

2021年3月24日（水）

長野県有機農業推進プラットフォーム 勉強会 レジューメ

有機農業でつくる持続可能な地域

千葉商科大学 人間社会学部

小口広太（おぐちこうた）

oguchik@cuc.ac.jp

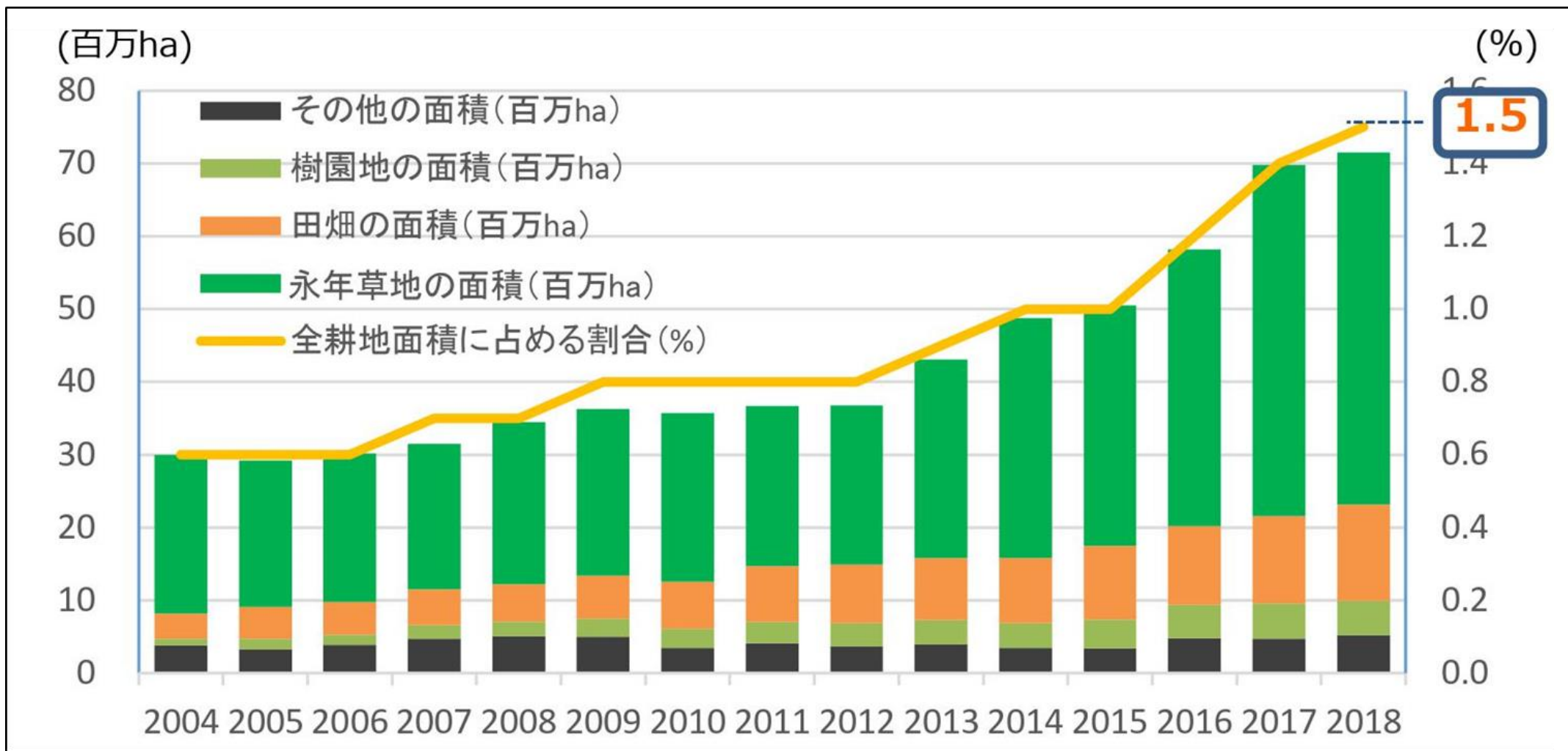
本日の流れとポイント

1. 有機農業の現状と課題
2. 地域に広がる有機農業を考える論点
3. ローカル・フードシステムの事例紹介
4. 農業体験農園の事例紹介
5. まとめ



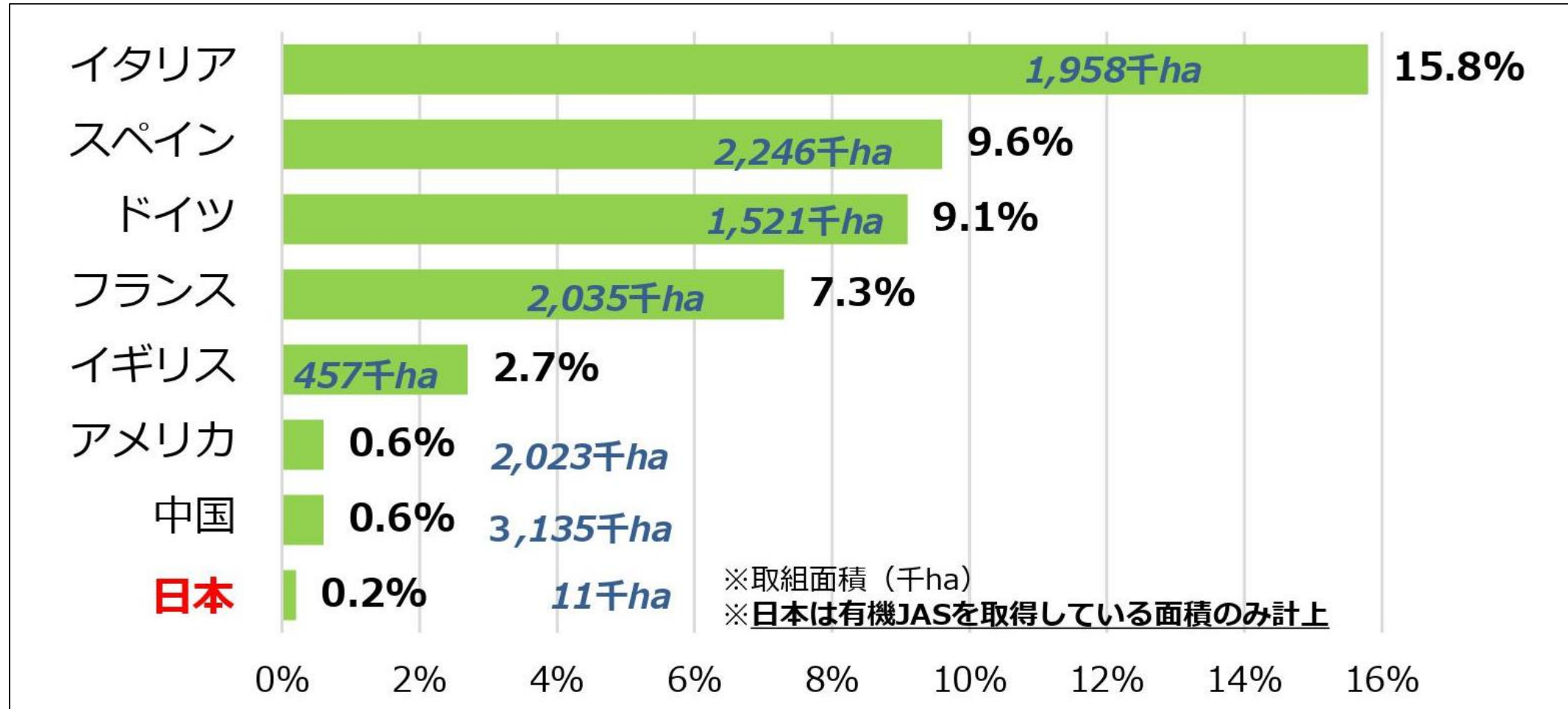
1. 有機農業の現状と課題

世界の有機農業取扱面積および全耕地面積に占める割合



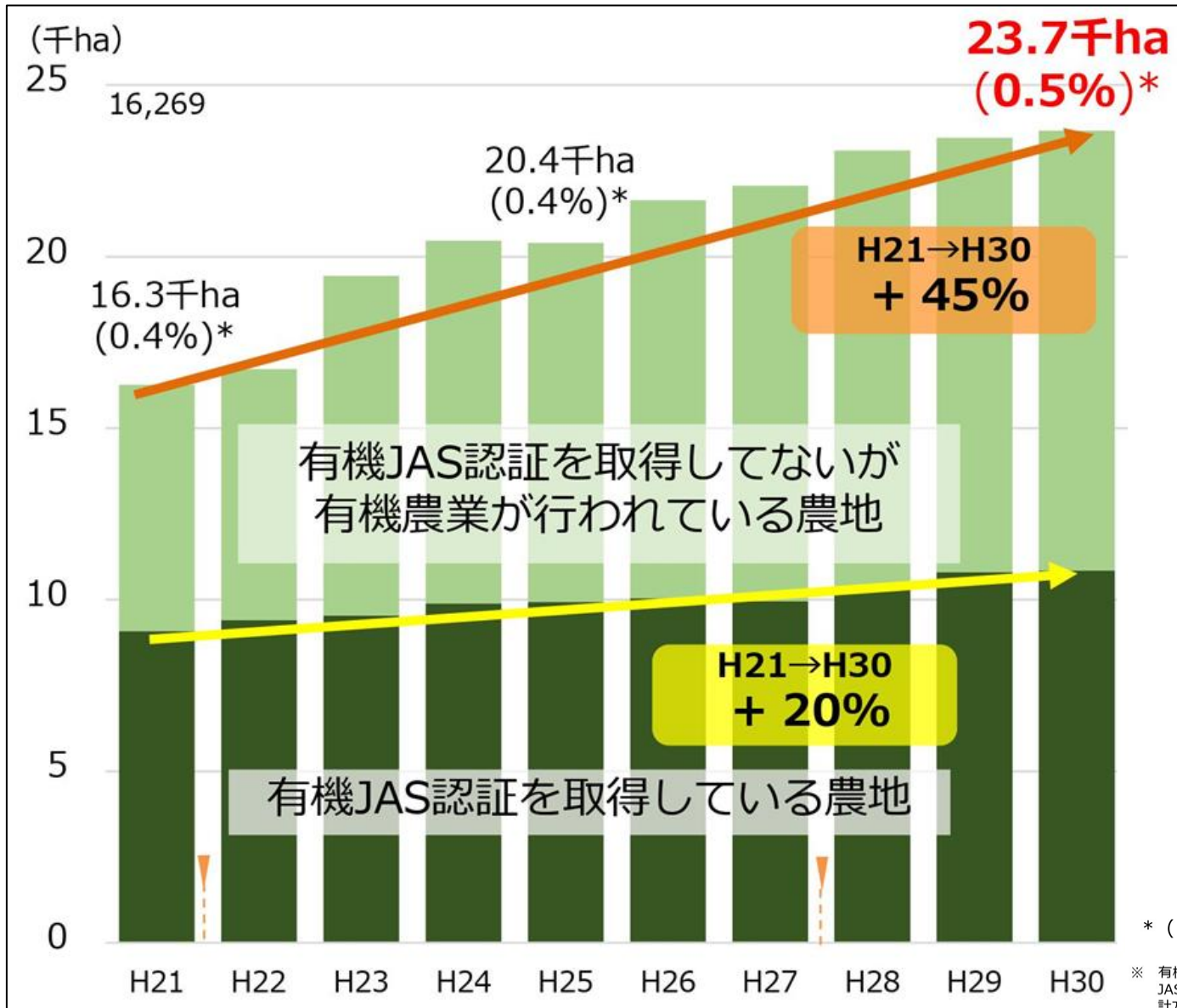
資料：FiBL&IFOAM TheWorld of Organic Agriculture statistics & Emerging trends 2019をもとに農水省農業環境対策課作成

耕地面積に対する有機農業取組面積と面積割合（2018年）



資料：FiBL&IFOAM TheWorld of Organic Agriculture statistics & Emerging trends 2020をもとに農水省農業環境対策課作成

日本の有機農業の取扱面積



有機農業の推進に関する基本的な方針 (2020年4月改定)

- 人材育成
- 産地づくり
- 販売機会の多様化
- 消費者の理解の増進
- 技術開発・調査

* () 内の数字は各年度における我が国の耕地面積に占める有機農業取組面積の割合。

※ 有機JAS認証取得農地面積は食品製造課調べ。有機JASを取得していない農地面積は、農業環境対策課による推計 (注：有機JASを取得していない農地面積は、H21年、22~26年、27~30年度で調査・推計方法が異なる。また、都道府県ごとにも集計方法が異なる。)

※※ H30年度の有機農業の取組面積にかかる実態調査 (農業環境対策課実施) の結果、複数の県で、H27年度以降の「有機JASを取得していない農地面積」が修正されたため、H30年12月より、H27年度以降の有機農業の取組面積合計値を修正。

