

女性農業者の飽くなき挑戦

— 秋田県大館市 —

はじめに

秋田県北部に位置する大館市は、今年2月に韓国・平昌で開催された冬季オリンピックの女子フィギュアスケート金メダリスト、アリーナ・ザギトワ選手に贈呈された天然記念物「秋田犬」の産地として有名である。近くには八甲田火山群とともに、十和田八幡平国立公園に指定されている十和田湖があるなど風光明媚なところであるが、盆地のため日較差や年較差が大きく、農業には厳しい土地柄でもある。

本稿では、この大館市で女性農業者の自立を目指し、いち早く農業の6次産業化に取り組み、公的資金に頼らずに自力で体験交流型の直売所を開設、地域の食育や観光産業にも貢献したことが認められ、さまざまな賞を受賞し続けている『陽気な母さんの店(株)』の誕生経緯と、同社の取り組みについて紹介する。

I. 大館市について

大館市は、秋田県の北部に位置しており、北は青森県と県境を接している（図表1）。四方を山に囲まれた盆地（大館盆地）にあり、東部にある500m級の山岳地帯には樹海が広がる。

2005年の平成の大合併時には、国指定の特別豪雪地帯である近隣の北秋田郡田代町と比内町を編入して、面積913.22km²のまちとなった。市を代表する施設に、奈良の東大寺大仏殿を上回る国内最大の木造建築物「大館樹海ドーム」（愛称：ニプロハチ公ドーム。1997年築）がある。

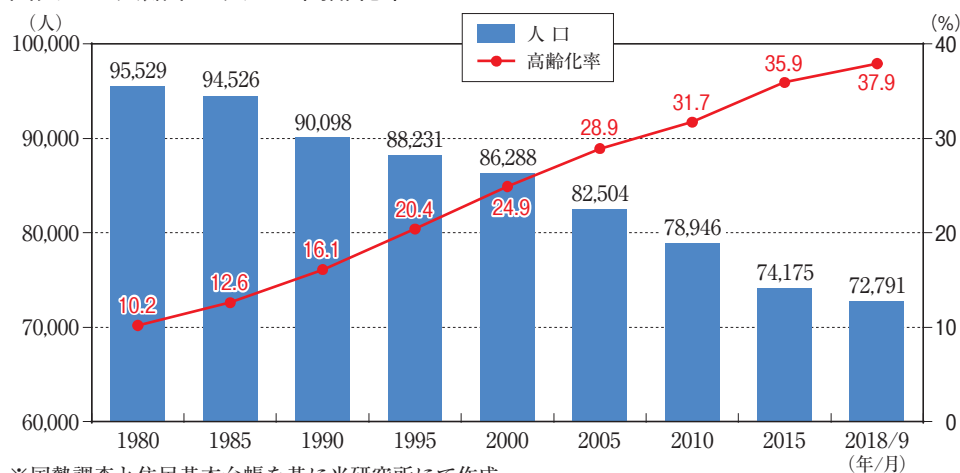
市の人口は、1980年代に9万人を超えていたもの、現在では7万3千人ほどに減少している。また、高齢者人口は増加傾向にあり、高齢化率は間もなく4割に到達しようとしている（図表2）。

図表1 秋田県大館市の位置



※大館商工会議所《大館ふるさと納税HP》より

図表2 大館市の人口と高齢化率



※国勢調査と住民基本台帳を基に当研究所にて作成

II. 女性農業者の自立を目指して

陽気な母さんの店(株)の代表・石垣一子氏は、梨とりんごの果樹園を経営する専業農家である。同氏が辿ってきたこれまでの道のりは【図表3】の通りであり、このうち主要な出来事について後述する。

