

北海道型農村ツアーの取り組み

株式会社いただきますカンパニー 代表取締役 井田美美子

広大な小麦畑の真ん中で写真を撮る。まっすぐに伸びる畝間をかける子どもたちを、目を細めて眺める大人たち。自分でもいだとうきびから、ジュースのような甘い汁が滴る。それを見て、農家さんがトラクターの上から手を振る。

十勝の平均耕作面積は約 38ha。これを 3-4 人の家族で維持しているのが一般的だ。後継者が多く戻り、耕作放棄地もない豊かな地帯だが、最近では人手不足も深刻で、繁忙期はパートさんの取り合いになっている。

都市と農村の距離が離れる昨今、交流の大切さを実感する農家さんも少なくない。しかし、地域の子どもたちに対する体験を受け入れてきた農家さんですら、その大変さから継続が困難になっているのが現状だ。

一方消費者の側は、食に対して漠然とした不安を感じている。食育が大切だと言われながら、具体的に何を教えてよいのかわからない。体験に基づいた知識や経験がないため、安易に情報に飛びつき風評被害の基となる。非常に不安定な状況だ。

せっかく北海道に来るのなら、ラベンダー畑を楽しむように、畑の景観を楽しんでほしい。北海道らしい広大な畑のまん中で、食材にガブリとかじりついてほしい。その原体験を得ることで、知識としてではなく心から生産現場を思いやれる人が増えるのではないかと、そしてそれをツアーという“商品”にすることが、持続的に農業を発信する手段になるのではないかと、そう思ったのが、私がグリーンツーリズムに感心を持ったきっかけだ。



日本初のシステム「畑ガイド」

しかし、農業を学び、農村を知るほどに、農家さん自らが受け入れをするのは困難と実感した。十勝の農家は 9 割以上が専業。しかも、著名な観光地もない地域で冬は集客がない。微々たる副収入よりも規模拡大の方が効率的と考えるのは当然だ。唯一あった観光農園が閉園して以降、気軽に農業体験ができる施設は、果物狩りくらいになってしまった。

そこで考えたのが、地域の人が案内役となる「畑ガイド」の仕組みだ。

農家の方が説明するからこそその感動と考える方もいるが、農家さんは一般の方に対しても専門用語を使ってしまいう傾向にある。また、農業の背景がわからなければ理解できない話も多い。謙遜しながらも、実はお話好きの方が多いので、時間を大きく超えてしまう事もある。農業に関する知識習得は当然のこととして、コミュニケーションを学んだガイドが対応することで、限られた時間の中でわかりやすく、適切にお伝えすることが可能になる。何より一番のメリットは、農家さんが作業の手を休めずとも、来訪者の受け入れが可能になったことだ。

ガイドは主に地元の元気な年配者の方々だ。元農協職員、元教諭などそれぞれだが、みな自分の知識や経験を活かして地域に貢献したいと考えてくれている。冬は仕事がないが、あくまでボランティアではなく、プロガイドとして活躍頂いている。自分の好きなものを買ったり、孫におこずかいをあげているようだ。不定期で体力も使う仕事だが、全国から来るお客さまとの出逢いも楽しく、辞めずに続けてくれている。

畑ガイドツアーと従来の農業体験の違い

弊社の畑ガイドツアーは、「畑ガイドと行く農場ピクニック」というタイトルで実施している。ガイドと一緒に農場内を歩き、おやつやランチを食べるからだ。従来の農業体験では、“収穫”“種まき”などの作業体験がほとんどだった。私たちのツアーでは、そのどちらも約束はしていない。あくまで、農場内をガイドと一緒に歩くこと、そしてその畑で採れたものを畑のまん中で食べることが、価値なのだ。



十勝で作られている作物は、主に小麦、じゃがいも、豆、ビート（甜菜）。農家はそのどれか一つだけを作っているわけではなく、年ごとに作物を変える“輪作”を行うことで、健康で豊かな土づくりをしている。高価格で売れる作物だけを増やせばこのバランスが崩れ持続可能ではなくなる。一度やめてしまうと雑草が繁茂し、元に戻すのは至難の業だ。農業と工業の違いを都市の方に理解してもらうことも、私たち畑ガイドの大きな役割と認識している。

