

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

3

2014

特集 「国産」の勝負力を問う



特集

「国産」の勝負力を問う

3 日本人は国産食材に回帰し富農国目指せ

小泉 武夫

危機的状況が続く食料自給率。「和食」の世界無形文化遺産登録を契機に、国産食材の内需拡大と富農国ニッポンの再活性化につなげよう

7 新品種登場で先行きに光明見えた国産小麦

西尾 善太

30年近い育種研究の成果が結実した、パン用小麦待望の新品種「ゆめちから」。輸入代替による自給率3%からの復活に期待がかかる

11 日本産牛肉の輸出拡大へのチャレンジ

独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)

農林水産・食品部畜産部チーム

海外でも味のよさで評価の高い、日本産「和牛」。輸出拡大が期待されるが、目標達成のためのクリアすべき事項を検証しよう

情報戦略レポート

15 農業者は加工・販売・商品開発へのかかわりが売上増のポイント

—6次産業化(農商工連携の効果等)に関する調査—

経営紹介

経営紹介

23 「亀ちゃんトマト」でブランド化 過疎と物流のハンディ克服／広島県

亀田農園株式会社

過疎、高齢化に加え島という物流のハンディを抱える亀田農園。逆境の中で、亀田代表がチャレンジする独自の取り組みと地域振興への貢献とは

変革は人にあり

27 湯浅 明男／徳島県

有限会社丸浅苑

実家の畜産からシイタケ栽培に転身、産官連携モデルを確立し、IT活用で農林水産大臣賞受賞。6次産業化も軌道に乗せた積極経営の秘訣を聞く

*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。



撮影: 富田 文雄

徳島県吉野川市美郷字大神
2010年4月6日撮影

石積み集落の春

■長い年月をかけて、山の急な斜面にコツコツと石を積み開かれてきた段々畑。春になるとその周りでは、集落の住民が植え育てた芝桜が咲き揃う■

シリーズ・その他

観天望気

和食の未来を問う 熊倉 功夫 2

農と食の邂逅

株式会社まわら農場 青木 理紗
青山 浩子 19

耳よりな話 144

酪農関連の碑めぐり(その5) 加茂 幹男 22

主張・多論百出

鳥取6次産業化サポートセンター
食農連携コーディネーター
下岡 真 25

フォーラムエッセイ

ごはん野菜が基本です 庄司 いずみ 30

まちづくりむらづくり

「やっかいもの」を「おたから」に
喜びと笑顔をもたらす地域活性へ
庄島 明宏 31

書評

山下 一仁著『日本の農業を破壊したのは誰か
—「農業立国」に舵を切れ—』
村田 泰夫 34

インフォメーション

「くまもと県南フードバレー構想応援セミナー」を
開催 熊本支店 35

「出前授業」で高校生と農業の課題考える 千葉支店 35

復興に向けた福島農業の可能性について講演 福島支店 35

「フードネット北陸」に北陸三県の経営者集う
金沢支店・富山支店・福井支店 35

畜産の6次産業化でパネル討議に参加 情報戦略部 36

青森県「アグリ・フード・ルネッサンス」を開催 青森支店 36

「アグリフードEXPO大阪2014」は両日とも盛況 総合支援部 36

みんなの広場・編集後記 37

ご案内

第9回アグリフードEXPO東京2014 38

観天 望気

和食の未来を問う

今、ジワジワと「和」のよさが世界中から注目されつつある予感がする。「和食・日本人の伝統的な食文化」がユネスコの世界無形文化遺産の代表一覧に記載されることになったのも、そのあらわれの一つである。

外国では和食の流行と一緒に日本酒がブームになっている。少しずつではあるが日本茶も売れ始めている。和といえば「大阪くらしの今昔館」(大阪市北区)には年間三万人の外国人が見学に来るが、その一番人気スポットは和服の着付けコーナー。和食にしろ和服にしろ、肝心の日本人が見失っている和のよさに、外国人の方が注目している。

日本人の悪い癖だが、かえって外国人に認められると、ホーそんなものかと思直すことがあるから、無形文化遺産登録を機に、日本人が和食のよさに気づいて和食ブームが起これたら嬉しい。そう願うほど、今や和食はピンチの状態なのである。子育て世代の家庭では、面倒、高価、子どもが嫌い、といった理由で、ほとんど和食をつくらなくなっている。このままでは和食の未来は真っ暗だ。

和食とは何か。一言で言えば、ご飯とみそ汁、お菜と漬物の四点からなる献立の食事だ。もちろん麺類やお餅も入るが、基本はお米のご飯をおいしく食べる文化である。ところが米の消費量が減り、国産の食材を食べるのが和食であるはずなのに、食料自給率が四〇%を割ってしまった。和食の危機である。和食は日本の一次産業を守り、日本の自然農業を守ることでもある。和食は自然の味わいを大切にしている。そこで大切にされたのがうま味。今、世界中でこの第五の味が注目されているが、うま味を引き立てるしょうゆや味噌、酢などの発酵調味料も含めて、和の味である。その微妙な味わいや、箸の作法や漆器の温かい手ざわりなどが、日本人の繊細さをつくっているという意味では、和食は日本人のアイデンティティーともいえる。

こんなすばらしい和食を簡単に手離してよいのか。われわれの覚悟が求められている。次の世代に和食のすばらしさを伝える責任が課せられているのである。



静岡文化芸術大学学長

熊倉 功夫

くまくら いさお

1943年東京都生まれ。筑波大学教授、国立民族学博物館教授、総合研究大学院大学教授、林原美術館館長、国立民族学博物館名誉教授、総合研究大学院大学名誉教授などを経て2010年から現職。専門は日本文化史。「和食」文化の保護・継承国民会議の会長も務める。

日本人は国産食材に回帰し富農国目指せ

私たち日本人が誇りにする「和食・日本人の伝統的な食文化」が、世界無形文化遺産に登録された。これをきっかけに、日本人はみずからの土や水、気候を生かして育まれた農産物に愛着を持ち、国産食材の消費に回帰せよ、そして日本が富農国になることを目指せ。



NPO法人発酵文化推進機構理事長

小泉 武夫 Takeo Koizumi

こいずみ たけお
1943年福島県生まれ。東京農業大学名誉教授。農学博士。
現在、鹿児島大学、琉球大学、広島大学、石川県立大学等の
客員教授。専門は発酵学、食文化論。国の「日本食文化の世界無形遺産登録に向けた検討会」委員。

水のおよさが和食文化築いた

このたび、日本人が長く継承してきた民族の食である「和食」が、国連教育科学文化機関(ユネスコ)により「和食・日本人の伝統的な食文化」として世界無形文化遺産に登録された。このことは、国の「日本食文化の世界無形遺産登録に向けた検討会」(現在は「和食」文化の保護・継承国民会議)委員として参画してきた筆者にとって、安堵したところである。

そこでまず、私がこの検討委員会で主張した和食の素晴らしい事柄を述べる。そして、世界に誇る天下無敵の日本の食文化についての認識を、多くの方々と共有したい。

わが国は昔から山紫水明の地といわれ、世界有数の水のおよい国である。湧かしもせず、その

ままの生水が飲める国など世界広しといえども、そう多くはない。

日本の地下水がなぜ良質であるのか。それは、わが国の降水量が世界の年間平均降水量の一・八倍もあり、その豊富な雨水や雪どけ水は杉、松、樅などの林の下に広がる豊かな土地にしみ込んで、常時安定して湧水していることにある。そして、山の土と地下の岩石の状況は、うまい水をつくりだすのにちょうどよい舞台ともなっているためである。