図表3 石垣社長のこれまでの道のり

年	できごと
1975	「JA若妻会」設立。孤立しがちな農家に嫁いだ女性の交流を図る。
1983	「中山そばの会」設立。地元の特産品である「中山そば」、その収穫から加工、販売まで自分たちで行う（6次産業化）ことに加え、80年代後半に入ると、体験交流を実施、旅行雑誌にも掲載される。
1989	初の直売活動。縫製工場の目の前の空き地に母親のグループとともに直売所を開設。
1993	JA女性部の支部長に就任。直売所「みどりの市場」の開設に携わる。
1995	中山そばの会の活動が女性の起業活動と認められ、制度制定3年目となる「秋田県女性農業士」に認定。地元自治体が、農業に専業で取り組んでいる女性を毎年2名ずつ県に推薦し、認定される制度。大館市から2人目の認定。
1996	秋田県女性農業士に認定されたことを受け、県からの助成でレストラン・民宿経営やツーリズム事業など、企業活動を行っているイギリスとドイツの農家を視察。
1997	秋田県が事務局を担う「農家生活研究グループ」。女性農業者のモチベーションを上げていくにはどうすればよいのか、生産活動を行うには、農家が商売するには何が必要なのかなどを勉強する、地域と農村を活性化することを真剣に考える会。ここで、常設直売所のこと話が話し合われはじめた。
1998	「農家生活研究グループ」の会員が120名に。
2000	「常設直売所を要望する会」 100名の農村女性が地域と女性農業者を活性化させるため、1人1万円を出資して市長や市議、県議と語る会を設置、農業商品の勉強会を開催。 満を持して、市議会に常設直売所の設置を要望するも、却下される。
2001	「陽気な母さんの店 友の会」を設立。行政に頼らない常設直売所の設置に賛同した農村女性88名で構成。彼女ら1人2万円の出資により、常設直売所「陽気な母さんの店」がオープン
2003	県や市、バス会社へ交渉を行い、店舗の前にバス停を設置。 「フレッシュ野菜供給会」を立ち上げ。県と交渉し、地産地消の推進から地場産の食材を学校給食へ提供開始。 また、大館市の中心、大町商店街に出張販売開始。
2004	仕出し部門を設置。
2005	体験交流と友の会会員の8世帯への民宿（農家民宿）をセットにしたモニターツアーを招聘。
2006	大町振興組合と協力して、商店街に常設店舗を開設。
2010	「大館市まるごと体験推進協議会」の立ち上げに参画。
2014	「大館市まるごと劇団」を旗揚げ
2015	「陽気な母さんの店」の経営を「～友の会」から株式会社に法人化。 その際、友の会の正会員69人が株主に。

※ヒヤリングを基に当研究所にて作成

1. 『JA若妻会』の設立（1975年）

石垣氏は20歳で農家に嫁ぐと、毎日が家と畑を往復する日々となった。誰かと喋りたいと思っても、ご主人、義父母とも朝早くから夜遅くまで慌ただしい日々を過ごしており、誰とも話さない日が続いたことで「世の中の若い女性農業者は、皆、自分と同じように世間から孤立しやすい環境に置かれているのではないか。世の中の動きから取り残されているのではないのか」との思いを持つようになった。

それから、結婚10年目の33歳の時に、義父母からかまど（“家計”や“家庭”の意。ここでは農家経営を意味する）を譲られたことで、自分の一存で家庭と農業を切り盛りできるようになった。そこで、女性農業者が孤立することがないようにしようと、周辺の集落に呼びかけて彼女たちが交流や情報交換ができる場として『JA若妻会』を結成した。

2. 『中山そばの会』を設立（1983年）

次に石垣氏は、「農家の主人だけではなく、嫁も少しは自分が自由に使えるお金があるとより一層働き甲斐が出てくる」と考えるとともに、自身の経験から子育てにおいて「作る工程が見える安心・安全な作物、すなわち、自分たちがつくった野菜を自身で加工して子供に食べさせたい」とも考えた。そこで、この2つの想いを叶える組織として、地域の農家女性たちとともに、継承が危ぶまれていた地元の手造りそば“中山そば”の加工・販売を行う『中山そばの会』を結成し、2年後の1985年から販売を始めた。

続いて、同会が「手打ちそば体験」や「きりたんぼ^{*}づくり体験」などの体験交流と農家民宿にも取り組みはじめると、“若妻が指導する手打ちそば体験”と雑誌「じゃらん」で紹介され、青森県をはじめ県外にも同会の存在が知られるようになった。

