

発信力や共感力が農業の可能性広げる

平成世代は夢を描きにくい低成長時代に育ち、「さとり世代」と呼ばれ、他方で目標を立て、自主性を重んじる大きなビジョンづくりとモチベーションを高めることで力を発揮する。SNSなどの活用でつながり共感し、感じたことを発信する。共感力や発信力が可能性を広げる。

買わない、移動しない人たち

平成元年生まれの人たちが三〇歳を迎えようとしている今、これからの日本を担う彼ら若者世代の特徴を、消費、生産の面から見てみましょう。この考察が農林漁業が若者に注目されるためのヒントになる、と私は考えています。

平成への改元前後からおおむね一九九〇年代に生まれた、現在二〇〜三〇歳代前半は、「さとり世代」と呼ばれています。これは、「モノを買わない」「旅に出ない」「酒を飲まない」「恋愛に淡泊」など、「結果をさとり、高望みせず、無理な行動をしない」といった特徴を言い表しています。

最近よく聞くのが若者の「〇〇離れ」という言葉です。「車離れ」「ビール離れ」などが象徴的です。「〇〇離れ」というのは、メディアはもとより社会

学者などさまざまな人が言い始めています。しかし、これは自分たちと同じ感覚で彼らを見ているから出てくる言葉なのです。「自分たちの若い頃は借金してでも車を買ったし、ビールも飲んだ」と比較の対象が狭いのです。これでは本質は見えてきません。

むしろ、今の若者たちの方がよほど、もともと日本人的で、身の丈にあった生活を送っているという見方ができます。過去を振り返れば、戦後の消費拡大、特にバブル期辺りが異常だったことが分かりますし、「車を買わない」などというのは経済が成熟してきたヨーロッパやアメリカなど先進国では普通のことです。世界中で若者の「〇〇離れ」は起きているのです。

経済が低成長ステージに入る、というところの視点が重要で、現在は経済成長に沸いているアジ



株式会社博報堂
博報堂ブランドデザイン若者研究所リーダー

原田 曜平 Yobei Harada

はらだ ようへい
1977年東京都生まれ。マーケティングアナリスト。慶應義塾大学卒業後、博報堂入社。2010年より現職。若者の本質を理解しマーケティングソリューション開発に取り組む。03年JAA A広告賞・新人部門賞を受賞。著書に『「少子さとり化」日本の新戦略』（2016年・潮出版社）など多数。

ア諸国でも同じような状況になることが予想されます。現に、一〇年くらい前に上海で若者に将来の夢をインタビューしたときは「社長になりました」という声がよく聞かれたものですが、最近では「居心地がいいからこのままがよい」という人が多いのです。タイなども随分前からそのような状況です。

このように、日本の若者世代を観察することは、世界のトレンドを知る上でも重要なことなのです。

消費行動を理解するためにも世代の育ってきた時代背景を整理しておきましょう。

「さとり世代」の時代背景の一つ目は、少子化が進んでいたということです。少子化が社会的に表面化したのは「一・五七ショック」からと言われています。一九九〇年の合計特殊出生率が一・五七を

記録し、これが丙午^{ひのえうま}による出生率減となった六六年の一・五八よりも低かったので世の中に大きな衝撃を与えました。

団塊ジュニア世代（一九七二～七四年生まれ）が毎年二〇〇万人以上生まれていたのに対し、一九九〇年生まれは約二二〇万人で、ほぼ半減です。これを進学面から見ると、日本の大学数はむしろ増え続けたので、大学は入りやすくなりました。少子化ゆえ競争が少なかったということが言えます。

景気低迷が生んだ「さとり」

二つ目は、景気低迷期に育ったということです。バブル崩壊後の九〇年代以降の低迷した日本経済を表す「失われた二〇年」という言葉がありますが、「さとり世代」は人生のほとんど、あるいは全てをこの時期に過ごしてきました。

日本経済に勢いがあり「ジャパン・アズ・ナンバーワン」と言われた時代は過去のものとなり、世界における日本の存在感も薄くなり続けています。二〇〇六年には「格差社会」という言葉が流行語になり、第一次安倍晋三内閣で官房長官を務めた塩崎恭久氏が「新しい貧困が誕生した」と発言するなど、「さとり世代」は「格差」や「貧困」にリアリティーを感じて生きてきました。

東京地区私立大学教職員組合連合の調査データによると、一四年春、地方から首都圏の私立大学・短大に入学した学生の一日当たりの平均生活費は八九七円で、調査を開始した一九八六年以降、最低の金額になりました。学生の保護者の年収の低下傾向が続き、仕送り額も減少傾向にあります。

た。さらに奨学金を受給している大学生が四割にも上るなど、「さとり世代」の学生は、親の経済的疲弊の打撃をもろに浴び、少なくとも一〇年前、二〇年前の学生よりも貧しくなっているのです。「さとり世代」はいわゆる「ゆとり教育」を受けて甘やかされて育ったような世代呼称、「ゆとり世代」とも重なりますが、生きてきた経済的な時代背景は上の世代よりもはるかに厳しいものだったと言えます。

三つ目に、雇用環境の変化が挙げられます。「さとり世代」のうち、一九九〇年前後生まれの年代はずっと景気低迷期に育ち、さらにリーマンショックや東日本大震災の影響なども加わり、就職氷河期を味わうことになりました。ただし、その後の企業業績回復や超人材不足により、急速に雇用環境が改善しました。さらに働き方改革、ワークライフバランスが叫ばれ、仕事だけではなくプライベートを充実させるという世の中の雰囲気があり、ブラック企業やブラックバイトと言われるような企業が表沙汰になったり、業績が良いのに人手不足で倒産という企業が目立つほど、雇用においては若者世代が弱者から強者になってきました。同じ世代の中でも極端に変化が見られるところです。