2. 有機農業はどうすれば広がるのか

(1) 問題意識

単に消費量、実施面積という数字だけ伸ばせばいいのか？



大切なことを見失う可能性があるのではないか？



有機農業を広げていくプロセスが重要ではないか？

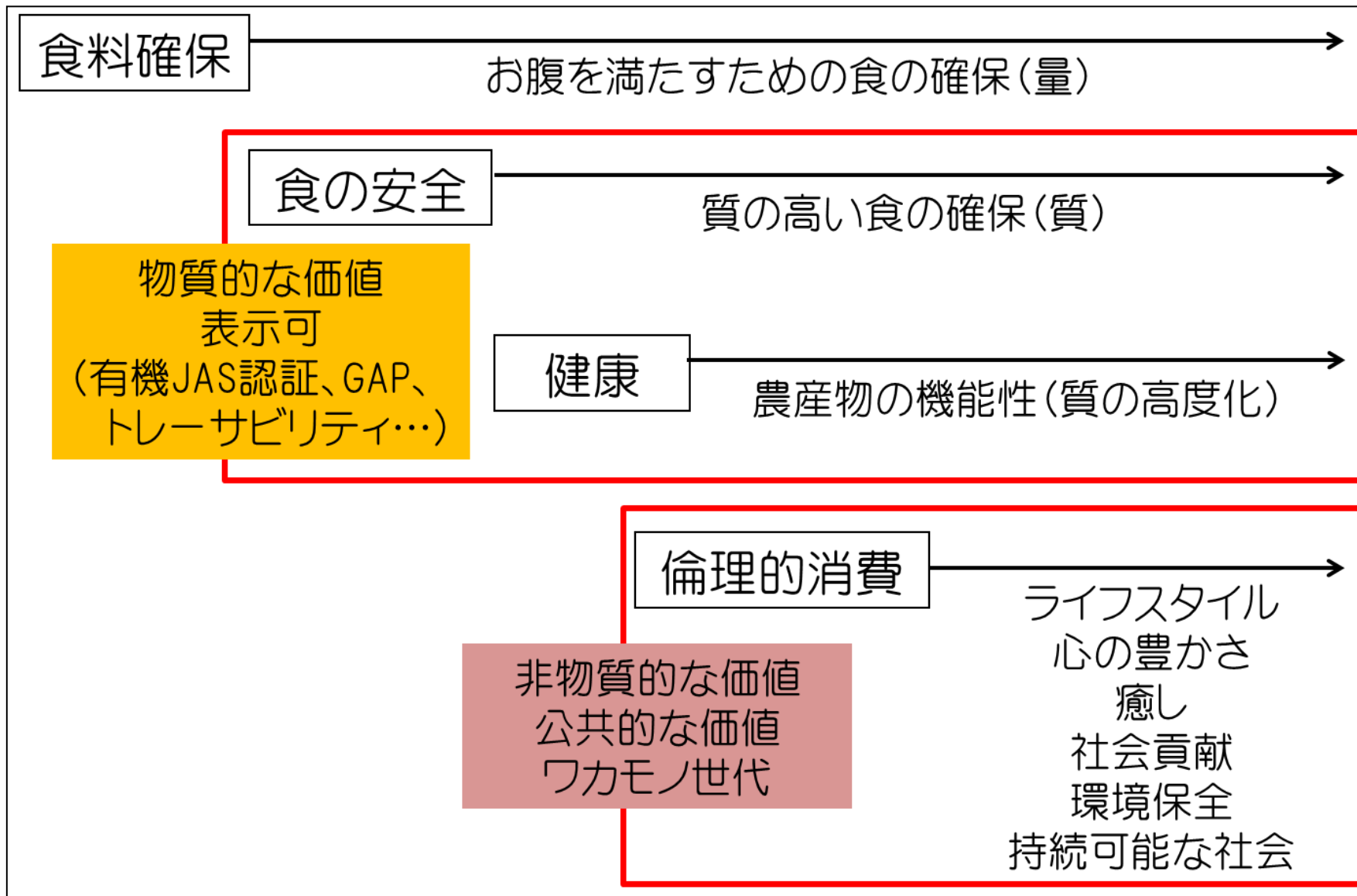
(2) 本日考えたい3つの論点

① 実感を伴った有機農業の広がりは可能か？

② 有機農業を広げるのは生産者と消費者だけか？

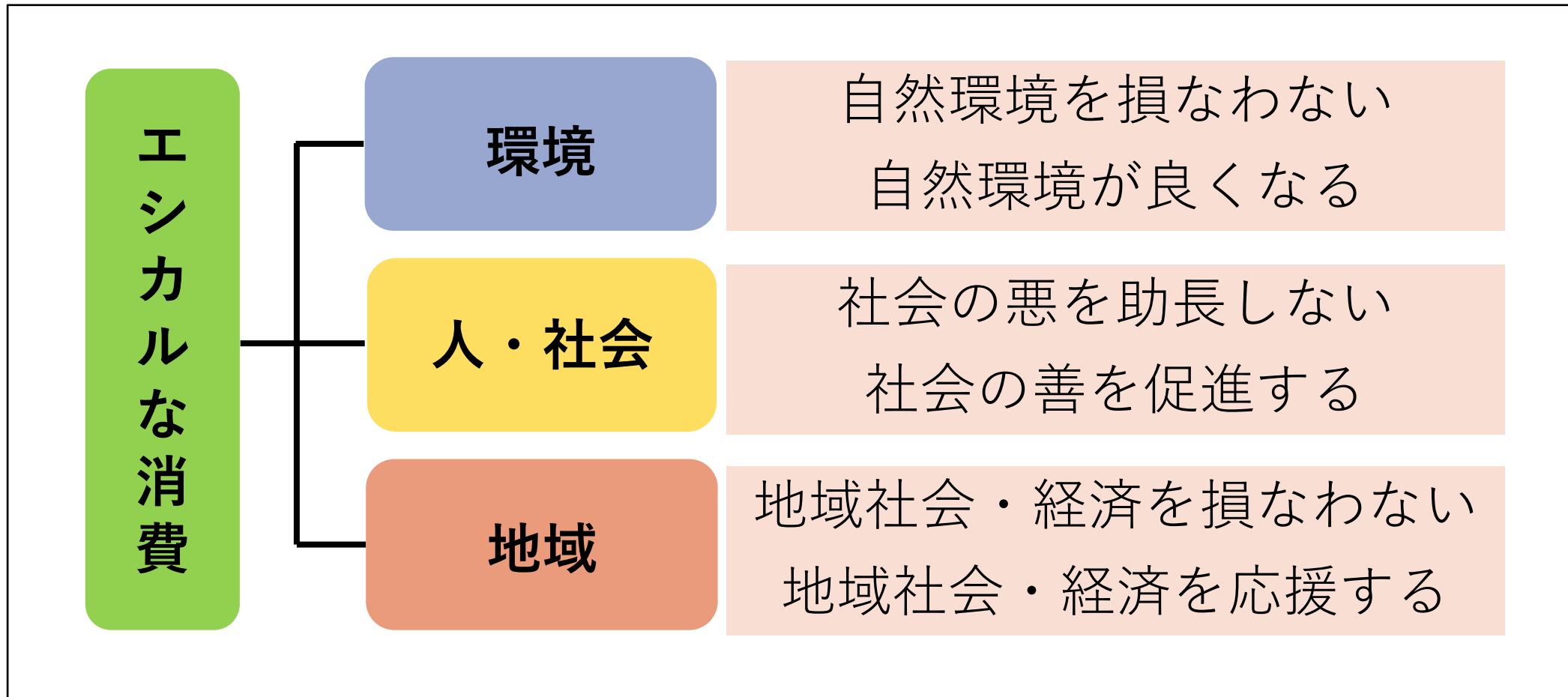
③ 有機農業の幅広い価値を捉え直すことは可能か？

(3) 消費者の価値観と行動様式の変化



資料：筆者作成

(4) エシカル (倫理的) な消費 = 未来のための消費



環境

- ・グリーン購入
- ・自然エネルギー利用
- ・オーガニック製品
- ・エコマーク付き製品
- ・車のレンタル/シェア など

人・社会

- ・フェアトレード製品
- ・障害者のつくった製品
- ・寄付付き製品
- ・フェアファイナンス
- ・ペイフォワード など

地域

- ・地産地消
(自然エネルギー、金融含む)
- ・地元商店での買い物
- ・応援消費
- ・伝統工芸 など

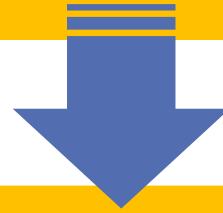
