



Title	中山間地域の新規参入支援における産直組織の役割：北海道赤井川村を事例に
Author(s)	廣田, 佳大; 東山, 寛
Citation	北海道大学農経論叢, 76, 49-57
Issue Date	2023-03-31
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/88752">http://hdl.handle.net/2115/88752</a>
Type	bulletin (article)
File Information	06_hirota.pdf



[Instructions for use](#)

## 中山間地域の新規参入支援における産直組織の役割 —北海道赤井川村を事例に—

廣 田 佳 大・東 山 寛\*

### The Role of a Direct Sales Group in New Farmer Support in Hilly and Mountainous Areas —A case study of Akaigawa Village, Hokkaido—

Yoshihiro HIROTA, Kan HIGASHIYAMA\*

#### Summary

In Japan's agriculture, there is a serious shortage of bearers and an aging population in hilly and mountainous areas, and new farmers must be actively accepted. However, in addition to the challenges faced by new farmers in general, the natural, economic, and social disadvantages of hilly and mountainous areas make it even more difficult for new farmers to start a new farm job. Therefore, support systems must be further strengthened in Hilly and Mountainous Areas.

In this study, a case study of Akaigawa Village, Hokkaido, was conducted to clarify the support system needed for new farmers in hilly and mountainous areas. Akaigawa Village supports the acceptance and establishment of many new farmers with a consistent support system for training and sales channels, and Dosanko Nosan Center, a direct sales group, is particularly active in accepting new farmers. Therefore, we examined the role of a direct sales group in the retention of new farmers.

In conclusion, it is clear that Dosanko Nosan Center contributes to the improvement of farming techniques and earning a stable income for new farmers by efforts toward the standardization of products within Dosanko Nosan Center and by having multiple sales channels, including direct sales to co-ops. In addition, the flexibility to change the volume of shipments to Dosanko Nosan Center according to the stage of farming management allows new farmers to develop diverse farming management.

**Key words** : Hilly and mountainous areas, New farmers, New farmer support, Direct sales group

#### 1. はじめに

わが国の農業において担い手不足と高齢化問題は重要な課題である。特に中山間地域では平地と比べて、自然的、経済的、社会的に不利な地域であり、より深刻な問題となっている。そうした中、農業の担い手確保に向けて新規就農者の受け入れを進めていくためには、新規参入者における課題に加え、中山間地域における課題を整理し、

その課題に対応した支援体制を構築する必要がある。

新規参入者の課題に関する研究は多く、なかでも江川（2012）は新規参入者への就農支援を入口対策（農地・資金・技術等の支援）と出口対策（労働力確保・収入安定・地域融合等）に分け、就農の段階ごとに課題を明らかにしている。その上で、中山間地域ではその農業生産における条件不利性を考慮する必要がある。石原（1996）は「規模の経済」は発揮しにくいことを、「範囲の経済」（註1）を追求する必要性を示唆し、野見山

\*Corresponding author: khiga@agr.hokudai.ac.jp

(1997)は農業所得の増大を図るために差別化された商品である産直商品の生産と販売が必要であることを示唆している。

差別化商品である有機農業への新規参入に関する研究として高橋ら(2010)は新規参入において慣行農法と有機農業の比較から、田村ら(2022)は非産地で有機農業の経営を確立した新規参入者の事例分析から、新規参入者が有機農業で経営を確立するための要点として主に生産・技術の問題と販売の問題を挙げている。このような課題に対して、小笠原ら(2013)や堀部(2022)では販路までの一貫した組織的な支援体制の必要性に言及している。

このように中山間地域における新規参入者への支援では、販路までの一貫した組織的な支援体制が必要であり、特に農協が主体となって産地化を行っている地域における研究は進んでいる。しかし、そのように産地形成が行われていない地域における支援体制の研究は事例分析の蓄積が相対的に乏しい。そこで、本論文では新規参入者を多数受け入れ、定着率も高く、地域内の生産販売組織が研修の受け入れを行っている北海道赤井川村を事例に、特に産直組織である(株)どさんこ農産センター(以下、どさんこ農産)の役割に注目して、新規参入者への定着に向けたサポートについて考察する。

