

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

5

2011

特集 農村の地域資源を活かす



農村の地域資源を活かす

5 コミュニティ・ビジネス戦略で活性化を

細内 信孝

農村社会が抱える課題への対応には、地域資源をビジネスに活用するコミュニティ・ビジネス戦略が必要だ。これが今後の地域活性化のカギを握る。

9 農村の女性起業家こそ地域ビジネス先駆者

齋藤 京子

六次産業化をきっかけに、農業の経営力を発揮するチャンスが出てきた。農村の女性起業家の現状と地域ビジネス先駆者としての今後の課題を探る。

13 新アグリツーリズムで観光・交流モデル

篠崎 宏

国民の消費行動の変化によって長期低迷が続く観光産業。観光と農村交流をミックスした新たなアグリツーリズムが、今や有望とされている。

情報戦略レポート

29 農業景況は過去最低 天候不順などが響く

経営紹介

経営紹介

17 農業参入で六次産業化 ユズの商品企画に強み／高知県

アグリネットワーク・れいほく株式会社

建設業から農業参入して4年目。地元特産のユズを使った商品は、商慣習を踏まえた価格設定で首都圏の百貨店などで消費者から好評を得ている。農産物の強みを最大限に生かした加工品を企画し、商品化へつなげる。

変革は人にあり

25 浅井 雄一郎／三重県

株式会社オリザ

株式会社オリザのプロジェクトは、スタート4年で成果を出し始めた。ビジネスモデルはユニークで、ミニトマトなどの栽培技術をマニュアル化して、無償で技術を農業者へ提供し、共同生産するオープン・イノベーション方式をとる。



撮影：森田 敏隆

静岡県静岡市清水区

2003年5月撮影

石垣イチゴ

■日本平南側の斜面、国道150号線沿いは「いちごライン」とも呼ばれ、1月から5月までのシーズンはいちご狩りにぎわう。点在するビニールハウスに入ると、積み重ねられた石垣の間に栽培された「石垣イチゴ」の緑の葉と赤い果実のコントラストが美しい■

シリーズ・その他

震災で被災された皆さまへ 2

東日本大震災により被災された皆さまへの
支援態勢について 3

農と食の邂逅

かあちゃん塾 萩原 知美 19

観天望気

食の王国に暮らすありがたさ 菊森 淳文 22

主張・多論百出

NPO法人あったかキャッチボール 23
小林 勢以子

フォーラムエッセイ

奥にあるもの 塩野 米松 28

耳よりな話 110

伝染病と感染症 津田 知幸 33

書評

イザベラ・バード著／高梨健吉訳『日本奥地紀行』 34
宇根 豊

インフォメーション

山口で合同交流会を開催 山口支店 35

盛岡で「経営戦略セミナー」開催 盛岡支店 35

「岩手県農業経営アドバイザー連絡協議会」を開催
盛岡支店 35

仙台で漁業者の意見交換会開催 仙台支店 35

「農商工連携セミナー・商談会」開催 東京支店 36

交叉点

APRACA研修生受入れで愛知県の担い手農業者
や農協を訪問 情報戦略部 36

みんなの広場

スーパーL資金の実質無利子化措置が23年度も継続します 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。

震災で被災された皆さまへ

このたびの東日本大震災により、お亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、被災された皆さまに対して謹んでお見舞い申し上げます。

日本政策金融公庫では、政策金融機関として被災された地域の農林漁業や中小・小規模企業の皆さまのお力になれるよう、政府とともに震災対応に取り組んでおります。

このため、被災されました皆さまのご返済や、復旧・復興にかかるご融資の相談に的確に対応すべく、全国の支店に特別相談窓口を設置したほか、事業資金相談ダイヤルを通じた電話でのご相談にも対応しております。

皆さまのご健康と一日も早い被災地の復興を心からお祈り申し上げますとともに、これからも全力でご支援に取り組んでまいります。

日本政策金融公庫
総裁 安居 祥策

東日本大震災により 被災された皆さまへの支援態勢について

平成23年4月15日現在

特別相談窓口の設置及び電話相談の実施

3月11日付で、全国の支店に「平成23年東北地方太平洋沖地震災害に関する特別相談窓口」を設置し、被害を受けた皆さまからの融資相談や返済相談に対応しています。

また、支店における窓口相談のほか、電話でのご相談（事業資金相談ダイヤル）にも対応しています。

■ 電話相談（事業資金相談ダイヤル）

		平日 (9時から19時)	土日祝日 (9時から17時)
連絡先	農林漁業や食品産業向けの事業資金 (農林水産事業)	TEL 0120-154-505	TEL 0120-926-478
	小規模企業向けの小口資金 (国民生活事業)		TEL 0120-220-353
	中小企業向けの長期事業資金 (中小企業事業)		TEL 0120-327-790

農林漁業者向け融資制度（農林水産事業）

(1) 「農林漁業セーフティネット資金」「農林漁業施設資金」

農林漁業者の皆さまには、「農林漁業セーフティネット資金」及び「農林漁業施設資金」を取り扱っています。

なお、農林漁業セーフティネット資金については平成23年4月1日から融資限度額（一般）が300万円から600万円に引き上げられました。

■ 融資制度の概要

資金名	農林漁業セーフティネット資金	農林漁業施設資金（災害復旧）
資金用途	経営の維持安定に必要な長期運転資金	農林漁業用施設の復旧
融資限度額	【一般】600万円 【特認】年間経営費等の3/12以内	負担する額の80%又は1施設当たり300万円（特認600万円）、（漁船は1,000万円）のいずれか低い額
融資期間 (うち据置期間)	10年以内 (3年以内)	15年以内 (3年以内)

(2) スーパー L 資金による緊急支援（無利子・無担保融資）

貸付当初5年間実質無利子となるスーパー L 資金について、被災農業者に対して優先的にご融資するとともに、経営状況に応じて3千万円までは実質無担保として迅速かつ弾力的に取り組んでいます。

■スーパー L 資金の無利子化措置の概要（※1）

対象者	認定農業者（農業経営改善計画を作成して市町村の認定を受けた個人・法人）
資金使途（例）	出荷制限等による影響を軽減し、経営改善するための長期運転資金 など
利子助成期間	貸付当初5年間（※2）
融資限度額	【個人】1億円 【法人】3億円 ただし、それぞれ500万円以下の融資は実質無利子化の対象外
融資期間	25年以内（うち据置期間10年以内）
対象となる融資	平成24年3月31日までに当公庫が融資決定したもの

※1) 都道府県、市町村の利子助成の条件等によっては無利子とならない場合があります。

※2) 貸付当初5年間の金利負担軽減措置は、毎年度国の予算の範囲内で実施されるものであり、予算の状況によっては、利子助成の内容に変更が生じる可能性があります。

返済相談等への柔軟な対応

被災された皆さまからの返済相談については、政策金融機関として、皆さまの個別の状況を踏まえた親身な対応と負担の軽減に努めています。

■返済相談等への対応

条件変更相談への柔軟な対応	<ul style="list-style-type: none"> ●震災の影響により返済猶予の申し出が遅れた場合でも、返済期日に遡^{そきゅう}及して返済猶予の手続きを実施 ●提出書類の簡素化（決算書提出の省略が可能など） ●電話等の簡便な手段による相談が可能
---------------	---

主な地域の相談窓口（農林水産事業）

県名	支店名	住所	電話番号
青森	青森	〒030-0861 青森市長島1-4-2	0120-911495
岩手	盛岡	〒020-0021 盛岡市中央通2-2-5 住友生命ビル	0120-911539
宮城	仙台	〒980-8452 仙台市青葉区中央1-6-35 東京建物仙台ビル	0120-911547
秋田	秋田	〒010-0001 秋田市中通1-2-26 秋田農林ビル	0120-911498
山形	山形	〒990-0042 山形市七日町3-1-9 山形商工会議所会館	0120-926485
福島	福島	〒960-8041 福島市大町1-16	0120-959046
茨城	水戸	〒310-0026 水戸市泉町1-2-4 水戸泉町 第一生命ビル	0120-926427
栃木	宇都宮	〒320-0813 宇都宮市二番長1-31	0120-959042
群馬	前橋	〒371-0023 前橋市本町1-6-19	0120-926481
千葉	千葉	〒260-0013 千葉市中央区中央4-13-9	0120-926471

コミュニティ・ビジネス戦略で活性化を

高齢化や若者の仕事場不足など農村社会が抱える課題への対応には戦略が必要となってくる。特に地域が持つ自然や伝統技術などを経営資源化し、ビジネスに活用すべきである。それを体系化したコミュニティ・ビジネス（CB）戦略が今後の地域活性化のカギを握る。



コミュニティビジネス総合研究所所長

細内 信孝 *Nobutaka Hosouchi*

ほそうち のぶたか
1957年宇都宮市生まれ。コミュニティ・ビジネスの提唱者。(有)コミュニティビジネス総合研究所所長、CBN理事長、法政大学大学院兼任講師。1994年よりコミュニティ・ビジネスによるコミュニティの元気づくりを提唱。全国的普及活動として講演ワークショップは1,300回、起業指導は5,000件を超える。NHK『クローズアップ現代』『ご近所の底力』など、多くのテレビ番組に出演。近著に『新版コミュニティ・ビジネス』がある。ホームページhttp://www.hosouchi.com

地域資源を活用して元気づくり

わが国の農村社会が直面している問題は、農地の荒廃、農家の高齢化、集落の人口減少、後継者の不在、空き家の増加、文化・伝統の継承困難、不十分な医療・福祉サービス、若者の仕事場不足といったことが挙げられる。また、過疎地の農村では、すでに限界集落化しつつあるという現実もある。

こうした地域の抱えるさまざまな問題の解決方法の一つに、コミュニティ・ビジネス（以下CB）がある。そこでこれを核にした地域再生、活性化の方法論を述べてみたい。

筆者は、地域社会に貢献するような活動や事業にはCBという戦略が必要だと訴えている。具体的には、CBとは地域コミュニティを起点にし

て、地域住民が主体となって地域の問題に取り組み、コミュニティの労働力、原材料、ノウハウ、技術などの地域資源を生かして、ビジネスとして成り立たせていくコミュニティの元気づくりを目的にした事業活動といったものである(図1)。

最近、このCB事業の推進にはマクロ政策とミクロ政策の両輪が必要である、と感じている。実は、これまでの農村社会には、ミクロ政策はあっても、マクロ政策というものが少なかった。

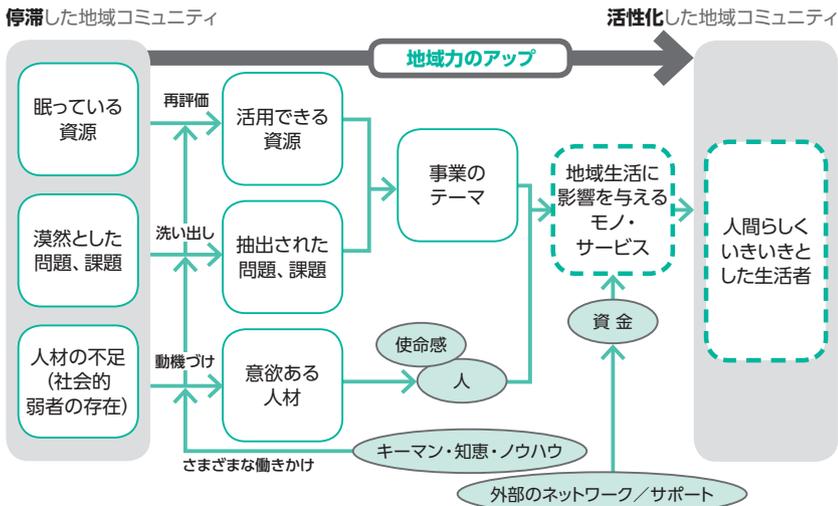
たとえば、都市部に環境保全税を導入するケースがわかりやすい例と言える。横浜市の場合、水源を神奈川県の上流部や山梨県に頼っているため、下流地域の横浜市が得る生活利益を何らかの形で上流地域の人たちに還元すべきではないかと、これまでにも環境保全税の導入が検討されてきた。今後、都市部では、そうしたことを政策的に導

入し、都市部の生活者にも環境保全税として受益者負担をもらうことで、二世紀の環境共生の観点から、理解を得たいという判断が強まってきている。端的には税収で得た財源の一部を、上流部の地域活性化に還元すれば、CB事業の支援に活用することも十分可能になってくる。

また、ケースによっては信託制度を導入し、上流部の水源涵養林を構成している森林、周辺の土地、建築物などを、ビジネスのできる法人に預託し、利潤を上げてもらうことも考えられる。信託は今まで信託銀行しか扱えなかったが、最近、信託法が改正になり、これらの信託事業を扱う法人なども組み合わせて総合的な地域事業を行うことが可能になっている。

農村社会におけるCB戦略は、マクロ政策(政策誘導的な税制)とミクロ政策(ヒト、モノ、チエ

図1 コミュニティ・ビジネスの事業化フロー

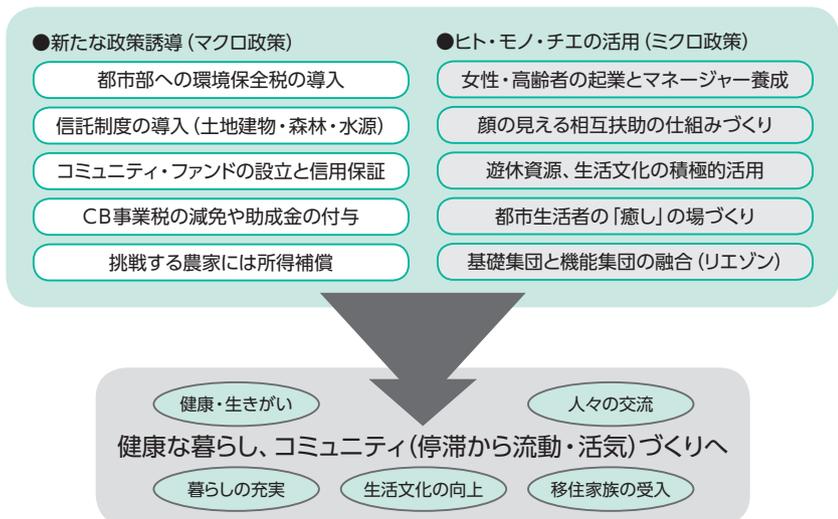


の活用)の両輪でまわしていくことが有効であると言っている(図2)。

マクロ、ミクロ両輪で政策活用

たとえば、それは地域活性化に向けたCB起業の事業資金を提供するようなコミュニティ・ファンドの設立や信用保証の仕組みを新たに用意することが必要になる。その場合、信託事業によって預かった土地や建築物、森林、水源などから生み出される利潤の一部を、そのファンドに還流させることでCB事業を活性化し、地域内に好循環

図2 農村社会のコミュニティ・ビジネス戦略



の流れを構築することが可能になるはずである。

農村のCB事業推進にあたっては、そうした環境保全策と連動させながら、CB事業には税の減免や補助金の交付なども考慮して事業を推進させていくことが求められる。

農村社会では、栃木県鹿沼市にある『有限会社花農場あわの』のように自立した女性たちによる起業が少なくない。その点で女性起業支援のコーディネーターの存在が不可欠であり、そのためにもそうした人材育成が極めて重要になってくる。

その場合のコーディネーターの役割というのは、

中間的な立場から地域の資源や人々と女性起業家を結び付けることである。

すでに一部の地方自治体では、事務効率化から生まれる余剰人材のうち、優秀な人材を地域のコーディネーターとして現場に派遣・出向させ、地域住民と一緒に働いてもらう、というケースが見受けられる。

公務員が地域再生に参画を

地域づくりのコーディネーターとして、公務員の現場参画が求められる時代の到来である。特に地域住民の平均年齢が高くなり、コミュニティの現場には高齢者しか残っていないという現実があり、中核のコーディネーターの役割を地域事情に精通する公務員が担うのである。

そうした農村コミュニティの再生にはCB事業が有効で、特に相互扶助のある生産現場をどうつくっていくかを考えなければならない。これを筆者は「CBファクトリーづくり」、すなわち、共同体の生産現場づくりと言っている。

そこでのCBは、女性や高齢者の就労の場や地域活性化を目的とする身の丈にあった事業、そして手仕事の喜びを取り戻すための本物づくり事業という観点が必要になってくる。

長野県飯田市に「ひさかた風土舎」というユニークな住民組織がある。公務員を六〇歳定年で退職した人が中心となり、地域住民を巻き込んで、最初から最後までモノをつくる喜びを取り戻したいという考えの組織なのである。