(5) 持続可能な開発目標(SDGs) 17のゴール



3. これからの〈食と農〉

(1) 2つの〈食と農〉の距離

① 物理的な距離：農産物の品質



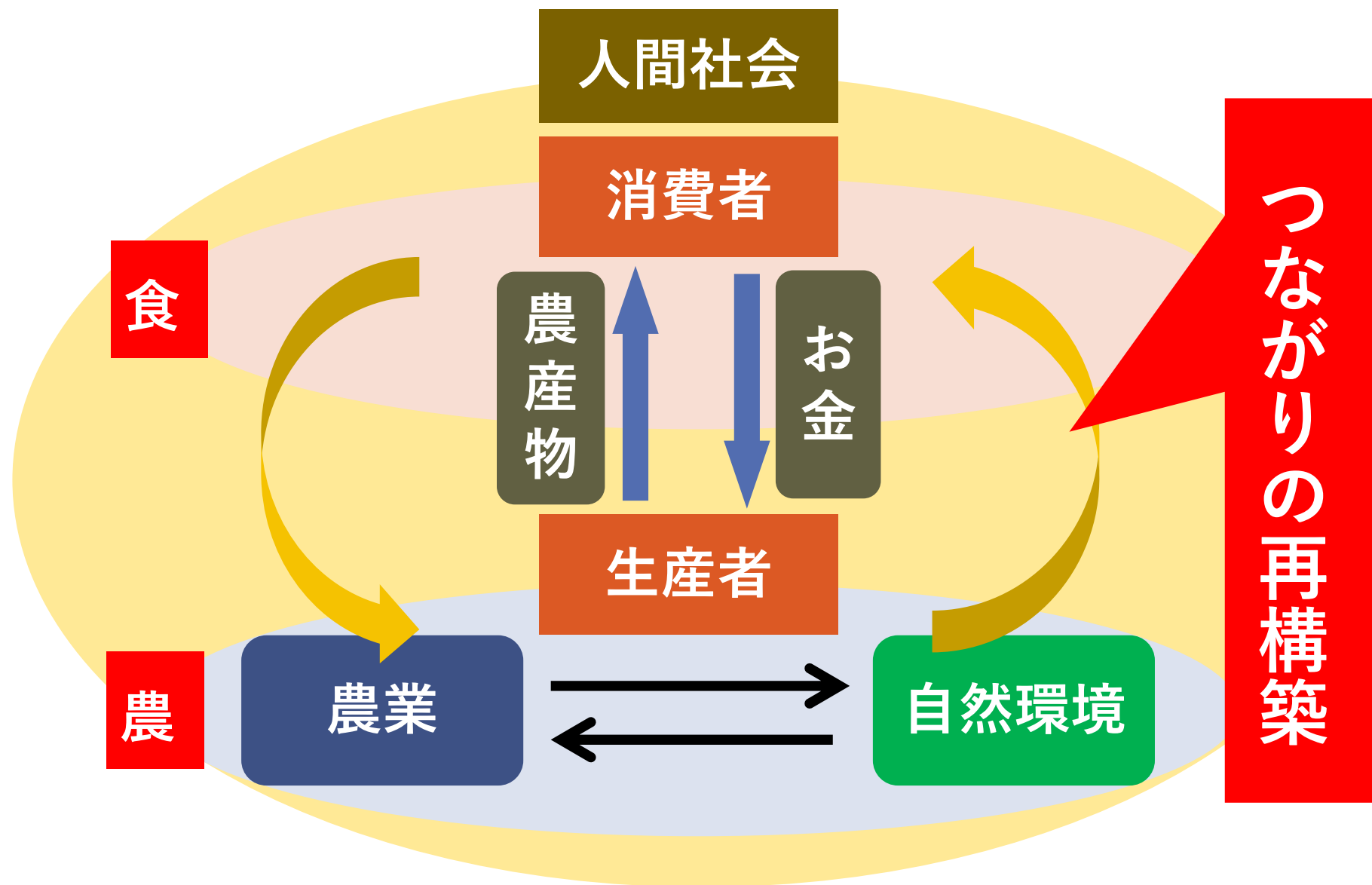
② 心理的な距離：農業や環境への共感



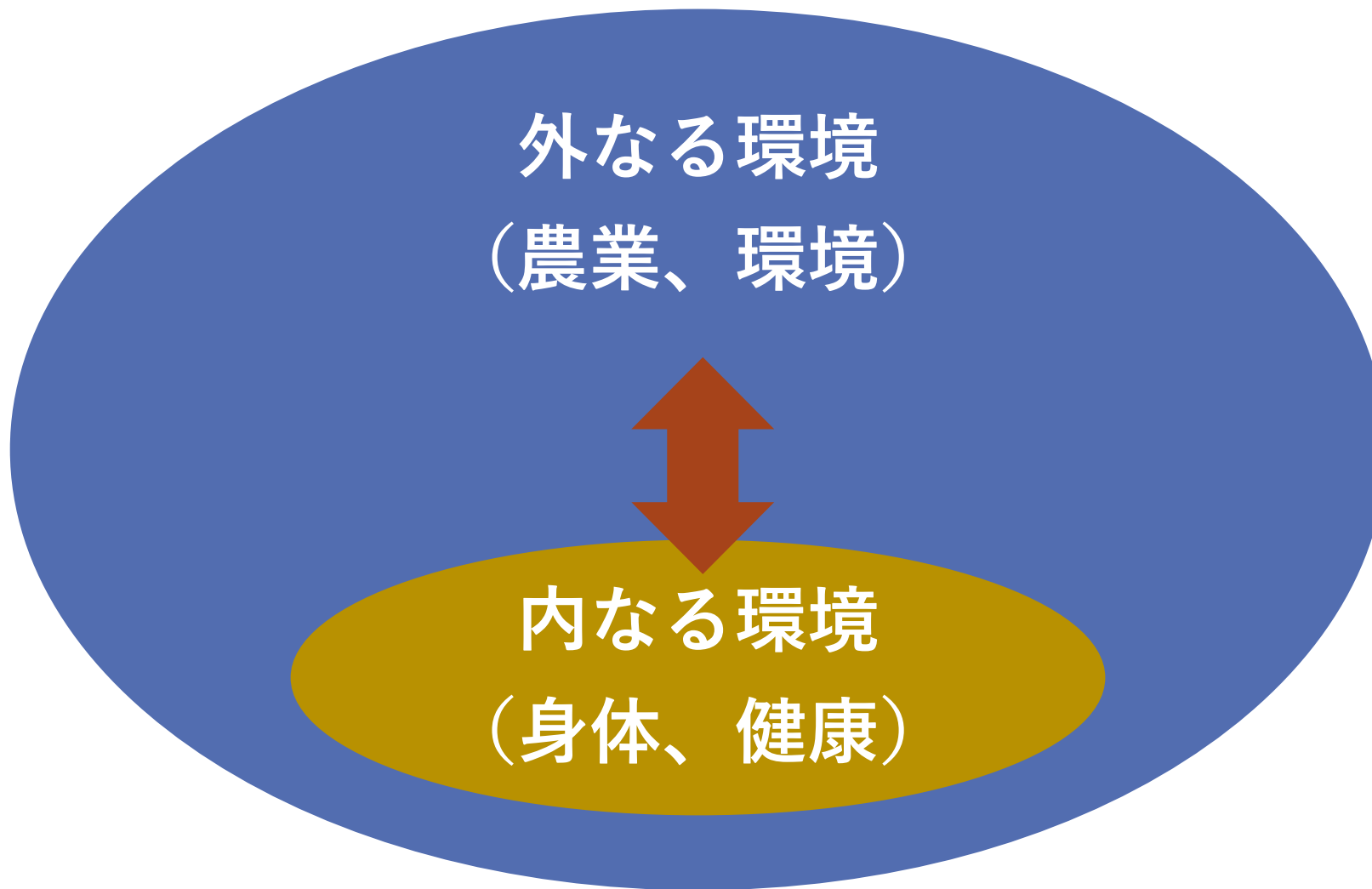
問われる「食」の倫理



(2) 食と農の「つながりの再構築」



(3) 有機農業が創出する「持続可能性」という価値



(4) 有機農業は〈食と農〉のつながりをつくってきたのか

1970年代

有機農業への理解が必要だった時代

：提携、生産者と消費者の交流、援農も活発に

1980年代

有機農産物の流通が多様化する時代

：有機農業から有機農産物への関心（付加価値、安全性）

2000年代

有機農産物への関心

：持続可能性＝有機農業への理解、再び？＝体験と交流

(5) 有機農業の「ローカル化」は可能か

- ・ 有機農業 = 理解ある消費者とのつながり **≠ ローカル**
- ・ **混住化**する地域 = **消費者との近さ** → **都市農業からの学び**
- ・ **コロナ禍による外出自粛** → ① **内食需要** ② **耕す市民の増加**

