

# AFC Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

10

2010

## 特集 次代に活かす知的財産力



## 次代に活かす知的財産力

### 3 知財の戦略的活用で攻めの日本農業を

金子 和夫

農産物がブランド化されるなど、農業の高付加価値化が始まっている。知的財産を戦略的に活用し、攻めの日本農業に転換できれば、農業の可能性は広がる。

### 7 日本農業の輸出に知財戦略構築が急務

生越 由美

日本の農産物は海外で大きな評価を得ている。それと同時に模倣品も横行し始めた。防衛するためにも知的財産の保護対応が必須となっている。

### 11 離農する200万人のノウハウを次代へ

澁澤 栄

日本の農業は高齢化など多くの課題を抱えている。農業技術が機能不全になる前に、農業知財や技術を蓄積するコミュニティベースや新たなシステムを構築すべきだ。

#### 情報戦略レポート

### 15 消費者調査でみた生活意識や米粉食品消費

#### 経営紹介

#### 経営紹介

### 23 瀬戸内海の島に農業移住レモンとともに島を売り込む／愛媛県

株式会社ブルーレモンファーム

瀬戸内海に浮かぶ美しい島でレモンを育てる古川さん夫妻。都会暮らしで農業の経験もなかった二人。台風を始め幾多の苦難を乗り越え、ようやく事業が軌道に乗り始めた。

#### 変革は人にあり

### 25 和多 昇／石川県

農事組合法人わだ農産

稲作で天皇杯、日本農業賞大賞など、大きな賞を何度も受賞してきた和多さん。おいしい米づくりだけでなく、地域づくりにも力を入れ、「壊れかけた地域をつくり直すことが自分の使命」だと語る。



撮影：高橋 良典  
奈良県高市郡明日香村  
2000年9月撮影

染まる稲穂

■明日香村には、日本の棚田100選に選ばれた稲渚地区をはじめ数多くの棚田が存在します。のどかな景観が広がる様子は、日本の原風景を感じさせてくれる反面、その地形ゆえ機械化が困難です。明日香（稲渚地区）では、十数年前から棚田オーナー制度を通して一般の人々の農業への参加を募ることで棚田の保全をはかっています■

#### シリーズ・その他

#### 観天望気

農林水産業の活性化 榊原 英資 ..... 2

#### 農と食の邂逅

スモールフルーツランド「ベリーコテージ」 関塚 直子 ..... 19

#### 耳よりな話 103

食の安全と疑似科学 宮崎 茂 ..... 22

#### フォーラムエッセイ

生きることは食ること 錦織 良成 ..... 28

#### 主張・多論百出

酪農 品川 文隆 ..... 29

#### まちづくり むらづくり

県内一丸で六次産業化スクール ..... 31

新たな食農産業の担い手を育成

加藤 和徳

#### 書 評

澤浦彰治著『農業で利益を出し続ける7つのルール』 ..... 34

青木 宏高

#### インフォメーション

東北の原石をもっと活かせ JFC商談会 in 仙台 仙台支店 ..... 35

中国三県農林水産金融懇談会開催 岡山支店 ..... 37

津支店で「農産物試供会」を開催 津支店 ..... 37

10月1日から無利子の農業改良資金は日本公庫が融資します ..... 37

みんなの広場・編集後記 ..... 38

# 観天 望気

## 農林水産業の活性化

農林水産業は、今や、衰退産業として位置づけられるようになってしまった。日本の農産物、米にしても野菜・果物にしてもその品質は極めて高い。また、水産資源も多様で新鮮なままで食卓まで届けられている。これだけ多様で豊かな食材が、新鮮なまま消費者まで届いている国は世界広しといえども日本しかないのだろう。食通としても知られる北大路魯山人が、欧米に旅立つ前に、「フランスそのほかの料理に余り多くのものを期待しない」理由として、日本に比べ欧米の食材が圧倒的に貧しいことを挙げていたが、日本はまさに世界に冠たる食材王国なのである。

それなのになぜ、農林水産業は衰退産業になってしまったのだろうか。さまざまな現実があるのだろうが、その最大のものとは生産者と消費者が流通機構に分断され、切れてしまっていることだろう。農業協同組合、あるいは、スーパーマーケットが全国にネットワークを持ち、生産者と消費者が直接交流するチャネルが、最近少し育ってきているとはいえ、圧倒的に少ない。生産者は農協やスーパーへ出荷すればそれで終わり。消費者の顔は直接見えない。消費者の側も、ほとんどの場合、生産者の顔を知らず、農産物がどのように作られるかの知識も乏しい。

別な言い方をすれば、食と農が切れてしまっているのだ。農水産物はすべての人々にとって食そのものである。しかし、次第に農産物がどう作られ、魚がどう獲られるかを知っている消費者が少なくなってきた。

今まで、農林水産省も生産者の側を主として見てきて、消費者や食への関心が相対的に少なかった。しかし、最近やっと重い腰を上げ、フランスの農業功労賞に習って、料理人や食文化に貢献した人を表彰する制度を立ち上げようとしている。生産者と消費者が直接交流するチャネルを拡大し、食と農をより密接にすることが、農林水産業を活性化するために、極めて重要だという認識をもっと深めていく必要があるのだろう。



### 榊原 英資

さかきばら えいすけ

1941年東京都生まれ。東京大学経済学部卒。65年に大蔵省に入省。ミシガン大学に留学し、経済学博士号取得。94年財政金融研究所所長、95年に国際金融局長を経て97年財務官に就任。99年大蔵省退官。慶応義塾大学教授、早稲田大学教授を経て、2010年から青山学院大学教授。近著に『フレンチ・パラドックス』（文藝春秋社）、『ドル漂流』『龍馬伝説の虚実』（朝日新聞出版）など。

# 知財の戦略的活用で攻めの日本農業を

グローバル化する国際市場に対応して農産物を海外に輸出し、閉そく状況の農業・農村を活性化させる。これを重い課題と考える必要はない。知的財産を戦略的に活用して攻めの日本農業にすれば実現可能だ。手立てもいろいろある。

## 始まった農業の高付加価値化

現代社会で、知的創造活動によって生み出された「価値ある情報」の「知的財産」は、企業や個人が収益を得ていく資源として重要となっている。

農業においても新品種、技術特許、生産技術、農産物および加工品のデザイン（意匠）やネーミング（商標）、さらには地域ブランドや食文化といった価値創造により、農産物の高付加価値化が始まっている。

農業における知的財産としては、以下の六種がある。具体的に、それぞれ説明しよう。

### （一）特色ある新品種

特色ある新品種を開発して、新しい需要の喚起や新しい事業の創出につなげていく。たとえば、「高メチル化カテキン茶」や「高アントシアニン紫

さつまいも」は、機能性に着目した新品種で、民間企業と共同で、ペットボトル飲料、菓子などへの利用拡大が期待されている。

### （二）技術特許や生産技術・ノウハウ

新技術や生産技術・ノウハウは特許取得を促進するとともに、知的財産情報の集約化を図り、戦略的な活用を推進して、他産地や海外との差別化を図ることを可能にする。

たとえば、和牛の遺伝資源は、長年の育種改良の努力により創造されたわが国の財産で、有用遺伝子に関する特許を取得することが、海外への有効な対抗手段となり得る。

### （三）地域ブランドなどの商標権

農産物のブランド名称やパッケージにつける商品マークは、生産者が流通事業者や消費者に対し、自分の商品を差別化する重要な知的財産であ

るので、商標権を取得することができる。

新品種や改良品種について、地域ブランドとして商標権を取得して、商品の優位性を訴求するとともに他産地との差別化を図ることができる。

### （四）産地を守る地域団体商標権

商標法の改正によって、地域の名称と商品の名称などからなる商標は、一定の範囲で周知となった場合、生産者団体が、その構成員に使用させる「地域団体商標」として登録することを認める制度ができた。

たとえば、帯広市川西農業協同組合の「十勝川西長いも」や青森県田子町農業協同組合の「たっこにんく」などがそれで、農産物の知名度向上と他産地との差別化が可能になった。

### （五）地域食文化の意匠権

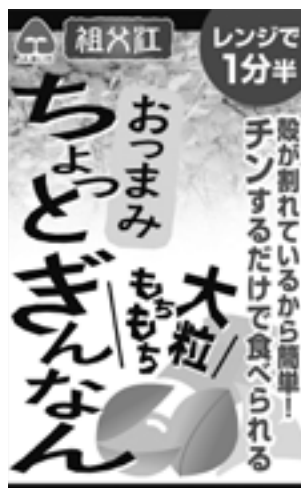
地域の農産物を活用して、地域の創作料理を開



株式会社日本総合研究所上席主任研究員

**金子 和夫** Kazuo Kaneko

かねこ かずお  
1952年愛知県生まれ。76年早稲田大学政治経済学部卒。アパレル業界の鈴屋に入社、ブランド・ビジネスに従事、その間、82年慶應義塾大学院（MBA）修了。88年日本総合研究所に入社、地域ブランドやJAPANブランドを活用した地域活性化に取り組む。農林水産省知財戦略本部専門家会議委員、食と農林水産業の地域ブランド協議会幹事などを務める。



スナック感覚で食べられるギンナン



メチル化力カテキンを多く含む茶  
「べにふうき緑茶」

発し、地域の飲食店や食品加工業と連携して、地域の食文化を発信することを、意匠権や商標権などの知的財産で保護することができる。

讃岐うどんの食文化を広く全国発信している香川県は、輸入小麦にかえて県産小麦を復活させようと、県農業試験場がうどんに適した小麦「さぬきの夢二〇〇〇」を開発し、農業、食品加工業、飲食店が連携した地域食文化の創造に取り組んでいる。

#### (六) 品種登録と育成者権

新たに品種を育成した者は、国に登録することにより、知的財産権のひとつである育成者権を得て、登録品種の種苗、収穫物、加工品の販売などを独占できる。

たとえば、新潟県はコシヒカリ新潟BLを二〇

〇〇年に品種登録した。コシヒカリの食味の良さはそのままで、いもち病に対する抵抗性遺伝子をもつ品種である。新潟BLではいもち病のリスクが回避されるため、生産者から強く支持されている。また、コシヒカリ栽培時に防除目的で使用されていた農薬の使用量も減少するため、消費者の食品安全の観点からも評価されている。

農業の現場で、なぜ、こういった知的財産問題がクローズアップされるようになったのかという点に関して、問題を整理しておこう。

まず第一に、わが国の農業は、海外と比較してコスト高が避けられないため、価格で競争するのではなく、むしろ付加価値面での競争によって、グローバルな市場に対応していくことが求められている。

そのため、各種の知的財産を活用して、農産物の優位性の確保と差別化を図り、地域の農業者に利益をもたらしていく必要がある。

第二点としては、農業の担い手の高齢化が一層進展している中で、現場の高い生産技術・ノウハウを守り、承継していくことにより、高い技術に誇りをもった強力な農業の担い手を育てる必要がある。

そのため、生産技術やノウハウを知的財産として「見える化」して、後継の若者に伝達できるようにすることが重要である。そのような担い手が意識的に知的財産の活用を図ることにより、国内外の消費者ニーズに応じた付加価値の高い農産物・食品の生産・販売が実現する。

第三に、農村は第一次産業としての農業の生産の場だけでなく、商工業者と連携して加工品をつ

くったりする第二次産業の部分、そして郷土創作料理の開発と提供の場として、さらには観光などと連携し、みずから第三次産業の分野に踏み込んで農業体験や田舎暮らしなどのアグリ・ツーリズムを展開するなど、農業・農村を総合的に活性化することが求められている。

#### 農業六次産業化にも道拓く

言ってみれば農業が本来の第一次産業部分だけでなく、第二次、第三次産業部分をすべて束ねて、農業の六次産業化を推進するためには、農業・農村の有する「資源」を活用したさまざまな地域ビジネスの展開や新産業の創出が課題となっている。

こうした流れの中で、知的財産は強力な武器になる。つまり農業の六次産業化を実現し、将来にわたって農村地域の利益を確保していく手段としても、加工品の開発、郷土料理の創作、農村景観の保全と活用など知的財産の創造・活用の取り組みがますます重要とされるのは間違いない。

次に、農業の現場に、これまで述べてきたさまざまな知的財産を定着させるには研究開発、それを受けての生産、さらには販売につなげるマーケティングなどが機能する枠組みづくりが重要になる。そのことについて、少し述べてみよう。

まず第一に、マーケット・イン発想の研究・開発という問題がある。

各地の農業試験・研究開発機関で、新品種の開発や栽培技術の開発に取り組み、多くの研究成果が出ているが、これを開発後、どのように活用するかについて、研究・開発段階からテーマとして

織り込んで取り組んでいくことが必要である。

これまで試験研究機関では、新品種の開発にあたり、単位面積当たりの収穫量の増大、病虫害に対する抵抗力の強化などを重視するなど、生産者発想（プロダクト・アウト）のアプローチが強かった。しかし、市場で評価されている農産物は、おいしさや新鮮さ、色・形・香りといった、「感性」に訴える特質が求められている。

そこで、今後は、消費者や実需者の農産物・食品に対するより高度なニーズに対応していくことが必要である。そのためには、研究開発の推進にあたって、研究テーマの設定段階から、消費者の嗜好、市場関係者のニーズの調査などにより、その研究の方向性について、十分に見極めることが必要である。

## 開発から生産・販売の一貫体制

第二点としては開発、生産から販売までの一貫した取り組み体制をどう構築するかだ。

研究・開発成果を確実に産業化・事業化につなげていくための一貫した支援を、行政、団体、生産者が一体となって、効果的に実施していくことが必要である。

ある県では畜産試験場が、新しい地鶏を開発し、ひよこを育成して、協議会に加盟した生産者に、ひよこを提供している。しかし、飼育日数、地鶏の規格、流通については生産者に一任したために、地鶏の品質と価格がばらつき、市場と消費者の信頼を得ることができず、事業として拡大成長することができなかった。

これは、研究・開発段階から、知的財産をコン

トロールする戦略を用意していなかったためである。知的財産を活用するためには、研究・開発段階から、生産者への配布、流通、地域ブランド化などの全体のしくみを想定して、取り組んでいく必要がある。

第三点は地域ブランドの発掘・創造支援という問題だ。

地域ブランドづくりでは、通常のブランド構築同様、独自の（多くは地域由来の）名称、言葉、シンボル、デザイン、またはそれらの組み合わせによって、商品のポジションを明確にしたり、商標権で商品を保護したりする。そうすることにより、固定客を確保し、売上高の安定と利益率の向上を図るのである。

地域ブランドで重要なことは、商品の価値を高めるとともに、地域の情報をブランド価値として付加することである。そのためには、地域の特性や資源を発掘・再評価して、消費者に分かりやすく伝える物語を創造することが求められる。

最後に第四点としては食文化の活用・創造支援がポイントになる。

料理は、農産物に創意工夫をこらし、価値を高めて提供するという、知的財産の特徴を備えている。地域の農産物を核とした料理を活用して、知的財産の保護に配慮しつつ、これを消費者や観光客に広く普及することは、農業にとどまらず、地域経済全体の活性化に資するものである。

このため、地域の食材を核とした伝統料理や新たな創作料理について、生産者、行政、料理人、ホテル・旅館などの関係者が連携して、全国的なPRや観光客向けの情報発信を行うとともに、商

標・意匠などの知的財産権を取得する。

さて、次の問題は、新しい技術を「知的財産」として活用する場合、「みずから活用して生産、販売」、「他者に使用させて使用料を徴収」、「技術を使用する権利を販売」のいずれかとなる点であり、これらにどう取り組むか、考えておく必要がある。保護・活用するための手段には、「権利化・特許権または実用新案権を取得」、「秘匿」、「公開」の三つがあるが、権利化を選択する場合、権利化自体が目的ではなく、権利化後の活用方策を見通しておくことが必要である。

どの手段を選択するにしても、技術の「文書化」が必要である。権利化の場合、海外での権利化、特許出願の範囲、ほかの権利との複合的活用などの検討が必要である。

## 知的財産活用で農業は変わる

次に、さまざまな知的財産を農業の現場で活用していった場合に、農業がどう変わるのか、その可能性について述べておこう。

一つは、多様な人材との連携・協働の増加が可能になる、ということが想定できる。

特に新品種・新技術や地域資源を活用して現場の農業者や食品産業事業者が事業化を図っていくにあたっては、流通関係者、貿易関係者や、ブランド・プロデューサー、料理研究家、WEBデザイナーなど多様な外部の人材との連携・協働を通じて、取り組みの向上を図ることになる。このため、農業者と、食品産業事業者、専門家との連携・協働の機会が増えることが十分に期待できる。

第二の可能性としては、生産者の知的財産意識

の向上ということが考えられる。

農産物の高付加価値化については、産地としてのまとまりが必要であり、農協など農業者団体だけでなく、農業者一人ひとりの理解と協力が必要である。

しかし、高付加価値の農産物を生産する農業者は、農協出荷に参加しないケースが見られ、一方で農協は農業者の多くの農産物を受け入れるために高付加価値化ができなかった。

今後は、農業者と農協などの団体が、知的財産についてともに勉強して、高付加価値化のメリットを理解し、知的財産に関する意識の向上を図る必要がある。

第三には農協など生産者団体における知財マネジャーの起用が考えられる。

知的財産を活用した事業展開については、開発から生産、ブランド化、流通、情報発信、販路開拓など、幅広い業務をマネジメントする人材が必要

である。

しかし、現状の農協などでは、農業者の生産者部会が中心で、農協職員が営農指導の範囲を超えて、特定農産物を生産から流通、ブランド化までマネジメントしているケースは少ない。組織の縦割りを超えた、横断的な動きのできる知財マネジャーが必要とされるようになる。

第四には生産から加工、販売までの商品・市場対応型組織が期待できる。

農業の六次産業化に取り組むことは、生産事業だけでなく、加工卸販売事業、直売所などの直販事業、飲食・旅行などのツーリズム事業などに、それぞれ事業として取り組むことになる。事業として取り組む以上、中心となる責任者、事業収支と投資回収のわかる事業組織と会計基準などが必要になる。

