

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

3

2011

特集 無限に広げる日本の「お米」



特集

無限に広げる日本の「お米」

3 米関連ビジネスの需要掘り起こしに勝機

木附 誠一

生活スタイルとともに食も多様化している。米の需要拡大が期待される商品とはどのようなものか。独自の調査によるデータを元に消費者の動向を探る。

7 一兆円産業も夢ではない米粉ビジネス

萩田 敏

パンをはじめ米粉は食卓に定着し始めた。50万トンの米粉生産を政府も掲げ後押しする中、ビジネスチャンスが大きく広がってきている。

11 先行きに期待持てる米の品種開発

後藤 明俊

消費者のニーズに合わせた新品種開発により米離れに歯止めをかけることができるか。米開発の現場から最新の研究状況を紹介する。

情報戦略レポート

15 消費者調査でみた食の志向 節約疲れ鮮明 中食・外食増

経営紹介

経営紹介

23 新規就農者として挑戦 有機農業で経営を確立／北海道

はるか農園

法学部卒業後サラリーマンになるが、本をきっかけに一転、就農を目指す。反対も振り切り、自然農法にこだわり続けた。今、有機栽培で「青汁」向けのケールを生産し、搾りかすは鶏のえさにしている。目指していた自然循環型農業はようやく軌道に乗り始めた。

変革は人にあり

27 佐藤 正志／新潟県

新潟ゆうき株式会社

新潟ゆうき株式会社の米は選別された粒ぞろいのコシヒカリ。一等米の評価を得て、高価格で取引されている。年商1億8000万円の背景には佐藤社長の本田技研工業で培った「経営の手法」があった。



撮影：森田 敏隆

長野県安曇野市
2010年5月撮影

芽吹きの大玉わさび農場

■残雪の北アルプス連山を望む安曇野盆地、犀川沿いの林は芽吹きさいがわの季節を迎え、ニセアカシアやポプラの並木がまぶしく輝く風薫る季節。名水百選に選定された湧水で栽培されているワサビにも白い花が咲き、彩りを添えてすがすがしい季節を迎えている■

シリーズ・その他

観天望気

小さな生き物にも言わせて!! 大野 照夫 …… 2

農と食の邂逅

農業生産法人有限会社アグリ山崎 山崎 美穂 …… 19

耳よりの話 108

肥料の自給力向上 木村 武 …… 22

主張・多論百出

JA全農あきた 杉山 昌史 …… 25

フォーラムエッセイ

虫を撮る 海野 和男 …… 30

まちづくり むらづくり

地域貢献型の集落営農で農業・農村を活性化 …… 31
今井 裕作

書評

蔦谷 栄一著『協同組合の時代と農協の役割』 …… 34
村田 泰夫

インフォメーション

「かごしま食の経営者フォーラム」開催 鹿児島支店 …… 35

「6次産業を創出し九州の未来を切り拓く! ～食と

農林漁業者の交流会inくまもと」開催 熊本支店 …… 35

農業経営アドバイザーが総勢1100名超に 総合支援部 …… 35

いちい信用金庫、関信用金庫、筑邦銀行と証券化
支援 証券化支援室 …… 35

野村アグリプランニング&アドバイザー株式会
社と業務協力 総合支援部 …… 35

アグリフードEXPOインターネットマッチング …… 36

みんなの広場・編集後記 …… 37

店舗の移転について …… 37

風雪被害の相談窓口について …… 37

鳥インフルエンザの相談窓口について …… 37

第6回アグリフードEXPO 東京2011 …… 38

*本誌掲載文のうち、意見にわたる部分は、筆者個人の見解です。

観天 望気

小さな生き物にも言わせて!!

ワタシタチの住処は丹沢大山国定公園の麓、空気も水もよしの楽園です。侵入者が現れたのは二年前から、東京から通う変なオッサンです。都心に農地が借りられず、秦野の新規就農塾に一年通い、県の仲介でわが大地に飛び込んで来ました。

幸いなことにワタシタチを無差別に殺す農業は使わず、樹木チップを主体にした有機農業なので、まあまあ、許容範囲かと思っています。農業は人類の原罪であると自覚しているのか否か？オッサンは身の丈に合った農法を探し求めているそう。サラリーマン時代から岩澤信夫さんの『不耕起栽培』や、川口由一さんの『自然農』に通ったとか。現時点では『自然農』の草や虫を敵とせずとも生きるをベースに、ブラジル発の『炭素循環農法』を合体させた、よいところ採りの自称『バックン農法』なる手法に至ったそう。

炭素循環農法とは極めて単純で、ただひたすら炭素率の高い木材チップや剪定の枝葉などを表層に混ぜるだけ。オッサンが地域からただで頂戴した樹木チップや落花生の残渣などがワタシタチのエサとなり、やせていた土も、今は仲間いっぱい楽園となっています。

バックン農法をあえて評価すれば、作物をつくるのは人間ではなく、ワタシの仲間であるバクテリア・糸状菌・原生動物など微生物と小動物が土をつくり、結果作物が「いきいきと成長する」という天然・自然の理に沿っていることかな。肥料・農薬代はなし、誰もが即活用できる農法としておススメとか。

今、地上の人間界では降ってわいたTPP（環太平洋経済連携協定）の来襲で、農水省試算で食料自給率は一四％に急降下するとも。近代農業を支えた石油文明はピークから凋落傾向へ、加えて地球温暖化よりも怖い寒冷化論も気になるころです。

オッサンは「いつまでもあると思うな！親と金」に、食べ物を加えています。大地に立ち、食べ物をつくりたい!!の願いは年齢に関係なく広がりがりつつあるようです。多様な農の担い手の受け皿として、万人に開かれた農地の貸借をシステム化してほしいものです。

その時、ワタシタチ小さな生き物が活躍する有機農業はより輝きを増すのかも知れません。



エコ農法研究者
大野 照夫

おおの てるお
1968年(株)東京放送(TBS)入社。報道局社会部、警視庁・警察庁記者クラブなどを経て社会情報局プロデューサー。「日本人初!宇宙へ」のプロジェクトや、「関口宏のサンデーモーニング」などを担当。現在、新規就農2年生。通勤を“通農”に変えて、神奈川県秦野市に畑、山北町で田んぼを借りている。

米関連ビジネスの需要掘り起こしに勝機

米離れ、需要先細りを嘆く必要はない。発想を変えて、高齢社会対応のレトルト飯米や抗アレルギー米、コモディティー商品の開発、需要掘り起こしをすればビジネスチャンスはもつと広がる。現在のライフスタイルに訴求する戦略が重要だ。

まずは食料の需給見極めを

食料問題は生活に密着したテーマであるとともに、グローバルな視点が非常に重要となる。食のポータリティが進展する中、米の需給動向をみる際に、世界的視野で食料需給をしっかりとらえる必要がある。

まず、供給サイドからみると、近年、安定的な食料供給を支える農作物の生産条件に大きな変化がみられる。

特に農作物の生育条件に大きな影響を与える地球温暖化などによる気候変動が挙げられる。温暖化の農作物への影響は必ずしもマイナス面だけではないが、農産物は工業製品と比較して再生産に時間を要し、計画生産が重要になるため、安定供給においてリスクが増大している。

また先進国や新興国の都市化の進行などにより農地面積も減少している。例として、中国では、この一五年間で八〇〇万鈔以上も農地が減少している。これは、わが国の農地面積の約二倍程度に相当する。

さらに、水問題も深刻化している。地球上で産業や生活で使用可能な水量は、地球上の全水量の1%にも満たない。しかも農業生産に使用できる水は偏在しており、必ずしも食料需要量に比例して賦存しているわけではない。世界的な水需要の増加に伴い、今後農業用水の制約が厳しくなってくるであろう。

農産物の生産に不可欠な肥料についても、今後安定供給が懸念される。化学肥料の原料となる原油の供給のみならず、作物の生産に不可欠な肥料成分のうちP、Kなどは、工業製品の製造に必要な



三菱総合研究所 食農事業グループ グループリーダー 主席研究員

木附 誠一 Seiichi Kizuki

きづき せいいち
1990年京都大学農学部卒業。90年日本工営株式会社入社。1997年株式会社三菱総合研究所入社。専門は、食料問題や農業・農村振興に係る政策立案および調査・計画、農産物マーケティング、アグリビジネスなど事業戦略の立案。

となるレアアースと同様、生産国が偏在している。それら関係国の政策や交易面での要因によって調達が不安定になる局面も想定される。続いて、食料の需要面をみた場合、国際的な社会構造の変化に伴い、今後さらなるリスクの拡大が予想される。

まずは人口問題。わが国内だけをみると、人口減少傾向にあるが、全世界的には人口は増加の一途をたどっている。

特に新興国や発展途上国の人口増加は著しく、二〇三〇年には現在の約一・三倍、二〇五〇年には約一・五倍程度の九〇億人超に達すると予測されている。

事業面に着目すると、グローバルマーケットは二〇年後一・三倍、四〇年後一・五倍と着実に拡大していくことになる。

図1 米取引価格の動向

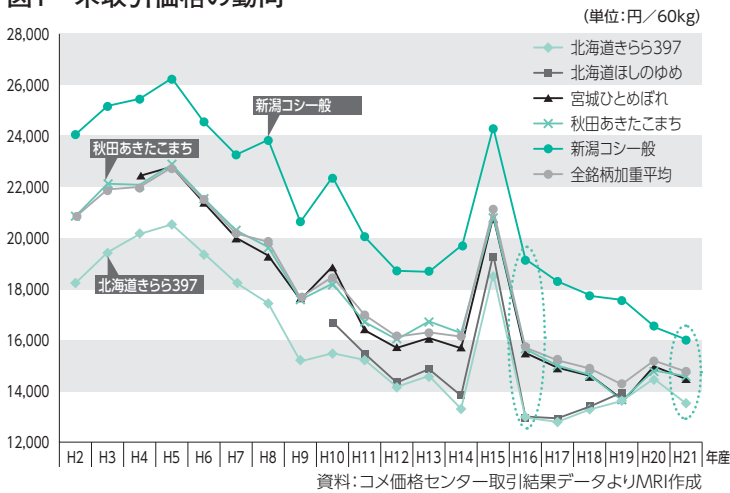
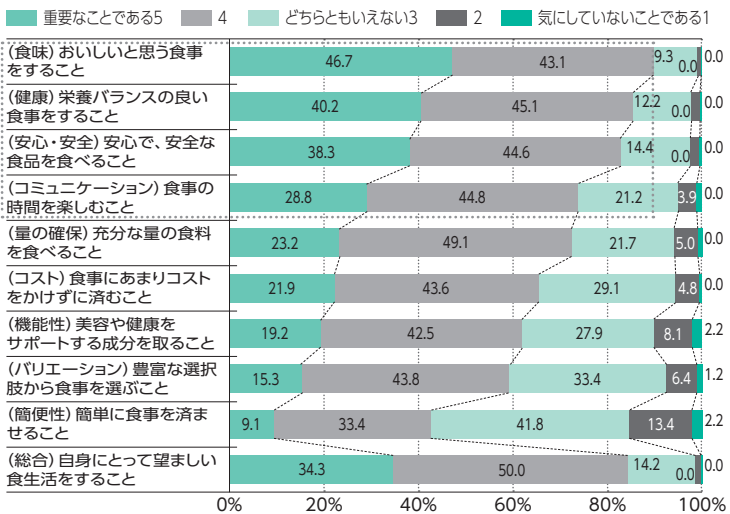


図2 食生活における重視事項

次の食生活に関するさまざまな観点は、あなたにとって重要なことですか? 気にしていないことですか? 5段階で選択してください。



資料: [MRI未来社会提言 我が国における食と農の将来ビジョン] アンケート調査結果 (平成22年7月) MRI実施

新興国の食の欧米化で需要増

また、新興国などでの食生活の欧米化に伴い、肉類や油分の消費が増加することが予想され、肥育において飼料となる穀物消費や水消費量の増大にも直結し、食用仕向け穀物の逼迫の要因となる。すなわち、人口増加と食生活の変化で、食料需要が著しく増加するものと推察される。

食料供給リスクの拡大や食料需要の増加により、今後、食料供給は間違いなく逼迫してくるであろう。そのような状況下で注意すべき点は、各国が二国間あるいは多国間の農産物の取引にかかわる交易的戦略を先鋭化させていることだ。その一つが輸出制限措置だ。食料輸出国の過去

の輸出実績から、輸出国は自国の余剰分の八分の程度が輸出に仕向けられる、とされている。中長期的な食料需給動向を踏まえ、全世界的に食料の輸出制限が頻繁に行われるようになった。

この輸出制限は、わが国を含む食料輸入国にとってリスクであるとともに、穀物価格の高騰が、ほかの食料価格にも波及的な影響をおよぼす。

これに次いで交易的戦略面で無視できないのが海外農業投資だ。中国や韓国、中東諸国など自国の食料生産に障壁をかかえる国々では、より安価に食料を確保できるアフリカや東南アジアの農地を直接買収して生産するなどの方策をとるようになってきている。

これら大規模な農業投資は、従来の生産構造や

土地利用に大きなインパクトを与えるだけでなく、その地域の伝統文化やコミュニティにも影響を与えることになる。いかにして持続可能な生産活動を定着させるかが課題となる。

そこで、こうしたグローバルな食料問題をふまえて、日本国内の米の需要動向や消費者ニーズがどうかみてみよう。

需要動向を左右する米の価格については、米の消費量の減少とともに、米の計画流通制度が廃止された平成一六年以降、価格そのものが大きく変化している。

具体的には、平成一六年までは産地銘柄によって、高価格帯と低価格帯とは一俵当たり六〇〇円程度の差がついていた。しかし、平成一六年以降は、その差が二〇〇円程度まで縮小している。法改正に伴う市場原理導入により、良食味で価値感のある商品への需要が拡大したことが背景にあると推察される(図1)。

食生活変化対応の事業戦略を

次に消費者ニーズだが、ライフスタイルの変化や食生活の欧米化などに伴い、米消費量は昭和三〇年代後半には一人当り年間消費量が約一二〇グラム程度であった。それが、年々減少の一途をたどり、現在約六〇グラム程度まで半減している。

当然ながら、消費者ニーズをふまえた商品やサービスの提供がより一層求められる。米および米加工品のマーケットにおいて中長期的なスパンで消費者のニーズ視点による事業戦略を構築する上で、消費者の食生活に訴求したソリューション

が重要となる。

食生活に関する消費者アンケート調査によると、消費者が食生活に関して重要と考える要素として、以下の四点が挙げられた。

- (食味)おいしいと思う食事をする事
- (健康)栄養バランスの良い食事をする事
- (安心・安全)安心で、安全な食品を食べる事
- (コミュニケーション)食事の時間を楽しむこと

わが国の食料自給率は四〇%(カロリーベース)であり、大量の輸入品があふれているが、食生活における「健康」や「安心・安全」などの要素は、国産品が主体となる米および米加工品の競争力を維持・向上するためのキーワードといえる。

また、わが国の場合、米は全国各地で生産されている。地産地消が進展し多様な地域食品が注目される中、各地の魅力的な米や米加工品は、食事のおいしさを下支えするものといえる。

一方、食事は生活の一部で、単に何を食べたかだけでなく、誰とどのようなシチュエーションで食事をしたかという点も重要である。少子高齢化が進行するわが国において、食事の時間を楽しむようなサービスが、食事のクオリティ向上において今後一層求められるであろう(図2)。アンケート調査結果によると、食事でのコミュニケーションについては朝食、昼食、夕食、間食・夜食のいずれについても、理想としては家族や恋人・友人と食べたいが、一人で食べることが多い。特に、「一人で食べる」について理想と実態のギャップが最も大きいのは朝食であった(図3)。

また、食事のとり方について、理想と実態を比較すると、自分や家族で作ったものを食べたいと

思っているが、実態は買ってきたものを食べたり外食したりする回数が多く、家庭での調理の簡便化につながる商品への潜在的なニーズがうかがえる(図2)。

需要拡大期待の商品は多い

次に、ポイントとなるのは今後の米の需要拡大の方向性がどうなるかだ。

そこで、需要拡大が今後期待される商品カテゴリーをみた場合、次のような商品が考えられる。

- 加工米飯：高齢化社会の進行に伴い、食品としてのおいしさや味わいを保ちつつかみやずさや嚙下^{えんげ}など食べやすさに配慮したレトルト米飯、少人数世帯の要望に応える無菌包装米飯、防災意識の高まりによって乾燥米飯などの需要拡大が期待される。

●微粉砕米粉：商品力が向上し認知度も高まっている米粉パンや米粉めん、米粉スイーツのほか、消費者の食生活に定着しているいわゆるB級グルメの粉体利用食品についても米粉の特長を活かした需要拡大が期待できる。近年、小麦アレルギーの消費者が増加傾向にあることから、アレルギー患者の食に関する生活の質やクオリティ・オブ・ライフ(QOL)向上においても有効なサービスを提供することが可能となる。

●機能性成分を活用した商品：健康志向の高まりを受け、米の有するさまざまな機能性成分を活用した食品(発芽玄米、抗アレルギー米など)が登場している。

また、非食用品についても保湿効果などを活

かしたコモディティ商品(入浴剤、せっけん、スキンケアクリームなど)についても付加価値商品として商品化されている。

- ペットフード：少子化の社会情勢とは裏腹に、近年、ペット数は増加傾向にあり、ペットフードにおいても食の安全安心が求められる。原料としてコスト面での課題はあるが、多収穫米など生産性を高めることにより原料米としての利用が期待できる。

このほかにも、米の副産物の利用として、米ぬかを原料とした「こめ油」や稲わらを微生物発酵して精製されるバイオ燃料なども、米の需要拡大と製造技術の進展により市場拡大の可能性がある。これら消費者ニーズの多様化に対して、さまざまな付加価値のつけ方が考えられる。

