

(3) 農業法人(株)神子の里 疲弊する山村農家集落の立ち上がり

地産地消支援委員会委員長代理 齋尾恭子

1. 調査対象地域の概略

羽咋市は能登半島付け根の西にあり、七尾市方向に延びる邑知湾地溝帯に沿い市街地が広がる。西は日本海に面し千里浜があり、415号線は羽咋市街地より富山県氷見市に繋がる。羽咋の地名は垂仁天皇の皇子がこのあたりで領民を苦しめていた怪鳥を退治し、羽を食い破った(羽喰)から転じて、羽咋となったと伝えられる。また、古文書などに、そうはちぼん(飛行虚空神力自在)の記載があり、近年にもUFO目撃例が報道されている。そのため、羽咋市には宇宙科学博物館コスモアイル羽咋があり、神話と近代科学がないまぜになる人口は約24,410人(世帯数8371、平成21年1月現在)の地方都市である。

今回調査の対象とした神子原地区(みこはら地区)は145号線沿いにある神子原公民館(はくいアクセスMAPの右下)一帯であり、当該地区は神子原、千石、菅原集落に分けられる約1,000haの中山間地域であり、近15年間に人口は半減し、高齢化(菅原町57%)、農業後継者不足と離村や廃屋の増加、耕作不利による放棄(急傾斜、地すべり、豪雪)などの見られる限界集落である。



図1 羽咋市の位置



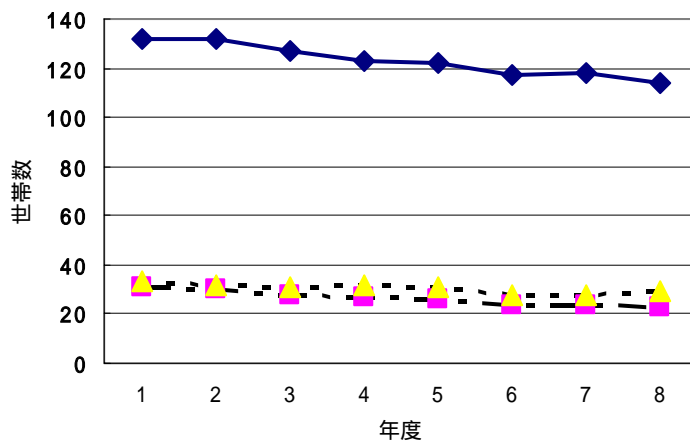
図2 羽咋市全域の地図

神子原地区の集落の人口・世帯推移

当該地区の人口・世帯数は表1及び図3, 4に見るように急減している。数の減少は世帯・人口ともに平成16年頃までが大きく、それ以降の平成20年までは減少していると言ふものの若干横ばいとなっている。構成年齢についての資料がないので、正確な判断は難しいが、自然減に対して、新たな空き農家への入居世帯がいる。

表 1 神子原地区集落の世帯・人口数の推移

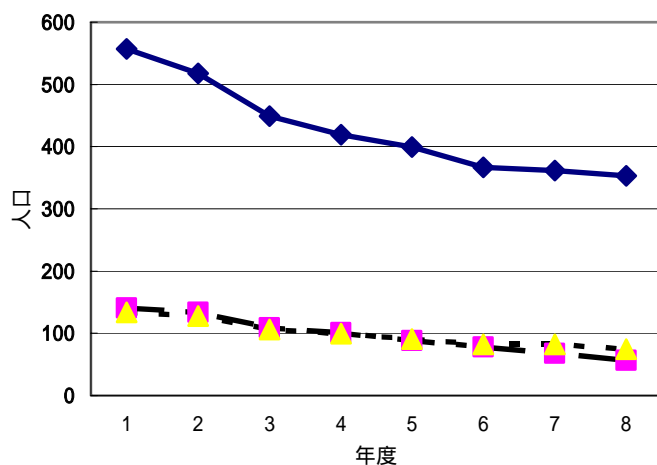
	年度	S 5 9	H 1	H 7	H 10	H 13	H 16	H 19	H 20
神子原	世帯数	132	132	127	123	122	117	118	114
	人口	557	518	449	419	399	367	362	353
千石	世帯数	31	30	28	27	26	24	24	23
	人口	141	134	109	101	88	78	68	57
菅池	世帯数	33	32	31	32	31	28	28	29
	人口	134	128	106	99	91	82	82	75
集落計	世帯数	196	194	186	182	179	169	170	166
	人口	832	780	664	619	578	527	512	485