現状の農業団体は、生産を中心に縦割りの組織であり、事業として組み立てられていないので、

知的財産の活用に取り組みにくくなっている。

そのため、農業団体の中で、事業性の高い事業が育つと、農業団体からスピニングアウトしてしまうような事態を引き起こしている。

今後は、農協などの農業者団体における、知的財産を活用した商品・市場対応型の組織が生まれてくるだろう。

## 知的財産マネジメントも重要

最後の第五点としては、ふるさとの誇りと愛着の醸成ということが期待できる。

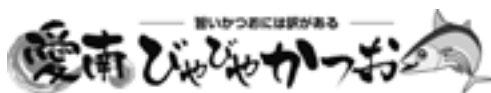
知的財産への取り組みを通じた、農産物の高付加価値化により、農業所得だけでなく、地域の知名度やイメージが向上する。

また、地域の食文化発信や、農業体験ツーリズムなどに取り組むことで、農業の六次産業化が進み、都市と農村の交流が増加すると、交流事業を通じて、外の情報が入るようになり、ふるさとのよさが再認識され、住民のふるさとに対する誇りや愛着が生まれる。

農業における知的財産活用を推進するためには、農業者と団体において、知的財産のマネジメントを推進できる人材の起用と組織体制に転換することが重要である。

そのためには、これまでの地域の中で問題を解決してきた方法を改め、外部の企業や専門家と積極的に連携・協働することが必要になってくる。

こういった形で、知的財産を戦略的に活用する攻めの農業を目指せば、日本の農業はたくましくさと同時に競争力をつけて、新たな発展の可能性を秘めた産業となるに違いない。



上：新種の地鶏「長州黒かしわ」、ブランドづくりに必要なロゴ。

下：ブランドとして売出し中の「愛南びやびやかっお」。

# 日本農業の輸出に知財戦略構築が急務

中国などアジア新興市場で、日本産農産物が市場評価を得て輸出が大テ  
ーマになる場合、生産者が抱えるリスクは商標権侵害やニセブランドで  
の営業妨害への対応だ。すでに農業輸出の現場では予兆がある。日本農業  
は今や知財面で攻めの戦略構築が必要だ。

## コメ解禁の中国で意外な事件

今後の日本農業にとって、知財戦略が必要にな  
ってくる現実を述べる前に、日本農業が今や世界  
とりわけ新興アジアでクロースアップされている  
最近の状況に言及しておこう。

日本農業が世界市場を相手に戦う産業に脱皮  
する機運が大きく高まっている一つの例として、  
二〇〇七年七月、四年ぶりに北京と上海で日本産  
のコメの販売が解禁されたことが大きな話題と  
なった。中国産のコメは一<sup>キ</sup>当たり八元くらいだ  
が、日本産の「コシヒカリ」は一<sup>キ</sup>九八元、「ひとめぼ  
れ」が一八八元と約二〇倍以上の価格でも飛ぶよ  
うに売れたことが報道されたからである。

ニューリッチと言われる富裕層を中心に、中国  
ではおいしくて安全な農林水産物に対する市場

ニーズが大きく高まっており、農林水産分野にお  
いても日本ブランドが誕生し始めていることに、  
多くの日本人が気づいたのである。

それまでは、カメラやビデオなどのハイテク機  
器であれば「メイド・イン・ジャパン」という日本  
ブランドにこだわる中国人の存在は明確に認識  
されていたが、食の分野でも日本ブランドにこだ  
わる傾向がはつきりと見えてきたのである。

他方、世界的な健康志向の高まりを背景にし  
てカロリーが低く食物繊維が豊富な日本食がブ  
ームとなり始めていた。

香港、台湾では日本産のリンゴが高級贈答品と  
して浸透しつつあり、欧米では緑茶の人気が高ま  
り、台湾やアメリカではナガイモの市場が大きく  
伸びている。台湾ではナガイモを健康ドリンクと  
してジュースにして飲むほどである。



東京理科大学専門職大学院教授

**生越 由美** Yumi Ogose

おごせ ゆみ

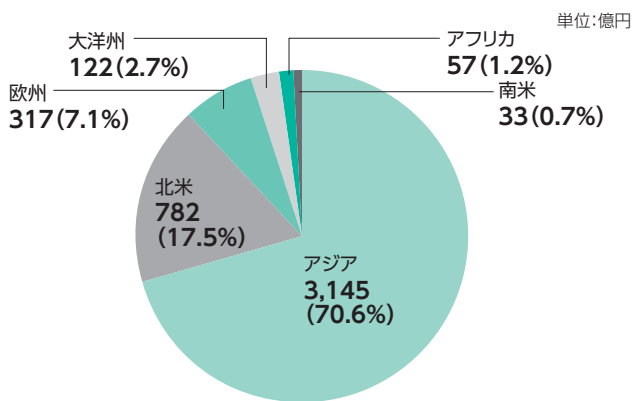
1959年大阪府生まれ。東京理科大学薬学部卒。82年経済産業省特許庁入庁。2003年10月政策研究大学院大学を経て、05年から現職。放送大学客員教授などを兼任。知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会委員、農林水産技術会議専門委員、経済産業省関東経済産業局・広域関東圏知的財産戦略本部員、総務省独立行政法人評価委員会情報通信・宇宙開発分科会専門委員など多数務める。

農林水産物の輸出先の国と地域を見ると、アジ  
アが約七割、北米が約二割を占める(図1)。国・  
地域別順位では一位が香港、二位が米国、三位が  
台湾、四位が中国である(〇九年表1)。

近年はレタスなどの劣化しやすい葉物野菜の  
輸出も伸びている。農林水産分野にとって、短時  
間で運送可能な近隣のアジア市場は重要である  
ことが強く認識されている。これらの背景を受け、  
日本政府は一三年までに農林水産物の輸出額を  
一兆円規模とするよう「攻めの農政」に大きく舵  
を切った。

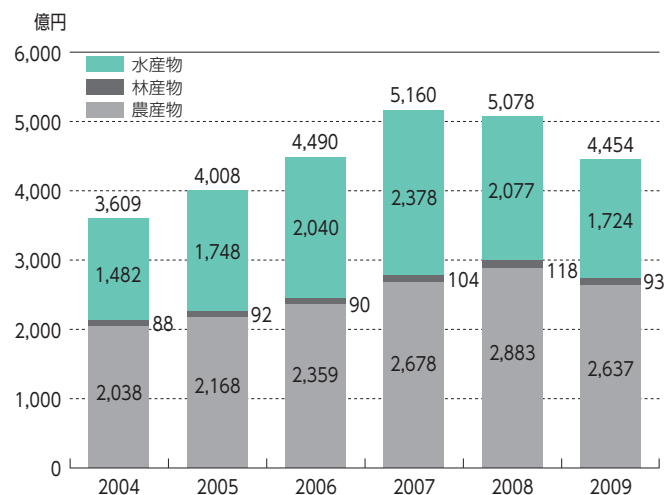
このような背景の下、近年の農林水産物の輸出  
額は順調に伸びてきた(図2)。ただ〇八年は横  
ばい、〇九年はやや下降の傾向を示した。これは  
農林水産分野だけの特有の現象ではなく、米国発  
の金融危機であるリーマンショックをきっかけに

図1 農林水産物の輸出の地域別内訳 (2009年)



資料:財務省貿易統計を基に農林水産省が作成したものを転載  
[http://www.maff.go.jp/j/export/e\\_info/pdf/h20\\_kunibetu.pdf](http://www.maff.go.jp/j/export/e_info/pdf/h20_kunibetu.pdf)

図2 輸出額の推移 (年計)



資料:財務省貿易統計を基に農林水産省が作成したものを転載  
<http://www.maff.go.jp/j/press/kokusai/yusyutu/pdf/100319-01.pdf>

## 農産品の商標にからむ事件

さて、ここから本題の知的財産戦略にからむ話を述べよう。順調な伸びを示していた中国への輸出にちょっとした問題が起きた。コメの解禁と同時に驚くべき報道が届けられたのである。

新潟県産「コシヒカリ」と宮城県産「ひとめぼれ」について、中国でコメの区分において、それぞれの中国表記となる「越光」と「一目惚」が、なん

世界経済が失速するという状況を反映したためと考えられる。

そうした中で、中国とフランスに対する日本の農林水産物の輸出額が対前年比三・四%、二・〇%の伸びを示したことは需要の強さにも支えられたが、画期的なことであった(表一)。

と先に中国で商標登録されていたことが判明したのである。「一目惚」は遼寧省盤錦市の企業が〇五年に商標登録、また「越光 KOSHIIKARI」も東京都内の企業がすでに商標権を持っていたのである。

関係者によると、日本の輸出サイドは「新潟県産コシヒカリ」「宮城県産ひとめぼれ」と地域名を入れた商標登録を検討した。しかし無理と判断し、解禁日の中国スーパーではコメ袋に「新潟県産」「宮城県産」とのみ表記して販売する苦肉の策をとった。

農林水産関係者は、コメ解禁ニュースで喜ぶ一方で、中国における日本の農林水産物の商標の意図的な先取りという現実を目の当たりにして、今後の日本のコメブランドでの対中輸出に不安を

隠しきれなかったのである。

ところが、日本産農産物の商標にからむ事件は実は、これにとどまらなかった。近年、日本の知的財産が無断で海外に流出したり、先に権利が登録されてしまっていて、日本側が大慌てする事件が増えているのである。

そこで、いくつか事例を取り上げてみよう。まず、青森商標事件がその一つで、地名が財産であると痛感させられたケースである。

〇二年に中国・広州市の企業が中国商標局に「青森」という地名を果実や野菜、コメ、めん類など五区分で商標登録申請したのである。これに驚いた青森県や青森市など関係団体が〇三年七月に商標登録を阻止するために異議申し立てを行い、かろうじて阻止することができた。

青森県側が気がつかないままに、この商標がもし登録されていれば、生産者が丹精込めてつくった年間約二〇〇トに及ぶリンゴを輸出する段階になって、冷酷にも「青森リンゴ」などの名称が使えないという事態もあり得たのである。

このため、青森県当局などは、ほかの農林水産物も「青森」や「青森産」と表示して中国に輸出できなくなると大きなダメージになると、必死に防戦したのである。

こと、地名に関しては青森にとどまらなかった。博多(コメ、めん、計算機、旅館ホテル)、宇治(コーヒー飲料、茶、茶飲料)、越前(調味料、ラー油、胡椒)、佐賀(野菜、苗木)などでも、同じようなリスクが生じている。

日本、中国などの漢字文化圏における、県名や地名の保護は今後の重要な課題であることをま

ざまざと見せつけた。

## サクランボを豪州から輸入？

次は、サクランボの紅秀峰<sup>べにしょうほう</sup>事件である。これも特異なケースなので、ぜひ、詳細に述べておこう。

山形県が誇る「紅秀峰」は、県農業総合研究センターが品種改良して開発したサクランボで、佐藤錦と並ぶ高級サクランボの双へきといわれる。佐藤錦に比べてやや大きめであり、酸味も薄くその分甘味がある。

山形県は一九九一年に種苗法による品種登録をして育成者権を取得したが、登録から八年後、山形県を訪れたオーストラリア人に県内のサクランボ農家が紅秀峰の穂木をプレゼントした。オーストラリア人は、県の許諾を受けないままオーストラリアに持ち出して自分の農園で接ぎ木をして増殖、生産した。

二〇〇五年春、国内のグルメ情報誌に山形県の農家がオーストラリア人に紅秀峰の苗をあげたことが「美談」として取り上げられ、オーストラリアで栽培された紅秀峰が日本に逆輸入される予定と、報道されたのである。

これに驚いたのが山形県である。逆輸入されれば県内のサクランボ農家が打撃を受けるため調査を開始し、穂木の持ち出しを確認、〇五年一月に育成者権の侵害という形でオーストラリア人を県警に告訴した。

同時に、山形県は、農林水産省とも相談しつつ法的な対抗措置を講じた。告訴後、双方が代理人を立てて交渉を進めた結果、何とか和解にこぎつけた。和解内容は、相手側は故意ではなかった、と

しながらも種苗法に違反する行為であることを認め、そして県民に対する謝罪の意思を表明した。さらに、その謝罪の意思の表われとして、紅秀峰の育成者権満了後の〇九年一月二〇日から、一二年一月一九日までの三年間を付加期間として日本に種苗および収穫物を輸出しないと誓約したのである。

日本の育成者権に関する訴訟がほとんどない中で、育成者権者である県が毅然とした姿勢で侵害行為に対抗したことを評価する声は多い。しかし、生産者にとっては、善意で、しかも軽い気持ちで外国人に紅秀峰の苗をプレゼントしたことがあとで思わぬ事態を招くなど、到底、予想もできないことだった。

## インゲン豆の雪手亡事件も

次はインゲン豆の雪手亡事件という話をご紹介します。

これは、北海道が育成者権になっているインゲン豆の白あんの原料となる「雪手亡<sup>ゆきてぼう</sup>」（九五年登録）の種苗も無断で中国に持ち出され、その収穫物が日本に輸入されたという事件である。権利者の北海道は海外ライセンスを与えていなかったにもかかわらず、中国、カナダで栽培されていたのである。

北海道は、海外から日本への輸入を止めるため、九九年からDNAで識別技術の開発に着手し、〇二年に中国産のインゲン豆が北海道が権利を持つ雪手亡であることを公表した。

政府はこの事件を受け、〇五年に育成者権の効力が及ぶ範囲を種苗および収穫物だけでなく、

単位:億円

表1 農林水産物の輸出額の地域・国別内訳

|          | 2008 | 2009 | 増減率(%) |
|----------|------|------|--------|
| 香港       | 1053 | 991  | -5.8   |
| 米国       | 836  | 731  | -12.7  |
| 台湾       | 692  | 585  | -15.5  |
| 中国       | 450  | 465  | 3.4    |
| 韓国       | 528  | 458  | -13.2  |
| タイ       | 282  | 181  | -35.9  |
| シンガポール   | 127  | 124  | -2.2   |
| ベトナム     | 126  | 119  | -5.1   |
| 豪州       | 57   | 55   | -5.1   |
| フィリピン    | 77   | 50   | -34.7  |
| ドイツ      | 55   | 48   | -12.7  |
| ロシア      | 53   | 48   | -8.6   |
| カナダ      | 57   | 45   | -21.3  |
| 英国       | 55   | 44   | -19.5  |
| オランダ     | 53   | 44   | -18.5  |
| フランス     | 40   | 41   | 2      |
| マレーシア    | 48   | 40   | -16.7  |
| インドネシア   | 54   | 38   | -29.1  |
| UAE      | 43   | 35   | -18.4  |
| ニュージーランド | 31   | 26   | -15.5  |

資料:財務省貿易統計を基に農林水産省が作成したものを加工して転載  
http://www.maff.go.jp/j/export/e\_info/pdf/h20\_kunibetu.pdf

「加工品（豆の水煮、あん、ござ、米飯など）」についても育成者権の効力が及ぶよう法改正した。

現在、北海道立中央農業試験場では「あん」となっても識別できる技術も開発している。育成者権を保護するためには、DNA品種識別技術など遺伝子技術の開発が重要となっている。

このような知的財産にからむ事件は、日本産農産物に市場価値が生じてきた場合には、必ず起こり得るものだと考えておくべきだろう。利益を求め、あの手この手の巧妙なアタックに立ち向かうには、知的財産の保護と活用および知的財産制度の啓発が重要である。



JETRO北京センター知的財産権部ホームページから転載  
<http://www.jetro-pkip.org/photo/a09.htm>

知的財産とはアイデアや長年の研究成果などを守る制度であり、特許権(四角いスイカをつくる方法など)、商標権(コシヒカリなど)、意匠権(野菜の袋のデザインなど)、育成者権(植物の新品種)などの権利があり、原産地表示(福島県産という表示)や原産地名(焼酎の吉岐、球磨などの地名)などの保護制度もある。

知的財産の視点から農林水産分野を概観すると、工業やサービス産業の分野で起こった事象を後追いでいると思われる。

第一段階は自社の商標が中国などで先に登録される事象に気がつき驚く段階、第二段階は中国などでつくられた模倣品に自社のブランドと一文字違いの表示が記載されて堂々と販売され経済的な被害が拡大する段階(SQNYなど)、第三段階は特許や営業秘密などの製造ノウハウが流出して自社の優位性を失う段階という一連の動きである。

農林水産業はこのような失敗の轍を踏んではいけない。知的財産戦略が必要である。

## 福岡県は「あまおう」で知財戦略

そこで、福岡県の「あまおう」の知的財産戦略をみてみよう。あかくて、まるくて、おおきくて、うまいイチゴということから命名された「あまおう」が香港や台湾の百貨店やスーパーで人気を呼んでいる。

日本で五〇〇〜八〇〇円の市場価格のイチゴが、香港や台湾では一二〇〇円、シンガポールでは一六〇〇円、ロシアでは五〇〇〇円で売買されている。

この新品種は種苗法では「福岡S6号」という品種名で保護され、商標法では「あまおう」という商標で保護されている。早い段階で、日本だけではなく、台湾、韓国、香港などでも商標登録を行った。

知的財産権を取得すれば必ずしも保護されるというわけではないことを認識している麻生渡・福岡県知事(元特許庁長官)は、〇二年度に農産物の知的財産権の流出防止・保護を図るために「福岡県農産物知的財産戦略」を策定し、「福岡県農産物知的財産権センター」を設置した。さらに、違法栽培などの監視や情報収集などについてほかの自治体に呼びかけて「農産物知的財産権保護ネットワーク」を発足させた。

ここまで述べてきたことで、農業の世界戦略には知的財産の活用が必須である、ということが、おわかりいただけたのではないかと思う。大事なことは、戦略的に、どう防衛するか、ということでは

