

農福連携が「+α」を生み地域を元気に

人手不足に悩む農業と、雇用の場の少ない障害者。障害福祉サービス事業所が農業生産に取り組み「農福連携」は、今や多様化している。生産した農産物の加工、販売に乗り出す農福商工連携など「+α連携」を生み出し、農業を支え地域を元気にする力強い存在となつていく。

「人手不足」と障害者の就労

わが国は、少子高齢化社会の到来により人口減少および高齢化が進行している。近年、団塊世代のリタイアなどもあり、労働力人口はますます不足する状況にある。

農業現場においては、他産業に比べ早くから労働力不足として担い手不足が進んできた。直近の状況を見ると、基幹的農業従事者数は二〇一〇年で二〇五万一〇〇〇人であったが、一五年には一七五万四〇〇〇人、そして一八年には一四五万一〇〇〇人に大きく減少している。八年間で六〇万人が減っており、毎年七万五〇〇〇人が減っていることになる。

次に、基幹的農業従事者数に占める六五歳以上の高齢者の割合について見ると、一〇年は六

一・一%、一八年は六八・〇%とほぼ七割が高齢者となつている。

一方、一三年〜一八年までの間で、毎年、農業に就農する新規就農者は平均五万八〇〇〇人いるが、七万五〇〇〇人の減少を一万七〇〇〇人下回っている。

農業界は、こうした労働力・担い手不足、そして高齢化による「人手不足」によって危機的な状況にあると言える。それはまたわが国の低い食料自給率を一層低下させる可能性があると言えよう。

現場では、こうした状況に対応するためにシルバー人材などを活用してきた。しかし団塊の世代の高齢化がさらに進むことで、今後のシルバー人材の労働力としての確保は難しくなっていくと予想される。



JA共済総合研究所主任研究員/
日本農福連携協会顧問

濱田 健司 *Kenji Hamada*

はまだ けんじ
東京農業大学大学院修了。日本農福連携協会顧問(旧全国農福連携推進協議会会長)/農林水産省農林水産政策研究所客員研究員/「農」の機能発揮支援アドバイザー。障害者の就農に関する調査研究とそれを広めるための意識啓発、助言、講演などの活動を行う。

一九年四月より改正出入国管理法が施行され、農林水産省は農業分野において五年間で三万六五〇〇人の特定技能外国人の受け入れ見込み数を設けた。年間では七三〇〇人となるが、一万七〇〇〇人の不足を補うには及ばない。また、特定技能外国人は一定期間を過ぎれば帰国しなければならない。

つまり、安定的かつ実質的な労働力を確保することが、難しくなっているということだ。こうした中で、農山漁村地域においてこれから役割を期待されるのが障害者である。障害者は、主として身体障害・知的障害・精神障害に係る手帳および疾患を持つ者である。わが国では身体障害者が四三六万人、知的障害者が一〇八万二〇〇〇人、精神障害者が三九二万四〇〇〇人おり、合計すると九三六万六〇〇〇人に達している。

このうち現在、一般企業や行政などで就労（一般就労）する者は四九万六〇〇〇人、厚生労働省が障害者の就労に係るさまざまな支援を行う就労継続支援A型事業所・就労継続支援B型事業所・就労移行支援事業所の中で就労訓練および就労（福祉的就労という）している者は三四万二〇〇〇人となっており、合計で八三万八〇〇〇人にすぎない。

まだまだ多くの障害者が就労する機会に恵まれない、また障害者の平均月額賃金はA型事業では七万四〇八五円、B型事業では一万五六〇三円といった低い状況にあり、障害者が自立して生活していくことは難しい。障害者、障害者への就労に係る支援を行う障害福祉サービス事業所として障害者は、新たな就労の機会を求める状況にある。

こうした中で、労働力および担い手を求める農業サイドと、新たな就労の機会を求める福祉サイドのそれぞれの課題をマッチングさせる取り組みとして近年急速に広がっているのが、障害者が農業生産に従事するという「農福連携」だ。

多様な農福連携の動向

障害者が農業生産に従事する取り組みは、農福連携という言葉が広がる前から行われてきた。近年のように障害者が農業生産において福祉的就労を行うほか、例えば、障害福祉サービス事業所において昼食や夕食などの食材を自給生産したり、法人内の環境美化として花壇を管理したり、あるいは一般企業では、雇用されている障害者が農業生産に取り組みといったものがある。

また畜産分野などのように早くから人手不足が深刻化していた農家や農業法人の一部でも障害者雇用を行ってきた。このほか、医療や高齢者福祉などの現場においては農業生産というより農的活動を通じたりハビリテーションやレクリエーションなども行われ、「農」と「福」の関わり合いの取り組みは実に多様なものがある。言葉で言えば、障害者就農、園芸療法、園芸福祉、ケアファーム、グリーンケアなどである。

二〇〇三年以降、障害者の一層の地域移行および自立を促す障害者支援費制度（現在：障害者総合支援法）の施行、さらには障害者の低い賃金を上げていくための厚生労働省による工賃倍増計画・工賃向上計画（工賃とは、障害福祉サービス事業における障害者の平均月額賃金をいう）が実施された。

そして円高の進行、リーマン・ショックによって障害福祉サービス事業所ではそれまでの下請け作業がなくなったことなどにより、福祉サイドにおいて新たな就労の機会、高い工賃を得られる基盤が必要となった。

一方で、農業サイドは前述のように労働力および担い手の不足が深刻化していた。

今から一五年前前に、筆者はこの取り組みを提唱するも、初めの頃はほとんど理解を得ることができなかつた。そこでまず福祉団体との連携を図り、次にメディア・研究者との連携を図った。さらには厚生労働省そして農林水産省とも連携を図ることで、次第に大きな動きへとつながることができるようになっていった。そうした中で、一五年度に障害者が農業生産に従事す

