

## 農家のセガレが作る都市と農村の交流 ～農産物の販売からはじめる地域活性化への取り組み～

調査研究部 阿部山 徹

### 1. はじめに

今年9月に発表された「2010年世界農林業センサス結果の概要(暫定値)(平成22年2月1日現在)」(農林水産省)によると、全国の地場産農産物を活用した施設「産地直売所」は16,824施設ある。5年前の調査における13,538施設に比べ約24%増加している。産地直売所が増加している理由は、「新鮮」「安全・安心」「低価格」「地元産」などの農産物の魅力が、消費者のニーズと合致しているからである。また、都市での直売所は、都道府県、市町村、JAなどが主催し、地方や農村からの情報発信としてイベント会場などで農産物を販売することも多い。そのように多くの直売所がある中で、「オヤジの作った農産物いりませんか」「親孝行いかがですか」と声を出し、都市(東京)で農産物を販売している直売所がある。それを運営するのは、農家の息子や娘たちが作った「セガレ(倅)」(以下セガレという)という組織である。彼らは、「都市にいる自分たちにしかできない親孝行」を考え、月に1、2度であるが、自分たちで、「親(オヤジ)が作った農産物」の販売を行っている。

彼らの活動は、今や販売だけにとどまらない。都市だけの活動のつもりが、出身地域の活性化も意識した取り組みへつながっている。

この度、セガレのメンバー(以下メンバーという)に聞き取り調査をする機会に恵まれた。この聞き取り調査をもとに、本稿では、その組織の概要や活動を紹介するとともに、彼らが作ったネットワークを検証し、今後の都市と農村の交流のあり方について考察する。

### 2. セガレの概要・特徴

#### 1) 概要

##### (1) 発足の過程

セガレのホームページによると、セガレとは、「農家を継がずに東京で働く農家の息子(セガレ)や娘(セガール)がたまたま始めたプロジェクト」とある。

このプロジェクトは、2007年に東京・世田谷にあるスクーリングパッド<sup>1</sup>農業ビジネスデザイン学部<sup>2</sup>の1期生として知り合った3人の若者が、共に農家の倅(セガレ)ということで意気投合したことから始まった。彼らの共通点は、農家を継いでいない

1 ㈱スクーリングパッドが主催する、「学びの場」。東京都世田谷区の旧池尻中学校の校舎を再利用した「世田谷ものづくり学校」を拠点としている。Schooling(スクーリング)とは、常に学び続ける姿勢、Pad(パッド)とは、目指す場所へ飛び立つための発射台という意味がある。2006年にデザインコミュニケーション学部・レストランビジネスデザイン学部・映画学部の3学部でスタートし、2007年に農業ビジネスデザイン学部が加わり現在4学部で構成されている。

2 農業に“魅力”と“ビジネスチャンス”を感じ問題意識を持っている方々を対象とした学部。「世田谷ものづくり学校」内に、多彩なゲストスピーカーを招き、農業の現状について講義や討論を行う。俳優、永島敏行氏が学部長を務め、参加者は農業関係者だけでなく多種多彩である。

ことに対して何か後ろめたい気持ちを抱いていたことだ。そして仲間と話し合い、「都市（東京）にいる自分たちにしかできない親孝行」として考えたことが、親が作った農産物を販売することであった。セガレ結成から3ヶ月後には、青空市に参加し、その活動を開始した。活動を始め、同じ悩みを抱える仲間と話しているうちに、販売のことだけでなく、農家を継ぐことや親や地元のことを、一人では気付かない角度から考えることができるようになった。そして、相互に触発され刺激を受けるようになった。同じ悩み、同じ意識を出発点としているので、問題点や新しいアイデアが次々と浮かんできた。その問題点を解消し新しいアイデアを実現するための企画を「プロジェクト」と名づけ、様々なプロジェクトを立ち上げた。