—◆— 神子原 世帯数 —■— 千石 世帯数 —▲— 菅池 世帯数

図 3 神子原地区集落の世帯数の推移

年度は表 1 の年度で必ずしも等間隔ではない(図 4 とも)



—◆— 神子原 人口 —■— 千石 人口 —▲— 菅池 人口

図 4 神子原地区集落の人口数の推移

人口の低下は耕作地 110ha 中 46ha が放棄農地となり、集落の行事など集落機能の維持が難しい状況にある。

2. 活動の内容

羽咋市市役所 1.5 次産業振興室による集落の立て直し

地域起こし活動は平成 11 年、羽咋市役所 1.5 次産業振興室の指導から始まった。行政の指導は当初高齢化し、古いしきたりに縛られる村落に直ちに受け入れられたわけではなく、よそ者に集落の秩序を壊されたくないというような意見が農民の間に渦巻いていた。しかし地区のプラス要因として、米の味が良い(日経ベスト3位)、水がきれいで豊富、地域特産アオクワイの生産量県 1 位、棚田団地面積県 1 位(約 100ha)などを背景に、空き農家・農地情報バンク制度、烏帽子親農家制度、農産物のブランド化(神子原米のローマ法王への献上)、棚田オーナー制度、マエストロの村計画(特殊な技能者の村への移住勧誘)などなどの活動を打ち出していった。これらの活動については後ほどやや詳しく説明する。



図 5 棚田風景、冬は水を張る 図 6 菅原地区の畑地 図 7 クワイの収穫風景
神子原農産物直販所の設置

平成 18 年度住みやすい中山間地域づくり事業の一環として、神子原地区農産物直販所等が建設され、平成 19 年 3 月 14 日神子原、千石、菅池町の農家 131 人が集まり、農業法人(株)神子の里が施設の指定管理者となり、平成 19 年 7 月 7 日オープンとなった。

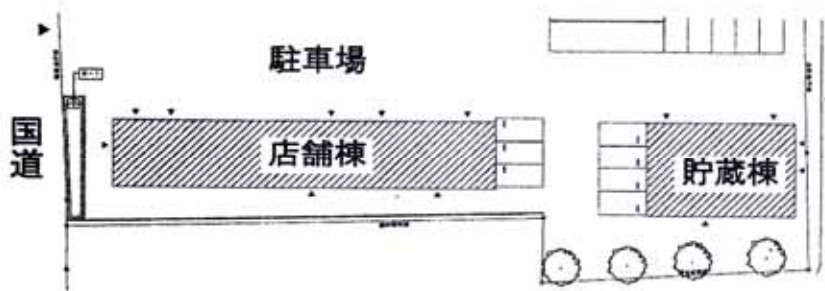
なお当該農業法人は、正確には株式会社であり、平成 19 年 2 月 22 日、その会社定款が七尾公証役場において認証されている。定款によると、株式会社の事業内容は、農畜産物の生産及び販売、農畜産物を原材料とする食料品の製造、加工及び販売、農業生産に必要な生産資材の製造及び販売、農作業の受託、農地・農道の保全作業の受託、生活用品の販売、新規就農業者の研修、受入及び育成、前各号に附帯する一切の事業となっている。当会は取締役会(取締役 3~5 名)を置き、また、監査役(2~3 名)を置く。取締役会は、代表取締役(社長)を 1 名選出する。今回調書の代表者となっている松本政文氏が現在代表取締役である。当該会社の発行可能な株式総数は 500 株であり、設立に際し、300 株を発行し、その発行価額は 10,000 円/1 株である。14 名の発起人を中心に、131 名が参加している。