カウチンセーターをつくるために、まず綿羊を飼育し、その羊から毛を刈り取った後、染めて糸

にし、セーターを編み上げるという一連の作業現場を持つている。ワインをつくるのにもブドウづくりから始める凝りようで、こうした考え方に共感・共鳴し、多くの地域住民が集まって地域活動を展開している。

筆者も、顔の見える関係の中で、最初から最後まで自分の手で農産物やさまざまなモノをつくっていくのが本物の農業であり、本物のモノづくりだと考えている。だから「ひさかた風土舎」のこういった活動には心から共感している。

筆者は全国各地で開かれるCBの講演会や起業ワークショップにおいて、前述のCBファクトリーで地域の産物を活用した食品加工や特産品づくりをしていくと呼びかけている。その地域資源の活用には、そはやうどん、おやきなど、何にでも加工できるからである。そして、こうした事業にはあえて行政から補助金の交付を受けてもよいと思っっている。それは女性や高齢者の働く場づくりであり、人口減少が進む過疎地や農村では、人々の暮らしを支える稼ぎの場であり、付帯事業として共同店舗の運営も必要となるためである。

「なんでも屋さん」が地域に必要

過疎地では単独で郵便局が維持できないので共同店舗に郵便局の機能を入れていくことも一案である。「なんでも屋さん」が、こうした農村には何としても必要なのである。

いずれにしても顔の見える関係の働く場、生産の現場づくりを意識して地域コミュニティの中に、つくっていくことがとても大事である。地域には、今遊休資源がたくさんあり、それらを使ってあら

ゆるものを事業化していくことが必要である。

各地域には先人の生活の知恵や生活文化がある。たとえば郷土料理、食育、風土に合った暮らし、三世同居の家族のあり方、農村での礼儀作法、冠婚葬祭に始まって稲作の水利用など、このよなものをドキュメント化してもっと活用していく必要がある。

それらを後世に残していくことは、語り部である高齢者の知恵を収集し、語るることによって高齢者自身が、自分への気づきを促進させる。そして自分は社会にとって必要な存在なのだということが高齢者の健康を維持し、地域の中で役に立っている、という好循環を生み出す。

行政も、もう少し予算を使って、それぞれの地域にあるさまざまな点を線に、そして面に広げて地域活性化につなげていくべきである。それが過疎地や農村に新しい仕事をつくるきっかけにもなると、筆者は考える。

農村社会は日本の原風景であり、都市生活者の癒しの場としても活用が可能だ。農村は今少子高齢化で空き家が多い。その空き家の積極的な活用策としては、多世代の交流やテーマ型家族（注1）の形成、健康を取り戻す場づくりなど、建物信託を通じて集落を一括で借り上げてほしい。

コレクティブハウス（注2）としてのお試し版や長期滞在の場、健康的な五感を取り戻す場、団塊世代の移住先、さらには青少年の集団生活・研修の場として活用するなど、農村にはCB事業の芽がたくさんある。

農村社会における地縁コミュニティは、基礎集団としての存在と、集落、里山、森林、温泉などを

持つている。これに対して都市部の住民というのは、好縁コミュニティで機能集団を結成し、スポーツ、医療介護、文化芸術、グリーン・ツーリズムなどのテーマに関心のある人々が集まってくる。テーマコミュニティのネットワークが都市部にはたくさんある。特に団塊世代は六八〇万人が地域に戻ってきた。この農村の地縁コミュニティと都市部の好縁コミュニティを結びつけ、融合させる。このことを筆者は「リエゾン」（注3）という言葉で表現している。

カギを握る戦略コミュニティ

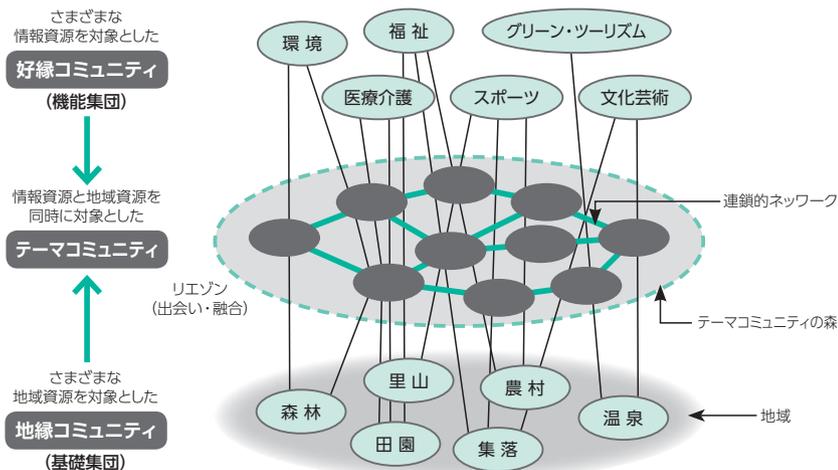
基礎集団と機能集団の融合をつくることによって、地域の活性化が可能となる。都会から風の人、すなわち専門家を呼び込み、土の人^①地元との融合を図った新たな仕組みがうまくできた状態を筆者は「テーマコミュニティの森」という言葉で表現している（図3）。テーマコミュニティの森には、戦略コミュニティが必要である。

この戦略コミュニティは、地域の問題解決と活性化を第一義的に捉えるCBをネットワーク化したものである。農村社会でも地域の問題を解決する主体（自治会やNPO、役場、農協、大学）が多様な位置づけのもと、問題解決のフォーメーションを多面的に結び変化させる。

農村も中山間地も、今どのようにしたらよいのかを決めることが大切なのに、それができていない。一人ではなかなか難しいことなので、地域全体で取り組むには、戦略コミュニティという枠組みを持つことが重要になってきた。

さらには、戦略ユニット^②という中学校区程度

図3 テーマコミュニティの森 (概念モデル)



出典：細内信孝著「新版コミュニティ・ビジネス」学芸出版社

のコミュニティ、エリアをベースにして考える必要があり、取り組むべきテーマに応じてその戦略ユニットの大きさが変わってくる。

たとえば介護サービスは、三ないし四つの中学校区が集まった広さが、経済的にも採算の取れる適正な規模である。地域問題に取り組みべき戦略コミュニティを決めたならば、次に適正規模の戦略ユニットを決めて経済的な折り合いをつけていくという発想が重要である。その際、今までの自治体の枠組みにとらわれず、事に当たることが求められる。

戦略担い手の人材育成も重要

農村社会の課題を整理し、その先にどんな展望があるかを考えてみると、一番目はCB事業を地域再生の核にして、時間軸を踏まえた戦略コミュニティ、戦略ユニットの設定が重要であり、それを担う人材育成が今後のキーポイントになるであろう。箱物はすでに各地に設置されている。それをいかに運用管理し、維持していくか。このような視点に立った経営の分かる人材育成が急務と言える。

二番目は女性・高齢者の活用である。従来の家族労働から賃金労働を意識した雇用創出によりやる気を引き出す仕掛けが必要になってくる。自分の財布を持ち、自立する。そうした視点が大切だと言いたい。

長野県小川村にあるおやきの里「小川の庄」では、アメリカへおやきの実演販売として毎年六、八人のおばあちゃんを派遣した。八〇人のおやきを握るおばあちゃんが一〇年もたつと全員がアメリカへ行ったことになる。彼女たちはそのために英会話を孫と一緒に勉強したり、接客術を学んだ。このように女性や高齢者たちがいかにやる気を出してもらおうか、その仕組みをつくっていくことが大切だと言っている。

三番目は地域の中にCBを核にした主体的なフォーメーションをどのように組み立てていくかである。日本の社会というのは縦型社会で、そこに横串を通した問題解決のCBをつくり、それを幾重にも重ねてネットワーク化していく。そこにはコミュニティの現場が一番大切であり、コミュニ

ティ・ファーストというマインド(精神)が欠かれない。

それと同時に、戦略コミュニティの主体的なフォーメーションをどう結びつけていくかが重要になる。このフォーメーションの組み方によって、その原動力となるリーダーの役割や機能が違ってくる。

生産・消費者の顔が見える関係

四番目は新しいテーマコミュニティのあり方を考えることであろう。たとえば新しい農業のあり方として、生産者と消費者の顔が見える関係が求められる。

栃木県佐野市にある道の駅「どまんなかたぬま」では、直売所を「生産者と消費者の顔が見える関係」に活用している。一日三回転するカボチャはなぜよく売れるのか、売れないカボチャはなぜ売れないのか、その売れ行きを見ればおのずとその理由が分かる。

『どまんなかたぬま』では中華レストランや子どもたちの遊び場としてゲームコーナーを設けたりして、アメニティの導入も集客効果に結びつけ、道の駅の六次産業化につなげている。こうした姿が今後の農村コミュニティのあるべき姿の一つであると筆者は思っている。

(注1) 血縁関係ではなく、テーマ性でつながった疑似家族のこと

(注2) 既成の家族概念、福祉概念、住宅概念にとらわれず、人と人との新しいかわり方をつくりながら、より自由に、楽しく、安心安全に住み続ける暮らし方のこと

(注3) フランス語で「仲介、つなぎ」の意

農村の女性起業家がこそ地域ビジネス先駆者

六次産業化をきっかけに、農業の現場が経営力を発揮するチャンスが出てきた。農村女性にとっても起業によつてはばたくチャンスだ。農村の女性起業家が地域ビジネスの先駆者となれば地域も再生する。そこで、何が今後の課題かを探った。

六次産業化でチャンス広がる

六次産業化法という法律が、今年三月一日付で施行されたのを存じだろうか。正式には、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」という。ここでいう六次産業化というのは、①農林漁業者が生産・加工・流通(販売)を一体化し、所得を増大すること②農林漁業者が二次・三次産業と連携して地域ビジネスの展開や新たな産業を創出することにより、もつかる農林水産業を実現し、農山漁村の雇用確保と所得向上を目指すもの、とされている。

要は、一次産業の人が二次、三次のすべての分野にかかわり、価格決定のみならず生産や雇用などすべてについて主導的に行うので、ビジネスモ

デルがしっかりとしていれば、利益も確保しやすい仕組みにできるのだ。

この六次産業化の取り組みは、すでに「農村女性起業」として取り組まれており、所得増や雇用創出につながっている例もある。現に、今年三月一〇日に東京で開催された「農山漁村女性の日記念の集い」では、八つの全国団体が「宣言」を発表した際、「女性の立場で六次産業化を今後、全国的に推進する」ということを強くアピールした。そこで、地域ビジネスの先駆者となることが間違いない女性起業の現状と今後の発展見通しについて、じっくりと考えてみたい。

女性起業の生い立ち

「農村女性起業」という言葉が初めて使われたのは、平成四年六月農林水産省公表の「農山漁村の



社団法人農山漁村女性・生活活動支援協会
専務理事・事務局長

齋藤 京子 *Kyoko Saitou*

さいとう きょうこ
昭和29年埼玉県生まれ。千葉大学園芸学部卒。51年農林省入省 花き対策室長、女性・就農課長、消費生活課長、技術安全課長、中国四国農政局次長、(独)農業者大学校事務局長として農山漁村の女性施策や新規就農施策などを担当。平成21年3月農水省退職。6月から女性・生活協会専務理事・事務局長、現在に至る。

女性に関する中長期ビジョン(注1)であり、「朝市や農林水産物の加工、高齢者向け給食サービス、地場産品を用いたレストラン等、女性が主体となつて起業した経済活動が芽生えはじめている。(中略)こうした活動を経済的に採算の取れる地域内発型起業の萌芽としてとらえ、その発展に向け支援をしていくことが重要である」と明記された。これは、約一九年前のこと。筆者は、当時農林水産省婦人・生活課の課長補佐として「中長期ビジョン」の策定を担当しており、女性起業の言葉に込められた思いは次のようなものであった。

当時の女性たちは、農家家族の一員として家の農業経営に従事しても報酬もなく、果たしている役割も周知から評価されにくく、何とかして自分たちの知恵や経験を生かし自分らしさを発揮した仕事づくりができないかとチャンスを重ねた

ていた。また、一方、高齢者への配食サービスや地域の食文化の再発見や伝承、未利用資源の活用、農業体験など社会的に求められている意義のある活動を、利潤を上げることのみを目的にするのではないが、労賃や物材費など最低限必要な経費はサービスの対価としていただき、仕事として起業できないかという動きもあった。都市部では当時「ワークス・コレクティブ」という取り組みが行われており、農村女性にも通ずるものがあった。

農村女性は見方を変え気づいてみれば、生産者であり農産物という食材を持つている。農地や作業場もある。自給農産物を生かして暮らした農家生活の経験や地域の女性グループ活動の仲間もある。そして自分のためや子どものためにも自分名義の現金収入を望んでおり、まさに「女性起業の熱」は高まっていった。

しかし、家族に食べさせたり友人にあげていた農産加工品が、そのまま販売できる「商品」とはならず、また農家レストランやファームステイも、サービスの対価を得るには乗り越えねばならない多くのハードルがあったのも事実だ。

生活関係改良普及員の力が大きかった

そこで、モノやサービスの「商品化」に向けて、当時の「農業改良普及センター」の生活関係改良普及員が、農産物利活用など専門性をもった普及指導活動を展開した。現在は、「普及指導員」が高品質の農産物の生産や担い手育成、女性起業などを担当している。

先日、岐阜県の道の駅「おばあちゃん市・山岡」を訪ねたが、「今活動できるのは、農林省の補助事

業で建設した「山岡農村婦人の家」で生活関係改良普及員の指導を得て早くから農産物の大量加工や調理などの勉強をしていたからだ」と話していたのが印象的だ。

彼女たちのつくりたい、販売したい、提供したいという思いの「商品化」に向け食品衛生や表示、販売先の確保、会計処理、さらなる技術の研さんなど、課題は山積していた。

しかし、女性起業を志す女性たちは、普及センターやJA、商工会、異分野の友人など幅広く情報網を張りめぐらし、みずから学び試行錯誤して現在に至っている。間違いなく手ごたえのある活動になってきている。

農山漁村女性・生活活動支援協会の専門家養成講座で在宅学習とスクーリングで女性起業を学んだ女性たちは、今や七〇〇人を超え、全国で女性起業などに取り組んでいる。

女性起業の特徴

女性起業の特徴は、次の六点(注2)である。
①(女性自身の名前で製造販売) 家の農業経営とは別の取り組みであり、収入も支出も女性自身の名義で行う。

②(もうけも責任も女性が負う) 経済活動事業体としてプラス面もマイナス面も責任を負う。

③(志(こころざし)を重視) 食文化を伝えたいとか農山村地域のよさを知ってもらいたいなどの起業する意義や意味を重視する。

④(自分の経営だけでなく地域に役立つこと) 地域や社会に有意義な活動であるという社会性を重視している。

⑤(女性の働きが対外的に見える取り組み) 起業した会社の経営者、商品の製造者、起業分野での識見のある者として方針決定の場へ参画するなど、女性の働きが対外的に見え評価されるようになる取り組みである。

⑥(地域の農林水産物資源など生かす取り組み) 都会ではなく農山漁村であることの特長を十分發揮し、オンリーワンの「商品」になるための必須項目である。

食品加工での女性起業が突出

農村女性による女性起業は「農村などに在住の女性を中心となつて行う、地域産物を活用した農林漁業関連の女性の収入につながる経済活動(無償ボランティアを除く)であり、女性が主たる経営を担っているものであること」と定義されている。

そこで平成九年度から始まった「農村女性による起業活動実態調査結果」(注3)から最近の女性起業状況をみてみよう。

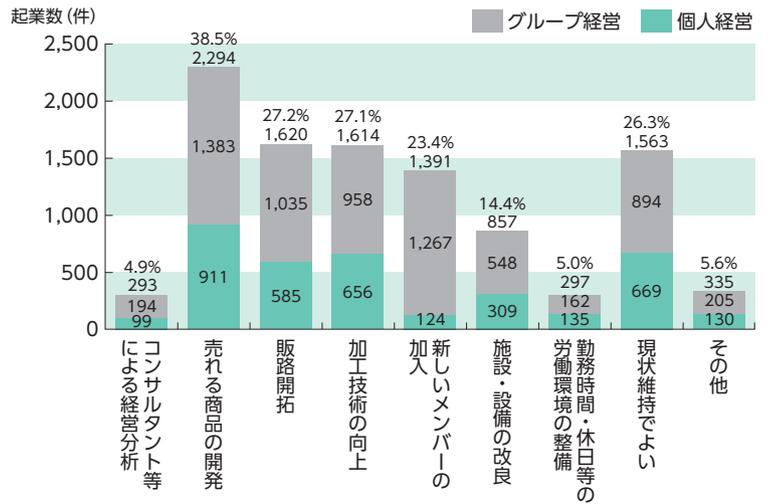
まず、女性起業数の推移は、平成九年度に四〇四〇件であったのが、二〇年度は九六四一件となり、一貫して増加している。