また、これらの作物はいずれも、採ってすぐに食べられるものではないし、そもそも素人が関わられる作業はほとんどない。他の野菜類にしても、毎日収穫できるように調整されたものよりも、一度に植えて一度に収穫するような栽培体系が一般的だ。そんな地域で体験をさせようとする、自家菜園の片隅に体験用の圃場を用意することになる。トマトやキュウリの収穫は楽しいが、それが一般的な十勝農業かと言うとそうではない。その気になれば関東や関西でも体験できてしまう。北海道ならではの体験に、広大な風景は欠かせないのである。

農場ピクニックの反響

このツアーを始めて4シーズンが終わった。

初年度は関係者や視察がほとんどで、100名足らずの参加者だった。2年目は道内雑誌に大きく取り上げて頂きイベントは盛況だったが、農場ピクニックは150名程度だった。3年目によく道外に情報を届けることができ、一気に1000名を超えた。そして今年は2000名を超えた。現地集合にも関わらず、海外からのお客さまも目立つようになった。食材の品質と安定供給だけではなく、農村景観そのものにも、大きな価値があることを証明できたことが嬉しい。

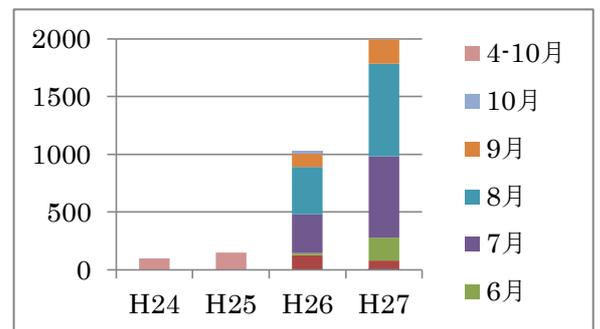


表 1.農場ピクニック参加者数の推移

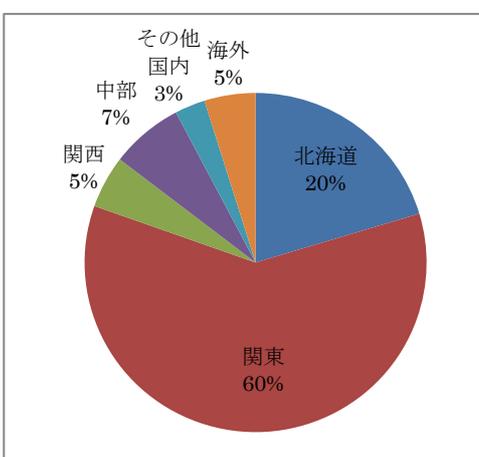
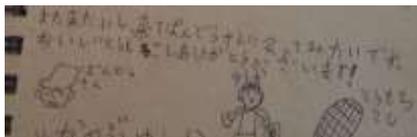
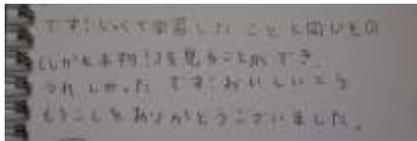
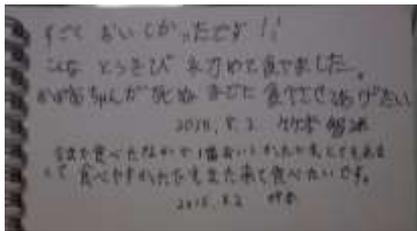


表 2.参加者の属性

道内からお越しの方はほとんどが視察や研修なので、一般のツアー参加者はほぼ道外からの家族連れだ。今年は海外からの一般客も目立つようになった。

参加者数の推移(表 1)を見ると、3年目に参加者が急増しているが、これは驚くことではない。初年度は十勝管内、2年目に道内発信を行った結果、3年目に全国に届いたという結果なのだ。昼食付2時間で4000円というツアーは道内の方には高いと言われる。しかし道外観光客にはそれ以上の価値を感じて頂ける。受け入れ体制が整ったため、来年度は値上げする予定だが、来場者数への影響は少ないと考えている。地域の方にはこのツアーと別の形で情報発信を続けていきたい。

参加者の反応



参加する方の多くは、ただの収穫体験だと思っている。でも、その時期は小麦が黄金色に色づき始め、じゃがいもの葉が青々と茂っている。そんな風景の中を歩きながら、畑作に対する理解を深めてもらっている。そして最後に自分で収穫したとうきびを生で、茹でて食べるのだ。

