎や最上川のもみじ鮎、ミニトマトなど、様々な紅（あか）色の特産品の魅力を全国に発信する試みが始まり、「日本の紅（あか）をつくる町」、「SHIRATAKA RED」といったロゴマークも作られた（「日本の紅（あか）をつくる町」より）。加えて、最上川流域の紅花生産は地域農業を支え、加工利用による６次産業化が行われる点、多様な生物群や農業、品種の遺伝的多様性が存在し、伝統技術や地域の紅花文化が営まれる点、豊かな景観が見られる点などから、日本農業遺産に認定され、白鷹町もその一部を構成している（農林水産省「歴史と伝統がつなぐ山形の『最上紅花』～日本で唯一、世界でも稀有な紅花生産・染色用加工システム～」より）。

「ホップ（旬の写真～2015年7月10日）」（白鷹町公式ホームページ）によると、ホップはビールに苦味や香りをつけるために用いられ、雌花の毬花が出荷される。白鷹町では、昭和３０年代から作付面積が急増して昭和５０年代にピークとなり、全国有数の生産地となった。ただ、昭和６０年代から作付農家数が減少し、現在の農家は十数戸となった。白鷹町のホップは麒麟に出荷され、「一番搾り」などの原料となる。

３）歴史

白鷹町地域で人類の活動が開始されたのははるか昔であり、最上川付近で出土された遺跡・遺物などから、縄文時代には既に人類が居住を始めていたことが確認されている。その後、白鷹町が位置していた陸奥・出羽における中央政権の勢力拡大によって、中央政権の支配下に置かれ、奈良時代から平安時代にかけて、陸奥国・出羽国共に度々蝦夷の抵抗があり、そのたびに争いがくりかえされた。

鎌倉時代以降は長井氏、伊達氏とその当主が移ろい、蒲生氏の支配を経て、藩政成立期には上杉氏が治めるところとなり、米沢藩の支配下に置かれた。そのような中で、江戸時代の白鷹町地域は、米沢城下と越後を結ぶ米沢街道（越後街道）が整備されたことを背景に宿場町として発展した。この時期には、染料として紅花の栽培が盛んになり、生産者に対して保護政策がとられ、収穫された紅花は米沢から福島と陸送され、幾内や江戸に出荷された。また、この藩政時代において養蚕業も重要産業として栄えるようになった。青苧・楮・漆の栽培が奨励されており、青苧・漆などは重要財源として厳しく取立てられていた時代でありながら、桑畑の収益が田のそれを大きく上回ることを踏まえて、藩という統制機関がありながらも、度々違蚕が行われていた。

白鷹町地域は明治維新後、廃藩置県によって登場した米沢県に含まれ、米沢県は置賜県と名を変えたのち、山形県へと併合された。そして、第二次世界大戦後の１９５４年に、荒砥町、鮎貝村、東根村、白鷹村、十王村、蚕桑村が新設合併して現在の白鷹町が発足し、その一年後、西村山郡朝日町の針生地区を併合して現在に至る（白鷹町史より）。

2. 人口と産業

1) 人口構造

(1) 人口の推移

白鷹町の人口総数は、平成 12 年に 17,149 人であったのが、平成 27 年では 14,110 人となっており、15 年間で 3,000 人ほど減少しているのがわかる。また、世帯数においても、平成 12 年には 4,538 戸、平成 27 年には 4,405 戸と、15 年間で約 130 戸も減少している。5 年ごとのデータをグラフに表すと以下のようになり、白鷹町の人口推移・世帯数推移は減少傾向を示すことがわかる（図 0-4）。

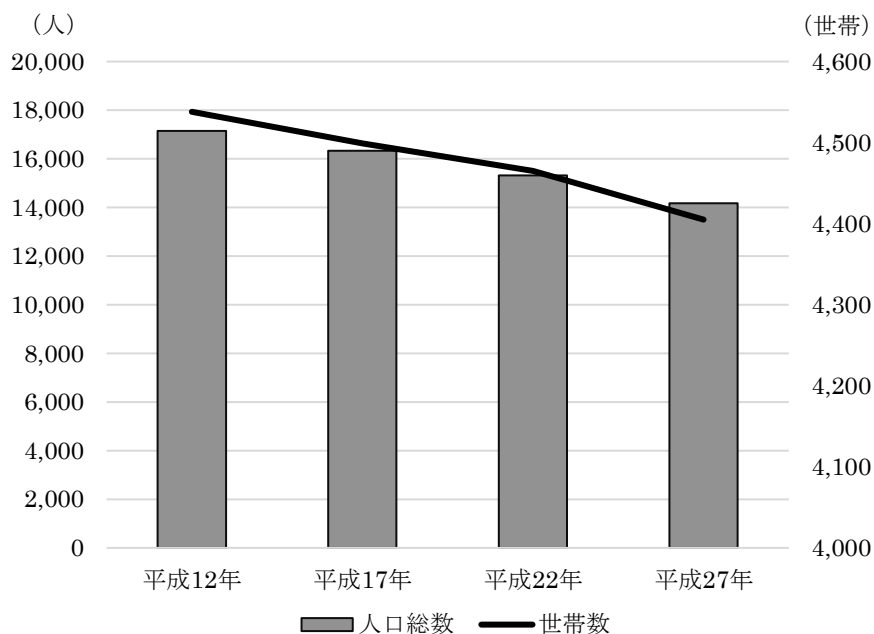


図 0-4 白鷹町の人口推移・世帯数推移

出所) 総務省統計局「平成 12 年、平成 17 年、平成 22 年、平成 27 年度国勢調査」より筆者作成

(2) 年齢別人口構造

表 0-3 は、白鷹町、山形県、全国において、15 歳未満、15～64 歳、65 歳以上に分けて年齢別人口の割合を比較したものである。15 歳未満、15～64 歳の人口割合では共に、白鷹町、山形県、全国の順で値が小さく、逆に 65 歳以上の人口割合では白鷹町、山形県、全国の順で値が大きい。また、平成 27 年の白鷹町における年齢別人口構造をグラフにすると図 0-5 のようになり、白鷹町では 60～64 歳の人口が最も多いことがわかる。さらに、20～24 歳の部分の年齢が、15～19 歳、25～29 歳と比べてかなり少なくなっている。これにより、白鷹町は山形県、全国に比べ、若年層と生産年齢人口の割合が小さく、高齢者層の人口割合が大きく、高齢化が進んでいると言える。

表 0-3 年齢別割合

	白鷹町 (%)	山形県 (%)	全国 (%)
15 歳未満	11.7	12.1	12.6
15～64 歳	53.6	57.1	60.7
65 歳以上	34.6	30.8	26.6

出所) 総務省統計局「平成 27 年度国勢調査」より筆者作成

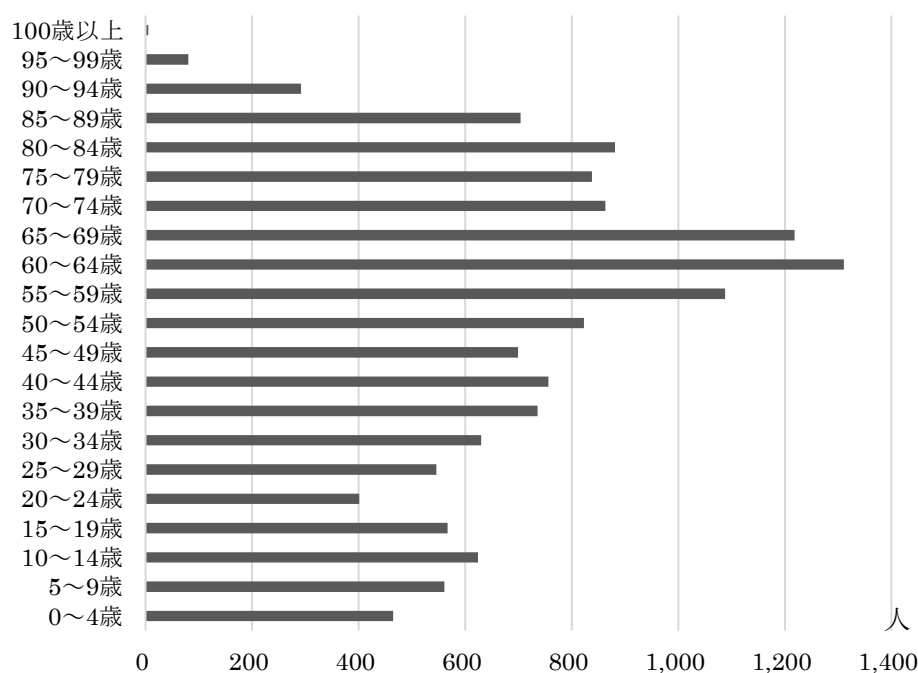


図0-5 白鷹町の年齢別人口構造

出所) 総務省統計局「平成27年度国勢調査」より筆者作成

(3) 産業別人口構造

表0-4は、白鷹町、山形県、全国において、第一次産業、第二次産業、第三次産業の割合を人口総数と男女別で整理したものである。第一次産業においては、白鷹町、山形県共に、全国よりもかなり割合が大きく、人口の1割ほどが従事している。また、男女の差が大きく、特に白鷹町では5%の差がある。第二次産業では、白鷹町、山形県、全国の順で割合が大きい。また、どの地域においても男女の差が顕著で、15%前後の差がある。第三次産業では、白鷹町、山形県、全国の順で割合が小さく、特にどの地域においても女性の割合の方が20%前後大きくなる。以上より、白鷹町は、山形県や全国と比べ、第一次産業、第二次産業の割合が大きく、第三次産業の割合が小さく、男女間での産業構造の違いについては、第一次産業で差が開いているものの、第二次産業、第三次産業では白鷹町、山形県、全国の間で大きな違いは見られない。

表0-4 産業別割合

	第1次産業の割合(%)	第2次産業の割合(%)	第3次産業の割合(%)
白鷹町 (総数)	10.4	38.9	50.8
男	12.4	45.0	42.6
女	7.7	31.0	61.3
山形県 (総数)	9.4	29.1	61.5
男	10.7	36.4	52.9
女	7.8	20.2	72.0
全国 (総数)	4.0	25.0	71.0
男	4.3	32.9	62.8
女	3.5	14.8	81.6

出所) 総務省統計局「平成27年度国勢調査」より筆者作成

2) 白鷹町の農業経営体

この項では、白鷹町における農業経営体について、経営体数や後継者の有無、年齢や面積といった指標を使い、概観する。その際、調査地域である東根地区、白鷹町、山形県のデータを用いて分析する。

(1) 農業経営体数

表0-5には、2015年度における農業経営体数と家族経営体数、組織経営体数を示した。東根地区には2015年度の時点で160戸の農業経営体が存在し、組織経営体は存在せず、全てが家族経営となっている。また、白鷹町全体では608戸の農業経営体と15の組織経営体が存在することから、白鷹町の農業経営体のうち約26%が東根地区に存在し、組織経営体は東根地区以外の地区に存在することがわかる。白鷹町と山形県全体では、家族経営体・組織経営体の割合が似た傾向を示す。

表0-5 農業経営体数

	東根地区	白鷹町	山形県
農業経営体	160	608	33,820
家族経営体	160(100%)	593(97.5%)	32,903(97.3%)
組織経営体	-	15(2.5%)	917(2.7%)

出所) 農林水産省「2015年農林業センサス」より筆者作成

(2) 販売農家の分類

表0-6は、主副業別農家数を整理したものである。主業農家について、東根地区の27.5%は、山形県全体の割合に近く、白鷹町全体よりも高い値となる。準主業農家は、東根地区、白鷹町でかなり近い値をとるが、山形県全体よりもかなり小さくなる。副業的農家は、山形県全体では半分を下回るが、東根地区、白鷹町共に半分以上を越えかなり多くなる。さらに、65歳未満の農業専従者の有無を考慮すると、どの地域でも主業農家は65歳未満の農業専従者が多く、準主業農家は少ないことがわかる。また、東根地区と白鷹町を比較すると、東根地区の方が65歳未満の農業専従者の割合が大きいことがわかる。

次に、表0-7は販売農家において、専業農家、兼業農家を分類したものである。専業農家については、東根地区、白鷹町、山形県の順で割合が大きく、兼業農家については、山形県、白鷹町、東根地区の順で割合が大きい。したがって、東根地区は比較的に専業農家の割合が大きく、兼業農家の割合が小さいことがわかる。加えて、専業農家における男女生産年齢人口を概観すると、白鷹町、山形県では、若干男子生産年齢人口の方が多いものの、男女で大きな差は見られない。しかし、東根地区では、男女で二倍近くの差が開いており、比較的に女子生産年齢人口が少ないことがわかる。また、兼業農家について、第一種兼業農家と第二種兼業農家の数を概観すると、白鷹町と山形県では第二種兼業農家の方が第一種兼業農家よりも三倍程度多くなっているのに対し、東根地区では二倍程度であることから、東根地区では比較的第一種兼業農家の割合が大きいことがわかる。

さらに、販売農家において、後継者の有無を分析すると、表0-8のようになる。同居後継者がいる割合について、山形県、東根地区、白鷹町の順で割合が大きい。したがって、東根地区は白鷹町全体の中では、同居後継者がいる経営体が多いことがわかる。また、同居後継者の性別については、どの地域においても女性の後継者の割合が低く、女性は男性の十から十五分の一ほどの数しかいない。同居後継者がいない割合については、山形県、東根地区、白鷹町の順で割合が小さくなる。その中でも他出農業後継者の有無を概観すると、白鷹町と東根地区については、他出農業後継者がいない戸数がある戸数の約10倍であるが、山形県全体では約5倍となる。これにより、白鷹町では県内平均と比較して、同居後継

者、他出後継者の割合が小さくなることがわかる。

表 0-6 販売農家における主副農家数

	東根地区	白鷹町	山形県
主業農家	44(27.5%)	127(21.4%)	9,077(28.1%)
65 歳未満の農業専従者がいる	40	106	7,751
準主業農家	27(16.9%)	100(16.9%)	8,077(25.0%)
65 歳未満の農業専従者がいる	10	30	3,471
副業的農家	89(55.6%)	366(61.7%)	15,201(47.0%)
計	160	593	32,355

出所) 農林水産省「2015 年農林業センサス」より筆者作成

注 1) 主業農家は農業所得が主で 1 年間に 60 日以上自営農業に従事する 65 歳未満の世帯員がいる農家を指し、準主業農家は農外所得が主となる農家、副業的農家は以上のような世帯員がいない農家を指す(農林水産省「用語の解説」より)。

注 2) 農業専従者とは、調査期日前 1 年間に自営農業に 150 日以上従事した農業従事者を指す(農林水産省「2015 年農林業センサス『利用者のために』」より)。

表 0-7 販売農家における専兼業農家数

	東根地区	白鷹町	山形県
専業農家	50(31.3%)	157(26.5%)	7,891(24.4%)
男子生産年齢人口がいる	20	55	3,768
女子生産年齢人口がいる	11	52	3,140
兼業農家	110(68.8%)	436(73.5%)	24,464(75.6%)
第一種兼業農家	35	97	6,743
第二種兼業農家	75	339	17,721
計	160	593	32,355

出所) 農林水産省「2015 年農林業センサス」より筆者作成

注) 専業農家とは世帯員の中に兼業専従者が一人もいない農家のことを指し、兼業農家は兼業専従者が一人以上いる農家であり、農業所得の方が兼業所得より多ければ第一種兼業農家、兼業所得が多ければ第二種となる(農林水産省より)。

表 0-8 販売農家における後継者の有無

	東根地区	白鷹町	山形県
同居後継者がいる	45(28.1%)	148(25.0%)	11,066(34.2%)
男の同居後継者がいる	42	138	10,110
女の同居後継者がいる	3	10	956
同居後継者がいない	115(71.9%)	445(75.0%)	21,289(65.8%)
他出農業後継者がいる	10	44	3,539
他出農業後継者がいない	105	401	17,750
計	160	593	32,355

出所) 農林水産省「2015 年農林業センサス」より筆者作成

(3) 農業経営における年齢・男女別労働力

表 0-9 は、農業経営者数を年齢・性別で分類したものである。男女別の合計数を比較すると、どの地域においても男性の農業経営者が非常に多く、女性はかなり少ない。女性農業経営者の割合は、東根地区では約 1.3%、白鷹町では約 1.9%、山形県全体では約 4.0%となり、東根地区が最も割合が小さい。また、年齢別人口を概観すると、どの地域においても性別に関わらず 55～74 歳の範囲に人口が集中していることがわかる。ただ、白鷹町と東根地区では、最も男性農業経営者数の多い年齢層は 65～74 歳であり、山形県全体よりも白鷹町では男性農業経営者の年齢が若干高いことがわかる。

表 0-9 年齢・男女別農業経営者数

	東根地区		白鷹町		山形県	
総数	160		593		32,355	
性別	男	女	男	女	男	女
15 ～ 24	1	-	1	-	15	1
25 ～ 34	3	-	5	1	189	9
35 ～ 44	2	-	64	1	901	46
45 ～ 54	16	-	60	1	3,580	135
55 ～ 64	52	1	200	4	11,140	397
65 ～ 74	55	-	201	2	9,784	349
75 ～ 84	25	-	89	1	5,001	256
85 歳以上	4	1	13	1	510	42
男女別合計	158	2	582	11	31,120	1,235

出所) 農林水産省「2015 年農林業センサス」より筆者作成

表 0-10 年齢・男女別農業就業人口

	東根地区		白鷹町		山形県	
性別	男	女	男	女	男	女
15 ～ 24	5	1	15	8	572	370
25 ～ 34	8	4	15	10	1,041	437
35 ～ 44	7	2	16	7	1,371	764
45 ～ 54	11	6	26	20	2,032	1,616
55 ～ 64	37	25	104	90	6,907	6,461
65 ～ 74	53	43	183	138	9,080	7,647
75 ～ 84	35	21	140	86	7,058	6,019
85 歳以上	11	4	32	23	1,329	988
男女別合計	167	106	531	382	29,390	24,302
総数	273		913		53,692	

出所) 農林水産省「2015 年農林業センサス」より筆者作成

表 0-10 は、農業就業人口を年齢・男女別に分類したものである。男女別の合計数を比較すると、どの地域においても男性の方が多くなるが、女性の割合もそれほど低くはなく、女性の割合は、東根地区では約 38.8%、白鷹町では約 41.8%、山形県全体では約 45.3%となる。年齢別人口は、どの地域でも性別を問わず 65～74 歳が最も多くなる。

表 0-9 と表 0-10 とを比較すると、総数ではどの地域でも農業就業人口の方が農業経営者数よりも 1.5～1.7 倍ほど多く、女性の割合を比較すると、農業就業者の方が非常に大きくなる。さらに、年齢別人口を比較すると、農業経営者数では 55～74 歳の範囲に人口が集中していたが、農業就業人口では男女ともに 55～84 歳までの範囲に人口が集中しており、農業就業人口の方が、人口の幅が広がる。

(4) 経営面積規模別農業経営体数

表 0-11 は、経営面積規模別に農業経営体数を集計したものである。すべての地域で、0.5～1.0ha の面積で経営体数が多くなる。また、同様にすべての地域で、0.5～1.0ha をピークに、面積がより大きくなると、経営体数が減少していくという傾向が確認される。

表 0-1 1 経営面積規模別農業経営体数

	東根地区	白鷹町	山形県
計	160	608	33,820
経営耕地無し	-	6	425
0.3ha 未満	-	4	1,188
0.3 ～ 0.5	33	131	3,415
0.5 ～ 1.0	40	176	6,863
1.0 ～ 1.5	22	74	4,746
1.5 ～ 2.0	19	51	3,429
2.0 ～ 3.0	16	60	4,461
3.0 ～ 5.0	13	41	4,347
5.0 ～ 10.0	12	40	3,553
10.0 ～ 20.0	5	16	1,038
20.0ha 以上	-	9	355

出所) 農林水産省「2015 年農林業センサス」より筆者作成

3) 白鷹町の農業

(1) 品目別農業産出額と農業経営体数

表 0-1 2 は、農業産出額と農業経営体数を整理したものである。表より、米を作付する農業経営体がかかなり多く、農業産出額も高いことがわかる。しかし、乳用牛の方が、産出額が米より高くなる。そこで、1 経営体あたりの産出額を平均して算出すると、米は経営体数が多いわりに 1 経営体あたりの平均産出額はそれほど高くないことがわかる。野菜を作付する農業経営体数は米に次いで多く、1 経営体あたりの平均産出額では、米よりも野菜のほうが大きくなることがわかる。果樹を作付する農業経営体数は野菜に次いで三番目に多く、1 経営体あたりの平均産出額は米より大きくなる。花きでは、1 経営体あたりの平均産出額はかなり大きい。肉用牛と乳用牛は共に 31 経営体であるが、乳用牛の方が産出額は大きくなる。ただ、肉用牛でも 1 経営体あたりの平均産出額は乳用牛について大きい。

表 0-1 2 品目別農業産出額と農業経営体数

品目	農業産出額 (千万円)	農業経営体数 (経営体)	1 経営体あたりの平均産出額 (千万円)
米	106	421	0.25
野菜	68	152	0.45
果実	34	81	0.42
花き	68	17	4
肉用牛	22	31	0.71
乳用牛	122	31	3.94

出所) わがマチ・わがムラ「市町村の姿 グラフと統計でみる農林水産業 詳細データ」より筆者作成

(2) 部門別経営体数

表 0-1 3 は、販売金額が 1 位となる部門別に、経営体数を整理したものである。稲作が 1 位となる経営体に着目すると、山形県と白鷹町では全体の経営体数の約 60%弱を占めるのに対し、東根地区では全体の半分以下となる。また、表 0-1 2 によると白鷹町全体で米を作付する経営体数は 421 戸あるのに対し、米の販売金額が 1 位となる経営体は 303 戸であり、差が 100 戸以上開いていることから、白鷹町の稲作農家では、他の作物との複合経営を行うケースが多いことが読み取れる。さらに、野菜部門に着目すると、白鷹町では山形県全体よりも、露地野菜・施設野菜が販売金額 1 位となる経営体の割合が

高く、特に東根地区では施設野菜の割合がかなり高くなっている。加えて、果樹部門に着目すると、山形県全体に比べ、白鷹町や東根地区は、販売金額が一位となる経営体の割合がかなり少ない。また、畜産では、山形県全体よりも白鷹町や東根地区は販売金額が1位となる経営体の割合が大きい。豆類などが含まれるその他の作物の割合が白鷹町、とりわけ東根地区で高いことも特徴である。

表0-13 販売金額1位の部門別経営体数

	東根地区（経営体数）	白鷹町（経営体数）	山形県（経営体数）
全体	146	517	31,545
稲作	66(45.2%)	303(58.6%)	18,780(59.5%)
露地野菜	20(13.7%)	57(11.0%)	2,283(7.2%)
施設野菜	12(8.2%)	15(2.9%)	851(2.7%)
果樹類	10(6.8%)	50(9.7%)	7,727(24.5%)
花き・花木	2(1.4%)	4(0.8%)	416(1.3%)
その他の作物	23(15.8%)	27(5.2%)	316(1.0%)
酪農	9(6.2%)	26(5.0%)	231(0.7%)
肉用牛	3(2.1%)	10(6.2%)	370(1.2%)

出所) 農林水産省「2015年農林業センサス」より筆者作成

注) 東根地区ではその他の作物の割合が15.8%と高いが、作付面積をみると大豆等の豆類やそばの作付面積が大きい。ど
りいむ農園直売所出荷者の販売品目では、それ以外に林産物に含まれる山菜類の販売も行われている。

(3) 品目別経営体数と作付面積

この項目では、山形県と白鷹町で販売金額1位の経営体数割合が大きく異なる野菜と果樹に着目する。

表0-14は、野菜の経営体数と作付面積について、10戸以上で作付される作物を整理したものである。経営体数が多いのは、なす、だいこん、はくさい、きゅうり、キャベツ、ねぎ、トマト、さといもであり、様々な作物が栽培され、その中でもトマトが4haと一番広く栽培されている。

表0-14 野菜の品目別経営体数と作付面積

	農業経営体数 (経営体)	作付面積 (ha)
なす	58	X
だいこん	56	2
はくさい	55	2
きゅうり	48	2
キャベツ	46	X
ねぎ	40	2
トマト	36	4
さといも	34	2
ほうれんそう	27	2
ブロッコリー	19	X
にんじん	15	1
ピーマン	13	0
すいか	11	2

出所) わがマチ・わがムラ「市町村の姿 グラフと統計でみる農林水産業 詳細データ」より筆者作成

注) 作付面積のXは、個人又は法人その他の団体に関する秘密を保護するため、統計数値を公表しないとされる（「利用上の注意」より）

表 0-15 果樹の品目別経営体数と作付面積

	農業経営体数 (経営体)	作付面積 (ha)
りんご	44	26
西洋なし	23	4
おうとう	22	5
すもも	16	1
うめ	12	1
もも	11	3
ぶどう	10	4
その他の果樹	10	X

出所) わがマチ・わがムラ「市町村の姿 グラフと統計でみる農林水産業 詳細データ」より筆者作成

表 0-15 は、果樹の経営体数と作付面積について、10 戸以上で作付される作物を整理したものである。経営体数はりんご、西洋なし、おうとうの順で多く、面積ではりんごが一番広く栽培される。山形県全体では、12,084 経営体のうち、おうとうが 8,379 経営体で約 70%を占め、りんごは 4,107 経営体と約 34%である一方、白鷹町ではりんごを栽培する経営体が果樹全体の約 54%を占めている。

4. 実習の概要

1) 実習の経緯

今年度は、新型コロナウイルスの流行を受け、例年通り現地に赴いての実習を行うことが困難であったため、配布用の調査票と、zoom などを用いたオンライン上での聞き取りによって実習を行なった。

まず、2020 年 4 月に参加学生 10 人がそれぞれ担当するテーマを設定し、自身の担当するテーマについて先行研究を収集し、また農林業センサスなどを活用して関連する統計データを調査した。それらを踏まえ、5 月から 7 月に、過去の報告書を参考に、農家や自治体、JA などの関係機関へ送付する質問票を作成した。

質問票については、共通編と個別編の 2 種類を作成した。共通編については、全ての調査先に伺う内容であることを意識し、土地・労働・資本や作付け内容といった、経営の形態に依らない基礎的な内容を中心に質問票を作成した。個別編については、学生が自身のテーマについて分析をするために必要な、稲作、野菜、果樹、畜産等の特定の経営に関する内容や、自治体、JA、土地改良区、コミュニティセンターなど特定の機関や団体に関する内容を調査した。

調査票完成後、調査票の配布・回収においては、山形県置賜農村計画課より全面的な協力を得た。2020 年 7 月に調査票を東大より山形県置賜農村計画課に送付した。山形県置賜農村計画課は各農家、関係主体への送付及び回収を実施し、回収された調査票を東大へ送付した。

その後、8 月から 12 月にかけて、学生が自身のテーマに関連する箇所を中心にデータを整理し、分析と報告書の執筆を行なった。分析と報告の執筆段階において、不足する内容について、zoom や電話、メールなどを用いて追加的な調査を行った。

2) 調査回答者の概要

調査回答者の概要については、以下の表 0-16 の通りである。各農家や団体に合計 200 件以上の調査票を送付し、回収できたものに関して分析を行った。また、前述の通り、zoom などを用いて web 上でも調査を行っており、その概要は以下の表 0-17 の通りである。

表0-16 調査回答者の概要について

分 野	配 布 先	配布数	回収数
① 稲作	稲作農家	10	7
	酪農家	10	3
	土里夢ファーム	2	2
② 果樹	果樹生産者	10	3
③ 畜産	肥育農家	5	2
	山形県庁畜産振興課	1	1
④ ホップ	ホップ生産者	10	5
	ホップ農協	1	1
⑤ どりいむ農園	管理運営担当者	1	1
	会員	90	55
⑥ 園芸作物	トマト生産者	20	5
	J A山形おきたま	1	1
	白鷹町農林課	1	1
	どりいむ農園	1	1
⑦ 資源管理・土地利用	土地改良区	1	1
	資源管理組織	4	3
	白鷹町農林課	1	1
⑧ 新規参入者・後継者	新規参入者	10	5
	後継者＋後継者の親	10	5
	白鷹町農林課	1	1
	就農支援者	1	1
⑨ コミュニティ活動	地域活動の代表	23	23
	東陽の里づくり協議会	1	1
	白鷹町企画政策課	1	1
	置賜総合支庁農村計画課	1	1

表0-17 リモート対応の概要について

取材日	取材対応者	取材形式	取材者 (学生)
8月12日	ホップ農協	Zoom	萩原千陽
9月8日	土地改良区	Zoom	餌取拓未
	白鷹町農林課		
9月15日	土里夢ファーム	Zoom	栗本拓弥
9月18日	地域活動の代表 東陽の里づくり協議会 白鷹町企画政策課 置賜総合支庁農村計画課	Zoom	川瀬翔子
	白鷹町農林課 就農支援者	Zoom	尾澤颯
9月23日	県庁畜産振興課	Zoom	藤島卓朗
9月24日	どりいむ農園	Zoom	高田瑛仁 中村紘也 山際勘太
	白鷹町農林課	Zoom	高田瑛仁
10月16日	新規参入者・後継者	Zoom	尾澤颯
10月23日	後継者＋後継者の親	Zoom	尾澤颯
10月28日	白鷹町農林課 JA山形おきたま 西置賜農業技術普及課	Zoom	村瀬智香
10月30日	新規参入者	Zoom	尾澤颯
11月10日	JA山形おきたま	電話	藤島卓朗
11月20日	東陽の里づくり協議会	電話	川瀬翔子
11月27日	どりいむ農園	Zoom	中村紘也 山際勘太
	白鷹町農林課	Zoom	藤島卓朗
	西置賜農業技術普及課	電話	村瀬智香
	大規模園芸農家	Zoom	高田瑛仁

引用文献

- 1) 国土交通省 (2020) : 「豪雪地帯都道府県別市町村数」
<https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/chisei/content/001344952.pdf> (2021 年 2 月 7 日閲覧)
- 2) 白鷹町 : 「白鷹町史『第一章 白鷹町の自然』, 『第二章 原始時代』, 『第四章 中世』, 『第五章 近世』, 『第七章 現在』」 <http://www.town.shirataka.lg.jp/1250.html> (2021 年 2 月 7 日閲覧)
- 3) 白鷹町 (2020) : 「白鷹町都市計画マスタープラン」
<http://www.town.shirataka.lg.jp/secure/5875/白鷹町都市計画マスタープラン.pdf>
(2021 年 2 月 7 日閲覧)
- 4) 白鷹町 : 「紅花生産・日本一 日本の紅 (あか) をつくる町」
<http://www.town.shirataka.lg.jp/2146.html> (2021 年 1 月 6 日閲覧)
- 5) 白鷹町 : 「ホップ (旬の写真~2015 年 7 月 10 日)」 <http://www.town.shirataka.lg.jp/item/4193.html>
(2021 年 1 月 6 日閲覧)
- 6) 白鷹町観光協会オフィシャルサイト : 「いまっと しらたか」 <https://kanko-shirataka.jp/>
(2021 年 1 月 6 日閲覧)
- 7) 農林水産省 (2020) : 「町下地区集落営農実践会議」
https://www.maff.go.jp/j/nousin/noukei/binosato/b_maturi/attach/pdf/n_daizin_2020-11.pdf
(2021 年 2 月 5 日閲覧)
- 8) 農林水産省 : 「歴史と伝統がつなぐ山形の『最上紅花』 ~日本で唯一, 世界でも稀有な紅花生産・染色用加工システム~」 https://www.maff.go.jp/j/nousin/kantai/attach/pdf/giahs_3_171-2.pdf
(2021 年 1 月 6 日閲覧)
- 9) 農林水産省 : 「用語の解説」 https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h23/pdf/z_1_yogo.pdf
(2020 年 2 月 6 日アクセス)
- 10) 農林水産省 (2017) : 「2015 年農林業センサス確報第 1 巻 都道府県別統計書 06 山形県『利用者のために』」
- 11) 農林水産省 : 「農林業センサスの概要『利用上の注意』」
<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/noucen/gaiyou/> (2020 年 2 月 6 日閲覧)
- 12) 農林業センサス : 「わがマチ・わがムラ『市町村の姿 グラフと統計でみる農林水産業 詳細データ』」 <http://www.machimura.maff.go.jp/machi/contents/06/402/details.html>
(2020 年 2 月 8 日閲覧)

第1章 白鷹町の稲作経営と農地保全

栗本拓弥

1. はじめに

1) 調査の目的

米は日本人が主食とするところであるが、図1-1のように主食用米の需要と米価が近年は減少傾向にある。また現在、日本の農業は高齢化や後継者不足が深刻である。農業就業人口のうち65歳以上の割合は6割を占め、後継者がいる農業経営体は3割に留まる^{注1)}。農業経営を断念する経営体も増加傾向にあり、2000年には全国で310万戸あった農業経営体は2015年には140万戸と半数以下に減少し、全国で計34.3万haだった耕作放棄地は2015年には42.3万haにまで増加した^{注2)}。

農地は、作物を作る以外にも国土の保全や水源の涵養等の多面的機能を持つが、耕作放棄が起こると、こうした多面的機能が失われるのに加え、病虫害・鳥獣被害の発生原因にもなってしまうことも指摘されている^{注3)}。農地をできる限り活用し、保全していくことが求められる。

今回の調査地である白鷹町は、平成元年に集落営農モデル地域の指定を受けたこともあり、集落ぐるみの農業実践に向けて集落営農実践会議を設立した。これに伴い集落営農実践会議は、個別完結型農業から脱却し、地域完結型農業を目指した集落ビジョン（どおりいむ農園構想）を作成し、ビジョン実現に向けて活動している^{注4)}。「どおりいむ農園構想」には平成元年から白鷹町は、①農地集積と効率的な水田農業②転作の団地化③農作業受委託などの課題を抱えており、その解決に向けて取り組んでいる旨が書かれている。

そこで本章では、白鷹町の稲作経営がそれらの課題を解決することが出来たのかを明らかにするとともに、今後も持続可能な稲作経営を続けていけるかについて検証することを1つめの課題とする。2つめの課題として稲作経営と酪農経営の関わりについて検討する。現在日本全国において、水田を飼料生産の場として用いる取り組みが政府によって推し進められており、その例としては水田活用の直接支払交付金が挙げられる。これは農業の多面的機能の維持強化などを図るために、水田を活用して飼料作物などを生産すると、その面積に応じて交付金が支払われるものである^{注5)}。白鷹町においては酪農経営が盛んに行われており、酪農経営が水田で飼料を生産する取り組みも存在する。そこでここでは酪農経営が水田を引き受ける取り組みの実態を明らかにするとともに、将来にわたって酪農経営が水田の引き受け手になりうるかについて検証することを2つめの課題とする。

以上の課題を検証するために2節では、農地集積、複合経営、臨時雇用、農作業受委託について白鷹町の稲作経営への調査票をもとに考察する。3節では共同育苗の取組について、地域の共同育苗組織への聞き取り調査をもとに考察する。4節では酪農経営による水田利用の可能性について、酪農経営への調査票をもとに考察する。最後に5節では今回の調査結果を踏まえて、今後の白鷹町の水田保全について考察する。

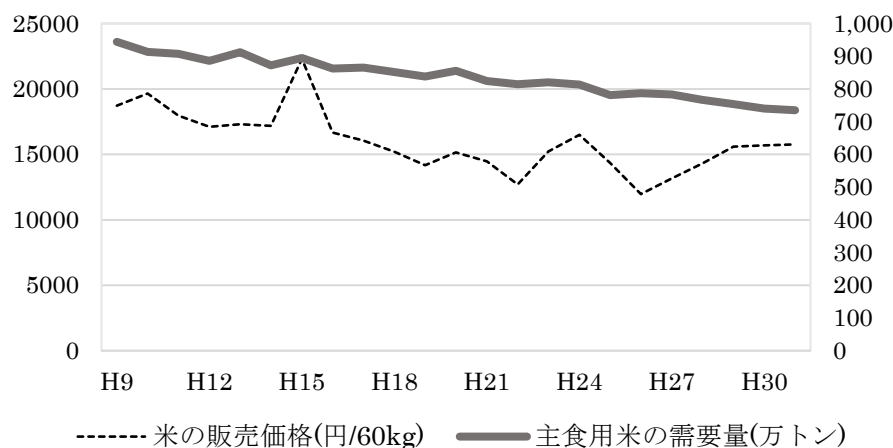


図 1-1 米販売価格と年間需要量の推移

出所) 農林水産省「米穀の需給及び価格の安定に関する基本指針」、米穀安定供給確保支援機構「米の価格関連情報」より筆者作成

2) 調査対象稲作経営の概要

白鷹町の稲作経営について考察していくうえで、その現状について把握することを試みる。今回の調査では 19 戸の稲作経営から回答を得ることができ、うち 7 戸には個別の調査を行った。今回の調査対象稲作経営の水田面積別の経営体数と、白鷹町全体における農地面積別農業経営体数は図 1-2 のようになった。2015 年農林業センサスによると、白鷹町における稲作 1 経営体あたり平均作付面積は 1.7ha であることから、今回の調査対象稲作経営は、比較的大規模な経営を行っているところが多い。

また経営の高齢化が進んでいることが、図 1-3 から見てとれる。調査対象稲作経営の平均年齢は 58 歳で、白鷹町全体の農業経営者の平均年齢は 65 歳である。今回の調査で後継者がいないと回答した経営は 53% (15 戸中 8 戸) であり、調査対象稲作経営のような大規模稲作経営でも半数以上に後継者がいない。以上から、白鷹町では高齢化により稲作に関わる労働力の弱体化が進む中で、次の世代に稲作が問題なく引き継がれていくことは見込みにくい状況にあると考えられる。また稲作経営の採算性についての質問には、「稲作だけで生計を立てられる」と回答した稲作経営は 6 戸中 2 戸のみで、残りの 4 戸は「黒字だが稲作だけでは生計を立てられない」または「黒字でも赤字でもない」と回答しており、稲作の採算性はあまり良くない。

1 節の内容をまとめると、白鷹町の稲作経営は後継者不足や高齢化などによる人手不足の問題や採算性悪化といった問題を抱えているということになる。次の小節では、これらの課題にどう白鷹町の稲作経営が対応してきたかについて、「どおりいむ農園構想」を参考にしつつ考察する。

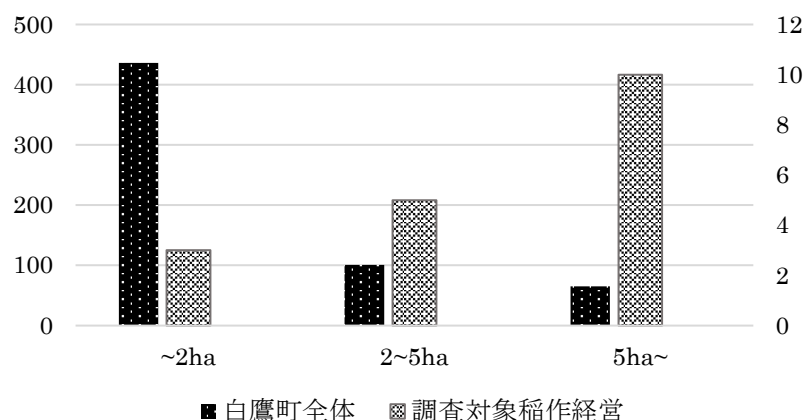


図 1-2 作付面積別農業経営体数

出所) 共通質問票，2015 年農林業センサスより筆者作成

注) 共通質問表の有効回答数は，18。

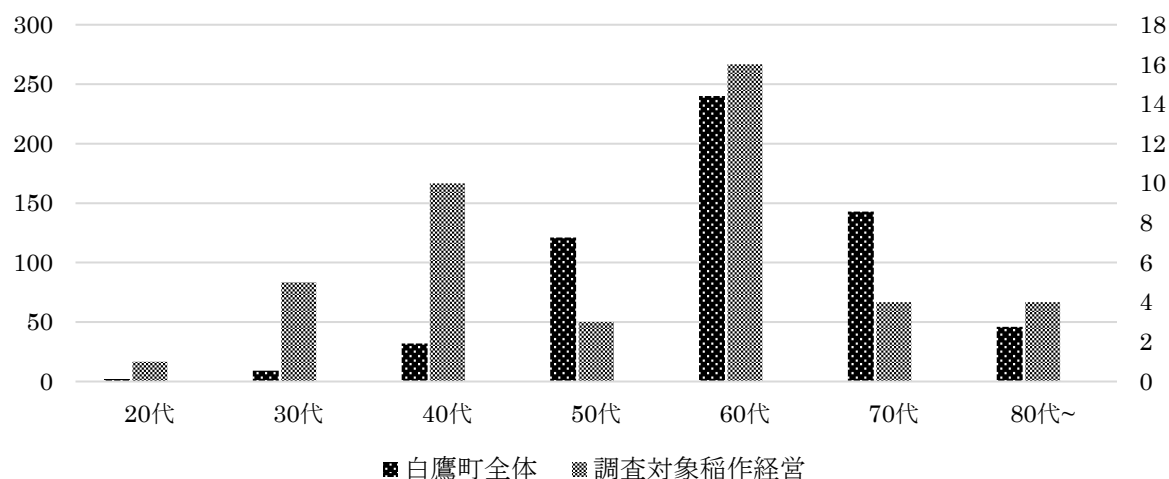


図 1-3 稲作従事者年齢分布

出所) 共通質問票，2015 年農林業センサスより筆者作成

注 1) 共通質問表の有効回答数は，19。

2) 共通質問表の選択肢は複数選択可とした。

2. 農地集積と経営の複合化

「どおりむ農園構想」には平成元年から白鷹町は，①農地集積と効率的な水田農業②転作の団地化③施設園芸の拡大④農作業受委託の振興といった課題を抱えており，その解決に向けて活動してきた旨が書かれている。本節では，農地集積，転作，経営の複合化，農作業受委託に注目する。作業受委託には労働力不足を補うという目的が考えられるため，今回は同じく労働力不足を補うための取り組みである臨時雇用の実態についても合わせて検討した。

1) 農地集積

白鷹町全体の水稲作付面積についてみると，2005 年農林業センサスでは 748 の稲作経営が計 946ha

の水田に作付けを行っており、1経営あたりの平均作付面積は1.3haとなる。一方2015年の農林業センサスでは421の稲作経営が計716haの水田に作付けを行っており、総経営数・作付面積は共に2005年から減少しているが、1経営体あたりの平均作付面積は1.7haに増加している。この結果から稲作経営が減少する流れの中で、水田が一部の稲作経営に集められて経営が大規模化している構図があると分析できる。

調査対象稲作経営の2010年と2019年の水田面積を比較すると（図1-4）、水田面積が増えた稲作経営が52%存在する。今回の調査対象稲作経営の多くは、上述した通り白鷹町の稲作経営の中において大規模の部類に入るため、大規模稲作経営に農地が集積されて経営が大規模化する傾向にある。

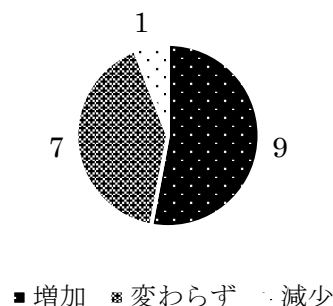


図1-4 2010年と比べた2019年水田面積

出所) 共通質問票より筆者作成

注) 有効回答数は、17。

2) 複合経営

今回の調査対象稲作経営を見ると、73%の稲作経営が米以外にも園芸作物を栽培していた（図1-5）。また2015年農林業センサスを見てみても、白鷹町で複合経営を行っている稲作経営の割合は37%であるのに対し、全国で見た場合の複合経営を行っている稲作経営の割合は32%であり、白鷹町全体として稲作と園芸等を組み合わせた複合経営が盛んな傾向にある^{注6)注7)}。白鷹町においては栽培作物の複合化が、稲作経営の安定に寄与していると考察できる。

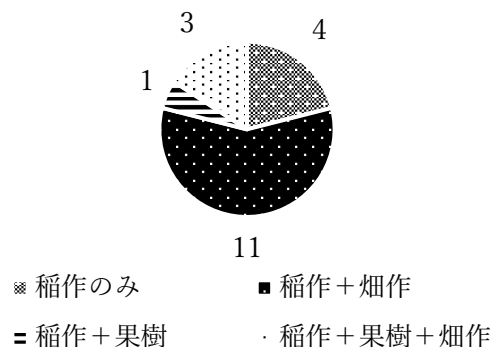


図1-5 複合経営状況

出所) 共通質問票より筆者作成

注) 有効回答数は、17。

稲作経営の安定化に向けた取り組みとして、米に畑作物を組み合わせる多品目栽培を行うことに加え、主食用以外の米も栽培するということが挙げられる。図1-6から今回の調査対象稲作経営は主食用米に加えて非主食用米や種子米など多品目栽培を行っている経営が53%ある。山形おきたま「営農技術情報」によると、米は品種によって収穫時期が異なり^{注8)}、多品目栽培を行うことで収穫時期をずらして労働力を分散させることが可能になると考えられる。

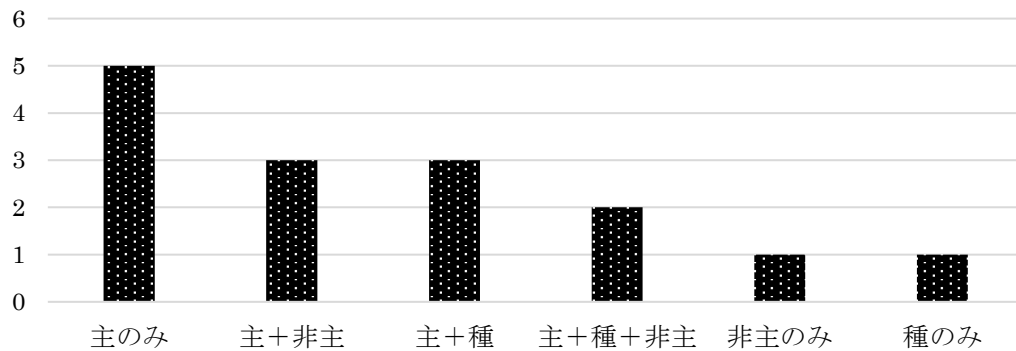


図1-6 栽培している米の種類

出所) 共通質問票より筆者作成

注1) 有効回答数は、15。

2) 図中の「主」とは主食用米を、「非主」とは非主食用米を、「種」とは種子米をそれぞれ表す。

3) 臨時雇用・作業受委託

まず今回調査した稲作経営の臨時雇用状況は図1-7のようになった。前述の通り今回の調査対象経営の多くは大規模経営に位置するため、労働力がより必要になっている可能性はあるが、図1-7からは主に育苗・田植えで臨時雇用が行われていると判断できる^{注9)}。芦田(2009)において「稲作の機械化進展により作業を少人数で行えるようになっても、育苗・田植えの一部工程では依然として手作業が必要」という旨が指摘されているが、調査対象稲作経営でも、育苗や田植えの作業時には臨時労働力が必要であることが推察される。

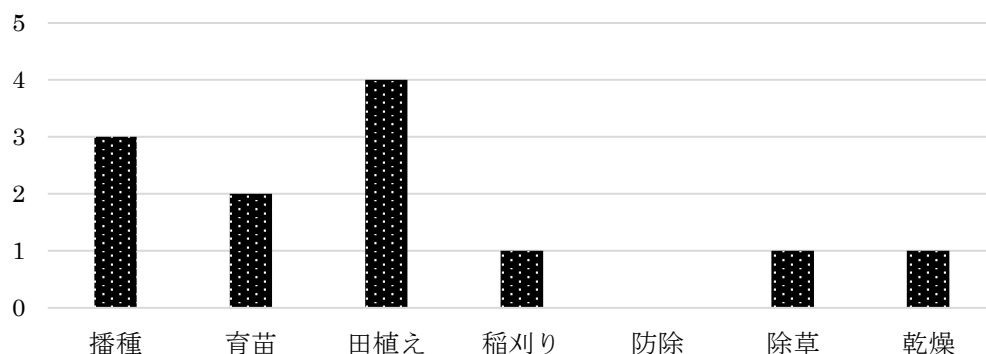


図1-7 臨時雇用を行っている作業

出所) 共通質問票より筆者作成

注1) 有効回答数は、16。

2) 選択肢は複数選択可とした。

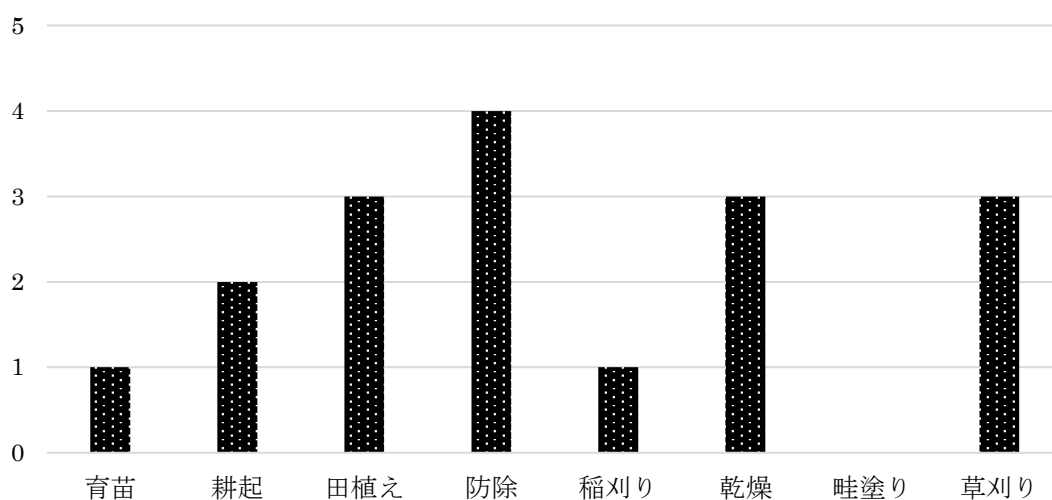


図 1-8 作業委託している作業

出所) 共通質問票より筆者作成

注 1) 有効回答数は、17。

2) 選択肢は複数選択可とした。

表 1-1 作業委託している作業

経営	水田面積	委託した作業(a)							共同または 臨時雇用で行った作業
		育苗	耕起	田植	稲刈	乾燥	防除	草刈	
A	680a	—	—	—	—	600	—	—	—
B	1000a	—	—	—	—	—	1000	—	播種 (雇用)
C	413a	—	7	7	—	—	—	41	—
D	900a	20	—	20	—	30	—	—	—
E	1300a	—	—	—	—	—	1000	—	—
F	1200a	—	—	—	—	60	1200	1200	育苗・田植え (雇用) 防除・稲刈・乾燥 (共同)
G	340a	—	—	—	—	—	—	300	—
H	260a	—	250	250	—	—	250	250	—

出所) 共通質問票より筆者作成

農作業委託状況に関して、図 1-8 のように委託は主に田植え・防除・草刈りで行われており、田植えを除いては臨時雇用と同じような傾向は見られなかった。作業委託を行っている稲作経営の経営状況を表した表 1-1 からは、耕作地の一部だけを委託している稲作経営があることが読み取れる。また一部作業については共同作業と委託を共に行っている稲作経営もあり、委託と共同作業が使い分けられている。

3. 土里夢ファーム

「どおりいむ農園構想」では、先ほどの農作業受委託に関連して、稲作部門の課題として共同育苗を地域で進めていくことが取り上げられている。白鷹町には担い手農家複数戸で集まって、大規模に育苗を作業受託する組織が 2 つあり、そのうちのひとつに「土里夢ファーム」が挙げられる。「土里夢ファーム

ム」の活動は、白鷹町における労働力不足を補うひとつの特徴的な活動である。続いては土里夢ファームについて、土里夢ファームへの聞き取り調査結果も踏まえながら分析する。

1) 土里夢ファームの概要と成り立ち

土里夢ファームは9名の農家が集まって作られた、大規模育苗受託協業組織である^{注10)}。80坪ほどの農地を借り、そこに9棟のビニールハウスを建設して稲作の育苗を行っている。播種で用いる機械は当初は各農家が持ち寄ったものを使用していたが、現在は土里夢ファームの経費で購入したより高性能な機械を利用している。

「どおりむ農園構想」からは、園芸の春作業と競合する育苗の負担を軽減するために、基盤整備事業が終了した平成16年度に担い手農家の話し合いによって土里夢ファームが誕生したことが読み取れる。調査対象稲作経営の農事暦からも、複合経営を行っている経営は春に稲作以外の農作業がある場合が多いことから、春の労働力不足が白鷹町におけるひとつの課題であることが推察される。実際、土里夢ファームへの聞き取り調査では当時は育苗の負担が大変であり、同じ課題を持つ農家が自然と集まって、地域の稲作経営の育苗を担う土里夢ファームを立ち上げたとのことであった。この土里夢ファームの立ち上げに関わったメンバーは、自身の農地で用いる分の育苗を、土里夢ファームに委託する形で行っている^{注11)}。

2) 土里夢ファームの活動内容

土里夢ファームの年間活動スケジュールは、聞き取り調査の結果図1-9のようにになっていることがわかった。

1年間の流れを説明する。3月上旬までに前年度委託者に連絡して今年度委託量を確認し、また新規委託者から注文を受け付けて、全体の受託量を決定する。4月初めからは出芽作業を始め、4月20日から種まきを行う。その後5月15日まで水やりを行い、5月いっぱいまでに苗を全て出荷し、6月上旬に片付けを行う。6月中旬から11月までは会員のうち、トマト栽培をしている2名にハウスを有料で貸し出す。

出芽作業の際は会員だけでは労働力が足りないため、近くの農業経営を臨時に雇って作業をしているとのことであった。この臨時雇用者は基本的には毎年参加者がほぼ固定されているため、特に外部に向けて募集を行い、新たな参加者を募るといったことはしていない。会員は全員が育苗の箱数決定や臨時雇用者のまとめ役といった様々な仕事でリーダーになっており、各リーダーの指示に従い、共同で作業を行うという。会員は土里夢ファーム会長を除いて特に給料や報酬は受け取っていない。

続けて土里夢ファームへの育苗の注文状況から、受託状況について分析を行う。まず土里夢ファームへの委託者数と委託量については図1-10、表1-2のように推移している。

図1-10から年によってばらつきはあるものの、土里夢ファームは面積に換算すると50ha前後の育苗を担っており、委託者は合計80名程度いることがわかる。また平成25年度から令和2年度まで委託量・委託者数ともに横ばいで推移している。



図1-9 土里夢ファームの年間活動スケジュール

出所) 聞き取り調査より筆者作成

表1-2から、委託量を会員が土里夢ファームに委託したものと、会員以外が委託をしたものに分けると、約7割が会員が委託したものとなり、会員が主な顧客となっている。会員の委託量は1経営あたり平均5~6haと大規模である一方、会員以外の委託量は平均すると一人当たり20a程度と小規模である。また、委託者の大半は毎年土里夢ファームに委託をしている稲作経営であるが、自経営で行っていた育苗でトラブルがあった際に土里夢ファームに委託する経営が毎年5名前後いる。そのため、土里夢ファームでは毎年急な委託注文を予想して、多めに育苗を行っているとのことであった。

他の受託組織との関係については、白鷹町には土里夢ファーム以外にも2019年までは2件、2020年からは1件の大規模育苗受託組織があるが、その組織とは競合しないように棲み分けられているとのことであった。

今後の運営の課題としては「コストカットを推し進める」、「臨時雇用の際に若い人を確保する」、「ビニルハウスの修繕費を確保する」などがあるとのことだが、特に早急に取り組まないと経営の危機に陥るというわけでは無いとのことであった。

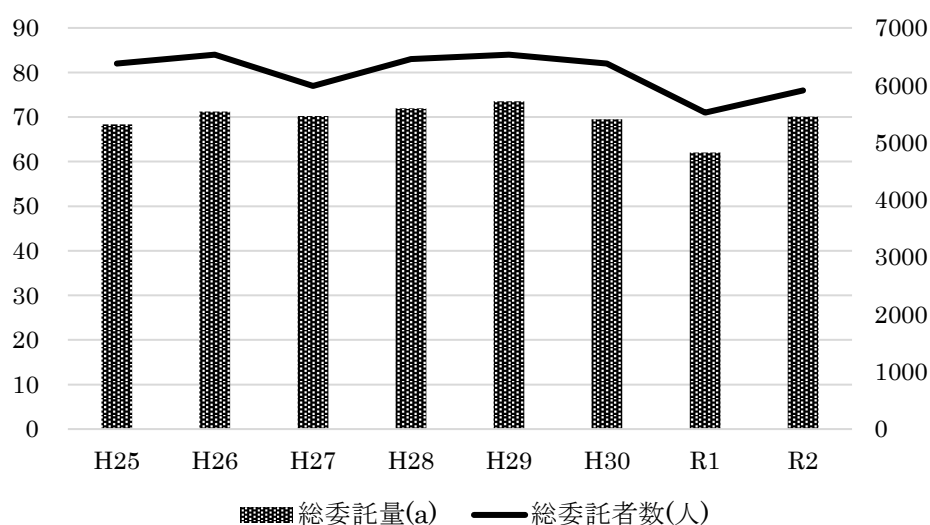


図1-10 土里夢ファームへの委託者数と委託量の推移

出所) 土里夢ファーム提供データより筆者作成

表 1-2 土里夢ファームへの委託者数と委託量の推移

	総委託 量(a)	会員委 託 量 (a)	会員外 委託量 (a)	総委託 者 数 (人)	会 員 委 託 者 数 (人)	会 員 外 委 託 者 数(人)	会員一人 あたり委 託量(a)	会 員 外 一 人あたり 委託量(a)
H25	5,316	3,551	1,766	82	7	75	507	24
H26	5,542	3,635	1,907	84	7	77	519	25
H27	5,460	3,771	1,689	77	7	70	539	24
H28	5,599	3,839	1,760	83	7	76	548	23
H29	5,718	3,911	1,808	84	7	77	559	23
H30	5,407	3,608	1,799	82	6	76	601	24
R1	4,828	3,379	1,449	71	6	65	563	22
R2	5,451	3,815	1,636	76	6	70	636	23

出所) 土里夢ファーム提供データより筆者作成

注) 表中の「H」は平成, 「R」は令和をそれぞれ表す。

3) 土里夢ファームの地域における役割

土里夢ファームの地域における役割を考える。まず、役割としては小規模稲作経営の育苗負担を軽減していることが挙げられる。個人で育苗をする場合にはハウスや育苗に必要な機械を購入する必要がある、非常に費用がかかる。実際会員への質問票でも、土里夢ファームを設立した理由は、育苗は個人だと経費がかかるからとの回答を得た。大規模稲作経営であればこれらの設備投資に見合った収入を得ることができるものの、小規模稲作経営にとっては収入に対して投資過剰となってしまうため、土里夢ファームのような育苗受託組織に委託をした方が育苗費用を安く抑えることができる。また「どおりむ農園構想」に記述されているように、白鷹町では複合経営が盛んなため稲作と畑作で春作業の時期が被ることで労働力不足に陥りやすく、労働力不足を補うための一つの手段として共同育苗が行われていることも考えられる。

もう1点の役割として、育苗でトラブルがあった農業経営の受け皿にもなっているということが挙げられる。先ほども述べたように、土里夢ファームは育苗でトラブルがあった農業経営が注文してきた場合に備えて、注文数よりも多めに育苗を行なっている。通常であれば育苗でトラブルがあればその分の収益が得られなくなってしまうが、土里夢ファームがあることによってその損失がなくなるため、土里夢ファームは地域の稲作経営の収益向上に貢献しているといえる。

4. 酪農経営による水田利用

本章では、酪農経営が水田を引き受ける取り組みを調査することを2つめの課題として設定した。本節では、酪農経営による水田の引き受けの現状と、今後について考察する。

今回の調査では、3戸の酪農経営から回答を得ることができた。調査対象酪農経営の概況は表1-3の通りである。今回の調査対象酪農経営3戸のうち2戸が水田を利用して飼料生産を行なっており、J経営体は水田で飼料を生産するにあたり経営所得安定対策交付金^{注1 2)}を受け取っていた。

表 1-3 調査対象酪農経営の概況

経営	水田面積 (米生産)	水田面積 (飼料生産)	畑面積	牧草地 面積	2019 年度牛 保有頭数	後継者
I	—	—	—	143a	成牛 43 頭 育成牛 17 頭	不明
J	5a	235a	70a	40a	成牛 45 頭 育成牛 15 頭	有り
K	—	61a	—	400a	成牛 60 頭 育成牛 40 頭	有り

出所) 個別質問票, 共通質問票より筆者作成

1) 水田利用のメリット

今回調査した酪農経営の飼料生産の実態を表したのが表 1-4 である。栽培している飼料の種類としては牧草とデントコーンの 2 種類が挙げられていた。水田を借りた理由についての質問には 1 戸から飼料自給のためであるとの回答を得ることができた。飼料自給のメリットについての質問には 2 戸から回答を得ることができ、2 戸とも堆肥散布場所の確保と飼料費削減を挙げていた。今回調査した酪農経営では粗飼料自給率がそれぞれ 50%, 65%, 0% という結果になり、一戸を除けばある程度粗飼料に関しては自給を行なっている。

ここから、酪農経営にとって水田を利用することには、飼料を自給して飼料費を安く抑えることができるのと、堆肥の散布場所を確保できるというメリットがあるといえる。稲作経営からは、今回の調査では水田を酪農経営に貸すまたは売却する理由についての回答を得ることはできなかったが、耕作ができない水田を酪農経営に利用してもらうことで、所有田を有効活用できるメリットがあると推測できる。

表 1-4 飼料生産状況

農家	作付け飼料品目	水田借入理由	飼料自給のメリット	粗飼料自給率
I	—	—	—	50%
J	牧草 デントコーン	飼料自給のため	資料費削減 堆肥散布場所確保	65%
K	牧草	—	資料費削減 堆肥散布場所確保	ほぼ 0%

出所) 個別質問票より筆者作成

2) 酪農経営による水田利用の可能性

(1) 酪農経営の拡大と水田利用

所有している乳牛を飼養するのに必要な量以上の飼料生産は不要であるため、酪農経営の乳牛飼養頭数の増減が、今後の酪農経営の水田利用面積に大きく関わってくると考えられる。今回調査した酪農経営の中で、今後の酪農経営について規模を拡大したいと答えた経営はおらず、また 2010 年と 2019 年の牛保有頭数を比較した際に、大きな増加が見られる経営も表 1-5 のように無かった。どの酪農経営

も飼料増産目的で、水田を新たに所有することには積極的ではないと考えられる。

また表 1-6 から、白鷹町全体において 1 経営体あたりの飼養頭数が 2005 年と 2015 年で変化が無く、白鷹町の酪農経営が規模拡大に進む可能性はそれほどないことが推察される。そのため必要となる飼料の量が今後それほど増えず、労働力も限られているため水田を新しく所有するインセンティブが薄いものと考えられる。

表 1-5 調査対象酪農経営の経営規模推移

経営	牛保有頭数 (2010 年)	牛保有頭数 (2019 年)
I	成牛 52 頭, 育成牛 7 頭	成牛 43 頭, 育成牛 17 頭
J	成牛 43 頭, 育成牛 10 頭	成牛 45 頭, 育成牛 15 頭
K	成牛 60 頭, 育成牛 20 頭	成牛 60 頭, 育成牛 40 頭

出所) 個別質問票より筆者作成

表 1-6 白鷹町の酪農経営の経営規模推移

	2005 年	2010 年	2015 年
酪農経営体数 (戸)	43	35	31
乳用牛飼養頭数 (頭)	2244	2150	1639
1 経営体当たりの 飼養頭数 (頭)	52	61	52

出所) 農林業センサスより筆者作成

また保有する水田の面積を増やさない理由として、最近では平地でもイノシシによる被害がひどく、電気柵の設置が大変であると回答する農家もあり、飼料を自給する場合はそういった対策に労力がかかってしまうという問題もあるようだ。とはいえ今回の調査では粗飼料の自給率が 100%の農家はなかったため、今後飼料増産目的で酪農家が水田を新たに使用するようになる可能性も、無いとは言い切れない。

(2) 酪農経営の堆肥処理と水田利用

酪農経営にとって、大量に排出される家畜の糞尿処理は重要な問題である。多くの酪農経営が糞尿を堆肥化して処理しているが、その際に重要になってくるのが、堆肥散布場所の確保である。

表 1-7 からは、酪農経営が耕地を保有していることがわかる。酪農経営は現在の農地面積が堆肥を処理するのに十分でなければ、新たに水田を引き受ける可能性がある。そこで、先行研究の枠組みを用いて、調査結果から各経営の年間堆肥生産量と農地への堆肥還元許容量を推測し、調査した酪農経営の農地における堆肥処理の状況について分析する。

今回は今野・有本 (1997) を参考に乳牛の糞尿排出量、糞尿を堆肥化した際の重量、農地の堆肥還元許容量を計算した^{注13)} ^{注14)}。

表 1-8 のように I 経営以外は自身の農地だけで堆肥を処理できるという結果になった。J 経営は 2019

年に水田を 1ha 借りているが、その理由を複数選択可で質問したところ、飼料自給のためという理由のみが選択され、堆肥処理のためという理由は選択されなかった。確かに今回の計算に基づけば、J 経営は水田 1ha を牧草地として借りなくても、合計 67250kg の堆肥を処理することができるため、堆肥を自身の農地だけで還元することが可能である。

表 1-7 調査対象酪農経営の経営規模

経営	水田(ha)	畑(ha)	牧草地(ha)	経産牛 (頭)	育成牛 (頭)
I	—	—	1.43	43	17
J	0.05	0.7	2.75	45	15
K	—	—	4.61	60	40

出所) 個別質問票より筆者作成

表 1-8 堆肥生産量と農地への堆肥還元許容量の推定結果

経営	①農地の年間堆肥許容量(kg)	②年間堆肥生産量(kg)	① - ② (kg)
I	42,900	51,491	-8,591
J	97,250	52,794	+44,456
K	138,300	78,214	+60,086

出所) 個別質問票より筆者作成

I 経営に関しては堆肥の処理が自身の農地だけではできない計算になるが、調査票によると現在は 100%堆肥を自身の農地以外で消費することで対応しており、堆肥の処理場所については特に問題を抱えていないようである。よって堆肥の処理の観点からも、酪農経営には水田を引き受けるインセンティブはあまり認められない。

5. まとめ

本章では 1 つ目の課題として「どりにむ農園構想」に挙げられている地域課題から、稲作について①農地集積②複合経営③農作業受委託に着目し、これらの稲作経営の課題は解決されてきたか、また今後も持続的な稲作経営を続けていくことができるかについて検討することを掲げた。調査の結果地域における水田の集積は進んでおり、稲作経営の複合化はほとんどの稲作経営体で行われていた。共同育苗組織も機能しており、稲作経営の費用削減や人手不足の解消が進み、今後の持続可能な稲作経営の基盤が固められていると考察できる。

また本章では 2 つ目の課題として水田の引き受け手としての酪農経営に着目し、酪農経営による水田引き受けの実態はどのようなものか、また将来にわたって酪農経営が水田の引き受け手になりうるかということを検討課題とした。分析の結果、酪農経営による水田での飼料生産の取り組みが既にいくつか存在するものの、今後大規模に酪農経営が水田を使用することは起こりにくのではないかと結果となった。そのため今後は基本的には少数の労働力にまだ余裕のある稲作経営が、農地を引き受けていくことになると思われるが、その場合は条件の悪い農地を引き受けるのが難しくなると考えられる。すなわち圃場整備がされていない、中山間地に位置する、圃場が離れているといった農地は引き受け手が見つからず、耕作放棄地になってしまう可能性がある。

水田というのは食料生産以外にも洪水防止、生物多様性といった多面的機能を持ち、その価値は目に見えるよりも遥かに大きい。この多面的機能の発揮には継続的な耕作が必要不可欠であり、一度耕作を放棄してしまうとその多面的機能を取り戻すに長い時間がかかってしまう。長い年月をかけて育まれてきた白鷹町の素晴らしい水田を後世に残していくためにも、今一度地域の農家と行政でよく話し合うことが重要であると考えられる。

注1) 2015年農林業センサスによる。

注2) 2000年・2015年農林業センサスによる。

注3) 農林水産省「耕作放棄地の現状と解消に向けた取り組み」による。

https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h24_h/trend/part1/chap4/c4_1_02.html

(2020年11月29日閲覧)

注4) どりいむ農園構想より

注5) 農林水産省「水田活用の直接支払交付金」より

https://www.maff.go.jp/j/budget/2016/pdf/00_all1_28_youkyu.pdf (2020年12月14日閲覧)

注6) 調査対象稲作経営と農業センサスでは複合経営の割合に大きな差があるが、この原因のひとつとして、農業センサスでは主位部門の販売金額が8割以下の経営体を準複合経営と複合経営と定義している（この本稿では便宜上両者をまとめて複合経営と呼んでいる）のに対し、今回の調査では販売金額に関わらず、稲作以外の農業を行っていれば複合経営と定義したことが挙げられる。