四つ目は、携帯電話の普及です。二〇一〇年度の内閣府「青少年のインターネット利用環境実態調査」によると、小学校四～六年生の携帯所有率は一八・六%、中学生では四五・七%、高校生では九七・二%でした。ちょうどこの調査が行われた時点で中学、高校生ぐらいだった人たちが「さとり世代」です。

つまり、「さとり世代」は中学、高校生から携帯電話を持ち始めた日本で初めての世代なのです。これにより彼らの人間関係は大幅に広がっていききました。メールアドレスやソーシャルメディア（例えば、インスタグラム、フェイスブック、ツイッター、ラインなどのSNS）のアカウントを通じて新しく出会った人となりが始め、かつ、その人間関係はいったんつながると、意図的に相手を断絶しない限り、関係が切れることはありません。

上の世代が想像できないほど「さとり世代」の人間関係は拡大しています。その関係も希薄ではなく二四時間通信が可能のため、さまざまなコミュニティや友達からの誘いも増えていて、友達との義務的な付き合い、いわばたくさんさんの社交行事を余儀なくされる状況下に置かれています。陰口やうわさ話が多く、出るくいは打たれることから「本音と建前」を使い分けるSNSによる新たなムラ社会が「さとり世代」にできています。

SNS映えに食志向が左右

ここまで、「さとり世代」を生んだ背景を説明してきました。では、これから本題です。まず若者世代の消費行動を分析していきましょう。

繰り返しますが、「さとり世代」は景気低迷期に育ち「人生とはそもそも不安定なものである」という考えが染み付いていて、世の中に対する過度な期待がありません。生まれた時点では、上の世代よりもモノなどに恵まれ、競争も少なかったため、そもそも食欲ではありません。

消費については、ファストファッションに代表されるような「安かろう、そこで良かろう」の商

品やサービスの恩恵を幼い頃から享受し、そこに大きな満足を感じています。一方で、SNSで他者にアピールできるか否かが、彼らの消費を左右する要素の一つとなっています。

日本公庫が行う消費者動向調査において、二〇一六年度には二〇歳代の方が三〇歳代に比べて健康志向が高く、経済性志向や簡便化志向が低いという結果も見られました(図1)。

常識的に考えれば、若者は食事に気を使わなくても健康で、お金をかけずに短時間で済ませるイメージがありますので、これにはSNSの影響がありそうです。健康的な食品を口に出していることを間接自慢することが健康志向の上昇という形に、流行語にもなった「インスタ映え」を求めてたまにちよつと高いスイーツを食べに行くことが経済性志向の低下という形に、たまに手間を掛けて作った食事をやはりインスタグラムに掲載することが簡便化志向の低下という形に表れていると推測されます。

さらに言えば、車や高級ブランド品には手が届かないけれども、食なら多少背伸びできることが経済性志向の低下に、雇用環境が改善する中で長時間労働する企業が敬遠され、時間にゆとりができたことが簡便化志向の低下につながっていることも考えられます。

若者を捉えた戦略を

ではそこで、若者たちの興味を引くためにはどうしたらよいのでしょうか。

中国地方のナシの産地に行ったときのことです。私の顔よりも大きいサイズのナシがあり、東

京で販売しているのを見たことがなかったので「これは絶対ウケるからアピールしようよ」と産地の人に言くと、「いや、こっちの方の味が良いから」と普通の大ききよく知られた品種を勧めてくるのです。SNS映えるだろうに、もったいないことだなと思いました。

私が最近食品関係で注目しているものに一食分の野菜などの食材と調味料、レシピが詰まった「ミールキット」の宅配サービスがあります。食べたい料理を選んで注文すれば、料理に必要なものが全て宅配されるため、買い物の手間が省け、また食材が余りません。

この「ミールキット」への興味関心について、タキイ種苗が行った調査結果によると、二〇歳代と三〇歳代は「興味がある」「やや興味がある」合わせて四割になり、四〇歳代以上よりも多い傾向があったということでした(図2)。中でも二〇歳代は「興味がある」が他の世代を大きく引き離し高くなっています。働き方の面で余裕が生まれ簡単な料理であれば時間的に調理可能になったこと、見映えよくSNSで発信できること、しかも合理的、というところが支持されているのでしょう。

また、さとり世代の消費意欲は低いものの、消費意欲の高い彼らの親世代を巻き込んだ消費を喚起するという手段もあります。「さとり世代」は親への対応がマイルド(穏やか)になっており、共に行動することも多いなど依存度が高いという点に着目するのです。

こうしたところにヒントがあるような気がします。

次に、「さとり世代」を働き手として見るとどう

でしょうか。

マイノリティーが世の中を変える

マイノリティー(少数)ですが、農業外から農業に就職する、という動きがあるようです。しかし、そういった方々を若者の代表と言うことはできないでしょう。低成長経済に陥ると、頑張ってもそれに見合う報酬が得られませんからあまりガツガツ働かなくなる傾向があります。自分が頑張るよりも、実家など親までの世代が蓄積した資産で生きる方を選択するので、あまり先のことを考えない。日本の若者世代はまさにそのステージにいますので、あえて農業をやろうという高い志を持っている方は素晴らしいけれど、相当マイノリティーと言えます。

成熟した社会では、あまり移動も努力もしたくない、できればのんびりつつがなく暮らしたいという傾向にあります。楽に生きたいというのは、生物として当たり前のことなのです。そういう中で、あまり同世代ではやりたがらないものに挑戦する方々がイノベーターになり、世の中を変えていくのは間違いないことです。教育により、このような人材をいかにつくり育てていくか、ということとを国は真剣に考えないといけません。