水がよいから、日本の食の文化にはそれを生かした巧みさが全面に出ている。主食のコメを炊くのは水であり、副食の味噌汁も、そしてお茶も水。

いくらササニシキといっても、極上の味噌を使っても、とびっきりの玉露にしても、水がダ

メなら全てがますぐなってしまう。このように、水は口に入るものの基礎であるから、水がよければうまくなるのは当然なのである。蕎麦も豆腐もまた然りなのだ。

その最もよい例が日本料理と日本酒。特に、日本酒の場合、酒造りに適する水には鉄が 0.05 PPM(0.00005%)以上含まれていただけで、もう使いものにはならない。何と一億分の五という極超微量の鉄の存在も許さないこの厳しさ。

この存在量を分かりやすく説明すると、東京〜大阪間の新幹線のレールの上にウズラの卵が一個乗っているとといった微量さである。

日本ほど水のおよい国はない

もし鉄がこれ以上あると、麴こむぎから由来した着

色前駆体と反応して、たちまち赤褐色の色素をつくり、市場性を失わせてしまう。このような水は、世界中探してもそうあるものではなく、日本酒は水のよい日本だけで育まれてきた民族の酒なのである。

また、食卓の上を見回すと、味噌汁は言うまでもなく、煮物やおひたしに至るまで、ほとんどのものが水と深く関係していることがよく分かる。主食となるコメも例外ではない。とぐだけでかなりの水が必要な上に、さらに水を入れたまま釜にふたをして炊きあげる。炊きあがったご飯には大量の水分が含まれていることはあふつくらする飯の食感でも分かるであろう。まさに、日本食というのは水を食べているようなものなのである。

暖流と寒流が交わる島国という位置、降雨量の多さ、列島中央に走る山脈、そして素晴らしい水、こういった気候風土が、日本食というものをつくりあげてきたのであり、気候風土と食の文化というものは互いが密接な関係を持っている。

もともと、この関係は、日本国に限った話ではない。地球上には、雨がほとんど降らない地域に住む民族もあれば、一年の半分近くを零下何十度という気温の下に住む民族もある。気候風土が変われば食生活が違うのは当然のこと、それぞれに民族には、必ずその気候風土に合った食の文化があるのだ。

その中で、日本のように地理的な条件に恵まれ、素晴らしい水にも恵まれ、そして素晴らしい食文化を創造した民族は他にないといえるだろう。旬を愛で、気候風土の影響によって季節ごと

に新鮮な素材を口にすることのできる日本人は誠に幸せであった。

「うま味」を世界に教えた日本

ダシ(出汁)は日本料理の妙味のひとつである。このダシという語がいつ頃から登場したのかは明確ではないが、文献では鎌倉時代以後とされている。しかし、ダシが実際に使われたのはさらに古く、カツオを煮て鰹魚(かつお)という素材と品をつくる際の煮汁を煮つめて、これを鰹魚煎汁(かつおいり)としたものをダシに使っていた。

今日では、鰹節や煮干し、するめのような動物性のものから、コンブ、干しシイタケ、カンピョウなどの植物性のものまで、ダシの材料は多種にわたっている。

日本のダシの材料の中で、最も代表的なものは鰹節である。これでダシをとると、うま味成分だけでなく、日本食文化の原点に潜んでいるような芳香まで湧き出てくるところが大変よい。この点、外国の料理におけるダシのとおり方が、肉やガラからうま味成分だけを抽出するのは大違いである。

この鰹節のうま味の主成分はイノシン酸シスチジン塩で、この成分は熱湯には実によく溶ける。だから、削った鰹節を煮立った湯に入れてすぐに火を止めるか、または煮立つ直前の湯に入れて、煮立つたらずぐに取り出す必要がある。この方法で、鰹節のうま味の九割以上は出ているから安心してよい。

コンブも鰹節とともに古くから使われてきたダシの材料で、そのうま味の本体はグルタミン

酸である。この成分も湯によく溶けるから、そのダシの引き方は、鍋の大きさに合わせて適宜に切ったコンブを、水から入れるか、湯の煮立つ間ぎわに入れ、一分間も煮立てたらずぐに引き上げてダシ汁とする。一時間ほど、ただ水に浸しておくだけでも味は十分出るから、この方法をよしとする人も多い。

古い昔、これらの化学成分など知るすべもなかった日本人が、経験的に味の相乗性を知り、ダシの材料をうまく組み合わせる効果的にダシを得ていた知恵に驚かされる。

*

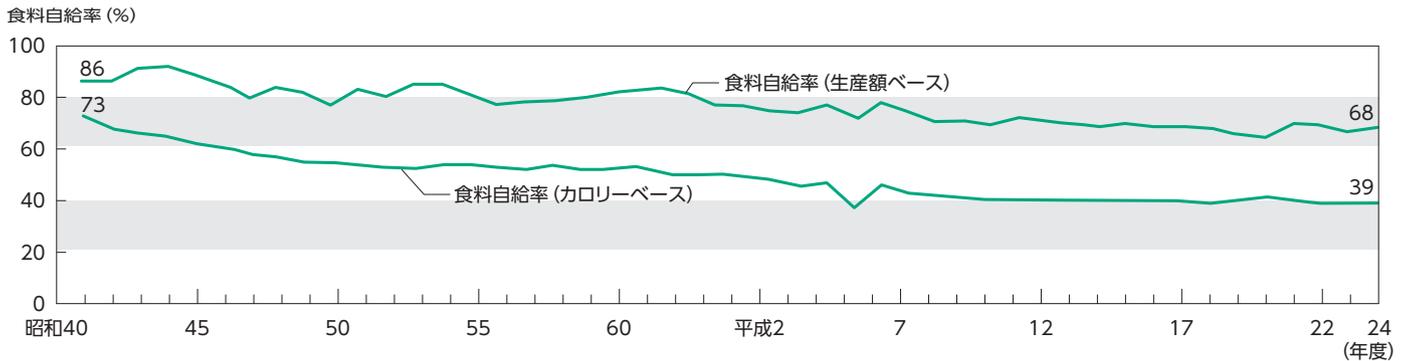
以上、和食の世界無形文化遺産登録に当たり、委員の一人として筆者が発言したものの一部を解説した。会議では他に、「和食のヘルシーさ」「和菓子」「茶」「日本酒」「箸文化」「うま味の発見」「日本ならではの調理」「食材の豊かさ」「握り寿司」「蕎麦とうどん」「食器」「一汁三菜と和食の型」「米食文化」「餅」「包丁」「ハレの日の食」「出汁」「味噌文化」など、とにかく日本型食文化のあらゆるものが世界遺産になりうるものであることを主張したのである。

「食べ物が国力を表す」時代

和食の世界無形文化遺産登録は大変喜ばしいが、日本の農と食を元気にするプロジェクトは、ここからが始まりである。

なぜなら、国産の農水産物を食べることが、その国民にとって最も重要なことであるからだ。二一世紀は、「食べ物が国力を表す」時代である。どの民族も、自分たちの食べ物を自分たちでつ

図表 昭和40年以降の食料自給率の推移



年度	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63
カロリーベース	73	68	66	65	62	60	58	57	55	55	54	53	53	54	54	53	52	53	52	53	53	51	50	50
生産額ベース	86	86	91	91	89	85	80	83	81	78	83	80	85	85	81	77	78	79	81	82	83	81	77	