神子原農産物直販所等施設の概観と説明を以下に述べる。

神子原農産物直販所は羽咋市の山彦計画の一環として、1 億 1,400 万円(国庫 50%、県費 10%、辺地債 40%)で建設された敷地面積 2,800m²の建物である。建物は神子原公民館に面し、国道 145 号線沿いに立地する。図 8, 9, 12 にその設計図を示す。

建物は大きく店舗棟と貯蔵庫に分かれ、店舗等にはその中心をなす販売所と販売物の加工・下処理をする室、事務所、そば屋、トイレなどがあり、地区内住民はむろん、市街部からの利用者(調書では年間 30,000 人)がある。一方、貯蔵庫は図 12 に記すように、主に

精米加工場であり、乾燥機 3 台、脱穀機 1 台、色彩選別機 1 台、石抜き機 1 台などを設置する、



左写真は右側が国道、上の配置図と左右が逆

図 8 神子原農産物直販所の配置及びその外観



図 9 店舗棟の配置図

店舗棟は全体が 285.1m²、販売所が 77.7m² であり、それほど広いスペースではない。しかし、販売所の内部は農家、ことに神子原地区婦人部が創意を凝らし、調査時期がたまたま初冬であったので、山を彩る美しい実や葉などで装飾され、農産物の展示も購買欲をそそった。神子原地区婦人部は直販所の加工グループに引き継がれ、神子原米のおにぎりは午前中に売切れてしまう人気商品であり、地域の保育園運動会や市の駅伝大会などへの注文もある。また、そば粉のピリカラおやき、そばのミニロールケーキも売れ筋商品である。最近会社が 280 万円で購入したソフトアイスクリーム製造機を利用して、地場のソバ、コメ、ウメなどを入れた製品も人気が高い。直販所はポイントカード制度を導入し、固定客（リピーター）の増加を図っている（85%）。販売品は、当該地区の農産物を中心に、今までの地産地消に係わる農家・農業団体との交流から知り得たワケあり産物を一部入れている。加工施設も内部の作業環境、食品衛生にこだわった工夫がされ、時給や売り上げの

一部などは農家主婦の小遣いの収益を増やしている。ソバは店舗棟内のそば屋での消費、ならびに加工品の増加により地区内ソバの耕地面積が増加している。



図 1 0 店舗棟で販売される地元農作物やそれら加工品。ローマ教皇に献上した神子原米やそれから作った美味なおにぎり、農作物、工芸品など



図 1 1 左から加工・下処理室における農家主婦の販売品調理風景、P Sを導入した事務室、店舗棟の中で交流の場となるそば屋



別棟になった貯蔵庫は、168.2m²の面積があり、初摺りから乾燥、精米、小米、色米などの選別、袋詰めまで行える立派な精米センターである。最近リターン若い技術者が機械管理・検査をしている。会社員でない者の精米加工場の利用は、利用料を徴収している。神子原米は当該地区の最初のブランド製品であるので、その品質に対しては、厳しい検査が生産、精米加工などでなされている。

図12 貯蔵棟の配置図と設置機器の一部

神子原米の品質維持には、収穫後調製を本精米施設で行うこと及び羽咋市方式による米の食味測定が一役買っている。この方式は高精度商用衛星クイックパートを使用し、1ピクセル60cmの高解像力により、刈り取り前の田んぼ1枚ごとのきめ細かい圃場解析を行う方法である。この近代的方法で米の味の向上に努め、新潟県産魚沼米のようなブランド

化を図っている。その一方策として、神子原という地名に関連し、ローマ教皇へ献上するなど話題性を持たせ、全国のロイヤルユーザー向けなどへの販売道筋をつけることに努力した。そのため、神子原での平成 19 年の売り上げは 7 月から鰻上りに上がり、農家所得は 1 俵 14,500 円から 42,000 円（約 28 倍）に達した。