有機農業のローカル化

学校給食

CSA

ファーマーズ
マーケット

レストラン

援農

農業体験

4. 有機農業とローカル・フードシステム

例①：埼玉県比企郡小川町における面的展開



晴雲酒造



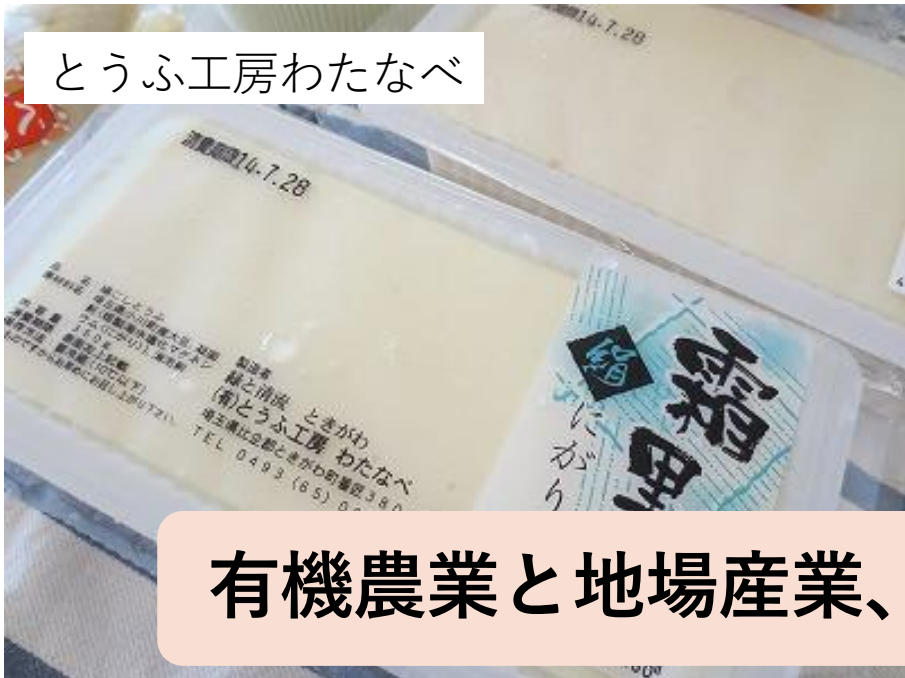
武蔵鶴酒造



帝松



有機野菜食堂・わらしべ



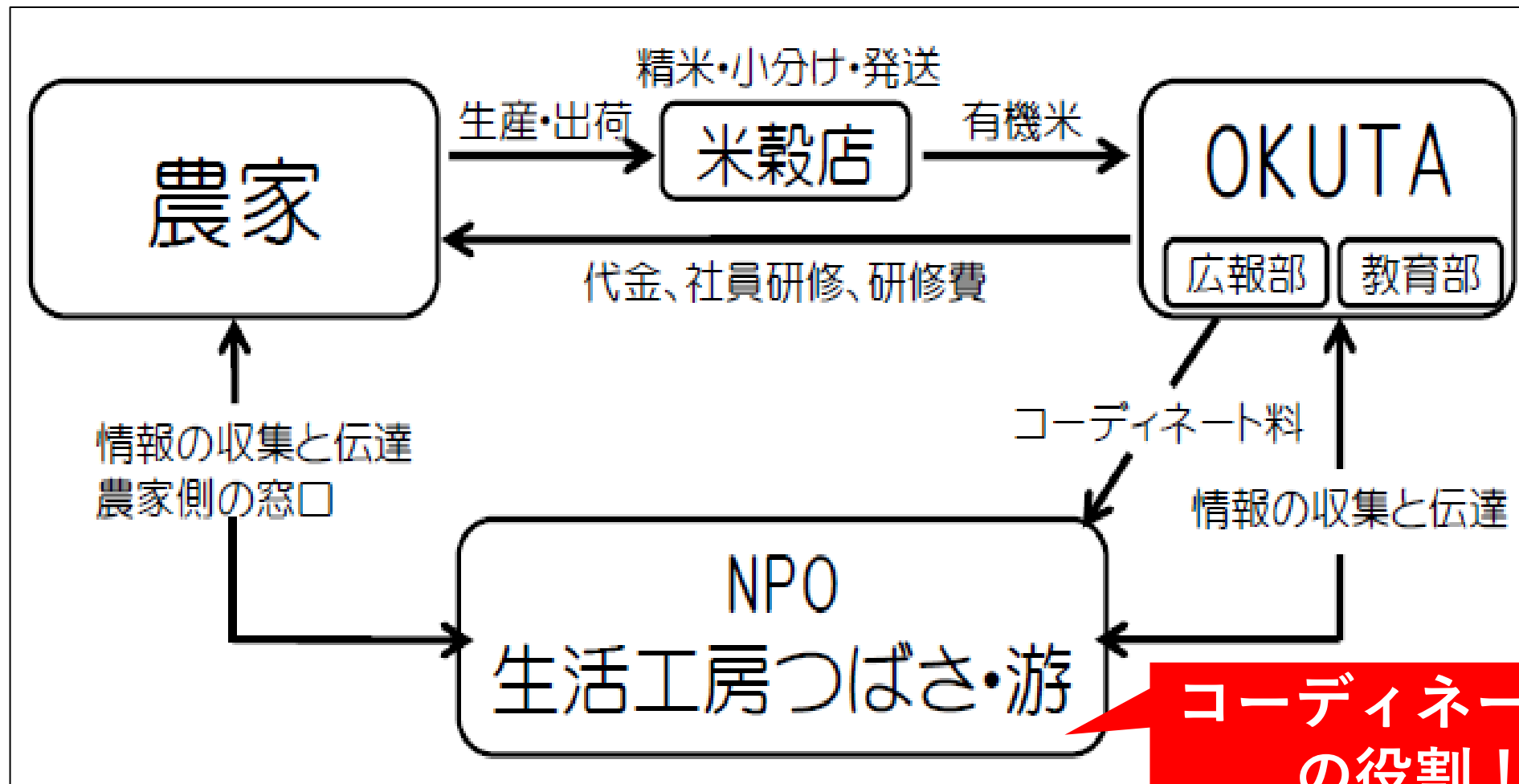
とうふ工房わたなべ



ヤオコー

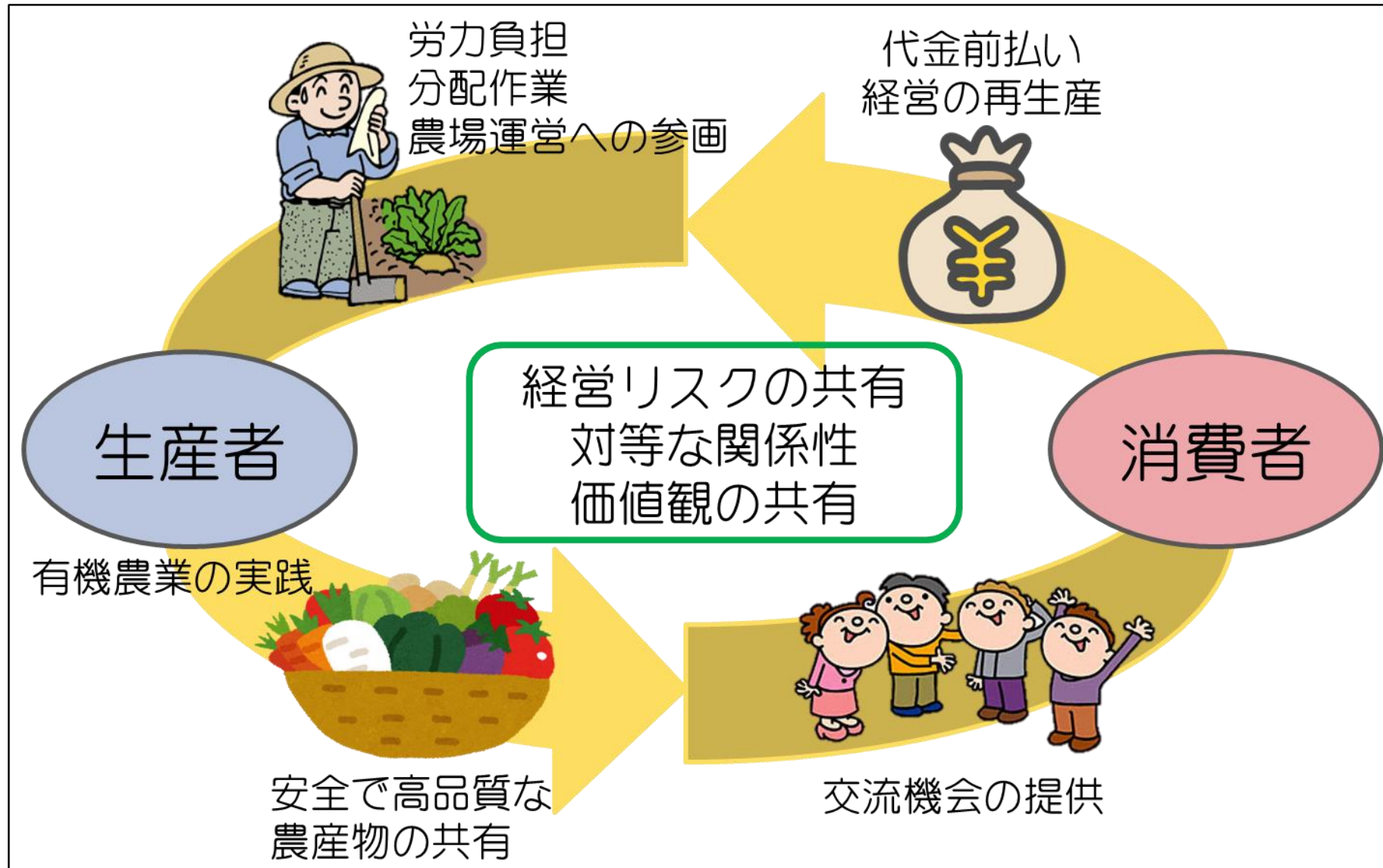
有機農業と地場産業、レストラン、スーパーの連携

- ① 社員の「食」 ② 地域環境の保全 ③ 持続可能な社会の構築



コーディネーター
の役割！

CSAにおける生産者と消費者



例②：オーガニックファーマーズ朝市村（愛知県名古屋市）

- ・ 2004年10月～（2009年5月～毎週開催）
- ・ **目的：有機農業新規就農者と消費者との出会いの場**
- ・ 日時：毎週土曜日 8:30～11:30
- ・ 場所：オアシス21（愛知県名古屋の中心街にある都市型公園）
- ・ 登録農家数：約70軒