異業種とのクラスターの連携も

マーケティング戦略におけるいわゆるマーケティング四Pのうち、商品力の向上に関係する消費者ニーズとして、「健康」「簡便性」「安全安心」のほか、少子高齢化に伴う高齢者のQOL向上に資する食品(かみやずさや嚙下しやすさなど)なども需要拡大が期待される。

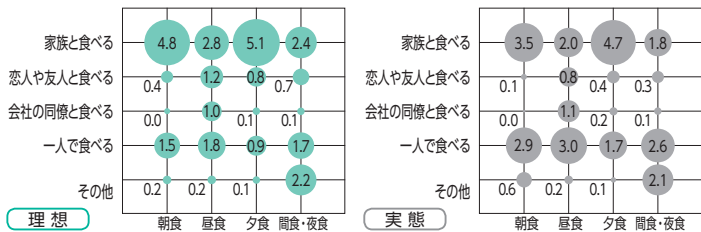
また、ライフスタイルにおける環境配慮の意識も浸透していることから、環境配慮型商品も注目されるであろう。

流通・販売面においては、消費者との信頼関係を構築しブランド価値を高めるとともに、商品の付加価値を最大限生かせる販売方法を選択することも重要となる。

商品力を高める上で、いかにして「技術」を「価

図3 食事のとり方の理想と実態

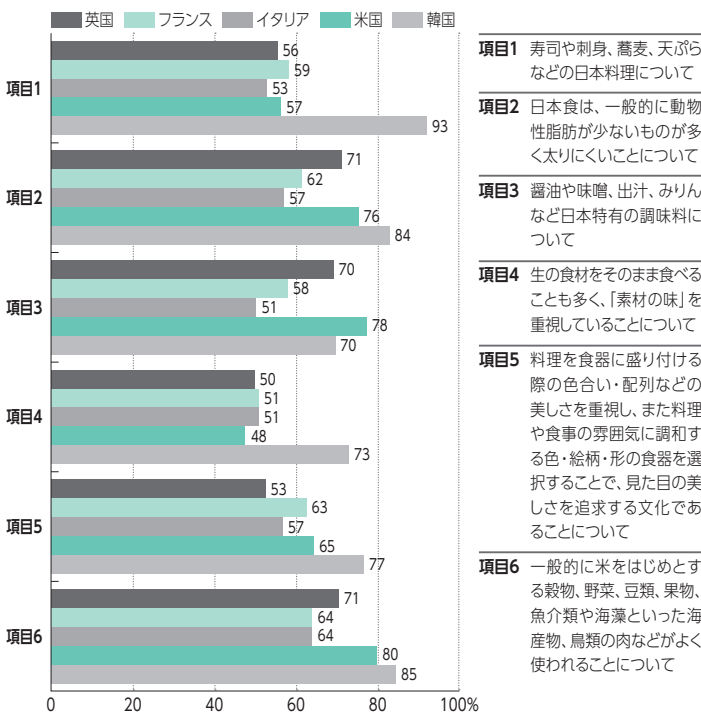
[Q14] あなたは、誰と食事をすることが理想ですか？ 一週間のうち、誰と何日くらいかを0~7の数字で回答してください。
 [Q13] あなたは、日頃、誰と食事をしていますか？ 一週間のうち、誰と何日くらいかを0~7の数字で回答してください。



資料: [MRI未来社会提言 我が国における食と農の将来ビジョン] アンケート調査結果 (平成22年7月) MRI実施

図4 諸外国の消費者の日本食に対する興味・関心

[興味がある/どちらかという興味がある]の回答比率



資料: [MRI未来社会提言 我が国における食と農の将来ビジョン] アンケート調査結果 (平成22年7月) MRI実施

値」に転換するかが産業活性化のカギを握る。従来の農林水産分野や食品分野での技術のみにとられることなく、異業種とのクラスターの連携により、工業分野など他産業の技術・ノウハウを活用することも有効である。

一方で、食のボーダレス化やわが国の輸出戦略の進展に伴い、いわゆる「日本食」に対する海外諸国の消費者の関心も高まっている。

別添の海外諸国の消費者アンケート調査結果では、「興味がある/どちらかという興味がある」を合わせると、ほぼすべての項目について各国ともに五割を超えていた。

また、韓国の興味の高さが顕著であり、英国と米国も項目2、3、6は高い(図4)。

自由貿易協定(FTA)や環太平洋経済連携協定(TPP)などの進展に伴い、今後、国際競争力がより一層問われてくる。そうした状況下で、消費者ニーズをふまえたさまざまな商品・技術力を活かした付加価値の高い商品を創出していくことが求められるのは言うまでもない。

特に、持続可能な海外展開を支援する方法として、ライフスタイルに訴求する戦略に着目したい。欧米型の食生活は、従来の日本食に比べ動物性の脂肪が多く含まれるなど、メタボや糖尿病など生活習慣病の増加要因となっている。

従来の日本食の栄養バランスや、季節の食材を取り入れた豊かな食のイメージに合致した日本型食生活を「都市型生活者」や「核家族化した高

齢者」のライフスタイルの中でも取り入れやすいよう商品開発、サービス展開を行うことにより、持続可能で豊かな食生活のスタイルを構築する。食生活のクオリティを高め、ひいてはQOLを向上させることにつながる。

日本型アグリ・フードスタイル構築を

食生活の欧米化に伴う健康問題や少子高齢化などの社会問題など課題が山積するわが国であるからこそ、それらの課題に率先して取り組み文字どおり先進国だと誇る「課題解決先進国」として、食生活からライフスタイルを改善するソリューションを提言する意義がある。

こうしたスタイルを新世代の日本型アグリ・フード・スタイルとして海外に発信していくとともに、海外にも日本の農産品、食生活スタイルを取り入れた商品・サービスを展開し、新たな日本の食農産業として育成することが可能になるであろう。

米および米加工品は、わが国において単に一農産物としての存在ではなく、農村地域の伝統文化やコミュニティにも密接にかかわっており、わが国の国民の食生活においていわゆる「ソウルフード」であるともいえる。

生産面で、米は、わが国の気候風土に適しており、生産製造技術や生産基盤整備などへの多大な投資も行われノウハウが蓄積されてきた。

米関連ビジネスでは、今後、こうしたわが国の食文化の特性やさまざまなリソースを、グローバルな視点でいかに効果的に活用していくか、今まさにその戦略性が問われている。

一兆円産業も夢ではない米粉ビジネス

米粉など新規需要米の生産を一〇年後には五〇万トにするという政府方針が打ち出され、これに合わせて米粉への関心度が高まっている。また、用途開発も活発化している。最終商品で一兆円産業になる可能性も夢ではない。そこで米粉ビジネス新時代に向けての課題が何かを探った。

新規需要米の生産が急上昇

食生活が変化し、米が過剰になった今日において、わが国の重要な資源である水田農業をいかに維持し食料自給率を向上させていくか。これが米粉生産の大きな背景となっている。

昔から、米は粉体にして団子やせんべいなどに用いられてきたが、ここ一〇年ぐらいの需要量は二〇万ト程度で、うち半分は関税が安くなる米粉調整品の輸入米粉、残り半分はウルグアイラウンド農業合意に基づき一定割合の輸入が義務付けられているミニマムアクセス米(MA米)の粉砕品と、使用される米粉の大半は外国産となっていた。一部使われる国産も「くず米」の活用程度で、産業として成り立ちにくいのがこれまでの米粉の需要であった。

ところがここ二三年、そうした状況に大きな

変化が起きている。政策的に新規需要米への取り組みが提唱され、国内での米粉用など新規需要米の生産が一昨年の一万ト前後から平成二二年産で一萬三〇〇ト、二二年産では倍の二万八〇〇トと、急カーブで上昇している。米粉への関心も高まり、さまざまな用途に使われ出した結果だ。

日本の二二年度食料自給率は四〇%。国民一人一日当たりの供給熱量は、二四三六キロカロリー。そのうち国内産食料が供給できる国内産熱量は、九六四キロカロリーに過ぎない。

もし、海外からの食料や飼料穀物の輸入がストップしたら、私たちの食卓はどんなメニューになるのか。仮にいま、これらの輸入が止まったとした場合、私たち日本人は一人一日当たり九六四キロカロリーのエネルギーだけとなることを意味し

ている。

そこで、この現実を考え、なぜ米粉食品が意味を持つてきたかをきちんと情報共有していくことが必要だ。それには農業資源をもっと有効に使い、しかも無駄にしないという意識行動も必要になってくる。

ところが、現状では日本国内の水田が余っている。二二年には水稲作付面積は一六二万ヘクタール。全体の水田の耕地面積二五二万ヘクタールから考えると六割程度の水稲作付けとなっている。

また、耕地利用率はピーク時(昭和三二年)に一三八%であったものが、平成二〇年度のそれは九二%となっている。すなわち八%の耕地が何も使われず、遊休化しているのだ。

結論から先に申し上げれば、現状の日本の農業、食料問題は、米を粉体にすることで解決できるべ



NPO法人国内産米粉促進ネットワーク副理事長

萩田 敏 Satoshi Hagita

はぎた さとし
1947年 静岡県生まれ。全国で農林水産行政を歴任。2008年3月農林水産省近畿農政局兵庫農政事務所長を退任。02年米粉普及・推進を図るため、近畿米粉食品普及推進協議会を立ち上げ、全国へ米粉の普及を図る。財団法人日本穀物検定協会参与。NPO法人国内産米粉促進ネットワーク副理事長。

図1 小麦粉にかわる米粉利用の可能性

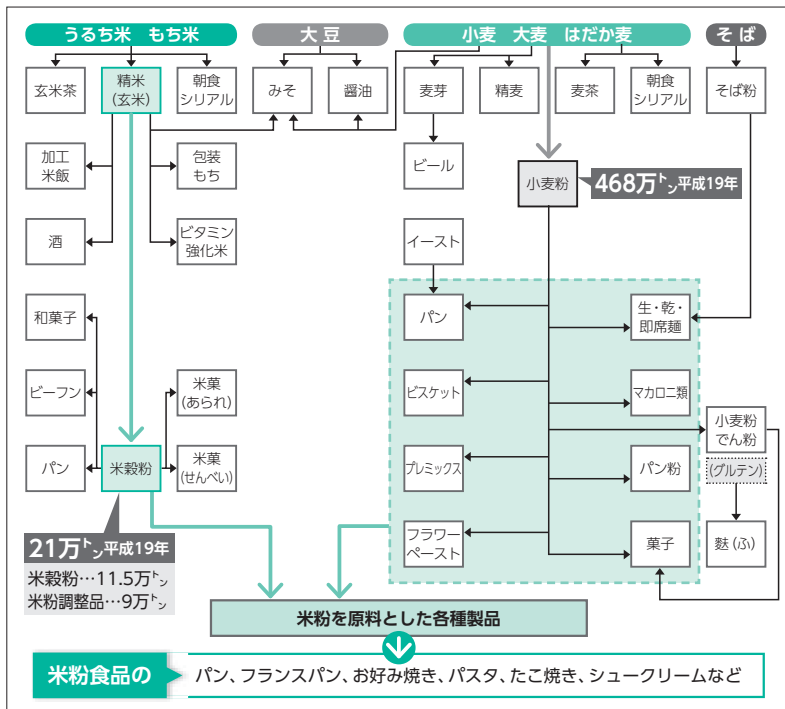


図2 米粉の利用範囲

| 小麦粉 | 米粉 |
|------|-------------|
| 薄力粉 | 中アミロース米 |
| 中力粉 | 米粉のみ 100% |
| 準強力粉 | 高アミロース米 |
| 強力粉 | 米粉+グルテン等を添加 |

「少ない」グルテン含有量 → 「多い」

小麦粉の用途: ケーキ、ホワイトソース、クッキー、たこ焼き、天ぷら、ホットケーキ、クッキー、和菓子、フォー(米粉麺類)、うどん、肉まん、中華麺、餃子の皮、パン

米粉の用途: 中アミロース米、高アミロース米、米粉+グルテン等を添加

特に、小麦粉の代替でなく、新たな食材としてとらえることが求められる。小麦粉の代替ではコスト比較に陥り、外国産米を使った米粉を使った方がいいとばかりかたがねない。それでは価格のみが焦点となり、新たなビジネスとして魅力が半減してしまふ。

米粉のインセンティブは、国内の農業資源を使って自国の食料を確保する、ということが根底にある。それには、消費者の安心、こだわり、健康志向などがある。消費者の中に「地産・地消」安全性が高い」という認識が広がっているからこそ、ここに焦点をあてた商品開発、消費者への提案が大きなポイントになる。

商品開発では、小麦粉商品に近づける必要はない。たとえば、米粉を使つたうどんは、ゆでるとコシがないといわれるが、それなら短くカットしてサラダ、パスタ感覚にしたらどうだろうか。

コシがないということであれば、それは、ゆで時間が短くて済むということにもつながり、調理に手間のかからないメニュー提案など米粉食品の特徴を活かす工夫、発想が求められる。

また、米粉の粉体特性や機能性を知り上手く引き出すことが必要になってくる。その一つとして、米粉は油の吸収が小麦よりも抑えられる特徴を生かすのも一案だ。米粉の天ぷらでは、油の吸収を抑えヘルシーでパリッとした食感に揚がる。

高アミロース米を使った米粉は、食後に血糖値の上昇を抑制する機能がある、といわれている。紫黒米を使えばアントシアニン、赤米ならタンニンを含み、ともにポリフェノールが豊富である。さらに、各種ビタミン類(B、E、P)などを含む

クトルがあるのではないかと考える。つまり、需要を増やさない限りいくら米をつくってもどうしようもないわけで、その需要をどう増やすかだ。しかし、実は、そのための作付面積が十分あるのだ。その場合、米粉の食品は、米を粉にして食品にすればいいというのではなく、その原料に国内産米を使用しなければまったく意味がない。重要な点はここだ。

農工商連携で米粉商品開発

いま、国を挙げて米粉推進をしている中、これを追い風として新たな産業として米粉ビジネス

を確立していく絶好のチャンスだと見ればよい。そして、米粉や米粉製品が確実に消費されるよう販売、加工、生産の関係者が連携し、新たに米粉事業をおこすという意識が生まれることを期待したい。

その場合、農工商連携による新たな米粉商品開発など、「商品を見据えた米生産」が一層大切になっていく。米を粉体にすることで利用範囲が大きく拓ける。粉といえは小麦が中心であったが、米を粉体にすることで、小麦粉の分野はもろろんのこと、米粉がさまざまな食材として利用される範囲は無限にある、と言つていい(図1・図2)。

ため健康食材としてアピールした米粉食品が期待できる。

最近の消費者の食料品に関する各種アンケートなどから考察すると、購入動機はイメージや評判だけでなく、実際に自分の目で情報を確認し、納得して購入する傾向が高まっている。

それによると、食料品を購入する際に重視する要素は何かという問いに対して、もつとも重視するのは「鮮度が高いこと」や「国産であること」、「食品添加物が入っていないこと」などが「信用のおける銘柄（ブランド）であること」を上回っている。ブランドは購入におけるインセンティブの上位であつても、評判だけでなく、実際に自分の目で情報を確認し、納得して購入していることがうかがえる。

さらに、食品自体についても「価格」より「安全性」を重視する人ほど「地産・地消」に対する関心が高い。これから見ても、消費者の中には「地産・地消＝安全性が高い」との認識が強いことがうかがえる。

ウォンツ創造型商品が重要に

米を原料とした加工品への期待、健康食品などのヘルシーな食品、詳しい商品履歴を得られる商品への付加価値については、従来の価格よりも割高であつても、価格に対する許容が見られる度合いが七〇％程度となっている。

また、二〇～三〇％の消費者は、従来価格より商品履歴が明確で商品情報に納得できれば三〇％以上高くても購入するとしている。このように、商品の付加価値をきちんと伝えれば購入される

傾向にある、ということとは、そうした問題に一生懸命、取り組んでいる農業生産者や食品企業関係者にとっては強力な支援材料となる。

では、どのように商品展開していくかが、次の重要な課題となる。提示されて初めて「そうそう、これ！」と思われる商品。シーズ志向・ニーズ対応だけでなく、ウォンツ創造型商品が重要になってくると申し上げたい。

今後、ますます重要視されるキーワードは、「国内産」、「低カロリー」、「機能的」、「情報開示」などである。これらは、国内産米を原料とした米粉食品のもつ特徴をふまえれば、すべてクリア可能である。

消費者は、イメージや評判だけでなく、実際に自分の目で情報を確認し、納得して購入する傾向が高まっている。それは価格より安全性、機能的などを重要視する傾向が強くなっている現れである。つまり、商品の履歴などの情報から購入動機へ結びついていることと言える。

提供する側としては、国内産や機能的の備わっている商品であれば、そこをどのように情報発信、開示し、消費者に伝えていくかが重要なポイントとなる。

国内産米を原料とした米粉食品は、アピールできるキーワードの「国内産」、「低カロリー」、「機能的」、「情報開示」の条件が満たされている。「コスト追求型」から「商品情報提供型」への展開が可能であり、量より利益確保の販売が可能となる。

安全・安心を担保し、それらの情報をいかに適切に示すことができるか、それによって、購入動機への喚起、呼応を呼び込むことにつながっていく

く(図3)。

第三者機関の品質確認も必要

それには、信頼ある第三者機関の確認がポイントだ。原材料米、原料米粉などの商品情報として産地や品質、安全性、成分特性などがそれら機関で確認され、情報開示、提供されるシステム(QRコードやPCからの閲覧)があれば有効となる。そのことが消費者の購入手動への動機付けに有効なツールとなる。

すでに多くの製粉・加工業者が、このシステムづくりに取り組んでおり、今後の表示問題にも対応する準備が進みつつある。また、今後米粉ビジネスへの成長には、消費者、実需者に信頼される米粉の自主規格づくりとスタンダード化が欠かせないと考えている(図4)。

小麦とは粉碎方法が違うので、米粉は製法上、コストがかかること、粉碎による特性が多岐に及ぶので、最終商品を見据えた粉碎方法が必要であることを十分に承知しておくことが重要だ。