このような『中山そばの会』における一連の活動が、後の大館市初となる常設直売所「陽気な母さんの店」における活動の原型である。

※つぶした粳米のご飯を、杉の棒を先端から包むように巻き付けて焼いたたんぼ餅を、棒から外して食べやすく切った食品。秋田県の郷土料理。比内地鶏（主に秋田県北部・米代川流域（比内地方）にて古くから飼育されている家禽。「薩摩鶏」「名古屋コーチン」とともに、日本三大美味鶏のひとつとされる。）がらのだし汁に入れて煮込んだり、味噌を付けて焼いたりして食べる。

3. 『農家生活研究グループ』の立ち上げ（1997年）

JA女性部は、女性農家900人が所属する組織である。石垣氏はそのなかから、地域と農村活性化を勉強するためとして、秋田県が事務局を担う『農家生活研究グループ』（略称：生研グループ）に入会した。

同氏はそれまでの活動から、単に農産物を作って朝市感覚で売るだけではダメで、顧客と生産

者との間の溝^{*}を少しずつ埋めていき、顧客には農業と農村の応援団になってもらうことが重要であることに気づき、農業の情報発信を行う拠点が欲しいと考えた。この生研グループが、後の「陽気な母さんの店」の母体となった。

※事例：顧客のなかには「安心・安全なものを安く購入したいので、朝早いものが新鮮」と思って疑わない人がいる。ところが、これはよく勘違いされるが、朝早くから並ぶ品物は、前日に収穫してあるものである。

4. 『陽気な母さんの店』がオープン（2001年）

当時、大館市内にあった農産物直売所は、農産物の収穫時期に合わせて設置される“期間限定型”であった。そこで、石垣氏を含む農家の女性100人が地域と女性農業者を活性化させたいと「常設直売所を要望する会」を2000年に立ち上げ、直売所の常設設置の要望書を市議会に提出した。ところが、地域の反対も多く、味方であるはずのJA女性部からも反対の声が挙がったために、農協と対立したくなかった行政も乗り気ではなくなった。



『陽気な母さんの店』店舗正面

加えて、市議会にも7名による反対陳情が行われるなどした結果、当要望書は却下されてしまった。

これで常設直売所の設置には、行政からの支援が得られなくなってしまい、常設直売所を要望する会では「設置を止めるか否か」の論争となった。ところが、石垣氏は「次世代の農家女性のためにも、農家の女性はハードルを少し上げると直ぐにあきらめる、と世間から思われたくない」と、“陽気な母さんの店 友の会”を賛同者88名とともに設立し、自分たちで直売所を建てることを決意した。そうして、“友の会”会員1人が2万円ずつ出資して常設直売所『陽気な母さんの店』がオープンした。

Ⅲ. 陽気な母さんの店(株)

2015年、石垣氏は事業の継続とさらなる拡大を目指して陽気な母さんの店の法人化に踏み切り、正社員11人、パート13人、アルバイト5人からなる『陽気な母さんの店(株)』を設立、自身が代表に就任した。そうして、“陽気な母さんの店 友の会”の会員には新会社の株主となってもらった。

同社では、農家のお母さんたちのために、月に一度の社内会議にて、会社の方針などについて説明や話し合いを行い、従業員同士の意思疎通や会社経営における意識の統一を図っている。

1. 業務内容

当社の事業は、次の4つに集約される。

(1) 販売部門

母さんの店では、“友の会”会員が生産する農産物と、その加工品、漬物やうどん・そば、餅菓子やジュース類などを販売している。また、当店の試みの1つに、直売の売り場ではよく見かける生産者の顔写真の排除がある。これは、2015年の株式会社化を機に、売り場の構成を売る側の提案から、お客様目線に変更したことによる。

生産者個人のアピールよりも、会社が責任を持って売る、誰が作ったものでも同じ品物であれば同じ場所に並べるだけにとどめ、顧客はそこから自分が気に入ったものを自由に選んで購入できるようにした。また、生産者の名前だけは記載してあるが、これは、陽気な母さんの店の〇〇さんのものは美味しい！と言われるよう、良いものを作りたいという生産者の意欲を削がないためである。

生産者の写真が無くなったことで、店内に余裕ができ、通路を増やして顧客が店内を回遊できるようになった。また、生産者自身が当番制で売り場に立ち、品物に対して直接に顧客に説明ができる場所が生まれるなど、石垣社長自身、買いやすい売り場を創造できたことから、自信を深めた。

