AFC Forum フォーラム

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

7

2012

特集 「食」の安全・安心の視座

AFC Forum フォーラム 7
Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers
2012

撮影：萩原 史郎
群馬県嬬恋村
1999年7月撮影

朝露光るキャベツ

■浅間山北麓に広がるなだらかな丘は、キャベツの一大産地となっている。標高900～1300メートルの高原に位置する畑は、夏でも冷涼な気候で、朝には露が降りる。朝露をまとったキャベツ畑は、太陽の光を浴びてキラキラと輝やく■

特　集

「食」の安全・安心の視座

3 **科学の目で「食」のリスクと向き合う**
北池 隆
食品安全委員会は、どのように食のリスクを評価しその情報を伝えているのか。最新事例を交え食品安全行政の今を紹介する

7 **消費者惑わすフードファディズムから脱却を**
高橋 久仁子
食品の影響を過大に評価・信奉するフードファディズム。消費者は食品に効能・効果を求めすぎず、普通の食品を栄養の偏りなく食べることが大切だ

11 **事例研究・日本生協連商品安全への取り組み**
内堀 伸健
消費者組織として事業展開を行う日本生協連。長い時間をかけて培ってきた、消費者の安全・安心に応えるノウハウをリポートする

情報戦略レポート

15 **農産物直売所、新鮮・地元産に高い評価**
―直売所に関する消費者意識調査―

経営紹介

経営紹介
23 **コメのブランド化で強み発揮 借地で100haに経営拡大／三重県**
株式会社小林農産
家業を継いで7年。地域の信頼を得て規模は4倍に拡大した。ブランド構築にも力を注ぐ戦略が奏功し、銘柄「宇田ひかり」の販売が好調だ

変革は人にあり
27 **澤井 隆男／滋賀県**
有限会社澤井牧場
近江牛の商品力を武器に新興アジアへの輸出に意欲的に取り組む澤井社長。「WAGYU」とともに、日本の食文化を売り込む絶好のチャンスと意気込む

＊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。

シリーズ・その他

観天望気
世界農業遺産と地域創造への思い
香坂 玲 …… 2

農と食の邂逅
高橋とんとん診療所　高橋 佐和子 …… 19
青山 浩子

耳よりな話　124
発酵TMRの魅力　加茂 幹男 …… 22

主張・多論百出
川口英信税理士事務所　川口 英信 …… 25

フォーラムエッセイ
娘へつなぐ食のリレー　根本 美緒 …… 30

まちづくり むらづくり
「生きた文化財」守る活動に 地域らしさのシンボル目指す …… 31
江頭 宏昌

書　評
五十嵐 佳子著『つや姫－10万分の1の米』 …… 34
青木 宏高

インフォメーション
長野で「ぱてぃお大門蔵楽庭マルシェ」を開催
長野支店 …… 35
徳島で「アグリビジネスセミナー」を開催
徳島支店 …… 35
インターネットマッチングサービス（無料）のご案内 …… 35

東日本大震災により被災された皆さまへの支援策について …… 36

みんなの広場・編集後記 …… 37

ご案内
第7回アグリフードEXPO東京2012 …… 38

観天望気

世界農業遺産と地域創造への思い

今、地域の環境や創造を語る上で、非常に重要となるのが『遺産』を巡る動きだ。

昨年六月、国際連合食糧農業機関（FAO）が創設した制度である世界農業遺産（略称・GIAHS（ジアス））として『トキと共生する佐渡の里山』と『能登の里山里海』が、国内で初めて認定された。農業が食料生産だけではなく、景観の保全、伝統の継承と発展に大きな役割を果たしてきたことが国際的に認められたのである。ジアスという、その耳慣れないカタカナ語が、佐渡や能登の地元住民を勇気づけ、地域への誇りを見つめ直す機会をもたらしている。

折しも、世界農業遺産の認定を受けた佐渡では、トキのひなが誕生し、日本中に明るさをもたらした。鳥としてのトキばかりに目が行きがちなのだが、実際には生息環境でもある農地や里山が維持されてきた結果でもある。生物多様性はトキという『種』に加え、田んぼや農地が重要であり、ひなが誕生したのも農家の近くであった。その佐渡の地で今年の七月一六日から『第二回生物の多様性を育む農業国際会議』が開催される。そこで生物多様性を育む農業とは何か、農業者も含めた多様な主体がかかわる地域の創造とは何かを考える。

一方、明るいニュースの陰で政策的な課題とも言える『遺産』も多い。能登では地域人口の高齢化、スーパー公務員といったスターが誕生した地域でも人口減少や担い手不足は止まっていない。「地元や観光客は、いつまでも世界農業遺産の話題で盛り上がっているわけではない。賞味期限があることだから、能登を訪れようという機運が高まっている間に、何とか地域の課題解決へ有効な手を打ちたい」と話す行政関係者もいる。

中国や台湾などからの海外旅行者をターゲットにした観光。若い世代を中心に広がりつつあるという、モノではなく体験や人とのつながりを求める消費。このような、多様なキーワードと共に農業遺産を生かしながら、地域に新しい価値観を創造できるかが問われている。

金沢大学人間社会環境研究科 准教授

香坂 玲

こうさか　りょう

静岡県生まれ。東京大学農学部卒業。ドイツ・フライブルク大学で博士号取得。2006年からカナダ・モントリオールの国連環境計画生物多様性条約事務局に勤務。08～10年は名古屋市立大学准教授の傍ら、COP10支援実行委員会アドバイザーとして活動。12年4月より現職。近著に『生物多様性と私たち』（岩波ジュニア新書）などがある。

特集　「食」の安全・安心の視座

科学の目で「食」のリスクと向き合う

食物には、さまざまなリスクが潜んでいる。厚生労働省や農林水産省といった行政の対応とは別に、科学的知見に基づいて客観的・中立的に「食」のリスクに積極対応するのが食品安全委員会だ。そのリスク分析の取り組みをお伝えしよう。

食品安全委員会 勧告広報課長
北池 隆 *Takashi Kitaike*
きたいけ　たかし
1957年大阪府生まれ。神戸大学農学部を卒業後、農林水産省に入省。畜産局、生産局などを経て、2009年7月より、内閣府市民活動促進課長。11年7月より、現職。

「食」のリスクはゼロでない

人間にとって「食」は一日も欠かすことができません。私たちが口にする食品には豊かな栄養成分とともに、わずかながら健康に悪影響を与える可能性のある危害要因が含まれています。どんな食品でも食べたときのリスクがゼロであるということはあり得ません。

このため、食品を食べることによって、人の健康に悪影響が生じる確率とその深刻さの程度、いわゆるリスクと呼ばれるものを科学的に分析して評価し、それに基づいて悪影響を健康に支障のないレベルに低く抑えることが必要になってきます。

近年、わが国は海外から非常に多くの食料を輸入するようになりました。また、牛海綿状脳症（BSE）や腸管出血性大腸菌O157といった新たな危害要因が現れたり、遺伝子組み換え技術が食品開発へ利用されたりするなど、食生活を取り巻く状況も大きく変化しました。さらに、食の安全を脅かし国民の信頼感を揺るがすような事件が相次いで起こりました。

こうした情勢の変化と国民の声に的確に応えるため、二〇〇三年に食品安全基本法が制定され、食品の安全性を確保するための新たな行政が展開されることになりました。

この基本法では、国民の健康の保護が最も重要であることを基本理念として定め、国、地方公共団体、食品の生産から販売までにかかわる事業者（加工、卸売、小売など）の責務や消費者への役割を明らかにするとともに、この分野で国際的にも受け入れられている「リスク分析」という考えに基づいて、食品の安全性の確保を総合的に推進しています（図1）。

科学的知見のリスク評価

この「リスク分析」は、食品中に含まれる細菌や農薬などの危害要因を口から取り入れることによって、人の健康に悪影響を及ぼす可能性がある場合に、そのリスクをできるだけ小さくするための枠組みのことで、欧米先進国においても広く導入されています。

「リスク分析」は、科学的な「リスク評価」、規制や指導などの「リスク管理」、関係者が意見や情報を交換する「リスクコミュニケーション」の三つの要素から成り立っています。これらがうまく機能し合うことによって、よりよい成果が得られるとされています。

この基本法に従って、食品の安全性確保のための規制や指導を行う政府のリスク管理にかかわる機関、具体的には厚生労働省や農林水産省などから独立して、科学的知見に基づく客観的かつ中立公正なリスク評価を行う機関が必要となり、二〇〇三年七月一日に内閣府に食品安全委員会が設置されました。

委員会は食の安全に関して、深い識見を有する七名の委員から構成され、その下に専門の事項を調査審議するため、一二の専門調査会が設置されています。

健康への悪影響をチェック

そこでは、一八〇名を超える専門委員の協力により、添加物、農薬、動物用医薬品、化学物質・汚染物質、器具・容器包装、微生物・ウイルス、プリオン、かび毒・自然毒のほか、遺伝子組み換え食品などの新開発食品、肥料・飼料の分野のリスク評価を行っています。

このリスク評価が食品安全委員会の最も重要な役割で、食品に含まれる可能性のある添加物や農薬などの危害要因が人の健康に与える影響について評価を行うものです。

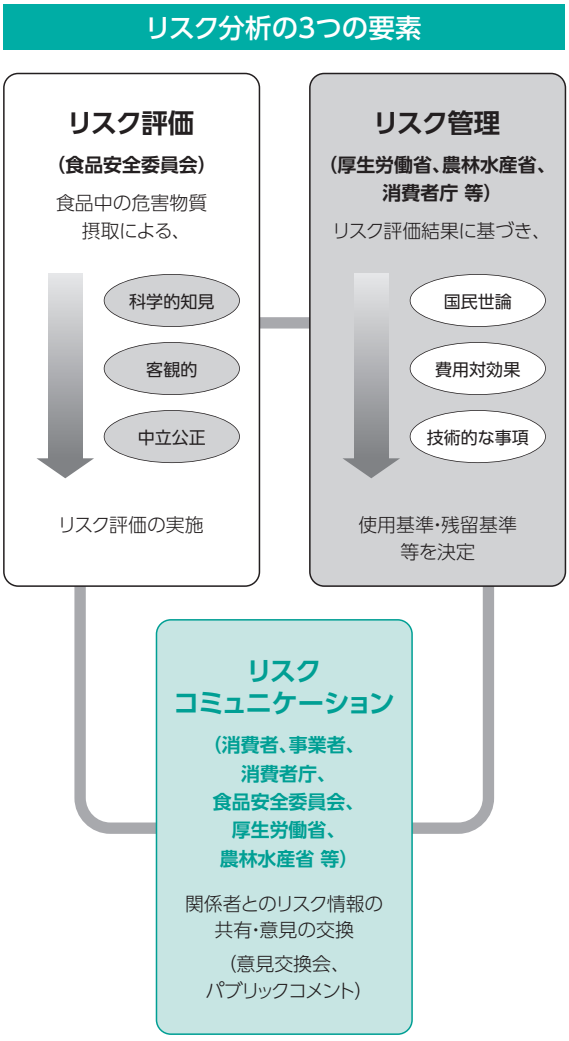
具体的には、食品中の危害要因を摂取することによって、どのぐらいの確率で健康への悪影響が起きるかを科学的に評価します。

また、委員会では、主として厚生労働省、農林水産省、消費者庁などのリスク管理機関からの評価要請を受けてリスク評価を実施するほか、委員会独自で評価を行う必要があると考えられる場合には、「自ら評価」と呼ばれるリスク評価も実施しています。

さらに、評価の結果に基づいて行われるべき施策について内閣総理大臣を通じて、リスク管理機関の大臣に勧告することができます。

なお、リスク評価のことを食品安全基本法の中では「食品健康影響評価」と呼んでいます。

図1　リスクとリスク分析の考え方



リスク分析：どんな食品にも**リスクがあるという前提**で、リスクを科学的に評価し、適切な管理をすべきとの考え方

過去にさまざまな独自評価

これまで「自ら評価」のテーマとして、審議を進めてきたものをいくつか紹介しましょう。

「我が国に輸入される牛肉及び牛内臓」については、米国・カナダ以外で二〇〇三～〇六年度に輸入実績のあった一四カ国と韓国、合計一五カ国を対象として、対象国へ質問書を送付し、情報を集めた上で評価を進めています（一一年度末までに一三カ国の評価が終了）。

また、「トランス脂肪酸」については一一年三月に評価を終了し、結果をリスク管理機関に通知しています。その評価の概要は以下の通りです。

諸外国における研究結果によれば、トランス脂肪酸の過剰摂取は、冠動脈疾患を増加させる可能性が高いとされたり、肥満やアレルギー疾患などとの関連が報告されています。

しかし、これらはトランス脂肪酸の摂取量が平均的な日本人よりも相当多いケースの結果です。平均的な日本人の摂取量においては、これらの疾患リスクとの関連は、まだ明らかではありません。

世界保健機関（WHO）では、心血管系疾患のリスクを低減し、健康を増進するための目標として、トランス脂肪酸の摂取量を総エネルギー量の一％未満に抑えるよう提示しています。

日本人の大多数は、WHOの目標を下回っており、通常の食生活では健康への影響は小さいと

考えられますが、脂質に偏った食事をしている人は留意する必要がある、という評価を行いました。

これらリスク評価の結果を通知した案件については、その評価結果がリスク管理機関が行う食品の安全性の確保に関する施策に適切に反映されているかどうかの調査も行っています。

食品中の放射性物質に対応

食品安全委員会の概要は、少しおわかりいただけたかと思いますが、委員会は二〇一一年度には一五四件のリスク評価を終了しました。

その中には、食品中の放射性物質や生食用牛肉など、国民の皆さまの関心の高いものも多くありました。

食品中の放射性物質については、昨年三月二〇日に、福島県での東京電力の原発事故に伴う放射性物質の拡散リスクに対応し、厚生労働大臣からの評価要請を受け、「放射性物質の食品健康影響評価に関するワーキンググループ」を設置しました。国内外の放射線影響に関する非常に多くの文献にあたりながら、詳細な審議を行い、一〇月二七日にリスク評価を取りまとめました。

その評価の概要は以下の通りです。

- 食品健康影響評価として、生涯における追加（注1）の累積の実効線量がおおよそ一〇〇mSv以上で放射線による健康影響の可能性（注2）
- そのうち小児の期間については、感受性が成人より高い可能性（甲状腺がんや白血病）（注3）
- 一〇〇mSv未満の健康影響について言及することは、現在得られている知見からは困難

この評価結果を受けて、厚生労働省において、二〇一二年四月から食品中の放射性物質の新たな基準値を設定しました。

牛肉ユッケの食中毒も評価

続いてメディアで大きく取り上げられた生食用牛肉に関する問題です。

昨年四～五月に、ユッケを食べたことが原因と考えられる腸管出血性大腸菌による食中毒が発生しました。これを受けて、厚生労働省において生食用牛肉についての新たな基準施行に向けた検討が進められ、七月八日に厚生労働大臣から規格基準（案）の評価の要請を受けました。

規格基準（案）では、肉塊の表面から深さ一センチメートル以上の部分を六〇℃で二分間以上加熱する方法、またはこれと同等以上の効果を有する方法で加熱殺菌しなければならないことや、加工および調理は、専用の設備を備えた衛生的な場所で、専用の器具を用いて行わなければならないことなどが規定されていました。

八月にまとめたリスク評価は、次のようなものです。

規格基準（案）の「摂食時安全目標値」と「達成目標値」は、それぞれ安全性が見込まれていると評価できるが、「加工基準」のみでは「達成目標値」の担保はできず、微生物検査を組み合わせることが必要であり、二五検体（一検体当たり二五グラム）以上が陰性であれば、高い確率で「達成目標値」の達成が確認できる――としています。

この評価を受けて、厚生労働省では、一〇月から検査検体数などの規定を含めた生食用食肉の規格基準を施行しました。また、消費者庁も、同月から生食用食肉に関する表示基準を施行しました。

食品安全委員会としては、特に、子どもや高齢者をはじめとした抵抗力の弱い方は、引き続き、生や加熱不十分な食肉や内臓肉を食べないよう、周囲の方も含めて注意することが必要と考えており、今後とも啓発に努めてまいります。

リスクコミュニケーション

リスクを適切にコントロールして、国民の皆さまの健康を保護していくためには、リスクコミュニケーションが重要です。

このリスクコミュニケーションというのは、食品の安全性について消費者を含む関係者との間で情報の共有や意見交換を行うことです。

委員会では、リスク評価の内容などについて情報発信して消費者などと共有するとともに、リスク管理機関や地方公共団体と連携したリスクコミュニケーションにも取り組んでいます。

プロセスも含めて正確に情報開示することが大事ですので、食品安全委員会や専門調査会などの会合は、原則、公開で行われ、すべての議事録をホームページに掲載して透明性の確保に努めています。

また、リスク評価を行う際には、その審議結果案について、国民からの意見・情報の募集（いわゆる「パブリックコメント」）を行っています。

さらに、リスク分析の考え方や農薬、添加物、

食中毒など、消費者の関心の高いテーマを中心に、意見交換会や説明会を全国で開催しています。

意見交換会などにおいて、意見交換が一部の関係者との間のものになっていて双方向性を欠いている、食品安全委員会が行う意見・情報の募集の内容が難しい、意見を出しにくいといった指摘が寄せられることがあります。