グループ経営と個人経営の違いをみると、調査スタート時点ではグループ経営が圧倒的に多く八三%を占めていたが、年々その割合は減少し、二〇年度は五七・七%となった。その理由は以下のように考えられる。

ア 自分の都合に合った時間で起業活動でき、時間を有効利用できる。

イ 自己財源で施設整備し、材料仕入れ、販売諸経費など経営管理責任が明確で投資がやり

図表1 今後、経営改善につながる取り組みとして必要なこと(複数回答)



ウ 自分なりの商品のこだわりを前面に出せる、得意分野を発揮できる。

やすい。

次に、女性起業家の活動分野を見ると、食品加工が七二〇三件で七四・七%と圧倒的に多い。一方、直売所などの販売・流通が五四二六件、五六・三%と大幅に増加し、都市との交流も一七〇〇件で一七・六%を占め、増加傾向にある。

続いて、女性起業家の経営規模を見た場合、二〇年度で三〇〇万円以下の経営が五四・五%と零細な経営が過半数を占める。しかし一〇〇〇万円以上の経営は一四・一%の二三六二件で、前年よりも七八件増加している。

活動の中心年齢層に関しては、六〇から六九歳が四四・二%、五〇～五九歳が二八・六%、七〇歳以上が一五・六%。逆に四九歳以下が四・八%に過ぎず中高年が大半となっている。

女性起業の技術の継承や女性起業の志などの特徴を伝えていくためにも、若手のメンバーの確保が重要な課題となっている。

売れる商品の開発が最重要

今後、経営改善につながる取り組みで必要なこととは何かという点に関しては、回答した五九五二経営体のうち、最も必要とされたのが「売れる商品の開発」で、次いで「販路開拓」、「加工技術の向上」、「新しいメンバーの加入」となっていた(図表1参照)。この四点が女性起業の今後の発展には不可欠である、と言っている。

「現状維持でよい」と「その他」を除く全体の七割近くが経営改善につながる取り組みを行えば経営はよくなると考えており、これらの課題解決が強く求められている。

一方、「現状維持でよい」が全体の四分の一を占めており、特にグループ経営で多くなっている。

これは、現状でも起業活動と家の農業経営や家事・介護負担があり非常に忙しく、起業経営の拡大によりさらに忙しくなることを懸念したり、メンバーが年と共に高齢化するものの、長年の仲間以外の気心の知れない新規メンバーを入れるのを敬遠したり、地域に若手が存在しないなどによるものと考えられる。

個人起業では介護負担が生じて廃業するケースもあり、将来の体力や家族の健康への不安や後

継者の不在などがその理由と考えられる。

今後の女性起業展開のヒント

次に、今後の女性起業の展開についてのヒントを、関係調査や女性起業の優良活動表彰の事例(注4)をもとに、述べてみたい(図表2参照)。

〈安全・安心な食材の活用〉 宮城県鈴木春江さんの「お食事処四季味」の場合、農家レストランのメンバーみずからが生産しているコメ、野菜、豚肉などを用いている。来店客の評価が生産や調理にそのまま反映でき喜びにもなっている。女性起業家の商品購入や店舗の楽しみは商品や店舗の身近につくった人がいることであり、会話も楽しめることだと述べてよい。

〈厳しい商品管理〉 大分県「有限会社楽四季舎」の場合、菓子製造の技術と販路を引き継ぎ、クレーム内容も共有し商品の品質管理を徹底している。女性起業だからパッケージや商品管理がこの程度でよいということはなく、流通している一般の食品会社の商品と対等に競争し合う状況にある。

〈やりがいある職場づくりとリーダーシップ〉 女性起業活動の組織は大別して二タイプある。一つはメンバーが役割分担はするが対等の関係で労使関係ではなく、方針決定も労力提供も共に行う。技術も皆が保持し代替が可能である。このタイプは働く人が固定化しないよう毎年農家組合内で募集をかけた総会で承認する一年更新制をとっている。岡山県「うたた寝の里いっぶく亭」がそれだ。二つ目は社長のリーダーシップのもと社員が助け合い、さらに事業拡大に伴って、地域の

図表2 平成22年度農山漁村女性・シニア活動のうち女性起業の例(抜粋)

<p>鈴木 春江 宮城県栗原市 女性として 農業者として おふくろとして～家庭・地域での役割と仲間とのかかわり～ 家庭内での役割をいち早く明確化し、農業経営の中心を農業・化学肥料節減栽培として環境にやさしい農業を実践。平成14年に農家レストラン「お食事処四季味」をオープンし、地場産、自家製など食材にこだわり、安全・安心な食事を提供している。</p>
<p>有限会社 楽四季舎 大分県杵築市 山香米を使って、おいしい! 楽しい! うれしい! 特産品づくり 地元農山漁村女性を中心となり、山香米という地域の規格外品に付加価値をつけて米粉パンにし、商品バラエティを豊富にするとともに、他の農林水産業起業家とのコラボレーションにより新商品を生む等、所得向上と地域活性化に貢献している。</p>
<p>農事組合法人 食彩あさひ 富山県朝日町 地産地消活動は、私たち「食彩あさひ」におまかせ! 平成16年に有志女性により結成。朝日町の特産品の加工・販売に取り組む。組織の目的は「地産地消の輪を広げる」ことであり、消費者が安心して食べられる加工品の提供である。朝市、インショップ産直、地元商店への納入など販売を拡大して安心・安全な加工品が消費者に浸透している。</p>
<p>うたたねの里いっぴく亭 岡山県鏡野町 山里の味でおもてなし 田舎料理の店を高齢者を中心とした女性グループが運営している。地域の食文化や山菜加工技術の活用、施設を利用した囲炉裏端での料理の提供などで、年間多くの観光客の誘致に成功している。働く人の固定化を避けるため毎年農家組合内で募集をかけ、総会で承認する一年更新制を取っている。</p>
<p>桑田 ミサオ 青森県五所川原市 私の財産一技で広がる活動、つながる仲間～ 定年退職後、平成14年に75歳で自己資金で加工施設を設置して、起業活動を始め。一番人気の笹餅は1日平均100個近くを販売する。津軽鉄道を支援する「津鉄応援直売会」に加入し、列車内やホームでの販売など名物おばさんとして地域活性化に寄与している。</p>
<p>森 智子 愛媛県今治市 町の活性化の協議会の構成員として参画していた氏は、平成14年、地域ブランドとして特産品の導入のための試作栽培を機に就農し、マコモタケ、ブルーベリーの栽培を開始。自分の農場を「森のともだち農園」と名付け、収穫体験、ネット販売等を実施。20年には農園を株式会社とし、代表取締役として地域活性化に活躍中。</p>

農村女性をパート社員として雇用し女性の家族や子育ての状況なども見ながらシフトを組んで女性の総合力で会社を回している。「楽四季舎」が当てはまる。ある女性起業の社長が言った言葉がある。「雇用する場合、地元で以前から知っている女性の中には、仕事でも友達感覚のままの方がいい。仕事中は、組織人として働くことができないと雇いにくい」。雇用を入れ規模拡大していく際には志を持った創業者だけでなく志を共有した組織を構成して、社員全員がやりがいを感じられる職場にしていけることが重要だ。

〈若者目線の商品開発〉 富山県「食彩あさひ」の場合、農事組合法人の組合員は高齢化しており、加工技術などを伝承する後継者の育成が急務となったため、若い従業員をフルタイムで雇用し、研修や試作を重ねて若者目線の商品開発を進めている。

〈高齢者の生涯現役女性起業〉 青森県桑田ミサオさんの場合、定年退職後に自己資金で加工施設を設置し得意の餅づくりの技を生かして起業した。

〈若手女性就農者の地域おこしと会社おこし〉 「株式会社愛媛県森のともだち農園」では若手女性が代表取締役となり、地域特産物の農園をインターネットやブログで紹介、地元メーカーと新商品開発にも取り組むなど若いパワーは高齢化した地域のけん引力となっている。

〈個人の起業活動のネットワーク化〉 個人ごとに得意な分野の起業活動を行いつつ、商品の品ぞろえを豊富にしたり、迫力のある広報伝のために女性起業家がネットワーク化しているケースや、大量注文受注時の労力提供などをするためのネットワーク化が見られている。

〈他分野とのコラボレーション〉 米粉パンをつくるようになってから、別の町からバーガーの商品開発のために米粉パンを提供してほしいとの依頼があり、女性起業の技術・商品とのコラボレーションができた(楽四季舎)例や、「お夕飯市」には女性起業の総菜だけでなく、地元鮮魚店と連携し刺身なども並べて喜ばれている(食彩あさひ)例など、女性起業とのコラボレーションが始

まっている。

おわりに

以上、農村女性起業家の生い立ちから現状の姿、注目すべき動きを追ってみた。六次産業化は農業サイドの所得の増大をねらいとしているが、女性起業も起業活動を継続させていくためには経営が持続し、構成員が働きに見合った所得を得、従業員を雇用し、利潤が確保でき、さらなる投資の余力がなくてはならない。しかしある女性起業家の言葉のように「もうけようと思っただけはダメ、しかしほどほどにはもうけようと思っただけはダメ、起業活動は継続できない」、「社会的に意義のある活動であるからこそ起業活動を継続発展していかないとならない」。この言葉が女性起業の姿を言い得ていると思っ

ている。このような農村の女性起業家がどんどん輩出されることが、地域再生につながるし、今こそ彼女らが地域ビジネスの先駆者になる必要がある。



(注1) 農山漁村の女性に関する中長期ビジョン懇談会報告書 平成四年六月農林水産省が公表。

(注2) 女性起業の特徴は、平成二二年一〇月新潟県下で開催された「APEC食料安全保障担当大臣会合」の際に展示したパネルに記載されている。

(注3) 農村女性による起業活動実態調査結果 農林水産省経営局人材育成課(平成二二年九月三日)

(注4) 平成二二年度農林水産省農業・農村男女共同参画推進事業 農山漁村女性・シニア活動表彰 資料集

新アグリツーリズムで観光・交流モデル

日本は「観光立国」政策によって、海外観光客を迎え入れる計画だが、諸外国と違って外貨の獲得目的よりも地域再生など内需の発展につなげる狙いがある。その一環として農業の収穫作業・休日観光・農村交流をミックスした新たなアグリツーリズムが今や有望だ。

江戸時代の三代将軍、徳川家光による参勤交代の制度化によって、江戸は諸大名とその家臣団が集居する大消費都市に発展した。同時に江戸時代の商工業、流通、交通などの発達は、参勤交代によるところが大きく、地方経済の発展にも貢献するところが少なくなかった。

海外で観光は外貨獲得手段

ツーリズム・マーケティング研究所の試算では、この参勤交代に伴い、現在の経済規模に換算すると毎年約一兆五七億円の直接消費が行われ、江戸はもちろん街道沿いの宿場町に活性化をもたらした。

江戸時代の参勤交代という、たった一つの制度により人やモノの動きが大きく変わり、新たな人の動きは、社会を活性化し、新たな付加価値を生

み出したのだ。

閉塞感へいそくが漂っている現代社会において、時代が観光に求めているものは何かを改めて考える必要がある。

観光政策は、第一次世界大戦後のフランスから始まり、諸外国では外貨獲得の重要政策と位置付けられ、競うようにして外国人観光客の誘致策を推進してきた。

これら諸外国の推進策に合わせるかのように、日本でも一九八六年に五五二万人であった海外旅行者数が、一九八〇年代後半のバブル景気、一九九〇年代の円高の追い風もあって二〇〇〇年には過去最高の一七八二万人に達した。その後、若干減少したものの二〇〇九年には一五四五万人となっている。

しかし、諸外国の観光政策が順調に推移する一



株式会社ツーリズム・マーケティング研究所
主席研究員

篠崎 宏 Hiroshi Shinozaki

しのざき ひろし

1966年福岡市生まれ、北海道大学経済学部卒業。1990年JTB入社、北海道営業本部を経て本社事業創造本部地域ビジネス事業部で地域活性化の戦略構築、観光客誘致戦略、新規ビジネスモデル構築を専門に行う。2007年4月よりJTBグループのシンクタンクである株ツーリズム・マーケティング研究所へ。農林水産省・食料・農業・農村政策審議会委員、札幌観光大使などを務める。

方で、日本では外貨獲得ではなく、むしろ国内観光客をメインターゲットとした内需発展型産業として観光産業を位置付けてきた。

日本では観光を内需発展型に

そして、フランスから遅れること約一世紀、二〇〇二年には「経済財政運営と構造改革に関する基本方針二〇〇二」が閣議決定された。続いて二〇〇三年には国土交通省により外国人旅行者訪日促進戦略、外国人旅行者受入れ戦略、観光産業高度化戦略、推進戦略から構成される「グローバル観光戦略」が策定された。

これに伴い韓国、台湾、米国、中国、香港を促進重点国・地域としてビジット・ジャパン・キャンペーン(注)がスタートし、そのキャンペーンが功を奏したのか、二〇一〇年の訪日外国人旅行者は

図1 ミカン収穫作業の仕事をして、よかったと思えることはどんなことですか？（複数回答可）

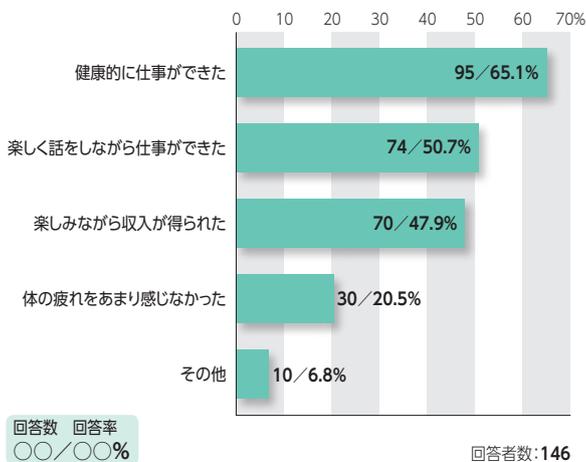
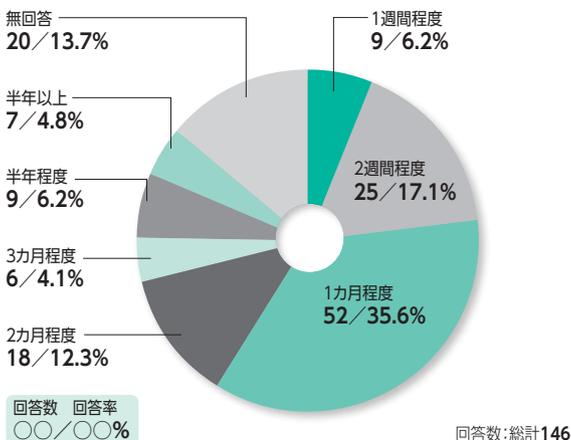


図2 他のシーズンに他の地域で同じような果樹の収穫作業の仕事をする場合、どのくらいの期間であれば行ってみたいですか？



八六二万人に達している。

一方で、日本国民をメインターゲットとして順調に発展していたはずの国内観光は、二〇一〇年度観光白書によると、一人当たりの年間平均宿泊数は二〇〇四年度二・七八泊であった。ところが、五年後の二〇〇九年度には何と二・三二泊まで下落をしている。

二〇〇八年に観光庁が立ち上がり、観光政策はまさに国の重要政策となり、アジア諸国の経済発展もあって世界の人々の大きな流れの中心がアジアにシフトしようとしている。

こういった追い風にもかかわらず、経済デフレが影響したのか、国民の消費行動の大きな変化について行けず、国内の人の動きは、年々鈍化しているのが現状である。

経済的な安定と比例するかのようには消費者は常に新しいシナリオを求め、新たな枠組みに期待

する。各国の旅行形態は一人当たりのGDPにあわせて変化をする。

ここに、面白い数字がある。一人当たりのGDPが一万ドルになると、団体旅行をメインとした大衆化が始まる。これが二万ドルを超えると、団体旅行の比率が徐々に低下して個人旅行が増え始める。さらにGDPが三万ドルを超えると多様化が始まり、趣味嗜好により各消費者の旅行形態が大きく異なってくるのだ。

消費者に見放されるリスク

日本はすでに購買力平価ベースでの一人当たりのGDPが三万四〇〇〇ドル近くに達しており、多様化の期待に応えられなければ消費者に見放されてしまう。観光戦略は、まさに消費者の飽きとの戦いでもあると言っている。

