

田畑とつながるマイクロ物流  
～足元の非日常がつくる「選ばれるまち」～

小野淳

田畑とつながるマイクロ物流  
～足元の非日常がつくる「選ばれるまち」～

小野淳

## 1) 自宅に届ける農サービス

「おうちで養蚕しませんか？お蚕フレンズ大募集！」4月末にはじめた呼びかけに SNS などを通じてあっという間に 20 組ほどの家族から応募があった。参加費 3000 円、生まれ たての 20 頭のカイコを手渡しもしくは郵送でお送りする。参加者は「お蚕フレンズ」として SNS のグループページに招待され毎日の情報交換や写真の共有ができるほか、私たち NPO 法人「くにたち農園の会」が運営するコミュニティ農園「くにたちはたけんぼ」（東京都国立市）での桑の葉採取日に参加できる。大学でカイコを研究していた「カイコおねえさん」による何でも質問オンライン会議も開催した。

コロナ禍により私たちの農園の事業も大幅に縮小した。毎週開催していた放課後畑クラブや森のようちえん活動も休止、企業等から受託している食育プログラム、婚活会社と毎月開催している畑婚活などもすべてキャンセル。大豆を育てて味噌づくり、季節の野菜づくり、田んぼの一年などこれからスタートする体験も人数を縮小しての開催となりそうだ。田畑での体験活動が主な業務である私たちにとっては大きな打撃だった。一昨年前からはインバウンド観光や留学生向け体験にも力を入れ、空きアパートをゲストハウスとして改装。農泊事業（農山漁村滞在型旅行）もスタートさせていた。地域限定だが旅行業許可も取得しアメリカからのクルージング客の定期受入れの話も進んでいたが、東京五輪需要を見込んだそういったソフト＆ハード双方の投資のあては完全に外れた。



※コミュニティ農園「くにたちはたけんぼ」には国内外から年間 5000 人ほどが農体験に訪れていた

人の動きが大きく変わった中で誰にどのように農の体験を届けるのか？グローバルに向かっていた視点をもう一度ローカルに振りかえ、不特定多数があつまる機会を最小限に抑え

つつ、自宅と外の世界がつながるような農体験ができないか…そこでNPOメンバーたちと考えたのが「お家でできる農体験、リアルとオンラインを組み合わせたお蚕フレンズ募集」だった。

養蚕の過程では毎日のように桑の採取が必要となる。子どもと散歩をしながら道すがら緑地や道路わきに雑草のように生えている桑を発見、といった日常は参加メンバーそれぞれの暮らしにちょっとした彩りをもたらしている。モリモリと桑を食べ続け、毎日数ミリのスピードで成長して美しいシルクの繭を作るカイコの一生はいかにも神秘的だ。個人的にも娘の自由研究テーマになったし、私などはカイコ観察を肴に晩酌をしているほどだ。

今後はレギュラープログラムとしてより発展させ、リモートワーカーや「犬猫は難しいけど一人暮らしの楽しみとして生き物を育てたい」といった人々にも趣味の養蚕、ペットカイコというライフスタイルを提案していこう、とアイデアは尽きない。そもそもは「みんなで野菜やコメを育ててみんなで食べる」が私たちのコミュニティ農園の売りであったが、食以外でも農の価値は発揮することはできる。

不特定多数との接触、遠出を控え、自宅周辺で豊かに暮らしをつくっていくというライフスタイルが今回をきっかけに広がるとすれば都市近郊農業はどのような可能性を考えればいだろうか？私の周囲で実際に起きている農業者たちの取り組みもヒントに幅広く考えてみたい。



※留学生向けの日本文化体験として実施してきた養蚕がコミュニティづくりに役立った

## 2) 足元の非日常を求めて散歩する人々

「散歩をする人がすごく増えて畑の直売所に置いたそばからすぐ売れていきますね。」とコロナ下の好影響を教えてくれたのは隣町日野市で昨年新規就農したばかりの20代女性、川名桂さんだ。2反ほどの畑は公園に隣接、住宅地の強みを活かして畑の入口に作った直売所の売上が好調だという。緊密な環境で暮らしている人たちにとっては農地が残るエリアを散歩することはいい気晴らしになるであろうし健康にもよさそうだ。そのついでに新鮮