注7) 一般的に、稲作に比べ、畑作や果樹作は面積あたりの収益性が高く、全国的に経営耕地面積規模の大きい稲作農家で特に複合経営化への移行が進んでいる（農林水産省「水田作における経営構造の動向」より）。白鷹町においても、稲作からの完全な転換は難しい中、経営持続のために畑作や果樹作の割合を増やしていると考えられる。また一般に、土地が狭く急峻で土地利用型農業の規模拡大が難しい地域では、稲作に野菜等を組み合わせるなどの取組が重要となると言われている（農林水産省「農業経営の動向と所得増大に向けた取組」より）。白鷹町、特に東根地区は、山間部と最上川の間に位置する地域が多く平野部が多いとはいえない地域である。このことから、栽培作物の複合化が稲作経営の安定に求められていることが推察される。

注8) 山形おきたま「営農技術情報」参照。

<http://www.okitama-yt-ja.or.jp/member/rice.html> (2020年11月29日閲覧)

注9) 本稿では、播種は育苗に含める。

注10) 現在のメンバーは7名(30代から70代までの人が所属)に減少している。

注11) これ以降、土里夢ファームの立ち上げに関わったメンバーを会員と表記する。

注12) 経営所得安定対策交付金とは水田活用直接支払交付金を包摂した交付金の名称である。

注13) 計算には以下の値、数式と表1-7を用いた。

- ・経産牛の設定排出糞量(kg/day) : 40
- ・育成牛の設定排出糞量(kg/day) : 15
- ・年間算出糞量(kg) : 1日あたり排出糞量(kg)×頭数×365
- ・年間堆肥生産量(kg) : 年間算出糞量(kg)×50÷700
- ・堆肥の水田還元容量(kg/ha) : 15000
- ・堆肥の畑還元容量(kg/ha) : 20000

・堆肥の牧草地還元容量(kg/ha) : 30000

注1 4) 水田を牧草地として利用している場合は、今回水田ではなく牧草地として扱った。

引用文献

- 1) 芦田敏文(2009) : 「稲作農家における臨時労働力の変化と現段階」 : 農林業問題研究, 第 174 号, p76
- 2) 今野陽介, 有本信昭(1997) : 「堆肥の広域流通の可能性に関する研究」 : 岐阜大学地域科学部研究報告, 第 1 号, p2~p4

第2章 小規模果樹産地における経営の特色と展望

村瀬智香

1. 背景

日本では全国各地で立地条件に応じた多様な果樹が栽培されており、青森県のりんご、山梨県のももやぶどうなど、品目ごとに特徴的な産地を形成している。白鷹町が位置する山形県においても、おうとうをはじめとした多様な品目が栽培されており、その産出額は673億円で全国二位の実績を誇る^{注1)}。一方で、県内における市町村別の果実産出額はそのジニ係数が0.72^{注2)}と偏りが大きく、上位の東根市と天童市が全体の産出額の約4割を占めている。その中で白鷹町の果実産出額は3億4000万円であり^{注3)}、県全体の産出額に占める割合が1%に満たない小規模産地となっている。また、白鷹町では果樹以外の作物との複合経営を行う経営体が多く、品目に関してもあけびやすももなど主要品目にとどまらない多様な品目が栽培されている。

このように、白鷹町では小規模ながらも特色ある果樹経営が行われているが、果樹生産において産地の規模は品目・品種や販路の選択に大きな影響を与える。徳田（2017）によると、産地の地域的集積は消費者の産地に対する認知度を高め、地域ブランドを形成する。これにより、ブランド力のある大規模産地は、全国広域的な卸売市場流通体系のもとで市場優位性を持つことができる。一方、小規模産地は、その認知度の低さから産地としての優位性を発揮できないという構造が生じていた。しかしながら、近年は果実の卸売市場経由率の低下と、それに伴う多様な直販型流通ルートの台頭によって、小規模産地の生産者でも取り組み次第で優位な価格を実現することが可能となってきている（徳田（2017））。

以上のような背景から、本研究では白鷹町東根地区の果樹経営体3戸を対象とし、次に挙げる項目について考察を行う。

一点目は、果樹の複合経営における、果樹以外の作物および果樹の品目・品種の選択要因についてである。複合経営では、作物ごとに異なる農事暦を組み合わせ、繁忙期の重複を避ける作業体系が確立されていると考えられる。そのため、本研究では各経営体の農事暦から、東根地区における果樹複合経営のあり方について分析する。

二点目は、果樹の小規模産地としての販路選択要因についてである。白鷹町は果樹の小規模多品目生産を特色とする地域であることから、農協による共販だけでなく、庭先販売や直売所などの少量販売が可能な販路が活用されていると考えられる。そこで、本研究では品目、経営体ごとに販路の選択状況とその要因について考察を行う。

また、本稿の最後には、白鷹町の果樹生産が縮小傾向にあることを踏まえ、産地としての持続性を維持するための取り組みや今後の展望についても述べる。

2. 白鷹町の果樹生産の概況

1) 白鷹町の果樹生産の特徴

(1) 品目からみた白鷹町の果樹生産

白鷹町では多様な果樹が生産されているが、まずはその特徴を山形県や他の主要な生産地域と比較することで明らかにする。

図2-1、図2-2は山形県と白鷹町における果樹の品目別経営体数を表している。山形県はおうとう、

西洋なしが全国一位，ぶどうが全国三位，りんごとももが全国四位の収穫量を誇る果樹の一大産地である^{注4)}。山形県における品目別の経営体数をみると，おうとうが最も多く，後にりんご，西洋なし，ぶどうなどが続く。一方，白鷹町の品目別経営体数で最も多いのは 44 戸のりんごであり，おうとうはその半数で全体としては三番目の多さとなっている。また，図 2-3 の栽培面積をみても，最も栽培面積が多いのはりんごであり，そのほかおうとう，ぶどう，西洋なしなどが並ぶ。

以上より，白鷹町では県全体の傾向と同様に多様な果樹の品目が生産されているが，経営体数，栽培面積ともに最も多い品目はりんごであることがわかる。

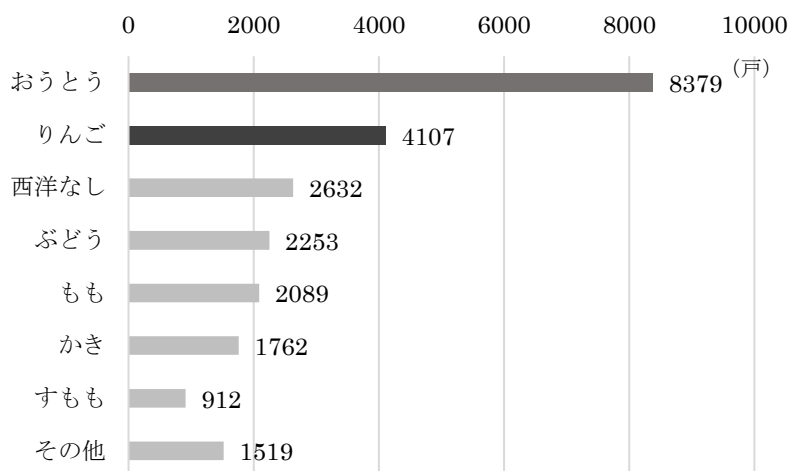


図 2-1 山形県における果樹の品目別経営体数
出所) 農林業センサス 2015 より作成

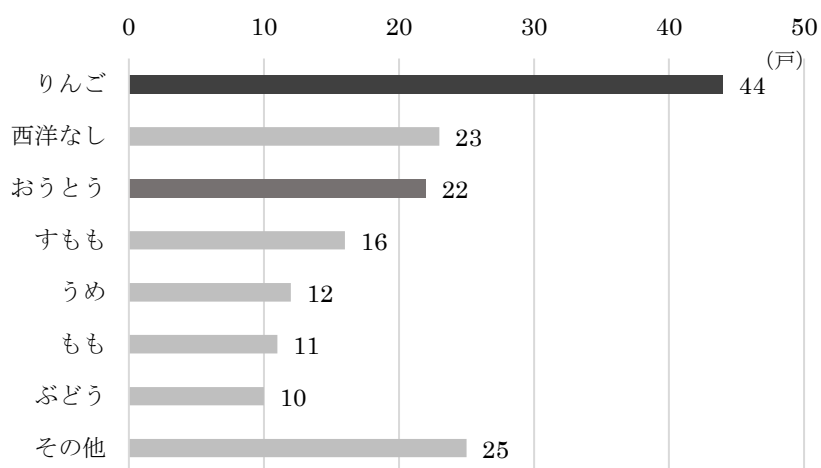


図 2-2 白鷹町における果樹の品目別経営体数
出所) 農林業センサス 2015 より作成

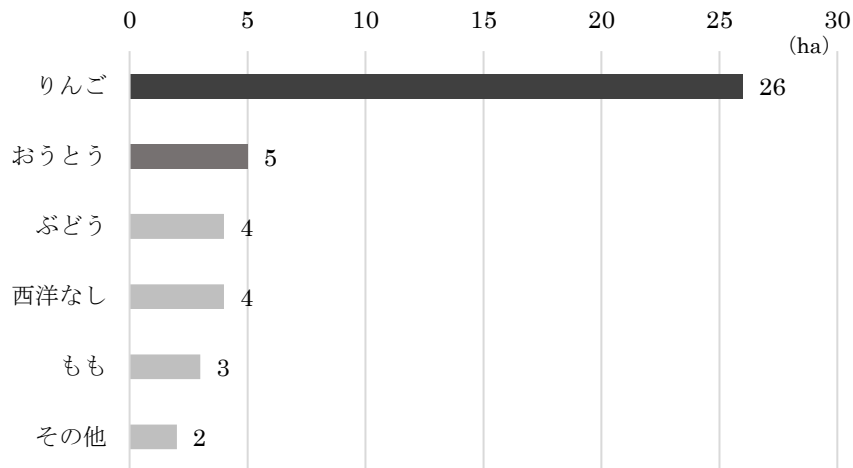


図 2-3 白鷹町における果樹の品目別栽培面積
出所) 農林業センサス 2015 より作成

(2) 経営形態からみた白鷹町の果樹生産

前項では栽培品目から白鷹町における果樹生産の特徴を明らかにしたが、ここでは経営形態からその特徴を述べる。

白鷹町は小規模多品目生産を行う果樹の複合経営地帯として知られている。2015 年の農林業センサスによると、白鷹町東根地区において単一経営を行っている 98 戸のうち、果樹類の単一経営を行っているのは 3 戸である。一方で図 2-4 の通り、東根地区における 31 戸の準単一複合経営のうち、果樹類が主位の経営体は 7 戸となっている。すなわち、白鷹町では複合経営によって小規模ながらも多品目な果樹生産を行っていることが特徴であるといえる。

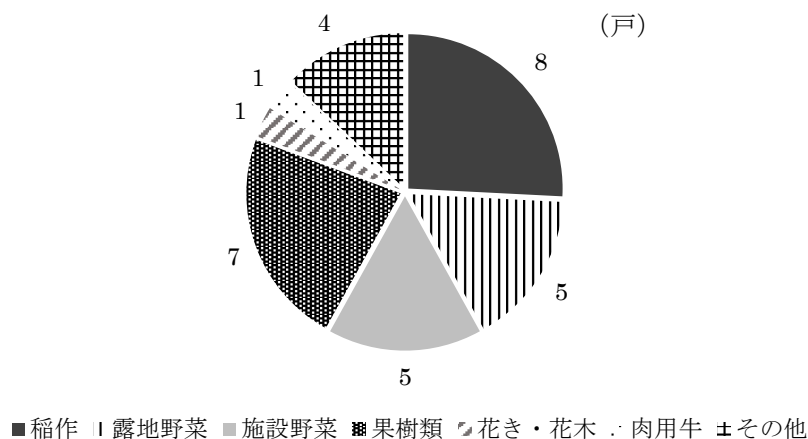


図 2-4 白鷹町東根地区の準単一複合経営における主位の作物別経営体数
出所) 農林業センサス 2015 より作成

2) 白鷹町における果樹生産の歴史

本項では、白鷹町史を参照し、白鷹町が果樹複合経営地帯となった歴史的経緯について述べる。

そもそも、白鷹町では戦前より養蚕が地域農業の支柱となっていた。しかしながら、戦後の化学繊維の発達により養蚕業が大きな打撃を受けたことで、町の農業構造は転換を迫られることとなった。このような背景から、白鷹町では 1957 年に 5 カ年の振興目標を定めた白鷹町産業振興計画が策定された。そしてその際、桑園の転換作物として新たに振興されたのが、タバコやホップをはじめとする商品作物や畜産、そして果樹である。中でも果樹は五年間で五倍を超える生産額の増加を見込む重点施策とされた。

白鷹町において果樹への転換が重点施策となった背景には、二つの要因がある。第一は、同町高岡地区の果樹生産が中央市場で品質を高く評価され、販路を確立していたことである。そして第二は、白鷹町が果樹生産の適地を豊富に有していたことである。白鷹町は山形県内において積雪量の比較的少ない地域であるとともに、標高が 200 メートルから 500 メートルの台地を多く有していたため、気候、地形の両面で果樹生産に適した風土であった。

このように、白鷹町では桑園からの転換作物として果樹の栽培が始められた経緯があるが、その際主要な品目とされたのがりんご、ぶどう、もも、西洋なしの 4 品目であった。これは前項で示した現在の白鷹町における果樹の品目構成と同様であり、白鷹町では振興計画によって形作られた果樹産地としての構造を現在まで維持していることが分かる^{注5)}。しかしながら、近年は生産者の高齢化による担い手不足や販路および品種の多様化によって、各生産者の経営のあり方は変化していると考えられる。そこで、次節では調査票の回答から、各経営体の品目・品種および販路選択要因について分析し、現在の白鷹町における果樹生産の実態について明らかにする。

3. 各経営体の品目・品種および販路選択要因

1) 各経営体の概況

今回の調査では、東根地区の果樹農家 10 戸に質問表を送付し、うち 3 戸から回答を得た。以下、回答をいただいた 3 戸をそれぞれ経営体 A、B、C とし、品目・品種および販路の選択要因について考察する。

まず、各経営体の栽培品目、樹園地面積、樹園地以外の面積および家族状況について表 2-1 で示した。全ての経営体に共通するのは、果樹と他の作物の複合経営を行っていること、農業従事者が専業かつ 60 代であることである。一方で、栽培品目の組み合わせについては、各経営体に違いが見られる。

経営体 A は、果樹としてりんごを 80a、果樹以外では水田 10a と畑（露地 20a、施設 20a）を有しメロンや野菜苗を栽培している。次に、経営体 B はぶどうを 24a ともも 20a を栽培しており、樹園地の他には、水田 340a と畑（露地 100a、施設 50a）を有している。経営体 C はりんご 80a の他に水田 260a を所有している。このような栽培品目の構成の違いは、品種や販路の選択に大きな影響を与えていると考えられる。

表 2-1 各経営体の概況

	果樹	面積	果樹以外 の栽培品 目	面積			家族状況
				水田	露地 畑	施設 畑	
経営体 A	りんご	80a	メロン 野菜苗	10a	20a	20a	本人（専業，60 代）
経営体 B	ぶどう	24a	コメ 野菜	340a	100a	50a	本人（専業，60 代）
	もも	20a					
経営体 C	りんご	80a	コメ	260a			本人（専業，60 代） 妻（専業，60 代）
	もも						

出所）質問票より筆者作成

2）品目・品種選択の要因

（1）各経営体の果樹の栽培品目・品種の概況

各経営体が果樹の栽培品目・品種を選択するにあたっては、大きく二つの要因があると考えられる。一点目は、果樹以外の作物に要する作業との関係である。これは、白鷹町が果樹の単一経営地帯ではなく、コメや野菜などとの複合経営が行われていることに起因している。二点目は、各品目の作物としての特性である。果樹は品種によって収穫時期や病害虫への耐性などが異なる。そのため、栽培されている品目や品種については、各地域の風土に適したものが選択されていると考えられる。この二点については、次項に詳述する。

表 2-2 栽培品目・品種と割合およびその理由

	品目	品種	割合	選んだ理由
経営体 A	りんご	ふじ	80%	単価が高い，もともと栽培していた
		つがる	10%	単価が高い，収穫期がかぶらない
経営体 B	ぶどう	高尾	30%	
		安芸クイーン	30%	
		シャインマスカット	10%	
	もも	早生種	10%	
		中生種	45%	
経営体 C		晩生種	45%	
	りんご	ふじ	80%	もともと栽培していた
	もも			

出所）質問票より筆者作成

注）選んだ理由については 1）単価が高い，2）病害虫に強い，3）収穫期（繁忙期）がかぶらない，4）手間がかからない，5）農協からすすめられた，6）もともと栽培していた，7）その他，から選択する形式をとった（複数選択可）

表 2-3 各経営体の農事暦

	品目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
A	りんご			←→ 施肥剪定, 1		←→ 摘花・摘果, 3(2)	←→			←→ 葉摘, 2(2)	←→ 収穫, 3(2)		
	メロン					←→ 播種・植え替え, 1	←→ 授粉, 2(2)			←→ 収穫, 2(1)			
	野菜苗	←→ 播種・植え替え, 5(4)			←→ 収穫, 5(4)								
B	ぶどう			←→ 芽かき・防除	←→ 誘引・房作り・袋掛け	←→ 除草			←→ 収穫			←→ 施肥剪定	
	野菜	←→ 播種・植え付け			←→ 脇目かき・誘引・追肥								
C	りんご		←→ 剪定	←→ 摘果									
	コメ		←→ 育苗・耕起・代かき	←→ 田植え	←→ 防除・除草				←→ 稲刈り・乾燥				

出所) 質問票より筆者作成

注) コメの農事暦はやまがたアグリネット参照。各作業名に付記された数字は「作業人数(うち臨時雇用の人数)」となっている。

表 2-2 は各経営体が栽培している品目と品種、またその品種が品目において占める割合と品種の選択理由を示している。品目別にみると、複数の品種が栽培されているぶどうに対し、りんごは晩生種のふじが占める割合が高く、その理由としてもとから栽培していたという回答が共通している。りんごは白鷹町の果樹生産において主力な品目であり、その品種としては古くからふじが選択されてきたと考えられる。

(2) 各経営体の品目・品種選択要因

各経営体の品目・品種選択要因として第一に考えられるのが、果樹以外の作物との作業競合である。白鷹町は果樹の複合経営地帯であり、今回分析対象となっている 3 戸についても稲作や野菜作との複合経営となっている。ここでは、各経営体の農事暦(表 2-3) から、果樹の複合経営体において他作物との作業競合が果樹の品目・品種選択にどのような影響を与えているかについて考察する。

まず、経営体 A (以下 A) についてである。A はりんごの他にメロン、野菜苗を栽培している。りんごについて、晩生種のふじは 3 月に施肥剪定、5 月下旬から 7 月上旬に摘花・摘果、9 月下旬から 10 月中旬に葉摘を行い、10 月下旬から 11 月にかけて収穫が行われる。メロンの作業はりんごと同じく 5 月から 10 月にかけて行われているが、作業が重複する期間には臨時雇用労働力を投入して作業量の集中を解消している。一方、野菜苗は 1 月から 3 月に播種・植え替え、4 月下旬から 6 月上旬に収穫がなされており、りんごやメロンの作業が比較的少ない冬期を活用していると考えられる。

また、A ではりんごの品種について晩生種のふじが 80% を占めるが、早生種のつがるも少量生産されている。この品種選択には二つの要因があると考えられる。第一に、りんごが他品種の花粉で受粉・結実する性質を持つことから、ふじの受粉樹としてつがるが栽培されていることである^{注6)}。第二には、質問表の回答で単価が高いこと^{注7)}と収穫期がかぶらないことが挙げられていた点である。早生種のつがるの収穫期は 9 月上旬から中旬にかけてであり、これはちょうどふじの葉摘、メロンの収穫前の作業量が少ない期間にあたる。前項で白鷹町のりんご生産においては古くからふじが主力品種であったことが

示唆されていたが、ふじ以外の品種の選択要因としては、ふじ栽培のための受粉樹を用意することや、作業量の少ない期間を活用し年間を通じて作業量を分散させるという動機が考えられるだろう。

次に、経営体 B についてである。B はぶどう、ももの他にコメ、野菜を生産している。野菜は A 同様 2 月下旬から 6 月下旬に作業が集中しており、冬の農閑期を活用しての生産であると考えられる。一方、A との大きな相違点として挙げられるのは稲作を行っている点である。B は水田を 340a 所有しており、9 月、10 月はコメの収穫期にあたる。一方で、ぶどうやももは主な作業が 3 月から 9 月中旬に集中しており、コメの収穫期と重複しない。すなわち、B も A 同様に多様な作物を組み合わせることで年間を通じた作業量の分散が実現されているといえる。

最後に経営体 C についてであるが、C はりんご、ももの他にコメを栽培している。りんごの品種は晩生種のふじが 80% であり、その収穫期はコメの収穫が終わる 10 月下旬からである。またももについても収穫期は 7 月から 8 月であり、いずれもコメの収穫期と重複していない。このように、C でも作物の組み合わせによって作業量の分散が図られている。

以上、農事暦から各経営体の品目・品種選択の要因について考察したが、これに加え地域的な条件も品目・品種選択を行う上で重要である。例えば、白鷹町ではももについて晩生種でせん孔細菌病が発生しやすいことから、町全体では早生・中生種の生産が多い。一方、A で生産されているつがるについては、近年収穫前まで続く高温の影響で着色不良を起こしやすくなっており、着色品種への更新が求められているという^{注 8)}。

このように、東根地区では、年間を通じた作業量の分散を可能にすることに加え、品目・品種の特性も考慮した品目・品種選択が行われていると考えられる。

3) 販路選択の要因

(1) 白鷹町における果樹の販路

白鷹町における主要な果樹の販路としては、農協、直売所および庭先販売が挙げられる。白鷹町は JA 山形おきたま管内にあり、農協出荷は古くからの主要な販路である。同様に、庭先販売も白鷹町においては古くから行われている販売方法であるが、図 2-5 に見られるように顧客層は白鷹町内および山形県内といった近隣住民が主となっている。

一方、直売所は 2000 年代以降に開設された比較的新しい販路である。白鷹町における主な直売所としては、どりのむ農園と白鷹愛菜館の二店舗が挙げられる^{注 9)}。このうち白鷹愛菜館は JA が運営しているが、農協による集荷や選果などは行わず、各生産者が直接店舗へ持ち込み販売を行う形式を取っている。また、いずれの直売所も、白鷹町の小規模多品目生産という特徴を活かし、地域に豊富な種類の農産物を供給する役割を果たしている。

このほかにも、白鷹町における果樹の販路としては産地集荷業者との取引や、若年生産者によるインターネット販売といったものがあるが、今回の調査では回答がなかったため、詳述しない。

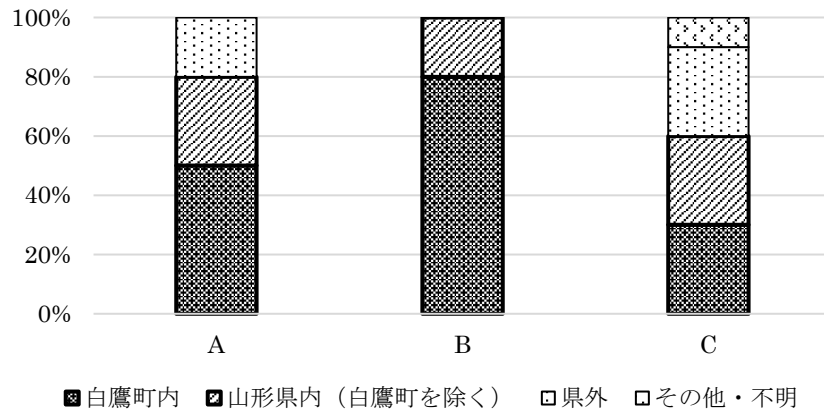


図 2-5 庭先販売における顧客層

出所) 質問票より筆者作成

(2) 各経営体を選択している販路

表 2-4 で示されるように、各経営体を選択している販路については、品目ごとに違いがみられる。

まず、りんごについては A、C とともに農協への出荷割合が 60%~80%と高く、利用年度についても 1980 年代から利用されていることから、農協が古くからの主要な販路となっていることがわかる。農協の他には庭先販売や 2000 年代に開設された直売所が出荷先となっている。

一方、ぶどうについては 1985 年まで農協が利用されていたものの、それ以降は庭先販売と直売所が販路として選択されている。ぶどうを生産している B は、その品種として高尾やシャインマスカットなどの贈答用の高級品種を複数生産しているため、少量出荷が可能な直売所や庭先販売を利用していると考えられる。

最後にももに関しては、近年生産が開始され、その多くは農協へ出荷されている。一方で、割合としては小さいものの、全体の 5%~10%は直売所や庭先販売で販売されている。このような販売チャネルの多さには、ももの作物的な特性が影響している。ももは収穫期が短く、収穫期には毎日収穫を行う必要があるが、農協の選果施設や市場は常にかいていないわけではない。加えて日持ちが短いという特性もあるため、選果施設や市場が利用できない場合の販路を確保しておく必要がある^{注10)}。

このように、各経営体を選択している販路については品目ごとに違いがあり、りんごやももは農協、ぶどうは直売所や庭先販売の利用が多い。また、販路の選択は品種選択や作物の特性など、様々な要因が関係し行われている。

表 2-4 各経営体が選択している販路とその利用年度、および 2000 年からの出荷割合

	品目	農協				庭先販売				直売所			
		利用 年度	割合			利用 年度	割合			利用 年度	割合		
			2000	2010	2019		2000	2010	2019		2000	2010	2019
A	りんご	1980 ～	70%	60%	60%	1980 ～	30%	30%	30%	2000 ～		10%	10%
B	ぶどう	1978 ～ 1985				1988 ～	100%	90%	80%			10%	20%
	もも	2017 ～			85%				5%	2017 ～			10%
C	りんご	1990 ～	80%				20%			2000 ～			

出所) 質問票より筆者作成

(3) 各販路の利用動機

表 2-5 は農協、直売所、庭先販売の三つの販路について、販売先として利用する上で感じるメリットの上位三項目の回答を示したものである。これによると、農協については取引量の安定と出荷の手間の小ささがメリットとして感じられていることがわかる。出荷の手間に関しては、農協の選果機を利用することで個別の選果が不要になることが大きい。一方、取引量の安定に加え三番目に感じるメリットとして価格安定、リスクの小ささが挙げられていることから、農協は販路としてその安定性が評価されていると考えられる。

表 2-5 各販売先を利用する上で感じるメリット

販売先		価格安定	収益性の高さ	価格決定の自由度	取引量の安定	消費者との交流	リスクの小ささ	出荷の手間の小ささ
農協	A				1		3	2
	C	3			2			1
直売所	A	3	1	2				
	B	1						
	C		2	1				3
庭先販売	A	2	1	3				

注) 一部回答を得られなかった箇所がある。表中の数字は、各販売先を利用する上で感じるメリットについて上記 7 項目から選択し、順位付けしたものを表す。

次に直売所であるが、主にメリットとして感じられているのは収益性の高さ、価格決定の自由度、価格安定である。農協は安定性がメリットであったのに対し、直売所は販売価格および収益性にメリットがあると考えられる。最後に、庭先販売は回答数が一件ではあるが、直売所と同様に価格や収益性に対する評価が高い。

このように、販売先ごとに感じられているメリットは異なっており、農協は安定性、直売所と庭先販売は価格および収益性が評価されている。

（４）出荷の際に重視されるもの

表 2-6 は、直売所および庭先販売で生産物を販売する際に重視するものを、１）見た目、２）味の良さ、３）安全性、４）鮮度の高さ、５）品種の多さや珍しさ、の五項目から選択した上位三項目の回答を示している。これによると、出荷の際に重視されるものは販売先ごとではなく、経営体ごとに異なることがわかる。

いずれの回答も味の良さ、安全性および鮮度の高さを重視している傾向にあるが、Ｂについては出荷の際最も重視するものとして品種の多さや珍しさを選択している。Ｂはブドウについて贈答用の高級品種を複数栽培しており、これには生産上の要因だけでなく販売戦略的な動機もあると考えられる。

表 2-6 出荷の際に重視するもの

		1 位	2 位	3 位
A	直売所	2	3	4
	庭先販売	2	3	4
B	直売所	5	3	2
	庭先販売	5	4	2
C	直売所	4	2	1
	庭先販売	3	2	1

出所）質問票より筆者作成

注）選択肢については１）見た目、２）味の良さ、３）安全性、４）鮮度の高さ、５）品種の多さや珍しさ、となっている。

（５）農協における統一共選化

白鷹町における販路の動向に関して、りんごやももの主な販路となっている農協で取り組まれている統一共選化について補足する。

JA 山形おきたまでは、2018 年より米沢市、南陽市、白鷹町の選果施設を南陽市にある施設に統一した。この取り組みの背景には、生産者の高齢化と担い手不足による果樹の栽培面積と生産量の減少がある。施設単位の集荷量が縮小することは安定した出荷を妨げる可能性があったため、集出荷施設の再編によるロット数の確保が求められていた。また、各地域からそれぞれの卸売市場向けに輸送を行うことによる出荷運送料の増大への対処も必要とされていた。

このような経緯から開始された統一共選化のメリットとしては、次の三点が挙げられる。

まずは、ロットの拡大による販売単価の安定と、それに伴う生産者の所得増大、農協の販売・取扱高

の安定である。二点目は、近赤外線を利用した高機能の選果機械を導入したことで、より精度の高い選果が可能となったことである。機械の導入以前は選果の大部分を手作業によって行っていたが、特にりんごは目に見えない果肉の障害が多く、十分な選別を行うことは難しかった。しかし、選果機を導入することで、大きさではなく体積による等級分けや、近赤外線による糖度や熟度の測定が可能となり、品質の向上につながった。そして三点目は、選果の手間の省略である。各農家が手作業で行う選果作業は、非常に多くの時間と人員を要する。白鷹町をはじめとする JA 山形おきたま管内では、生産者の高齢化による生産規模の縮小が続いており、選果にかかる手間を省略し全体の作業時間を確保することは生産規模の維持という観点からも効果的であった。質問票の回答からも、農協出荷のメリットとして取引量の安定および出荷の手間の小ささが高く評価されており、統一共選化は農協の強みを一層高めているといえるだろう。

一方で、統一共選化で選果場が遠くなったことによるデメリットも存在する。白鷹町では、町内の生産物を元の選果場に集め、南陽市の集出荷施設に一元的に運搬する方法を取っているため、各農家の運搬距離が長くなったわけではないが、選果場が遠くなったことで選果の状況が容易に確認できず、選別基準が不透明になることは少なからず農家側に不安を生じさせている可能性がある。

このように、統一共選化は JA 山形おきたま管内の果樹生産に様々な変化をもたらしている。なかでも、販売単価の安定や、作業時間の短縮による生産規模の維持などは、産地としての持続性を高めることに大きく貢献しているといえる。

4. 今後の展望

1) 近年の動向

(1) 生産規模の縮小

図 2-6 は白鷹町における果樹の品目別作付面積推移を、図 2-7 は白鷹町における果樹の品目別経営体数推移を表している。作付面積の推移をみると、りんごの作付面積が 18ha 前後で最も多いが、2015 年以降は微減している。また、ぶどう、西洋なし、おうとうについても近年は作付面積が減少傾向にある。一方、ももについては作付面積が 3ha 前後と規模は大きくないものの、近年唯一作付面積を伸ばしている品目である。

品目別の経営体数についても、作付面積と類似した傾向がみられる。図 2-7 によると、りんご、西洋なし、ぶどうについて経営体数の減少がみられる。なかでもりんごは特に減少幅が大きく、2000 年からの 15 年間で経営体数は半減している。一方で、ももについては作付面積と同様、唯一経営体数が微増している。2010 年に策定されたおきたま農業振興計画では、白鷹町における果樹部門の目標の一つとしてももの有望品種への集約と遊休地活用・新規栽培者の確保が挙げられており、生産規模の拡大はこの計画を一定程度反映したものであると考えられる。

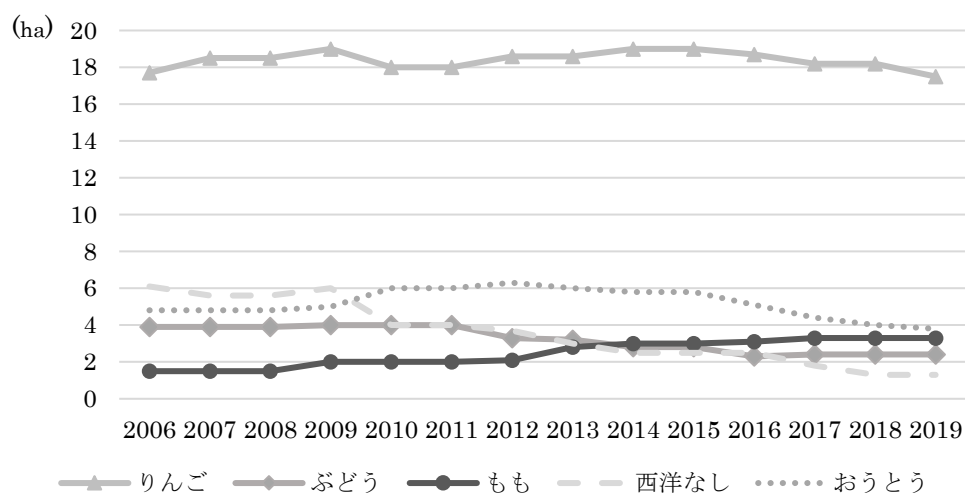


図 2-6 白鷹町における果樹の品目別作付面積推移
出所) 白鷹町町政要覧より筆者作成

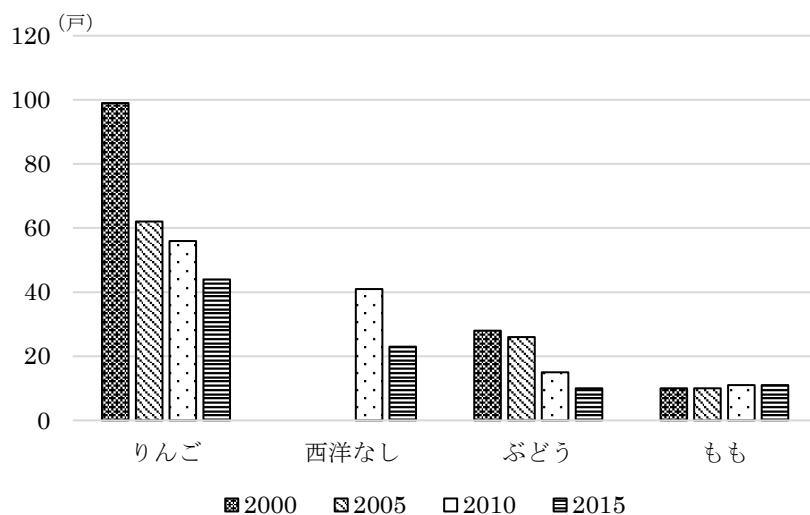


図 2-7 白鷹町における果樹の品目別経営体数推移
出所) 農林業センサスより筆者作成
注) 西洋なしについては 2000 年，2005 年の数値が集計されていない。

(2) 今後 10 年間の果樹部門に関する営農意向

次に，質問表の回答から各経営体の今後の営農意向について考察する。表 2-7 は果樹の作付面積，果樹の経営規模，農協系統外への出荷について，各経営体が今後 10 年間でどのように変化させたいかを示したものである。これによると，いずれの項目についても増加の意向を示す回答はなく，全体的に縮小傾向となっている。また，「減らしたい」と回答した理由としては後継者がいないことが挙げられており，生産者の高齢化^{注 1 1)}による担い手不足が生産規模の維持に対する大きな課題となっていることが示唆される。

表 2-7 今後 10 年間の果樹部門に関する営農意向

	果樹の作付面積	果樹の経営規模	農協系統外への出荷
経営体 A	↓	↓	↓
経営体 B	→	→	→
経営体 C	↓	↓	→

凡例 ↑: 増やしたい →: 減らしたい ↓: 減らしたい

出所) 質問票より筆者作成。

(3) 単価の推移

以上のように、白鷹町における果樹生産は縮小傾向がみられるが、単価については近年上昇している。図 2-8、図 2-9 は 2006 年から 2019 年におけるりんごとももの単価推移を表したものである。なお、全国合計と山形県については東京都卸売市場統計の値を参照している。

りんごは 2009 年まで全体的な単価の下落がみられ、同年には白鷹町で 147 円、合計でも 224 円という値を記録したが、以降は上昇傾向が続き 250 円から 300 円の間で推移している。なお、2018 年から 2019 年にかけて、合計や山形県と比較し白鷹町の単価が大きく上昇している要因の一つとしては、先述の統一共選化の影響があると考えられている^{注12)}。

ももは産地による価格差が大きく^{注13)}、合計が 1kg あたり 500 円から 600 円前後で推移しているのに対し、山形県および白鷹町の単価は概ね 300 円から 400 円の間で変動している。また、白鷹町の単価は長く山形県の単価を下回っていたが、2016 年以降は単価上昇が続いており、昨年度には同水準の単価を実現している。

このように、白鷹町の果樹の単価は近年上昇傾向にある。これは全国的な単価の上昇と軌を一にするものでありながら、JA 山形おきたまによる統一共選化など、独自の取り組みの成果も反映された結果であると考えられる。

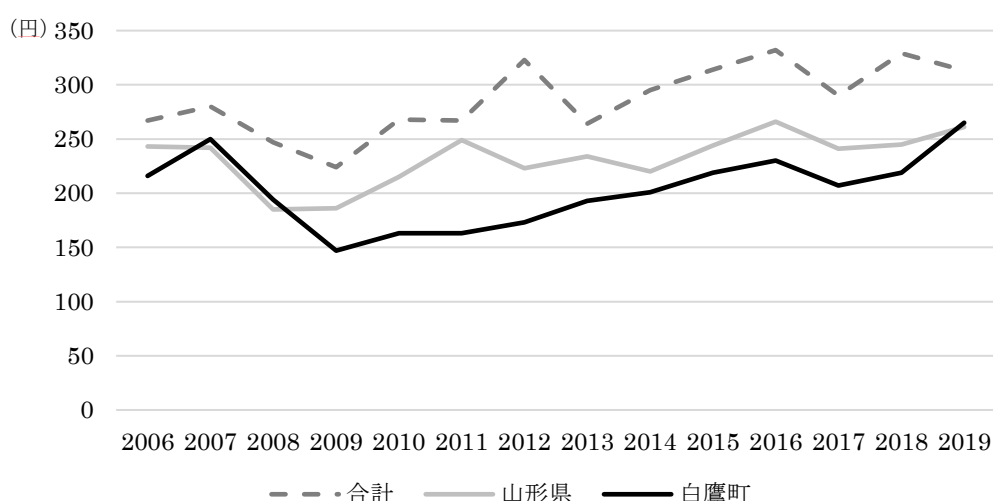


図 2-8 りんごの単価推移

出所) 東京都中央卸売市場統計、白鷹町町政要覧より筆者作成。

注) 「合計」については、東京都中央卸売市場に出荷されたものの合計を表す。

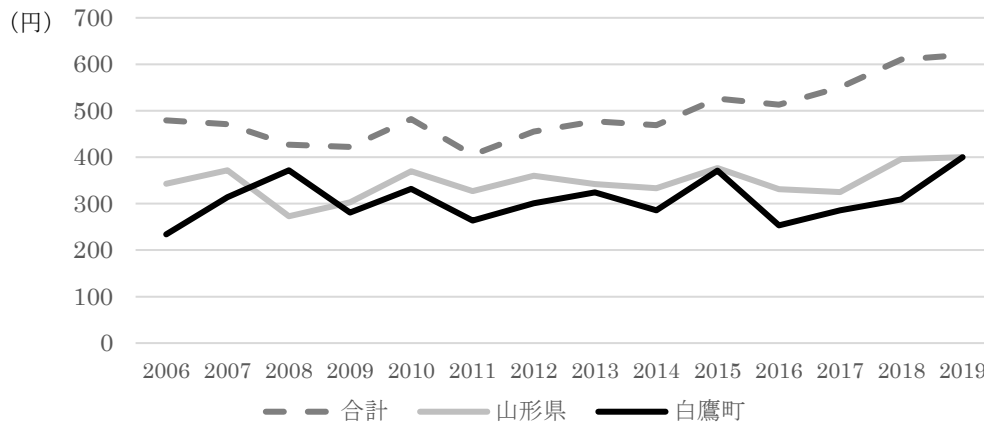


図 2-9 ももの単価推移

出所) 東京都中央卸売市場統計, 白鷹町町政要覧より筆者作成。

注) 「合計」については, 東京都中央卸売市場に出荷されたものの合計を表す。

2) 産地としての持続可能性を高めるために

(1) 行政の取り組み

本項では, 白鷹町農林課への聞き取り調査をもとに, 白鷹町の果樹産地としての持続性を高めるために行われている行政の取り組みについて詳述する。

白鷹町では, 果樹複合経営を基盤とした特色ある果樹生産が行われてきたが, 近年では生産者の高齢化による生産規模の縮小が懸念されている。このような状況の中で, 白鷹町では果樹生産に対する取り組みの一つとして, 苗木購入に対する補助を行っている。これは収穫量が減少している老木の改植, 品種改良や市況の変化に応じた品種更新の際に必要な苗木に対して金銭的な補助を行うものであり, 2019 年度の実績では約 5 人が制度を利用した。

また, 町として奨励している品目・品種はないものの, 生産量が増加しているももは着目している品目の一つである。町内では平坦地のラ・フランスを抜根し, 50a 程度の面積をももに改植する計画もあり, 果樹全体の生産規模の縮小が見込まれるなかで今後の動向が注目される。

このような取り組みに加え, 生産規模の維持を図るためには新規生産者の確保が重要である。白鷹町における若年の果樹生産者は東根地区に 1 名, 町全体で 3 名と少なく, 加えてその全員が後継者である。また, 白鷹町は新規就農者確保の取り組みを積極的に行っているものの, 現在までに果樹部門における新規就農者は確保されていない。この背景には, 果樹特有の参入障壁がある。

第一に, 果樹は定植から収穫までの期間が長いため, 経営の安定が遅れるという点が挙げられる。第二に, 果樹には剪定などの技術力が求められる作業が多く, 豊富な経験を積む必要があるという点である。そして第三に, 収穫期等に必要となる臨時労働力を確保するためには, その供給先となる地域コミュニティとの関係性を早期に構築することが求められる点である。

以上のように果樹部門は参入障壁が多く, 果樹に関心を持つ就農希望者は存在するものの新規参入に結びつけられていない現状がある。このような状況を受け, 今後町として整備する必要があると考えられているのが, 第三者継承の制度である。

第三者継承とは, 後継者不在の農業者が家族以外の第三者に経営を継承させて事業の継続をはかるものである。山本・梅本 (2012) は, 独立就農との比較によって第三者継承における経営資源獲得の特徴

を明らかにしている。これによると、果樹部門での第三者継承は、成園となった樹園地を継承できるという点で有形資源の獲得に大きな有利性を持つ。また、無形資源の獲得においても、移譲者からの直接的な技術指導が受けられることや取引先の引き継ぎが行えることは大きな利点になると考えられている。

このように、果樹の生産規模の縮小が見込まれる白鷹町では、産地としての持続可能性を高めるために有望品種への更新の支援など様々な取り組みが行われている。また、参入障壁が高い果樹部門においては、第三者継承など、従来の家族内継承にとどまらない参入の仕組みを整備することで新規生産者を確保することが求められる。

（２）東根地区におけるりんごの共同防除組織

産地としての持続可能性を高めるためには、新規生産者の確保に加えて、現在町内で果樹生産を行っている農業者の離農を防ぐことが重要である。東根地区では、伝統的にりんご作において共同防除が行われており、共同防除組織の存続がりんご産地としての持続性に大きな影響を与えている（注１４）。

東根地区の共同防除組織は９名から構成されており、うち６名が散布作業、２名が事務、残りの１名は作業委託を行う受委託型の組織である。また、防除にはスピードスプレーヤーが用いられており、その規模は２０１９年度の実績で４５０ａとなっている。

果樹における共同防除には様々な利点がある。第一に、個人単位での購入が難しいスピードスプレーヤーなどの高額な機械（注１５）を共同購入できる点である。第二に、薬液の購入や調合を共同で行うことで、作業効率が向上する。また、長谷川（２０１２）では、共同防除には品質管理や病虫害の大発生の抑止など、共販体制のもとでの産地の維持管理にもつながっている可能性が示唆されている。一方、共同防除においては全ての園地に対して同様の薬剤散布を行うため、各樹園地にとって最適な防除を行うことができないというデメリットもある。しかしながら、東根地区の共同防除では現在までに防除の不全による病虫害の発生は報告されておらず、共同防除におけるリスクは回避できているといえる。

このように、共同防除は東根地区のりんご生産に大きな役割を果たしているが、その組織の維持には課題が残されている。共同防除組織の存続にとって大きな課題となるのが、構成員の高齢化である。現在の年齢構成は、９名の構成員のうち５０代の１名を除く８名が６０代以上となっている。加えて、この防除組織は現在の構成員が若年生産者であった際に組織されたものであり、これまでに大きな世代交代はなされていない。

共同防除組織の存続に向けた取り組みとしては、金銭面および組織運営面での支援が求められる。まず、金銭面の支援としては、機械の更新に対して補助を行うことが挙げられる（注１６）。一方で、病虫害の発生といった様々なリスクを想定し、組織運営を円滑に進めるために行政などの第三者が介入できる環境づくりも重要であると考えられる。白鷹町全体において果樹の若年生産者が少ない現状を考慮すると、共同防除組織の存続には現在の構成員の離脱を防ぐことがもっとも効果的であり、そのためには今後も金銭および組織運営の両面からの支援が求められる。

５．まとめ

白鷹町では、１９５７年の白鷹町産業振興計画を基盤として、小規模多品目生産を特色とする果樹産地が形成されてきた。また、その販路についても、庭先販売や直売所などの地域に根ざした販売チャネル

が確立されている。しかし、近年は生産者の高齢化と担い手不足によって生産規模が縮小しており、各経営体の営農意向からも縮小傾向が続くことが示唆されている。これに対し、町では苗木、農業機械等の更新への補助や新規生産者の確保といった取り組みを行っているが、現在までに生産規模の縮小を抑えるまでには至っていない。

以上のような果樹部門の生産構造の変化は全国的にみられるが、高齢化に伴う構造変化は生産部門だけでなく果樹の消費行動にも及んでいる。中央果実協会の調査によると、果実の一日あたり摂取量・摂取頻度は減少傾向にあり、近年は単身世帯の増加や世帯員数の減少、食の簡便化の進行などによって、果物消費に対するニーズも大きく変化している。調査では、特に若年層や男性で果物の摂取量が少ないことが明らかになっており、また果物を摂取しない理由としては価格の高さや日持ちせず買い置きができないこと、食べるために手間がかかることなどが挙げられている。一方で、女性や高齢層を中心に健康増進を目的とした果物摂取は増加傾向にあり、特に高齢層では果物を摂取しない理由として価格の高さを挙げる割合が低い。すなわち、高齢層は健康増進のために果物を摂取する意欲は高く、価格の高さも障壁になりにくい、日持ちや簡便性が問題となり果物消費量の増加に結びついていないといえる。白鷹町においても、今後高齢化はますます進展すると考えられるため、高齢層のニーズに応じた新たな販売方法を開拓することが求められる。

このような現状に対し、白鷹町において果物摂取量を増加させる方法の一つとして、果実の加工販売や少量販売が挙げられる。先述の通り、高齢層は健康増進を目的とした果物摂取意欲が高い一方、摂取可能量の少なさや簡便性が実際の消費行動に対する障壁となっている。このような背景から、高齢層の果実消費を容易にする方法として、加工販売や少量販売は有効であると考えられる。

以上のように、果樹の小規模産地である白鷹町が産地としての持続可能性を高めるためには、担い手の確保に代表される生産構造の強化に加え、主要な販売先となっている地域のニーズに応じた販売方法の開拓が必要であると考えられる。小規模ながらも多様性のある果樹生産が行える地域としての特色を生かした今後の展開が期待される。

注1) 中央果実協会（2017）「平成 28 年度果樹生産構造分析調査報告書」中央果実協会調査資料 No.238, p.28.

注2) 数値は「平成 30 年市町村別農業産出額（推計）（東北）」を参照。なお、ジニ係数はローレンツ曲線と均等分布線で囲まれた面積（ A ）を、均等分布線より下の三角形の面積（ B ）で割ることで求められる。計算方法は以下の通りである。第一に、山形県内の 35 市町村を果実の産出額が小さいものから並べ、 i 番目の市町村の市町村数百分率を X_i 、産出額累積百分率を Y_i とする。このとき、

$$A = \sum_{i=1}^{35} 1/2 \{ (X_i - Y_i) + (X_{i-1} - Y_{i-1}) \} (X_i - X_{i-1})$$

となるため、ジニ係数 $= A/B = \sum_{i=1}^{35} \{ (X_i - Y_i) + (X_{i-1} - Y_{i-1}) \} (X_i - X_{i-1})$ と求められる。

注3) 東北農政局（2020）「平成 30 年市町村別農業産出額（推計）（東北）」p.18.なお、産出額は推計値である。（<https://www.maff.go.jp/tohoku/press/toukei/keikou/attach/pdf/200317-1.pdf>）2021 年 2 月 4 日閲覧。

注4) 農林水産省東北農政局（2019）「東北の果樹」p.1

（<https://www.maff.go.jp/tohoku/seisan/kazyu/attach/pdf/index-15.pdf>）2021 年 2 月 4 日閲覧。

注5) 果樹産地としての基本的な構造に変化はないものの、品目によっては生産される品種などに変化がみられるものもある。例えばももについては、かつて缶詰用の品種が生産されていたが、現在は生

食用の果実のみを生産している。加工用果樹の生産が行われていた背景には、1960年に日魯漁業株式会社（現マルハニチロ株式会社）が果樹加工への拡充を図り町内での操業を開始したことがある。

注6) JA 長野県「受粉のひと手間で大きなリンゴが実ります」

(<https://www.iijan.or.jp/oishii/products/fruit/post-2321.php>) 2021年2月4日閲覧。

注7) 東京都中央卸売市場統計によると、2015年から2019にかけての山形県産りんごの月別単価平均は、つがる（8月）274円、つがる（9月）214円、ふじ（11月）271円、ふじ（12月）226円である。

注8) 山形県置賜総合支庁西置賜農業技術普及課への聞き取りによる。

注9) どりいむ農園の開設は2005年である。なお、白鷹愛菜館は2020年5月に移転し再オープンした。

注10) 山形県置賜総合支庁西置賜農業技術普及課への聞き取りによる。

注11) 農協への聞き取り調査によると、白鷹町における農協のりんご部会加入者の平均年齢は70歳代前半であり、50歳代以下の加入者はいないとのことであった。

注12) JA 山形おきたまへの聞き取りによる。

注13) 2019年度東京都卸売市場統計によると、りんごの主産地における単価は最も高い長野県で331円、最も低い福島県で217円であるのに対し、ももの主産地における単価は、和歌山県が839円、山梨県が736円となっている一方、長野県が556円、福島県が503円となっているなど、価格差が大きい。

注14) 聞き取り調査によると、白鷹町内ではかつて一つの経営体が複数の園地の防除を受託していた事例があるが、受託をやめ個人防除に切りかえた際に廃園化した委託者がいたとのことであった。このような事例から、東根地区の共同防除組織においても、組織の解体が離農を誘引する可能性が懸念されている。

注15) 聞き取り調査によると、スピードスプレーヤーの価格は600万円程度である。

注16) 現在共同防除組織で使用されているスピードスプレーヤーは補助事業により導入されたものであり、その補助率は30%から50%程度である。

引用文献

- 1) 白鷹町史編纂委員会・白鷹町史編集委員会（1977）「白鷹町史（下巻）」
- 2) 中央果実協会（2020）「令和元年度果物の消費に関するアンケート調査報告書」
- 3) 徳田博美（2017）「先進的農業経営体の展開と地域農業システム-果樹産地を事例として-」農業経済研究,第89巻,第2号, pp.91-105.
- 4) 農林水産省（2020）「令和元年度農業関連事業等が黒字の農協に関する調査委託事業報告書第7章 山形県山形おきたま農協-園芸事業における集出荷施設再編,統一共選,販売一元化の取り組み-」pp.137-147.
- 5) 長谷川啓哉（2012）「リンゴ産地の構造と再編-新自由主義的政策下におけるリンゴ産地の課題-」岩手大学大学院連合農学研究科学位論文.
- 6) 山本淳子・梅本雅（2012）「第三者継承における経営資源獲得の特徴と参入費用」農業経営研究,第50巻, pp.24-35.

第3章 米沢牛ブランドの課題と展望

藤島卓朗

1. 背景

1) 農産物の地域ブランドの期待される役割

日本の農業は、現在、様々な課題・問題を抱え、多種多様な観点から解決へのアプローチがなされている。しかし、現状ではこれらの解決にはいまだ多くの障壁が存在している。後藤(2017)によれば、これまで政府の政策による規制、保護下にあった日本の農業は、人口減少、高齢化による国内食市場の縮小に加えて、自由貿易協定 FTA (Free Trade Agreement) や環太平洋戦略的経済連携協定 TPP (Trans Pacific Partnership) などの課題を抱え、農業への自由な参入と国際的な競争環境にさらされている。農家は、その事業継続を図るために、外部環境変化に対応した事業の再構築を求められている。その為に、農家は自らが経営者としての意識を持ち、戦略を立案・実行していく必要がある。

このように、日本の農業も自由化の嵐に巻き込まれ、国内農業の危機が進行し、農家は競争原理の中でそれぞれの生きる道を選択せざるをえない中で、採用された対応策のひとつが「農産物の高付加価値化戦略」である。柴田(1997)は、この農産物の高付加価値化戦略について、価格面のみでは外国産品に太刀打ちできない生産者が、付加価値の高い農産物を供給する事によって、効率の良い農業経営を展開しようとする政策であると述べており、高付加価値化戦略の1つには、農産物のブランド化があると主張している。

このような農産物のブランド化は、鴨川・馬場(2014)によれば、地域を主体として取り組まれており、農産物の地域ブランド化が進行する利点として、地域間での競争力が強くなり、安さが強みの輸入品に負けない魅力を持った農産物が登場すること、地域密着での積極的なアピールから、地元購買層の獲得や特産品としての市場競争力が高まること、収入の増加による農業就業者の拡大を挙げており、農業の振興・活性化にブランドが大きな役割を果たすと述べている。

これらの利点から、農産物の地域ブランド化は各地で行われているが、置賜地域における米沢牛ブランドはその成功事例の一つである。地域の伝統的な生産方法や気候・風土・土壌などの生産地等の特性と結びついている産品を保護するという地理的表示 (GI) 保護制度についてまとめた地理的表示産品情報発信サイト (農林水産省, <https://gi-act.maff.go.jp/register/entry/26.html>) によれば、米沢牛は、山形県置賜地域を生産地とする、出荷時の月齢が 32 か月以上の黒毛和種かつ未経産雌牛の牛肉で、その品質は、牛枝肉取引規格による格付において肉質等級 3 等級以上とされる。長きにわたる伝統の蓄積を背景に、品質の高さ、食味の良さから、しばしば日本三大和牛と称されている。また、米沢市ホームページによれば、米沢牛は、生産、流通、出荷、消費がすべて地域内で行われている全国でも希な銘柄牛である。それだけに置賜地域の畜産業をはじめ、食肉流通業界、米沢牛を取り扱う飲食店、温泉宿泊施設など、食文化が産業形成に大きな影響を与えてきている。

以上の背景より、米沢牛ブランドを対象として、農産物の地域ブランドによる地域振興のあり方と、農産物ブランドが競争力を維持し収益性を確保していくための条件について検討することで、今後の日本における農産物ブランドの発展に資する知見を得ることができると考えられる。

2) 農産物ブランドの成立条件

文献調査の結果、農産物の地域ブランドの成立条件を①產品の高品質化、②產品の質の平準化、③產品の生産量の安定的な確保、④產品と地域の強い連関の4つに整理した。

產品の高品質化について、安田(2011)は、「ブランド(brand)」の一般的な意味合いとして、他の類似品とは違い高品質でその商品に特徴があるもの、換言すれば他の類似品よりもどこか優位性のあるものを想定しているとしている。また、八木・菊島(2013)は、近年、農産物の輸入の拡大や、人口の減少に伴う農村地域の活性化の必要性、地域団体商標や地理的表示保護制度といった制度の施行により、農産物のブランド化へ向けた取組が進展しており、その目的としては、農産物の高付加価値化が目指されていると指摘している。これらを踏まえれば、ブランドの原義として、その質について多產品と差別化が可能な特徴があること、そして、特に農産物のブランドに関しては、その質の特徴として、高い付加価値のある產品であることが求められると考えられる。

產品の質の平準化について、森嶋(2013)は、農産物の地域ブランドの成立条件として、地域内の複数の生産者がそれぞれの製品を同じブランドで出荷することになるので、それらを統一して取り扱うための何らかの「基準」がなければならないと述べている。また、李(2013)も、地域ブランドの開発・管理に関しては、地域内の複数の異なる生産主体によって生産されるため、彼らの作る生産物が均一の品質を満たすために統一的にブランド基準を示す必要があり、ブランド価値を意識した厳格な管理を行う必要があると主張している。これより、地域ブランドの成立条件の一つには、ブランドとして生産される農産物が一定の基準を満たしており、品質における平準化がなされていることが必要であると考えられる。

產品の生産量の安定的な確保について、農林水産省知的財産戦略チームが発表した「農林水産物・地域食品の地域ブランドの現状と課題」(2007)において、農林水産物・地域食品における地域ブランド化の取組課題のうち、ブランド形成段階の課題として、市場流通に持ち込み、また市場評価を確立するため、生産量(ロット)を確保することを挙げている。これより、農産物がブランドとして確立されるためには、小売店や消費者からの信頼を勝ち取るべく、需要を満たすだけの一定の生産量を維持していくことが必要であると考えられる。一方で、鴨川・馬場(2014)は、農産物ブランドがプレミアムな価値を得て上位の階層に位置することができの一因として、もともと安定供給が難しい農産物について、特別に作られるためより生産量が少なくなることを挙げている。これより、供給量を過度に増やすことはブランド価値の失墜につながる恐れがあり、一定量の確保と同時に、その生産量を抑制する動きも必要であると考えられる。

產品と地域の強い連関について、安田は、地域ブランドの定義として、ブランドとして差別化できる強みが地域の自然、歴史、文化、産業に立脚していることを挙げている。また、沈(2006)は、地域ブランド策定の意図として地域の振興・活性化があり、施策の目標を、単なる產品のブランド化に留めず地域イメージ全体のブランド化に置いている自治体が多数を占めると述べている。このような背景を踏まえれば、地域ブランドの成立のためには、その地域の特色を活かした上で、地域全体を巻き込んだブランド活動を行う必要があると考えられる。

2. 研究目的と課題設定

1) 研究目的

本章は、日本の農産物ブランドが今後競争力を獲得してその地位を維持・向上していくため、また、

米沢牛ブランドを保持する置賜地区が今後衰退していくことを防ぐため、農産物の地域ブランドとしての米沢牛ブランドの課題とその解決策の検討を目的とする。安田(2011)によれば、農産物の地域ブランドとは、地域の気候、風土、食文化に立脚し、地域資源を活用することで形成された農産物ブランドである。これを踏まえた上で、ブランドの実態を考察する。

2) 課題設定

本章では、第一に、山形県米沢市の位置する置賜地方の3市5町で肥育された銘柄牛肉である米沢牛ブランドについて、農家や農協、自治体の取り組みによって、先に挙げた成立条件がどのように達成されているか、実態を明らかにする。第二に、明らかにした実態をもとに、農産物の地域ブランドとしての米沢牛ブランドの現状の強み・弱みを考察し、強みの維持や弱みの克服への方策を検討する。

3. 分析の手順

先に設定した課題の検証方法について述べる。

第一に、米沢牛ブランドが、農産物の地域ブランドの成立条件をどのように達成しているか、実態を明らかにするために、米沢牛ブランドのブランド管理と米沢牛農家の特徴を把握する。まず、山形県庁畜産振興課に聞き取り調査を行い、大まかな概要を把握する。次に、聞き取り結果を踏まえ、JAおきたま畜産課と白鷹町農林課農業振興係により詳細な聞き取り調査を行い、米沢牛ブランドのブランド管理について実態を把握し、米沢牛農家の特徴について整理する。

具体的には、米沢牛ブランドのブランド管理について、米沢牛の肥育農家としての認定、米沢牛の流通・販売、米沢牛ブランドの今後の課題について調査した。また、米沢牛農家の特徴については、農家の組織形態、生産管理、販売管理、米沢牛農家の生産におけるこだわりや農家間の繋がりを調査した。さらに、特に米沢牛農家の特徴については、JAや自治体から得た回答の根拠づけとして、白鷹町の米沢牛肥育農家2件へのアンケート調査を行い、実態を農家の側からも把握した。また、米沢牛ブランドのブランド管理については、米沢牛銘柄推進協議会のホームページより、指定販売店制度の実態について確認した。

第二に、以上の実態把握をもとに、SWOT分析の枠組みを用いながら、米沢牛ブランドの現状の強み・弱みや将来的な発展の機会や脅威について考察し、強みの維持や弱みの克服への方策を検討した。

4. 分析の結果

1) アンケート調査農家への概要

アンケートへの回答が得られた2件の米沢牛肥育農家の概要を示す(表3-1)。肥育農家Aは、飼養頭数が40頭程度であるが、JAおきたま畜産課によれば、米沢牛肥育農家の平均的な飼養頭数が40頭程度であるので、一般的な米沢牛の肥育農家であると言える。肥育農家Bは具体的数値に関して回答をもらえない部分が多かったが、従事者数の規模等からAと同規模の肥育農家と考えられる。

表 3-1 アンケートを行った米沢牛肥育農家の概要について

	肥育農家 A	肥育農家 B
飼養頭数	43 頭	不明
経営面積	水田 9ha	水田 13ha
畜舎面積	343.2 m ²	不明
年間の出荷頭数	17 頭	不明
従事者数	2 人（父・息子）	2 人（父・息子）

出所) アンケート調査結果より筆者作成

2) 米沢牛ブランドの成立条件

(1) 製品の高品質化

米沢牛ブランドが、農産物の地域ブランドが満たすべき成立条件の一つである「製品の高品質化」について、どのように達成しているのかを述べる。

まず、ブランド管理について、JA おきたま畜産課の担当者によると、米沢牛ブランドを管理している米沢牛銘柄推進協議会は、米沢牛ブランドを確立させるために、米沢牛の厳格な定義にも独自性を見出してこだわりを持っていることが判明した。米沢牛銘柄推進協議会によれば、米沢牛の定義は表 3-2 のようになっている。

表 3-2 米沢牛の定義について

定義. 1	飼育者は、置賜三市五町に居住し米沢牛銘柄推進協議会が認定した者で、登録された牛舎での飼育期間が最も長いものとする。
定義. 2	肉牛の種類は、黒毛和種の未經産雌牛とする。
定義. 3	米沢牛枝肉市場若しくは東京食肉中央卸売市場に上場されたもの又は米沢市食肉センターでと畜され、公益社団法人日本食肉格付協会の格付けを受けた枝肉とする。 但し、米沢牛銘柄推進協議会長が認めた共進会、共励会又は研究会に地区を代表して出品したものも同等の扱いとする。 また、輸出用は米沢牛銘柄推進協議会が認めたと畜場とする。
定義. 4	生後月齢 32 ヶ月以上のもので公益社団法人日本食肉格付協会が定める 3 等級以上の外観並びに肉質及び脂質が優れている枝肉とする。

出所) 米沢牛銘柄推進協議会ホームページより筆者作成

この定義に関して、特に「未經産雌牛」と定めている点が米沢牛の特性である。JA おきたま畜産課の担当者によると、米沢牛ブランドが生み出された当初は、去勢牛も米沢牛として認可していた。しかし、去勢牛と未經産雌牛で大きく味が異なり、甘味や肉汁、香りや脂質において未經産雌牛の方が優れているという判断から、生産者と消費者両方の要望を受けて、現在では未經産雌牛に限定している。

また、上記の米沢牛の定義には含まれていないものの、米沢牛銘柄推進協議会や JA は、より高品質な和牛を生産するため、和牛の血統を吟味し、肥育農家へ指導を行なっている。和牛銘柄において子牛に主に採用される遺伝子系統は 3～4 種類あるが、中でも上質であるとされている但馬牛について、特に脂質に関して高品質な血統を、協議会側が吟味をしている。それを踏まえ脂質の良い牛を生産してもらうため、また、牛の品質の低下につながる大型化を防ぐため、米沢牛肥育農家に対して、導入すべき血統を提案をしている。また、吟味の上で採用された血統は、JA の側から個々の肥育農家に関して、導入するように指示を行い、血統にバラつきが生じないようにしている。一方で、以上のような血統の質を高いレベルで維持しようとする努力にもかかわらず、協議会や JA の指導に従わない農家が存

在し、牛の大型化を避けられない事態に陥ってしまうケースがある。これを防ぎ、和牛の系統変化を抑えることが高品質化達成のための課題になっている。

さらに、肥育牛の生産管理について、JA から各市町村に担当者が派遣されており、定期的に牛舎の巡回を行い、おざりな管理が行われて品質が低下しないよう、指導を行っている。具体的には、牛舎の換気について、糞尿などから発されるアンモニア臭が滞留していないか、敷料や寝床、給餌場所や水飲み場が糞尿などで汚されていないか、特に夏季について、ハエやアブが牛舎内に侵入するのを防ぐため、ネットを張る等の処置を適切に行っているか、衛生管理を徹底するため、牛舎に入る際に消毒液等を使用しているか、堆肥出しをこまめに行っているかなどを確認している。さらに、獣医師の立会いの下で、衛生管理を積極的に進めていることが分かった。具体的には、肥育牛が感染症等に罹患することを防止すべく、家畜保健所の指導の下でワクチン接種を行っている。

次に、米沢牛の肥育農家の特徴について、山形県庁畜産振興課によると、各農家がプライドを持って独自の高い肥育技術を確認しており、その技術を家族内で一子相伝のような形で受け継いでいる傾向がある。肥育技術に関して、特に農家のこだわりが反映されるのは肥育後期に牛に与えられる濃厚飼料についてである。その配合については農家ごとに独自のレシピがあり、具体的には、米ぬかや酒かす、発酵米などを飼料に混ぜ合わせることによって工夫を行っている。また、白鷹町畜産課の担当者によると、米沢牛の定義として肥育期間が長期に設定されているため、肥育長期化に伴う事故のリスクが高く、また、雄牛に比べ飼料の食いつきが良くない雌牛のみが米沢牛として認定されるため、米沢牛の要件を満たす肉質とするには、綿密な肥育体制が必要となる。一方で、JA おきたま畜産課の担当者によると、このような高度の肥育技術を達成するためには、コストがかさんでしまうという問題がある。肥育期間が長いと、電気代や水道代が高く、また優良な血統の子牛を購入するため、もと畜費も高コストになる。中には、生活費を切り詰めて肥育を続けている米沢牛農家も存在している。

また、JA おきたま畜産課の担当者によると、米沢牛肥育農家には、農家間で確固たるプライドが共有され、また農家間のつながりが強いという特徴がある。これらの特徴が高品質の牛の生産に結びついていると考えられる。置賜三市五町における米沢牛農家はおよそ 100 経営存在するが、新規参入者がここ 10 年間で 1 経営のみと少なく、ほとんど変わらないメンバーで毎年米沢牛の肥育に取り組んでおり、その中で農家同士の密な連携が行われている。JA おきたまは、県内初の広域合併農協としては初めてであり、他地区と比べ早期の段階で合併が行われた。その影響もあって農家同士の交流が盛んである。具体的には、米沢食肉公社などで行われる枝肉の競り等で顔見知りとなって交流が始まり、米沢牛の肥育名人を表彰する年 3 回の褒賞授与式における肥育技術に関する情報交換や、外部講師を招いた肥育に関する研修会、通年で開かれる飲み会等を通じて、肥育技術の共有や農家間の交友関係が深められている。また、交流を通じて、高品質の米沢牛を生産することに対する強いプライドが醸成され、後世へとブランドを継承していくために、米沢牛肥育農家としてのあり方について高い意識が共有されている。例えば、目先の利益を重視する若手の後継者が、出荷時の体重を増やして枝肉量を多くすることを意図して、協議会や JA が指導する優良血統ではなく、大型化する血統を選択する場合、こうした動向は小規模な米沢牛農家のコミュニティーを通してすぐに共有され、他の農家から方針を是正するように意見が出されるなど、農家全体として品質重視の傾向を強めていく動きが見られる。

しかしながら、このように品質を犠牲にして利益を重視する農家や取り組みを完全になくすことは困難であり、農家の高い意識のもとで成立している高品質化を維持するための課題となっている。