国民の消費行動の変化によって長期低迷が続

く観光産業と同様に、農業も二世紀の産業と期待されながら、担い手世代の高齢化、後継者の不足で農業の現場では一気に耕作放棄地が拡大して生産力が落ちるといったさまざまな課題を抱えている。

農業は労働力の季節変動が大きな産業であり、必要な労働力を周辺農家同士の相互サポートにより維持してきた産業である。しかし、その一方で、農家の全体的な高齢化、都市部における労働需要の高まりによって農業の現場は必要な労働力の確保が年々難しくなっている。

静岡県浜松市の三ヶ日町は年間三万三〇〇〇ト（JAみっかび出荷分）のミカンを生産する日本でも有数のミカン生産地である。ところが収穫時期における農業収穫作業員の確保が年々難しくなっている。果樹農家を中心に、こうした問題は全国各地の過疎地で発生しており、労働力確保の不安定な状況が続けば、農家の経営そのものを脅かす恐れがあるといった事態に追い込まれてきている。

毎年一〜二月に約五〇〇〇人のミカン収穫作業員による収穫作業が行われている三ヶ日町では、近くに住む親戚や豊橋のカキ農家をはじめとする周辺市町村の農家がミカンの収穫時期になると労働力として作業をサポートしてきた。しかし農家全体が高齢化する中で周辺地域も同時に高齢化が進んでしまっている。

農業収穫作業員が休日観光も

二〇〇九年度にツーリズム・マーケティング研究所がJAみっかびと共同で行った調査では、ミ

表1 短期滞在型地域体験プログラム(淡水養殖)日程表

日 程	メニュー	詳 細	
1日目 11:00	集合	宇連養魚場へ移動	
	11:30 昼食	弁当	
	開会式・オリエンテーション	自己紹介、日程説明、宇連養魚場・組合説明	
	12:30 養殖講座	養殖の歴史、網姫サーモン誕生秘話について	
	14:00 養殖体験	給餌作業	
	18:00 夕食	夕食後は自由時間	
21:00	入浴・就寝		
2日目 7:00	朝食	朝食後、愛知県淡水養殖漁業協同組合へ移動	
	9:00 養殖体験	給餌作業・死魚除去作業、鑑別	
	12:00 昼食	山百合荘豊邦直売所	
	13:00 養殖講座	日本の養殖、世界の養殖について	
	14:00 養殖体験	採卵	
	16:00	いくら造り	
	18:00 夕食	夕食後は自由時間	
	21:00	入浴・就寝	
3日目 7:00	朝食	朝食後、したら保健福祉センターへ移動	
	9:00 養殖講座	養殖業を取り巻く状況について	
	10:00	川魚料理講座	班ごとに料理開始
	12:00 昼食		
	13:00	閉会式・解散	

カン農家の六〇・六％が三年以内にミカン収穫作業員が十分に確保できなくなると考えており、確保できると回答したのはわずか一・八％の農家にすぎない。

一方、ミカン収穫作業員に行ったアンケートでは、六五・一％が「健康的に仕事ができ」、五〇・七％が「楽しく話をしながら仕事ができ」と答えている(図1)。

また、ミカン収穫作業員の七一・九％が、他地域での果樹の収穫作業に興味があると回答し、そのうち五二％は一〜三カ月程度の長期滞在を希望している(図2)。

これらのアンケート結果から、楽しみながら収穫作業を手伝い、休日には周辺を観光するという新しいタイプの収穫作業員が果樹農家の抱える課題を解決する存在となる可能性を感じさせる。

日本では今後五〇年にわたって生産年齢人口が半減するとの試算があり、このままでは農業に十分な人材がまわらなくなる可能性がある。

このような課題が懸念される中で、新たなタイプの雇用者としての農業収穫作業員を確保するシステムを構築し、これらの雇用者を全国規模で動かしていくことで地域間交流や地域の活性化が実現し、従来にない観光・交流モデルとして発展する可能性がある。

これらは農業ばかりでなく、漁業や他の産業においても活用可能であり、労働・観光・交流がミックスされた新たなアグリツーリズムとして展開していく可能性を秘めている。

愛知県東部の八市町村で構成する東三河広域協議会では、都市住民と地域住民の交流を促し、二地域居住・定住の実現を目指して、長期滞在型

の地域産業支援プログラムとして「東三河シニアリフレッシュ事業」を実施している。

林業など伝統産業の地域体験を行いながら、就業に意欲的なシニアを発掘し、地域産業の支援者として育成して、最終的には定住・就業に結びつける。

新たなリフレッシュ事業も

東三河の上流域に位置する奥三河四市町村(新城市、設楽町、東栄町、豊根村)が提供した短期滞在型の地域体験プログラムと長期滞在型の地域産業支援プログラムには昨年三七人が参加をしたが、一四人がリーダーとなり、六人がリーダーからの口コミ参加である。特に地域のひととの接点が高いプログラムほどリピーター率が高まる傾向がある。

これらの事業を推進するにあたっては新たな組織の立ち上げも有効な方法ではあるが、自治体のサポートのもとに観光協会などの既存の組織による事業展開を試みた方がより少ないリスクでの展開が可能である。

酪農体験、炭焼き体験、蜂追い体験、林業体験、養殖体験からなる短期滞在型プログラムはどれも本格的で、蜂追い体験は奥深い山の土中に巣を作るヘボ(地蜂:クロスズメバチ)を追跡し、巣を掘り出して蜂の子を採るといいうもので、山里ならではの遊びである。

近年では、採った巣を自作のハウスで育て、その大きさを競うという新しい楽しみ方も広まっている。蜂追いの魅力は三つあり、第一に目印をつけた餌を抱えた働き蜂を追うという「狙」の楽

長期滞在型地域産業支援プログラム(林業)参加者のコメント

東三河シニアリフレッシュ事業

2010年8月～9月に30日間実施

実施場所:愛知県北設楽郡設楽町津具地区

参加者:3名 A氏 東海市在住、61歳、男性

B氏 田原市在住、66歳、男性

C氏 名古屋市在住、69歳、男性

内容:未整備の森林を整備し、「人と森と動物が共生できる森」をつくることにより、都市住民と農山村の交流の場、憩いの場を創出する。

(作業内容:枝打ち、下刈り、除伐、間伐、林道整備など)



参加理由について

- 土地と手づくりの小屋を持っており、木に対する興味があったので参加をした。いろいろな物をつくる材料として木材を調達しなかったのも参加した理由である。(A氏)
- 普段も1時間ぐらい散歩しているが、健康のために身体を動かしたいと思い参加した。参加した後は、林業や山での生活に非常に興味を持った。(B氏)
- 昨年の地域体験プログラム「野外生活」に参加し、鹿の解体が大変魅力的であった。最近、体を痛めていたため、健康維持のために長期滞在型である地域産業支援プログラムに参加した。(C氏)

内容について

- 普段から1人で木を伐採しているが、名人を交えながら3人の合宿形式で体験できたことはよかった。山の生活それぞれが楽しい。(A氏)
- 好奇心は旺盛な方だと思っている。今回、林業体験をしてみたい大きな木を切り倒す快感を得た。プログラムを通して山の関係の仕事(自然を相手にする仕事)に興味を持った。今後、地元で山の整備に関するボランティアに参加する予定である。(B氏)
- 木を切る体験がよかった。最初は平らな場所で気楽に作業をすることができたが、徐々に斜面がきつくなった。メンバーで協力しながら、足場を組んで作業をするなど本格的なプログラムであった。(C氏)

長期滞在型の地域産業支援

短期滞在型の地域体験プログラムを通じて奥三河の魅力に取りつかれた参加者は、長期滞在型
しみてあり、次いで蜂の巣を大きくする「育て」の楽しみ、そして努力の成果を競い合い、仲間と共に、育てたものを口にして生命の恵みに感謝し味わう「集いと食」の楽しみである。参加者は時によつては蜂に刺されながらもプログラムを堪能する。

愛知県淡水養殖漁業協同組合で行われる養殖体験も魅力的である。参加者は二泊三日のプログラムで、淡水魚の生態を学び、川魚料理を味わいながら、給餌、採卵など淡水養殖についての必要な基礎知識を学ぶ(表1)。

の地域産業支援プログラムへの参加に興味を示し、その先には、いつでも養殖事業が可能な淡水池が用意されている。

つまり短期滞在型の地域体験プログラムは地域コミュニティへの入り口として、参加者の地域への関心を高める機能を果たし、長期滞在型の地域産業支援プログラムではライフスタイルの変化への意識を高める機能を果たしている。その結果、地域への来訪者が増え、地域社会への活力へとつながっていくのである。

厳しい経済状況の中、全国の自治体は競うようにプロモーションを行い、地域資源の優位性をアピールしている。成熟社会の日本では、残念ながら、それらに対する消費者の反応は決して自治体の想定通りにはなっていない。

過去からずっと、観光は姿や形を変容しながら新たな社会インフラモデルの発展を促し、人の動きを創出してきた。時代が、地域経済に活性化をもたらしてきた観光に求めているものは単なる地域間競争ではない。

社会の課題を解決し、新たな人の動きのプラットフォームを構築して、疲弊した地域経済に力強い新しいサイクルをもたらすことである。

二一世紀の産業と期待されながらも、次の一手に不透明感がある観光と農業。時代が観光に求める先鋭的な役割をアグリツーリズムが果たすことを期待したい。

(注)日本を訪れる外国人旅行者を倍増させることを目的として、諸外国で日本旅行の広報を行う



日本公庫主催の農産物展示商談会「アグリフードEXPO」の会場で、ひと際バイヤーの目を引く商談ブースがある。アグリネットワーク・れいほく株式会社（以下「アグリ社」）のブースだ。

ブランド化粧品を思わせる都会的なデザインの瓶が、センスよく並べられている。いずれも高知特産のユズを原料に開発された農産加工品の品々だ。

しかも、アグリ社は四国山脈のど真ん中、高知県土佐町において、建設業から農業参入してまだ四年目というから、そのギャップに首都圏のバイヤーたちは驚かされる。

建設業三代目からの転身

アグリ社の社長である高橋誠さん（五〇歳）は、地元で五〇年続く建設会社の三代目。大学卒業後、いったん大手ゼネコンに就職したが、二九歳のときに帰郷した。

主力の公共事業が次第に減少していく中で、高橋さんは、だぶついた人員の有効利用をと農業参入を思い立った。そして兼業農家から稲作の農作業を請け負う受託サービスを始め、やがて行き詰まってしまう。会社勤めをしていた農家の息子たちが景気悪化で暇になり、

経営紹介

農業参入で六次産業化 ユズの商品企画に強み



高知県土佐町
アグリネットワーク・れいほく株式会社

- 設立 ● 平成19年
- 資本金 ● 200万円
- 代表者 ● 高橋 誠
- 事業内容 ● ユズの生産および加工販売



アグリフードEXPOでバイヤーに試飲を勧める高橋さん

彼らが自宅の農作業を手伝うようになったのだ。

「やはり農業はみずから農作物を生産し、販売しなければ商売にならない」と高橋さんは痛感した。

農業大学校に通う真剣さ

高橋さんの行動力は、ここから違った。建設会社社長として差配を振るうかたわら、週一回、高知県立農業大学校に通い農業技術を学んだ。

さらに、高知大学が開設した社会人向けビジネスコース「土佐FBC（フードビジネスクリエーター）」の一期生として、二年間、食品製造やマーケティングに関する専門知識を学んだのだ。

農業参入するにあたり、高橋さんが選んだ作物は地元特産のユズだった。高知県産が全国市場の約五〇%を占め、ブランド力がある上に、搾汁することで加工品としての事業展開が見込めると感じた。

先輩農家からも「青果での市場出荷だけではもうけにならない」と聞かされていたので、加工して商品に付加価値を付けなければビジネスにならないと考えたのだ。

現在、アグリ社のユズ園は六畝におよぶ。親戚のユズ農家から引き



洗練されたデザインの容器とラベル
商談会ではひと際目立つ存在だ

受けた一畝と、山頂にある放置山林を伐採し開墾して整備した三畝、さらに耕作放棄水田を利用した二畝の農地だ。

この新しく整備したユズ園には、高橋さん独自の工夫がある。通常、ユズの新植は、苗木を直接植え付けるのだが、アグリ社の場合は、建設会社が使用していた倉庫を利用して、一年間、ポットで大きく育てた上で、植え付けるのだ。

この方が木の成長が早い上に、活着率もほぼ一〇〇%とロスが出ない。モモやブドウ栽培では一般的な技術だが、ユズに応用してみたところ効果が現れたのだ。

マイナス資源をプラスに

ほかにも町内の生ゴミをリサイクルした有機肥料、嶺北牛のふんや製材工場の木くずを利用した堆肥など、地元の未利用資源を最大

限に活用し、化学肥料・堆肥を一切使用しない農業を実践している。

放置山林を開墾する高橋さんたちに、初めのうちは、周囲の農家から冷やかな視線が注がれた。

「放置山林も生ゴミも木くずも放っておいたらゼロどころか、地域にとってはやっかいなマイナス資源。これらを人の手を介してうまく組み合わせることで、新たな価値が生み出せることを実感しました」と高橋さんは語る。

アグリ社では、ユズの生産から加工・販売まで一貫して手がける六次産業化を実践している。

現在の商品ラインナップは、ユズ果汁とハチミツをブレンドした「森のゆずジュース」、果汁一〇〇%の「森のゆず酢」、地元酒蔵とのコラボレーションによるユズリキユー「YUZUSAKE」、そして昨年開発したノンオイルタイプ「森のゆずジェル Dressing」の品々だ。販路開拓の場として活用するのが、アグリフード EXPO や地元銀行が主催する商談会だ。こうした商談会を経験していくうちに高橋さんはあることに気づいたという。

商慣習踏まえた値決め

初めの頃は、こだわりの商品、し

かも少量生産ということ、希望小売価格の七五%を目安に卸値を提示していた。ところが、商品に対するバイヤーの感触はよいものの、具体的な商談になかなか進まないのだ。そのうち、親しくなったバイヤーとの会話の中で、七五%の卸値では、問屋や小売店の利幅が確保できず、バイヤーが扱えないことが分かった。

改めて資材の発注ロットを増やすことなどで製造原価を切り詰め、小売価格の五〇〜六〇%の卸値で商談に臨んだところ、かなりの確率で商談が進むようになったのだ。

商慣習を無視した価格提案でいぶん遠回りをしてしまったが、こうしたことはどのノウハウ本にも載っていないし、誰も教えてくれない。「商慣習を知らないことで、販売につまずいている農業者は多いのでは」と高橋さんは推測する。

高橋さんによると、一例として、Dressing の場合、小売価格を六〇〇円に設定したのが当たった。五〇〇円以下では大手メーカーの商品と競合し勝負にならない。一方で七〇〇円を超えると消費者の手が届きにくくなる。

そこで、大手と同じ土俵に立たないで、自分のポジションを確立す

るのはどれかを判断し、最終的に六〇〇円の価格に踏み切った。

結果として、アグリ社の商品は首都圏の高級スーパーや百貨店で消費者の好評を得ている、という。

今や巧みに農産品を商品化

四年目を迎えた現在のアグリ社の年商は一〇〇〇万円に達している。商品への引き合いが強い上に、開墾したユズ園からの収穫量が徐々に増え、増産体制が整うことから、年商三〇〇〇万円が視野に入ってきた。さらにその先について、高橋さんに聞いてみると、「高知県は温暖な気候を背景に豊富な農産物に恵まれています。その一方で、地場の食品メーカーが育つておらず食品製造業の生産額は全国下位にとどまっている。裏を返せば、事業展開できる余地が多く残されているといえます」という。

みずからの農業生産の拡大には限界があることから、あらゆる農家と連携し、高知県の食材の強みを最大限に生かした農産加工品を企画し商品化したいと高橋さんは考える。さらにはその販売まで手がけるビジネスに思いがあるようだ。

(情報戦略部 錦織 秀二)

稲が二ヨロつと曲がつてる。
二、三年経た田植えでは
真つすぐになつている。
田んぼや畑は
心を映す鏡です。

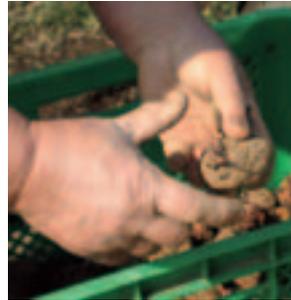
農と食
の邂逅

萩原 知美 さん

埼玉県さいたま市
かあちゃん塾 代表

農家が農作業体験を指導し、食に関する活動に
理解を深める目的で行われているのが、教育
ファームである。都市近郊農家が、やるべき役割
にこたえる農業体験教室がある。そこには子ど
もから大人が参加する。





