【視察調査報告書】

会　派　名	レボリューション八王子
参 加 議 員	【議員】　1名 及川　賢一
日　　程	令和5年（2023年）7月27日（木）
詳　　細	
視察日及び視察先	7月27日（木）　東京都　国分寺市
視 察 内 容	こくベジの取組について
概　　要	今回視察した「こくベジ」は、国分寺市内で生産される野菜、果樹、植木、花などの農業生産物の魅力を育て発信する活動である。 沿革 こくベジの取り組みは、国の交付金を活用し、民間に委託してプロジェクトを立ち上げた第1期(H27～H30)と、国の交付金が終了した後、市内事業者によって組織された推進連絡会へとプロジェクトの運営を移行した第2期(R1～)に分けられるため、第1期と第2期に分けて概要を説明する。 ・第1期の取組 こくベジは、農業振興ではなく、H27 年度地方創生先行型交付金を活用した観光振興事業として始まった施策である。 当時の観光動向調査で、国分寺市への来街者の滞在時間が短いことが分かり、来街者の滞在時間と交流人口、定住人口の増加に向けて、地場野菜を活用した国分寺らしいご当地メニューの開発をすることとなったのだが、国分寺らしいメニューの具現化や、統一したメニューを飲食店で提供してもらうことの困難さという壁に直面することとなった。 その後、市民とのワークショップを通じて国分寺の農業の魅力を掘り下げる中で、国分寺市は市域に占める農地の割合が高い、暮らしと畑が近い「農あるまち」であることを重要視し、国分寺ならではのメニュー開発ではなく、「国分寺農業と地場野菜の魅力の PR」と、「新鮮な地場野菜を使ったオリジナルメニューを提供する飲食店の PR」を中心とした、国分寺ならではのプロモーションへと取組方針が変更されることとなった。 市内農家が育てた野菜すべてを「こくベジ」とネーミングし、地場野菜をブランディングすることで、①認知→②関心・検索→③購買→④共有という地産地消のサイクルに繋げ、農業振興と商業振興によって地域を活性化させ、当初の目的であった交流人口の増加と定住促進に繋げていくというのが、こくベジプロジェクトのビジョンである。

	ビジョンの実現に向け、H27 年度～H30 年度の間、国分寺市が民間委託事業者であるリクルート社とともに以下の施策を進めていった。 ①こくベジメニュー提供飲食店の開拓：H27 年度 22 店舗→H30 年度 101 店舗 ②野菜を流通させる仕組みの構築：市民有志と連携した農家から小学校、飲食店への配達 ③野菜の直売所と飲食店が連携したイベント開催：スタンプラリー企画など ④産直マルシェ「こくベジの時間」の開催：ポスターや什器などデザインによって、野菜の見せ方を工夫したマルシェ ⑤こくベジ取扱店舗 PR イベントの開催：市内飲食店で旬のトマトを活用した特別メニューを味わえる期間限定イベント「トマトフェスタ」や「うどフェスタ」の開催 ⑥農業者と店舗経営者の交流企画の開催：農家と飲食店の顔の見える関係づくりに向けた畑見学や試食会など ⑦こくベジ PR の取組：トラベルガイドブックの作成や、各種イベント出展など ⑧農福連携に向けた検討と実験：障害福祉サービス事業者と農家の交流や食育イベントの開催 ⑨絵本製作：こくベジと国分寺の農業への理解を促すための絵本と紙芝居の制作 ⑩PR ツールの制作：のぼり、タペストリー、ポスター、雑誌(国分寺じゃらん)、WEB サイト、MAP、ボードン袋、買物袋などの制作 ・第 2 期の取組 H27～H30 年まで 4 年間交付されていた地方創生先行型交付金と、交付金を活用した民間事業者への委託が終了した後、R1 年度に、こくベジの継続を目途とした「こくベジプロジェクト推進連絡会」が組織された。 推進連絡会は、JA、商工会、観光協会、市役所が事務局を務める他、NPO や飲食店、農家、企業などによって組織され、定期的に検討会が開催されている。 第 1 期から継続している事業の他、第 2 期にも以下、新規の取組を進めている。 ①こくベジメニュー提供飲食店の開拓：R1 年度 105 店舗→R5 年度 90 店舗 ※新型コロナの影響からの閉店による減少の影響あり。 ②こくベジ PR の取組：日立製作所とのコラボ企画、史跡と農家を巡るイベント等 ③GAP JAPAN とのコラボ:GAP からの衣装提供や収穫体験イベントの開催 ④PR ツールの制作：新規にパンフレットと PR カードを制作 ⑤オリジナルグッズの制作と販売：ピンバッジや前掛けなど ・今後の目指す姿 以下の 1~3 の実現によって、地域を活性化させていくことを未来のビジョンとして掲げている