ある。

農林水産省は、〇七年秋から中国と台湾で農林水産物や食品の商標登録や偽表示などの実態調査に乗り出した。これに加え、都道府県等利害関係者による出願状況の監視などの取り組みについての支援や知的財産に関する研修会の情報提供などを始めた。関係府省とも連携を図り、外国政府に対してわが国の著名な商標の保護を申し入れるなどの対応を図っている。

## 日本の農産品ブランド化を

他国産品との差別化、信頼力を高めるブランド化が図られるよう、果実と和牛における統一マーク、水産物の水産エコラベルの普及を推進している。生産者に対しては高付加価値化を啓発するとともに、海外のバイヤーの要求にこたえられるよう、相手国の嗜好に合わせた品種の導入、輸出の取り組みの面的拡大、貯蔵施設の整備などの基盤強化を行っている。

〇八年度には七五の商品を支援し、〇九年度は一〇四、一〇年度は一二〇と順調に輸出の支援を強化している。今後の結果が期待されている。

〇三年頃から国内でも食の偽装問題が多数摘発された。これはよいチャンスである。消費者をだますことは止めよう。昭和時代、工業製品でも消費者をだます製品が国内で生産されていたが、今はこれらの製品は跡形もない。

今後の日本にとって重要なことは、嘘のないよい商品を生産・製造し、戦略的に販路を拡大することである。そして安全で安心でおいしいという日本ブランドを世界中で構築することが重要だ。

# 離農する二〇〇万人のノウハウを次代へ

日本農業は高齢化に伴う大量離農者など多くの課題を抱える。次世代に引き継ぐべき農業技術が機能不全に陥るリスクもある。そこで農業知財や技術とコミュニティベースの精密農業との連携など農業の課題克服のための活用が重要だ。「知農ロボット」活用もその一つだ。



東京農工大学大学院農学研究教授

**澁澤 栄** *Sakae Shibusawa*

しぶさわ さかえ  
1953年群馬県生まれ。79年京都大学大学院農学研究科修士課程修了、農学博士。81年石川県農業短期大学助手などを経て、93年東京農工大学農学部助教授、2001年同大学教授。農業機械学会会長、農業情報学会正会員、精密農業アジア会議議長。リアルタイム土壤センサー開発などに従事。

## 大量離農で技術が機能不全に

農業生産の主要目的は食料の安定供給にあり、その需給見通しは農業のあり方を決定する。過去三〇年間、世界の主食穀物の需給は一進一退しながら増大の方向で来たが、最近一〇年間では、生産が必要に追いつかず、在庫が危険水準の一五%を下回っている。需要増大の原因は、新興アジアに見られるような人口増加と経済成長を背景にした食生活の変化にある。

一方、この間、農地面積は漸減傾向にあり、生産増は単収増大技術でもたらされたものであった。一人あたりの収穫面積は限界の面積の一〇%にまで減少した。農地面積の増大が望めない以上、また人口増による需要増が避けられない以上、単収増大技術への期待はますます高まってくる。

世界一九三カ国の穀物単収実績をみると、家畜飼料も含まれるので比較に関しては注意が必要だが、上位二〇カ国の平均は六・七ト/ヘクタール、下位二〇カ国の平均が〇・六ト/ヘクタールと一〇倍の開きがある。

そうした中で、わが国の農業技術を支えた農業者のほぼ七割が、今後一〇年間に離農する。新規就農者は年間七万人、三九歳以下が一万人、自立した農業者になるには少なくとも一〇年の経験が必要なので、予定される約二〇〇万人の離農者の穴を埋めることが相当困難となっている。

そこで、筆者が懸念するのは、大量離農により機能不全となる集団技術、すなわち異なる組織や人々の協力により成り立っている農業技術が危機に陥ることである。

一例として水田の灌漑システムにおける水管

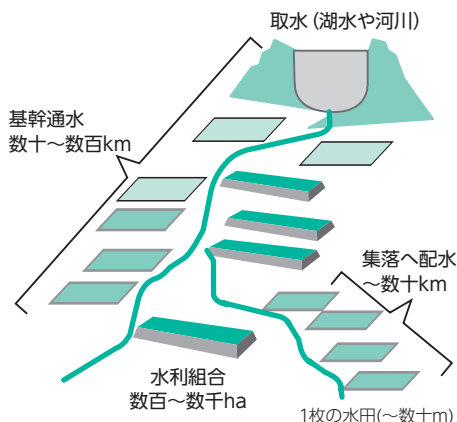
理技術を見てみよう(図1)。

一枚の水田に配水されるまでには、少なくとも湖水や河川からの取水、長距離の基幹通水、集落等水田群への配水、水利組合などによる分水などの操作がある。これらの水管理操作を確実なものとするため、ダムや調整池、頭首工、パイプラインや用水路、堰や分水装置などのハードウェアが整備されている。

また、それぞれの水管理操作を担当する組織や人々は、中央・地方行政から個々の農家にいたるまで、さまざまに異なる組織に属し、固有の管理ルールと担当空間スケールをもっている。これらの操作が滞りなく機能してはじめて、一枚の水田に灌漑水が供給されるのである。

この水系と水田のシステムに関する水管理技術は、すべてのハードウェアの操作方法に分割さ

図1 高度に組織された階層的水管理技術



農家個人レベルから複数の自治体を含むレベルまで、異なるスケールの管理組織が滞りなく活動することが求められる。熟練農家の退役により維持できなくなる、典型的な階層的農業技術の例である。

れて埋め込まれており、担当する組織と人々に担われている。

大量離農は、少なくとも農家が担う水利組合の技術に空白の危機をもたらしかねず、技術連鎖の橋渡し役を失うことを意味する。そのため、農業知財や技術と、コミュニティベースの精密農業との連携などが重要な課題になってくる。

### 興味深い大橋氏の問題意識

国際科学技術振興財団主席研究員の大橋力氏は「有限系世界像モデルの精華を日本列島に尋ねる」（二〇〇九年）という論文で、アジアにおける水系と水田が構成するシステムをハードウェアとソフトウェアの切り口から二つに分類し、ソフトウェアと脳機能の関係について、以下のように興味深い考察をしている。

一つは、愛知用水に代表される近代的水利用組合の規則類であり、水の分配が規則文書の中で厳密な定量的プログラムとして規定され、水利システムを制御するソフトウェアの役割を果たして

いる。デメリットは、そこに書かれていない事態が発生すると、機能停止に陥ることである。

もう一つは、バリ島の伝統的な水利組合、スバックのような申し合わせ組合型方式であり、操作プログラムとしての規則は固定せず、規則自体を固定化が困難な口承にして、実際の操作手順については、個々の事例ごとに、参与する人々の協議と裁量にゆだねられるものである。

ちょうど、プログラム創造型コンピューターに近い情報処理プロセスであり、人間のプログラムの創造機能を必須の要因として最大限活用している方式である。

大橋氏は、バリ島のスバック方式における脳の働きが「有限系を生きる叡智<sup>ち</sup>」を与えると強調している。筆者の問題意識にからむ重要なヒントを与えてくれている。

### 農業知財の蓄積で未来物語

そこで、筆者が考える農業知財とコミュニティベース精密農業の関係を理解してもらうために、ある未来物語を紹介しよう。

できるだけ、理解しやすいように物語設定をするので、図2をご覧いただきながら読み進めていただければありがたい。

史子は、精密農業を地域ぐるみで推進している知的営農集団のリーダーである。ある大学の農学部を卒業後、就農を希望してアグリビジネスの専門職大学院に進み、農業法人「げやき」に就職して五年になる。

初夏のある夕刻、ほ場の異常を告げるアラームが史子の携帯電話に入った。携帯電話の画面をの

ぞくと、それは地域全体に張り巡らされたフェロモン・トラップ・ネットワークからの警報であった。そこで、史子はパソコンのスイッチを入れ、壁の大きな画面に注目した。

このフェロモン・トラップとは、揮発性物質を利用して害虫のオスを誘因駆除するための仕掛けである。

近年開発された、害虫数の自動計測センサーを取り付け、そのセンサー群を無線ネットワークで接続してある。害虫発生数の地域分布が一目瞭然となり、最小限の農薬で効果的な害虫防除を行うことができる。

史子は、表示画面をのぞきながら、害虫発生数が異常に増えたのは高速道路沿いのA地区で、そこには水田と露地野菜の畑があることを確認した。

このあと、史子は知的営農集団の事務窓口を担当している圭子に連絡を入れ、その対策を指示した。圭子は大学の農学部を卒業したばかりで、精密農業に意欲を燃やしている。

史子からの指示を受けた圭子はまず、技術プラットフォームの事務局長をしている晴雄の携帯端末にメールを入れ、翌日早朝に、A地区で発生している害虫の種類と農業リストおよび可能な防除方法のリストをそろえるように指示した。

続いて、A地区に関する最近の行事などを地域ネットワークで調査した。すると、高速道路沿いの草刈りが一週間前に行われたこと、イネの分けつが盛んになりつつあること、野菜の移植が行われたこと、などがリストにあがった。

また翌日と翌々日はくもりで風速一メートル以下で

あり、居住区からも離れているので、空中散布が可能であることを確認し、これらの資料を史子にメールした。

一方、史子は、A地区で耕作している農業法人経営者の幸男と忠志にも連絡を入れたが、幸男らはPFFネット会議をしていた。

このPFFネット会議は、パスワードを入れるだけで、参加する農業法人のデータベースを共有できるユニークなものだ。

## 害虫警報にシステムで対応

現在生育中の作物マップ、土壌肥沃度マップ、過去の収量と品質のマップなどを調査しながら、害虫の異常発生したところは、昨年と同じ時期に異常発生したこと、作物の草丈が高くまた葉緑素含量が高いこと、土壌窒素が数年間常に高めであることなどをつきとめた。

作物は徒長ぎみである。そこで、幸男と忠志はA地区の追肥窒素を五〇％減らすなど、今後の作業計画を一部変更することにした。

翌日の昼前には、晴雄から圭子に現地調査の結果がもたらされた。害虫はイネとキャベツに被害を与えていること、その規模は約一畧では場三枚分であること、対応農薬リスト、農薬散布サービスと費用のリストも付けてあった。

圭子は、史子やほ場主である幸男と忠志に連絡を入れ、意思決定を待った。史子と二人の経営者は、近くに無農薬栽培ほ場がなく、また幼稚園や小学校の遠足もないことから、最も低コストである無人ヘリコプターによる農薬散布を決定した。その決定を受け、圭子は無人ヘリコプター・サ

ービス会社に農薬散布の発注をした。同時にほ場の緯度経度、農薬の種類と散布密度、また散布後のほ場写真を要求した。地域ネットワークのホームページには農薬散布の時間と場所を掲示し、晴雄にもこの決定を報告した。

## 営農知識バンクとも情報共有

晴雄の所属する技術プラットフォームは、精密農法に必要な技術開発、営農情報サービス、流通・消費者サービスなどを行う企業集団の組織で、知的営農集団と参加企業を結びPFFネットの管理をしている。

報告を受けた晴雄は、A地区から生産される農産物の履歴欄に農薬散布の項を設けた。翌日には圭子から結果報告があるので、履歴欄の空白を埋めて流通業者と消費者へ情報発信する。さらに流通業者や消費者から依頼があれば、農産物の栽培履歴も調べて、翌日には配信できる。

フェロモン・トラップ・ネットワークの警報から、局所的な農薬散布の決断と実行およびその評価にかかわる一連の作業は、史子らが管理する営農知識バンクに登録される。

営農知識バンクのデータと情報は、知的営農集団が共有して利用することができる。また、その一部は技術プラットフォームが管理する技術データバンクにも登録される。

この技術データバンクは、技術プラットフォームの参加企業が共有して利用できる。営農知識バンクが充実すると、圭子のような新卒であっても、技術普及の有力な専門職として活躍することができる。

こうして、ほ場の異常を告げる警報から始まって無人ヘリによる農薬散布、その結果報告、さらに流通業者や消費者への情報発信の手当てまで、実にシステムがうまく機能した。

圭子や技術プラットフォーム事務局長の晴雄は、手分けして初老の篤農家に対して、これら一連の意思決定に関するコメントをもらい、営農知識バンクをさらに豊かなものにしようと考えている。

この未来物語で、少しイメージを描いていただけだろうか。使用者ないしは決裁権者が明確な場合のみ、農業者の蓄積した知識や経験は次々と自己発展しながら活用され、生きた情報システムが創造されるのである。このことはとても重要なポイント部分である。

筆者が冒頭に書いたように、異なる組織や集団の農業技術が、大量離農といった事態で機能不全となるリスクが今後は考えられる。このため未来物語で描いたような情報処理システム、農業知財とコミュニティベース精密農業の枠組みが確立されれば、問題解決につながることは間違いない。

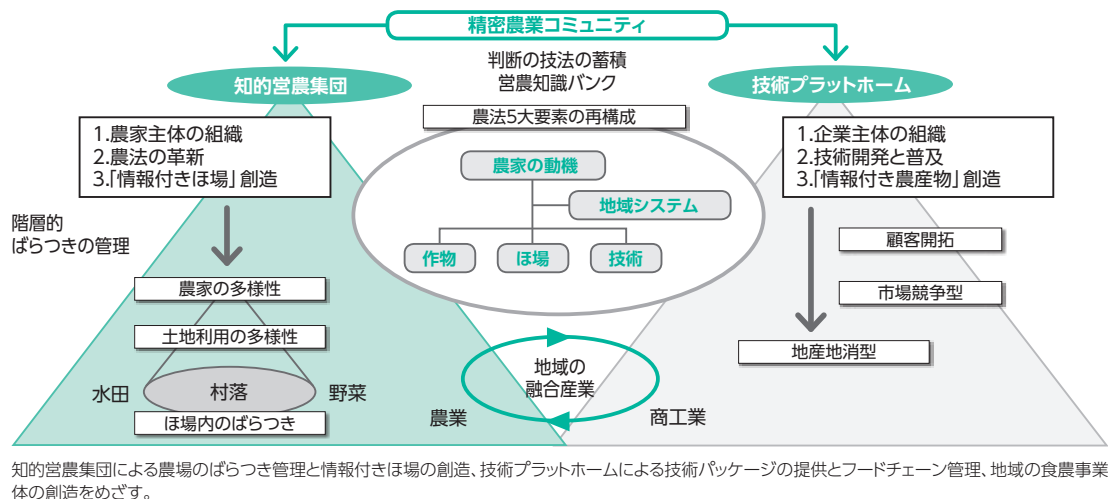
## AIや知農ロボの活用が重要

最後に、農家の知的財産を次世代に引き継ぐシステムとして「AIシステム」と「知農ロボット」を紹介しよう。

AIは農業情報科学(Agricultural Informatics)の略であり、AIシステムの目的は、熟練農業技術の次世代への継承を円滑に進めることにある。

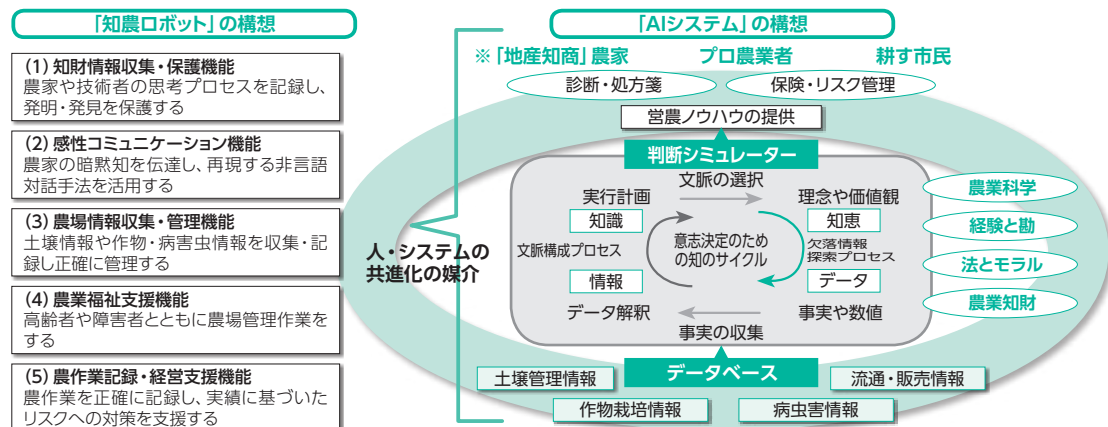
AIシステムは三つのサブシステムをもつと想定される。一つは、四つの情報分類(土壌管理、栽培管理、病虫害管理、流通・販売)で蓄積されるデ

図2 農業知財を生み出し蓄積するコミュニティベース精密農業の姿



データベース、二つ目は、判断シミュレーターである作業決定支援装置、三つ目は農業者や専門家の判断プロセスに介入する接続部分である。判断シミュレーターでは、農家の判断サイクルを模写した形で、情報・知の四つの位相をデータ、

図3 「AIシステム」と「知農ロボット」の構想



情報、知識、知恵と分類し、事実を収集するステージと、判断の文脈論理を構築するステージからなる。思考は、二つのステージを行き来しながら、不完全な部分を補完し、条件付きの意思決定に至る、というものである。

三つのサブシステムは、それぞれ人々に介入されてはじめて生きたシステムとなる。たとえば、データベースを構築する人々、判断プロセスの支援を期待する人々、営農ノウハウの是非を評価する人々などである。

これらの人々とAIシステムの間に介在し、互いに共進化するためのツールとして「知農ロボット」が存在する。これにより農業者だけではなく、高齢者や障害者など、より多くの人々が農業に携わることが可能になるであろう。

現時点では構想段階であり、実現するには多くの問題を解決しなければならない。しかし、離農する農業者二〇〇万人のノウハウがそのまま消滅することを放置するわけにはいかない。

したがって、われわれは、消失しつつあるわが国の高度な農業技術を正確に記録し、そして継承・発展させる事業体を新たに創造するという歴史的課題に取り組まなければならない。