る取り組みを一層分かりやすく普及させるため、農林水産省・厚生労働省・筆者・関係団体が話し合い、「農福連携（ノウフク）」という標語を掲げることとなった。

その後は、内閣府の「未来投資戦略」骨太の方針「一億日本総活躍プラン」の中に農福連携の文言が掲げられ、農林水産省では農山漁村振興交付金（かつての「農」ある暮らしづくり交付金などを発展的解消）での農福連携対策、厚生労働省では工賃向上計画の中で農福連携による障害者の就農促進プロジェクト（助成金）が展開されていくこととなった。

さらには、国民運動として進めるために現場（農業・福祉関係者）・行政・研究者・中間支援団体・企業・個人などがつながる全国農福連携推進協議会（現・日本農福連携協会）を発足させた。また都道府県庁内での取り組みを進めるための農福連携全国都道府県ネットワークが発足した。直近では、全中および全農が一九年度からの三カ年計画で農福連携に取り組み、そしてこの秋頃には農福連携で生産された生鮮や加工食品を認証する日本農林規格（ノウフクJAS）の運用がスタートする。また国を挙げて農福連携に取り組みするために、一九年四月二五日に内閣府に「農福連携等推進会議」が設置された。

こうした中で、農福連携の取り組みは福祉関係者および農業関係者だけでなく、全国民へ発信され、普及しつつある。

農福連携のパターンと事例

農福連携にはどのような取り組みパターンが

あるのか整理する。

一つ目は、厚生労働省の支援施策である障害福祉サービス事業を実施する社会福祉法人、NPO法人、一般社団法人などが、就労継続支援A型事業所、就労継続支援B型事業所、就労移行支援事業所、さらには生活介護事業所において、その就労訓練・就労を目的として農業生産に取り組みというものである。近年では、社会福祉法人やNPO法人が認定農業者となったり、あるいは農業法人を設立し、農業に本格的に取り組みるところも出てきている。

二つ目は、農業法人などを中心とした農業生産者が障害者を雇用し、農業に取り組みというものである。近年では、農業生産者がNPO法人などを設立し、障害福祉サービス事業に取り組みるところも出てきている。

三つ目は、一般企業などが障害者法定雇用率を達成することを目的に、企業など本場で農業生産に取り組み、障害者を雇用するケースと、特例子会社を設立して障害者を雇用しそこで農業生産に取り組みというものである。また障害福祉サービス事業を実施し、農業生産に取り組みるところも出てきている。

四つ目は、農業生産者（農家、農業法人など）が忙しいときの作業の一部を障害福祉サービス事業所へ委託する（作業請負）というものである。

最も多く取り組まれているのは、一つ目の障害福祉サービス事業所での取り組みであり、全国にある事業所の三分の一以上が取り組んでいる。そしてこの二年ほどの間に急速に広がっているのが四つ目の作業請負の取り組みである。

二つ目と三つ目の農業法人などおよび一般企業などの特例子会社での障害者雇用についても、徐々に広まりつつある。

さて、実は農業法人も、四五・五人以上の従業員を抱える場合、従業員数に占める二・二%以上の障害者を雇用しなければならない（障害者法定雇用率制度）。

静岡県浜松市にある農業法人の京丸園株式会社では、七五人の従業員と共に二五人の障害者が働いている。ハウス内での水耕栽培に取り組み、一部作業を地域の特例子会社、障害福祉サービス事業所などに委託している。堅実に売り上げを上げ続け、毎年のように障害者を採用してきた。

また三重県鈴鹿市にある株式会社イシイナセリーは、園芸用の作物であるタマリユウ生産日本一の農業法人であるが、就労継続支援A型事業所を実施する「NPO法人ベルプランツ」を設立し、イシイナセリーからベルプランツへ農作業を委託し、主として障害者が農業生産を担っている。

農福連携から農福+α連携へ

障害者が農業生産に従事するという農福連携について概観してきたが、農福連携はさらにさまざまな連携が可能であり、これこそが地域と障害者を結び付け、多様な人々と組織との連携を生み出していく。それを「農福+α連携」という。

例えば、農福商業連携、農福工業連携、農福商工連携、農福介護連携、農福教育連携、農福ス

ポーツ連携、農福福（障害福祉）連携など実に多様な連携のカタチがある。以下では、その連携事例を紹介する。

まず、農福と観光との連携が「農福観光連携」である。その代表的な一つの事例が、社会福祉法人佛子園（一九六〇年設立）の拠点施設、「Healing Bay Area 日本海倶楽部」での取り組みであろう（1）。

日本海倶楽部は、石川県の能登半島にある奥能登町に一九九八年に開設された。ここでは一〇〇人ほどの知的障害者や精神に障害を持つ者が、生活および就労訓練・就労している。

果物や野菜といった農産物を生産し、さらには農産物を加工し販売している。これはいわゆる「農福商工連携」（同じ法人内で六次産業化を図る「法人内型農福商工連携」と法人外の地域の組織と六次産業化を図る「地域型農福商工連携」に分かれ、このタイプは前者）の一つのタイプでもある。さらには地ビールを製造・販売し、かつレストランを運営している。

ビール製造に当たっては、チェコ共和国からチェコ人の醸造士（ブラウマイスター）を工場長として招へいし、就労継続支援B型事業のスタッフと障害者が従事している。障害者は瓶詰ラベル貼り、車への荷運びを行っている。

実は、このビールは能登半島における地域特産物の一つになっている。そしてこのビールを飲むことができるレストランを敷地内に開設し、ビールに合わせた鶏・豚・牛・エミューなどの肉料理、海鮮パスタ、ナンなどを提供している。障害者は清掃、調理補助、ビールサービングなどを



除草作業の様子(出典:社会福祉法人 白鳩会)

している。レストランの年間売り上げは三〇〇万円に上り、年間二万人ほどが県内外から地ビールを目当てに訪れている。

つまり、障害福祉サービス事業所が障害者が製造に関わる地域の特産物を開発し、かつ障害者が外食サービスを提供する日本海倶楽部のレストランが観光拠点になっている。障害福祉サービス事業所が地域活性化に貢献しているのである。