このため、消費者庁などの関係省庁や地方公共団体、地域の消費者団体と連携しながら、講演会の形式のほか、参加者を少人数に絞り、リスク評価や安全性についてのグループディスカッションを取り入れた形式などで意見交換会を開催し、多様な場の設定と参加型の運営を目指しています。

情報の開示には最大限努力

委員会のホームページでは、意見交換会で用いた資料や説明・意見交換の概要を掲載しています。このほかにも「重要なお知らせ」として、食品に起因する危害情報を迅速に掲載したり、トピックスとして食品中の放射性物質や食中毒などについて、評価の概要やQ&Aなども掲載し、わかりやすい情報提供に努めています（図2）。

また、メールマガジンの配信や年四回発刊している季刊誌『食品安全』において、子どもと一緒に学ぶための「キッズボックス」を掲載しています。

消費者から食品の安全性に関する情報の提供、問い合わせ、ご意見などを受け付けるため、「食の安全ダイヤル」も設置しています。

二〇〇四年六月に制定された消費者基本法では、消費者の安全の確保とともに、「消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され」とし、「消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。」とも規定されています。

＊

このことからも、委員会の使命の一つとして、食品の安全性を確保する上で各ステークホルダーの方々が食品の安全性に関する知識と理解を深め、リスク評価などについて十分な意見の表明を行うという役割を十分に果たしていただけるよう環境を整えていくことが重要と考えております。

委員会としては、関係者の方々からいただいたご意見を踏まえて情報提供や意見交換の改善を図っていきたいと考えております。F

意見交換会の様子

図2　食品安全委員会のホームページ

（注1）自然放射線（日本平均約一・五mSv／年）や、医療被ばくなど通常の一般生活において受ける放射線量を除いた分

（注2）健康影響が見いだされる値についての疫学データは錯綜していたが、食品分野のリスク分析の考え方（科学的知見の確実性や、健康影響が出る可能性のある指標のうち最も厳しいものの重視等）に基づいておおよそ一〇〇mSvと判断したもの

（注3）被ばく線量の推定等に不確実な点があるが、チェルノブイリ原発事故の際、周辺住民の小児について、白血病のリスクが増加した、被ばく時の年齢が低いほど甲状腺がんのリスクが高い等の疫学データあり

特集　「食」の安全・安心の視座

消費者惑わすフードファディズムから脱却を

現代人は健康情報に敏感だ。メディアから流される食の情報に影響されやすく、食べ物による影響を過大に評価・信奉するフードファディズムに陥りやすい。消費者はメディア情報を鵜呑みにせず、食品に効能・効果を求め過ぎない、姿勢が大切だ。

群馬大学教育学部家政教育講座　教授

高橋 久仁子 *Kuniko Takahashi*

たかはし くにこ
1949年生まれ。82年東北大学大学院農学研究科博士課程修了。96年現職。食生活教育を担当。食べ物や栄養が健康や病気へ与える影響を過大に評価する「フードファディズム」に警鐘を鳴らし、「フードファディズムに陥らない生活・食の男女共同参画」を提唱している。

氾濫する食情報に冷静さ

健康に関連するさまざまな食情報があふれている。「○を食べると△によい」という「体によい情報」もあれば「×を食べると▲に悪い」のような「体に悪い情報」もある。ウソもホントも入り交じる食情報は少なからぬ人々の食生活に影響を与え、時に混乱させる。食の安全をめぐる情報もじっくりと吟味する必要がある。

食べ物や栄養が健康や病気へ与える影響を過大に評価・信奉することを「フードファディズム（Food Faddism）」という。適正と過大の範囲を判断することは難しいが、体への好影響や悪影響をことさらに言い立てる論である。

食生活と健康が密接に関わることは事実であるが、それは長い間の食生活の状況が長い時間をかけて健康状態に反映されていくことである。今日食べた、ある「体によい（悪い）」食べ物が、明日の健康をすぐに左右するということではない。直ちに悪影響が生じるのは食中毒であるとか、食品に有害物質が混入したような例外的な場合である。

にもかかわらず、それさえ食べれば健康が約束される「魔法の食品」や、逆にそれを食べると病気になる「悪魔の食品」があるかのような文言が横行している。

ある食品中に含まれるある物質の有益性や有害性を、含まれる量や摂取頻度、摂取量を無視して論じる例は枚挙にいとまがない。

フードファディズムの類型

フードファディズムはおよそ次のようなタイプがあり、各々の特徴にまたがるケースもある。

一　健康への好影響をかたる食品の大流行

「それ」さえ食べれ（飲め）ば万病解決、あるいは短期間で減量可能などと吹聴され食品が大流行することで、過去には紅茶きのこ（一九七五年頃）、酢大豆（八八年頃）、ココア（九六年頃）、にがり（二〇〇三年頃）、寒天（〇五年夏）、白インゲン豆（〇六年五月）、納豆（〇七年一月）、バナナ（〇八年九月）、トマトジュース（一二年二月）などがあった。

発祥や大流行に至る経緯は必ずしも明らかではないが、寒天、白インゲン豆、納豆、バナナは健康情報娯楽テレビ番組が、トマトジュースは学術論文のマスメディア報道がその発端となった。

二　摂取量の無視

その食品に含まれる「有益・有害成分」の量

には言及せず「○によい」「×に悪い」と主張すること。「これを食べると△によい」というマスメディア情報や「健康食品」産業界からの情報の多くが該当する。

同時に食品中にごく微量存在する有害物質に関して、有害性を発揮するだけの量を摂取することはあり得ないにもかかわらず、健康への悪影響があるかのように言い募る情報も該当する。

三　食品に対する期待や不安の扇動

個人の状況を勘案せず、ある食品を体に悪いと敵視したり、別な食品を体によいと推奨・万能薬視することなどである。栄養不良を招きかねない極端に偏った特殊な食事法の推奨もある。

「自然・天然」「植物性」はよく、「人工」「動物性」は悪いとの決めつけも見られる。したがって、農薬と化学肥料を使用した食品、精製度の高い食品（白砂糖、精製塩、精白小麦粉、精白米）、インスタント食品類、うま味調味料類、炭酸飲料などは目の敵にされる。一方、黒砂糖や蜂蜜、低温殺菌牛乳、〝有精卵〟の推奨も見られる。

誤った方向への誘導リスクも

フードファディズムは些末な食情報に影響され、食生活を総合的・全体的に俯瞰できない人々を生む。

「よい・悪い」という情報に右往左往させられているうちに、「適切に食べるとはどういうことか」が見えなくなってしまうのである。そして、場合によっては食生活を誤った方向に誘導して健康被害をもたらす。

たとえば、「体によい」とされる食品を次々食べて太ってしまう人がいるし、「体に悪い」といわれる食品を排除し、栄養不良に陥ってしまう人もいる。

食べるのは限られた植物性食品のみという極端な食事法を遵守した親が幼児を重度の栄養不良に陥らせてしまった報告例もある。

また、あり得ない影響（効果や害）をあるかのように言い募ることは〝Health Fraud〟（健康詐欺）あるいは〝Quackery〟（インチキ療法）につながり、詐欺的商法に悪用されたり、適切な医療から患者を遠ざける一因ともなってしまう。

「普及品には危険がいっぱい、だからこちらの商品を」と高価な製品を勧める商法を筆者は「不安便乗商法」と命名している。不安扇動情報は不安便乗商法を利する道具に使われている。

何らかの健康不安を持つ人を標的に高額の「健康食品」を売りつける悪質商法も後を絶たない。人の弱みにつけ込む商法の片棒をフードファディズムが担いでいる。

食品の効能・効果を満載した、あるいは食に対するあり得ない危険をあるかのように言い募る本が次々と出版され、一定の人気を得ている。

「健康」を娯楽の材料とする「健康情報娯楽テレビ番組」は複数のテレビ局が放映している。人々が飛びつく「売れる情報」には、関心を引くために虚偽や誇張、事実誤認などのフードファディズムが多々紛れこむ。

健康情報娯楽テレビ番組では、その情報が科学的に信頼できるものと印象づけるために学術論文を引用したかのように装うことがしばしばある。しかしながら元の論文と照合すると結果の一部分だけが強調されていたり、結果の解釈に虚偽がある例は珍しくない。番組の構成に都合のよいことだけが利用・強調される事例が目に余る。

誇張あるマスメディア情報

二〇〇七年の健康情報娯楽テレビ番組に起因した「納豆品切れ騒動」の際、テレビ番組の内容に捏造（ねつぞう）のあったことが衆目を浴びた。これにより、マスメディアからの食情報にはウソも混じることを多くの人が知ることになった。しかし、問題があるのは一部のテレビ番組や出版物に限られる、との誤解もいまだ根強い。

今年二月には「トマトを食べると痩せるらしい」と期待した人々によりトマトジュースあるいはトマトにフードファディズムが起きた。この〝トマト騒動〟の発端は京都大学のニュースリリース「トマトから脂肪肝、血中中性脂肪改善に有効な健康成分を発見・効果を肥満マウスで確認」であった。

情報はレベルの高い学術雑誌に掲載された論文を紹介したものであるが、研究で使われたのは成長すると必ず糖尿病を発症する病態モデルマウスである。そのマウスに加熱トマトに含まれる「13-oxo-ODA」と略称される物質を合成して餌に添加し四週間食べさせて得られた結果であった。「太めのマウスにトマトを食べさせたら中性脂肪が減った」わけではない。

重大な代謝異常を有する特殊な実験動物での研究結果であることがニュースではきちんと伝わらず「トマトを食べるとメタボ解消」かのよう

な手軽な話になってしまった。

マスメディアからの食情報には虚偽、誇張、歪曲・曲解などが多々紛れ込むことを忘れてはいけない。

食の安全を脅かす食中毒

健康に悪影響をもたらす原因となり得る食品中の物質または食品の状態を「危害要因（hazard）」という。

食中毒を引き起こす細菌や自然毒、カビ毒、重金属、有機塩素系化合物など、従来から問題とされてきたもののほか、新たに放射性物質も考えなければならなくなった。今後も新たな危害要因が見つかる可能性がある。

表1に一九五二年から昨年までの六〇年間における食中毒死者数の推移を示した。かつて三桁台であった死者数は六八年以降二桁台に、そして八六年以降は一桁台が続く中、一〇人台の年も散見される。

二〇〇九年と一〇年は二年連続してゼロであったにもかかわらず翌一一年、すなわち昨年は二人にも上ってしまった。

このうち七人は腸管出血性大腸菌が原因物質であり、その七人のうちの五人は同一系列飲食店におけるユッケが原因食品であった。この食中毒事件は食肉を生で食べることの危険性を再確認させることとなり、これを機に飲食店において食肉やレバーを生で提供することが今までよりも厳しく規制されることとなった。

ありもしない危険をあるかのようにあおるのはフードファディズムであるが、食肉やレバーの生食という、ありすぎる危険を正当に評価し、食べないように規制するのはごく真っ当なことである。

有毒物質を生体内に保有する動植物は自然界に少なくない。長い歴史の中で人々は食べて害がないものとあるものとを体験的に選別してきた。

危険部位がわかったものはそこを除去したり、有毒物質の無毒化などの試行錯誤を重ねて食用としてきた。この過程において多くの人々が犠牲になったことであろう。

しかしながら現代においてもなお、これらによる食中毒死は起きている。二〇〇〇年から一一年までの約一〇年間に食中毒で亡くなった七二人の原因物質を表2にまとめた。

フグ毒が最多の二四人で全体の三三％を占めるが、腸管出血性大腸菌やサルモネラ菌などの細菌性食中毒をまとめると合計三一人となり、これは死亡総数七二人の四三％に相当する。キノコや有毒植物による死亡もいまだ根絶されていない。

輸入食品違反率高い国は？

マスメディアは食に関連する事件や〝不祥事〟を多々報じる。賞味期限や消費期限の改ざん、産地や銘柄の偽装、〝危険な食品〟の輸入、などである。

これら〝不祥事〟の中には安全が損なわれかねない件と、安全には関与しない件とが混在しているにもかかわらず、それらは整理されずに報道されている。健康問題を引き起こしうる事柄と、その心配は皆無の事柄を一緒くたにしてはいけない。

また、輸入食品の安全に関する報道にも疑問を感じる。ニュースを見聞きしていると「中国からの輸入食品は危険がいっぱい」と思えてしまう。しかし、厚生労働省のサイト「輸入食品監視業務ホームページ」で「輸入食品監視統計」を参照すると別の見方ができる。

二〇〇七年度～〇九年度の食品輸入において、輸入届け出件数上位六カ国は各年とも中国、米国、フランス、タイ、韓国、イタリアである。違反件数が最も多いのは三年間とも中国であるが輸入届出件数も最多である（表3）。

検査を実施した件数に対する違反件数、すなわち違反率を見ると、高いのは米国（〇・六五～〇・九〇％）とイタリア（〇・六六～一・〇四％）であり、中国（〇・二九～〇・四二％）は低い。

違反率としては高い米国やイタリアの違反事例がニュースとしてほとんど扱われず、違反率としては低い中国製品の違反を大きく伝える報道姿勢は公平さに欠ける。

摂取量・摂取経路を考える

食品に「体によい効果」を期待するとき、摂取量を考慮しないとフードファディズムに陥りやすいが、「体に悪い効果」を与える物質にも同様の配慮が必要である。

ある物質について、どれだけの量を与えて悪影響が認められたのかを確認すると、日常の食生活ではあり得ない莫大な量を与えていた、という例がよく見られる。

また、経口的な摂取では吸収されない物質では、「注射して悪影響があった」としても、「食べると危険」と直ちに言えないことがある。

安全な食材の確保はもちろん大切であるが、それにばかり気をとられ、健康の維持・増進の三要素である「栄養・運動・休養」の確保がおろそかになっては「生活の安全」が脅かされてしまう。

適切に食べれば「食で得られる範囲」の健康は保証される。基本は、必要な栄養素を過不足なく摂取することである。具体的には穀類、豆・豆製品、肉、魚、牛乳、卵、果物、油脂類を適度な量で、そして野菜や海藻、キノコ類を豊富に食べるという食生活である。季節や状況に応じて多様な食べ物や料理を、柔軟に味わい楽しみたい。

環境汚染物質は大気、土壌、水を介して食品に若干の有害物質を混入させるかもしれないが、いろいろな産地の多様な食品を適度な量で食べていればさほど気にする必要もない。

健全な食の営み支援が重要

「栄養」すなわち「食」さえよくすれば健康万全、と考えること自体がフードファディズムである。食品に厳密な「安全」を要求しつつ、一方で得体の知れない「健康食品」を安易に摂取するのも問題である。

食を提供する方々にはフードファディズムとは距離を置き、消費者に過剰な期待や不安を与えず、健全な食の営みを支援する立場を忘れないでいただきたい。

普通の食品を常識の範囲内で食べる、食品に効能・効果を求め過ぎない、それが食の原点である。

食の危害要因について警戒を怠ってはならない。同時に摂取量や摂取経路なども考慮し、フードファディズムに陥っていないかどうかを確認することも忘れてはならない。

表1　60年間における食中毒死者数の推移

年次	死者数	年次	死者数	年次	死者数	年次	死者数
1952	212	1967	120	1982	12	1997	8
1953	198	1968	94	1983	13	1998	9
1954	358	1969	82	1984	21	1999	7
1955	554	1970	63	1985	12	2000	4
1956	271	1971	46	1986	7	2001	4
1957	300	1972	37	1987	5	2002	18
1958	332	1973	39	1988	3	2003	6
1959	318	1974	48	1989	10	2004	5
1960	218	1975	52	1990	5	2005	7
1961	238	1976	26	1991	6	2006	6
1962	167	1977	30	1992	6	2007	7
1963	164	1978	40	1993	10	2008	4
1964	146	1979	22	1994	2	2009	0
1965	139	1980	23	1995	5	2010	0
1966	117	1981	13	1996	15	2011	11

厚労省　食中毒統計資料（http://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryou/shokuhin/syokuchu/index.html）より作成

表2　2000～2011年における食中毒死の原因物質

原　因　物　質	人数	%
ふぐ毒	24	33.3
腸管出血性大腸菌	18	25.0
毒きのこ	11	15.3
サルモネラ属菌	10	13.9
有毒植物*	5	6.9
植物性自然毒（きのこか有毒植物か不明）	1	1.4
ぶどう球菌	1	1.4
ウェルシュ菌	1	1.4
セレウス菌	1	1.4
中毒死総数	72	100

*トリカブト2人、グロリオサ球根2人、イヌサフラン1人

厚労省　食中毒統計資料（http://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryou/shokuhin/syokuchu/index.html）より作成