#### 【参考文献】

- 大橋 力(二〇〇九)、有限系世界像モデルの精華を日本列島に尋ねる(その二)、科学、七九(四)：三三七―三七八、同(その二)、七九(七)：七二四―七三〇、同(その三)、七九(一〇)：一〇七八―一〇八四
- 澁澤 栄(二〇〇二)、精密農法が実現する―これが農業の未来予想図、地上、四(二)：一〇四―一〇五
- 澁澤 栄(二〇一〇)、第五世代の精密農業―日本から発信するコミュニティベース精密農業、特技懇、二五六：三三―三七



Report on research

# 消費者調査で みた 生活意識や 米粉食品消費

世界同時不況から経済情勢が回復基調に向かいつつある今、消費者の意識や食品購買行動はどうか、また食料自給率向上の力を握るとされる米粉食品にどんなイメージを抱いているのか——日本政策金融公庫(日本公庫)農林水産事業が毎年行う消費者動向調査で消費者ニーズの動向を探りました。

今回の調査テーマは二つです。一つは、これまで消費者の間で強かった「消費抑え気味」という経済性志向が、景気回復基調のもとで、変わりつつあるのかどうか、消費者の意識や購買行動の問題です。もう一つは、米粉を利用した食品について、消費者の認知度や印象はどうなのかという点です。

調査は二〇代～六〇代の消費者二〇〇〇人を対象に、平成二二年六月にアンケート形式で行いました。

## 消費者に「節約疲れ」

まず、最初のテーマである食の消費など生活意識に関してはどうか。食の節約意識を反映す

る「経済性志向」は、平成二〇年五月調査から上昇傾向が続く、前回平成二二年一月調査で四三・二%にまで達していました。ところが今回の六月調査では三九・〇%と減少に転じました。経済が回復基調に転じ、消費者の節約意識が一段落したためといえるかもしれません(図1)。

また、自宅で食事をつくる「手作り志向」も、前回調査の三九・五%から二九・九%に減少しています。簡単なもので間に合わせる「簡便化志向」が二三・五%から二九・三%に増加していることを考え合わせると、消費者の間に食に対する節約疲れが出てきたといえそうです。

次に食費節約のため、外食を控えて家で食事する「内食」が増えたかどうか、見てみましょう(図4)。昼食に関しては前回調査の二七・六%から今回は一八・〇%に、また夕食は同じく三八・五%から二四・六%にそれぞれ減少しています。この点も消費者の「節約疲れ」と関係している可能性があります。

## 国産へのこだわり低下

以前中国製ギョーザに農薬が入っていたことが問題になり、消費者の国産食品志向が強まりましたが、今回の調査で、国産品に関心を持つ度合いを調べたところ、前回調査の七七・七%から七四・六%に低下し、外食時に原材料が国産ものかどうかを気にかける人も三三・七%から三〇・七%に減少しました

(図5)。国産原料食品は、「安全性」「おいしさ」「見た目」の点で、前回調査から消費者の評価が低下した一方で、輸入食品に対する評価が前記三点とも改善しています(図6・図7)。

中国が日本向け輸出品の安全基準を厳しくするなど対策に必死なことから、消費者の間でも国産原料の食品と輸入食品の差がやや縮まりつつある結果につながったといえます。

一方、輸入食品と比べて割高の国産品をどこまで許容できるか、という点を見ると、輸入食品より高くても国産品を選ぶという人は、前回の五六・三%から六〇・一%に増加しています。国産へのこだわりは少しずつ減少しているものの、節約意識の一段落を受け、いざ国産品購

図1 現在の食の志向(上位)の推移

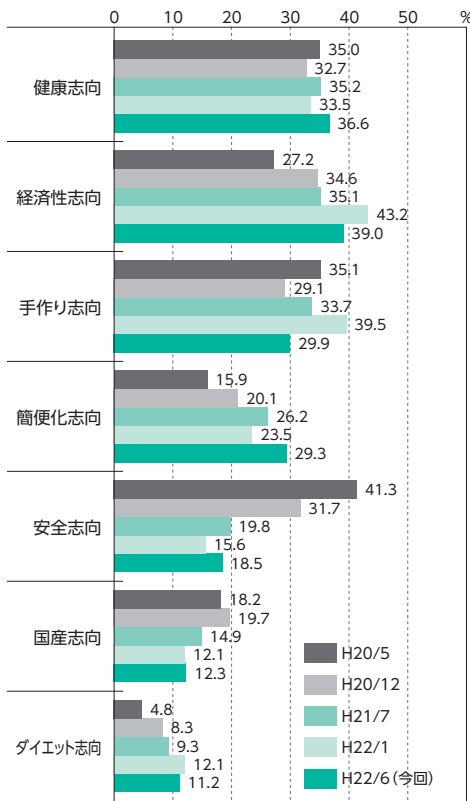


図4 昨今の経済情勢を受けての食生活の変化

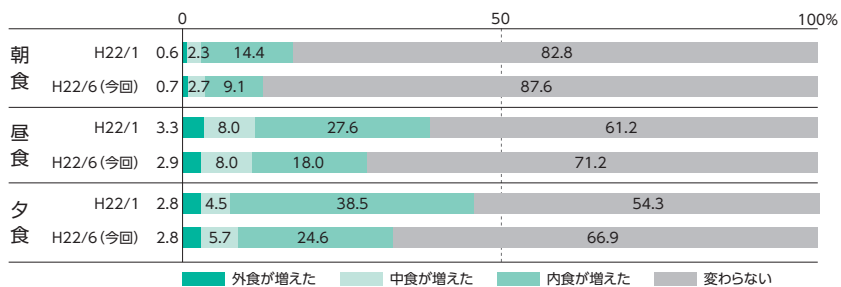


図5 食料品を購入するとき/外食するときの国産品へのこだわり

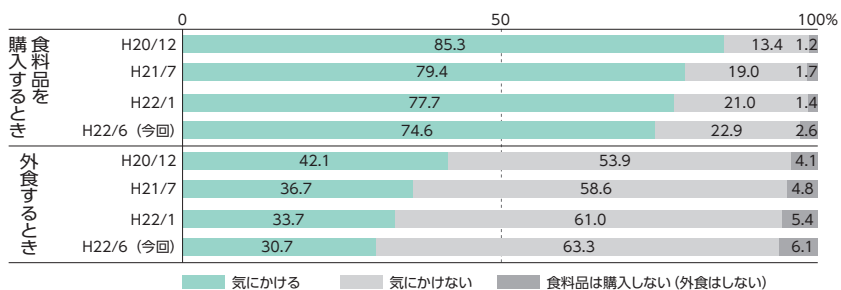


図6 国産原料の食品に対するイメージ

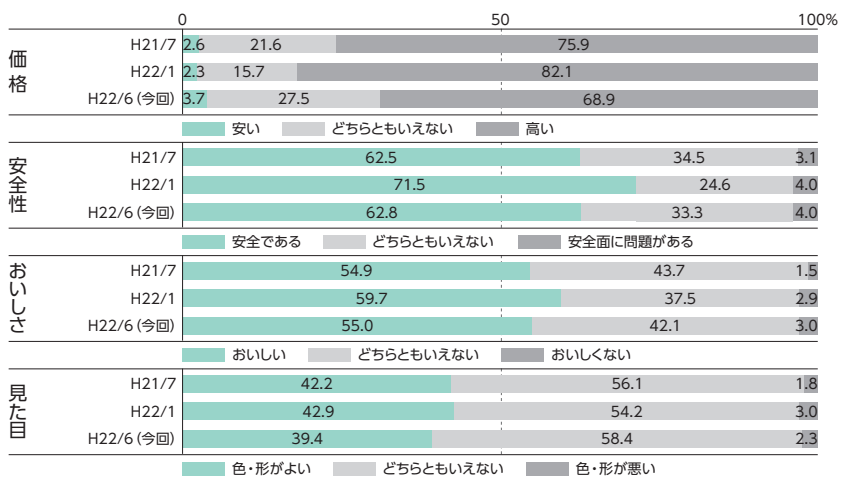


図7 輸入食品に対するイメージ

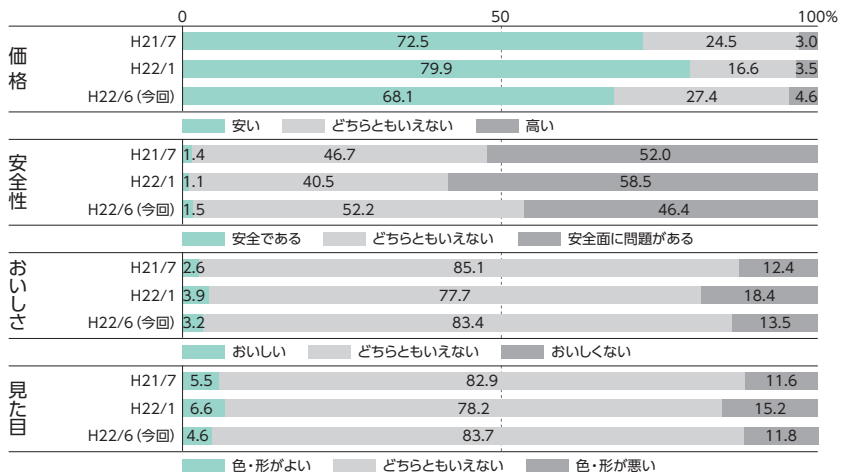


図2 今後の食の志向(上位)の推移

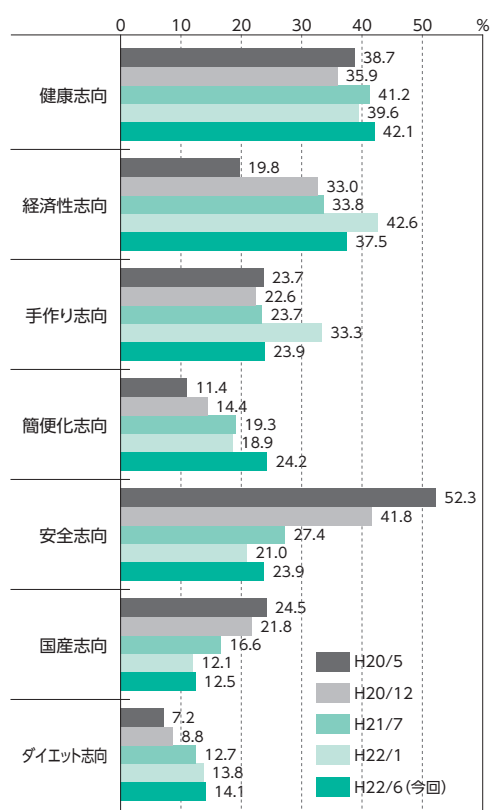
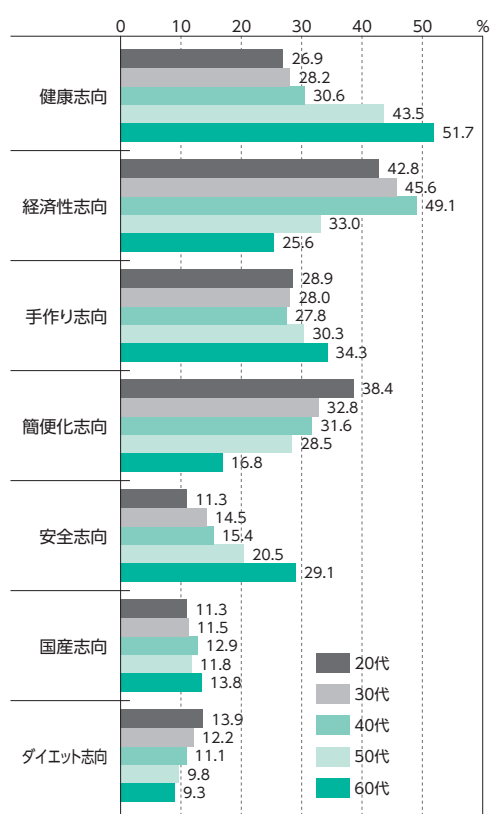


図3 現在の食の志向(上位・年代別)



四捨五入しているため、内訳の合計が一致しない場合があります。

入の場合の価格差については、ある程度容認するということかもしれません(図8)。

## 高齢層ほど健康・安全重視

現在と今後の食の志向に違いがあるかどうか比べてみると「健康志向」と「安全志向」は今後の見通しが、現在を上回っており、潜在的志向の強さを示しています。

しかもこれらの志向は高齢層ほど高い傾向があります。したがって、高齢化社会の進展に伴って、「健康志向」と「安全志向」が徐々に高まっていくと考えられます(図1・図2・図3)。農産物の生産、食品加工、小売りに関係する方々は、経済性志向の変化を中心とした消費者の今の志向に加えて、こうした潜在的な意識にも留意しておく必要があるといえるでしょう。

## 食品への値下げ圧力は緩和傾向

世界同時不況以降、消費者の食品購入量は減少傾向が続いていましたが、今回の調査では、春先の天候不順による不作で値上がりした野菜を除き、減少幅は改善しています。これも、消費者の節約意識が一段落したことと関係があるといえるでしょう(図9)。

次に、消費者が妥当と考える食

図9 食品等の購入量の変化(「増えた」と回答した人(%) - 「減った」と回答した人(%))

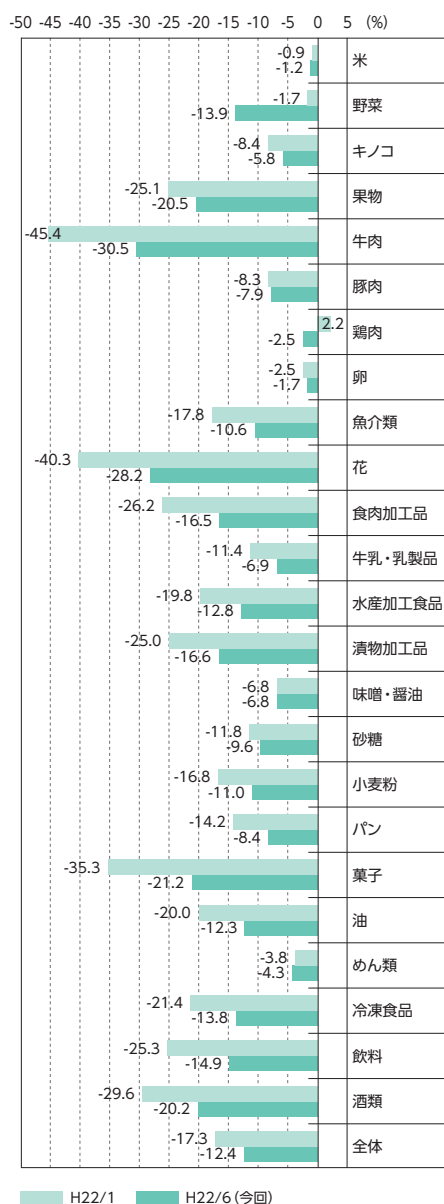


図8 国産食品の輸入食品に対する価格差許容度の推移



図10 現在の価格と比べて妥当と思う価格水準(生鮮食品・花)

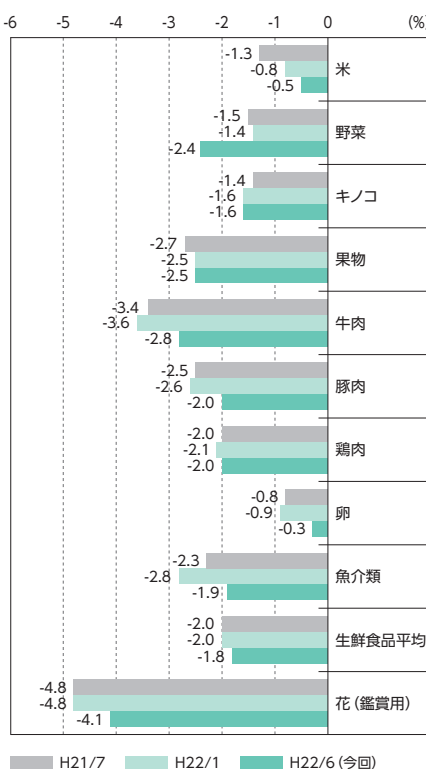
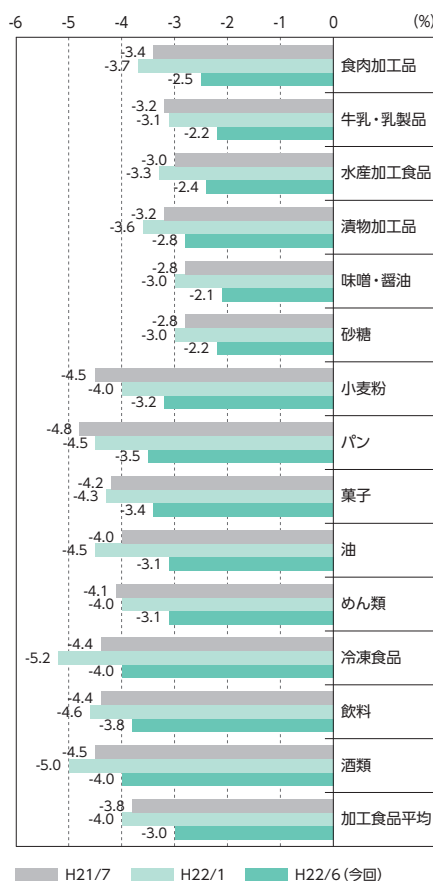


図11 現在の価格と比べて妥当と思う価格水準(加工食品)



品の価格水準については全品目で現在の水準よりも低く出たものの、値下げ圧力は次第に緩和の方向に向かっています。

まず、生鮮食品については、高値となった野菜を加えても、前回調査の▲二・〇％から、▲一・八％まで改善しています。これは、消費者が現在の価格水準にほぼ満足しているものと考えられます(図10)。また、加工食品についても、前回調査の▲四・〇％から、▲三・〇％まで改善しています。生鮮食品と比べるとまだ値下げの余地があると受け止められており、引き続き値下げ圧力を受けやすい状況にはありますが、値下げ幅は緩和傾向にあります(図11)。