私は農林漁業について詳しくありませんが、私がリーダーになっている若者研究所には、多くの大学生、高校生たちが関わっています。私は彼らを、情報をキャッチし発信するトレンドリーダー的な存在だと思っていますが、少なくとも彼らには農業に関する情報が入っていないし、農業に関する興味というのもないように思います。

図1 現在の食の志向 (主なもの・2つまで)

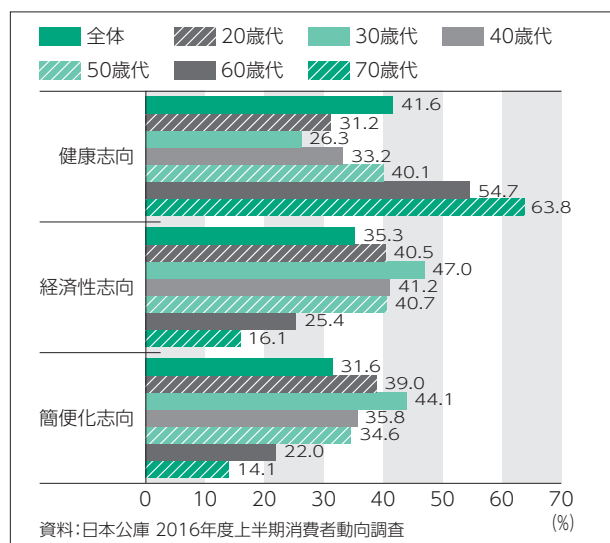
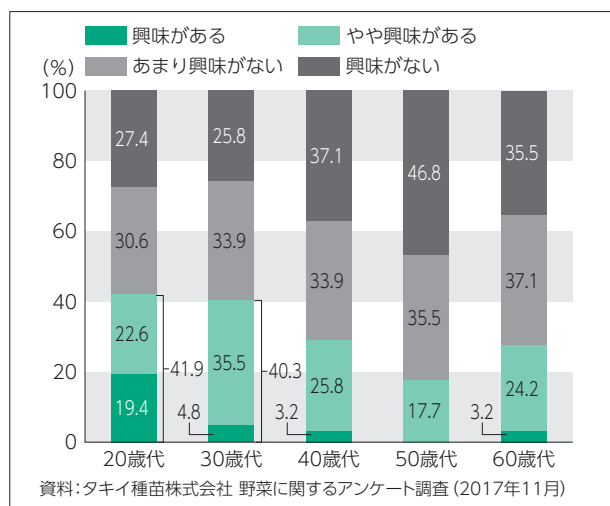


図2 ミールキットへの関心度



他業界で、トヨタの例を挙げます。若者の「車離れ」と言われる中でも、就職希望ランキングでトヨタは上位です。大企業で安定しているということももちろんありますが、取り組みもうとしている自動運転や電気自動車などがすごくイノベティブ(革新的)と若者の目に映り「車に興味ないけど、あの業界のあの会社はすごくアクティブだな」と思われているのです。

農業界も、ICT活用など革新的な技術が少しずつ普及しているようですが、「楽しみたい」若者をつきめかせるような業界になり、そして情報を発信していくことが重要です。

今の若い世代全体に言えることは、すごくマイルドになっているということです。人とぶつかっても何も得ることがないと考える傾向があります。考えようによっては地域社会、農村に受け入

れられやすい人材と言えます。

若者を選ばれる業種になる

地方創生の現場に行くと、若者がイベントに参加しない、参加しても主体的に動いてくれない、という声を聞きます。しかし、よくよく聞くと退職した団塊世代が仕切っていて若者たちに上から目線で命令しているのです。面倒くさがりの若者たちがそれに耐えてまでイベントを盛り上げようとは思わないでしょう。では、どうしたら良いかというところ、ICT活用など若者たちが得意な分野では若者に教えるを請う、あるいは素直に従うという姿勢が重要です。

農業現場でも同じことが言えるのではないのでしょうか。経験では年配者にはかなわなくても若者ができる領域があるはず。そこを見いだし

て活躍の機会を与えることが重要なのです。

箱根駅伝で四連覇した青山学院大学陸上競技部長距離ブロックの原晋監督は、「さとり世代の若者の能力を引き出すには、『陸上界を変える』みたいな大きなビジョンを学生たちに話し合っつけくらせること、その上で各自に具体的な目標を立てさせることが重要だ」と言います。

低成長で夢を描きにくい時代に育ってきた若者たちに大きなビジョンをつくらせることは、彼らのモチベーションを高めることになります。目標を立てた若者たちの自主性を重んじること、こうしたことは農業や企業に限らず必要なことです。

また、彼らの共感力にも注目する必要があります。「さとり世代」の先輩世代では、地方から進学や就職で都会に出てしまうと、地方での暮らしはいつしか遠いものになってしまっていました。しかし今やSNSにより地方で暮らしている人と簡単につながることができ、たとえそこに行ったことがなくてもそこで頑張っている人に共感し、感じたことを発信する若者が増えてきました。既存のメディアとは違う若者の共感力や発信力をうまく活用すれば、農林漁業や地方での暮らしにも注目が集まるのではないのでしょうか。

農林漁業は、若者たちがときめくようなアクティブな業界であって欲しいと思います。そのためには農林漁業に関わろうとしている貴重な「さとり世代」の若者たちを、時代背景、世界環境を含めてよく理解し、彼らの可能性を広げることによって、業界を変えるような人材に育てていくことが重要です。