たとえば、うるち・もちといった米そのものの成分の違い、製粉工程でのベーター型(生米製品)かアルファ型(糊化製品)かの違い、粒度や粉碎方法の違いで、それぞれに特性が異なり、当然、最終商品に合わせた米粉の生産・加工が必要になる。

薄力粉・中力粉・強力粉といった小麦粉以上の分類が必要になってくるだろう。業務用ではそれぞれの目的に合わせて粉碎法を変えていかなければならないだろう。一般用では、パン・ケーキ用、めん用と、旧来の団子や柏餅などに大きく分けられるのではないだろうか。

図3 米粉市場の展望

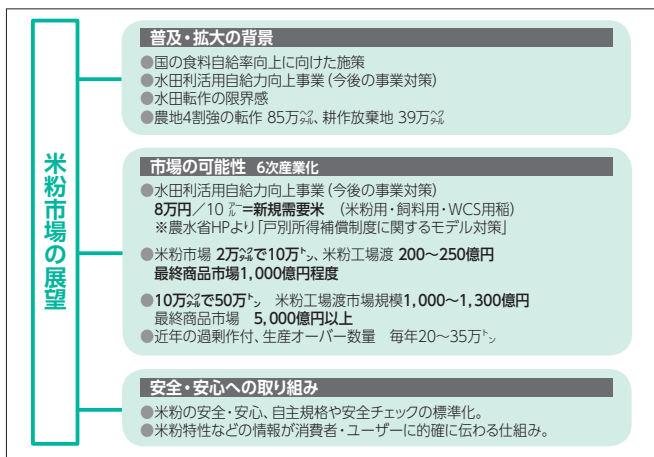
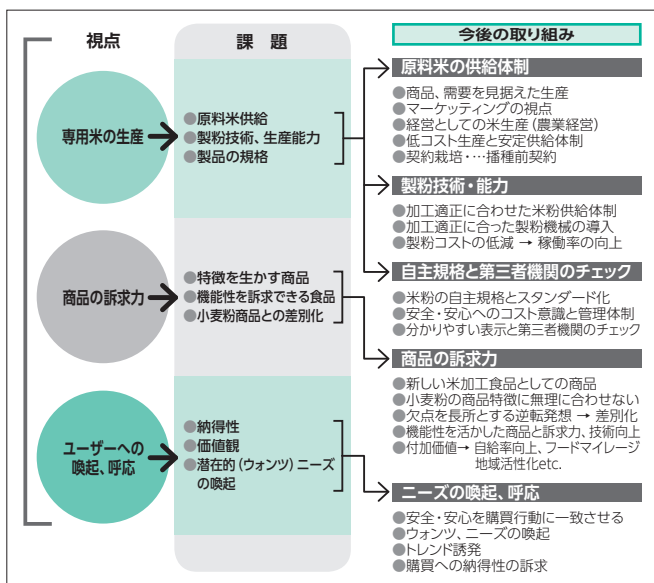


図4 米粉の拡大への課題と今後の取り組み



今、日本の財産である水田農業を守っていくのに、夢がなければアイデアももちろん出てこない。同じ収入でもやりがいがあれば夢がわく。米粉は今、地域が一番新しい産業として成長する可能性を秘めている。それをいかに興していくか。地道な活動で一步一步階段を上がっていきながら新規需要の創出を図ることが重要でないだろうか。ビジネスチャンスは、すぐそばにあると言いたい。



「農」と「業」を区分けする発想

同時に、米以上にほかの商品と競合するのだから、どういった価格帯で売れるものか見てコストを逆算していかなくてはならない。高く売っても経費がかかりすぎては意味がない。どう利益を得るか意識の切り替えが重要だ。ただつくるだけでは

ところで、新規需要米生産に対する国の支援は必要だが、現状の助成がいつまでも続くわけではない。生産者にも加工業者にも利益のある形を生み出していくことが重要だ。これまでは出荷すれば終わりの主食用米の世界とは違い、先述のように最終商品を見据え目的に合わせた生産・加工が必要になる。

「農」と「業」が必要ということだ。生産面では、主食用と違い多少の斑点米や胴割米も容認されるかもしれないし、主食米より刈取りを遅らせ立毛中に水分を落としてから刈り取ることで、コンバインの効率稼働と燃料費削減にもつなげられるだろう。

そのためには、倒伏や脱粒しにくい品種などの開発・普及も必要になってくる。生産段階から加工用として発想を切り替えていく必要がある。余ったからつくるのでは産業にならない。

粉体にする一次加工段階では、稼働率向上によるコスト削減が重要だ。大手が中心の麦の加工は二四時間体制なのに米の世界は八時間にも満たない。勢い加工賃も高くなる。ここはかなり下げられる余地はあると思う。

地域ぐるみで六次産業化を

今の国際相場からみても、麦と米が逆転することはないだろう。最終商品の場面では、小麦と比較すること自体が米粉ビジネスにつながる。単に小麦粉の代替品としての発想や枠を飛び出し、新しい食材として消費者に受け入れられるよう訴求力を高めていかない限りビジネスにならない。

そのためには、安全・安心、低カロリー、機能性といった米粉の特長とストーリー性を持たせながら消費者やユーザーにアピールしていく必要があるし、積極的な情報開示も欠かせない。

地方の活性化が大きな課題となっている今日、米粉は地方の内需型産業の一つとして地域の活性化につながる可能性を持っている。地元での消費も見据え地域に合ったつくり方で商品化する。こうした六次産業化を地域全体の連携で展開していけば、付加価値がどんどん生まれ地域が活性化していく。

国は、一〇年後に五〇万トンの米粉生産をめざすとしている。そうになると、米粉自体で一〇〇億円、最終商品では五〇〇〇億円から一兆円産業になる可能性がある。

先行きに期待持てる米の品種開発

日本の米生産を取り巻く環境は依然として厳しい。しかし、米の品種開発の現場では消費者ニーズに対応する良質米の新品種はじめ、安全性確保につながる減農薬栽培に適した新品種の探求が続く。またゲノム情報の活用で状況変化に合わせた育種の開発にも期待がかかる。

米需要減少への対応が必要

食生活の変化に伴い日本国民一人当たりの米消費量は、昭和三〇年代後半の約二二〇キログラムをピークに、現在では約六〇キログラムに半減している。今後の人口減少を考えれば、国内での主食用米の減少トレンドに歯止めがかかり、一転して需要が大きく増加するという可能性は低いと考えられる。

こうした中で、全国には約一〇〇万鈔の生産調整水田が存在し、耕作放棄地は約四〇万鈔（平成二二年）にまで拡大している。また、六〇キログラム当たりの米の市場価格は平成六年の二万二〇〇〇円台から平成二二年の一万四〇〇〇円台へと著しく下落している。

一方で、日本の気候は湿潤で、麦類などの畑作

物の栽培に適さない地域も多い。この点、水田は単に米の生産現場であるだけでなく、さまざまな環境保全機能も有していて、国土の保全を考えると意味でも、これ以上の水田面積の減少は望ましくない状況にある。

米の生産を守り水田面積を維持していくためには、食味や安全性などを改良した付加価値のある米や、飼料や米粉などの新規需要に向く米の新品種を開発し、生産・流通・消費の活発化を図っていくことが必要になってくる。

そこで、市場競争力を維持しながら消費者ニーズに応える米の新品種開発がいま、現状がどうなっているか、見てみよう。

主食用米で人気があるのは、多収品種よりも良食味米品種である。とりわけ、「コシヒカリ」の人氣が高く、その栽培面積は日本の米全体の約三七

%（平成二二年）に当たる。

この「コシヒカリ」を越える良食味品種の開発の一つであることは言うまでもない。

その一つの手段として、米の粘りに着目した品種開発がある。粘りの強さはアミロース含量と深く関わっており、ほどよい粘りを得るためには従来の品種よりもやや低いアミロース含量のものがよいとされる。

良質米の新品種開発に期待

北海道ではこうした目標のもと、「コシヒカリ」よりもやや低アミロースの品種「おぼろづき」が育成された。この品種の食味評価は現状では極めて高く、美唄市産の「おぼろづき」が平成一八年の全国お米コンクール総合部門において、北海道



農林水産省 技術会議事務局 研究専門官

後藤 明俊 Akitoshi Gotou

ごとう あきとし
1971年東京都生まれ。2001年東京大学大学院農学生命科学研究科博士課程修了。同年より独立行政法人農業・食品産業技術総合研究機構（中央農業総合研究センター、北陸研究センター）にて稲の品種開発に従事する。多収米「北陸193号」や高アミロース米「越のかおり」などの品種を育成した。2010年より農林水産省技術会議事務局において、研究専門官として研究事業の運営に携わっている。

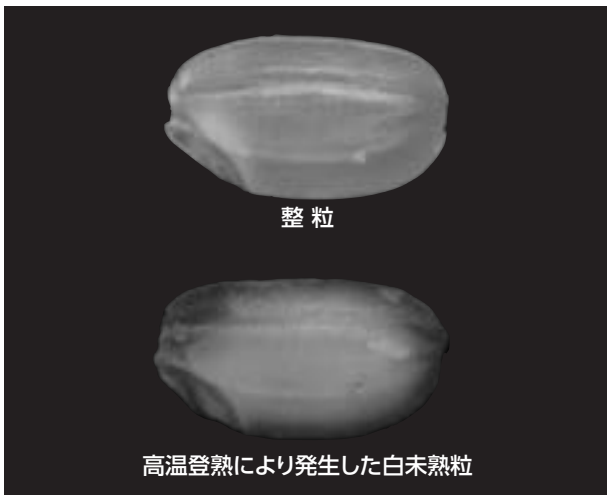


写真1 高温登熟により発生した白未熟粒
資料提供: (独) 農研機構 九州沖縄農業研究センター



写真2 「越のかおり」と「春陽」で作っためん（うどん）の比較
(写真提供: (独) 農研機構 中央農業総合研究センター)
注: 春陽は中アミロースのお米であり、めん離れが悪い。

産米初の最高賞の金賞を獲得し、北海道産米のイメージを大きく引き上げた。

研究開発過程において、「おぼろづき」の低アミロース性に関わる遺伝子の解析も進められ、ゲノム情報からDNAマーカーの作成にも成功している。このDNAマーカーというのは、「おぼろづき」タイプの低アミロース米品種の育成を効率化するのに役立つもので、北海道内での後続品種「ゆめぴりか」の育成にもつながった。今後は、さらに本州での良食味品種の開発にも利用されていく可能性が十分にある。

一方で、「コシヒカリ」とは異なるあつさりした食感の米を求める人も少なからずいる。このような消費者の新たなニーズにあわせて、良食味米の品種開発の方向性は今後、ますます多様化していくのは間違いない。

食味に関する遺伝子の解析が現在盛んに進められているが、こうした取り組みを通じて、いろんなタイプの食味をもつ品種が同じく消費者ニーズに対応して、効率的に開発されていくだろう。地球温暖化の影響として高温による白未熟粒の発生による良食味米の品質低下が問題（写真1）となっており、現在、高温時の白未熟粒の発生程度についての遺伝子解析が進められている。この取り組みが成功すれば、近い将来、高温条件下でも品質を安定的に維持できる優良品種の開発につながっていく。

いもち病にはDNAマーカー

食の安全志向やコスト低減の観点から減農薬栽培への期待が高まっているのも見逃せない。稲の栽培において、いもち病は今でも全国的な

重要病害で、防除のための農薬散布が必要とされている。このため、いもち病抵抗性を有する品種の開発は長年、行われてきたが、育種技術の進歩にともない、近年、食味に優れるいもち病抵抗性品種が育成できるようになってきた。

その一つに、抵抗性遺伝子を持つ外国稲などに「コシヒカリ」や「ササニシキ」の交配を繰り返して育成した準同質遺伝子系統（そっくりな品種）を作出することで、親品種が持つ良食味などの特性を有するいもち病抵抗性品種の開発がなされている。

新潟県では、異なるいもち病抵抗性遺伝子を導入した「コシヒカリ」同質遺伝子系統の品種（「コシヒカリBL」）を複数混合し栽培することで、いもち病菌の病原性の変異を抑えながら県全体での減農薬栽培につなげている。

また、近年、遺伝子情報の解析が進んだことにより、陸稲由来のいもち病抵抗性遺伝子を検出できるDNAマーカーが開発された。これまで、陸稲由来のいもち病抵抗性と悪い食味については、双方の遺伝子の距離が近いために従来の育種法では連鎖を断ち切ることができなかった。しかしDNAマーカー利用で、この連鎖を断ち切ることに成功し、良食味と陸稲のいもち病抵抗性が両立した画期的な新品種「ともほなみ」が育成された。

「ともほなみ」に導入された抵抗性遺伝子以外にもいくつかの抵抗性遺伝子でマーカーの作成が進められている。今後は「ともほなみ」と同様の手法で効率的にいもち病に強い良食味品種が開発され、農薬の削減につながっていく期待が高まる。九州を中心とする西日本では、坪枯れなどの症

状を引き起こすトビイロウンカにも注意する必要がある。その防除には、殺虫剤を利用しているのが現状で、減農薬栽培のためにはトビイロウンカ抵抗性品種の導入が強く求められている。

近年、野生稲由来のトビイロウンカ抵抗性遺伝子のDNAマーカーが作出された。このDNAマーカーを利用した結果、九州地方の主力品種である「ヒノヒカリ」と同等の栽培特性を持つトビイロウンカ抵抗性の同質遺伝子系統「関東BPH1号」が育成された。今後九州地方の減農薬栽培の現場で普及していくことが期待される。

これからもいような病虫害抵抗性についてDNAマーカーの開発が行われることで、幅広い病虫害抵抗性を持つ品種が育成される。その場合、農薬削減を通じて米の栽培における低コスト化や安全性の向上が進んで行くだろう。

米めんなどで消費者需要開拓

次に、新規需要米の品種開発に目を向けてみよう。

日本の食生活においてはパンやめん類など、粉を加工するタイプの食品が欠かせないが、日本の気候は湿潤で、小麦の栽培に適さない地域が多い。もし、米を粉碎してできる米粉を、輸入小麦粉の代替品として利用することができれば、その分の米の生産を増やすことができる。

最近では、製粉技術の改良によりパン、めん、ケーキ、ビスケットなど、さまざまな食品への米粉利用の可能性が広がってきている。米粉の特徴に目を向けた研究も進められており、パンやめんに向く米の特徴も分かってきた。パンへの加工性に

ついては、アミロース含量が一七〜二三%程度の中アミロース米がよいとされている。また、製粉時の損傷デンプンの割合が少ないことも、パンの膨張性をよくする要因であることが解明されている。

一方、米めんに加工する場合、めん離れをよくする必要があり、アミロース含量が二五%以上となるような高アミロース米が求められている。

製パン性のよい品種として近年開発されたものに九州向け「ミズホチカラ」がある。背丈が低いため倒れにくく、一穂にたくさんのお米をつける特徴を持つ多収品種である。白米粉のアミロース含量は二三%程度で、デンプン損傷が少なく製粉性が良好だ。一般食用米の米粉よりもパンがよくふくらみ、キメがこまかく、白さに優れる。この結果、パン、ケーキなどの用途に適するという特徴があり、九州地方での利用が進んでいる。

また、北海道向けの米粉用品種「ほしのこ」は、デンプン粒が粉状に蓄積する粉質性を有しており、米は白濁し、簡単に粉砕できる。このため、一般品種と比較して損傷デンプンが少ない良質な米粉が製造でき、パンのふくらみが良くなる特性をもっている。「ほしのこ」に関しては収量性が低い欠点があるが、この点を改良した品種を育成できれば、粉質米の利用はさらに進んで行く可能性がある。

米めん用の品種としては、長粒のインド原産在来種「Sutamukhi (サージャンキ)」の高アミロース性を、DNAマーカーを利用した戻し交配により、「キヌヒカリ」に導入した高アミロース米品

種「越のかおり」が育成されている。粒形が日本米と同様に改良されており、長粒米よりも精米や選別作業などがしやすい。白米のアミロース含量は二三%程度の高アミロース米で、製めん時のめん離れがよく、べたべたしない食感に優れためんをつくることのできる(写真2)。この品種を利用しためんは新潟県の一部の地域で販売が進められており、今後、ベトナム料理などでも人気の高い米めんの全国的な展開が期待される。

米粉の用途開発は比較的研究の歴史が浅い分野であり、今後米粉加工製品に望まれる特性についてより詳細に検討されていくと考えられる。それを受け、加工性、栽培適性に優れた品種がさらに育成されていくと考えられる。

自給飼料用の稲開発・利用も

国内の畜産物の消費が増えてきた一方で、飼料の自給率は二五% (平成二二年) と低い水準にある。国際とうもろこし価格の急騰は、輸入に頼った畜産経営が不安定なものであることを実感させる契機となった。また、昨年発生した口蹄疫の問題から、飼料の安全性を通じ国産飼料への国民の関心が高まっている。

こういった流れの中で、低い飼料自給率を向上させる手段として、飼料用稲の開発・利用に各方面から注目が集まっている。

飼料用稲については、子実部だけを濃厚飼料として利用する飼料用米と、茎葉部と子実部をまとめて収穫して発酵させる稲発酵粗飼料(稲WC S)の二種類の利用形態があり、その双方に関する品種開発が近年進められてきた。図に日本全

