

# 日本農業新聞



## おやじが作った農産物

### 都会で働く「セガレ」販売

# せめてもの孝行

「おやじが作ったリンゴです。買ってください」。29日、買い物客らでにぎわう東京・表参道の町に若者の声が響いた。彼らは農家出身で、都会で働くサラリーマン。月に2、3度、週末に東京に集まり、実家の農産物を売るグループ「セガレ」のメンバーだ。農家を継がずに都会で働く息子の「今の自分」にできる精いっぱい「の親孝行」だ。

## 週末、東京で

彼らを動かすのは故郷に残してきた両親や兄弟、祖父母への思いだ。「家業を継いでいないという後ろめたさもあった」と発起人の一人で長野県出身の児玉光史さん(28)はセガレの始まりを振り返る。農業ビジネスを考える専門学校で知り合った若者3人で、実家

や地元のために何かできないかと考え、昨年9月にセガレを立ち上げた。活動の幅は広く、親孝行になりそうな農業に関することはなんでもやる。実家の農業の手伝いや親の作った米をブランド化するなど、13ものプロジェクトが同時に動く。東京のレストランなどで実家の農産物を使ってもらうPRもしている。農産物の販売は、実家の「東京営業所長」としての営業活動だ。

農産物の販売をするときには、セガレの活動を書いたちらしも配りPRする。

この日は米をはじめリンゴ、ネギ、サツマイモ、レンコンなど10種類以上を6人で販売した。活動を続ける中で「私も販売を手伝いたい」「私の実家の農産物売りしたい」と、活動に加わる若者が400人にまで増えた。販売など1回の活動には都台のついた10〜30人が参加している。

活動は2年目に入った。離れて暮らす「親との会話も増えてきた」という。「両親の農業へのやる気が増えたみたいだ」。互いが刺激を受け合っている。

兵庫県出身の名古屋敦さん(28)の場合は、両親が販売する農産物を送ることにしづっていたが、今では活動を応援してくれるようになり、販売用に作付面積も増やした。

セガレたちのほとんどは将来、実家の農業を継ぐかはまだ決めていないという。しかし実家のことを考える機会は増え、田んぼや畑のある故郷への思いは着実に増えている。