## 2. 事例地域の特徴

### 1) 地域の概要

事例地域である北海道赤井川村は、小樽市から約30km、札幌市からは約70kmの北海道南西部に位置している。人口は1,115人(2022年1月時点)で北海道内4番目に人口が少ない村であり、主産業は農業と観光業である。四方を山々に囲まれた「カルデラ」状の地形をなし、総面積28,009haのうち耕地面積が786haで林野が約95%を占める中山間地域である。

農業経営体数は88経営体(2020農林業センサスより)、農業産出額が10億8,000万円(令和2年市町村別農業産出額〈推計〉より)である。主な作物はミニトマトやパプリカなどの施設野菜であり、ブロッコリーなどの露地野菜と合わせると野菜類の経営体数は72経営体、産出額が約5億円で

ある。以前は米や馬鈴薯の生産が主流であったが、農業所得安定のために赤井川村が施設野菜栽培を推奨し、ビニールハウス導入助成や畑地かんがい施設整備が行われたことによって施設野菜の産出額は増加している。また、赤井川村は豪雪地帯であり、各農家による冬場の育苗作業が行えないことから育苗施設が設置されている。育苗施設は赤井川村を管轄とする新おたる農業協同組合(以下、新おたる農協)によって多品目の育苗が行われ、村民のほとんどが利用している。このように赤井川村では多品目園芸産地が形成されている。

農業経営体数は減少し続けているが、新規参入者数は多く、現行の支援体制が発足した1995年から2022年までで新規参入者数は24名(うち営農中は21名)であり、赤井川村の農業経営体数の2割以上を占めている。また、高齢化によるリタイア以外の離農者は1名のみであり定着率も非常に高く、就農支援体制が機能していると言える。

### 2) 就農支援の概要

赤井川村における新規就農者支援は赤井川村地域担い手育成総合支援協議会(赤井川村役場、赤井川村農業委員会、後志農業改良普及センター、新おたる農協)やその他研修受け入れ組織の地域的なサポート体制のもと、主に入口対策である農地の確保、資金・設備に関する支援、技術支援を行っている(第1図)。

赤井川村の就農支援の特徴として、研修の受け入れ先と販路が結びついており、それぞれ受け入れ組織は独自の販路を有している。研修期間は2年間で、研修品目は受け入れ組織により異なり(第1表)、就農者の希望作物によって受け入れ先に振り分けられる。第1表より、新おたる農協ではパプリカ、かぼちゃ、ブロッコリー、花卉の部会が赤井川に存在するため、その4品目の受け入れを行う。どさんこ農産では主にミニトマトとカラーピーマンの研修を受け入れ、他には主に有機アスパラガスの生産販売を行う有機農業法人や食品会社と取引をおこなうミニトマトの生産部会の農家などでも研修を受け入れている。このように赤井川村は多品目地域であることに加え、各受け入れ組織や農家による地域的な受け入れ体制によって多品目の研修受け入れを可能にしている。

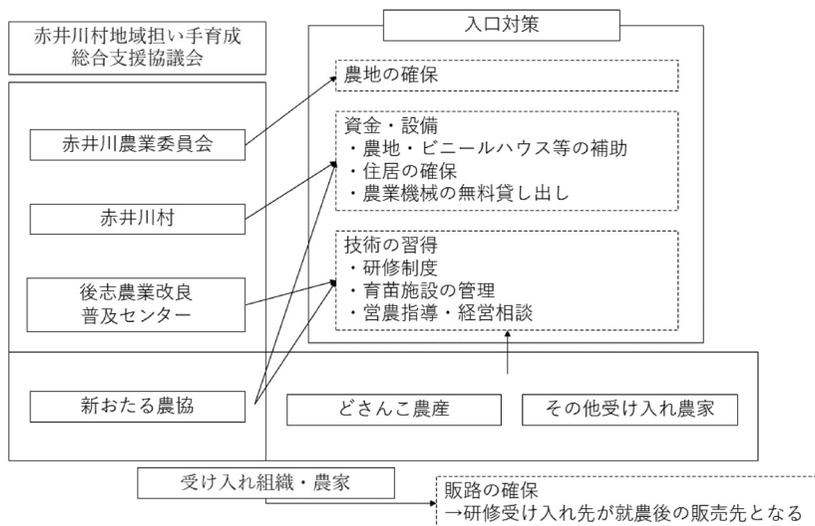


図1 赤井川村の就農支援体制の概要

出所：聞き取り調査により筆者作成

表1 研修作物ごとの受け入れ先

研修作物一覧	受け入れ先
パプリカ	新おたる農協
かぼちゃ	
ブロッコリー	
トルコギキョウ	
カラーピーマン	どさんこ農産
ミニトマト	ミニトマトの生産部会
アスパラガス	有機農業法人