図 各地域に適応した飼料用品種

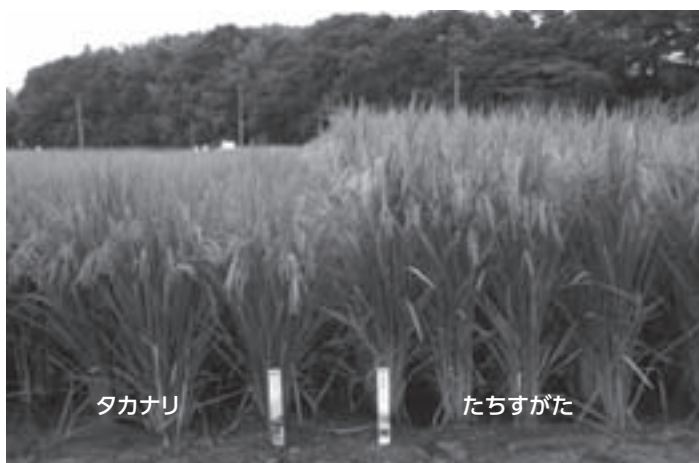
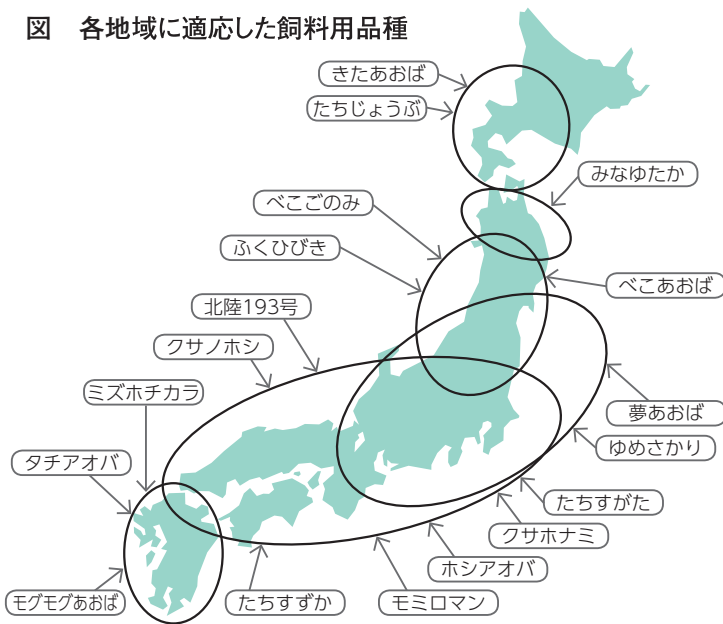


写真3 「タカナリ」と「たちすがた」の草姿の比較
(写真提供:農研機構 作物研究所)

国で開発された飼料用稲の品種を示すが、これらは、最近一〇年のうちに開発された品種がほとんどである。

飼料用米の品種に関しては、低コスト生産ができる多収品種であることに加え、品質・食味が悪いことなど、食用米と識別性があることが要求される。近年、北海道向けの「きたあおば」、「たちじょうぶ」が育成され、現在は北海道から九州の全国各地域に適応する飼料用米品種がそろっている。

日本の食用米の平均収量は一〇㍗当たり五三〇キログラムであるが、飼料米用の品種は平均で一〇㍗当たり七〇〇から八〇〇キログラムの収量水準にある。中でも「モミロマン」と「北陸一九三号」の収量性は高く、一〇㍗当たり一トを超えるよう

な多収の栽培事例も報告されている。

一方、稲WCS用の品種に関しては、籾の消化率が低いことから、子実重よりも茎葉部が大きい品種が期待されている。こうした茎葉型の品種の代表格である「たちすがた」は、稈長が一〇センチメートルもあるが茎が強く倒れにくい。粗玄米重は「日本晴」と比較してあまり変わらないものの、全重では大きく上回り一〇㍗当たり一トに達する品種である(写真3)。

ゲノム情報で育種効率化も

また、近年開発された「リーフスター」はゴールドハルと呼ばれる遺伝的形質を有しており、牛での消化の妨げとなるリグニン含量が低い。このこ

とは、牛への給与において消化性が高まるメリットがあると考えられている。「リーフスター」は熟期が遅いことなど、栽培特性については改良が必要とされるが、ゴールドハルに対応したDNAマーカーの開発も進められていることから、近い将来消化性に優れた優良品種が育成されると考えられる。

ほかにも、籾数や粒重の増加や茎を強くする遺伝子の解析と利用の研究は進められており、今後さらに生産力のある飼料用米、WCS用の稲品種開発が行われると考えられる。

飼料用米、WCS用稲の合計栽培面積は行政的な後押しもあり、平成一七年の四六三九鈎から平成二二年の三〇八八五鈎に大幅に拡大している。今後も品種開発を通じて飼料用稲のさらなる面積拡大、ひいては食糧自給率の向上および安全安心な畜産物の供給につながっていくことが期待される。

交配可能な近縁野生種まで含めれば、稲の持つ可能性はまだまだ明らかにはされていないものも多く、無限に広がっていると考えられる。今後もそうした可能性を掘り起こしていくことで、画期的な品種開発が継続されていくと考えられる。

一方で、品種開発においては、交配から系統の固定・評価を得て、品種登録に至るまで一般的には一〇年以上の月日を要する。

将来の予想は難しいので、育成現場においてはゲノム情報を利用した育種の効率化を図りながら先を見据え、多角的な視点を持ち育種材料の多様性を維持することで、状況の変化に合わせて品種を提供していくことが求められている。





消費者調査でみた 食の志向 節約疲れ鮮明 中食・外食増

デフレが影を落とす国内経済状況の中で、消費者の食に対する志向や食品購買行動はどうか——日本政策金融公庫農林水産事業が毎年行う消費者動向調査で、消費者ニーズの変化を探りました。
今回の調査は、平成22年12月に20代～70代の消費者2,000人を対象に実施したものです。

経済性志向が連続減少

食の節約意識を反映する「経済性志向」は、今回調査で三六・五％となり、前々回調査(平成二二年一月実施)の四三・二％、前回調査(同六月実施)の三九・〇％に比べ連続して減少しました。

この「経済性志向」の連続減少は、経済が好転しない中で、消費者の間で節約意識が一段落し、逆に節約疲れが強まってきたと言えるでしょう(図1)。

節約疲れ現象の背景として、消費者に食生活の変化を聞いたところ、調理済みの惣菜や冷凍食品を家庭で食べる「中食が増えた」層と

レストランなどで食べる「外食が増えた」層が、朝食・昼食・夕食ともに増えています。

外食を抑えるという形で食費を節約するよりも、むしろ外で食事、あるいは中食を増やそうという気持ちが強まる結果になってきた、と言えます(図4)。

調査時点の平成二二年一二月の年末商戦では、豪華なおせち料理の販売が好調であったり、クリスマスは家族で外食をするなど、「時にはぜいたくしたい」という潜在的な心理が表れています。

日用品消費に関しては節約志向が依然強いものの、特別な日は中食や外食で消費する傾向が出てき

たと見ていいでしょう。

ただ、「経済性志向」は、今回調査では二番目に強い志向であり、過去の調査でも高水準です。このため、特に若年層の消費者にとつては、節約志向はまだまだ根強いものがあるようです。

手作り意識の高まり

節約志向と同じトレンドでこれまで推移していた、自宅で食事をつくる「手作り志向」は、前回調査では二九・九％に減少しましたが、今回調査では三三・一％と増加に転じ、経済性志向の減少とは対照的な動きを見せました。また、今後の「手作り志向」の見通しについても、全体的に上昇傾向です(図1・2)。

これは、節約意識の高まりから安い原材料を買って「手作り」を強

めるといふ発想ではなく、むしろ「手作り」で食べるものにこだわりたい、ということを重視した動きが高まってきたと言えます。

これに関しては素材に気をかけたおいしいものを手作りして食べるということ以外に、健康志向の実現、調理の楽しさや食育・地産地消の意識の高まりなどが背景にあるのかもしれない。

食品加工の関係企業にとっては「ひと手間加えるだけで料理が完成する」ような調理支援的な商品や、「バラエティ豊かな献立を提案する」ようなツールのニーズが広がる可能性もあります。

若年層は「簡便化志向」

「健康志向」は、経済環境や食を取り巻く環境に左右されず高水準

図1 現在の食の志向(上位)の推移

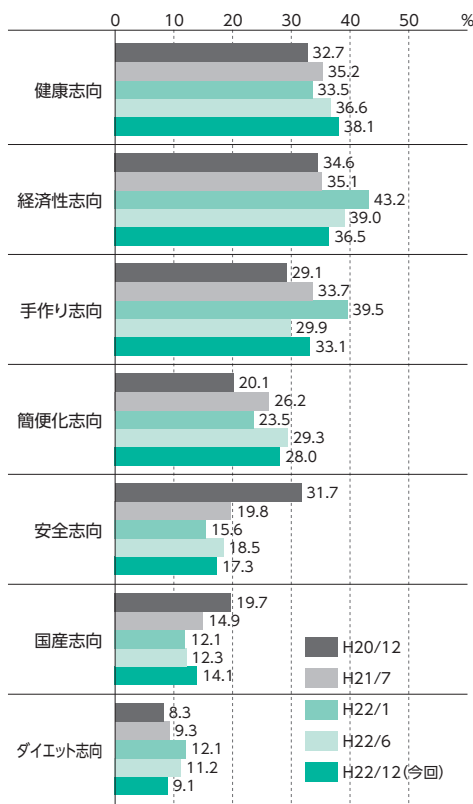


図4 昨今の経済情勢を受けての食生活の変化

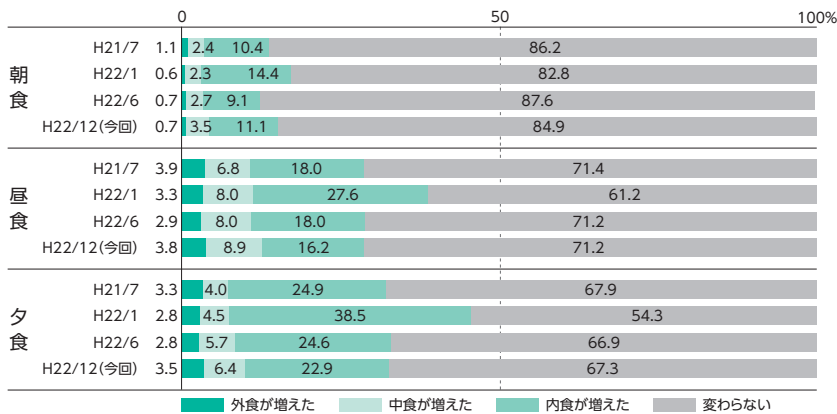


図5 食料品を購入するとき/外食するときの国産品へのこだわり

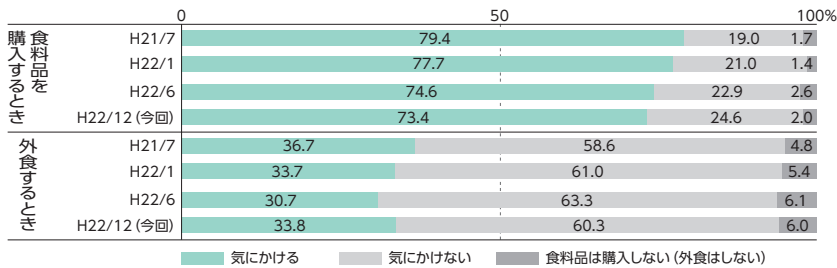


図6 国産原料の食品に対するイメージ

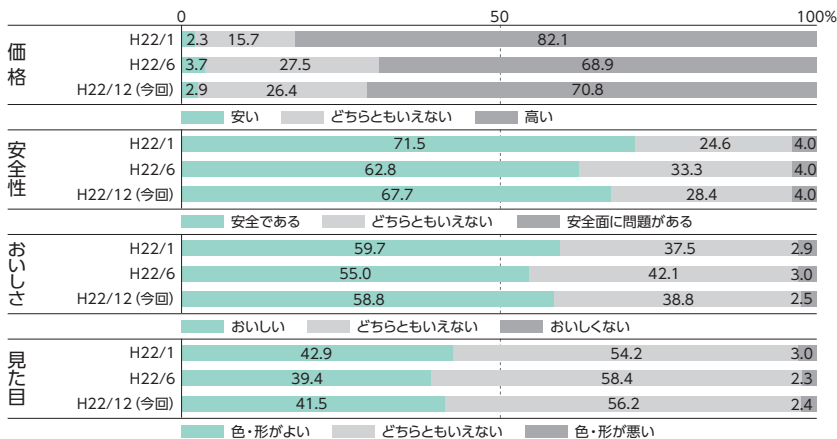


図7 輸入食品に対するイメージ

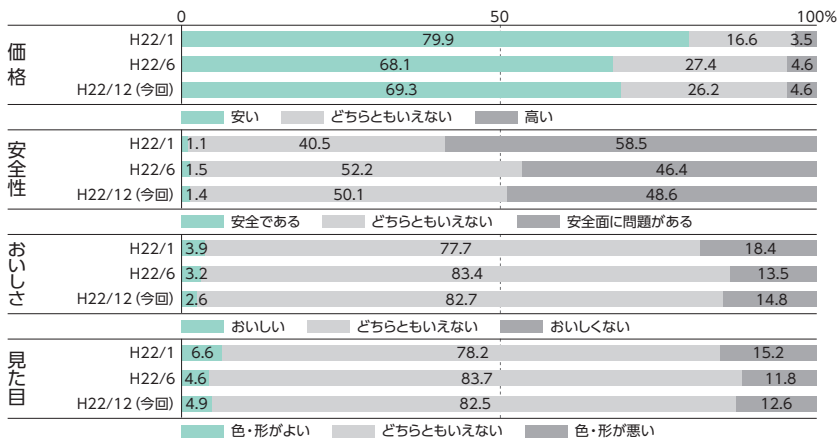


図2 今後の食の志向(上位)の推移

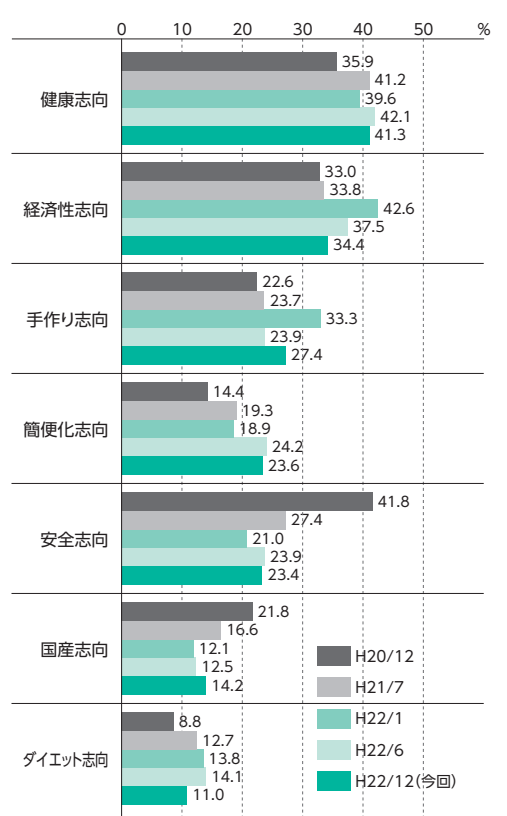
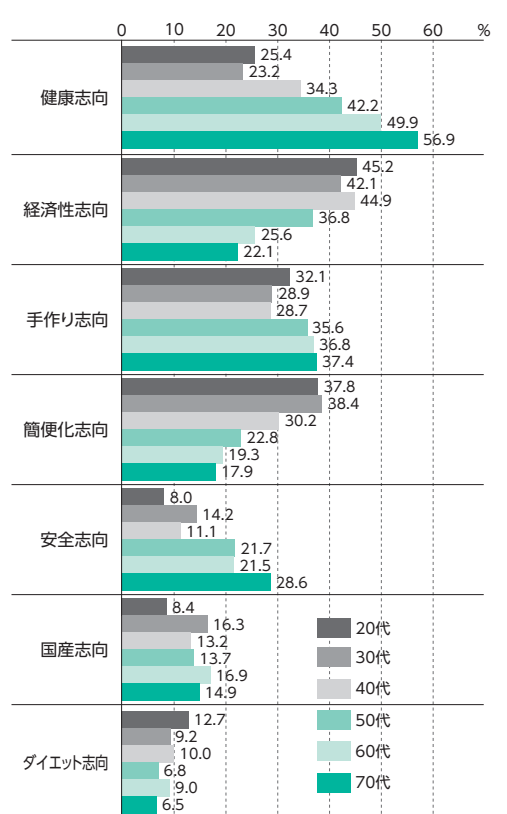


図3 現在の食の志向(上位・年代別)



を維持しており、今回調査では最も強い志向を示していました。

また、「健康志向」、そして「安全志向」について、現在と今後を比べると、「今後」の割合が「現在」を上回っており、この二つの志向は経済状況と無関係に、消費者の間に潜在的な強さがあることを示していると言えます(図1・2)。

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高まっていくと考えられます(図3)。また、「簡便化志向」がトレンドとして上昇傾向にあり、特に若年層に高い志向が表れています。単身世帯や一人で食べる個食シーンの増加といった社会的構造の変化により、簡単なものに間に合わせる「簡便化志向」が今後、ますます拡大すると見られます(図1・2・3)。

国産へのこだわり低下

食品品の購入時に国産品かどうかに関心を持つ人は、依然高い水準を維持しています。ただ、今回調査では前回調査の七四・六%から七三・四%に低下しており、国産へのこだわりが薄れてきているのが特徴です。

一方、外食時に原材料が国産ものかどうかを気にかけていた人が、

前回の三〇・七%から三三・八%へと、やや回復しました(図5)。

国産原料食品のイメージは、「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改善しています(図6)。

これに対して、輸入食品に対するイメージは、「安全性」「おいしさ」「見た目」の点で依然低いものの、低評価に歯止めがかかってきています。これは、輸入食品への抵抗感が次第に薄れるという兆候が出てきたのではないかと見られます(図7)。

また、輸入食品と比べて割高の国産品をどれだけ許容できるか、という質問に対しては、輸入食品より高くても国産品を選ぶという人が、前回調査の六〇・一%から五六・〇%に減少しています(図8)。国産へのこだわりは五割を超えているものの、トレンドとしては少

図10 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(%))