年度	元	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
カロリーベース	49	48	46	46	37	46	43	42	41	40	40	40	40	40	40	40	39	40	41	40	39	39	39	
生産額ベース	77	75	74	76	72	78	74	71	71	70	72	71	70	69	70	69	69	68	66	65	70	69	67	68

(農林水産省ホームページより)

表 諸外国・地域の食料自給率(カロリーベース)の推移(1990~2012)(試算など)

(単位:%)

	1990 平成2	1991 3	1992 4	1993 5	1994 6	1995 7	1996 8	1997 9	1998 10	1999 11	2000 12	2001 13	2002 14	2003 15	2004 16	2005 17	2006 18	2007 19	2008 20	2009 21	2010 22	2011 23	2012 24
アメリカ	129	124	138	122	132	129	126	131	131	127	125	122	119	128	122	123	120	124	134	130	-	-	-
カナダ	187	178	158	154	167	163	159	157	158	184	161	142	120	145	160	173	185	168	211	223	-	-	-
ドイツ	93	92	91	92	88	88	90	95	96	101	96	99	91	84	94	85	77	80	86	93	-	-	-
スペイン	96	94	92	93	86	73	99	97	93	84	96	94	90	89	90	73	81	82	83	80	-	-	-
フランス	142	145	149	133	131	131	139	138	140	137	132	121	130	122	135	129	121	111	114	121	-	-	-
イタリア	72	81	80	77	78	77	75	76	77	77	73	69	71	62	73	70	61	63	67	59	-	-	-
オランダ	78	73	76	78	70	72	70	71	70	67	70	67	67	58	67	62	78	75	77	65	-	-	-
スウェーデン	113	83	76	87	75	79	86	85	93	79	89	85	87	84	88	81	79	78	74	79	-	-	-
イギリス	75	77	76	73	74	76	79	76	77	78	74	61	74	70	69	69	69	65	69	65	-	-	-
スイス	-	-	-	-	-	-	60	54	56	54	59	54	56	53	58	57	53	54	55	56	52	-	-
オーストラリア	233	209	396	263	217	261	273	261	281	310	280	265	230	237	238	245	172	173	162	187	-	-	-
韓国	63	-	-	-	-	51	50	54	54	49	51	49	50	46	47	45	45	44	48	50	49	40	-

(資料) 農林水産省「食料需給表」、FAO「Food Balance Sheets」などを基に農林水産省で試算したものから抜粋(アルコール類は含まない)。スイスについてはスイス農業農業年次報告書)、韓国については韓国農村経済研究院「食品需給表」、

(注) 1. 数値は暦年のもの

2. 供給熱量総食料自給率は、総供給熱量に占める国産供給熱量の割合である。畜

産物については、輸入飼料を考慮している。

3. ドイツについては、統合前の東西ドイツを合わせた形で遡及している。

4. 上記諸外国以外は、データが不足しているため試算していない。

5. FAO「Food Balance Sheets」および上記諸外国のデータは、過去に遡って修正されることがある。

くらないと、最終的にはとんでもないことになってしまふ。

日本の二〇一二年の食料自給率は、カロリーベースで三九%まで落ち込んでいる(図表)。日本人の食べ物の六割強が外国産という現実を考えたとき、それが今後の日本にとっていいことかといえ、全くそうではない。

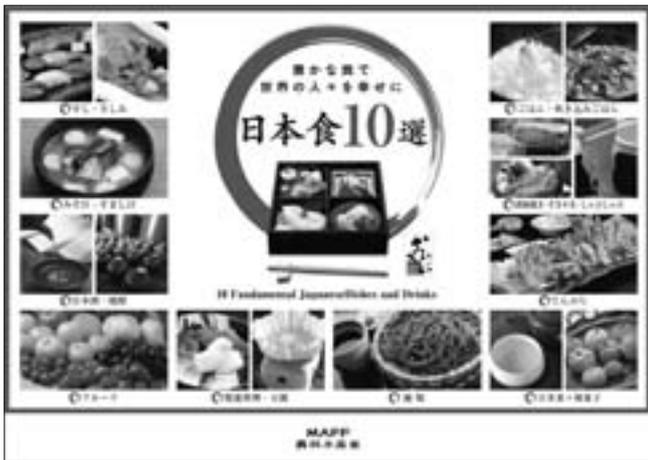
第一の理由は、昨今の世界的な異常気象により、日本へ食材を輸出する国も食料自給率を下げていく実情がある。

たとえばオーストラリアは、自給率が非常に高いと思われているが、その数字の推移を見てみると近年では一九九九年をピークに低落傾向が続いており、三二%であった自給率が、二〇〇九年には一八七%になった。なんと二二〇%近くも下がっているのである(表)。

日本がこのまま海外への食料依存を続ければ、諸外国も自国を優先するあまり、「もう日本には売らない」という事態が起こりうる。そうなるに背に腹は代えられず、食べ物豊かな国に対して、頭を下げて食料を輸入しなければならぬという構図が生まれる。

これでは食の問題だけでなく、政治・外交的にも不安要素が増すばかりである。われわれの命の源の多くを、外国に委ねていいものだろうか。

第二に、日本人のタンパク質摂取量から見ると、食肉は圧倒的に海外に依存しているが、このことは牛のBSE(牛海綿状脳症)や、鶏インフルエンザの問題を生む一因となった。また将来的には、中国や東南アジア地域で頻発している



ご飯、味噌汁、寿司、刺身、精進料理、天ぷらなど、和食は魅力的な食文化だ(写真は農林水産省作成の日本食10選広報パンフレットより)

豚コレラ問題なども懸念される。

第三に、安全・安心という観点から考えると、最も信頼できるのは、やはり自分たちのつくった食べ物である。毎日、何十万トという食材が国内に輸入されているが、その全てに対して使用農薬や抗生物質の検査をすることは不可能だ。次の日本を背負って立つ子どもたちが、輸入食材ばかり食べていていいのかということと考えれば、非常にゆゆしき事態である。

昔から「富める国は農業が強い」、農民が強いと国が豊かになるといわれるが、日本人はその原点を忘れている。これではいけない。

また、日本の国民医療費は一年度で三兆五八五〇億円まで膨らんでいるが、私はこの理由の一つは、戦前は和食中心で低脂肪・低カロ

リーだった日本人の食生活が、戦後約七〇年で高脂肪・高カロリーに転じたことではないかと考えている。皆が和食を食べていた時代には、現在のように生活習慣病が蔓延する状況ではなかった。

日本人は国産食材を再評価

和食とは単なる食文化ではなく、日本人が引き継いできた遺伝子である。遺伝子とはその民族の何千年の生活環境に即応して生きていけるように、人間の体が進化して、それに適応している。日本人は国産食材を再評価し、和食を食べ、国民全体が元気になるねばならない。

日本の食料事情、ことに食料自給率については、一時も目を離せない危篤状態である。私は今こそ生産者と消費者が一緒になって、食の本質、食べ物の価値を考えるべきだと主張したい。

だが、消費者の中にはどうしても「安い方がいい」という理由で海外の輸入食材を選ぶ人たちもいる。国産食材はどうしても、輸入食材より高値になりがちだからである。

国産品と輸入品で同じ食材があり、どちらかを選ぶとする。その際、価格だけを比べればよいのか。とにかく安ければよい、という風潮の世の中はわびしいと私は感じる。「安全・安心でおいしい国産食材」という心の糧となるものを求めるのが、文化ではないだろうか。