また社会福祉法人佛子園では、能登半島の輪島市における観光を中心とした地域活性化にも取り組んでいる。ここでは佛子園が行政・地域と共にさまざまな施設やイベントなどを企画・運営し、海外青年協力隊OBと共に、地域に移住し課題解決や支援に取り組む「輪島KABUULE」

「T」プロジェクトをスタートさせている。次に、農福と流通との連携が「農福流通連携」である。その代表的な一つの事例が、社会福祉法人虹の会が中心となって行う取り組みである(2)。

虹の会は琵琶湖西部の滋賀県高島市にあり、一九九六年に社会福祉法人として設立された。一五〇人ほどの主に知的障害を持つ者が、生活および就労訓練・就労している。

虹の会は、高島市などの過疎化・高齢化が進み、商店街が衰退し、また公共交通手段が限られた地域、住民が孤立している地域への移動販売を実施している。数台の移動販売車が連なり(一台の車には障害者一人とスタッフ一人が乗り込み)、まるで移動商店街のようにさまざまな地域拠点に曜日・時間を決め販売に行くというものだ。(「ぎょうれつ本舗」という)。また逆に、地域の高齢者が自給用に生産した余剰農産物を法人の運営するレストランの食材として、買い上げる。現在は、地域での買物支援体制が整備されつつあり、取り組みは縮小しているが、一時期は生協・地域の菓子屋・他事業所の車で五台ほどが連なり、障害者の就労を通じて高齢者や地域で孤立する主婦への支援を行った。

障害福祉サービス事業所が買物支援、物流を担う取り組みといえる。

農福連携への今後の期待

近年広がる農福連携は狭い意味では、「障害者が農業生産に従事すること」を意味するが、今後の広がりとして農業だけでなく、林業・漁業・エ

ネルギー産業を含めた「農」、障害者だけでなく高齢者・生活困窮者・生活保護受給者・シングルマザーなどの社会的に不利な立場にある人々(筆者はこうした人々を「キョードー者」と定義)による「福」へと範囲が広がり、目的も就労訓練や就労だけでなく、リハビリテーションやレクリエーションや癒やしや健康づくりなど多様なものとなることが期待される。

実は、こうした「福」の対象者は推計で全国に二〇〇〇万人と考えられる。仮にこうした人々が、地域において農業さらには林業や漁業やエネルギー産業に従事することができれば、地域経済を支える新たな労働力および担い手となることが可能となる。

そしてイメージは広がる。農業生産者、農業界が福祉などのさまざまなサービスを提供し(こ)うした取り組みを「農業」と定義、小規模ながらキョードー者と共にわが国の農業そして地域を支える。そこには、農福連携、そして新たな農福+α連携による新たな連携のカタチがある。農福連携を一つの突破口として、さまざまな連携を図り、新たな化学反応を起こし、農業、福祉、そして地域を変えていくことを期待するものである。



〔1〕濱田健司(二〇一七)「社会福祉法人がさまざまな農福商工連携により地域を拓く」『共済総研レポート』NO.二五三 六〇一六九頁
〔2〕濱田健司(二〇一四)「障がい者施設の移動商店街(移動販売)による買物支援」『共済総研レポート』NO.二三三 二〇一二六頁

インバウンドで地域活性化の農観連携

観光消費が「モノ」から体験やサービスを重視する「コト」に移り、農村民泊（農泊）に光が差してきた。決め手は急増するインバウンド観光客。訪日外国人客の増大が農泊の需要拡大のチャンスになるといえる。農林水産分野と観光分野の「農観連携」も進む。農泊は地域活性化の切り札になるか。

「地上戦」で地域に需要創造

二〇一九年のラグビーワールドカップ、二〇年の東京オリンピックを控え、日本への注目が高まる中、海外からの旅行者が地方に滞在する機会が増えている。日本の原風景や地域に溶け込む滞在中の農泊はその滞在拠点として新たなニーズの受け皿となる。空家となった古民家や別荘の活用をはじめ、特に地域住民の方々と交流を含む「生活そのものの体験」は何物にも代えがたい観光コンテンツだ。

まず、私たちの会社、百戦錬磨について紹介したい。百戦錬磨は、全国で民泊や農泊など新たな宿泊スタイルを活用したニューツーリズムを推進している旅行会社だ。二二年に立ち上げた。扱う旅行のうち地方部での民泊、農泊の比率が八

割を超えている。

具体的な事業内容は、民泊プラットフォーム事業、民泊運営事業、地域振興事業を展開する。例えば「地域まるごと農泊開業支援パッケージ」で、自治体や事業者、団体などを対象に「開業支援（許認可取得支援）」「販売支援」「受入支援」など開業までのステップをサポートしている。また、「集客コンシェルジュ」サービスにて、インターネット販売サイトを活用する「販売サイトの運営」、旅行者からの問い合わせやメッセージに対応する「多言語の問い合わせ対応」、予約状況を管理する「カレンダー管理」といったサービスを提供している。

私たちは「農村との連結役」を目指している。ミッションは「明確すぎる移動目的の創造」。日本語的にはおかしな表現かもしれないが、移動



株式会社百戦錬磨 代表取締役

上山 康博 Yasuhiro Kamiyama

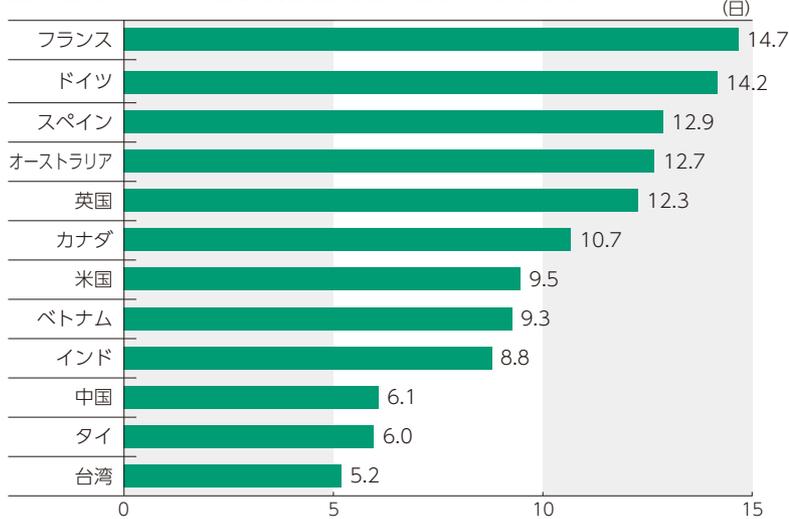
かみやま やすひろ
楽天トラベル株式会社執行役員を経て、2012年6月株式会社百戦錬磨を設立。一般社団法人日本ファームステイ協会代表理事、農林水産省「農泊推進のあり方検討会」委員など。また、観光庁「観光産業政策検討会」委員、「OTAガイドライン策定検討委員会」委員などを歴任している。