表3　食品輸入届出件数上位6カ国の2007～2009年度の違反状況

年度	国　名	届出件数	検査件数	違反件数	届出件数に対する検査実施率（%）	検査件数に対する違反率（%）
2007	中華人民共和国	563,847	96,784	409	17.2	0.42
	アメリカ合衆国	197,507	19,475	126	9.9	0.65
	フランス	196,566	5,441	30	2.8	0.55
	タイ	116,867	16,361	106	14.0	0.65
	大韓民国	89,704	8,601	35	9.6	0.41
	イタリア	77,647	3,473	23	4.5	0.66
	輸入届出総件数	1,821,172	204,578	1,223	11.2	0.60
2008	中華人民共和国	473,343	88,205	259	18.6	0.29
	アメリカ合衆国	209,145	19,037	140	9.1	0.74
	フランス	179,868	5,302	31	2.9	0.58
	タイ	128,792	16,767	110	13.0	0.66
	大韓民国	110,098	6,932	46	6.3	0.66
	イタリア	76,921	3,981	40	5.2	1.00
	輸入届出総件数	1,759,123	193,917	1,150	11.0	0.59
2009	中華人民共和国	539,069	110,916	387	20.6	0.35
	アメリカ合衆国	198,297	20,793	187	10.5	0.90
	フランス	166,894	6,805	34	4.1	0.50
	タイ	139,896	16,118	118	11.5	0.73
	大韓民国	122,671	7,817	36	6.4	0.46
	イタリア	78,252	5,749	60	7.3	1.04
	輸入届出総件数	1,821,269	231,638	1,559	12.7	0.67

厚労省「輸入食品監視統計」各年次版　生産・製造国別の届出・検査・違反状況（http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/kanshi/）より作成

［参考］

●R.B.Kanarek & R.Marks-Kaufman：〝Nutrition and Behavior〟, Van Nostrand Reinhold 1991
高橋久仁子・高橋勇二訳：『栄養と行動：新たなる展望』アイピーシ 1994

●Edited by M.E.Shils et.al.：〝Modern Nutrition in Health and Disease 10th ed.〟, Lippomcott Williams &Wilkins 2006

●高橋久仁子：『フードファディズム：メディアに惑わされない食生活』中央法規出版2007

特集　「食」の安全・安心の視座

事例研究・日本生協連商品安全への取り組み

日本生活協同組合連合会（日本生協連）は消費者組織であると同時に事業展開を行うユニークな組織体だ。中でも食の安全・安心への取り組みでは長い経験と歴史がある。そこで、日本生協連がどういった取り組みをしてきたか、リポートしてもらおう。

日本生活協同組合連合会
執行役員　品質保証本部長
内堀 伸健 *Nobutake Uchibori*

うちぼり　のぶたけ
1961年東京都生まれ。85年に日本生活協同組合連合会に入協。商品検査センターに配属され、食品添加物や残留農薬の検査に従事。91年から6年間は関西支所に配属。その後、商品検査センターに異動。2007年より品質保証本部長、現在に至る。

消費者組織として事業展開

日本生協連は、購買生協、職域生協、大学生協、医療・福祉生協、共済・住宅生協など、事業やサービスの内容に応じた、さまざまな生活協同組合のほか、商品事業に関する連合組織（事業連合）や、各都道府県に設置された生協連合会が会員となっている連合組織である。

現在三六〇の生協・連合会が加入し、組合員総数は二六〇〇万世帯。生協全体の総事業高は三兆円で、食品分野での小売シェアは五％程度となっている。

事業を展開する一方で、消費者組織という一面も持っている。組合員の自主的な取り組みとして環境保全や福祉・助け合い活動、地域の防災活動、食の安全を求める運動などを推進するとともに、ほかの消費者組織と連携しながら消費者の権利の実現に向けての行政への要請行動などを行っている。

二〇一二年は国連の決めた「国際協同組合年」となっており、農業協同組合や漁業協同組合などと連携しながら、協同組合の理念や諸活動への理解を広げるための催しを企画・実施している。

日本生協連はプライベートブランド商品（CO・OP商品）を企画・開発し、またそれらの商品を配送する機能を有している。

CO・OP商品は加工食品を中心に四三〇〇品目あり、原料調達も行っている。安全、確かな品質、低価格という三つの基本価値を満たした上で、健康応援、おいしさの追求、便利さと楽しさ、環境配慮、農業支援などの付加価値を実現した商品の開発を進めている。卸売価格ベースで二九〇〇億円規模の供給高となっている。

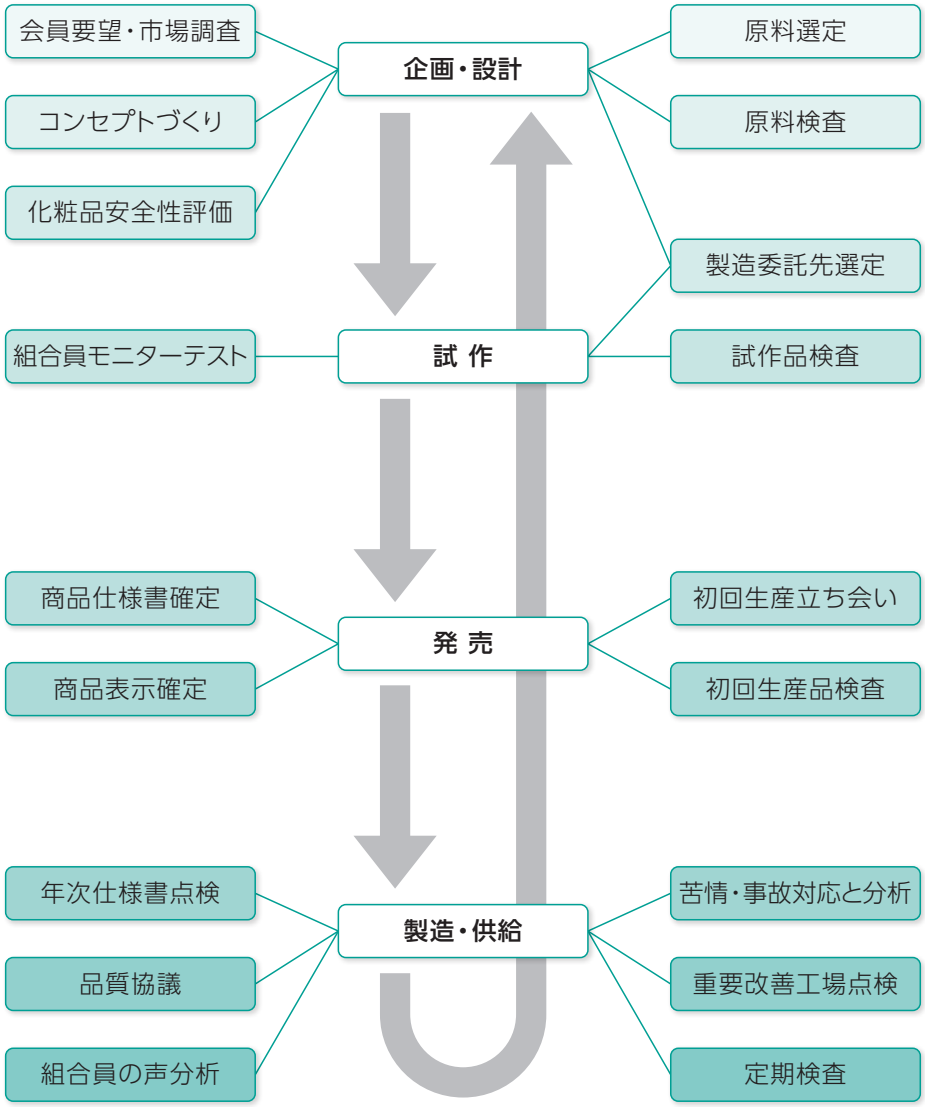
安全・品質保証システム導入

CO・OP商品での安全・品質保証の仕組みについて、図1を参照いただきたい。その中での特徴的な取り組みを述べてみたい。

CO・OP商品には全国規模で共同開発した商品や、地域の食文化に対応したエリア開発の商品がある。商品トラブルが発生した際にも、メーカーと地元の生協との付き合いがあれば迅速に対応できるというメリットがある。

日本生協連のモニター制度に登録をしていただいている組合員は六二〇名（在宅モニター五〇〇名を含む）、会員生協にもモニター制度があり、併せて活用させていただいている。

図1　CO・OP商品の設計・製造・供給における安全・品質の確認



二〇一一年度は一一〇〇品目の商品の開発・改善を行い、その中でモニター制度などを活用し、組合員の声を反映させたものの割合は四五%となっている。一二年度はその割合を六〇%まで高めていく予定だ。

さらに、品質管理も徹底して行っている。原料の種類や産地、配合量、アレルゲンなどについて書類（仕様書と原料規格書など）に基づく点検を行っている。

食品添加物については、基本的に国の基準に従っているが、古くに認可されたものの一部の安全性データに不備があるため、独自評価の実施とともに、そういった食品添加物が含まれていないかどうかの確認も行っている。

仕様・製造工場を定期点検

年次で全商品の仕様書の内容を取引先と相互確認をするようにして情報のメンテナンスを行い、会員生協や組合員からの問い合わせに対して、最新の情報でお答えできるようにしている。

新規工場や新規製造ラインを採用する際には必ず品質保証部門と商品部門で点検・確認し、必要に応じて改善要請を行い、改善が完了しない場合は、発売を延期または中止することもある。

何年も点検をしていない間に品質管理の責任者が代わり、品質管理のレベルが変わってしまうような事例もあるので、定期的な点検を実施している。

一九七二年に自前の商品検査センターを設置して以来、機能を拡張しながら自主検査に取り組んできた。

すべての開発・改善品について、原料、試作品、初回生産品（組合員に供給する最初の商品）を対象に、農薬、動物薬剤、食品添加物、微生物、環境汚染物、アレルゲン、包材材質などの検査を行っている。

商品発売後も定期的に検査をしており、東京電力福島第一原子力発電所の事故（以下、原発事故）発生以降は放射性物質の検査も盛り込んでいる。

消費者の立場で情報提供

消費者が見て分かりやすいか、必要な情報が網羅されているかといった観点から、法基準に上乗せして独自基準を設定している。

たとえば食品添加物の表示では、スペースが許す限り物質名と用途名を併記している。また、

加工食品には基本的に栄養表示をしており、組合員の関心のあるミネラル分やビタミン類、糖類などの含有量を含めて表示している。

年間で二万～四万件程度の商品に関するお申し出（苦情）をいただいているが、二〇〇八年に起きた中国製冷凍ギョーザ事故以降は特に異味異臭のお申し出が増えているため、できる限り異味異臭の原因物質まで特定して、対応策を検討している。

また、商品に対する質問・意見・要望は年間四万～九万件程度いただいている。

たとえば、「表示が見づらい・分かりにくい」「表示の字が小さい」「調理方法がよく分からない・分かりにくい」「加熱が必要なのかどうか分かりにくい」「表示や写真と中身が違いすぎる」「量が多くて食べきれない」「味が濃すぎる」「栄養素（鉄分、カルシウム、カリウムなど）の含有量が知りたい」「包装が開けづらい」「容器が持ちにくい」「保存しにくい」などといった意見・要望が寄せられる。

同一商品で同じような内容の意見・要望を複数いただいた場合は商品の中身や表示の改善を検討するようにしている。ここ二年間で商品改善につなげた組合員の声は総数で四二〇件に上っている。

組合員の声に基づいて改善した商品は、日本生協連のコーポレートサイトや組合員向けのチラシなどで紹介している。

組合員の反応や満足度を日本生協連で把握し、評価する手法の確立については、今後の検討課題となっている。

組合員への告知や商品回収などが必要となる商品トラブルも年に数件発生しているが、事故現品の検査や緊急工場点検などで得た情報も踏まえて原因分析を行い、事故の再発防止に努めている。

放射能汚染問題への対応

食品の安全・安心に関わる話題として、原発事故による放射能汚染問題がある。それに対する日本生協連の取り組みを紹介する。

まず、日本生協連は以下の三点を基本スタンスとしている。

①国の施策に沿って対応する。今回の原発事故は国家レベルの問題であることを考慮し、独自基準を設けるといった動きはしない。一方で国に対しては必要な要請を行う（たとえば、検査体制を強化することや、適切な情報提供をすることで消費者の不安を解消していくことなど）。

②検査ネットワークを構築する。自前検査だけではカバーしきれないので取引先や産地と協力して検査をする。

③組合員に対して的確に情報提供する。不安に応えるため正確な情報をタイムリーに分かりやすく提供していく。

組合員の不安に応えること、CO・OP商品での管理状況を確認することを目的として製品や原料での放射性物質検査の実施を行っており、二〇一二年二月からはゲルマニウム半導体型検出器二台体制で臨んでいる。

二〇一一年度は約三〇〇〇件の自主検査を行ったが、お茶で暫定規制値を超えるものが四品目あった以外は規制値を超えるものはなかった。暫定規制値を超えたお茶も出荷前に検査結果が判明したため、組合員の手に渡ることはなかった。

製品段階でも検査を実施

基準値を確実に守るためには原料段階で検査を実施した方が合理的であるが、加工食品では多種類でいろいろな産地の原料が使われるため原料ごとに検査をするのが大変な場合、あるいは原料の入手が困難な場合は製品の状態で検査を実施するようにしている。

二一年度に実施したCO・OP商品での検査概要は表1の通りである。

リスク・コミュニケーションの一環として二一年六～七月に福島の現地に出向いて、学習会を二〇回開催（五五〇名が参加）した。そこで出された素朴な質問を踏まえてQ&Aを作成し、日本生協連のコーポレートサイトに掲載している。

コーポレートサイトでは、放射能問題への取り組みについては特別のコーナーを設置して情報提供に努めており、国への要請文書、自主検査の結果概要なども紹介している。

組合員からの問い合わせは事故発生後から二二年三月までで約二万三〇〇〇件に上っている（図2参照）。

加工食品の原料の産地や生産年度、工場の所在地、検査の実施状況や検査結果の問い合わせが多くなっているが、加工食品の場合は、その時

点でどの産地の原料を使っているかは都度メーカーに問い合わせないと分からないため、一つ一つ確認しながら正確な情報を伝えていくように努めている。

食の安全情報収集に努力

また、個別商品の検査結果だけではなく、行政のモニタリング検査の実施状況や検査結果の傾向、メーカーでの原料管理状況や検査の実施状況、日本生協連での自主検査による結果の傾向を含めて全体的な管理状況をお伝えするようにしている。

福島県内の生協からの要望に応え、食事からの放射性物質の摂取量調査を実施した。会員生協や組合員の協力を得て調査の規模は二五〇件（そのうち一〇〇件は福島県内の組合員から食事の提供を受けた）となった。

被災地の組合員が感じている漠然とした不安に対して具体的な数値として情報を提供することができた。

また「食卓と科学的な調査を結びつける活動」「メンバーシップの組織の特性を生かした活動」としても、生協の特徴を生かした取り組みができたと考えている。

リスク対応で丁寧に説明

調査の開始時や結果判明時には食事の提供をいただいた組合員の方への説明を丁寧に行うことで、しっかりとしたリスク・コミュニケーションもできたのではないかと考えている。

摂取量調査は二〇一二年度も継続し、作物の収穫期を考慮して夏と秋の二回実施する予定にしている。

日本生協連におけるCO・OP商品の安全・品質管理の取り組み、食品放射能汚染問題への対応について報告させていただいたが、食の安全・安心に関する情報発信についてはこの数年間で相当改善の努力をしてきている。

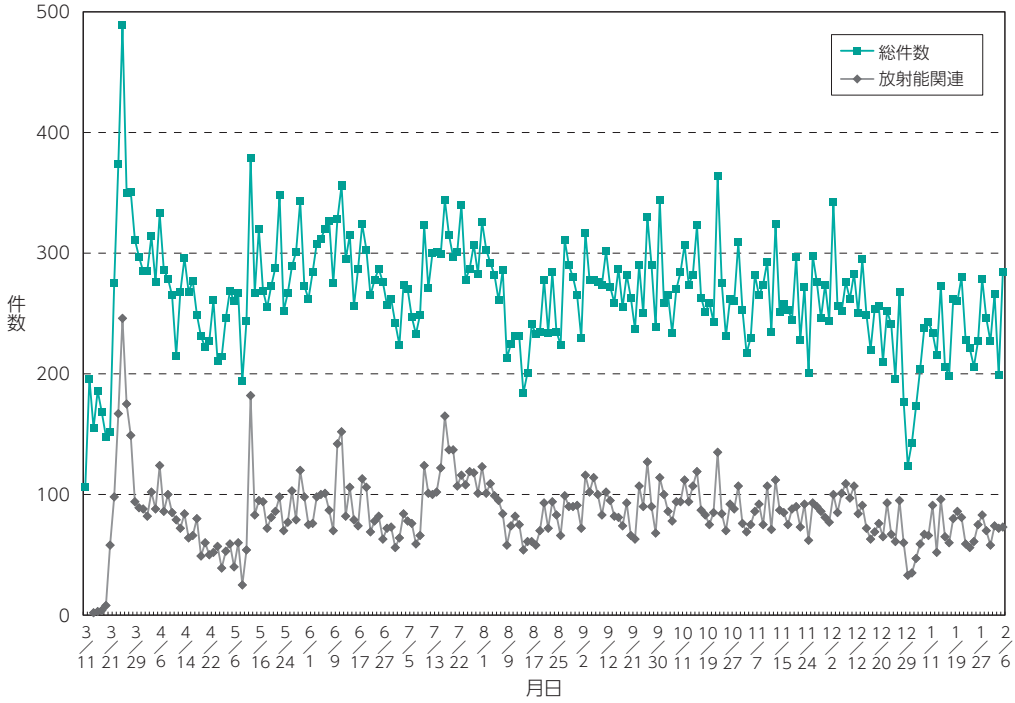
食の安全・安心をめぐっては、BSE、アクリルアミド、トランス脂肪酸などをはじめとし、消費者が強く関心を抱く問題は多々ある。日本生協連としても、関連情報や検査データなどの収集に努め、考え方や対応方針を整理し、分かりやすく組合員にお伝えしていく努力を積み重ねていきたい。