・朝市村の基本原則

- ① 生産者本人が有機で育てた農産物と加工品のみ販売可
- ② 生産者本人が販売
- ③ 栽培方法や状況はベテラン生産者と事務局が確認
- ④ 生産者同士はライバルだけど大切な仲間
- ⑤ 毎週開催で有機農産物を「日常」の食卓に
* 雨が降っても開催できる場所選び
- ⑥ 出店料で運営
- ⑦ ボランティアが運営に関わる（子ども含む）
- ⑧ 美味しさ、品質を追及する努力を怠らない
- ⑨ 新たな販路探しの努力、みんなで協力
- ⑩ 有機農業新規就農希望者を新たな生産者に育てる

- 出店方法

- 木曾川流域圏 + 愛知に隣接する地域

- * 「**地産地消**」 「**旬産旬消**」 の重視

- 生産者の畑の都合に合わせて出店（毎週約30軒）

- 出店料：机1本1,000円（5年目から2,000円）

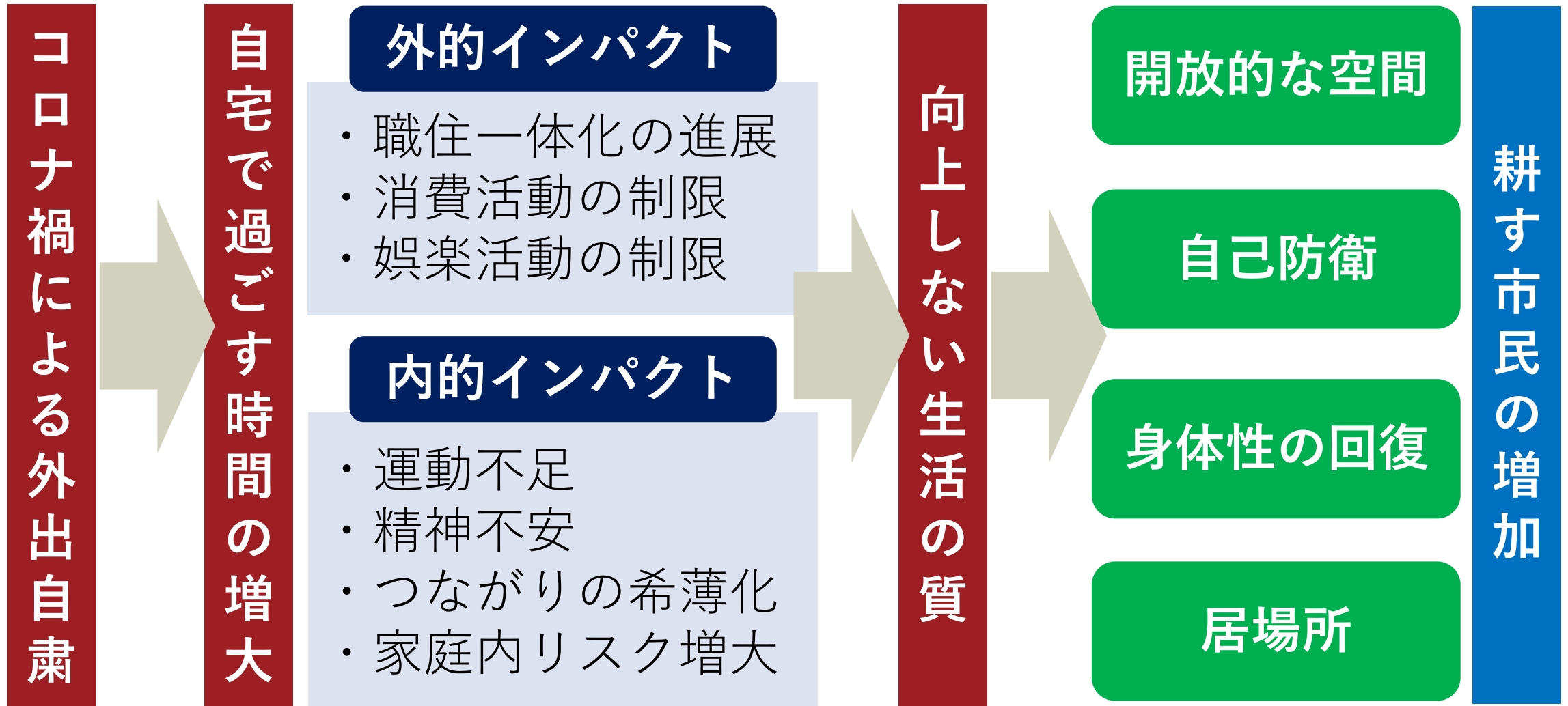
- 新規就農希望者の支援

- 2010年～、就農相談コーナー開設

- **研修先の紹介 → 就農後の販路 → 仲間づくり → 朝市村の充実**

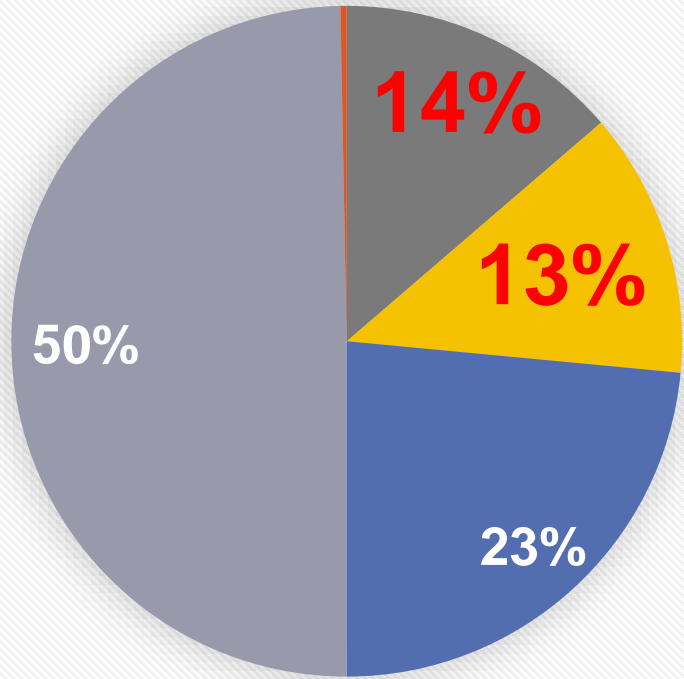
5. 耕す市民を育てる

(1) コロナ禍で増加する耕す市民



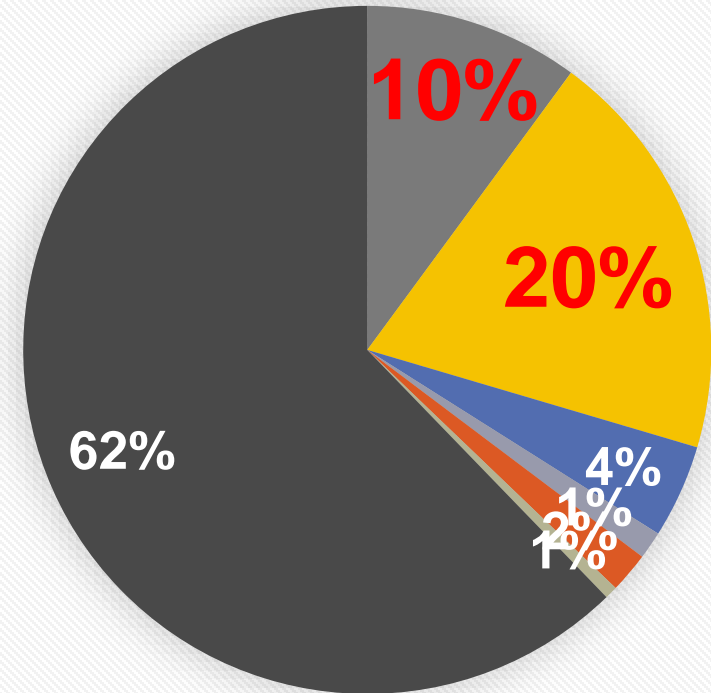
例①：タキイ種苗株式会社「野菜と家庭菜園に関する調査」

家庭菜園で野菜を作った経験 (n=600)



- 現在、自宅の庭や畑、あるいは市民農場などを借りて、野菜を作っている
- 現在、自宅のベランダや室内で野菜を作っている
- 現在はしていないが、過去に家庭菜園で野菜を作ったことがある
- 家庭菜園で野菜を作ったことはない