例えば、前述のメンバーが実家の農産物を販売する「セガレマーケット」のほか、実家で農業体験をする「セガレツアーリストジャパン」、親の作る農産物を利用して交流が少ないマンション住民同士を交流させる「マンションマーケット」などの企画であり、その他にも沢山ある。都市で親が作った農作物を売るというセガレの活動を理解してもらうため、積極的にマスコミの取材も受けるようにした。この結果、都市住民からの問い合わせも多くなった。

## (2) 自らの悩み解決から都市農村交流へ

また、セガレの活動は、親孝行やメンバー自身の問題の解消という視点だけでなく、彼らにも新しい発見をもたらした。こんなエピソードがある。セガレに興味のある人達が集まった説明会で、ある都市在住

の人が、「農業のことを全然知りませんが、都市で農業を勉強するには、どうしたらいいでしょうか」と質問した。メンバーは、「農産物を実際に販売するのが一番いい」と回答した。それはなぜか。セガレマーケットの販売方式は、昔ながらの八百屋のような対面販売である。そこで消費者の求める情報を正確に伝えるためには、生産工程、調理方法、保存方法など、色々な情報を知らなくてはならないからだ。情報が氾濫する世の中であるが、言葉を交わすことでしか伝わらない情報もある。セガレマーケットで売っている商品は、普通の同じ商品と比べて同じか少し高めに設定されている。しかし売れる。それは単に、商品がいいからだけではない。その価値を納得させるだけの商品知識をメンバーが持ち、消費者との会話の中でそれを提供しているからである。

## (3) 現在のセガレ

さて、セガレの活動開始から3年が経過した。この間に様々なプロジェクトが実施された。こうしたプロジェクトを通じて、新しくセガレに加わりたい農家子息が具体的に何かをしたいとき、活動のフォーマットになる事例がいくつもできあがり、つつがなく実行するためのノウハウが蓄積された。今セガレには、メンバーと同じような悩みを持つ都市に住む農家子息が相談にやってくる。また、農業を体験したい人やマーケットに訪れたい人からも連絡がくる。セガレは、誰でも気軽に農業や農村に関する情報を聞くことができるひとつの窓口になっている。

現在、セガレは、20代から30代の若者を

中心に、約70人が所属するプロジェクトとなった。このように大きくなった今でもセガレは、NPO法人や株式会社ではない。その理由は、「そのような組織でなくとも、やりたいことはできるから」ということである。彼らは、志は同じであるが、組織としての強い縛りを求めている。なぜなら、仕事や学校の合間にセガレの活動を行っているからだ。メンバーの職業や活動時間も様々である。頻繁に会って打合せもできない。月に1、2度の活動しかできない。しかし、「都市（東京）にいる自分たちにしかできない親孝行」をし、「農家の息子や娘として考えなくてはいけないこと」を考えている。活動によってメンバーの心境にも変化が生じ、農家を継いだメンバーも現れた。以前のように親が営む農業を、「儲からない」「カッコ悪い」などとは考えなくなった。「親が農家でよかった。他の人に誇れるものがあるのがうれしい」「今が、生きている中で、実家や地元、農業を一番考えている時だ」など、自分たちが農家の息子や娘であることを前向きにとらえるメンバーが確実に増えてきている。

## 2) 特徴

上記の活動の特徴としては、以下のことが挙げられる。

- ①「今、都市に住んでいるが、農業を営む親のために何かしよう」ということで考え方が一致している。
- ②「農業を継ぐか継がないか」「将来的に田舎に帰るかどうか」など、農家子息が

抱える共通の悩みや話題があるため、仲間になりやすい。

- ③仲間が集まり、議論することで問題意識がはっきりしてくる。この問題の解決する試みをプロジェクトという形で企画し、取組みにつなげている。
- ④過去に様々な活動経験があり、ノウハウの蓄積がされている。これにより、新しくメンバーとして加わる人が活動に参画しやすくなっている。
- ⑤メンバーと同じような悩みを持つ、都市に住む農家子息の相談の窓口になっている。また、都市住民の農業体験や農業相談の窓口にもなっている。