また、学校給食への食材供給も行っている。学校給食への食材供給は、大館市の子どもたちを安全・安心な地元の食材で育てることを目的として、2003年から石垣社長が代表となって大館市内の直売所をまとめた団体「フレッシュ野菜供給会」が行う。この学校給食への食材提供は、会社の収益への貢献度は小さいながらも、子供たちが給食で野菜など郷土の味を記憶することで、他所に行ったときにも地元の野菜のおいしさに気が付き、それが将来の大館農業の応援にもつながるといって、5年、10年先のことを考えたものである。

(2) 食堂・仕出し部門

食堂では、地元のそば“中山そば”などを提供している。また、仕出し部門は2004年に設置され、地産地消弁当と惣菜の提供を行っている。「現在は、コンビニやスーパーに行くと、多彩な弁当や惣菜が安くたくさん販売されている。便利な世の中となったが、野菜が全く使われていない弁当も見受けられるなど、それらは果たして本当に安全で新鮮



店内に余裕が生まれた



店舗に併設されている食堂

なものなのだろうか」との疑問を持ったことから、石垣社長は、地場野菜を使用したヘルシー弁当や、少し曲がったきゅうりなど店舗では販売しない食材に付加価値を付けた地産地消弁当など、新たな食の提案を行っている。

(3) 宅配部門

毎月1回、日にちを指定した野菜宅配便を送っている。店の立ち上げの時から行っている事業であり、全国各地に宅配している。大館市内の直売所には、旬の時期になると同じ種類の野菜や果物がたくさん並ぶことから、月に1度は大館の食材を県外に送付しようと始めたもの。

“友の会”会員は、自身の宅配固定客を1人見つけてくることを義務づけられている。また、(株)秋田県物産協会のHPからも100件超の注文が入る月があるなど、月平均112先に発送している。

(4) 体験部門

そば打ちやりんご・なしのもぎとり、きりたんぼ料理教室を開催している。

- ・きりたんぼ 1人：2,160円
- ・そば打ち 同：1,620円
- ・りんご・なしのもぎ取り 同：400円

体験の顧客層は、観光客より地元からの申し込みが多く、特にきりたんぼ体験は市内各所にも出張して行っ

ている。石垣社長は、この体験部門を重要視しており、体験終了後、そのまま母さんの店で農産物を購入してもらうよう心掛けるなど、「店のファンづくりのための体験教室」と位置づけている。

一番人気は、男性がそば打ち、女性は巻きずしや漬物づくり、親子連れや観光客がきりたんぼ体験である。2015年は200回開催し、参加者が4,000人超となり、1日3回、土日は夜まで行っていた。しかし、これに対応しきれなくなったことから、体験依頼があったときのみ対応するようにした2016年は100回、2,758人、2017年が108回、2,680人と落ち着いてきた。



母さんの店の敷地内にある体験工房

2. 中心商店街への出店

大館市内の中心商店街、大町商店街へは、2003年から週1回の出張販売を行っていたところ、翌年から週2、週3と販売回数が増えていった。そこで、商店街の協力を得て2006年に空き店舗に常設店を開設したが、商店街への行政の支援がなくなると同時に店舗は閉鎖されてしまった。

同商店街周辺も全国の商店街と同様に、スーパーなどが撤退して買い物難民が多い地域となっていた。そこで石垣社長は、地域に役立つ施設として店を残すことを決意し、自力で賃料無料の建物を探し出して店を再開、2名の雇用を生みだしている。今や商店街で野菜などを取り扱う店は母さんの店しか残っておらず、年間約4万人が訪れる店となっている。