家庭菜園を始めた時期 (n=159)



- 今年の夏以降(2020年6月以降)
- 今年の春(2020年3~5月)
- 昨年~今年の冬(2019年12月~2020年2月)
- 昨年の秋(2019年9~11月)
- 昨年の夏(2019年6~8月)
- 昨年の春(2019年3~5月)
- 昨年の冬以前(2019年2月以前)

資料：タキイ種苗株式会社（2020）「2020年度 野菜と家庭菜園に関する調査」 https://www.takii.co.jp/info/news_200821.html（最終閲覧日：2020年9月22日）
 注：タキイ種苗株式会社が全国の20歳以上の男女600人にインターネット調査を実施（調査期間：2020.7.18~7.21）

(2) 非農家出身による多様な耕作方式（東京都）

耕作方式	内容
新規就農	東京都における新規参入者は、2009年4月に誕生した。東京都農業会議と自治体、農業委員会の連携により新規参入者が増加し、39歳以下の青年層が多い。新規参入者は「東京NEO-FARMERS！」を結成し、販売先の開拓やイベントなどを企画している。
圃場あり 自給農場	市民が共同で耕作する取り組み。1980年代に国立市で活動を開始した「やほ耕作団」が先駆的で、参加者が日常的に農作業を行い、自給、農的暮らしに取り組んだ。現在も、共同耕作グループがいくつかある。
クライン ガルテン	日本語では「滞在型市民農園」と表現される。ドイツ語で「小さな庭」を意味し、19世紀初頭から広がりを見せている。敷地には休憩施設が併設。全国に50カ所（約1,000区画）、東京都には奥多摩町、世田谷区にある。

圃場あり	農業体験農園	農業経営の一環として農家が自ら開設（農園利用方式）。農家が道具、種・苗、肥料などを準備し、指導する。利用料金は年間35,000～40,000円（体験料と収穫物）。1区画＝30㎡前後が一般的。
	市民農園	開設主体は自治体、農協、農家、企業・NPOなど多様。利用者が自由に栽培できる。農業体験農園と比べると、利用料金は低く、面積も小さい。
	家庭菜園 ベランダ菜園	庭の一部を畑として耕す。庭木果樹も多い。苗や種などはホームセンターや直売所で購入する。庭がない場合は、プランターを利用。プランターをいくつも利用し、屋上で栽培する人もいる。
圃場なし	援農 ボランティア	都市住民の農作業への参加意欲を高齢化や担い手の不足、経営の維持・発展を望む農家への労働力補充につなげる取り組み。都市農業ならではの仕組みで、主に東京都、神奈川県、千葉県などで展開。
	農業体験 イベント	種まきや収穫など単発のイベントで開催する。実施主体は自治体、農協、NPO、農家など多様。SNSなど情報発信手段の発達によりイベント開催が容易となり、集客につなげている。

(3) 農業体験農園の広がり

- ・ 1990年代半ばから練馬区、横浜市を中心に展開

農業体験農園と市民農園の違い

	農業体験農園	市民農園
開設者	農家	区市町村・農協など
形態	農業体験の場を提供	小区画の貸し出し
農地の貸借	無	有
作付方式・スケジュール	農家が決定・指導	利用者の自由
種苗・資材・道具等	農園主の負担	利用者の負担
収穫物	農家の所有（利用者は買収）	利用者の所有
料金	体験料・指導料・買取代金	区画貸し賃料
相続税納税猶予制度	適用あり	適用無し