安心感とかおいしさなど、金の価値でははかれないものが国産食材にはある。「安ければいい」といつてしまったら、日本農業は成り立たない。文化というのはそこである。考える人の価値

観の問題である。

お金で買えないものがあるということ、日本人全体がもっと大人になって認識しなければならぬ。国産食材を認めて、それを買う消費者がいるからこそ、生産者も張り切り、よい食材が市中に流通する。

また、「農業は生命維持産業の根源である」という意識を、国民が一体となって持つべきである。生命維持産業というと医薬業を思い浮かべるかもしれないが、そもそも食べ物がなければ生命は断たれてしまう。生命維持の根底には農業や水産業が必須であるという概念を、日本人は強く認識しなければならない。

日本の食の素晴らしさ、和食の底力には三つの理由があるといわれる。まず、栄養バランスが整っている。海や山、川、畑、田など、あらゆる自然の場所から食材を手に入れる。二つ目は、カロリーが控えめである。三つ目は、新鮮な食材を、素材本来の持ち味を生かして使っている。

世界中の栄養学者や食文化論者が、この三つは他民族にはなかなか真似できないと称賛している。それにもかかわらず、なぜこんなに素晴らしい食文化から、日本人は離れてしまうのか。

和食の世界無形文化遺産登録を機に、日本人はみずからの土で、みずからの手をつくった農産物に回帰せよ。われわれが当たり前のこととして、日本人のつくったコメ、野菜、魚、肉を食べる。毎日少しずつでも、国産の食材を大切に食べるという気持ちを持つ。そこから日本の農は真の再活性化を始め、やがて富農国になると私は信じている。



新品種登場で先行きに光明見えた国産小麦

国産小麦の生産現場では長い間、輸入小麦に対抗して日本の風土に合った品種の改良に取り組んできたが、超強力小麦の新品種「ゆめちから」の登場により、先行きに光明が見えてきた。しかし、生産量の増加に応じた需要の拡大など、普及拡大には依然課題も残る。



農林水産省大臣官房政策課研究専門官

西尾 善太 Zenta Nishio

にしお ぜんた
1973年東京都生まれ。博士（農学）、技術士（農業部門）。99年より農研機構北海道農業研究センターにおいて小麦の品質や耐病性の研究に従事。「ゆめちから」「キタノカオリ」などの小麦品種の育成に携わる。2013年より現職。

新品種「ゆめちから」に期待

二〇〇九年にデビューした超強力小麦の新品種「ゆめちから」は、普及が始まったばかりにもかかわらず、大手製パンメーカーで積極採用され、新製品が次々に発売されるなど、これまでの国産小麦のイメージを変える新品種として期待されています。

わが国では、年間五二万トンの製粉用の小麦の需要があります。最も需要が多いのはパン用で、全体の約三分の一を占めますが、その自給率は約三%しかありません（図1）。また、同様に中華めん（ラーメン）用も自給率が低い状況にあります。一方、わが国の国産小麦は、日本めんであるうどん用に適しており、うどん用の自給率は六〇%に達しますが、パン用や中華めん用には向いてい

ません。

わが国の食料自給率の向上の実現には、供給力ロリーの比率が大きい小麦の増産が必要ですが、そのためには、これまで国産小麦が不得意としてきたパン・中華めん用の新品種の普及が欠かせません。

ここでは、パン・中華めん用小麦として、主産地の北海道での増産が期待される「ゆめちから」について、開発者の一人として、本品種が生まれた背景や、今後の展望について述べたいと思います。

まず、わが国の主食であるコメと小麦の関係についてですが、時々ニュースで話題になるように、わが国のコメの需要は年々減少傾向にあり、一九六五年に一人当たり年間一一・七キログラムあったコメの消費量は、二〇二二年には年間五六・三キログラムまで減少しました。

一方の小麦の消費量は、一九六五年頃から一人当たり年間約三〇キログラム強で、横ばいが続いています。

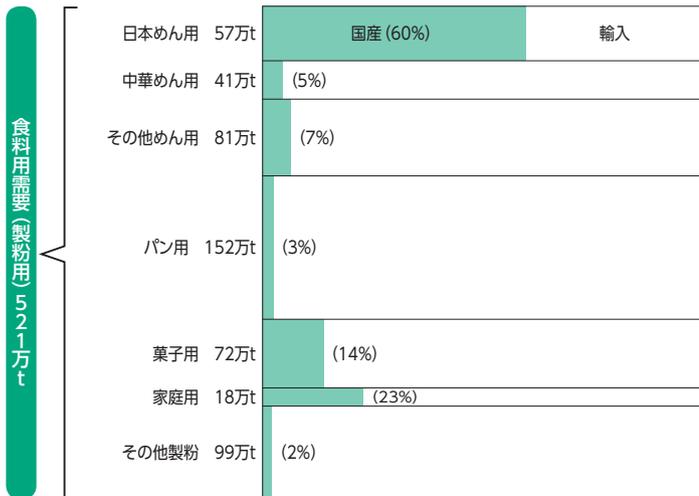
このような状況の中、二〇一一年度の家計調査では、わが国の一世帯当たりのパンの購入金額が、ついにコメの購入金額を上回ったことが話題となりました。

一一年度の国民一人一日当たりの供給熱量は、コメの五六二キログラムに対して、小麦が三三〇キログラムで、小麦の供給カロリーはコメのおよそ六割に相当します。わが国の食生活における小麦の存在感は以前よりも増しているといえます。

国産小麦「安楽死」の時代

わが国の国産小麦は、かつてのピークの一九六一年には一七八万トが生産され、当時の小麦の自

図1 小麦の用途別使用量と自給率 (2009年度) (農林水産省調べ)



給率は四三%ありました。しかし、コメの増産政策などにより国産小麦の生産量は急速に減少し、生産量が最低となった七三年には二〇万ト、自給率は約四%まで低下しました。いわゆる国産小麦の「安楽死」と呼ばれる時代です。

後に「ゆめちから」が開発される当時の農林水産省北海道農業試験場(現農業・食品産業技術総合研究機構北海道農業研究センター)では、国産小麦の生産量の減少により、六九年に小麦育種研究室が廃止されました。

ところがその一三年後、今度は水田の転作作物の必要性から、同研究室が再開されました。しかしながら、品種改良には長い時間と膨大な材料の積み重ねが必要です。一度消えてしまった育種の

再開には、当時の北海道立農業試験場をはじめとする関係者の多大な協力と、先輩方のご苦労があったと聞きます。

国産小麦の原料入手が困難になる中で、実需者は海外からの輸入小麦に頼らざるを得ませんでした。

そこで、世界中の小麦の中からそれぞれの用途に最適な小麦を探し出し、パン・中華めん用にカナダ・米国産小麦、うどん用にはオーストラリア産小麦、菓子用には米国西海岸産小麦が選ばれ、大量に輸入されるようになりました。

一時は風前の灯火であった国産小麦は、水田の転作作物として七〇年代後半から生産量が徐々に回復します。やがて小麦は、主要な品目として生産振興が図られるようになり、自給率は一〇%台まで回復しました。

しかし、ここで大きな問題となったのは、当時、マイナーな作物となっていた小麦は、新品种の開発が遅れ、その品質は輸入小麦と比べて大きく劣ることでした。

パン用小麦新品种に挑戦

そこで、農林水産省では、国産小麦の品種改良に向けた研究プロジェクトを開始しました。当時の資料によると、育種を再開して間もない北海道農業試験場では、一九八五年より、それまで常識的に不可能とされていた秋まきのパン用小麦品種を開発するという、挑戦的なプロジェクトを立ち上げました。