さらに、白鷹町農林課農業振興係の担当者によると、白鷹町における米沢牛肥育農家では、特に飼養

頭数の多い農家が地域の肥育農家が所属する部会の中で先導的な立場にあり、ブランドの品質に対する強いプライドを持っている。平均的な飼養頭数が 40 頭程度と小規模な米沢牛肥育農家において、飼養頭数が 200 頭を超える大規模な農家には、上述した品質を犠牲にして利益を追求する意識はみられず、地域のリーダーとして地域全体の高品質化を求める姿勢がある。

最後に、米沢牛肥育農家 2 件に行ったアンケート調査結果より、上述した米沢牛肥育農家の特徴について確認した結果を示す。経営方針で重視している項目についての回答をみると（表 3-3）、農家 2 件とも「利益率の向上」「高品質の米沢牛の生産」を共通して重視していることが確認できる。これらと、「利益の拡大」を共通して重視していないことから、飼養頭数の拡大ではなく、高品質化によって利益を確保する方針であると推察される。また、「企業的な経営の移行」を共通して重視せず、「生活していくための所得の確保」を共通して重視していることから、企業的な経営を目指さず、家業として農業を継続していく方針であることが確認できる。

表 3-3 経営方針で重視している項目について

	肥育農家 A	肥育農家 B
利益の拡大	×	×
利益率の向上	○	○
他産業なみの所得の実現	×	×
次世代への継承	×	×
企業的な経営への移行	×	×
生活していくための所得の確保	○	○
高品質の米沢牛の生産	○	○
肥育技術の向上	×	×
牛の生活の快適化	×	○
趣味	○	×

出所) アンケート調査結果より筆者作成

（２）産品の質の平準化

米沢牛ブランドが、農産物の地域ブランドが満たすべき成立条件の一つである「産品の質の平準化」について、どのように達成しているのかを述べる。

まず、ブランド管理について、表 3-2 に示した米沢牛の定義のうち、未經産雌牛、肥育期間及び肉質に関する指定は、高品質化とともに質の平準化にも貢献している。また、先に述べたように、協議会と JA による米沢牛肥育農家への導入すべき血統に関する指導や、JA から各市町村に派遣された担当者による巡回もまた、高品質化とともに質の平準化にも貢献している。

さらに、米沢牛銘柄推進協議会は指定販売店制度により、認可された小売店のみが米沢牛を販売できるようにし、また、米沢牛の定義（表 3-2）において米沢牛のと畜が可能と畜場と取引が可能な市場を指定するなど、米沢牛の流通経路を厳格に管理することで、と畜や市場取引や、その先の流通段階で、基準を満たしていない肥育牛が誤って混入してしまうことを防いでいる。なお、米沢牛銘柄推進協議会のホームページには、令和 2 年時点で 78 の指定販売店が掲載されている。

次に、米沢牛肥育農家の特徴について、先に述べた各農家の飼料の独自配合は、飼料の質に関して、農家間に一定のバラつきが生じることとなるため、質の平準化を達成する際の課題となっている。JA お

きたま畜産課の担当者によると、飼料の配合に関して、JA や協議会は農家に具体的な指示を行うことはしておらず、農家に裁量権を持たせている。農家は各飼料メーカーに価格も考慮しつつ、各種穀物等の配合された濃厚飼料をオーダーし、それに農家が新たに配合を加えることで飼料が完成する。そのような中で、農家によって飼料に含まれる穀物の成熟度などが異なってしまう、結果として肥育牛の品質にもバラつきが生じてしまう。この課題を解決するためには、例えば、農家に対して均一な飼料を用いるように指示をする施策が考えられるが、この施策を実施すると、飼料が均一になることで農家の栽培に対するこだわりが薄れ、米沢牛の高品質化を支える、農家の高い意識の維持が困難となることが懸念されており、実行が難しい。また、質の向上のためにサプリメントなどを肥育農家へ安定的に供給するという施策も考えられるが、そうしたサプリメントは単価が高く、輸送費にもコストがかさむ為、実施が困難である。一方で、山形県庁畜産振興課によると、米沢牛肥育牛農家の多くは水田を自ら耕作する複合経営であり、牛の品質へ大きく寄与する粗飼料に稲わらを共通して採用している。この点では、粗飼料配合が質の平準化に一定程度寄与している可能性がある。

米沢牛肥育農家 2 件に行ったアンケート調査の結果、農家 2 件ともが自ら水田作を行う複合経営であり、かつ粗飼料として稲わらを使用していた。また、飼料の購入・調達に関して重視している項目について調査した結果（表 3-4）、農家 2 件に共通する項目は農産物を生産していく上で最低限の品質保証である「安全性」のみであり、飼料に関する各農家の独自性が高いことが確認できた。

表 3-4 飼料の購入・調達に関して重視している項目について

	肥育農家 A	肥育農家 B
調達先との関係性	×	○
地域内からの購入	○	×
価格	○	×
国産であること	○	×
自給	○	×
安全性	○	○

出所) アンケート調査結果より筆者作成

（３）製品の生産量の安定的な確保

本項では、米沢牛ブランドが、農産物の地域ブランドが満たすべき成立条件の一つである「製品の生産量の安定的な確保」について、どのようにして達成しているかについて述べる。

ブランド管理について、JA おきたま畜産課の担当者によると、現状で米沢牛として認定されている頭数は年間でおおよそ 3000 頭程度であり、需要やブランド価値の維持、農家の利益への影響を考えると、最適な規模にあると JA では判断している。米沢牛肥育農家は餌の食いつきが悪い雌牛を長期間肥育するため、牛一頭に多くの経費がかかり、そのため、牛の販売単価の下落によって非常に大きな打撃を受けてしまう。現状の需要量の元で、米沢牛の出荷頭数を拡大すると、供給過多になってしまい、ブランド価値や枝肉価格の低下を引き起こす恐れがある。結果として、今後も現状の出荷頭数が維持されるべきと判断されている。

上述した年間の出荷頭数を維持し、また、年間を通じて安定的に出荷するために、JA は、各農家の意図をなるべく汲み取りつつ、出荷先・出荷時期・出荷量を割り振り、市場での流通量を管理している。

先に述べた通り、米沢牛の出荷先となる市場は、地元の米沢食肉公社を通じた米沢市場、及び東京市

場の2カ所である。1年間で米沢牛として認定されるおよそ3000頭のうち、農家が自ら小売をするものを除いた頭数は2400頭ほどであり、これらが市場に卸されるが、主な卸し先は米沢食肉公社となっており、具体的には2000頭ほどが米沢市場で取引される。米沢市場は、毎年農家に対して出荷する頭数を調査した上で、市場の開催時期や回数を決定しており、毎月2回もしくは3回開催され、年間では29回程度開催される。一方、東京市場は毎月36頭の米沢牛が、JAのみが出荷組合となる形で取引される。2つの市場の位置付けに関して、JAおきたま畜産課の担当者によると、米沢食肉公社は、米沢牛ブランドの本場本元での取引であり、米沢牛の地産地消を起点としての地域振興の一助になることができるという点で東京市場より重視されているが、地域人口が少なく需要量の低い地域での取引になるため、購買力の点では東京市場に劣る。一方で、東京市場での取引は、地域振興に結びつかないが、需要量の大きい地域での取引であり、米沢牛ブランドを全国規模で展開していく可能性を追求する上で重要である。どちらの市場に米沢牛を卸していきたいかは農家によって様々であるが、JAは、各市場の位置付けに沿った出荷量を踏まえ、各農家の要望を汲み取りつつ、出荷先を割り振っている。

また、出荷時期の管理について、米沢牛には、一年の間で需要が拡大する時期と縮小する時期があり、具体的には長期休みやお盆、正月前の3～4月、6～7月、10～12月に需要量が増大する一方で、その直後の月には需要量が減少する。多くの米沢牛肥育農家は、需要が大きく販売単価が向上する時期に出荷頭数を増やそうとするが、供給過多による枝肉単価の値崩れのリスクや、と畜に二日間を要するため一回の市場で適切に処理できる頭数がおおよそ75頭程度と上限があることを踏まえ、各農家の利益に偏りが出ないように配慮しつつも、一定の頭数を超えると予想される時期においては、次の市場に繰り越して出荷するよう農家へ指示を出すなどして、米沢牛の流通量の均衡を保っている。

次に、米沢牛肥育農家の特徴として、飼養頭数が小規模な家族経営が維持され、大規模で企業的な経営が増加しないため、米沢牛の出荷量の大幅な拡大が生じない。山形県庁畜産振興課によると、米沢牛の肥育農家は一般的な肥育牛農家と比べ飼養頭数が少なく、規模拡大に消極的である。一般的な肥育牛農家においては、スケールメリットを考えれば150頭以上の飼養頭数がなければ採算が合わないと考えられるが、米沢牛の肥育農家の平均的な飼養頭数は40頭前後であり、かつ今後規模を大きく拡大させていく展望のある農家はほとんど見られない。JAおきたま畜産課の担当者によると、米沢牛の肥育農家において規模拡大が困難な要因の1つとして、気候条件が挙げられる。置賜地区は豪雪地域であり、冬季の積雪に対応するため、肥育牛の牛舎は積雪に耐え得る丈夫な造りである必要がある。一方で、その建設には多額の設備投資資金が必要であり、外部から資金調達をする必要がある。さらに、除雪などの管理コストも増大するため、新たな畜舎が必要となる規模での飼養頭数の拡大は、多くの場合現実的ではない。よって、今後も米沢牛肥育農家は、飼養頭数が小規模な家族経営が中心に継続されると考えられる。

アンケート調査に回答した米沢牛肥育農家2件はいずれも飼養頭数が50頭に満たない小規模な経営であり、また主な従事者が家族であることが確認できる。また、表3-3に示した通り、農家2件ともが「利益の拡大」「他産業なみの所得の実現」「企業的な経営への移行」を重視しておらず、今後もこのような小規模な家族経営が継続されると見込まれる。

（4）産品と地域の強い連関

本項では、米沢牛ブランドが、農産物の地域ブランドが満たすべき成立条件の一つである「産品と地域の強い連関」について、どのように達成しているのかを述べる。

まず、ブランド管理について、先に述べた米沢牛の定義1において、生産者の居住地を置賜三市五町に居住する人に限定する指定があり、地域と結びついた産品としての成立が強く意識されている。また、近年、米沢牛ブランドはGI認証も取得している。

白鷹町農林課農業振興係によると、各自治体が米沢牛農家と連携してその経営体制を改善していく取り組みが進められている。例えば白鷹町では米沢牛農家の抱える経営や生産管理の問題について、農家の希望に沿ってその解決のための援助をしている。具体的には、新たに飼養頭数を増やしていく希望のある農家について、堆肥舎の新築を制度資金によって援助する、牧草地の面積を増やすために森林の伐採を支援するといった活動が行われている。また、定住自立圏構想に基づいて、地域の特色である農業を活性化させるべく、近隣の市町村と協力して米沢牛の課題解決に取り組んでいる。定住圏自立圏構想とは、総務省によれば、地方において見込まれる大幅な人口減少と急速な少子化・高齢化への対策であり、地方圏において安心して暮らせる地域を各地に形成し人口の流出を防ぐという構想で、人口5万人以上の「中心市」の都市機能と、それに隣接する「近隣市町村」の農林水産業、自然環境、歴史、文化など、それぞれの魅力を活用して、NPOや企業といった民間の担い手を含め、相互に役割分担し、連携・協力することにより、地域住民のいのちと暮らしを守るため圏域全体で必要な生活機能を確保し、地方圏への人口定住を促進する政策である。この政策の一環として、白鷹町では近隣の市町村と米沢牛ワーキンググループと呼ばれる組織を形成し、米沢牛ブランドの振興を通じた地域の発展を実現するため、生産管理や経営管理、枝肉市場などについての情報共有を進めている。具体的な活動としては、各市町村の農林課やJAと連携して、今後の米沢牛ブランドの課題解決のための会議を行い、解決のための手段として、東京からアドバイザーを招いて各市町村に指示をしてもらう取り組みがある。また、新型コロナウイルスに伴う枝肉価格の急落に対し、域内の米沢牛農家への支援方法について検討がなされ、販促活動や補助金の支給等の対応が取られた。他にも、米沢牛ブランドが地域に浸透し、それによって地域の活性化が達成されることを意図して、市町村は域内に向けて産業フェアを主催し、米沢牛の地域における販促活動を行なっている。各市町村が域内の肥育農家から米沢牛を買い付け、市民向けに販売することで、地産地消を推進するものであり、白鷹町でも新型コロナウイルスの蔓延の影響で調査年度における開催は難しいが、継続的にイベントを開催し、域内での販売量を高めていこうとする展望を持っている。一方で、少子高齢化によって域内の購買力の長期的な低下が見込まれる中で、この地産地消を推進する施策が、米沢牛ブランドの振興にどの程度の役割を持ち得るかは不透明である。

次に、米沢牛肥育農家の特徴として、JAおきたま畜産課の担当者によると、米沢牛の肥育農家に共通して見られる稲作との複合経営は、地域の伝統的な生産方法として米沢牛農家に重視されている。置賜地区では伝統的に稲作地域であり、積雪のため農業が行えない冬期には、稲作農家は出稼ぎを行う必要があった。その中で、冬季にも可能な農業として、水田を耕すために使役していた牛に注目し、明治期に牛の肥育が行われるようになった。自らの水田で確保した稲わらを飼料として採用する肥育体制は当時から行われる伝統的な生産方法である。最初期は2～3頭の肥育であったが、日本人の食生活の変化や農産物の流通体制の改善によって徐々に利益が増え、それを元にして飼養頭数を漸進的に増加させ、現在一般的に米沢牛の肥育農家で見られる体制が確立された。このような歴史的な発展の中で維持されてきた自家栽培の稲わらを用いた肥育方法は、米沢牛の肥育農家のアイデンティティと肥育方法に対する深い愛着に結びついている。そのため、米沢牛農家では、水田の集積の進展や管理不足の耕作放棄地が増える中、先祖から引き継いだ水田を活用し、稲作と畜産との複合経営を行うという体制が一般的である。さらに、米沢牛農家は家族経営が中心であり、高品質な米沢牛の生産を通じて置賜地区を支えて

いく志向性を持っている点も特徴として挙げられた。先に述べた通り、米沢牛農家は先祖より代々受け継いできた米沢牛やその肥育体制に深い愛着と誇りを持っているが、その肥育技術は世代を超えて伝え続けられてきたものであり、そのために、2～3世代が家族で協力して肥育を行っていく体制が今日も多く農家で続けられている。地域に密着した血縁を基盤に肥育が行われていく中で、米沢牛農家は自身の生産した米沢牛が地域振興に貢献することを望んでおり、米沢牛を通じて、観光客の誘致などを達成していきたいという考えを持っている点も指摘された。

米沢牛肥育農家2件へのアンケート調査より、農家2件ともが出荷量の多くを米沢食肉公社に出荷していた（表3-5）。

また、農家2件ともが水稻作を行う複合経営であり、自ら生産した稲わらの利用を重視していた。

表3-5 米沢牛の出荷先と一年の販売総額に占める割合について

	肥育農家 A	肥育農家 B
米沢食肉公社	90%	100%
東京食肉市場	10%	0%

出所) アンケート調査結果より筆者作成

3) 米沢牛ブランドの強みと弱み

(1) ブランドの成立条件の観点からみた強みと弱み

以上より、米沢牛ブランドの農産物地域ブランドとしての成立条件と、成立条件の観点からみた米沢牛の課題を以下の表3-6に整理した。

第一に、高品質化の条件として、ブランド管理としては、要件として未經産雌牛、肥育期間、肉質が指定されていること、JAと協議会が優良な血統を選定し農家へ指導していること、JA、町職員が巡回を行っていることが挙げられる。また、農家の特徴としては、雌牛の長期肥育を可能とする高い技術、農家間で共有される高い意識が挙げられる。一方、高品質化の達成のための課題としては、牛の血統の大型化やJAと協議会が指導する血統を購入しない農家がいること、コストとの両立が難しいことが挙げられる。

第二に、質の平準化の条件として、ブランド管理としては、質の高品質化と同様に、要件として未經産雌牛、肥育期間、肉質が指定されていること、JAと協議会が優良な血統を選定し農家へ指導していること、JA、町職員が巡回を行っていることに加え、要件としてと畜場と市場を指定し、指定販売店制度を導入することによって誤って米沢牛以外の牛が認可されることを防いでいる。また、農家の特徴としては、飼料に自家栽培の稲わらを使用していることが挙げられる。一方、その達成のための課題としては、高品質化で挙げた課題と同様にJAと協議会が指導する血統を購入しない農家がいることの他、飼料について、農家ごとに品質にバラつきが生じてしまうケースがある、ということが挙げられる。

第三に、生産量の安定的な確保の条件として、ブランド管理としては、JAと協議会による需要に応じた出荷先・出荷量の設定や、JAと協議会による農家への出荷量の割り当てを行っている。また、農家の特徴としては、資金や人的資源の制約が大きい為、結果として規模拡大の余力が小さく生産量を大幅に拡大できないことや、現状の小規模の肥育でも、一定の収益性を確保していることがある。

表 3-6 米沢牛ブランドの農産物地域ブランドの成立条件と課題

	成立の条件	課題
高品質化	【ブランド管理】 - 要件として未経産雌牛と肥育期間、肉質を指定 - JA と協議会が優良な血統を選定し農家へ指導 - JA, 町職員の巡回 【農家の特徴】 - 高い肥育技術（肥育期間が長い、雌牛、独自飼料） - 農家間での高い意識の共有	- 血統の大型化 - JA と協議会が指導する血統を購入しない農家がいる - コストとの両立
質の平準化	【ブランド管理】 - 要件として未経産雌牛と肥育期間、肉質を指定 - JA と協議会が優良な血統を選定し農家へ指導 - JA, 町職員の巡回 - 要件としてと畜場と市場の指定 - 指定販売店制度 【農家の特徴】 - 飼料に自家栽培の稲わらを使用	- JA と協議会が指導する血統を購入しない農家がいる - 飼料の質のばらつき
生産量の安定的な確保	【ブランド管理】 - JA と協議会による需要に応じた出荷先・出荷量の設定 - JA と協議会による農家への出荷量の割り当て 【農家の特徴】 - 規模拡大の余力が小さい（資金や人的資源の制約） - 小規模でも収益性が成立	
地域との連関	【ブランド管理】 - 要件として生産者の居住地を指定 - 関係市町による支援やマーケティングの取組み 【農家の特徴】 - 地域内出荷が多い - 飼料に自家栽培の稲わらを使用	地域の購買力の低下

第四に、地域との連関として、ブランド管理としては、米沢牛の定義のうちに生産者の居住地を置賜地域内に指定することや、関係市町による支援やマーケティングの取組みが行われていることが挙げられる。また、農家の特徴としては、出荷先について、域内である米沢食肉公社が大きな割合を占めていること、飼料に自家栽培の稲わらを使用していることが挙げられる。一方で、課題としては、地域の購買力が長期的に低下する中で、収益性を保ちつつ地産地消を維持することが挙げられる。

（２）ブランドの長期的な維持・成長における課題

次に、米沢牛が今後農産物の地域ブランドとしてその地位を確立し、また、地域全体の振興に貢献しつつ維持・成長していくための課題を述べる。

第一に、JA おきたま畜産課の担当者によると、後継者が慢性的に不足しており今後米沢牛の肥育農家の担い手が見つからなくなってしまう恐れがある。現状の米沢牛農家は高齢化が深刻であり、米沢牛ブランドのさらなる発展のためには、後継者の確保が必須だが、後継ぎの息子・娘世代が置賜地区外で仕事に就くようなケースでは、その確保が困難となっている。このような事態に対する対策として、置賜三市五町は新規就農者の募集を行っている。しかしながら、畜産をゼロから始め、収益性が成り立つレベルにまで経営体制を整えるには、億を超える多額の投資が必要になるため、新規参入のハードルが

高い。また、米沢牛の肥育には高度な技術を要するため、協議会によって認定されるために十分な知識と技術の蓄積も必要である。実際に米沢牛農家のなかには、新規参入者を早期の段階から米沢牛農家として認定することを疑問視する声がある。さらに、米沢牛農家は、先に述べたように家産を用いた家業の側面が強く、家族外から後継者を確保することも難しい。

第二に、米沢牛の需要量について、その積極的な拡大が難しいことも課題の一つである。JA は農家の出荷を管理することで、米沢牛ブランドのブランド価値を維持しているが、市場外での米沢牛の販売戦略に関しては小売店に一任しており、既存の販売経路の拡大や新規販路の開拓等の施策が十分になされていない。新たな販路拡大施策として、近年では米沢牛の海外輸出が開始され、タイや香港へと米沢牛が出荷されているが、その取引量は年間で 10 頭程度であり、米沢牛全体の出荷量に対し僅かな割合に留まる。

(3) 地域ブランドとしての強みと弱み、機会と脅威

米沢牛が農産物の地域ブランドとしてどのような強みと弱みを持ち、また、どのような機会と脅威に直面しているのかについて、SWOT 分析の枠組みを用いて、以下の表 3-7 に整理した。

表 3-7 米ブランドの成立条件の観点からみた米沢牛の強みと弱み

	プラスの要素	マイナスの要素
内部環境	「強み」 市場での高い評価 JA や協議会による要件の指定、指導 農家の高い技術・管理 農家の高い意識	「弱み」 後継者不足 小規模で家族的 バイヤーとの連携不足
外部環境	「機会」 海外市場拡大 消費者のブランド志向の高まり	「脅威」 地域の購買力の低下

第一に、その強みについては、米沢牛が市場で高い評価を受けていること、JA や協議会によって米沢牛の要件の指定が高水準で行われ、それを満たすための生産管理などにおける指導が積極的に行われていること、米沢牛農家が、高い肥育技術を持っていることや、米沢牛農家間で高い意識を共有していることが挙げられる。第二に、その弱みについては、米沢牛農家の高齢化が進む中、後継者が慢性的に不足していること、米沢牛農家の経営体制が小規模の家族経営中心で、大幅な規模拡大が困難なこと、JA などと各バイヤーの連携が不十分なため、生産側が需要拡大策に積極的に踏み切れないことが挙げられる。第三に、その機会については、海外市場が小規模ながらも拡大を見せていること、消費者のブランド志向の高まりが挙げられる。第四に、脅威としては少子高齢化による地域の購買力の長期的な低下が挙げられる。

5. 結論

本論では、米沢牛ブランドが、農産物の地域ブランドとして抱える課題について、地域ブランドとしての成立条件の実態解明を通して、その強みや弱みを検討した。結論として、米沢牛の抱える課題を大

きく二つに整理し、克服に向けた具体的な方向性を検討する。

第一に、人的リソースが不足している。特に後継者不足は深刻な問題となっており、地域に密着しているがゆえに、外部からの誘致が困難という構造もあり、解決の見通しが立っていない。

第二に、各主体の連携に強化の余地が残されていることである。生産者、JA、協議会、バイヤーなど、様々な立場で米沢牛ブランドに関係する主体がいる中で、特に生産者を代表する協議会やJAと消費者と直接接する販売者の間についてはそれぞれの役割が固定化され、ブランドとしての戦略的な連携がないため、生産から販売までを一括して捉えた上での施策が展開されているとは言えず、結果として、供給側が主導する規模拡大は現状では想定しにくい。

これらを踏まえ、今後の米沢牛の方向性として、先に述べた課題を解決するべく、各主体の連携を強化することが考えられる。米沢牛ブランドの強みである高度な技術や、生産側の高品質化や地域振興にかけのプライドという強みを生かすために、現状の生産体制を残しつつも、生産から流通、販売までを一貫したマーケティング戦略をより具体的かつ確固なものにし、新たな需要の獲得を積極的に進める必要があると考えられる。

さらに、新たに進められている海外販売も含めた販路拡大策を、より規模を拡大して行っていくことで、需要量の増加に基づく利益の拡大が見込まれ、それに伴って産業自体の規模が大きくなり、得られた利益を元に新規就農者に対する誘致政策を行い、積極的な技術提供を進めていくことで、人的リソースの改善も一定の効果を生じ得る可能性がある。

高い技術や生産者のプライド等を基盤に、農産物自体は高い品質が維持されている現状があるからこそ、その販売戦略について、各主体がさらなる歩み寄りを見せた上で展開をしていくことが、農産物の地域ブランドの発展について有効な施策であると考えられる。

引用文献

- 1) 農林水産省知的財産戦略チーム(2007)「農林水産物・地域食品の地域ブランドの現状と課題」
- 2) 鴨川武文, 馬場正浩(2014)「農産物のブランド化」『福岡大学人文論業』45(4), pp.359-388
- 3) 後藤英之(2017)「農産物ブランド化の展開と課題 ―「ニセコ」ブランドの動向を中心に―」『小樽商科大学商学討究』68(2,3), pp.127-142
- 4) 柴田茂紀(1997)「農産物のブランド化, その限界と可能性 京野菜のブランド戦略を事例として」『岩本ゼミナール機関誌』1, pp.204-215
- 5) 沈潔如(2012)「地域ブランド研究に関する一考察 ―地域ブランド研究の現状と今後の課題―」『商學討究』61(2,3), 287-322
- 6) 森嶋輝也(2013)「農業生産法人による高付加価値化のためのブランド戦略」『農村生活研究』145, pp.6-13
- 7) 八木浩平, 菊島良介(2017)「農産物ブランドに対する購買行動の規定要因 ―『地域ブランド戦略サーベイ 2013 (名産品編)』の分析―」『農林業問題研究』53(3), 119-130
- 8) 安田満(2011)「農産物のブランド化による地域の活性化」『明星大学経済学研究紀要』43(1), 11-21
- 9) 李 哉ヒョン(2013)「農産物の地域ブランドの役割とマネジメント」『フードシステム研究』20(2), pp.131-139

参考 web サイト

- 1) 地理的表示産品情報発信サイト <https://gi-act.maff.go.jp/register/entry/26.html>

- 2) 米沢牛銘柄推進協議会ホームページ <http://www.yonezawagyū.jp/05.html>
- 3) 米沢市ホームページ <https://www.city.yonezawa.yamagata.jp/2119.html>

第4章 ホップ生産の持続可能性

萩原千陽

1.はじめに

ホップはビールの製造過程において麦汁に加えられるものであり、その役割としては「①ビールに独特な芳香と爽快な苦味を与えること、②麦汁の過剰なタンパク質を沈殿、分離させ、ビールを清く澄んだものにする、③雑菌の繁殖を抑え、ビールの腐敗を防ぐこと、④ビールの泡もちをよくすること」が挙げられている^{注1)}。日本においては東北地方を中心に栽培されているが、近年は全国的に生産量が減少傾向にある（図4-1）。

ホップに関する主な先行研究としては、鈴木（1978）や丸山（1987）が挙げられる。鈴木（1978）や丸山（1987）では、東北地方においてホップ生産が盛んになった1960年ごろから1980年代にかけての農村におけるホップの位置づけが明らかにされている。一方で、この時代は農村において余剰労働力が発生していた時代であり、人口減少と高齢化が進む現在の生産地の実態とは大きく異なるものであると考えられる。また、最近の先行研究としては王ら（2007）が挙げられる。王ら（2007）では、岩手県津米町のホップ農家への調査に基づき、ホップの契約栽培の実態はビールメーカーの下請けであり、ホップ農家はビールメーカーに対して劣位であるとの見解が示されている。一方で、国内におけるホップの生産動向はビールメーカーの経営戦略に大きく影響を受けていると考えられるにも関わらず、先行研究ではホップ生産とビールメーカーの経営戦略との関連を十分に検討できていない。

そこで本稿は、ビール市場やビールメーカーの経営戦略を分析するとともに、白鷹町におけるホップ生産の実態を分析することによって、白鷹町におけるホップ生産の持続可能性について明らかにするものとする。分析の手順は以下の通りである。まず、第2節においてホップの農作物としての特徴を示す。次に、第3節では近年のホップ産地の動向、ビール市場の動向及びビールメーカーの方針について明らかにする。そして、第4節では聞き取り調査から白鷹町におけるホップ栽培の特徴や生産性などを分析する。最後に、以上を踏まえた上で白鷹町におけるホップ生産の持続可能性について議論をまとめる。

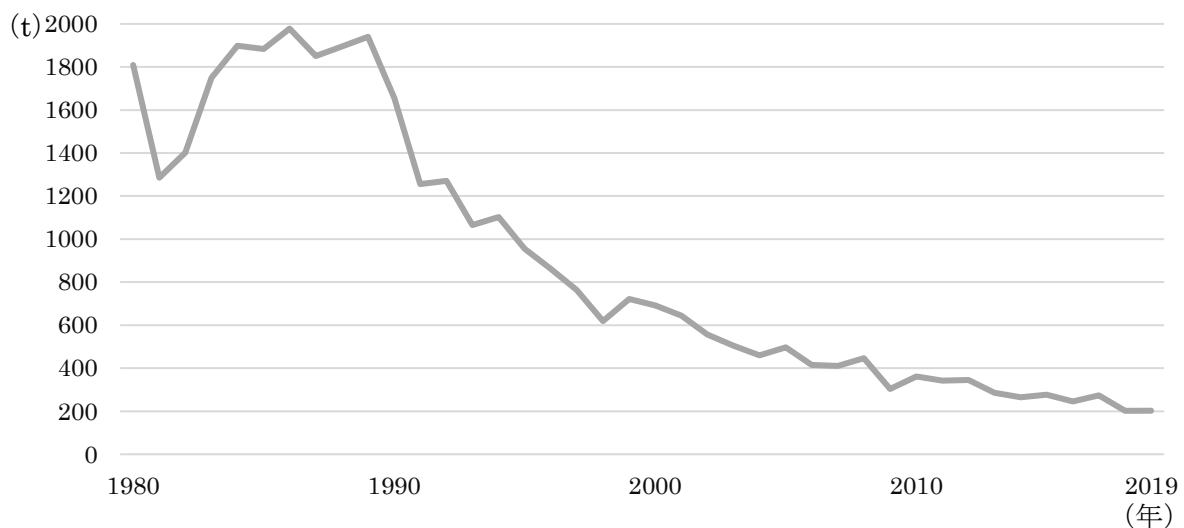


図4-1 全国のホップの生産量の推移

出所) 全国ホップ農業協同組合連合会『ホップに関する資料』（2019）より筆者作成

2. 農作物としてのホップ^{注2)}

ホップは多年生^{注3)}の蔓植物であり成長すると8mほどに蔓が伸びるが、自ら伸びた蔓を支えることができないため、自然界では他の植物などを支えにして上に伸びていく。雌雄異株であるが、ビールの主要な原料となるのは毬花と呼ばれる雄花の方であり、この毬花の内部に含まれるルプリンがビールの主要な原料の1つとなっている。世界的なホップの生産地は北緯35度～55度の比較的涼しい地域に属しており、日本では北緯40度前後の東北地方を中心に栽培が行われている^{注4)}。

ホップの栽培は4月の糸下げに始まる。これは圃場整備の一環であり、伸びる蔓の支えを形成するものである。その後、元肥や株拵え（株の選定作業）などを行う。5月、6月になると、ホップの成長の過程に応じて、成長した蔓を支えに固定する蔓上げや棚に均一に着花させる蔓下げを行い、8月に棚の上で成長した雄花を収穫する（表4-1）。

なお、棚とは地上5～6mの部分に固定されている台のようなものであり、それ以上に伸びた蔓は棚に絡ませて固定する。ホップは蔓の高いところに花が付くため、収穫される雄花は棚の上で栽培されることとなる。したがって、収穫作業は高さ5～6mの棚において行われる。これに加えて、日本においては収穫作業の機械化が海外に比べて進んでおらず、摘果機によって1個ずつ収穫を行うので、ホップの収穫には相当の労力と技術が必要となる。山形県南ホップ農協の方によると、年間のホップ栽培にかかる労働のうち約50%が8月の2、3週間の間に行われる収穫・乾燥作業に充てられるとのことであり、繁忙期が非常に明確な作物であるといえる。

表4-1 ホップの標準的作業歴

4月	5月	6月	7月	8月
元肥	株拵え	蔓下げ	除草	収穫
株あけ	選芽	側枝摘芯		乾燥
糸下げ	蔓上げ			

出所) 菅野 (2011)

3. 国内におけるホップ生産の展開

1) 国内におけるホップ産地の形成

国内におけるホップ生産の起源は1877年の北海道開拓使による試作であると言われているが、本格的にホップの栽培が始まったのは1940年以降である。当初は長野県や山梨県がその生産の中心であったが、1960年ごろまでにその生産地は山形県や岩手県、秋田県へと北上していった。長野県や山梨県では、リンゴやブドウ、桃などの果樹類やエノキ茸などの生産が急成長したことでホップ栽培が縮小・停滞したのに対し、東北諸県では山間部を中心に積極的にホップが導入されたことが、生産地が北上していった原因であるようである^{注5)}。

山形県におけるホップの栽培は1942年に麒麟麦酒株式会社が、1943年に大日本麦酒株式会社^{注6)}が県内の農家と栽培契約を結んだことに端を発している。直後の第二次世界大戦中および戦後の一時期ホップの栽培は衰退したものの、1950年以降、県内におけるホップ栽培は振興されるようになった。ビール会社が原料であるホップに対して輸入依存から国内自給化の方針を立て、山形県下の新たに200haを増殖しようという復興計画があったことが背景にある^{注7)}。

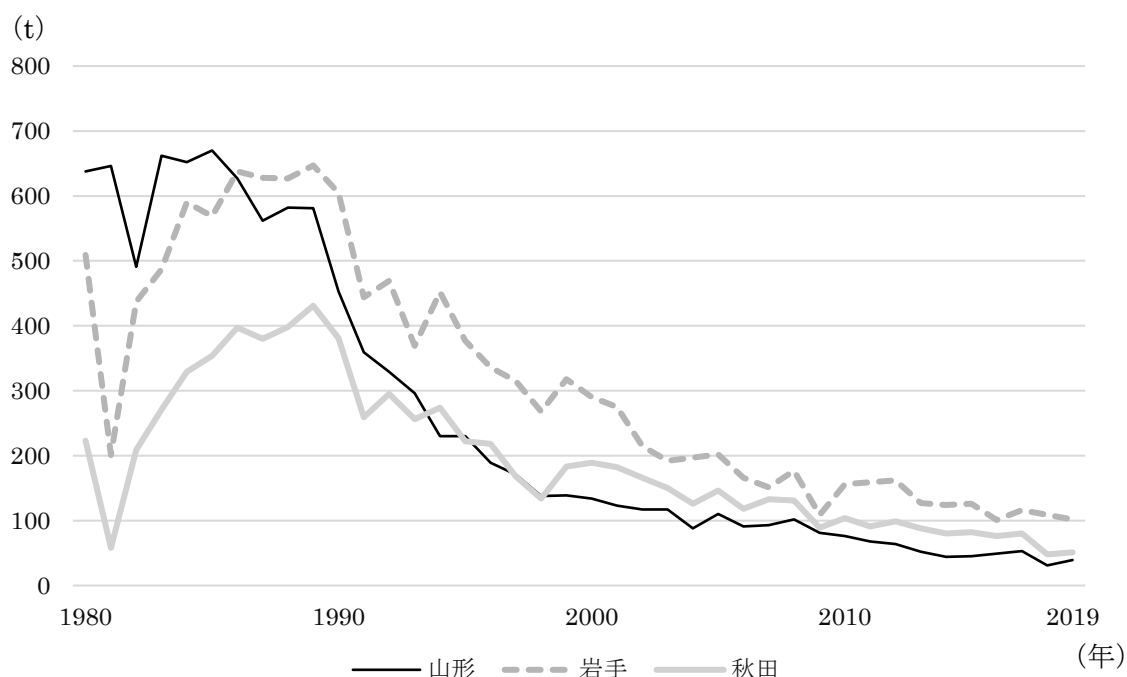


図4-2 山形県、岩手県、秋田県のホップの生産量の推移

出所) 全国ホップ農業協同組合連合会『ホップに関する資料』(2019)より筆者作成

農村においてホップは労働集約的かつ収益性の高い作物であり、養蚕業の代替作物として普及していた^{注8)}。当時の農村に過剰労働力が存在していたことも普及の要因であるとされる。その後も県内の生産の拡大は続き、1963年には山形県は全国一の生産地となると同時に生産のピークを迎えた。

一方で岩手県や秋田県では、山形から約20年後の1960年ごろにホップの栽培が始まった。これらの北東北地区では、減反政策による転作の過程でホップが導入されたものとみられ、1980～1985年ごろまで拡大が続いた。1985年以降は岩手県が山形県に代わって全国一のホップの生産地となっている。

このような山形県と北東北地区のホップ導入の過程の違いは、両区域における生産形態の違い、すなわち共同化の進展具合にも大きく影響していると考えられる^{注9)}。

2) 近年の国産ホップの動向

図4-1からわかるように、1990年ごろを境にホップの生産量は、全国的に急激に減少した。その主な要因としては、安価な輸入ホップが流入していること、ホップの栽培作業が高所で行われるため労働負担が大きいこと、初期費用が大きく新規参入が難しいことが挙げられる。

まず、第一の要因である安価な輸入ホップの流入について考察する。近年では、国内でのビール生産に用いられるホップのほとんどが輸入ホップである^{注10)}(図4-3)。その大きな要因は、国産品との価格の違いにあると考えられる。1989年以降、国産品の買取価格^{注11)}は1kgあたり2000円前後で推移しているのに対し輸入ホップの価格は1kgあたり1000円前後で推移しており、両者の間には約2～3倍の価格差がある(図4-4)。

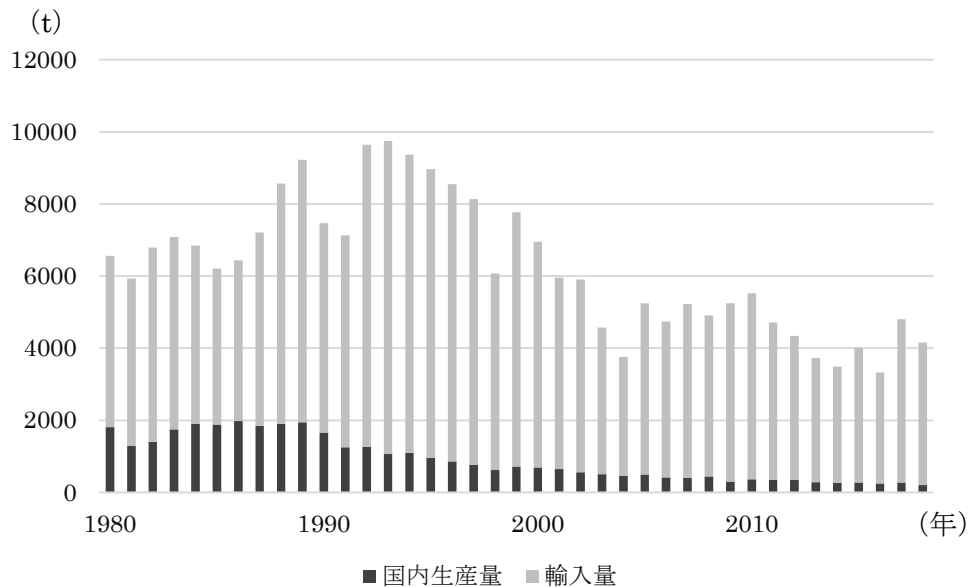


図4-3 ホップの国内生産量と輸入量の推移

出所) 全国ホップ農業組合連合会『ホップに関する資料』及び財務省貿易統計より筆者作成

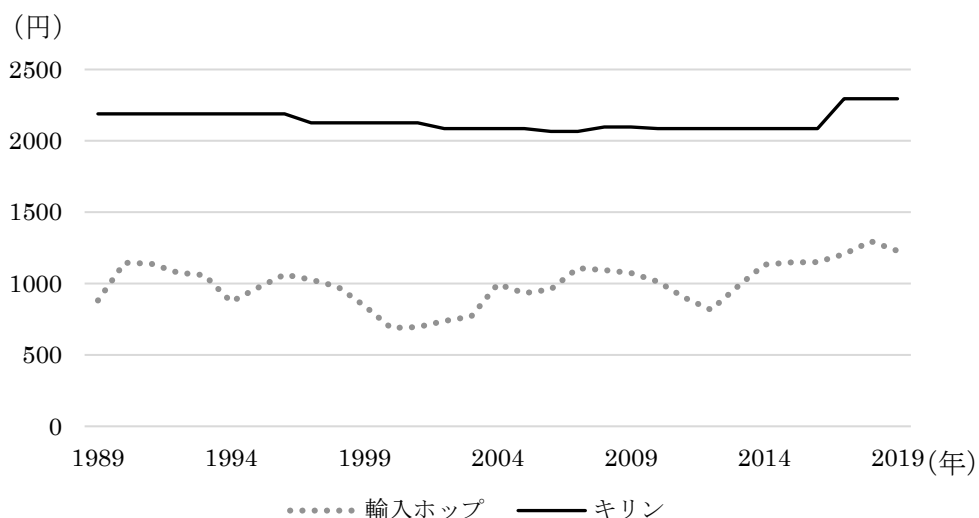


図4-4 輸入ホップの輸入価格と麒麟の国産ホップの買取価格

出所) 全国ホップ農業組合連合会『ホップに関する資料』及び財務省貿易統計

この価格差の理由は、国産ホップと輸入ホップの生産形態の違いにあると考えられる。ホップの生産過程において最も労働力を必要とする収穫の過程において、外国では専用の大型機械による収穫が行われている^{注12)}のに対し、日本では小型の摘果機を用いて1個ずつ収穫が行われている。そのため、生産効率の面で国内ホップは輸入ホップに劣り、その分だけ価格が増加していると考えられる。

次に、第二の要因であるホップ生産の労働負担の大きさについて考察する。ホップの栽培は5～6mの高所で行われるものであり、相当の技術と体力及び労力を要する^{注13)}。さらに、高齢化が進んでいる現状において高所での作業は不安を伴うため、高齢化はホップの生産において非常に深刻な問題といえる。また、ホップの生産に熟練の技術を要することは、個々の農家間での労働生産性や土地生産性の格

差が大きい^{注14)} ことの原因にもなっている。そのため、新規参入者がすぐに高収益を上げることは難しく、このことがホップ生産の参入障壁の1つになっていると考えられる。

最後に、第三の要因である初期費用の高さについて考察する。ホップは生産を始めるために棚や乾燥のための作業所、乾燥機、選別機などの調達が必要となるため、多額の初期費用がかかる^{注15)}。実際白鷹町の調査農家では、すべての農家が摘果機、乾燥機、摘果機を自己保有していた。そのため、同地域で新たな作物の栽培を始めようとする者にとってホップを選択することはハードルが高いと考えられる。

3) 国内ビール市場及び主要ビールメーカーの動向

ホップは、それ自体が市場に出回ることではなく、国内のホップ生産者のほとんどがビールメーカーとの栽培契約に基づきホップを生産している。したがって、ビール市場の動向やそれに伴うビールメーカーの経営戦略は、ホップの生産動向に大きな影響を与えていると考えられる。そこで、以下では国内のビール市場の動向とビールメーカーの経営戦略を順にみていく。

国内におけるビール市場は近年縮小傾向にあるが（図4-5）、主な原因としては以下の2つが挙げられる。

第一にアルコール自体の消費量の減少である。酒類全体の国内消費量は平成8年度の966万klをピークに年々減少しており、平成28年度には841万klにまで低下している。少子高齢化や人口減少及び健康意識の高まりによる飲酒人口の減少がその背景にある^{注16)}。

第二に、「ビール以外のアルコール飲料の普及」である。近年では多様なアルコール飲料が選好されるようになり、昔に比べてアルコール飲料に占めるビールの割合が減っている。平成元年度から平成28年度までの構成比の変化をみるとビールは71.0%から31.3%まで半分以上に減少しており、それ以外の発泡酒^{注17)} やリキュールの構成割合が増えているのがわかる（図4-6）。

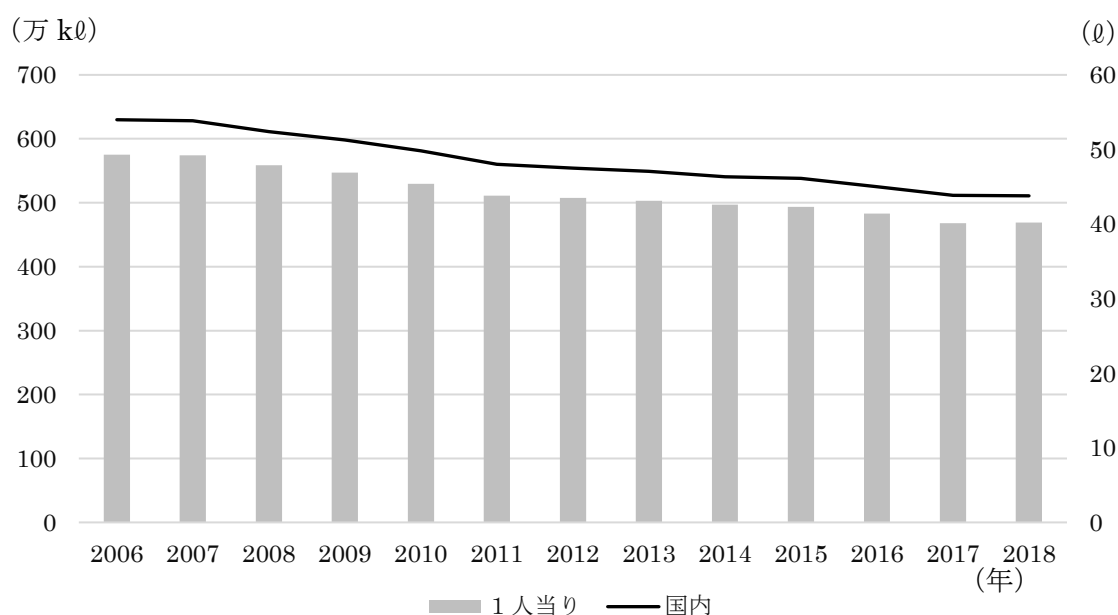


図4-5 国内ビール年間消費量（右軸）と1人当り年間ビール消費量（左軸）との推移
出所）ビール酒造組合のHPより筆者作成

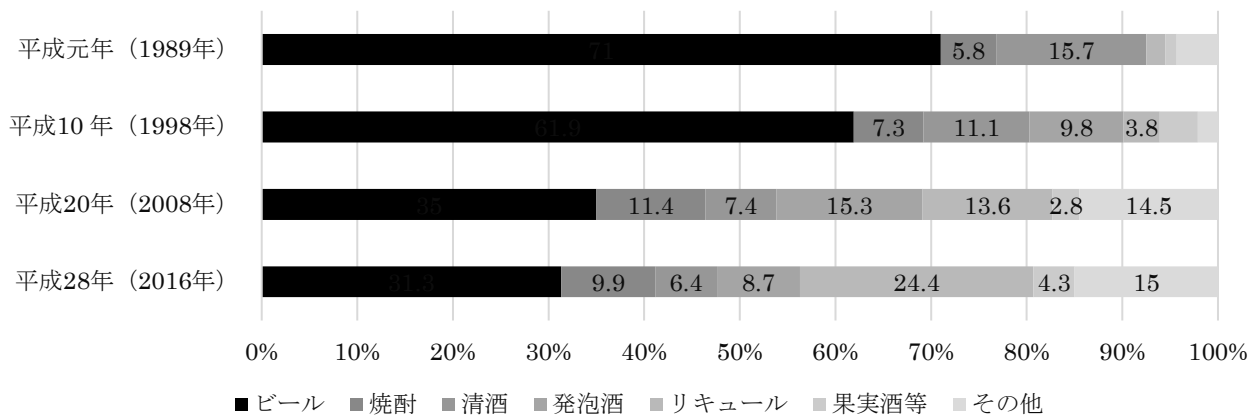


図 4-6 各酒類の販売（消費）数量構成比率の推移
出所）国税庁「酒レポート（平成30年3月）」より筆者作成

表 4-2 国内主要ビールメーカーの比較

	アサヒ	キリン	サントリー	サッポロ
ビールの国内シェア(2018) ^{注23)}	37.4%	34.4%	16.0%	11.4%
中期経営戦略（アサヒは方針，キリンは計画）の概要	海外展開・自社ブランドの高付加価値化	世界の CSV 先進企業となる・事業の多角化	エリア拡大戦略・既存ブランドの活性化	海外展開・ビール事業への経営資源集中
中期経営戦略における国産ホップに関する記述の有無	なし	あり	なし	なし
国産ホップの生産量(2019) ^{注24)}	11.2t	132t	なし	59.6t

出所）各社 HP，ビール酒造組合統計，全国ホップ農業共同組合連合会ホップに関する資料（2019 年版）

では，こうした縮小するビール市場を背景として国内主要ビールメーカー4社はどのような経営戦略をとっているのだろうか。各社の中期経営戦略（方針）を比較してみる（表4-2）。

アサヒホールディングス^{注18)}は2019年に更新した中期経営方針において「グローバルな価値創造経営」を掲げており，自社のビールブランドの高付加価値化と事業の海外展開を目標としている。

キリンホールディングス^{注19)}は2027年までの長期経営構想において「食から医にわたる領域で価値を創造し，世界の CSV 先進企業となる^{注20)}」という目標を掲げており，経営食品分野など多角化による経営基盤の強化や，地域に根付いた企業となることなどが具体的な内容として含まれている。そして，2021年までの中期経営計画でも非財務目標として明記されている CSV コミットメントにおいては「ホップの国産化」を目標として掲げている。

サントリー^{注21)}は2030年度までの中期経営戦略において「グローバル飲料業界において，消費者トレンドの一步先を行くユニークなポジションの確立を目指す」としている。そして具体的な戦略として，例えば「成長市場にフォーカスしたエリア拡大戦略」を打ち出している。サントリーは事業全体に占め

る酒類及びビールの売り上げが少なく、ビール産業への依存度は他社に比べて低いのが特徴である。

サッポロホールディングス^{注22)}は2024年までの中期経営戦略における基本方針として「ビール事業への経営資源集中」を掲げており、また同時に「グローバル展開の加速」等も目標に掲げている。

このように中期経営戦略において国産ホップに関する言及がなされているのは麒麟のみであり、国産ホップを最も重要視しているのは麒麟であるといえる。実際、2019年の国産ホップの生産量は上位から麒麟(132t)、サッポロ(59.6t)、アサヒ(11.2t)、サントリー(生産なし)となっている。

そこで次に麒麟の経営戦略のもとで国産ホップがどのような位置付けにあるのかを考察する。上述の通り、麒麟はCSVコミットメントという活動の一環としてホップの国産化を掲げており、2027年に100tの国産ホップの調達を確保することを目標としている。2019年の麒麟の国産ホップ調達量が130tであることを考えると一見消極的な目標にも思えるが、ここ10年で国内ホップ生産量が半分以下になっている現状から鑑みると一概には低い目標とはいえない。

また、麒麟は2019-2021中期経営戦略において「日本産ホップの支援やタップマルシェ^{注25)}など麒麟独自の取り組みを通じたクラフトビールの拡大にも継続して注力し、ビールカテゴリーの魅力化・成長を目指す」としている。これは、市販のビールに比べてホップの風味の違いが出やすいクラフトビール産業への進出にあたって、差別化を図るために国産ホップを重要視しているものと見られる。

実際、麒麟は国産ホップの保護のため様々な取り組みを行っている。例えば、岩手県遠野市^{注26)}の「ビールの里」構想によるまちづくりの後方支援や、同町の農業法人の大型機械を用いたドイツ式農法への挑戦に対する出資などを行っている^{注27)}。また、国産ホップの支援方針を背景に2017年に麒麟はホップの買取価格を1kgあたり2086円から2295円に引き上げた。これらのことは、将来にわたって持続的な国産ホップの栽培を目指している証といえることができる。

4. 白鷹町におけるホップ栽培の実態

今回の調査では山形県白鷹町のホップ生産者5名に対してアンケート形式での調査を行った。いずれの生産者も山形県南ホップ農協の組合員である。また、山形県南ホップ農協参事の方にも、アンケート及びオンラインによる聞き取り調査を行った。本節の構成は以下の通りである。まず、1)で白鷹町におけるホップ生産の概況を示す。次に、2)で具体的なホップの栽培契約の仕組みを、3)で調査農家の農産物の栽培状況を示す。そして、4)～6)でホップの生産に必要な労働力、土地・労働生産性及び、労働力の確保状況を検討し、7)でホップ生産者の今後の方針についてまとめる。

1) 白鷹町におけるホップ生産の概況

白鷹町には2019年現在において9戸のホップ生産農家が存在し、いずれの農家も山形県南ホップ農協に属している25戸の農家の一部である。山形県には、山形ホップ農協と山形県南ホップ農協という2つのホップ農協があるが、白鷹町は山形県南ホップ農協における最大のホップ生産地であり、山形県における最大のホップ生産地でもある(図4-7)。

なお、2019年時点で国内市町村別に見ると岩手県軽米町(47.7t)、秋田県横手市(42.4t)、岩手県遠野市(38.2t)に次いで4番目に白鷹町のホップの生産量は多く^{注28)}、白鷹町は国内有数のホップの産地であるといえる。

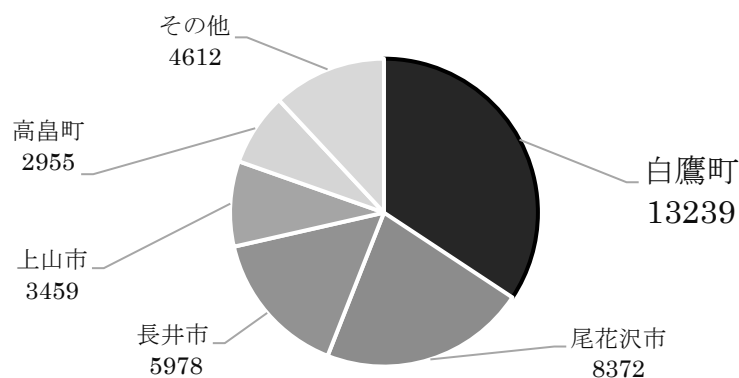


図 4-7 2019 年の山形県内における各地域のホップ生産量 (単位は kg)
出所) 全国ホップ農業組合連合会『ホップに関する資料』より筆者作成

表 4-3 白鷹町のホップ生産状況

	栽培戸数	作付面積 (ha)	生産量 (t)
2010	17	14.0	27.0
2015	10	7.9	11.3
2019	9	6.7	13.2

出所) 白鷹町勢要覧より筆者作成

一方、白鷹町においても全国的な傾向と同様ホップの生産規模は縮小傾向にある。表 4-3 にあるとおり、ここ 10 年のホップの栽培戸数、作付面積、生産量はいずれも減少傾向にある。栽培農家の高齢化が進んでいること、収穫作業の負担の大きいこと、労働負担に対してホップの買取価格が見合っていないことなどが主な要因として挙げられる^{注 29)}。

2) 白鷹町におけるホップの契約栽培の実態^{注 30)}

国内におけるホップの生産は、ビールメーカーがホップ農協と毎年ホップの栽培契約を結び、ホップ農協に属する生産者がホップを生産するという形態がとられている。白鷹町においては、9 戸のホップ生産農家全てが山形県南ホップ農協に属しており、県南ホップ農協は麒麟との契約栽培を行っている。また、県南ホップ農協と麒麟との間で結ばれる契約内容は価格及び作付面積であり、その作付面積内で生産されたホップに関しては麒麟が全量買い取りを行っている。したがって、ホップ生産者は単収を上げれば上げるほど収入の増える仕組みとなっている。

メーカーとの価格交渉に関しては①1 月までに県南ホップ農協は組合員の意見を集約し、理事会を開催して交渉内容を協議し、②1～2 月に協議の内容をもとに麒麟と価格交渉を行い、③3 月に価格交渉をもとに覚書を取り交わすという流れになっている。この価格交渉に際して、長年価格をあげてほしいという生産者からの要望はあったが、なかなか麒麟の方に受け入れられなかった。そのため、収穫期の重労働に対してホップの買取価格が低いという理由から、ホップの栽培をやめる農家も多かったようである。なお、国産ホップの支援方針を背景に 2017 年に麒麟はホップの買取価格を 1 kg あたり 2086 円から 2295 円に引き上げられているものの 2019 年現在では、価格引き上げによるホップの作付面積増加の傾向は見られていない (図 4-8)。

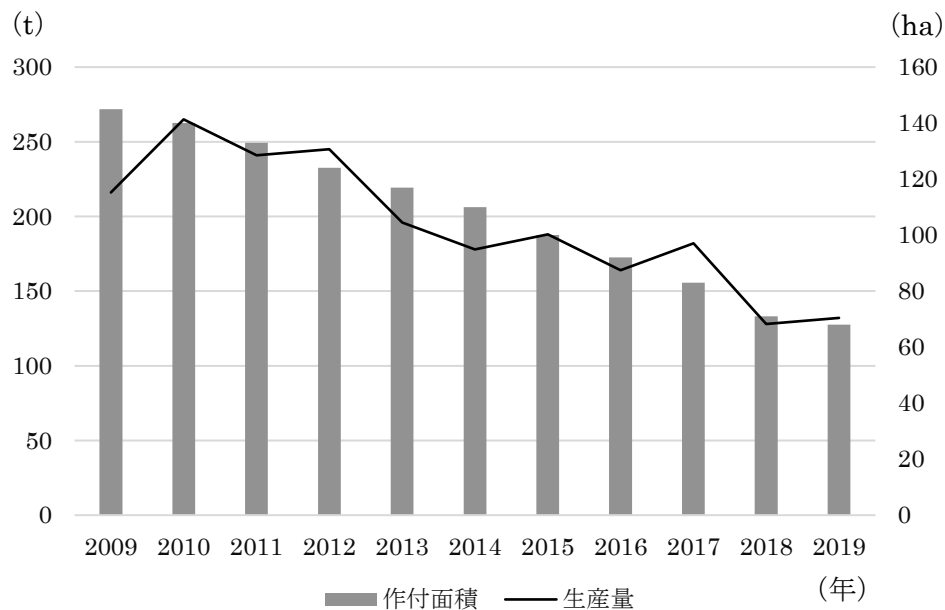


図4-8 キリンの国産ホップ生産量（左軸）と作付面積（右軸）

出所) 全国ホップ農業組合連合会『ホップに関する資料』及び財務省貿易統計より筆者作成

県南ホップ農協は生産者の代表としてキリンと交渉を行う他にも、定期的に生産者に対する講習会等を行っている。具体的には、春には棚の管理や苗の確保、夏には防除作業、秋には次年度に向けた肥培管理などに特化した講習会等を開いている。また、その他にも書面による指導や圃場視察なども定期的に行っている。ホップ農協は、ホップというマイナークロップを育てる上でその栽培を助ける存在でもあるといえる。

この契約栽培という仕組みがホップの生産にどのような影響を及ぼすのかを調べるため、契約栽培に対する意見を選択式でアンケートを取り^{注31)}、表4-4に示す5戸のホップ農家から回答を得た。結果は、5戸全ての農家が「生産した分を全て買い取ってもらえるので、収益性が安定的である。」の選択肢を選んでおり、また2戸の農家が「農協による買取価格が高いため収益性が高い。」の選択肢を選んでいた。この結果からは、生産者にとっての契約栽培の最大の強みは全量買い取りが保証されていることによる収益の安定性であるということが示唆される。また、単価およびの買取価格の高さに基づく収益性の高さもホップ生産の強みといえるだろう。

3) 調査農家の概況

調査先のホップ農家では、全農家が米との複合経営を行なっている（表4-4）。この地域では果樹、野菜など様々な種類の作物が栽培されているが、収穫時期等の繁忙期が被らない米との複合栽培が理にかなっていると考えられる。具体的には、稲作の育苗、耕起、代かき、田植えは4月から6月中旬にかけて行われるが、ホップの圃場整備においてもっとも労力のかかる蔓下げは6月下旬に行われる。また、ホップは8月下旬から9月上旬にかけての2週間程度で収穫が行われるのに対し、稲作は9月下旬から10月中旬にかけて収穫が行われることが多い^{注32)}。

表 4-4 調査農家の農作物栽培概況

	ホップの栽培面積 (a)	その他の作物の栽培面積 (a)
農家 A	50	米 110
農家 B	104	米 52
農家 C	153	米 854
農家 D	60	米 120, さくらんぼ 20
農家 E	80	米 175, 野菜 85

出所) 質問票より筆者作成

4) ホップの生産に必要な労働力

1 年のホップの生産に要する労働力のうち約半分が約 2 週間の間に行われる収穫作業で必要となるため、ホップの生産を持続的に行う上で収穫期の労働力確保は必要不可欠である。そこで、実際にホップの収穫にどのくらいの労働時間が必要となるのかを調査した (表 4-5)。この結果をもとに収穫作業にかかる労働時間について、ホップ栽培面積により加重平均すると 10a あたり収穫時間は 51 時間となる。収穫作業にかかる労働時間が年間労働時間の 50%であると仮定する^{注 33)} と、年間では 10a あたり 102 時間の労働力がかかることになる。

この結果を、ホップとの複合経営が行われている稲作、及び白鷹町においてホップ同様米との複合経営が多く行われており、かつ露地野菜の中で最も作付面積の多い枝豆と比べてみる。2016 年の米の 10a あたりの年間労働投下時間の東北平均が 22 時間^{注 34)} であることから、稲作に比べホップの収穫にかかる労働時間は大きいといえる。これは、米はコンバインなどによる収穫の機械化が進んでいるのに対し、ホップの収穫は摘果機で 1 個ずつ手作業で収穫しているためだと考えられる。また、枝豆の生産に必要な年間労働投下時間は、山形農業支援センターによると 61 時間^{注 35)} であることから、枝豆と比べてもホップの生産には多くの労働力が必要となることがわかる。

表 4-5 白鷹町におけるホップ生産者のホップ収穫に要する時間

	ホップ栽培面積	収穫にかかる時間	10a あたり収穫時間
農家 A	50a	220 時間 (家族 100%)	44 時間/10a
農家 B	104a	374 時間 (家族 33%, 臨時雇い 67%)	36 時間/10a
農家 C	153a	612 時間 (家族 34%, 臨時雇い 66%)	40 時間/10a
農家 E	80a	768 時間 (家族 100%)	96 時間/10a

出所) 質問票より筆者作成

5) ホップの土地生産性、労働生産性

次にホップの単収に着目してみる。図4-9はホップ農家1戸あたりの栽培面積と10aあたりの単収との関係について、回答を得られた白鷹町のホップ農家4戸および「ホップに関する資料(2019)」から得られた山形県平均と全国平均の数値をプロットしたものである。

図4-9について、10aあたり収量に着目するとその収量は150kg~250kgと約1.6倍もの開きがある。これは、個々のホップ農家のホップの栽培技術等の違いにより、ホップの収量が大きな影響を受けるという点で、ホップが非常にデリケートな作物であるということを示唆している。

また、白鷹町のホップ農家を示すB, C, D, Eの配置からは個々の経営体に関して栽培面積と単収との間に負の相関があることが読み取れる。サンプルサイズが十分ではないので確かではないが、これは栽培面積が小さい農家ほどホップの管理が丁寧になり単収が上がる傾向にあることを示唆している可能性がある。

最後に、土地生産性を「10aあたり農業粗収益から10aあたり物財費を控除したもの」と定義し、さらに、労働生産性を「土地生産性を10aあたり労働時間で除したもの」と定義することにより、土地生産性及び労働生産性の評価を行った(表4-6)。

ホップについて、10aあたり農業粗収益、労働時間は質問票より推定し、10aあたり物財費は「ホップに関する資料(2000)」記載の県南ホップ農協のデータから引用した。稲作については、10aあたり農業粗収益、物財費、労働時間を「農林水産省農業経営統計調査(2016)」記載の東北地方平均のデータから引用した。枝豆については、10aあたり農業粗収益、物財費、労働時間を山形農業支援センターの統計(2018)から引用した。

あくまでも大まかな試算ではあるが、表4-6からは、ホップは土地生産性、労働生産性のいずれにおいても稲作および枝豆と比べて高いことがわかる。このことは、ホップが生産環境さえ整えば優秀な高収益作物となりうるということを示唆している。

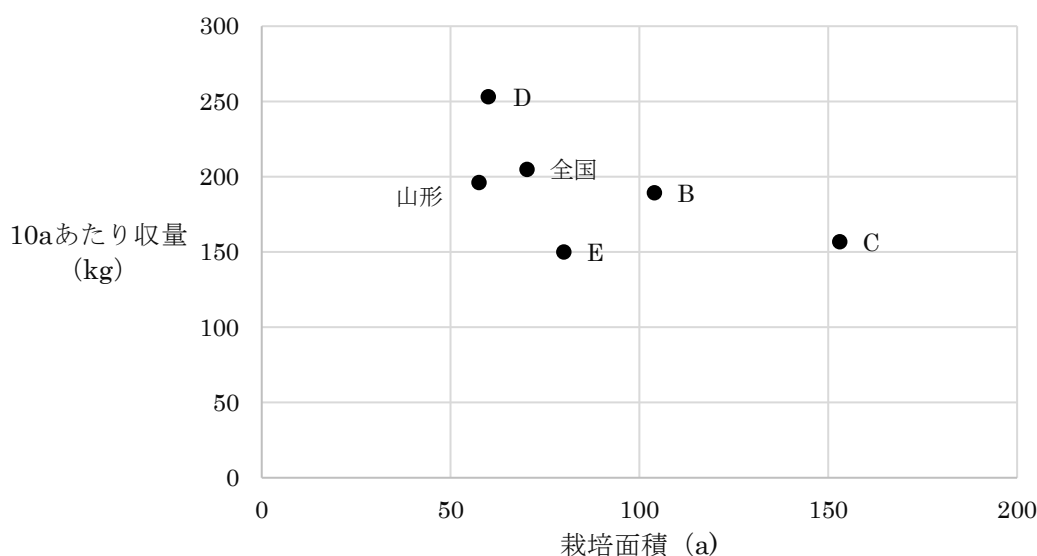


図4-9 白鷹町におけるホップ生産者のホップの栽培面積と収量の関係
出所) 調査票より筆者作成

表 4-6 ホップ、稲作、枝豆の土地生産性及び労働生産性の比較

	10a あたり 農業粗収益(①)	10a あたり 物財費(②)	土地生産性 (①-②)	10a あたり 労働時間(③)	労働生産性 ((①-②)/③)
ホップ	489,800 円	107,520 円	382,280 円	102 時間	3,748 円
(参考)稲作	118,781 円	71,568 円	47,213 円	22 時間	2,146 円
(参考)枝豆	300,000 円	173,000 円	127,000 円	61 時間	2,081 円

出所) ホップに関する資料(2000), 農林水産省農業経営統計調査 (2016), 山形農業支援センターの統計 (2018)

6) ホップの収穫に関する労働力の確保の方法

以上の結果により、ホップは米や枝豆と比較して収穫に多くの労力を必要とする一方で、収穫に必要な労働力さえ確保できれば高収益をあげうる作物だということがわかった。

では、白鷹町のホップ農家は収穫期に必要な労働力をどのように確保しているのだろうか。調査農家では2戸の方が「近隣にお住いの方」、1戸の方が「近隣にお住いの方」及び「ご友人」に収穫期に手伝ってもらっているという回答を得た。繁忙期には近隣の農家の仕事を手伝うという地域性の中でホップの栽培が成立していると言えるだろう。この他、シルバー人材センターを介して収穫に必要な労働力を確保している農家も多い^{注36)}。

7) ホップ生産者の今後の方針

高齢化や後継者不足は、特に収穫という重労働を必要とするホップ生産においては喫緊の課題である。今後のホップ生産の方針について5戸のホップ農家の回答を得たところ、2戸が現状維持、3戸が縮小の方針にあるとのことであった。縮小の理由としては、2戸の農家が自身の高齢化、1戸の農家が労働負担の大きさを理由としてあげていた。また、県南ホップ農協の方のお話では、25戸のうち2戸の農家を除いた大多数の農家は高齢かつ後継者を確保できていないとのことであり、これらは持続的なホップ生産のためには避けられない課題であるといえる。

5. まとめ

近年、国内ビール市場は、アルコール自体の消費量の減少や多様なアルコール飲料の浸透を背景として縮小傾向にある。こうした状況下において、大手国内ビールメーカーのうちアサヒ、麒麟、サントリーは海外展開を経営戦略の軸とする一方、麒麟は地域に根ざした CSV 企業となることを経営戦略の軸とし、具体的な目標の一つとして国産ホップの持続的な調達を掲げている。したがって、麒麟と栽培契約を結んでいる白鷹町のホップ農家に関しても、ホップの持続的な生産が期待される。

その一方で、国内のホップ生産量は近年急激に減少しており、主な要因としては安価な輸入ホップが流入していること、ホップの栽培作業が高所で行われるため労働負担が大きいこと、初期費用が大きく新規参入が難しいことが挙げられる。白鷹町においても、ここ10年でホップ生産者、作付面積、生産量いずれも約半分程度となっている。