表1　2011年度のCO・OP商品での放射性物質検査の実績

合計	内訳		主な検体
1,358件	原料	667件	コメ326、米糠23、麦類28、チャ80、モモ18、リンゴ9、ソバ6、大豆10、こんにゃく4、落花生4、水産品34、化粧品原料4、など
	製品	691件	乳製品190（牛乳、ヨーグルトなど）、飲料99（ミネラル水、茶葉、茶飲料）、迎春品55、農産加工品64（漬物、水煮）、水産加工品36（加工魚、のり、煮干）、畜産加工品19（ハム、ウィンナー、ステーキ、牛丼）、大豆加工品28（豆腐、納豆）、など

上記の他に会員生協からの依頼（各生協で取り扱っている産直品の検査、約800品目）、一般流通品（行政のモニタリング検査を補強する意味合い）の検査も実施している。

図2　日本生協連組合員サービスセンターへの問い合わせ件数の推移



農産物直売所、新鮮・地元産に高い評価

―直売所に関する消費者意識調査―

農産物直売所の魅力は何か。日本公庫が行った消費者調査で、「新鮮さ」や「安さ」「地元食材の豊富さ」がキーワードであることが明らかになりました。同時に、直売所の「商品の品揃え」「集客方法」などの改善要望があり、今後の課題も浮かび上がりました。

全国の農産物直売所（以下、直売所）の数は年々増加し、市場流通に頼らない直売活動は一つの販売形態として定着しつつあります。

日本公庫では、直売所を経営している、またはこれから経営に取り組もうとしている生産者などの支援のため、二〇一一年一月、全国の消費者に対する、直売所の利用実態やニーズに関するインターネット調査を行いました。

女性高齢層に利用経験

まず、回答者の六三％に直売所の利用経験がありました（図1）。性別・年代別に見ると、利用経験がある人の割合は男性より女性、若年層より高齢層の方が高い傾向にあります（図2）。

利用経験がある人に直売所の魅力を聞いたところ、「鮮度がよい」との回答が最も多く、七五・二％を占めました。続いて「価格が低い」が六五・二％、「地元産の食材が豊富」は四五・一％でした（図3）。

多くの利用者が、新鮮かつ地元産の商品を、安く手に入れられることに魅力を感じています。

また、利用経験のない人に利用しない理由を聞いたところ、「直売所を知らない」が四一・九％で最も多く、続いて「交通の便がよくない、または遠すぎる」が三九・八％、「スーパーなどの他の店で間に合っている」が三七％でした（図4）。

この結果から、利用者を増やすためには、直売所の認知度向上や、交通アクセスのよい立地、スーパーなどとの差別化が必要となりそうです。

また、直売所の利用実態についてさまざまな観点から聞いたところ、おおまかな直売所の利用者像が明らかになりました。

直売所を都市型直売所、都市近郊型直売所、中山間地域型直売所という三つの立地タイプに分類すると、おのおのの立地タイプごとに特徴的な利用実態と消費者ニーズが浮かび上がりました。

さらに、直売所経営者への面談結果などを踏まえ、立地タイプ別の経営改善策を考えてみました。

「レシピ」の充実要望も

（1）都市型直売所

一つ目は都市部に位置する直売所利用者の利用実態とニーズについてです。

都市型直売所を利用する消費者には、「三〇分圏内」を、「食料調達」を目的として、「一人」で、「平日の午前」に利用する地元客が多い傾向にあります（図5）。

また、他の立地タイプに比べ、「住宅街」や「駅やバス停の近く」への立地要望が高く、「いつも商品の種類が少ない」ことに対する不満が多くあります（図6・7）。

さらに、「レシピ」の提供の充実を求める声が多いのも特徴です（図8）。

以上を踏まえると、年間を通じた品揃えの強化や、平日利用客向けレシピの提供といった改善策が考えられます。

千葉県の柏市にある直売所「かしわで」では、地元の朝採り新鮮野菜を基本とすることで、近隣スーパーとの差別化を図っています。一方、遠方の産地からも直接仕入れることなどにより、年間を通じた品揃えにも配慮した運営を行っています。

特に、消費者からのニーズの高い「りんご」や「みかん」については、青森や愛媛などの産地から直接取り寄せ、品揃えを充実させています。

「都市農業を守ろう。都市住民に農業を理解してもらおう」という理念に基づき、最近では、直売所の契約農家をめぐる消費者ツアーを開催し、消費者に柏市の農業の実情を理解してもらうための取り組みも実践しています。

直売所の消費者ニーズを第一に考え、利用者に満足してもらえることを目標とした経営を行っています。

都市近郊は品揃え強化を

（2）都市近郊型直売所

二つ目は都市から少し離れた郊外に立地する直売所利用者の利用実態とニーズについてです。

都市近郊型直売所を利用する消費者は、「一時間圏内」を、「車」で、「年に数回程度」、「食料調達」もしくは「観光ついでにお土産を買う」を目的として、「配偶者」や「家族」と「休日の午後」に訪問する傾向があります（図5）。

また、他の立地タイプに比べ、「時間帯や時期により商品の種類が少ない」ことに対する不満が多いのが特徴です（図7）。

以上を踏まえると、午後や端境期の品揃えの強化といった改善策が期待されます。

長野市近郊にある直売所「たんぽぽ」では、生産者からの全量買い取りや出荷制限をなくすことを約束し、常に一定の出荷量を確保することで、午後や端境期の品揃えの充実を図っています。

おやきや漬物、お惣菜、お弁当などの加工品の販売も手がけており、冬の端境期にも商品が不足しないよう品目の多様化を図っています。

取扱品は全て地元産であり、有機質肥料と減農薬で栽培していることも大きな強みとなっています。新鮮かつ安全な旬の野菜を提供することで、訪れる消費者の心を見事につかんでいます。

中山間地域は距離に課題

（3）中山間地域型直売所

三つ目は農村・漁村・山村のように人口が比較的少ない地域にある直売所利用者の利用実態とニーズについてです。

中山間地域型直売所を利用する消費者は、「一時間以上」かけて遠方から「車」で、「年に数回程度」、「観光ついでにお土産を買う」を目的として、「配偶者」と「休日の

図1　直売所の利用経験の有無

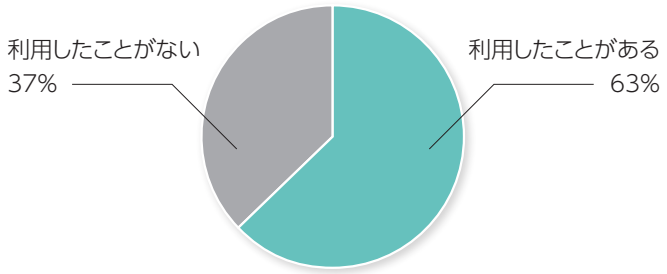


図2　直売所の利用経験がある者の割合【年代別・性別】

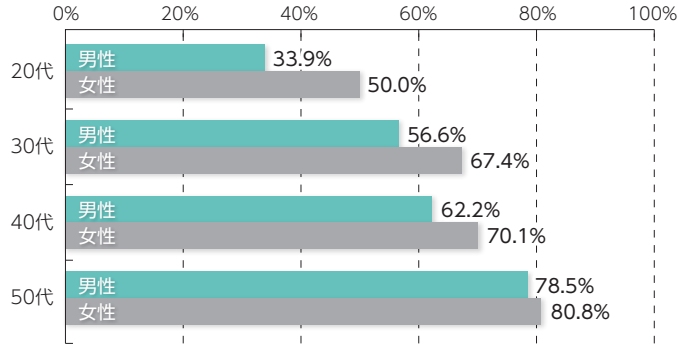


図3　直売所の魅力（複数回答可・上位7項目）

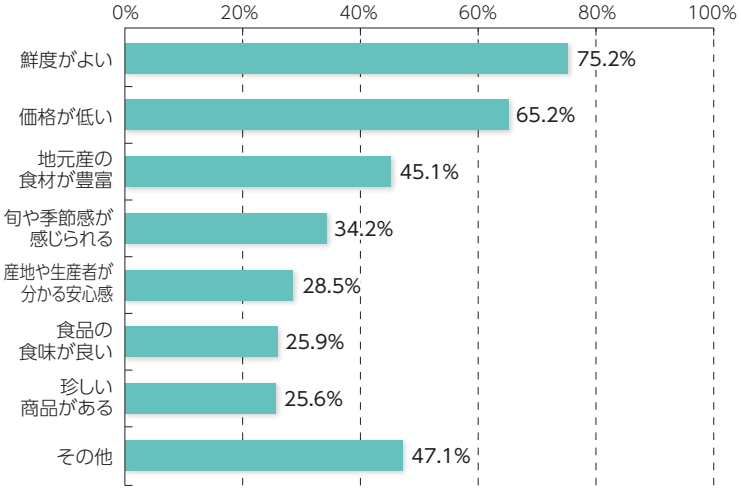
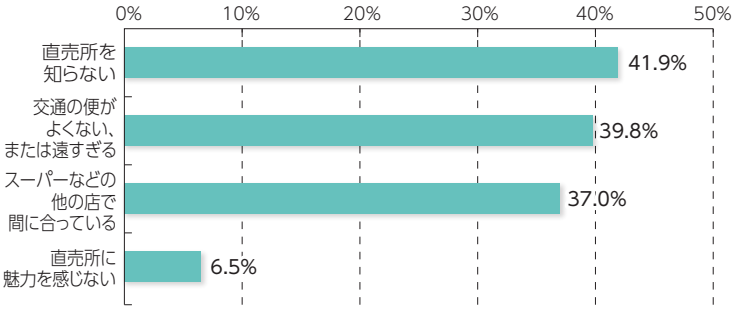


図4　直売所を利用しない理由（複数回答可）



午後」に訪問する傾向があります（図5）。

また、他の立地タイプに比べ、「農場の近くや農村風景のある所」への立地要望が多く（図6）、「時間帯による商品の種類や量の不足」への不満が強いのが特徴です（図7）。

以上を踏まえると、観光目的の休日利用客向けに地元産商品を充実させることや、午後の品揃え・商品量の確保が有効と考えます。

長崎県大村市の「おおむら夢ファームシュシュ」にある直売所「新鮮組」では、地元産農産物を使ったジュースや手づくりアイスクリーム・プリン・焼酎などの商品を数多く揃えており、午後になっても品切れすることなく豊富な品揃えとなっています。

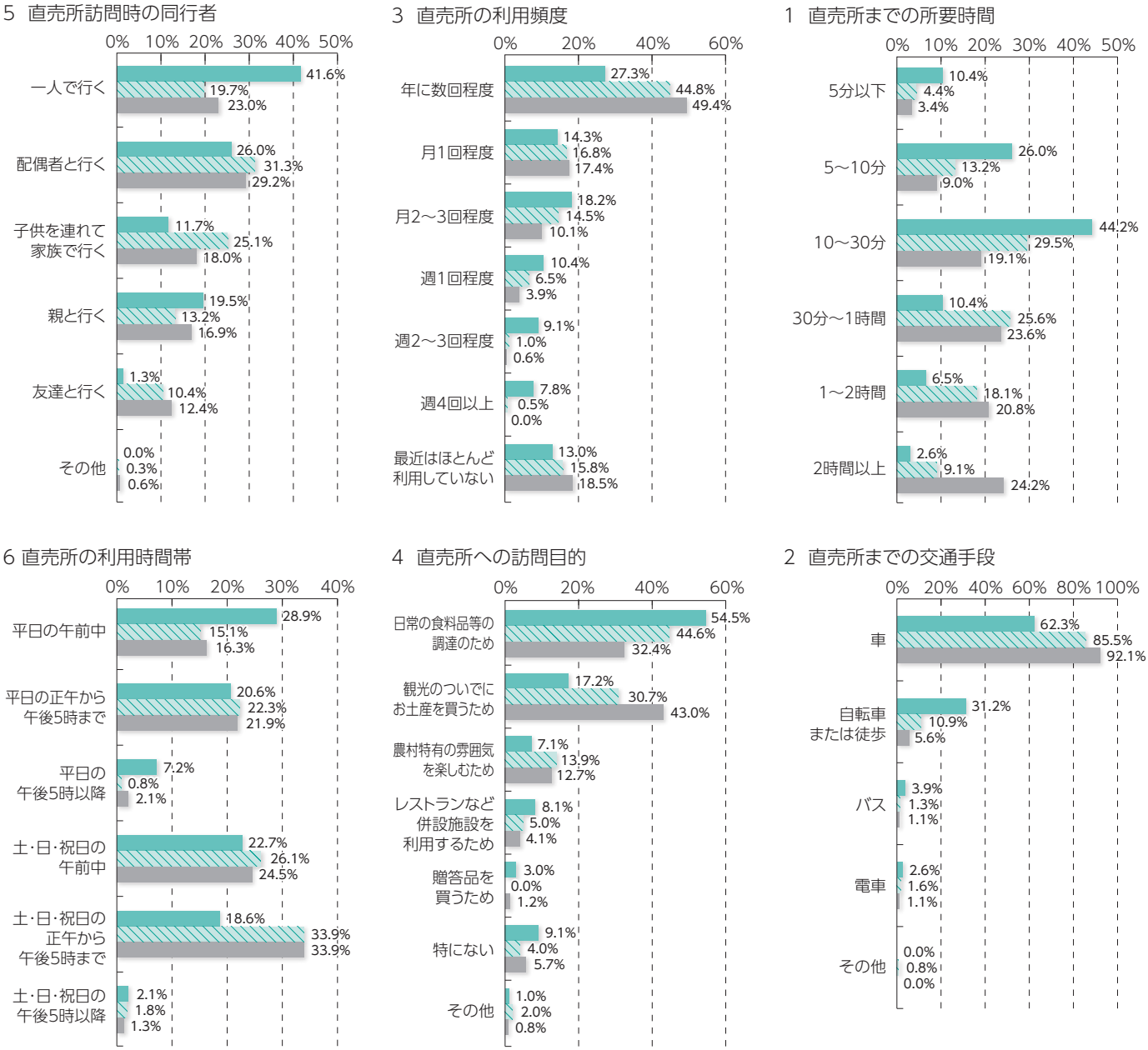
周辺は農場や農村風景が広がる中山間地域となっており、自然との触れ合いを楽しみながら買い物ができるように工夫されています。

特に、直売所内の至るところで見られるPOP広告からは、農業の持つ温かみや懐かしさが感じられ、中山間地域の強みがうまく活かされています。

四割が「安さ」以外を評価

直売所関係者にとって、興味深

図5　立地タイプ別 直売所の利用実態



いアンケート結果があります。

スーパーなどの商品価格と比較して農産物直売所の商品を買うかどうかの分かれ目となる価格を消費者に聞いたところ、「ほぼ同等の値段であれば買う」との回答は意外にも多く三二・一％で、「高くても買う」の六・六％と合わせると全体の四割近くとなりました（図9）。

この結果から、価格以外の要素を評価している消費者が多数存在することがわかります。流通経費を除く分、直売所商品のイメージは長らく「安さ」にありましたが、今日では新鮮さなど、低価格以外の直売所の魅力にも、一定程度の消費者が気付いています。