小麦は播種する時期によって春まきと秋まきの二つのタイプがあり、パン用小麦といえば、パン

の膨らみのもとになるグルテンというタンパク質の量が多い春まきが当時の常識でした。

北海道農業試験場では、春まきよりも収量の多い秋まき小麦のパン用品種の開発に着手したものの、当時、パン用と呼べるような国産小麦の材料はありませんでした。

そこでまず、先行する海外のパン用小麦の研究に関する文献や品種を集め、グルテンに含まれるタンパク質の成分がパンに向いているかどうかを調べる分析装置などを導入し、ようやく秋まきのパン用小麦の開発をスタートしました。

九六年に北海道農業試験場の小麦育種研究室は、わが国の小麦栽培の本場である十勝地方の芽室町に移転し、先輩方の尽力により、北米の研究機関と同様の最先端の製パン用の試験用装置を国内でいち早く取り入れました。

毎年四粒という広大な試験ほ場と、最新鋭の製パン試験装置を得て、パン用品種の開発に本格的に取り組む体制が組みられました。

北海道の秋まきのパン用品種の第一号として、八八年にハンガリーから導入されたパン用の品種と、北海道の品種を交配した材料から、二〇〇三年に「キタノカオリ」が育成されました。「キタノカオリ」は黄色みのある小麦粉が特徴で、しつとりとした甘みのあるパンができるため、今でも根強い人気がある品種です。

しかしながら、品種の特性として、収穫できる時期が遅く、収穫期の雨や低温によって発芽現象(穂発芽)を起こしやすいという、生産者にとってはつくりにくい面も持っています。

そこで、次の目標として「キタノカオリ」の欠点

を克服し、安定して生産できるパン用の品種開発を目指しました。

輸入小麦に頼らない超強力小麦

後に前述の「キタノカオリ」となる系統「月系9509」を親として、今度は「KS831957」という米国のパン用品種を一九九六年に交配しました。「KS831957」はパン用小麦の本場である米国のカンザス州立大学で育成された品種で、良質のグルテンを多く含んでおり、素晴らしい製パン適性を持つという長所がありますが、草丈が高く、肥料を増やすと倒れやすいという欠点を持っています。

一方の「キタノカオリ」は、前述のように成熟期が遅く、雨に弱いという欠点がありますが、茎が太くて草丈が短く、肥料を増やしても倒れにくいという長所を持っています。

この両親のそれぞれの長所を受け継いだのが、後の「ゆめちから」でした。さらに、交配した当時には分かっていなかったのですが、「KS831957」は、北海道のみならず全国的に大きな問題となっているコムギ縮萎縮病^{しむいしゆく}という、土壌伝染性のウイルス病に対する優れた抵抗性を持っており、幸運にも「ゆめちから」にその抵抗性が受け継がれました(写真1)。

「ゆめちから」という品種名が付く前は、最初に「勝系六三三号」次に「北海二六一号」という系統番号を付けて試験を行いました。

「勝系六三三号」という名前が付いた段階では、小麦粉の量は少なかったのですが、大手製パンメーカーから地元の製パンメーカーまで、プロによる

製パンの評価試験を依頼しました。

その様子は、今でも印象に残っています。製パンメーカーで行った試験の結果がとてよみので、どのような小麦なのか早く知りたいという、うれしい問い合わせが、さっそく研究室に寄せられました。

さらに研究の過程で、「ゆめちから」は通常の強力小麦よりも、弾力の強いグルテンを多く含むため、「ゆめちから」単独でパンを作るよりも、グルテンが少なめの中力小麦とブレンドしてパンをつくる方が、輸入小麦に匹敵する優れたパンになることが分かりました。

このため、「ゆめちから」は、通常の強力小麦とは分けて、「超強力小麦」という名前で呼ぶことになりました。

このような全く新しい国産小麦である「ゆめちから」の品質評価試験や、製パンメーカーを中心とした実需者への普及活動では、開発段階から一般社団法人日本パン技術研究所調査部長の原田昌博先生をはじめとする関係者の皆さまに大変なご尽力を頂きました。

「ゆめちから」の普及が始まる最終的な決め手になったのは、前述のコムギ縮萎縮病^{しむいしゆく}に対して優れた抵抗性を持つ北海道で初めての品種であったことでした。本病の発生地域の生産者からの強い要望もあり、「ゆめちから」の優良品種への採用が決まりました。

当初の「ゆめちから」の普及予定面積は、コムギ縮萎縮病発生地帯を中心に約一〇〇〇haでした。しかし、従来のパン用小麦品種と比べて病気に強くて収量が多く、パン・中華めん用小麦の生産支援などから急速に普及が拡大しました。

二〇一三年には約六〇〇ha、一四年は北海道の小麦栽培面積の約一割強にあたる約一万三〇〇〇haとなり(予定)、わずか数年間で全国のパン・中華めん用の国産小麦でトップの作付面積となりました。

また「ゆめちから」はタンパク質を多く含むため、醤油醸造用の適性もあり、兵庫県において地元大手醤油メーカーの国産高級淡口醤油の原料として、数百haが栽培されています。

農林水産省の研究プロジェクトにおいて、北海道農業研究センターと共同研究を行っていた敷島製パン株式会社には、いち早く「ゆめちから」を使用したパンの商品化に取り組んでいただきました。

生産者の生産継続意欲の向上を

同社では、「ゆめちから」と北海道の中力小麦の主力品種「きたほなみ」をブレンドした食パン「ゆめちから入り食パン」の通年販売を二〇一三年四月より開始しました。さらに九月からは、「ゆめちから」を一〇〇%使用したベーグル「マイベーグル」が、さらに二月からは「ゆめちから」の全粒粉を一〇〇%使用したブランロー「ゆめちからブランロー」が発売されました(写真2)。

これらの商品は、「ゆめちから」の自然な甘みやもちもち感が評価を得ており、特にベーグルとブランローについては好調な売れ行きと伺っています。「ゆめちから入り食パン」については、一四年一月下旬より、さらにもちもち感をアップし、ミミを柔らかくした製品にリニューアルされました。

現状の「ゆめちから」の課題は、まず、価格の面が

写真1 コムギ縮萎縮病の発生ほ場の様子



右は「ゆめちから」(地上部にウイルスが侵入せず健全に生育)、左は従来品種(地上部にウイルスが侵入し、草丈が縮んで黄化症状を示す)

写真2 「ゆめちから」を使用した商品の例



右は「ゆめちから」と「きたほなみ」をブレンドした食パン、中は「ゆめちから」を100%使用したペーグル、左は「ゆめちから」の全粒粉を100%使用したブランロール

挙げられます。国産小麦の価格は入札制度で決まりますが、一三年産の「ゆめちから」の入札価格(一ト当たり約八万円強)は、輸入パン用小麦(二ト当たり約五万円台後半)と比べると割高となりました。その一方で、一四年産の「ゆめちから」は、前年の約二倍となる生産量の急激な増加に伴い、輸入パン用小麦を下回るほどに価格が下落し、今度は、生産者の生産意欲の継続という課題が残りました。