農村と都市をつなぐ大学生のメディア

東京都内の大学生がインターネット上で「農家漁師の生の声を発信するメディア」を運営している。農林漁業とは関係のない学部在籍する学生たちは、農家・漁師の何に魅力を感じて情報発信しているのか。また、どのような役割を目指しているのか。平成世代に今日の農業・農村観を追った。

日本食べるタイムスとは何か

日本食べるタイムス（通称「食ベタイ」）とは、日本で初めてインターネット上で「農家・漁師の生の声を発信するメディア」だ。組織上の母体は東日本大震災後、分断された生産者と消費者を情報でつなぎ二次産業再生を図ろうというコンセプトの下、食べ物付きの情報誌「東北食べる通信」を世に生み出したNPO法人東北開墾（高橋博之代表）だ。

「食ベタイ」自体の運営は東京都内の大学に通う学生から構成される編集部任されている。掲載する記事は二種類ある。一つは、農家・漁師の情報の中から学生の編集部員がピックアップするものだ。農家・漁師が「食ベタイ」のために記事を書き下ろしているわけではない。農家・漁師がい

ンターネット上で発信している情報の中から大学生編集部員が「もっと知ってほしい」「もっと多くの人に読んでもらいたい」と思う記事を、農家・漁師の了承を得て転載する。

もう一つは、編集部員が直接現地を訪問して、農家・漁師に直接インタビューした取材記事だ。二〇一五年夏にスタートしてから「食ベタイ」で扱った農家・漁師は合計すると約二〇〇人、重点的に取り上げる農家については二〇回近く記事掲載している。母体の東北開墾が発行する紙媒体の「東北食べる通信」は特集で取り上げる農家が毎号変わるのに対し、インターネット上の「食ベタイ」は、これだと思う農家・漁師を重点的に取り上げて継続的に情報を発信していく。

編集部員は、普段はインターネット上で情報を共有しつつ、各自で自由に記事をピックアップし、

月に一回集まって開く編集会議では数時間にわたって月間ランキングを分析したり、その時々課題を話し合う（写真）。

編集部員は早稲田大学を中心に、中央大学、慶應義塾大学、専修大学と東京都内の大学が中心だが、最近では龍谷大学、関西学院大学など関西の大学生も参加し始めている。

彼らはいずれも農林漁業とは関係のない学部在籍している学生だ。編集部代表を務める森山健太さん（二三歳）は早稲田大学文化構想学部五年生、発足当時からメンバーである松本華さん（二三歳）は早稲田大学教育学部四年生、「食ベタイ」が取り組む地域プロジェクトのリーダーを務める増田雄太朗さん（二三歳）は中央大学理工学部三年生だ（年次は取材時点）。

農業に特段の関心を持たないまま「食ベタイ」



株式会社結アソシエイト 代表取締役

松田 恭子 Kyoko Matsuda

まつだ きょうこ
日本能率協会総合研究所勤務後、東京農業大学国際食料情報学部助手を経て、農業コンサルタント・シンクタンクとして独立。実需者と生産者の連携の仕組みづくりや産地ブランド戦略を支援している。日本公庫農業経営上級アドバイザー試験合格者。



編集会議に集まった学生部員たち

に参加した彼らだが、今では活動を通じて得た地域への愛着やつながりを失いたくないと言う。「食ベタイ」を運営する中で何を感じたのだろうか。

農家支援プロジェクトに発展

「食ベタイ」が始まる発端は、「東北食べる通信」の編集長を務めている高橋博之さんが早稲田大学の講義に来たことだ。学生にとっては衝撃的な出会いだった。

森山さんは「起業家は自分のストーリーを語る人が多いが、高橋さんは自分のことを一切語らず、生産者と消費者がなぜつながらなくてはいいな

いか、人と人の関係が希薄になっている中で、食が媒介することがいかに大切かを九〇分語り倒していた」ことに目を見張った。松本さんは高橋さんが「サンダルが壊れたと言って教室に裸足で入ってきたまま、ビジョンを熱く語り出した」のを見て、何だこの人はと驚いた。

「今まで周りにはこんな大人はいなかった」と、学生はその生き方に興味を持ち、「東北食べる通信」のウェブサイトを版を作りたいという高橋さんの構想に協力しようと集まってできたのが「食ベタイ」だ。

初めは記事のタグを考えるなど「東北食べる通信」の仕事の一部を手伝っていたものの、やがて学生はその役割に飽き足らず主体性を発揮したいと思うようになる。もともと面白い農家はいないかと自ら探索してサイトに載せたことをきっかけに、型破りな若手農家をスターとして取り上げながら若い読者層を惹きつける現在のスタイルが形づくられた。

学生が主体性を発揮するようになった後、「食ベタイ」は「東北食べる通信」と良い形で連携ができるようになった。「食ベタイ」で継続的に訪問する地域のツアーに「東北食べる通信」の読者を招く。ベテランの農家を「東北食べる通信」の特集で取り上げた後に「食ベタイ」では息子を取り上げる。インターネットと紙媒体とのそれぞれの特徴を活かし、メディアミックスを今後も積極的に仕掛けていく予定だ。

さらに、「食ベタイ」編集部は長野県、茨城県古河市、山形県小国町の三地域において、観光DMOや古民家再生協会など地域のまちづくり組織

と連携して農家支援のプロジェクトに取り組んでいる。昨年の夏からは、学生のプロジェクトリーダーが、関わった地域や生産者の情報発信をするため、事業企画や予算確保など事業面にも踏み込むようになった。行政との折衝など経験のないことで苦労もしたが、熱意にほだされた地域のキーマンや行政から事業費の提案をもらい契約にこぎ着けるなど、結果として本格的な事業化へとプロジェクトを発展させることになった。