目的が明確でないと人は来ない。そこで、過疎に悩む農山漁村などで農泊や体験企画を開発し、民泊予約サイト「ステイ・ジャパン（STAY JAPAN）」で紹介している。主なターゲットは、インバウンドの観光客だ。

私が農泊、民泊に注目した理由を話そう。もともと、私は楽天トラベルの執行役員として、オンライン旅行予約などの新規事業を立ち上げてきた。インターネットは効率を重視した優れた仕組みだが、こうした事業では地域に直接入る需要創造には踏み込めない。いわば空中戦（旅行予約）だけで、地上戦（農泊などの需要創造）はやらない。地域に新しい需要をつくるには、やはり地上戦が必要だと考え、会社を辞め百戦錬磨を設立した。

現在のグリーンツーリズムは農家に宿泊する

図 観光・レジャー目的訪日観光客の国別平均宿泊数



出典：観光庁「平成28年度訪日外国人消費動向調査」

地域の暮らし、文化に観光価値

インバウンドの宿泊者の増加が地域の活性化につながることは間違いない。

顕著な例は岐阜県高山市だ。少子高齢化に伴う、人口減に悩んでおりその解決策としてインバウンドによる交流人口に着目した。官民一丸となった海外戦略に取り組んだ結果、今では年五〇万人と市の人口の五倍の観光客が押し寄せて大きな経済波及効果を生み出している。

日帰り観光客の経済効果を一とすると、宿泊は、その三〜四倍になる。ロングステイ、ロングバケーションが当たり前の欧米の観光客を呼び込めれば宿泊数が増える(図)。

とは言え、いざ農泊・民泊をやってみようと思っても、地方に外国人観光客を呼び込むためには何を誘因とするか、多くの者が悩むところだろう。有名な温泉や旧所名跡があればいいが、ない地域のほうが多い。

しかし、外国人観光客にとって何が魅力かといえば、地域の暮らしや文化であり、究極はそこに住んでいる人間だ。地域では当たり前でも、遠くから来た人には、自国と異なる暮らしにこそ価値がある。日本人は同質性が高いのであまり意識しないが、言語も文化も違う地域は観光価値があるのだ。そういう前提で考えると、名所旧跡がなくてもいろいろなことができる。

百戦錬磨では、地域のおじいさんが教える農作業体験や地域のおばあさんが伝える料理文化などを農泊地域の体験プログラムを扱っている

が一定の人気がある。

農村地域で農作物の収穫作業やお祭りに参加すれば、地域住民と体験を共有できるだろう。共有すればそれは交流になり、国内外の関係人口が増えていく。いま、地域のコミュニティは過疎や高齢化で崩壊しつつあるが、外部の刺激を受けることによって地域コミュニティを維持・継続していける。

いまはSNS(ソーシャル・ネットワーキングサービス)の時代だ。観光客は日常と異なる体験をたえず発信したいと思っている。外国人にとって、普通の日本人の家に泊まることはレアな体験だ。農泊体験がSNSを通じて世界に広がり、日本人も知らないような地域が外国で評価される現象も起きている。秋田県仙北市はタイのテレビで放映してもらったり、欧米豪の記者を招いて地域の魅力を発信したりと、自治体や住民が積極的なところだが、四〜五月の農泊稼働率は八割を超えている。単月のデータとはいえ、普通の旅館の稼働率の平均が二、三割だから驚くような数字だ。

外国人観光客が農村でさまざまなことに驚き、「米がおいしい」「景色が美しい」などと評価されれば、地域住民は自分の地域への自信を回復し、新たな地域資源の発見にもつながる。日本の農家の多くは生産だけで商売の経験がない。つまり買う人の顔を見ることがない。だが、農泊では外国人の購買者が直接やってきて評価する。帰国後、日本で食べたものをもう一度食べたいとなれば、地域食品の輸出にもつながる。農泊はダイレクトマーケティングのスタート台になる。

地域の暮らしを感じてもらうには長期滞在をしてもらった方がいい。

実は、農泊先進地域のヨーロッパでは、ホームステイ型よりも空き家・空き別荘利用型のほうに人気がある。フランスの農泊利用者は年間二六二〇万人に上るが、その八割が空き家・空き別荘型といわれる。

空き家の活用で不動産価値向上

過疎化が進む地域では不動産の価値が低下し、空き家になると税金や維持費の額が大きければ価値はマイナスになってしまう。従来の空き家対策では売るか、貸すか、壊すかしかなかったが、ここに新たな「宿泊」という選択肢が加われば新たな不動産価値をつくれるだろう。

データでは外国人観光客が増えたと不動産価値が上がり、地域への投資も増加している。ある地域の例では空き家の維持管理費が毎月五〇〇〇円だったが、空き家を宿泊施設にしたら月十数万円の収入が得られた。これだけの収入が見込めるなら、数百万円で空き家を買取り、宿泊施設に利用すれば期待利回りは二ケタになる。事実、空き家をリフォームし一泊五、六万円もする古民家コテージを始めた例もある。空き家はキッチンとランドリーさえあれば長期滞在できる。ホームステイ型宿泊は、お客とホストファミリーの濃厚なコミュニケーションになりお互いが疲れるが、空き家型なら負担も軽減される。農泊に空き家利用が加われば、実需をつくれる。チェックイン、チェックアウト、部屋の清掃といった新たな仕事も地域に生まれ