では、白鷹町においてホップ生産が持続するためにはどのようなことが必要であろうか。具体的な案として考えられるものを以下に三つ挙げる。第一に、菅野(2011)にあるように、作業の共同化を推進することである。作業の共同化によって1人あたりの労働負担が軽減したり栽培技術の継承が容易になることにより、新規参入者が参入しやすい環境になると考えられる。第二に、ビールメーカーによる生

産地の積極的な支援が有効だと考える。具体的には、生産方法の指導や、初期投資費用に対する補助などである。幸い、白鷹町の属する山形県南ホップ農協の契約先であるキリンは前述の通り国産ホップの確保を目標に掲げていることから、近い将来の支援策が期待される。第三に、ホップの生産者の労働負担が減るような環境の整備を行うことである。作業機械の開発・導入や、作業効率の良い圃場の整備、生育期間が短く害虫病に強い品種の開発・導入などがこれに当たる。

近年ではクラフトビール需要の高まりなどもあり、ホップは高収益作物として優秀な作物となる可能性を秘めている。そのため、白鷹町をはじめとした国内生産地におけるホップの持続的な生産が望まれる。

注1) ビール酒造組合 HP「ビールの作り方」

<http://www.brewers.or.jp/tips/production.html> 2020/2/6 最終閲覧による。

注2) 山形県南ホップ農協への聞き取りを中心にまとめた。

注3) 1度植えると50年～70年持つが、山形県南ホップ農協では生産性の観点から10年に1度程度の植え替えを推奨している。

注4) ビール酒造組合 HP, 同上。

注5) 丸山(1987) p.63 による。

注6) 949年に、朝日麦酒(現:アサヒグループホールディングス)と日本麦酒(現:サッポロホールディングス)に分割された。

注7) 鈴木(1978) p.82 による。

注8) 鈴木(1978) p.83 による。

注9) 菅野(2011)によると、山形県ではホップ生産は個人単位で行われる傾向にある一方、岩手県や秋田県では組合が形成され共同でホップ生産が行われることが多い。共同生産の方が労働力の確保がしやすく、このことが1980年以降岩手県や秋田県が山形県に変わってホップ生産の中心となった要因の1つである。

注10) 主な輸入先はドイツから2150t、チェコから619t、アメリカから448t(2019)

注11) 1989年以降、国内大手ビールメーカー4社(キリン、サッポロ、アサヒ、サントリー)の国産ホップの買取価格はいずれも2000～2300円の間で推移している。なお、国産ホップは品質に応じて1等花、2等花、3等花に分けられているが、生産されたホップのほとんどが1等花として買い取られる(2019年度は国産ホップの97.1%が1等花)。本稿におけるホップの買取価格は1等花についてのものである。

注12) キリン HP「地域と KIRIN。日本産ホップを通じた新しいビアカルチャーの創造へ」

<https://note-kirinbrewery.kirin.co.jp/n/nf04ad6298504> 2020/2/6 最終閲覧による。

注13) 県南ホップ農協への聞き取りによる。

注14) 本稿第4節参照。

注15) 県南ホップ農協への聞き取りによる。

注16) 国税庁「酒レポート(平成30年3月)」による。

注17) 「第3のビール」は発泡酒に含まれる

注18) アサヒグループホールディングス「中期経営方針」

<https://www.asahigroup-holdings.com/ir/management/plan.html> 2020/2/6 最終閲覧による。

注19) キリンホールディングス(2019)「長期経営構想「キリングループ・ビジョン2027」「キリングループ2019年-2021年中期経営計画」を策定」

https://www.kirinholdings.co.jp/news/2019/0214_01.html 2020/2/6 最終閲覧による。

注20) CSVとはCreating Shared Value(共有価値の創造)の略であり、企業の事業活動を通じて社会的課題を解決を目指す経営モデルのことを指す。

注21) サントリー「経営戦略「(2) 中期経営戦略」」

<https://www.suntory.co.jp/softdrink/ir/management/plan.html> 2020/2/6 最終閲覧による。

注 22) サッポロビールホールディングス「経営戦略「長期経営ビジョン」

<https://www.sapporoholdings.jp/strategy/vision/> 2020/2/6 最終閲覧による。

注 23) ビール酒造組合の統計による。

注 24) 全国ホップ農業共同組合連合会「ホップに関する資料（2019）」による。

注 25) キリンビールが開発した 1 台で複数種類のクラフトビールが提供できるディスペンサー。

注 26) 岩手県遠野市はホップの栽培面積が日本三位の市である（2019）。

注 27) 2018 年にキリンと農林中央金庫は、遠野町の農業法人 BEER EXPERIENCE 株式会社にそれぞれ 1 億 5000 万円、1 億円の出資を行った。この出資をもとに同会社は 2019 年から試験的にホップのドイツ式農法による栽培を行っている。

注 28) 全国ホップ農業組合連合会「ホップに関する資料（2019）」による。

注 29) 山形県南ホップ農協への聞き取り調査による。

注 30) この項は、山形県南ホップ農協への聞き取り調査を中心にまとめた。

注 31) 「生産した分を全て買い取ってもらえるので、収益が安定する・年によって単収が変わるため、収益が安定しない・農協による買取価格が高いため、収益性が高い・農協による買取価格が低いため、収益性が低い・本当は生産量を増やしたいが、作付け面積の指定があるためできない・本当は生産量を減らしたいが、作付面積の指定があるためできない」という 6 つの選択肢を用意した。

注 32) 質問票による。

注 33) 山形県南ホップ農協への聞き取りによる。

注 34) 農林水産省農業経営統計調査（2016）による。

注 35) 山形農業支援センター「あなたも「新・やまがた農業人」

https://www.yamagata-nogyo-sc.or.jp/img/new-nogyo_all.pdf 2020/2/6 最終閲覧による。

注 36) 山形県南ホップ農協への聞き取りによる。

引用文献

- 1) 王麗娜・小野直達・野見山繁雄（2007）「ホップの契約栽培の実態に関する一考察 -岩手県津米町の事例-」
- 2) 国税庁「酒レポート（平成 30 年度 3 月）」
- 3) 「白鷹町勢要覧（2010～2019 各年版）」
- 4) 菅野裕也（2011）「伊佐沢からみる山形のホップ生産の課題と可能性」『2011 年度地域経済フィールドワーク実習報告書』, pp.115～127
- 5) 鈴木敏（1978）「ホップ作の産地移動とその規定要因-山形県の事例を中心として-」『農業経済研究報告』15 号, pp.79-94
- 6) 全国ホップ農業共同組合連合会「ホップに関する資料（2000 年版）」
- 7) 全国ホップ農業共同組合連合会「ホップに関する資料（2019 年版）」
- 8) 「東北農政局調査（2019）」『東北におけるホップ生産（平成 30 年 11 月～平成 31 年 2 月）』
- 9) 「農林水産省農業経営統計調査（2016）」
- 10) 丸山浩明（1987）「山形県白鷹丘陵水本摂待集落におけるホップ栽培の展開と農業構造の変化」『地域調査報告』9 号, pp.63-72

第5章 どりいむ農園直売所が地域生産者に果たす役割と直面する課題

中村紘也

1. はじめに

1) 研究の目的

農産物直売所は、新鮮かつ安全な農作物を安価に購入できる手段として消費者に受容され、近年その市場規模を拡大させている。他方、生産者にとってもメリットが大きく、出荷における自由度の高さやコストの低さはその一例である。さらに、消費者あるいは生産者相互のコミュニケーション、地域活性化への寄与など、地域への多面的な役割も同時に期待されている^{注1)}。このように数多い農産物直売所のメリットの中でも、農産物直売所開設・運営の効果として生産者に対しての意義は大きいと認識されており（図5-1）、概して農産物直売所と地域生産者との間には前向きな関係が存在しているものと考えられる。一方、既存の事例研究によれば、地域の高齢化による農業の担い手の減少、さらには農産物直売所の店舗数の増加がもたらした近隣店舗同士での競争の激化などにより、農産物直売所の経営は多大な影響を被ることが示唆されている^{注2)}。

この章では、農産物直売所への地域の生産者による支持と、その農産物直売所が現在直面している課題、そして今後農産物直売所がどのようにその競争力を維持しようとしているのか広く考察するため、白鷹町の農産物直売所「どりいむ農園直売所」を対象とした調査を行った。2節ではまず、どりいむ農園直売所が地域の生産者にとってどのような存在として受け入れられてきたのかを出荷者へのアンケート調査の結果を元に考え、続く3節ではどりいむ農園直売所が現在どのような課題を抱え、経営を持続させるためにどのような方策をとっているのか、どりいむ農園への聞き取り調査の結果も踏まえて提示する。

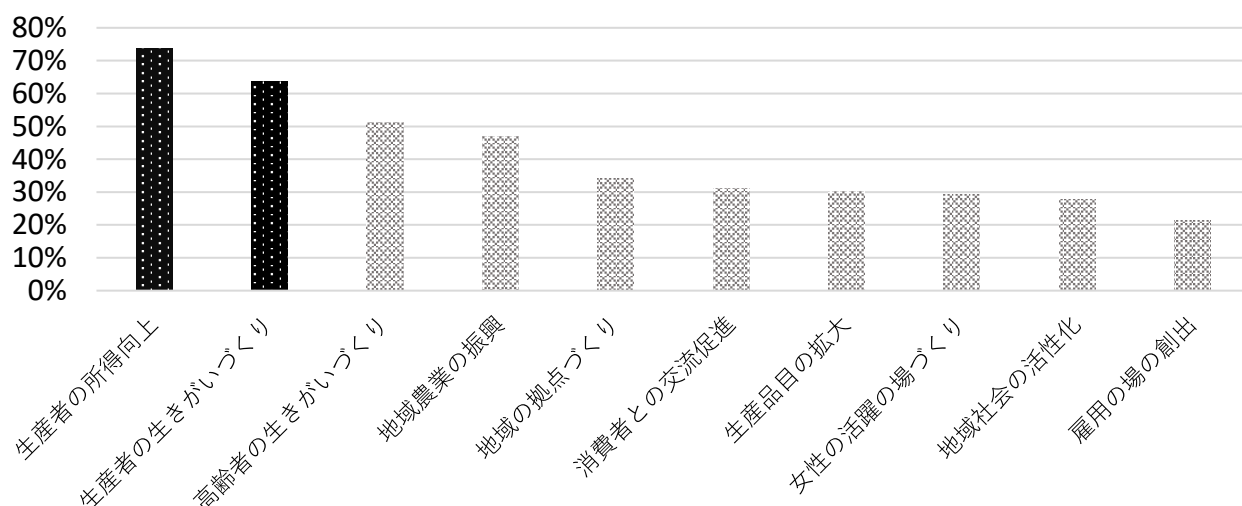


図5-1 直売所開設・運営の効果

出所）（一財）都市農山漁村交流活性化機構，2018.2 より筆者作成。

注）上位10件の選択肢について抜粋。

2) どりいむ農園直売所の概要

どりいむ農園直売所は、白鷹町中心部から2kmほど南に離れた町下地区にある、白鷹町内の産物を中心的に扱う農産物直売所である（図5-2）。

どりいむ農園直売所は、その名前にある「どりいむ農園」が運営の母体であり、「どりいむ農園」は白鷹町の集落営農指導モデル事業指定を受けて平成元年7月に設立された「町下地区集落営農推進協議会」まで沿革をたどることができる。同協議会は生産組織の構築と併せて消費者とも交流ができる一地域一農場への目標をビジョンに掲げ、多様なイベントや交流活動の拠点づくりを目指した。協議会は平成14年に地区の認定農業者も含めた「どりいむ農園構想策定委員会」に発展し、水田農業部門・直売部門・施設園芸部門の3部門から成る「どりいむ農園構想」が成立した。これら3部門はそれぞれに整備され発展を続けてきたが、本章で注目する直売部門（白鷹町産直市場どりいむ農園直売所）は、平成17年4月から常設店舗にて営業を始め、現在に到るものである。なお、直売組織を含めた「どりいむ農園構想」の取り組みは、農林水産省の「令和2年度 農林水産祭（むらづくり部門）農林水産大臣賞受賞地区」に選出^{注3)}されており、社会的にも高く評価されているものである。

直売所の活動の実勢としては、老若男女、そして個人・団体を問わない様々な出荷会員により、日常使いの野菜・果物類・山菜類から「岡の台ごんぼ」などの特産的野菜や、加工品まで、季節に応じて豊かな種類の品目が出品され、地元白鷹町のみならず米沢市、山形市などの遠方からも客を集めている。現在ではスーパーなど大口の顧客からの注文の取扱いや、首都圏の住民を対象にしたCSA（地域支援型農業）の取り組みも行っている^{注4)}。出荷会員数は当初30名から始まったものが、平成28年度には253名（個人）まで会員数を増やしており、生産者の高齢化の環境にありながら近年も250名程度の会員を維持している（図5-3）。直売所全体の販売額（売上高）は平成28年度の約3.1億円まで成長し、平成28年度をピークに微減しつつあるものの（図5-4）、白鷹町産業振興の拠点としての役割を担っている。なお、直近5年の販売額を部門ごとに分類すると、青果物（野菜・果物）、加工品の金額が大きく、精肉・卵、穀類が続く。図5-5によれば、近年の青果物部門の売り上げは減少しながらも、直売所全体の売り上げに占める比率は依然として首位にあり、このことから2節以降では青果物出荷者へのアンケート調査の結果を中心に議論を進めている。一方で、加工品の売上高が伸長していることから、どりいむ農園直売所が農産物直売所でありながら加工品の販売にも注力していることが窺える。



図5-2 どりいむ農園直売所の立地

出所) Google Map より筆者作成。

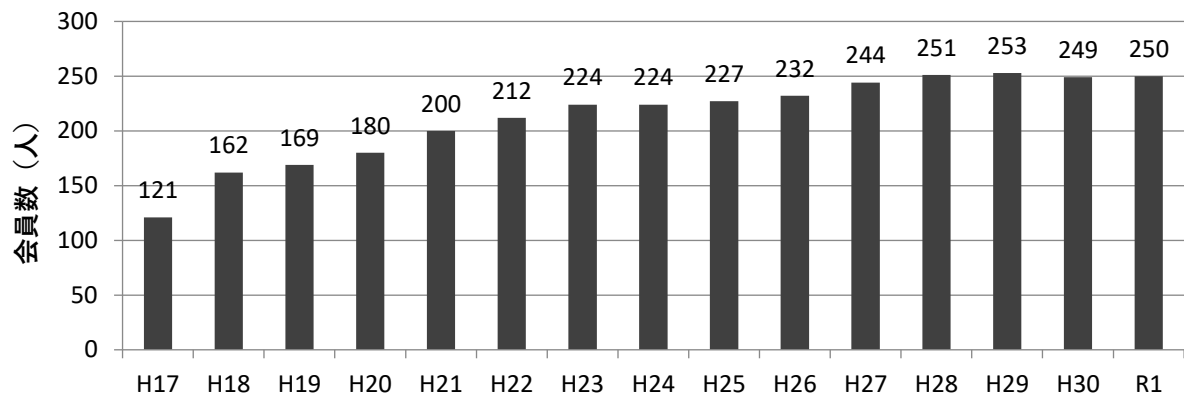


図 5-3 どりいむ農園直売所の個人出荷会員数

出所) 山形県置賜総合支庁農村計画課提供のデータより。

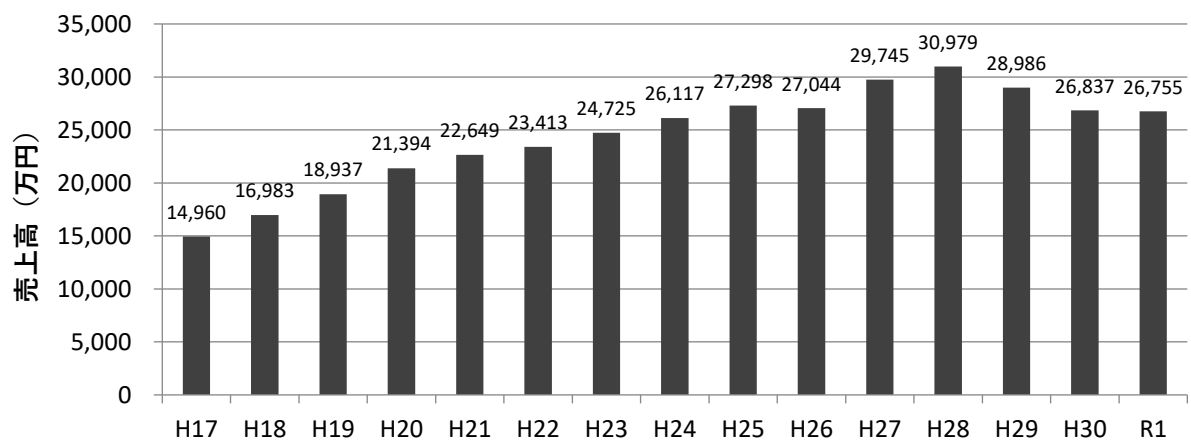


図 5-4 どりいむ農園直売所の売上高

出所) 山形県置賜総合支庁農村計画課提供のデータより。

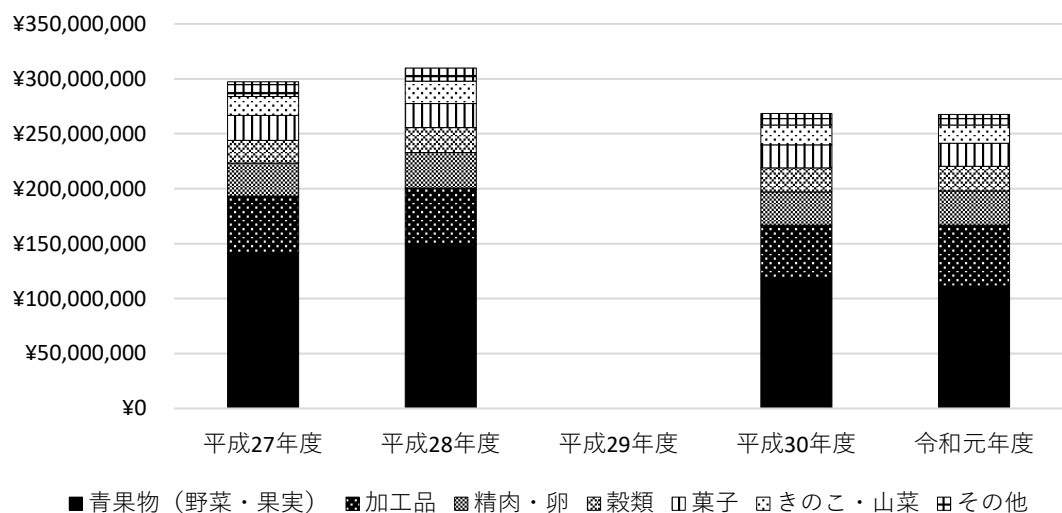


図 5-5 部門別売上高の推移 (直近 5 年)

出所) 山形県置賜総合支庁農村計画課提供のデータより。

注) 平成 29 年度の値は不明。

2. どりいむ農園直売所が地域の生産者に果たしている役割

1) 分析手法

この節では、どりいむ農園直売所が地域の生産者に対して果たしている役割について、生産者がどのようにその役割を捉えているか記したい。今回の調査ではどりいむ農園直売所へ青果物を出荷している生産者 40 名に対してアンケート形式による調査票を送付し、35 名から回答を得た。この節で用いるデータは、各設問に対してそれぞれ「とても当てはまる」～「全く当てはまらない」の 5 択で回答する形式の質問によるものである。

2) 生産者がどりいむ農園直売所に出荷する理由

まずは、生産者がどりいむ農園直売所を利用している理由について検討する。図 5-6 は、青果物の出荷者がどりいむ農園を利用する理由について、12 の想定される理由を設問に示し、それぞれがどの程度当てはまるのかを青果物出荷者にアンケートした結果である。結論として、図 5-6 からは、「少量から販売可能」「価格設定が自由」といった直売所一般に共通する選択肢について、「とても当てはまる」もしくは「やや当てはまる」と答えた人数が回答者全体の 9 割を超えるなど、多くの生産者に共通する出荷動機だとわかった。一方で、「JA 等の規格外の農産物を活用」「JA 等で扱わないマイナーな農産物を活用」といった選択肢に対して「とても当てはまる」もしくは「やや当てはまる」と答えた回答者も全体の 4 割程度存在していることは、どりいむ農園直売所が多様な生産品の出荷先として機能していることを示し、生産者と消費者の双方にとって魅力的な店舗として地域に貢献していると言えるだろう。

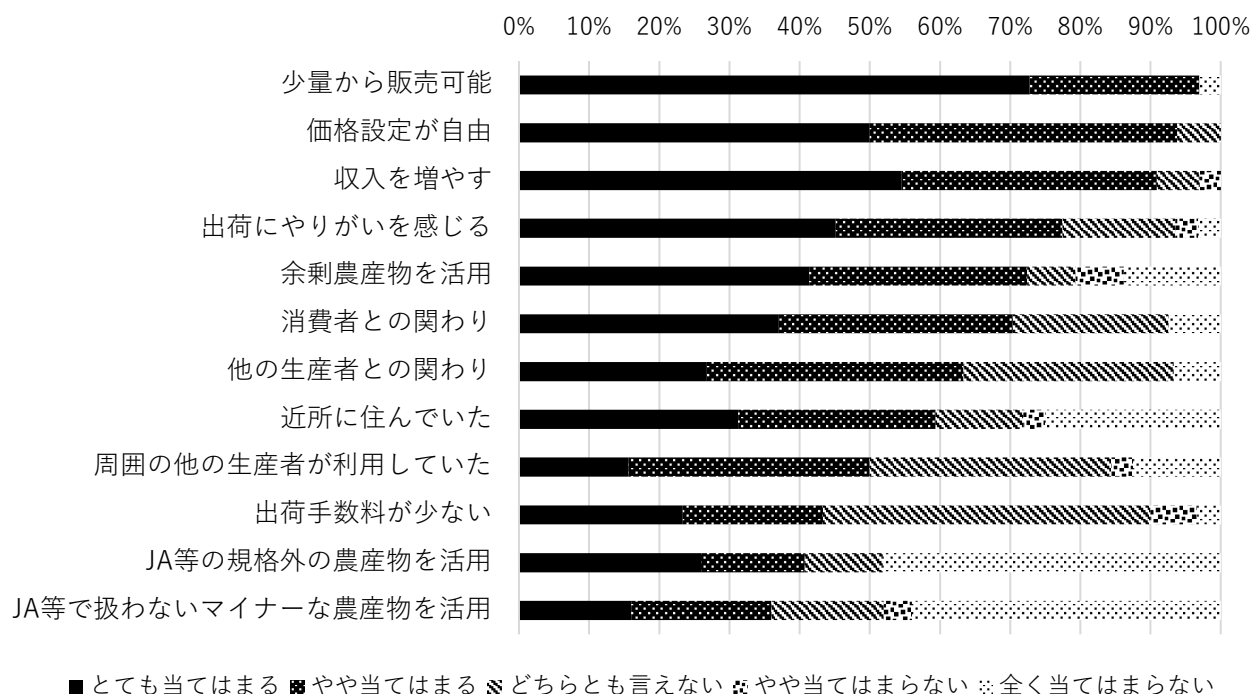


図 5-6 青果物出荷者がどりいむ農園直売所を利用する理由

出所) アンケート調査より筆者作成。

注) 35 件の回答のうち有効回答の個数は上から順に 33, 29, 27, 25, 33, 27, 30, 31, 32, 30, 31, 32, 33 である。

3) 生産者と消費者の関わりについて

続いて、地域活性化の側面から欠かせない生産者と消費者との関わりについて、どおりむ農園直売所を通してどの程度の交流が図られているのかを調査した。どおりむ農園直売所では、生産者と消費者が直接交流できる場は設けられていないが、直売所の担当者によれば、直売所のスタッフを通じて消費者の意見が生産者に伝えられることがあるという。アンケート調査によれば、全体の62%の回答者がどおりむ農園直売所を通じて消費者との関わりが増えたと答えており、生産者と消費者を繋ぐ場としての直売所の役割の大きさがわかる（図5-7）。

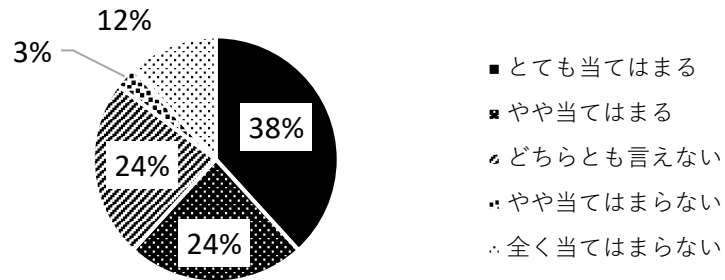


図5-7 直売出荷による消費者との関わりの増加に対する回答

出所) アンケート調査より筆者作成。

注) 出荷者アンケートにおける「どおりむ農園参加後に実際に消費者との関わりが増えた」という項目に対する回答結果を集計したものである。n=34。

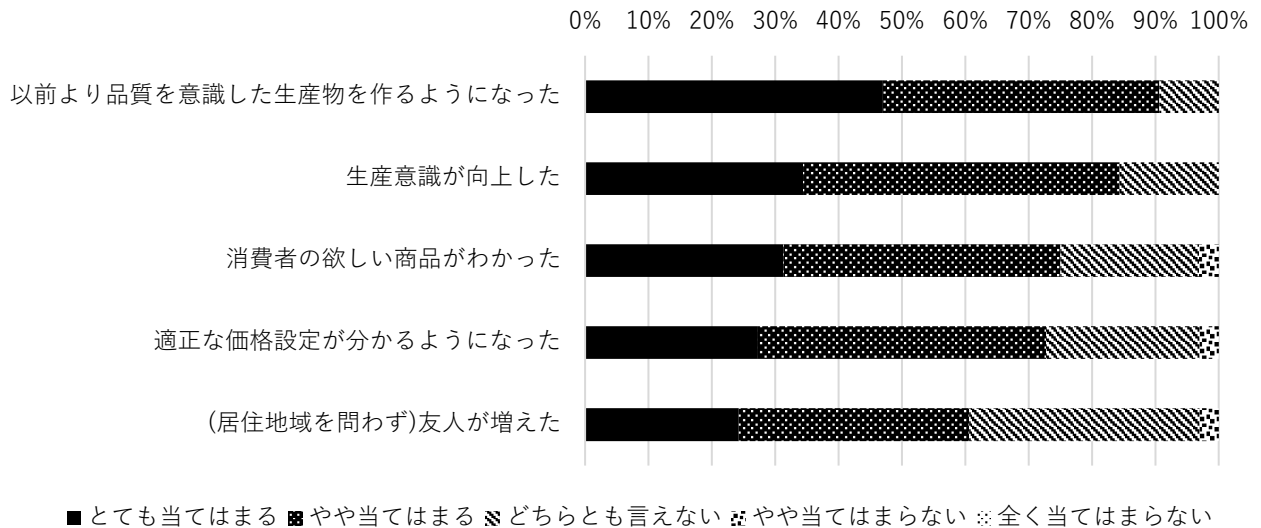


図5-8 どおりむ農園直売所に出荷している生産者が消費者との関わりから得ている利点

出所) アンケート調査より筆者作成。

注) 35件の回答のうち有効回答の個数は、上の項目から順に、32, 32, 33, 32, 33である。

さらに、上の図5-8は、消費者との関わりの増加によって、実際に生産者にどのような利点があったのかについての回答である。図5-8によれば、多くの生産者が消費者との関わりを通じて、より良い品質の生産物を作ることなどへの意欲や、生産に関わる意識の向上といった利益を享受している。また、6割超の生産者が「友人が増えた」と回答していることは、一見して明確な理由が存在しないようにも感じられるが、どおりいむ農園への聞き取り調査によると、生産者と（主婦を主とした）消費者の代表との関わりの場が以前存在し、消費者から商品やサービスについてのヒアリングが行われていたことや、また、CSA販売を通して消費者の声が生産者に直接寄せられるようになったことが理由として考えられるという。

4) 生産者と他の生産者の関わりについて

生産者と消費者との関わりに注目した前項に続き、生産者間の関わり合いについて考えたい。どおりいむ農園では年2回の栽培講習会の際などに定期的な生産者間の交流が図られており、図5-9に示すアンケート結果からは、76%の生産者が、生産者間の交流が増えたと認識していることが見てとれる。

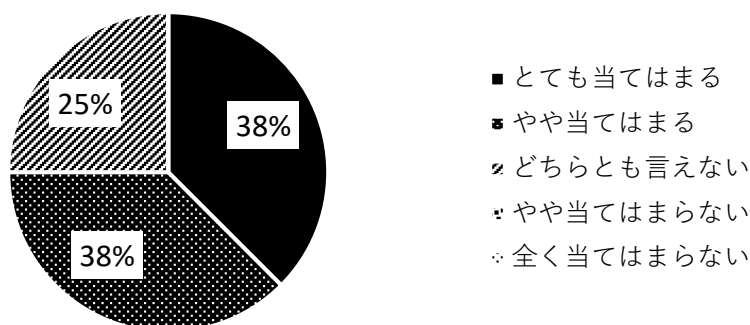


図5-9 直売出荷による生産者間の関わりの増加に対する回答

出所) アンケート調査より筆者作成。

注) 出荷者アンケートにおける「どおりいむ農園参加後に実際に他の生産者との関わりが増えた」という項目に対する回答結果を集計したものである。n=32。

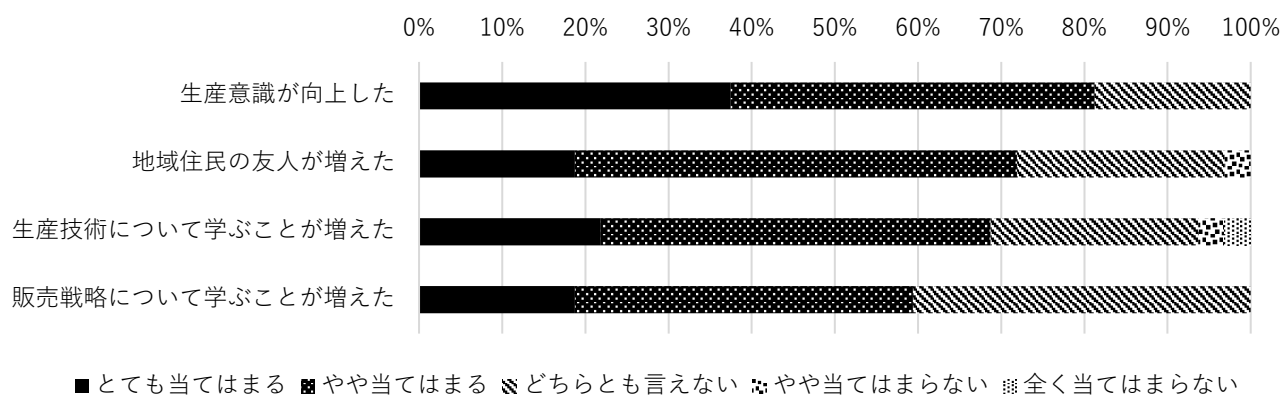


図5-10 どおりいむ農園直売所に出荷している生産者が他の生産者との関わりから得ている利点

出所) アンケート調査より筆者作成。

注) 全ての項目について、n=32である。

次に、上の図5-10は、他の生産者との関わりが増えたことによって、生産者にどのような利点があったのかを調査したものである。図5-10によれば、どおりむ農園直売所への出荷を通じて、特に生産意識や友人関係の面での利益が発生していることがわかる。突出して否定された項目がないことや、生産技術や販売戦略など個々の生産者の経営の核心に当たる部分についても情報の交換がなされていることから、生産者どうしの関わりの促進によって、どおりむ農園直売所は一般的に各生産者にプラスの影響を与えていることが推測される。

5) やりがいの創出

図5-6に見たように、アンケート調査によれば、生産者がどおりむ農園直売所を利用する理由として77%の生産者が「出荷にやりがいを感じる」と回答したが、どのような場面でやりがいを感じるか、という設問（自由記述）に対しては、20名の生産者から回答があった。回答の内容を分析すると、やりがいが創出される場として、「販売に関する点」「消費者の反応に関する点」の2つに大別できた。

具体的には、販売に関する点としては「販売金が入った時」「生産物が完売した時」など、消費者の反応に関する点としては「おいしかったと言われた時」「自分の商品を選んで買ってくれていると感じれたとき（注：原文）」などがあった。その他にも、「友人ができた」「品質以外の工夫（パッケージやメモなど）をして売上が伸びたとき」などといった回答があり、どおりむ農園直売所への出荷において、生産者が様々な場面でやりがいを感じていることがわかった。

以上のように、2節では地域の生産者（出荷会員）がどおりむ農園に出荷する理由と、どおりむ農園直売所が地域の生産者に与えるメリットを考察してきた。アンケート調査へ回答した青果物の出荷会員は、全員が「今後もどおりむ農園を利用したいと思っている」としており、どおりむ農園直売所が地域の生産者に強く支持されていることがわかる。

3. どおりむ農園直売所の課題と今後の展開

1) 分析手法

2節では生産者とどおりむ農園直売所の関係性について俯瞰してきたが、3節ではどおりむ農園直売所が将来に向けて抱えている課題を考察し、それをどのように乗り越えようとしているかを記述する。この節の内容は、主にどおりむ農園への聞き取り調査の内容に従い、一部には前節で取り上げたものと同じ生産者へのアンケート調査の内容も用いる。ただし、アンケート調査には生産者の年齢等自由記述方式の設問も含むことから、有効な回答数は設問によって異なるため、新しいデータを用いる度に回答の個数等の説明を添える。

2) どおりむ農園直売所が抱える課題

(1) 生産者の高齢化

2節で示したようにどおりむ農園直売所は地域の生産者に様々なメリットをもたらしているが、言い換えれば、どおりむ農園直売所は地域の生産者の支持のもとで発展してきたと捉えることもできる。それゆえ、どおりむ農園直売所を支えてきた生産者の高齢化は、直売所の持続性への脅威となり得るものであり、大きな課題の一つとなっている。

まず、生産者の高齢化がどの程度進んでいるのかを示す。どおりむ農園直売所の個人出荷会員の名簿のうち、確認できたデータによれば、開店当初の平成17年度には個人出荷会員の平均年齢は56.6歳

（対象データは 66 人。平成 17 年 12 月 31 日を基準とする）であったが、令和元年度には平均 67.6 歳（対象データは 192 人。令和元年 12 月 31 日を基準とする）まで高齢化が進行している。

生産者の高齢化が問題となる理由としては、高齢化が各生産者の出荷量の低下に直結することが挙げられる。図 5-1 1 は現在どおりむ農園直売所に青果物を出荷している生産者の年齢と、どおりむ農園直売所への出荷額の関係を示したものである（常雇もしくは年間のべ 100 日以上の子節雇を導入せず、かつ同居する専業従事者がいない場合に限る。有効回答 12 件）。図 5-1 1 によれば、高齢の生産者ほど、出荷額は低下するという傾向が見られた。

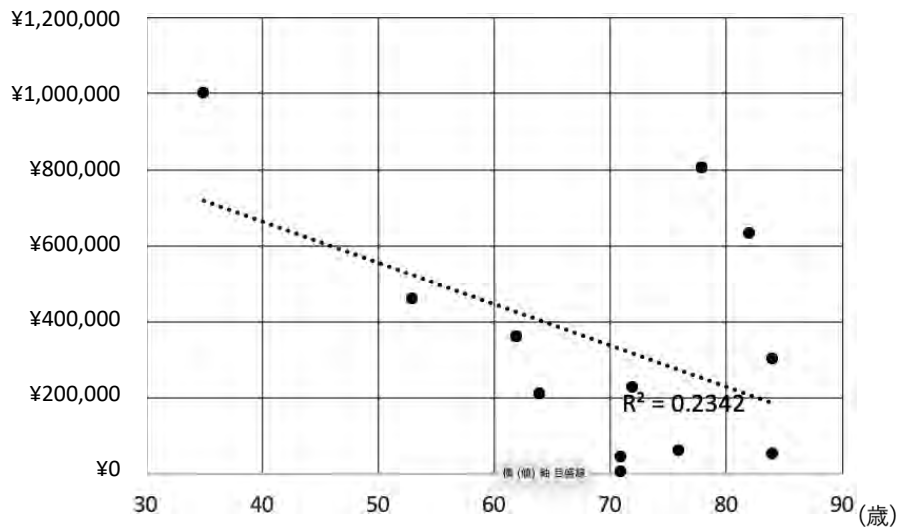


図 5-1 1 個人出荷者の年齢とどおりむ農園直売所への出荷額の関係
出所) アンケート調査より筆者作成。

また、どおりむ農園直売所においては、出荷会員の新規加入による新陳代謝が進まないことも高齢化の要因の一つになっている。どおりむ農園直売所の青果物出荷者は原則として白鷹町内の生産者に限られているが、白鷹町内の農業経営体が 608 経営体である中、どおりむ農園では既に 250 名程度の町内個人生産者を会員としている。さらに言えば、608 経営体の中で 310 経営体はどおりむ農園直売所であまり取り扱われない^{注5)} コメを主力とする生産者であり^{注6)}、野菜・果実などの主力販売物の生産者に関しても、相当数の町内生産者が既にどおりむ農園直売所に加入していると言えるだろう。また、どおりむ農園直売所の令和元年度の出荷停止者^{注7)}の平均年齢は 69.6 歳（12 名）、新規出荷者^{注8)}の平均年齢は 59.9 歳（16 名）であり、新規出荷者の平均年齢が平成 17 年度の出荷者の平均年齢を超えているなど、高齢者から若手へ大規模に出荷会員を入れ替えることが難しくなっている。

（２）競合店舗の存在

どおりむ農園直売所の抱える課題として、競合する店舗の存在が挙げられる。どおりむ農園直売所は白鷹町内にある農産物直売所の中で最大の規模を誇っているが、町内に限らず山形市、米沢市、長井市など町外の広い部分から集客しているため、町外の農産物直売所も競合相手として認識しなくてはならない。特に、長井市にある「おらんだ市場菜なポート」のリニューアル（2019 年 11 月）とその急成長はどおりむ農園直売所にとって脅威として認識されている。長井市は白鷹町のすぐ南に位置する市であ

り、さらに白鷹町と米沢市の中間に位置しているが、こうした地理的要素は町内・町外それぞれからの顧客獲得競争に対して大きく影響し得ると考えられる。

さらに、農産物直売所は青果物・加工品をはじめとした食料品を主に取り扱っていることから、量販店との競争も考慮されるべきである。白鷹町においては 2020 年 3 月にエーコープしらたかが閉店し、顧客および出荷者の獲得という観点からはどおりむ農園直売所にとっては追い風が吹いているが、一方で量販店の顧客を吸収するには、農産物直売所においても販売品目を増やし、消費者からの需要に余すことなく応えていく必要があるだろう。

	どおりむ農園直売所 (2020/1-2020/11/20)	おらんだ市場菜なポート (2019/10-2020/10)
売上高	220,072 千円(+15.8%)	212,090 千円 (+32.5%)
会員数	260 人程度(+10 名程度)	200 人超(微増)

図 5-1 2 2 直売所の売上高・会員数の比較

出所) 筆者作成。引用元は章末に記載^{注9)}。

注) 売上高の成長率(%)と会員数の成長(人数)は、それぞれ前年同時期との比較による。

3) どおりむ農園直売所の今後の展開

以上に見てきたようにどおりむ農園直売所にはいくつかの課題があることがわかったが、それではこれらの課題を踏まえた上で、どおりむ農園直売所が持続的な経営のためにどのような手段をとっているのか、引き続きどおりむ農園への聞き取り調査の内容を中心に記述したい。

農産物直売所は、近隣の他直売所や競争の中で生き残りを図る必要があるが、主要な顧客はあくまでも地元住民であり^{注10)}、地元住民のニーズを見極めた上で、自店舗の強みをもとに消費者にアピールする必要がある。そのような状況下で、どおりむ農園は次のような取り組みを行っている。まず、どおりむ農園直売所は設立時より全ての品目に関し、原則として町内で生産された商品のみを扱ってきたが(令和元年度まで)、この白鷹町の産物へのこだわりは青果物を中心に今後も維持されることとなっている。その一方で、令和 2 年 3 月のエーコープしらたかの閉店により出荷先を失った町外加工品生産者の受け皿が求められたことをきっかけとして、加工品については町内で生産されていない品目に限り令和 2 年度より町外からの出荷も柔軟に受け入れることで、品揃えの充実を図っている。品揃えの充実は、高齢化を背景として、一つの店舗で必要な品物が全て揃うワンストップショッピングの実現が消費者側から望まれるようになったことに対する施策の一つでもあるが、結果として、令和 2 年度の出荷会員は前年の 250 名程度から 260 名程度まで成長し、売上高も伸長する見込みである(図 5-1 3)。売上高の伸長の理由には新型コロナウイルスの流行により直売所への関心が高まったこともあるが、図 5-1 3 によれば加工品の売上高成長率(124%)は、青果物等のそれ(野菜 120%、果実 109%)を上回っており、町外の加工品生産者を迎えたことは直売所全体の売り上げ向上に一定の貢献をしたと言える。また、図 5-1 3 において手工業品の売上高成長率が他の部門と比較して突出して大きくなっているが、聞き取り調査によれば、新型コロナウイルスの流行により需要が高まったマスク等を製作して販売する出荷会員が存在したことがその理由であるという。このように、生産者自身が時勢に合わせて柔軟に販売品目を変えられることは、農産物直売所の特長の一つである。

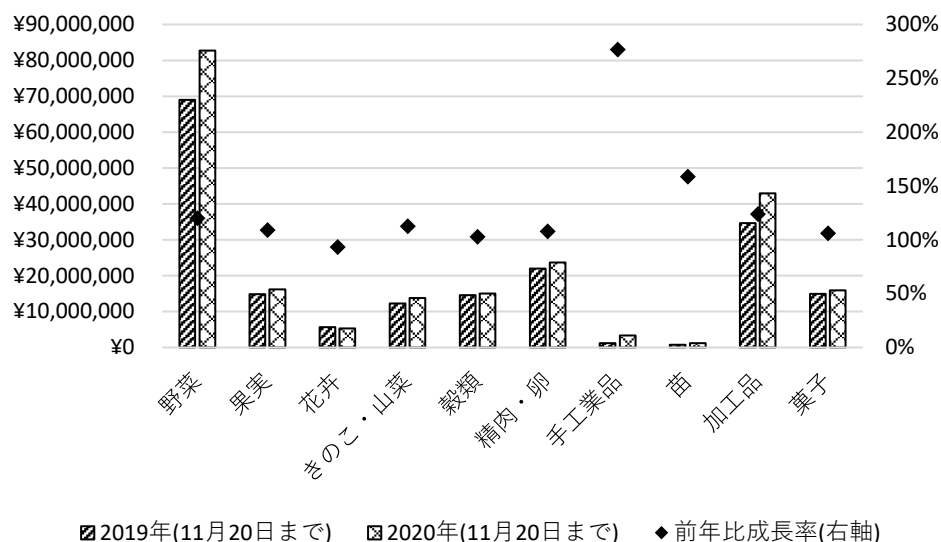


図 5-1-3 2019 年・2020 年の部門別売上高の比較と成長率

出所) 山形県置賜総合支庁農村計画課提供のデータより

注) 売上高は棒グラフ (左軸), 成長率は◆印 (右軸)。各年の売上高は 11 月 20 日までのもの。

以上のように、どおりむ農園直売所では特に青果物における「白鷹町産」へのこだわりと、商品群の充実が同時に図られており、消費者の需要に応えようとしている。これらの取り組みが新型コロナウイルスの流行による好況の後も効果を残すかどうかは不透明であるが、消費者の需要に適切に応えることは、競合店舗に対するどおりむ農園直売所の競争力を高めることにもつながると推測される。

4. まとめ

以上、この章では白鷹町の農産物直売所「どおりむ農園直売所」について、地域の生産者との関わりと、直売所が抱える課題、そしてその課題を乗り越える方策を直売所がどのように考えているかについて記述した。第一に地域の生産者と直売所の関わりについて、どおりむ農園直売所では農産物直売所一般に共通するように価格設定や出荷量など出荷における自由度が高く、こうした特長が多く生産者に魅力として捉えられていることがわかった。また、どおりむ農園直売所では専業から兼業、個人から団体まで多様な経営体により様々な品目が出荷されているが、各生産者が自ら販売までのプロセスに携わり、消費者もしくは他の生産者との交流を持つことで、生産意識の向上や社会性の創出に貢献していることが明らかになった。第二にどおりむ農園直売所の抱える課題に関しては、生産者の高齢化により出荷量が減少し、出荷会員の更新代謝も進んでいないこと、さらに、町内・町外の農産物直売所や量販店との競争があることがわかった。第三にどおりむ農園直売所がどのようにそれらの課題を乗り越えようとしているかに関しては、白鷹町産の青果物へのこだわりを維持する一方、町内で生産されていない加工品の品目に関しては柔軟に町外の産物を取り入れ、品揃えの充実を図りつつあることがわかった。どおりむ農園直売所において、白鷹町産の商品へのこだわりは店舗としての独自性や地産地消の観点からとても重要なものである。その一方、町内生産者の高齢化が進行する中で、今後も白鷹町の産品へのこだわりをいかに維持していくかは依然として不透明であり、どおりむ農園直売所の機能としてどのようなものが消費者に求められているのかを適切に認識しながら、今後も運営方針を柔軟に変化させていく必要があるだろう。

農産物直売所と地域生産者の関係は相互の支え合いの内に成立するものであるが、生産者の高齢化や農産物直売所の林立はその支え合いのシステムを脅かし、直売所の経営に重くのしかかることが想定される。そうした中で、各直売所は独自の強みを打ち出しながら主要顧客層（どおりむ農園直売所においては地元住民）の需要を取り込み、競争を勝ち残っていこうと志向するものと考えられる。

なお、今回の調査ではどおりむ農園への聞き取り調査の内容を主として直売所の経営課題を考察したが、直売所の運営者に限らず、利用者（生産者や消費者）の視点からの考察も加えることで、より直売所の実態に基づいた分析が可能であろう。また、どおりむ農園直売所に見られた生産者との関係や直売所の経営課題について、これが広く一般に当てはまるものなのかという視点からの研究も必要であると考えられる。

注1) 細谷・小野寺 (2006)より。

注2) 清野ら (2011)より。

注3) 農林水産省 HP より。

注4) 有限会社どおりむ農園 (2017) より。

注5) どおりむ農園直売所の売上データより、令和元年1月から令和元年12月までのコメ類（うるち米、もち米、米粉を含む）の販売金額は合計 19,073,702 円であり、直売所全体の販売額に占める割合は 7.1%であった。

注6) 白鷹町の経営体数のデータは、2015年農林業センサス報告書に準じる。ただし、コメを主力とする生産者数には、他品目との複合経営を行っている生産者を含む。

注7) ここで「出荷停止者」とは、平成30年にどおりむ農園直売所に出荷していて、令和元年にどおりむ農園直売所に出荷していない個人出荷会員のこと。

注8) ここで「新規出荷者」とは、平成30年にどおりむ農園直売所に出荷しておらず、令和元年にどおりむ農園直売所に出荷している個人出荷会員のこと。

注9) どおりむ農園直売所のデータは、山形県置賜総合支庁農村計画課提供のデータより。おらんだ市場菜なポートのデータは、山形新聞の記事による。

注10) どおりむ農園への聞き取り調査より、どおりむ農園直売所の顧客は、販売金額ベースで町内在住者が30%、県内（町外）在住者が65%である。

参考・引用文献

- 1) 清野隆・明峯哲夫・青柳聡・川澄厚志・杉原由紀子 (2011)「山古志における農的営みを支える農産物直売所の現状と課題」『福祉社会開発研究』第4号, pp.109-128
- 2) 有限会社どおりむ農園 (2017)「どおりむ農園構想 平成29年9月版」
- 3) 農林水産省『2015年農林業センサス報告書』
- 4) 細谷昂・小野寺敦子 (2006)「農産物直売所にとっての成功とは何か ―岩手県内直売所の事例―」『総合政策』第7巻第2号, pp.187-216

参考 Web サイト

- 1) (一財)都市農山漁村交流活性化機構 (2018)「全国農林水産物直売所実態調査から見える、直売所の今～全国農林水産物直売所・実態調査報告～」

(https://www.kouryu.or.jp/service/pdf/marketsurvey_chart.pdf) 2020 年 12 月 15 日閲覧

2) 農林水産省「令和 2 年度豊かなむらづくり全国表彰事業 農林水産大臣賞受賞地区概要」

(https://www.maff.go.jp/j/nousin/noukei/binosato/b_maturi/n_daizin_2020.html)

2020 年 12 月 12 日閲覧

3) 山形新聞 2020.11.6「品ぞろえ充実, 集客堅調「菜なポート」長井・市民直売所移転し 1 年, あすから記念の感謝祭」

(https://www.yamagata-np.jp/news/202011/06/kj_2020110600117.php) 2020 年 12 月 15 日閲覧

第6章 トマトの産地形成と産地維持の方策

高田瑛仁

1. はじめに

1) 背景

日本では、1966年に「野菜生産出荷安定法」が制定されたことをきっかけに、野菜の大規模産地が各地に形成された。「野菜生産出荷安定法」とは、主要な野菜の生産・出荷等の安定を図り、その上で野菜農業の健全な発展と、国民の消費生活の安定を目的とする。この法律では、消費量が相対的に多い、または多くなることが見込まれる作物を「指定野菜」と定め、指定野菜を生産する区域の作付面積や出荷に関する条件が農林水産省令の定める基準に適合するとき、その区域を「野菜指定産地」に指定することができる。こうした指定産地化の動きの中で野菜の大規模な集団産地が形成され、国内では安定的に野菜が供給されるに至ったと考えられる。

しかし、大規模な指定産地での生産のみが現在の日本の食料供給を支えているのではなく、各地に点在する小規模な野菜の産地も生産を行うことで、日本全体として食料供給が支えられていると考えられる。指定野菜の一つであるトマトの例を挙げると、平成30年の夏秋トマトの生産では、指定産地が全体の作付面積の46.6%、出荷数量の63.5%を担うことが示されている（独立行政法人農畜産業振興機構2020）。すなわち、国内の夏秋トマト生産は作付面積ベースで全体の半分以上、出荷数量ベースで4割弱が、指定産地以外で行われているのである。したがって、全国のトマト生産を考慮する場合には、指定産地以外の生産を無視できない状況にあると考えられる。加えて、近年日本各地で災害が頻発しているが、大規模産地において地区全体が災害の被害を被れば、特定の野菜の出荷が影響を受けることも予想される。各地の小規模産地が維持されることで、野菜が様々な場所で生産されているという状況を構築することができれば、特定の大規模産地が打撃を受けても、他の産地で穴を埋めることが可能となり、各地の小規模産地を維持することは日本全体で安定した生産・出荷を維持するためにも重要である。そうした観点で、小規模産地の生産活動の実態を把握することは大きな意義があると考えられるが、現状では野菜の小規模産地に関する研究は多いとは言えない。本章では、代表的な指定野菜であるトマトを小規模ながら積極的に生産している山形県白鷹町を例に、小規模産地における生産活動の実態および産地を維持するための方策を検討する。

2) 先行研究の整理

白鷹町のトマト生産について述べる前に、トマトの生産・消費における全国的な動向を確認する。1980年代から2010年代までの果菜類の生産と市場流通の地域的变化を示した深瀬（2018）によると、トマトの消費量が伸びたのは昭和以降であり、キュウリやピーマンと同様に高度経済成長期以降に国民の食生活が洋風化したために、周年的な需要が増大した。日本でのトマトの品種は100種類以上存在し、150g以上の大玉系、40～150gの中玉系、40g以下の小玉系（ミニトマト）に大別される。また、トマトは収穫・出荷時期によって7月～11月が主な出荷時期である夏秋トマトと、12月～翌年6月までが出荷時期となる冬春トマトに分けられる。加えて、連作障害を防ぐために、キュウリやメロンと組み合わせで栽培される場合がある。

トマトの栽培形態や産地形成に関しては、本稿で扱うような小規模産地に関する研究は少なく、大規

模産地の事例を分析した研究が多く存在する。永井ら（2006）が分析した千葉県一宮町の事例では、トマトの共販・共選体制が確立し、品種や育苗、栽培基準が一元化されたことにより産地指定を受け、トマトとキュウリの輪作体系と越冬トマトとマスクメロンの組み合わせが広がっていると指摘されている。また同研究では、大規模な集出荷施設を活用することで、個別農家の作業負担が軽減されることが指摘されている。さらに、仁平（1998）によると、千葉県旭市では、農協による共選・共販体制が確立され、キュウリと夏秋トマトとイチゴを組み合わせた作型が広く普及しており、施設野菜園芸の産地が確立されている。日本一のトマト生産量を誇る熊本県八代地域を分析した研究には高柳（2004）があり、同地域において昭和初期から大々的にトマト栽培が行われるようになり、1980年代よりい草栽培からトマト施設栽培への転換が増加、トマト産地として発展した経緯が検討されている。また、トマトの産地化は、ハウスの更新や導入、共同選果場の導入による出荷作業の効率化、減農薬栽培を中心としたブランド化とその宣伝・広報が基盤となって生じたとされる。さらに、中野（2020）では、平取町において集出荷設備による共同選果が1979年から行われ、栽培の省力化が作付意欲を促進させたことが指摘されている。同町では、栽培面積拡大により育苗の省力化、苗の均質化、品種の統一が行われ、新規参入者支援や新技術の導入も行われているという。このように、トマトの大規模産地においては、作型の一本化や大型共選施設の導入等、行政や農協が中心となって産地化が進められていると考えられる。

3) 課題

先行研究では、トマトの大規模産地では、作型を一本化し、共同販売・共同選果を行うといった方法で産地が形成されたことが示されているが、これらは大規模産地ならではの方法であると考えられる。小規模産地では、共同販売・共同選果施設の導入がスケールメリットを生かすという観点において十分に効果を発揮するかは不透明であり、地域の主軸となって特定の作型を推進する団体や個人が存在していなければ作型を一本化することも難しいのではないかと考えられる。

これらを踏まえて、トマトの小規模産地である白鷹町東根地区では、どのような方策で産地が形成・維持されているのかを検討する。その際、白鷹町の農産物を中心的に扱い、東根地区の農家の出荷先の一つとなっている「どりいむ農園直売所」の役割にも、着目することとする。

2. 分析手法

アンケート調査と、その内容を補足する形で聞き取り調査を行った。

アンケート調査については、白鷹町東根地区でトマトを作付する20戸の農家にアンケートを送付し、うち5戸から回答を得た。このアンケートでは、現在のトマトの生産状況や栽培を始めた経緯についての詳細を聞いた。また、東根地区の農家80戸を対象にしたアンケート（うち回収は32戸）では、トマトを栽培しているとの記載があった10戸の農家に、トマトだけでなく他の作物の作付状況も併せて聞いた。さらに、どりいむ農園直売所やJA山形おきたま白鷹支所には、トマトの出荷販売状況を聞き、トマトの産地形成につながる支援策についても聞き取った。白鷹町農林課については、町全体のトマト生産について聞き、どりいむ農園直売所やJAと同様に、産地形成につながる支援策について聞いた。

聞き取り調査については、9月24日にどりいむ農園直売所と白鷹町農林課に対し、産地形成につながる支援策についてを主軸に、白鷹町におけるトマト生産について幅広く聞き取った。また、11月27日に、農家Fに対して、農家主導で産地形成につながる取り組みを中心に、白鷹町のトマトの生産について、また農家Fのトマトの生産状況についてなどを幅広く聞き取った。

3. 調査結果

1) 白鷹町のトマト生産

(1) 白鷹町におけるトマト生産の概況

白鷹町東根地区でどのように産地形成がなされたのかを分析するには、白鷹町が現状ではどのような産地であるかを把握する必要がある。はじめに、白鷹町のトマトの生産概況を山形県内の他市町村と比較しながら整理することとする。

表 6-1 は、2018 年の市町村別農業産出額（推計）のデータベース（詳細品目別）より、市町村別に上位 7 位までのトマト産出額を示したものである。白鷹町のトマト産出額は県内 7 位にとどまっている。ただ、産出額ベースで比較をすると、市の規模が大きい山形市や鶴岡市などの順位が高くなり、白鷹町のように比較的規模の小さい町の順位は低くなってしまうと考えられる。そこで、各市町村の生産力を比較する指標として 10a あたりのトマト産出額を求めた（表 6-1）。ただし、この単収は、データの制約上、2019 年度の産出額を 2015 年の作付面積で除した参考値となっている。

参考値ではあるが、10a あたりのトマト産出額を見ると、白鷹町は 7 市町村のうちで 1 位となっており、単位面積あたりの産出額が他と比べて高いことがわかる。他の市町村に比べ面積が小さい白鷹町であるが、トマトの生産が盛んに行われていることが読み取れるだろう。なお、白鷹町のトマトの作付経営体数は、2015 年の農林業センサスによると 36 戸であるが、本稿の調査対象地域となっている東根地区にはそのうち 23 戸が存在している。

続いて、白鷹町農林課から得たデータを確認する。白鷹町農林課からは、白鷹町全体のトマト生産量（大玉、中玉、ミニトマトの合算値）と産出額、また園芸作物の産出額上位 3 品目についてのデータを得たが、これを整理したものが表 6-2 および表 6-3 である。

表 6-1 山形県内におけるトマト産出額、および作付面積と 10a あたりの産出額

市町村	山形市	鶴岡市	酒田市	大蔵村	尾花沢市	長井市	白鷹町
産出額（億円）	7.8	7.5	4.3	3.5	2.5	1.6	1.3
産出額の順位	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位	7 位
作付面積（ha）	25	71	14	11	8	5	4
10a あたり産出額（万円）	312	106	307	318	313	320	325
作付経営体数（戸）	315	359	209	51	60	31	36

出所）農林水産省「平成 30 年市町村別農業産出額（推計）データベース（詳細品目別）」および「2015 年農林業センサス」の「販売目的の野菜類の作物別作付（栽培）経営体数と作付（栽培）面積」より筆者作成

注 1）産出額及び産出額の順位については平成 30 年度市町村別農業産出額（推計）データベース、作付面積及び作付経営体数については 2015 年農林業センサスの「販売目的の野菜類の作物別作付経営体数と作付（栽培）面積」よりデータを引用。

注 2）「産出額」は、推計値である。

注 3）「10a あたりの産出額」は、推計値である。各市町村について表内の「産出額」を同じく表内の「作付面積」で除したものである。

表 6-2 白鷹町全体のトマト生産量と産出額

年度	作付面積 (ha)	生産量 (t)	単価 (円/kg)	産出額 (万円)
2015	1.3	74	340	6,402
2016	1.3	84	323	6,794
2017	1.4	74.8	328	5,863
2018	1.7	57.9	481	5,494
2019	1.7	72	366	4,644

出所) 白鷹町農林課への調査票より筆者作成

表 6-3 白鷹町全体での園芸作物の産出額上位三品目

2000 年	品目	産出額 (万円)	生産量 (t)	栽培農家数 (人)	栽培面積 (ha)
1 位	りんご	8,296	610	-	30
2 位	ホップ	6,791	30.4	23	16.6
3 位	西洋梨	2,808	180	-	16
2010 年	品目	産出額 (万円)	生産量 (t)	栽培農家数 (人)	栽培面積 (ha)
1 位	ホップ	4,247	19.4	16	12.5
2 位	トマト	3,329	95.4	-	1.6
3 位	りんご	3,126	191	-	18.3
2019 年	品目	産出額 (万円)	生産量 (t)	栽培農家数 (人)	栽培面積 (ha)
1 位	えだまめ	6,568	120.6	23	38.7
2 位	りんご	5,022	161.3	27	17.5
3 位	トマト	4,643	72	-	1.7

出所) 白鷹町農林課への調査票より筆者作成

表 6-2 からは、作付面積が近年増加していることが見て取れる。生産量は 2016 年に最も大きく、2018 年はかなり減少しているが、それ以外の年度では 70t 前半を推移している。トマトの産出額は、園芸作物上位 3 品目に入っていなかった 2000 年から 2010 年にかけて大きく増加したが、2016 年をピークに減少していることがわかる (表 6-3)。

(2) 白鷹町におけるトマトの出荷量について

前項では白鷹町におけるトマトの生産動向を概観したが、この項では、どおりいむ農園直売所、JA 山形おきたま白鷹支所、白鷹町農林課に送付した調査票をもとに、トマトの出荷量や出荷者数、販売額や産出額がどのように変化してきたのかについて、サイズを考慮しながら確認する。

はじめに、図 6-1 と図 6-2 は、2010 年から 2019 年までの白鷹町における JA 山形おきたまへの出荷量と出荷者数の推移を、大玉トマト、ミニトマトに分けて示したものである。

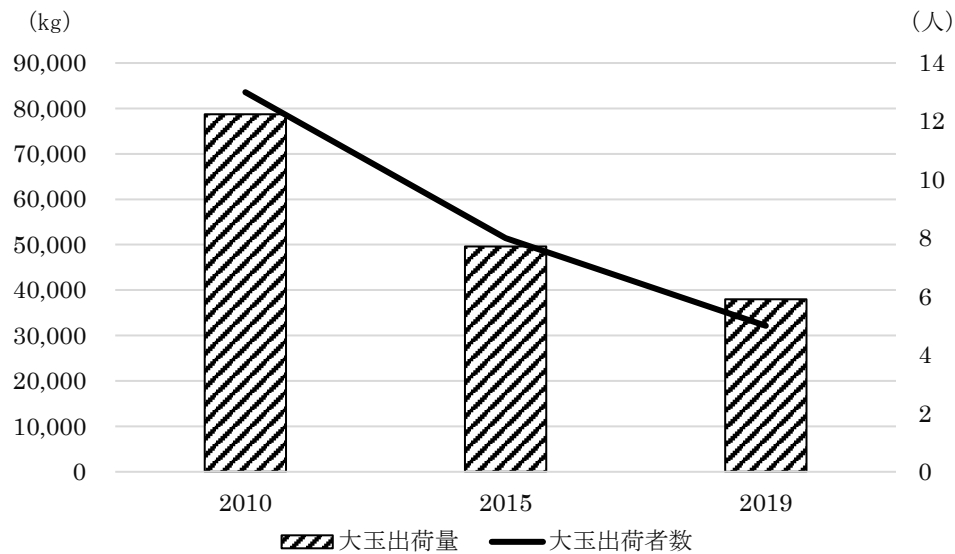


図 6-1 JA 山形おきたまへの大玉トマトの出荷量と出荷者数
出所) JA 山形おきたま白鷹支所への調査票より筆者作成

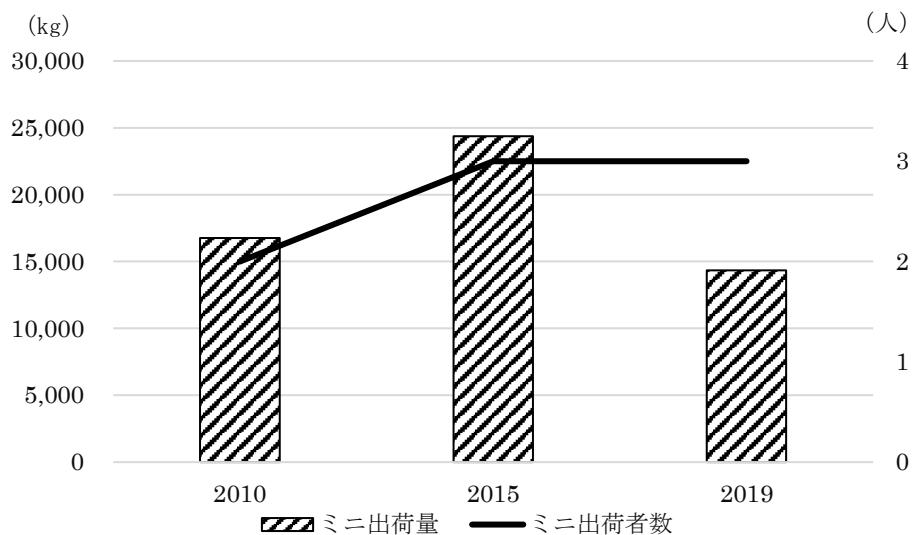


図 6-2 JA 山形おきたまへのミニトマトの出荷量と出荷者数
出所) JA 山形おきたま白鷹支所への調査票より筆者作成

これらのグラフによると、大玉トマトでは出荷量・出荷者数共に減少傾向にある一方で、ミニトマトでは、出荷量に変動はあるものの、出荷者数は少し増加し安定している。また、出荷量に関しては大玉トマトとミニトマトで重量に差があるため両者を単純に比較することはできないが、出荷者数に関しては、大玉が 13 戸から 5 戸と半分以上減少しているものの、2019 年時点で 3 戸にとどまっているミニトマトの出荷者数を依然として上回っていることがわかる。

次に、図 6-3 から図 6-5 は、どおりむ農園直売所におけるトマトの出荷量・販売額・出荷者数の推移をサイズごとに示したものである。

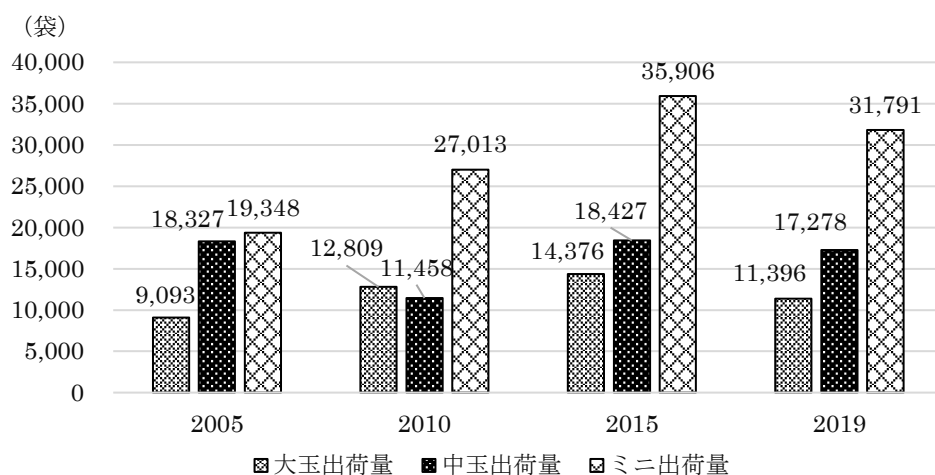


図6-3 どりのむ農園直売所へのトマト出荷量

出所) どりのむ農園直売所への調査票より筆者作成

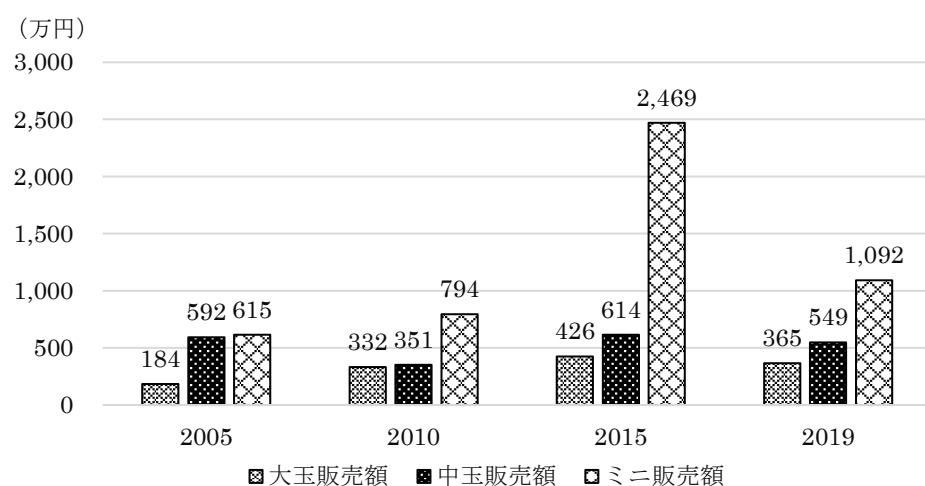


図6-4 どりのむ農園直売所でのトマト販売額

出所) どりのむ農園直売所への調査票より筆者作成

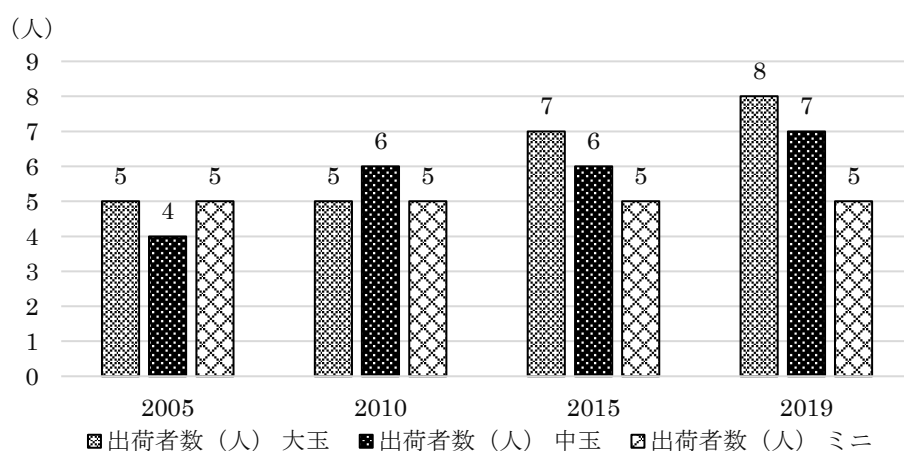


図6-5 どりのむ農園直売所へのトマト出荷者数

出所) どりのむ農園直売所への調査票より筆者作成

これらのグラフによると、出荷量では中玉を除き大玉・ミニに 2015 年まで若干の増加傾向が見られる。なお、出荷量については包装に使用する「袋」を単位としてデータを得ているが、大玉・中玉とミニの袋の大きさが異なることから、サイズ間で出荷量を単純に比較することはできない。販売額については、大玉・ミニトマトでは 2005 年から 2015 年にかけて増加し、その後 2019 年に減少する。中玉トマトは年によって変化はあるが 500 万円前後を推移している。また、どの時点においてもミニ・中玉・大玉の順で販売額が大きく、2015 年には大玉・中玉トマトとミニトマトとの販売額の差が大きく開いている。出荷者数については、大玉・中玉で増加傾向にある一方、ミニトマトは変化なしといった傾向となっている。これについては、2019 年ごろ、JA に大玉トマトの共同選果場ができたが、JA に出荷する際に選果手数料を取られるようになり、味や見た目を重視し、かつ選果手数料を避けるような農家が、どおりむ農園直売所へ出荷するようになったのではないかと考えられる。