目的は自己実現ではない

とはいえ、「食ベタイ」の編集部員は、ひと頃のIT起業家のように今の活動をもとに起業しようとは思っていない。彼らの価値観は「意識高い系の人たちのように人生で何かを一直線にズバーンと達成する」生き方とは違う。農林漁業に就こうというわけでもない。今の活動を社会貢献としてアピールして就職を有利にしようという節も見あたらない。

自分たちはすでに十分恵まれた時代に生きていると感じており、自分の生きる意味ばかり考えるのではない「自己実現を目指す生き方」に共感している。今の自分にできることを一日一日精一杯やって道をつくっていく中で、一緒に過ごす時間やそこでシェアする出来事やつながりを大事にする。

彼らが農業に引かれるのは、仕事の内容というよりは、組織に属さず独立独立のライフスタイルを自らつくっている農家や、故郷のように愛着が持てる農村との関係性にある。都会の便利な生活を捨てて一足飛びに地域に移住することはない

が、農村とつながりながら生産現場と都会の間に立って地域のために何ができるか発想し、社会人になっても週末には地方を訪れたいというのが思い描く将来像だ。

茨城県古河市のプロジェクトを率いる増田さんは古河の出身だが、高校からは他地域に通学し、地元には特に愛着を持っていなかった。しかし、古河市の秋庭農園と出会い話を聞く中で、自分の地元でも知らないことがたくさんあることに気付く、少しずつ地元が好きになっていった。大学に入るまで特に考えることもなく既存のルールに乗り、むしろルールに乗らないことに恐怖を感じながら必死にやってきて、気が付けば家以外にコミュニティを持たない人は多い。そういったふるさとと呼べる場所を持っていない「ふるさと難民」が集まれるコミュニティをつくり、さまざまな農家さんから教わったいろいろな生き方を下の世代に伝えたいと増田さんは考えている。

初期メンバーの松本さんは、食ベタイを通じて人と人とのつながりが生まれることを目標としている。出会ったある農家の女性を記事にしたところ、その農園に電話があった。電話口でしばらく沈黙が続く女性農業者が電話を切ろうとした時、「私そっちに行きたいんです」と若い女性の声が届く。記事を見た二〇歳代のその女性は勇気を出して電話をかけ、農園に手伝いに来るようになったのだ。「その背中を押せたこと、もともとつながるはずのなかった人をつなげることができた」とは松本さんにとってうれしい体験になった。

森山さんは、「食ベタイ」の事業目標は三つの地

域拠点とつながりを持つ関係人口を一〇〇〇人作ることにあり、としている。しかし森山さん個人の目標は、地方の暮らしにも興味はあるが都会の生活が好きという自分のガールフレンドが、今の活動を「良いね」と言ってくれることにある。彼女は農業に興味がなく、あまり「食ベタイ」の話を聞いてくれない。そんな彼女が「食ベタイを面白い」と言ってくれるようになったら、世の中にも広がるのではないかと考えている。

メンバーに共通するのは、自分のすぐ隣にいる人と共感したい、勇気づけたい、そしてその隣にいる人と人がつながるように力になりたいと向き合う気持ちだ。その気持ちが行動となり、生産者がつくるコミュニティに深く入り、コミュニティと一緒に盛り上げていこうという役割を担い始めているというのが現在の「食ベタイ」の姿だ。

地域の課題を解決し、お金を生むビジネスモデルになるかは別として、卒業しても地域とつながり、次世代の学生が取り組みを受け継ぎながら、「食ベタイ」は続いていく。

情報伝達の形を使い分ける世代

「食ベタイ」は、社会に出て行く前のモラトリアム(猶予期間)にある大学生の自分探し活動ではない。生まれたときから情報ネットワークに囲まれてきた彼らにとって、身近にあるコミュニケーション手段は世の中に向かって開かれており、自らの感覚や考え方を世に問えばすぐに反応が返ってくる。

「モノ消費」ではなく「コト消費」の時代に生きる

彼らは、生産地のモノを買って支える従来型のCS・A (Community Supported Agriculture) は今の日本の若い世代にはそぐわないと感じている。それよりも、台風で被害を受けたときに農家がSOSを出していても自ら手伝いに行ったり、農家の営業マンを買って出るような、消費者の垣根を超えた主体的なファンが現れたり、生産地と消費地が点同士でつながるよりも、複数の生産地もつながって一緒にイベントを企画するCS・A (Community Session Agriculture) に次の形を見出している。

伝える仕事を農家がやる必要はなく、自分たちに求められている役割だと自覚しており、そのような機能は一つの大きな組織や活動に集約されるのではなく、分散して所々で増えていくのではないかと考えているのもネットワーク世代特有なのだろう。

実際に編集会議を傍聴すると、伝える形を考えるのは若い彼らに任せられた方が得策だと実感する。「食ベタイ」のサイトのほか、フェイスブック、ツイッター、インスタグラム、ネットニュースに発信する情報を適切に使い分けて、いかにサイトでの閲覧を増やすか、そしてそこから個別の農家・漁師のホームページに移動して閲覧してもらうかを議論する。

メンバーが問題提起すれば他のメンバーが触発されて次々にアイデアを出し、それを司会担当や代表が今後の活動や役割分担へと促していく。学年も男女も関係なく、積極的に関わりたいと思うメンバーがどんどん仕事を買って出る。伸びていくベンチャービジネスを見ているような小気



日本食べるタイムス(食ベタイ)のホームページより

味良いテンポと刺激がある。

共感をつなぐに変わる

SNSで情報を発信する農家が増えた。しかし、インスタグラムでは「生活感はあるけど無いように演出された素敵な写真」を載せてそこから他のサイトの本文に移動させよう、ツイッターでは編