P. 19
結婚して始めた農業を基礎から学ぶため、東京農業大学(通信課程)に入ったという意欲の持ち主。かあちゃん塾を始めて「自分を飾らずに表現できるようになった」という。
P. 20
右上と左: 表情は一層穏やかに
右下: わらで炊いたご飯は大人気
下左: すべてを物語る力強い手

消費者が農とふれあう機会を提供

「今日はジャガイモの植え付けをします。その前に種芋を切ります。芽をいくつか残して二等分します」「芽ってどこですか」「へこんでいるところ」

梅が咲く三月、四〇名の若者が萩原家の畑に集まった。見沼たんぼと呼ばれ、江戸時代に干拓された水田が広がる地帯。現在は緑地空間として保護されている。知美さとしみさんはここで、家族連れが農業体験をする「かあちゃん塾」を始め、消費者が農とふれあう機会を提供している。

この日、参加したのはある人材育成会社の「人間力養成講座」を受講中の二〇代の社会人、学生だ。ジャガイモの植え付けは生まれて初めてという人が多い。

植え付けが終わると、釜戸で炊いたご飯とカレーで昼食をとる。女性も含め一人一・八合を平らげた。「わらで炊いたご飯はおいしいでしょ? わらはお米の親。人間の親も命尽きるまで子どもの面倒をみる。これと同じじゃないかな」——知美さんの言葉に皆神妙にうなづく。

およそ五時間の作業中、知美さんの説明は途切れることがない。資源を循環させながら営む農業、近年の異常気象や食糧不安、昔から伝わる生活の知恵など。あまりにも見事な説明に最初、農家というより消費者の心をつまつくかむ名人という印象を受けた。

だがそれが浅はかな考えであることは、知

美さんの手を見てわかった。長年土を触り、太くがっしりとした手。長年農業と向き合ってきた証拠だ。その手が言っている。「消費者に農業のことを少しでも知ってもらおうしかない」。伝えたいというエネルギーが手から伝わってきた。

消費者に近いあなたがやりなさい

「かあちゃん塾」を始めたのは一九九七年。三〇年前の高校の同窓会がきっかけだった。同窓生で農業をやっているのは知美さん一人だった。「なんで農家に嫁に行ったの?」——友人からの質問に「悔しかった。今思えば、そんなことで悔しがるなんて自分が突っ張っていた証拠かも」と知美さんは言う。

悔しい思いを救ってくれたのは子どもたちだった。自身の子どもが通う学校から請われ、生活科の授業で農業を教えた。キラキラと目を輝かせながら話を聞く子どもたちの表情が忘れられなかった。

その後、グリーンツーリズム(GT)の存在を新聞で知り、通信講座を受けた。先進地のドイツ、フランスの視察にも出かけた。この時、GTの第一人者といわれるアンリ・グロロー氏に質問をした。氏の回答が知美さんの背中を押しした。「消費者に近いところにいるあなたこそやりなさい」。

まず子どもたちに農業体験してもらおうと決めた。生活科の教科書をもとにカリキュラムを組み立てていった。六年間、授業をしてきた経験が生かされた。「教科書で農家の

暮らしを学んでも経験がないからピンと来ない。それならば実地で体験してもらおうと思つて」。一緒にやつてくれるスタッフも見つかった。婦人警官と保母をしている二人の女性。子どもが幼稚園の頃からの知り合いだ。「婦人警官だった佐藤久子さんは子どもが大好きな人。私は農業を知っている。私には当たり前前のことを消費者の目線で見てくれた



右から知美さんの次男哲也さん、佐藤久子さん。二人ともかあちゃん塾のスタッフだ。

のが佐藤さん」。

「かあちゃん塾に参加しませんか」とパンフレットをつくり、銀行の前に貼ってもらつたり、幼稚園を回って配つたりした。初年度は二四家族が参加。テレビ、新聞などに紹介され、参加する家族が次々に増え、今は四〇家族、一五〇名が参加する。

三月から二月までの第二十曜日が「かあ

ちゃん塾」の日。ジャガイモの植え付けや、みそづくりなど季節ごとにプログラムが組まれる。小学生以下の子どもを持つ家族が対象で、一家族あたり二万三〇〇〇円が参加費（実費は別）だ。

知美さんのもとにはさまざまな依頼が来る。「研修やCSRの一環として農業体験をさせてほしい」という企業からの依頼。外国人相手に農業体験の受け入れもしている。国から教育ファームの指定を受け、小中学生生にも教える。今では家族を含む一六名のスタッフで活動にあたる。

お金では買えない価値がある

知美さんには忘れられない思い出がある。生徒の態度が荒れていることに頭を痛めたある中学校の校長が相談に来たことがきっかけで、農業体験の受け入れを決めた。

畑で授業を始めてしばらくすると、鎌の刃が上になって畑に突き刺さっていた。おじけづくことなく知美さんは、「やった人は名乗り出なさい。こういうことは許さない。言うこと聞かないと授業は一切やらないよ」——。真剣に怒るとやがて一人の生徒が名乗り出た。

知美さんは体験の最中、「ちゃんとやってる？」と生徒たちの背中をチョンと叩いて回った。「でも誰一人『汚ねえな』などと言わなかった。その様子を見て、先生たちに『この子たちは大丈夫ですよ』と言ったの」。すると先生から出た言葉は「よかった。救われました」。校長だけでなく先生たちも迷い、行き

詰まっていたのだ。

最初の頃、田植えをさせた後の田んぼを見ると、稲が二ヨロ二ヨロと曲がつて植わっていた。だが一年、二年経つと直線に変わった。田畑は人間の心を映す鏡なのかもしれない。生徒たちを教えた知美さんは卒業式に呼ばれる。驚いたことに、今までに三人の生徒が農業高校に進んだ。「やってきてよかったと心から思った」。

知美さんの土日はこうした体験ですべて埋まっている。それでも事前準備や当日のスタッフの人員を考えると、今もらっている参加費でお釣りがくることはない。「お金じゃない。むしろお金で買うことができない価値をたくさんもらっている。それが私の喜び」。荒れていた学校の生徒以外にも農業を志す人が出てきた。冒頭の人材育成会社の講座参加がきっかけで、現在知美さんのところに来て個別に農業研修を受ける人もいる。「農業を身近に感じる人が増えてきた。これに勝る喜びはありません」。

都市で農業を続けようにも、のしかかる税金のために農地を切り離すのが現状だという。「それでも都市の中の農業が果たす役割は大きい。農業とは命をつなぐ仕事。食べる人の向こう側につくる人たちがいることを少しでも考えながら日々の食生活を送ってください」——。研修を終えた若者への最後の言葉。今も彼らの心に残っているはずだ。そしてあの手の力も忘れることはないだろう。

（青山浩子／文 河野千年／撮影）

観天 望気

食の王国に暮らすありがたさ

昨年秋頃から原油やレアメタルと並んで、小麦・とうもろこしなどの食料価格が再び上昇してきた。世界の食料需給をみると、耕作面積を急速に増やすことができない一方で、中国など新興国の人口増加と消費水準の上昇でひっ迫し、食料価格が長期にわたり上昇を続ける見通しである。

長崎県は全国的には観光地のイメージが強いが、住んでいると農水産品直売所や食品スーパーでの食料価格が東京と比べて大幅に安く種類も豊富なので、諫早平野や島原半島を擁し、海に囲まれた「食の王国」であると感じさせられる。ただ、単なる食料の生産県であっては生産農家・漁家の収入増加につながりにくく、食料を適正価格で消費者に届ける流通の多様化と加工品の生産・販売に注力することが何としても必要である。

しかし、豊かな農地や山林、海といった地域資源を担い手や資本の不足から維持・活用することが難しい。たとえば、私が農水産品の加工品開発や販路開拓を手伝う地域のひとつ、長崎市茂木地区は、江戸時代から全国的に知られた茂木びわの産地であるが、びわ畑が急峻な山肌に広がっているため、農家の高齢化に伴い、一〇年後も産地であり続ける保証はどこにもない。

二〇一〇年一〇月に長崎・佐世保・雲仙の三市共同で福岡の博多座近くに居酒屋風レストランと観光案内所併設のアンテナショップ「キトラス」(九州弁で「来ておられる」の意味)をオープンした。長崎県の質の高い食材を使った手頃な料理や、高齢者や単身者世帯が増加する環境下で「量り売り」趣向が奏功し、売り上げが順調に伸びている。

福岡はアジアの玄関口として人口が増加し、九州新幹線開業で関西などからの観光客も増加しており、今後は沖縄県物産公社が行ってきたように、小売りだけでなく、卸売りも強化していきたい。

地域の食を広げる際に最も重要なことは、意欲ある事業者と、担い手となる若い人材の発掘・育成である。加工や流通で収入が増加し、あるいは雇用が安定してくれば、やりがいを感じる人材が定着してくれればと信じている。

財団法人ながさき地域政策研究所常務理事

菊森 淳文

きくもり あつふみ

1955年三重県生まれ。東京大学法学部卒。78年三井銀行(現三井住友銀行)入行。83年米国シカゴ大学経営大学院(MBA)卒。2000年日本総合研究所主席研究員。04年から現職。長崎大学大学院兼任講師。著書に「学習する会社のナレッジコラボレーション」(かんき出版)、「こうすれば地域再生できる」(長崎新聞社)他多数。NHK・TVQ・KTNなどにコメンテーターとして出演中。



NPO法人あつたかキャッチボール

小林 勢以子

(五三歳)



●こばやし せいこ●
一九五七年仙台生まれの横浜育ち。中学・高校の教師をしたのち結婚。生活協同組合東京マイコープ(現・生活協同組合バルシステム東京)の理事を三期六年務める傍ら、立教大学大学院二世紀社会デザイン研究科修士を修了。二〇〇四年から四年間、NPO法人日本グリーンツーリズム・ネットワークセンター専務理事、事務局長を務め、二〇〇八年からNPO法人あつたかキャッチボールの代表理事に就任している。
ブログ <http://ameblo.jp/ataka-catch>

NPO法人あつたかキャッチボールは「ふれあい・つながり・あつたかネットワーク」「あなたと私を結ぶ。都市と農山漁村の応援団」をキャッチフレーズに、都市と農山漁村の人々をつないで、地域づくりに参画し、ネットワークを強化することを目的に活動を進めています。

具体的には、会員向けに農山漁村を訪ねる企画、都市と農山漁村のつながりを考える学習会、地域のネットワークづくりなどを行っています。

昨年度の活動のいくつかを、ご紹介すると、「日本の食を極める」をテーマに、奈良県の大紀コープファームを訪ね、①梅の花見、②ウメ・シソの収穫、ウメの一次漬け、③ウメの本漬け、カキの収穫体験と三回連続の企画で梅干をつくりました。

また、静岡県の株式会社山英に協力いただき、お茶学習会、産地ツアーの企画を通し「オリジナル新茶」をつくりました。岩手県軽米町では、エゴマの植え付け・収穫、町の資源探索を企画し、「軽米町と一緒に元気が

い」という都市と農村をつなぐ組織の立ち上げにもかわりました。

今年一月に東京都千代田区の国際ビル地下にある地域おこしのレストラン『にっぽんの』にて、山形県金山町を知っていたため「金山ナイト」を企画しました。ほかにも、いろいろな活動をしています。われわれNPOのネット上のブログをご覧ください。うれしく思います。

ところで、環太平洋経済連携協定(TPP)の影響で国産農産物への打撃が心配されています。一番困るのは、食べるものをみずからつくり出すことができないう都市住民であるわれわれであると思います。国産農産物を持続可能かつ適正な価格で食べ続けるためには今こそ、消費者と生産者の強いつながりが必要になってくるのではないのでしょうか。

日本の農林漁業は、これまでもいろいろな政策に翻弄ほんごうされてきました。こんな時だからこそ、どんな波が来ても、消費者と生産者の間に揺るがない関係性をつくっておくことが重要になってきます。消費者が生産

者となれば、消費者は生産者の暮らしが心配になり、生産者も同じく地域で暮らし続けていくことにも心を砕きます。

TPPや自由貿易協定(FTA)によって決まってくる価格は、日本の政策が決める価格ではなくて、大切なのは農家の生産コストに見合った持続可能な価格です。真実、持続可能な価格を消費者と生産者が互いに確認すればいいのです。そのためには、市場経済に互いに翻弄されない消費者と生産者である農山漁村の人々との間で関係を築いていくことが大切だと思っています。

平

成五年に起きた大冷害の時、お米を五_キ四〇〇円でお米を、いくらでもお金を出して買いました。今、お茶碗一杯一八円のお米は高いと言いながら、一個五〇〇円のケーキを平気で買う人がいます。しかし、ケーキで命はつなげません。

農産物をつくり出す地域が物理的にも精神的にも私たちの暮らしの一部になる親密性をつくること、そのため人々が出会い、地域の農産物・海産物をいただくことで地域の文化、暮らし、精神性を共有すること

活動の重点としています。

あつたかキャッチボールが考える「命をつなげる関係」を消費者と生産者の間につくるため、次のような活動を今後も続けていきたいと思っています。

まず、①地域を知ってもらうこと。いろいろな機会を利用し、地域の情報を発信して、PRすることが大切だと思います。たとえば、先ほど申し上げたレストラン『につぼんの…』での「〇〇ナイト」など地域の学習会を企画して、地域を知ってもらい、そこにいる人々をつなぎます。

また、②地域に行くこと。「百聞は一見に如かず」。自然の恵み、命を育むことを五感全部に訴えます。実際に地域を訪問する企画をつくります。

そして、③地域を暮らしの一部にする仕組みをつくること。地域の農産物・海産物を定期的に食べ、地域づくりに対して知恵を出してもらい、ネットワークをつくる。このようにして、地域が暮らしの一部になれば、もうお互い他人ではなくなりません。

こうして、都市と農山漁村に強いつながりをつくることのできたならば、どんな荒波がきても命や暮らしを守ることができると思います。



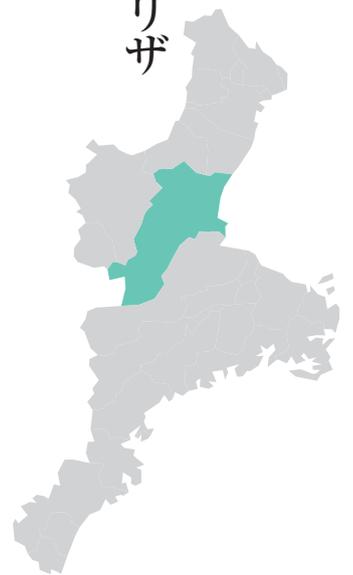
市場経済に翻弄されない持続可能な価格を、消費者と生産者の揺るがない関係をつくる

浅井雄一郎さん

三重県
株式会社オリザ

アグリベンチャー担い手

栽培技術をマニキュアル化



三〇代前半の浅井雄一郎さんと小平(こびら)勘太さんの二人が志高く始めた農業ベンチャービジネス、株式会社オリザのプロジェクトがスタート四年で成果を出し始めた。ビジネスモデルはユニークで、ミニトマトなどの栽培技術をマニキュアル化し、技術を無償でやる気のある農業者に提供し、全国どこでつくっても同じ品質で共同生産するオープン・イノベーション方式だ。

新モデルで利益出る農業を

——アグリベンチャーは、農業分野でのベンチャービジネスと理解していますが、どんな取り組みですか。

浅井 ベンチャー企業らしく新しいビジネスモデルで日本農業に新風を吹き込み、利益の出せる農業をつく

り出したい。担い手減少などの社会的課題を抱えていても、日本農業には強みも数多くあり、それらを生かして競争力ある農業づくりに挑戦してみたい——などが問題意識です。

——素晴らしい。いきなり本題に入りますが、そのビジネスモデルは？

浅井 農業生産におけるさまざまな栽培技術を目利きし、独自にハイブリッド化すると同時にマニキュアル化するのです。全国で志をもって新農業を目指すネットワークの仲間たちに無償で提供し、技術を完全に共有するのです。いわば技術をオープンにして生産も足並みをそろえるのがポイントです。

——全く同品質のものをつくるということですか。

浅井 そうです。いま、仲間が全国に

二〇〇人いますが、そのうちの八人でミニサイズのフルトマトをつくっています。地域がバラバラで全国に点在していますが、栽培技術をマニキュアル化しているため、資材や肥料などはすべて同じ。ビニールハウスの内部環境なども同じになるようにコンピューター制御を導入し標準化を目指します。大事なものは、全国どこでつくっても品質が全く同じのミニトマトにすることです。