急速に生産を拡大するには実需者側の素早い対応が難しい部分もあり、「ゆめちから」の安定した価格形成には、もう少し時間がかかる見込みです。

実需者ニーズへの二段対応を

生産の面で「ゆめちから」は、これまでの国産小

麦にはない、「超強力小麦」というタンパク質を多く含む品種であることから、従来のうどん用の小麦品種とは窒素肥料の与え方が大きく異なります。高品質の「ゆめちから」を安定的に生産するための栽培法について、普及と同時に北海道内の各地で栽培試験を進めていただいています。

また、タンパク質を多く含む「ゆめちから」は、従来の国産小麦の農産物検査基準には当てはまらない部分があります。「ゆめちから」に求められる品質基準について、関係者が今後話し合いを重ねていくことも重要です。

「ゆめちから」の開発と普及にあたっては、ここでは取り上げることのできなかった多くの生産者(団体)、実需者、農業改良普及センター、試験研究機関、行政機関をはじめとする関係者の皆さまのご尽力を頂いたことに改めて深く感謝申し上げます。

農林水産省では、攻めの農林水産業を目指す取り組みの一環として、強みのある農畜産物づくりに向けて、二〇二三年二月に「新品種・新技術の開発・保護・普及の方針」の最終取りまとめを公表しました(攻めの農林水産業推進本部URL <http://www.maff.go.jp/j/kanbo/saisei/honbu/>参照)。

本方針の中では、実需者のニーズに基づいた品種開発が大きなテーマとなっており、実需者と研究機関の結びつきの中から生まれた「ゆめちから」の取り組みが、今後の新品種開発のご参考の一助になれば幸いです(「新品種・新技術の開発・保護・普及の方針目共通」URL <http://www.maff.go.jp/j/kanbo/saisei/honbu/pdf/00kyotsu.pdf>参照)。



日本産牛肉の輸出拡大へのチャレンジ

霜降りの多い日本産の「和牛」は今や英語にもなるほど、海外でも評価が高い。しかし米国を含めた多くの国々への輸出拡大には、いくつもの留意点があることも事実。特に安全検査や衛生管理要求への対応、輸送コストの圧縮による価格の引き下げなどがそれだ。

海外で「和牛」知名度高く

二〇一三年二月の「和食」の世界無形文化遺産登録、世界における日本食ブームや新興国における富裕層拡大により、日本産農畜産物・食品の輸出の増加が期待されている。

政府は二〇年までに日本産の農林水産物・食品の輸出額を四四九七億円(二〇一二年)から一兆円規模に拡大する目標のもと、品目別に戦略を策定。畜産物では特に牛肉の輸出にターゲットを当てている。

二〇年の牛肉輸出の目標額として現在の約五倍の二五〇億円(四〇〇〇ト)相当を掲げ、牛肉の一大消費地である欧米と、その他輸出拡大が期待される香港、マカオ、シンガポール、タイ、アラブ首長国連邦を重点国・地域として定めている。海外

において「Wagyu」の知名度は高く、比較的受け入れられやすいと考えられている。

牛肉輸出は〇七年から北米およびアジア向けが本格化した。〇八年には四〇億円まで拡大したが、二〇年四月に口蹄疫が発生、各国・地域で日本からの牛肉、豚肉などの輸入停止についての通知や発表が出された。

その後、一部の国・地域については再開したが、一〇年の輸出は三四億円まで減少。一二年二月に国際機関である国際獣疫事務局(OIE)より「ワクチン非接種口蹄疫清浄国」と認定されたことを受け、一二年八月には対米輸出が再開となった。

現在、香港、マカオ、シンガポール、米国、タイ、カナダ、アラブ首長国連邦などへの輸出が可能となっている。牛肉の輸出額は二二年に五一億円、輸出量は八六〇トといずれも過去最高を記録した

(図1)。

輸出拡大が期待される日本産牛肉については目標達成のためにクリアすべき事項がいくつかある。

一つ目が、輸出解禁・施設認定だ。

牛肉は、輸出可能な国・地域が限定されている。可能な国・地域は、日本と輸出相手国の二国間で輸出条件に合意しているか、もしくは二国間条件はなく個別に輸出相手国が輸出を認めるかのどちらかとなる。

前者は香港、マカオ、タイ、シンガポール、アラブ首長国連邦、EU、スイス、米国、カナダであり、後者の例はカンボジア、バングラデシュ、ラオスである。この中で日本からの牛肉輸出額は多い順に一二年でカンボジア、香港、ラオス、マカオとなっている(図2)。

独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)
農林水産・食品部畜産品チーム

ジェトロは日本産農林水産物・食品の輸出支援を行っており、2012年1月からは一次産品輸出支援を本格化。有志による主要品目ごとのチームを立ち上げ、関係者とのネットワーク構築や情報収集をしている。畜産品チームは6名で構成。

図1 日本産牛肉の輸出推移

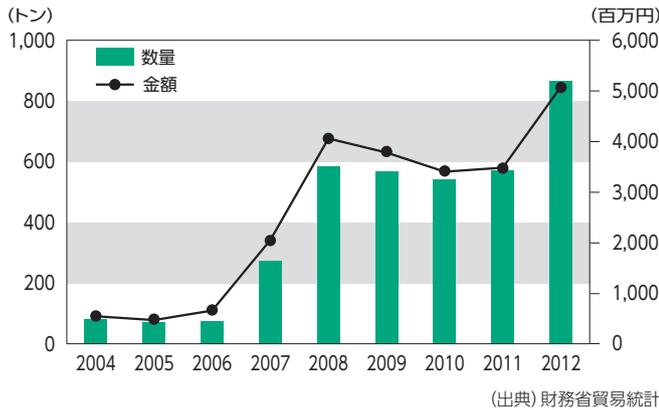


図2 国・地域別日本産牛肉輸出額の割合 (2012年)

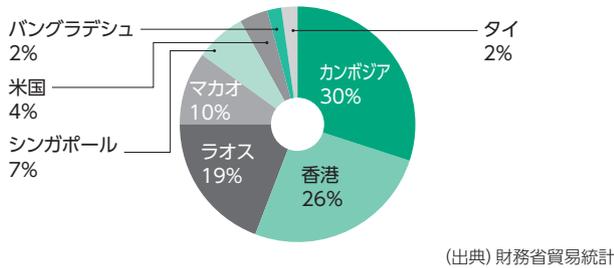


表1 日本から輸出される食肉の受け入れ状況一覧 (抜粋) ※1

	牛肉	豚肉	鶏肉
香港	☆	☆	☆
韓国	●	●	●
台湾	●	☆	●
中国	●	×	●
インドネシア	●	□	×
カンボジア	○	○	○
シンガポール	☆	☆	●
タイ	☆	●	×
バングラデシュ	○	□	□
フィリピン	●	●	●
ベトナム	●	●	☆
マカオ	☆	☆	●
マレーシア	●	×	□
ラオス	○	□	□
アラブ首長国連邦	☆	○※2	○
EU	☆	×	×
スイス	☆	×	×
ロシア	●	×	×
カナダ	☆	×	×
米国	☆	×	●
メキシコ	☆	□	□

(2014年2月7日時点)

☆2国間条件を満たしたものが輸出可能 (動物検疫所で検査を受ける必要がある)

○2国間条件はなく、個別に輸出可能 (動物検疫所で検査を受ける必要がある)

●解禁に向けて協議中

×相手国が輸入を原則禁止

□不明

出典: 農水省ウェブサイト (<http://www.maff.go.jp/aqs/hou/require/pdf/ex.pdf>) より抜粋し、ジェトロで作成

※1: 2011年3月に発生した東京電力福島第一原子力発電所事故を受けて、諸外国・地域は、従来の検疫に加え、日本からの食品に対して輸入規制を強化

※2: ドバイ首長国に限る

二国間で輸出条件に合意している場合においても、全ての日本産牛肉が輸出できるわけではない。相手国との合意条件に基づいて認定された施設で処理された牛肉のみ輸出が認められているのだ。

