

<JA青年組織活動実績発表>*****

おらが町のパートナー ～僕らは農青連猪苗代地区～

福島県代表 JAあいづ青年連盟猪苗代地区 土屋 睦彦

『定年したら農業がやりたいんだよね！ でも、福島は眼中にないよ!』
『大学卒業したら農業の仕事に就きたいんですよー！ でも、親が福島はダメって
いうんですよー!!』

7月。盟友の1人が東京で農業のフェアに行ってきました。

そこで見たもの！

隣の山形のブースには寄るのに、福島の前に来ると、向かい側の北海道のブースに
行ってしまふ。

福島の出展ブースには人がいない！

そんな中、やっと寄ってくれた来場者からの一言でした。

帰り際、ふと facebook を眺めていたら、そこに、

『最近スーパーで福島産の桃が売ってますね！ とっても美味しそうです！ 震災
前はよく買って食べてました。でも、今は絶対買わない!!!!!! どんなつもり
で、売ってんだろうね！ 作ってることが信じられない！ 犯罪だって思っていないの
かね!』

など、びっくりするコメントの数々！

1時間後には400人、

24時間後には9,000人がシェア！

『これが本当の福島の立場なんです!!』

今、活動している盟友は、非常に意欲的です。

時代の流れの中で、低迷、閉塞してしまった農青連活動、そして、農業そのものに
満足できず、何かに『挑戦』したい。

そこで始まったのが、『雪下キャベツ』の研究!!

盟友の多くが、冬期間に、県や町などの除雪や、スキー場などへ仕事に出ています。

農家にとっては、農地を綺麗にしてくれるありがたい雪ですが、やはり邪魔者なん
です。

これを逆に利用して何かできないか？

試験圃場を作り、盟友皆で、施肥や定植、管理、収穫販売を行いました。

2年目からは、『猪苗代キャベツ研究会』を設立。独立して、もっと真剣に研究し

ています。

順調に、成果が出てきた矢先の3・11。

3度目の秋を迎えた今年。

福島県や各市町村、農協なども様々な対策を行っていますが、影響を完全に払拭することはできずにいます。

現在、我々は地元や農協との交流が減っています。

行政主導になってしまった磐梯祭りの幹事会を脱会。

農協の合併による営農店舗や、猪苗代町内の生活店舗、農産物直売所の廃止。

合併前の支部単位で行っていた、チャリティー餅つきも、1か所に縮小。

8月の豊作祈願祭も、盆踊りや、模擬店を行い、女性部や農協職員、地域の皆さんとのコミュニケーションも活発でしたが、今では神事のみです。

参加者も、役員だけの寂しい状態になってしまいました。

農協の外郭団体である我々なのに、農協離れを起こしている。

これは、農家が農協を嫌っているだけでなく、農協も農家を見ていないからではないでしょうか？

『もう一度農協や、地域とのつながりを再構築したい！！』

そこで行ったのが、町内全戸に配布する情報誌『全員集合』の発刊。

読者からの意見や疑問を募集し、それに答える。

『でもやっぱり、それだけでは足りない！』

『もっと、農協や地元と関わりたい！』

『じゃあ～何をしたら？』

『もう一度、にぎやかな豊作祈願祭を復活させようよ！』

『女性部も、生産部会も、農協スタンドとかも巻き込まない？』

『地元の人たちには何かしてもらおう？』

『イラスト展とか、写真展もいいよね(^ω^)]