な野菜を買えるのであれば一挙両得。自宅待機で学校給食もなくなり料理する頻度も必要とする食材量も圧倒的に増えたのだろう。JR 中央線沿線で 3 店舗の地場野菜八百屋を展開している株式会社エマリコにたちでは 4 月の売上が昨年と比べておよそ 1.7 倍に増えたという。外食が大打撃を受けている一方で地場野菜についての需要は増えている。遠出せず、飲食店街など密集地を避け、代わりに自宅周りの今までで歩かなかった小道を探索することで直売所や農地と出会い、食材購入先を宅配やスーパーから切り替えるという人も出てくるのではないかと想像する。

そういうライフスタイルを実践するには日本の都市近郊は実に適している。私の暮らす東京都国立市は駅を中心として住宅街が放射状に広がる典型的なベッドタウンだが、駅から南に 2 km ほど歩けば甲州街道沿いに今も田畑が残されていて、庭先直売所も点々とある。さらには私たちのコミュニティ農園や市民農園、体験農園といった参加型の農園も多い。都心へ満員電車で揺られて通うことで毎日の数時間を費やしていた人たちの一定数がリモートワークや時短出勤、週休増などで可処分時間が増えるとなれば、いままで駅から都心に向かってきた導線がかわり、知らなかった足元の非日常と出会う機会も増えるだろう。直売所や市民農園で手に入れた新鮮な農産物で毎日の食生活を豊かにしようと料理に取り組めば、身近な田畑が生み出す価値をより実感できるにちがいない。価値が実感されることで都市農業はより残りやすく農家もやりがいも感じられるだろう。



※田畑と住宅が混在する国立市の風景



※畑の入口に設置された川名さんの直売所

### 3) 給食需要ゼロでも売上を伸ばした都市農家

直売所や体験型の農園を地域の人が利用する一方、別のアプローチをとっている農家もいる。東京都江戸川区の小原英行さん(42 歳)だ。東京都江戸川区はまさに都市的な密集地域だが、江戸時代から小松菜の産地として知られ生産量も日本一を誇っていた。小原家も 2.5 反ほどの農地の 100% が小松菜の施設栽培だ。収益性も高く、小面積ながら名実ともに篤農家だ。しかし今回は大ピンチだった。なぜならば彼の出荷先の 90% 以上が学校給食用だったのだ。生育の早い葉物なので収穫に待ったなし。目の前の 4 トンの小松菜の全量廃棄も

頭をよぎったという。しかし、そこからの転換も早かった。区役所と連携して役所前での直売を仲間とともに展開、さらに近隣住民向けの「小松菜刈り体験」の開催、地方への個別発送もスタートさせたことで3月の売上が昨年度を上回るという奇跡的な成果をもたらした。「小松菜单品でここまで多様な取り組みができるのか！」と目が覚める想いであった。そして4月からの休校延長が決まったのちに小原さんはさらに大胆な行動に出た。

「我ながらネーミングセンスない(笑)」と冗談交じりで彼が名付けた取り組みは「E×M×H×S」(江戸川区無料配送システム)。江戸川区内であれば前日夕方までに注文してくれれば送料無料で1kgから小松菜を自らトラックで宅配するという内容だ。注文は電話、メール、SNS何でもあり、前日夜に集計して配送ルートを設定し多い日は80件以上回る。かつて自転車便ドライバーをしていた経験が役に立っているというが、まさに力業で誰もが進められないことではないように思える。しかし、考えてみれば小原氏のやっていることはコロナ禍で需要を大きく伸ばした飲食店テイクアウトメニューの宅配サービス、UberEats(ウーバーイーツ)に近い。前段では消費者自身が地域を歩き回ることによって農業や農地の存在と出会い、そこで消費が喚起される事例を紹介したが、自宅から出て回遊すること自体に抵抗がある人、あるいは何らかの事情で移動が難しい人にも小さな流通網=マイクロ物流を通して近場の価値を届けられるところが大きく異なる。

#### 4) 流通させるのはモノだけではない

さらに、私が注目したのは彼が配達にまわることで小松菜以外のモノも動き始めたということだ。小松菜代の支払いだけでなく飲み物や菓子の差し入れを受け取ったり、小原さんも友人から送られてきた柑橘をおまけにつけたりして、彼が区内をぐるぐる回ることによっていろんなモノや気持ちが動き始めているように感じる。これがUberEatsやamazonのような大手業者と異なるところだろう。地元農家が走り回っているということに対して受け取る側も何かお金でだけではないものを返していきたいという金銭授受以上の「ギフト経済」が生まれている。日常的につながっている信頼関係を前提としたギフトは「お互い様」としてプライスレスな価値を生むだろう。