## 米粉食品の認知は進んでいる

さて、米粉が今後大きく伸びるかどうかがですが、消費者が米粉を使った食品についてどの程度認知し、どのような印象を抱いているのかにかかっています。今回の調査では、米粉がいろいろな食品に利用され始めたことについて、「知っている」とする人が七六・三％に達しており、昨今の行政機関や関係団体のPRが、一定の効果を発揮しているといえそうです(図12)。また米粉を使った食品のうち、具体的に知っ

ているものとしては、「パン」が九一・五％と九割を超えており、二位のケーキ(五九・四％)以下を大きく引き離しています。一方、うどん(四四・八％)、パスタ(三一・一％)、ラーメン(二〇・四％)のめん類は、いずれも認知度が五割を下回っており、今後の普及促進が望まれます(図13)。

## 米粉食品は女性に人気

米粉を使った食品を「食べたことがある」とする人は六二・七％で、このうち「おいしい」と感じたとする回答が五七・六％と六割近くを占めています(図14・図15)。男女別で見ると、男性では「おいしい」が四四・三％なのに対し、女性では六六・九％に達しており、女性の評価や人気の高さがうかがえます(図16)。米粉を使った食品で食べたことがあるものでは、パンが五四・二％で最多となっています。うどん、パスタなどのめん類は二〇％を割っており、やはり普及の遅れが気になるところです(図14)。

## 「米粉は新食感」との声も

米粉を使った食品に対するイメージについて、第一位は、「新しい食感がある」四五・二％ですが、第二位に「国内農業の存続に役立つ」四

図12 米粉が色々な食品に利用され始めたことを知っているか

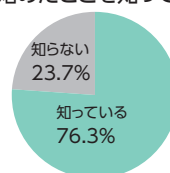


図15 米粉食品の食味(男女計)

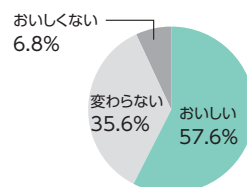


図16 米粉食品の食味(男女別)

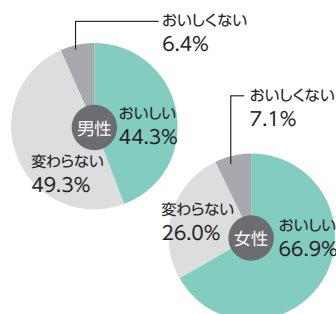


図13 米粉を使った食品で知っているもの

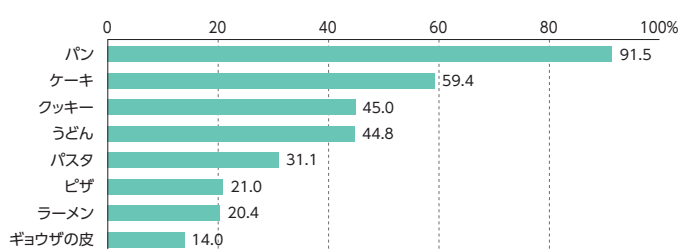


図14 米粉を使った食品で食べたことのあるもの

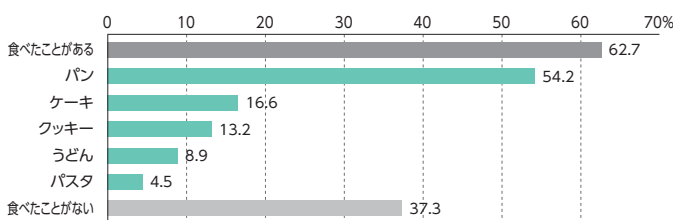
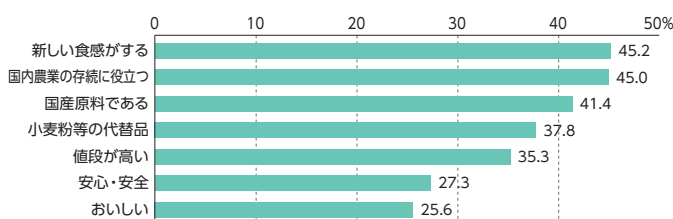


図17 米粉食品に対するイメージ



五・〇％、第三位に「国産原料である」「四一・四％が続いており、米粉を使った食品には、「国産」や「国内農業」と結びつくイメージが強いことがうかがえます。一方、「小麦粉等の代替品」三七・八％、「値段が高

い」三五・三％といったイメージもあり、価格の安定化や高付加価値化への取り組みが今後の課題と思われる(図17)。

(情報戦略部 柴田信道)

(八月一日付で審査官理部に異動)

ちよつと変わったこと  
やりましたね、つて、  
そんなふうに言われる  
足跡を残してみるのも、  
悪くない人生ですね。

農と食  
の邂逅

関塚 直子 さん

東京都青梅市

スモールフルーツランド「ベリーコテージ」代表

生産者がみずから「食」の情報発信をする。その役割の必要性が増しているなかで、起業する農業女性に期待するところが大い。畑の食材を直結させたフィールド・ショップが、消費者との距離を近づけている。





P. 19

「朝露を浴びたブルーベリーを見ると心が震える」と直子さん。摘み取り園、喫茶店への展開はふと湧いたわけではなく「子どもの頃から培われてきたものかも」。

P. 20

右上:15年来通っている常連さんと  
右下:直子さんを支える聡明さんと  
ともに

左:ケーキづくりは独学で習得した

## 女性に大人気の農園

のどかな住宅地の中にある一畝のブルーベリー畑とログハウス。スモールフルーツランド「ベリーコテージ」——。ブルーベリーなど果物の摘み取りができる農園と喫茶店につけられた名前だ。一七年前に関塚直子さん(五七)が開いた。

喫茶店は朝からお客さんでにぎわう。目当ては季節ごとの果物をふんだんに使ったケーキやジュース。季節によってケーキの種類は変わる。生のブルーベリーを絞った「フロズンブルーベリーフレッッシュジュース」はストローが立つほど濃厚だ。「このジュースが出てくる蛇口がほしい」という熱烈的ファンもいる。

一階は加工所で、客席は二階。ほとんど女性だ。ケーキやパフェが運ばれてくると「わあ、きれい」「かーわいい」とはしゃぐ。そうして一口食べると「わあ、おいしい」。

そんなお客さん以上に目をキラキラさせながら、農園と喫茶を切り盛りしているのが直子さんだ。朝四時に起床し、一番人気のケーキ「ブルーベリータルト」を焼き始める。開店中はなじみの客と親しげに会話を交わしたり、加工所でジャムづくりに集中する。

スタッフの一人いわく、「少年のような人」。その元気に吸い寄せられるようにスタッフもテキパキと仕事を。お客さんの中には、直子さんに会いたくて来る人もいる。「直子さん、来たわよ」と親しげに声をかける。人

を吸い寄せる磁石のような力の持ち主だ。

摘み取りができる時期だけに農園と喫茶店もオープンする。「一年中開けていてもお客さんが必ず来るわけでもないしね」と笑う。六月〜八月(ラズベリーとブルーベリー)と一〇月〜十一月(キウイ)という短期間に喫茶部門だけでおよそ四〇〇〇人を集客する。

## 運命変えた二本の苗木

農園ではブルーベリーのみならずラズベリー、ブラックベリーなど二〇種類を超えるベリー類を育てている。「小果樹(スモールフルーツ)が好きなんです。子どもの頃からグミの実をとったりしていた。祖母から『あなたはダリアの花のつぼみまで積んでカゴに入れたりしていたね』と後で教えられた」と直子さん。

二三歳で酪農家だった夫、聡明さん(六二)と結婚。関塚家では酪農はもっぱら男の仕事で、聡明さんの母も直子さんも家事に専念した。

結婚して四年目、夫、息子と千葉県の銚子に旅行に出かけ、おみやげにブルーベリーの苗木を二本買ってきた。「私には苗木がキラキラと輝いて見えた」。これが直子さんの運命を変えた。

二本の苗木を育てるうちに本格的に栽培したくなり、義父の義治さんの了解を何とか得て、牧草地だった畑の一部に二〇〇本の樹を植えた。栽培技術が何も分からず牛フン堆肥を入れたのに、樹が弱ってしまうこともあった。

その後、ブルーベリー協会に入って栽培方法の基礎を学んだり、収穫したブルーベリーでケーキをつくりたりするうちに「いつか摘み取りできる農園にして、お客さんにケーキなんか食べてもらおう喫茶店ができたらいいな」という思いが強くなっていった。聰明さんは賛成してくれた。住宅に囲まれた場所でも酪農を続けることは困難で、直子さんととも



スタッフたちと。「素敵なログハウスで働きたい」と応募した人もいます。みんな息はピッタリ

に歩むことに異論はなかった。

一九九二年、摘み取り園をオープンさせる一方で、休憩施設としてログハウスを建てる計画を立てた。ところが家長である義治さんは頑として反対。「毎日のように父の耳元でささやいたんですけど(笑)、首をたてにはぶらなかった」。

そんな義治さんが賛成してくれることに

なった。ログハウス建設の相談で関塚を訪れた大工さんの「みんなでお嫁さんの夢を叶えてあげたら？」がきっかけだ。実は、義治さんは結婚以来、ずっと関塚家のために尽くしてきた直子さんを心の底からかわいがってきた。結局、ログハウスの建設費はすべて義治さんが出してくれた。「自分の娘たちにも『いちばん世話になる直子のためにコテージを建てるんだ』と言ってくれて。うれしかった」。七年前に他界した義治さんの話題に触れると、直子さんの目が潤む。

### かわいくて、きれいで、快い3K産業

ケーキづくりは得意だったが、商売はまったくの未経験。「ハウスの土台が出来上がったとき、足が震えました」。夢がかなった喜びと緊張のなかで九三年、喫茶がオープンした。

お金のかかる宣伝は一切しなかったが、新聞が記事として取り上げたこともありお客さんが訪れるようになった。その後は、一度来た人からの口コミで徐々に増えていった。

しかし、直子さんは漠然と摘み取り園と喫茶をオープンしたわけではない。最初からターゲットを女性に絞っていた。そして「自分だったらどうしてほしいか」を軸に組み立てていった。「強い日差しを浴びてブルーベリーを摘んだ後は、涼しいところで休憩がしたいはず」そこで、おいしいジュースやケーキが食べられたら喜ぶだろうな——。この想像力が見事に当たった。

直子さんの目が最も輝く時。それは各種ベ

リーについて語る時だ。「朝露を浴びたブルーベリーは宝石のサファイアのように。グーズベリーはエメラルド。宝石よりもっと美しいですよ」。加工の幅に広がりがあるのも魅力だという。生で食べるとおいしい品種もあれば、加工向きの品種もある。数種類のベリーを組みあせることで新たな味が生まれる。

直子さんにとって農業は「かわいくて、きれいで、快い3K産業」だという。「だってこういう思いがないといい作物はできないと思う。この三つがあるから努力しようと思えてくる」。

### 生きた証がほしい

農村ほど人間関係が濃厚ではない都市での農業とはいえ、新たな作物への挑戦、しかも女性経営者として周りからひととき注目されたはずだ。しかし、「苦労？ おめでたい性格なのか、苦労したという記憶はあまりないなあ。ただ、人生を振り返った時、生きてきた証がほしいなと思ってここまでやってきた」という答えが返ってきた。「だって『あそこの二代続いた酪農家のヨメさんはちよつと変わったことをやったな』と言われるのも悪くないでしょ？ そんな足跡を残せたら幸せですよ」。

ベリーという果物を通じて、人生楽しくなくちゃねというメッセージを発信する直子さん。それを受け止めようという人々がログハウスに集まってくるのだろう。

(青山浩子／文 河野千年／写真)

# 食の安全と疑似科学

(独)農業・食品産業技術総合研究機構  
動物衛生研究所研究管理監

宮崎 茂

## 疑

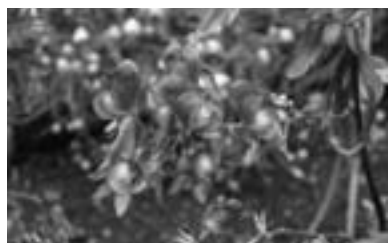
似科学あるいは二セ科学という言葉をお聞きになったことがあるでしょうか。科学的に実証されていないのに正しいと主張したり、科学的な検証が不十分であるにもかかわらず、実証されたかのように主張したりするもので、血液型と性格には関連があるという主張などがその典型です。これまでの研究から、血液型と性格には関連がないことが明らかになっているにもかかわらず、ちまたには血液型による性格判断などの情報があふれています。

私はこれまで飼料の安全性に関する研究に携わり、食品(畜産物)の安全を確保するための研究を実施してきましたが、残念ながらこの分野にも疑似科学があふれています。

たとえば食品添加物ですが、食品添加物の指定に際しては各種の安全性試験が実施され、その結果にもとづいて安全な使用方法(使用量)が定められています。

農業についても事情は同じですが、「食品添加物や農薬を使用していないので安全」というようなフレーズが氾濫しています。一方、このような管理がされていない「天然物」のほうが危険性は高いといえます。トリカブト(写真)のような有毒植物はもちろん、ジャガイモの芽に含まれるソラニンなどはよい例です。

日本ではほとんど報道されなかったのですが、二〇〇九年の七月にイギリスの食品基準庁(FSA—Food Standards Agency)が「オ



天然のものにも猛毒がある、トリカブト。ニリンソウなどの山菜と間違える中毒事故が毎年起きています

ーガニック食品と通常食品の間には栄養素の含量や何らかの健康影響について大きな違いはない」というレビューを発表したところ、かの地で大きな議論が起きました。このレビューは、これまでに発表された「きちんとした科学論文」の結果をとりまとめたものなのですが、それでも納得できない疑似科学信奉者がたくさんいるようです。また、日本の食育の場にも疑似科学が入り込んでいる現状があるようなので、心配なところです。

そんな折、長崎大学教育学部の先生方が教師を目指す学生さんたちのためにつくった、「疑似科学とのつきあい方」という資料を見つけました。二〇ページほどのコンパクトな資料ですが、「血液型と性格」、「マイナスイオン」、「代替療法」、「食の安全と健康に関する疑似科学」などの疑似科学の実例や疑似科学の見分け方について、的確な解説が展開されています。この資料はネット上で公開されていますので、皆さまもぜひ一読されることをおすすめします(<http://naosite.lb.nagasaki-u.ac.jp/dspace/handle/10069/23093>)。

ところで、私どもでは図に示したトリカブトのような有毒植物に関する情報(写真で見える家畜の有毒植物と中毒)をウェブで公開していますので、こちらについても参考にしていただければ幸いです(<http://nahnaraofrc.go.jp/disease/poisoning/plants/index.html>)。

F

## Profile

みやざき しげる

1953年東京都生まれ。78年東京農工大学農学部獣医学科卒業。(独)農業・食品産業技術総合研究機構動物衛生研究所安全性研究チーム長を経て、09年4月から同研究所研究管理監(北海道担当)。農学博士。専門は毒性学。主な共著書に「牧草・毒草・雑草図鑑」(発行社団法人畜産技術協会、発売全国農村教育協会)など。



「車やバスの騒音、パトカーや救急車のサイレン。お金さえあれば何でも手に入る生活。そういう都会暮らしが突然イヤになったんです」——こう語るのは今回紹介する株式会社ブルーレモンファームの社長古川泰弘さん（四一歳）だ。

### 都会捨て岩城島に移住

瀬戸内海に浮かぶ岩城島は、穏やかな海とレモンやミカンなどのかんきつ栽培の島だ。

古川さんと妻の由希子さん（三七歳）はともに京都の出身。古川さんは建築業、由希子さんはOLとして働き、マンションに住み、休日には海外旅行に行くような都会生活を送っていた。

マリンスポーツが趣味の古川夫妻が、島への移住を真剣に考えるようになったのは、以前レモンを買ったたりして岩城島のよさ、島民のやさしさに感じ入るものがあつたらだ。

そこで、思い切って役場を訪ね「この島に移住して農業で生活したい」と相談した。ところが後日、役場から再考を促す手紙が届いた。茶髪で都会育ち、農業の経験もない。今考えると無理もない回答だった。しかし、断られたことが、逆に

## 経営紹介

# 瀬戸内海の島に農業移住 レモンとともに島を売り込む



レモン畑を背景に古川社長（左）と妻の由希子さん（右）



愛媛県上島町

株式会社ブルーレモンファーム

就農 ● 平成17年  
設立 ● 平成19年  
資本金 ● 300万円  
代表者 ● 古川 泰弘  
事業内容 ● 果樹・野菜の生産販売

古川さんの心に火をつけた。会社を辞め、妻を京都に残して単身で岩城島に乗り込んだのだ。農家の納屋を借り、そこで農業を手伝いながら移住への準備を進めることにした。今から五年前の平成一七年のことだ。

「もともと農業を志していたわけではなく、岩城島で暮らしていくには農業で身を立てるほかに手段はなかった」と語る古川さん。

新規就農者向けの支援事業を活用し、農家や試験場の支援を受けながらかんきつや野菜づくりを徐々に覚えていった。そのころ、妻の由希子さんも仕事を辞め岩城島に移ってきた。

### 市場出荷では自立困難

岩城島で農業をスタートさせた古川さんにも、初めての収穫の機会が訪れた。ようやく農業で飯が食えると、採れたばかりの大根を市場に出荷したところ、振り込まれた販売代金は二束三文だった。市場出荷では自立などできない、と古川さんはその時悟ったという。

またレモンの初収穫を迎えようとしていた矢先、三度にわたって台風の被害を受け、実を付けたレモンの木から葉っぱがすべて吹き飛



秋の収穫を待つレモンたち

ばされてしまったこともあった。

度重なる困難に、経理を任せられていた妻の由希子さんは「本当に農業で生活できるのだろうか。不安というより絶望感でした」と当時を振り返る。農業の厳しさを思い知らされた瞬間でもあった。