技術情報はネット上で共有

——ネットワークづくりや技術情報の共有はどうするのですか。

浅井 インターネット上で情報交換したり連絡を取り合います。栽培技術のマニキュアル化にあたっては、ネット上の広場で仲間たちがそれぞれの

経験やアイデアを出し合って書き込み、技術モデルに修正を加え、みんなの共有技術にするのです。

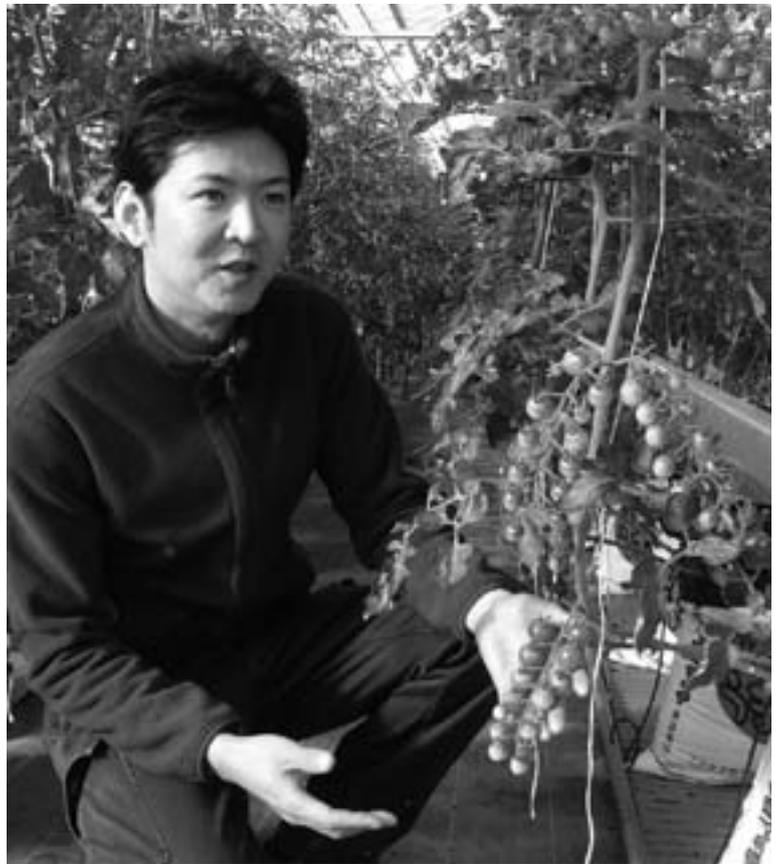
この技術がマニキュアル化されれば、トマト栽培経験が豊富なベテランの人から、新規就農したばかりの若手農業者まで十分に対応できます。

——米シリコンバレーのIT(情報技術)的な発想を取り入れたところが、農業ベンチャーらしいですね。

浅井 実は、インターネット活用の栽培技術のマニキュアル化を思いついたのは、農業もオープン・イノベーションの時代だと思ったからです。

——と言いますと？

浅井 一人の素晴らしい革新的な技術を持った農業者が仮に亡くなった場合、せっかくの技術が伝承も蓄積もされずに一代限りで終わってしま



栽培ハウスの中でミニトマトの生育状況をチェックする浅井さん

Profile
あさひ ゆういちろう

一九八〇年三重県津市生まれ三二歳。甲南大学理学部在学中に米国種苗会社でインターンを経験。米国の農業経営に刺激を受け帰国して、卒業後に農業のコサルティング会社に勤務。その後、友人の小平勤太さんと一緒に農業ベンチャー企業のオリザ合同会社を創設し本格的な農業ビジネスにかかわる。現在は株式会社オリザに組織替えし最高経営責任者となる。実家の浅井農園代表取締役も兼務。

Data

株式会社オリザ
 本社は東京都。資本金三〇〇万円。創業者の浅井雄一郎、小平勤太両氏はCEOながら実質的な経営はCOOの藤井優氏が担当。アグリビジネス開発事業、農業経営者支援や技術者育成事業、全国一〇〇人の農家と連携してミニトマトやイチゴトウモロコシ、サママイモなどを生産し、トマトを全国有名ブランドなどで販売。年商六〇〇〇万円。役員含め社員五人。

う可能性があります。それを閉じ込めておらずにオープンにすれば、新たなイノベーションが起こり、よりよいものに改良されていくことを狙っているのです。農業者が一人で取り組むよりも、一〇〇人の仲間情報技術の共有を行えば、一〇〇倍のスピードでイノベーションが起こり得ます。

オープン・イノベーションが鍵

——モノづくりの現場での「秘伝のたれ」をめぐる話と似ていますね。

浅井 自社技術にこだわるよりも、

むしろ技術やビジネスモデルをオープンにして新たな価値を生み出すことが、大きな広がりとなります。

われわれの場合、農業でそれを実践してみようと思ったのです。そのヒントはオランダのトマト栽培での取り組みにありました。オランダのトマト栽培の面積は日本の八分の一というのに、世界の農業先進国と言われる国々にはなんとオランダの栽培システムが導入されているのです。オランダという国の戦略性を感じます。

——具体的にどのようなところが？

浅井 オランダは、国をあげて施設園芸栽培システムの開発に取り組み、すべてが戦略的です。最初にオランダ式のハウスなどのハードを開発し、民間企業とトマト栽培農家が協力してノウハウを蓄積するソフト開発も進め、ハードとソフトの両方をセットにして世界に輸出しているのです。

——農業先進国の発想ですね。

浅井 オランダに限らず米国やカナダ、ニュージーランドでも効率化された生産性の高い農業をつくり出しており、日本よりも進んでいます。その点、日本の農業現場は、すでにガラパゴス化してしまっているかもしれない、海外から学ぶことが多いように思えます。

——ところで、全国八カ所の農場で生

産したミニトマトは、株式会社オリザが買い上げるといシステムに？

浅井 そのとおりです。品質基準を満たしていれば、すべて買い上げ、東京はじめ全国の有名デパートやスーパー、外食店などに同一ブランドとして販売しています。

消費者ニーズをしっかりと把握

——消費者ニーズの把握は？

浅井 そこがポイントです。われわれは消費者の細かなニーズを探り、商品開発につなげています。トマトの糖度、酸度などの味だけでなく食感や見た目なども事前にマーケティング調査して、消費者ニーズに近いトマトをつくるようにしています。

——それだけニーズを把握すれば、市場流通でのミニトマトより収益性が高い？

浅井 まだ高収益とまではいきませんが、形が見えてきました。市場流通に頼ると参加プレーヤーが多いため、需給関係で値段が決まり、せっかくおいしくつくった生産者の気持ちが反映されません。だから、われわれは市場流通には乗せず、独自ルートで販路開拓します。

——農業経営が成功する上でのポイントは何かとお考えですか。

浅井 経営に関してはビジネス、サ

イエンス、そしてファーム（農場）の三つが重要だと考えています。

まず、農家ではなくて農業経営者としてもうかるビジネスモデルづくりのできる経営力、次に植物生理など農業生産にかかわるサイエンスの部分を理解すること、そして農業現場のファームをいかに効率的に運営するか、この三つをどう兼ね備えるかが農業経営成功のポイントだと思います。

——ところで株式会社オリザはなしみのない名称ですが、由来は？

浅井 イネの学名「オリザ・サティバ」からとったのです。日本農業にイノベーションを起こすには、その象徴である日本のイネの名前にしよう。

共同創業者とは運命的出会い

——農業でベンチャーをやろうと踏み切ったきっかけは？

浅井 今は株式会社オリザの共同創業者となつている小平勘太との運命的な出会いがきっかけです。小平とは、ミクシーというネット上のソーシャル・ネットワークで知り合ったのですが、彼との出会いで、弾みがつきました。

——運命的というほど、出会いが衝撃的だったのですか。

浅井 日本農業への思いをネット上

で語り合っていたのですが、年齢もほぼ同じ、住んでいる所が意外に近いこと、同じようにコンサルティング会社勤務など、驚くほど共通点が多いことから、一度顔合わせの意味で会ったら、すぐに意気投合してしまったのです。

自分の分身みたいな男がいるのだという驚きもさることながら、日本農業への危機感と同時に、ビジネスモデルをしっかりとつければ再生は十分に可能だという問題意識も同じだったので、驚いたのです。

——〇七年にオリザ合同会社を設立し、その三年後に現在の株式会社組織となった、まだ若い会社ですね。

浅井 当初はLLCという有限责任の合同会社で、資本金二〇万円でのスタートでした。ビジネスモデルも確立でき、やれるメドがいたので、昨年四月に三〇〇万円の資本金で株式会社組織に切り替えました。

——浅井さんは三重県で、小平さんは鹿児島県で、それぞれ農業現場を持つておられるとか。株式会社オリザの経営はどうしているのですか？

浅井 私も小平も最高経営者（CEO）ですが、現場での農業にこだわっています。経営は小平の大学時代の同級生で、商社で穀物輸入に携わっていた藤井優に最高執行責任者（CO

O）を委ねています。

——創業者が二人そろって経営に専念するよりも、農業の現場の方が面白いというのはユニークですね。

浅井 小平は京都大学農学部でイネの育種研究、卒業後は米イリノイ大学の大学院に留学しプロッコリーの品種改良の研究を続けるほど農業が好きなのです。実家のある鹿児島で農業生産法人オリザ鹿児島ファームを立ち上げて現場で動き回っています。

私は、三重県で五代続く浅井農園という植木などの農業生産法人が実家であり、その経営を引き継ぐ一方で、この株式会社オリザとのからみで三年前からトマト栽培を行っています。また、三重大学の大学院でトマトの研究もやっています。現場を科学することを重視しているので、私は三重県を離れるわけにはいかないのです。

インドで合併プロジェクト

——創業者二人は、それぞれの現場でビジネス、サイエンス、ファームを実践しているのですね。浅井さんの研究はどんな内容のですか？

浅井 農産物の機能性評価、トマトのストレス制御による遺伝子発現、トマトの遺伝子（DNA）マーカー育種などに取り組んでいます。

日本の農業をオランダなどの先進

国型の農業に変えていくには農業現場と大学や研究機関の連携が今こそ必要だと思っています。

——農業ベンチャーとしてインドで新たに農業生産へ乗り出すとか。

浅井 そうです。小平が持ち込んだプロジェクトで、インドの大手食品企業と業務提携し、今年四月から試験栽培を開始、最終的には一〇〇畝規模の農場で生産し、欧州や新興アジア向けに生鮮と冷凍の二種類の野菜を輸出販売していく計画です。

——なかなか意欲的ですね。

浅井 日本の優れた農業技術に磨きをかけ、日本とは違った海外の生産技術とハイブリッドさせながら、日本農業が世界で戦えるよう挑戦していきたいと考えています。

——日本農業には強み、弱みがあり、その見極めが大事なのは？

浅井 おっしゃるとおりです。日本農業が世界で戦えるようにするには強み、弱みの見極めが重要です。私が思うに、日本農業は土地の集約が遅れ経営規模の拡大という点で劣っています。その半面、技術のオリジナリティはありますし、品質管理技術はなかなかです。繊細な味の出し方、味のうまさでも競争力があります。日本は世界で十分に戦えます。

（経済ジャーナリスト 牧野義司）



初めての町や村を訪ねると、時間がある限り端を見て歩く。地図を見て、まずは一番奥の集落、村境、町境の峠や川上の家を見に行く。

そこから順に町の中心部に下りてくる。その間の景観の変化や地形の違い、家の造り、庭の形、バス停の名前、河川の変化、橋や集会場、墓地、学校や神社、寺の位置などを確認して歩く。こうすれば、そこに住み移った人たちがそこを去っていった人の姿が見える気がするからだ。

中心部は、人が住みやすく、地形のいい場所に築かれた。そこは川の合流であり、平地の広がる場所である。人が集まり商店や役場がある。その周囲には田園や林が、その奥には山々が並んでいる。奥へ奥へと住処や仕事の場所を求めていった人の多くは、後から町にやってきた。彼らは荒地や雑木の林を切り開き、田畑を作り、炭を焼き、耕作に向かない斜面を牧草地に変えて家族を養おうとしたのであろう。

私が訪ねて歩くコースは、そうした人たちが町に下りてくる道であった。多くは祭りや市日に品物を現金に換えるため心躍らせて歩んだ道ではなかったか。彼らの目で見たいのだ。

二月、三月もそうした旅をした。訪ねたのは北海道の美瑛町と福島県古殿町。二つの共通点は、奥地まで開拓者が入った町だった。美瑛は緩やかな傾斜地の奥まで広大な田畑が続き、雪の中に古い住宅が朽ちていた。住宅跡地だったであろう場所に庭木だけが雪を被っている。入植し、また去ってしまったのだろうか、それとも町に出た子供たちの所に移っていったのだろうか。

古殿では入植者が山間の土地に入った。沢沿いの狭い土地を耕し、段々の田や畑を開いた。今も人が住み、ハサ掛けの跡がある。ほ場整備するには至らず、昔の農村の風情が残っている。

そうした家々は隣との距離が遠い。曲がりくねった道を下りながら、人々は寂しさをどう紛らわしてきたのだろうかと思っただ。沢向こうの門口で、犬が怪訝そうに見ていた。



作家
塩野 米松

しおの よねまつ
1947年秋田県生まれ。東京理科大学理学部卒。
職人や漁師、森で働く人たちを訪ね、聞き書きの形式で発表。芥川賞候補4回。主な著書は『木のいのち木のこころ』『木の教え』など多数。

奥にあるもの



Report on research

農業景況は 過去最低 天候不順などが響く

22年調査結果

日本政策金融公庫(日本公庫)農林水産事業では、スーパーL資金をご利用のお客さまの近況を毎年お聞きし、分析結果を融資業務に反映させていただいております。平成23年1月に行った22年景況調査結果をまとめましたので紹介します。

調査の全体概要

八年調査開始以来の悪さ

農業全体の二二年景況DI(動向指数)は、図1のとおり、前年の▲一七・四からマイナス幅が拡大し、▲二五・二となりました。平成八年の調査開始以来最低だった一九年(▲一八・〇)よりも、さらに低い水準となりました。

「良くなった」と答えた人が減少し、「悪くなった」と答えた人が増加した回答状況となっています。

部門別集計では、養豚、採卵鶏がプラスになり、酪農(都府県)はプラスマイナスゼロでしたが、それ以外はすべてマイナスとなり、農業環

境の厳しさが表れています。

特に、前年マイナスに転じた稲作、畑作がともにマイナス幅が大きく拡大した一方、前年マイナス幅が大きかった養豚はプラスに転じました。

大震災で見通し変動も

先行きを探る二三年の農業全体の経営見通しDIは▲一九・九となり、マイナス幅が二二年景況DIの▲二五・二からわずかに縮小しています。ただ、東日本大震災の影響が反映されていないため、今後は大きく見通し数字が変わるのは避けられないでしょう。

部門別で見ると、DIがプラスに

なったものは、採卵鶏、施設野菜のみとなりました。採卵鶏については、新しい経営安定対策(従来の価格差補てん事業とあわせて行う成鶏更新による需給調整対策)に対する期待が大きく表れたものと思われ

一方、稲作(北海道・都府県)、畑作および酪農(北海道)では、▲三〇〇程度の結果となっており、特に酪農や養豚経営では、二二年の猛暑の影響による生産性低下の影響が長引くと考えているようです。

部門別の結果と見通し

稲作がマイナス幅拡大

一二業種ごとの景況DIと二三年見通しDIの結果は、図1およびグラフ(1~13)のとおりです。

なお、部門別結果のうち、稲作と酪農については、北海道、都府県別に集計しています。

稲作

景況DIは、北海道▲三六・九、都府県▲五五・五とマイナス幅が拡大しました。これは、供給過剰と見方から概算金が大幅に引き下げられたことや、猛暑により、一等米比率が過去最低となったためと思われ

二三年見通しDIは、北海道▲四一・三、都府県▲三九・三となり、北海道では、業務用需要が伸びず価格が下落しているため、マイナス幅が拡大したものと思われ

一方、都府県では、コシヒカリの引き合いが増加したことや、一等米比率の回復を期待して、マイナス幅が縮小したものと考えられます。しかし、依然としてマイナス幅が大きく、今後の動向に注視する必要があります。

畑作

景況DIは▲三二・二とマイナス幅が拡大しました。小麦・大麦の収量が前年より低下したことなどによるためと思われ

二三年見通しDIは、▲三三・二とマイナス幅が横ばいとなりました。新たな経営安定対策に対する期待がある一方、数年続いている収量低下への不安が入り混じっているものと思われ