## 3. セガレの主な活動と実績

本節では、セガレのプロジェクトの中から主な3つの活動を取りあげ、その実績と特徴を紹介する。

### 1) セガレマーケット（農産物の販売）

セガレのプロジェクトにおいて一番の基本である、親が作った農産物の販売を行う活動である。現在、東京・自由が丘、IDEE<sup>3</sup>自由が丘前で1ヶ月に一度のペースでマーケットを開催している。消費者からの要望があれば他の場所でもマーケットを開催することもある。2007年9月にスタートしてから、今までの開催回数は、約70回。IDEE自由が丘での活動では、1回あたりの集客数は、平均200人であった。

3 イデー（IDEE）は、オリジナル家具を中心に国内外からセレクトした雑貨、デザイングッズ、書籍などを扱うほか、豊かな時間を過ごすためのカフェやグリーンショップを手がけている会社。

(特徴)

- ①その時々旬な農産物をメンバーの親から取寄せ販売する。
- ②メンバーが販売員となり、農産物の生産情報や料理法など、その良さをアピールしながら販売する。
- ③農産物の安売りではなく、セガレの考える適切な価格で販売する。

(効果)

- ①メンバーが消費者と対面で農産物を販売することによって、メンバー自身が消費者のニーズを知る機会となる。
- ②消費者に対して販売する農産物の説明ができるように、メンバーが農業の勉強をするようになる。
- ③仲間や親とのつながりが強くなる。



セガレマーケットの様子

## 2) セガレツーリストジャパン (農業体験)

都市で活動するセガレが、都市を飛び出し、親の作る農産物の生産現場で、農業体験を行う活動である。メンバーでなくても興味のある人は誰でも参加できる。農作業には、怪我などを負う危険もあるため、傷害保険に入り、リスクへの備えを行っている。この活動は、

2008年5月からはじまり、今年だけでも、田植え、ジャガイモ掘りなどのツアーが企画・開催された。今までの開催回数は、約20回。1回あたりの参加人数は、10～50人であった。

(特徴)

- ①メンバーの実家ならではの家庭的な環境で、農業体験ができる。
- ②その他にも様々な農業体験ツアーが企画されているので、都市住民の農業体験の窓口となっている。

(効果)

- ①地元の協力農家も多数参加し、地域おこしにつながっている。
- ②実際に地元で活動することで、メンバーが、親や地元を深く考えるきっかけにもなる。
- ③都市住民とメンバーや協力農家とつながりができる。



セガレツーリストジャパンの様子

## 3) マンションマーケット (マンション住民同士の交流促進)

親が作った農作物を利用して、近所づきあいの少ない都市住民同士の交流を図る活動である。その主な内容は、マンション内やその

近隣で、1) のセガレマーケットとイベントを同時に開催する活動である。イベントでは、農作物をもっと深く知ってもらうために、様々な趣向を凝らしている。この活動は、今年2月からはじまり、今までの開催回数は、3回。1回あたりの集客数は200~400人であった。

(特徴)

- ①メンバーの親が作った農産物を使用し、メンバーの特技を活かした「野菜ソムリエ<sup>4</sup>による野菜教室」や「野菜の育て方教室」などのイベントを開催する。子どもも参加できる親しみやすい内容を意識し、農産物について知識を深めてもらう活動にしている。
- ②セガレが共同作業の場を作り、新しい住民同士の交流のきっかけを提供している。

(効果)

- ①イベントの参加者に、農産物の価値や新しい知識が伝わっている。
- ②共同作業をすることで、近所づきあいの少ない都市住民同士に新しい交流が生まれ、メンバーとも仲良くなる。

#### 4. セガレのネットワークモデルの変化と応用

次にセガレのネットワークモデルが、どのように発達していったのかについて見ていきたい。

図1 セガレのネットワークモデル (初期)

