

コメ不足 農業に理解深めて

コメの栽培が、各地で始まった。品不足や価格の高騰は、異常気象や長年の減反政策、農家の高齢化と後継者不足、生産コストの上昇、投機的売買など多くの問題が原因とされる。これを機に農業に対する理解を消費者に深めてほしいと願う生産者や、コメに関する話題を取材した。

背景に減反政策や高齢化、コスト増

「作り、食べ続けられる価格に」

5月上旬、福島県須賀川市の田んぼに水が入れられ、カエルが合唱する中、農家の設楽哲也さん(45)がトラクターで代かきをしていた。「雑草などを土に埋め込んでならず。田植えやその後の管理に影響があるので丁寧な作業が不可欠」。数日後の田植えから秋の稲刈りまで農繁期が続く。

設楽さんは稲作のほか、ネギなどの野菜を作る専業農家だ。「主食なのにお米を作る手間や、多くの問題が消費者にほとんど知られていない」と設楽さん。地域の消費者を対象にしたワークショップを開き、交流サイト(SNS)で現場を紹介してきた。

ただ、最近「コメがあるか」「売ってほしい」との

問い合わせがメールや電話で殺到。消費者との対話が必要と、あらためて痛感したという。「消費者が稲作に関心を寄せ、(農家と)関係をつくる。今回の騒動を稲作にとっていいきっかけにしたい」と、啓発活動を強化する考えだ。

◇ ◇ ◇
コメの購入先として注目が集まっているのが、生協の組合員向けに食品などを販売する生活クラブ連合会(東京)。「お米は食の基本であり、市場に委ねるべきではない」という方針の下、生産者と事前に協議し「農家が作り続け、消費者が食べ続けられる価格を決めている」(ビジョンフード推進部の鶴沢義宏部長)。同連合会としてまとめて

山形県庄内地方の稲作地で、農家と生活クラブ組合員の交流会が行われた。2023年7月

返礼に稲作体験 ふるさと納税で応援も

買い上げ、組合員に適正とされる価格で安定的に販売。農業や化学肥料を大幅に減らしたコメの共同開発にも力を注ぐ。農家と消費者の強い関係づくりが評価され、新規の加入希望者が増えているという。

◇ ◇ ◇
ふるさと納税の返礼品としてもコメは人気だ。仲介サイト「ふるさとチョイス」では、コメを返礼品として扱う自治体が、昨年の約1・4倍に増加。寄付額も昨年比で約2・2倍に急増した。

稲刈りや水田の生物観察もできる「ビオ田んぼクラブ」(岡山県西粟倉村)などが、体験型のユニークな返礼品として登場。寄付者に「コメ作りの苦労が分かり、愛着も持てる」と好評で、同サイトPR担当の遠藤香澄さんは「ふるさと納税は手軽に、身近なこととして1次産業を応援できる方法です」と話している。

①稲作の苦労と面白さを語る設楽哲也さん＝福島県須賀川市②設楽さんは稲作をInstagramで紹介している