露地野菜

景況DIは、▲二一・〇とマイナス幅が縮小しました。夏場の高温などによる品薄で総じて価格が堅調に推移したためと思われ

二三年見通しDIは、▲一六・〇とマイナス幅が拡大しています。根菜類を中心とした需要が減少しているためと思われ

図1 景況天気図

経営部門	H22.1		H23.1調査	
	実績	実績	実績	見通し
農業全体	→ → ▲17.4	→ → ▲25.2	→ → ▲19.9	
稲作 (北海道)	→ → ▲29.0	→ → ▲36.9	→ → ▲41.3	
稲作 (都府県)	→ → ▲11.7	→ → ▲55.5	→ → ▲39.3	
畑作	→ → ▲14.5	→ → ▲32.2	→ → ▲32.2	
露地野菜	→ → ▲15.4	→ → ▲2.0	→ → ▲16.0	
茶	→ → ▲54.2	→ → ▲32.1	→ → ▲19.1	
果樹	→ → ▲34.1	→ → ▲0.9	→ → ▲2.6	
施設野菜	→ → ▲23.8	→ → ▲6.9	→ → 1.2	
施設花き	→ → ▲29.7	→ → ▲20.5	→ → ▲5.1	
きのこ	→ → ▲20.4	→ → ▲51.8	→ → ▲32.5	
酪農 (北海道)	→ → 13.2	→ → ▲37.8	→ → ▲30.2	
酪農 (都府県)	→ → 21.8	→ → 0.0	→ → ▲5.1	
肉用牛	→ → ▲20.7	→ → ▲7.4	→ → ▲1.7	
養豚	→ → ▲52.4	→ → 15.5	→ → ▲4.7	
採卵鶏	→ → ▲18.1	→ → 14.1	→ → 33.1	

(注) ≤ -50 < ≤ -20 < ≤ -5
-5 < < 5 ≤ < 21 ≤

調査様式	
平成22年の経営を振り返って、平成21年の経営と比べるといかがでしたか。	
農業経営の全体的な業況は 1:良くなった 2:変わらない 3:悪くなった	
平成23年の経営の見通しについてどのようにお考えですか。	
平成23年の経営見通しは、平成22年と比べて 1:良くなる 2:変わらない 3:悪くなる	

調査概要	
●調査時点	平成23年1月・郵送調査
●調査対象	スーパーL融資先(20,994先)
●有効回答数	6,424先(回収率30.6%)

茶

景況DIは、▲三・一とマイナス幅が縮小しました。凍霜害の影響で一部に大きな被害が発生したものの、生産量の減少により価格が上昇したためと考えられます。

二三年見通しDIは、▲一九・一とマイナス幅が縮小しました。二一年まで価格が大きく低下していたものの、二二年に持ち直したため、九州を中心に景況感が改善したためと考えられます。

果樹・野菜は逆に幅縮小

果樹

景況DIは、▲〇・九とマイナス幅が縮小しました。二二年は裏年

茶

で生産量は減少し、猛暑で小玉化したため、出荷量は減少したものの、価格が上昇したためと考えられます。

二三年見通しDIは、▲二・六とほぼ横ばいとなっています。表年になるため、価格が軟調になる懸念もありますが、調査時点の価格が堅調だったためと考えられます。

施設野菜

景況DIは、▲六・九とマイナス幅が縮小しました。夏場の高温などによる品薄でトマトなどの価格が堅調に推移したためと考えられます。

二三年見通しDIは、一・二とプラスに転じました。調査時点では、

トマトの価格が堅調だったことや、原油価格が高騰時に比べ弱含みで推移していたためと考えられます。

施設花き

景況DIは、▲二〇・五と前年に比べてマイナス幅が縮小しました。猛暑などの影響で出荷量が減少したものの、総じて価格が堅調に推移したためと考えられます。

二三年見通しDIは、▲五・一と

マイナス幅が縮小する見通しとなっています。調査時点では、原油価格が高騰時に比べ弱含みで推移していたためと考えられます。

きのこ

景況DIは、▲五・一・八と前年より大きくマイナス幅が拡大しました。一部品目で価格が軟調に推移したこと等のためと考えられます。

二三年見通しDIは▲三三・五とマイナス幅が縮小しています。調査時点では、冬場の鍋物需要があったため、今後の価格改善期待が表れているためと考えられます。

酪農

景況DIは、北海道▲三七・八とマイナスに転じ、一方、都府県は〇・〇とプラス幅が縮小しました。北海道では生クリーム向け乳価の引下げによるプル乳価の低下を反映し、都府県では、猛暑による乳量減や繁殖成績の低下などの影響に

よるものと思われま。

二三年見通しDIは、北海道▲三〇・二、都府県▲五・一となり、北海道はマイナス幅が縮小したものの、都府県ではマイナスに転じています。特に都府県で、猛暑による繁殖成績の低下などが二三年まで影響するものと考えているためと思われま。

肉用牛は今後回復期待

肉用牛

景況DIは、▲七・四とマイナス幅が縮小しました。価格は依然として軟調に推移しているものの、販売価格に対する飼料費や素畜費などの生産コスト割合が低下したためと思われま。

二三年見通しDIは▲一・七とマイナス幅が縮小しています。

調査時点では、景気回復に対する期待が大きく、牛肉需要増による価格回復への期待が表れているためと思われま。

養豚

景況DIは、一五・五とプラスに転じました。価格が前年に比べて堅調に推移したことや、配合飼料価格が前年を下回って推移したためと思われま。

二三年見通しDIは、▲四・七とマイナスに転じています。一〜三月

期の配合飼料価格の引上げや猛暑による繁殖成績の低下などが二三年まで影響すると考えているためと思われま。

採卵鶏

景況DIは、一四・一とプラスに転じました。価格が前年に比べて堅調に推移したことや、配合飼料価格が前年を下回って推移したためと思われま。

二三年見通しDIは、三三・一とプラス幅が拡大しています。二三年度からの新しい経営安定対策(価格差補てん+成鶏更新)に対する期待が表れているためと思われま。

調査方法

調査は、日本公庫のスーパーL資金を利用されている生産農家を対象に郵送で調査票を送り、回答を得る形をとっています。

二二年の農業経営の業況と二三年の経営見通しについて、それぞれ前年に比べて、「良くなった」、「変わらない」「悪くなった」の三つの選択肢から選んでいただく方式となっています。

なお、集計した有効回答数は、六四二四先で、回収率は三〇・六%でした。稲作から採卵鶏まで一二業種に

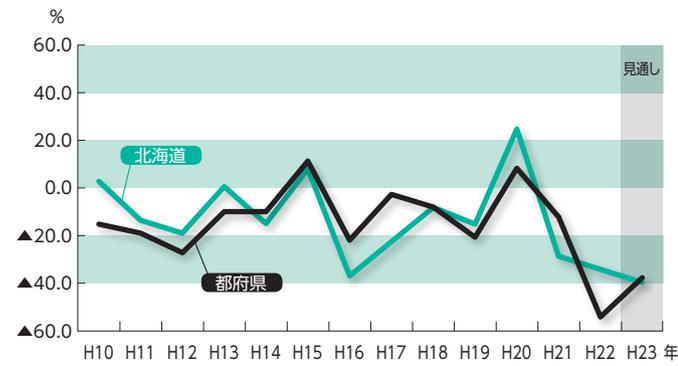
分類した経営部門別に集計し、「良くなった」の構成比から「悪くなった」の構成比を差し引き、DIとして分析しています。

(注)

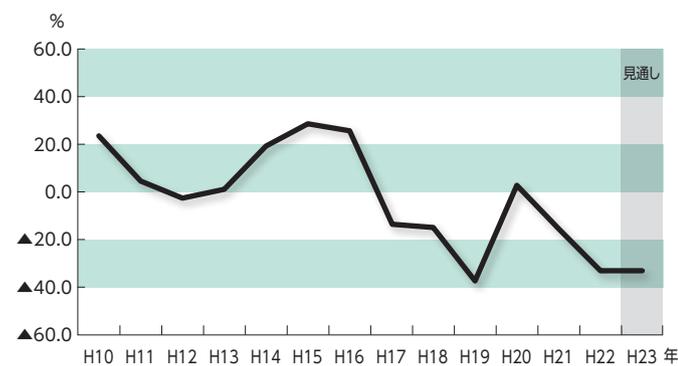
本調査は一月に実施したものであり、東日本大震災の影響は反映されていません。なお、景況調査は、二三年度以降年二回実施する予定であり、次回調査は七月上旬に実施し、九月ごろ公表予定です。

(情報戦略部 米本 正弘)
三月三〇日付で農林水産省に復帰

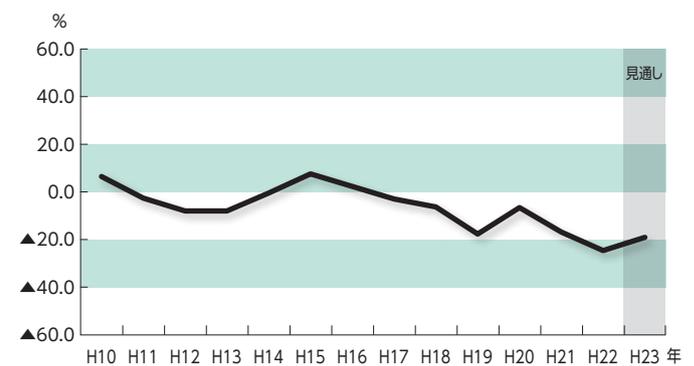
グラフ2 稲作



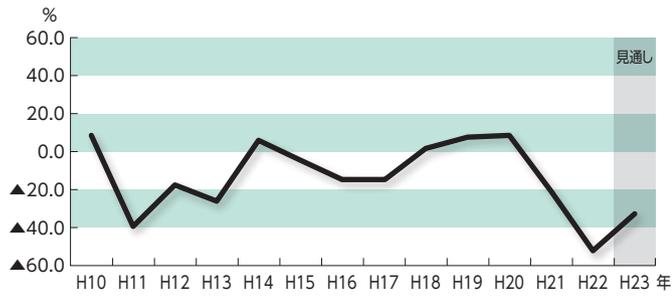
グラフ3 畑作



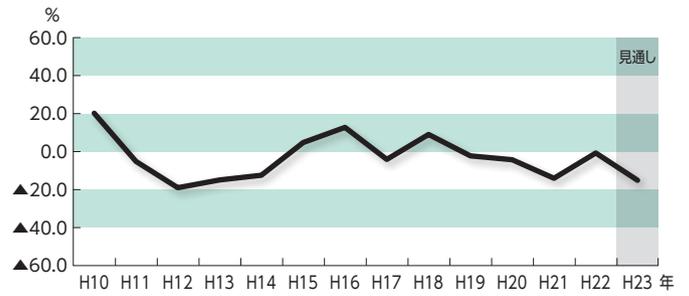
グラフ1 農業全体



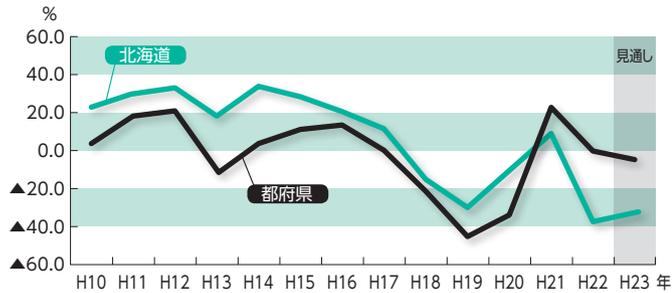
グラフ9 きのこと



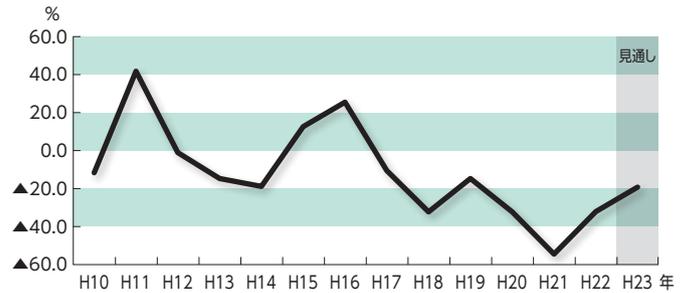
グラフ4 露地野菜



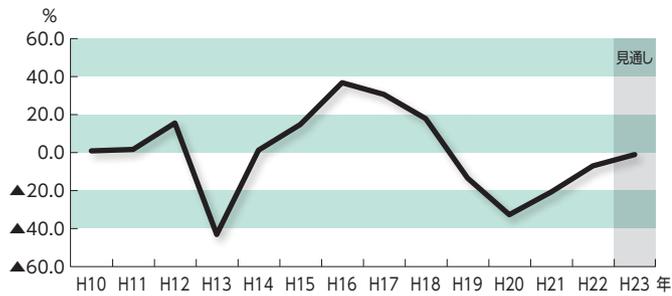
グラフ10 酪農



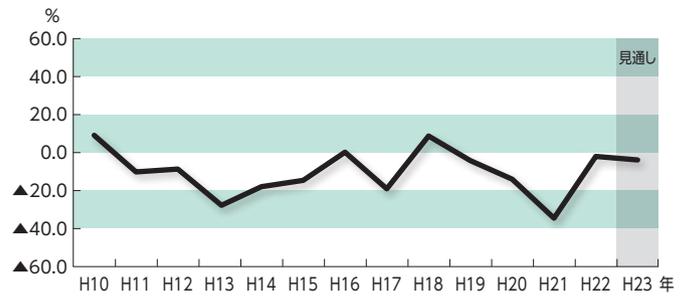
グラフ5 茶



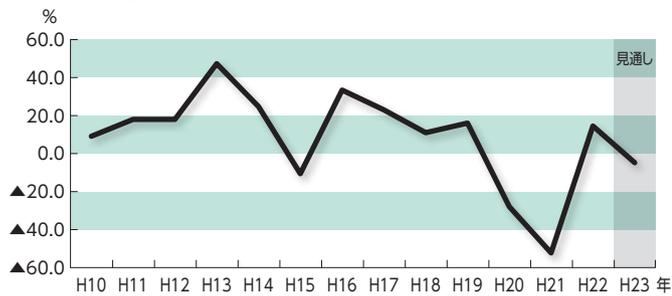
グラフ11 肉用牛



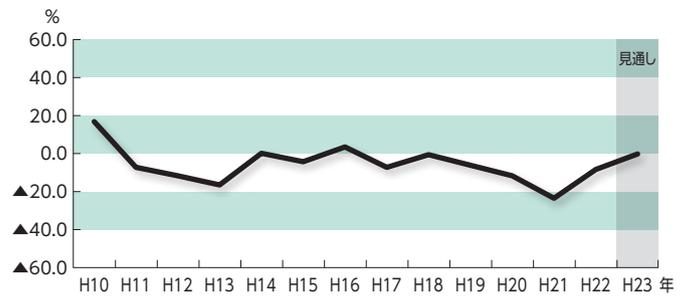
グラフ6 果樹



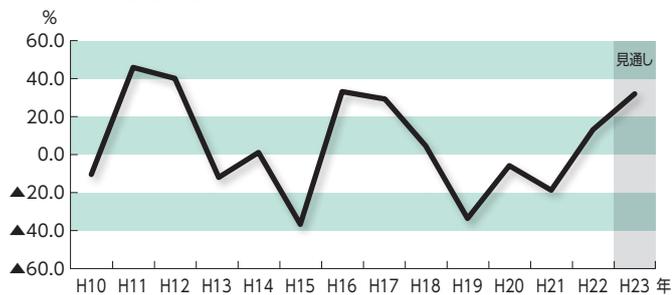
グラフ12 養豚



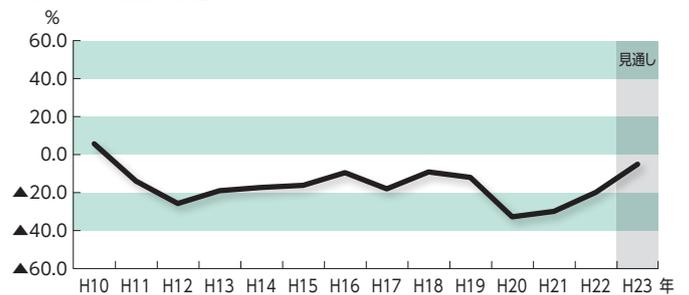
グラフ7 施設野菜



グラフ13 採卵鶏



グラフ8 施設花き



伝染病と感染症

(独)農業・食品産業技術総合研究機構 動物衛生研究所

企画管理部長

津田 知幸

□ 蹄疫や高病原性鳥インフルエンザの発生が相次ぐたびに、殺処分や埋却といった一般には耳慣れない言葉とともに、石灰で真っ白になった農場の映像を目にする。口蹄疫では約二九万頭の牛や豚が処分され、高病原性鳥インフルエンザでもすでに一七〇万羽を超える鶏が犠牲になっている。