出所：聞き取り調査により筆者作成

### 3. センター型産直の役割

研修受け入れ先の一つであるどさんこ農産は生協への産直を軸としたセンター型産直である。赤井川村におけるどさんこ農産の構成員15戸の農家のうち8戸が新規参入者であり、新規参入者の受け入れや定着に大きく貢献している。この節では新規参入者の定着におけるセンター型産直（註2）の役割について整理する。

#### 1) ㈸どさんこ農産センターの概要

どさんこ農産は、赤井川村15戸の農家と蘭越町13戸の農家で構成されている有限会社であり、構成員から生産物の集荷、共同選果を行い、生協を主体として加工業者や卸売業者などにも出荷する

センター型産直組織である。主な取り扱い作物はミニトマト、馬鈴薯、カラーピーマン、玉ねぎであり、2020年度の販売高は3億1,100万円である（第2表を参照）。どさんこ農産設立当初は馬鈴薯をはじめとする畑作物の取引を中心に行っていたが、赤井川村で畑地かんがいの整備やビニールハウスの導入助成が受けられたことから、現在では収益性の高いミニトマトやカラーピーマンが主力作物となっている（第2図を参照）。

どさんこ農産では差別化商品として一部の作物を除き特別栽培農産物の生産に取り組み、2008年からは全構成員でGAP（註3）に取り組んでいる。中山間地域で特産品が無い地域である赤井川村では所得の向上や安定化を図るのが困難であったが、産直を始めたことで市場取引による価格変動を受けにくくなり、安定した収益を確保出来るようになった。

#### 2) どさんこ農産の産直の機能

どさんこ農産の主な取引先である生協の共同購入における産直では、年に1度年間出荷契約を行うために、どさんこ農産では12月に生産者の希望棟数を集計し、生協側の週ごとの需要予測に基づき契約を結ぶ。単価は生協の希望価格に対してどさんこ農産側が意見をjする形で決まり、ほとんどそれまでの実績や需給のバランスを考慮して定め

表2 (有)どさんこ農産センターの概要

会社名	(有)どさんこ農産センター
資本金	1,520万円
構成員	農業者28戸
創立	1991年3月
施設機械	倉庫4棟(延811m <sup>2</sup> ), 雪氷室貯蔵施設(400m <sup>2</sup> ), フォークリフト6台, トマト選果機2台, 馬鈴薯選果機, 玉ねぎ選果機, カラーピーマン選果機2台
主要作物	馬鈴薯, かぼちゃ, タマネギ, ミニトマト, カラーピーマン, 米, ブロッコリー
販売高	3億1,100万円(2020年度実績)
取引先	生協, 卸売業者, 加工業者など

出所:聞き取り調査, 提供資料より筆者作成

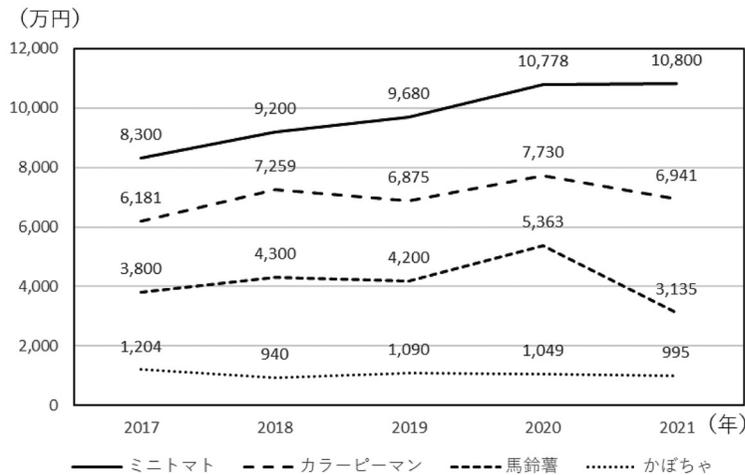


図2 (有)どさんこ農産センターの主産物の作物別販売額の推移

出所:聞き取り調査, 資料より筆者作成

られる。おおむね価格は3か月前に決まり、1か月前に相互確認を行ったうえで最終決定する。このような生協産直のメリットは、大本(2007)が指摘しているように「まとまった数量取引、計画性、価格安定、生産への集中」の4点に整理されるだろう。