(3) トマトの月別出荷額変化について

この項では、JA 山形おきたま白鷹支所とどおりむ農園直売所へ送付した調査票をもとに、白鷹町では一年を通してどのようなトマト栽培が行われているかを記述する。

図 6-6 と図 6-7 は、JA 山形おきたま白鷹支所の大玉とミニの月別出荷額を示したものである。

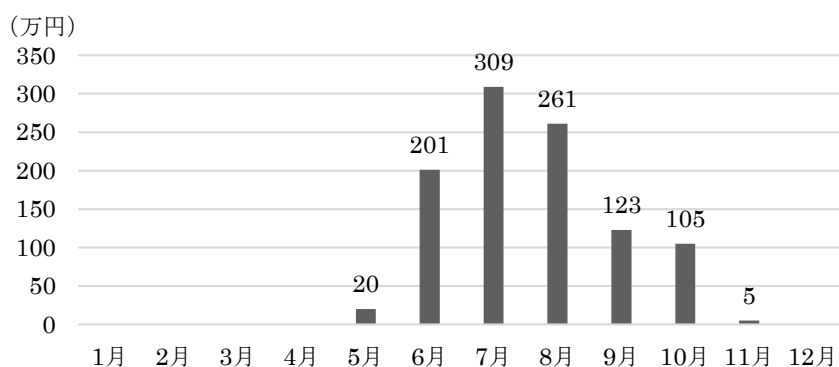


図 6-6 JA 山形おきたまへの大玉トマトの月別出荷額の推移

出所) JA 山形おきたま白鷹支所への調査票より筆者作成

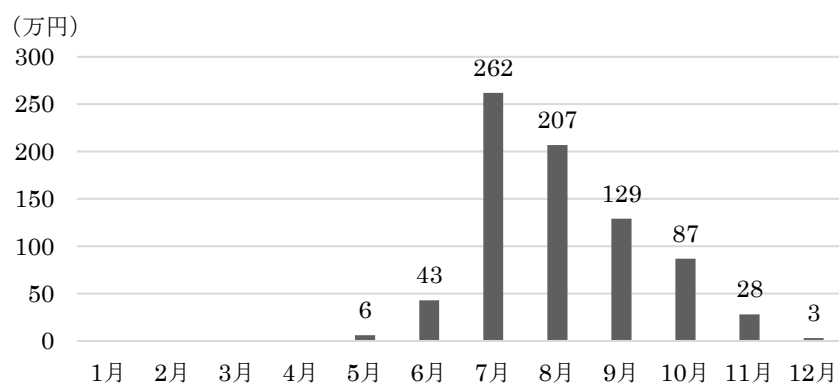


図 6-7 JA 山形おきたまへのミニトマトの月別出荷額の推移

出所) JA 山形おきたま白鷹支所への調査票より筆者作成

これらのグラフによると、どちらのサイズでも 7 月がピークとなっており、5 月から 11 月、12 月まで幅広い期間で出荷されていることがわかる。また、大玉とミニの主な出荷時期を比較すると、大玉ト

マトの方が若干早い 5 月から 10 月まで、ミニトマトはそれより遅く 6 月から 11 月までとなっている。
次に、図 6-8 から図 6-10 では、どりの農園直売所の大玉・中玉・ミニの月別出荷額を示した。

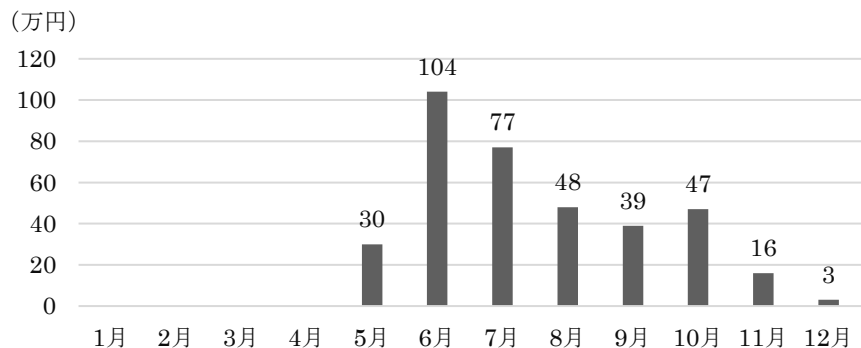


図 6-8 どの農園直売所への大玉トマトの月別販売額の推移
出所) どの農園直売所への調査票より筆者作成

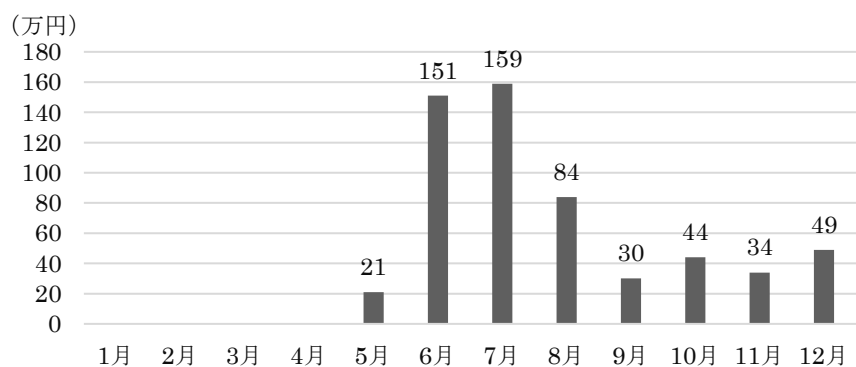


図 6-9 どの農園直売所への中玉トマトの月別販売額の推移
出所) どの農園直売所への調査票より筆者作成

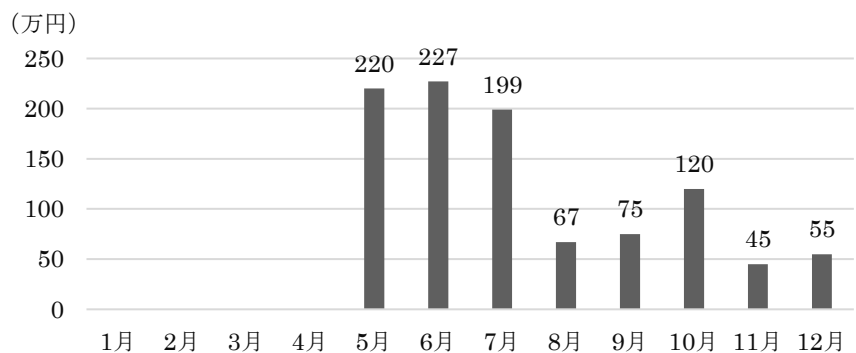


図 6-10 どの農園直売所へミニトマトの月別販売額の推移
出所) どの農園直売所への調査票より筆者作成

これらのグラフより、JA と同様、どおりむ農園直売所においてもトマトの出荷期間は非常に長いことがわかる。また、サイズごとに比較すると、大玉は出荷期間が短く 6 月や 7 月の夏の期間に多く出荷されるのに対し、中玉やミニは 11 月以降も多く出荷されている。さらに、月別出荷額のピークが JA では 7 月だったのに対し、どおりむ農園直売所では 6 月となっており、特にミニトマトでは 5 月の出荷額も非常に多くなっている。

2) 白鷹町東根地区におけるトマト農家の特徴

(1) トマト農家の概況

白鷹町東根地区では多くの農家がトマトを栽培しているが、それぞれの農家形態は多様なものとなっている。この項では、白鷹町東根地区のトマト農家を概観し、実際にどのような農家形態が存在するのか、またどのような傾向が見られるのかを確認する。その上で、農家側の視点に立って、白鷹町東根地区では、どのようなトマト産地が形成されてきたのか、また現状ではどのようにして産地が維持されているのかを検討する。

はじめに、アンケート調査のデータをもとに、白鷹町東根地区でのトマト農家概況を整理する。表 6-4 は、農家 A~K の出荷品目、出荷額全体の中でトマトの出荷額が占める割合、農外所得の有無をまとめたものである。

表 6-4 白鷹町東根地区のトマト農家概況

農家	出荷品目 1 位	出荷品目 2 位	出荷品目 3 位	出荷品目 4 位	出荷品目 5 位	トマト 割合	農外 所得
A	米	ミニトマト	キュウリ	トマト	ネギ	31.25%	あり
B	キュウリ	トマト	メロン	—	—	42.90%	なし
C	ミニトマト	ネギ	アスパラ	—	—	93.20%	なし
D	ミニトマト	—	—	—	—	—	あり
E	ごぼう	トマト	メロン	キュウリ	—	12.50%	あり
F	ミニトマト	ハウレンソウ	ブロッコリー	りんご	その他	—	—
G	ミニトマト	—	—	—	—	100%	あり
H	トマト	キャベツ	ブロッコリー	ハクサイ	その他	66.50%	なし
I	米	トマト	啓翁桜	—	—	—	あり
J	米	卵	トマト	—	—	7%	なし
K	米	トマト	啓翁桜	シイタケ	—	30.30%	あり

出所) 白鷹町東根地区で、トマトを作付している回答があった農家へのアンケート調査より筆者作成

注 1) 出荷品目の出荷額を基準に出荷品目の順位を作成

注 2) 農家 D, I は出荷額が不明であるため、出荷品目は順不同に示した。

注 3) 農家 F は出荷額が不明であり、出荷品目は順不同で示した。トマトの割合・農外所得の有無も不明。

以下では、出荷品目、出荷額全体に占めるトマト出荷額の割合、農外所得の有無の 3 項目について、それぞれ全体の傾向を述べていく。第一に、出荷品目について、白鷹町東根地区のトマト農家全体では、トマトと他の作物を組み合わせる複合経営において特定の作型は見られず、農家ごとに多様な作物を作付していることがわかる。ただし、全体的な傾向とは言えないが、米とトマトの両方を作付している農家が A, I, J, K の 4 戸存在し、調査した農家の中では比較的多い結果となった。加えて、各農家の農事暦を確認すると、ほとんどの農家でトマトの作業は春先から秋ごろであり、冬以外の全ての期間となっている。そのため、トマト以外に他の作物を育てる場合、トマトの作業と他の作物の作業は何らかの形で重なってしまうため、トマト栽培の中でも忙しくない時期に他の作物の作業を行う、トマトの作業

が忙しい場合はトマトに専念するなど、作業ごとの労働力の調整が必要となってくると推察できる。ただし、啓翁桜を導入している農家では、夏の間に剪定や除草などの管理が必要ではあるが、啓翁桜の出荷作業は冬に集中するため、トマトや米の作業と被らずに啓翁桜の収穫・出荷を行うことができる。

第二に、出荷額全体の中でトマトの出荷額が占める割合についてみると、米とトマトの複合経営をする農家ではトマトの出荷額割合が小さく、一方でトマトと他の野菜の複合経営をしている農家ではトマトの出荷額割合が大きいという傾向が観察できる。また、トマトの出荷額割合が全体の 90%を超える農家が存在する中で、トマトの出荷額割合が 10%前後にとどまる農家も存在する。

第三に、農外所得の有無について、農家の出荷品目と農外所得を組み合わせると、米とトマトの複合経営をする農家では、J 以外が農外所得を得ており、トマトと他の野菜の複合経営をする農家は、農家 E を除き農外所得を得ていない。しかし、構成員ごとでみると、農外所得「あり」の農家において、農業経営に従事する世帯員が 4 人の農家 A、3 人の農家 D、I、K については、農業経営に従事する世帯員のうちの一人のみが農外所得を得ており、その他の世帯員は農業の専業となっている。一方で、農家 E、G については、農業経営に従事する世帯員が一人で、その世帯員が同時に農外所得を得ている。これにより、白鷹町東根地区のトマト農家を世帯単位でみると、専業の農家、兼業の農家が混在しているが、農業経営に従事する世帯員一人一人に着目すると、農業の専業を行う世帯員が多いことがわかる。

このように、白鷹町東根地区では、作付け品目の組み合わせ方や、出荷額におけるトマトの重要性、農外所得の有無も農家によって様々であり、多様な農家形態が存在している。この点、トマトの大規模産地では、作型や出荷スタイルの一本化が多く見られることから、白鷹町東根地区は大規模産地での農家形態と異なり、独自の農家形態が形成されているといえる。しかし、どのように産地形成がなされてきたのか、また産地がどのように維持されているのか、多様な経営体系の背景については、農家形態を概観するだけでは分析することができない。そのため、次の項では、農家 A～K の個別の農家の経営状況を分析し、多様な経営体系の背景と、どのようにトマト産地が維持されてきたのかを分析する。

（２）個別のトマト農家

白鷹町東根地区のトマト農家にアンケート調査票を配布したところ、農家 A～E から回収でき、さらに聞き取り調査から農家 F の農家概況を調査することができた。それらの結果を踏まえて個別の農家概況を整理する。農家概況を整理する上で、各農家のトマトのサイズや出荷先、面積など生産の概況を調べることで出荷スタイルの特徴を検討するとともに、栽培の工夫を探ることで産地としての特徴を検討する。加えて、品種の選択理由と栽培の継続理由を把握して、農家に好まれるトマト、栽培が維持される要因を探り、今後の展望を確認する。これらの項目について各農家の情報を整理すると、以下の表 6-5 から表 6-8 のとおりである。

表6-5 各トマト農家のトマトのサイズ、トマト作付面積、出荷先、出荷先割合、栽培形態

農家	トマトのサイズ	作付面積	出荷先一位	出荷先二位	栽培形態
A	大玉	8a	JA (90%)	どoriいむ農園 (10%)	施設
	ミニ	11a	JA (100%)	—	施設
B	大玉	10a	どoriいむ農園 (90%)	JA (10%)	施設
	中玉	7a	どoriいむ農園 (90%)	その他 (10%)	施設
C	ミニ	90a	卸売市場 (70%)	どoriいむ農園, その他の直売 (30%)	施設
D	—	—	どoriいむ農園	卸売市場	施設
E	大玉	10a	JA (80%)	その他の直売所 (20%)	施設
F	ミニ	約1ha	通販, スーパー, 山形 青果センターなど (60%強)	どoriいむ農園 (30%弱)	施設

出所) 白鷹町東根地区のトマト農家 A～E へのアンケート調査, また農家 F への聞き取り調査より筆者作成

第一に、表6-5は各農家のトマトのサイズ、作付面積、出荷先について整理したものである。特に出荷先については、トマトのサイズや面積とは関連がないことが推察でき、農家 A, E では JA への出荷量が多く、農家 B, D ではどoriいむ農園直売所への出荷量が多く、農家 C では卸売市場への出荷量が多いというように、農家別に出荷先がわかれていることが観察できる。また、作付面積が突出して大きい農家 F については、地元のスーパーマーケットやどoriいむ農園直売所以外に、オイシックスなどの通販や、西友やベイシアなどのスーパーマーケットにも出荷しているが、農協への出荷は行っていない。また、トマトを栽培する新規就農者数戸も同様にオイシックスや西友、ベイシアに出荷しており、農家 F を中心とする農家グループでは、通販から直売まで様々な形態の出荷を行っている。

第二に、トマトの栽培方法における工夫については、農家 F によると、トマト栽培における作業には、大まかに収穫作業などの労力がかかる作業と栽培管理などの高度な技術が必要な作業の二つが存在し、それぞれに対しての工夫が必要とされるという。栽培管理におけるポイントとして農家 A が夏場の草勢管理や暑さ対策を挙げているが、これは夏秋トマトの産地だからこそ必要とされる作業である。また、トマトの受粉作業については、農家 C, D がマルハナバチの導入を挙げており、受粉作業の省力化がなされていると推察できる。農家 F でもマルハナバチを導入しているが、気温が 30℃を超える夏場にはハチによる受粉が難しくなるため、送風機で風を起こす事で受粉を行う方法も導入されている。さらに、農家 F では収穫時期にパートタイマーを雇用しているが、トマトの収穫をしやすくして作業時間を短縮するために、トマトが葉の陰に隠れないように管理をしている。また、雑草対策としてトマトの苗の周囲をマルチで覆い、虫害対策として春から秋まで効果があるラノーテープ（非散布型製剤）を貼ることで、減農薬を推進している。マルチやラノーテープの使用は東根地区で普通に行われていると聞き取ることができ、地区全体に減農薬の取り組みが広がっていると推察できる。

第三に、トマトの品種の選択理由については（表6-6）、農家によって品種の選択基準は様々であるが、農家 B, C, E は味の良さを、農家 A, C, D は栽培の容易さと収量の高さを重視していることから、白鷹町東根地区のトマト農家は、味が良く、栽培が容易で、収量が高いトマトの品種を選択す

表 6-6 トマトの品種の選択理由

農家	サイズ	味の良さ	栽培の 容易さ	収量の 高さ	見た目の 良さ	糖度の 高さ	単価の 高さ
A	大玉 ミニ		○	○		○	○
B	大玉 中玉	○ ○					
C	ミニ	○	○	○	○	○	
D			○	○	○		
E	大玉	○					

出所) 白鷹町東根地区のトマト農家 A～E へのアンケート調査より筆者作成

る傾向にあると考えられ、品種の選択理由についての東根地区独自の特徴はそれほど見られない。

第四に、トマト栽培の継続理由については（表 6-7）、複数の農家が選択したのは単価の高さである。品種の選択理由と比較すると、農家 A をのぞいて単価の高さを挙げている農家はなく、このことから、品種を選択する時点では単価を意識しないが、トマトはそもそも単価が高いため、栽培を継続する段階で単価の高さを重視していると推察できる。また、調査した農家では、単価が高く収入を得やすいことがトマト栽培の継続理由となっていると推察でき、白鷹町東根地区のトマト農家でも同様の傾向があると考えられる。

表 6-7 トマト栽培の継続理由

農家	単価の高さ	労働力の 少なさ	栽培の容易さ	情報量の 多さ（注）	その他
A	○	○			
B					美味しいトマトを作りたい
C			○	○	親より譲り受けた
D	○				
E	○				土壌や気候に適する

出所) 白鷹町東根地区のトマト農家 A～E へのアンケート調査より筆者作成

注) 栽培のための情報の多さを指す。

表 6-8 トマト栽培における今後の展望

農家	面積	人員	技術
A	維持	維持	効率化・省力化
B	維持	維持	維持
C	減少	減少	維持、今後廃業
D	維持	維持	効率化・省力化
E	減少	減少	効率化・省力化

出所) 白鷹町東根地区のトマト農家 A～E へのアンケート調査より筆者作成

第五に、表 6-8 はトマト栽培の今後の展望について整理したものであるが、トマト生産の面積・人員等栽培規模に関しては現状維持とする農家が多いが、トマトの栽培技術は効率化・省力化を望む農家が多いことが観察でき、白鷹町東根地区全体でも同じような傾向にあることが推察される。

このように、白鷹町東根地区においては、栽培されるトマトのサイズや出荷先に統一的な傾向は見られないものの、栽培方法に関しては地区の農家で共通した取り組みも行われている。夏の雑草や虫害に対処する際の減農薬や、マルハナバチによる受粉がそうした取り組みに該当すると言えるだろう。さら

に、品種を選択する際には、味が良く、栽培が容易で、収量も高いトマトが好まれるが、トマトの栽培を継続する理由には品目としての単価の高さを挙げる農家が多い。収入につながりやすいトマトは今後も地区の重要な作物として栽培が継続されることが予想されるが、高齢化が進展する中で栽培技術を効率化・省力化させることを望む農家も多くなっており、新しい技術を積極的に導入するための支援が求められていると言えるだろう。

以上、白鷹町東根地区のトマト農家について、その経営状況や課題について整理を行った。このように多様な農家が存在する白鷹町が産地として維持されるには、販売機関や行政側の取り組みも不可欠であると推察される。次節では、白鷹町においてトマトの産地形成のためにどのような支援策が行われてきたのかを整理する。

2) 白鷹町におけるトマト産地形成のための支援策

白鷹町では、様々な団体・個人によって、トマトの栽培や流通、販売を支援する取り組みが行われている。そこで、この項では JA 山形おきたま白鷹支所、どりいむ農園直売所、白鷹町農林課、F 農園へのアンケート調査と聞き取り調査をもとに、それぞれが行っているトマト産地形成のための支援策について検討する。表 6-9 はその概要をまとめたものである。

第一に、JA 山形おきたま白鷹支所では、高齢化により農家数が減少したという状況から、トマトの新規生産者を増加させることを目的としており、生産規模が大きくハウスを持っている農家を支援対象として、水稻を中心とした複合経営の確立と農家所得の確保を目指している。JA の特色は、支援策が幅広いことであり、表のように様々な施策を行っている。また、今後遊休ハウスの利活用の斡旋も視野に入れている。さらに、同じ JA 山形おきたま管内の南陽市では園芸生産指導課において、2019 年ごろに大玉トマトの集出荷設備を導入した。先行研究ではトマトの集出荷設備の導入が、トマトの産地形成に影響を与えるとのことだったが、調査によると JA 山形おきたまへの大玉トマト出荷量は減少しており、

表 6-9 トマト産地形成に向けた支援策の概要

支援策の実施主体	支援策の目的	支援策の対象	支援策の具体的内容	今後の展望
JA	新規生産者の増加	規模が大きく施設栽培中心の農家	営農指導・種苗提供・情報発信・共同選果場の導入・集出荷設備の導入	遊休ハウスの利活用斡旋
どりいむ農園直売所	「日本の紅をつくる町」	イベント参加者・消費者	トマト祭り（および農家 F への窓口）	
白鷹町農林課	転作の推進と米の生産調整	トマトへの転作農家（5 農家）	水田フル活用ビジョンによる産地交付金	スマート農業の導入による作業の効率化
農家 F	農家全体の所得安定	新規就農者・どりいむ農園出荷者	農業研修生の受け入れ技術・情報提供・種苗選定	技術や情報をオープン、農家全体でトマトを生産する

出所) JA 山形おきたま白鷹支所、どりいむ農園直売所、白鷹町農林課、農家 F それぞれへの調査票及び聞き取り調査（農家 F は聞き取り調査のみ）より筆者作成

注) 「日本の紅をつくる町」：白鷹町は県花紅花を原料とする紅餅、すり花、乱花の生産量が全国随一であることから、まさに「日本の紅をつくる町」であり、それをキャッチフレーズとして、紅（あか）色で特徴ある生産品や観光に注目し、その中で、紅花をはじめ、米沢牛や馬肉、ミニトマトなど様々な紅（あか）色の特産品を挙げている。

集出荷設備を設置したことでむしろ出荷額が減少していることが観察できる。この理由として、農家 F への聞き取りから、町全体で JA にまとめて出荷するような状況ではないこと、選果手数料が値上がりしたことが挙げられる。また、高温などの気象の変化により栽培が安定しないことから、農家がトマトの数量や価額を安定確保することが難しくなっており、結果としてトマト栽培をやめてしまうケースも存在することが課題として挙げられており、今後さらなる支援策が必要となってくると考えられる。

第二に、どりいむ農園直売所についてである。どりいむ農園直売所でも、「日本の紅をつくる町」というスローガンにのっとりトマトの流通・販売を促進し、2015 年ごろからは「トマト祭り」を開催している。「トマト祭り」は年に二回開催しており、5 月下旬には 7、8 名のトマト農家が加温ハウスで栽培されたトマトを、6 月下旬には 12、13 名のトマト農家が多種多様なトマトを出荷する。どりいむ農園直売所の月別販売額の項目で、ミニトマトの販売額が 5 月や 6 月に多くなるのは、この「トマト祭り」の影響だと推察できる。また、どりいむ農園直売所では「トマト祭り」の宣伝のために、手渡しでチラシを配布する他、新聞の折り込みチラシも配布しており、さらにラジオやテレビ局でコマーシャルも流している。この宣伝の結果、始めた当初から相当数の客の呼び込みに成功しており、町外からも客が来訪している。

第三に、白鷹町農林課についてである。山形県では、国の経営所得安定政策を踏まえ、「水田フル活用ビジョン」を作成し、需要に応じた米生産を進めている。さらに、米の需要低下から米の生産調整をする必要が出てきており、また、水稻よりも園芸作物の方が高単価であることから、白鷹町では米から園芸作物への転作を推進しており、トマトを含む様々な作物を振興作物として設定している。また、もともと水田だった土地で水稻以外の振興作物を作付すると、作付面積に応じて「産地交付金」が支払われる。この「産地交付金」制度では、えだまめや大豆、麦やキャベツ、キュウリやトマトなどの作物が設定されている。支援を受ける際、作付面積や生産額の制限はないが、実需者などに出荷・販売することを目的に生産することが条件であり、その生産の確認のため、営農計画書や出荷契約書、販売伝票や作業日誌などが確認され、現地調査も行われることがある。トマトの作付に対しては、2020 年度で 10a あたり 29,400 円の交付単価が設定され、実際の交付実績は法人を含み 5 人となっている。

白鷹町農林課においての制度的な支援策については以上となるが、その他の支援策としてスマート農業の導入が検討されている。現在、トマト栽培においては、収穫を全て手で行い、毎日見廻る必要があるため、労力が大きく高齢化の影響を受けやすいことが挙げられ、白鷹町農林課では、その解決策として、今後スマート農業を導入し、トマト作業を効率化させることを検討している。このスマート農業に関しては、どの作業までを機械化できるかが問題となっており、また、AI による水管理などは設備投資や経費がかかることも課題となっている。

第四に、農家 F についてである。農家 F は白鷹町東根地区でトマト栽培を始めた第一人者であり、加えてどりいむ農園直売所の立ち上げにも関わっている。農家 F は、1980 年代ごろ、イトーヨーカドーのバイヤーにトマトのハウス栽培を紹介され、熊本県八代市の技術を導入し、実際に白鷹町の農園内でトマトのハウス栽培を始めた。また、トマトのハウス栽培を始めて少し経つと、だんだんと周囲の農家がトマトのハウス栽培を導入し始めた。本調査で質問票を配布した農家 B、E では、それぞれトマト栽培を 1986 年、1985 年に開始しており、実際に農家 F からトマトのハウス栽培が伝播したと考えられる。

農家 F では、白鷹町東根地区の農家全体でお互いに良い所得を得て良い生活を送ることを目的に、栽培技術やその情報をオープンにしながら様々な支援を行っている。農家 F が行っている支援には、新規就農者を対象とした農業研修、種苗選定や情報・技術提供がある。

まず新規就農者を対象とした農業研修は、1990 年代後半から行っており、白鷹町での就農を目指す人を対象にしている。研修は二年ほど行い、ミニトマトの栽培技術をはじめ、様々な作物についての農業研修を行っている（マイナビ農業「支援制度の充実だけじゃない。山形県白鷹町で農業を始めるべき 2 つの理由」より）。加えて、ハウス栽培のトマトは、比較的容易に栽培でき、植えてから一年で収穫して出荷できるため、新規就農者にとって収入増加につなげやすい作物であり、農家 F は今後もトマトのハウス栽培の導入を推進する方針を取っている。また、農業研修生は、研修が終わると、農家 F 付近でハウスを利用したミニトマト栽培を行うことが多い。また、農家 F は、新規就農者向けに一戸建ての中古住宅の斡旋を仲介料なしで行っており、新規就農者は中古住宅と、農業を行う上で必要となる作業場を安く求めることができる。さらに、農家 F が立ち上げに携わったどりいむ農園直売所は、新規就農者受け入れを行う農家 F への窓口としての役割も担っている。

次に種苗選定については、年中を通して栽培・出荷して、換金できない期間を少なくして一年を通して所得が得られるように作物の品種を選定する取り組みが継続されてきた。最初は農家 F が中心に行っていたが、現在では、東根地区の農家全体が仲間となって、情報交換しながら種苗選定を行うような仕組みとなっている。現在導入している具体的な種苗では、キャロルスターや CF 千果、サマー千果が挙げられ、2、3 月ごろにキャロルスターや CF 千果を定植し、6 月ごろに多収型のサマー千果を定植するといったように、時期をずらして定植を行うといった栽培例もある。また、農家 F はどりいむ農園直売所に出荷する農家に対して、品種選定や栽培技術に関する情報の提供も行っているが、一方向的な指導という形はとられておらず、情報や技術の積極的な交換が図られているという。

このように、農家側が産地形成を主導してきた結果、地域のトマト農家全体で助け合いながら栽培を行う仕組みが形成されたのが東根地区の特徴であるといえよう。農家 F に対し、産地維持に関する今後の展望を尋ねたところ、今後も農家の属性に関係なく、技術や情報を皆が使える状態にし、協力してトマト栽培を盛り上げていくことが必要との回答を得た。

以上の点から、この節では、白鷹町で様々な主体がトマトの産地形成につながる支援を行っており、それぞれ多様な目的からあらゆる具体策を取っていることが明らかとなった。特に、農家 F が白鷹町でのトマト産地形成を牽引したことで、東根地区のトマト農家全体で協力しながら栽培を盛り上げる仕組みが形成され、また、農林課や JA はトマト生産における経済的側面や栽培技術的側面での支援を行い、さらにどりいむ農園直売所が存在することで、農家は販売ルートを確保できていることが確認できた。

4. 結論と今後の展望

1) 結論

本稿では、トマトの小規模産地での産地形成やその維持において重要な要因を明らかにすることを目的として、白鷹町におけるトマト栽培の状況や、直売所、農協や行政機関等の取り組みを調査した。調査の結果、白鷹町では、農家主導でトマト栽培を推進し、より良いものにする動きが見られること、また、それぞれの農家が出荷先を選ぶことができ、様々な販路を生かして多様な形態の農家が成立していること、さらに、あらゆる支援策が存在し、様々な形態の農家が支援対象となっていることの三点が、

産地形成や産地維持において重要な要因であったことが確認された。具体的には以下のとおりである。

第一に、農家主導でトマト栽培が導入されたことで、地区全体でトマト栽培の方針や、導入する技術や設備について、トマト農家全体で交流しながら取り決めるような仕組みが形成され、結果として白鷹町ではトマト産地が形成されたと考えられる。また、行政や農協の方針をそのまま受動的に受け入れるのではなく、農家全体が産地形成を牽引したことは、白鷹町の特徴であると言うことができ、今後も農家主体で能動的に様々な施策が導入されることが予測される。

第二に、白鷹町において、様々な出荷先が存在することは、トマト産地を維持する要因であると考えられる。白鷹町に様々な出荷先が存在することで、農家は出荷先を個人の性格や経営体系によって選ぶことができるだろう。これは、美味しさを重視していた農家 B が、直売形式で消費者に美味しさを届けやすいどりいむ農園直売所に大半を出荷しているという例から確認できる。また、そもそも、どりいむ農園直売所や JA 山形おきたま、卸売市場や通販、ネットスーパーなど、様々な出荷先が存在することが要因となっており、白鷹町では様々な出荷形態の農家が存在できる環境が整っていると推察できる。

第三に、白鷹町では、トマト栽培を支援する取り組みが、様々な主体によって行われている。支援の形態が多様であるため、白鷹町では農家が自らの経営状況に合わせた支援を受けることができる。例えば、新規就農したい場合、農家 F で農業研修を受けることができる。また、稲作農家が新たにトマトを作付したい場合、JA による支援を受けることができ、田を畑地に転作すれば産地交付金を受けることができるだろう。さらに、「トマト祭り」のように、トマトの販売を促進するための支援策も取られており、農家自身の売り上げが増大し、収入も安定するような効果が考えられる。さらに、農家同士で交流してトマト栽培を行っていることで、農家が農業をする上で実体験や直感を頼りに、農家自身に必要な施策や技術、設備を適切に導入することができるというメリットが考えられる。

このような点から、白鷹町のトマト農家は、自身の出荷形態や経営方針に合わせて出荷先・支援策を選択することができ、その結果様々な形態の農家が自身の経営を存続でき、このような環境であるからこそトマト産地が維持されていると考えられる。本章の冒頭では、出荷先や作型の一本化によってトマトの大規模産地が形成された事例が多く報告されていることを述べたが、白鷹町における産地形成の経緯、産地が維持される要因はこれらとは全く異なっており、その点で白鷹町の事例は独自性があると言えるだろう。

2) 今後の展望

白鷹町東根地区を今後もトマト産地として維持していくには、高齢化や担い手不足等の問題を解決するための施策が必要となると考えられる。

第一に、高齢化や新規就農者の受け入れという観点から求められるのは、作業の効率化である。トマトは他の野菜と比較して単価が高く、収入源として有力な作物であるが、栽培管理には高度な技術と労力を必要とする。実際に、今回の調査でも作業の効率化・省力化を望む声が多く見られた。行政でもこうした問題は認識されており、白鷹町農林課ではスマート農業の導入を検討している。スマート農業を導入すれば、栽培への労力も少なくなるため、高齢者や新規就農者でも、より簡単にトマト栽培を導入できるだろう。しかし、スマート農業の導入コストがかかること、またスマート農業を適切に扱うための知識が必要となることが問題になるだろう。これについては、白鷹町農林課が補助金等を用意する、導入時のメリットがコスト以上になるように開発するなどの費用面での対策や、農家を対象とした技術研修を行う、簡単な作業でスマート農業を扱えるようにするなどの技術面での対策が考えられる。

第二に、トマト生産量が近年減少傾向にある白鷹町が、今後もトマトの産地として消費を支えていくためにトマト生産を維持するという観点から考えられるのが、支援主体同士の交流である。今回の調査では、どおりむ農園直売所と農家 F、農家 F と農林課などで、支援策やその内容の交流が確認できたが、同じく支援主体である JA との交流は確認できず、また、支援主体全体で交流するといった試みも見られなかった。JA は米とトマトの複合農家向けの幅広い支援策、農家 F は新規就農者支援や農家側の交流促進、農林課は転作農家向けの経済的支援、どおりむ農園直売所は販売ルートの確保や販売促進策を実施しており、それぞれの支援策にメリットが存在すると考えられる。そこで、支援主体同士で交流を行うことによって、各支援策が持つ利点や抱えている課題を共有できれば、より地域の実態に沿った支援が可能になるのではないかと考える。あくまで一例であるが、新規就農者の窓口を農林課や JA にも広げ、地域一体となって新規就農の支援を行う、トマトのサイズ・品種ごとの栽培ノウハウを支援主体全体で共有し、農家が栽培したいトマトに適した支援を提供できるような仕組みを構築するなどが考えられる。以上のことから、農家が適切な支援を受け、そのメリットを享受し、トマト栽培を今後も継続できるようにするためには、支援主体全体で、支援策の方法や内容を共有し、どのような策が農家の現状に適しているか、トマト栽培の継続につながるかなど、話し合うことが重要だと考える。

最後に、本研究に残された課題を述べる。今回の調査はサンプル数が少ない定性的な調査となったが、白鷹町のトマト生産の動向を詳しく探るためには、よりサンプル数を増やし、定量的な調査を行う必要があるだろう。また、今回の調査では対象を白鷹町のトマト栽培に絞ったが、小規模産地の形成・維持状況を把握するためには、より多くの地域、また作物を対象とした研究が求められる。

引用文献

- 1) 白鷹町：「紅花生産・日本一 日本の紅（あか）をつくる町」
<http://www.town.shirataka.lg.jp/2146.html> (2020 年 2 月 6 日閲覧)
- 2) 高柳長直 (2004)：「量産型輸送園芸産地における輸入野菜増加への対応：熊本県八代地域におけるトマト産地の事例」『学芸地理』59 巻, p.1-12
- 3) 独立行政法人農畜産業振興機構 (2020)：「指定野菜の生産・流通・消費動向」
<https://www.alic.go.jp/content/001182491.pdf> (2020 年 2 月 6 日閲覧)
- 4) 永井伸昌・高橋良師・白石寿・深瀬浩三・仁平尊明 (2006)：「千葉県一宮町における施設園芸集落の地域的特色」『地域研究年報』28 巻, p.1-31
- 5) 中野明正 (2020)：『営農に役立つ 作型・産地事例・スマート農業 トマトの生産技術』誠文堂新光社
- 6) 仁平尊明 (1998)：「千葉県旭市における施設園芸の維持と技術革新」『地理学評論』71A 巻 9 号 p.661-678
- 7) 農林水産省：「野菜生産出荷安定法」「指定産地一覧」
- 8) 深瀬 浩三 (2018)：「日本における果菜類の生産と市場流通の地域的变化：1980 年代～2010 年を対象として」『鹿児島大学教育学部研究紀要 人文・社会科学編』69 巻 p.27-72
- 9) マイナビ農業：「支援制度の充実だけじゃない。山形県白鷹町で農業を始めるべき 2 つの理由」
https://agri.mynavi.jp/2020_09_27_133820/ (2020 年 2 月 6 日閲覧)

第7章 農産加工品における衛生管理に関する現状と対策

山際勘太

1. はじめに

1) 調査の背景

近年地域経済において、生産者と消費者の双方にメリットがある取組みとして6次産業化や直売所が注目されている。まず、生産者サイドにおいては、6次産業化や直売所が地元経済に正の影響を与え、地域活性化に寄与することが松野ら（2006）などの研究で示されている。さらに生産者の営農意欲の向上につながっているとの指摘もある（飯田ら 2004）。一方、消費者サイドにおいては、安全な農産物・加工品を比較的安価で手にできることがメリットとして挙げられる。駄田井ら（2007）の研究によれば、消費者の直売所に対する総合評価に大きな影響を与えているものは味・安全性・価格・品揃え・駐車場の広さの5項目であり、中村（2002）の研究によれば、加工食品に対する訪問者ニーズは、上位から順に食味、地域特産商品、食材の安全性となっている。

しかし、下山（2013）の研究では、直売所で販売される加工品はそのほとんどが農家の主婦の手作りであり、PL法（製造物責任法）の対策は商品を持ち込む個人や現場のスタッフの裁量に任されていることが多いという現状が指摘されており、個性的な商品開発と適切な品質管理は直売所の6次産業化にとって大きな課題であるとされている。今回の調査対象地である山形県に関する芳賀（2011）の研究でも、「加工製造管理、衛生・品質管理、労務管理、マーケティング、PR等の多くのノウハウを持った農林漁業者の育成が急務である」とされている。実際、岡山県内の直売所41カ所への出荷者を対象とした調査では、直売所への加工品出荷者のうち約4分の1が野菜用と肉・魚用の包丁を区別せず、約8割が冷蔵で出荷すべき加工品を常温で出荷するなど、安全に対する意識の甘さも指摘されている（清原ら 2012）。

さらに喫緊の課題として、2018年6月に可決された改正食品衛生法等により義務付けられた、農産物加工の場におけるHACCP（Hazard Analysis Critical Control Point）に基づく衛生管理の導入がある。この食品衛生法の改正の背景としては、前回の食品衛生法などの改正から約15年が経過し、社会構造が大きく変化したことが挙げられる。外食・中食に対する需要の高まりや輸入食品の増加等、国内における食料消費の形態が大きく変化した一方で、対外的には2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催や食品の輸出促進を見据え、国際標準と整合的な食品衛生管理が求められるようになった。HACCPとは、こうした状況の中で2020年6月から食品を扱う全事業者に対して導入が義務付けられた国際標準の衛生管理手法である。「一般的な衛生管理」および「HACCPに沿った衛生管理」に関する基準をもとに衛生管理計画を作成し、衛生管理の実施状況を記録・保存することで、衛生管理計画の効果を定期的に検証でき、また何かしら問題が起きたときにどこでどのような対策をすればよいかを明確化できるようになる。現在（2020年11月）は経過措置段階であり、2021年6月1日からは完全に施行される。つまり消費者の安全のために、生産者は2021年6月1日までにHACCPに則った生産体制を整えなければならないということである。

しかし、2019年に厚生労働省が1,436の食品製造業を営む企業を対象に行ったHACCPに沿った衛生管理の導入状況についての調査では、HACCPに沿った衛生管理をよく知らないと回答した企業が全体の19.7%、特に食品販売金額規模が5,000万円未満の企業については32.1%となっており、特に中小

事業者において HACCP の内容などに対する理解が進んでいるとは言い難い。さらに農村の直売所を支えるより小さな規模の加工品出荷者についての調査は厚生労働省の調査にも含まれていない。よって、HACCP 導入をより推し進めるためには、このような中小事業者における衛生管理への取組み状況を調査し、その現状と課題を把握することが重要だと考えられる。

本章では、山形県白鷹町の直売所である「どりいむ農園直売所」の会員に対して実施したアンケート調査、およびどりいむ農園直売所の管理運営担当者への聞き取り調査をもとに、直売所に出荷される加工品の安全対策の現状とともに、加工品生産における衛生管理レベルを上昇させるための有効な施策について検討する。また、加工品生産が白鷹町においてどのような役割を果たしているのかも併せて検討する。第2節ではアンケート調査の対象者に関する基本情報を整理する。続く第3節で衛生管理の現況を整理したのち、第4節で安全管理と基本情報の相関や傾向を確認し、望ましい衛生管理の実施を阻む障壁や有効な対策について考察を行う。

2) HACCP 導入までの流れ

本調査では、農産加工品の生産における衛生管理の現状を把握するために、農産物直売所に加工品を出荷する事業者に対して、HACCP および一般衛生管理の導入状況を問うアンケート調査を行った。次節以降では調査の内容および結果について述べるが、その前に、HACCP 導入までの流れをより詳しく見ていきたい。HACCP 導入までの流れについては、白鷹町でも生産が盛んである漬物に関する HACCP 導入の手引書である、全日本漬物協同組合連合会の『漬物製造における HACCP の考え方を取り入れた安全・安心なものづくり』を参考とした。

HACCP の考え方に基づく衛生管理とは、いわゆる PDCA サイクルによる衛生管理を基本としており、「1. 各経営体の製造工程に合わせて重要管理点を設定した上で、衛生管理計画を作成する」「2. 作成した衛生管理計画を実施する」「3. 一般衛生管理実施記録表及び重要管理点についての実施記録表により確認、記録を行う」「4. 定期的（1ヶ月など）な記録の確認などを行い、衛生上気がついたことがあれば対策を行う」の4段階に分かれる。このことから、衛生管理計画を作成することが前提となっていることがわかる。

作成すべき衛生管理計画は、「事業所名」「製造品目」「工程表」「一般衛生管理のポイント」「重要な管理のポイント」の5項目から構成される。ここで特に解説が必要なのは「工程表」「一般衛生管理のポイント」「重要な管理のポイント」の3項目であろう。

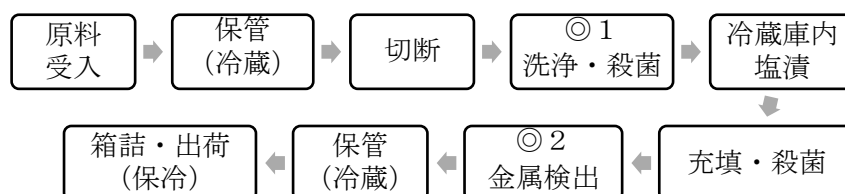


図 7-1 白菜浅漬の工程表

出所) 全日本漬物協同組合連合会『漬物製造における HACCP の考え方を取り入れた安全・安心なものづくり』より筆者作成

「工程表」では、例えば白菜浅漬であれば、図7-1のように自身の生産する品目に関して細かく工程を分けて記すことが求められる。そしてその中から「それ以降の工程で何をしても危害要因を管理できない工程」を重要管理点（CCP）と設定する。ここでは◎をつけた「洗浄・殺菌」と「金属検出」を重要管理点と設定している。続いての項目は、「一般衛生管理のポイント」である。一般衛生管理とは、食品製造現場で一般的に整備することが求められる事項を含む管理方法のことであり、「手洗い」のような従業員の衛生管理や、「加工場の清掃」のような製造環境の衛生管理などに分類される。「一般衛生管理のポイント」では、各事業者が実施すべき一般衛生管理を定め、それを実施記録表により確認、記録することが求められる。

「重要な管理のポイント」では、「工程表」で定めた重要管理点において衛生管理が適切に行われているかをチェックすることが求められる。例えば上の白菜浅漬においては、「◎1 洗浄・殺菌は適切に行われたか」をチェックするための洗浄殺菌記録と、「◎2 金属検出機は正常か」をチェックするための金属検知器テストチェック表の2つを用意し確認・記録する必要がある。また、管理が不適切だった場合の改善措置をあらかじめ決めておくことも必要である。

以上をまとめると、HACCPの考え方に基づく衛生管理とは、生産の流れを把握するための「工程表」を作成した上で、作業工程中で特に重点的に管理することが求められる「重要管理点」を設定し、「重要管理点」および「一般衛生管理」の項目について継続的に記録・確認を行い、改善点を探しながら生産を続けていく、ということである。

HACCPの実施方法については厚生労働省及び各協会が品目ごとに手引書を作成・公開している^{注1)}ので、実施に当たってはそれらを参照することも求められる。

2. どりいむ農園直売所に出荷をしている加工品出荷者の現況

1) 調査概要

(1) 調査方法および調査対象

本研究では、農村における加工品生産の現場で実施されている衛生管理の現状を明らかにすることを目的として、山形県白鷹町の「どりいむ農園直売所」の会員（出荷者）に対して郵送によるアンケート調査を実施した。アンケートの送付対象は「どりいむ農園直売所に加工品のみを出荷している個人会員（30件）」、「どりいむ農園直売所に青果物と加工品の両方を出荷している個人会員（20件）」、「加工品を出荷している組織会員（20件）」とし、それぞれ12件、7件、7件から回答を得た^{注2)}。

調査票では、農業への従事状況や出荷品目等の基本情報に加え、加工者の年齢や加工品生産の動機等、加工品出荷者としての性質に関する質問項目を用意し、さらに加工品生産の現場における衛生管理の実施状況や、実施の上での課題等を尋ねた。なお、個人出荷者への質問票と組織出荷者への質問票とは、その内容が一部異なっている。

2) 調査対象の基本情報

(1) 個人出荷者の基本情報

ここでは、個人で加工品を出荷している会員に関する基礎的な情報を整理する。まず年齢については、平均67.3歳、19人中16人が60歳以上と、高齢の会員を中心に加工品の生産が行われている（表7-1）。加工品の出荷開始時期は2006年～2010年が一番多く、どりいむ農園が設立されたのが2004年であることから、どりいむ農園設立後に加工品を出荷し始めた出荷者が多いことがわかる。性別につい

ては男性 4 人女性 13 人と女性中心であり、さらに農家が 14 人、非農家が 3 人となっている。加工品に使用される食材については、自経営の農作物のみを使用している出荷者が 10 人、他農家の農作物のみを使用している出荷者が 2 人、自経営の農作物と他農家の農作物の両方を使用している出荷者が 5 人となっており、自経営で生産している農作物を中心に加工している現状が見て取れる。以上のことから、農家世帯において、女性が中心となって、自家の農作物を使って加工品を生産しているケースが多いことが推察される。

表 7-1 加工品出荷者の年齢構成

年齢 (歳)	加工品のみを出荷 (人)	加工品および青果 物を出荷 (人)	合計 (人)
30～39	1	1	2
40～49	0	0	0
50～59	0	1	1
60～69	5	2	7
70～79	5	2	7
80～89	1	1	2
合計	12	7	19

出所) アンケート調査結果より筆者作成

表 7-2 加工品の出荷開始時期

出荷開始時期 (年)	加工品のみを出荷 (人)	加工品および青果 物を出荷 (人)	合計 (人)
～2000	1	1	2
2000～2005	3	0	3
2006～2010	3	1	4
2011～2015	1	2	3
2016～2020	0	0	0
合計	8	4	12

出所) アンケート調査結果より筆者作成

(2) 個人出荷者の加工の目的

加工品を生産する目的については「余剰農産物の有効活用」「さらなる収益」「地域活性化」「趣味・生きがい」「伝統の継承」の 5 項目を用意し、それぞれに対して 1 点 (全く当てはまらない)・2 点 (やや当てはまらない)・3 点 (どちらとも言えない)・4 点 (やや当てはまる)・5 点 (とても当てはまる) のいずれかを選択する 5 点法によってアンケート調査を行った。

結果を表 7-3 に示した。一番高い評価を得たのは「さらなる収益」で、1 点や 2 点をつける加工品出荷者がいないという結果であった。農家が自家で生産した農産物を用いて加工品を生産することは、6 次産業化の手法として一般的である。その利点の一つとして、加工を通じて自家で生産した農産物に付加価値を与えることができる点が挙げられるが、本調査からもこうした 6 次産業化の意義が農家の間に浸透していると言えるだろう。

続いて高い評価を得た目的が「趣味・生きがい」である。本章冒頭で述べたとおり、6 次産業化・直売所への出荷が農家の営農意欲向上につながるという先行研究があり、農産物加工が精神面での充実に寄与していることが推察される。

なお、表 7-3 からわかる通り、全体的に 4 点か 5 点をつける農家が多く、さらに 5 つの項目全てに 4

点以上をつけた農家は5件（5つの項目全てに有効回答を行なった農家は10件）存在した。この結果から、農産物加工には「さらなる収益」を中心としながらも多面的な意義があるということが認められていると言えるだろう。

表7-3 農産物加工に取り組む目的（個人出荷者）

目的	1点 (件)	2点 (件)	3点 (件)	4点 (件)	5点 (件)	合計 (件)	平均点
余剰農産物の有効活用	4	0	1	2	7	14	3.33
さらなる収益	0	0	1	2	8	11	4.25
地域活性化	2	0	1	4	6	13	3.64
趣味・生きがい	3	0	1	4	7	15	3.80
伝統の継承	5	0	0	3	3	11	2.67

出所) アンケート調査結果より筆者作成

（3）個人出荷者の加工品目と出荷額

（1），（2）で概観したような属性や生産動機を持つ個人出荷者が、実際にはどのように加工品を出荷しているのかについて述べたい。まず出荷品目についてだが、品目の記入があった加工品出荷者14件のうち半数の7件がキムチ・白菜漬け・梅干しなどの漬物を生産していた。どおりむ農園直売所のホームページ^{注3)}にも記載があるように、漬物はどおりむ農園直売所の主な商品の一つであり、さらに加工方法が単純であり衛生管理にも気を配りやすく、生産に踏み出しやすいことなどが漬物を生産する出荷者が多い理由として考えられる。続いて出荷者が多いのが餅や米粉など米を原料にしたもので、4件の出荷者からこうした商品を出荷しているとの回答を得た。白鷹町はその農業産出額42億4千万円のうち米が約4分の1に相当する10億6千万円を担っていることから^{注4)}、米を使用した加工品の生産も盛んであることが推察される。さらに白鷹町の特産品である味噌の加工品も多く、ねり味噌や味噌もちなどを出荷している出荷者が複数存在した。その他、ハーブティー、ジャム、ジュースなど自経営が栽培している品目を活用した加工品が様々出荷されている。

加工者が何種類の加工品を出荷しているかについても多様性が見られた。1品のみを出荷している加工者は5件、2品出荷している加工者は3件、そして3品出荷している加工者は6件であった。そして、出荷額は多品目を出荷している出荷者の方が高い傾向にあるが、出荷品目が1品のみであるものの出荷額が大きいケースも存在した。

表7-4 品目数と出荷額の関連（個人出荷者）

合計出荷額	1品のみを出荷している出荷者（人）	2品を出荷している出荷者（人）	3品以上出荷している出荷者（人）
10万円未満	2	1	0
10万円以上～50万円未満	1	0	0
50万円以上～100万円未満	0	0	2
100万円以上～500万円未満	1	1	3
500万円以上～	0	0	1
出荷額回答なし	1	1	0
合計（人）	5	3	6

出所) アンケート調査結果より筆者作成

（４）組織出荷者の基本情報

以上では個人出荷者をみてきたが、ここでは、白鷹町に拠点をもち、どおりむ農園直売所に出荷を行っている加工品生産組織について確認する。アンケート調査において回答を得られた加工品生産組織は 7 組織で、その性質については多様である。所属人数 3 人の小さい組織から、60 人の大規模な組織まで存在する。法人化している組織と非法人である組織についてもそれぞれ 4 件・3 件と、どちらかに偏るような傾向は見られず、法人か非法人か・所属人数の多さ・組織活動の中での加工品生産の位置づけ・生産額の間に、関連性は見出せない。

表 7-5 組織出荷者の概要

組織	法人/非法人	所属人数(人)	うち加工従事者（人）	組織の活動内容 ^注
組織 1	非法人	36	6	回答なし
組織 2	非法人	3	3	1
組織 3	法人	29	5	3
組織 4	法人	60	5	3
組織 5	法人	6	6	2
組織 6	非法人	5	1	3
組織 7	非法人	20	5～6	3

出所）アンケート調査結果より筆者作成

注）組織の活動内容については、

「1」＝農産物加工品の生産のみを行っている組織である。

「2」＝他の活動も行っているが、加工品生産は主な活動の 1 つである。

「3」＝他の活動を主とする組織であり、加工品生産は副次的な活動である。

とする。

以上、本節ではどおりむ農園直売所に出荷を行っている加工品生産者についての基本的な情報を整理した。次節では、こうした加工品生産者が取り組む衛生管理の実態について検討する。

3. 加工品生産における衛生管理の実態

1) 一般衛生管理

（１）アンケート調査の質問内容

衛生管理の実態を知るために、加工品出荷者に対して一般衛生管理および HACCP の実施状況を尋ねたが、ここではまず一般衛生管理の実施状況を整理する。一般衛生管理とは、前述の通り食品製造現場で一般的に整備することが求められる事項を含む管理方法で、HACCP を実施するに当たってもこの一般衛生管理が適切に行われていることが前提となっている。

アンケート調査では、全日本漬物協同組合連合会が発行している『漬物製造における HACCP の考え方を取り入れた安全・安心なものづくり（小規模事業者向け衛生管理の手引書）』を参考としつつ、そこに記載のあった一般衛生管理の中から、どの品目についても一般的に行われるべきである「従業員の衛生管理」4 項目・「製造環境の衛生管理」5 項目・「記録」2 項目の合計 11 項目についてその実施状況を尋ねた。なお、その際の回答方法としては、「販売開始時から行っている」「販売開始後に新たに始めた」「取り組んでいない」の 3 つの選択肢から選択する形式をとった。衛生管理を実施している場合の選択肢として、「販売開始時から行っている」と「販売開始後に新たに始めた」の 2 種類を用意したのは、衛生管理を始めたきっかけと、商品の販売開始時からの期間との関係性を調べるためである。加工品出荷開始時から時間が経つにつれて、衛生管理を励行するために有効な施策に変化が現れるのではないかと予想した。

具体的に調査票で用いた一般衛生管理とは、「体調不良の際は製造作業に従事しない/させない」「手指に怪我をしたり手荒れがひどい時は作業しない、または傷口を手当てし、手袋を着用した上で作業に従事している（傷がある場合は手袋/休む）」「従業員には1年に1回以上の健康診断を実施している（健康診断）」「手洗いは欠かさない（手洗い）」「作業場に必要でないものは撤去し、必要なものはおく場所を決め管理している（整理整頓）」「便所、作業場、排水溝、床から1mの高さの壁は毎日掃除している」「天井・照明器具は定期的に清掃している」「ネズミや昆虫などの有害生物を侵入させないため餌となるようなものは残さず、侵入できる隙間は防いでいる（害獣の餌排除/侵入対策）」「目視か機械による金属検出を行なっている（金属検出）」「原材料の仕入れ・食品の製造加工・販売過程に関する記録を取っている（仕入れ・加工・販売の記録）」「一般衛生管理の実施記録を取っている（一般衛生管理の実施記録）」の11項目である。

（2）調査結果

表7-6は、個人出荷者について、一般衛生管理実施状況に関する調査結果をまとめたものである。ここでの「実施率」とは、全体の件数のうち、「販売開始時から行っている」件数と「販売開始後に新たに始めた」件数の和が占める割合である。

同表から分かる通り、項目別に達成状況は大きく分かれる。「体調不良時は作業しない」「傷がある場合は手袋/休む」「手洗い」「整理整頓」「害獣の餌排除/侵入対策」については実施率が80%以上となり、基本的には実施できている現状がわかる。このような、実施率が80%を超える一般衛生管理については、販売開始時から行われているケースが主であった。一方、「健康診断」「便所・作業場・排水溝・壁の掃除」「天井・照明器具の掃除」「金属検出」「仕入れ・加工・販売の記録」については58.8%～66.7%の実施率であり、実施できている出荷者と実施できていない出荷者とに分かれている。「一般衛生管理の実施記録」については、実施率が18.8%と16件中13件が実施していないという状況である。

続けて組織出荷者の結果を見ていく。達成状況の傾向は個人出荷者と近い。しかし、「便所・作業場・排水溝・壁の掃除」や「天井・照明器具の掃除」などの清掃に関わる項目については個人出荷者より実施率がかなり低い状況であることがわかる。

また、一加工者あたりの一般衛生管理の平均達成状況^{注5)}について、個人出荷者と組織出荷を比較すると、前者は平均7.28項目（うち「販売開始時から行っている」が5.5項目・「販売開始後に新たに始めた」が1.78項目）、後者は平均7.43項目（うち「販売開始時から行っている」が6項目・「販売開始後に新たに始めた」が1.43項目）となっており、大きな差は見られなかった。

表 7-6 一般衛生管理実施状況（個人出荷者）

一般衛生管理	形態	販売開始時から行っている (件)	販売開始後に新たに始めた (件)	取り組んでいない (件)	合計 (件)	実施率
従業員の衛生管理						
体調不良の際は製造作業に従事しない/させない	個人	15	2	1	18	94.4%
	組織	6	0	1	7	85.7%
傷がある場合は手袋/休む	個人	14	3	1	18	94.4%
	組織	6	1	1	8	87.5%
健康診断	個人	6	2	4	12	66.7%
	組織	3	2	4	9	55.6%
手洗いは欠かさない	個人	13	2	0	15	100%
	組織	6	0	0	6	100%
製造環境の衛生管理						
整理整頓	個人	14	4	1	19	94.7%
	組織	6	0	1	7	85.7%
便所・作業場・排水溝・壁の掃除	個人	8	2	6	16	62.5%
	組織	1	2	6	9	33.3%
天井・照明器具の掃除	個人	7	2	6	15	60.0%
	組織	1	1	6	8	25.0%
害獣の餌排除/侵入対策	個人	14	2	2	18	88.9%
	組織	5	1	2	8	75.0%
金属検出	個人	5	5	6	16	62.5%
	組織	6	0	6	12	50.0%
記録						
仕入れ・加工・販売の記録	個人	4	6	7	17	58.8%
	組織	2	2	7	11	36.4%
一般衛生管理の実施記録	個人	1	2	13	16	18.8%
	組織	0	1	13	14	7.1%

出所) アンケート調査結果より筆者作成

(3) 一般衛生管理の性質別考察

前項では一般衛生管理の実施状況を概観したが、ここでは、「従業員の衛生管理」「製造環境の衛生管理」「記録」の区分別に、実施状況についてより深い考察を進める。

まず、区分ごとに各出荷者が平均何項目を実施できているかについて、個人出荷者と組織出荷者をあわせた結果は、「従業員の衛生管理」が4項目中平均 2.94 項目、「製造環境の衛生管理」が5項目中平均 3.26 項目、「記録」が2項目中 0.68 項目であった。百分率で表すと、それぞれ 73%、65%、34%という達成状況となり、「記録」に関して最も導入が進んでいないという結果であった。

さらにそれぞれの区分について、「販売開始時から行っている」と「販売開始後に新たに始めた」の比率を考察する。「従業員の衛生管理」については、「販売開始時から行っている」の比率が全体的に高く、加工品の生産を始めた段階でかなりの割合達成できているといえる。

「製造環境の衛生管理」に関しては、「整理整頓」と「害獣の餌排除/侵入対策」については「販売開始時から行っている」の比率が高く、「販売開始後に新たに始めた」「取り組んでいない」の比率が低いものの、「便所、作業場、排水溝、床から1 mの高さの壁は毎日掃除している」「天井・照明器具は定期的に清掃している」「目視か機械による金属検出を行なっている」については、「販売開始後に新たに始めた」の比率が低く、「販売開始時から行っている」「取り組んでいない」の比率が高くなっている。すなわち、製造環境の衛生管理の中でも比較的体力を要する衛生管理については、最初から行えているか、加工品生産開始時からずっと行えていないかの2パターンに大別できると言える。販売開始後に新たに始めるハードルが高い項目であると解釈することもできよう。

「記録」に関しては、「取り組んでいない」が多いものの、「販売開始時から行っている」より「販売開始後に新たに始めた」の比率が高くなっており、一度販売を開始したのちに衛生管理記録の必要性が認識され、取り組みを始めようという動きがあったと見受けられる。しかし「取り組んでいない」の割合が高いことも事実である。衛生管理の実施状況を記録・保存することで、衛生管理計画の効果を定期的に検証することが必要なHACCP導入において、販売記録や衛生管理の実施記録は、その過程において避けては通れないものであるため、HACCP導入を目指すためには、この「記録」部門の達成度上昇が急務といえるだろう。

（４）衛生管理を始めたきっかけ

続いて、各出荷者が一般衛生管理を始めるに当たって、どのようなことがきっかけになったかについて考察する。まず、個人出荷者および組織出荷者が「販売開始時から行っている」一般衛生管理を始めたきっかけについての調査結果を、それぞれ表7-7にまとめた。個人出荷者、組織出荷者ともに点数が高かったのは、「保健所の取り組み」「自発的に」の2項目であり、4点や5点をつけた出荷者が主となった。そしてそれ以外の項目に関しては平均点がすべて3点を下回る結果となっている。一方で、個人出荷者における「自発的に」の平均点は組織出荷者と比べて0.77点高く、「保健所の取り組み」の平均点は0.41点低い。このことから、個人出荷者の方が組織出荷者より保健所からの支援・指導を受けにくく、相対的に自発的に動かざるを得ないという現状が推察される。

なお、このアンケート調査はど里いむ農園直売所の会員を対象として実施しているが、ど里いむ農園直売所から影響を受けて衛生管理を始めたという出荷者が4件存在している。その他、影響を受けた販売先として生活クラブ連合（生協）を挙げた出荷者も1件あった。そして、衛生管理に関する助言を受けた知人と知り合った場所については、「直売所」が1件、「近くに住んでいる」が3件、「講習会」が1件であった。

表 7-7 出荷者が「販売開始時から行っている」一般衛生管理を始めたきっかけ

きっかけ	形態	1 点 (件)	2 点 (件)	3 点 (件)	4 点 (件)	5 点 (件)	合計 (件)	平均点
HACCP 義務化	個人	5	0	4	4	0	13	2.54
	組織	5	0	1	0	0	6	1.33
自治体の取り組み	個人	6	0	4	1	2	13	2.46
	組織	4	0	2	1	0	7	2.00
保健所の取り組み	個人	3	1	3	3	7	16	3.59
	組織	0	1	0	3	2	5	4.00
自発的に	個人	1	0	1	5	8	15	4.27
	組織	1	0	1	3	1	6	3.50
販売先の取り組み	個人	5	0	3	2	2	12	2.67
	組織	3	1	1	0	1	6	2.17
知人の助言	個人	4	1	2	3	2	12	2.83
	組織	3	1	2	0	0	6	1.83

出所) アンケート調査結果より筆者作成

続いて、「販売開始後に新たに始めた」一般衛生管理を始めたきっかけについて考察を行う(表 7-8)。
個人出荷者に関しては、「自発的に」「保健所の取り組み」の点数が高い傾向にあり、先に見た「販売開始時から行っている」一般衛生管理の実施契機における傾向と大きな差はなかった。販売開始後の衛生管理向上も、出荷者の自発的な行動に基づいている現状がわかる。一方、組織出荷者は「自発的に」の点数が低く、「自治体の取り組み」や「販売先の取り組み」の点数が高くなっている。また、「販売開始後に新たに始めた」きっかけとして、「お客様からのクレーム」という選択肢を追加したが、これについては比較的低い点数がつく結果となった。

表 7-8 出荷者が「販売開始後に新たに始めた」一般衛生管理を始めたきっかけ

きっかけ	形態	1 点 (件)	2 点 (件)	3 点 (件)	4 点 (件)	5 点 (件)	合計 (件)	平均点
HACCP 義務化	個人	4	1	3	2	2	12	2.75
	組織	1	1	0	0	1	3	2.67
自治体の取り組み	個人	5	1	2	1	2	11	2.54
	組織	0	1	1	2	0	4	3.25
保健所の取り組み	個人	3	0	3	2	6	14	3.57
	組織	0	1	0	1	1	3	3.67
自発的に	個人	0	0	1	5	7	13	4.46
	組織	1	1	0	1	0	3	2.33
販売先の取り組み	個人	4	0	2	2	2	10	2.8
	組織	0	0	0	2	0	2	4.00
知人の助言	個人	4	1	2	3	1	11	2.64
	組織	2	0	0	0	0	2	1.00
クレーム	個人	7	1	1	1	1	11	1.91
	組織	1	0	1	1	0	3	2.67

出所) アンケート調査結果より筆者作成

2) HACCP 導入における達成度

(1) アンケート調査の質問内容

出荷者の HACCP 導入における到達度に関して、「HACCP が何かわからない」「HACCP は知っているが、現状取り組み始められていない」「HACCP の考えに基づいて加工過程の見直しは始めたが、まだ

全ての項目を達成できておらず、HACCP 認証の審査を受けられる状態ではない」「HACCP 認証の審査を受けられる状態になっているが、審査がまだ終わっていない」「HACCP 認証を既に受けた」の5段階（それぞれ、1点・2点・3点・4点・5点とする）による評価を求めるアンケートを実施した。

（2）調査結果

アンケート結果をまとめたのが表7-9である。全体では、HACCP の取り組みを始めている、すなわち3点以上の出荷者は25件中6件であった。4点以上に限れば1件のみであり、HACCP の義務化が迫っている中で、まだまだ HACCP に基づく衛生管理体制は整っていないという現状が明らかになった。また、HACCP が何かわからないという加工品出荷者も8件おり、全体の約3分の1を占めた。HACCP の取り組みについて深く認知を広めることが急務であるといえる。

なお、平均点で個人出荷者と組織出荷者を比較すると、組織の方がやや HACCP 導入における到達度が高いという結果になり、HACCP の審査を受けられる状態にあるという組織出荷者もあった。しかし組織出荷者に関しても、HACCP に基づいて加工過程の見直しを始めている、すなわち3点以上に到達しているのは7件中2件とまだ少ない。

表7-9 HACCP 導入における到達度

HACCP 到達度	1 点 (件)	2 点 (件)	3 点 (件)	4 点 (件)	5 点 (件)	合計 (件)	平均点 (点)
個人出荷者	7	6	4	0	0	17	1.82
組織出荷者	1	4	1	1	0	7	2.29

出所) アンケート調査結果より筆者作成

3）衛生管理を進める上での障壁

（1）アンケート調査の質問内容

これまで見てきたように、農村での加工品生産における衛生管理は十分とは言えないのが実情である。そこで、衛生管理を進める上で何が障壁となっているのかを探るため、考えられる障壁として「製品の価格上昇」「新たな設備投資を行う金銭的余裕がない」「時間的余裕がない」「何から始めたらよいかわからない」の4項目を用意し、それぞれに対して「全く当てはまらない」（1点）～「とても当てはまる」（5点）の5点法による評価を求めた。また、上記の4項目以外の障壁を尋ねるために自由記述欄も設けた。

（2）調査結果

表7-10が調査結果である。この調査結果では、個人出荷者と組織出荷者で傾向の違いが見られた。まず、個人出荷者で一番点数が高かった障壁は「新たな設備投資を行う金銭的余裕がない」であり、4点以上をつけた出荷者が半分以上であった。続いて点数が高かったのは「時間的余裕がない」であった。「製品の価格上昇」と「何から始めたら良いかわからない」は平均点が3点前後であり、障壁だと感じている出荷者もいれば、感じていない出荷者もいるという結果になった。