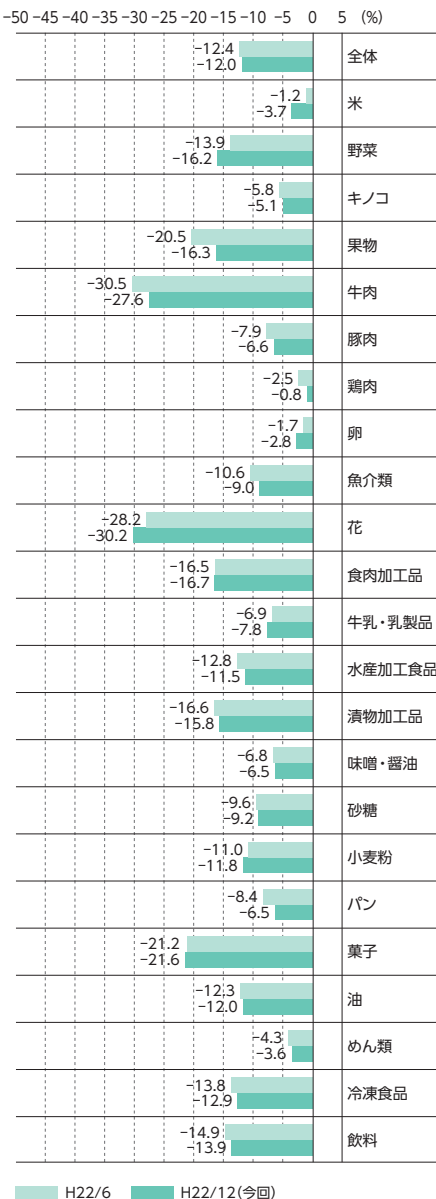


図8 国産食品の輸入食品に対する価格差許容度の推移

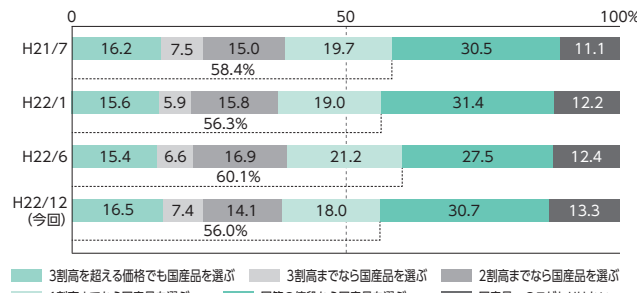
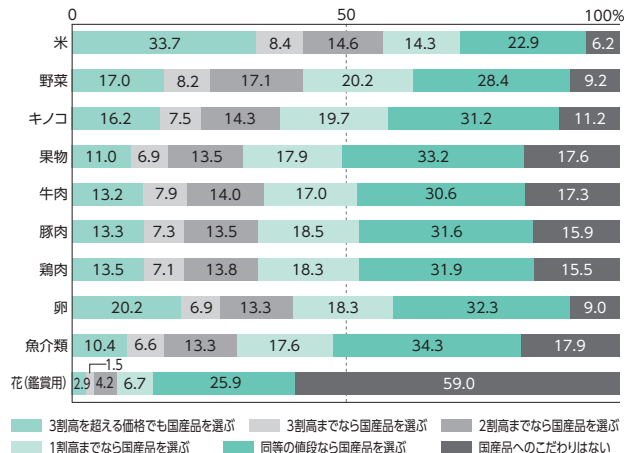


図9 国産食品等の輸入食品に対する価格差許容度(品目別)



しづつ減少傾向となっています。品目別で見ると、米は七一・〇%とほかの品目と比べても高いこだわりを維持していました(図9)。

一方で、国産にこだわらない人は一三・三%と調査を重ねるごとに増

加しており、国産プレミアム品の優位性が低下してきたのも特徴です。

加工食品の価格満足高い

米国発の金融危機であるリーマンショック以降、消費者の食品購入

量は「増えた」と回答した人と比べ「減った」と回答した人が依然として多い状況が続いています。

また米の購入量については、前回調査と比べ「減った」と回答した人が増加しており、必需品としての存在感が問われる結果となりました(図10)。

しかし、消費者が妥当と考える食品の価格水準を見ると、生鮮食品については、「現在の価格が妥当」「値上げが妥当」と判断した人が、六六・〇%と多く、価格満足度が高いことが分かります。

ただし、猛暑などにより価格が高騰した野菜への値下げ圧力は継続しています。現に、「値下げが妥当」と判断した人の割合は、前回調査の三九・八%から四二・三%まで増加しています(図11)。

また、加工食品については、「現在の価格が妥当」「値上げが妥当」と判断した人は、前回調査の六三・二%から、六四・〇%まで増加しており、調査を重ねるごとに価格満足度は高まっています(図12)。

全品目で約五割の人は「現在の価格が妥当」と判断し、約一割から二割の人は「値上げが妥当」と回答しており、消費者は現在の価格におおむね満足していると言えます。

(情報戦略部 柚木 紗知)

図12 現在の価格と比べて妥当と思う価格水準(加工食品)

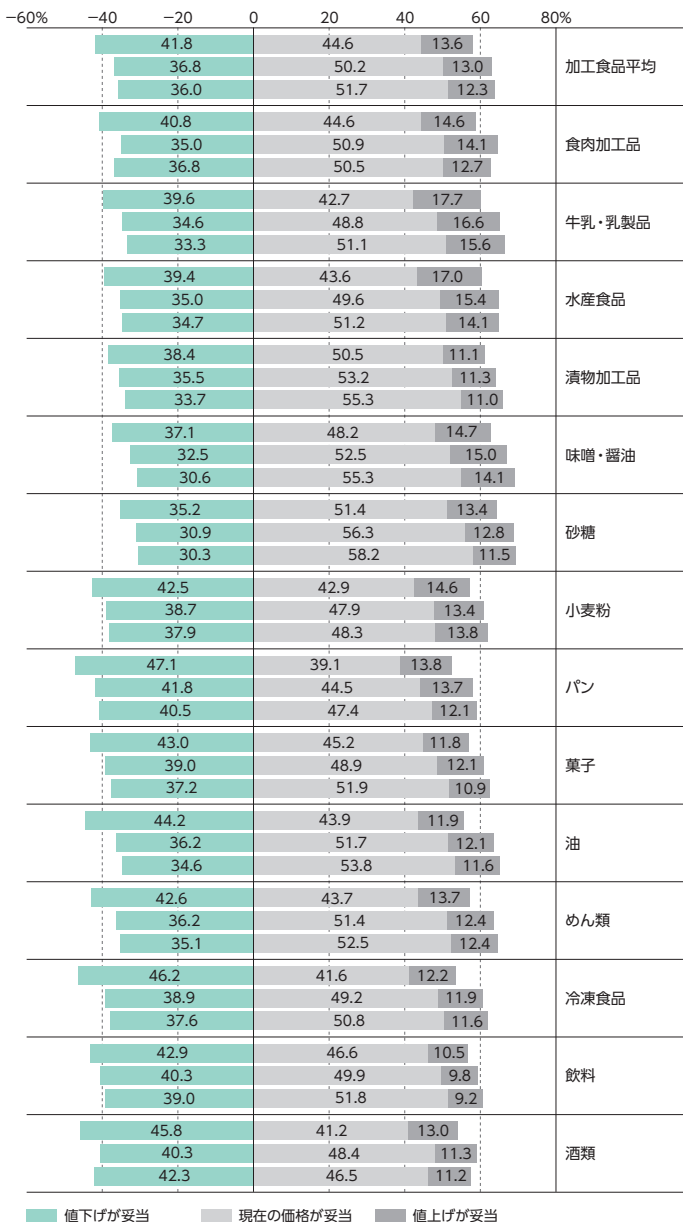
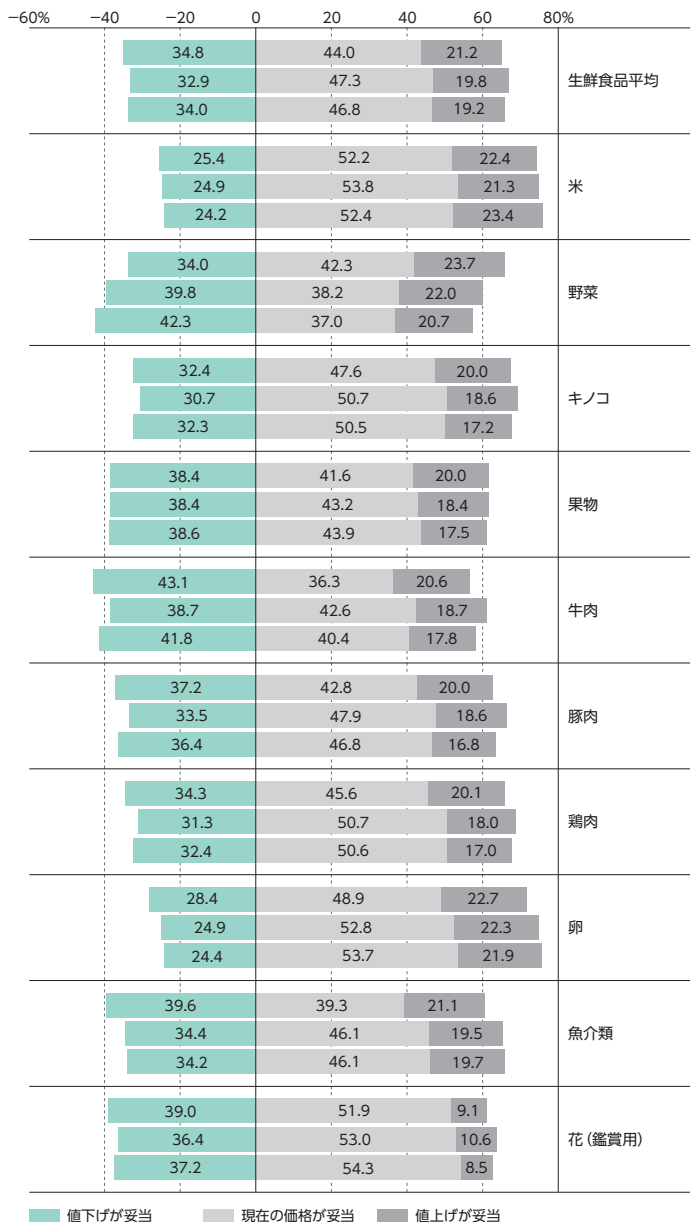


図11 現在の価格と比べて妥当と思う価格水準(生鮮食品・花)



【実施月(各項目共通)】 上側:H22/1 中側:H22/6 下側:H22/12(今回)

【実施月(各項目共通)】 上側:H22/1 中側:H22/6 下側:H22/12(今回)

稲の育苗、米穀検査。
未来の米の開発や、
酒の輸出も手掛けたい。
私にしかできない
米づくりをします。



山崎 美穂さん

茨城県坂東市

農業生産法人有限会社アグリ山崎

平成の開国という言葉に象徴的なTPPや、
進む二国間自由貿易のFTAなど、自由化の
行方次第で多大な影響を受けそうな日本の稲
作。新しい時代に向けて、新たな発想で米づ
くり挑戦する。





P. 19

関東平野のほぼ中心。筑波山を望み、利根川が育む穀倉地帯。この地で生産、集荷、検査、販売と一貫体制を整えるアグリ山崎。美穂さんのホームグラウンドだ。

P. 20

右:「洋服選びが好き」という美穂さん
左上:祖父、父と三代にわたる稲作経営
左下:ほ場、精米施設共有機認証を取得



「お父さんのあとをついで農業をします」——。山崎美穂さん(三五)は小学校四年生の時、つくば万博で埋めたタイムカプセルに自分の夢をこう書いた。

美穂さんの父、正志さん(六〇)は当時、大規模稲作経営をすすめながら特色ある米づくり、消費者直販にもチャレンジしていた。「掘り起こした時、こんなこと書いたの？」というぐらゐ忘れていましたけど」とほほ笑む。

ホームステイが私を変えた

それでも農業とのつながりは途切れなかった。高校で「ポマト」(ジャガイモとトマトを細胞融合させたもの)を学んで品種改良に興味がわき、東京農業大学に進学。薬用植物を専門に勉強し、学芸員の資格も習得した。

資格を生かせる茨城県内の博物館での勤務を目指したものの、空席がなく一九九八年四月にアグリ山崎に入社した。

片手間で仕事をしたわけではない。父親から言われた仕事はしっかりとこなした。「そのうち学芸員はあきらめました。でも仕事に向かって一直線ではなかった」。

自分を変えなければと感じていた就農二年目。正志さんの勧めで富山県のサカタニ農産で一週間ほど研修をさせてもらった。収穫したエダマメを早朝、奥村一則社長夫婦と軽トラックに乗って出荷した。立山連峰を照らす朝日の美しさに心打たれた。「農業はこんな美しい自然と一体の仕事なんだ」。

その後、一大転機が訪れた。若手農家を海

外に派遣する茨城県主催の海外視察に参加し、ドイツでホームステイをした。

滞在先は酪農家で美穂さんも仕事を手伝った。おいが全くしないことから、畜舎を清潔に管理していることは一目瞭然だった。

寝そべっている牛を見て、「ほら。彼女は夢を見ているよ」とほほ笑む主人を見て心が震えた。イメージしていた家畜と人間の関係はそこにはなかった。「こんなに温かい心で牛と接することができるなんて」。

仕事が終わるとシャワーをし、着替えたオーパーオール姿がまた格好よかった。仕事と余暇の切り替えも明確で、休暇で訪れたナミビアでの写真も見せてくれた。「仕事に誇りを持ち、人生を心から楽しんでる。私は果たしてそうだったか」——。心の持ち方ひとつで仕事は楽しくなるし、誇りも生まれるはず。

「大切なことを教えてくれた主人との別れはもう涙、涙。一緒に行った人たちから『どうしたの』と不思議がられるほどでした(笑)」

父親と同じ道たどる

帰国後、美穂さんは変わった。自分で仕事を探し、貪欲に行動に移すようになった。資格も次々に取得した。フォークリフト、米の検査をする農産物検査員、オーガニック検査員、お米マイスター、JGAP審査員……。米づくりは父から教えてもらえますが、検査、加工、流通、販売など全体の流れを知りたいと思って」。

正志さんも「外に出てみたことがよかったのかな」と目を細める。実は正志さん自身も同じく県の海外研修で渡米し、大いに刺激を受けて戻ってきた一人だ。

正志さんが米国視察に参加したのは八七年。大規模稲作を模索している最中だったが、訪問先の農家が品種改良から手がけ、精米・販売まで広げた経営をしていることを知り、ショックを受けた。



オーガニックの検査員としてほかの農場に出向くことも。日本オーガニック検査員協会の理事もつとめる

「当時の日本は食管法にがんじがらめ。こんな幅広い稲作経営があるとは驚きでした」。

その後、特別栽培米栽培を始め、九二年には米穀小売店の許可を取り、消費者や小売店への直販を開始。九六年に法人化し、二〇〇〇年には有機JAS認証も県内で初めて取得するなど経営の幅を次々に広げていった。現在、米は飲食店、小売店、消費者直販な

どすべて自前で売り切る。

オリジナルの日本酒をつくった

アグリ山崎には、離農する農家から「預かってくれ」という要望が増え、年々規模拡大し現在四八釜。ほかにも作業受託もするし、周辺農家と「水稲ゆづき云」を設立し、その米の販売も手がける。八月下旬になると、同社には収穫したての米が続々と集まってくる。検査が早く済めばいち早く販売に向けられる。

収穫ピークには、美穂さんは一日中検査業務に追われる。等級ひとつ違えば価格に響く。しかも農家はみんな知り合いだ。「ものすごく緊張します。でも米の検査のことを子どもたちに教えられるという点でも取ってよかった」。お米マイスターの資格をもつ美穂さんは、定期的に小学校を訪ね、米のつくり方や栄養について授業をする。

〇九年には大学時代の友人で、向井酒造（京都府伊根町）の女性社氏、長慶寺久仁子さんと「美穂久仁」という日本酒をつくった。美穂さんの米を長慶寺さんが酒にするという念願がかなった。「日本酒が苦手」という美穂さんは長慶寺さんから「あんたが酒を飲めるようになってから」といわれ、特訓を重ねた。「私のように日本酒が苦手な人も飲めるようなタイプにしました」というその酒。飲み口はすっきり。口に含むうちに、快い甘さが伝わってくる。

美穂さんの担当は育苗、検査、酒米づくり、営業と幅広い。中でも神経を使う苗づくり

が好きだと言う。「苗が出せろうとハウスは一面緑のじゅうたんを敷いたようになるんです。それが少しずつなくなっていく。田に植えられ、こんどはカエルの合唱」。四季のうつろいとともに関わる米づくりが美穂さんのペースに合っているようだ。

米づくりに未来があります

一人娘の美穂さん。やがて正志さんの跡継ぎとなる予定だが、「父からまず結婚しろと言われています（笑）」。大規模な水田を受け継ぎ、大型機械にも乗りこなす。そんな経営者を目指すのか、という問いに「必要ならば。それよりも私にしかできない仕事をした」ときっぱり答えた。月並みな質問をした筆者をいぶかしげに見ることもなく、丁寧に答えてくれた。「育苗と検査。これから米やお酒の輸出にも力を入れていきます」。

TPPやFTAなど自由化の行方次第で多大な影響を受けそうな稲作だが「米づくりに未来がある」という明るい一言が印象的だった。「最近、出会う人に農業をやっているというのと、『かつこいい』といわれる。農業は周りから注目されている。しかも稲作は減ることはない。私もどこかに出かけて戻るとご飯とみそ汁と漬物が食べたくなります。誰も食べないと生きていきませんから」。日本人のDNAに深く刻まれた米という基本形をどんなふうアレンジしていくだろうか。

（青山浩子／文 河野千年／撮影）



肥料の自給力向上

(独)農研機構中央農業総合研究センター

研究管理監

木村 武

わが国は肥料および肥料原料のほぼ全量を海外に依存しており、国内の肥料価格は国際的な価格変動の影響を大きく受けます。一方、国内の家畜ふん堆肥中の施用当分に有効な成分量は、化学肥料需要量に対して、窒素で三割弱、リン酸で四割弱、カリで七割弱と見積もられています。そのため、今後想定される国際的な肥料需給の逼迫^{ひっばく}に対して、家畜ふん堆肥の肥料成分を効率的に利用し、肥料の自給力を向上することは重要な課題です。

しかし、堆肥は、原料や

製造法によつて含有する肥料成分の量や構成比が異なります。特に窒素の肥効(肥料の効果の発現量とパターン)は多様で、従来の培養法では約三カ月を要するため、生産者が肥効評価に基づき堆肥を利用し化学肥料を削減するには、肥効評価の簡

易・迅速化が必要です。また、堆肥には、施用当分には肥効を示さず土壌に残存し、地力窒素として次作以降に有効化する成分も含まれます。そのため、地力窒素の多少に応じた施肥や堆肥施用が必要です。しかし、地力窒素の指標となる可給態窒素は土壌の四週間培養が必要で、操作も簡単ではありません。

以上の課題解決に向けて、農研機構では、県などと連携し実用的な技術の開発を進めています。まず、堆肥の施用当分の窒素肥効を簡易

迅速に評価できる分析法を開発し、「家畜ふん堆肥の肥料成分分析マニュアル」として公表しています。この分析法では、堆肥施用後一カ月以内の早期に有効化する速効的窒素量、そして一〜三カ月の間に有効化する緩効的窒素量に区別した評価を二日程度で実施できます。



地力の簡易判定に使用する道具(写真提供:中央農業総合研究センター・加藤直人)

①80℃保温機能付電気ポット、②水(ミネラルウォーター)、③COD簡易測定キット、④塩化カリウム(食卓塩)、⑤カップ、⑥スプーン、⑦電子はかり、⑧ろ紙、⑨ポリ遠沈管、⑩チャック付ポリ袋、⑪時計、⑫土壌(初期投資約¥18,000、分析1点当たり消耗品¥150)

肥料を明示した堆肥として耕種農家への流通促進も期待できます。

また、地力窒素については、普及センターや土壌分析機関はもろろん、生産者みずからが操作できる畑土壌の可給態窒素の簡易判定法を開発しています。土壌採取から地力窒素

の測定までを二日間で実施でき、家庭で入手可能な器具などを用い、低コストであるなど、高い利便性を持っています。

紹介した技術情報やマニュアルなどは、中央農業総合研究センター資源循環・溶脱低減研究チームのホームページ(<http://narc.naro.affrc.go.jp/soshiki/isfmr/index.html>)から入手できます。堆肥の肥効や地力を測る技術を活用して、肥料の自給力向上にチャレンジしてみませんか?