直売所のさらなる発展のためには、利用者のこうした声に耳を傾け、経営改善に取り組んでいく必要があります。

（情報戦略部　清水　良高）

〔調査要領〕

● 調査対象
日本全国各県の一般消費者（二〇歳代～五〇歳代の男女一〇二五人）

● 実施時期
二〇一二年一一月

● 調査方法
インターネットおよび面談調査

図6　直売所の立地要望

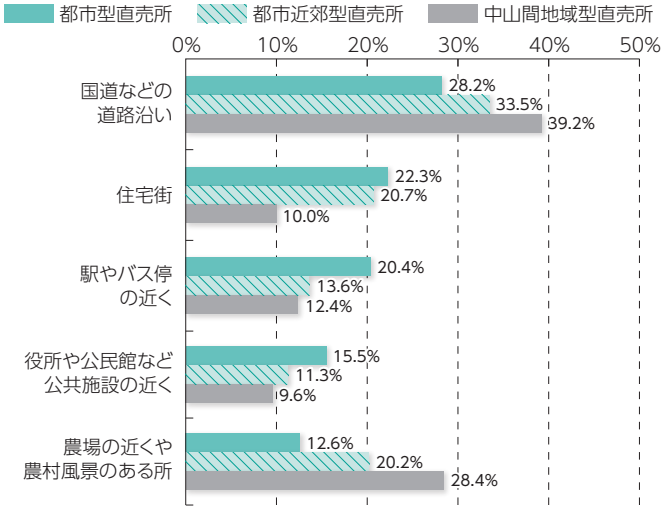


図7　直売所の品揃えへの不満
（「不満はない」等の回答除く）

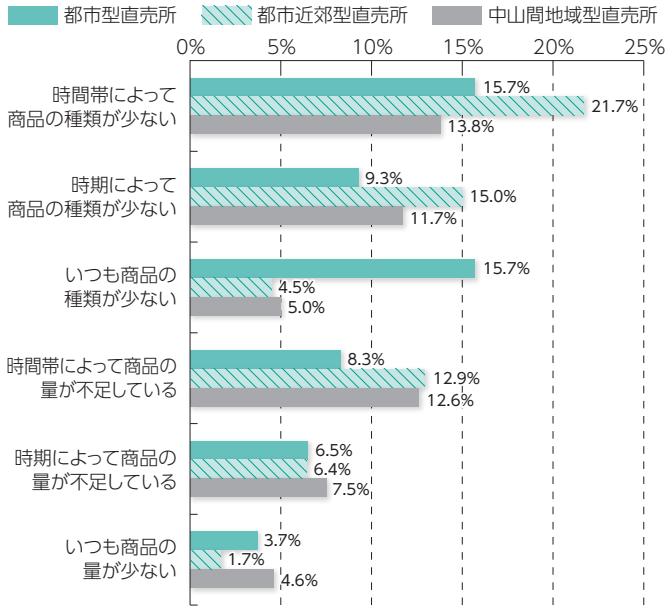


図8　直売所に望むサービス・イベント
（「特にない」等除く）

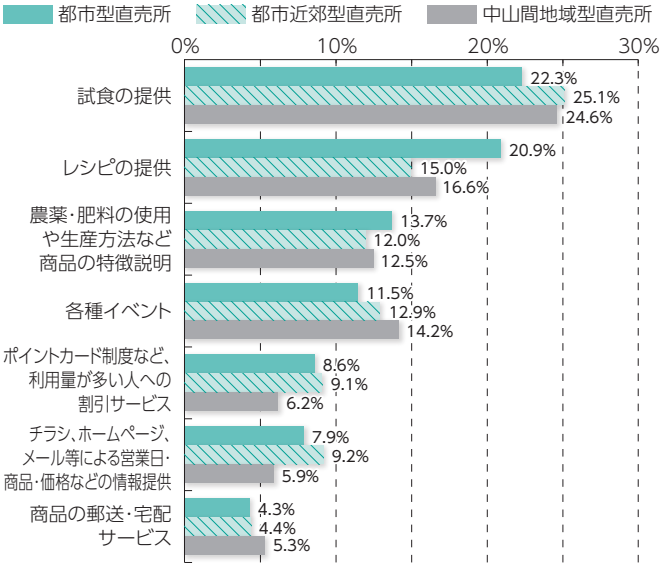
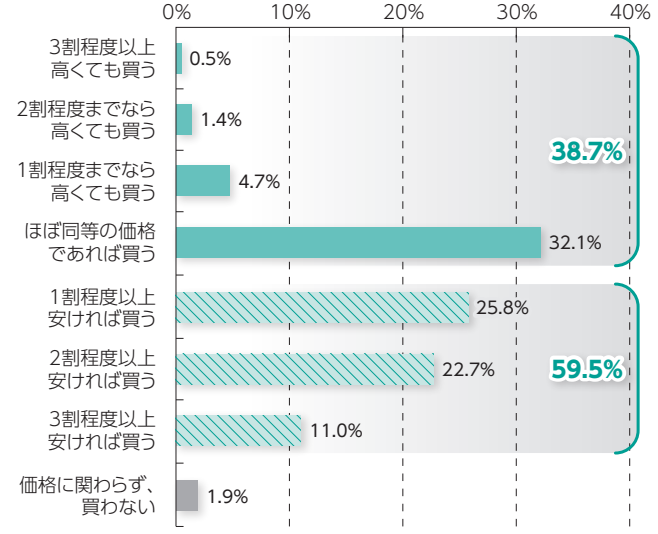


図9　スーパー等の他店舗の商品価格と比較し、直売所の商品を買うかどうかの分かれ目となる価格



糞を出す仕事も
豚たちの健康を知るには
自分でやらないと、ネ。
どんどんと人任せには
できなくなって…

農と食の邂逅

高橋 佐和子さん

北海道せたな町
高橋とんとん診療所　獣医師

良質な豚を生産するには、データをもとにした個体管理が重要になる。獣医師の妻のサポートで、農場の成績がよくなる。生産した豚は地元の人たちにも食べてもらいたい。地元の人たちのためになる農場を目指す。

p.19
初産の豚の出産を見守る佐和子さん。快活で周囲をパッと明るくする雰囲気を持っている。学生時代に訪れたメキシコが思い出深く、将来は中南米に渡り、養豚の技術指導に携わりたいという夢も持っている。そのためにスペイン語も勉強中

p.20
右／一頭ずつ細かいデータを取り個体管理を行なう
左上／やさしい笑顔が絶えない洋平さんと
左下／2人の子育て（咲紀ちゃん、ひかりちゃん）真っ最中

獣医師目指し沖縄から北海道へ

豚は一度に一三頭前後の子豚を産む。全て産み終わるのに早い豚で二時間、難産だと六時間はかかる。高橋佐和子さん（三二）がとりわけ気をつかうのは初産の豚だ。「神経質になりがちで、お乳を強く吸う子豚を嫌がるようだとお乳のあたりをマッサージします。気分が落ち着くようですよ」。

夫の洋平さん（三三）が社長を務める有限会社高橋畜産には母豚一五〇頭がいる。毎週、七～八頭の割合で行われる分娩の全てを佐和子さんがケアする。

分娩が始まったばかりの母豚と産まれた子豚の観察を続ける佐和子さん。細かな動き一つも見逃さない。数時間前、最寄りのバス停まで来てくれた時に見せたさわやかな表情とは打って変わって、鋭くそして真剣なまなざしで豚を見守る。

子どもの頃から動物が好きで、獣医師になろうと決めた。故郷の沖縄県には専門の教育機関がなく、遠い北海道の酪農学園大学に進んだ。「大きな家畜を相手に治療することもあるので、体力をつけておこうと高校から柔道も習いました」。

念願の大学に入り、柔道部にも入部。そこで知り合った人が、父親が始めた養豚業を継ごうと酪農学園大学酪農学科に進んだ洋平さんだった。「手ぬぐいをマフラーがわりに首に巻き、手袋がわりに軍手をはめている姿がすごく光って見えて（笑）」。洋平さんは「きれいな人だな」と一目惚れ。運命の糸に互いが手繰り寄せられた。

卒業後、佐和子さんは洋平さんの養豚場に比較的近い函館市にあるペットなど小動物を治療する動物病院に勤務した。「将来、結婚したらせたな町で動物病院を開業するつもりでした」。ところが二〇〇五年、高橋畜産の代表だった洋平さんの父、貞光さんがせたな町の町長選挙に立候補することになり、洋平さんは貞光さんから急きょ、経営を移譲された。洋平さんを支えるのは佐和子さんしかいない。〇六年に二人は結婚。佐和子さんは洋平さんと共に農場の仕事を始めると同時に家畜動物を診療する「高橋とんとん診療所」を立ち上げた。

獣医師という仕事の奥深さ

当初、自社の豚以外に、周辺農家の家畜の診療も行なえればと思った。しかしみずからも養豚業を営み、自宅も農場内にある獣医師が他の農家に治療に出向くのは、家畜伝染病の予防上望ましくない。せたな町に多い乳牛の治療は農業共済の獣医師が主に担当する。かつては十数軒あった養豚農家も高橋畜産一軒のみになった。必然的に高橋畜産の仕事に専念することになった。

「最初は分からないことも多かった」というが熱心に業界誌やセミナーで学んだことを実践するというやり方で覚えていった。

「獣医師の仕事は豚の病気を治すことだ

と思っていた」という佐和子さん。一つの出逢いを契機に獣医師の仕事の奥深さを知った。日本養豚開業獣医師協会（JASV）に加わり、全国で活躍する獣医師の先輩たちと交流するようになってからだ。

同協会に属する獣医師たちは、診療のみならず顧問先の養豚場を定期的に訪ね、豚の健康管理、農場管理を指導し、顧問先の養豚家と共に課題を見つけ、改善策を見出すといういわばコンサルティングに携わっている。会員は二八名だ。

「病気を治すだけじゃなく、病気の予防に重点を置くという考え方。母豚あたりの産子数、離乳頭数、分娩率といったデータを分析し、農場全体の成績に目を配っていくのです。『うわ、獣医師の仕事はこんなに幅広いのか』って目からウロコでした」。

農場の目の前にそびえる狩場山。1993年の北海道南西沖地震で迷い犬になり、高橋家に引き取られた「ぎん」も家族の一員だ

ここから佐和子さんの仕事の仕方が変わっていった。糞を出す仕事も漠然とやるのではなく、一頭ごとの健康のバロメータとして観察する。「自分でやらないとわからない。どんどん人任せにできなくなってしまって」。

JASVに加入する前、農場の子豚たちは下痢になって体が汚れたり、風邪をすぐひくのでくしゃみやセキをしたり…というケースがあった。しかしある日、子豚のひどい下痢に悩んだ佐和子さんはJASVの獣医師たちに一斉メールで「対処方法がありますか」と投げかけると即座に的確な処置方法が返信され、下痢は解消した。

以来、先輩の獣医師を見習い、高橋畜産でもデータをとり、個体管理をするようにした。一、二年たつと農場の成績が確実によくなった。「巡回の家畜衛生保健所の人から、『豚の肌ツヤがよくなったね。揃いがよくなった（子豚の大きさが揃っていること）』と言われるようになりました」。成績に手応えを感じ、家畜の飼養衛生管理の手法でもある農場HACCPの指導員資格も取得し、自社で作業や行程をマニュアル化するなどの取り組みを始めた。「一つ手応えが見つかると、次々やりたいことが出てきてしまう」と目を輝かせて話す。

佐和子さんの活躍を支えているのは洋平さんだ。獣医師と経営者。時として方針や考え方が対立するのでは?と思ったが、二人にそんな懸念は不要だ。仕事ぶりを見れば、互いに信頼し、何でも相談しあう抜群のコンビだと一目瞭然で分かる。「佐和には分娩舎の仕事に少しでも集中してもらえるようにしています」と洋平さん。可愛い二人の娘の子育てもうまく分担している。

次の目標は地元での精肉店

豚は、年間で約三〇〇〇頭を出荷する。このうち一〇〇〇頭は「若松ポークマン」というブランドで周辺のAコープで売られ、飲食店でも使われる。脂があっさりしているが、肉にはうま味が詰まっていて評判も上々。しかし農場があるせたな町には固定した販売先がまだない。「地元の人に食べてもらい、地元の人に広めてもらう。そんな地元の人たちのための養豚場になれればと思います」と洋平さん。近い将来、せたな町内に精肉店をオープンするつもりだ。「JASVの先生たちから『獣医師なのにどこまで手を広げるの?』と言われそうですね」と佐和子さんは微笑む。

せたな町は北海道の南西部にあり、日本海に面している。山あり、海あり、日本一の清流と言われる後志利別川（しりべしとしべつ）など手つかずの自然に恵まれた地だ。そこで互いに手を携えて養豚経営を営む。助け合い、成長していくことが人間の暮らしの原点であることを、二人から改めて教えてもらった。

（青山浩子／文　河野千年／撮影）

耳よりな話

発酵TMRの魅力

日本政策金融公庫
テクニカルアドバイザー
加茂 幹男

TMR（Total Mixed Rations）は、牧草やトウモロコシといった粗飼料に濃厚飼料やミネラル、ビタミンなど乳牛が必要とする養分量に応じて混合調製した飼料のことです。また、混合した粗飼料と濃厚飼料が分離しないように加水する場合があります。

TMRには、乳牛に給与する全ての飼料が混合されているため、給飼の機械化・自動化が容易で、作業の省力化ができます。また、牛による飼料の選び食いが少なく、牛の第一胃での発酵が安定しているため、牛の健康によいと言われています。

今回取り上げる発酵TMRは、水分量の多いサイレージや食品残さと濃厚飼料などを適正な水分で混合調製し、密封・貯蔵して乳酸発酵させた飼料です。

開発当初は、ビニールを内装したトランスバッグに原料を詰め込み、脱気・密封してサイレージ調製が行われていました。このため、労力を要する作業が強いられるハンディキャップがありました。

しかし近年は、細断型ロールベーラやコンビラップを活用した発酵TMRの調製・利用技術が開発され、地域のTMRセンターでの利用が拡大したため、発酵TMRの流通に広がりが出てきました。

その特徴は、発酵品質が良好で、嗜好性もよく、長期貯蔵が可能であり、開封後の変敗が発生しにくいことです。

また、これまでは水分量が多い、嗜好性が悪いなどの理由から全く利用されなかった粕類などの食品残さが、飼料として活用できるようになります。

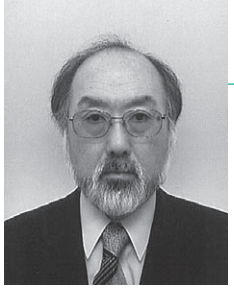
このため、TMRは飼料自給率の向上や畜産の持続的発展への貢献が期待されています。

トウモロコシなどから発酵TMRを省力的に調製するコンビラップ（左）とロールベール（右）。写真:タカキタ株式会社提供

最近の研究成果によると、稲発酵粗飼料や飼料用米を中心に、生稲ワラ、生米ぬか、焼酎粕、豆腐粕、でんぷん粕、および茶殻などの地域資源を活用した発酵TMRが開発されており、地域産業の活性化にもつながっています。

一方、秋から冬季に外気温度が低い環境下で調製された発酵TMRは、乳酸発酵が十分に進まないことが畜産草地研究所の松山裕城氏らによって報告されています。このため、低温環境下でも乳酸発酵が着実に進行できる調製技術の重要性が指摘され、低温耐性を有する乳酸菌の研究が行われています。

畜産草地研究所では、夏季においても乳酸発酵が可能な高温耐性を有する乳酸菌の探索や、良好な乳酸発酵が期待できない稲発酵粗飼料用の乳酸菌の開発などに成功しており、今後の展開が大きく期待される状況です。



Profile

かも みきお
1950年、北海道生まれ。岩手大学農業機械学科卒業後、農林省東北農業試験場入省。農林水産技術会議事務局、（独）農研機構近畿中国四国農業研究センター四国農業研究監、（独）農研機構畜産草地研究所草地研究監などを経て、2010年から日本政策金融公庫に勤務。専門は畜産草地で、主な研究対象は、飼料の収穫・調製・給与など。

役場辞め株式会社を設立

「これからは、農業者は農産物をつくるだけではなく、みずから付加価値を付けて積極的に販売に乗り出さないと生き残ってはいけない。特にコメに関しては自社で独自のブランドをしっかり構築し、差別化を図っていくことが大切だ」

株式会社小林農産社長の小林秀行さんは、真新しい事務所の一室で、将来の事業展開をこのように熱く語った。まだ三一歳の若手社長だ。

小林農産のある三重県明和町は、伊勢平野の南部に位置しており、伊勢神宮にも近い。清流で知られる宮川の水にも恵まれ、肥沃（ひよく）な土地柄であり、県下有数の稲作地域だ。

小林さんは家業の稲作を継ぐため、七年前に伊勢市役所を退職し、父親から経営を徐々に引き継いだ。引き受ける以上は経営の発展が大事と、二〇一一年に株式会社小林農産を設立し、精力的に取り組んだ。

就農当時は二五ヘクタール、年商三〇〇〇万円ほどの経営規模だったが、その後、借地によって規模を拡大し、現在は約一〇〇ヘクタール、年商は約六倍となった。

農地の借り受けに当たっては、地域の理解と協力を得るために粘り強く活動し、努力を重ねた。その際、役立ったのが田植え、収穫などの作業受託だった。

「作業受託により、地主の人たちとの信頼関係を築くことで、それをベースに安心して農地の利用を任せてもらえるようになった」という。

有機肥料でこだわりのコメ

そんな小林さんが今もっとも力を入れるのは冒頭の意気込みのとおり、生産物の付加価値向上を踏まえた自社ブランドの構築と販路開拓による直販の強化だ。

農業の将来に不透明感が強まる中、生き残るためには自社の独自性を打ち出し、消費者に支持されるものを常に提供していかなければならないとの思いがある。

小林さんの考えはまず、「おいしいコメ」が必要である、ということだ。コメづくりに適した土壌の持ち味をさらに生かそうと、小林さんは、試行錯誤を重ねた。その結果、化学肥料の替わりに堆肥や米ぬかなどの有機肥料の使用にたどり着いた。

チャレンジし続けることが大切と語る小林さん

経営紹介

コメのブランド化で強み発揮 借地で100haに経営拡大

三重県明和町
株式会社小林農産

設立●2011年1月
資本金●500万円
執行役社長●小林 秀行
事業内容●コメ・麦・野菜の生産、餅の製造・販売

このようにしてつくられた小林さんのコメは、コメ本来の甘みがある上、しっかりとしたつぶ感と強い粘りも加わって、炊き上げたご飯が冷めてもおいしいとの評判を得た。小林さんが狙っていた付加価値の部分だ。