しかし、生協の共同購入には課題もある。野見山(1997)は特に青果物には腐敗性が高く、豊凶による市況の変化が起りやすいことと、共同購入事業では発注の1か月前には価格が決定していることから市況との価格差が必然的に生じ、生産過剰や過少に陥ると指摘している。

どさんこ農産は数量調整問題を解決するために、生協以外に卸売業者や加工業者への販売も行っている。第3図のように腐敗性の高い青果物

であるミニトマトやカラーピーマンの販売先は特に生協以外への販売も多く行い、豊凶による供給過多・過少や、生協の共同購入事業は平日のみであり、休日分の収穫物の販売先としても活用している。

このようにどさんこ農産では生協のほかに複数の販路を持つことで、供給量の調整を行い、生産者から産直による安定した価格での全量取引を実現している。そのため生産者は中山間地域という条件不地域でありながら、契約した棟数分の収入を安定して得ることができ、経営計画が立てやすくなっていることが特徴である。

### 3) 就農後の技術・販路における役割

どさんこ農産における新規参入者の経営定着に向けた役割について栽培技術の面と販路の面から

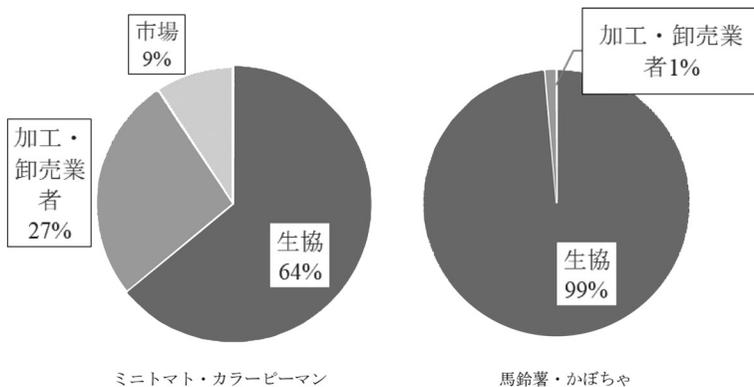


図3 (株)どさんこ農産センターの販売先割合

出所：聞き取り調査により筆者作成

整理する。

#### (1)栽培技術

どさんこ農産では研修制度の他に就農後の技術面でのサポートを行っている。特別栽培を行う上で、使用する肥料と農薬の種類を限定し、栽培手法を統一することや、定期的な圃場の見回り、どさんこ農産内での勉強会が行われ、品質の統一化を図っている。また研修先と就農後も関係を持つことや組織に所属していること、周りに新規参入者が多いことなどから質問や情報交換をしやすい環境が整っていることも栽培技術に大きくかかわってくる。

慣行農法に比べて特別栽培はより高度な技術が必要とされるが、赤井川村の地域特性である育苗施設の利用や畑地かんがい整備されていることに加え、どさんこ農産内における技術面のサポートによって新規参入者の特別栽培へのハードルを下げる事ができている。

#### (2)販路

新規参入者はどさんこ農産の集出荷体系により差別化商品である特別栽培農産物の出荷先が確保される。また、生協産直を軸とし複数販路を持っていることで差別化商品を安定した価格で出荷できる。加えて、年間の契約棟数分は全量出荷することにより、栽培技術が確立すれば、どさんこ農産との契約棟数分の収入は安定しているため、経営計画を立てやすい。また、B品に関しても販売先を持っており、出荷量のうち返品は最小限になる。

生産者は年に一度どさんこ農産と出荷棟数の契約を結ぶが、その際にどさんこ農産では柔軟に生産者の希望契約棟数を受け入れる。生協産直において生協側の需要量の要望があるが、どさんこ農産では生協以外の多様な販路を持ち出荷量を振り分けることで供給量の多少の増減に対応している。