F



Profile

きむら たけし
1953年、東京都生まれ。東京農工大学大学院修了後、農林水産省入省。草地試験場、農業研究センター、野菜・茶業試験場を経て、中央農業総合研究センターに勤務。2007年より現職。主な研究対象は、環境保全型の施肥および堆肥等有機資材の利用技術など。

札幌市出身、北大法学部卒、『命の研究』がライフワークというので、どんな法学者だろうかと思わず想像が膨らむ。だが、平成一三年に有機栽培、平飼^{ひらひら}い養鶏にこだわって新規就農した、はるか農園の三浦賢悟（四三歳）さんは想像とはまるで違っていた。

自然農法との出会い

三浦さんは、サラリーマン家庭に育ち、子どもの頃は農業とは縁がなく、大学では法律を専攻し、就職もサラリーマンの道を選んだ。

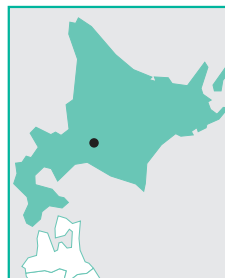
ところが三浦さんの話では農家になる素地は学生時代からあったようだ。「大学生の頃から、時代や政治に左右されない『自然の持つ普遍性』に惹かれていました。それとサラリーマン時代にもアトピーの子が増えた事実を目の当たりにし『食べ物（食べもの）の安全性』との関係を考えるようになりました。だから有機農産物を食べ、人にも勧めるようになったのです」という。

三浦さんはその後、食べ物や農業関係の本を読み、感銘を受けた本の著者に直接会いに行った。ある時、岐阜県の農家が自然農法を実践していることを知り、連絡を取った。

その農家からは「趣味で農業を

経営紹介

新規就農者として挑戦 有機農業で経営を確立



北海道千歳市
はるか農園

就農 ● 平成13年
経営規模 ● 畑・田18ha、採卵鶏1500羽
代表者 ● 三浦 賢悟
事業内容 ● 有機野菜栽培（ケール、カボチャ、ダイコンなど）、平飼い養鶏、循環型農業を実践



はるか農園の三浦賢悟代表

やっているんじゃない。でも、あなたが本気で農業をやる気があるのなら、おれが持っているものすべて教えてやる」と言われたそうだ。

三浦さんは「ついつい見たいばかりに『農業やります！』って言っちゃったんです。そして三日三晩つきつきりで、つくり方や考え方を教わりました。『自然を活かし、その力で野菜をつくれれば、食べる人を元気にできる。つくる人の心も大切だし、土づくりも大切だ』と聞かされました。次第に自分もつくる側に立ちたいという想いが沸き上がってきたのです」と語る。

食べていける有機農業を

その時は話を聞くだけだったが、北海道に戻りしばらくした頃、岐阜の師匠から電話がかかってきて「来年、有機栽培でジャガイモつくれよ」と勧められた。その時三浦さんは、「農業やるって約束したのですから、もう逃げられない」と覚悟を決めたのだ。

だが、三浦さんにとって、就農は容易ではなかった。

「どうやって農地を見つけ、つくり方を学べばよいのか見当もつきませんでした。ツテをたどってあちこち農場を見て歩き、最終的にた



元気に走り回る平飼いの鶏

どりに着いたのが千歳でした。大消費地札幌に近いという立地もありますが、決め手は『人』でした』という。

紹介された酪農家に就農を相談したところ、「おれの畑と機械を自由に使え。近所の農家を紹介するから、そこでつくり方を教えてもらえ」と言われ、その一言で、三浦さんの研修プログラムと就農場所が決まったのだ。

しかし三浦さんにとっては、もうひとつ問題があった。有機栽培をやることについて、先輩農家から「食べていけないから絶対やめろ。少しだけ有機をやって、あとは慣行栽培をやれ」と反対されたのだ。その頃の有機栽培技術はまだ発展途上で、収量も少なかったもので、もっともな忠告だった。しかし三浦さんにとっては、有機栽培をやらなければ

農業をやる意味がなかったのだ。

ロコミで販路広げ成功

まず三浦さんは、人間の生活の基本となる食をつくる農家が、食べていけないというのはおかしいと、二羽の畑と一〇〇羽の平飼い養鶏で農業経営を開始した。その規模でも採算が確保できるようにするため、最初から直販にも取り組んだのだ。

「最初は知人に買ってもらい、徐々にロコミで販路が広がっていききました。時間はかかりましたが、ロコミが一番確実な営業でした。技術も販路も資金もありませんでしたが、たくさんの方の応援のおかげでやれました」と三浦さんは語る。

もうひとつ、三浦さんの経営が軌道に乗った要因は、食品企業との連携だ。

今、三浦さんの農場で生産量が一番多い野菜はケールだ。健康食品「青汁」の原料となる野菜で、七年前から千歳の食品企業との契約栽培を行っている。

三浦さんは、有機栽培基準でつくったケールの葉を工場に納入し、その日のうちに搾りかすを農場に戻してもらい、鶏の餌にするという循環型農業を確立した。

「企業に、モノをつくる現場を見せてもらいましたが、生産工程を徹底して数字に置き換える手法には驚きました。自分ひとりではできないことが、企業とパートナーシップを組むことで、できるようになりました」と述べる。要は、企業との連携で自分の可能性が広がったというわけだ。

ただ、農家が企業とパートナーシップを組む場合、企業側がどういう目的でやるうとしているのか、しつかり見極める必要があるという点も学んだ。三浦さんは、「売れるから、もうかるからと言って、変わった野菜を次々つくるようなことはしません。ベーシックな野菜をつくり続けていくこと。これが私のひとつのこだわりです」という。

それは、普通の家庭の食卓をよくしたい、という想いから出てきたもので、三浦さんは、農場を開放し食育にも取り組んでいる。消費者を積極的に受け入れ、卵集めやジャガイモ掘りなどの農場体験の場を提供しているのだ。

「鶏はこうやって生活している。産みだての卵は温かいということを見て、聞いて、体験することが大切だと思います。そうすることで多少高くても平飼いの卵や有機

野菜を買ってもらえるようになると思います」と語る。

地域の未利用資源活用

三浦さんが今、力を入れているのは「地域の未利用資源」の活用だ。食品企業から出ている副産物で、北海道でも未利用のまま捨てられているものがある。三浦さんは、「地域の農家で連携して活用する取り組みを進めていきたい」と意気込む。このため、ほかの養鶏農家と食品副産物を飼料の原料にするための協力を始めた。

また稲作農家との間では、鶏糞の堆肥還元と、飼料米生産の話を進めている。

ほかの農家と連携し地域全体で循環型農業の仕組みをつくることによつて、よい農産物を低価格で安定的に消費者に提供することになげたい、と三浦さんは考える。

三浦さん自身、新規就農にチャレンジし、有機農業を何とかモノにできた。

「農業で生計を立てるのは、目先は大変かもしれないが、食べ物をつくることはやりがいのある仕事。若い人たちに入ってきてもらいたい」という。

(情報戦略部 能登謙二)

J A全農あきた

杉山昌史

(五四歳)



●すぎやま まさき 小み ●
一九五六年秋田県生まれ。宇都宮大卒。七九年秋田県経済農業協同組合連合会入会。二〇〇二年全国農業協同組合連合会と合併。〇四年同連合会秋田県本部園芸課長。〇八年同米穀部長。一一年より同副本部長。環境に配慮した米づくりを総称した「あきたe.c.o.らいず」による新しい秋田米ブランドの構築により、デビュー二五周年を迎えた「あきたこまち」のさらなる飛躍に向け、国内販売だけでなく海外への輸出にも積極的に取り組んでいる。

最

近、米の輸出に関心が集まってきていますが、秋田県は全国でもトップクラスの米輸出货量を誇っています。県当局はじめ、私たち農協系統組織やさまざまな業者がタイアップして秋田米の輸出を積極的に推進してきた成果だと言っていると思います。

最初に私たちが輸出に取り組んだのは今から二〇年ほど前のことで、新たに世に送り出した「あきたこまち」を売るため、あらゆる取り組みをした時期と重なります。

しかし、輸出货量が大きく伸びたのはここ数年です。背景には、国内の米需要が低迷する中で、輸出用の米生産が水田の有効活用につながることで、また海外の消費者にも日本の米を食べてもらえることをうれしく、誇らしく思う機運が農家の間で高まってきたことがあります。

それと、何とも皮肉なことですが、国内米価の下落で輸出用米との収支差が縮小したこともあります。

こんなこともあって輸出用米への生産に参加してくれる農家が増えてきました。

J A全農あきたの輸取出扱量は、平成二一年産で六〇トでしたが、二二年産は一〇〇トとなる予定です。主な輸出先は香港、シンガポール、ロシアなどです。

販路拡大にあたって各種イベントにも参加しますが、重要なのは単発に終わらせないことです。このため、必ず輸出先の現地に根ざす商社とはタイアップするようにしています。

秋田県では、秋田港を拠点に、鉄道と海路を活用してロシアや中国につながる新物流ルートの構築を目指す「秋田港シーアンドレール構想」の検討が進んでいます。

構想実現のためには貨物取扱量を増やし、輸送コストを引き下げることが課題となってきました。そこで、米の輸出货量を増やすことによって、構想を実現させ、地域の活性化にも貢献したいと思っています。

一方で、国内の販売に目を向けた時、今は何が一番大切でしょうか。それは秋田米のファンをどれだけ増やせるかだと思います。ファンの方から秋田の米をたくさんつくって欲しいというオファーがもらえる、そんな産地にならなくてはいけないと思うのです。そのためにも、さまざまな手を打っていくことが必要です。

たとえばデビュー二五周年を迎えた「あきたこまち」に加え、業務用需要に対応する新品種「ゆめおぼこ」を昨年投入したのもそのひとつです。ほかにも、ふつくらもちもちの低アミロース米「淡雪こまち」や、米粉用の「あきた瑞穂の舞」などさまざまなニーズに応えるため品種ラインアップを充実させました。米粉については、マスコミに取り上げられることも多いのですが、需要はまだ安定していません。しかし今が大変重要な時期で、大手製粉会社と連携し、市場育成に取り組んでいます。

数々の取り組みの中で、特に力を入れているのが、農薬の使用成分回数を二分の一以下に抑えた「あきたe.c.oらしい」の全真的な普及です。

平成二〇年、二一年に、秋田県農業試験場と連携し試験栽培とデータ分析を繰り返して、栽培方法を確立しました。そして、昨年から本格普及への取り組みを開始しています。

平成二五年には、県内作付け比率を七〇%以上にする計画です。一部の篤農家だけでなく、多くの農家が参加する広範な取り組みとすることにより、環境保全に配慮した新たな「秋田米ブランド」構築を目指したいと考えています。

もちろん価格を上げるようなことは考えていません。従来より手間をかけてつくりますが、価格ではなく「価値」を上げることによって秋田米のファンをつくっていききたいと思っています。

農家が丹精込めてつくった米を残す、余らせてしまおうというのは、よくないことです。むしろ多くの人たちに食べていただくことが大事です。

そういった意味で、これからもつくり手の努力を踏まえて、私たち全農としても、米の価値を最大限に上げて、しっかりと売り切ることを肝に銘じて、あらゆる可能性に挑戦していきます。

F

国内外の新規需要目指し市場開拓、 環境保全の「秋田米ブランド」確立へ

佐藤 正志 さん

新潟県
新潟ゆづき株式会社

「売れる米づくり」で顧客評価得る 土づくりと徹底したデータ管理



本田技研の経営手法を活用

——新潟ゆづきは米検査の選別網について、普通の網の目より〇・〇五ミリ大きい一・九〇ミリで選別するそうですね。どういう狙いが？

佐藤 これは未熟粒を少なくする狙いがあるのです。網の目を大きくすると、粒が相対的に小さい未熟粒は当然こぼれ落ちてしまいます。一・八五ミリの選別網でも、基準は十分クリアしているので問題ないのですが、私たちは、顧客などの市場評価を得るためにやっているのです。

——基準クリアならば、産地側としても別段、問題なしでは？

佐藤 生産者にとっては、わずか〇・〇五ミリでも網の目の大きいものになれば、米の粒数が減りかねず、嫌がる

米づくり生産者なら誰もがめざす「売れる米づくり」による顧客の高い評価。農業生産法人の新潟ゆづき（村上市）は一等米比率九〇%以上の粒ぞろいの銘柄米コシヒカリで見事に実践している。前職の本田技研工業で学んだ生産や販売の経営手法を農業に活用し、土づくりと栽培などのデータ管理で高品質米づくり対策に努めた結果だ。

一等米比率九〇%以上めざす

——「コシヒカリ一等米比率九〇%以上」というのはすごい強みですね。「売れる米づくり」の成果ですか。

佐藤 私たちのいる村上市はかつて市内を流れる荒川の洪水被害などで生産者が苦勞した地域です。しかしありがたいことに肥沃な水田地帯で

す。だから、土づくりや技術力、しっかりしたデータ管理で良質米生産をめざせば「売れる米づくり」は必ず実現できると思っていました。

——それにしても一等米比率九〇%以上は、大変な品質管理力ですね。

佐藤 一等米というのは、粒のそろった整粒七〇%以上のものを言います。私たちはその目標をさらにアップし、九〇%以上に置いています。

二〇〇九年産米では九九%を実現しました。

——それはすごい。一〇〇%まであと一%足りなかった原因は何ですか？

佐藤 もみすり機の一部が何かの拍子で詰まり、玄米の表皮がめくられて白米状態になってしまいました。それが、整粒検査段階で「異物混入」と判断され、二等米扱いとなったのです。

結果は結果ですので、厳正に受け止めたんですが、翌二二年産米は異常気象による高温登熟が影響し未熟米が一部に出ました。こればかりは生産管理でも対応しきれませんでした。

——と言いますと？

佐藤 米はだいたい積算温度一〇五〇度で登熟、つまり成熟に至りますが、その温度に至るにはある程度の日数が必要です。ところが二〇一〇年は異常気象で、短期間の高温続きとなったため、整粒として育たなかったのです。

納入先の米穀卸大手関係者からは「おたくのコシヒカリの一部に検査段階で二等米が出たが、異常気象によるもので、十分に一等米評価だ」と言っていたとき、正直なところ、うれしかったですね。



「売れる米づくり」には土づくり、品質管理が大事」という佐藤社長

Profile
 佐藤 新一
 一九五二年生まれ、六〇歳。七〇年に本田技研工業サレビス部門のホンダSF関東に入社。七七年母親死去後、実家後継ぎで退社。八一年農業に従事。八八年新潟県稲作経営会議に入会。二〇〇二年岩船有機生産者協会設立、〇六年有限会社新潟ゆづき設立、三月有限会社新潟ゆづき設立、六月株式会社化。〇七年JGAP取得。特別栽培米申請面積一七〇ヘクタール。栽培は一四ヘクタール。年商一億八〇〇〇万円、利益一六五〇万円弱。社員は八人。

Data
 新潟ゆづき株式会社
 本社新潟県村上市。資本金三〇〇万円、佐藤正志代表取締役社長。一九八八年に佐藤社長が個人で農業に参入。二〇〇一年に岩船有機生産者協会設立。〇六年三月有限会社新潟ゆづき設立。六月株式会社化。〇七年JGAP取得。特別栽培米申請面積一七〇ヘクタール。栽培は一四ヘクタール。年商一億八〇〇〇万円、利益一六五〇万円弱。社員は八人。