また、安全性にもこだわり、農薬の使用を可能な限り抑えるようにし、残留農薬検査も徹底して行うなど安全の証明にも気を配った。

そのかいあって、三重県独自の認証制度である「みえの安心食材」の認証を受けた。

しかし、おいしいコメをつくっても、それだけで販売が順調に伸びると考えるのは甘い。販売先を確保したり、消費者へのPRも積極的に進めていく必要がある。小林さんのこだわりでもあるブランド戦略も重要なポイントだ。

付加価値付けて直販

このうち、販売に関して、小林さんは就農後、地元スーパーや飲食店への直接販売や、インターネット販売へ切り替えを徐々に進め、ほぼ全量をさばけるようになっていた。

さらに、それまでは県内での販売を優先してきたが、今後は東京都内を中心に全国各地の有名デパートなどへの販路開拓に挑むことが必要だ、と小林さんは考えた。

その中軸となるのが、自社で栽培した特別栽培米だ。三重県はほかの有名なコメ産地と比べて、消費者への認知度やブランド力での見劣り感が否めないため、自社で販売するコメのオリジナリティーをいかに構築し、消費者にPRしていくかを考えた、という。

小林さんがたどり着いた結論は、おいしさや手間ひまかけた栽培手法に加えて、伊勢という平安時代より前から稲作を行ってきた由緒と格式のある土地のコメであることをアピールすることだった。

「宇田ひかり」ブランドで

古くから「宇田」と呼ばれてきた地域名と品種名のコシヒカリから「宇田ひかり」と名付けた。ホームページなどで、その由来を説明して、自社商品の独自性やストーリー性を打ち出すことにした。

さらに、小林さんのアイデアで、贈答用に高級感のある桐箱入りの商品を試みた。そしてデパートのバイヤーを訪問してPRしたり、日本公庫の「アグリフードEXPO」をはじめとする各種商談会にも積極的に出展し、販路開拓に取り組んだ。

このようなほかの農業者とはひと味もふた味も違う努力が功を奏して、デパートとの取引が成約するなど、徐々に評価が高まったのだ。

さらに二〇一一年秋から、自社で栽培したもち米を使った餅の開発・製造を開始した。

従来はもち米のまま出荷していたが、単価が安く、品質の良さも評価されにくいため、昔ながらの杵つき餅の自社製造に乗り出した。

特に、地域の特産品である「伊勢茶」や地場のしょうゆを用いた杵つき餅は、本来のもちもち感やほどよい弾力があることに加えて、しょうゆの香ばしさや緑茶の豊かな風味が楽しめるとあって、商談会などでも好評だ。

この餅の製造を開始してまだ間もないが、六次産業化法にもとづく総合事業化計画の認定も受けている。

小林さんとしては、地域素材にこだわってつくった今後の有力商材として、全国展開に向け一層の販売拡大に力を注いでいく考えだ。

このような付加価値の向上や販路の拡大に向けた取り組みには、そのための事業インフラが不可欠となる。

以前はコメの選別・精米は委託業者に任せていたが、二〇一一年に色彩選別機や精米・乾燥施設、低温倉庫、餅加工施設を自社に整備した。これによって、コスト削減に加えて、コメの受注・発送や餅加工などに柔軟に対応できる体制を整えたのだ。

小林さんは、「農業をビジネスとして捉えることが大事だ。利益を上げていくためにも、日々、さまざまなアイデアを試行錯誤しながら事業化に向けて活用していく。まさにチャレンジし続けることが大切だ」という。

将来は輸出にチャレンジ

小林さんは付加価値向上へ向けた次の取り組みとして、今年から自社のコメを用いた日本酒醸造に挑む意向だ。地元の醸造業者と相談し、その準備を進めている。

そして、いずれは自社のブランド米を、海外にも輸出していきたいという。数年前まで役場の職員だった小林さんも今ではコメの輸出にまで意欲を示す、夢とチャレンジ精神のあるたくましい〝農業経営者〟となった。

（情報戦略部・田口　靖之）

多論百出 OPINION

川口英信税理士事務所
川口 英信
（四三歳）

●かわぐち　ひでのぶ●
一九六八年和歌山県生まれ。九二年税理士試験合格。九三年税理士登録。九〇～九五年、大阪市内の会計事務所で税務、財務コンサル業務に従事。九五年一一月、和歌山県みなべ町にて事務所を開設し現在に至る。好きな言葉は「人間は自分の一念通りの人生を生きる」。

皆さんは、梅干や梅酒はお好きでしょうか。梅の生産量は全国で一二万トン。このうち約三万トンを生産するのが、全国一の梅の里と言われる和歌山県のみなべ町です。そのみなべ町で税理士事務所を開設して一七年間、地域産業である梅干産業を見てきました。

昨今は、長引く景気低迷により高級品が売れず、逆に「つぶれ梅」などの低価格品が売れ筋になっているのが大きな特徴です。梅の豊凶による相場の変動はありますが、価格の傾向は右肩下がりです。

そこで、梅農家のナマの声を聞こうと、昨年六月に日本公庫和歌山支店と共同で、私のクライアントの方々一二七先にアンケート調査を行い、七五先から回答を得ました。

その結果、経営が苦しいと感じている先（苦しいまたはやや苦しいと回答した先）が全体の九二％。その原因として資金繰りが全体の八一％を占めており、経営の維持・安定のために何らかの取り組みが必要な状態であることが分かりました。

資金繰りが特に苦しい先の経営状況を見ると、売り上げが好調だった時期に受けた融資の返済が、資金繰りを圧迫していることが明白でした。通常、金融機関に新規融資や借り換えを申し込んだ場合、過去三年ほどの決算の実績と、向こう三～五年間の経営予測により融資の可否が判断されます。

しかし梅農家の場合、梅の木は新植してから七年で成木となり、樹齢一〇年生あたりから収穫量が大幅に伸びていきます。

どの農家も樹園地を合理的に区分し、梅の木の生育年数が分散するように、計画的に改植（古木から若木への植え替え）を行っていますが、必ずしも毎年の収穫量が平準化できているとは限りません。

たとえば、三年目までは収穫量が低迷するものの、四年目からは年ごとに増加し、八年目以降には現在の倍程度になる、といったケースもあります。そのため、梅農家の経営を考える場合、前後数年では判断

経営を安定させ、維持するために
梅干産業は海外進出に取り組みを

できず、より長期にわたって見てもらう必要があります。

日本公庫では農業経営サポート事業として、税理士などに農家の経営計画の策定支援や経営助言を委嘱しています。私も一昨年からこの事業を受嘱し、資金繰りの改善や生産・販売方法の見直しなど一歩踏み込んだ支援を行っています。

そこで、クライアントである梅農家や梅干加工業者の経営をサポートする中で、梅干産業の課題に対する次の一手として考えていることを、この場を借りて提案させていただきたいと思います。

これからの日本の農業にとって重要な市場になっていくのは、中国を中心としたアジアです。特に中国では経済成長に伴い、食材の安全性への関心や健康志向が高まっています。

梅干の健康への効用は、糖尿病の予防、動脈硬化の抑制などが既に明らかにされており、地元の和歌山県立医科大学でも継続的に研究されています。安全で高品質な日本の農産物への期待と需要は、より一層高まっていくと考えられます。

私は梅干メーカーに、中国市場への展開を尋ねますが、皆さんは決まって「中国の人は梅干を食べない」「中国でのビジネスはリスクが高い」といった理由から「中国市場への進出は、今は全く考えない」と言うのです。しかし、これは重大な機会損失だと思います。

日本人でさえ、梅干は塩辛いものだというイメージを持っていますが、ハチミツ漬けの梅干は梅の風味を生かしつつ、甘くて食べやすく、赤ワインの好きな方には肴（さかな）にもなるほどです。油を多用する中国料理には、梅干が仕上げの一品として最適だと思います。

和食の繊細なおいしさや高い品質、日本の農産物の安全性は、まだまだ世界から十分に認識されているとは言えません。しかし、日本の食文化と共に、それを引き立たせる農産物が、これからの産業の成長分野になることは間違いありません。特に高齢化が進む中国の人たちの健康志向にビジネスチャンスがあります。梅干産業は可能性を求めてチャレンジすべきです。

私は、梅干産業の海外進出のために、農家と加工・販売業者の経営革新に取り組んでいきたいと思います。

シリーズ　変革は人にあり

澤井 隆男さん

近江牛のアジア輸出に意欲 和牛と一緒に日本食文化も

滋賀県
有限会社澤井牧場

近江牛の産地、滋賀県で黒毛和牛を肥育する。「味がよく安心・安全な自慢の近江牛を日本の食文化の担い手として輸出したい」という夢がある。

二年前の口蹄疫問題が尾を引き国産の牛肉輸出は米国などから「待った」がかかっているが、「受け入れに柔軟なタイ、シンガポールの新興アジアへの輸出で事態打開を図りたい」と意欲的だ。

黒毛和牛一六〇〇頭を肥育

――和牛ブランド近江牛として、黒毛和牛を一六〇〇頭も肥育されているのは、すごいですね。牧場経営が面白くて仕方がない？

澤井　面白いです。黒毛和牛はおとなしく従順です。すくすくと育つのを見るのが日々、楽しみです。牧場経営はやりがいがあります。

――一九七五年に澤井牧場がスタートし、当初は今から見れば、少ない肥育頭数だったのでしょうね。

澤井　その年は、私自身が牧場経営にかかわりはじめた年です。家畜商だった父親が近江牛の肥育に手を広げ、私も小さいころから牛の飼育などにかかわっており、家業を引き継ぐのは当たり前と思っていました。

七五年当初は、八〇頭でしたから、今と比べると大違いです。

――個人経営から二〇〇二年に法人化され、着実に経営拡大されていますが、どういった経営方針ですか。

澤井　生後一〇カ月の子牛を南九州方面から買い付けた後、牧場で二〇カ月間肥育し、生後三〇カ月の成牛を出荷するのが基本です。

当初の経営目標は「一日当たり一頭の出荷」を目指し、牧場での肥育二〇カ月とすると、肥育頭数では六〇〇頭ぐらいが必要になります。それに向けて必死で頑張ったら、一〇年後に、その頭数が実現し、二〇〇〇年代に入ると一〇〇〇頭を超したため、個人経営では限界があると、法人化に踏み切ったのです。

輸出比率二〇%は成算あり

――牧場経営は海外依存の高い飼料代に振り回されるリスクがあるなど容易ではないと聞きますが、経営のポイントはどこに？

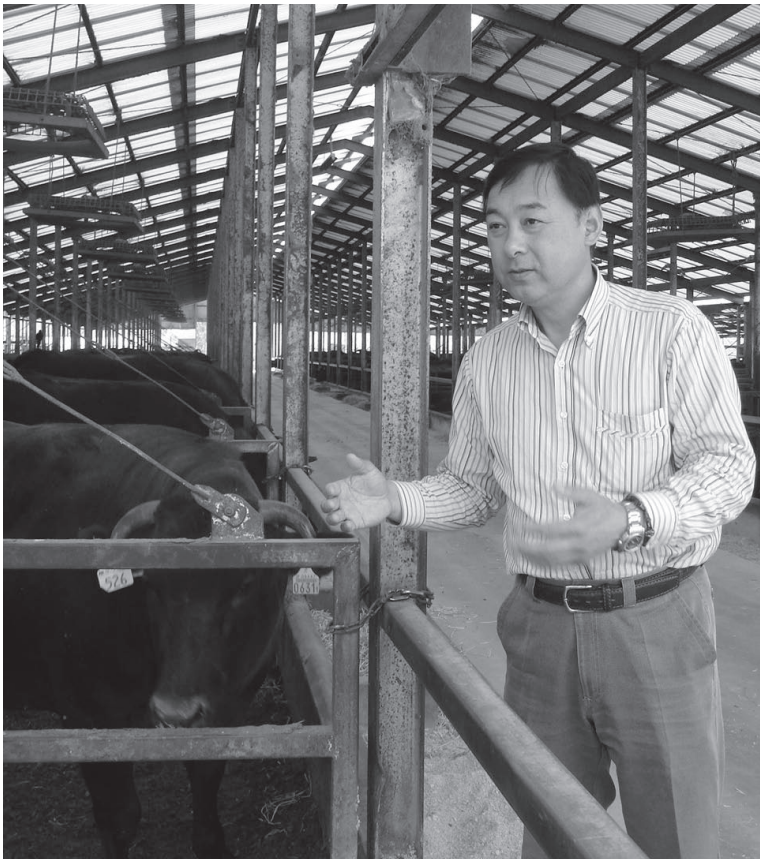
澤井　近江牛というブランドにも恵まれていますが、私は肉用牛の品質をよくして市場評価を得るには、人の取り組み姿勢など変われば味も変わる、という点で、意識改革が大事と考えています。

だから経営者と従業員が一体となると同時に、従業員がプラス思考で意欲的に働けるよう部外者からの助言をいただき、プロジェクトチームをつくっています。

それと澤井牧場の場合、会長の父、それに私、長男の三人がスクラムを組めるような体制も強みです。

――興味深いのは、澤井さんご自身の和牛輸出への取り組みです。輸出比率は全体の二〇%とか。

澤井　そうです。私たちの生き残りのため、ということもありますが、私は、より積極的に、日本の和牛肉に対する海外での需要の強さを考えれば輸出にチャレンジすることが必要


自慢の近江牛の前で経営を語る澤井社長

Profile

さわい　たかお

一九五七年滋賀県生まれ。五五歳。高校を卒業した七五年にスタートした澤井牧場の経営に当初からかかわる。二〇〇二年に農業生産法人・有限会社澤井牧場を設立し代表取締役社長に就任。近江牛の輸出に意欲的で、近江牛輸出振興協同組合の代表理事を務める。滋賀県家畜商業協同組合理事なども兼務。

Data

有限会社澤井牧場

本社は滋賀県蒲生郡竜王町。澤井隆男代表取締役社長。資本金一〇〇〇万円。一九六二年に現会長の父、喜四郎氏が家畜商免許を取得し、肉牛のブローカーとして活躍。七五年に第一牧場を建設、八〇頭の肥育牛経営に。二〇〇二年に法人化。年商一〇億円。社員は一四人。

で、大きく戦略的に位置付けるべきだと考えています。二〇％の輸出比率は十分に成算があります。

米国の輸入解禁待ち遠しい

――和牛の輸出はいつごろから？

澤井　七年前に米国に輸出したのが最初です。当時は、ラスベガスのホテル向けをメーンに、主として米国西海岸で販売する計画で、ロサンゼルスに加工場を持ちました。

近江牛に対する需要の手応えもあり、その後、米国のパートナーがニューヨークやシカゴまで営業に回ってくれました。

――牛肉消費大国の米国への輸出は大きなチャレンジだったのでは？

澤井　今、米国には残念ながら、輸出できません。二年前の日本の口蹄疫問題で、米国政府が日本からの輸入をストップさせる措置を取ったため、現在は安全上、問題なしというお墨付きが出て解禁になるまで、待つしかないのです。

しかし、米国内での和牛肉に対する需要は極めて高いので、輸出再開になれば、米国産牛肉とも十分に競争できます。そのことで、面白い話があるのです。

――どういった話ですか。

澤井　ニューヨークのある寿司レストランの日本人経営者が関東地方出身の方で、同地方のブランド牛を使っておられたのですが、うちの営業マンがサーロイン部位の近江牛をサンプルで持ち込んだら、味のよさにほれ込んで近江牛に切り替えてくださったのです。

その店は、フランスの世界的なレストランランキング、ミシュランの評価では三ツ星になり、近江牛を使った昆布締めの料理を提供し、これが評判になって近江牛の評価も上がったのです。これで、さらに自信を持ちました。

――あとは米国での和牛肉の解禁を待つのみですね。

澤井　そうです。米国の牛肉に対する消費者の需要は桁外れに大きいです。だから、綿密に輸出戦略、マーケット戦略を立てれば十分に成算があります。米国の対日輸入解禁が待ち遠しいです。

もちろん、新興アジアも、日本の和牛輸出先としては今後、大きなビジネスチャンスとなるはずです。

タイのフェアで近江牛が完売

――やはり、新興アジアへの関心も高いようですね。

澤井　そのからみでいうと、実はとてもうれしい話があります。昨年一〇月、タイのバンコクで関西地域の食品などをアピールするフェアが開催された際、輸出拡大のチャンスと近江牛を出品しました。

会場のデパートで一二日間にわたってフェアが続いたのですが、近江牛澤井牧場コーナーでの和牛肉の試食会に人気が集まり、四日目で完売だったのです。これはいけると手ごたえを感じました。

――ステーキ肉で販売したのですか。

澤井　二〇〇グラムのパックにしてステーキ用としゃぶしゃぶ用のスライス

肉の二種類で売り出しました。しゃぶしゃぶがタイでは慣れない食べ方なので、タレをポン酢とゴマダレの二つ用意し、会場で実演して試食会を行いました。人気を呼んだのは、しゃぶしゃぶ用のスライス肉だったのです。