集部員の気持ちを一言書こう、ネットニュース向けに旬の情報を載せよう、といった具合に、細やかな使い分けをトータルで考えて発信している人はどれだけいるだろうか。編集部員はサイト内の閲覧ランキング上位となった記事や「いいね」を多く得られた記事について分析し、タイトルや内容のピックアップや他の記事との関連付けの

仕方について良かった点を皆で共有している。多くの人にシェアされた記事をサイトの最上段に表示できないか、他のSNSから「食ベタイ」のサイトに入ってきたときに何をやっているか、すぐに分かるようにすべきだなど、サイトの改善案についても熱心にアイデアを出し合う。

アイデアの視点は、サイトを見る人が面白いと思ってくれるか、感情的に入りやすいかという外からの目線に立っている。「どうせやるなら、趣味ではなく全てのツールを『食ベタイ』と同じくメディアとして考えよう」と、メンバーの意識は高い。

編集部員の顔が見えるようにすべきという意見も、自分たちの名前を知らせたいという理由ではない。編集部員のリストを載せ、関係している地域や名前を付けて記事に移動できるようにしたり、編集部員が「食ベタイ」に参加してどう変化して今に至っているのか、地元にとの愛着を抱いているのかを書いたりすることにより、「食ベタイ」のコンセプトや独自性に対する認知を高めることを目指している。共感する人を増やして地域の関係人口を増やしたいという理由からで、若者の自己実現や自己陶醉で情報を発信しているのではない。

ネットワークの向こう側にいる不特定多数の方々に共感してもらうことに手応えを感じながら、その中で農家の隣に立つてつながりを結ぶ人が新しく増えていくことに喜びを感じる。

このような取り組みを積み重ねた先に、「食ベタイ」は、農家から見ても頼もしいパートナーとして成長していくのではないかと。

聞き書き 平成生まれの仕事場

二〇歳代は高齢者よりも外出したがらない。これは某企業が実施した最近の「生活者調査」から浮かぶ若者像である。この行動スタイルは一見、自然を相手に体を使う農林漁業とは結び付かない。この世界でチャレンジする若者たちを紹介しよう。仕事への想いを聞いた――。

本誌編集部
特別取材班

一八歳、遠洋マグロ船に乗る

菅原 崇臣さん

(宮城県牡鹿郡女川町・鈴幸漁業株式会社)

平成一一年八月、石川県生まれ。趣味は映画観賞。

一年のほとんどもを海外で過ごす遠洋マグロ船に乗る一八歳と聞き、やんちゃで筋肉質なイメージを勝手に抱いていた。が、待ち合わせ場所に現れたのは茶色のジャケットに身を包んだ、小柄なものの静かな雰囲気の若者だった。

――菅原さんの地元、石川県には漁港があり、漁業が身近だった。とはいえ、サラリーマン家庭に育ち漁業に就くのは、やはり型破りでは？

地元の高校に入ったものの中退。それから、将来の目標もなくアルバイト生活です。飲食業、高速道路の清掃、造園業者の補助作業などをする

うちに、実家を出て定職に就きたいと思いはじめました。家賃のいらない住み込みの仕事でインターネットで調べていて、遠洋マグロ船の船員という仕事を知りました。そして、宮城県気仙沼市で遠洋の漁船員を募集する「漁船員になろう!」というサイトに出会ったんです。一六歳でした。

――吉田鶴男さん(宮城県北部船主協会付属船員職業紹介所)のブログですね。

はい。遠洋や近海カツオ・マグロ漁船の乗組員を募集するブログが面白くて。特に船員の感想や海上での様子に引き込まれました。以前から漁師の仕事に興味はありましたが、中でも外国の海で漁をする大きな船への憧れもあり、吉田さんに電話をしました。

二〇一六年三月に大阪で行われた漁業就業支援フェアで、初めて吉田さんにお会いしました。

厳しいことも言われましたが、四カ月後に福岡で開かれた同じフェアにバスを乗り継いで吉田さんを訪ね、遠洋マグロ船に乗ることを決めました。

――それから乗る船が決まった。

八月に東京で鈴幸漁業株式会社の社長と面接し、鈴幸漁業が所有する第一明神丸への乗船が決まり、一七年一月、出港の二〜三週間前から気仙沼で研修を受けました。乗る前に辞める人もいますが、まず一航海だけでもやってみよう。

航海が四回目という第一明神丸は、新しく快適でした。船員は日本人が自分以外に六人で、皆さん六〇歳以上の大ベテラン、インドネシア人が六人です。操業海域は太平洋西域です。

――一日の仕事は？

エサをかけてセッティングする投縄うちなわは三交代制で、当番のときは朝から五時間くらい。それか



ブログが人生を変えた(左が菅原さん)

ら夕方まで少し休憩して、夕方から翌朝まで二三時間、全長二五〇メートルもの縄を回収する揚縄の作業です。八〇グラム以上の大きなマグロがかかると大声で他の船員を呼び、近くに來たらモリで突いて、四人がかりでカギを使い引つ張り上げます。この引き上げ作業が一番楽しいですね。また、乗船後三カ月くらいから魚の処理を任せられるようになりました。扱ったもので一番大きいメバチマグロは二二〇グラムです。上に跨ぎ頭をワイヤーで刺して締めてから、尾を切つてヒレを取り、エラの辺りから腹まで割いて内臓やエラを素早く取ります。価値が落ちないように早く丁寧に行うことが大事で、やりがいがあります。

—— 苦手な仕事や危険なこともありますか？

苦手なのは、凍結処理した魚体を表面の乾燥や変色などを防ぐ薄い氷の膜で覆い、魚倉に移す仕事です。品質を維持する重要な仕事ですが、作業場所がマイナス六〇度にもなり、濡れた自分の身体が凍りそうです。