対して、組織出荷者で一番点数が高かったのは、「何から始めたら良いかわからない」と「時間的余裕がない」で平均点3.67点であった。「何から始めたら良いかわからない」については、全体の3分の2の出荷者が4点以上をつけており、個人出荷者よりやや平均点が高い結果となった。「時間的余裕がな

い」については平均点が個人出荷者と同じ程度であった。「金銭的余裕がない」の平均点は個人出荷者に比べて 0.86 点低く、5 点をつけた出荷者がいないという結果となった。「製品の価格上昇」の平均点は 2.00 点で個人出荷者に比べて 0.85 点低く、4 点以上をつけた出荷者はいなかった。

ここから推察されるのは、個人出荷者の中には「何から始めたらよいかわからない」の点数が低いような、自らの衛生管理上の問題を認識している出荷者もいるものの、金銭的、そして時間的余裕から実施することができないケースが多い一方、組織出荷者では金銭的な問題に比べ、衛生管理実施の手順を十分に把握できていない故に必要な衛生管理に踏み出せていないケースが多いという状況である。組織化をすることで、経済的な問題は低減されると言えるが、関わる人数・規模が大きくなることによって、求められる衛生管理も複雑となり、実施が困難になってしまうという解釈ができるだろう。

表 7-10 衛生管理を進める上での障壁

障壁	形態	1 点 (件)	2 点 (件)	3 点 (件)	4 点 (件)	5 点 (件)	合計 (件)	平均点
製品の価格上昇	個人	3	1	6	3	1	14	2.85
	組織	3	0	3	0	0	6	2.00
金銭的余裕がない	個人	1	0	5	1	8	15	4.00
	組織	1	0	3	3	0	7	3.14
時間的余裕がない	個人	1	0	7	2	5	15	3.67
	組織	0	1	2	1	2	6	3.67
何から始めたらよいか わからない	個人	3	2	4	4	2	15	3.00
	組織	0	1	1	3	1	6	3.67

出所) アンケート調査結果より筆者作成

ここからは、自由記述に回答があった、衛生管理を始める上での障壁について考察する。散見されたのは高齢化に関する意見である。「年齢的に無理だと思っている」と言った意見や、「後継者の問題」などの意見があった。出荷者の年齢と衛生管理レベルの関連は、第 4 節で詳しく分析する。

「一般衛生管理の性質別考察」の項でも実施が遅れていることが明らかになった衛生管理状況の「記録」に関しても、「管理省庁の HP に管理表のエクセルファイルがないこと。自分で作らねばと思っているが、来年の施行までに頑張ります。」という意見が寄せられた。HACCP 導入の前提となる「衛生管理の実施記録」を行うために必要な記録表が管轄省庁では用意されておらず、生産者が自らフォーマットを作成しなければならないという現状がみられる。記録の方法・形式が各人に委ねられているということが、「何から始めれば良いかわからない」ということに繋がっていると考えられる。

その他、「人的余裕も足りていない」という意見が見られた。HACCP 導入により必要な管理工程が増え、加工品出荷者にのしかかる負担が増えてしまうということも、衛生管理が進まない理由となっていると考えられる。

また、今回調査を実施した 2020 年は新型コロナウイルス感染症の流行により各種のイベントの開催が中止に追い込まれたのであるが、衛生管理に関する講習会もその例外ではなく、「コロナウイルスの影響で、保健所の講習会が、途中、中止になっている」という状況が伝えられた。コロナウイルスの感染状況は落ち着くそぶりを見せておらず、先行きは不透明なままだが、HACCP の導入期限が刻一刻と迫ることを考慮すると、オンラインでの HACCP 相談窓口の設置等の対応策が求められていると言えよう。

以上、加工品の生産現場における衛生管理の実施状況や、実施に際しての課題について詳述した。次

項では、加工品の販売を担う組織が衛生管理を進展させるために行っている取り組みについて、2020年9月にどりいむ農園直売所の管理運営担当者に対して実施した聞き取り調査をもとに考察を行う。

4) どりいむ農園直売所における衛生管理についての取り組み

どりいむ農園直売所ではこれまで食品衛生に関するクレームが届いたことはない。生産現場だけでなく直売所においても取り組みが実施されていることが、こうした状況の実現に貢献していると考えられる。どりいむ農園では年1回の食品安全表示講習会を開催しており、保健所から講師を招いて品質管理の手法やJAS法に基づいた賞味・消費期限の表示方法等について指導を行っている。講習会への参加自体は義務ではなく、加工品の出荷者が個人・組織合わせて約70件存在する中で、参加者は例年40人程度だという。また、加工品の出荷者同士の交流会・座談会が定期的に開催されており、そこでは出荷者同士で新商品を考案したり、また衛生管理についての情報交換が行われている。

なお、HACCPについての講習会は保健所と共に開催日時を検討する段階にあったが、コロナウイルスの影響でまだ実施には至っていない。今後、感染拡大状況を鑑みつつ、12月や1月など農作業がひと段落する時期に、手洗いや検温、参加者同士の距離の確保といった感染対策を徹底しながら、公民館の大ホールで講習会を開催することが予定されているという。

以上述べたのは加工品生産者に対する指導状況についてであるが、どりいむ農園直売所は、棚に並ぶ商品の安全を確保するという小売店としての責任も担っている。商品の保管条件を確認し、重要管理点を設定するなどHACCPに基づく衛生管理を導入する必要があるが、これに関しても、今後講習会を踏まえて実施する予定とされている。

4. 衛生管理の問題に潜む傾向と対策

1) 衛生管理の問題に潜む傾向

(1) 経営規模と衛生管理の関連

この節では、個人出荷者について安全管理と基本情報の相関や傾向を調べ潜む障壁や有効な対策を検討する。

まず経営規模と衛生管理の関連を調べるために、加工品の出荷額について回答があった、12の加工品出荷者（個人）を出荷額100万円以上の群（Ⅰ群）6件と出荷額が100万円未満の群（Ⅱ群）6件とに二分し、衛生管理レベルや衛生管理を始めたきっかけ、障壁について確認する。

まず、HACCP到達度については、Ⅰ群の6件は到達度1点が2件・到達度2点が2件・到達度3点が2件であり、Ⅱ群の6件は到達度1点が4件・到達度2点が1件・到達度3点が1件と、経営規模が大きいⅠ群の方がややHACCPの導入が進んでいると言える。特にⅡ群については「HACCPが何かわからない」という到達度1点の出荷者が4件であることから、小規模な加工品出荷者は特に衛生管理に関する情報を得にくいという現状が見えてくる。実施済みの一般衛生管理の個数で比較すると、Ⅰ群は全11項目中平均8項目（販売開始時から行っているもの6.33項目・販売開始後新たに始めたもの1.66項目）、Ⅱ群は全11項目中6.66項目（販売開始時から行っているもの5.16項目・販売開始後新たに始めたもの1.5項目）と、Ⅰ群が平均1項目程度一般衛生管理を多く実施しているという結果になり、こちらについてもⅠ群の方が衛生管理のレベルがやや高いことが窺える。

きっかけについてみると、5つの項目すべてにおいてⅠ群の方がⅡ群より点数が高い結果となった（表7-11）。特に、自治体の取り組みや保健所の取り組みと言ったものに1点をつける出荷者がⅡ群

には多いことから、小規模な出荷者ほど自治体や保健所の手が届きにくく、知人の助言の点数も低いことから加工者同士のつながりという意味でも不利になっていると言える。

表 7-1 1 販売額で見た衛生管理を始めたきっかけの比較

きっかけ	群	1 点 (件)	2 点 (件)	3 点 (件)	4 点 (件)	5 点 (件)	合計 (件)	平均点
HACCP 義務化	I	1	0	2	2	0	5	3.00
	II	3	0	0	2	0	5	2.2
自治体の取り組み	I	1	0	1	1	1	4	3.25
	II	4	0	0	0	1	5	1.8
保健所の取り組み	I	1	0	0	1	4	6	4.17
	II	2	0	0	1	2	5	3.2
自発的に	I	0	0	0	1	4	5	4.8
	II	1	0	0	1	3	5	4.0
販売先の取り組み	I	1	0	0	2	1	4	3.5
	II	3	0	1	0	1	5	2.2
知人の助言	I	0	1	0	2	1	4	3.75
	II	3	0	1	0	1	5	2.2

出所) アンケート調査結果より筆者作成

衛生管理を始める上での障壁についても、I 群と II 群とで異なる傾向が得られた (表 7-1 2)。「金銭的余裕がない」については、I 群・II 群ともに高い点数がついているが、他の項目では I 群の方が平均点の高くなる結果となった。このことから、II 群については「何から始めたらよいかわからない」の点数は低いものの、金銭的余裕などによって実施することができず、I 群については金銭的余裕や時間的余裕に加えて、何から始めたら良いかわかっていないこともネックとなっているという違いが見えてくる。

表 7-1 2 販売額で見た衛生管理上の障壁の比較

障壁	群	1 点 (件)	2 点 (件)	3 点 (件)	4 点 (件)	5 点 (件)	合計 (件)	平均点
製品の価格上昇	I	0	1	1	2	1	5	3.6
	II	2	0	2	0	0	4	2.0
金銭的余裕がない	I	0	0	1	1	4	6	4.5
	II	0	0	1	0	3	4	4.5
時間的余裕がない	I	0	0	1	0	4	5	4.6
	II	1	0	1	1	1	4	3.25
何から始めたらよいか わからない	I	0	0	2	2	1	5	3.8
	II	2	0	1	0	1	4	2.5

出所) アンケート調査結果より筆者作成

(2) 年齢と衛生管理の関連

続いて年齢と衛生管理の達成状況の関連を調べるために、加工者の年齢と実施済みの一般衛生管理の数について散布図 7-2 を作成した。

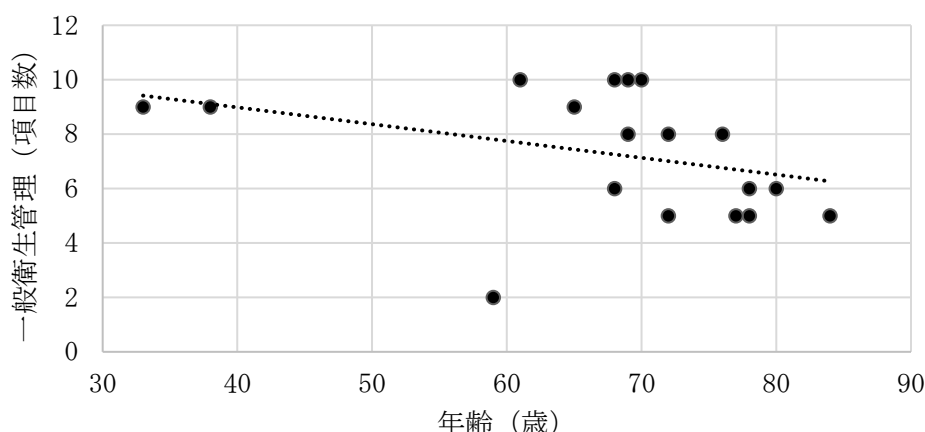


図 7-2 年齢と一般衛生管理実施項目数の関連

出所) アンケート調査結果より筆者作成

図 7-2 のとおり、特に 60 歳以上に関して、右肩下がりの傾向が見られ、年齢が上がれば上がるほど実施済みである一般衛生管理の項目数も少なくなっていることがわかる。加工品出荷者を 70 歳以上（9 件）と 69 歳以下（10 件）に二分し、性質の区分別に一般衛生管理の平均実施項目数を比較すると、表 7-1 3 のような結果となり、どの性質の一般衛生管理においても 70 歳以上のグループが 69 歳以下のグループを下回り合計では 1 項目以上の差が見られた。

表 7-1 3 年齢で見た性質別一般衛生管理平均実施項目数の比較

一般衛生管理	従業員の衛生管理 (項目)	製造環境の衛生管理 (項目)	記録 (項目)	合計
70 歳以上	2.89	3.11	0.44	6.44
69 歳以下	3.1	3.5	0.9	7.5

出所) アンケート調査結果より筆者作成

続いて、衛生管理を始めたきっかけと、障壁についても比較を行う（表 7-1 4・15）。

まず、きっかけについてだが、「自治体の取り組み」「販売先の取り組み」「知人の助言」については、70 歳以上のグループの有効回答数こそ少ないものの、平均点に 1 点以上の差があることから、70 歳以上のグループは保健所以外のつながりが衛生管理レベル向上により強くつながっていることが示唆される。

障壁についても傾向の違いが見られた。差が見られたのは、「何から始めたらよいかわからない」で、69 歳以下のグループで 8 件中 4 点（やや当てはまる）以上の点数をつけたのは 2 件であるのに対して、70 歳以上のグループでは 6 件中 4 点以上の点数をつけたのは 4 件と、70 歳以上のグループで「何から始めたらよいかわからない」という障壁がより強く感じられているという結果となった。

このように 70 歳以上のグループで特に「何から始めたら良いかわからない」のスコアが高く、全体的に衛生管理レベルも低い理由を考察すると、第 3 節においても、自身の年齢や後継者の不在など高齢化に関連した事柄が障壁として挙げられていることを示した。後継者がいないことで起こる問題の 1 つに設備投資を積極的に行えないという問題がある。新たな設備投資を行ったとしてもそれに見合った利益を挙げられるだけの期間が確保できないからだ。そのような問題が妨げとなり、より時代に即した新

たな衛生管理を始めるための一歩が踏み出せていないのではないだろうか。

表 7-1 4 「販売開始時から行っている」衛生管理を始めたきっかけの年齢別比較

きっかけ	群	1 点 (件)	2 点 (件)	3 点 (件)	4 点 (件)	5 点 (件)	合計 (件)	平均 点
HACCP 義務化	70 歳～	1	0	1	2	0	4	3.00
	～69 歳	4	0	3	2	0	9	2.33
自治体の取り組み	70 歳～	1	0	1	0	2	4	3.50
	～69 歳	5	0	3	1	0	9	2.00
保健所の取り組み	70 歳～	1	1	1	1	4	8	3.75
	～69 歳	2	0	2	2	3	9	3.44
自発的に	70 歳～	1	0	0	2	3	6	4.00
	～69 歳	0	0	1	3	5	9	4.44
販売先の取り組み	70 歳～	1	0	0	0	2	3	3.67
	～69 歳	4	0	3	2	0	9	2.33
知人の助言	70 歳～	1	0	0	0	2	3	3.67
	～69 歳	3	1	2	3	0	9	2.52

出所) アンケート調査結果より筆者作成

表 7-1 5 衛生管理上の障壁の年齢別比較

障壁	群	1 点 (件)	2 点 (件)	3 点 (件)	4 点 (件)	5 点 (件)	合計 (件)	平均点
製品の価格上昇	70 歳～	1	0	4	1	0	6	2.83
	～69 歳	2	1	2	2	1	7	2.86
金銭的余裕がない	70 歳～	0	0	3	0	4	7	4.14
	～69 歳	1	0	2	1	4	8	3.88
時間的余裕がない	70 歳～	1	0	3	1	2	7	3.43
	～69 歳	0	0	4	1	3	8	3.88
何から始めたらよ いかわからない	70 歳～	1	1	0	2	2	6	3.29
	～69 歳	2	0	4	2	0	8	2.75

出所) アンケート調査結果より筆者作成

(3) 衛生管理の障壁と衛生管理レベルの関連

ここからは、出荷者が抱えている衛生管理の障壁が衛生管理レベルとどのように関連しているのかについて考察したい。回答者を5つの障壁ごとに「やや当てはまる」・「当てはまる」と感じている(4点以上の点数をつけた)群と、そうではない3点以下の点数をつけた群に分け、それぞれについて HACCP 達成度の平均点と一般衛生管理の平均実施項目数について比較を行い、結果を表 7-1 6 にまとめた。

「製品の価格上昇」と「時間的余裕がない」については、それを障壁だと感じている人ほど一般衛生管理実施平均実施数が1項目以上多いという結果となった。新たな設備投資を行うための「金銭的余裕がない」ことを障壁だと感じている出荷者については HACCP 導入度こそやや低いものの、こちらも一般衛生管理平均実施数は0.66項目多い。

対照的な結果を得られたのは「何から始めたらよいかかわからない」で、二つの群の一般衛生管理平均実施数にほとんど差が見られなかった。なお、「何から始めたらよいかかわからない」を障壁だと感じている出荷者は特に「記録」のスコアが低いことがわかる。逆に一般衛生管理のうち「従業員の衛生管理」や「製造環境の衛生管理」では、「何から始めたらよいかかわからない」に4点以上をつけたグループが3点以下のグループをやや上回っていることから、「従業員の衛生管理」や「製造環境の衛生管理」より

むしろ、HACCP や記録に関する点について特に「何から始めたらよいかわからない」という障壁を感じていると考察することができる。

表 7-1 6 障壁と感ずるものと衛生管理レベルの相関

障壁	群	HACCP 平均点 (点)	従業員の衛 生管理 (点)	製造環境の 衛生管理 (点)	記録 (点)	一般衛生管理 平均実施数 (項目)
製品の価格上昇	4 点～	2	3.5	4.25	1.25	9.0
	～3 点	1.7	3.1	3.3	0.6	7.0
金銭的余裕がない	4 点～	1.78	3.11	3.78	0.78	7.67
	～3 点	2	3.17	3.17	0.67	7.01
時間的余裕がない	4 点～	2	3.57	4	0.86	8.43
	～3 点	1.57	2.88	3	0.75	6.63
何から始めたらよ いかわからない	4 点～	1.67	3.33	3.67	0.5	7.5
	～3 点	1.88	3.11	3.33	1.0	7.44

出所) アンケート調査結果より筆者作成

2) 衛生管理の問題への対策

ここまでは、衛生管理レベルの実態とその傾向についてまとめてきたが、ここからはそれを踏まえて衛生管理レベルの上昇・HACCP 導入にどのような対策が有効かを検討する。

今までに得られた傾向をまとめると、「小規模な出荷者ほど自治体や保健所の手が届きにくい」「高齢であるほど保健所以外のつながりが衛生管理レベルの向上に関与する」「何から始めたらいいかわからない人が記録に関するスコアが低い」などが挙げられる。これを踏まえ、小規模な出荷者にも自治体や保健所が記録に関する講習など衛生管理レベル上昇のための支援をより強くすべきだ、ということは簡単であるが、現実的には自治体や保健所任せではない別の角度からの対策も取らなければ、速やかな衛生管理レベルの上昇は難しいだろう。そこで、より出荷者との距離が近い直売所が衛生管理レベル上昇に果たしうる役割というのは大きいのではないかと考える。

直売所が果たしうる役割として、まず、講習会の開催等を通してトップダウン式に加工品出荷者にノウハウを伝えるという役割があげられる。事実、直売所において保健所から講師を招いた講習会が予定されている。大小問わず加工品出荷者と繋がりがある直売所であれば、出荷者の大規模・小規模にかかわらず全ての出荷者に保健所による正しい知識・手法を広く伝えることが可能なのではないだろうか。

さらに、交流会の開催など出荷者同士の横のつながりを促進する役割も無視できない。HACCP の導入に際して設定すべき具体的な危害要因や管理基準は生産品目ごとに異なるが、品目ごとに各種の団体が管理基準等をまとめたマニュアルを作成していることも多い。直売所での交流会などを通じて形成された横のつながりから得られる情報が衛生管理状況の改善に寄与しているという例も今回の調査で見られたことから、交流会で同じ加工品目を出荷している出荷者同士での情報交換を促進することで、より実情に沿った具体的な取り組み手法の浸透が期待できるといえる。

また、衛生管理上の問題はわからないから取り組めないものだけではない。金銭的事情や、体力的な問題などの理由から、「製造環境の衛生管理」などの一般衛生管理に取り組めていない例も予想される。その問題を解消するためには、複数人で同じ加工場を用いること（同一品目を出荷している出荷者の組織化）も考えられる。どおりむ農園直売所への加工品出荷者は、個人出荷者が主であり、衛生管理レベルを上げることは純粋にその個人の負担が上昇することとなる。定期的な清掃などを全て個人単位で行

うことは難しいことが予想される。新たな衛生的問題に十分配慮した加工場を設けるという支援を行う必要はあるが、加工場を共有することで清掃などにかかる労力や新しい設備導入に必要な金銭的な負担を分散することにつながるのではないだろうか。実際に組織出荷者の方が「金銭的余裕」を障壁と感じているケースが少ないという調査結果が得られている。「記録」についても複数人で管理することで、労力や記入の間違いを減らすことが可能であろう。

3) まとめ

この調査では、どおりむ農園直売所に出荷される加工品についての衛生管理状況を調査することで、そこに潜む傾向と対策について考察することを目指した。その結果、一般衛生管理では特に「記録」に関するものの実施率が低く、HACCP もあまり浸透できていないという現状が見えてきた。そして、個人出荷者や、その中でも小規模な加工品出荷者において、衛生管理レベルが低いことなども傾向として確認された。そしてその現状への対策として、小規模な加工品出荷者も含めた講習会の開催や交流会の開催における加工品出荷者同士の交流など、加工品出荷者の衛生管理レベルの向上に直売所が果たせる役割について考察した。特に「記録」に関しては、HACCP 導入においても重要性が高い上、大規模な設備投資も必要ないため、まずは記録表の作成などから衛生管理レベルを高めることがまずは必要と思われる。

ところで、HACCP の導入などより徹底された衛生管理を行うことがむしろ、加工品生産のメリットを低減させてしまう恐れもある。地元経済を支える加工品出荷者の多くは、第2節でも概観したが高齢の農家世帯が多く、その中で加工品生産をさらなる収益源や生きがいとしている。そのような出荷者に衛生管理の負担がより大きくのしかかることは、出荷者の収益や生きがいを損なうことになりかねない。現時点でどおりむ農園直売所に衛生面でのクレームが寄せられていないことを考えると、地域のつながりを重視したより柔軟な衛生管理の基準への対応についても議論の余地があると考えられる。

最後に、今回の調査ではコロナウイルスの影響もあり、実際の加工品出荷者から聞き取り調査をすることができなかった。アンケート調査により傾向を把握できたことは有意義であったが、これをさらに深く考察するためには現地に出向いての実態調査が欠かせないだろう。これは残された課題である。

注1) 厚生労働省「HACCP の考え方を取り入れた衛生管理のための手引書」より。

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000179028_00003.html

注2) サンプル数が少ないため、すべての質問に回答していないものも含めて分析対象とした。

注3) 山形県白鷹産直市場どおりむ農園「お店の紹介」より。

<http://www.doriimu.jp/shop/shop.html>

注4) 農林水産省「市町村の姿 グラフと統計でみる農林水産業 基本データ 山形県白鷹町」より。

<http://www.machimura.maff.go.jp/machi/contents/06/402/index.html>

注5) ここでの「一加工者あたりの平均一般衛生管理の達成状況」は、各出荷者の「販売開始時から行っている」一般衛生管理の項目数と「販売開始後に新たに始めた」一般衛生管理の項目数の合計を平均することで算出した。

参考・引用文献

- 1) 飯田耕久・高橋強・林直樹(2004)「農産物直売施設による営農意欲向上と地域の活性化効果」『農

村計画論文集』第6集：211-216

- 2) 清原昭子・泉佑貴 (2012) 「農産物直売所への加工品出荷者の食品衛生管理・食品表示に関する調査」『中国学園紀要』11:123-132
- 3) 下山禎 (2013) 「岩手県における農産物直売所の現状と6次産業化の展開方向に関する一考察」『農村経済研究』第31巻第1号：11-17
- 4) 駄田井久・佐藤豊信・石井盟人 (2007) 「農産物直売所におけるマーケティング戦略の構築—安心・安全の視点から—」『農林業問題研究』第166号：141-145
- 5) 中村貴子 (2002) 「食文化型アグリビジネスの成立条件と課題—京都府美山町北集落を事例にして—」『農林業問題研究』第147号：51-61
- 6) 芳賀泰典 (2011) 「山形県における6次産業化・農商工連携の取組み」『農村経済研究』第29巻第1号：42-43
- 7) 松野薫・興梠克久 (2006) 「中山間地域における直売所の機能に関する一考察—「道の駅」全国アンケート調査をもとに—」『日本林業調査会』第59巻第2号：6-29

参考 Web サイト

- 1) 厚生労働省「食品衛生法の改正について」
(<https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000197196.html>, 2020年12月15日情報取得)
- 2) 山形県白鷹産直市場どりいむ農園「お店の紹介」
(<http://www.doriimu.jp/shop/shop.html>, 2020年12月15日情報取得)
- 3) ISO プロ 各種 ISO・HACCP の取得, 運用サポートサイト「【2020年6月開始】HACCPが日本でも義務化！事業者は何をしなければならない？」
(<https://activation-service.jp/iso/column/type-haccp/693>, 2020年12月15日情報取得)
- 4) 全日本漬物協同組合連合会「漬物製造における HACCP の考え方を取り入れた安全・安心なものづくり」(<https://www.tsukemono-japan.org/haccp/20181012-1.pdf>, 2020年12月15日情報取得)

第8章 農業資源管理の地域的な枠組みと農業者の管理余力の規定要因

餌取拓未

1. はじめに

1) 背景

近年、農業就業人口が全国的に減少しており、平成27年に175.7万人だった基幹的農業従事者は、令和2年の概数値で136.1万人と、ここ5年間で約23%減少している^{注1)}。その中で、農地やその周辺の農業資源の維持管理が容易ではなくなっている。地域の農業資源管理の持続可能性を検討する上では、農業者が今後も農業資源の維持管理作業を現在の水準で継続することができるか、あるいは、更に維持管理作業を引き受けることができるか、といった農業者の農業資源管理の「余力」に注目することが有効であると考えられる。農業資源を維持する地域的な枠組みがどのような実態であり、農業者の農業資源管理の余力に影響を与える要因がどのようなものであるのかを明らかにした上で、今後の対応策を検討することが重要であろう。

地域的な農業資源管理に関する先行研究として、鬼頭ら（2010）は傾斜地の水田での農業者の畦畔や法面の管理の負担を経済的に評価し、傾斜地の農業者が生産に直結しない費用負担をしていることを指摘している。また、八木・芦田（2012）は中山間地域において小規模農家や非農家が畦畔管理を担うことで大規模農家の作業効率の改善に寄与していることを指摘している。細山（2017）は集落の共同出役によって大規模借地経営が複数集落にまたがって安定的に営農することが可能になることを指摘している。以上の先行研究では、農業資源管理について、農業者の資源管理負担の実態や、地域的な資源管理が及ぼす効果が明らかにされている。しかし、農業資源を維持する地域の枠組みを踏まえ、農業者の農業資源管理の余力を規定する要因を包括的に検討した研究はみられない。

そこで、本章では、白鷹町東根地区を対象として、農業資源の維持管理に関わる地域的な枠組みの実態と、農業者の農業資源管理の余力に影響を与える要因を明らかにし、当該地区における今後の農業資源管理のあり方を検討する。

2) 調査地域の概況

白鷹農業振興地域整備計画書によると、東根地区の農用地472haのうち、約4分の3の347haが水田であり、水稻作が盛んな地域である。一方で、東根地区では他の作物も栽培されており、作物の団地化にも取り組んでいる。また、同計画書によると、東根地区では、最上川沿いの地域に傾斜度が1/200未満の平らな農地が広がっている一方、傾斜度の大きい中山間地でも農業が営まれている。

近年、東根地区では、全国的な傾向と同様に、農家数や農地の減少が見られる。例えば、2005年から2015年までの10年間で、農業経営体数は約3割、経営耕地総面積は約1割減少した（表8-1）。経営耕地総面積の減少率が農業経営体数の減少率より小さいということは、農地がより少数の農業者に集約しているということである。

表8-1 東根地区の農業経営体数と経営耕地総面積の推移

	2005年	2010年	2015年
農業経営体数（単位：経営体）	221	195	160
経営耕地総面積（単位：ha）	369	357	335

出所）農林業センサスより筆者作成

また、東根地区では地域的な土地利用や資源管理の枠組みが確立している。中でも、東根地区の町下区では、むらづくりについて地域的な合意を形成し活動を重ねてきた町下地区集落営農実践会議が令和2年度豊かなむらづくり全国表彰事業の農林水産大臣賞を受賞している^{注2)}。

以上のことから、東根地区は、水稻作が中心的地域において、地域的な土地利用や資源管理の枠組みを踏まえて、立地条件の差異や規模の拡大が農業者の耕作や共同管理の余力に与える影響を検討するのに適切な地域と考えられる。

2. 課題設定と仮説

1) 研究目的と課題

本章では、水田が地域農業の中心であり、地域的な土地利用の枠組みが機能している東根地区を対象として、将来に渡って持続可能な形で地域の農業資源を維持する方法を明らかにすることを目的とする。そのために、第一に、農業資源の管理に関わる地域の枠組みの実態把握、第二に、地域の枠組みの中で、農業者の農業資源管理の余力に影響を及ぼす要因の解明を課題とする。

2) 分析項目

農業資源の管理に関わる地域の枠組みについては、土地利用、共同管理、農業インフラの維持を対象とする。個々の農業者の農業資源管理の余力に影響を及ぼす要因については、耕作内容、人的資源、立地条件を対象とする。農業資源管理の余力は、農地の耕作と共同管理作業のそれぞれに関して、現在より作業量が増えた場合に対応できるかどうか、現在の作業量に対応できているかどうかについて、農業者の自己評価より把握する。耕作内容としては、農地面積規模の現状と経時変化、作目、人的資源としては、従事者数とその変化、従事者の年齢、立地条件としては、中山間地の農地の有無、耕作地での圃場整備の実施の有無を対象とする。

3) 仮説

農業者の農業資源管理の余力を規定する要因について、以下の仮説の検証を通して検討する。なお、仮説1-1から仮説1-4は耕作内容に関する仮説、仮説2-1と仮説2-2は人的資源に関する仮説、仮説3-1と仮説3-2は立地条件に関する仮説である。

仮説1-1：近年、農業経営体の農地面積規模が拡大している東根地区では、一定の規模に到達した経営において耕作の余力が小さくなっていると考えられる。よって、大規模な経営ほど耕作の余力が小さく、また、直近で農地を多く引き受けた経営ほど耕作の余力が小さい。

仮説1-2：水稻以外の品目を多く栽培する農業者は、水田作物のみ栽培する農業者より必要な作業量が多いため、水田割合が小さい農業者ほど耕作の余力が小さい。

仮説1-3：東根地区では地域的な共同管理が機能しており、経営規模に関わらず共同管理作業が分担されているため、共同管理の余力は経営面積やその増減によらない。

仮説1-4：稲作以外が中心な経営では、共同管理の恩恵を直接的に受けにくいいため、共同管理の負担を大きく評価しやすいと考えられる。よって、水田割合が小さい経営ほど共同管理の余力が小さい。

仮説2-1：従事者数が多いほど経営が利用可能な労働力が多いため、従事者数が多い経営、従事者

数が増加した経営では耕作の余力、共同管理の余力がともに大きい。

仮説 2－2：従事者が若い経営ほど、作業に対する身体面でのキャパシティが大きく、また長期的に経営で利用可能な労働力が担保されるため、耕作の余力、共同管理の余力がともに大きい。

仮説 3－1：中山間地に農地がある経営は、耕作やその周辺の資源管理を行う上で条件が悪いため、耕作、共同管理ともに余力が少ない。

仮説 3－2：耕作地で圃場整備が行われた経営は、耕作やその周辺の資源管理を行う上で条件が改善されるため、耕作、共同管理ともに余力が大きい。

3. 調査方法

調査は、聞き取り調査とアンケート調査を行った。表 8－2、表 8－3 は、その調査内容と調査先についてまとめたものである。

農業資源の維持に関わる地域の枠組みの実態を把握するため、地域資源の管理主体や地域的な意思決定の主体として、白鷹町農林課、白鷹町土地改良区に聞き取り調査を行った。また、地域での共同管理の実態に関して、地域資源の管理を担う東根地域資源保全会、杉沢地域資源保全会、杉沢集落協定にアンケートによる調査を行った。なお、杉沢集落協定について、実態としては、杉沢地域資源保全会と同一の組織であるため、以後、杉沢地域資源保全会に統一して記述する。得られた情報をもとに、土地利用、共同管理、農業インフラの維持の観点から、東根地区の地域資源管理の方向性を検討する。

加えて、以上の地域の枠組みの中で、農業者の農業資源管理の余力に影響する要因を明らかにするために、耕作や共同管理の余力と、各経営の耕作内容・人的資源・立地条件について、東根地区の農業者にアンケートを配布し、30 件の回答を得た。これらの回答を用いて、耕作の余力及び共同管理の余力と、耕作内容・人的資源・立地条件の項目をクロス集計し、農業者の農業資源管理の余力に影響を与える要因を検討する。

表 8－2 地域資源管理に関する調査内容と調査先・データ元

項目の分類	項目	調査内容	調査先・データ元
地域的な土地利用 の現状と方向性	担い手と土地利用の計画	白鷹農業振興地域整備 計画書	白鷹町HP より 著者取得
	転作調整	実践班での農業者の 取組み	白鷹町農林課（聞き取り）
地域的な共同資源管理 の現状と方向性	資源管理組織の共同管理	資源管理組織での活動	資源管理組織（アンケート） 白鷹町農林課（聞き取り）
地域の農業インフラの 維持の現状と方向性	圃場整備	圃場整備に向けた協議	白鷹町土地改良区（聞き取り）
	水利施設の整備	水利施設の更新， 長寿命化活動	白鷹町土地改良区（聞き取り）
	賦課金分担	賦課金の種類と分担の 実態	白鷹町土地改良区（聞き取り）

表 8－3 農業者の耕作，共同管理の余力に関する調査内容

項目の分類	項目	調査内容
農業者の 農業資源管理の余力	耕作の余力	農地引受の余力，現状の対応可否
	共同管理の余力	共同管理作業引受の余力，現状の対応可否
	共同管理の作業時間	1 年間の共同管理作業参加時間
余力の規定要因	耕作内容	経営面積とその変化，作付品目
	人的資源	従事者数とその変化，年代
	立地条件	中山間地の農地の有無，圃場整備の実施

4. 東根地区の地域資源管理の状況

1) 土地利用

本節では，東根地区の土地利用の方向性について述べる。まず，白鷹農業振興地域整備計画書をもとに地域内の農地の活用全般の方向性に関して確認する。次に，方向性を具体化するための取組みとして，人・農地プランの実施状況と，転作調整の実施状況を確認する。

白鷹農業振興地域整備計画書では，東根地区の今後の土地利用の方向性として，担い手への農地集積を進めながら，基盤整備が整った水田，団地化している畑地を今後とも優良農地として利用していくこと，また，基盤整備が難しい杉沢区の一部については日本型直接支払交付金を活用しながら今後も農地として利用することが示されている。また，白鷹町の農業経営について，「水稻を基幹作物として果樹，野菜，畜産等を組み合わせながら，地域の特性を活かした複合経営を確立する」ことが示されている。水田作については，「主食用米の生産調整を見据え，各集落等における地域の土地利用を見直し，農地の集積，連担化による効率の作業単位を形成していく」と述べられている。

人・農地プランの実施状況について，東根地区では，地域でのワークショップが行われている。白鷹町農林課によれば，このワークショップでは，農業者同士で，今ある農地は今後どうなっていくのか，今後農地を守っていくためにはどうすればいいのかなどについて議論が行われている。

次に，東根地区における転作調整の地域的な仕組みについて，白鷹町農林課によると，国主導の生産調整がなくなった現在も，山形県農業再生協議会が設定した目標を達成するため，実践班と呼ばれる組織によって，地域内の転作が各経営に割り当てられている。実践班では，農業者が地域での協議を通して主体的に，大豆，枝豆，ユウカリ，トマト，キュウリなどの主食用米以外の作物に取り組んでいる。協議の場には認定農業者らが参加し，出席率は3割程度であるが，9割程度の農業者が転作に協力している。しかし，近年，実践班による転作面積の割り当てに協力せず，転作面積を減らし主食用米を生産する農業者が増加傾向にあり，地域的な転作の動きは必ずしも厳格なものではなくなっている。

2) 共同管理

次に，東根地区における資源の共同管理の状況について述べる。白鷹町農林課によると，東根地区においては，浅立区，小山沢区，広野区，町下区の一部を対象とした東根地域資源保全会と，杉沢区，町下区の一部を対象とした杉沢地域資源保全会が中心となって，地域住民によって地域の農業資源の共同管理が行われている。このうち，東根地域資源保全会は，東根地区で古くから最上川から取水した諏訪堰を利用する農業者らによる集落営農を前身とし，その後農地・水・環境保全向上対策事業による支援対象となるためにこれを組織化し，現在では多面的機能支払制度の支援対象となる地域資源の共同管理組織として機能している。また，杉沢地域資源保全会は，昭和40年代に杉沢区と町下

区の一部で行われた圃場整備事業において中心的な役割を果たした水利組合が、中山間地域等直接支払制度における集落協定として活動するようになり、後に多面的機能支払制度の発足に伴い両事業に対応した組織となったものである。

両組織の活動内容としては、水路の泥上げ、水路法面や農道・ため池の草刈り、農道路面の維持などの農地維持活動や、水路、農道の軽微な補修や植栽活動などの地域資源の質的向上を図る共同活動などがある。

両組織の活動には、農業者だけでなく、地域の様々な主体が参加している。資源管理組織へのアンケート結果より、東根地域資源保全会は、農業者の他に自身では耕作していない農地の地権者、こども会、自治会、コミュニティセンター、保育園保護者会、消防団から構成されている。一方、杉沢地域資源保全会は、農業者の他に自身では耕作していない農地の地権者、こども会、老人クラブから構成されている。このように、東根地区では、自身では農業を営んでいない多様な主体が地域資源の管理に関わっており、地域全体で地域資源を保全している。このような多様な主体の地域資源管理への参画によって、両組織は農業者の資源管理負担の軽減を目指している。一方で、両組織は構成員の高齢化が課題となっている。地域全体の高齢化が進む中で、発足当時の構成員からの世代交代があまり進んでおらず、活動の持続性が懸念されている。

3) 農業インフラの維持

次に、東根地区における農業インフラの維持の現状について述べる。白鷹農業振興地域整備計画書には、農業近代化施設の整備に関して、東根地区の今後の方向性として「段階的な農地集積・集約化に合わせ、効率性向上を目指したほ場や水利施設の近代化、大型機械の導入などを進める」とされている。このような農業インフラの維持に関して、現在や将来の担い手の負担を軽減するための様々な取組みが見られる。

第一に、圃場整備について、白鷹農業振興地域整備計画書によると、東根地区の農用地 472ha のうち、約 300ha が基盤整備済の整った農地である。また、白鷹町土地改良区によると、東根地区では、平成 28 年度に浅立区で 22ha の圃場整備が完了するなど、より大区画化を目指した圃場整備が進められている。その際には、ベテランの農業者の意見と比較的若い世代の希望をバランスよく取り入れながら圃場整備が進められている。前者は、様々な作物を栽培した経験があり、地域に好適な作物を把握しているため、高収益作物の栽培を推進するために重要であり、後者は、今後の地域農業を牽引する存在として重要である。圃場整備事業による農業者の費用負担については、担い手への農地の集積率が 50%を超えれば地元負担分が返還される制度を利用し、事業による地元負担がないよう土地改良区が調整している。しかしながら、圃場整備前の調査や手直し工事費、委員会の経費等の農業者や地権者が負担する必要がある費用もあるため、圃場整備に必ずしも積極的でない声の一部に存在する。しかし、現状の圃場では今後の耕作の継続性が不安視される中で、農業者の減少に対応するために 1 ha 区画の圃場の整備を、農業者や関係機関が一体となって進めていく方針である。

第二に、現在や将来の担い手の負担軽減のため、水利施設の整備も進められている。白鷹町土地改良区によると、農業用河川工作物応急対策事業により、東根地区で使う農業用水の元となる諏訪関頭首工の改修を地元負担なく行ったり、ストックマネジメント事業で用排水路やポンプ場の更新を行っている。加えて、資源管理組織のアンケート結果によると、資源管理組織も資源向上活動の一環として農業者が利用する水路等の長寿命化の取組みを行っている。

第三に、賦課金の分担の慣行も、担い手の負担を軽減する取組みとして挙げられる。白鷹町土地改良区によれば、東根地区において農業生産の上で生じる賦課金には、①経常賦課金、②幹線施設についての賦課金、③幹線施設から分水した先の末端施設の維持管理組合が課す賦課金の3種類があるが、耕作者が経常賦課金、幹線施設にかかる賦課金を負担し、農地の所有者が維持管理組合の賦課金を負担する例が多い。農地所有者が維持管理組合の賦課金を負担するのは、維持管理組合の賦課金は水田そのものにかかる経費とみなされることが一因である。これにより、農業者による賦課金負担が一定程度軽減されている。

4) 小括

本節では、東根地区の農業資源の管理に関わる地域の枠組みの実態把握を行なった。その結果、土地利用の方向性として、地域の農地を今後も農地として継続的に活用すること、水稻を基幹作物としつつ高収益作物による複合化を進めること、転作の効率化を進めることが示され、そのための具体的な取組みとして、地域での話し合いや実践班と呼ばれる地域の調整組織が機能していることが明らかになった。実践班では、地域的な生産調整への連帯がありつつも、近年、生産調整に協力しない農業者の増加傾向が明らかになった。共同管理については、多面的機能支払制度や中山間地域等直接支払制度の対象となる組織を中心とした、非農業者も含めた地域の農業資源の共同管理の枠組みが機能し、農業者の負担軽減を図っている実態が明らかになった。農業インフラの維持については、積極的な圃場整備や水利施設の整備を通して、担い手の負担軽減と、主食用米以外への転換、担い手への農地集積を進め、先に述べた地域の農地を農地として利用する継続性を担保する方向性にある。その際には、経験豊富なベテラン農業者の意見と次世代の若手農業者の希望をバランスよく反映させ、地域の関係主体が一体となって事業を推進する方針である。次節では、このような東根地区の地域的な枠組みや方向性を踏まえ、同地区の個々の農業者の耕作の余力と共同管理の余力を規定する要因について検討する。

5. 農業者の余力についての分析

1) 農業者の余力の概況

本節では、個々の農業者の、耕作の余力と地域資源の共同管理作業の余力の実態と規定要因について述べる。初めに農業者の耕作の余力、共同管理の余力の定義と指標を整理する。次に、規定要因の分析結果を示す。

(1) 定義と指標

耕作の余力については、農地の耕作について「現在より作業量が増えても対応できる」（以下、「余力あり」とする）、「現在の作業量であれば維持できるが、これ以上作業量は増やせない」（以下、「余力なし対応可」とする）、「現在の作業量に対応するのが困難」（以下、「余力なし対応不可」とする）の3つの選択肢のうち1つを回答するという形式で調査し、各農業者の回答をもとに経営を3つに分類する（表8-4）。その結果、耕作について、農地を引き受ける「余力あり」と回答した経営は全体の14%であり、農地を引き受ける余力がない経営は全体の86%であった。また、農地を引き受ける余力がない農家のうち、現在の作業量でも対応できない「余力なし対応不可」の経営は全体の18%であった。

表 8－4 耕作の余力の類型とその割合

耕作の余力	定義	回答数	割合
余力あり	現在より作業量が増えても対応できる	4	14%
余力なし対応可	現在の作業量であれば維持できるが、これ以上作業量は増やせない	19	68%
余力なし対応不可	現在の作業量に対応するのが困難	5	18%
合計		28	100%

出所) アンケート結果より筆者作成

共同管理作業の余力については、共同管理活動の負担について「現在より作業量が増えても対応できる」(以下、「余力あり」とする)、「現在の作業量であれば維持できるが、これ以上作業量は増やせない」(以下、「余力なし対応可」とする)、「現在の作業量に対応するのが困難」(以下、「余力なし対応不可」とする)の3つの選択肢のうち1つを回答するという形式で調査し、各農業者の回答を指標として用いる。また、個々の農業者の小用水路の泥上げ、農道の補修について作業参加回数、1回あたりの作業時間を調査した結果から、1年間の作業参加時間を算出し^{注3)}、共同管理での実際の作業量の指標を作成し、共同管理の余力と合わせて共同管理の実態を表す指標として用いる。具体的には、共同管理作業について、「現在の作業量であれば維持できるが、これ以上作業量は増やせない」経営の中でも、共同管理作業の従事時間が比較的長い場合と、従事時間が比較的短い場合とを区分し、「維持できる」作業量の水準の違いを区分に反映させる。作業時間の区分は、散布図上での分布の切れ目から、小用水路の泥上げと農道の補修の共同管理作業時間が1年当たり15時間を上回る経営とそうでない経営を区分する。これにより「余力なし対応可」の経営が「余力なし対応可/長時間」と「余力なし対応可/短時間」に区分される。

(2) 結果

共同管理作業の従事時間と共同管理の余力の回答の散布図を図8-1に、従事時間も考慮した共同管理の余力の分類結果を表8-5にそれぞれ整理した。結果として、共同管理の余力については、「余力なし対応可」を選択した経営が18(全体の約82%)と最も多く(表8-5)、そのうち、共同管理の作業時間について、8経営が15時間以上、10経営が15時間未満であった。

また、「余力あり」とした経営は1件のみで、共同管理作業を1年で15時間以上行っていた。一方、「余力なし対応不可」とした経営は3件のみで、共同管理作業参加時間はいずれも1年当たり15時間を下回っていた。「余力なし対応可」で共同管理作業参加時間が1年で15時間に満たない経営と「余力なし対応不可」の経営は、共同管理作業への余力がないだけでなく、実際の作業の参加時間が比較的短く、共同管理作業を引き受けるキャパシティが相対的に小さいと考えられる。以上を踏まえ、共同管理の余力と実作業については実作業時間も考慮し、「余力あり/長時間」、「余力なし対応可/長時間」、「余力なし対応可/短時間」、「余力なし対応不可/短時間」の4段階に分類した。

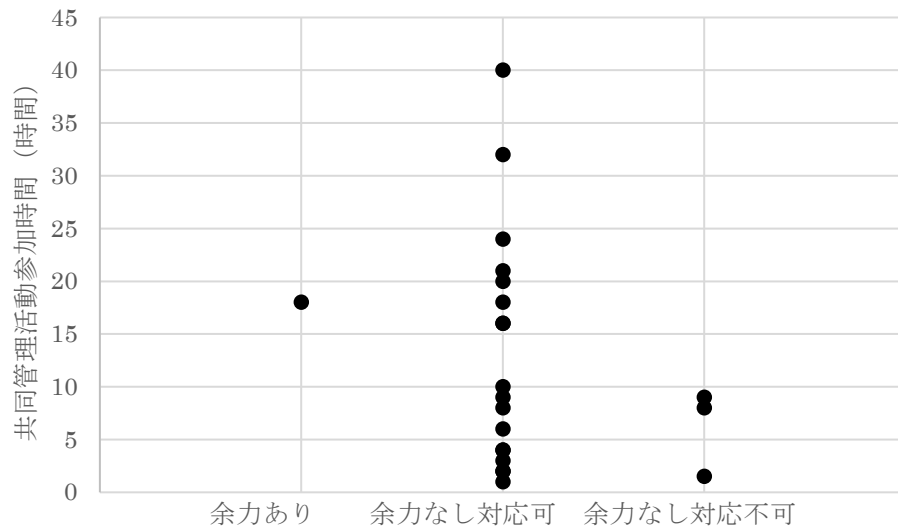


図 8－1 共同管理作業参加時間と共同管理の余力
出所) アンケート結果より筆者作成

表 8－5 共同管理の余力の類型と分布

共同管理の余力	定義（余力）	定義（作業時間）	回答数	割合
余力あり/長時間	現在より作業量が増えても対応できる	年 15 時間以上	1	5%
余力なし対応可/長時間	現在の作業量であれば維持できるが、 これ以上作業量は増やせない	年 15 時間以上	8	36%
余力なし対応可/短時間	現在の作業量であれば維持できるが、 これ以上作業量は増やせない	年 15 時間未満	10	45%
余力なし対応不可/短時間	現在の作業量に対応するのが困難	年 15 時間未満	3	14%
合計			22	100%

出所) アンケート結果より筆者作成

2) 耕作内容

(1) 耕作の余力

ここでは耕作内容と耕作の余力の相互関係をもとに、耕作内容が農業者の耕作の余力に与える影響について検討する。耕作内容として具体的に、経営面積、作付品目、及び経営面積の変化を対象とする。経営面積は、作付品目と関係すると考えられる。そこで、経営面積と、経営面積に占める水田の割合の分布をもとに（図 8-2）、農家を類型化し（表 8－6）、この類型間で耕作及び共同管理の余力を比較する。また、経営面積の変化として、直近 10 年での経営面積の変化（増加、変化なし、減少）と耕作及び共同管理の余力を比較する。

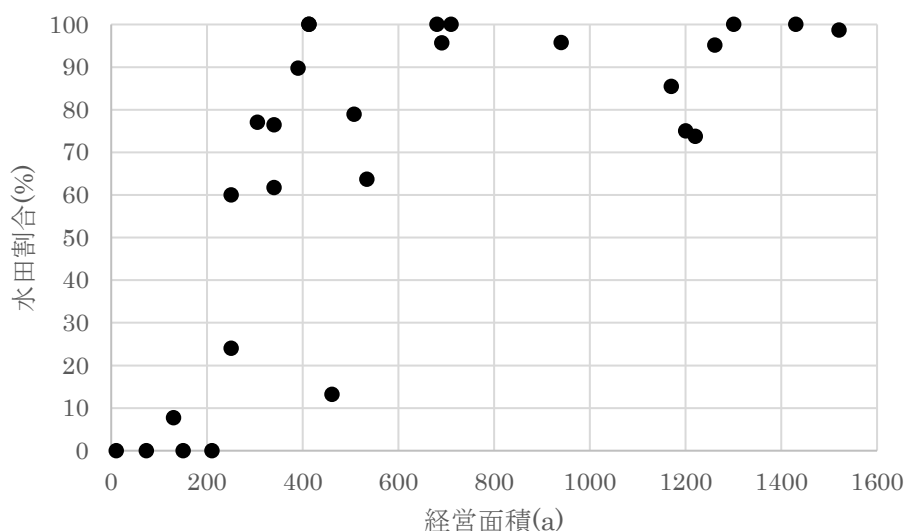


図 8－2 経営面積と水田割合の分布

出所) アンケート結果より筆者作成

表 8－6 規模と水田割合による経営の類型

類型名	経営面積	水田割合	経営数
大規模稲作	800a 以上	90%以上	5
大規模複合		90%未満	3
中規模稲作	800a 未満	90%以上	5
中規模複合		30%以上 90%未満	7
非稲作		30%未満	7

出所) アンケート結果より筆者作成

表 8－6 規模と水田割合による経営の類型，経営面積の変化と耕作の余力の関係

耕作の余力	規模と水田割合による経営の類型					経営面積の変化		
	大規模稲作	大規模複合	中規模稲作	中規模複合	非稲作	増加	変化なし	減少
余力あり	20%	0%	40%	14%	0%	18%	0%	0%
余力なし対応可	80%	100%	40%	57%	71%	68%	80%	0%
余力なし対応不可	0%	0%	20%	29%	29%	14%	20%	100%
回答数	5	3	5	7	7	22	5	1

出所) アンケート結果より筆者作成

耕作の余力と，規模と水田割合による経営の類型，及び経営面積の変化との関係をまとめた結果を表 8－6 に示す。

耕作の余力と，規模と水田割合による経営の類型との関係を見ると，仮説に反して，「余力あり」については，経営面積の観点からは明確な関係が認められなかった。この理由としては，同程度の経営面積の経営の中には，規模拡大段階にある経営と適切な規模に達した経営が混在しているためであると考えられる。一方で，作付品目について見ると，稲作中心の経営では，そうでない経営に比べて「余力あり」の割合が高い。これは，仮説と一致している。以上より，地域の農地を維持するためには，稲作経営が農地を引き受けることが無理のない方向性であると考えられる。

経営面積の変化と耕作の余力の関係をみると、仮説に反して、農地を引き受け経営面積を拡大してきた経営では「余力あり」の割合が相対的に高く、「余力なし対応不可」の割合が低い。この理由としては、規模拡大を進めてきた経営は、未だ規模拡大の余力があり、規模拡大段階を維持していることが考えられる。以上より、東根地区においては、これまで農地集積を進めてきた経営が今後も農地の引き受け手として期待できる一方で、これまで農地集積をしてこなかった経営は農地の引き受け手として期待しにくいと考えられる。

(2) 共同管理の余力

次に、耕作内容と共同管理の余力の関係について検討する。検討する項目は、前項と同じである。結果を表8-7に示した。

表8-7 規模と水田割合による経営の類型、経営面積の変化と共同管理の余力の関係

共同管理の余力	規模と水田割合による経営の類型					経営面積の変化		
	大規模 稲作	大規模 複合	中規模 稲作	中規模 複合	非稲作	増加	変化なし	減少
余力あり/長時間	20%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
余力なし対応可/長時間	60%	33%	67%	40%	0%	44%	0%	0%
余力なし対応可/短時間	20%	33%	33%	40%	80%	39%	100%	0%
余力なし対応不可/短時間	0%	33%	0%	20%	20%	11%	0%	100%
回答数	5	3	3	5	5	18	3	1

出所) アンケート結果より筆者作成

規模と共同管理の余力との関係を見ると、経営面積との明確な関係は認められない。水田割合の観点からは、稲作経営ほど現在の作業時間が長く、かつ共同管理活動への余力が大きい傾向が見られる。一方、複合経営や非稲作の経営では、現在の作業時間が比較的短く、共同管理の余力が小さい傾向が見られる。これは、仮説と一致しており、稲作経営は小用水路の泥上げや農道の補修、草刈り等の恩恵を農業生産上受けやすく、稲作以外が中心の経営よりも共同管理作業を引き受ける意志が強い上に、その作業負担を小さく評価することが理由として考えられる。

経営面積の変化と共同管理の余力の関係をみると、仮説に反して、経営面積を増加させた経営が共同管理作業を比較的長時間引き受けている。このような経営の多くは現在の作業量に対応できており、農地を引き受ける地域の担い手にとって、共同管理が大きな負担となっていない。これより、4節で整理した、多面的機能支払いや中山間地域支払い、土地改良区等による地域的な資源管理の枠組みが十分機能していると評価できる。

3) 人的資源

(1) 耕作の余力

次に、各経営の人的資源の状況が農業者の耕作の余力に与える影響について検討する。人的資源の指標としては、従事者数、従事者の年齢、従事者数の変化を扱う。従事者数は専業の家族従事者、兼業しているが農業が主である家族従事者、常雇いの人数の合計とした。また、従事者の年齢は、専業、または農業が主である兼業の家族従事者が60代以上のみの経営を「高年層」、経営主が30代以下である経営を「若年層」とし、それ以外の経営を「中年層」とした。結果を表8-8に示した。

表 8－8 従事者数、従事者の年齢と耕作の余力の関係

耕作の余力	従事者数			従事者の年齢		
	1 人	2 人	3 人以上	若年層	中年層	高年層
余力あり	18%	17%	9%	0%	24%	0%
余力なし対応可	55%	50%	91%	86%	65%	50%
余力なし対応不可	27%	33%	0%	14%	12%	50%
回答数	11	6	11	7	17	4

出所) アンケート結果より筆者作成

従事者数と耕作の余力の関係をみると、仮説に反して、「余力あり」の経営の割合は従事者数が 3 人以上の経営よりも従事者数が 2 人以下の経営で高い。また、従事者数が 3 人以上の経営では 1 経営を除き「余力なし対応可」である。「余力なし対応不可」の経営はいずれも従事者数が 2 人以下である。この理由としては、従事者数が 3 人以上の経営では、労働力に余剰が生じないよう適切な規模で経営できている一方で、従事者数が 2 人以下の経営では、労働力に余剰または不足が生じているためと考えられる。したがって、従事者数が少なく余力がない経営の農地を維持するためには、従事者数が少ない経営どうしでの農地貸借や作業受委託が有効である可能性がある。

従事者の年齢と耕作の余力の関係をみると、仮説に反して、若年層と高年層では新たに農地を引き受ける余力のある経営はなく、余力のある経営は中年層に集中していた。この理由としては、詳しくは次項で述べるが、スケールメリットが発揮されやすい稲作が中心の中年層と稲作以外が中心の若年層という世代間の農業形態の差が考えられる。

次に、従事者数の変化と耕作の余力について検討する。従事者数の変化としては、家族従事者数の変化、常雇いの従事者数の変化、臨時雇いの従事者数の変化をとる。結果を表 8－9 に示した。

表 8－9 家族従事者数、常雇い従事者数、臨時雇い従事者数の変化と耕作の余力の関係

耕作の余力	家族従事者数の変化			常雇い従事者数の変化			臨時雇い従事者数の変化		
	増加	変化なし	減少	増加	変化なし	減少	増加	変化なし	減少
余力あり	25%	17%	0%	0%	18%	0%	11%	17%	21%
余力なし対応可	75%	67%	67%	100%	64%	50%	67%	65%	64%
余力なし対応不可	0%	17%	33%	0%	18%	50%	22%	17%	14%
回答数	4	18	6	4	22	2	9	14	5

出所) アンケート結果より筆者作成

家族従事者数の変化と耕作の余力の関係をみると、家族従事者が増加した経営では、現在の作業量に対応できる「余力あり」の経営が見られる一方で、現在の作業量に対応できない「余力なし対応不可」の経営が見られない。一方で、家族従事者が減少した経営では「余力なし対応不可」の経営が多い。これは、仮説と一致している。このような傾向がみられる理由としては、家族従事者数の変化は雇用従事者数の変化と異なり、経営の都合でもたらされる場合は少ないため、家族従事者の変化を契機に現在の作業量に対応できなくなったり、労働力が余り気味になったりしやすいと考えられる。以上より、農地を守る意味でも、農地の引き受け手を確保する意味でも、地域の農業を考える上で家族従事者の増減に注意を要する。

常雇い従事者数の変化と耕作の余力の関係をみると、仮説に反して、常雇いを増加させた経営では、

「余力あり」と「余力なし対応不可」が見られない。これは、常雇いの雇用導入は、労働力不足を解消しつつ雇用導入によって労働力が過剰にはならない適切なタイミングで行われているためと考えられる。

臨時雇い従事者数の変化と耕作の余力の関係については、仮説に反して明確な関係はみられない。この理由としては、臨時雇いは一時的な労働力の補完を担う存在であり、経営の通期的なキャパシティへの貢献が小さいためと考えられる。

(2) 共同管理の余力

次に、耕作内容と共同管理の余力の関係について検討する。検討する項目は、前項と同じく、従事者数、従事者の年齢、そして従事者数の変化である。従事者数、従事者の年齢と共同管理の余力の関係について、結果を表8-10に示した。

表8-10 従事者数、従事者の年齢と共同管理の余力の関係

共同管理の余力	従事者数			従事者の年齢		
	1人	2人	3人以上	若年層	中年層	高年層
余力あり/長時間	0%	20%	0%	0%	7%	0%
余力なし対応可/長時間	63%	0%	33%	0%	47%	50%
余力なし対応可/短時間	38%	60%	44%	60%	40%	50%
余力なし対応不可/短時間	0%	20%	22%	40%	7%	0%
回答数	8	5	9	5	15	2

出所) アンケート結果より筆者作成

従事者数と共同管理の余力の関係をみると、従事者数が1人の経営では現在の作業量に対応できない「余力なし対応不可/短時間」の経営がない。一方、従事者数が2人の経営と従事者数が3人以上の経営には同程度の割合で「余力なし対応不可/短時間」の経営が含まれる。また、従事者数が1人の経営は、そのほかの経営に比べ、共同管理の実作業時間が比較的長い経営の割合が大きい。これは、仮説に反しており、この理由としては、従事者数が1人であり共同管理作業に長時間従事している経営には本節2)で扱った類型区分で「大規模」にあたる経営がなかったことから、従事者数、経営面積とも比較的小規模な経営が共同管理作業を引き受けることで、地域の農地を多く引き受ける担い手の負担を軽減するしくみが機能しているためと考えられる。

従事者の年齢と共同管理の余力の関係をみると、中年層や高年層では、半数以上の経営が比較的長時間の共同管理作業を引き受け、その作業量に対応できている。一方で、若年層では共同管理作業に比較的長時間従事している経営は見られず、「余力なし対応不可/短時間」の割合が高い。これは、仮説に反しており、このような傾向がみられた理由としては、農業形態と従事者の年齢に関連が見られるためと考えられる。この確認のため、本節2)で扱った規模と水田割合による経営の類型と、従事者の年齢の関係を表8-11に示した。

表 8－1 1 規模と水田割合による経営の類型と従事者の年齢の関係

	若年層	中年層	高年層
大規模稲作	0%	29%	0%
大規模複合	17%	6%	25%
中規模稲作	0%	29%	0%
中規模複合	33%	18%	50%
非稲作	50%	18%	25%
回答数	6	17	4

出所) アンケート結果より筆者作成

表 8－1 1 より、東根地区で主要な農地の受け手となっている中年層は水田を多く引き受けている一方で、若年層では水田が農地の 9 割以上の経営はなく、水田作以外の品目を積極的に栽培している経営が多い。よって、水田作が中心の中年層は共同管理作業を多く引き受ける一方、水田作以外の品目に積極的な若年層は、共同管理作業をあまり引き受けない、という世代間での栽培品目の特徴に基づいた共同管理作業の負担の違いが見受けられる。本節 2) (2) の議論も踏まえると、共同管理活動の恩恵を受けやすい稲作経営では、共同管理の負担を比較的小さく評価することが、この背景にあると考えられる。今後共同管理の枠組みを維持していく上では、水田作以外の品目に積極的な若年層に対し、共同管理作業参加の動機付けなどの働きかけが重要になると考えられる。

次に、従事者数の変化と共同管理の余力の関係について、前項と同じく家族従事者数の変化、常雇い従事者数の変化、臨時雇いの従事者数の変化について検討する。結果を表 8－1 2 に示した。

表 8－1 2 家族従事者数、常雇い従事者数、臨時雇い従事者数の変化と共同管理の余力の関係

共同管理の余力	家族従事者数の変化			常雇いの変化			臨時雇いの変化		
	増加	変化なし	減少	増加	変化なし	減少	増加	変化なし	減少
余力あり/長時間	0%	0%	25%	0%	6%	0%	0%	10%	0%
余力なし対応可/長時間	75%	36%	0%	67%	35%	0%	50%	40%	0%
余力なし対応可/短時間	0%	50%	75%	33%	47%	50%	38%	50%	50%
余力なし対応不可/短時間	25%	14%	0%	0%	12%	50%	13%	0%	50%
回答数	4	14	4	3	17	2	8	10	4

出所) アンケート結果より筆者作成

家族従事者数の変化と共同管理の余力の関係をみると、仮説に反して、家族従事者が増えた経営には「余力あり/長時間」は見られず、家族従事者が減った経営では「余力なし対応不可/短時間」が見られない。このことから、東根地区の共同管理の枠組みは家族従事者の変化に比較的柔軟に対応可能であり、家族従事者数の変化に応じて負担が変わりうるものであると考えられる。

常雇い従事者数の変化と共同管理の余力の関係をみると、仮説に反して、常雇いを増加させた経営では、更なる共同管理作業の引き受けが可能な「余力あり/長時間」の経営は見られないが、比較的長時間の共同管理作業を引き受けている経営が多い。このような傾向がみられる理由としては、農業者へのアンケートによれば約 96% の経営で経営主が共同管理に出役するため、雇用導入によって共同管理の作業に従事できる時間が直接的に増加するわけではないと考えられるが、通年の雇用導入によって、農繁期など経営の労働力が逼迫する状況が緩和されるため、常雇いを増加させることで、経営主による共同管理の作業量が増加していることが考えられる。また、常雇いが減少している経営では共同管理の作業時

間が短く、共同管理の余力が小さいが、これは経営主が農作業にかかる時間が多く共同管理へ割ける時間が短くなっているためと考えられる。

臨時雇いの従事者数の変化と共同管理の余力の関係を見ると、仮説に反して、臨時雇いを増加させた経営とそうでない経営で共同管理の余力に大きな差は見られない。この理由としては、臨時雇いは農繁期のみにおいて労働力を補完する存在であり、前述のような経営全体の通期的な労働力不足の緩和にはつながりにくいためであると考えられる。

4) 立地条件

(1) 耕作の余力

次に、各経営の立地条件が農業者の耕作の余力に与える影響について検討する。立地条件として、具体的には、中山間地の農地の有無と、ここ 10 年における耕作地の圃場整備の実施の有無を扱う。なお、ここでは中山間地域等直接支払制度の対象となっている農地を「中山間地の農地」とした。結果を表 8－13 に示した。

表 8－13 中山間地の農地の有無，耕作地での圃場整備の実施有無と耕作の余力の関係

耕作の余力	中山間地の農地の有無		耕作地での圃場整備の実施	
	あり	なし	あり	なし
余力あり	38%	5%	0%	18%
余力なし対応可	63%	68%	100%	59%
余力なし対応不可	0%	26%	0%	23%
回答数	8	19	6	22

出所) アンケート結果より筆者作成

中山間地の農地の有無と耕作の余力の関係を見ると、仮説に反して、中山間地に農地がある経営の方が農地を引き受ける余力があることが見てとれる。中山間地に農地がある経営を詳しく見ると、すべてが 3) の従事者の年齢の類型で「中年層」に区分された経営であった。すなわち、農地を引き受ける意志が強い中年層の経営は、条件に恵まれない中山間地の農地を含めて積極的に引き受けており、かつ更に農地を引き受ける余力がある状況にある。

圃場整備の実施有無と耕作の余力の関係を見ると、仮説に反して、耕作地で圃場整備が行われた経営では、「余力あり」と「余力なし対応不可」の両方が見られなかった。このことから、圃場整備によって耕作条件が改善し、農地の貸借が円滑に進むことで、過不足なく現在の経営規模に対応している経営が増加すると考えられる。回答した経営には直近 10 年間で耕作地の圃場整備が実施されていない経営が多く含まれるが、農地の保全のためには、圃場整備によって農地貸借が進展し、現状の耕作規模に対応できない経営から、耕作の余力がある経営へ農地が貸し出されることが期待される。

(2) 共同管理の余力

次に、立地条件と共同管理に余力の関係について検討する。検討する項目は、前項と同じく、中山間地の農地の有無，耕作地での圃場整備の実施の有無である。結果を表 8－14 に示した。

表 8－1 4 中山間地の農地の有無，耕作地での圃場整備の実施と共同管理の余力の関係

共同管理の余力	中山間地の農地の有無		耕作地での圃場整備の実施	
	あり	なし	あり	なし
余力あり/長時間	0%	7%	17%	0%
余力なし対応可/長時間	33%	40%	33%	38%
余力なし対応可/短時間	67%	33%	33%	50%
余力なし対応不可/短時間	0%	20%	17%	13%
回答数	6	15	6	16

出所) アンケート結果より筆者作成

中山間地の農地の有無と共同管理の余力については，仮説に反して，中山間地に農地がある経営で「余力なし対応不可/短時間」は見られなかった。これは，条件に恵まれない中山間地においても，平地と同様に共同管理の枠組みが機能し，中山間地の農地を引き受ける農業者の負担を軽減できているためと考えられる。

圃場整備の実施と共同管理の余力の関係についても，仮説に反して，明確な関係は見られなかった。圃場整備によって水路が更新され維持管理がしやすくなったり，草刈りが容易になったりすることが想定されるが，各経営の耕作地と各経営が共同管理作業に従事する農業資源とは必ずしも対応しないため，共同管理の負担に影響しなかったと考えられる。

5) 小括

以上の本節での検討より，項目（耕作内容，人的資源，立地条件）ごとに，農業者の特徴と耕作・共同管理の余力についてまとめたのが表 8－1 5 である。なお，表中の「共同管理の実質負担」は，1 年間の小用水路の泥上げ，農道の補修の作業参加時間に基づく。また，共同管理の「余力あり」については，同回答が 1 件のみのため，全て不明とした。

耕作内容については，経営面積の大小と耕作や共同管理の余力との間に明確な関係は見られなかったが，経営面積を拡大させてきた経営には農地を引き受ける余力が比較的あり，また稲作が中心的经营ほど耕作や共同管理の余力が大きいことが明らかになった。このことから，稲作経営が，今後の農地や共同管理作業の引き受け手として期待される。

人的資源については，従事者数が多い経営は効率的な規模に既に達している一方で，従事者数が少ない経営では労働力に過不足が生じやすいこと，若年層は稲作以外に積極的な一方で中年層では稲作が中心であるという世代間での差の中で，中年層は共同管理作業を多く引き受け，農地や共同管理を引き受ける余力が大きいこと，家族従事者数の増減で耕作の余力は大きく変化するが，共同管理の負担は柔軟に変化すること，常雇いの導入は現在の耕作や共同管理の作業量に対応する効果があるが，作業量の増加に対応できる余力の創出までは結び付かないこと，臨時雇いの導入は耕作や共同管理の余力にあまり影響しないことが明らかになった。このことから，現在は中年層が農地や共同管理作業を多く引き受けているが，前述のような世代間の農業形態の差が継続すると，中年層が第一線から退き，現在の若年層が中年層になる時点で地域の農地や共同管理の枠組みの維持が困難になる可能性がある。

立地条件については，農地を引き受けられる中年層が耕作条件の悪い中山間地の農地を引き受ける動きや，彼らを支える共同管理の枠組みが中山間地で機能していること，圃場整備が実施された経営では，耕作の作業量に対応できない経営は少ないことが明らかになった。条件が劣る中山間地の農地を維持していくには，今後も余力のある経営が農地を引き受けること，地域住民が周辺の資源管理に参画するこ

とで農業者の負担を軽減することが重要である。また、圃場整備によって、農業者にとって無理のない規模拡大が可能になり、担い手の創出につなげることも、地域の農地の維持のために有効である。

表 8－15 農業者の耕作及び共同管理の余力についての検討結果

項目	農業者の特徴	耕作の余力	共同管理の余力	共同管理の実質負担
耕作内容	規模：大	余力あり：無関係 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：無関係	無関係
	規模の変化：拡大	余力あり：多 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：少	多
	品目：稲作中心	余力あり：多 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：少	多
人的資源	従事者数：多い	余力あり：少 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：多	少
	年齢：中年層	余力あり：多 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：少	多
	家族従事者：増加	余力あり：多 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：多	多
	常雇い：増加	余力あり：少 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：少	多
	臨時雇い：増加	余力あり：無関係 対応不可：無関係	余力あり：不明 対応不可：無関係	無関係
立地条件	中山間地の農地：あり	余力あり：多 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：少	少
	圃場整備の実施：あり	余力あり：少 対応不可：少	余力あり：不明 対応不可：無関係	多

6. 結論

本章では、東根地区を対象に、持続可能な形で地域の農業資源を維持する方法を明らかにすることを目的に、農業資源の管理に関わる地域の枠組みの実態把握とともに、農業者の農業資源管理の余力に影響を及ぼす要因を明らかにすることを課題とした。その結果をまとめれば以下の通りである。

第一に、東根地区では、農業資源の組織的な共同管理や圃場整備、水利施設の整備などで担い手の負担を軽減しながら、水稻を基幹作物としつつ高収益作物による複合化を進めている。

第二に、経営の代表者の年代別の比較から、中年層では稲作が中心的であり、農地を引き受ける余力が比較的あるが、若年層では米以外の品目に積極的に取り組む一方で、農地を引き受ける余力に乏しいという世代間の差がある。

第三に、共同管理作業について、中山間地の農地を含め多くの農地を引き受けている中年層は、比較的多くの管理作業に対応できている。一方で、水稻以外の作物への取組みが多い若年層の共同管理への従事時間が比較的に短い。

以上の検討結果を踏まえると、今後求められることとして次のことが示唆される。

第一に、農地の担い手への集積を進める上では、余力のある稲作経営に水田を集積し、大規模な稲作経営を創出することが、農地の集積を進めるための無理のない方法であることが示唆される。しかし、地域の方向性としては高収益作物の栽培が目指されており、稲作経営が経営面積の拡大ではなく高収益作物の栽培を積極的に進める場合、地域の農地集積が停滞する可能性がある。そのため、地域の農地の保全と稲作以外の品目の推進という2つの方向性のバランスについて、担い手農家の栽培品目の選択意

向を踏まえて注意深く検討する必要がある。

第二に、現在の若年層は中年層になったとしてもあまり農地を引き受けられない可能性があり、現在の中年層のように農地を引き受ける余力のある経営が今後地域に著しく不足する可能性がある。将来にわたって地域の農地を維持していくには、圃場整備や水利施設の更新などハード面で耕作しやすい農地やその周辺の農業資源を整備することに加え、地域農業の形態や農地の集積について、水田主体の経営と高収益作物に取り組む複合経営の役割分担を地域全体で調整していく必要がある。

第三に、構成員の高齢化が進む地域的な資源管理の枠組みの維持は、今後も非常に大きな課題となる。地域ぐるみの資源管理のあり方を安定的に維持するためには、若年層や非農業者が農業資源の維持管理活動に参画しやすい環境を創出することが重要になると考えられる。

最後に今後の課題として、地域の農業者だけでなく、農業資源の管理に関わる非農業者を含めて、網羅的に資源管理の余力を把握する必要があるだろう。

注1) 農林水産省ホームページ（農業労働力に関する統計）より

<https://www.maff.go.jp/j/tokei/sihyo/data/08.html>（2020年12月15日閲覧）

注2) 農林水産省ホームページ（農林水産大臣賞（令和2年度）令和2年度豊かなむらづくり全国表彰事業 農林水産大臣賞受賞地区概要）より

https://www.maff.go.jp/j/nousin/noukei/binosato/b_maturi/n_daizin_2020.html（2020年12月14日閲覧）

注3) 他に共同で作業するものとして草刈りが挙げられるが、草刈りの作業時間を調査する場合、共同管理作業として草刈りを行う時間と、共同管理作業ではなく自身で圃場付近等の草刈りを行う時間が回答の際に必ずしも区別されないことが想定されたため、草刈りの作業時間はこの指標に含めていない。

引用文献

- 1) 鬼頭功・淡路和則・三浦聡（2010）：「傾斜地水田における畦畔管理負担の評価」『農業経営研究』48(1), 67-72.
- 2) 白鷹町（2018）：「白鷹農業振興地域整備計画書」
- 3) 細山隆夫（2017）：「大規模借地経営における農地の面的集積と地域農業資源管理」『農業経営研究』54(4), 1-13.
- 4) 八木洋憲・芦田敏文（2012）：「畦畔管理を通じた水田経営規模間の補完性の検証」『農業経営研究』50(1), 82-87.