――実演が功を奏した？

澤井　試食会で最初に反応したのは、初日に来た富裕層とみられるタイ人で、「日本の和牛肉の値段は高いが、おいしい。しゃぶしゃぶという食べ方がなかなか面白い」とすっかりお気に入りなのです。

　そのタイ人が一日おいた三日目にまたやってきて、何と「ショーケースのしゃぶしゃぶ用のスライス肉をすべて買いたい」との話。同時に、ポン酢とゴマダレも欲しいというのです。

――そのタイ人の買い方に刺激され、他の人も買う気に？

澤井　そうです。このタイ人の「和牛肉のしゃぶしゃぶは、なかなかおいしい」という店先での口コミが広がり、ショーケースに補充した後も、近江牛の売れ行きがいい。四日目で持参した近江牛肉の手持ちがすべてなくなりました。これは、うれしかった。

戦略さえ持てば売れる確信

――新興アジアで売れる、という確信を持ったのですね。

澤井　シンガポールにはすでに輸出していましたが、このタイで開催された関西フェアでの売れ行きを見て、ステーキ肉の売り込みと同時に、しゃぶしゃぶのような食べ方を伝えれば、潜在需要も見込めそうなので、戦略を練って工夫すれば十分に売れると確信しました。

――タイで売れるなら、他でもビジネス展開が期待できると？

澤井　そのとおりです。タイは新興アジアの食文化の中核かつ近隣国との中継地点でもあり、戦略的に特化することが大事だと思いましたね。

――今、アジアではどんな輸出展開をされているのですか。

澤井　タイ以外にはシンガポール、マカオです。香港は滋賀県食肉センターが輸出許可の申請中です。新興アジアは今、成長志向が強い上に勢いがありますから、期待の市場です。

　特に、シンガポールは重要市場で、滋賀県自体も力を入れており、滋賀県知事が昨年、トップセールスをしてくださいました。今は、シンガポールだけでなく、マカオでもホテル向けに輸出していますが、マーケットリサーチをして富裕層などをターゲットに近江牛の味のよさ、食べ方をアピールしたいです。

――味や品質がいい、安全で安心といった日本の食文化そのものが新興アジアで定着しているのも強みですね。

澤井　そのとおりです。今や和牛（WAGYU）は普通名詞になるほど、日本の食文化を代表する食材になっています。和牛のみならず、日本の食文化をアピールしながら、さまざまな日本の農産物などを売り込むチャンスだと思います。

――中国などがサシの入った牛肉を生産し追随してくる可能性は？

澤井　その点に関して私は、近江牛は他の国でもまねができない国の宝であると思っています。それに澤井牧場について言えば、飼料の配合技術をブラックボックス化し企業秘密にすることで、良質の牛肉が生産できるようにしています。競争力では負けないと思っています。

三〇〇〇頭肥育に拡大へ

――日本の畜産にとっては、自給率が低く、海外に頼らざるを得ない飼料が最大の弱みなのに、それを強みにするのはすごいですね。

澤井　海外依存の高い飼料は日本の畜産にとって泣きどころなので、さまざまな対応策が必要となります。私の場合は、長年の経験でつくり上げた飼料の配合を確立しています。独自の設計に基づき飼料会社が配合し、それを買い取るという形をとっていますが、飼料で肉の格付をよくするのは重要な対策なのです。これは安全・安心の対策にもつながります。

――欧州の厳しい安全基準、HACCPの許可もとっておられる？

澤井　もちろんです。肉用牛の生産は、安全対策が最重要ですから、万全の手を打っています。また、ふん尿を堆肥として活用するための大型プラントの完成もめどがつき、地元の農家との共生ということで、それらの堆肥も活用願おうと思っています。

――口蹄疫に原発事故の放射能汚染リスクも加わり、需給バランスが崩れているのが心配でしょう？

澤井　原発事故に伴う影響は関西地区では少ないですが、いわゆる風評被害で困っています。その意味でも、輸出で事態打開を図りたいです。

――今、黒毛和牛の三〇〇〇頭肥育を計画されているとか。

澤井　十分な需要予測のもと、それに見合う供給体制が必要で、いろいろ計画を立ててみたら、増頭可能と判断したのです。現在の第一、第二牧場を統合して生産体制を整えると同時に、新興アジア向けなどの輸出に一層力を注ぎたい。

（経済ジャーナリスト　牧野　義司）

Forum Essay
フォーラムエッセイ

娘へつなぐ食のリレー

フリーキャスター・気象予報士
根本 美緒

ねもと みお
1979年2月10日東京都出身。慶應義塾大学経済学部卒業後、東北放送でアナウンサーとして活躍。その後フリーとなり、現在TBS系「ごごネタ!クックTV」、CX「知りたがり!」などの番組に出演中。2010年7月31日に娘を出産し、日々の子育てに奮闘する姿をブログで公開中。
（ネモログURL・・・http://ameblo.jp/nemolog0210/）

「ママ、あむあむ・・・じょ～ずねぇ～」と私の食べるところを見ながら娘。今、一歳九カ月です。やっと大人と同じようなものを、こぼしながらも自分で食べられるようになりました。

娘にご飯を食べさせるようになって、気がついたことがあります。私の食の好みや舌の感覚は、まぎれもなく、母がつくり上げたものなのだ・・・そして、小さな頃から、料理をするのが好きだったという記憶があるけれども、それは母がやらせてくれたからなのだということです。私が小さな頃自慢にしていたのは、「チンジャオロースの中のピーマンの種は、私が取ったんだよ」ということ。小さな子でも容易にできる、ピーマンを半分に切り種と上のヘタの部分を手でもぎ取るという作業を、母は私にやらせたのでしょう。今でもピーマンのヘタを取るときに、楽しかった当時の光景を思い出すほどです。

最近、娘もやっぱり料理に興味を示すので、フライパンで作業をするところを台の上に立たせて見せてあげたり、オーブンのボタンを押させたりしています。すると不思議とおもちゃのキッチンで遊んでいるときも、やたらとレンジらしきもののボタンを押しています。食事も好みがはっきりしていて、私の好きな餃子は娘も大好きだし、初めてのものは警戒する。だからなるべく幅広くいろんなものを食べさせてあげないといけないと感じています。

私が結婚するときに、母は、分厚いファイルを三冊くれました。新聞に掲載されている料理コーナーを、二〇年以上毎日のように切り抜ききれいにファイリングしてくれていたものです。マメな母の性格を物語っていますが、「結婚するときにわたそうと思っていた」という言葉に、母はすでにそのとき、小さな私を育てながら、「食」というものの大切さを今の私と同じように感じていたのだなと思いました。

振り返れば、私をここまで育ててくれたのは母の料理。すごく丁寧で美味しかったなぁ・・・なんて今になって思ったりして。「食」というのが、最も母の愛を感じられるものなんだ。と、この年になって気がついた私です。

連載　地域再生への助走

むらづくり　まちづくり　ドットコム.com

「生きた文化財」守る活動に 地域らしさのシンボル目指す

山形県山形市
山形大学農学部　准教授
山形在来作物研究会会長　江頭　宏昌

オーナーシェフとの出会い

今回、地域活動の一環として取り組んでいる山形在来作物研究会をご紹介するにあたって、初めに、この研究会が実にユニークな研究会組織である、ということをお伝えしなくてはならない。

というのも、学者とイタリアンレストランのオーナーシェフという奇妙な取り合わせが発足と普及の推進力を生んだ研究会であるうえ、在来作物を守る情熱に関しては誰にも負けない、という思いを持っているからだ。

まず、研究会の名称になっている在来作物のことを申し上げよう。これは研究会が定義した言葉で「ある地域で、『世代を超えて』種子や苗（芋）を栽培者自身が維持しながら生活に利用してきた作物」のことである。

山形県には現在、合計で約一六〇品目以上の在来作物がある。その数は少ないとはいえない数かもしれない。

しかしこれらの作物の栽培者はたいてい七〇歳以上の高齢者で、後継者がいない。このまま見過ごせば、間違いなく大半が二、三〇年で消失してしまうだろう。

在来作物を守る意味はどこにあるのか。山形大学農学部の元教授で在来野菜研究の先駆者である青葉高先生によると、野菜の在来品種には二つの側面があるという。

一つは空腹や栄養を満たす食べ物としての側面。もう一つは、その来歴、地域の歴史、栽培・利用のノウハウ、その土地で生きる知恵などを伝えてきた「生きた文化財」としての側面である。

後者の側面こそ、在来作物の最大の特徴であり、それを守るべき意味もそこにある。またとえば観光客がその土地に来て、そこでしか食べられない貴重な作物や郷土料理に出会えたとしたら、旅の印象は大きく変わるだろう。

地元の人にとっては誇りにもなる。在来作物は時代が求める地域らしさのシンボルにもなり得るのである。

在来作物を生かす創作料理

パートナーともいえる奥田政行氏は、二〇〇〇年、鶴岡市（旧櫛引町）にアル・ケッチァーノというイタリアンレストランを開店したオーナーシェフである。

いつも食事中に挨拶に来てくれた奥田氏に、あるとき開店の理由を質問すると、地元の食材のよさを広く知ってもらうためだと言い、店の名前も（自分の足下にこんな美味しいものが）「あったのね」という意味の地元庄内地方の方言から付けたという。

私はその頃、助教授に着任したばかりで新しい研究テーマに取り組もうとしていた矢先であった。青葉高氏の著書「北国の野菜風土誌」や「野菜」を読んで「野菜の在来品種は『生きた文化財』である」という言葉に大いに触発されて

いた。

今度は地域に根差した作物の在来品種の研究を始めよう、現状を調査するためにも在来品種を栽培している農家を探して訪ね歩こうと決心していたのである。

コミュニティー雑誌で連載

〇三年六月に奥田氏から、地元コミュニティー雑誌「庄内小僧」で月一回の連載を始めないかと相談を持ちかけられた。タイトルは「奥田シェフ&江頭先生の在来野菜探訪記」。

開始当時、「在来野菜」なんて地元にはおひたしか、漬物にして食べるくらいの古くさいイメージしかなかった。しかし、一年後には在来野菜の呼称が知られるようになっていた。

連載は見開き二ページで、一ページに江頭が作物の由来や特性、農家の苦労などの聞き取った内容を紹介し、一ページは奥田氏が在来野菜で全く初めてのイタリアンスタイルの創作料理を提案することにした。

在来野菜はクセのある味を持っていることが多い。奥田氏は栽培者の気持ちをくんで、その野菜の個性ともいえるクセを殺すのではなく、逆に生かしながら広い年齢層に美味しいと受け入れられる調理法を編み出していった。

古いものに無関心だった若い人たちが次第に驚きと関心を持って奥田氏のレストランに足を運ぶようになったことは、在来野菜を次世代に伝えるための一つの踏み台になったと言える。

今にして思えば、〇二年、山形県を皮切りに全国で相次いで無登録農薬問題が発覚し、当時の山形県の農家や農業は、将来が見えない崖っぷちに立たされていた。当時の大半の農家にしてみれば、古くさくて生産性の悪い在来野菜なんて無意味だと思っていたかもしれない。

家宝として伝わったタネ

しかし、手間がかかる上にお金にもならない在来作物をなぜ一部の農家は守ってきたのだろうか。

農家に尋ねると、たとえ大きな儲けにつながらなくても、美味しいから、お世話になった人に喜んで食べてもらいたいから、家宝として伝わってきた種子を自分の代でなくしたくないからなどといった言葉が返ってきた。

profile

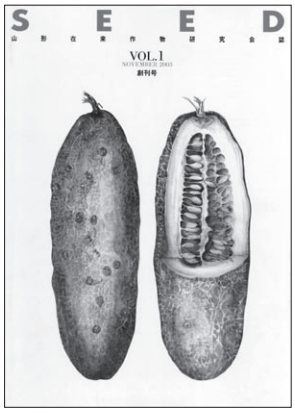
江頭 宏昌 えがしら ひろあき

1964年北九州市生まれ。90年京都大学大学院農学研究科修了。2001年より現職。農学博士。専門は植物遺伝資源学。「在来野菜は地域の文化財であり、保存が急務である」という故・青葉高博士の考えに共鳴し、山形の在来作物を中心に研究や保存活動に取り組んでいる。エダマメ研究会幹事。主な著書に「伝統食の未来」、「焼畑の環境学」（ともに共著）などがある。

山形在来作物研究会

失われつつある作物の在来品種に光を当て、その多面的な価値を再評価し、利活用を図ろうと、山形大学農学部の教員有志が中心となって2003年に発足した市民に開かれた任意団体。主な活動は年1回開催される公開フォーラムと会報誌SEEDの発行である。山形の在来作物を知るためのテキストとして「どこかの畑の片すみで」と「おしゃべりな畑」（以上、山形大学出版会）がある。

上：雑誌連載のため奥田氏（右端：奥田氏、左端：筆者）と紫折り菜の生産者を訪問（2004年4月、酒田市）
下：山形在来作物研究会設立記念シンポジウム（2003年、山形大学農学部）



在作研会報誌「SEED」。誌名は在来作物の「種子」を守ると同時に、教育研究、食文化、農業、食品産業に新しい「種」をまきたいという願いから

研究者の私にできることは、普段は声に出さない農家の今の想いを記録し、世間や未来に伝えることではないか。また農家が大切に継承してきた作物や農法の素晴らしさを経済的な価値だけでなく、より広い視野から裏付けを持って評価し、励ますことではないかという想いがふつふつと沸いてきた。

その後も新しい在来作物が見つかるたびに奥田氏にその特性を生かした新しい料理を創作してもらった。もし、調査・研究だけで終わらせていたら、今日の在来作物の広がりはなかっただろう。

本当に美味しい、なくすのはもったいないと思える感動的な在来作物の料理を食べる機会を、より多くの人々が持てたからこそ、在来作物の再評価が進んだのである。

在来作物を用いた新しい食文化を創造した功績として、奥田氏と後述する山形在来作物研究会が一〇年五月に第一回「辻静雄食文化賞」を受賞した。

市民に開かれた研究会

〇三年一一月三〇日、失われつつある作物の在来品種にもう一度光を当て、その多面的な価値を再評価し、利活用も図ろうと、山形大学農学部の教員有志が中心となり、高校生や主婦なども気軽に楽しく参加できる市民に開かれた山形在来作物研究会（会長は〇八年度まで元山形大学農学部教授の高樹英明先生。以下、在作研）が発足した。

発足当初約二六〇名だった会員が、現在は約四〇〇名。毎年テーマを決めて会報「SEED」を発行し、県内でフォーラムを開催している。

発足から二年後、幹事を中心に、料理人、県職員などが執筆者となり、隔週で四年間、計一〇〇回にわたり「やまがた在来作物」を山形新聞に連載し、県内の在来作物の来歴や特性、栽培や食文化を紹介した。

この連載の前半、後半、約五〇回ずつに、新たな書き下ろしを加え、山形大学出版会から〇七年に「どこかの畑の片すみで」、一〇年には「おしゃべりな畑」という本を出版した。

これらの本は地域の人々が共有できる在来作物のテキストとして、農や食に関心を持つ多くの人々に読んでいただいている。

一〇年に鶴岡市は「つるおか農商工観連携総合推進協議会」を立ち上げ、新たな地域ビジネスや事業開発が展開される環境を創るとともに、ユネスコ創造都市ネットワークの食文化都市への加盟を目指している。

後者の推進母体として、鶴岡食文化創造都市推進協議会（http://www.creative-tsuruoka.jp/）ができ、食文化アーカイブ事業や食文化映画祭の実施など、八つのプロジェクトを推進している。

具体的には、食文化アーカイブ事業の一つとして、在来作物のレシピ集「はたけの味」が刊行された（レシピ製作は農家レストランを経営する長南光・みゆきさん親子、監修は在作研）。

継承してきた農家の良心

また食文化映画祭の事業の一つを彩っているものに、鶴岡市出身の映画監督、渡辺智史氏が一一年に市民と一緒に製作したドキュメンタリー映画「よみがえりのレシピ」がある。監督がこの制作に取り組んだきっかけは、在来作物のテキスト本「どこかの畑の片すみで」だったという。

この映画は山形県内で在来作物の種子を守ってきた複数の農家、レストラン、小学校などにスポットを当て、食と農の本来的な意味を考えさせる内容になっている。また東京を含む国内の上映会、香港国際映画祭でも好評を博している。イタリアのスローフード協会本部はじめ、食育、農業団体からも関心を寄せられている。

以上、在来作物を活用した取り組みのほんの一部を紹介したが、とてもすべてを紹介しきれない。県や市町村の取り組みや、民間での取り組みも、特筆したい事例は数多くある。いずれも在来作物を取り入れた取り組みは、老若男女、異業種の人々が交流しながら仲よく生き生きと行われているのは不思議である。

最後に、これだけは申し上げたいことがある。それは、在来作物をこれまで土台から支えてきたのは、儲けとは無関係に良心と愛情を持って継承してきた農家たちである。

書評

『つや姫ー10万分の1の米』

五十嵐 佳子著

（角川学芸出版・1,575 円 税込）

味と姿の美しさに魅了され

青木 宏高
（NPO法人「良い食材を伝える会」理事）

稲のことは稲に聞け。また、八八の手間ひまをかけて豊かに実る。いずれもコメづくりの奥義を語っている。一日も欠かさず田んぼで稲を観察し、愛情を持って育てることを伝えているのだが、縄文時代から連綿と続く稲作には、コメだけでなく、人間の生き方に通じる示唆が富む。