求められるHACCP対応

施設が認定されるための条件は国・地域により異なる。たとえば、米国向けの輸出施設においては、「HACCP手法による衛生管理」が求められている。

HACCPは食品の衛生管理の手法であり、具体的には、食品の製造・加工の工程段階で発生する危害を分析、重要管理点を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保するも

のだ。従来の抜取検査による衛生管理に比べ、より効果的にリスクを未然に防ぐことができる。共に、原因の追及が容易となる。

しかし、この手法を導入した施設では、必要な教育・訓練を受けた従業員によって、定められた手順や方法が日常の製造過程において遵守されることが不可欠で、一定のコスト負担が求められる。このため、米国向けの認定施設は、二〇一三年二月末現在、八カ所にとどまっている。

同様に、「HACCP手法による衛生管理」が求められている香港向け認定施設も九カ所のみとなっている。両国・地域は日本産牛肉のニーズが高いが同方式が要件となっているため、マカオ向けの五二施設、タイ向けの三五施設と比較すると認定施設数は少ない。

また、中東、マレーシア、インドネシアなどのイスラム圏への輸出には、イスラム法にのっとった「ハラールと畜」に対応できる施設での処理が求められる。現在二国間条件を合意しているイスラム圏の国として、アラブ首長国連邦があるが、同国向けの認定施設はわずか二カ所である。

ハラールと畜は、専用の機械や作業ラインが求められる他、国により求められる要件が異なるため、導入コストは小さくない。認定施設を増やすためのハードルは高いが、今後の輸出拡大の潜在性は十分にあると言える。

またEUについては、一三年三月に牛肉の輸入を可能とする国のリスト(第三国リスト)に日本を追加する旨の規制改正が行われた。現在、国内での施設の認定に向けた作業中であり、認定

がなされれば輸出が可能となり、新たな輸出先として期待されている。また今年二月にはメキシコ向け牛肉輸出解禁が農林水産省より発表された。政府は今後の対象国拡大のため、牛肉需要が見込まれるロシア、中国、台湾、韓国、ベトナム、フィリピン、イスラム圏などで優先的に輸出解禁の働きかけを行う、としている。輸出増加を図るには、政府による輸出解禁交渉と相手国条件に合致した施設を増やすことが必要である(表1)。

他国産牛肉との差別化

二つ目として、他国産牛肉との差別化の必要性が挙げられる。

世界中で牛肉は生産されているが、特に輸出量が多い国としてはブラジル、オーストラリア、米国、インドなどがある。

中でもオーストラリア、米国については日本産牛肉のターゲット国に多く輸出している。「Wagyu」はすでに海外では知名度が高いが、オーストラリア産や米国産などの牛肉に「Wagyu」の名称が使用され、日本以外の国で流通している。

この「Wagyu」は、日本の和牛の遺伝子が入ったもの、和牛の飼育方法を真似たもの、どちらでもないものなどさまざまである。

「和牛」の名称使用は日本では厳格な定義に基づいて管理されている。しかし海外においては、中央畜産会が管理している和牛統一マークの使用は制限されているものの、販売される牛肉に「Wagyu」の名称使用を制限することは現行の制度では難しい。

オーストラリア産や米国産の「Wagyu」の名称

で販売されている牛肉の味については、日本の和牛を食した経験のある人であれば、その差は歴然としている。日本の和牛を全く食べたことがない海外の消費者にとっては、オーストラリア産や米国産のものは「お手頃なWagyu」として親しまれている。日本産和牛は「Wagyu」と表示されているオーストラリア産や米国産牛肉の二倍から一倍の価格で販売されている。

その価格差を埋めるため、より分かりやすく日本産和牛の魅力在海外のバイヤーおよび消費者に伝え、差別化を図ることが不可欠である。

三つ目は、輸送コストの問題だ。

差別化を図る一方で価格差を抑える工夫も求められる。価格差の要因の一つは、日本からの輸送コストである。

現在の牛肉輸出は少量であるため、航空便で輸送されているが、航空輸送は船便に比較して割高であり、たとえば米国向け航空便輸送費は船便の約一〇倍となる。

また、現在は高級部位であるサーロイン、ヒレ、リブロースなどに需要が集中していることも価格差の要因の一つである。販売ルートの開拓およびサーロイン、ヒレ、リブロース以外の部位の輸出量を増やし、船便を利用することができれば輸送コスト、そして全体の価格を下げることが期待できる。

特定部位のニーズ開拓がカギ

市場により日本産牛肉へのニーズは異なっている。ジェットロでは各国の状況に応じ、日本産牛肉の販路拡大のために見本市でのジャパンブー

ス設置、ジェットロ主催の商談会開催、現地プロ向けのセミナーなどを実施している。

ここで、主要マーケットである香港、米国、タイの牛肉市場の状況とジェットロの取り組み内容をご紹介します。

香港の牛肉輸入は伸びており、主な輸出国は金額ベースで二位オーストラリア、二位米国、三位日本である。この三方国で輸入額の八五%を占める。日本産牛肉のシェアは二二%で、オーストラリア、米国を合計した七三%とは大きな開きがある。

輸入統計上では、キログラムあたり単価はオーストラリア産牛肉が一〇七香港ドル(約一四〇〇円)、一香港ドルあたり二三・四五円として換算)、米国産が二二七香港ドル(約一七〇〇円)、日本産が四五一香港ドル(約六〇〇〇円)であり、現地の高級スーパーでは、日本産はオーストラリア、米国産の二〜四倍の価格帯で販売されている。

日本からの輸入量は年々増加しているが、現地の小売店、日本料理店では、神戸牛、鹿児島牛、佐賀牛など日本のブランド牛肉の産地間競争が激化し、価格競争が懸念されている。

前述の通り、日本産牛肉の需要は、サーロイン、ヒレ、リブロースなどに集中しており、輸出拡大のためにはその他の部位のニーズを掘り起こすことが必要である。併せて、日本料理店以外での販路拡大が求められる。

ジェットロでは、二〇一三年二月に現地の日本料理や中華料理レストラン関係者、輸入業者、卸売業者などに対して和牛セミナーを開催、モモ、ウデの部位の味の特徴を説明すると共に、カッ



上：ニューヨークで開催した和牛と日本酒のセミナーの様子
下：タイの高級スーパーで販売されている日本産和牛

テイング、調理方法を提案した。

米国へは、口蹄疫の影響で止まっていた輸出が一二年八月に再開したが、和牛を含めて日本産牛肉の輸出はまだ少なく、米国の大きな市場に対して今後の伸びが期待されている。

現地での競合品はオーストラリア産や米国内産の牛肉である。それらは、「Wagyu」や「和州牛」の名称で販売されており、価格は日本産の二分の一から五分の一である。さらに最近では、米国内産の赤身牛肉を熟成させてうまみ成分を引き出す手法の「熟成肉(Aged American Beef)」が人気となっている。

赤身肉の人气が根強い米国市場において、脂のつった日本産和牛のよさをどのように売り込ん

でいくかが課題となる。

オールジャパンで取り組みを

ジェトロは二〇一三年一〇月にニューヨークで現地の輸入業者や外食関係者などを集め、和牛と日本酒のセミナーを開催。和牛ステーキについては「口の中でとろけておいしい」という意見と「脂が多すぎる」と両方のコメントがある一方で、少量で和牛のおいしさが伝わる「あぶり和牛寿司」は来場バイヤー全般に高評価であった(写真上)。

