

内閣府 地域雇用創造事業
地域密着型インターンシップ研修

最終報告書

中間事務局
特定非営利活動法人 素材広場

11月7日
第3期研修生 スリーピース

～受入施設紹介～

特定非営利活動法人 素材広場

住所：福島県会津若松市八角町 13-45

HP： <http://www.sozaihiroba.net/>

営業時間：8:30～17:30（月～金曜） 定休日：土日

目的：福島県の宿泊施設に対して、福島県内の安心・安全な素材および福島ならではの素材による地産地消の推進に関する事業を行い、宿泊施設が地産地消を活かした集客向上に寄与する。

～生産者とお宿をつなぐネットワーク事業～

- ・会員素材を宿へ情報提供
- ・生産者の現場取材
- ・トレーサビリティ&一括受発注システム
- ・宿プランの紹介
- ・素材情報誌「素材広場」の発行
- ・交流会の実施
- ・現場見学会

～研修の目的～

農業と観光をうまく組み合わせて事業を行っていきけるかに興味があり、実際に農家での現場体験を通して、利点や問題点について学ぶため

～研修・作業内容～

新商品やオススメ素材をお宿さんに紹介
生産者の現場を取材し、情報発信する。

～課題内容～

農家さんに話を伺い、それぞれのポリシーや生産物に対する思い、出来上がるまでの喜びや大変さはお宿さんや消費者、顧客に伝わりにくい一面があり、もちろんいいものを作り、それを利用してもらえれば伝わるということもあるかもしれないが、その素材や農家に対する情報が少ないために伝わらないことが非常に残念に思い、〇〇さんの生産物はこんな手間暇かけて、こんな思いで、こんなことに気を使っているということを詳しく知ってもらった上で、使ってもらえるように人柄や生産過程、熱い思いがわかるような取材を

し、情報発信していく。また宿プランにおいても、互いの連携を密にし、素材の調達や工場見学などを織り交ぜた体験・学習型観光プランの提案をしていく。

リンゴ農家 佐藤さん

経営

会津坂下町開津

樹園地 120a (リンゴ 80a、さくらんぼ 35a、桃 5a)

米 3ha

個人経営の専業農家

夫婦 2 人で年間 250 日以上従事しており、春から秋にかけて季節雇用 120 人日

売上の 90%が直接・郵送販売

加工、観光農園、農家民宿は少し

宣伝・広告に力を入れるよりも、いいもの・自信のある品質のものを作れば、初めに買ってくれた人から他の人への贈答、口コミによりどんどん広がっていくという考え。

キズや落下の果実が果実全体の 2 割ほど生じ、昔はそれをジュース作りなどの加工に使用していたが、コストや技術的な問題で退き、キズものは家庭や近所で食べ、残りは土に埋めて処理しているのが現状です。いいものを作って売るのが一番で、高く売れるのであれば、販路も海外へと変わっていくかもしれない。このまま後継者が見つからず、技術が伝わっていかなければ、外国の競争力に負けるのではないかというメディアで言われているような農業の問題が、実際に起きている深刻な問題であることを認識させてもらいました。君らのような若者がもっと遊び心と覇気感を持って、農業について真剣に考えてくれと鼓舞されました。



感想

自転車で現地入りすることになっており、気分よく向かっていたのですが、突然の豪雨でもうこげないと思い、迎えに来てもらえるよう連絡し、待機していた時に晴れ渡り、雨男の力を発揮しました。リンゴの白い部分に太陽の光が当たるようにリンゴの向き変え、葉摘みをさせてもらいました。リンゴの実は繊細で体が当たっただけでも落ちてしまいました。台風で実が落ちるのも納得。1日中脚立を運びながら上り下りするのは大変です。

多品目農家 梁田さん

会津神指町高久

農産物直売所と引き売りが80%、

家族経営

生産物は里芋、梨、大根、白菜、オータムポエム、スティックブロッコリー、桃、きゅうり、なすなど

直売所は少量を毎日出すことが大事。自分で価格を設定し、包装したものが売れた時は自信につながる。冬場の農産物が育たない時期には、菜っ葉類の一回獲ったら終わりの作物よりも何回もとれる作物を育てるように工夫している。例えば、スティックブロッコリーはいくらとっても、また生えてくる。先の方はお弁当に、茎は炒めて食べると便利という宣伝一つで売れるようになる。

農産物直売所について、どんな消毒を何回使ったか、前に作った作物は何かなど畑の履歴

を申請し、登録した商品しか販売できない。これはトレーサビリティの役割を果たしているだけでなく、生産者にとっても作物に異常が出た時、それを見て原因を見つけることができるというメリットを教えてくださいました。