るだろう。

平戸城で「城泊」を実現

ここまで農泊によりインバウンドを取り込むことで地域を活性化できる可能性と、長期滞在文化を持つ外国人向けに空き家など遊休資産が活用できることを示してきた。

さらに現在、百戦錬磨では公共財、文化財などを活用しインバウンドを取り込むことを計画している。

まず、長崎県平戸市は平戸城を宿泊施設に改装し、二〇二〇年度中にオープンする。平戸城の大規模改修に合わせて、資料館だった懐柔櫓かいつしゅうりゅうを常設の宿泊施設にする日本初の「キャッスル・ホテル」だ。二〇一七年四月に平戸市と百戦錬磨が試験的に平戸城天守閣に泊まるイベントを開いたところ、七四二八組の応募があり、その半分が外国人だった。政府観光局には「城泊」として世界に発信しようと呼びかけている。

「城泊」と同じように武家屋敷に泊まる「武家屋敷泊」、宿坊を含めたお寺での「寺泊」、古民家を利用する「古民家泊」も有望で近いうちに企画をしようと考えている。いずれも昔、日本人が住み暮らしのあった施設だ。古民家では囲炉裏のある家が外国人観光客の人气が高い。いまや失われつつあるこうした施設を利用して、暮らしを体験できる新しいコンテンツをつくらうと考えている。

農泊は、すそ野が広くどの地域でもできると思う。

ただ、地域のインバウンド客の受け入れ環境を

整えたとしても、それだけで外国人観光客が来るかという点、そうは甘くない。宿泊予約をもらうチャンネルに乗せないと売れない。チャンネルとはオンライン・トラベル・エージェンツ(OTA)だ。

成否握る海外のOTA登録

訪日観光客の約八割は、エクスペディアとかブッキングドットコムといった海外のOTAで予約している。そこに物件情報や予約方法などを載せ、オペレーションしないと予約にはならない。うまくOTAの流通に乗れば、あとは自然にマーケティング機能が働いていく。

OTAで農泊に予約した外国人観光客は、宿泊後にレビューを書き込むが、日本の農泊では、ほとんどが五満点の五満点をつけている。おにぎりが好きといったら、お見送りの際にそっとおにぎりの包みを渡してくれたことに感動したといった書き込みがあると、それを見た人がやってくる。いいサイクルになってきた。

ただ、OTAの流通に乗せるにはIT(情報技術)スキルと言語の壁を超えないと形にならない。ITの処理には国内外のOTAに通じた人材が必要だし、多言語とまでは言わないが、英語での対応は絶対条件だ。いずれも地域住民が自分でやるのが理想だが、多くの農家にはハードルが高い。

語学対策の一つは外国人材の活用だ。地方大学の留学生や外国青年誘致事業(ジェットプログラム)で来日したALT(外国語指導助手)、CIR(国際交流員)の卒業生などは有力な候補だろう。地域に外国語ができる人が一人いるとだいぶ違

表 2030年の訪日外国人と日本人国内宿泊数予測

日本人の国内宿泊旅行の予測(観光客のみ)			
	2016年度	2030年度	2030/2016
延べ旅行者	1億4,358万人	1億2,945万人	▲9.8%
延べ宿泊数	2億5,308万泊	2億1,688万泊	▲14.3%

訪日外国人旅行の予測(観光客のみ)			
	2030年度		
	低位推計	中位推計	高位推計
旅行者数	3,795万人	6,045万人	6,454万人
延べ宿泊数 (クルーズ泊を含む)	2億2,722万泊	3億6,269万泊	3億8,7249泊
延べ宿泊数 (クルーズ泊を除く)	1億9,356万泊	3億829万泊	3億2,916万泊

(注) 低位:中国の旅行者数が2012年に戻った場合
 高位:欧州の誘客獲得に成功し、中間層が増えるインドからの観光客が増えた場合
 日本人と訪日外国人の旅行者数、延べ宿泊数(中位推計)の比較(2018年2月)
 ■旅行者数(日本人:訪日外国人) 2016年7:1→2030年2:1
 ■延べ宿泊者数(日本人:訪日外国人)
 2016年2:1→2022年1:1→2030年1:1.7(クルーズ泊を除く=1:1.4)
 資料:じゃらんリサーチセンター「2030年観光の未来需要予測」

う。その人の発信で、その人の母国の旅行者が来る可能性もある。

OTAに宿泊情報を載せる際、最も重要なのは写真だ。外国人観光客はWEB情報を頼りにやってくる。その地域を訪れるかどうかは、ほぼ写真で決まる。その地域でどんな体験ができるか、イメージできる写真を撮り、写真をきれいに見せる加工も必要だ。たとえば写真にフランス人が写っていると、同国人がやってくる。写真も要望があれば、百戦錬磨がお手伝いする。

もう一つ、OTA情報には農泊でもホテル並みのスペック(仕様)がある。空き家の利用なら、スペックはより大切だ。たとえば、「バジャマはないから持ってきて」とか「バスタオルはありません」とか。ホームステイ型なら家族構成などの情報が

必要だ。おカネをもらう以上、農泊だからこの程度でいいだろうでは済まない。

宿泊客と受け入れ側のコミュニケーションは基本的に英語だろうが、スマートフォン翻訳ソフトを使えば、ある程度は通じる。お年寄りにスマホの講習会を開くと、楽しいと喜んでいる。外国人客は言葉が通じながら、ポディランゲージのコミュニケーションも楽しいらしい。

宿泊数で外国人と日本人が逆転

農泊の先行きだが、農泊需要は今年度、爆発的に増えるという見方がある。

二〇一六年、政府は「明日の日本を支える観光ビジョン」策定した。これは観光先進国への国づくりを目指した計画だが、その中に農泊の推進が提起された。農林水産省は農泊をビジネスとして実施できる体制が整った地域を二〇年度までに五〇〇地域つくる目標を掲げている。農泊推進対策として農山漁村振興交付金もスタートした。一八年六月には、住宅宿泊事業法(民泊新法)も施行され、健全な民泊の普及も始まった。