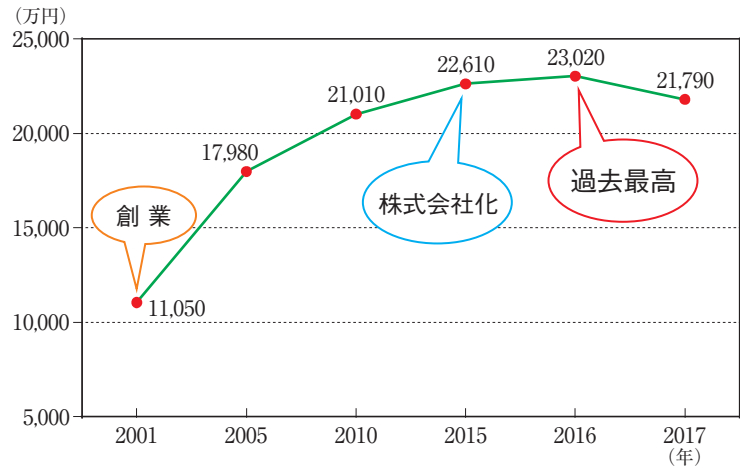
3. 売上高と来店客数

陽気な母さんの店の売上は、開店初年度の2001年から1億円を突破、その後も右肩上がりでも推移しており、2010年以降は8年連続となる2億円越えを達成している（図表4）。

売上げの品別割合は、野菜3割、果物2割、米が2割、食堂と体験が1.5割、加工品0.5割、その他が1割である。創業時は売上の9割が地元の顧客で占められていたが、5年程前からは県外の割合も徐々に増えてきている。

客層は60～80代の女性が中心だが、最近はその体験効果から男性客も増えてきており、年間約11～12万人（大町商店街の店舗を除く）が訪れる。

図表4 陽気な母さんの店の売上高推移



※「陽気な母さんの店(株)」の資料を基に当研究所にて作成

4. 県外への販路拡大

大館市内の企業や農協、市役所や商工会議所などが会員「本場大館きりたんぼ協会」（石垣社長も理事の1人）と大館市が連携して、全国にきりたんぼの宣伝行脚を行う際、石垣氏をはじめとする母さんの店の従業員もこれに帯同して、同店の県外販路を開拓していった。

その1つが、大阪に本社を構える(株)テーブルビートが東京駅前にある新丸の内ビルで経営するオーガニック蒸し料理レストラン「musmus（ムスムス）」への食材提供である。年2回は直接連携して「食」のイベントを開催している。また、大館市と連携している銀座にある紙パルプ会館では、銀座の飲食店への食材情報提供や、きりたんぼ体験を開催している。

さらに、きりたんぼづくりのTV番組を視聴した沖縄の食材輸出業者からも注文が入ったことで、今年は初めてのきりたんぼの海外輸出が予定されている。そのため現在、生のきりたんぼをそのまま冷凍して真空パックにすることにより、お湯で解凍すればどこでも本場の味が楽しめるよう、きりたんぼの冷凍食品の製作に取り組んでいる。

5. さまざまな連携

陽気な母さんの店では、2016年から薬膳料理の勉強会も始めており、ふきのとうをご飯の供にする、栄養価の高いうわばみ草の葉をお茶にする、などといった薬膳食の提案を行っているが、これは、地元の山菜ガール*とのコラボから実現した。また、大学とも連携しており、地元の秋

田県立大学をはじめ、埼玉の女子栄養大学とは連携だけでなく、学内の勉強会に石垣社長が講師として赴いている。

さらに、カミソリや刃物で有名な貝印(株)との連携にも成功した。同社が東京で運営するコミュニケーションスペース「Kai House」に併設されたキッチンスペースに集まる各地の調理師学校の先生たちに対し、秋田こまちや比内地鶏を食材として紹介するために2年間通った。すると、今度は同社が調理師たちを大館市に毎年連れて来るようになり、母さんの店の会員の家に農家民泊をしながら体験交流を行い、大館市内の畑や食材を見て回るようになった。

※2015年起業。山菜の宅配便という、秋田らしいビジネスモデルで環境大臣賞の最優秀賞「グッドライフアワード2015」を受賞した(株)あきた森の宅配便の代表・田中奈津子氏のこと。

6. 高齢者への貢献

秋田県は全国の都道府県のなかで人口減少率が最も大きい。陽気な母さんの店の周囲10km圏の顧客も確実に減ってきているとのことであり、客足が遠のくというよりも亡くなったり、引越して出ていく人が多い。