新規参入者にとって年ごとに契約棟数の増減ができることで、就農開始時点から規模拡大を進めることや、栽培技術や収入が安定し、経営の多角化を図るために契約棟数を調整するなど、経営発展段階に応じて契約棟数を変更できる。

### 4. 新規参入者の経営展開

本節では村内の就農支援制度を活用し、どさんこ農産を主要な販路としている新規参入者のうち就農後10年目以内である3名の農家を事例にし、就農動機や現在までの経営状況、そして今後の展開について聞き取り調査を行った(2022年11月)。3名の概要は第3表にまとめる。この結果から、就農から経営確立、さらにその後の経営展開におけるどさんこ農産の役割を確認する。

#### 1) 3名の研修内容

A氏の研修先は有機アスパラガスを取り扱う法人で、1年間農作業ヘルパーとして働き、その後2年間の研修を行った。アスパラガスは作物の特性上、植えてから2年間収穫が出来ないため、就農開始後の資金確保のためにも研修2年目に(株)どさんこ農産センターでミニトマト、カラーピーマ

表3 調査対象者3名の概要

	A氏	B氏	C氏
年齢	35歳	37歳	48歳
出身地	新篠津村	積丹町	東京都
前職	飲食業	会社員	民泊の経営
家族構成	妻, 子供1人	妻, 子供2人	夫, 子供1人
就農形態	単身	夫婦	夫婦
就農年, 年数	2014年, 9年目	2018年, 5年目	2020年, 3年目
農業所得, 販売額	450万円, 1700万円	400万円, 2400万円	100万円, 500万円
雇用労働力 (実人数)	3人	4人	1人

出所 聞き取り調査より筆者作成

表4 調査対象者の主要品目と生産規模

就農年数	A氏			B氏		C氏	
	1年	5年	9年	1年	5年	1年	3年
ミニトマト (棟数)		4	4	3	7	4	4
カラーピーマン (棟数)	4	7	4				1
アスパラガス	露地 (a)		40	70			
	ハウス (棟数)	(3)	3	12			
パプリカ (棟数)				6	6		
メロン (棟数)				1	4		
かぼちゃ (a)						50	50

出所：聞き取り調査により筆者作成

註：アスパラガスは作付けから収穫までに3年かかるため、A氏は1年目に収穫は行っていない。

ンの研修を受ける。ミニトマトに比べカラーピーマンは作業量が少なく、カラーピーマン4棟とアスパラガス3棟を1人で管理できることから、単身での就農研修が受け入れられた。

B氏は自営業にあこがれていたこと、夫婦2人でゆっくり仕事がしたかったことから就農を希望した。研修前に栽培品目を決めきれず、多種の作物の研修がしたいという希望から新おたる農協にて研修を行うことになる。2年目の研修の際には新おたる農協の部会にないミニトマトの栽培にも興味を湧き、どさんこ農産の構成員のもとでも研修を行った。また研修先ではメロン栽培の研修も行い、多品目の研修に取り組んだ。

C氏は赤井川の景色の良さから移住を決め、生活のための職業として就農をしたが、それ以前からも農業には興味があり、小規模多品目の経営や自然栽培への憧れがある。ミニトマトの生産部会で研修を行っていたが、自己研修開始前に諸事情

でミニトマトの生産部会への出荷が出来なくなったことから、2年目からはどさんこ農産の生産者のもとで研修を受け、自己研修はミニトマトの生産を行い、どさんこ農産へ出荷した。

以上、3者の研修内容について整理すると、3者ともそれぞれ理由は異なるが複数の受け入れ先で研修を行っている。またA氏とB氏は複数品目の研修に取り組んでいることが特徴的である。赤井川ではこのように柔軟な研修の受け入れ先があることで、希望品目の研修や就農後の栽培品目の選択肢を広げるきっかけにつながっている。

## 2) 3名の経営展開

事例対象3名の就農後から現在までの栽培品目と生産規模について第4表にまとめ、3名の経営展開について整理する。

A氏の経営展開は就農開始から主にどさんこ農産へ出荷するミニトマト、カラーピーマンの規模拡大を行い、就農5年目で農業所得が450万円と

なり経営が確立した。その後は夏場の作業量の集中を解消し、少ない人数の雇用労働力を長い期間雇用するために、カラーピーマンの作付けを減らし有機アスパラガスの規模拡大を行うことで、安定的に労働力を確保している。また、食の安全へのこだわりや就農前から葉味野菜の栽培に興味を持っていたこともあり、現在は有機ニンジン30aや少量ではあるが有機ニンニクの栽培も行っている。今後は有機農産物の規模拡大、有機ニンジンの輪作に向けた輪作作物の導入に加えてネット産直の強化などに力を入れていく。