まだ、島にやってきて間もないころ、あるハプニングが起こった。

同じ集落のミカン農家のおじさんが軽トラックのアクセルとブレーキを踏み間違えて横転し、荷積みミカンを転がり落ちてしまったのだ。ミカンを拾い集めて助けてあげたところ、「売り物にならないからあげる」と言われた。

そのミカンを軽トラックに積みなおし、地元の京都に行って売ることにしたのだ。駅前など場所を変え、島の風景やつくり手のこだわりを伝えながら、路上販売を試みたところ、子どもを持つ主婦が多く

買い求めることが分かった。

そこで団地や保育園の近くに場所を変えて売ってみたところ、瞬く間に売り切れた。これがヒントになった。「ターゲットとなる顧客を絞り込み、商品の情報をしっかりと伝えることが重要だと気づいたんです」と古川さんは語る。

古川さんはアグリフードEXPOにもみずから栽培したレモンを携えて出展した。周りの出展者を見渡すと法人ばかりで、個人での出展は自分たちだけだった。出展費用や往復の交通費は当時としては大きな負担だったが、大手スーパーのバイヤーが興味を示してくれたことが自信となった。

古川さんの現在の経営は、レモンのハウス三棟（三〇畧）、露地ミカン三〇畧を主体に、四季折々の野菜を生産している。自分の生産した量だけではまかないきれず、近隣の五戸の農家にも委託生産の形で協力してもらっている。

### 株式会社化で信用得る

販売先はスーパー、飲食店、個人向けが中心で一〇〇%直接販売だ。もちろんレモンが主体で売り上げの六〇%を占める。

平成一九年には株式会社ブルー

レモンファームとして法人化を果たした。税理士からは「今の売り上げでは、メリットは薄い」と言われたが、スーパーなどと商売する上で信用面から株式会社化は必須だと考えていた。

とはいえ、国産レモン市場も産地間競争が激しい。和歌山、静岡などの産地も手塩にかけて育てており、品質面で差別化を図るには難しい状況だ。古川さんはバイヤーに売りたいと思わせるにはどうしたらよいか思案を重ねた。ほかの産地にはない付加価値は何かと考えたとき、われわれにはすばらしい岩城島の気候や風土がある。自信を持つて、岩城島を売り込めばよいという結論に達したのだ。

古川さんがバイヤーと電話をする時に心がけていることがあるという。「今日の岩城島はポカポカ陽気で暖かいですよ」、「海に沈む夕日は本当にきれいでした」といったように、今日、古川さんが見た岩城島の様子を話すのだ。

バイヤーは一度は岩城島を訪れており、古川さんの言葉に、今の岩城島を頭の中で思い浮かべてもらう。ちなみに、そうした工夫で付加価値を高めた古川さんのレモンは、都会のスーパーでは外国産レモン

の、実に六倍の価格で店頭に並び、消費者の支持を得ているという。

### NPOで就農希望者支援も

古川さんには二つの目標がある。一つは経営規模を拡大し、売り上げをさらに伸ばすこと。そしてもう一つが、自分たちに続く次の若い農家を育てることだ。

最近の農業ブームについて古川さんは「農業をやりたいという若者からの相談は多い。しかし人生をかけるくらい気持ちがないと参入の壁は乗り越えられない。中途半端な気持ちの若者には『君には無理だ』と率直に話す」という。

とはいえ、高齢化が進む岩城島の農業はこのままだと衰退の一途だ。島の再生には若者の定住が欠かせないと考えた古川さんは、平成二〇年、地元農業者や町と協力し「NPO法人豊かな食の島 岩城農村塾」を立ち上げた。若者の就農相談に応じるほか、農業研修で就農希望者をサポートするのだ。

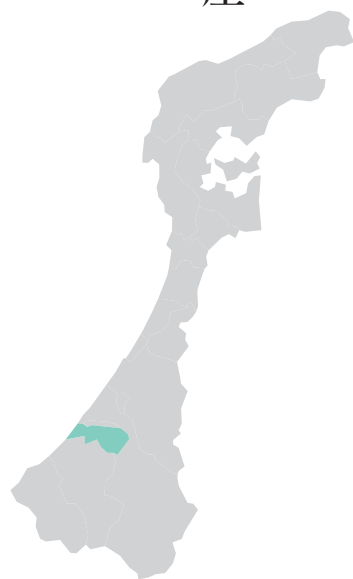
これからやってくる若者たちのためにも、「農業だけではなく、加工やアンテナショップにも取り組みたい」とブルーレモンファームの事業展開に古川さんの夢は膨らむ。F

（情報戦略部 錦織 秀二）

# 和多昇さん

石川県  
農事組合法人わだ農産

人材育成などで、地域底上げ  
ブランド米づくり経営も定評



天皇杯、日本農業大賞など、農業者にとつて最高の栄誉となる大賞を何度も受賞する石川県の農事組合法人わだ農産代表の和多昇さん。受賞理由が本業の稲作専門経営での規模拡大、自社ブランド米の開発と同時に人材育成、さらには地域社会づくりへの貢献であるのがとてもユニーク。人づくりや地域づくりによって地域の底上げを、という点が魅力だ。

## 「賞をもらい過ぎだ」と県知事

——和多さんの受賞パーティで、谷本石川県知事から冗談交じりに「キミは賞をもらい過ぎでないか」と言われたとか。

和多 そうなんです。もちろん、笑いながらの冗談発言です。私自身は賞をとるために農業経営しているわけ

ではありませんが、さまざまな取り組みが賞という形で、評価していただくのはうれしいです。

——稲作専門農家としての規模拡大などの実績もさることながら、受賞理由の中で人材育成や地域再生が高いポイント部分ですね。

和多 土づくり、人づくり、そして地域づくりによって、厳しい状況にある農村地域の底上げをしていきたいというのが私の生き方です。

——次代を担う農業人材の育成というのとはどんなことを？

和多 一五年ほど前に、現在のわだ農産の事務所ビルをつくった際、三階に宿泊して研修できる施設をつくりました。研修コースも一年、一カ月から二泊三日の短期のものまで、さまざまでした。

大事なことは、コメづくりや野菜生産などの現場での体験を通じて農業への理解を深めてもらうことです。農業の後継ぎを担う人には土づくりをはじめ、技術の修得なども重視しました。すでに全体で三〇〇人超の人たちが研修を経験し、そのネットワークができてきました。

## 霞ヶ関の官僚が研修第一号

——どんな人たちが、わだ農産の研修にチャレンジしたのですか。

和多 いま、霞ヶ関の国土交通省で幹部の審議官として活躍しているキヤリア官僚も研修卒業生の中にいます。その霞ヶ関官僚の人は、実は第一号なのですが、研修当時は農林水産省の若手で、稲刈りの最中の一カ月間の研修にチャレンジしました。第二号

は韓国からの研修生でした。最初から異色の人材ばかりの研修でした。

——国や県などからの研修委託も受け入れたのですか。

和多 現場での実地研修というと、われわれのような農業者がしっかりとした受け入れ態勢、研修メニューづくりなどをつくって対応する必要があります。私は、農業に愛着を持つ人たちが育てる人づくりが大事だと思っていましたので、自分から進んで研修施設をつくりました。国や県からの研修委託も、その延長線上で受け入れました。

——三〇〇人を超す研修生の中には農業後継者も多くいるのでしょうか？

和多 もちろんです。農業の後継ぎになる人たちだけでなく新規就農希望者の人もいます。



現場でコシヒカリの生育状況をチェックする和多さん

## 壊れた地域づくり直す

——地域づくりに関しても長い取り組みのようですね。

**和多** 人づくりと同時に、私のライフワークのテーマです。地元の旧辰口町は、いま能美市に併合されていますが、私は三五ある集落の一七集落で農地耕作を請け負っています。

高齢化で農業をやめていく人たちが増え、次第に集落営農は成り立たなくなり、地域社会が壊れ始めています。自分の使命はこうした壊れた

地域をつくり直すことだと思っているのです。

——農家である和多さんが取り組むのには負担も大きいのでは？

**和多** 行政、それに農業社会の中核にある農協が果すべき問題だと思います。とくに農協に関しては、私も役員就任を含め協力しているのですが、農協の現場に問題があります。幹部らが週一回、あるいは月一回でも専業農家などの現場を回っていれば、課題が何かつかめるはずですよ。

——和多さんは、地域づくりではどんな取り組みをされているのですか。  
**和多** いろいろなことに取り組んでいます。酒屋さんや建設会社、旅館業者などの人たちと互いに知恵を出し合って、地域おこしになるようなことをやるのです。

実は、その仲間たちのたまり場や事務所が必要になり、最近、うちのわだ農産近くの工場の建物を買い取りました。ここを拠点に、毎週集まって、プロジェクトを考えようとしています。その延長線上で能美市の里山ファン倶楽部とも協力連携しています。

——里山ファン倶楽部というのは？

**和多** 地元の能美市当局が里山を愛する市民やNPO、いろいろな団体などと一緒に地域づくりを進めるた

めに里山ファン倶楽部というのを組織化し、月四、五回、山菜とりやホタル見学会などのイベントやキノコの森づくり、エコロジーキャンプなど多彩なことをやっています。

われわれは、この倶楽部とも連携して、地域おこしなどに結びつくことをやってみようかと思うのです。

## 農地耕作請負で規模拡大

——後継者がいなくて事実上の耕作放棄地になっている田んぼを受託の形で耕作請負されておられますが、これも、地域支援の一環ですか。

**和多** そうです。田んぼを耕す人がいなくなつて集落がまとまりを欠いてしまうような事態になると、集落営農も、地域社会もクシの歯が抜けたようにボロボロになりかねません。歯止めをかけるには、われわれが進んで耕作請負するしかないのです。

——その受け皿として特定農業生産法人を立ち上げられた？

**和多** この生産法人は、高齢化や担い手がなくなつた農地を農地の所有者との話し合いによって耕作など管理を引き受けるためのもので、制度上、認められています。ある面で集落対策の一環で、それを活用しました。

——地域が壊れるのを防ぐために大きなバックアップとなりますが、同時

## Profile

わだ のぼる  
一九四八年石川県生まれ。六二歳。石川県立小松工業高校卒業後、二〇歳から農業に従事。モットーは「農地は地球の宝物。百年未来に地域貢献できる農業経営の確立をめざす」。

九年に石川県知事賞をきっかけに北陸農政局長賞、日本農業賞大賞、農林水産祭農産部門天皇杯などを受賞。二〇〇九年黄綬褒章受章。家族は妻と長男夫婦と長女。

## Data

農事組合法人わだ農産

一九九五年に石川県能美市に農事組合法人として設立。資本金は当初三〇〇万円、現在は九〇〇万円。代表理事は和多昇氏。役員三人と従業員を含め、全体で二人。年商 億円。経営面積は八〇ヘクタール。うち稲作五八ヘクタール。残りが大豆や大麦、野菜生産。自社ブランドのコメの直接販売、かきモチ、みその製造加工も手がける。

に、和多さんにとっては、稲作の規模拡大にも結びつきますね。

**和多** 確かにそのとおりです。わだ農産の耕作地はいま、八〇畝ですが、稲作は五八畝で、このうち自作地の三・五畝を除いた部分がこれら耕作請負の農地です。

ただ、この受託した農地が稲作経営の規模拡大につながるのは事実ですが、問題は、耕作請負の農地が点に置いてまとまりを欠き、点と点が線になるとか、面に発展するという状況にはすぐにならないのが辛いです。

——つまり、規模拡大のメリットが活かされない？

**和多** そうなんです。区画整理したり、ほかの隣接地と交換分合して、まとまった農地にすれば経営効率が上がります。しかし農地所有者の人たちは先祖伝来の土地だ、勝手なことをするなと認めてくれません。

## 土づくり、苗づくりで工夫

——和多さんは、その困難な状況を克服して自社ブランド米など、うまいコメづくりに取り組んでおられるのは、すごいことですね。

**和多** いまコシヒカリ、ミルキークイーン、ブレンド米、それにモチ米の四種類を生産していますが、ブレンド米に関しては、お客さまのニーズに応じ

て、コシヒカリとミルキークイーンを調合したりして、工夫をします。

——これら良質米の年間生産量が四五〇〇俵、キロ換算でいけば二七万と聞きましたが、コメ価格が値下がり傾向にある中で、市場流通にゆだねず独自ルートでやっておられる？

**和多** 販売に関しては石川県内と県外で、ちよど半々というところですが、店頭などでの直接販売が三〇%、宅配便などの業者を使った販売が三〇%、それに通信販売、あとは東京、大阪、京都、福岡などのスーパーへの産直ルートです。予約金をいただいて、おいしいブランド米などを予約販売するのがポイントです。

——うまいコメづくりの秘訣は企業秘密かもしれませんが、どんな所に気をつけておられるのですか。

**和多** たい肥を中心にした土づくりが一つですね。二〇歳のころに農業の先進地見学というところで、山形県に行った際、牛ふんや鶏ふんや米ぬかやワラ、大豆のクズなどを混ぜて発酵させたいろいろな肥の品評会があって、土壌改良に必死で取り組んでいて驚きました。

石川県では当時、化学肥料に頼っていて、たい肥のモトになるものはずべて捨ててしまったので、先進地農業から学ぶのはこれだ、と思いました。

——苗づくりでは省力化やコスト削減を図っておられるとか。

**和多** プール育苗もその一つです。田んぼにビニールを張って、一種のプールのような状態にして水を張り育苗するのですが、人を張り付ける必要がなくコストカットになります。

——種もみを直接、田んぼにまく直播きも積極的に導入されている？

**和多** 苗を育てて水田に移植する従来の方法は五八畝のうち四三畝で、直播きは一五畝です。やや専門的な話ですが、水稻の湛水型直播き栽培という手法も積極導入しています。

——株の植え方もちよつとした工夫で収量が大きく伸びたそうですね。

**和多** そうなんです。われわれ専業農家なりに、研究開発は重要なことです。大半の農家は収量をあげようと、坪あたりで植える株数を六〇から八〇株ぐらいにぎつしりと植えませんが、わだ農産の場合、三七、八株にとどめます。密植のリスクを回避することがポイントですが、この植え方によって、収量が大きく伸びました。

## 工業高卒の四男坊が念発起

——一般農家との間で植える株数の差がそれほど大きいのは驚きです。

**和多** 逆転の発想のようなものです。森の木も同じで、木が互いに栄養分を

奪い合ったりせず、太陽エネルギーの吸収を活発に行って育ちやすくするため、木の間隔を開けるべく間伐すると同じ理屈です。植える株数を少なくした方が、稲は栄養分をしっかりとって育ちます。

——天皇杯の受賞理由の中に、和多さんは一〇%当たりの労働時間が石川県平均の六〇%、生産費も県平均よりも三〇%の省力、低コストにしているとか。これは事実ですか。

**和多** 経営の効率化を図らないと専業農家は生き残れません。同時に、うまいコメづくりにこだわることです。

——和多さんはもともと四男一女の四男坊で、県立小松工業高校の卒業だったのに、農業にかかわられたのは意外な人生ですね。

**和多** うちが稲作経営が三代目で、長男が後を継ぐはずでしたが、小さいときにケガをして断念せざるを得ず、二男、三男を通り越して、私に回ってきたのです。工業高校卒ですし、建設機械大手の小松製作所(現コマツ)に行くつもりだったので、最初はイヤで、家出したりしましたが、すぐに連れ戻され、観念しました。そこで山形の先進地農業見学が刺激になって、やるならば徹底的にとがんばったといわけです。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)



「生きることは食べること」中米のハイチ共和国を舞台にした「ミラクルバナナ」という映画の中で書いたセリフです。私の世代でも平和な世の中で生まれ育つとそんな当たり前のことを忘れがちです。国の食がなくなるといふ事態に遭遇したことがないからかもしれません。取材やロケハンで撮影前に何度かハイチ共和国に入ったとき、独裁政治が破綻して無政府状態が続く首都ポルトープランスの穴ばこだらけの道路を進んでいくと、街は職にあふれた人々であふれかえり、生気のない表情で座っている人たちが目につきました。明日の食べ物を探す大人や子どもたちの姿も。日本の臨時大使館の数人と教会のシスター以外日本人が訪れることのないカリブの国は、やはり前評判通りの国だな、と思ったものです。しかし、何日か滞在しているとその思いに微妙な変化が生まれました。貧困故に山々の木を伐採し、山に緑がなくなつた首都から三、四時間車を走らせると、そこには田園が広がり、畑には野菜が青々と実っていました。ドボン、ドボンと橋から飛び込む子どもたちのそばで洗濯している女性の表情は随分と穏やかです。川岸の太木にはマンゴーが撓わに実っています。子どもたちの笑顔もコンクリートの瓦礫の中で座っていた人々の表情と正反対。みんな楽しそうです。陽が昇ると起き、沈むと寝るという電気も水道もなく医療も満足にない生活の中でも「食」の存在がこれほどの豊かな表情を人々につくらせるのだと実感しました。

そういえばホテルで飲んだマンゴージュースやサラダのおいしかったこと。カリブの太陽を浴びた野菜はどれも味が濃く「野菜の味」がしました。残念なことに大地震で世界最貧窮国の一つになってしまいました。ハイチの農家の人々は変わらない毎日を送っていると思います。

日本に帰り地方の山や田んぼ、畑の風景に涙が出ました。美しい日本の風景はかけがえない財産だと改めて痛感したのです。日本の美しい風景を残すことこそ人々が笑顔で暮らせる環境や文化伝統を守ることなんだと思っています。そんな日本の風景をこれからも映画にしていきたいと思っています。