のは当然です。しかし逆に精米する流通の米穀卸商からすれば、粒が大きいと目減り分が少なくなりプラス。同じコシヒカリでも新潟ゆづきの米は評価できると、高い値段で買ってもらえる、というわけです。

私が農業に携わる前の七年間勤めた本田技研工業では、密度の濃い勉強をさせてもらいました。社員から募集する改善提案を現場で生かす風土も勉強になりました。

「売れる米づくり」のポイントはそのにあるのですか？

秋田の八郎潟へ入植される人もいたりして大変でしたが、集落の土地の管理などを頼まれ、それから農業にかかわるようになったのです。

——農業参入といっても、七五〇の農地では腕の振るいようがないでしょうから、最初は後継者のいない農家などからの作業受託をしたのですか？

佐藤 そうです。でも、本田技研で学習したうち、品質管理などの重要性を知っておりましたので、土づくりなどにチャレンジしました。

新潟県稲作経営者会議にも所属して、ここでも勉強しました。この組織

は一匹おおかみの集団で、個性の強い人たちの集まりでしたが、私のように製造業の現場からの農業参入では、既存の農業とは異なる発想を学ぶ必要があったので、いろいろなことが吸収でき役に立ちました。

——転機が訪れたのはいつですか。

佐藤 一九八二年に農業にかかわり、その五年後に道が開けて二二〇〇万円の制度資金を借り米乾燥用のライスセンターをつくった時ですね。

当時、センターそばの事務所を集落の人たちが気軽に寄り合う一種のたまり場のようなものとして開放したのです。私は、その時点ではまだ、よそ者状態で、地域に同化することの方が大事でした。

——今こそ佐藤さんは集落の中心リーダーの一人ですが、当時、地域に同化するのは大変だったでしょう。

佐藤 たまり場での話し合いは「いい米をつくって少しでも高く買ってもらい、みんながもうかる仕組みをつくる。そのためどうすればいいか」がポイントで、次第に共感をえました。うれしかったです。

農協と別ルートで直接販売

——そこで、佐藤さんは、まず率先して農協とは別ルートでの直接販売に踏み出したのですか？

たまり場づくり地域と同化

——農業と縁遠かった佐藤さんは帰郷後、すぐ農業にかかわられた？

佐藤 農地がわずか七五〇程度でしたが、すぐに対応するのはとても難しく、自動車販売にかかわったりしていました。そのうちに羽越水害で荒川がはんらんし実家のみならず私たちの集落、田んぼが壊滅的な状況になりました。

佐藤 当時は、まだ農協の系統出荷が主流でしたが、私は農協には収量の半分しか出さず、あとはバイヤーなどとの直接販売でいきました。うれしいことに直接販売の方が玄米ベースで平均数千円高く売れ、それが集落の人たちにも口コミで伝わり、たまり場での話し合いが結実するムードが高まってきたのです。

——そして、二〇〇二年に岩船有機生産者協会が誕生したのですね。

佐藤 そうです。私の住む川部の集落で農業に携わる仲間たちでつくれた組織です。有機肥料を使い減農薬、減化学肥料に徹した特別栽培米コシヒカリの認定を受けるための申請を協会名で一本化できるメリットがありましたし、それをきっかけに肥料や資材も統一化し共同購入によるコストカットもめざしました。

——その後、佐藤さんは協会長に推された際、注文をつけたとか。

佐藤 協会長に、という話があった時は、うれしかったです。やっと地域に同化し仲間入りができた。ただ、会長を引き受けるに際して、いくつか条件をつけたのは事実です。

——どんな条件をつけたのですか。

佐藤 資材や肥料の統一、特別栽培米に生産絞り込み、そして大事なこととしては売り先を特定せず農協

個人開拓、そして協会窓口の三ルートにして判断はそれぞれに委ねる、ということ。それと生育や栽培などのデータ管理については、一本化すること、という点です。

個別生産データを「見える化」

——個人のノウハウとも言える生産情報をデータ管理するのはなかなか難しかったのでは？

佐藤 土地は、十人十色で、それぞれの特別栽培米を「売れる米づくり」の象徴にするには品質の一定化が最重要です。だから、仲間全体で情報を互いに開示しながら品質を高めるため、生産データなどの「見える化」を進めたのです。

——具体的には、どのような「見える化」をしたのですか？

佐藤 肥料や資材を統一しても、地力のない土地とそうでない土地では数値データに差が出ます。

そこで、一〇〇点を基準に五ポイント差ごとに地力チェックを行い、地力の低い田んぼには肥料を多めに投入するといった形で、ほ場管理を進めるのです。みんなの合意の上でのことです。一年目からすべて徹底しました。おかげで見違えるように品質管理ができました。特に、新潟ゆきではパ

ソコンを活用して生育状況や栽培管理などのデータ管理を行い、参加メンバーの田んぼごとにデータのチェックによってレベルを一定にしています。

——農業生産工程管理と呼ばれるJGAPもいち早く取得したそうですね。

佐藤 四年前に取得しました。これからは品質や安全がキーワードで、栽培履歴のトレーサビリティ、さらにJGAPの定着が必要です。

でも、農業の現場では農薬と食品、農産物を無造作に一緒の場所に置いておくケースが目立ちますが、JGAPでは認められません。私たちは品質管理という点で、先取りできていると思います。その延長線上で、これまで外部委託していた成分分析の検査も自社でやるべく四〇〇万円の装置を購入します。

——米の値段が下落傾向なのに高値で買ってもらえるのはいいですね。

佐藤 農協ルートよりも玄米で数千円の割高評価はありがたいです。だからこそ、味を含めた品質管理に力注がねばなりません。

私たちは資本力がまだ弱く在庫を抱える余裕がありませんので、毎年一月以降、翌年産米の予約販売の営業活動を行い、翌年六月に締めます。あ

りがたいことにほぼ予約でまかなえます。

将来的にはアジアに米輸出も

——特別栽培米面積六一畝を二〇〇畝に拡大申請の予定とか。

佐藤 そうです。私たちの集落の川部ではうれしいことに、ほぼ九〇%の参加率です。農業生産法人化している新潟ゆき以外、個別の生産者ですが、これに周辺の平林、松沢、宿田の集落の生産者も加わり、合わせて六一畝ですが、これを二〇〇畝に拡大して申請予定です。

——米の生産調整なしでの米作は新潟ゆききの制度活用とうまさ？

佐藤 もちメーカーと栽培契約を結んでもち米の生産を行い、県当局に申請すると、生産調整から適用除外になりますし、同じく特別栽培米や輸出向けの米生産をすれば対象から除外になり、いわゆる生産調整なしに米づくりにチャレンジできます。

——輸出も視野に入れていられるのでしょうか。

佐藤 私たちの米も品質やうまみには自信があります。日本食文化への評価が進む新興アジアへ、コシヒカリ特別栽培米の輸出をしたいなと思っています。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)



よく撮影に通う谷間に、持ち主が歳をとって放置された田んぼがある。機械を入れにくいから、米をつくるのもたやすくはない。そのかわり生物が多様である。チョウが毎年越冬する場所もあった。ところが手入れをやめて何年か経ったら草が生え、木が生えてきた。環境が変わってしまい、虫も少なくなつた。

田んぼがあつた頃の景色は美しかった。米をつくる田としては使いつらくても、自然観察や、子どもたちの米づくりなど、田んぼの活用方法はいくらかもある。

そんな田んぼで子どもたちに写真を撮らせてみてはどうか。

最近では簡単に接写ができるデジカメが手軽に手に入る。今の子どもはうらやましい。昆虫を捕まえるよりも、もつと近くで虫の生きざまを見て、それを写真に残せるのだ。デジカメを使って自然や街の記録を残す。そんなことが誰にでもできるのだ。

子どもの頃に、虫を撮ろうと思つたが、当時のカメラは虫が撮れるようにはできていなかった。接写のできるカメラもあつただけれど、そんなカメラはお父さんの給料の一年分に近いほど高価だった。写真が撮れないから、昆虫採集に明け暮れていた。

子どもたちに写真を撮る教えるイベントに招かれることがある。写真を通して社会を知り、そこにかかわるといふのは、とてもよい教育だと考えている。だから勇んで出かけていく。ところが使うカメラがフィルムの使い捨てカメラだったことがある。主催者はフィルムで写真を撮ることにこだわらなかつたのかもしれない。

使い捨てカメラは人を撮るにはよいけれど、虫を撮るにははなはだ都合が悪い。大きなチョウが豆粒ほどには写るけれど、テントウムシを撮っても、ポケポケか、どこにいるかわからないほどの小ささでしか撮れない。子どもは写真を写すことから被写体に興味を持つ。だから最初から撮れなければ、それは逆に被写体への興味を失わせるようにも思ふのだ。

田んぼの生き物をもつと身近に感じられるような自然に親しむ場所があつたらなと思つている。



自然ジャーナリスト
海野 和男

うんの かずお
1947年東京生まれ。東京農工大学卒業。昆虫を中心とする自然写真家。少年時代より昆虫や自然が大好きで、学生時代より熱帯雨林に通い写真を撮り続ける。90年から長野県小諸市にアトリエを構え、じつくり腰を据えて身近な自然を記録し、写真を通して昆虫の面白さや、環境保全の重要性を訴えている。ホームページ「小諸日記」では99年2月より無休でデジタルカメラを使って撮影した写真にコメントを付けて発表している。
ホームページ <http://eco.goo.ne.jp/nature/unno/>

虫を撮る



地域貢献型の集落営農で

農業・農村を活性化

島根県 農林水産部 農業経営課
担い手育成グループ 企画員

今井裕作

全国に先駆け新島根方式

農村の過疎や高齢化の波がいち早く押しよせてきた島根県で、一九七五年当時、全国に先駆け「新島根方式」と呼ばれる集落を対象とした話し合い活動、機械の共同化など、当時としては画期的な共同体の枠組みづくりが生まれたのをご存じだろうか。

今でこそ「集落営農」という言葉はどこでも使われるほど、一般化している。しかし当時は、「集落営農」という明確な定義はなく、そういった共同体が一体となって農業経営に取り組みという動きもなかった。

島根県では過疎化や高齢化という重い課題を背負う集落の再生を図るにはどうすればいいのか、という立場で現場を歩き、議論し、出した結論は、集落が互いに手を携え協力し合って共同で生産性の向上、集落の再生、自治機能の強化という問題に取り組みということだった。しかも、そ

の場合、できるだけ行政主導ではなく、農家主導で、そして農業と地域振興を一体的に進めていくという点だった。

当時、全国から注目された「新島根方式」の発想が、現在の島根の集落営農の基盤を形成し、後述する「地域貢献型集落営農」の育成施策に通じている。

そこで今回、高齢化対応などのさまざまな取り組みをしている「地域貢献型集落営農」のモデル事例とも言える二つのケースをご紹介します。

有限会社形態で送迎サービス

その一つが、出雲市佐田町にある集落営農法人で有限会社形態の農業生産法人「グリーンワーク」だ。

佐田町は、出雲市の中心部から四〇キロメートル以上離れた中山間地域に位置し、過疎・高齢化が進んだ地域にあるが、この法人は二〇〇三年、前身となる二つの営農組織（任意組合）が合併し、

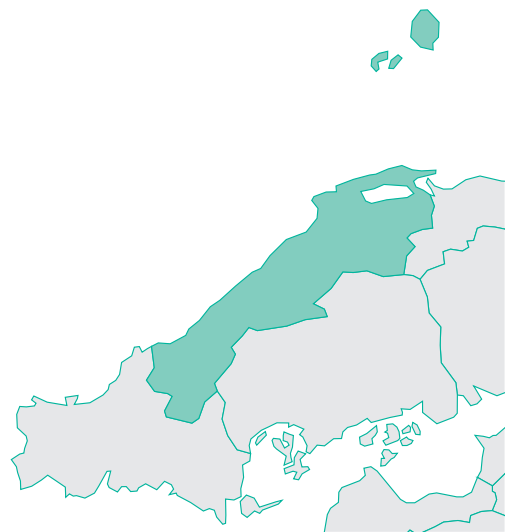
構成員三〇人で設立された。

農業部門は、水稲経営を柱に、作業受託、ライスセンターの管理・運営、トマト栽培などを行っているが、むしろご紹介したいのは、地域の暮らしにかかわるさまざまな農業外部門への取り組みだ。

具体的には、交通不便で身動きがとれない高齢者が病院や買い物に行くための送迎サービスがそれだ。公共交通機関が十分ではなく、市街地から離れているこの地域で、約二二〇人の高齢者がこのサービスを利用している。

また、冬期の灯油配達、森林公園の管理なども行っている。集落営農の法人組織が、民間や行政サービスが行届きにくい地域の暮らしをサポートし、地域になくてはならない組織となっている。

そのほか、畦畔けいはんなどの除草のために飼育した羊の毛を法人女性部（メリーさんの会）が加工し販売したり、羊を通じた交流活動、地元小学生の食農教育など地域の活性化につながる取り組みも



profile

今井 裕作 いまい ゆうさ

1970年島根県松江市生まれ。95年島根県職員に採用。農業改良普及員として、主に中山間地域の担い手育成、水田農業の生産振興、地域づくりに携わる。2008年から現職。

●島根県農林水産部農業経営課
〒690-8501 松江市殿町一番地
電話：0852-22-5394

E-mail:nogyo-keiei@pref.shimane.lg.jp

●HPリンク

http://www.pref.shimane.lg.jp/nogyokeiei/ninaite/eino/tiikikouken.html

地域貢献型集落営農

集落営農の持つ本来の意義・機能を明らかにし、今後の島根県の集落営農の進むべき方向性として、以下のように定義した。

また、平成20年度から県単独事業によって施策推進を図っている。

●定義

農業生産の維持や農地の維持だけでなく、経済の維持(高齢者生き甲斐対策含む)、生活の維持(生活支援、環境保全等)、Uターンを含め人材の維持などを行う地域公益的な集落営農組織。

行っている。

代表の山本友義さんは、「グリーンワークの目的は、農業を軸に地域を維持することです。生活面に不便の多い中山間での地域活動に貢献することはわれわれの役目です」と強調する。

もう一つは、雲南市木次町槻之屋地区にある農事組合法人「槻之屋ヒーリング」だ。この地区は、標高約三〇〇mの中山間地域に位置し、人口が一人〇三人、高齢化率も四八%に及び、高齢化対応は大きな課題だ。しかし、集落に行くと、道路脇を飾る花壇、雑草のない畦畔など見渡す限りきれいな田園風景が広がっている。

集落の「よろず屋」として活動

「槻之屋ヒーリング」は、高齢化で手がまわらな

くなった集落内の環境整備や美化活動を請け負う。代表理事の斎藤文隆さんは、「われわれが目指すのは集落のよろず屋です。農業生産以外のさまざまな地域貢献活動にも力を入れていきます」と言う。

この地区には、農家二〇戸で組織する「槻之屋ヒーリング」のほかに、二〇歳以上の住民全員で組織する自治会組織「槻之屋振興会」の二つの法人組織がある。

二法人は、槻之屋地区の農業・農村を守り、活性化させるため、お互いに連携・役割分担をしながら、鳥獣害対策、除雪・倒木除去、冠婚葬祭、農家レストラン、消費者交流など地域で必要とされる活動を行っている。

地区内には、機械も入らない田も含め二二〇枚



グリーンワークの外出支援サービス

の田んぼがある。ある高齢者は、「ヒーリングがなかったら集落の田んぼの半分は、耕作放棄地で荒廃していたね。みんなもバラバラになっていたかも。ヒーリングさまさまだね」と、集落内の集まりで語ったそうだ。まさに、なくてはならない存在となっているのだ。

ここで重要なことは、集落営農があることで田んぼが守られただけではなく、集落での話し合い活動が活発に行われ、人と人のつながりが深くなったということ、そして田を守る活動が、集落に住み続けるためのさまざまな取り組みにもつながっているということだ。

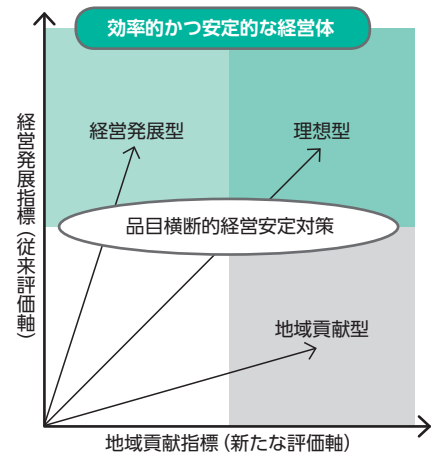
地域公益的な集落組織目指す

ちょっとかたい話になるが、二〇〇五年、国が策定した「食料・農業・農村基本計画」において、「集落営農組織」が担い手として位置づけられ、しかも〇七年に始まった品目横断的経営安定対策の施策対象となった。

三〇年以上にわたって、集落営農組織づくりを進めてきた島根県にとっては、集落営農組織が担い手として施策に明確に位置づけられたことは、意義深いことであった。しかし、国が示す集落営農は、「効率的かつ安定的な経営体」への発展を強く期待する、というもので、当時、現場の普及員であった私自身、違和感を持ったことを覚えている。

このような情勢の中で、島根県では〇七年に行政、普及、研究機関などで「次世代の集落営農の在り方研究会」を立ち上げ、現在の集落営農の課題、そして今後の集落営農のあるべき姿および支援策について検討を始めた。

図 島根県の施策推進のイメージ



(次世代集落営農在り方研究会での議論)

ここで議論になったのが、「効率的かつ安定的な経営体育成」の視点だけでは島根の農業・農村が守りきれないのではないか、という現状認識だった。

具体的には、品目横断的経営安定対策以降「効率性」、「所得」、「専従者」などの経営面ばかりが重視され、本来、集落営農が持っている「農地をはじめとした地域資源を管理しながら、農村社会を維持・活性化していく」という視点が軽視された感があった。