神子原米は、さらに超高級酒＜客人（まれびと）＞として醸造、その副産物から土用粕や神酔酒を製造した。これらの情報は多くの新聞、雑誌などメディアで紹介されている。



図 1.3 左から高級酒客人と神酔酒（どぶろく）

その他の活動

空き農家・農地情報バンク制度

空き農家・農地情報バンク制度とは、農地保全と中山間地域を中心とした定住促進のための制度である。対象地域を神子原地区よりやや広く、145 号線に沿って、159 号線と交差する辺りまでの、まとまった農耕地のない中山間地とその周辺（神子原、千石、菅池、白石、宇土野、滝谷、寺家、一ノ宮地区）としている。それら山村集落の空き農家と農地をセットとし、都市住民に賃貸（売買可）する（農家貸し出し条件 5 千～2 万円/月、売却 5 千～2 万円/坪）。実際には提供者は羽咋市の情報バンクに登録し、それら登録情報は全国の移住希望者に公開される。現地見学会が羽咋市の主催で行われ、入居希望者は農家が関連して、できるだけ若者で技能者を優先して、居住地域の農民が選択する。現在のところ、借り受け希望登録者数は、石川県内外 72 家族に及び、現在この対象地域で、11 家族（35 名）が入居、1 家族は既に家屋を購入している。



神子原地区菅原集落では岐阜県から 30 代の夫婦が移住し、自分の畑で栽培した野菜を使って農家カフェ（神音かのん）を創業した。ここで生まれた赤子は、18 年間子供のいなかった集落での明るい話題となった。



図 1 4 本制度で入居した武藤夫婦(夫はコーヒーマスター)、二人は神音カフェを経営、そこで出される定番カレー

また、同じく菅原集落に、インドネシアで環境的農業の指導を行っていた矢後青年が金沢市から移住した。彼は Made in Nature (自然の恵みに感謝する農業) を目標に、堆肥を用いた野菜栽培とそれらの販売を試行している。



図 1 5 矢後浩幸さんと空家管理農家夫婦(中央)

烏帽子親農家制度と法政大学など若い学生達との連携

烏帽子(よぼし)親とは他人同士が擬似の親子関係を結ぶ羽咋地方の伝統的風習である。第一号として、東京の女子学生2名が菅池集落で2週間の農村生活を体験し、この烏帽子親制度を受け入れて以来、毎年数が増えている。この制度は、羽咋市1.5次産業振興室によれば、旅館業法適応外の制度、食品衛生法適応外の制度、建築基準法適応外の制度として、山村農家を自分の故郷とし、農家と末永い付き合いをする制度であるという。

都会の環境と異なる自然と生活は、若者に人気が出て、法政大学は継続的に学生を送ってくる一方、農家も若い活力を糧とし、そして学生たちと農家は、協力して棚田に巨大なお雛様を飾った。