	1、農業と商業に活気があり、市外からの観光者(来訪者)が増え、多くの人々が交流し、まちが賑わっている 2、市が抱える課題(食育、福祉、環境など)の解決に繋がっている 3、地産地消に積極的なまちであることが、国分寺の魅力として定着し、市内外に発信されている
所　感　等 （意見・課題・本市への反映など）	こくベジプロジェクトの特徴として、私がとくに注目したのは、①プロジェクトの運営者（こくベジプロジェクト推進連絡会）と、参加者(農家、飲食店、販売事業者、市民など)それぞれにおける協力者の多さ、②市内農家の生産物を市内飲食店が仕入れる仕組みの 2 点である。 ①については、運営はリクルート社への委託が終了した後、立ち上げられた推進連絡会は、JA、商工会、観光協会、市役所が事務局を務める他、NPO や飲食店、農家、企業など、各団体を巻き込む形で組織されている。 こくベジのような新規の取組を始める際には、多くの関係者がいることから、合意形成に課題を抱えるケースも多くあるように思うが、運営面では JA が中心となって、各関連団体をまとめているという。 またプロジェクトの参加者については、「こくベジ(野菜)」を名乗るうえで、とくに定義や認証制度のようなものは設けておらず、国分寺市内すべての農業者とその生産物を扱う事業者が対象となっているという点も特徴的である。 こくベジに参加する or しないという選択はなく、すべての農業者を巻き込む形でプロジェクトが進められている。 ブランディングを進めるうえでは、品質やイメージを担保するために一定の認証制度などを求めることが一般的なように思うが、敢えて参加者数を絞らないことで、合意形成や評価・管理に伴う不満などが生じにくいという利点を活かせていると感じた。 農業者全体を含むとしたものの、現時点では農業者(野菜・果樹)と飲食店、直売所、市民を繋ぐ取り組みに偏っていることもあり、植木や花に関する取り組みが弱いことが課題となっているとのことであったが、今後、植木や花を扱う農業者との連携をどう進め、それらの農業者の要望にどう応えていくかが期待される。 ②市内農家の生産物を市内飲食店が仕入れる仕組みについては、八王子市における地産地消を進める上での課題となっており、市内野菜を積極的に仕入れる飲食店も一部ではあるものの、その数は多くない。 飲食店が市内農産物を仕入れる上での最大の課題は配送である。 農業者が店舗に配達するのか、飲食店が畑に取りに行くのか、仲介事業者が野菜を配達するのかなど、配送の選択肢は複数あるが、飲食店の仕入れ量はスーパーマーケットなどと異なり納品量が少ないため、仕入れ値における配送コストが大きくなる。

	八王子市内の飲食店でも市内農家の野菜を仕入れたいという声は多くあるが、配送コストと配送事業者の手配がネックとなって、思うように仕入れられていないのが現状である。 一方、こくベジでは(コロナ禍での減少はあったものの)、100 店舗前後の飲食店が市内農産物を仕入れている。 どのようにして配送の課題をクリアしているのか、その仕組みが大いに気になるところだったが、こくベジ野菜の配送は、農家でも飲食店でもなく、NPO 法人「めぐるまち国分寺」が配送業者として担っているとのことであった。 この配送の仕組みに置いて特徴的なのは、めぐるまち国分寺は、野菜の配送だけを請け負っているのではなく、農地を訪れ、野菜を購入しているという点である。購入して野菜を仕入れるということは、当然売れ残りのリスクも負うことになるが、売価や配送料などは自分たちで決めることができるし、こくベジの普及に伴う、取扱飲食店の開拓は、売上増加に向けたインセンティブになるため、単純な配送業者よりも事業に広がりが出てくる。 また農家にとっては、買取りで仕入れてもらうことで、売れ残りや売り逃しによる損失、道の駅で発生するような売れ残り品の回収といった手間も発生しない。 飲食店にとっても、卸売や日配業者からの配達では難しかった農家との顔の見える関係が築けるなど、間に入る NPO 法人が仕入れのリスクを負うことで、3 者にメリットを生み出すことができているのだと伺い知ることができた。 このように、こくベジ野菜の流通において NPO 法人が果たしている役割は大きいのだが、この配送業務で収益が出せているかというとそうではなく、こくベジの取り組みに賛同する有志の市民の協力による部分も大きいという。(市役所では取引金額などは把握していないが、配送に関しては有償ボランティアに近い形という認識であった。) 配送だけでなく、こくベジ野菜取扱い店の開拓や、ＰＲ、イベントの運営など、様々な場面で、市民との協働がなされており、参加の敷居を低くし、多くの人々に参加してもらいながら進めることで、こくベジが広がっているのであり、それらの広がりは、市域に占める農地の割合が高い、暮らしと畑が近い「農あるまち」であるという特性を活かしてこその成果だと思われる。 八王子市においてもこくベジのように、まちづくり会社が業務として仕入れることや、有志の市民の協力を得ることで、一定程度、農産物の配送を実現できるかもしれないが、八王子市は市域が広く、農地と中心市街地間の距離が長いため、国分寺市よりも配送の負担は大きくなってくる。 そのため、こくベジの取組をそのまま八王子で活かすことは簡単ではないが、多くの人々を巻き込み、市民力を活かして、地域生産物のブランディングと、消費による賑わいづくりを進めていく、こくベジの取組から学ぶことは多く、八王子市の農産物の地産地消に向けた政策提案に活かしていきたい。