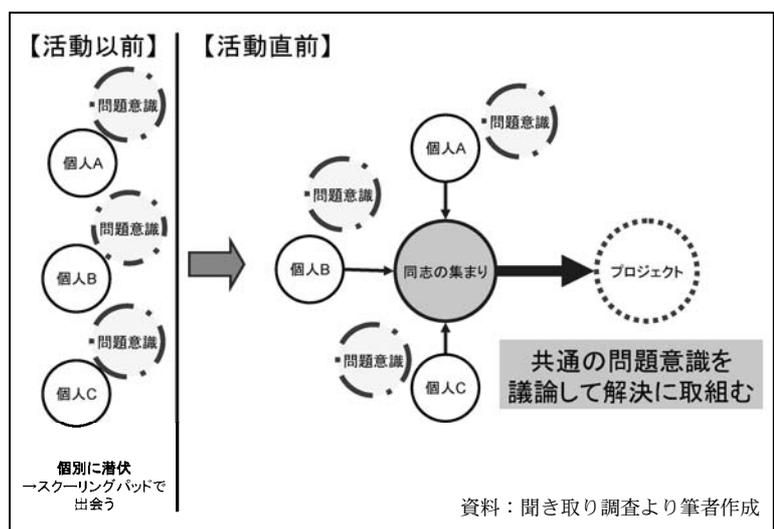
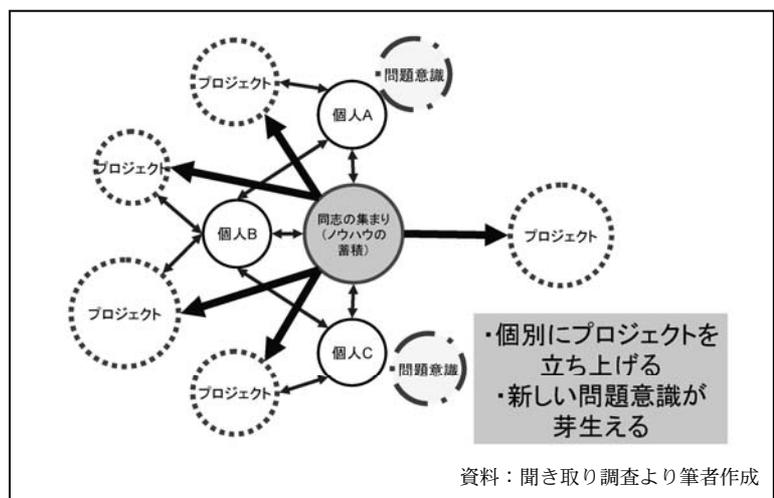


図2 セガレのネットワークモデル (現在)



4 一般社団法人日本野菜ソムリエ協会が主催する養成講座を受講し、試験に合格すると取得できる民間の資格。野菜と果物の美味しさや楽しさを理解し、伝えることのできるスペシャリスト。

### 1) セガレのネットワークモデルの変化

セガレの当初のネットワークモデル(図1)は、それまでは見ず知らずの個人が、同じ問題意識を持って自主的に集まることから始まる。この集まりの場を仮に「同志の集まり」と名付けよう。そこで議論して生み出された結論が、プロジェクトにつながっているという構造である。しかし、活動を重ねるにつれ、自分自身に新しい問題意識が生まれ、様々なプロジェクトができあがる。また、プロジェクトの立ち上がりを支援するため、個人同士のつながりも強くなる。セガレの活動が長くなるとセガレの中心にある「同志の集まり」の役割は、重要な議論の場でもあるが、プロジェクトの実践を重ねることでノウハウの蓄積の場にもなる。共通のプロジェクトでなくとも、必要なとき仲間を集めて援助する役割を果たす。このように活動が進むにつれて、様々なプロジェクトが立ち上がった。そして、「同志の集まり」の役割が変化しながら、仲間との深い結び付きができ、複雑なネットワークモデル(図2)が築かれる。

