



のどかな風景のなか、買い物を楽しめる

新鮮で安全な農産物

# 自立した農家の 高品質野菜が並ぶ人気の直売所

みずほの村市場(茨城県つくば市)

## ■ プロジェクト実現のプロセス

研究学園都市と田園都市の顔を併せ持つ茨城県つくば市。筑波山の南に位置し、畑や水田が広がる農村地帯だったが、昭和38年に研究学園都市の筑波建設が閣議決定されて以来、対象となる2700haの区域にあった農地は買収および宅地化され、研究学園地区の開発が進められた。

昭和40年代後半に入ると、予定されていた国の研究機関や大学が相次いで東京から移転。民間企業もあとに続き、それに伴う新たな住民のための宅地開発も進んで都市化していった。

都市開発により、農家は自然淘汰されていくことになる。もともと田園地帯では

あったが、赤松林のあるやせた土地だったため農業生産力は低く、作物を作っても利益にならないので、後継者が育たない。多くの農家は収入を得るために、高度成長と東京オリンピックで建設ラッシュの都心へ出稼ぎに行く兼業農家となり、遊休農地も増えていった。

そんななかで、出稼ぎではなく自分で仕事をつくらうと地元で起業したひとりの農家がいた。株式会社農業法人みずほ代表取締役社長の長谷川久夫さんだ。地元では大きいといわれる農家に生まれ、就農した長谷川さんだが、やはり農業だけで食べていくのは難しかった。試行錯誤して造園業を立ち上げると、学園都市の開発に加え水田の区画整理による宅地化も始まり、仕事は

順調に運んでいった。同時に会社経営についてのノウハウも身につけていく。その後、農業の立場から行政に発信したいと旧谷田部町議会議員に立候補し、2度目に当選。のちにつくば市議会議員となるが、その間に造園業は廃業し、平成2年に株式会社農業法人みずほを設立した。

「農は自分の原点。農家に生まれ、就農したのだから、農業で成り立ちたいとずっと考えていました。それには自分で生産物の値段をつけて売れる仕組みをつくり出すしかない。だから直売所を立ち上げたのです」と長谷川さんは話す。こうして、農業活性化を目的とした農産物の直売所「みずほの村市場」がスタートした。



株式会社農業法人みずほ代表取締役社長の長谷川久夫さん



素朴な直売所入口

## ■ みずほの取り組み

通常、市場ルートで販売すると自分で値段をつけることはなく、市場によって卸値が決められる。同じコストにもかかわらず、生産量によって高くなることもあれば、安くなってしまうこともある。また、中間流通でのコストが引かれるので、生産者である農家にはわずかな利益しか残らず、農業離れの原因のひとつにもなっている。

長谷川さんは、農家がきちんと利益を得るために、みずほの村市場を「直売所＝安売り」ではなく適正価格で販売する店にすることに決めた。例えば、消費者価格100円のを市場に出せば中間流通で70%のコストが引かれ、手取りは30円



蓮池の向こうに見えるのが古い農家を移築した蕎麦舎。景色も大切な演出のひとつ



趣ある蕎麦舎の店内



隣接した水車小屋の石臼で挽いた香り高い蕎麦

となるが、みずほの村市場に出品した場合は15%の販売手数料で済み、85円の手取りとなる。ただ、原価計算をして適正価格で販売したからといって売れるわけではない。周辺にはスーパーなどの小売店や量販店もあり、安価な野菜が並んでいる。そこを相手にしていたら価格競争に巻き込まれ本末転倒になってしまう。

そこで、値段よりも生産方法や味にこだわる品質重視の消費者に的を絞った。そのため、スタート時には地元で評判の高い野菜作りの名人たちに出品を依頼。従来の直売所などに比べ値段が高いため、初めは消費者になかなか納得してもらえなかったが、品質のよさが評判となり、徐々に売上げが伸びていった。

平成19年度の売上げは約5億円。現在、みずほの村市場には地元を中心に45農家が出品していて、一農家あたりの売上げは平均年700万円以上。全国平均が250万円だから、その差は2倍以上になっている。

こうした高収益を実現するため、みずほの村市場では生産者と委託販売契約(年間契約金30万円。契約辞退時に返金)を結び、売上げ目標と最低売上金を設定。また、原則1品目を2人以上が出荷し、品質を競わせると同時に、商品を選ぶ楽しさを消費者に提供している。値段は生産者自らがつける。品質に伴った値段であれば売れるし、そうでなければ売れない。出品する農家に自己主張と自己責任を課すことで品質