感動しないわけが、ない。

全国からお客様がお越し下さるようになったのは昨年からだ、もう既に多くのリピーターが訪れている。学校や幼稚園で体験活動を推奨されているようで、教育の一環として参加されるご家庭も目立つ。3世代で参加される場合は、経験豊富なおじいちゃんおばあちゃんが活躍だ。

私たちにとって参加者に喜んでいただけることは当然のことであり、その後、その方の買い物や食卓など、日々の選択に変化が起きることが、最終的な目標なのである。

生産者との関係

「どうやって協力農家を見つけるのですか？」とよく聞かれる。そして答えに窮する。「ご縁ですね...」としか答えられないのだ。協力頂ける生産者を見つけてから起業したわけではない。この仕組みであれば、協力してくれる方は必ずいると信じていた。個人的に知り合った方とご一緒する場合もあるし、農協や企業に協力してもらって条件に合う生産者を紹介してもらうこともある。基本的に当日対応はこちらが行うため、生産者に支払う謝礼は入場料程度の微々たるものだ。だからこそ、個々の生産者の想いや受け入れに対する考え方を尊重し、適度な負担と関わりを見定めていく。状況に応じて、農場も変更してきた。お互いにとってその方が良いと判断した時だ。そこにマニュアルはない。このさじ加減が“女性ならでは”なのかもしれないと最近思う。



課題とこれから

第一は、この事業を持続していくということだ。初年度は内閣府の起業支援金を頂き、2、3年目は帯広市から委託事業を頂いた。補助金に頼るつもりはないが、誰もやったことのない事業を軌道に乗せるまでの非常に苦しい時期を支援して頂いたことで、円滑に自立の道を歩めた。4年目の今年は一切の補助も委託も頂かなかつたが、収入のない冬期間も常勤スタッフを継続できるだけの蓄えができた。来年は体制強化のため、もう常勤1名と季節雇用1名増員したいと考えている。



第二は、防疫対策の徹底だ。農場は誰もが自由に入れる場所ではない。現に今年は、国内初の病害虫が発生してしまった。私たちには、その重要性を発信する責任があると考えている。ツアーでは必ず専用の長靴に履き替えて頂いている。しかし農場があまりに広いため、駐車場から目指す畑までの距離が800mということもある。トイレは仮設で使いにくいことも課題だ。全てを都会のように整備する必要はないが、楽しみながら体験できる工夫をし続けていかなければならない。



第三は、地元の方が農業とふれあう機会の創出だ。道内の方はこういった体験に対して対価を払う感覚が低いため、活動に係る費用を捻出できずに活動が短期的なもので終わってしまう傾向にある。しかし、地域の方が地元の魅力を感じ発信することが重要であり、そのために学び体験する機会をより多く提供していきたいと考えている。夢のようなアイデアはたくさんあるが、どうしたらそれが実現できるか、諦めずに考え続けていきたい。

最近では、講演や執筆の機会を多く頂くようになった。農業や観光といった専門分野以外での意見を求められることも多い。人口減少と人口の都市集中が進む中、“地方の魅力を活かした新しい仕事を創出する”ということ自体に大きな価値があるのだと実感している。美しい北海道、日本の農村がこれからもあり続けるために、私たちの取り組みがお役に立てるのであれば、惜しみなく協力していきたいと思っている。

井田美美子 (いだ ふみこ)

株式会社いただきますカンパニー 代表取締役

十勝の「ありのままの生産現場」を伝える「畑ガイド」／消費者と生産者をつなぐ「農村ツーリズムコンサルタント」／講演・執筆

2児の母。10歳で「生きた鶏を処理して食べる」体験をする。出産を経て2012年3月開業、翌13年5月会社設立。生産現場を見学できる「畑ガイドツアー」が話題を呼び、首都圏から多くの家族旅行者が訪れ感動の声が寄せられている。起業背景は、食を通じて子どもたちが未来へ生き抜くチカラを育むこと。その一心で観光・農業の現場連携を推進してきた。「3年生が作った今日のごはん」といった我が子の成長を伝える日々の発信に母親層から支持が集まる。



MEMO