こうした大規模な対策は、社会や経済を伝染病から守るために行っているが、ほかの動物の感染症ではこのような大規模な防疫が行われることはない。

感染症はウイルスや細菌、寄生虫といった病原体が人や動物などに感染して起こる病気で、伝染病もこれに含まれる。伝染病は科学的定義に基づくものではなく、感染症のうちで伝播力が強く社会や経済にも大きな被害をもたらすため、ある程度の犠牲を払っても公衆を守る必要があるとして法律に規定されたものである。

口蹄疫はいったん発生すれば、爆発的に感染が拡大する。口蹄疫がまん延し常在化した場合の畜産物生産に与える長期的な損失は、産肉量で一〇〜二〇%、牛乳生産量で二五%、幼獣死亡率で四〇〜九〇%などと言われている。

これに国際的な貿易制限に伴う不利益を加えれば国として受ける被害は甚大なものになる。損失分の生産量を補うだけの畜産物の生産

性向上がどれほど困難であるかを考えれば、病気の排除が最も経済的である。

口蹄疫は感染動物を感染源として伝染することから、感染動物の処分と消毒が有効で、移動制限とともに、これらの措置をどれだけ早く徹底して実施できるかが対策の大きなポイントとなる。

家畜伝染病予防法と関連法令が、口蹄疫などの伝染病については同居した動物をも処分するということのような財産権にも影響する厳しい防疫を求めているのも、そのためである。

一方で、人の医療分野には、もはや伝染病は存在しない。かつては人でも伝染病予防法のもとで隔離や強制措置などが行われていたが、予防治療技術の発達と人権意識の高まりによって法律は廃止され、現在の感染症法には伝染病という用語はなくなっている。

現在の医療分野では感染症対策は予防が主体であり、流行状況や発生状況に応じてワクチンや治療薬を主体とした対策が中心である。

感染症研究の出口が病気対策にあるとしても、家畜と人では同じ感染症研究であっても要求される出口は異なっており、科学的インパクトに加えて社会的インパクト、経済的インパクトの三つの視点から考えなければならないのが家畜伝染病研究である。



□蹄疫の防疫作業



Profile

つだ ともゆき
1956年、熊本県生まれ。宮崎大学農学部獣医学科修士課程修了後、農林水産省家畜衛生試験場入省。同海外病研究部、九州支所臨床ウイルス研究室長、動物衛生研究所研究管理監などを経て、2010年より現職。獣医ウイルス学が専門で、口蹄疫疫学調査も務めた。

『日本奥地紀行』

イザベラ・バード著／高梨健吉訳



(平凡社ライブラリー・1575円 税込)

現代のタイムマシンで見えるもの

宇根 豊
(百姓)

世評高かったこの本が、文庫本で読める。明治一二年四月ひとりの英国女性が日本にやって来た。四七歳だったイザベラ・バードは一人の日本人の青年を通訳に雇って、毎日馬を乗り継ぎ、東北から北海道を旅行する。そして二月に離日するまでの旅行記がこの本である。

なぜ今日この本が見直されているか、その理由は二つある。まず、日本人にとっては当たり前すぎて記録することなどないことが、外国人のまなざしでは新鮮だから事細かに記録されている。まるでタイムマシンに乗ったような気になる。

たとえば、浮浪者や乞食がひとりもいないこと、ノミや蚊を気にしていないこと、みんな礼儀正しく深々とお辞儀をすること、馬の方が主人よりも良い生活をしていること、どの村にも鶏はたくさんいるが、それを殺すというと、人々はいくらお

金を出しても売ってくれないこと、子どもがうるさかったり、言うことをきかなかったりするのを見たことがないこと。

次に当時すでに近代化を成し遂げていた英国人が、近代化されていない東北・北海道の農村の生活をどう捉えたかがよくわかることである。それは彼女自身の思想をあまり出さず、彼女自身は揺れ動いている。あまりにも近代化が後れていることへの同情と、近代化されていないことへの安心との間で苦悶している。たとえば、日本の農婦が馬子の勤めてくれたときの足どりの達者ぶりをたたえた後に、「きついスカートとハイヒールのために文明社会の婦人たちが痛そうに足をひきずって歩くよりも、私は好きである」「日本人は和服をつけると美しく威厳を増すが、洋服をつけると猿に似て見えた」と言う。

近代化される前の日本は「世界中で日本ほど、婦人が危険にも不法な目にも遭わず、まったく安全に旅行できる国はないと私は信じている」と彼女に言わせるほどの社会であった。

私は村の風景の記述がじつに多いことに打たれた。それほど日本の風景が美しかったのだろうが、「風景は旅行者が発見する」という原理は正しいと思った。たぶん持病がある彼女をいちばん癒したのは、かつてこの国に充満していた田舎の美しい風景だったろう。荒れた田畑があふれる現代の日本国家が失ったものである。彼女は書いている。「草ぼうぼうの怠け者の畑は、日本には存在しない」と。

読まれています 三省堂書店農水省売店 (平成23年3月9日～平成23年4月10日・価格は税込)

タイトル	著者	出版社	定価
1 どこまでもやさしく牛を読む	増田 淳子/著	農林統計協会	1,890円
2 TPPでどうなる日本?	季刊地域 No.05 2011年春号	農山漁村文化協会	900円
3 TPP亡国論	中野 剛志/著	集英社	798円
4 TPP問題と日本農業	服部 信司/著	農林統計協会	1,575円
5 〔逐条解説〕 農地法	高木 賢・内藤 恵久/著	大成出版社	5,250円
6 農業と農政の視野	生源寺 眞一/著	農林統計出版	1,680円
7 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
8 急浮上するTPPで日本農業はどうなる?	農業と経済 2011.5 臨時増刊号	昭和堂	1,700円
9 「食料自給率」の罨	川島 博之/著	朝日新聞出版	1,575円
10 農山村再生の実践	小田切 徳美/著	農山漁村文化協会	2,940円

前号本欄ランキング情報に誤りがあり、正しくは以下のとおり。1位 どこまでもやさしく牛を読む(増田淳子著、農林統計協会) 2位 TPP問題と日本農業(服部信司著、農林統計協会) 3位 TPP反対の大義(農山漁村文化協会) 以下省略

山口で合同交流会を開催

日本公庫山口支店農林水産事業は、一月二六日に山口県農業法人協会との共催による合同交流会を開催しました。当日は同協会の会員に加え、国民生活事業や中小企業事業の取引先・関係機関も含め五〇名が参加しました。

第一部の講演「我が国の農業・農村が直面する現状」では、日本農業法人協会の紺野和成専務理事からTPPをめぐる最近の情勢報告が行われました。

第二部の農商工連携への取り組みに関する意見交換会では、山口商工会連合会・やまぐち産業振興財団から関連事業の紹介があったあと、参加者間で活発な意見交換がなされました。

(山口支店)



TPPについて講演する紺野氏

盛岡で「経営戦略セミナー」開催

日本公庫盛岡支店農林水産事業は、二月二日、岩手県農業会議、岩手県農業法人協会との共催で「経営戦略セミナー」を開催しました。

講演会では、日本農業法人協会常務理事の橋本和孝氏より「TPP等貿易の自由化と日本農業への影響」と題して、また元ローソン・ジャパン社長の都築富士男氏からは「食糧・農業・流通事業と中小企業」と題してご講演いただきました。

さらに、株式会社銀河農園代表取締役の橋本正成氏からは、アグリ・コラボ・サークルの取り組みをご紹介いただきました。

参加者からは、今後の経営戦略また経営課題を解決するヒントを得たとご好評をいただきました。

(盛岡支店)



参加者は150名を超え大盛況

「岩手県農業経営アドバイザー連絡協議会」を開催

日本公庫盛岡支店農林水産事業は、二月三日、盛岡市内で農業経営アドバイザーミーティングを開催し、県内の農業経営アドバイザー一九名が出席しました。

「最近の農業政策」と題して、東北農政局岩手農政事務所から、県内での戸別所得補償政策および六次産業化推進にかかわる取り組みについて、説明がありました。

その後、日本公庫より最近の農業経営アドバイザー制度の話題や全国ミーティングの参加報告などを行いました。

現在、県内では四五名の農業経営アドバイザーが専門分野からさまざまな活動を行っています。引き続きアドバイザー間の連携を強化していきます。

(盛岡支店)



今後もアドバイザー間の連携を強化する

仙台で漁業者の意見交換会開催

日本公庫仙台支店農林水産事業は、二月三日、「若手漁業経営者意見交換会」を開催しました。当日は宮城県で野菜や米の生産から加工・販売を手がける株式会社舞台ファームの針生信夫社長から六次産業化の取り組みを紹介していただき、出席者は苦労話や成功秘話に耳を傾けていました。またコラムニストの高成田亨氏より幅広い見地からのアドバイスもいただきました。

参加者からは「農業での先駆的取り組みを学び、漁業での六次産業化へ向けたモチベーションが高まった」、「農業者の経営する直売施設にも出店したい」との意見もあり、活発な意見交換が行われました。

(仙台支店)



東北各県の若手中小漁業者七名が集った

「農商工連携セミナー」
商談会」開催

日本公庫東京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、三月四日、公庫ビルにて「農商工連携セミナー・商談会」を共催しました。

当日は「農商工連携」に関心を持つ都内の農業者、食品加工・流通業者に加え、秋田県・福島県の農業者、農業関連産業の事業者も集い、さらに社団法人日本農業法人協会（以下法人協会）、独立行政法人中小企業基盤整備機構関東支部（以下中小機構）、オブザーバーとして東京商工会議所も参加しました。

第一部は、セミナーとして中小機構から「農商工連携」への取組みについて」と題し、農商工等連携施策の概要を説明するとともに、管内の認定事例を紹介しました。

第二部の交流会では、参加者それぞれが自社紹介するとともに、農商工連携に何を期待するかを述べ、その意向をくむ形で中小機構が連携と課題解消のためのヒントを示唆する形で進行了しました。単に農産物を媒介した取引にとどまらず、認定事例から応用できそうなコンセプトやアイデアを披露し、

参加者に新たな視点を提示する中小機構の説明に参加事業者も大いに刺激を受け、連携の実現に期待を膨らませた様子でした。

一方で付加価値性を正當に評価してほしい農業者側と、調達コストを抑えたい食品加工・流通業者側との意識の溝も浮き彫りになり、今後の課題となりそうです。

また法人協会から、全国の会員農業者との距離を近づける「アグリサポート倶楽部」の紹介もあり、商工業者にも「農業」が身近に思えた一日ではなかったでしょうか。

今回は初の試みとして小規模の開催となりましたが、参加者の意向を踏まえ今後拡充も検討します。

（東京支店）



異業種間での交流により新たなアイデアや課題が

● 交叉点 ●

APRACA研修生受入れで愛知
県の担い手農業者や農協を訪問

日本公庫農林水産事業は、二月一日から三日までの八日間、APRACA（アジア太平洋・農村・農業金融協会）加盟機関職員の一〇名（フィリピン七名・ネパール二名・インド一名）に加え、タンザニア政府職員二名を研修生として受け入れました。

研修ではまず、わが国の農業・農業金融の概要と農林水産事業本部の役割、農業分野での動産担保融資（ABL）、中小企業金融と国民生活事業本部の役割、さらには日本の農協とその信用事業などについて講義を行いました。これらの講義にあたっては、東京大学農学生命科学研究科准教授の万木孝雄氏をはじめ外部の先生方にも講師としてご協力いただきました。

講義のあと研修生は、現場で理解を深めるため愛知県に足を運び、日本公庫名古屋支店、愛知名港花き地方卸売市場（切花市場）、松浦進氏（施設花き・胡蝶蘭）、有限会社マリーコ（施設花き・菊）、愛知みなみ農業協同組合（総合農協）、イシグロ

農芸有限会社（施設野菜・トマト）を訪れ見学しました。

訪問先でそれぞれの事業概要を学んだ上、安定的な仕入れや販路開拓、今後の展望について理解を深めました。また、日本の農作物の品質のよさは、農業全体の専門性や農場労働者のスキルの高さからくるものだと多くの声が多数あがり、研修の成果を帰国後の政策提言に役立てると意気込んでいました。また、震災の直後には、多くの研修生からお見舞いのメールをいただきました。

研修にご協力いただいた皆さまに改めてお礼申し上げます。

（情報戦略部）



愛知名港花き地方卸売市場を視察する研修生

■編集

能登 謙一 錦織 秀一
萩山 能敬 片岡 千里
林田 せりか

■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。

◆東日本大震災における多くの犠牲者、被災者の皆さまにご冥福とお見舞いを申し上げます。

日本の漁業基地として大きな役割を果たしてきた東北地方の漁港は、漁船や乗組員を含め、今回の震災で壊滅的な被害を受けました。これからの復興に向けて、どこから手をつけていくのか、苦しい選択が迫られます。しかし、これまでの震災の歴史には、その都度、必ず立ち直ってきた実績があります。どうか、被災者の皆さんあきらめないでください。

(広島県・六九歳・巨 幸男)

お詫び

このたびの震災による影響で、前回四月号(「家畜災害」克服への検証)と今回の五月号について、被災地である岩手県、宮城県、福島県の皆さま(一部地域を除く)にお届けできない状況となっております。ことをお詫び申し上げます。

なお、AFCフォーラムは日本政策金融公庫農林水産事業ホームページにも掲載しております。発行にあわせてアップしておりますのでご覧ください。

スーパーL資金の実質無利子化措置が23年度も継続します

昨年度に引き続き、23年度もスーパーL資金の実質無利子化措置が行われます。

この措置は、農業をめぐる情勢が厳しくなる中で、意欲的に生産拡大などに取り組まれる農業者の皆さまを支援するため、スーパーL資金を借り入れる際に、(財)農林水産長期金融協会が利子助成することで、借入者の金

利負担を貸付当初5年間にわたって実質無利子とするものです。

なお、この措置は、土地利用型農業だけでなく、畜産・野菜などすべての営農類型が対象となりますが、農業者戸別所得補償制度(米の所得補償交付金)と一体的な推進を図ることになっています。

ご利用いただける方

認定農業者(農業経営改善計画を作成して市町村長の認定を受けた個人・法人)

※なお、個人の場合、簿記記帳を行っていること、又は今後簿記記帳を行うことが条件となります。

■実質無利子化のための金利負担軽減措置の概要

利子助成の対象事業	農地等の取得・造成、施設・機械の取得、改良・造成等、長期運転資金 なお、資金用途が、主食用米の生産に供する農地、施設又は機械の取得、改良又は造成の場合は、農業者戸別所得補償制度(米の所得補償交付金)の対象農業者(予定の者を含む)が対象となります。
利子助成を受けられる期間	貸付当初5年間 6年目以降は、通常の利息をお支払いいただきます。
利子助成の対象限度額	【個人】1億円 【法人】3億円 ただし、それぞれ500万円以下のご融資は実質無利子化の対象外となります。
事業実施期間	平成23年4月1日～平成24年3月31日までに当公庫が融資決定したものの。

※上記事項以外にも、資金をご利用いただくための要件等がございます。詳しくは、最寄りの日本政策金融公庫支店(農林水産事業)までお問い合わせください。



農と食 **国産**
 にこだわり
 をつなぎます

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)

10:00～17:00

10:00～16:00

東京ビッグサイト 西2ホール

主催：JFC 日本政策金融公庫

後援：農林水産省／中小企業庁／全国知事会／全国市長会／全国町村会(申請予定)

協賛：(独)日本貿易振興機構／(独)農業・食品産業技術総合研究機構／(独)中小企業基盤整備機構／(社)日本農業法人協会／日本プラント農業事業協同組合／(社)日本養豚協会／(社)日本養鶏協会／日本鶏卵生産者協会／全国農業経営者協会／全国農業協同組合連合会／全国農業協同組合中央会／(社)日本フードサービス協会／日本スーパーマーケット協会／日本チェーンストア協会／(社)新日本スーパーマーケット協会／日本ハムソーセージ工業協同組合／農林中央金庫／(株)みずほ銀行／(株)三井住友銀行／(株)三菱東京UFJ銀行／アグリビジネス投資育成(株)／全国消費者団体連絡会／日本生活協同組合連合会／NPO法人 日本プロ農業総合支援機構／(株)日本農業新聞／沖縄振興開発金融公庫／FOOD ACTION NIPPON推進本部(申請予定)

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



農村の地域資源を活かす



『うしのおやこ』横手 瞳万^{どうま} 徳島県阿南市立見能林小学校

■AFCフォーラム 平成23年5月1日発行(毎月1回1日発行)第59巻2号(729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



日本政策金融公庫 農林水産事業

<http://www.afc.jfc.go.jp>