このように受け入れ環境が整ってきたところへ、ラグビーワールドカップが開催される。大会にはヨーロッパやオセアニアなどから約四〇万人が訪れるといわれる。ラグビーはハードなスポーツだから、試合が終わってから次の試合まで一週間ほど空く。この間をどう過ごすか。おそらく農泊が人気になるだろう。

テニスラケット理論では、居住地から遠く離れるほど、観光客の周遊エリアが大きくなる。ヨーロッパやオセアニアからくる旅行者にとって二

〇〇キロメートル、三〇〇キロメートルの移動は大した距離ではない。試合を待つ間に日本の地方を訪れる機会が増え、SNSで世界中に画像が広がる。これが大きな需要創造につながると思う。

将来はインバウンド旅行者の宿泊数が、日本人旅行者を上回るとの試算もある。じゃらんリサーチセンターの「二〇三〇年観光の未来需要予測研究」によると、訪日外国人観光客の宿泊数(クルーズ客を含む)は東京オリンピック後も増え続け、二〇二二年に日本人旅行者の国内宿泊数とほぼ同数になり、二〇三〇年には日本人旅行者宿泊数の一・七倍(クルーズ客を除くと一・四倍)に達するという(表)。

今後、外国人旅行者向けに五つ星クラスのホテルから、民泊・農泊までさまざまなバリエーションの宿泊施設が求められるだろう。米国系の民泊サイトであるエアビーアンドビー(Airbnb)など大手は都市部の民泊に力を入れており、都市部はレッドオーシャン(競争の激しい領域)状態だ。一方、地域の需要創造には、一民間企業が得意ことに限りがある。農泊は社会全体で取り組む必要があるため、関係者の協力を得ようとして一八年二月に「日本ファームステイ協会」を結成した。同協会の正会員は農泊を実践する方々、賛助会員は農泊を応援する企業や団体、自治体会員は農家などをアシストする。

人口減少に対応しつつ地域衰退を避けるためにも、オールジャパンでインバウンドによる農泊、民泊と、農泊から波及するさまざまな事業を興していくことが重要なのではないかと考えている。

(聞き手 帝京大学客員教授 金子弘道)

物流会社と連携し農産物流通を変える

静岡県内に「やさいバス」と称する農産物の共同配送システムがある。地域の物流会社と連携し効率化することで、生産者と購買者の双方から高い評価を得ている。買い物難民対策にも乗り出し、水産物を扱う「さかなバス」も具体化に向けて検討中で、全国展開も視野に入れる。

「バス停」を軸に物流改善

私たち「やさいバス株式会社」（本社・静岡県菊川市）は、農産物の共同配送を手掛ける会社です。運送事業などを手掛ける「鈴木株式会社」（本社・静岡市）と連携し、二〇一七年夏から新物流システム「やさいバス」を本格化し、わずか半年間でビジネスモデルを構築。生産者の収入の向上を達成するとともに小売店や飲食店などの需要を踏まえた対応で成果を上げています。

新物流システム「やさいバス」の仕組みは、JAの農産物直売所や仲卸の集出荷場、商業施設、新聞店などあらかじめ設定した集出荷の拠点を「バス停」に見立て、「やさいバス」と名付けた野菜の輸送車がそのバス停を巡回するというものです。野菜の売り手である生産者は事前に注文を受

けた野菜を、バスの巡回時間に合わせてバス停に出荷します。やさいバスはバス停でその野菜を乗車させ、野菜の購買者の最寄りのバス停で下車させます。レストランなど野菜の購買者は、バスの巡回時刻に合わせてバス停に野菜を受け取りに行きます。生産者も購買者もそれぞれ最寄りのバス停まで農産物を運んだり取りに行ったりする必要はありませんが、複数の生産者が出荷した農産物を一度に効率的に運べるので、個別に宅配業者を利用するのに比べると、配送料は割安になります。

バス停における出荷と受け取りには当社指定のプラスチック製コンテナを使います。出荷の際、生産者は選別や袋詰め作業は必要ありません。仕分けなどを当社が一括で引き受けることで、生産者の手間を省きます。



やさいバス株式会社 代表取締役

加藤 百合子 Yuriko Kato

かとう ゆりこ
1974年千葉県生まれ。東京大学農学部卒。英・クランフィールド大学で修士号を取得。米航空宇宙局（NASA）のプロジェクトに参加した後、キャノン勤務などを経て2009年に株式会社エムスクエア・ラボを、17年にやさいバス株式会社を設立した。スズキ財団評議員なども務める。

また、野菜の受発注管理は全てクラウド上で行います。生産者も購買者も事前にユーザー登録をしてもらいます。ユーザー登録をした生産者は、販売したい野菜の情報を当社ホームページ上に公開。購買希望者はその情報を見て欲しい野菜を購入します。

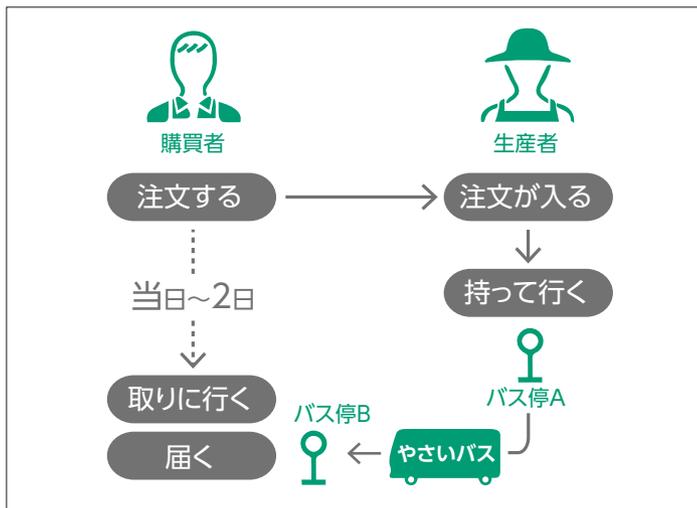
現在、やさいバスは静岡県内三ルートで運行中です。当初二ルートだった配送ルートを最近増やし、バス停は昨年度末で三カ所所達しました。保冷車二台、バン（ワンボックスカー）一台が、土日と日曜日を除いて毎日一便、時刻表に合わせて各バス停を巡回しています。