映画監督・脚本家  
**錦織 良成**

にしこり よしなり  
1962年島根県生まれ。96年映画「BUGS」が東京国際ファンタスティック映画祭に正式出品され、映画監督デビュー。99年映画「守ってあげたい」の脚本・監督で一躍注目を集める。02年脚本・監督した映画「白い船」でミニシアター邦画作品部門の興行成績第1位を記録。05年ハイチを舞台にした「ミラクルバナナ」を公開。08年「うん、何?」(10年10月DVD発売)でホノルル国際映画祭優秀映画栄誉賞受賞。10年「RAILWAYS (レイルウェイズ)」49歳で電車の運転士になった男の物語—(主演:中井貴一・配給:松竹)は全国一斉ロードショーされた。同映画は10年10月DVDとブルーレイディスクが発売される。

## 生きることは食べること

酪農

# 品川 文隆

(七〇歳)



●しながわ ふみたか●  
一九四〇年群馬県生まれ。六五年父の酪農経営に従事するかたちで就農。九四年有限会社品川牧場を設立し、現在、有限会社品川牧場代表取締役、群馬県第一酪農業協同組合連合会代表理事会長、群馬中央酪農業協同組合代表理事組合長、群馬県牛乳販売農業協同組合連合会理事。  
<http://www.shinagawa-farm.com/>

## 若

い頃は父の酪農を継ぐ気はなく、土木作業などの職を転々としました。少しずつ貯めた資金を元手に運送業を営んだりもしましたが、次男の誕生を機に決断し就農しました。三三年前の一九六五年のことです。

今でこそ、搾乳牛八三〇頭の企業酪農と呼ばれる規模となりましたが、その歩みは本当に牛歩のようでした。コツコツと牧草地を買い進め、牛を増やしていきましたが、九四年に法人化した時点では、搾乳牛が八〇頭ほど。妻と二人で十分にまかなえる規模でした。

転機が訪れたのは一九九七年、長男が就農した時です。この規模では長男ともども食べていくことはできないと感じたのです。そこで、この時に、一気に二〇〇頭に増やしました。

翌年、〇二年には次男も就農することになり、さらに五〇〇頭へと拡大しました。息子たちの就農が企業酪農を目指すきっかけとなったのです。

企業酪農にとっては、どうしたら多くの牛たちにス

トレスを与えず、良質な牛乳をたくさん出してもらえる環境を整えるかが、最も重要なテーマです。このため、品川牧場では、それに必要な設備や環境対策に早くから取り組み、手を打ってきました。

九三年にはフリーストール牛舎とミルクングパーラーを導入しました。フリーストール牛舎とは牛をつながずに自由に歩きまわれる牛舎のことで、ここで育て、搾乳の時間になると牛がみずからミルクングパーラーという搾乳できる場所に入ってきて搾乳を行い、終わるとまた牛舎に戻っていくというものです。

これによって乳質や乳量の向上とともに、搾乳作業の効率化に成功しました。今では五〇〇頭規模のフリーストール牛舎を二棟、関東圏では初めてロータリーパーラーも完備しました。

また、搾乳牛にIDタグを装着し、乳量、乳伝導率、歩数などのデータを管理しています。哺育牛に関しても自動哺乳ロボットを設置し、それぞれの子牛にあわせたミルク給与で発育の促進を図っています。

そして、長年こだわり続けてきたのが自家育成です。酪農では妊娠した牛を導入するのが一般的ですが、品川牧場では、優秀な雄のホルスタインを少数厳選し、その精子を血統登録済の乳牛に人工授精させることで、泌乳能力があるだけではなく、穏やかな気性の搾乳牛を計画的に生産しています。

こうした取り組みによって品川牧場の一頭当たりの年間平均乳量は、一万二〇〇〇～一万二〇〇〇キを維持しています。

しかし日本の酪農を取り巻く情勢は年々厳しくなり、酪農家の高齢化、廃業が進んでいます。小規模農家の淘汰はこれからも止まらないでしょう。群馬県内の酪農家も、以前は七〇〇〇戸いましたが、現在は一〇分の一の七〇〇戸です。

仲間が少なくなるのは、さみしいことです。そして、仲間が少なくなるといことは、われわれの声が政治や行政に届きにくくなるということでもあります。これは業界にとって、大きな課題です。

現在、乳業メーカーとの生乳の取引は、複数の都府県を管轄する広域指定団体が一括して行っています。その昔は、個々の農協や酪農組合が乳業メーカーと直

接取引をしていました。流通の合理化を図るために設けられた措置でメリットも多いのですが、一方で、乳業メーカーとの距離も随分遠くなりました。

いま大手乳業メーカーの幹部として活躍されている方々は、若い頃、現場にもよく足を運んでくれました。対立する場面もありましたが、心の中ではお互い通じ合うものがありました。酪農家と乳業メーカーが一体となり、品質の良い牛乳づくりに取り組む体制を再構築していくことが望まれます。

しかし、悲観することはありません。若い酪農家たちは頼もしく、酪農業界をさらに発展させてくれるものと期待しています。

二人の息子にも、あまり口出しはせず、極力任せることで育ててきました。失敗もありましたが、それぞれの創意工夫で品川牧場の発展に貢献してくれています。来期には、さらに一步身を引き、二人に任せていくつもりです。

最後となりましたが、口蹄疫の被害にあわれた宮崎県の農家の皆さまに心からお見舞い申し上げます。同じ畜産経営者として、ご心痛のほどいかばかりかと拝察いたします。一日も早い産地復興をお祈り申し上げます。



品質良い牛乳づくりのため、酪農家とメーカーとの体制再構築が必要だ。



# 県内一丸で六次産業化スクール 新たな食農産業の担い手を育成

山形県山形市

フィデア総合研究所 主席研究員

加藤和徳

## 受講生の熱気に支えられて

「農産物を『つくりたい』という思いに突き動かされ六年前に脱サラして農業に入ったが、今は『つなぎたい』『売りたい』という気持ちが強くなっている。農業で『つくること』は『売ること』だ。そのためのスキルを学びたい」。

「自分の尻は自分でたたくしかない。まずは自分からアクションを起こし、人とつながり、そこでいただくエネルギーを原動力として、再び相手に還元するビジネスサイクルをつくっていきたい」。

これはいずれも、今年平成二三年の七月七日にスタートした『やまがた6次産業ビジネス・スクール』（以下、スクール）開校式での、受講生のあいさつの一節です。

スクールは今年で二期目を迎えますが、今年度の受講生は総勢五一人。最年少の二四歳から最高齢は六五歳まで、全員が現役の職業人です。職種

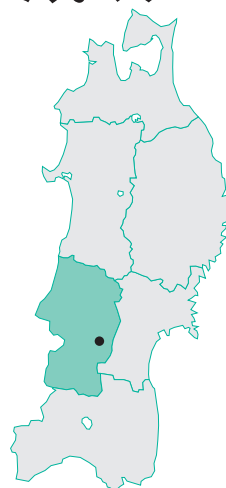
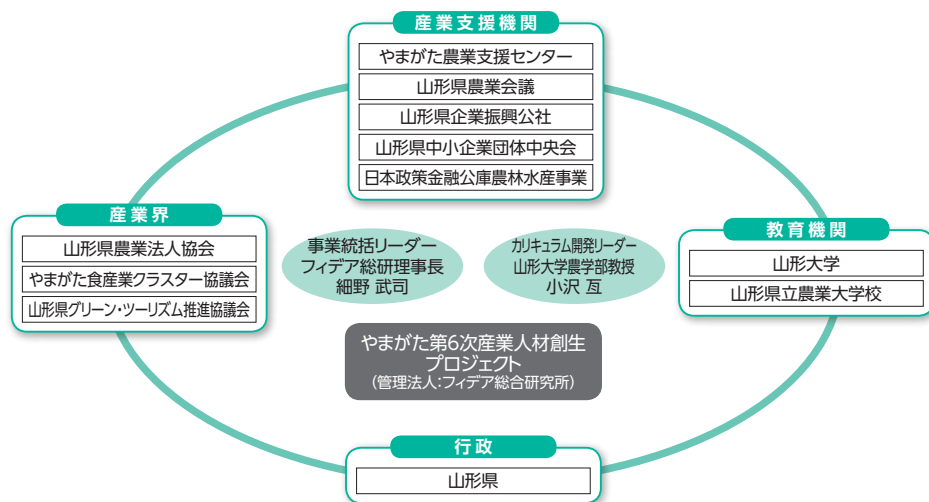
は、農業者をはじめ会社経営者、会社員、行政・団体職員、自営業者など実に多様で、山形県内全域から参加しています。

スクールのカリキュラムは「夏期コース」「冬期コース」に分かれており、期間は七月から二三年二月まで。主に水曜日を中心として毎週二〜三回のペースで一日四時間程度の講義（実習、視察を含む）を行います。受講生は自身のビジネスプラン作成を中心に、「経営管理」や「マーケティング」「財務会計」などの科目について、年間二〇時間以上の受講を目指します。

当初は「これほどハードなカリキュラムを、仕事を抱える社会人の受講生がこなされるだろうか」との不安もありました。しかし、それはまったくの杞憂（きゆう）でした。昨年は四六人の受講生でスタートして、最終的に三六人が修了しました。修了者の中にはすでに設備投資を完了し、新しいビジネスに着手している人もいます。

また、二二年度も受講したが、今年度も引き続

図1 「やまがた6次産業ビジネス・スクール」実施体制



## profile

加藤 和徳 かとう かずのり

1955年山形県金山町生まれ。73年荘内銀行入社。97年7月富士銀行(現みずほ銀行)事業調査室に転出。98年4月荘銀総合研究所(現フィデア総合研究所)設立と同時に、同社に転出。2005年7月より現職。

専門は、地域福祉・医療、六次産業化による地域づくりなど。

◆フィデア総合研究所  
住所:〒990-0043山形市本町1-4-21 荘銀山形ビル8階  
電話:023-626-9017  
※荘内銀行と北都銀行の経営統合により2010年7月より社名変更

### やまがた6次産業人材創生プロジェクト

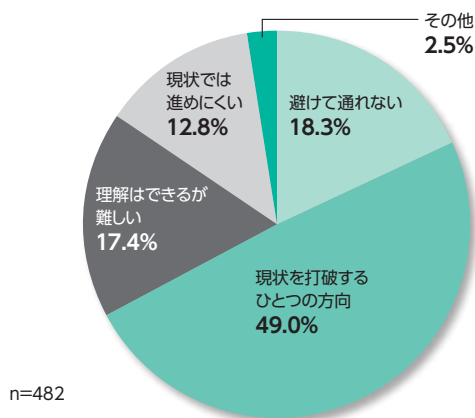
2008年より経済産業省の支援を受けて、県内の高等教育機関や行政、産業支援機関がコンソーシアムを組織し、活動を開始。09年に「やまがた6次産業ビジネス・スクール」を開校。農業経営者や六次産業への参入を目指す企業経営者などを対象に、企画力や経営感覚を養成し、将来、農商工連携や六次産業化の中核を担う人材を育成することを目指している。

## 立場は違えてプロはひとつ

き受講して、能力にさらに磨きをかけて次の経営ステップに備えたい、という人も一九人います。このように前向きで意欲的な受講生の姿は、スタッフにとって、事業の立ち上げ判断に間違いがなかったという自信につながると同時に、事業を推し進めるための大きな勇気を与えてくれます。

このプロジェクトは、もともと二〇年に経済産業省の「人材育成パートナーシップ事業」の委託を受けてスタートしたものです。二〇年度はカリキュラム作成や体制づくりなどの準備を進め、二一年度は実証講義(一期目の開校)にこぎつけました。そして、開校二期目の今年は、全国中小企業団体中央会の支援をいただいで実施してい

図2 六次産業化を進めていくことについてどう思うか(農業者)



調査対象先:県内の認定農業者、生産法人など、1740先  
有効回答数:496先 実施時期:2008年11月~12月

ます。

運営体制は、図1に示すように、フィデア総合研究所が管理法人として事務局機能を担い、山形大学などの教育機関、山形県、農業支援センター、農業会議、日本政策金融公庫山形支店農林水産事業などの産業支援機関、農業法人協会など、県内の多くの機関・団体が、それぞれの役割を担い、主体的・積極的に参画しています。

このように県内の主要な機関が丸となって人材育成を推し進める事例は、全国的にもまれなのではないのでしょうか。

事業のスタート段階では、公募締め切りまでの日時が限られている中で、各機関への協力の呼びかけに奔走しましたが、参画の承諾を得るまでにそれほど多くの時間や労力を要しませんでした。

各機関に出向いて事業の目的や概要を話すだけで、打てば響くがごとくに、賛同を得ることができました。各担当者とも農業の現状に対する危機感や、県内で新たな産業を育成したいという思いを、共に強く抱いていたのです。

特に、講義の中心を担う山形大学の先生方からはボランティアな協力をいただきました。また、二二年度からは山形大学との間で「履修証明プログラムの実施に関する覚書」を取り交わすことによって、所定の時間を履修し合格した受講生には、山形大学学長名での履修証明書が交付されることになりました。これは、事業にいい意味での「重み」を持たせるものとなりました。

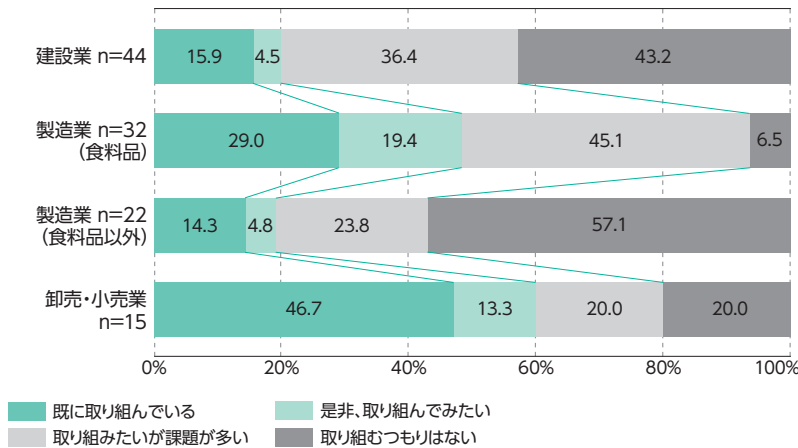
## 農業者も六次産業化へ高い関心

最近「六次産業化」という言葉もメディアなどに頻繁に登場するようになりましたが、事業をスタートした二〇年の夏ごろは、行政でも「農業の総合産業化」という表現を用いており、「六次産業化」という言葉はまだあまり一般的ではありませんでした。そこで、カリキュラムの開発に先立ち、六次産業に関する県内のニーズを探るため、認定農業者や県内企業に対してアンケート調査を実施しました。

その結果、図2に示すように、農業者の一八・三%が六次産業化は「避けて通れない」と考えているほか、約半数の人が「現状を打破するひとつの方向」と回答しています。

この二つの回答を合わせると約六七%で、半数以上の人が六次産業化を肯定的に捉えています。この結果は我々の予想を大きく上回るもので

図3 六次産業化に対する取り組みの意向（企業・業種別）



調査対象先: 県内の建設業者、食料メーカーなど 358先  
有効回答数: 127先 実施時期: 2008年11月～12月

した。私たちの想像を超えて、すでに多くの農業者が「六次産業化を農業の将来に展望を開くビジネスモデル」と受け止めていたのです。

一方、企業の「六次産業に対する取り組みの意向」を業種別にみると(図3)、「既に取り組んでいる」「ぜひ、取り組んでみたい」「取り組みたいが課題が多い」を合わせた割合では、建設業では五・八％、食品製造業では九三・五％、卸・小売業では八〇％に達しており、企業の参入意欲も非常に高いことがうかがえます。

これらの調査結果は、事業の先行きに期待を抱かせるものであり、スタッフ一同にとって大きな



21年度修了式(修了証の授与)

### 継続こそ地域活性化の源泉

励みになりました。スクール開校に向けて、まさに地域の機運は熟していたのです。

二三年三月三日には、複数の講師陣が出席し、第一期生のビジネスプラン発表会を開催しました。今後は、彼らがスクールで学んだ知識を生かして、それぞれのプランを具現化し現実の事業として展開していくことが求められます。スクール修了後も彼らの事業化を支援するための組織として、仮称ですが「やまがた6次産業支援機構」の設立についても現在検討を進めています。

山形県では、農林水産業の活性化を図るため、約二〇〇億円の現在の農業生産額を、二四年までに一・五倍にあたる三〇〇億円に拡大する目標を掲げています。その具体的なプランとして二一年一月には『農林水産業元気再生戦略』が公表されました。そのポイントは、生産力の向上、付加価値の増大、そして販売力の強化です。しかし、この目標の達成も、経営力やマネジメント力に優れた六次産業の担い手が地域に存在すればこそ可能になります。

これから地域が発展していくためには、地域外の資金や企業に頼るばかりではなく、地元で有能な六次産業の担い手を育成し、内発的な産業を興していくことが大切になります。そのためにも、今後のスクールの運営においては、資金的な裏付け、人的な手当も含めて、地域内で自律的に、継続して開校していける仕組みをつくり上げていく必要があります。

スクールをこれから五年ないしは一〇年間継続して開校し、毎年四〇名程度の修了生を輩出していけば、五年で二〇〇人、一〇年で四〇〇人の経営力やマネジメント力を持つ六次産業の担い手が県内各地に生まれることになります。

さらに修了生のネットワーク化を図り、関係機関の横断的な協力体制によって修了生のビジネス化を継続的にサポートしていけば、地域産業の大きな推進力となるに違いありません。

山形県内で果たしてそのような体制をつくり上げることができるかどうか。これから、いよいよプロジェクトの真価が問われる正念場を迎えることになります。

# 『農業で利益を出し続ける7つのルール』

澤浦彰治著



(ダイヤモンド社・1,575円 税込)

## 変えてはいけない志と 変えなければいけない経営

青木宏高

(NPO法人「良い食材を伝える会」理事)