多くの人でにぎわう店内。土作りからこだわった野菜は味がよだけでなく栄養価も高い

が向上し、それによって売上げが伸び、適正な利益を得られるというシステムだ。

新規に参加する生産者は、すでに出品されているものよりも値段を下げて販売してはならず、ハードルが高そうに思うが「店頭と並んでいる商品は、おいしくなるよう生産者が手間暇かけて作った自信作。それ以上の味にするためには、当然コストがかかってくるはず」というのが長谷川さんの持論。徹底した品質重視の経営姿勢によって、みずほの村市場に並んでいる野菜は、単なる産地直売品ではなく「みずほ」というブランドを確立していった。

### ■ 直売所の仕組みと工夫

店内には季節の野菜や果物、米のほか花や

植木、無添加食品などが豊富にそろい、特に茨城県の特別栽培農産物認証マークのついた野菜は並ぶ端から売れていく人気ぶり。米は玄米で扱っていて、注文すると販売員がその場で精米してくれる。野菜は、かなりの割合で試食品が置いてあるため、味を確認してから購入でき安心だ。

販売員 8 人は皆、女性。家庭を切り盛りする主婦は、商品を見る目が現実的で、買い物の主導権を握っている。喜んでもらえる買い物環境をつくるには女性販売員が欠かせないのだという。声をかけると気持ちよく対応してくれ、商品知識も豊富。販売員のひとり「商品を見れば、誰が作ったかわかります」と話す。

みずほの村市場では、値下げ競争の原因

となる商品の値引きは行っていないが、会員サービスを実施している。年会費 1000 円で会員になると、買い上げ金額の 1 割がポイントとして加算され、1000 ポイントで 1 割引の買い物ができるシステム。平成 19 年度の会員数は 1 万 3000 人で、客全体の 6 割を占める。客層は五十代、六十代を中心に、7 年ほど前からは若い人たちが増えてきており、つくば市内・周辺だけでなく東京など遠方からの来店者もいて、リピート率は実に 70% に及ぶ。

直売所の隣には古い農家の家屋を移築した蕎麦舎が併設され、買い物ついでに食事を楽しんでいく人も多い。約 150 年前の伝統的な建物で地元特産の蕎麦が味わえるとあって、休日の昼どきには待たずには入

れないほどの込みよう。年間 2 万人以上が訪れ、約 5000 万円を売り上げている。

### ■ 新しい役割と魅力

直売所の運営だけでなく、農業を理解してもらうためのさまざまなイベントも行っている。夏になると、みずほの村市場前にある 1.5ha の転作用地（休耕田）にヒマワリの迷路が登場。夏の売上げ対策として始めたこの企画に毎年 5000 ～ 1 万人が訪れる。秋の収穫祭である「みずほの村まつり」では、国産品と輸入品の食べ比べや牛の丸焼き、蕎麦の花摘みなど、遊び心のある催しが繰り広げられる。ほかに米作り体験や農村の伝統行事「ならせ餅」、健康・繁栄・豊作を祈る「湯清めの神事」など、



入口近くに並ぶ生産者の写真



茨城県の特別栽培農産物認証マークが貼られた野菜



販売員は全員女性。こぼれるような笑顔で店が明るい雰囲気

これらは毎年テレビや新聞で紹介されるので、多くの消費者がみずほに関心を持ち、農とのつながりができるようになった。

また、野菜の品質や栄養価を上げるための土作りや、農業者育成を目的とした研修制度にも取り組んでいる。受け身の姿勢ではなく自ら発信する農業者になることで、消費者との直接交流が生まれ、農業経営を循環させていくシステムをつくりあげた長谷川さん。「今後は、みずほの理念をフランチャイズ化していきたい。すでに新潟、

長崎、静岡の 3 軒の直売所で取り組み始めています。農業をどうすべきか考える人がいればできるはず」と農業の活性化に向けての抱負を話してくれた。

平成 18 年秋に、つくばエクスプレスが開通。沿線では開発が進み、みずほの村市場の最寄り駅・研究学園駅前でも三菱地所と NTT 都市開発による大型マンションが建設中である。これからも、みずほの村市場を訪れる新たな消費者が増え、さらに活気あふれる直売所となりそうだ。

プロジェクト概要	
所在地	茨城県つくば市柳橋469
土地面積	約4000㎡
計画地域	市街化調整区域
事業手法	直売所
事業期間	平成2年オープン
事業者	株式会社農業法人みずほ
連絡先	株式会社農業法人みずほ ☎029-856-1090