第9章 新規就農の就農決断と定着に至る課題

尾澤颯

1. 背景と目的

令和元年度食料・農業・農村白書によると、基幹的農業従事者数は2009年の約190万人から2019年の約140万人へ推移しており、農業者の減少が深刻である。こうした農業の持続的な発展^{注1)}が危ぶまれる中で、新規就農が大きな課題の一つとなっている。さらに、新規就農の促進は、過疎化が進む農村部において農業政策のみならず地域振興政策ともみなされている。このため、国、地方自治体、地域住民などの様々な主体が新規就農に大きな関心を寄せている。

このような背景もあり、新規就農と支援についての研究蓄積が進んでいる。新規就農の過程については、小笠原・草野(2014)が生産資本に投資する研修期、農産物を安定的に生産する移行期、収益を確保する確立期と3区分し、新規参入者にとっての経営課題を整理している。定着と支援については、柴崎(2019)が就農地域によって定着傾向に有意な差がみられることより、支援が定着にとって重要である可能性を指摘している。支援については、江川(2012)が全国の支援状況を新規就農の過程ごとに検討し、就農以前の対策は整備されつつある一方で、就農以後の対策の充実が課題であると指摘している。先行研究で検討されている通り、新しく農業経営を開始する新規就農者には時期ごとに共通の課題と適切な支援があると考えられる。しかし、就農決断をふくむ新規就農の過程を扱った研究や、ともに新規就農者である新規参入者と後継者を比較した研究は不足している。

以上を踏まえて、本章では、就農決断から定着までを4段階に分けた上で、新規参入者と後継者の段階ごとの課題を明らかにすることを目的とする。また、就農決断についてどのような判断によって就農したかについて明らかにする。そして、検討結果を踏まえて効果的な支援について提言を加える。

2. 研究の方法

1) 分析の枠組み

まず、新規就農者の概念について整理する。本章では、新規就農者を「新規参入者」と「後継者」と分類する^{注2)}。新規就農者のうち、「新規参入者」とは就農先において新たに農地を取得して営農開始した農家とし、「後継者」とは就農先で親や祖父の農地を継承した農家とする。

次に、就農過程に関する概念を提示する。就農過程については、江川(2012)の「研修、就農、定着」、小笠原・草野(2014)の「研修期、移行期、確立期」、農林水産省(2020)の「情報提供・マッチング等、就農準備、就農開始、経営確立」などが示されている。本章では就農決断の新規就農支援における重要性、研修と農地などの準備が同時並行で行われている可能性を考慮し、就農段階として「①就農決断前、②就農準備期、③営農初期、④定着期」の4つを設定する。それぞれの就農段階は以下の通りである。「①就農決断前」は、生まれてから就農の決断をするまでの期間である。「②就農準備期」は、就農決断してから自らの農地で営農するための準備期間である。「③営農初期」は、自らの農地で営農を開始するも経営的に安定してない期間である。「④定着期」は、農業のある生活様式が安定した時点以降の期間である。

2) 仮説

新規就農に関して、以下の二つの仮説を設定する。1つ目は、就農に関する考え方は、新規参入者と

後継者で異なるというものである。具体的には、新規参入者は農村のライフスタイルに魅力を感じており、後継者は家業を継ぐという意識で就農しているという仮説である。2つ目は、各就農段階において、注力する課題の性質が異なるというものである。具体的には、「②就農準備期」においては、住宅・農地などの設備を整えることに加え、経営方法や栽培方法など農業一般に必要な知識・技術の習得が課題となるが、「③営農初期」では、農地条件・設備状況・労働条件などが就農地と研修先で異なるために追加的に必要な知識・技術の習熟が想定以上に大きな課題となるのではないかとということである。これらの就農段階と課題についての仮説は、表9-1のように整理することができる。なお、「④定着期」は本章では扱わない。

表9-1 就農段階と想定される課題

	就農決断前	就農準備期	営農初期	定着期
期間	就農決断までの期間	自らの農地で営農するまでの準備期間	営農開始した時期	経営安定した時期
課題	就農決断	農地・住宅の整備 営農技術の習得	営農技術の習熟	なし

出所) 筆者作成

3) データ

使用するデータは、山形県西置賜郡白鷹町で2020年8月から10月に実施した質問票を用いたアンケート調査とヒアリング調査によって得られたものである。アンケート調査では、新規就農者7名から有効な回答が得られ、そのうち3名が新規参入者、4名が後継者であった。ヒアリング調査では、白鷹町職員2名、研修受入農家1名、新規参入者2名、後継者2名、後継者の親1名からヒアリングをした。

3. 調査対象および地域の状況

1) 分析対象者の概要

就農段階の分析をする前に、分析対象となった新規就農者の概要、新規就農者をめぐる白鷹町の状況についてみていく。表9-2は本研究でアンケート調査の対象とした7名の新規就農者の概要である。7名はいずれも49歳以下で就農しており、比較的若い農業者^{注3)}であった。兼業農家の新規就農者もいるものの、専業農家が多い。経営耕地面積には大きな差があった。質問票に記された作付け別の経営耕地面積から後継者は稲作に取り組む一方で、新規参入者は主に露地栽培か施設栽培の畑作に取り組む傾向があった。

表 9－2 アンケート調査に対して回答した新規就農者の概要

記号	属性	就農時の年齢	出身地	前職の有無	労働状況	経営耕地面積	ヒアリングの有無
A 氏	新規参入者	26	町外	×	兼業	10a	×
B 氏	新規参入者	26	町内	○	専業	210a	○
C 氏	新規参入者	不明	町外	○	—	—	○
D 氏	後継者	23	町内	○	専業	390a	○
E 氏	後継者	23	町内	×	専業	250a	○
F 氏	後継者	25	町内	—	兼業	413a	×
G 氏	後継者	25	町内	○	専業	—	×

出所) 質問票より筆者作成

注 1) 番号は便宜的に付したものである。

2) 町内とは白鷹町内、町外とは白鷹町外を指している。

3) ○が有、×が無、—が無回答を意味する。

2) 公的支援の状況

ここで白鷹町において就農段階ごとの課題の解決に影響を与えていた新規就農の支援状況を整理する。公開情報と、白鷹町職員や新規就農者へのヒアリング調査を踏まえて整理したのが表 9－3 である。なお、白鷹町は、第 6 次白鷹町総合計画で「持続可能な産業としての農業の振興を図るため、経営体の育成や確保、新規就農者等に対する支援に力を入れた各種施策に取り組む必要があります」と述べている通り、新規就農支援に力を入れている。

「①農業次世代人材投資事業」から、新規就農者は年間 150 万円の交付を受け、就農資金に充てることができる。制度上、いくつかの要件を満たせば新規参入者・後継者ともに受給することができる。ただし、前年度の世帯所得が 600 万円以下という制限があり、ヒアリングの結果、後継者は受給が難しいと認識されているとわかった。制度の実質的な対象者は、町外出身の新規参入者となっている。

「②新規就農者育成支援事業」の支援内容は、移住支援と機械・設備支援にわたることができる。対象者は、上限が設定されているものの投資額の 2 分の 1 の助成を受けることができる。制度の対象者は町外出身の新規参入者となっており、町内出身の新規参入者と後継者は利用することができない。

「③新規就農者受入協議会」は、就農決断前にある町外出身の新規参入者を対象とする白鷹町の支援体制である。新農業人フェアへの参加などによる PR 活動を主な活動内容とし、情報提供、相談窓口、研修の出先機関の役割を果たしている。また、表 9－2 には記載していないものの、「④青年等就農資金」が利用されていた。青年等就農資金は、認定新規就農者を対象とする日本政策金融公庫の支援制度である。対象者は無利子で原則 3700 万円を上限とする融資を受けることができる。

以上を踏まえると、白鷹町での就農支援は町外出身の新規参入者においては充実していると言える。他方、町内出身者についての支援は少ないといえる。背景としては、町内出身であれば生活基盤の形成のための負担が比較的少ないことから、支援対象にはなりにくいことが考えられる。

表 9－3 公的支援の状況

支援名	① 農業次世代人材投資事業	① 新規就農者育成支援事業	② 新規就農者受入協議会
主体	国	白鷹町	白鷹町と地域農家
実質的な対象	49 歳以下の新規参入者	町外出身の新規参入者	町外出身の新規参入者
対象段階	就農準備期，営農初期	就農準備期	就農決断前
内容	【準備型】 ・研修を受ける者に年間 150 万円最長 2 年交付。 【経営開始型】 ・独立・自営就農者に年間 150 万円最長 5 年交付。	【賃貸住宅助成】 ・家賃の 1/2 または 36 万円の低い額を上限 3 年間助成。 【住宅購入助成】 ・一戸建て購入の 1/2 または 80 万円のいずれか低い額を助成。 【機械・施設等導入支援】 ・機械購入費及び整備費の 1/2 か 50 万円のいずれか低い額を助成。	・新農業人フェアに参加し，白鷹町における新規就農を PR。 ・研修受入の出先機関の役割も果たす。

出所) 農林水産省の実施要綱 (2020)，白鷹町の実施要綱 (2020)，ヒアリング調査より筆者作成

注) 交付や助成の対象者となるには他にも様々な要件と審査が必要となる。ここでは概要だけ示した。

3) 民間支援の状況

白鷹町では民間主体の支援がある。白鷹町で研修生を受け入れている農家は実質的に 1 件しかないものの，この農家は新規就農者受入協議会の会長を務めるなど精力的に活動している。以降，本章で研修受入農家といった場合，この農家を指すこととする。研修受入農家は町内出身・町外出身問わず研修生を受け入れている。研修後は必ずしも白鷹町で就農するとは決まっていないが，白鷹町の新規参入者の多くがこの研修の卒業生である。

さらに，この研修受入農家は農地や住宅の斡旋を行っている。特徴はできるだけ不動産会社を通すことなく，白鷹町の農家と直接交渉している点にある。内山 (1999)，包・服部 (2016) によれば新規参入者の農地確保や住宅確保にとって，仲介者が大きな役割を果たしているという。したがって，この研修受入農家は，就農準備期の新規参入者に対して大きな役割を果たしていると推察される。

4. 就農段階ごとの調査結果と考察

本節では，新規就農の実態と課題について，就農段階ごとに分析する。「①就農決断前」の小節では就農決断における利点・欠点について，「②就農準備期」「③営農初期」の小節ではそれぞれの苦労について述べる。なお，それぞれの段階ごとで質問票の方式が異なるので，それぞれの小節の冒頭で調査の概要について触れることとする。

1) 就農決断前

(1) 就農決断の調査概要

就農決断前について、新規就農者が就農の利点と欠点と考えた要素について調査した。質問項目は、表9－4のとおりである。「利点」と「欠点」のそれぞれについて、上位3つにあたる選択肢を選び、順位を記入する方式で調査した。

表9－4 就農の利点と欠点についての選択肢

要素	利点に関する選択肢	欠点に関する選択肢
収益性	農業は上手くいけば高収入が入ると期待できた	農業で十分な収入が得られるか不安だった
裁量権	農業は自分の意思を反映しやすい仕事だと期待できた	農業経営できるか不安だった
仕事上の人間関係	農業は社内のしがらみなどなく、働きやすいと期待できた	農村コミュニティに溶け込めるか不安だった
地域や家族との関係	自分が就農すれば社会や家族に貢献できると思った	親や家族が反対するのではないかという不安があった
農業自体	そもそも農業が好きだった	農業以外に、より魅力的な職業があった
農村生活	農村で生活を送りたかった	病院やインフラなど、農村で整っているか不安だった
必要な初期投資	初期投資があまり必要なかった	多額の初期投資が必要だった

出所) 筆者作成

注1) 有効回答数は新規参入者3件、後継者3件。

2) 図中の「要素」にあたるものは質問票には記載していない。

(2) 就農の利点と欠点についての新規参入者の認識

まず、新規参入者の就農決断についてみていく。利点については、図9－1より新規参入者は「社内のしがらみのなさ(仕事上の人間関係)」「意思反映しやすい仕事(裁量権)」を大きな利点と考えていたことがわかる。この2項目と比べると、程度は落ちるが「農村で生活を送る(農村生活)」も利点と考えている傾向も見られた。一方で、欠点については、図9－2より新規参入者は「十分な収入が得られないリスク(収益性)」「初期投資の大きさ(必要な初期投資)」を大きな欠点と考えていたことがわかる。

(3) 就農の利点と欠点についての後継者の認識

次に、後継者の就農決断についてみる。利点については、図9－3より後継者は「社内のしがらみのなさ(仕事上の人間関係)」「意思反映しやすい仕事(裁量権)」を大きな利点と考えていたことがわかる。また、「高収入が入る可能性(収益性)」も利点と考える傾向があった。一方で、欠点については、図9－4より後継者は「十分な収入が得られないリスク(収益性)」「経営できるか不安(裁量権)」を欠点として強く意識していた。

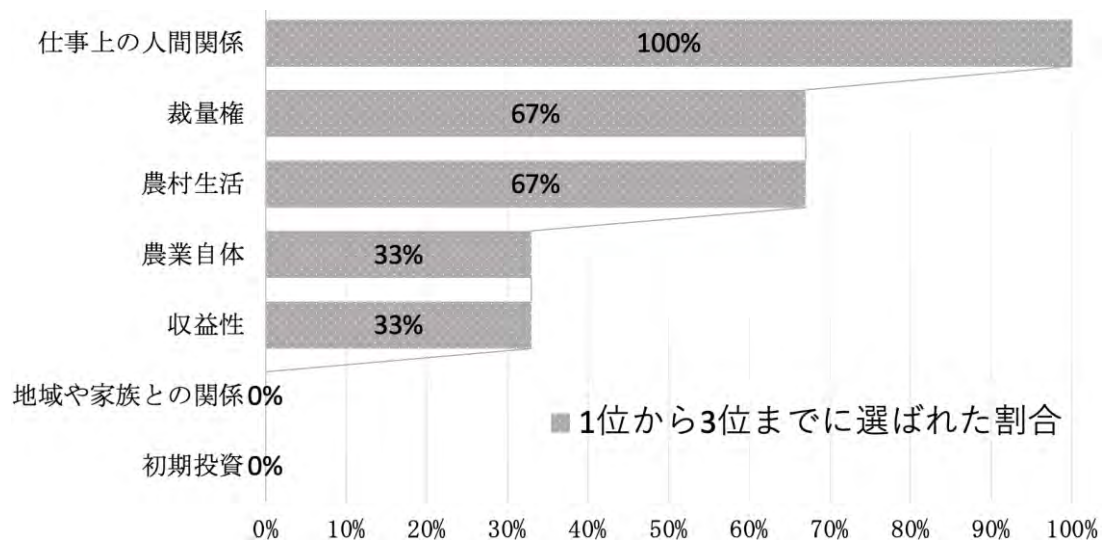


図 9－1 新規参入者の考える就農の利点（上位 3 位に選ばれた割合と内訳）

出所）質問票より筆者作成

注 1）有効回答数は、新規参入者 3 名。

2）棒グラフの長さはそれぞれの項目が上位 3 位に選ばれた割合を意味している。

3）詳細な順位割合については凡例に示された色で区別されている。

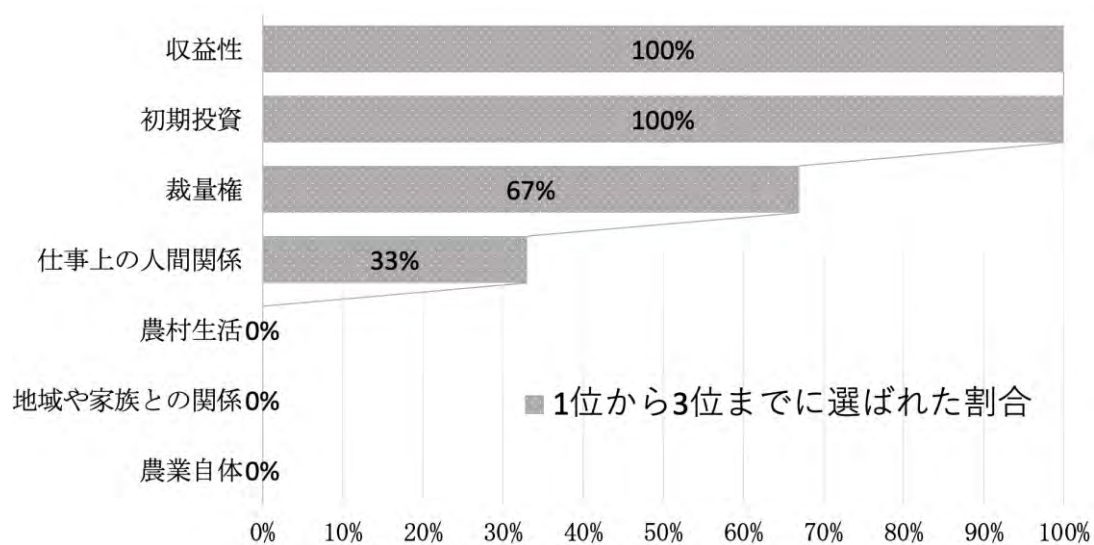


図 9－2 新規参入者の考える就農の欠点（上位 3 位に選ばれた割合と内訳）

出所）質問票調査より筆者作成

注 1）有効回答数は、新規参入者 3 名。

2）棒グラフの長さはそれぞれの項目が上位 3 位に選ばれた割合を意味している。

3）詳細な順位割合については凡例に示された色で区別されている。

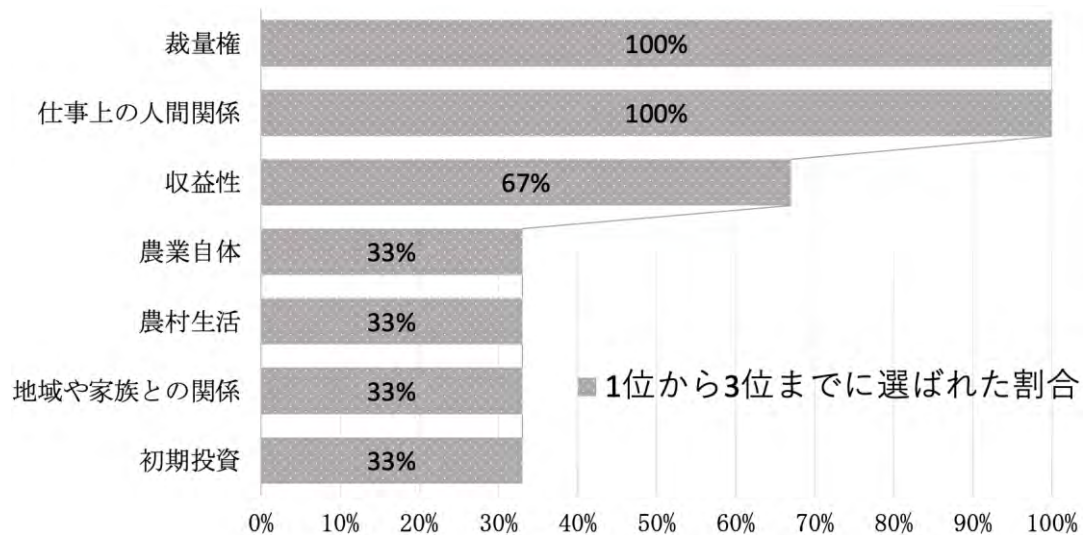


図 9－3 後継者の考える就農の利点（上位 3 位に選ばれた割合と内訳）

出所）質問票調査より筆者作成

注 1）有効回答数は後継者 3 名。

2）棒グラフの長さはそれぞれの項目が上位 3 位に選ばれた割合を意味している。

3）詳細な順位割合については凡例に示された色で区別されている。

4）同一順位に複数項目が選ばれた回答も存在したため、人数から考えられる割合の合計と図中の各項目の割合の合計は一致していない。

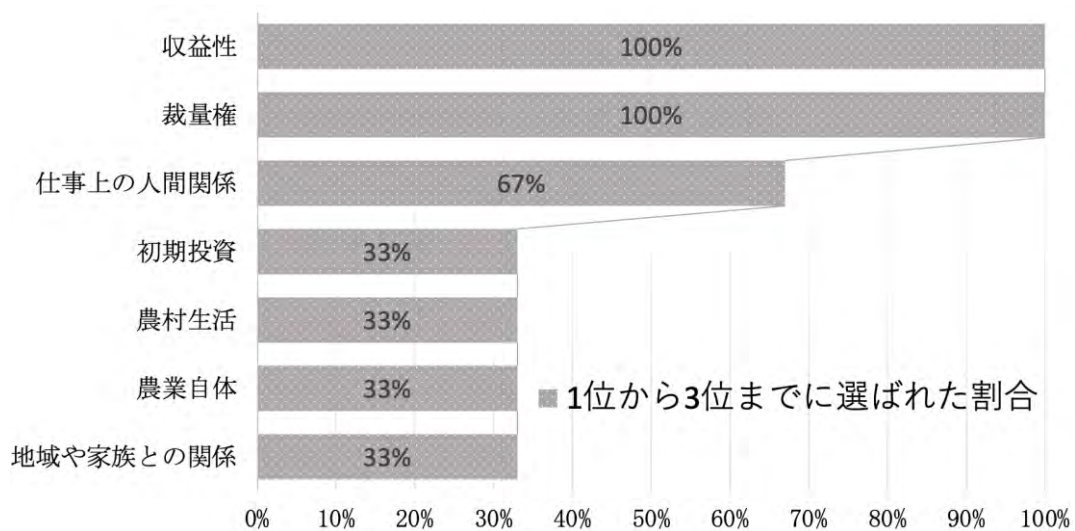


図 9－4 後継者の考える就農の欠点（上位 3 位に選ばれた割合と内訳）

出所）質問票調査より筆者作成

注 1）有効回答数は、後継者 3 名。

2）棒グラフの長さはそれぞれの項目が上位 3 位に選ばれた割合を意味している

3）詳細な順位割合については凡例に示された色で区別されている。

4）同一順位に複数項目が選ばれた回答も存在したため、人数から考えられる割合の合計と図中の各項目の割合の合計は一致していない。

（４）就農決断前についての考察

図９－１と図９－３より、新規参入者と後継者ともに「社内のしがらみのなさ（仕事上の人間関係）」「意思反映しやすい仕事（裁量権）」を大きな利点と考えており、独立を志向する傾向が特に強いことがわかった。E氏（後継者）の親へのヒアリング調査でも「経営志向か農村生活志向かでは、経営志向の新規就農者が多い」という旨の指摘があり、質問票の結果を裏付けている。この結果は、「新規参入者は農村のライフスタイルを求めるために就農しており、後継者は家業を継ぐという意識で就農している」という仮説と一致しない。

ただし、新規参入者が次に重視していた利点は「農村で生活を送る（農村生活）」であり、「新規参入者は農村のライフスタイルを求めるために就農している」という仮説は完全に否定されたわけではなかった。一方で、後継者には「地域や家族に貢献できる（地域や家族との関係）」「初期投資が少ない（必要な初期投資）」を重視する傾向は見られず、「後継者は家業を継ぐという意識で就農している」との仮説とやはり相反する結果となった。

また、就農欠点に関する図９－２と図９－４より、新規参入者と後継者ともに「十分な収入が得られないリスク（収益性）」「経営できるか不安（裁量権）」を欠点と考える傾向があった。その上で、新規参入者は「初期投資が多い（必要な初期投資）」を欠点として強く意識しており、新規参入者と後継者で違いが見られた。

２）就農準備期

（１）就農準備期についての調査概要

就農準備については、新規就農者がどの項目で苦勞していたかについて調査した。選択肢の作成に当たっては、全国新規就農者相談センターの調査（2018）を参考にした。この調査は、新規就農者が苦勞したことについて、新規参入者は「農地の確保」「資金の確保」「営農技術の確保」「住宅の確保」であり、親元就農者は「営農技術の習得」「資金の確保」「農地の確保」「家族の了解」であるとしている。このことも踏まえ、選択肢は、表９－５のように設定した。

表 9－5 就農準備期の苦勞についての選択肢

課題項目	選択肢
農地確保	よい農地を見つけること
住宅確保	よい住宅を見つけること
技術習得	農業の技術習得
情報収集	農業についての基本的な情報を見つけること
資金確保	就農資金を貯めること

出所）筆者作成

注）図中の「課題項目」にあたるものは質問票には記載していない

（２）就農準備期の苦勞についての新規参入者の認識

まず、新規参入者についてみていく。図９－５より、新規参入者は「農業の技術習得（技術習得）」について特に苦勞する傾向があった。一方で、農地確保・住宅確保に特別な苦勞をしている傾向があるとは言えない結果となった。

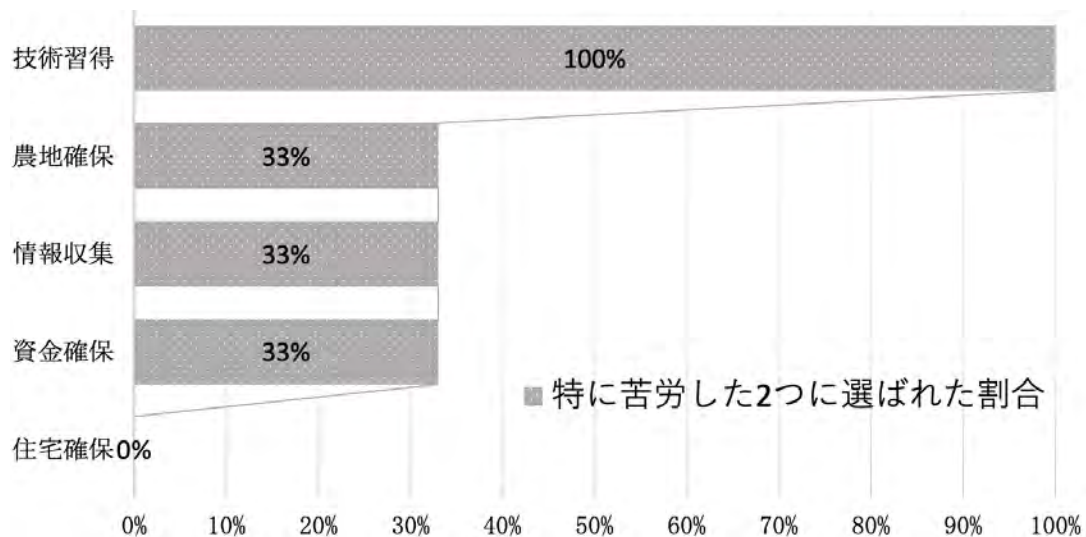


図 9－5 新規参入者が苦労したこと（特に苦労した 2 つに選ばれた割合）

出所）質問票調査より筆者作成

注 1）有効回答数は，新規参入者 3 名。

2）棒グラフの長さはそれぞれの項目が特に苦労した 2 つに選ばれた割合を意味している。

（3）就農準備期の苦労についての後継者の認識

次に，後継者についてみる。図 9－6 より，後継者は就農準備期に苦労してない傾向があったと言える。なお，図 9－6 は母数 3 に対して選ばれた割合が少ないが，これは選ばなかったものの「特に苦労したことはなかった」と回答した後継者 2 名を母数にいれて集計したからである。

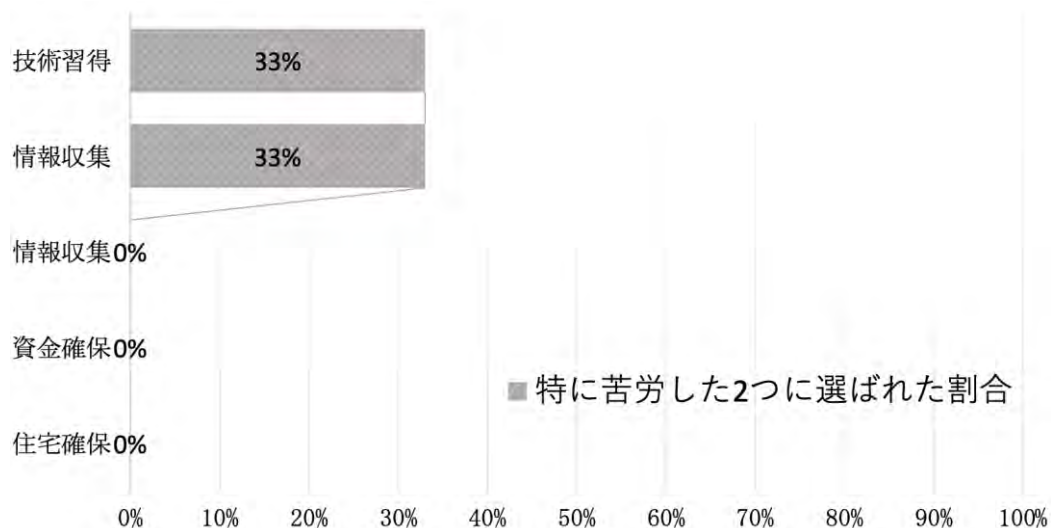


図 9－6 後継者が苦労したこと（特に苦労した 2 つに選ばれた割合）

出所）質問票調査より筆者作成

注 1）有効回答数は，後継者 3 名。

2）棒グラフの長さはそれぞれの項目が特に苦労した 2 つに選ばれた割合を意味している。

（４）就農準備期についての考察

図 9－5 より、新規参入者は、技術習得に苦労していたが、農地確保と住宅確保については目立って苦労していなかった。これは「就農決断前における課題は、農地・住宅・機械・施設などの整備と、営農技術の習得である」という仮説と部分的な一致に留まる。

この結果の背景には、新規参入者が受ける支援があると考えられる。質問票より回答した 3 名の新規参入者は研修受入農家のお世話になっており、その研修受入農家から農地・住宅の斡旋をうけたために苦労しなかったと解釈できる。さらに、農地確保に最も苦労しているという全国新規就農者相談センターの調査(2018)の結果も合わせると、農地・住宅の確保が就農準備期の課題ではないと考えるよりも、3 節で示唆した通りにこの研修受入農家が大きな役割を果たしていたと考える方が妥当である。

図 9－6 より後継者は総じて苦労していないことがわかった。後継者 2 名へのヒアリング調査の結果、農地継承と実家居住していることがわかった。また、技術習得については「できる範囲がわからないので少しずつやっていこうと考えていた (C 氏)」「親の手伝いをしていた (D 氏)」と述べており、あまり負担に考えていないようだった。後継者については、もともと設備に関する苦労はあまり存在しないと解釈できる。

以上から、就農準備期について、新規参入者と後継者には、実家や農地の有無などの初期条件の違いがあるものの、支援によってその差は緩和されているといえる。

3) 営農初期

（１）営農初期についての調査概要

ここでは、就農初期において、就農者が課題としていたことを明らかにする。質問項目は表 9－6 の通りである。各項目について、「とても苦労した」「少し苦労した」「あまり苦労していない」「苦労していない」の 4 段階から 1 つ選択をする方式で調査した。

表 9－6 営農初期の苦労に関する課題項目と質問項目

課題項目	質問項目
農作業労働	農作業の労働負担について
農業知識	作物を育てる上での知識について
農地整備	農地の整備や利用について
地域との関係	地域の方との関係について
販路確保	販路の確保について

出所) 筆者作成

注 1) 有効回答は、新規参入者 3 件、後継者 4 件。

2) 図中の「課題項目」にあたるものは質問票には記載していない。

（２）営農初期の苦労についての新規参入者の認識

まず、新規参入者についてみていく。図 9－7 より、新規参入者は農作業労働、農業知識にとても苦労していた。また、農地整備についても苦労している傾向が見られた。一方で、地域との関係については苦労しておらず、良好な関係を築いていることが伺える。

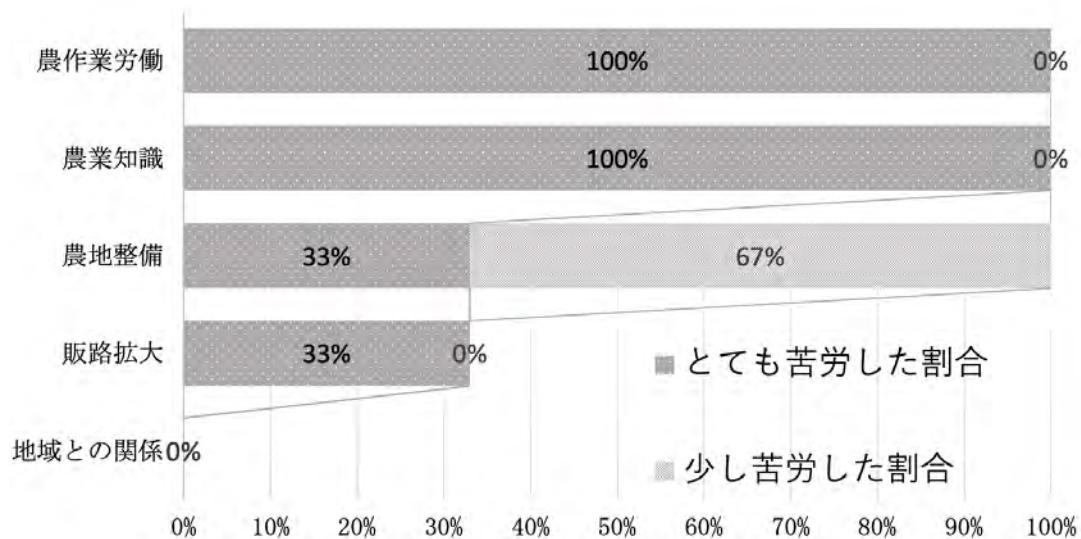


図 9－7 新規参入者が営農初期に苦勞したこと

出所) 質問票より筆者作成

注) 有効回答数は、新規参入者 3 名。

(3) 営農初期の苦勞についての後継者の認識

図 9－8 より、後継者も、農作業と農業知識に苦勞する傾向があることがわかった。ただし、「とても苦勞した割合」をみると、新規参入者より苦勞していないといえる。次に苦勞していたのは農地整備であった。地域との関係について苦勞している者もあり、後継者であるからといって地域との関係が当初から良好であると一概にはいえないことがわかった。

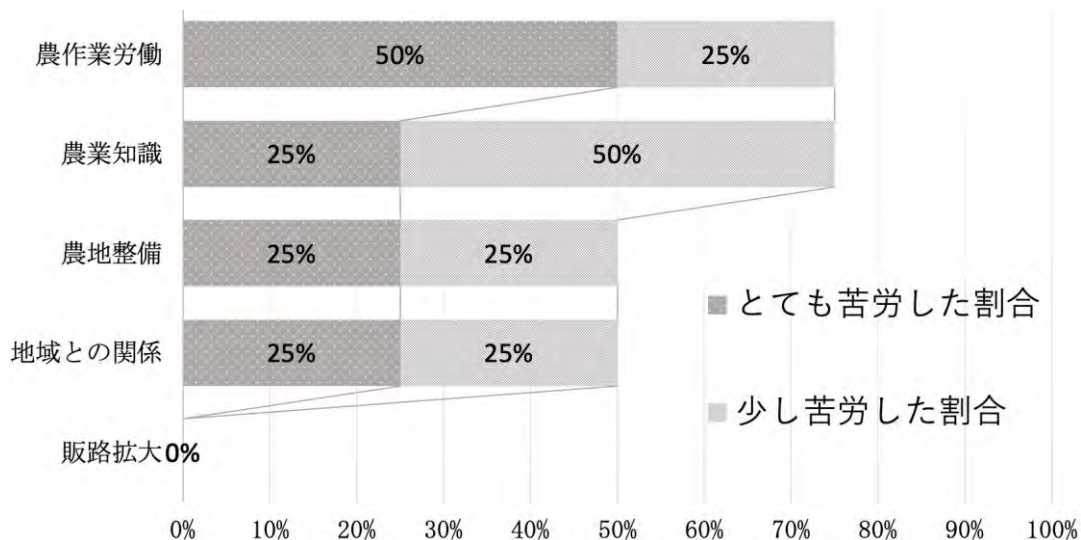


図 9－8 後継者が営農初期に苦勞したこと

出所) 質問票より筆者作成

注) 有効回答数は、後継者 4 名。

（４）営農初期についての考察

図 9－7，図 9－8 より，新規参入者も後継者も農作業労働，農業知識について苦労していた。販路拡大については苦労していないため，販売拡大などのマーケティングよりも安定的な生産体制の構築が重要であると言える。また，営農初期についてのヒアリング結果（表 9－7）を踏まえれば，表中「農業知識・農作業労働」より，実際の営農は研修と農作業労働の方法や必要な農業知識が異なり，研修で学んだ経験だけでは対応できないために苦労していると推察できる。これは「営農条件が就農地と研修先で異なるために追加的に必要な知識・技術の習熟が想定以上に大きな課題となる」という仮説と整合的といえる。また，仮説では触れていなかったが，表 9－7 の「地域との関係」より，地域の人間関係が大きな役割を果たしていることが明らかになった。つまり，営農で必要な追加的に営農技術の習熟は課題として存在し，これは対して地域農家とのコミュニケーションが大きな役割を果たしていると考えられる。

表 9－7 営農初期に関するヒアリング結果

分類	指摘内容と人物	ヒアリング内容
農業知識・農作業労働	研修との違い（C 氏）	研修では当たり前のように育っていくが，自分がやると枯れてしまった。
	営農の重要性（E 氏）	意外と 2 年の研修は短く自分でやらないと身にならない。研修と営農を並行してやるのがよいかもしれない。
	営農の難しさ（B 氏）	心の持ちようや雨が降るタイミングなどの感覚が重要で，これが金額に跳ね返ってくる。
	研修と営農の差（E 氏の親）	研修を受けるとなんでもできる気になるが，研修と営農は異なる。ここで挫折することがある。
	作付け計画の不備（研修受入農家）	就農 1 年目の理想と現実には差がある。具体的には，新規就農者の能力以上の過剰な作付けを計画してしまうことが多い。
地域との関係	仲間作り（研修受入農家）	農家であれば地域とのつながりがとても重要。消防団・町祭り・直売所の青年部で積極的な交流をさせている。
	機械の融通（D 氏）	普段仲良くしている方から大きな機械を借りることができて助かった。
	チーム白鷹（E 氏）	農業は個人戦にみえてチーム白鷹でやる団体戦。地域との密な関係が重要。
	先輩の知恵（B 氏）	心の持ちようや雨が降るタイミングなどは先輩農家から教えてもらった。
その他	就農資金の重要性（研修受入農家）	離農させないためには貯金が重要。これがないと農業所得が小さい頃に食べるのにも苦労する。

出所）筆者作成

5. 結び

本章では、新規就農の判断と課題について、就農段階ごとに、新規参入者と後継者を比較しつつ明らかにすることを目的とした。その結果は以下のとおりである。

「①就農決断前」の新規参入者と後継者は、農村のライフスタイルへの憧れや家業の継承のため以上に独立性を志向しており、自立経営を目指す人物であった。「②就農準備期」では、新規参入者は技術習得が課題である一方で、白鷹町では研修受入農家の貢献もあり農地や住宅の確保の課題は容易に解決していた。一方で、「②就農準備期」では、後継者に課題は特になかった。これは新規参入者と後継者では参入障壁が大きく異なることを意味しており、新規就農支援で新規参入者に対して手厚い支援をする白鷹町の方針が妥当であることを示す。「③営農初期」においては、新規参入者も後継者も農作業労働や農業知識を苦勞していた。これは営農初期の新規参入者・後継者の共通の課題が、販路拡大などのマーケティングよりも安定的な生産にあることを意味する。また、ヒアリングでは研修と営農には大きな差があることが指摘され、本質的に長期研修の拡充では学べず営農を通じてでしか習得できない技能・知識があることが示唆された。この営農で必要な技能の習熟は、地域農家とのコミュニケーションを通じて行われていると考えられる。

以上を踏まえ、白鷹町の支援については以下の提言をすることができる。「①就農決断前」への支援では、独立志向が強い者が新規就農しているため、就農を単に農業としてではなく起業や農業経営として打ち出していくことが潜在的な新規就農者に訴求する上で効果的であると考えられる。また、後継者は家業継承よりも独立を志向するなど農業経営に対する意識が高いため、新規就農支援の有望な対象とみなす必要があると考えられる。「②就農準備期」の新規参入者にとって必要な農地確保・住宅確保には民間の研修受入農家が大きな役割を果たしているが、白鷹町は1名に頼っているため持続可能性に不安が残る。新規参入者を農地・住宅の斡旋の面から支援する仕組みを整備する必要があると考えられる。「③営農初期」で新規就農者は営農技術の習熟に苦勞していたが、これは農業研修の拡充では解決できない可能性がある。そこで、営農初期の新規就農者は作付けを控えめに行い、営農と並行して卒業した研修先や地域農家で手伝いをすることが効果的と考えられる。作付けを控えめに行うことは、新規就農者にみられる過剰な作付計画「就農1年目の理想と現実」の解決にも役立つ。

注1) 農業の持続的な発展は、食料・農業・農村基本法（1999年）で述べられた食料の安定供給の確保、多面的機能の発揮、農村の振興と並ぶ4つの基本理念のひとつである。

注2) 農林水産省の新規就農者調査によれば、新規就農者について、新しく農業経営を開始する新規参入者親の農地を継承するなどして自営農業を開始する新規自営就農者、農業法人へ就職する新規雇用就農者に分けて定義している。本章で扱う新規自営就農者は、親や祖父の農地を継承した後継者であったため、本文では後継者と呼称している。

注3) 次世代の農業人材の育成を意図する農業次世代人材投資事業の交付要件の一つが、対象者が49歳以下である。

参考文献

- 1) 内山智裕（1999）：「農外からの新規参入の定着過程に関する考察」『農業経済研究』70(4), 184-192.
- 2) 江川章（2012）：「多様化する新規就農者の動向と就農支援の取組体制」『農林金融』65(11), 732-745.
- 3) 小笠原慎一・草野謙三（2014）：「新規参入者の経営活動実態と経営基盤確立への課題」『関東東海農業経

営研究』104, 67-72.

- 4) 柴崎浩平 (2019) : 「兵庫県下における新規就農者の定着傾向」『農業経営研究』57(2), 35-40.
- 5) 包薩日娜・服部俊宏 (2016) : 「新規参入者の農地確保における仲介者の役割」『農村計画学会誌』35, 259-265.
- 6) 白鷹町 (2020) : 「令和2年度白鷹町新規就農者育成支援事業実施要綱」
- 7) 全国新規就農相談センター (2017) : 「新規就農者の就農実態に関する調査結果」
- 8) 農林水産省 (2018) : 「平成30年度新規就農者調査」
- 9) 農林水産省 (2019) : 「令和元年度食料・農業・農村白書」
- 10) 農林水産省 (2020) : 「新規就農者の増加及び経営安定のための支援施策の状況」
- 11) 農林水産省 (2020) : 「令和二年度農業次世代人材投資事業実施要綱」

第10章 コミュニティセンター化による地域づくりの成果と課題

川瀬翔子

1. 背景

1) 日本の地方の状況

近年、日本では高齢化と地域コミュニティの衰退が著しく、特に地方において様々な社会問題が顕在化している。その要因として、東京への一極集中や地方財政の疲弊が指摘されている。

まず、東京への一極集中の現状については、埼玉、神奈川、東京、千葉を含む東京圏が国土全体に占める面積はわずか0.6%に過ぎないにもかかわらず、人口の3割弱が上記の4都県に在住している。また、東京圏への人口の流入は、減少傾向にはあるものの止まる気配は見せておらず(国土交通省, 2019)、地方から都市圏への人口の流入は今後も継続されることが予測される。これに伴って地方の財政力における疲弊が著しい。人口の減少に起因する税収の減少は地方財政の不安定化をもたらし、「住民に身近な行政サービスの担い手」たる地方自治体が、その責務であるところの社会保障や教育、社会資本の整備等の行政サービスを適切に提供することが困難な状況が生まれている(地方財政審議会, 2018)。

このような状況にあって、医療や介護、子育て、教育、警察、消防、ごみ処理、社会資本整備等の幅広い住民サービスを持続的、安定的に確保していくためには、各地方自治体を構成する地域コミュニティの再生と維持に取組み、地域経済を活性化することによって持続可能な地域社会を実現していくことが必要である。

2) 公民館運動とコミュニティセンター化

上記のような地域コミュニティの課題解決に重要な役割を果たしているのが、「地域の学習拠点」である公民館、並びに「地域の住民によって自主的に管理・運営され、コミュニティ活動のために使用される施設」であるコミュニティセンターである。前者は文部科学省、後者は総務省の管轄である。

公民館は、1949年に制定された社会教育法に基づき、1959年規定の「公民館の設置及び運営に関する基準」に則って設置される社会教育のための施設である。したがって、その主たる活動は「学習」「教育」に関わるものに制限される。例えば、講座の開設や講習会の開催、あるいは必要に応じて学校、社会教育施設、社会教育関係団体、NPO(特定非営利活動促進法に規定される特定非営利活動法人をいう)、その他の民間団体、関係行政機関等と共同して社会教育活動を行う等の方法により、多様な学習機会の提供に努めるものとされている(文部科学省, 2019)。

これに対して、1971年の自治省(現総務省)による「コミュニティに関する対策要綱」が策定された結果、全国に「モデル・コミュニティ」が設置されるのに合わせて建設が推進されたのが、コミュニティ活動の拠点たるコミュニティセンターである。コミュニティセンターは、地域の住民による自主的な管理・運営を基本とし、地域のあらゆる活動を行うことができる場である(高田, 2016)。したがって、その用途は公民館とは異なり社会教育的目的に制限されない。

社会教育を肝とする公民館と、地域コミュニティの活動の場であるコミュニティセンターの性質的な違いを踏まえた上で、公民館からコミュニティセンターに移行するという選択をする地方自治体は少なくない。地域経済を活性化し、住民が市民として地域社会に積極的に関与するために、ビジネスの視点も取り入れながらコミュニティセンターを中心とした地域づくりに取り組むという新たな方策が模索されている。

3) 地域自治と内発的発展

前述のように、都市部への人口集中と地方の過疎化、さらには人口減少や高齢化により、地方での集落機能や地域内自治の低下が指摘されて久しい。その結果として、空き家や耕作放棄地、害鳥獣の里山への出没が増加する現状を打開するため、地域活性化の取組みの必要性が認識されるようになってきている。

地域活性化に関する研究は数多く行われており、地域活性化を持続可能なものにするために必要な要素が明らかにされてきている。環境政策の実現可能性を地域社会における「合意形成」から検討した増田（2019）は、合意形成には〈持続可能な共同性〉と〈共同の動機〉という視点が契機として重要であることを指摘している。住民がこれらの視点を持つためには、〈経験的自発性〉、すなわち地域の共同の活動に参加する中で経験的に了解される自発性がカギとなる。増田はこれを〈参加のインボランタリー性〉と呼ぶ。

また、斎藤（2020）は、公民館活動の名のもとに行われている地域福祉ガバナンスについてスウェーデンと松江市の事例を比較しながら論じている。その中で、「新たな質の地域社会を形成していく内発性を基本要件」（右田，2005:17）とする地域福祉を考える枠組みとして、地域住民が地域活性化に主体的に関わる必要があり、その取組みが新たな共同社会をつくるきっかけになることを指摘している。

これら二つの研究を踏まえると、地域住民が、合意を形成し、主体的にかつ協働しながら地域の維持発展に取り組むことによって持続可能な地域活性化が可能となると言える。

4) 白鷹町東根地区の概況

(1) 白鷹町東根地区の人口動態と諸課題

人口は減少の一途をたどっており、平成 27 年には 2,547 人（国勢調査）であった。また、高齢化率も年々上昇し、平成 27 年には 34%となっている。「東陽の里づくり計画書（平成 30 年度版）」には白鷹町東根地区の課題として次の 6 つが示されている。多くの中山間地域と同様に、人口減少と高齢化による地域の自治力の低下が懸念されている。

表 10-1 白鷹町東根地区の課題

①急速な少子高齢化に伴う人口減少と集落機能低下	②農業振興と農業後継者確保
③高齢者の増加と生活不安対策	④荒廃農地対策と有害鳥獣対策
⑤雇用の場確保と交流事業による結婚支援対策	⑥景観の保存と空き家対策

出所：東陽の里づくり計画書（平成 30 年度版）

(2) 「東陽の里づくり計画」の推進と「東陽の里づくり協議会」の組織

上記の諸課題を解決するため、東根地区では平成 27 年度（2015 年度）に『東陽の里づくり計画』を策定し、住民主体の地域自治の拡充に向けた取組みの推進を始めた。具体的には、①町内の公民館がコミュニティセンターに移行、②放課後児童クラブが 2 か所に増設、③空き家バンク事業が開始、④地域おこし協力隊の募集を開始、など様々な施策がとられている。

白鷹町東根地区において、コミュニティセンターの管理・運営を担っているのが「東陽の里づくり協議会」である。東陽の里づくり協議会（2015 年 10 月 9 日法人格取得）は、会長・副会長会のもと、総会、理事会、推進委員会が組織され、4 つの専門部会が地域における活動を実質的に主導している（本

章4節1) (1)参照)。東陽の里づくり協議会は、コミュニティセンターを運営する地域経営主体であり、4つの構想部を組織して白鷹町東根地区内の地域づくり活動を主導している。

2. 課題設定

1) 問題意識

前節で述べたとおり、全国的な高齢化に伴う地域力の低下に対し、公民館による社会教育を通じた地域コミュニティの活性化の限界を感じる地方自治体によって、公民館に変わる地域活動の拠点としてコミュニティセンターが設置され、市民が中心となり、より包括的な視点から地域の課題にアプローチがなされるようになった。しかし、公民館からコミュニティセンターに移行したことが地域に実質的な違いをもたらしたのかという点については、コミュニティセンターに移行した後も公民館の継続性を無視し得ないという結果が示されている(浅野ら, 2008)。すなわち、コミュニティセンターへの移行によって、自治体サイドが期待した、市民を中心とするより包括的な地域課題へのアプローチがもたらされるとは限らないのである。したがって、コミュニティセンターへの移行によって地域コミュニティの活性化が実際に推進されるかを検証することによって、コミュニティセンターへの移行が日本の地方の衰退に歯止めをかける有効な施策となり得るか、また、施策としての有効性を高めるための具体的な改善策について検討することが必要である。

2) 課題設定

本章では、上述の問題意識を踏まえ、白鷹町東根地区を対象としてコミュニティセンター化の実態を明らかにし、その意義を検討することを課題とする。具体的には、コミュニティセンターへの移行前後における変化として、次の3点を明らかにする。第一に、地域づくり活動に関する地域的な意思決定や合意形成のあり方の変化を明らかにする。第二に、地域づくり活動の取組みの内容及び成果における変化を明らかにする。第三に、住民の地域活動への参画状況や意識の変化を明らかにする。最後に、以上の実態把握をもとに、コミュニティセンターへの移行の意義を検討する。

白鷹町東根地区では、2015年度に公民館からコミュニティセンターへの移行がおこなわれ、地域住民が地域自治に果たす役割の拡充が目指されている。しかし、移行から5年が経過した2020年現在、移行による地域づくりへの影響についての客観的調査は行われていない。

白鷹町東根地区を調査の対象として選定した理由は、次の通りである。1) コミュニティセンターへの移行の経緯や過程を知る関係者が在任中であり、移行の過程を詳細に明らかにすることが比較的容易である。また、2) 移行から5年が経過し、コミュニティセンターへの移行による地域の変化や、コミュニティセンターを中心とした地域づくりの課題を検討するのに適した時期にある。さらに、3) 白鷹町東根地区は従来から活発な地域活動が報告されており、コミュニティセンターへの移行前後の動態的な変化を捉えやすく、また検討する価値が高い。

3) 検証する項目に対する仮説

前節の課題に対応した仮説を示す。

第一に、コミュニティセンターへの移行に伴い、行政施設であるコミュニティセンターの管理・運営が地域住民を主体とする指定管理者団体に委託されることにより、地域の共有財産たるコミュニティセンターを管理・運営する主体として「市民としての自主性と責任を自覚した個人および家庭」が積極的

に地域づくりに関与していくと想定されるため、地域づくりにおける意思決定が行政（白鷹町）主導から地域住民主導へと一定程度移動する。よって、意思決定の枠組みがボトムアップ型へ変化するとともに、地域づくり活動全般への意思決定における住民の主体性が増大した。

第二に、コミュニティセンターへの移行前後の地域づくり活動の内容及び成果について、公民館（文部科学省管轄）がコミュニティセンター（総務省管轄）に移行したことで、行政と連携しつつ住民が主体となって取り組める課題が多様化する^{注1)}ため、地域内で地域課題の整理や解決策の検討・発信が盛んになった。

最後に、移行前後の住民の地域活動への参画状況や意識について、コミュニティセンターへの移行に伴い住民主体の地域づくり活動の課題設定の幅が広がり、東陽の里づくり協議会を中心としてより包括的な地域課題の解決に向けて住民が主体的に取り組む仕組みが構築されたことで、地域住民が参加する地域づくり活動の多様性が向上し、また地域活動へ住民の意見がより反映されやすくなった。さらに、地域づくり活動に対する地域住民の意欲や関与度合が向上した。

以上より、本章では、コミュニティセンターへの移行によって生じた変化として、次の3つの仮説を検証する。

仮説1：地域づくり活動の意思決定がボトムアップ型へ変化し、意思決定に関与する住民の主体性が向上した。

仮説2：地域内で地域課題の整理や解決策の検討・発信が盛んになった。

仮説3：地域住民が参加する地域づくり活動の多様性が向上し、活動へ意見がより反映されやすくなった。また、地域づくり活動に対する地域住民の意欲や関与度合が向上した。

3. 調査内容と仮説検証の方法

1) 調査内容

表10-2は、以下で述べる調査対象と質問項目を整理したものである。

表10-2 調査内容

対象	調査数	質問項目
地域活動の代表者	23	・各地域活動の活動内容 ・意思決定の方法 ・代表者の選定方法 ・コミュニティセンターへの関与
東陽の里づくり協議会	1	・東陽の里づくり協議会の組織・沿革 ・東陽の里づくり協議会が東根地区の課題解決に果たす役割
白鷹町企画政策課	1	・コミュニティセンターへの移行 ・地域活動への支援の状況
山形県置賜総合支庁農村計画課	1	・住民の地域づくりに向けた話し合いの支援
地域住民（世帯主）	27	・自身の地域活動への意識・参与 ・地域全体としての地域活動への参加しやすさ・活性化
地域住民（家族）	17	・自身の地域活動への意識・参与 ・地域全体としての地域活動への参加しやすさ・活性化

まず、月次で発行されるコミュニティセンター報「広報ひがしね」を参照してリストアップした地域活動団体23件の代表者へアンケート調査表を配布し、22件から回答を得た（回答率95.7%）。東陽

の里づくり協議会へは、アンケート調査表を郵送したのち、web 面談形式での聞き取り調査を行ない、コミュニティセンター長及び公民館時代から事務を担う事務局長より回答を得た。白鷹町企画政策課へも同様に、アンケート調査表を郵送したのち、web 面談形式での聞き取り調査を行ない、白鷹町内のコミュニティセンターを担当する職員より回答を得た。山形県置賜総合支庁に対しても、アンケート調査表を郵送したのち、web 面談形式での聞き取り調査を行ない、東陽の里づくり計画書の見直しを支援している山形県庁職員より回答を得た。東根地区の住民へは、アンケート調査票を配布し、農家の世帯主 27 名（回答率 87.1%）、並びにその家族 17 名（回答率 54.8%）から回答を得た。

2) 仮説検証の方法

(1) 仮説 1：合意形成の在り方の変化

仮説 1 を検証するため、コミュニティセンターへの移行前後における、地域づくり活動に関する地域の意思決定や合意形成の構造を確認し、地域づくり活動に関与する組織および団体の実質的な役割を検討する。

地域づくりに関する意思決定や合意形成の構造の確認のため、(1) 東陽の里づくり協議会の事務局長、ならびにコミュニティセンター長への聞き取り調査を行い、東陽の里づくり協議会の組織やその活動内容を確認する。地域づくり活動に関与する組織および団体の実質的な役割は、(2) 地域活動の代表者へのアンケート、ならびに協議会の中心メンバー（会長・副会長）への聞き取り調査を行い、地域づくり活動の意思決定に実質的に関与する団体の数や積極性・活動への関与度合を確認する。なお、地域づくり活動の意思決定に実質的に関与する団体の数および積極性については、地域活動の代表者へのアンケートにおいて「協議会の活動への参加有無および参加頻度」から評価する。また、地域活動づくりの意思決定に実質的に関与する団体の関与度合については、各地域活動団体が分科会において果たす役割から評価する。

(2) 仮説 2：地域活性化の取組み内容と成果における変化

仮説 2 を検証するため、まず、各地域活動とコミュニティセンター（旧公民館）との関係性を明らかにする。次に、コミュニティセンター移行前後の地域活動における変化を確認する。さらに、地域づくり活動と行政との連携構造について検討する。

各地域活動とコミュニティセンターとの関係性は、(1) コミュニティセンター事務局、ならびに地域活動の代表者へアンケート調査を行い、コミュニティセンターの利用頻度や利用場面から評価する。コミュニティセンター移行前後の各地域づくり活動における変化は、(2) 地域活動の代表者へアンケート調査を行い、コミュニティセンター移行によって地域づくり活動に生じた変化から評価する。地域づくり活動と行政との連携構造は、(3) 地域活動の代表者（区長）、ならびに白鷹町役場への聞き取り調査を行い、地域活動に対する行政の支援や行政から地域活動への要請等から把握する。

(3) 仮説 3：地域住民の地域づくり活動への参画や意識における変化

仮説 3 を検証するために、地域住民にアンケート調査を行い、東陽の里づくり協議会の設置、ならびに公民館からコミュニティセンターへの移行によって、地域づくり活動における合意形成のあり方や各地域活動の取組み内容の変化が生まれているか、また、住民自身の地域活動への参画や意識における変化があったか、地域住民の評価を検討する。

4. 結果

1) 仮説1：地域づくり活動に関する合意形成の在り方の変化

(1) 白鷹町東根地区における東陽の里づくり協議会の組織と機能

公民館から東陽の里づくり協議会への移行経緯，東陽の里づくり協議会の組織構造と地域づくり活動における機能を整理した結果を示す。

東陽の里づくり協議会によると，白鷹町東根地区においては，地域の人口減少やそれに伴う地域課題の変化に対応するため，公民館で主導的に取り組まれていた「生涯学習事業に加え，防災や福祉，地域課題解決，地域活性化に取り組める総合的な地域づくりの拠点」としてコミュニティセンターが設置されることが決まった。本章1節2) で述べたように，コミュニティセンターは行政ではなく地域住民主体の経営体が管理運営を担うことが求められている。そこで，地区経営主体設立に向けた準備委員会が2014年度に発足し，地区経営主体の立ち上げと地区計画書の策定が進められた。その後，2015年度に「東陽の里づくり協議会」が地域住民主体の経営体として組織され（図10-1），「東陽の里づくり計画書」が採択されたことで，コミュニティセンターの運用が始まった。

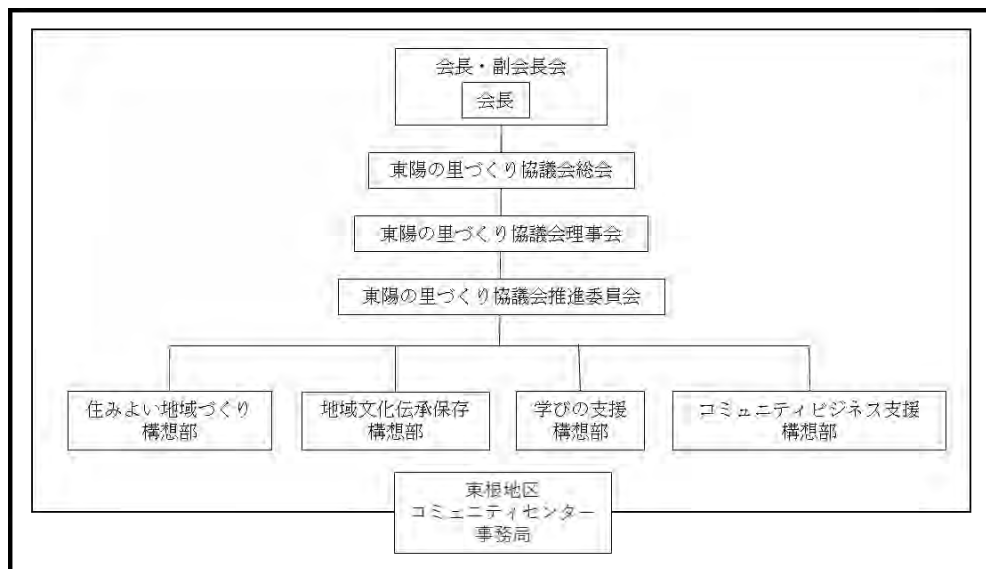


図10-1 東陽の里づくり協議会機構図

出所) 東陽の里づくり協議会の資料にもとづき，一部筆者修正

東陽の里づくり協議会は，会長・副会長会，総会，理事会，推進委員会から構成され，4つの構想部が実質的な地域における活動を主導している。東陽の里づくり協議会を構成する会長・副会長会，理事会，推進委員会，総会のそれぞれの構成メンバーを整理した（表10-3）。

会長・副会長会は東根地区内の小山沢区・広野区・浅立区・町下区・杉沢区の5区の区長から構成される。区長会の互選によって，東陽の里づくり協議会の会長が選出される。

理事会は5地区のそれぞれから選出される学識経験者男女各1名ずつ，計10名に加え，スポーツ振興会長・婦人会長・消防第5分団長の3名が各種地域活動の代表者としてメンバーとなっている。理事会メンバーは後述の各構想部において重要な役割を担っている。推進委員会は，東陽の里づくり協議会副会長4名の中から選ばれた1名を委員長に，各構想部の部長，地域文化伝承保存構想部およびコミュニティビジネス支援構想部の副部長，コミュニティセンターセンター長，コミュニティセンタ

一事務局長が構成メンバーである。推進委員会には東陽の里づくり計画書の策定に中心的に関わっている理事会メンバーが含まれており、実質的な地区計画の策定・推進をおこなう組織である。東陽の里づくり協議会の4構想部の部長・副部長が含まれていることから、構想部間の横のつながりを集約し、地域計画の策定や改訂、計画の推進をおこなう役割を担っている。

表10-3 東陽の里づくり協議会を構成する各組織のメンバー

名称	メンバー
1) 会長・副会長会	小山沢区・広野区・浅立区・町下区・杉沢区の区長（計5名）
2) 理事会	5地区から各地区2名ずつ ^{注2)} 、婦人会会長、消防第5分団長、スポーツ振興会会長 ^{注3)} （計13名）
3) 推進委員会	協議会副会長（1名）、各構想部の部長（計4名）、地域文化伝承保存構想部、及びコミュニティビジネス支援構想部の副部長（計2名）、コミュニティセンター長（1名）、コミュニティセンター事務局長（1名）
4) 総会	理事会メンバー（13名）、推進委員会メンバー（9名）、4構想部メンバー、スポーツ振興会代表（副会長及び事務局長）、婦人会代表（副会長及び会計担当）、各地区子ども会育成会代表、消防団副分団長各部長、各地区若妻会各代表、東根小学校PTA会長、ひがしね保育園保護者会長、民生委員児童委員、防犯協会支部長、健康づくり推進員正副会長、長井地区安全協会正副支部長