そこで、従来型の評価指標である「経営発展度」だけでなく、集落の維持・活性化に貢献する「地域貢献度」を加えることによって、集落営農が本来持っている意義・機能を総合的に評価するシステムをつくり出した。

そして、地域貢献型集落営農を「農地の維持だけでなく、経済の維持、生活の維持、人材の維持などを行う地域公益的な集落営農組織」と定義し、それぞれの集落の目指す方向に沿った支援策を打ち出すこととなった。

この施策は、地域再生に向け、農業施策と地域

振興施策を両面から進めるもので、島根県の長い集落営農づくりの歴史に立脚した運動論であり、メッセージでもあった。

地域ニーズに沿った活動が重要

冒頭で述べた「新島根方式」による集落対策事業は、一九七五年から三期一三年にわたって継続され、対象となった約三〇〇地区で現在の集落営農の原型となる仕組みづくりが進められた。その後も継続的な取り組みによって現在では、約六〇〇の集落営農組織（うち法人二四組織）が活動している。

二〇〇八年度からは、全国的に軽視されかけていた集落営農の意義を「地域貢献」という新たなモノサシを使って正当に評価し、施策推進を図った。

この三カ年で、県内各地で一〇〇を越す集落営農組織が耕作放棄地の解消、園芸作物の導入、女性による加工活動、高齢者への農産物宅配、雪下ろし部隊の設置、都市と農村の交流活動など、文字どおり地域のニーズに沿ったさまざまな地域貢献活動へと活動の広がりを見せている。

なお、事業を実施した組織へアンケートしたところ六一％の組織が「高齢者・女性の活躍の場が増えた」、五六％の組織が「これまで集落行事に参加しなかった人が参加するようになった」、四七％の組織が「集落・地域に対する誇り・愛着が高まった」と回答している。地域の再生・活性化に発展していることがうかがえる。

島根県の集落営農組織づくりのプロデューサーとして指導を仰いでいる農山村地域経済研究所長の楠本雅弘氏は、著書『進化する集落営農』

（農文協）の中で、「三五年にわたる実践を経て、島根県の集落営農運動は『地域貢献型』というさらに進化した段階へと歩をすすめている」と述べている。

現場での臨場感の強さ発揮

また、楠本氏によると、集落営農施策が、国よりも、島根県を含めていくつもの先進県で大きく先行しているのは、農業・農村が直面する諸課題の解決、地域の再生・活性化のために各県の農政が集落営農の持っている大きな可能性に着目したからだ。それは、「現場での臨場感の強さ」によるものだ、と解説している。

現在の島根の農業・農村および集落営農を取り巻く課題はさまざまある。しかし、特に必要なことを一つ挙げるとすると、「集落および集落営農組織が人をつなぎ止め、呼び込める環境をつくること」である。それを解決する新たな芽生えが現場で生まれている。

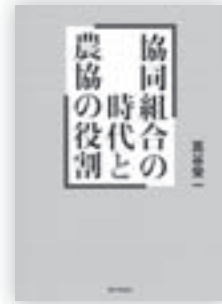
たとえば奥出雲町の六つの農事組合法人による「横田特定農業法人ネットワーク（LLP）」、津和野町の二一の農事組合法人による「わくわくつわの協同組合（事業協同組合）」の取り組みがそれである。おおむね旧町村単位で集落営農組織の連携により、地域全体を持続的に支えようとする試みである。

今後も島根県では、これまでの取り組みを顧みるとともに新たな課題を直視しながら、集落営農を、農業の担い手であると同時に農村を支える担い手として位置づけ、さらなる進化に向けた取り組みを推進していく必要があると考えている。



『協同組合の時代と農協の役割』

葛谷 栄一著



(家の光協会・1680円 税込)

「共生の原理」で農協の再生を提言

村田 泰夫

(ジャーナリスト)

日本農業の再生に果たす農業協同組合の役割は大きい。市場開放の圧力が強まる時代に、農協はどのような国内農業維持の対案を示せるのか。いまほど、農協への期待が高まっているときはない。農業・農村と農協のあり方を考える者に必読の書である。

私的セクターでも公的セクターでもなく、サードセクターである協同組合への注目が高まっているいま、農業協同組合に順風が吹いていいはずなのに、農協批判の嵐に見舞われている。なぜなのだろうか。農協界の「身内」的な論客である葛谷さんではあるが、指摘は厳しい。「期待と実態との間に大きな乖離が存在しているからではないか」

葛谷さんによれば、農協の基盤は、江戸時代から続く「自治村落」としての村落共同体と、ここで培われてきた相互扶助の原理に源流がある。と

ころが、水田農業の装置産業化や農村に非農家が居住する混住化などで、共同体の相互扶助の精神は急速に失われてきた。

このことが、農協の本質的な危機を招き、農業生産の脆弱化や農村の活力喪失の原因にもなっているという。ではどうしたらいいのか。いまさら昔の「自治村落」を復活させることもできない。新たな時代環境の中で、集落営農化を進めるなどして、地域コミュニティの再生をはかることがポイントだと指摘する。相互扶助機能を含む新たな原理を農協は見つける必要があるが、それが「共生の原理」だという。生産者と消費者、農業者と商工業者、人間と自然など、共生には多様な形がある。

共生の原理に基づいて地域コミュニティを再構築するのが農協の役割であり、そのことよって農協自身も再生することができる。もはや、成長志向や利益優先が評価の基準になる時代ではないと葛谷さんは断じる。

その上で、農協の経済事業や信用事業（金融）の見直しを進めるべきだという。特に信用事業については、相互金融、地域金融、指導金融という協同組合金融の特質を生かした差別化戦略の徹底を提言する。

葛谷さんは、農林中金で農業融資を担当した後、農林中金総合研究所で研究活動を続け、昨年一〇月で定年を迎えた（当面は引き続き勤務）。みづから「卒業論文」だというこの本には、農協人に対する熱い思いが満ちている。

読まれます 三省堂書店農水省売店（平成23年1月20日～平成23年2月19日・価格は税込）

| タイトル | 著者 | 出版社 | 定価 |
|------------------------|-------------|-----------|--------|
| 1 TPP反対の大義 | 農山漁村文化協会/編 | 農山漁村文化協会 | 840円 |
| 2 日本林業はよみがえる | 梶山 恵司/著 | 日本経済新聞出版社 | 1,890円 |
| 3 日本の農林水産業 | 八田 達夫/著 | 日本経済新聞出版社 | 2,520円 |
| 4 農業と農政の視野 | 生源寺 眞一/著 | 農林統計出版 | 1,680円 |
| 5 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 |
| 6 農業がわかると、社会のしくみが見えてくる | 生源寺 眞一/著 | 家の光協会 | 1,260円 |
| 7 ランドラッシュ | NHK食料危機取材班 | 新潮社 | 1,575円 |
| 8 「食料自給率」の農 | 川島 博之/著 | 朝日新聞出版 | 1,575円 |
| 9 撤退の農村計画 | 林 直樹・齋藤 晋/著 | 学芸出版社 | 2,415円 |
| 10 TPPを考える | 石原 信隆/著 | 家の光協会 | 420円 |

「かごしま食の経営者フォーラム」開催

日本公庫鹿児島支店農林水産事業は、国民生活事業・中小企業事業との連携の下、二月十七日、鹿児島市内において、「かごしま食の経営者フォーラム」を開催しました。

フォーラムには県内の農業者、食品加工・流通業者のほか、農業関連産業、受託金融機関、行政機関などから一〇六名の方にご参加いただきました。

基調講演では有限会社トップリバー代表取締役の嶋崎秀樹氏から「人材育成で日本農業を成長産業に」と題して、契約栽培を基本とした生産体制や未経験者を受け入れる独自の人材育成制度などの紹介がありました。

また、社会福祉法人白鳩会理事長中村隆重氏からは、三六年間障害者の方とともに歩んでこられた農業への取り組みについて紹介がありました。

個別商談会では異業種間のマッチングサービスとして、三事業それぞれのお客さまの中から三一組を引き合わせ、熱心な商談が繰り広げられました。

(鹿児島支店)

「6次産業を創出し九州の未来を切り拓く！食と農林漁業者の交流会 in くまもと」開催

日本公庫熊本支店農林水産事業は、二月二日、熊本市内において、「食と農林漁業者の交流会 in くまもと」を開催し、九州各地から一二〇名ものご参加がありました。

講演会では、株式会社クロスエイジ代表取締役の藤野直人氏を講師に、「農商工連携ビジネスの現場報告」と題して、「農家さんのありがとう」を集める当社の仕入代行サービスの紹介や、生産者が直接販売する際のPRについてアドバイスをいただきました。

懇親会では加工品のPRコーナーを設け、六次産業化に取り組む生産者の方々の活発な交流が行われました。

(熊本支店)



「農業を魅力ある産業に」と語る藤野氏

農業経営アドバイザーが総勢二〇〇名超に

日本公庫農林水産事業は、農業経営アドバイザーの第二回研修・試験を行いました。試験・面接の結果などを一月二〇日開催の農業経営アドバイザー審査会(会長 大泉一貫宮城大学副学長)に諮った結果、税理士四五名、業務協力金融機関職員八四名、普及指導員など五名、公庫職員九名の一八九名が合格となりました。これにより、農業経営アドバイザー合格者の総数は、一二五七名(うち税理士・業務協力金融機関職員など一〇四一名、公庫職員一二六名)となりました。

次回、第二三回研修・試験は平成二三年六月の実施を予定しています。

(総合支援部)

■合格者数の推移

| 試験回 | 合格人数 | 試験回 | 合格人数 |
|-----|------|-----|------|
| 1 | 14 | 7 | 119 |
| 2 | 20 | 8 | 104 |
| 3 | 23 | 9 | 126 |
| 4 | 54 | 10 | 179 |
| 5 | 46 | 11 | 119 |
| 6 | 60 | 12 | 189 |

いちい信用金庫、関信用金庫、筑邦銀行と証券化支援

日本公庫農林水産事業は一月二日に、いちい信用金庫(愛知県)、二月一日に関信用金庫(岐阜県)、二月四日に筑邦銀行とそれぞれ証券化支援業務を開始するための基本契約を締結しました。

証券化支援業務とは、民間金融機関の農業分野への参入促進のための新たな信用補完スキームです。これまで基本契約を締結した金融機関は、今回を含め五五先となりました。

(証券化支援室)

野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社と業務協力

日本公庫農林水産事業は二月七日付で、野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社(東京都)と「業務に関する覚書」を締結しました。

同社は、野村グループのネットワークを活用し、農業分野での地域活性化支援、事業戦略支援などのコンサルティング事業を実施しています。今後とも、農業および関連産業に積極的に取り組む機関との連携強化を進めてまいります。

(総合支援部)

日本公庫農林水産事業が運営する国産にこだわった **ご利用無料** のビジネスマッチングサイト

アグリフードEXPOインターネットマッチング

www.afc.jfc.go.jp/matching

●●●●●●

地元だけでなく、日本あちこちで
作り手の想いが伝わるように
野菜を販売したいなあ…。



そんなときは

アグリフードEXPOインターネットマッチングで
**日本全国の買いたい人と
商談してください。**

アグリフードEXPOインターネットマッチングは売りたい人と買いたい人
を結ぶビジネスマッチングサイトです。インターネットを通して全国の
買いたい人と直接取引ができます。

インターネットマッチングで

あなたの“こだわり”届けませんか？

アグリフードEXPOインターネットマッチングは、「売りたい人」（農林漁業者・食品メーカーの皆様）と「買いたい人」（食品バイヤー・飲食店等の皆様）が、それぞれの「売りたい商品」と「買いたい商品」について情報交換をしていただくことを目的としたビジネスマッチングサイトです。

「売りたい人」に

国産ブランドを担い、魅力ある商品づくりに取り組んでいる「売りたい人（農林漁業者）」、地元産品を活用した多様なこだわり食品を製造する「売りたい人（食品メーカー）」に、日本全国を対象とした販路拡大の機会をご提供します。

「買いたい人」に

また、「買いたい人」に、そのような魅力ある商品について「売りたい人」と直接商談する機会をご提供します。

ご利用は一切無料！

食の安全・安心への関心が高まる中、国内農業や国産農産物に対する消費者の注目は高まってきています。

ご利用無料の当サイトを商談や情報収集の場としてご利用いただき、あなたの“こだわり”を見つけてください。

【お問い合わせ】

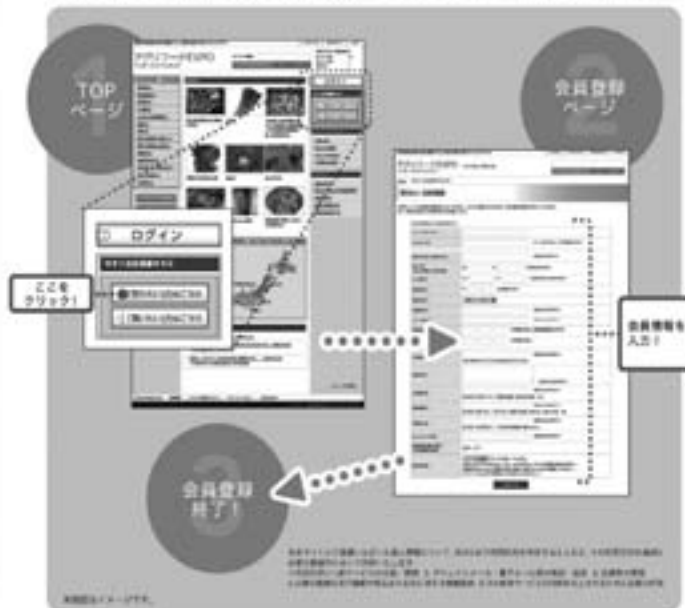
日本政策金融公庫 農林水産事業 総合支援部

TEL 0120-154-505

E-mail anmatching@jfc.go.jp

会員登録方法

会員登録はweb上で簡単にできます。お手持きは登録フォームに記入し、送信するだけです。後日、公庫からご利用開始のメールをお送りします。



みんなの広場

◆スーパーマーケットに行けば、外国産の農産物が数多くあります。たとえばサトイモ、ニンニク、ブロッコリー、アスパラガス、タマネギなどが挙げられます。

そうした状況で、「月号特集」農産物輸出拡大の可能性は、非常に参考になりましたが、もう少し掘り下げて取り上げてほしいと思います。

店舗の移転について

●仙台支店（一月三二日から）

〒九八〇〇八四五四 仙台市青葉区中央二丁目六番三五号東京建物仙台ビル（一階）

●宇都宮支店（二月七日から）

〒三二〇〇〇八一三 宇都宮市二番町一番三二号
TEL 〇二八六三六三九〇一
FAX 〇二八六三六三九二二

※電話番号およびファクシミリ番号も変更になります、ご注意ください。

●鳥取支店（二月一四日から）

〒六八〇〇〇八三三 鳥取市末広温泉町七二三番地
鳥取県JA会館（六階）

●長崎支店（二月二二日から）

〒八五〇〇〇〇五七 長崎市大黒町一〇番四号

わが国で自給できるのは、コメとジャガイモだけと言われています。コメは生産過剰で米価が下落して、農家では困っている昨今です。コメの輸出拡大が急を要する課題であると思います。

たとえば、わが国の農産物で品目ごとにどれくらい輸出されているのか知りたいです。

（福島県・七七歳・五十嵐登）

風雪被害の相談窓口について

平成二二年一二月下旬以降の風雪被害を受けた農林漁業者などの皆さま方のご相談窓口を一月二五日付で、農林水産事業本部営業推進部（フリーコール〇二二〇一九二六四七八）および二〇支店の農林水産事業に設置しました。

鳥インフルエンザの相談窓口について

各地で確認されている高病原性鳥インフルエンザの発生により影響を受けた皆さま方のご相談窓口を農林水産事業本部営業推進部（フリーコール〇二二〇一九二六四七八）および各支店の農林水産事業に設置しました。

（営業推進部）

編集後記

◆特集タイトルが「無限に広げる日本の『お米』」なのに、表紙の写真がワサビなのはけしからん、とお叱りを受けそうです。毎回、季節感のある写真を選んでおり、春を感じさせてくれる信州安曇野にあるワサビ農場のすばらしい写真を掲載させていただきました。秋には、たわわに実った稲穂の写真を投稿しますのであしからず。

（錦織）

◆昨年の新聞に、日本の中学生の「提案」をノーベル平和賞受賞者のムハマド・ユヌス氏が評価したという記事が出ていた。その提案とは、「コメを使ったアイスクリームを農業の活性化につなげられないか」というものだった。コメ粉のパンもあつという間に家庭にも定着した。ちょっとしたアイデアでコメの可能性はどんどん広がる。

（十文字）

◆「コメのチカラ」はすごい。コメ成分配合の化粧水やコメぬか配合の洗顔剤を愛用、たまに日本酒をお風呂に入れるようになってから、肌診断でマインス七歳肌へ。昔ダイエットでコメを抜いたら、免疫力の数値が著しく低下し、身体検査でドクターストップになったことも。もうコメを欠かすことはできない。

（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。
〒〇〇〇〇〇〇〇四
東京都千代田区大手町一―九―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 〇三三三三三〇一―三三三三〇）
でも受け付けます）

AFCフォーラム Forum

編集

能登 謙一 錦織 秀一
萩山 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 anjoho@jfc.go.jp
ホームページ http://www.afc.jfc.go.jp

印刷 凸版印刷株式会社

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）

◆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。



国産 **農と食**
 にこだわりのつなぎます

第6回 アグリフードEXPO 東京 2011

プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

2011年8月2日(火)～8月3日(水)

東京ビッグサイト 西2ホール

主催 **JFC** 日本政策金融公庫

事務局 株式会社日本政策金融公庫 農林水産事業本部総合支援部
 「アグリフードEXPO」事務局／エグジビション テクノロジーズ 株式会社



無限に広げる日本の「お米」

■AFCフォーラム 平成23年3月1日発行(毎月1回1日発行)第58巻12号(727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 本体面価476円



『もうすぐ田植え』関 恵介 広島県東広島市立東志和小学校