このような現象が身近で起きていることから、石垣社長は「大館市が年老いても安心して暮らせる地域である、ということを示さないでいかないと、若者もこの地域に住もうとは思わないだろう。自分達も間もなくそのような年齢になるが、これから高齢者とどう向き合っていくのかを考えていくことが重要だ」と認識している。

そこで、母さんの店では、高齢者の考えや傾向を探るために、地域のお年寄りたちが集まる市内各地の公民館などに赴きアンケートを実施した。すると、「今は大丈夫だが、来年は母さんの店をこちらにも出店してもらいたい」など、農村ほど新鮮な野菜を欲している、という面白い結果が現れた。アンケートから判明したことは主に次の3点である。①農村では、若い頃の「食」は自給自足だが、年齢を重ねてくると栽培する作物がだんだん販売品だけとなる。②自分たちが食べるものを作らなくなることで、他の野菜が欲しくなる。③肉や魚は冷凍庫に保管しておけばよいが、新鮮な野菜類はそうはいかない。

このことは、農民が80、90歳になるまで、つまり、動けなくなるギリギリの年齢まで働いているなど、高齢化が進行していることを示している。陽気な母さんの店は、地元農家発の企業として、このような高齢者の役に立つ会社となることを望んでいる。

現在、店では月に1度「ふるまいの日」という1日を設けており、この日は会員が育てた旬の野菜を仕出し部門へ提供し、それを基に作った弁当や総菜などを来店者に振る舞っている。この「ふるまいの日」に、1人暮らしや老人世帯などを対象として、まるまる1食分の食事を提供することができないかどうかを現在検討している。

IV. 地域の観光産業を牽引

石垣一子氏と陽気な母さんの店が“女性の起業活動”という言葉がわからないうちから行ってきたさまざまな行動や活動は、関係者の多くの注目を浴びることとなり、各方面から多く賞を受賞するに至った（図表5）。

特に、女性農業者が農業振興だけでなく、地域振興活動にも関わるようになったことが、賞を受賞した理由の1つとなっており、その代表的な事柄が次の2つの活動である。

図表5 主な受賞歴

年、年度	受賞内容
2003	秋田県農林水産大賞「活性化大賞」
	秋田県商工会議所連合会「会長賞」
	全国農業コンクール全国大会「優秀賞」
2004	全国商工会議所女性連合会「女性起業家大賞」
2007	農山村漁村女性チャレンジ活動「農林水産大臣賞」
2015	(一社)秋田経済研究所「中小企業振興表彰」
2017	第12回JTB交流創造賞「最優秀賞」※
2018	第8回地域再生大賞「大賞」

※当研究所にて作成

※大館市での受賞

1. 大館市まるごと体験推進協議会

陽気な母さんの店が開店して4年目となる2005年、大館市は平成の大合併で周辺2町を編入した。これを機に、行政と民間が連携してグリーンツーリズムによる交流人口を増やすことを目的として2010年に設立されたのが「大館市まるごと体験推進協議会」である。これにより、大館市における体験観光の窓口はこのまるごと体験協議会に一本化され、既に体験交流が事業の1つとなっていた陽気な母さんの店も、地元観光協議会などとともに同会に参加した。

体験交流の需要が最もあるのが修学旅行である。秋田県を訪れる修学旅行のなかで、必ず大館市に立ち寄る札幌の中学校の体験交流は、ほとんど母さんの店で行われている。同店にとって、農業体験や農家民泊は「中山そばの会」の80年代から取り組んできており、大館市における体験交流の先駆者として、その運営には自信がある分野である。市内には、陽気な母さんの店以外に体験交流の受け入れシステムを構築している



農家民宿体験

写真提供：陽気な母さんの店(株)

ところはなく、大館市における体験受け入れのマニュアルは全て母さんの店が作成している。

また、外国人観光客も受け入れ始めた。昨年（2017年）、東北農政局の事業で、インバウンド対策としてブロガーなど発信力のある外国人観光客をまるごと体験推進協議会が招聘したところ、台湾やオーストラリア、アメリカからの観光客が大館市を訪れるようになった。台湾が最も多く、タイからは教育旅行も訪れている。昨年は、約400人の外国人観光客が大館市を訪れており、うち、母さんの店では体験交流で156人を引き受けている。また、今年も既に100人以上が訪れており、うち、母さんの店では9月現在、71人の受け入れ実績がある。