出来秋になると、手塩にかけた新米を届けてくれる宮城県の農家から、一昨年は「ひとめぼれ」に代わって、「つや姫」が届いた。なぜ山形県のコメなのだろうかと不思議だった。

この本を書いた五十嵐佳子さんは、NHK朝のテレビ小説『ゲゲゲの女房』（武良布枝著）の原作本の企画に携わった人で、「つや姫」と同じ山形県の出身である。家族そろって米食が好きで、さらに食べるのは山形県産米である。一昨年、山形県の知人から「つや姫」を贈られ、「ひと口ほおばったとたん、これは美味しいと家族の顔がほころんだ。これはすごい米だ」と、食体験を記述している。その驚きのコメの正体を明かしたいという衝動が、この本『つや姫』を誕生させた。

副題の「10万分の1の米」とは育種の話である。「稲の育種には、約一〇年の歳月がかかる。交配して育てた数千の個体から、これはという有力な数個を選抜するまでに四年。その特長を見分けるまでにさらに三年。そして地域的な適否を判定するのにも四年」。これだけの歳月をかけ、一〇万もの個体からたった一粒の新しい品種が開発される。研究者の執念の数値である。奇跡的な確率で誕生した山形97号は、後に「つや姫」の商品名になって、コメ市場を席巻する「コシヒカリ」に追いつき追い越せと、県知事を先頭に今、大PR活動が展開されている。

コメは品種改良の歴史である。かつて東北に吹くヤマセに耐冷品種の「レイメイ」が育種されたが、このコメが東北農民を冷害から救った。

品種改良の目的は天候の克服や食糧不足に備えたものである。気候変動に対応する耐冷耐寒品種、病気や害虫に強い耐病品種、風雨に負けない多収品種など時代の要求に応える。現在は食味の時代である。産地は売れるコメづくりに拍車をかけ、全国の産地では激しいブランド米競争を始めている。「つや姫」もその中にある。

関税ゼロを掲げたTPP問題を抱え、グローバル化する経済の一方で、コメが日本人に関わってきた意味は重く、そして深い。

読まれてます　三省堂書店農水省売店（平成24年5月1日～平成24年5月31日・価格は税込）

	タイトル	著者	出版社	定価
1	TPPはいらない! グローバリゼーションからジャパナイゼーションへ	篠原 孝/著	日本評論社	1,680円
2	食の終焉	ポール・ロバーツ/著	ダイヤモンド社	2,940円
3	TPPで日本は世界一の農業大国になる ついに始まる大躍進の時代	浅川 芳裕/著	ベストセラーズ	1,575円
4	WTOドーハ・ラウンド10年の軌跡	山田 修路/著	大成出版社	945円
5	農は甦る 常識を覆す現場から	吉田 忠則/著	日本経済新聞出版社	1,890円
6	限界集落の真実 過疎の村は消えるか?	山下 祐介/著	筑摩書房	924円
7	食糧危機にどう備えるか 求められる日本農業の大転換	柴田 明夫/著	日本経済新聞出版社	1,890円
8	原発廃止で世代責任を果たす 放射能汚染は害毒 原発輸出は恥	篠原 孝/著	創森社	1,680円
9	日本農業の底力 TPPと震災を乗り越える!	大泉 一貫/著	洋泉社	840円
10	まだ知らされていない壊国TPP ～主権侵害の正体を暴く～	日本農業新聞取材班/著	創森社	1,470円

長野で「ぱてぃお大門 蔵楽庭マルシェ」を開催

日本公庫長野支店農林水産事業と株式会社まちづくり長野は、昨年に引き続き、直接販売会「ぱてぃお大門 蔵楽庭（くらにわ）マルシェ」を六月九日、一六日に開催しました。

県産農産物や加工品の周知、販路開拓のためのイベントで、二日間合計で県内の農業生産者や食品加工業者など一二団体が出展し、多くの来場者で賑わいました。

蔵楽庭マルシェは、九月までの毎週第二、三土曜日、一〇月は毎週土曜日に開催を予定しています。

長野支店は経営に役立つ情報の提供やマッチングを通じお客さまのサポートに積極的に取り組んでまいります。（長野支店）

各ブースとも自慢の商品をPRした

徳島で「アグリビジネスセミナー」を開催

日本公庫徳島支店農林水産事業は業務協力機関である徳島銀行と共催で、五月二四日、徳島市にて「アグリビジネスセミナー」を開催し、農業者や農業参入を検討中の企業など四六名が参加されました。

セミナーでは、講師にNPO法人イノプレックス代表藤本真狩氏を招き、「国内外におけるLED植物工場ビジネスの最新動向・ビジネスチャンス」というテーマでご講演をいただきました。

徳島県では「LEDバレイ構想」が推進されており、LED植物工場の今後のビジネスモデルのあり方などについて、参加者からは熱心な質問が寄せられました。（徳島支店）

藤本氏の講演を熱心に聞く参加者

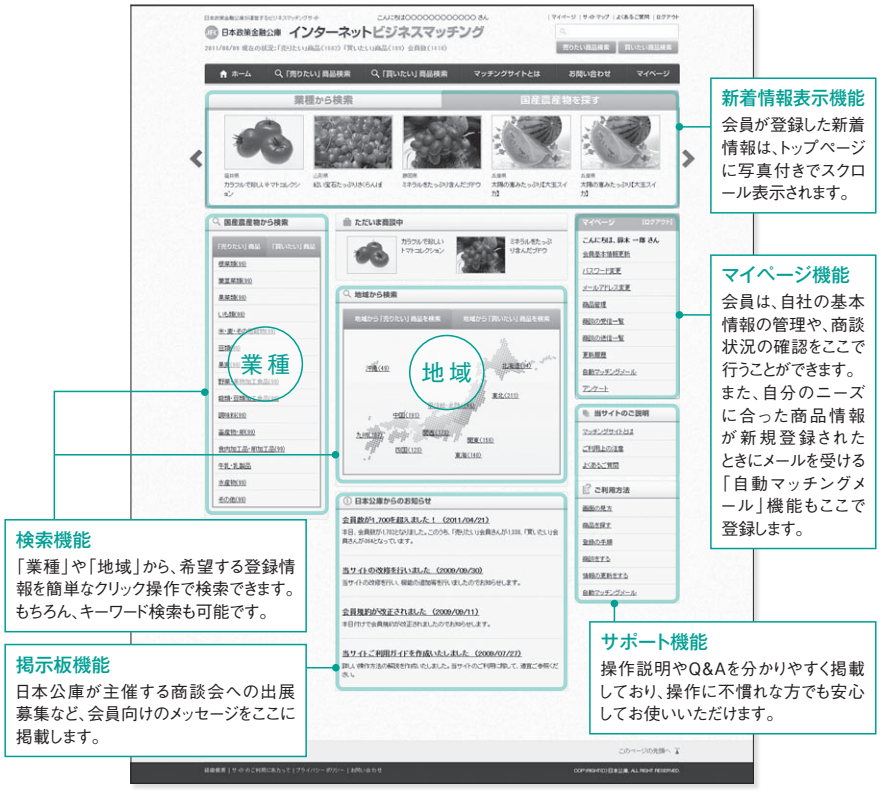
インターネットマッチングサービス（無料）のご案内

日本公庫では、六月一九日よりお客さまにインターネットを通じて、販路の開拓や仕入れ先の確保などのビジネスチャンスを広げていただくための「場」（事前会員登録制）をホームページ上に開設しました。

会員登録をしていただきますと、商品情報の掲載や検索、商談機能などのサービスを無料でご利用いただけます。ぜひご活用ください。

会員登録や詳細は、公式ホームページ（http://www.afc.jfc.go.jp/matching/）をご覧ください。（総合支援部）

インターネットマッチングサービス トップページ画面



※入会にあたり、公庫が事前に審査を行いますのでご了承ください。

平成24年7月1日現在

東日本大震災により被災された皆さまへの支援策について

東日本大震災で被災された皆さまに、心よりお見舞い申し上げます。
日本公庫農林水産事業では、被害を受けた農林漁業者や食品加工・流通業者の皆さまからのご相談に的確に対応するため、各種支援策を実施し、被災された皆さまや地域の復旧・復興に向けて全力でサポートしています。

電話相談及び相談窓口の実施

Ⅰ 電話相談（事業資金相談ダイヤル）

平日のみ（9時から19時）：**0120-154-505**

Ⅱ 主な地域の相談窓口

都県名	支店名	電話番号
青森	青森	0120-911-495
岩手	盛岡	0120-911-539
宮城	仙台	0120-911-547
秋田	秋田	0120-911-498
山形	山形	0120-926-485
福島	福島	0120-959-046

都県名	支店名	電話番号
茨城	水戸	0120-926-427
栃木	宇都宮	0120-959-042
群馬	前橋	0120-926-481
千葉	千葉	0120-926-471
長野	長野	0120-911-598
東京	東京	0120-911-624

農林漁業者及び食品産業事業者向け特例融資制度

Ⅰ 対象となる方（注1）

平成23年3月11日以降に発生した地震に起因する以下のいずれかの要件を満たす農林漁業者等

1.本人の被災が罹災証明書等で確認できる農林漁業者等
2.重要な取引先（出荷先、資材調達先等）の罹災証明書等が確認でき、かつ、その取引先の被災の影響で、売上の減少などが一定水準以上になることを確認できる農林漁業者等

Ⅱ 制度の概要

特例融資の内容	対象資金
1. 償還期限・据置期間の延長 償還期限及び据置期間を、制度上それぞれ3年延長	全資金
2. 実質無利子化 利子助成機関からの利子助成により、一定期間（最長18年間（林業のみ最長15年間））貸付利率を実質無利子化（注2）	【農業】スーパーL資金、経営体育成強化資金、農業基盤整備資金、農業改良資金（3のみ） 【漁業】漁船資金、漁業経営改善支援資金、漁業経営安定資金、漁業基盤整備資金 【林業】林業基盤整備資金 【農林漁業共通】農林漁業セーフティネット資金、農林漁業施設資金 【加工流通】水産加工資金
3. 実質的な無担保・無保証人融資 原則として、以下の取扱いとします。 ●担　保：融資対象物件に限る（運転資金の場合等は不要） ●保証人：個人の場合は不要、法人の場合は代表者のみ	
4. 融資限度額の引き上げ **（1）農林漁業セーフティネット資金（資金使途:運転資金）** 残高通算で1,200万円（特に必要と認められる場合は年間経営費の12／12相当額又は粗収益の12／12相当額のいずれか低い額） **（2）農林漁業施設資金（主務大臣指定施設）（資金使途：災害復旧）** 負担額又は1施設当たり1,200万円（漁船は7,000万円）のいずれか低い額 **（3）経営体育成強化資金（Ⅰ「対象となる方」の1に限る）** ≪再建整備資金（注3）≫ 個人2,000万円（特認3,500万円、特定5,000万円）、法人8,000万円 ≪償還円滑化資金（注4）≫ 経営改善計画の5年間（特認25年間）において支払われるべき負債の各年の支払額の合計額 なお、本資金の貸付額の合計限度額は以下のとおり 個人2億5,000万円、法人8億円 **（4）漁業経営安定資金（Ⅰ「対象となる方」の1に限る）** ≪償還円滑化資金（注5）≫ 対象資金に漁業近代化資金を加える等と共に、漁業経営安定計画の5年間（特認10年間）において支払われるべき負債の各年の支払額の合計額と所定の金額から算出される額のいずれか低い額	
5. その他の制度拡充 借入金の一部を資本とみなすことができる資本的劣後ローンを創設	スーパーL資金

（注1）Ⅰ「対象となる方」以外で、原発事故による出荷制限、風評被害等を受けている農林漁業者等には、一定の要件の下でⅡ「制度の概要」の1「償還期限・据置期間の延長」、4（1）「農林漁業セーフティネット資金の融資限度額の引き上げ」を適用します。
（注2）事業内容によっては、利子助成期間が5年になる場合があります。
（注3）制度資金以外の営農資金を借り受けたために生じた負債の整理に必要な資金。
（注4）農業の制度資金の負債を整理し、支払いを円滑にするために必要な資金。
（注5）公庫資金の負債を整理し、新たな漁船等を計画的に取得する内容を含む計画を達成するための資金。

返済相談などへの柔軟な対応

被災した皆さまからの返済相談については、個別の状況を踏まえ親身な応対と負担感の軽減に努めています。
［対応例］
●震災の影響により返済猶予のお申し出が遅れた場合でも、返済期日に遡っ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）

みんなの広場

♠私の住む町では、農地の耕作放棄地が増大しており、今後の農業経営そのものが危機を迎えています。農家は、農地を守りたいと思っているのだけれども、ただよそ者には貸したくないというこの地方独特の保守的な発想があります。そのこだわりがある限り、後を継ぐ者はいないだろうと個人的に感じております。

さまざまな政策が取られていますが、こうした農家の意識を変えるのは難しいものです。

（山形県西村山郡　佐藤　弘樹）

みんなの広場へのご意見募集

本誌への感想や農林漁業の発展に向けたご意見などを同封の読者アンケートにてお寄せください。「みんなの広場」に掲載します。二〇〇字程度ですが、誌面の都合上編集させ頂くことがあります。

[郵送およびFAX先]
〒一〇〇-〇〇〇四
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　〇三-三二七〇-二三五〇

メール配信サービスのご案内

日本公庫農林水産事業本部では、メール配信による農業・漁業・食品産業に関する情報の提供をしています。

メール配信サービスの主な内容は次の四点です。

①日本公庫の独自調査（農業景況調査、食品産業動向調査、消費者動向調査など）結果

②公庫資金の金利情報や新たな資金制度のご案内、プレス発表

③農業技術の専門家である日本公庫テクニカルアドバイザーによる農業・食品分野に関する最新技術情報「技術の窓」

④日本公庫が発行する「AFCフォーラム」「アグリ・フード・サポート」のダウンロード

メール配信を希望される方は、日本公庫のホームページ（http://www.jfc.go.jp/a/）にアクセスしてご登録ください。

（情報戦略部）

第七回「アグリフードEXPO東京二〇一二」の出展申し込みの受付を終了させていただきました。

多数のお申し込みをいただき、ありがとうございました。

（総合支援部）

編集後記

食の安全・安心は、国の制度や規制で守られている部分と氾濫する情報から判断し自衛する部分があることを改めて認識。後者の科学的根拠に乏しいメディアや口コミの食情報は都市伝説のごとし。健康や美をネタに購買を扇動することのなんと容易いことか。我が家にあった箱買いしたトマトジュースを思い出し、そう感じました。（竹本）

三重県というと「松阪牛」のイメージが強いのですが、実は古くからコメが栽培されてきたそうです。伊勢神宮では一五〇〇年もの間、神宮神田で栽培されたコメを神様にお供えしているとか。今回の「経営紹介」では、歴史や伝統など地域の特性が、ブランディングを行う上で大きな要素となることを実感しました。（田口）

直売所に関する消費者意識調査の結果のとおり、その魅力は新鮮さや地元産をアピールできるところにあります。

夏になると、道路の脇で立ち並ぶスイカやメロン、トウモロコシなどの直売所。その中でも、必ず買うのが〝ゆできび〟。スーパーで買ってゆでたトウモロコシとは、一味違う！と感じます。（林田）

地域再生への助走に掲載している山形在来作物研究会会報誌のEED表紙は、鶴岡市に伝わる外内島（とのじま）キュウリの完熟果がモチーフ。

収穫量が少ないなどの理由から作り手が減る中、ごく少数の農家が守り続けた希少な在来野菜だそうです。どんな味がするのかな？夏休み取って、アル・ケッチャーノに食べにいくぞ～！（城間）

AFC Forum フォーラム

■編集
吉原 孝　竹本 太郎　田口 靖之
城間 綾子　林田 せりか　飯田 晋平

■編集協力
青木 宏高　牧野 義司

■発行
㈱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.jfc.go.jp/a/

■印刷　アインズ株式会社

■販売
㈶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。

第7回

アグリフードEXPO 東京 2012

プロ農業者たちの
国産農産物・展示商談会

国産にこだわり
農と食をつなぎます

日　時：2012年 8月2日(木)・3日(金)
木 10:00〜17:00　金 10:00〜16:00

会　場：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

AFC Forum フォーラム
2012 7
特集

「食」の安全・安心の視座

■AFCフォーラム　平成24年7月1日発行（毎月1回1日発行）第60巻4号（743号）
■発行／（株）日本政策金融公庫 農林水産事業本部　〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-3　Tel.03（3270）2268
■販売／財団法人 農林統計協会　〒153-0064 東京都目黒区下目黒3-9-13　Tel.03（3492）2987　■定価500円 本体価格476円

『カエルがいるよ!』河野 華子　香川県香川大学教育学部附属高松小学校

FSC www.fsc.org MIX Paper from responsible sources FSC® C017322

JFC 日本政策金融公庫 農林水産事業
http://www.jfc.go.jp/a/