農業者が書いた本といえば農家の入門書や成功物語が多い。農業者の澤浦さんが書いた本なのだから、さしずめそのような内容なのかと思えるのだが、家族の農業から社員を雇用する企業農業に形を変え、年商二〇億円のビジネスに仕立てた「経営」に視点を当てているところが、異色である。

また、本書には「成功する人と成功しない人の差は何か」、「農業を続けられる人と辞めてしまう人の差は何か」という生き方の「根っこ」を解き明かすところもなかなか興味をそそる。

農業者には、自分の作った農産物に自分で値札をつけたいという思いがある。農業にあつては流通や小売のサイドが価格支配をしてきた長い歴史があり、値札は長年の夢である。

澤浦さんの取引先の一つに大手のファストフードがある。毎日の出荷量が決められているので、約束した生産は絶対的な条件になる。大雨や台風を言い訳にできない。自然を相手にした農業では極めてきびしい条件になる。ただ、この高いハードルをクリアすれば、価格決定に大きく関与することができると。昨年も新しく農業を始めた人が増えた。新規参入に対する法的な規制が緩和され、農家になるのも容易になった。澤浦さんのところにも、こうした志望者がやってくる。澤浦さんも農家希望者を研修生として受け入れ、積極的に新人農家を育成し自立を促す。数年後には、独立を支援する。いわば「のれん分け」のような関係を結び、産地間提携が生まれている。

各地に巣立った「のれん分け」農家が、澤浦さんを支える通年による安定出荷の基盤を築いている。このシステムこそ「自分で値札を」という澤浦流創意の一つである。ちなみに、のれん分け農家の方も、販路確保をメリットに四〇〇〇万円を売り上げる農業を可能にしている。

「成功する人と成功しない人の差は何か」。また、「農業を続けられる人と辞めてしまう人の差は何か」。ハタと膝を打つ。答えは意外にも単純なことだ。「仕事に対する志があり、未来投資費がある利益を出し、経営として成り立たせる」ことであった。変えてはいけない農業の志と、変えなければいけない経営ということである。

従来の農業とは遠いところにあった「価格を決める」経営が、農業を変えている。

F

読まれています 三省堂書店農水省売店 (平成22年8月20日～平成22年9月19日・価格は税込み)

| タイトル                           | 著者      | 出版社       | 定価     |
|--------------------------------|---------|-----------|--------|
| 1 米生産調整の経済分析                   | 荒幡 克己/著 | 農林統計出版    | 5,670円 |
| 2 ほんとうの野菜は緑が薄い                 | 川名 秀郎/著 | 日本経済新聞出版社 | 893円   |
| 3 「食料自給率」の罨                    | 川島 博之/著 | 朝日新聞出版    | 1,575円 |
| 4 生物多様性とは何か                    | 井田 徹治/著 | 岩波書店      | 756円   |
| 5 日本は世界5位の農業大国                 | 浅川 芳裕/著 | 講談社       | 880円   |
| 6 さよならニッポン農業                   | 神門 善久/著 | NHK出版     | 735円   |
| 7 平成22年版食料・農業・農村白書             | 農林水産省/編 | 佐伯印刷      | 2,000円 |
| 8 現代日本農業の政策過程                  | 本間 正義/著 | 慶應義塾大学出版会 | 3,990円 |
| 9 農林水産省統合交付金要綱要領集              |         | 大成出版社     | 7,140円 |
| 10 史上最強カラー図解 プロが教える農業のすべてがわかる本 | 八木 宏典/著 | ナツメ社      | 1,575円 |

# 東北の原石を もつと活かせ

日本政策金融公庫（日本公庫）仙台支店はさる七月一三、一四日の両日、仙台支店内で「JFCC商談会 in 仙台」と銘打った商談会を開催したところ、それぞれの参加者から「今後のビジネスに広がりを感じさせる濃密なイベントだった」と高い評価を得ました。

今年一月にも同様の商談会を開催したところ好評だったことから、規模を拡大して今回二回目の開催となったものです。

## バイヤーと生産者が率直交流

今回のイベントの目的は三つです。一つはお客さまの販売促進支援、二つ目は売る側、買う側双方にとって今後のビジネス拡大に結び付く要望、助言を率直に語り合う場にあることです。

そして三つ目は、日本公庫がお客さまに対し、商品づくりの企画、着眼点、セールスポイントなどを網

羅した販促ノウハウ集を提供することでした。

商談会にお招きしたのは、大手スーパーなど三社のバイヤー、それに仙台支店のお客さまから農業生産者や食品加工業者、水産関係事業者など四一者です。

このうちバイヤーは高所得者向け店舗も有し、首都圏に一〇〇店舗を展開するスーパーの「東急ストア」、有機野菜などのネット宅配を手がける「オイシックス」、宮崎でこだわりのある商品での展開を図っているスーパー「ハットリー」の三社の商品企画責任者でした。

四ブースに分けられた会場で、七〇件もの商談が行われ、農家などが一者ごと約三〇分で商品の魅力を積極的にアピール、バイヤーからは最近の消費者ニーズの説明や目立つための製品包装の改善点などの指摘を受けたりしました。

参加されたお客さまからは、「助

言を受けて、次につながる商談会だった」、「首都圏で増える単身世帯向けに、手間の省ける包装の必要性を痛感した」との声をいただきました。

成約につながった商談がいろいろあります。多くはまだ商品化に向けて協議継続中ながら、いずれもこれまでにない手応えがある、との声が聞かれます。

東北農政局と宮城県からも、今後、各種商談会やマッチングなどの企画・運営の参考にしたいと視察があつたのもうれしい話です。東京にアンテナショップを置く場合も立地が重要といった声、また宮崎のハットリーから「宮一宮（宮城一宮崎）連携で何かやれるとよいですね」というアイデアも出されました。

## 生産者ごとのイベントの数々

しかし、生産者や加工業者のお客さまにとっての最大の収穫は、東北・宮城の商品の強みや弱みは何か、商品売り込むための味や鮮度、安全性などの取り組みやプロモーションはどうすればいいかなどの点について、商談の場やその後バイヤーからいただいたアンケート結果を通して、商品の開発・販売していく上でのヒントがいろいろ

得られたことでした。

そこで、全国の農業や漁業の生産者、食品加工業者などの方々にとってヒントになる点を、いくつかご紹介しましょう。まずは商品についての見方の差です。

生産者側は自信をもって「味がよい」「安全性に信頼がおける」でした。

ところがバイヤー側は「味がよい」「安全性に信頼がおける」というのは当たり前のこと。むしろ味の裏づけなどの商品コンセプト、さらに味以外にほかの生産者、地域と比べた特徴や付加価値があるのかと、一歩踏み込んだ内容が重要だと強調した点です。

また、価格は必ずしも安い必要はなく、納得できる値ごろ感であるかどうか重要とのアドバイス



自慢の商品に対して、バイヤーからアドバイスも

もありました。多店舗展開するスーパーでは、急な要望、たとえば追加の注文への対応が可能かどうか、あるいはクレーム対応にどこまで応じられるかといった点も重要視されるようです。

### 商品の強み・弱み見極めを

次に、東北・宮城の強みと弱みに関して、バイヤー側の問題指摘は、東北のもつイメージは「自然に恵まれている」、「祭り」と農産物があること」が強みの半面、東北の食材は知名度が低く、立地のイメージを商品や食材のイメージにどうくつつけるかが課題だという指摘です。

特に宮城については、「消費地である関東圏に近い」、「仙台は住みやすい都市である」、「良質の食材が集まってくる」といったイメージがありました。

しかし、その一方で「独自性に欠ける」、「アピール性や話題性に乏しい」、「また食材についても、「素材はよいが加工品があまりない」「加工度が低い」「包丁を持っていない家庭が増える中、簡便な商品がない」との指摘がバイヤー側から出ていました。要は、よい食材を使った加工度の高い独自商品の開発が必

要というのが生産者や加工業者の受け止め方でした。

### 食材のよさわかる工夫必要

これらの結果、ある程度、結論付けることができるのは、東北の商品を首都圏など大都市圏に売るためには、まず自分の商品の強み部分をよく知り、よその商品も食べてみるなどして、よその商品との違いは何か、強みは何か、どこがよいのかをしつかり説明できなければならぬ、ということでした。

また、バイヤー側のアドバイスでは大都市では単身世帯が増えそれら向けのニーズが高いなど、販売の現場で何が起きているのかを知ること、これらも必要であること、これらの点を踏まえた商品づくりに当たって、食材のよさが分かるような工夫とか、東北の文化がイメージできるといふものにすることもポイントだ、という指摘でした。

最後に、「東北には原石がいっぱいある。それなのに活かしきれていないのはもったいない。北海道や九州のものは知れ渡っているが、まだ知られていない東北に期待している」と、バイヤーから東北の生産者や加工業者へ熱いエールが送られました。

(仙台支店)

### 村田漁業の先行例が参考に

今年一月に行った商談会でのバイヤーのアドバイスをヒントに、宮城県気仙沼市の村田漁業株式会社は商品化して販売にこぎつけました。専務の村田悦子さんの発案で「村田家の食卓シリーズ」と銘打って漬<sup>づ</sup>け井<sup>ど</sup>の具やイカの煮物、サンマの佃煮などの商品開発・製造を行っています。村田さんによると、一月の商談会では、村田漁業の商品には漁師の味というコンセプトが感じられ評価できるとされ、価格交渉の商談を経て成約となったそうです。

### バイヤーは「漁師の味」評価

その「漁師の味」というのは、前浜でとれた魚を使った家庭の味が特徴で、村田漁業は見た目のよさにもこだわりを持たせるように努力したからでないかと村田さんは述べています。

村田さんは、商談成約後もバイヤーのアドバイスを受け入れて、お客がどのような商品を探めているのかニーズを独自に探

ると同時に、インターネットなどを通じてどんな商品が流行っているのかも調べるようになりました。まさにマーケットリサーチです。

村田漁業は、そうしたさまざまなルートで得たお客のニーズに関する情報をヒントに、今では盛んに商品開発を進めています。また手づくりが特徴のため大量生産に追いつかず四苦八苦することもありますが、その経験から自社の生産体制にあった取引先を選ぶことも必要だと実感しています。

「商談会はプラスでした。今後はマグロを使った、手軽に食べられる商品も開発し、多くの人に食べてもらいたいです」と村田さんは意欲を燃やしています。



商談会で納品が決まったこだわりの品々

## 中国三県農林水産 金融懇談会開催

日本公庫農林水産事業は、七月二〇日、岡山県、広島県、山口県の中国三県の農業者が集う「中国三県農林水産金融懇談会 平成二二年度交流会」を広島市内で開催しました。

講演会では、丸紅株式会社経済研究所代表の柴田明夫氏より「太陽系産業として農業を見直せ」と題して講演がありました。

その後行われた商品展示会では、きのこ、かき加工、豆菓子製造業、乳製品製造業などのお客さまからそれぞれ自慢の商品のプレゼンテーションがあり、活発な交流をはかりました。

第六回目となる今回は、一五六名が参加し大盛況のうちに幕を閉じました。

(岡山支店)



展示会では試食も行われ、会場は活気づいた

## 津支店で 「農産物試供会」を開催

日本公庫津支店は、七月二六日、県内の農畜産業、食品製造業、飲食店、スーパー、ホテルなどが参加する「第一回農産物試供会」を開催しました。

農畜産業者が、みずから生産する豚肉やミニトマトをその場で提供しながら、その生産過程、品質の特徴などについてプレゼンテーションし、試食とともに需要者側と意見交換を行いました。

終了後も、「商談を進めたい」という声が複数聞かれ、マッチングの具体的な成果が期待できます。

また、「提供される農畜産物の幅を広げてほしい」、「このような情報交換の場がもっとほしい」といった要望も寄せられました。

(津支店)



生産者と需要者で活発な意見交換がされた

## 10月1日から無利子の農業改良資金は日本公庫が融資します

農業者のみなさまのチャレンジを無利子資金で応援します。

- 法律改正により、これまで都道府県が融資していた農業改良資金は、10月から日本公庫が融資することとなりました。
- 借入のご相談、手続きについては、日本公庫各支店農林水産事業（公庫資金を取扱う農協等の金融機関）または都道府県までお問い合わせください。

### 【農業改良資金の概要】

|                                                    |                                                                                              |                     |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| お借入の条件                                             | 金利                                                                                           | 無利子                 |
|                                                    | 償還期限                                                                                         | 10年以内（うち据置期間3年以内）   |
|                                                    | ※一部12年以内（5年以内）の特例があります。                                                                      |                     |
|                                                    | 限度額                                                                                          | 個人1,800万円 法人5,000万円 |
| ※下記のご利用いただける方のうち①③の方は、必要額の8割に相当する額と上記の額のいずれか低い額です。 |                                                                                              |                     |
| ご利用いただける方                                          | ①主業農業者<br>②認定農業者<br>③認定就農者 など                                                                |                     |
| 資金の使いみち                                            | ①新たな農業部門の経営を始める<br>②新たな加工の事業を始める<br>③新たな生産方式を導入する<br>④新たな販売方式を導入する場合の設備資金、家畜購入資金等にご利用いただけます。 |                     |

必要な手続き：都道府県の農業改良措置の認定を受ける必要があります。（公庫による融資審査の手続きもあります）

# みんなの広場

◆ 零細漁家の多い日本で、高齢化、後継者難を解決する方法の一つとして、「未利用魚の活用」があります。

しかし、主婦の有職化が進む中、家庭において魚を調理することを期待することは、時代への逆行ともいえましよう。

「生食魚偏重」の日本から海外へ目を転ずれば、おいしい魚料理がたくさんあり、日本人旅行者にも大人気です。たとえば、グイヤーベスやテリーヌ、フィッシュスーパ、マリネなどが挙げられます。

未利用魚活用の余地は十分にありません。新しい水産物需要の掘り起こしと産地振興に、国も企業も今こそ取り組んでいただきたいです。

(神奈川県・七〇歳・崎浦利之)

◆ 八月号特集「農業は成長産業になるか」は、再度の特集化を期待しています。

今回は、農業の工業的側面、つまり大量生産による効率化の側面からのアプローチに主眼が置かれていました。

しかし、食料・食料には、いのちを養うという質的側面も重要です。しかも、この分野の方が、経済的な付加価値も大きく、産業とし

ての経済効果もあります。

同時に、欧米で高く評価されている「マクロビオティクス」なる食事の源流は日本古来の精進料理に由来します。

この分野こそ、日本農業が世界に貢献できると拝察します。

(鹿児島県・七三歳・吉見満雄)

◆ 日本政策金融公庫が主催する会合に以前出席したところ、本誌AFCフォーラムが毎月届くようになり、ときどき気になる記事を読んでいます。

七月号の特集「食料自給率五〇%の選択肢」に関しては、特に興味深く読ませていただきました。

食料自給率の問題の難しさも、このように多面的な切り口で語られると分かりやすく、少し理解できました。

それにしても欧米の自給率の高さが、国の手厚い支援によるものとは驚きでした。

また、かけ声の「自給率を上げなければ」という運動については、今後の外れにならないよう注意が肝要だと消費者の立場として思います。

農水省にはもっと的確な目で判断してほしいと願います。

(東京都・六二歳・渡辺千賀子)

## 編集後記

◆ 最新の農林業センサスによると、日本の農業就業人口は五年前の前回調査より七五万人減少し、就業人口の平均年齢は初めて六五歳を越えたそうです。「数より質」「平均値に意味はない」という声もありますが、戦後蓄積されてきた農業の知的財産が失われることなく、次の世代にしっかりと引き継がれることが重要です。

(錦織)

◆ アフリカでは「お年寄りがひとり亡くなると図書館がひとつなくなる」ということわざがあるそうです。日本農業の「知的財産」もまさしく先人たちの知恵。老人の方が不明になっている事件もおきている今、お年寄りや先輩を大事にしていきたいと思います。

(十文字)

◆ 農と食の邂逅の関塚直子さんにお会いしました。目をキラキラさせながらお話されるその姿をみて、ベリーへの情熱と愛情を強く感じました。お店などでブルーベリーを見かけるたび、あの濃厚ブルーベリージュースと関塚さんのまぶしい笑顔を思い出します。

(片岡)

### みんなの広場へのご意見募集

本誌への感想や農林漁業の発展に向けたご意見などを同封の読者アンケートにてお寄せください。みんなの広場に掲載します。

〒二〇〇〇〇〇四

東京都千代田区大手町一九一三

日本政策金融公庫

農林水産事業本部

AFCフォーラム編集部

(FAX) 〇三―三三七〇―三三三〇

でも受け付けます)

## AFCフォーラム

### 編集

能登 謙一 錦織 秀一  
荻山 能敬 片岡 千里  
十文字みなみ

### 編集協力

青木 宏高 牧野 義司

### 発行

(株)日本政策金融公庫 農林水産事業本部  
Tel. 03(3270)2268  
Fax. 03(3270)2350  
E-mail info@afc.jfc.go.jp  
ホームページ http://www.afc.jfc.go.jp

### 販売

(財)農林統計協会  
〒153-0064 東京都目黒区下目黒3-9-13  
目黒・炭やビル  
Tel. 03(3492)2987  
Fax. 03(3492)2942  
E-mail publish@aafs.or.jp  
ホームページ http://www.aafs.or.jp

### 定価 500円(税込)

### 印刷 凸版印刷株式会社

### ◆ご意見、ご提案をお待ちしております。

◆ 巻末の児童画は全国土地改良事業団体連合会主催の「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展の入賞作品です。

## 次代に活かす知的財産力



『稲かり』西岡 麗 高知市立春野東小学校

■AFCフォーラム 平成22年10月1日発行(毎月1回1日発行)第58巻7号(722号)  
 ■発行/(株)日本政策金融公庫 農林水産事業本部 〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-3 Tel.03(3270)2268  
 ■販売/財団法人 農林統計協会 〒153-0064 東京都目黒区下目黒3-9-13 Tel.03(3492)2987 ■定価500円 本体価格476円