一番危なかったのは、揚縄のときに船員がカギで引き上げた魚体が暴れ出して、そのカギ先が自分の目の縁をかすめたことです。傷が残りました。

—— 危険と隣り合わせで、続けられそうですか。

最初のうちは分からないことばかりで、作業の都度、甲板長やインドネシア人に聞きまくりました。丁寧教えていただき、半年経つ頃には仕事を楽しんでいると思うことが増えましたね。

通信長からは「知識は財産だから何でも覚えろ」と、甲板長からは「何でもやってみなければ分からないぞ」とよく言われます。ただ見ているのではなくて、積極的に何でもやるのが、早く仕事を覚える一番の方法だと思っています。

作業が遅かったり整理整頓ができていないと怒られますが、日常生活も含め勉強になります。インドネシア人の料理長が作る料理は、めっちゃ辛いインドネシア人用と、日本人用とは別メニューでおいしいです。

休憩中には、同室のインドネシアの先輩に家族の話の聞いたり、一緒にビデオを見たりして盛り上がりです。日本人の上司も皆さん話しかけてくれるので、寂しくはないですね。

—— つかの間の休暇の後、また二カ月、長い航海ですね。

休暇中は、知り合いのところを回ったりして遊んでいます。今度、人生初のスノーボードに行くことになったので楽しんできます。

休暇後の航海が楽しみです。実務経験を積むと資格を取得できるようになるので、キャリアアップを目指したいですね。三年の乗船履歴と必要な筆記試験に合格すれば四級海技士資格の免状が得られるので、まずはそれに向けて頑張ります。

◆取材を終えて

仕事の話熱く丁寧語る。稼いだ給料は派

手に使わず貯金したい、と堅実だ。船という空間で、父親より年上の上司や外国人の仲間と、仕事、生活を共にする。遊びたい盛りの同年代を横目に、将来のキャリアを見据えて「財産となる知識と経験」を築く。一八歳が世界の海で魚を追う。

二七歳、チェーンソー技術を磨く

鈴木 幸宏さん

(群馬県桐生市・桐生広域森林組合)

平成二年十一月、群馬県生まれ。趣味は海や山でのアウトドアスポーツ。

関東平野北端に位置し、北には足尾山地を望む桐生市。オレンジ色のフォレストワーカーのユニフォーム、精悍な顔立ち、「一生の仕事に出合った」と語るその人は、たくましさを感じる若者だった。

——なぜ林業を？

父が同じ森林組合に勤めていて、誘われたのがきっかけです。私は地元工業高校で建築を勉強した後、埼玉県ハウスメーカーに二年勤めました。ここは二つ目の職場です。

——転職したんですね。

ものづくりに携わりたくてハウスメーカーに入ったのですが、実際は住宅建設を下請業者に委託・管理をするデスクワークが中心でした。月に二〇棟を担当して、それぞれの現場で業者の采配をする。施主様、会社の営業、近隣住民、業者との板挟みになり、ストレスのため二年で三〇歳になりました。健康を害した私を案じた父から、林業という仕事があると声をかけられ、一度トライして



愛用のチェーンソーでキメる

みようと。

——林業の仕事もきつそうですが？

実は父から声をかけられるまで、林業という仕事は私の中で選択肢になかったんです。しかし内心、体を動かす仕事がしたいとは思っていました。私の実家の周りは山で、小学生の頃から父が働く現場の山林と一緒にいたので、木を切る仕事に違和感はありませんでした。

当初は補助的な仕事が中心で、特に真夏の下草刈りは暑さで熱中症になるほどで、正直きついです。でも、外で作業できることがうれしくて、この仕事が好きだと思ったことは一度もありません。

収入は前職より下がりましたが、山の中で体を動かし、成果が目に見えてくるこの充実感には代えられません。天職、一生の仕事だと感じています。それに作業班、特に先輩が優しいので、職場環境は良いですね。午後六時には解放されて、自由な時間を持てるのもうれしいです。

——今は火災の跡地が現場だそうですね。危険はありませんか？

二〇一四年に桐生市山中の黒川ダム付近で大規模な山火事が発生して、被害面積が二六三㌔に

及びました。その跡地が現場で、立ち枯れの木を皆伐し、バイオマス発電用に造材して搬出するのが私たち作業班の仕事です。非常に広いので、全て終わるのにあと二〜三年かかる計算です。

枯れ木は急に頭が折れて落ちてきたり、倒れると思った木が倒れなかったり、予想外のことが多く危険を伴います。火災に遭わなければ建築用などに利用できる木なので、枯れ木を処分せざるを得ないのは残念です。それでもたまに、樹齢八〇年くらいの生き残った木を見つめます。それを伐倒するときはうれしくなり、やりがいを感じます。

——ところで、挑戦していることがあるとか。

チェーンソー技術を競う日本伐木チャンピオンシップ（JLC）への参加です。

三位以内に入って世界大会（WLC）へ行こうと、一緒に参加する先輩と練習しています。前回優勝者の技術を見たのですが、速さも正確さも全く違います。伐倒時に脚が動かず安定していて、安全性も高い。早く追いつき追い越して、世界のフォレストワーカーとして活躍したいですね。

——さて、今後は林業をどのように発信？

地元の友達と飲むと、以前は「木こりかー」と冗談でからかわれたこともありましたが、現場で撮った伐採シーンの動画などを見せると「スゲー、カッコいいな」と言われるようになりました。そうした映像などをインスタグラムやユーチューブに投稿して、林業の楽しさや水源の涵養（かんよう）などにつながる大切さを多くの人に知ってほしいです。