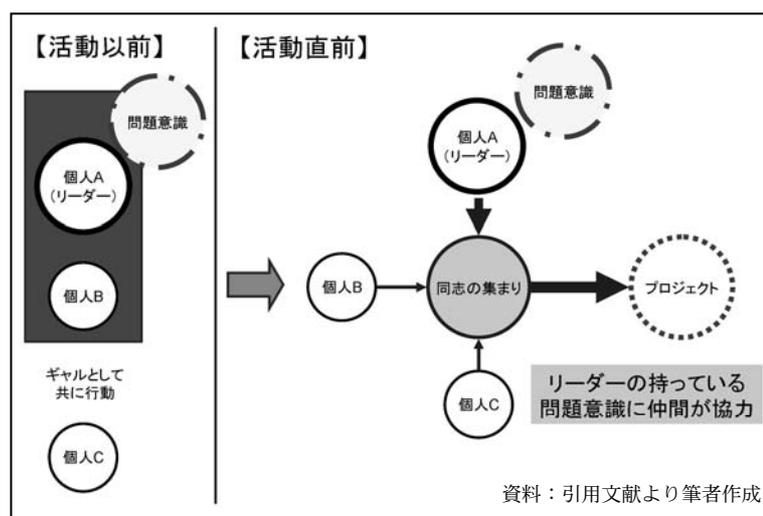
### 2) セガレのネットワークモデルの比較と応用

ここで、「ノギヤルプロジェクト<sup>5</sup>」のような農業プロジェクトとそのネットワークの形成過程を比較し、共通点や相違点を考察してみよう。報道や藤田(2009)によれば、ノギヤルのネットワークモデル(図3)は、食の安全・安

心、食料自給率の向上などに強い問題意識が芽生え、「農業をしたい」というリーダーの強い思いから始まった。それに賛同した仲間が、「同志の集まり」を作り、お米を作るという農業プロジェクトにつながった。セガレのプロジェクト設立過程と比較して、消費者サイドの観点が強いという点も動機や目的意識は異なる。しかし、行政の考えでなく自主的に集まりプロジェクトが立ち上がる点では、セガレのネットワークモデル(初期)(図1)と同じと考えられる。今、このノギヤルプロジェクトは、お米の販売、野菜作りなどその活動範囲を広げている。セガレと同じように、活動を重ねることによって仲間を増やし、生じる問題意識を、次々とプロジェクト化しているからである。

ところで、この初期段階の2つのネットワークモデル(図1、図3)形成と、セガレの現在のネットワークモデル(図2)から考え

図3 ノギヤルのネットワークモデル(初期)



資料：引用文献より筆者作成

5 藤田志穂さんを中心としたギヤルが農業をするプロジェクトのこと。2009年より、秋田県大潟村の八郎潟にある水田で、低農薬米である「シブヤ米」の栽培をしている。

て、今後の都市と農村の交流を、一過性ではない永続性のあるものにするためには、何が求められるだろうか。それは、交流に参加した人が一緒になって触発され、各々が活動を始めることで、自ら気づき、問題意識を持ち、変わっていくことであろう。さらに、この問題意識を解決するためにプロジェクトへ発展させ、実際に活動することで、ネットワークを広げていくことであろう。自分のことから始める。自ら主体的に活動し合うことでメンバーの意識が相互に変革されていく。このセガレの活動やネットワークづくりは、今後、都市と農村の交流が実のあるものとなり、地域が活性化していく上で、大いに参考になるだろう。

## 5. 終わりに

本稿では、セガレの組織の概要と活動の特徴を紹介した。また、セガレが作るネットワークの広がりや考え方は、現在都市住民によって行われている都市と農村との交流が一過性でなく、継続するためのモデルになる可能性が充分にあることを指摘した。