B氏の経営展開として就農開始時点では研修作物であり、基幹作物であるパプリカ、ミニトマトに加えてメロンを1棟栽培し、就農1年目から農業所得は300万円を超え、経営を確立させている。その後、所得向上のためミニトマト、メロンの規模拡大を行い雇用労働力を長い期間雇用するため、2年目にはスナップエンドウの栽培を、5年目からはハウレンソウ、カブの栽培を開始し、安定した労働力の確保を図っている。今後は作業量と収益性のバランスが良いメロン栽培の規模拡大、インターネット販売の強化を進め、将来的に夫婦2人で無理せず仕事をするを目指している。

C氏は就農後ミニトマトとかぼちゃを栽培し、2年目からカラーピーマンの栽培を開始した。今後はまずどさんこ農産に出荷するカラーピーマンの規模拡大を行い、所得の増加と安定を目指している。またC氏は就農1年目から独自に自然栽培に取り組んでおり、1年目はミニトマトの管理に追われ自然栽培品目は管理しきれず、2年目にはカラーピーマンの栽培を始めたため、自然栽培をあきらめた。3年目から基幹作物の栽培管理に慣れてきたため、自然栽培を再スタートした。就農3年目の農業所得は約100万円に留まるが、売り上げは500万円程度であり、現在は施設や機械への投資を積極的に行っている。今後は基幹作物であるカラーピーマンの規模拡大を中心に取り組み、余力があれば自然栽培やネット産直にも力を入れていく。

3名の経営展開を見ると、3名ともどさんこ農産へ出荷するミニトマトやカラーピーマンなど基幹作物の規模拡大を通して、経営の確立を図って

いる。また経営が安定してくると、A氏はアスパラガスの生産拡大を、B氏は多品目の栽培を行い、労働力の確保に力を入れており、多品目の栽培と複数の販路を持つことによりリスク分散にもつながっている。また今後の経営展開については両者の就農動機や経営理念である「安心安全な農産物の生産販売」や「夫婦2人で無理せず仕事をする」に向かった経営を目指しており、有機農業の拡大やメロンの栽培・直販などを進めていく意向である。C氏は現在就農3年目であり、経営安定に向けてカラーピーマンの規模を拡大する予定である。また、余力次第ではあるが、将来的には自然栽培の品目数を増加させるという意向である。どさんこ農産では年ごとに契約棟数を柔軟に変更できることで、このように経営発展段階に応じて出荷量を変更できるため経営の安定化、またその後の多様な経営展開につながっていると言える。

## 5. 結論

以上を踏まえて、中山間地域である北海道赤井川村では地域的なサポート体制の下、新規参入者の入口対策を行い、販路までの一貫した研修の受け入れによって就農後の経営確立に向けたサポートを行うことで、新規参入者の受け入れ、定着を進めていることが明らかになった。

以下は、研修から販路までの一貫した支援を行っているセンター型産直の役割についてまとめておく。

第1に、栽培技術の向上に向けた役割である。研修先と就農後の販路が一貫していることにより、研修先の農家や組織内の農家に対し技術面の相談をしやすい環境が整っている。また、どさんこ農産では特別栽培に伴い、使用する肥料と農薬を統一することや組織内での定期的な勉強会、圃場の見回りなどを行い、新規参入者の栽培技術向上に日常的に貢献している。

第2に、どさんこ農産の生協を軸とした複数販路への販売体制である。このような販売体制により、安定した価格による全量出荷を可能にし、新規参入者の経営安定に繋がっている。

以上2点に加え、新規参入者は多様な経営展開が行っていることを明らかにしてきた。その要因

として、事例地域では研修の受け入れ組織が複数あることで多品目の研修が可能であることに加え、どさんこ農産の集出荷体制によって毎年の出荷棟数を柔軟に変更できることが挙げられる。経営確立後の展開として、基幹作物の生産規模の調整が可能であることから雇用労働の確保に向けて、副次品目の生産規模拡大や多品目化を行うこと、また就農動機や経営理念に合った作物を選択することが可能となっており、新規参入者の多様な経営展開に結びついている。