『農産物の直売もして、もっと地元にも、福島にもPRしていこうよ！』

『そこから始めよう\(*^o^)]♪』

まずは、イラストコンクール！

猪苗代町内の幼稚園、こども園の園児児童に描いてもらうことができました。

それぞれ大人にはない視点で、非常に楽しい作品の数々でした。

写真コンクールは、写真愛好家の方々の感性あふれる素晴らしい作品や、昔懐かしい農の風景も出展され、我々も先輩方も懐かしんで眺めていました。

入賞作品には、米や野菜など地元農産物の副賞が贈られました。

女性部は農産物の直売、購買部は肥料メーカーの相談会や農薬の販売など、農協の各部門も意欲的に協力して祭りを盛り上げてくれました。

我々農青連は、祭り全体の企画や運営を中心に、模擬店や子供たちのためのゲーム

などを行い、手作りの祭りとなりました。

来年以降は、もっと多くの人に参加してもらい、地元との関係を、もっと深めたいです。

春にも東京のイベントに行ってきました。

『えー？ 福島の野菜って食べれるの？』

『住めるんですか？』

目が点になった。

『もちろん応援しているよ！』

の言葉もたくさんもらいました。

でもやっぱり、きつい一言でした。

福島県や猪苗代町、そして我々も、農産物のPRに行っています。

『福島ガンバってね』

『もう、安全なんでしょ』

『買って応援するね』

猪瀬都知事や安倍総理も、福島県産の食品を食べて、

『美味しいね。もっと宣伝します！』と。

農産物はPRしている。

でも、本当の福島の現状はPRしている？

毎日、汚染水問題がマスコミで報じられています。

除染が進んでいない。

マイナスは報じる。全国に、大きく！！

プラスも報じる。福島県内だけに、小さく、小さく……。

今年、農青連では、改めて農業に関する勉強会を行っています。

講義の際、我々もよく知らなかった内容がありました。

『100 ベクレルの玄米を精米し、炊き上げると、放射性セシウムの残留量が11 ベクレルまで下がる』

というものです。

正直、知りませんでした。

ぜひ、これをマスコミで報じてほしいです。

自分たちでPRする？

『農産物は売ってるけど、その農産物を育てている田んぼや畑を見て、本当の福島を知ってもらうことが必要じゃない？』

そこで、農業体験モニターツアーを企画。

すぐに、農協に協力依頼！ 猪苗代町長にも直談判！

でも、急な企画にお金を出してくれるところはありません。

『県は？』

『ありました！』

『福島県産農林水産物PR支援事業！！』

県のホームページにも、情報として載せてもらうことができました。

いざ、募集開始！

9月。新・農業人フェアに乗り込み、来場者を待つ。

人が来ない！

一緒に行った盟友も、実感!!

福島のブースには人がいない!!

『ヤバい！』

『寂しい。。。。。。』

『あ〜、これが現実なんだな!』

子供連れの来場者が、『福島は、ダメダメダメ……』

ブースを素通り。

体験ツアーに予約をしてくれたのは2名。

ばらまいた募集チラシは1,000枚。

同行した農協職員は、

『組合長や皆に、この状況を知らせなきゃ！！』

体験ツアー当日。

猪苗代に到着した参加者を、昼食会場までお出迎え。

一同が不安そうな顔。

口数少なく、元気のない挨拶。

しかも雨のため、当日の予定を変更。

最初に、放射性物質検査を見学していただきました。

野菜選果場で、キャベツ研究会のキャベツを、シンチレーションスペクトロメーターで分析。

『何やってんの？』って顔。

農協職員が丁寧に内容を説明すると、やっと理解できた様子。

『この測定器いくらだと思いますか？』

『10万円ぐらい？』

『いえ、700万円です』

『え——————！！！！』

『誰が、お金出してるの？』

『農家？』

『農協？』

『もったいない!』の声。

結果だけでなく、検査の仕方や、内容、データの見方など、非常によく理解してい

ただけたようです。

次に、米の全量全袋検査。

『福島県内で取れた米は、農家が食べる米も含めて、100%この機械で検査しています』と説明すると、

『福島県に何台あるんだ？』

『こんなことしてるんだー！』

『全然知りませんでした！』

『全部ですか〜〜？』の声。

現場の担当者が、参加者の小学生に作業を体験させてくれました。

この後、ストックの芽かきやトマトの収穫・試食、トルコギキョウの採花・調整、カントリーエレベーターの見学など、初日を終わりました。

夜、宿泊先の民宿で、地元農産物を使った郷土料理を食べていただきながら、盟友も参加して、活発な意見交換会を行いました。

2日目。

また雨……。

各盟友宅での農作業。

稲刈りの予定が、粃摺りや、切り花の出荷調整などの体験をしてもらうことになりました。

玄米の袋詰め、米積み。

『重いー！！』

『機械はありがたいねー』

農家の苦労を実感してもらえたようです。

結局、メイン企画の『大型コンバインに乗ってみよー！』『キャベツ収穫体験』は、雨のためできませんでした。盟友のいろいろな協力のおかげで、参加者の皆様には満足していただけたようです。

終了後、参加者の皆様に書いていただいたアンケートを抜粋してご紹介します。

Q.放射性物質検査はご理解ご納得いただけましたか？

A.検査場を視察させて頂き、試料サンプル測定結果までの情報が少し理解できた気がします。

Q.福島の農産物は安全だと思われませんか？

A.このツアーを通じて本当に安全だとわかりました。逆に他県が心配になりました。

Q.今後、風評被害対策として何が必要だと思われませんか？

A.マスコミがあてにならない存在なら、消費者が直接生産者とつながらないと難しい気がします。マスコミより強い力は何なのかと考えます。

体験ツアー初年度の今年、7名もの方に来ていただくことができました。

来年も再来年も継続して行い、参加者を増やしていきたいです。

我々は、どうしていつまでも『福島』の看板に振り回され、差別されなければならないのか？

山にも、空にも、どこにも地図上の境界線はないのに！

確かにまだ、福島には人の住めない地域がある。

でも、そうでない場所で、我々は田畑を耕し、生きている！

全国で農業をやっているみんなと何も変わらないのに！

まだまだ、復興は路^{みち}なかばだ!!!

なのに、TPP や農政などの津波は確実にやってくるだろう！

だからこそ、この状況を打破するために必要なのは、やはり『地道なPR！』

猪苗代の、猪苗代にしかできない農産物を作る！

それをきっかけとして、わが町に足を運ぶ人が増え、本当の姿を知ってもらうことができれば、震災前のような体験授業や修学旅行を復活できる！

『FUKUSHIMA』を、『INAWASHIRO』を、全世界の人々が訪れたいくなるような、魅力的な「ふるさと」にしたい！

そうなれば、週末農業や海外からのインターンシップも増え、猪苗代で農業をやりたい人が集まってくる！

農業の底力で、猪苗代ブランドを確立すれば、観光や商業にも貢献できます！！

消費者も、農協も、行政も、我々自身も地元のパートナー！