出所）東陽の里づくり協議会への聞き取りより筆者作成

推進委員会により策定された計画案は、理事会決議にかけられた後に地域計画として正式に決定される。推進委員会の会議は月に1度の頻度で開催されている。推進委員会の決議を受けて開催される理事会は、年3回の定例会に加えて臨時会がおこなわれ、年に計7～8回程度の会議が通例である。

総会は年に1度開催され、会長・副会長会、理事会、推進委員会、各構想部のメンバーに加えてスポーツ振興会の副会長及び事務局長、婦人会副会長及び会計担当、各地区子ども会育成会代表^{注4)}、消防団副分団長各部長、各地区若妻会各代表^{注5)}、ひがしね保育園保護者会長、東根小学校PTA会長、民生委員児童委員、健康づくり推進員正副会長、長井地区安全協会正副支部長、防犯協会支部長が出席する。東陽の里づくり協議会の1年間の活動報告や地域計画の共有が主な議題である。

理事会の主導によって地域づくり計画が策定され、総会で採択される。採択された地域づくり計画は、4つの構想部によって具体的な地域づくり活動に落とし込まれ、実際の活動に繋がる（表10-4）。

各部会による具体的な活動について、住みよい地域づくり構想部とコミュニティビジネス支援構想部が共同で取り組んでいる地区PR事業は、2020年度に新たに立ち上がった事業である。白鷹町東根地区をPRするため、フリーペーパーの発行をおこなって地域内外に配布する計画を持っている。

地域文化伝承保存構想部の主催による四獅子舞の祭典は、2019年度から開始され、地区を挙げての祭典となった。もともと、東根地区内には諏訪神社、広野観音、熊野神社、立岩七星神社、雷神社の5つの神社が存在し、それぞれの神社で個別に獅子舞の奉納をおこなっていた。しかし、神事が同じ日に行われることが多く、隣接しているにもかかわらず他町内の神社の獅子舞を見る機会がないことが指摘されていた。そこで、東陽の里づくり協議会の地域文化伝承保存事業の一環として、すべての神社の志士が一堂に会して獅子舞をおこなう企画が立ち上がった。東根地区コミュニティセンター、及び東陽の里グラウンドを会場として、出店や創作教室、農業生産者による料理の提供などがおこなわれたほか、各神社の獅子連による獅子舞が披露され、当日は地域内外から500名を超える人が訪れた。

表 10-4 東陽の里づくり協議会の各構想部における活動内容

名称	構想部の主な活動内容
1) 住みよい地域づくり構想部	・東陽の里まつりの開催 ※中止 ・環境講座(3/7に予定) ・受動喫煙防止講演会 ・コミセン敷地内禁煙 ・地区PR事業 (コミュニティビジネス支援構想部と共催)
2) 地域文化伝承保存構想部	・四獅子舞の祭典 ※中止 ・地区内史跡マップ作製 ・昨年度の四獅子舞の祭典のビデオからDVD作成・寄贈 ・新春のつどいの開催
3) 学びの支援構想部	・生涯学習の推進 (ひがしね東陽塾, 家庭教育事業, 各種学級の開催) ・ほろ酔いコンサート ・生涯スポーツの推進 ※中止 ・地域づくり研修会の開催
4) コミュニティビジネス支援構想部	・東陽の里カフェレストラン開店へ向けた取組み ・東根の食材を使った料理コンテスト ・地区PR事業 (住みよい地域づくり構想部と共催)

出所) 東陽の里づくり協議会への聞き取りより筆者作成

学びの支援構想部においては、公民館時代から取り組まれているひがしね東陽塾や各種学級活動を通じた生涯学習の推進や、生涯スポーツの推進の一環として地区スポーツ大会の開催をおこなっている。また、年に1度、地域づくり研修会を開催し、各町内の分館や子ども会育成会の事業報告及び、後援会の企画に取り組んでいる。講演会は、年ごとにテーマを選定し、そのテーマに沿った内容について有識者や関係者を招いて講演や研修をおこなうものであり、例えば、平成27年度に地区内の防災ハザードマップ作成に取り組んだ折には防災をテーマとして研修を行ったという。

コミュニティビジネス支援構想部は、東陽の里づくり協議会の活動拠点であるコミュニティセンターを活用して地域の魅力を発信するための事業を実施することを目的として活動している。コミュニティセンター内にカフェを併設して地域内外の人々を呼び込む計画を立てており、手打ちそばを提供するレストランを併設している米沢市内のコミュニティセンターへ視察に訪れるなど計画の実現に向けての活動を推進している。

以上、公民館からコミュニティセンターへの移行経緯、東陽の里づくり協議会の組織構造と地域づくり活動における機能を整理した。これより、コミュニティセンターへの移行以前は、各地域活動団体が個別に防災やコミュニティ内の交流の促進等の地域課題の解決を行っていたのに対して、地域全体で課題解決に取り組む枠組みが整備され、より包括的な課題へのアプローチが行われるようになったことが示された。その具体例として、東陽の里づくり協議会の地域住民が主体となった4つの構想部会によって、地域全体を巻き込んだ地域づくり活動が活性化している。よって、本章の仮説1について、前半部分の「地域づくり活動の意思決定がボトムアップ型へ変化」したことが確かめられた。

(2) 地域づくり活動に関与する組織および団体の実質的な役割

各地域活動団体の地域づくり活動の意思決定への実質的な関与度合いについて、各地域活動団体が構想部において果たす役割から評価する。地域計画の実質的な推進を担う4構想部のメンバーを確認した(表10-5)。

表 10-5 東陽の里づくり協議会の各構想部のメンバー

名称	専門部会のメンバー
1) 住みよい地域づくり構想部	・ 東陽の里づくり協議会理事 ・ 各分館分館長, 書記
2) 地域文化伝承保存構想部	・ 東陽の里づくり協議会理事 (消防団第 5 分団長を含む) ・ 各分館分館長, 書記
3) 学びの支援構想部	・ 東陽の里づくり協議会理事 (スポーツ振興会会長を含む) ・ 各分館分館長, 書記
4) コミュニティビジネス支援構想部	・ 東陽の里づくり協議会理事 (婦人会会長を含む) ・ 各分館分館長, 書記

出所) 東陽の里づくり協議会への聞き取りより筆者作成

東根地区には、東根地区コミュニティセンターに加えて 9 つの分館が存在する。小山沢区、広野区、町下区に各 1 館ずつ、浅立区に 2 館、杉沢区に 4 館の計 9 館である。それぞれの分館の分館長と書記 1 名ずつ、計 18 名が 4 構想部に分かれて所属しているほか、東陽の里づくり協議会の理事 13 名が 4 部会に分かれて参加している。そのうち各地域活動の代表者として理事会を構成しているスポーツ振興会会長、婦人会会長、消防団第 5 分団長の 3 名はそれぞれ、活動内容と連関のある学びの支援構想部、コミュニティビジネス支援構想部、地域文化伝承保存構想部に所属している。

以上を踏まえると、各地域活動主体の中で地域づくり計画の推進に中心にかかわっている地域活動団体は自治会、スポーツ振興会、婦人会、消防団の 4 組織である。コミュニティセンターへの移行によって、自治会に限らず、具体的な活動を行っている主要な団体が複数地域づくり活動に参加していることから、本章の仮説 1 の後半部分「意思決定に関与する住民の主体性が向上」したことが確かめられた。

2) 仮説 2 : 地域活性化の取り組み内容と成果における変化

(1) 地域活動とコミュニティセンターとの関係性

東根地区コミュニティセンターへの聞き取りによると、コミュニティセンターの利用頻度が高いのは、東根地区の区長会（小山沢区・広野区・浅立区・町下区・杉沢区の 5 区の区長が集まる区長会）、東根地区子ども会育成会（小山沢区・広野区・浅立区・町下区・杉沢区の子ども会育成会の代表者が集まる会合）、消防団、婦人会、スポーツ振興会、健康づくり推進員、民生委員・児童委員、畔藤財産区、永井地区交通安全協会東根支部の各団体であった。各区内での集会や子ども会育成会の活動は分館で行われており、東根地区コミュニティセンターは使用されない。また、各地区の若妻会、ひがしね保育園保護者会、東根小学校 P T A 等の地域活動団体はコミュニティセンターの使用頻度が低い。コミュニティセンターの利用頻度が高い東根地区の区長会、東根地区子ども会育成会、消防団、婦人会、スポーツ振興会、健康づくり推進員、民生委員・児童委員、畔藤財産区、永井地区交通安全協会東根支部の各団体には公民館からコミュニティセンターへの移行に伴う影響がより顕著に表れていると考えられる。

(2) 各地域活動団体における変化

東陽の里づくり協議会の総会に参加している 23 の地域活動団体を対象に、コミュニティセンターへの移行前後における意思決定や活動内容、参加者の意識等の変化の有無を調査した。

まず、2015 年度に「東陽の里づくり計画書」が策定されてコミュニティセンターに移行した前後に、団体の活動に変化があったかどうかを調査した。その結果、23 団体（コミュニティセンター事務局を含

表 10-6 コミュニティセンターへの移行前後での活動における変化の有無

コミュニティセンターへの移行前後で活動に変化があったと回答した地域活動団体	自治会（小山沢区，広野区，浅立区，町下区，杉沢区） 子ども会育成会（浅立区），東根小学校 PTA， ひがしね保育園保護者会，スポーツ振興会， 健康づくり推進員，消防団，婦人会，若妻会，財産区（浅立区）
コミュニティセンターへの移行前後で活動に変化がなかったと回答した地域活動団体	子ども会育成会（小山沢区，広野区，町下区，杉沢区） 東根地区民児協，白鷹町民主委員児童委員協議会， 永井地区交通安全協会東根支部，財産区（畔藤：小山沢区，町下区，杉沢区）
無回答	コミュニティセンター事務局

出所）東陽の里づくり協議会への聞き取りにもとづき筆者作成

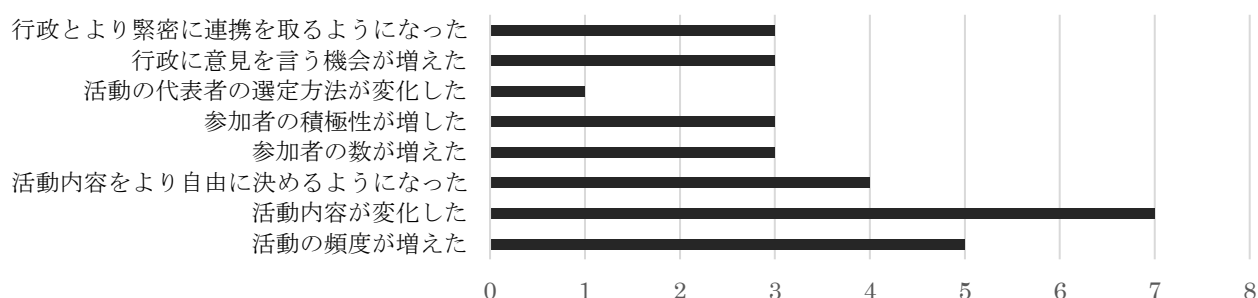


図 10-2 コミュニティセンターへの移行前後における活動の変化

出所）地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

む）中 14 団体が活動に何らかの変化があったと回答した（表 10-6）。これらの団体について，具体的な変化の内容に関する回答を図 10-2 に整理した。

これを見ると，変化があったと回答した 14 団体中 7 団体が活動内容における変化を報告しているほか，活動の頻度の増加や，活動内容のより自由な決定など，地域活動の活性化を示唆する項目についても変化が見られた。「活動の頻度が増えた」「活動内容が変化した」「活動内容をより自由に決めるようになった」の 3 項目について，より具体的な変化として，東陽の里づくり協議会の 4 構想部の発足に伴って活動内容が具体化され，活動の幅が広がったという意見や，毎月の定例会が開催されるようになった，地域の行事への参加がより積極的に行われるようになった等の意見があった（表 10-7）。

表 10-7 コミュニティセンターへの移行前後における活動の変化の具体的内容

「活動の頻度が増えた」 「活動内容が変化した」 「活動内容をより自由に決めるようになった」を選択した各地域活動における具体的な変化	・ 区長としてコミュニティセンターの運営に主体的に関わるようになったため，毎月定例会を行うことになった。（自治会） ・ 予算面で行政からの制約が少なく使用できるようになった。（自治会） ・ 数年前に帰郷したが，以前に比べて（地域が）明るくなり，（地域活動の内容が）明確になった。（東根小学校 PTA） ・ 若い人も参加しやすい新しい事業が増えた。（ひがしね保育園保護者会） ・ コミュニティセンター化にともない，構想部ごとに活動するようになったことで，地域活動に参加しているメンバーの団体を超えた繋がりが生まれた（健康づくり推進員）。また，活動の幅が広がった。（消防団） ・ コミセンまつりやサッカー大会の売店協力など，コミセン事業に協力する機会が増えた。（婦人会）
---	--

出所）地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

表 10-8 コミュニティセンターへの移行前後における行政との関係性の変化の具体的内容

「行政に意見を言う機会が増えた」「行政とより緊密に連携を取るようになった」を選択した地域活動における具体的内容	・（行政サービスの）受託団体（者）として行政担当者との相談・情報交換の機会が増えた（自治会） ・ 4 地区合同獅子舞推進について町全体でできないか検討してもらった。町の南玄関口に位置するのが東根地区ということで大きな看板（町の入り口）を設置するなどの働きかけをした。（自治会） ・ カフェレストラン構想立ち上げのためのコミュニティセンターの台所やトイレの改修などに関して予算決定を見ることができた。（自治会） ・ 行政サービスに対する一方的な文句ではなく、相互に意見の交換がおこなわれることが増えた。（東根小学校 PTA）
---	--

出所）地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

また、「行政に意見を言う機会が増えた」「行政とより緊密に連携を取るようになった」の 2 項目の具体的な内容として、行政担当者との相談・情報交換の機会が増えた、より建設的な議論が行えるようになった等、地域活動団体と行政との間でより円滑なコミュニケーションが図られるようになったことが示された（表 10-8）。

次に、コミュニティセンターへの移行に先立ち制定された「東陽の里づくり計画書」の策定に関して、説明会への参加の有無や、コミュニティセンターへの移行に対する当時の期待度について述べる。

地域活動団体へのアンケート結果より、「東陽の里づくり計画書」の策定に先立って開催された説明会には、23 団体中 10 団体の代表者が少なくとも 1 回以上参加していた（図 10-3）。一方、1 度も説明会に参加していない地域活動の代表者が 11 名いた。これは、地域活動の代表者の任期が 1~3 年と比較的短く、5 年前の説明会開催時には代表者の立場にいなかった場合も含まれており、実際には前任の代表者が説明会へ参加している場合もあると考えられる。

続いて、説明会に参加した 10 名を対象に「コミュニティセンターへの移行の狙い」が十分に説明されていたのかを調査したところ、「どちらともいえない」が 4 件、「やや不十分だった」が 1 件であった。したがって、コミュニティセンターへの移行が決定される前後では、地域におけるコミュニティセンター化の狙いへの理解が不十分であった（図 10-4）。

さらに、コミュニティセンター化が地域の活性化にもたらす効果についての当時の期待度を調べたところ、「期待していた」との回答は約 2 割で、6 割前後は「どちらともいえない」であった（図 10-5）。コミュニティセンター化に期待していた効果としては、「人口減少に伴う沈滞化に歯止めがかかる可能性があること」や「行政とのつながり、町との連携」の面で進展が見られること等があげられる。

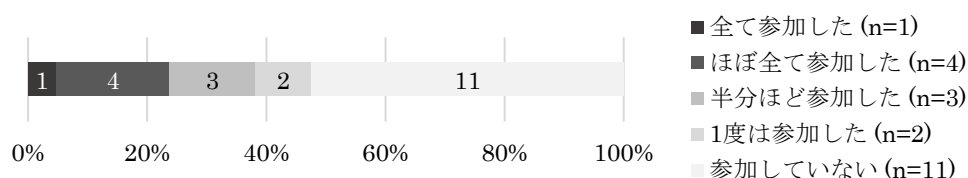


図 10-3 「東陽の里づくり計画書」の策定にあたり実施された説明会への参加の有無

出所）地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

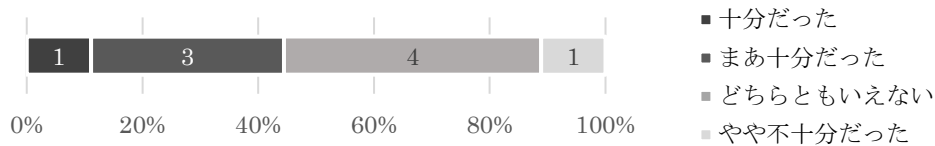


図10-4 説明会での「コミュニティセンターへの移行の狙い」に関する説明は十分だったか
出所) 地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

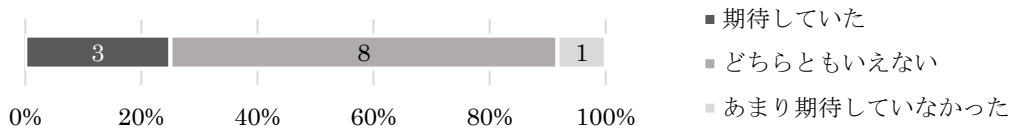


図10-5 コミュニティセンター化が地域の活性化にもたらす効果についての期待度
出所) 地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

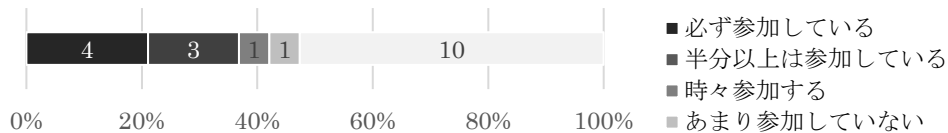


図10-6 「東陽の里づくり計画書」の見直しに関する会議への参加頻度
出所) 地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

東陽の里づくり協議会では、コミュニティセンター化から3年という節目を経て、現在、地域計画により実効性を持たせるために「東陽の里づくり計画書」の見直しが行われている。現在の計画書の見直しに関する会議への参加頻度については、「必ず参加している」「ほぼ毎回参加している」「時々参加する」を合わせて参加率は40%弱であった（図10-6）。

参加する理由を表10-9に整理した。「自分たちが関わることで他人事ではなくなる」という意見や「若い人たちの意見も伝えたい」という意見からは、地域活動の代表者が地域の課題解決に前向きに取り組む姿勢を有し、積極的に地域づくりに関わろうとしていることが読み取れる。本章4節1)で確認したボトムアップ型の地域の合意形成の構造が、地域住民の地域づくりへの積極的な関与につながっていることが再確認された。

表10-9 「東陽の里づくり計画書」の見直しに積極的に参加する理由／あまり参加しない理由

計画書の見直しに積極的に参加する理由	計画書の見直しにあまり参加しない理由
・ 地域の活性化が最重要であり、運営の主体者として見直しに参加するのは当然。 ・ 計画の具体化に向けて課題の共有が必要。 ・ 自分たちが関わることで他人事ではなくなる。 ・ 地域の活性化にとって重要だと思うから。 ・ その年の会長が参加しているため。 ・ 関係者がほぼ退職者なので未来人としての意見が必要。 ・ 本当は働き盛りが計画書作成の中心になってほしい。 ・ 若い人たちの意見も伝えたいと思うから。 ・ 地元のために何かできるのでは、と思うから。 ・ 同志を見つけるため。	・ グループの活動内容と関係がないから。 ・ 会議自体知る機会がなかった。 ・ 「東陽の里づくり計画書」というものの存在を知らないし、見直しが行われることも知らない。 ・ 仕事が長引くと、会議開始時間までに余裕が持てないことがある。 ・ 今年は新型コロナウイルス感染防止のため、集まりがない。

出所) 地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

表 10-10 「東陽の里づくり計画書」の見直しの過程での活動における変化の有無

計画書の見直しに関与する中で活動に変化があったと回答した地域活動団体	自治会（小山沢区、広野区、浅立区、町下区）東根小学校 PTA、消防団、婦人会、財産区（浅立区）
活動に変化がなかったと回答した地域活動団体	自治会（杉沢区）、子ども会育成会（小山沢区、広野区、浅立区、町下区、杉沢区）、ひがしね保育園保護者会、スポーツ振興会、健康づくり推進員、若妻会、東根地区民児協、白鷹町民主委員児童委員協議会、永井地区交通安全協会東根支部、財産区（畔藤：小山沢区、町下区、杉沢区）
無回答	コミュニティセンター事務局

出所）東陽の里づくり協議会への聞き取りより筆者作成

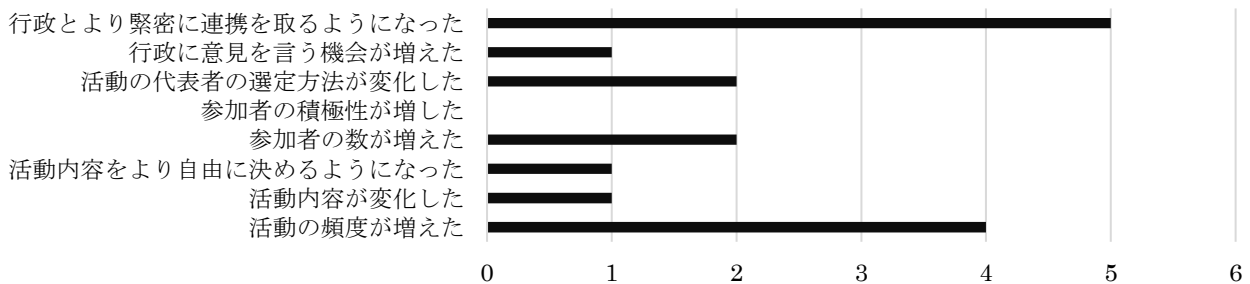


図 10-7 「東陽の里づくり計画書」の見直しの過程での活動における変化の具体的な内容

出所）東陽の里づくり協議会への聞き取りより筆者作成

表 10-11 計画書の見直しに関与する中で生じた活動の変化の具体的な内容

「活動の頻度が増えた」 「活動内容が変化した」 「活動内容をより自由に決めるようになった」を選択した地域活動における具体的な変化	・ 専門部・推進委員会を設置して活動しており、PDCA 活動が必要とされるようになってきた。 ・ 自分たちの活動が地区民のために役立っているという実感が伴うことにより、生き生きと活動することができるようになってきた。 ・ 例）コミュニティビジネス支援構想部におけるカフェレストラン開業に向けた試食会（地元産食材使用）の実施／地域文化伝承保存構想部では全地区合同獅子舞で 500 名ほどの参観者があり喜ばれた ・ 社会の変化に対応するため活動の内容を見直す必要が生じたため、予算処置の見直し等で回数が増した。 ・ 協議会の副会長としての立場からは、会議等の頻度は増えていると思われる。 ・ 地域活動団体特有の活動（例：消防団の防災活動）と東陽の里づくり協議会の各構想部の活動がそれぞれ別のタイミングで行われるため、その双方に参加している。 ・ それぞれの部会で集まって、今までの取組みより細部に分かれるため、自分のやるべきことが見えてきた。
--	---

出所）地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

コミュニティセンターへの移行から 3 年が経過する中で、地域活動における住民の主体性がどの程度向上したのかについて、計画書の見直しに関与する中で何らかの活動の変化が生じた団体は、表 10-10 示されている通り 8 団体であった。また、活動に特に変化はなかったと回答した団体はすべて、「東陽の里づくり計画書」の見直しに一度も参加したことがないと回答した。

表 10-12 コミュニティセンターへの移行前後における行政との関係性の変化の具体的内容

「行政に意見を言う機会が増えた」「行政とより緊密に連携を取るようになった」を選択した地域活動団体の具体的内容	・ コミセンの大改修（トイレ、台所他）は以前からの要望事項だったものが、今年度（2020 年）認められ 6900 万円ほどの補助金が決定した。これは、理想事業の 1 つであり、実現は難しいと思っていたのが実現した。まさに行政への働きかけと連携が密になった成果。 ・ 課題が生じた時に誰に相談すればよいのか、担当者（責任者）を知ることができた。
--	--

出所）地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

活動に何らかの変化があったと回答した団体について、その具体的な内容を図 10-7 に整理した。

「行政とより緊密に連携を取るようになった」「活動の頻度が増えた」と回答した団体が複数存在する。

「活動の頻度が増えた」「活動内容が変化した」「活動内容をより自由に決めるようになった」の 3 項目の変化については、PDCA サイクルを意識した活動が必要とされるようになったことや、活動が地域の活性化につながっている実感を得られるようになったこと、また、活動内容の変化に伴う予算の見直し等がおこなわれていることが回答から得られた（表 10-11）。

さらに、「東陽の里づくり計画書」の見直しに積極的に参加している地域活動団体においては、計画の見直しに関与する中で活動内容の実効性の向上や団体内部での意思疎通の円滑化、参加者の意欲の向上等、住民主体の地域づくりを推進するための基盤が充実していることが示された。

また、「行政に意見を言う機会が増えた」「行政とより緊密に連携を取るようになった」の 2 項目に関する具体的な内容について、以前は実現が難しいと思われていた事業に対する公的な行政支援が得られるようになった、緊急時にどこに相談すればよいかが把握できている、と言った回答が得られたことから、地域活動団体と行政との間でより緊密なコミュニケーションを図って地域の課題への迅速かつ有効な対応が取られやすくなっていると評価できる。

なお、図 10-2 と図 10-7 を比較すると、「コミュニティセンターへの移行前後における活動の変化」では「参加者の積極性が増した」という項目を選択している団体があるが、「計画書の見直しに関与する中での活動の変化」においては「参加者の積極性が増した」という項目を選択した団体が一つもないのは注目に値する。これは、「計画書の見直しに関与する中で参加者の積極性は増えなかった」というマイナスの結果を表しているように見えるが、実際には、「計画書の見直しに関与するかどうかに関わらず参加者は十分に積極的である」というプラスの評価を下すことができる。その理由は次の通りである。

図 10-8 に示したのは、現在の団体の活動状況に対する満足度を項目ごとに調べた結果である。各項目について、「満足している」「概ね満足している」と回答した団体の数を集計したところ、「参加者の活動への積極性」への満足度が非常に高かった。実に 23 団体の代表者のうち 80%以上が「参加者の活動への積極性」に満足していると回答した。したがって、すでに大半の地域活動団体において参加者の積極性が高い水準にあったため、計画書の見直しへの関与によりそれ以上参加者の積極性が増大する余地がそれほど大きくなかったと考えられる。

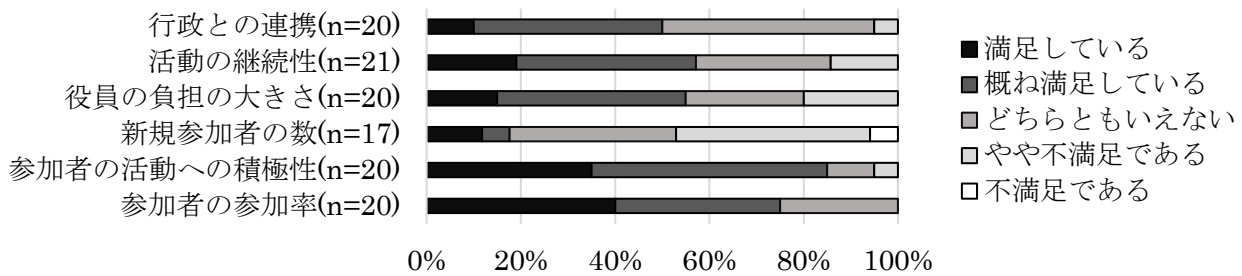


図 1 0 - 8 現在の活動状況に対する満足度

出所) 地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

現在の活動状況に対する満足度を見ていくと、「活動の継続性」「役員の負担の大きさ」「行政との連携」においては半数程度の団体で満足度が高い。一方、「新規参加者の数」や「参加者の参加率」では満足度が低い。高齢化や人口の流出が課題とされる中で、地域活動においても新規参加者の確保が困難な状況にある。同時に、参加者の参加率も満足度が低いことから、一部の積極的な参加者を中心として地域活動が推進されており、必ずしも全市民が地域活動に積極的に参加しているわけではない点が、地域コミュニティの課題として指摘できる。

最後に、地域活動の代表者が地域活性化におけるコミュニティセンターの役割をどのように捉えているのかを調査し、白鷹町東根地区の地域づくりにおけるコミュニティセンターの現在の位置づけを把握するため、コミュニティセンターへの移行に対する評価と今後への期待度を調査した結果を示す。

「2020 年 7 月時点でコミュニティセンターへの移行が地域活性化を促進したと思うか」との質問に対して、「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」を合わせると有効回答数の過半数を占めていた(図 1 0 - 9 上)。したがって、地域活動の代表者の中では移行から 5 年が経過した 2020 年現在、コミュニティセンターへの移行が地域活性化を推進したと考える人が一定数存在している。

また、「今後、コミュニティセンターを中心とした地域活性化の促進が期待できると思うか」という質問に対し、4 割強が「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」と回答した(図 1 0 - 9 下)。「どちらともいえない」の割合が最も高いものの、今後もコミュニティセンターを中心とした地域づくりには期待が集まっている状況にある。その一方で、コミュニティセンターを中心とした地域活性化を疑問視する人が複数存在することから、そうした声を拾い上げて、より多くの人を巻き込みつつ地域づくりを推進していく必要がある。

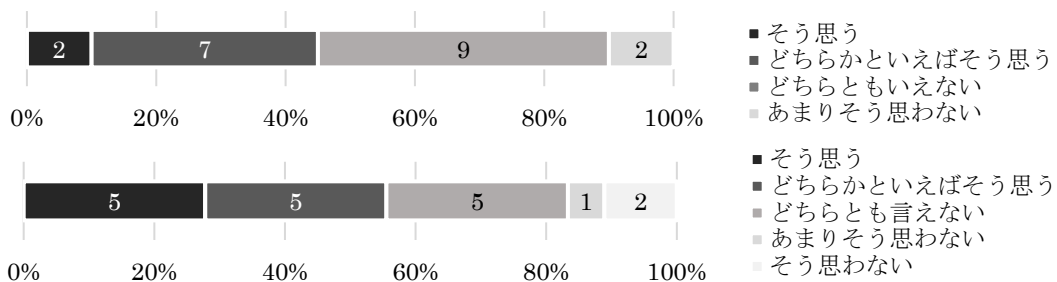


図 1 0 - 9 コミュニティセンターへの移行が地域活性化を促進したか(上)

今後、コミュニティセンターを中心とした地域活性化の促進が期待できると思うか(下)

出所) 地域活動の代表者への調査結果より筆者作成

（３）地域づくり活動と行政との連携

住民主体の地域づくりにおいては、行政と住民との間で相互に良好な関係性が構築され、適切な負担の配分が行われることが望ましい。本節では、白鷹町企画政策課への聞き取りに基づき、白鷹町東根地区における地域づくり活動と行政組織との連携について、コミュニティセンターへの移行前後での変化や現状を示す。

a) 白鷹町企画政策課の構成

白鷹町においては、企画政策課コミュニティ推進係の職員２名が地域の地域づくり活動の主担当となっている。２名はそれぞれコミュニティセンターと地域おこし協力隊を受け持っており、実質１名で白鷹町内の６地区のコミュニティセンター^{注6)}に対して必要なサポートを行っている。

b) 地域づくり推進交付金

白鷹町においては、2015年度から「地域づくり推進交付金」制度を用意し、地域づくり活動の推進を後押ししている。地域づくり推進交付金は、６つのコミュニティセンターへの提供額をすべて合わせて上限1000万円と定められており、各地区の住民数に基づいて額が調整される。地域づくり推進交付金は、コミュニティセンターの地区経営主体からの申請に基づき交付される。東根地区の場合であれば、東陽の里づくり協議会からの申請を受けて交付金の申請可否が判断されることとなる。地区経営主体は財政面で行政組織からのサポートを受けながら、地域づくりの取組みを推進していくこととなる。

c) 「コミュニティセンター」の管理運営評価

行政としての白鷹町がコミュニティセンターの運営において担っている重要な役割のひとつが、コミュニティセンターの管理運営評価である。３年ごとにおこなわれており、地区経営主体によるコミュニティセンターの管理・運営が適切か、逸脱行為等はないかを審査する。

コミュニティセンターの管理運営評価は、①地区経営主体（東根地区の場合は東陽の里づくり協議会）によるコミュニティセンター管理への自己評価、②白鷹町のコミュニティセンター担当者からの評価、そして③評価委員会からの評価の３つの観点から行われる。評価項目は、１）平等な利用、２）施設の効用、３）管理経費の節減、４）管理のための財源・人材は十分か、の４項目であり、それぞれABCのバンド評価がなされる。各項目に関する３者からの評価を統合して、その後のコミュニティセンターの管理運営に関する指針や提言が行われる。

d) 各地区コミュニティセンター間の横のつながりを補完・増強

白鷹町内の６つの地区コミュニティセンター長や事務局長の会合が開催され、コミュニティセンター間の横のつながりが強化されている。会合は白鷹町担当者によってセッティングされ、コミュニティセンター間の交流促進や、情報交換、ノウハウの共有が図られている。他に、各地区内での交流・連絡会の企画も行われており、それぞれ１年に２～３回のペースで開催されている。以上の交流を通して、東根地区だけでなく白鷹町全体としての活性化が図られている。

e) コミュニティセンターの管理・運営

コミュニティセンターは行政財産であり、「指定管理者制度」を利用して地区経営主体（東陽の里づく

り協議会）が運営を行う仕組みとなっている。したがって、町が事業予算を確保し、コミュニティセンターの運営に係る必要経費を指定管理料として支払うほか、前述の①地域づくり推進交付金を通して地域づくりの財源の確保に努めている。なお、白鷹町としては各地区の地域づくり計画の策定には直接は関与しないこととなっており、実際の計画の練り直しにあたっては山形県庁の担当者の尽力も大きい。

以上より、コミュニティセンターが行政財産に位置付けられているが、指定管理者制度によって東陽の里づくり協議会に管理運営が任されていること、白鷹町は町内 6 地区のコミュニティセンターに対して財政面での支援を中心にサポートを行っており、実際の地域づくり活動の内容に関しては関与していないことから、コミュニティセンターに移行した結果、本章 4 節 1) で確認したボトムアップ型の地域の合意形成の構造を担保しつつ、行政と住民との良好な連携関係、適切な負担配分が実現しており、住民の意向に基づいた活動を行政が支援する体制が構築されている。これらの体制は、より円滑な地域課題の整理や解決策の検討の基盤となるものと評価できる。

本章 4 節 2) では、東陽の里づくり協議会の理事会に参加している消防団、婦人会、スポーツ振興会等の地域活動団体を中心に、コミュニティセンターへの移行前後で活動の幅の広がりや参加者の積極性の向上、より幅広い年代の参加者の関与などの地域活動における変化が示された。また、行政との連携において、行政が住民の地域づくり活動を財政面や施設利用の点からサポートし、住民による主体的な地域づくりの推進が行われていることが明らかになった。以上から、本章の仮説 2「地域内で地域課題の整理や解決策の検討・発信が盛んになった」ことが確かめられた。

3) 仮説 3：地域住民の地域づくり活動への参画や意識における変化

(1) コミュニティセンター移行前後での地域づくり活動における変化

東陽の里づくり協議会の設置、ならびに公民館からコミュニティセンターへの移行によって、地域づくり活動における合意形成のあり方や各地域活動の取組み内容の変化が生まれているかについて、「コミュニティセンターへの移行による地域活動の変化」についての地域住民へのアンケート結果より検証した。

図 10-10 示されているように、それぞれの評価項目に対して地域活動の変化を感じている住民が一定数存在する。「活動の種類が増えた」という項目で「そう思う」と回答した住民の割合が最も高く、次いで「参加しやすい活動が増えた」「活動が地域の課題解決に果たす役割が大きくなった」の 2 項目で変化を感じている住民がいることがわかる。

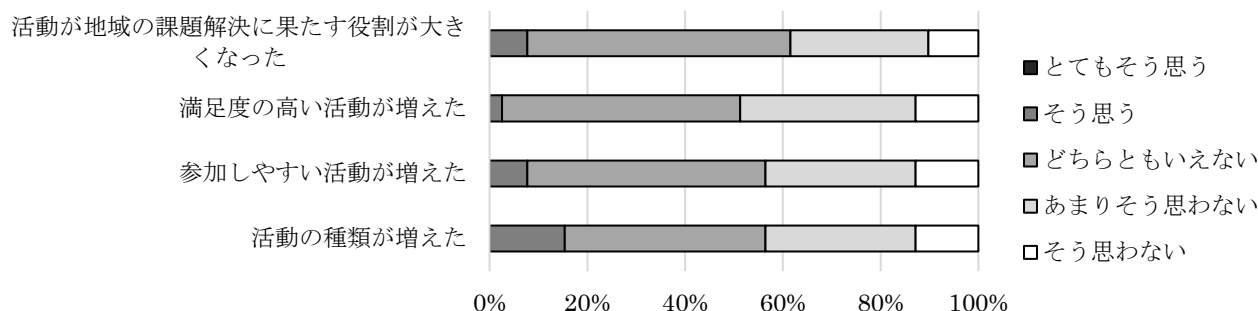


図 10-10 コミュニティセンターへの移行による地域活動の変化

出所) 地域住民への調査結果より筆者作成

しかし、「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」と回答した人がすべての項目で8割を超えていることから、地域住民が参加する地域づくり活動の多様性が向上し、活動へ意見がより反映されやすくなったことが示されたとは言えず、仮説3の前半部分「地域住民が参加する地域づくり活動の多様性が向上し、活動へ意見がより反映されやすくなった」は成立しない。

(2) コミュニティセンター移行前後での住民自身の地域づくり活動に対する参画や意識の変化

東陽の里づくり協議会の設置、ならびに公民館からコミュニティセンターへの移行によって、住民自身の地域活動への参画や意識における変化があったかを検証した結果を図10-11に示した。

これを見ると、「地域活動への関心が高まった」という項目で「そう思う」と回答している割合が最も高く、次いで「地域の人とより積極的に交流するようになった」「地域への愛着が深まった」の順である。2019年度に実施された4地区合同の獅子舞や地区スポーツ大会、コミュニティセンターにおける新春交流会など、地域住民を巻き込んだ行事が行われたことが要因として考えられる。その一方で、(1)と同様にいずれの項目においても「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」との回答が8割を超えていることから、地域づくり活動に対する意欲や関与度合が一部の地域住民の間では向上したが、その割合が大半を占めるには至っておらず、仮説3の後半部分「地域づくり活動に対する地域住民の意欲や関与度合が向上した」は成立しない。

以上から、東陽の里づくり協議会の設置やコミュニティセンターへの移行による地域の変化は、一部の住民には認識されつつあるものの、地域の住民全体に認識されるには至っていない。仮説3は前半部分の「地域住民が参加する地域づくり活動の多様性が向上し、活動へ意見がより反映されやすくなった」とことと後半部分の「地域づくり活動に対する地域住民の意欲や関与度合が向上した」ことがともに否定された。

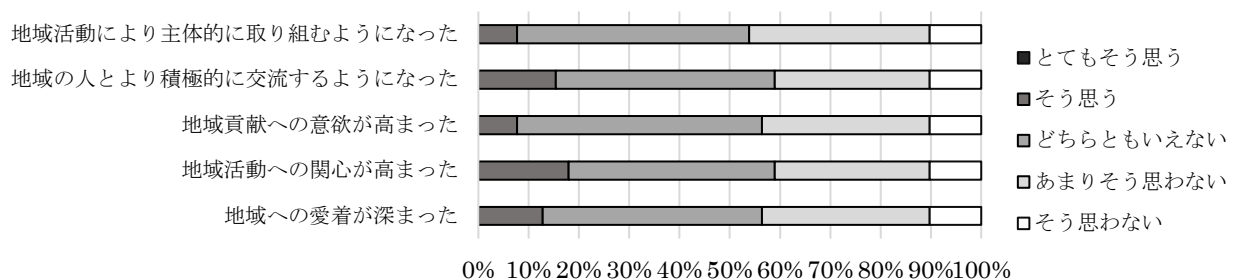


図10-11 コミュニティセンターへの移行による自身の地域活動への参画や意識の変化

出所) 地域住民への調査結果より筆者作成

5. 結論と今後の展望

本章では、白鷹町東根地区における公民館からコミュニティセンターへの移行を取り上げ、地域コミュニティの衰退を食い止める方策としてのコミュニティセンター化の意義と効果を明らかにすることを目的とした。このため、以下の三つの仮説を設定し、これらを検証した。

仮説1：地域づくり活動の意思決定がボトムアップ型へ変化し、意思決定に関与する住民の主体性が向上した。

仮説2：地域内で地域課題の整理や解決策の検討・発信が盛んになった。

仮説3：地域住民が参加する地域づくり活動の多様性が向上し、活動へ意見がより反映されやすくなった。また、地域づくり活動に対する地域住民の意欲や関与度合が向上した。

分析の結果は以下のとおりである。

仮説1に関しては、公民館からコミュニティセンターへの移行経緯、東陽の里づくり協議会の組織構造と地域づくり活動における機能を整理した結果、東陽の里づくり協議会の4つの構想部によって、地域全体を巻き込んだ住民主体の地域づくり活動が活性化していることが示された。これにより、各地域活動団体が個別に防災やコミュニティ内の交流の促進等の地域課題の解決を行っていたコミュニティセンターへの移行以前の状態から、主要な地域活動団体が複数地域づくり活動に参加し、地域全体で課題解決に取り組む枠組みが整備され、より包括的な課題へのアプローチが行われるようになったことが確かめられた。よって、「地域づくり活動の意思決定がボトムアップ型へ変化し、住民主体の地域づくりが行われるようになった」ことが確かめられた。

仮説2に関しては、東陽の里づくり協議会に参加している複数の地域活動団体を中心に、コミュニティセンターへの移行前後で団体活動の幅の広がりや参加者の積極性の向上、地域全体を対象としたイベントに関与する機会の増加など、地域活動における変化が示された。また、行政との連携においては、行政が住民の地域づくり活動を財政面や施設利用の点からサポートし、住民による主体的な地域づくりの推進が行われていることが明らかになった。以上から、コミュニティセンターへの移行前後で「地域内で地域課題の整理や解決策の検討・発信が盛んになった」ことが確かめられた。

仮説3に関しては、コミュニティセンター化の地域活動への影響に対する地域住民の評価と、地域住民自身の意識や行動の変容を検証した。その結果、コミュニティセンターへの移行前後での地域づくり活動における変化を認識している住民は一定数存在するものの、大多数は地域の変化に懐疑的であることが示された。また、地域住民自身の意識や行動においてもその影響は限定的であることが明らかになった。よって、「地域住民が参加する地域づくり活動の多様性が向上し、活動へ意見がより反映されやすくなった」ことと「地域づくり活動に対する地域住民の意欲や関与度合が向上した」ことは否定された。

以上のことを踏まえ、東陽の里づくり協議会の組織とコミュニティセンターへの移行により、住民が主体的に地域づくりに取り組む枠組みが整備され、地域の課題解決がより包括的に行われるようになったことから、コミュニティセンター化が地域づくりに果たす意義は一定程度示された。しかし、仮説3の検証で明らかになったように、地域づくりにおける合意形成のシステムの変化が住民一般に広く認識されているとは言えず、今後、より多くの住民を巻き込む仕組みづくりが求められる。

また、東陽の里づくり協議会に参加している地域活動の代表者からは、若者が地域づくりの議論に積極的に参加することが求められているが、仕事やその他の活動との兼ね合いから実現が難しいとの課題が提示された。若い世代の中にも地域づくりへの積極的な参加に意欲を感じている住民がいることから、より幅広い年代の意見を取り入れて地域づくりに生かすため、子育て世代を含む多様な年代の地域住民を巻き込む仕掛けが必要である。

特に2020年度に関しては、新型コロナウイルス感染症の影響により対面活動に制限がかかる場面が多く見受けられた。地域づくり活動においてもその影響を被った部分は少なくない。地域づくりへの意欲を持った住民が、今後より一層主体的に活動に取り組むためにも、地域内外の人々がそれぞれの立場からできることに取り組み、活動の歩みを止めずに困難な状況を乗り越えていくことが求められている。

- 注1) 具体的には、公民館を拠点に展開されていた生涯学習事業に加え、防災や福祉、地域活性化などに関する取組みが対象となった。
- 注2) 5地区から各地区2名ずつ選ばれる理事会メンバーの選定について、それぞれ区ごと学識経験者2名が選出される。基本的には、男性、女性が1名ずつの計2名である。
- 注3) 各種団体長として、スポーツ振興会会長・婦人会長・消防第5分団長が理事会に参加する。
- 注4) 子ども会育成会は小山沢区、広野区、浅立区、町下区、杉沢区の5区に存在する。
- 注5) 現在、若妻会が組織されているのは小山沢区、広野区、町下区の3区である。
- 注6) 白鷹町内の6地区のコミュニティセンターとは、蚕桑地区、鮎貝地区、荒砥地区、十王地区、鷹山地区、そして東根地区それぞれに配置されている6つのコミュニティセンターのことである。

引用文献

- 1) 浅野平八, 多田豊, 内山良子(2008)「都市公民館の変遷からみたコミュニティ基幹施設の整備過程 ―北九州市八幡東区における60年間の事例分析―」『日本建築学会計画系論文集』第73巻第626号, 743-750.
- 2) 国土交通省『令和元年度首都圏整備に関する年次報告』(<https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001347631.pdf> (2020年12月14日閲覧))
- 3) 斎藤弥生(2020)。「“公民館活動”という名の地域福祉ガバナンス―私がスウェーデンと松江で学んだこと」『島根大学福祉論集』第7号.
- 4) 高田昭彦(2016)「政策としてのコミュニティ」とその系譜」『成蹊大学文学部紀要』第51号.
- 5) 地方財政審議会「今後目指すべき地方財政の姿と平成31年度の地方財政への対応についての意見」(https://www.soumu.go.jp/main_content/000588933.pdf (2020年12月14日閲覧))
- 6) 増田敬祐(2019)「地域社会における参加と合意の原理的検討：共同の動機と持続可能な共同性」『農村研究』(128), 12-23.
- 7) 文部科学省(2019)「令和元年度 公民館に関する基礎資料」(<https://www.nier.go.jp/jissen/book/r01/index.html> (2020年12月14日閲覧))

あとがき

1. 実習のまとめ「ぜんぶ机の上、でも机上の空論で終わらないために」

本年の地域経済フィールドワーク実習は、新型コロナウイルス（COVID-19）の感染状況や、政府及び大学による対応が目まぐるしく変化する中、例年とは大きく異なる形態で実施された。具体的には、授業は全てオンラインで行われ、調査は郵送式のアンケート調査と、Zoom や電話による聞き取り調査によって行われた。とくに、現地を訪れない形での調査は、ウイルスの感染リスクを可能な限り抑えつつ、いかに意味のある実習を学生に経験させるか、という難題を前にした苦渋の決断であった。過去の経験を生かしづらい難しさがあった一方で、結果的には、新しいフィールドワーク調査の可能性を大いに感じさせられた。この1年の経験が今後の当専修・当専攻の財産となることを願い、実習の詳細をここに整理した。

1) 調査票（個別編・共通編）作成について

（1）概要

例年、実習で使用する調査票は全ての農家に共通して尋ねる「共通質問票」と、特定の品目を栽培している農家、あるいは特定の形態で農業を営む農家等に尋ねる「個別質問票」の二種類によって構成される。今年度はこの二種類の質問票に加えて、どおりむ農園直売所の出荷者を対象としたアンケート用紙も作成した。直売所のアンケートでは計 55 名の出荷者から回答を得たが、現地への訪問ができない中でこれだけ多くの方にご協力いただけたことは、学生が現場の様子を想像する上で大変な助けとなったにちがいない。なお、アンケートの配布・回収に際しては、置賜総合支庁農村計画課の高橋課長、下山様、そしてどおりむ農園直売所の職員の皆様に全面的なご支援をいただいた。

質問票の記入方法に関しては、聞き取り調査の際に学生自身が記入するという形から、農家や関連機関に直接記入をお願いする自記式へと変更した。ただし、オンラインツールや電話での聞き取りが可能となった場合は、農家や関係機関へ事前に質問票を送付し、学生自身が記入するという形をとった。

（2）コロナへの対応

①予備調査がない中での質問票作成について

質問票を作成・使用する過程において新型コロナウイルスの影響が生じた点としては、予備調査を実施できなかったことがまず挙げられる。例年は5月頃に現地を訪問して予備調査を行い、調査対象地の魅力を肌で感じた上で研究テーマを設定し、質問票を作成する。しかし、今年度は予備調査、本調査ともに現地を訪れることが不可能となったため、高橋課長による白鷹町についての事前講義（2019 年度に実施）の内容や各種の統計データを参考に質問票を構成した。なお、調査テーマの設定や質問票の作成過程で生じた学生の質問については、小嶋先生を通じ、高橋課長にメールでご回答いただいた。6月最終週のオンライン授業では高橋課長にご参加いただき、作成途中の質問票についてコメントをいただく機会を設け、回答のしやすさ等の形式面についても調整を行った。現地調査がない中でも、インターネットで検索できる情報を活用したことや、現地の方に質問させていただく機会やコメントをいただける機会があったことで、出来る限り実態に即した形でテーマを検討することや質問票を作成することができたのではないかな。

既存研究を参照する機会も例年と比べて多かったように感じられる。予備調査に行けない中で現地の

イメージを膨らませるため、また、報告書の最終的な構成を見通した質問票を作成するために、積極的に先行研究や統計情報を読み込む姿が見られた。図書館などを気軽に利用出来る状況ではなかったが、学術文献に関しては Google Scholar や CiNii Articles 等の検索ツールが、統計情報に関しては農林業センサスや「わがマチ・わがムラ」などが活用されたようである。

②調査における質問票の位置づけについて

予備調査が実施できなかった分、質問票の作成に多くの時間を割いたことも今年度の特徴であるといえよう。例年の質問票は、聞き取り調査をより有意義なものにするための下敷きという側面が強かったように思われる。ところが、今年度はコロナ流行の影響で一部の学生を除き農家への聞き取り調査ができなくなった。農家の状況を把握するための情報源が質問票のみとなったことで、質問票の作り込みに殊更力が入ったことは、前向きに捉えることができるのではないだろうか。

反省点としてあげられるのは、調査対象者の事情もあり質問票が想定通り返ってこない可能性についての考慮が足りていなかったことである。実際、現地の方に最大限ご協力をいただいた中でも、肥育農家（回収数2/配布数5）、酪農家（3/10）、果樹生産者（3/10）、トマト生産者（5/20）など思うように回答が得られない事例もあった。こうした状況を想定して、特定の経営体や組織などへの聞き取りを設定すればある程度の分析ができるような調査テーマや構成を考えるなど、予防線を張っておくことも一助となると思われる。

③郵送による質問票調査について

質問票のレイアウトに関しても工夫が求められた。現地で適宜説明を補いながら質問をするのではなく、郵送した質問票を回答者ご自身で読み、記入していただかなければならないため、質問の意図が正確に伝わるように質問票をデザインする必要があった。デザインのみならず、分量についても工夫が求められた。回答いただく調査対象者の負担を考慮し、個別質問票を学生1人につき A4 用紙おおむね3枚以内に限定したが、学生にとって、調査したいことは多い中で質問を絞り込むのは難しい作業だった。これらは分析のためにどのような質問項目を用意する必要があるかを考えることと同じくらい難しい作業であったが、この過程で得た学びは研究活動の場以外でも生きることだろう。

なお、質問票に関してはデータで先方にお送りし、現地で紙媒体にしたものを調査対象者に配布していただいた。置賜総合支庁の下山様は、大量の質問票を印刷、仕分け、配布及び回収という大変な作業を担当してくださった。こうしたご支援がなければ、質問票による調査は叶わなかったかもしれない。

④質問票作成上での学生や TA のやりとりについて

今回のフィールドワーク実習は全てオンラインで行ったため、質問票作成における学生や TA のコミュニケーションにも工夫が求められた。学生同士の情報のやり取りには、LINE 等のコミュニケーションアプリが活用されていたようである。大学で偶然仲間と顔を合わせるという機会がなく、自ら連絡をとる必要が生じたことで、図らずもプラスの影響が及んだ例もあった。例えば、「共通質問票」に関しては例年ほぼ同じ内容のものが流用される傾向にあるのだが、今年度は新たに質問項目を組み込んだり、逆に不要と思われる質問項目を削除したりするなど、学生同士で共通質問票の内容を積極的に調整する姿が見受けられた。学生同士の調整に加え、担当 TA 同士でメールを通じて議論し、最終的にどのように調査票に落とし込めばよいかを調整して各学生にフィードバックすることもあった。コミュニケーション

ョンアプリやメールを通じてやりとりをすることで、コミュニケーションについてはそこまで困難は生じなかったように思われる。実際、話を伺った学生からも「質問票は他の学生みんなと一緒に作ったような感じがした」との声が聞かれた。

学生と TA との連絡は基本的にメール等で行ったが、授業時間以外でやりとりするとき、ZOOM を活用することもあった。授業で聞き足りなかったこと、メールでは伝えきれないことがあるときに、日時を指定してミーティングを行った。学生からは、「授業以外で比較的気軽にミーティングをお願いすることができるのはオンライン授業のメリットであると感じた」という声が聞かれた。お互いの負担になりすぎない範囲で、授業時間以外でもこのようなミーティングを設定するとよいと思われる。

(寺下知美・中村一貴)

2) 聞き取り調査について

(1) 概要

可能な限り学生に「フィールドワーク実習」を体験してもらうために、多くの関係機関へ聞き取り調査への協力を依頼することとなった。結果として多くの組織、機関に聞き取り調査に応じていただき、実習に参加した学生全員が現地の方から直接お話を伺うことができた。個人情報保護とオンライン対応の実現可能性の観点から、個別の農家の方からお話を伺う機会はほとんど得られなかったが、調査の対象となった関係機関の数は例年を大きく上回った。

具体的な調査のプロセスとしては、まず、調査票の回収と同時期に、一斉に聞き取り調査が行われた。これは、例年の本調査に位置付けられる。次に、ひととおり調査票が回収された後に、調査票の回収状況や研究テーマの修正を踏まえ、適宜、追加の聞き取り調査が行われた。

本調査に位置付けられる聞き取り調査においては、調査先への依頼と調整は、担当教員及び置賜総合支庁がおこなった。学生と調査先双方のスケジュールを踏まえ、調査日程を確定したのち、各学生が自身の調査先へ、聞き取り内容と聞き取り調査用の Zoom リンクをメールにて送付した。聞き取り調査当日は、学生に加えて担当 TA が同席し、学生をサポートした。また、現地では置賜総合支庁の下山様が同席し、Zoom の使用に関する技術的なサポートを行った。追加調査においては、多様な方法で依頼、実施がなされた。調査の設営においては、学生自らがメールで再調査を依頼したケース、担当教員や置賜総合支庁によって新規で調査を依頼したケースがあった。調査の実施においては、Zoom を用いた調査の他に、メールで質問事項を送付し電話で聞き取りを行うなど、調査先のオンライン対応に応じて柔軟な形式で実施された。

(2) 本実習におけるオンライン調査のポイント

オンラインでの対面の聞き取り調査は、本実習において初めての試みであるだけでなく、担当教員や TA もこれまでに取り組んだことがなかったように思う。それにもかかわらず、大きなトラブルなく進行し、調査の質も高かった。そのポイントを整理する。

1 つ目は、調査対象の選定である。普段から PC を業務で使用している機関や組織を対象としたことで、クリアすべき課題が少なかった。

2 つ目は、置賜総合支庁の下山様による現地でのサポートである。前述した通り、本調査にあたる聞き取り調査の全てにおいて、下山様が同席し、現地にて Zoom への接続とその確認をしてくださった。普段から PC を業務で使用している方であっても、初めて Zoom を使用する場合、接続や操作方法に問

題が生じることは十分に想定できる。実際に、追加の聞き取り調査において、下山様の同席なしに Zoom で聞き取り調査を行った際には、調査協力者のセキュリティ設定によって Zoom の接続に問題が生じ、30 分近くかかってようやく調査を開始できた、ということもあった。

3 つ目は、オンライン技術の進歩である。Zoom を用いた聞き取り調査は、学生側も調査協力者側も常にカメラをオンにした上で、質問事項を記したファイルを学生が画面に共有する形で進められた。それだけの情報をリアルタイムで送受信しつつも、ラグはほとんど生じていなかった。こうした環境の中で、学生の熱意や誠実さが伝わり、また、調査に協力いただいた方の温かい思いや期待感に触れ、その後の作業に対する学生のモチベーションも高まっていたように思う。また、画面共有によって、現在どの部分について質疑が行われているかを、参加者全員が見失うことなく常に共有できた点も、オンライン調査の大きな利点と感じた。

4 つ目は、事前準備の重要性である。先に述べた画面共有での資料の提示や、学生が質問事項を簡潔に記したファイルを事前にメールで送付していたことなどが大きな助けになった。また、画面共有の要点をまとめた資料の他に、学生が手元でより詳細な質問事項を確認するための資料も準備するように指導した。こうした事前準備は非常に手間がかかるが、有効であった。

以上に整理した通り、綿密な事前準備や、現地でサポートしてくださる方の存在など、技術的な側面を除けば、調査の成功条件は訪問型の調査と本質的には変わらないように思う。ただし、今回の実習では対象としなかった農家の方へオンラインで調査を実施する場合、クリアすべきハードルはより多く、より難しいものになると予想される。

(小川景司)

3) 報告書作成と報告会について

(1) 概要

報告書の作成に関しては、例年と異なる点は下記の点を除き多くはなかったと思われる。スケジュールとしては、「実習の記録」にもある通り、置賜総合支庁の方が現地で配布・回収して下さった質問票を基に、10 月以降に調査結果の分析を行い、11 月以降に報告書の草稿の作成を本格化させ、12 月中旬には第一稿を完成させた。そして、報告会での白鷹町の方々からのご指摘などを踏まえ、翌年 2 月上旬に最終稿を書き終えた。なお、報告会に関しては、今年度は専修の先生方や白鷹町の方々にオンライン上で同時にお集まりいただいて 1 回のみ行った。報告会の準備としては、12 月中旬以降、複数回発表練習を行った。

(2) 難しかったこと、上手くいったこと

本年度は現地調査を断念せざるを得なかったため、報告書を作成する際にも例年に比べ難しい点が多くあった。第一に、質問票を郵送方式としたため、お送りした全戸から回答をいただくことができず、一部の学生は調査データが非常に限られる状態で調査結果の分析を始めねばならなかった。また、例年と異なり農家の方から直接聞き取りを行うことが出来なかったため、研究課題のイメージを掴みにくく、仮説を再構築するのに手間取る学生もいた。しかしながら、このような例年になく困難をきたした点は、現地の方や先生方のご尽力によって、行政機関や農協、町内で営農しておられる方に追加で聞き取り調査を行う機会をいただくことができたため、いずれも報告書の作成に大きな悪影響を及ぼさなかった。

それどころか、本年度は 12 月中旬という非常に早いタイミングで学生全員が一通り草稿を完成させることができた。その要因を分析すると、以下の 3 点あると考える。1 つは、受講した学生が非常に真面目に取り組んだことである。報告書を作成した A セメスターの期間中、学生は隔週での発表を求められたが、私の記憶では誰一人としてきちんとやってこなかった学生はいなかった。2 つ目は、(これは例年同様かもしれないが) 先生方のアドバイスや進捗管理が非常に絶妙であったことである。そのおかげで、学生のモチベーションや「やるのが当たり前」という空気感が A セメスターを通して失われなかったように思う。3 つ目は、オンライン化によって、授業時間以外に TA から学生にアドバイスを行うことが容易であったことである。報告書の作成が佳境に入った 11 月、12 月には多くの学生が授業時間以外に TA と Zoom で話し合いを行っていた。Zoom を導入していない前年度以前には学生と TA で話し合う時間を設定するハードルが高かったことを考えると、これはコロナ禍がもたらした数少ないメリットの 1 つであるといえる。

以上のように、本年度の報告書の作成は、概して例年同様かそれ以上に上手くいったのではないかとされる。特に前段落の 3 点目はコロナの影響の有無を問わず今後の FW 実習でも十分に生かせる点であり、次年度以降にも成果として引き継いでいかれることを願ってやまない。

(正木剛志)

2. 実習を終えての感想と謝辞 (TA より)

学部 3 年生のみなさん、1 年間に渡るフィールドワーク実習、お疲れ様でした。また、調査にご協力いただいた白鷹町のみなさま、さらに、様々なサポートをしていただいた中嶋先生、小嶋先生、村上先生、他の TA のみなさんにこの場を借りてお礼を申し上げます。

大学に入ってはじめて学生より先生に近い立場で臨む授業は、何だか不思議な気持ちでしたが、たくさん議論したり、調査に同席させていただいたりして、楽しく勉強になりました。3 年生のみなさんは、とても真摯にこのフィールドワークに取り組んでいて、添削をしたり発表を聞いたりしながら、みなさんの頑張りや成長を本当にすごいと思っていました。また、「自分もそれに応えなければ...!」と身が引きしめる思いでした。そんな 1 年を経て、最後の報告会でみなさんの発表を見ているときは、何だかとても誇らしい気持ちでした。

3 年生のみなさんにとっては、今年が本格的に研究をした 1 年目になるかもしれません。研究に対して抱いていた理想がある一方で、実際に経験してみて、現実が追い付かない部分もあったのではないのでしょうか。就農した方が徐々に理想と現実の間を埋め、立派な農家となられていくように、3 年生のみなさんも、もともと抱いていた理想も大事にしつつ、試行錯誤しながら、卒論やこれからの研究に取り組んでいってください。

調査においては、地域農業やコミュニティが持続的な発展をしていくため、共同化をはじめ地域の様々な方々が連携をして農業や地域づくりに取り組んでいるあり方が興味深かったです。転換期を迎える地域や社会、農業において、より一層人の連携が重要になるのではないかと感じました。今回の調査に携わせていただく中で学んだことをもとに、持続的な農業や地域づくりのあり方について、これからも勉強し考えていきたいと思いました。

最後になりますが、現地調査ができずオンライン上での調査になってしまった中でも充実したフィールドワークになったのは、現地の方々が多大なご協力して下さったおかげであると感じました。改めて、フィールドワークは、協力して下さる方や調整して下さる方がいてはじめて成り立つものと実

感じました。ありがとうございました。

(中村一貴)

3年生の皆さん、1年間本当にお疲れ様でした。先輩からは、フィールドワークは負担の重さの割に取得できる単位数が少ないということを聞かされていた筈なのですが、それでも皆さんがこの実習を受講されたのは、農村へ自ら足を運び、その魅力を肌で感じることを楽しみにされていたからではないでしょうか。私が今回 TA を引き受けさせていただいたのも同じ理由からです。致し方ない状況であったとはいえ、そうした楽しみが無くなってしまったことはやはり残念でした。とはいえ、マイナスなことばかりであったかというとは決してそうではなかったというのは先に書いた通りです。先生方や現地の方のお力添えのもと、学生の皆さんが一生懸命頑張ってくれたことで、今年度の実習もとても有意義なものとなったのではないのでしょうか。

ところで、2020 年最後の授業の後にオンライン懇親会が開かれたのですが、その時のことをここに書き留めておこうと思います。現地には行けなくてもせめて白鷹の食べ物をみんなで食べて空気を共有しようということで、調査でもお世話になったどりいむ農園様から、飲み物のほかに車麩の揚げ、わらびの醤油漬、秘伝豆（青大豆）の醤油漬を送っていただきました。どれも本当においしく、食い意地が張っている私はあっという間に食べ終わってしまいました。直売所が地域の味を伝えるための大切な場所なのだということを改めて感じた次第です。現在、私は四国の実家でこの文章を書いているのですが、近所の直売所へ買い物に行く際、以前よりもじっくり加工品コーナーを回るようになりました。味噌一つとっても、県内だけでこれだけ様々な種類が作られているのかと驚きつつ、こうした豊かな食文化を今後どのように継承していけば良いのだろうかとぐるぐる考えている日々です。

ひとつの地域に深く関わる経験というのは、そう何度も経験できるものではないような気がします。その地域での活動を終えた後、ずっと親密な関係が続くとも限りません。しかし、一度深く交流した地域から良いお便りが届けば嬉しくなりますし、災害のニュースが聞こえてくれば心配になるものです。目には見えないつながりは、災害時などに支援物資やボランティアという形で目に見えるものとなりますが、非常時でなくても、私たちの日々の暮らしはこうしたつながりに支えられているのだと感じています。今回の実習を通じて、そうした関係を白鷹町と結ぶことができたのはとても嬉しいことでした。

最後に、アドバイスというにはお粗末な私のコメントを毎回しっかりと研究に活かしてくださった受講生の皆さん、困ったことが起きた際にサポートをしてくださった他の TA の皆さん、現地への訪問ができない中、どうすれば受講生の皆さんに「フィールドワーク」を体験してもらえるかと知恵を絞ってくださった先生方、コロナで落ち着かない状況下でも私たちに貴重な体験をさせてくださった白鷹の皆さんに、この場を借りてお礼申し上げます。ありがとうございました。

(寺下知美)

本実習は、学生が自身の関心に沿って自ら課題を設定した上で現地を訪問し、農家や地域の方から直接お話を伺う「フィールドワーク調査」を実施する点が大きな特徴であり、また魅力であると考えています。しかし、本年度の実習では、その中核をなす現地訪問が実現できませんでした。私が学部生として実習に参加した際には、現地での人や食べ物、景色への出会いや、同級生や TA、担当教員の先生方との交流が、何よりも楽しく今でも記憶に強く残る得難い経験となっています。そのため、実習期間中には、みんなで現地に行けないことを非常に寂しく残念に思っていました。

しかし、担当教員の先生方の企画・調整力と現地の方々の温かく力強いサポートのもと、今年度の学生は意欲高く、持てる能力をしっかりと発揮して実習に取り組み、結果として、例年に見劣りしない素晴らしい報告書が完成しました。東京オリンピックの延期を始め、世間が自粛、延期、中止へと向かうのとは対照的に、現地調査ができない不利な条件のもとで、「それでもできること」を続けてきた結果としての成功にはとても勇気づけられました。また、現地で自ら手に入れた情報の価値が高いことは言うまでもないですが、現地に行かなかったからこそ描き出せた実態もあったのではないかと感じています。これまでの自分自身の経験から、フィールドワーク調査では直接見聞きしたからこそ「わかった気」になって、一般化できる内容か考察したり、現象の背後にある本質に目を向けたりすることなく、表面的な理解にとどまってしまう危うさがあると感じることがありました。本年度の実習では、はじめに配布式の調査票を活用したことで、文脈や表現が制限され、ストーリーが見えずに解釈が難しい回答を最初に目にすることになりました。学生は現地の実態を必死に想像し、仮説を再構築する努力を惜しまなかったように思います。TAとして、指導する学生と一緒に頭を悩ませながら問いを立て直し、現地を知る先生方のコメントや追加調査を通して、一步一步実態に近づいていく経験は、改めて研究の面白さや楽しさを感じる機会になりました。

例年とは大きく異なる形の実習でしたが、先に述べたように、担当教員の先生方のご苦勞や、調査にご協力いただいた白鷹町の皆様の大きなご助力もあって、学生の皆さんにとって非常に有意義な実習となったように感じます。私自身も、多くの学びと刺激を得ることができました。本実習にTAという立場で関わらせていただけたことに、ここで感謝申し上げたいと思います。ありがとうございました。

(小川景司)

3年生の皆さん、1年間のFW実習本当にお疲れさまでした。また、聞き取りにご協力くださった白鷹町の皆さまをはじめ、実習全体で調整や様々なアドバイスをしてくださった置賜総合支庁の方々、先生方にこの場を借りて御礼を申し上げます。

今回のFW実習では、コロナ禍の影響で、白鷹町に伺って農業や地域活動に携わる方々から直接お話を賜ることができませんでした。白鷹町の風土や農家の方々の生のお話、そして豊かな食文化に触れることを楽しみにしていた身としては大きな心残りです。

しかし、現地を訪れることは出来なかったといえども、1年間この授業にTAをさせて頂けたことは、私にとって大変貴重な経験でした。毎週のように担当の2名の学生と議論を行い、先生方から3年生の皆さんへのフィードバックを拝聴するなかで、己の知識不足を痛感すると同時に、自らが研究するにあたって内省すべき点が多くみえたように感じています。また、東根地区という地域づくりに積極的に取り組んでこられた地域を、3年生の皆さんが設定した様々な視角から見ることで、農業や農村のあり方についてより深く考えたいという思いを新たにできました。FW実習という素晴らしい授業のTAをさせて頂く中で得ることのできた学びを決して無駄にせず、自らの修士論文や今後の人生にも生かしていきたいと考えております。

最後に、感染症が流行するというFW実習の歴史上でおそらく最も難しい状況のなかで実習を無事完遂できたのは、例年以上に関係機関の皆さまや先生方のご尽力してくださったからであると思います。本当にありがとうございました。

(正木剛志)