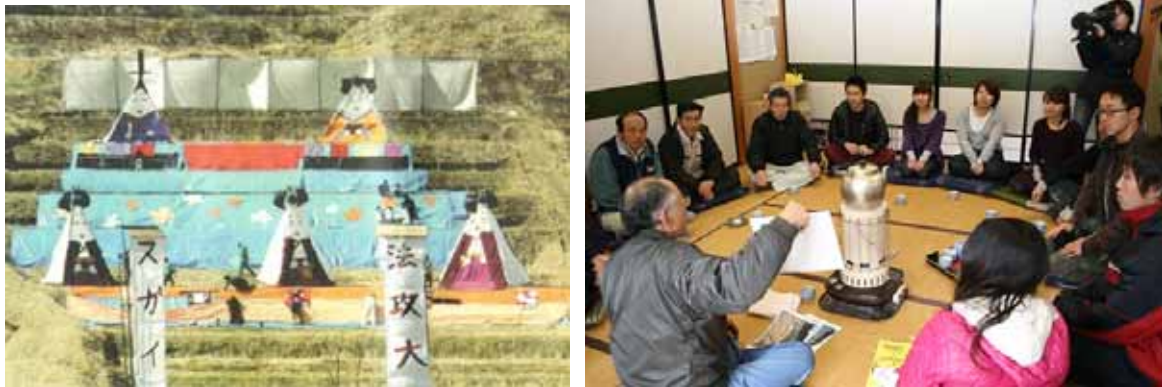


図 1 6 平成 2 1 年 3 月菅池集落棚田を飾った雛壇(北陸中日新聞 3 月 1 日第 1 面から)と
役員と学生のつどい

棚田オーナー制度

当該オーナー制度では、神子原地区(菅池)の棚田を都市住民と契約を結び耕作の支援をしてもらい、農地保全と所得向上などを図る制度である。その内容は、1口3万円/40kgとしてオーナー契約、田植えと稲刈りをオーナー(家族あるいはグループ)に体験、

収穫した米は乾燥調整後オーナーに郵送、年間数回、山野菜や里山便り(情報誌)を配布、事前アンケートにより里山体験を計画、案内などを条件としている。現在好評でオーナー希望者が増え(約100名)、田植えや稲刈りの時期には農村と都市との交流の光景が地区を賑やかにしている。見学した棚田は一部放棄田も見えるものの、多くは手入れが行き届き、畦や田のノリの除草が完璧である。



図 1 7 菅池集落の美しい棚田と放棄された田(放棄されて年月が経つと復帰が難しい)
マエストロの村づくり

上記の武藤氏がコーヒーマスターであるように、羽咋市は移住者に何らかの匠である人を推奨している。豆腐作り、ケーキ作り、チョコレート作りなどを募集していて、当該地区をより多彩な住民で構成する将来性を期待している。

農産物のブランド化

農産物のリーズナブル価格設定、ストーリー性のある商品、消費者の納得する商品作りなどを目指し、農家所得の倍増を図るためにブランド化した例は、先に神子原米及びその米からの加工品について述べた。その他にも季節の旬の野菜やおせんべい、お菓子など加工品に人気商品が生まれている。地区の名産であるヒスイクワイは、形の整ったものは高値で取り扱われる他、収穫後に残った小さい実は、揚げてお酒のつまみにするなど、市街部の

飲食店からのひきが多い。以下に最近話題になったコンニャクについて簡単に述べる。最近のメディア情報によると、神子原地区農家の北原さん夫婦は、無農薬栽培のコンニャクイモをつぶしてゆがき、アクを抜き、独特のふわっとした食感のコンニャクを製造した。これは味のしみ込みがよく、田楽にお弁当の煮付けに直販所や内部のそば屋でも扱っている（確かにやや不均一に凝固したような独特の製品）。



図 1 8 特徴あるコンニャクの製造

3 . 今後の地産地消活動の発展と課題

当該農業法人(株)神子の里における地産地消活動を含む地域起こしは、羽咋市役所 1 . 5 次産業振興室の指導、中でもその企画を一手に引き受け、類稀な発想を次々と打ち出していく高野誠鮮氏の行政指導に負うところが大きい。この運動は、立ち上がる農山漁村有識者会議において、36 都道府県 56 団体から代表 6 団体としても選出されている。

しかし、その呼び掛けに結束し、現松本代表取締役を中心に農業法人(株)神子の里を立ち上げ、熱心な討議や活動を継続する中で直販所を運営する農家自身の運動となろうとしている。販売する農産物は、まさに地元食材であり、それらを更に加工することにより付加価値を上げて利益を農家自身に還元し、また、ブランド化することにより販売価格を上げて農家の所得向上に繋げている。そのように農業で生活が成立する将来性が開ける集落に一度出た人が戻り始め、また、全国から移住者の希望が出ている。

今後落ちこぼれのない農家の更なる結束、持続性のある株式会社の運営、新たな生活習慣を持つ人々を如何に問題なく受け入れ村落の発展に繋げていく、株式会社側からの行政への働きかけ、などなどの課題があっても、あの美しい棚田とそれを囲む山林をはぐくむ風土が、それを愛しむ住民の手で将来とも守られ、住民の生活水準が向上することを願っている。