作物は自分が食べたいものを作るから愛着がわき、出荷する前に新鮮なものをたくさん食べて心が満たされ、未練がなくなってから売るようにしている。生産、処理、販売と仕事が多様化し、負担は大きくなっているけど、自分で作ったものを家族で楽しく食べる幸せがやる気につながるという農業の苦勞とやりがいの両面を教えてくださいました。



感想

里芋掘りから包装までの一連の流れ、梨の包装をやらせてもらいました。農産物直売所では同じ野菜でも複数の農家が出荷しているので、その中で選んでリピーターになってもらえるように包装など見た目にも気を遣い、他にない印象を与えることが大事だと思いました。

柿農園 渡部さん

柿の概要

柿にはビタミン C が豊富に含まれ、栄養価も高く、柿が赤くなれば医者顔が青くなると言われるほどの健康食材です。

渋み成分はタンニンと呼ばれ、この渋みが強ければ強いほど、渋抜きした時の甘みも強くなります。渋抜きの方法として主に炭酸ガス、アルコール、焼酎で抜く方法があります。

渡部農園では、アルコール 35 度の渋抜き専用焼酎で 2 週間かけて渋抜きをします。

おやま地区は寒暖の差が大きく、土壌も柿栽培に適しており、辺り一面に柿の木畑が広がる柿の名産地です。会津おやまのみならず柿として天皇に毎年献上されています。名前の由来は、自分の枝が折れてしまうほど実が大きくなることから身のほど知らずの柿、また未だかつてこんなにおいしい柿は食べたことがないという味知らずの柿というところからきているといわれています。

経営

会津若松市門田町御山地区

柿の木は約 800 本所有(うち半分は頼まれて)

米(コシヒカリ 160 a、ひとめぼれ 40 a)

専業の家族経営で、退職後のここ 5 年で本格的に

10 月後半から 11 月中旬にかけて柿のもぎ取りや出荷作業に季節雇用として約 200 人日

売上は直接・郵送販売が 90%、ファーマーズマーケットが 10%

エコファーマー認定を取得(土壌の窒素成分を基準以下に抑える)→付加価値を上げるため

宣伝・広告に力を入れている。(ダイレクトメール、ゆうパック、新聞折り込み、雑誌など)

一年間の作業内容

5 月～8 月 蕾、摘果摘

9 月～10 月頃 色付けのためにシートを敷く

10 月末～11 月 収穫、出荷

冬 剪定

年間を通して

消毒(年 4 回)、除草(適宜)、有機肥料(基本的に年 1 回)

災害

干ばつ→肥料や藁を敷いて土壌を保つ

害虫(カメムシ、テントウムシ)

落葉病→周りの木にうつる

キズや変色(今年は 2～3 割)

霜

課題

昔は市場に出していたが、価格が動くことによって、直接販売との価格差が生じてしまう。(市場価格より直接販売価格の方が高くなってしまう。)

資材の価格は上がっているが、昔からのお客さんも多いので、価格を上げることができな

い。

みしらず柿は皮が薄く、デリケートなためキズや変色が起こりやすい。味に変わりはないが、見た目の印象が悪いため、みしらず柿が全国的に広まらない。

収穫時にキズが付いたものや色の悪いものは、直売所で買いに来てくれた人へのおみやげとしている。最終的には販売も行う。

「いいものなら高くても買う。」という高級志向があり、ご贈答用には大きい柿が選ばれる。広告宣伝によって会津の人から全国に送ることで広まり、いいと思った人が県外からでも買ってくれるようになる。(今では県内と県外が半々くらい)

小さいサイズの販路が難しい。加熱すると渋みが戻ってしまう。柿の加工技術がしっかり確立されていない。最近ではハイテクプラザで特許を取得。

おやま地区では他の人の柿の木と隣接しているため、やめる時は委託か切るしかない。後継者が不足し、柿の木畑がどんどん減っている。



選定の機械



消毒用の機械

感想

事前にコンテナや脚立を運んで置いたり、天気や柿の状態を見てもぎ取りの順序を決めたりと社長に同行させてもらい、人夫さんが安全に効率よく作業できるように事前準備から後始末に至るまで、もぎ取り以外にも段取りに時間がかかり、社長の1日は大変でした。

～課題達成度～

今回の研修では、農家さんに実際に起きていることや抱えている問題を現場で見せてもらいながらたくさんの方の事を教えてもらい非常にいい経験になりました。チラシは作らせてもらったのですが、農家さんの苦勞ややりがいの情報を外部へ伝えていくアウトプットがうまくできなかったことが反省です。今回学んだことをもう一度整理し、周りに伝えていく技術を磨いていこうと思います。自分のやりたいことばかりをやってしまいましたが、人と人とのつながりを実感させてもらい、有意義な研修にすることができました。お世話になった方々に感謝の気持ちでいっぱいです。