しかし、活動を通して、彼らの悩みや課題は全て解決されたわけではない。「兼業農家だと地元に戻っても仕事がない」「配偶者がついてきてくれるか心配」などの多くの問題が残っている。「農家を継ぐか継がないかは別として、自分が農家の息子や娘である以上、都市にいようが農村にいようが、きちんと今ある問題に立ち向かわなければいけない」という意識がセガレのメンバーには芽生えている。彼らの活動を見ていて、都市にいる若い農家息子に一番必要なものは、「地元に戻り

たい。地元のために何か活動をしたい」と思ったときに、参考になる情報や相談相手ではないかと考えられる。確かに、都市農村交流センター、自治体のUターンIターン窓口など、「農業」や「地元での就職」に関する情報を提供している機関は沢山ある。こうした窓口は税金を投入されていることもあり、「真剣に農業に参入したい」「真剣に地元で就職したい」人を対象に、活動を行ってきた。その役割はこれからも非常に重要である。

いまや、ゆるキャラブームやここで取り上げたセガレやノギャルプロジェクトに見られるように、肩肘を張らずに、今の自分のできる一歩から活動を起こすという動きは無視できなくなってきたように思える。これからは、こうした人々にも農業や地方への応援団の一員として加わってもらい、共に活動し裾野を広げることも有意義であろう。その中から、自ら気づき変わる人が現れる可能性があるからである。その取っ掛かりとして、都市に住んでいる農家子息や住民が、気軽に相談できるセガレのような窓口があっても良いのではないかと考える。

ところで、小田切（2010）は、都市農村交流で、農村がいきなり定住を求めることから成果があがりにくかった実態を踏まえて、より「交流」から「定住」にいたるまでの段階を小刻みにして、訪ねる・買う・食べる・泊まる・やがて農村で汗を流す、というような「都市からの関わり方の体系化」を提案している。セガレの活動は、その小刻みな段階の入口から半ばまでを構成する貴重なケースと考える。

セガレの活動は、都市において、現在自分

ができることから発し、地元の活性化を考える活動までにつながっていった。活動を通して、メンバーだけでなく、都市の住民と交流する受け皿になる農家が地域に育てば、メンバーも地元に戻りやすくなる。例え戻らないとしても、彼らが都市にいれば、今まで築き上げたつながりを活かし都市と農村をつなぐコーディネーターとしての役割を果たすだろう。セガレのようなプロジェクトが、今後各都市で立ち上がることを期待したい。

### — 謝辞 —

最後に、大変お忙しいところ聞き取り調査にご協力してくださいましたセガレのメンバーの皆様、この場を借りて心より御礼申し上げます。

### (参考資料)

- ・徳野貞雄著 (2007) 『農村の幸せ、都会の幸せ』 (生活人新書211)
- ・小田久美子 (2009) 『週1から始める元気な農業』 (朝日新書213)
- ・藤田志穂著 (2009) 『ギャル農』 (中公新書ラクレ332)
- ・増田直紀、今野紀雄共著 (2007) 『複雑ネットワークとは何か』 (ブルーバックス1511)
- ・小田切徳美 (2010) 「最近の農村政策の動向と背景」 『共済総合研究』 2010年8月号、pp6-41
- ・「農林水産省」 ホームページ  
(<http://www.maff.go.jp/>, 2010. 10. 7 閲覧)
- ・「セガレ」 ホームページ  
(<http://www.segare.jp/>, 2010. 10. 8 閲覧)

- ・「スクーリングパッド」 ホームページ  
(<http://www.schooling-pad.jp/>, 2010. 10. 7 閲覧)
- ・「IDEE」 ホームページ  
(<http://www.idee.co.jp/>, 2010. 10. 7 閲覧)
- ・「日本野菜ソムリエ協会」 ホームページ  
(<http://www.vege-fru.com/>, 2010. 10. 7 閲覧)