やさいバスの事業は、私たちがこれまで手掛けてきた事業で見えてきた課題を解決するために取り組んできた結果、生まれたものです。私は〇九年一〇月に農業経営の改善のため「株式会



時刻表に合わせ巡回する「やさいバス」

図1 やさいバスの仕組み



社エムスクエア・ラボ」を立ち上げ、生産者向けのコンサルティングを開始しました。コンサルティングをする中で、課題として浮かび上がったのは生産者と購買者の間の需給のミスマッチです。商社、小売りなどの購買者が欲しいものに生産者が気付かず、別のものを作っていました。これを解決するために、購買者のニーズを生産者に確実につなぐ野菜の卸売事業「ベジプロバイダー」を立ち上げました。やがて、こうしたいいくつかの取り組みがやさいバスで協力いただく生産者や流通業者などとのコネクション構築につながりました。

需給のミスマッチ解消に向けた取り組みが進む一方、経営コンサルティングを通じて農業者

の抱える経営課題や農業経営における物流コストの大きさを改めて認識しました。物流をめぐっては、人手不足による輸送単価の上昇、それに伴う輸送費増加が深刻化しており、生産者の利益を圧迫する現象が起きていました。

物流改革へ民間で協議会発足

時には一〇〇〇円の商品を発送するのに一〇〇〇円の配送費用が掛かることもありましたが。上昇する輸送費や人件費といったコストをカバーするために、経費を販売価格に上乗せしなければ経営が成り立たない時代に入ると、農業における物流の問題を本気で解決しなければならぬと考えました。そのため、二〇一四年春、

エムスクエア・ラボが行政・物流業者などに呼び掛けて、農産物物流改善の協議会を立ち上げました。これが物流改革となるやさいバス事業化への第一歩です。

協議会では農産物物流における問題点を洗い出すところから始めました。農産物は一般的に生産者と購買者となる実需者の間に、J・A、卸、仲卸、小売りなど多数が関わっているため、野菜を届けるには時間もコストもかかっているのが実態です。また、生産者は大規模経営でない限り、出荷量がそれほど多くありません。栽培方法にこだわった野菜であればなおさら生産量は少なく、消費者や取引先に送るときに宅配業者を利用するケースが多いため、輸送コスト上昇の一因になっていました。

これらの問題を解決するため、農産物の小規模物流の効率化やコスト削減対策について検討に継ぐ検討を重ねていきました。その間にも物流コストは上昇。参加者の危機感が高まり、対策の具体化が急ピッチで進みました。地産地消の推進に力を入れていた静岡県も、協議会の動きに関心をもち、応援してくれました。結果、一六年度に県の協力を得て、農産物を集約して配送する実証実験に乗り出しました。

異業種連携が事業フレームの強み

実証実験では物流の配送網の組み立て方や、集出荷時の対応をテストし、売り手、買い手双方に負担の少ない物流システム構築を模索しました。そして、現在のやさいバス事業の基盤が出来上がったのです。

やさいバスの事業の強みは三つあります。

一つ目は、協議会メンバーである物流のプロ企業の鈴与に、配送網などの構築に携わってもらったことです。農産物を輸送するドライバーが必要な情報は何か、ということを含めて物流に関する専門のノウハウを持っていなかったのに、輸送の担い手となるドライバーに負担とならない配送網や、集荷体制の作り方など、鈴与からのアドバイスが大いに参考となりました。

二つ目は、当社の関連企業である「農業生産法人ベジラボ」が、農産物の生産経験があり、取り扱う際の留意点を把握していたため、野菜の輸送時によく起こりがちな形の崩れや傷みを防止するための独自のノウハウを展開できたことです。例えば、しおれてしまった、葉物野菜の軸が折れて鮮度が落ちてしまった、輸送時の振動で果実の表面が傷んで変色してしまったといったことが起こらないように、輸送方法に細心の注意を払うことができています。

三つ目は受発注をクラウドに一本化し、生産者と購買者両者の売買に係る手間を減らしていることです。発注はクラウド上の「注文書」で一括管理できるため、入力した注文が速やかに物流に乗ります。畑の採れ立て野菜が当日〜二日で手元に届けられる計算です。また、農産物の野菜を見ながら欲しい野菜を検索したり、数週間先に欲しい野菜を予約したり、注文を取り消すのもワンクリックでできます。また、生産者と購買者がネット上で直接交流できる「コメント」や「フォロー」の機能も。生産者の名前と出荷する農産物の写真を見ながら欲しい商品を検索でき