このマイクロ物流の事例と似ているのが、国分寺市で展開している「こくベジプロジェクト」だ。まちづくり団体が市内農家を集荷して回り、農産物を飲食店に届けるという取り組みで2014年スタート、今では市内農家10軒と飲食店100店ほどをつなげている。当初は行政からの助成金があった活動だったが、採算がある程度見込めるようになり、さらには付随して地域通貨の流通であったり、各種地域団体を巻き込んだイベントの開催であったりと波及効果を次々と生み出している。最近では大型マンションの建設に伴う住民募集において「こくベジ」の存在がアピールされた。「地元農家の新鮮な野菜が手に入るライフスタイル」が地域価値をあげている好例といえるだろう。

地域内で食や農を動かすことで顔が見える安心感や地元愛といった気持ちも動かすこと

につながり、結果的に地域価値が上がっていく。それだけ聞けば生産者、消費者共にハッピーな関係ではあるが、一方でその物流、商流コストをだれが負担するのかは大きな課題だ。現状では小原農園や「こくベジ」のように熱い想いの特定少数がその志でコストを負担しているが、もうすこし UberEats 的に割り切った配送システムを導入することはできないだろうか？

UberEats の自転車配送員が背負っている保冷バッグは「ウバッグ」という通称で、その利便性に注目が高まっているという。ライフスタイルが変わり今まで都心に通勤していた人々の可処分時間が増えたことで地域を歩き回る人が増えるのであればウバッグを背負って農産物や時にはその他のモノも届けてもらってはどうか。飲食業的には集荷時間と配達時間を厳密にやるべきだが、農産物の宅配であれば「夕方までにあればいい」「時間のある時でかまわない」といったようになり時間幅があるケースも多いだろう。届けられる人が届けられるタイミングで届ける。超高齢化が進んでいる団地の4、5階に暮らす方などはインターネットを通じた発注さえ簡易に出来ればかなり助かるように思う。報酬は多くないが健康に良くて人脈が広がり感謝されることでギフト経済もまわりだす。地域内に顔見知りも増え、小さいながらも経済が回ることで、暮らしの安心感や互いへの感謝が広がるにちがいない。



※江戸川区の小松菜専業農家、小原さん



※「こくベジ号」が農家を回る国分寺市

## 5) 農の価値が「選ばれるまち」をつくる

冒頭で紹介した我々の「お蚕フレンズ」はコミュニティ農園を拠点としてそこにオフラインで「カイコ」と「桑」をとりにくる。わからないことはオンラインで質問、情報共有できるオンオフ組み合わせたコミュニティ活動だ。運営費は参加費からねん出される。このように農園や農家の庭先、直売所などを拠点としたコミュニティを多様に生み出していけば、小さくとも豊かな食農の地域経済を回していけるようになり、その地域で暮らす価値が世代を超えて享受できる。

流通する地域資源は「新鮮な農産物」「歩いていける農的非日常空間」そしてそれを支え

る「歴史、文化、人材といった地域環境」の3点だ。地域住民の需要を喚起しつつボランティア精神に過度に頼ることなく消費者に届ける。そのために、公共交通を使わずに体を動かす地域住民自身が物流業者となり同時に消費者、生産者、販売者ともなりうるような仕組みづくりができないだろうか？すでに世の中では宅配を通じた消費がどんどん増えている。インターネットを使った受発注システムについても向上の一途をたどるだろう。痒い所に手が届くマイクロ物流の実現のためにはそういった技術革新も大いに頼りになる。

人口減、高齢化がすすみ外国人の訪日にもかなり抑制がかかるだろう。人の口も胃袋もさらに縮小していくこれからの日本において農業は食料の生産性を追求するだけでは衰退を避けられない。農がもつ食、体験、学び、環境といった多様な価値を発揮し、そこで暮らす人々も単なる消費者ではなく参加者となることで生活満足度が高まり「選ばれるまち」となっていくという持続性の高いビジョンを抱き、実践と共有を繰り返していきたい。



※私たちのコミュニティ農園では農作業の後にそのまま畑で野菜を肴に乾杯が恒例