資料：東京都「東京の食と緑を守り抜く東京農業（2005.4）」を加筆修正

例②：石坂ファームハウス（東京都日野市）

- ・江戸時代から続く農家
- ・農業経営の概要

面積：水田25a、畑地40a、果樹30a、農業体験農園10a

生産品目：米、野菜、ハーブ、お茶、りんご、ブルーベリー

販路：全て直接販売

- ・**活発な交流活動**（年間約2,000人）

「自然の恵みを楽しむ会」 「農業体験」

「ブルーベリー摘み取り」 「米作り体験」 「農業体験農園」

- ・援農ボランティアの受け入れ

高齢者限定農業体験農園（2011年3月～）

- ・ 体験農園の概要

面積：約10a、区画数：24（1区画：約32m²）

利用料金：年間4万円（道具代、種代、指導料等込み）

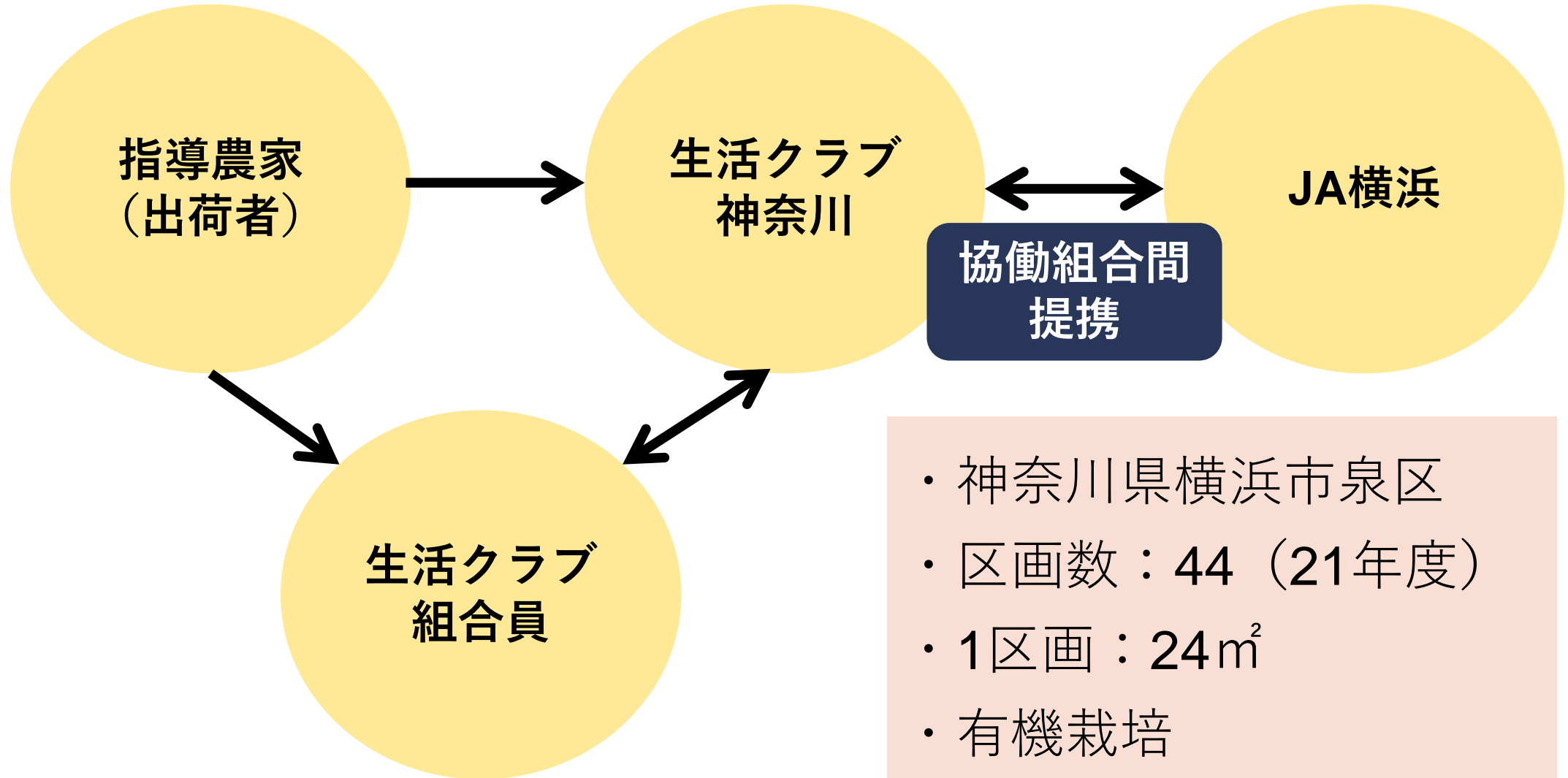
- ・ 経済的効果

利用者側：年間40種類ほどの野菜を栽培

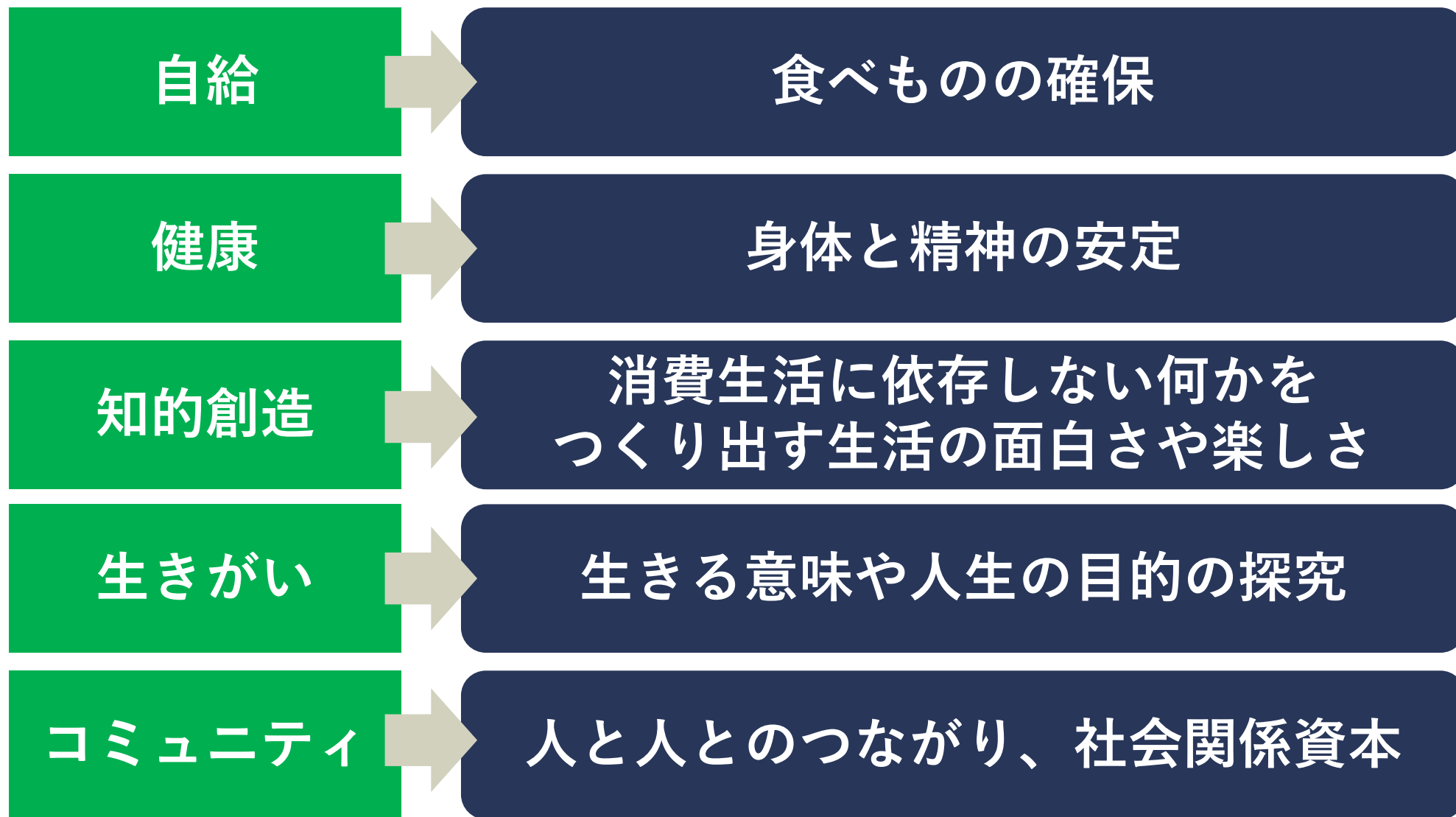
受け入れ側：年間70～80万円ほどの利益

- ・ **農福連携**という視点：ターゲット：**65歳以上の高齢者**

例③：生活クラブ神奈川・みんなの農園（神奈川県横浜市泉区）