本論文では販路までの一貫した支援体制を構築している北海道赤井川村を事例としたが、特に産直組織であるどさんこ農産による受け入れが新規参入者の経営安定やその後の多様な経営展開に大きな役割を持っていることを明らかにした。したがって、特に単一品目による産地形成が進みにくい中山間地域などの条件不利地域において、センター型産直は新規参入者の受け入れや定着を促進し、地域農業の再生に貢献する力があり、野見山(1997)が指摘しているように「センター型産直を積極的に育成する」必要があることを改めて強調しておきたい。

## 註)

- 1) 「範囲の経済」の例として石原(1996)は有機減農薬米や高付加価値・高収益作物であるトマト・ピーマン・花卉の生産、それらに加えて農村型リゾートとの複合生産などを挙げている。
- 2) 産直形態を生産者側から類型化している野見山(1997)によれば、センター型産直は①広域的に活動していること、②生協のみならず消費者組織との取引を重視していること、③農産物の安全性などについて特別に厳しい配慮をしていること、④農民運動組織との連携を重視し、民主的な運営組織を実践しているという特徴がある。農協主導による産地形

成が行われない地域においてセンター型産直を積極的に育成し、地域農業再生に期待している。

- 3) (有)どさんこ農産センターでは日生協版GAPを導入している。

## 引用文献

- 相川陽一(2012)「中山間地域での新規就農における市町村施策の意義と課題－島根県浜田市弥栄町の事例－」『近畿中国四国農研農業経営研究』(23), 28-46.
- 江川 章(2012)「多様化する新規就農者の動向と就農支援の取り組み体制」『農林金融』65(11), 131-142.
- 堀部 篤(2022)「農山村は新しい農業人材をどのように受け入れれば良いか－新規参入者と雇用就農者それぞれの課題－」『土地と農業』(52), 35-53.
- 稲本志良(1988)「農業経営の継続性と経営形態」『農業計算学研究』(2), 13-24.
- 石原照敏(1996)「規制緩和と中山間地域振興策」『岡山大学環境理工学部研究報告』1(1), 229-246.
- 野見山敏夫(1997)『産直商品の使用価値と流通機構』, 日本経済評論社.
- 小笠原慎一・草野謙三(2013)「新規参入者の経営安定に導く就農前研修のあり方－ネットワーク型組織での研修を事例に－」『農業経営学研究』51(2), 78-83.
- 大木 茂(2007)「生協産直の今日的特徴と産直産地の新たな展開－多部門多品目産地の動向と有機農業部会の可能性」『麻布大学雑誌』15・16, 31-42.
- 澤田 守(2012)「新規就農の現状と定着に向けた課題」『近畿中国四国農研農業経営研究』(23), 1-17.
- 高橋巖・東海林帆(2010)「新規参入の背景・実態と有機農業：その位置づけと栃木県茂木町における事例分析」『食品経済研究』(38), 31-58.
- 田村 滯・澤田 守・長坂幸吉・山内智史(2022)「新規参入者における有機農業の経営確立に向けた条件」『関東東海北陸農業経営研究会』(112), 41-46.

## 要約

農業の担い手不足や高齢化問題が深刻である中山間地域では、新規参入者の受け入れを積極的に行う必要があるが、中山間地域ではその条件不利性から新規参入支援体制を一層強化する必要がある。

本論文は中山間地域において必要とされる新規参入支援体制を明らかにするため、研修と販路が連結した支援体制のもと多くの新規参入者の受け入れや定着への支援をしている北海道赤井川村を事例として実態調査を行った。なかでも積極的に新規参入者の定着に大きな貢献をしている産直組織である(有)どさんこ

農産センターの役割について考察した。

結論として、(有)どさんこ農産センターでは、栽培技術の均質化に向けた取り組みや生協への産直と複数の販路を持つことによって、新規参入者の栽培技術の向上と安定した収入の確保に貢献していることが明らかになった。加えて、経営発展段階に応じて柔軟に出荷量を変更できることが新規参入者の多様な経営展開を可能にしていることが明らかになった。

**キーワード：**中山間地域，新規参入者，新規参入支援，産直組織