2. 大館市まるごと劇団

大館市への修学旅行生に対しては、これまできりたんぽを中心とした「食」の発信を行っていたが、受け入れが続くうちに、もっと心に残る受け入れを行いたいとの思いから、2014年「大館市まるごと劇団」が結成された。

この劇団の設立を可能にしたのは、前年の2013年に、母さん店の会員が農村民泊で泊めた舞台俳優が大館市に移住し、その人が劇団講師を引き受けたことによる。同劇団のメンバーは石垣社長をはじめ、市役所職員など12人の大館市民である。

同劇団は、大館弁（秋田弁）、すなわち方言による体験受け入れを行っている。受け入れる修学旅行生にはふれあい体験として「大館の1日体験コース」を設けて、このなかで大館弁を使った劇を劇団メンバーとともに演じてもらう。2014年度は、14校、2,042人が体験している。

この体験を進める上で工夫したのが、ある程度理解するのにまる1日かかる大館弁を、短時間の交流で簡単な言葉なら使えるようにすること。そこで、2015年に考案されたのが「秋田弁ラジオ体操」である。これは一般の観光客にも評判がよく、去年の第12回「JTB交流創造賞」の「組織・団体部門」にて、『本場のきりたんぽ、秋田弁♪、かっちゃんが魅力の秋田県大館市』が最優秀賞を獲得した。

石垣社長は、劇団の活動について「大館市には、地域の情報を発信できる素晴らしい観光資源がいくつもあるが、その発信手段についてはこれまであまり考えてこられなかった。劇団の活動を見聞きすることで、1人でも多くの方に大館市を訪れてもらいたい。そして、訪れた人は方言とともに大館を一生忘れないよう、劇団の思い出を持ち帰ってもらいたい」と語っている。



「きりたんぽまつり」に出演する劇団
写真提供：陽気な母さんの店(株)



秋田弁ラジオ体操
写真提供：陽気な母さんの店(株)

V. 課題など

1. 会員の減少

石垣氏が、陽気な母さんの店を法人化した理由の1つに、同社の経営を安定させてみせることで、若い人が農業に関わる事業をやろう、農家の後を継ごうという気になるのではないかと期待がある。それというのも、2001年の創業時88人にいた「友の会」会員は、高齢化により減少

し続けており、2018年現在64人となってしまった。

正会員とは別に、山菜取りや手芸などを行う農家以外の人、男性など特に制約のない応援会員が35名いるとはいえ、今後は正会員にも他の職業の女性や男性農業者を受け入れたいと考えている。また、年齢的にも60、70代が中心となっていることから、若手会員の確保も急務となっている。

2. 人気商品の減少

これまで、母さんの店で人気商品を供給していた会員の女性農業者たちが、高齢となりどんどん農業から引退していつている。これらに代わる新たな人気商品を、残る会員が開発、供給していかなければならない。



オリジナル商品コーナー

3. 冬季対策

大館市の冬は厳しい。同社の売上も、旬の生産物が多い夏の終わりから秋にかけての期間の成績が年間を左右する。長い冬の期間をどうしていくのかも課題となっている。

おわりに

石垣社長は、陽気な母さんの店では農業で給与を払える経営、農業の“職業化”を実現したい、と考えている。つまり、朝は早く、夜中まで仕事をするというイメージのある農業が、工夫次第では朝ごはんや夕飯をきちんと食べることができる職業であると示すことで、若い世代に対して農業も会社勤めと同じ職業の1つである、ということを改めて認識してもらいたいと願っている。さらに、このことは農業に携わる全ての人が農業を職業として続けていくためにも重要なことであると訴える。

石垣社長をはじめとする大館市の女性農業者たちの活動は、農業のことを考えながらも、それにだけにとどまらず、地域のこと、高齢者のこと、ひいては大館市全体も見据えており、これまで多数の賞を受賞していることから外部からの評価も高い。これらのさまざまな取組みは、農業の後継者不足に悩んでいる地域、さらに交流人口を拡大しようと努力している地域などにとって大いに参考となるだろう。彼女たちの今後のさらなる飛躍に期待したい。

(杉本 士郎)