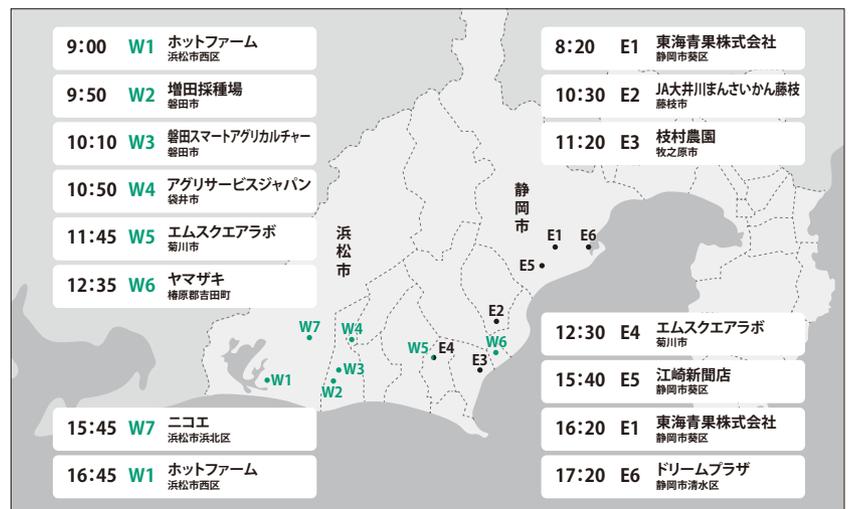
るうえ、欲しい野菜について生産者に直接相談することもできます。

利用料として購買者への販売価格の1〜%にあたる金額を当社に支払ってもらいますが、このシステムの利用により、生産者側は販路を拡大できるのに加え、購買者となる実需者のニーズを把握でき、効率のよい農産物の生産ができます。さらに、選別や包装にかかる手間が減るという利点もあります。当社では生産者が負担してきた流通コストを10%引き下げられると見込んでいます。

こうして削減できた流通コスト分はそのまま生産者サイドの収益になり、生産、販売の一層の充実のために使うことができます。具体的には新しい農産物の栽培に振り向ける、新たな販路拡大資金に充てたりするといったことです。また市場流通、インターネットによる通信販売、産直販売など農産物の販売ルートが多様化する中、当社としては、増えた収益を持続可能な地産地消の仕組みのために有効活用してほしいという狙いもあります。

一方、購買者側にはやさいバスが複数の生産者の農産物をまとめて運ぶため、宅配利用時より仕入れコストが削減できるといふ利点があります。「新鮮野菜、こだわり野菜などの活用によるメニューが好評で売り上げを伸ばしている」といった声や「仕入れコストが下がったため利益率が上がった」などの声を聞いています。やさいバスは、生産者だけに効率化を求めるのではなく、流通にかかわる全ての関係者が負担を分けるべきだとの考えが基盤となっています。

図2 静岡県内やさいバス巡回ルート（一部抜粋）



現在、こうした考えとシステムに共感いただき、活用する生産者、購買者はいずれも100軒程度まで増加し、さらに活用したいという問い合わせが増えています。

買い物難民対策、さかなバスも

事業を進める中で寄せられた意見を受けて、静岡県浜松市に二〇一八年一〇月に小売店を開設しました。バス停にもなっているこの店舗では、やさいバスで届けた野菜を消費者に直接販売する形が実現しました。



浜西市に開設した小売店。品揃えはスーパーとの差別化を意識する

また、さらなる需要掘り起こしのため、やさいバス事業の「ガイド」も配置しました。ガイドはいわゆる営業担当の当社従業員で、生産者と購買者、そして実際に食べる消費者を結び付ける活動をしています。ある時には生産者の経営や栽培戦略の相談に乗ったり、またある時には外食店や小売店への販売戦略に対するアドバイスをし、やさいバス利用者の売り上げや利益の増加を応援しています。現在は実質、三・五人が担っています。一九年三月からは飲食店を専門に回る野菜ソムリエの資格を持つガイドとして、「アンバサダー」も置きました。新たなパートナー開拓にも一層、力を入れていきます。

さらに、新たな展開も考えています。一つが農村地帯など過疎地で暮らす買い物難民への対応

です。スーパーなど小売店の撤退による買い物難民が増えている地域があります。こうした地域には、地域産の青果物という都市部で求める魅力的な資源があります。都市部で調理・販売されている総菜などを運び、その帰りの便に農村地帯で生産した青果物を載せて、都市部の住民の食卓に届けるのです。高齢化が進む地域を中心に、やさいバスのバス停と高齢者の自宅の間を自動運転する小型の台車を効率的に使ってもらうような仕組みがつかれないかと地元企業との異業種連携による模索も始まりました。ラストワンマイルの配送を実現させることは、食による交流と笑顔につながるはずです。

また農業だけでなく、水産業でもやさいバスのシステムを活用できる可能性があるとして動き出しています。やさいバスの水産版、「さかなバス」構想です。小さな漁港で水揚げされた水産物の売り先確保へ、フェリーと保冷車を組み合わせた輸送体制を確立しようという準備を進めています。具体的には、静岡県と連携し、西伊豆で水揚げされた水産物を静岡市内の飲食店へ配送する仕組みで、今年度中にも稼働させる計画です。

全国展開や海外展開も構想

こうした当社の取り組みに関心を持ち、多数の連携など問い合わせをいただくようになりました。今年度中にやさいバスを長野県や神奈川県でも展開する方向で動き出しています。長野県は県や市町村、JAなど地域の関心が高く、準備が着々と進んでいます。物流は地元の運送会社の協力を得て展開していく予定です。静岡県

での取り組みをビジネスモデルに今後、直営だけでなくフランチャイズ（FC）事業展開も含めて全国に広げていきます。

さらには国外からの問い合わせも受け、外国での展開も構想に入っており、実現に向けて準備を進めています。その際には異業種連携を一層進めていく必要があると考えています。具体的には海外展開を視野に入れるとシステムのバージョンアップをする必要があるため、IT企業や、食品を取り扱う商社とそれぞれ連携してその国での売り先を確保するなど、協業できるパートナー企業が必要です。

このようなやさいバスの国内外の取り組みにより二〇二五年度の売り上げ目標を五〇億円と掲げ、走っています。

最近、従業員に呼び掛けているのは、農業は食料製造業であり人類の生命維持を担う産業であるということです。人は食べなければ生きていけない、そういう意味では食は誰でも関心のある分野なのです。重要な分野に関わった仕事をしていることを自覚しなければなりません。

生命維持を担う農業は多様です。その多様性を守り食の安定供給につながる仕事をしていかなければなりません。一方で、生産物を誰もが手に入れられる価格を維持するために、共に創り上げていかなければなりません。こうした考え方を、仕事として農業に携わって生産者の話を聞き実感しました。生命を支える農業を持続可能にするために、やさいバスの事業が生産者が安心して生産に取り組める一助になれば幸いです。

（聞き手 ライター 久米千曲）