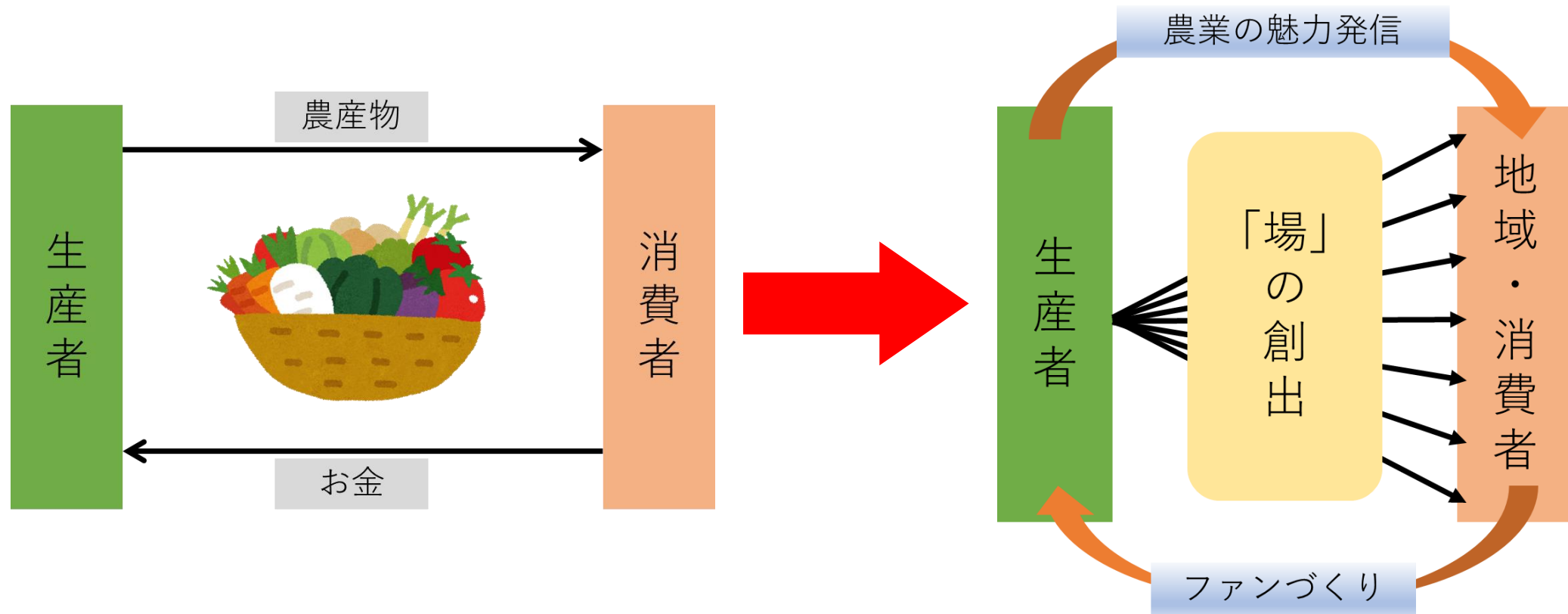


耕す市民の本質：単なる趣味嗜好ではない「生活の質の向上」



6. 有機農業でつくる持続可能な地域

(1) 「場」の創出とコミュニケーション



**“有機農業関係人口”を増やす
(「生産者－消費者」という枠組みに固執しない)**

(2) 有機農業の価値を広げていく

- ・ 有機農業の持続可能性がつくる社会的価値

公共性の領域

農薬・化学肥料不使用
= 食の安全重視

- ・ 食料の安定供給
- ・ 自然環境保全
- ・ 土壌保全
- ・ 人間の健康
- ・ 安心な暮らし

(3) 地域づくり（地域政策）としての有機農業

これまで



これから



(4) ポストコロナ社会における有機農業

これまでの社会

経済のグローバル化
大量生産-大量消費
都市化・人口密集

地球環境の破壊
生物多様性の喪失
農山村の衰退

コロナ禍にともなう
経済・社会の不安定化

私たちは今、
ここにいます！！

持続可能な社会
SDGsの達成

地球環境の保全
生物多様性の保全
都市と農山村の共生

ソーシャルビジネス
の推進

ポストコロナ社会