◆取材を終えて

紆余曲折を経て、現在は林野庁主催の林業就業相談会でプレゼンをしたり、相談を受ける

立場になった。「多くの若い人に林業に従事してほしい。でも危険もあるから、なめないで」と明るく話す。林業歴三〇年の自分の父や先輩への尊敬を忘れない。結婚も控え、未来へ迷わず成長する平成生まれの林業者だ。

二三歳、いきなり自営農業に跳ぶ

山口 翼さん

（佐賀県佐賀市・自営）

平成七年四月、佐賀県生まれ。趣味は運動（球技）、音楽鑑賞、友達との食事。

佐賀市中心部から約二キロメートル。国道から細い脇道を入るとビニールハウスが並ぶ。若くして多額の投資をした女性はどんな人かと訪ねたが、佐賀弁で迎えてくれたのは、笑顔にあどけなさが残る若者だった。

——非農家で、しかも工業高校を出てすぐ農業とは、珍しいですね。

小さい頃から祖父が営む木工所に出入りしていたので、ものづくりに憧れて佐賀工業高校建築科に。でも製図が苦手で、建築は向いていないと思い始めました。二年生になり卒業後の進路を考えたとき、祖母から農業はどうかと言われたんです。そこで祖母の知り合いのアスパラ農家に手伝いに行ったのが、農業に触れた最初です。そのときは草むしりや単純作業が中心でしたが、「建築よりも自分に合っているな」と感じました。

——それで、いきなり農業で自営を目指した。

はい。だんだんと農業が好きになって、これしかない。求人票も見なかった。この辺りでは人



「写真に写るならVサイン!」と満面の笑み

を雇用する農業法人がなく、農業をするなら最初から自営だと思っていました。

——迷いもなく? 怖いもの知らずですね。

ふふ。父も母も、やってみたらという反応でした。祖父母も協力的で、祖母は近所の農業委員に相談して、使われていない農地を探してきてくれたほです。高校卒業後、一〇カ月間はアスパラ農家で研修して、アスパラ生産に必要な大体の知識をそこで身に付けました。

——独立には資金が必要ですが、多額の資金を借りることに抵抗はなかった?

それまで自分で働いてお金を稼ぐ経験がなかったので、初めはどれくらい大変なことなのか実感がなかったというのが正直なところです。就農に当たり市役所や農協などに相談したところ、補助事業を利用できることになり、また公庫資金を申し込み審査が通りました。借入時は私は未成年だったので、親に署名してもらい契約しました。

——どのように事業を進めたのですか?

二〇一五年三月にハウスが完成して、四月に定植、株を熟成させました。初収穫は一七年の二月です。初めてアスパラの芽が出たときは、うれし

いというより「やっと収入ができた!」という感覚でした。農協に初出荷して代金が振り込まれたときには、いろいろな経費が引かれているのもっと稼がないか、と思いました。資金を返済する実感がようやく生まれたんでしょうね。

そこから次々にアスパラの芽が出て、収穫が忙しくなりました。春の収穫は四月下旬で終わり、立茎させて五〜一〇月までは夏の収穫。周りの農家の人たちから、どの芽を立茎させるかで勝負が決まると言われ、真剣に取り組みました。

——土づくりなども自分で研究するとか。

はい。私の場合、キノコ工場から出る廃培地と牛ふん堆肥を、自分でバックホーで切り返したものを使っています。廃培地や牛ふん堆肥の調達なども全て自分で行っています。

今は農協のアスパラ部会に参加しており、他の方の作り方や、講習会での指導なども参考にしています。でも、そこで聞いたことを自分の経営に全て当てはめようとは思いません。やってみないと分からないので。本屋で立ち読みして良さそうだったと思ったことも、実践しています。

そうして作ったアスパラの販路は主に三つで、太いものは農協に、中程度のものはスーパーの直売コーナーに、細いものは近所の人に、祖父母に手伝ってもらって直接売っています。

——話を聞いていると楽しそうですね。

こんな面白いこともあります。堆肥とキノコ培地を混ぜた土から、春にカブトムシの大きい幼虫が出てきて、テンション上がって。大きなプラスチックケースに土ごと入れておいたら、羽化して雄や雌の成虫になるんです。それを近所の子ども

たちにあげると喜ばれる。なんだかほっとしますね。商売になるかな。

——友達からは、就農をどう見られている?

中学の同級生に成人式で会ったときに「農業している」と話したら「えーっ」という反応で、やや引かれている印象でした。農業は大切な食べ物を作る仕事なのに、まだ稼いだことのない学生からそんな態度を向けられることが、不思議です。

一方、高校の友達は私の農業の話なども聞いてくれて、アスパラをあげると「あなたの商品だから」と代金を払ってくれる。大事な友達です。金曜日の仕事の後にごはんを食べにいたりします。

——今は変わっているか?と見ている昔の友達も、いずれ山口さんの農業の魅力に気が付くと思います。ありがとうございます。今度、市役所でSNS講習会があるので、参加して、農業について発信していきたいです。それが顧客獲得にもつながると思うので。いろんなことに挑戦していきます。

そして将来の夢は家族で同じ仕事をする。今は父が勤務先を定年になったので、農業を手伝ってくれます。母は別の仕事をしています。が、ゆくゆくは農業を手伝ってほしいと思います。そのためには所得をもっと上げないといけませんね。

◆取材を終えて

農家出身でない女性が、未成年で両親を伴って家族での農業経営を目指すことは、今の時代に新鮮に映る。スーパーの直売コーナーで他の生産者が売る野菜の動向を観察し、アスパラ以外の野菜に挑戦するなど、ビジネスの感覚も持ち併せる。食べ物を作る仕事に誇りを持ち、女子は農家になった。