日本食レストランの増加が著しいタイも有望なマーケットと考えられている。現地ではオーストラリア産牛肉がすでに多く出回っているほか、フランス産シャロレー種を基にしたタイ産牛肉

(通称・タイフレランチ)が流通している。

現地高級スーパーでは日本産和牛が一〇〇グラムあたり二二〇〇バーツ(約三七〇〇円、一バーツあたり三・一円として換算)、オーストラリア産和牛が一五バーツ(三五七円)と一〇倍の価格差で売られていた(写真下)。

ジェトロでは三年八月にバンコクにて、対象品目を牛肉、水産物、果物、日本酒に絞った食品輸出商談会を開催した。牛肉関係では、和牛五事業者、和牛とホルスタイン種などをかけ合わせたF1牛の一事業者が参加して多くの引き合いがあった。

F1牛は和牛より価格が安いことから、バリエーションを増やしたい高級日本食レストランや、中流階級向けの日本食レストランなどを中心に引き合いがあった。

一般的に、日本産和牛の素晴らしさや差別化を海外で説明するキーワードとしては、一頭一頭を個体識別番号で管理しているため安心・安全であること、食味について融点が低いので口溶けがよいこと、口に入れたときの和牛香があること、ほどよいかみごたえがあることなどが使われている。海外のバイヤーや消費者により分かりやすくよさを理解してもらうには、おいしさを見える形で評価し、伝えることが求められる。

日本の政府、関係団体、業界、民間が一体となつて、オールジャパンで知恵を出し合い、日本産牛肉の認知度をさらに向上させ、輸出につなげる取り組みが本格化している。

ジェトロでは、現地のマーケティング情報の収集を強化し、需要に合わせた販路開拓支援を実施していきたい。





Report on research

農業者は加工・販売・商品開発へのかかわりが売上増のポイント

—6次産業化(農商工連携の効果等)に関する調査—

融資先で農商工連携によって農業の6次産業化に取り組む農業者および商工業者を対象に日本公庫農林水産事業でアンケート調査を実施したところ、興味深い結果が数多く出ました。

ちました。

「連携先と初めて接触したきっかけ」を聞いたところ、農業者、商工業者のいずれも「以前から知っていた相手に接触」との回答が最も多く、農業者で三二・九%、商工業者では五一・二%と半数を超えました(図3、4)。事業展開を模索する中で、今まで培った人脈を生かしながら連携先を探したことがうかがえます。

また、農業者では「相手からの連絡・接触を受けて」という回答が二一・五%と二番目に多く、農業者の方が商工業者に比べ連携にやや受け身である様子が見てとれます。

連携先の農業への理解を重視

次に「今のパートナーを連携先として選定した理由」について聞いたところ、農業者では商工業者の「農業や生産する農畜産物への理解」を挙げる回答が五二・八%と最も多く、「流通・販売に関する営業力」「加工に関する技術力」がそれに続きました(図5)。

農業者が商工業者と連携するにあたって、相手先の営業力や技術力と並び、「農業への理解」を最も重視している点特徴的です。

一方、商工業者では、農業者の「必要な品質の農畜産物を生産できる

技術力」を挙げる回答が六一・五%と最も多い回答となり、「必要な量の農畜産物を生産できる経営規模」が続きました(図6)。

また「連携先の評判・信用力」が四一・〇%と三番目に多い回答となっており、商工業者は農業者が持つ技術力や経営規模のほかに、地域での農業者の評判を選定のポイントとして重視していることが明らかとなりました。

商工業者に増収効果大

次は、焦点の農商工連携の効果がどうだったか、という点です。

売上が変化したかどうかについて尋ねたところ、「売上が増加した」との回答は農業者が五九・七%、商工業者が七六・三%となり、「まだ売上の増加に結びついていない」は農業者で四〇・三%、商工業者で二一・一%となりました(図7)。農業者よりも商工業者において売上の増加効果が顕著であることが見てとれます。

この結果について、連携開始からの経過期間別(五年経過しているかどうか)に分析を行ったところ、連携開始が二〇〇七年以前の取り組みでは、「売上が増加した」との回答が農業者と商工業者でそろって八割にのびりました(図8)。

今回の調査では、農商工連携を始めてから五年以上経過した農業者、商工業者では、連携によって売上が増加したという回答がそろって八割にのびていることが浮かび上がりました。

また、連携開始から五年未満の先を含む全体でも、五割超が増収と増益に結びついたとの回答結果が得られており、農商工連携が着実に成果をあげている、と言えます。

農業者は連携でノウハウ習得

まず、農業者、商工業者に「連携に取り組む目的」について聞いたところ、農業者では「加工による新商品の開発・販売」が七二・二%と最も多く、次いで「新規の販売ルート

開拓」が五八・三%となりました(図1)。

また「連携先の加工・販売ノウハウの習得」と回答した農業者が一五・三%あり、連携を通じてノウハウを習得し、将来的には農業者みずから加工・販売に乗り出そうとする姿もうかがえます。

一方、商工業者では「原材料にこだわった新商品の開発・販売」が七九・五%と最も多い回答となり、「必要な農畜産物の安定調達」が四八・七%と続きました(図2)。

また「自社で開発した技術の活用」が四六・二%と三番目に多い回答となり、独自技術を活用し差別化した商品の開発に取り組もうとする商工業者側の積極姿勢も目立

図5 今のパートナーを連携先として選定した理由(農業者、3つまで選択)

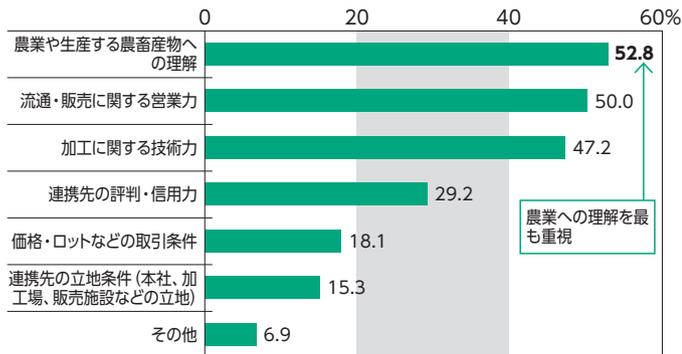


図1 農工商連携に取り組む目的(農業者、3つまで選択)

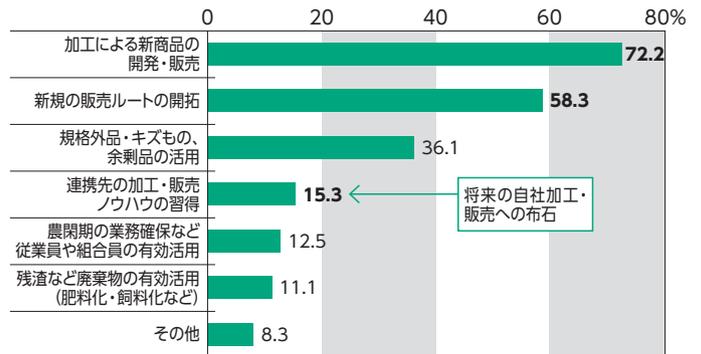


図6 今のパートナーを連携先として選定した理由(商工業者、3つまで選択)

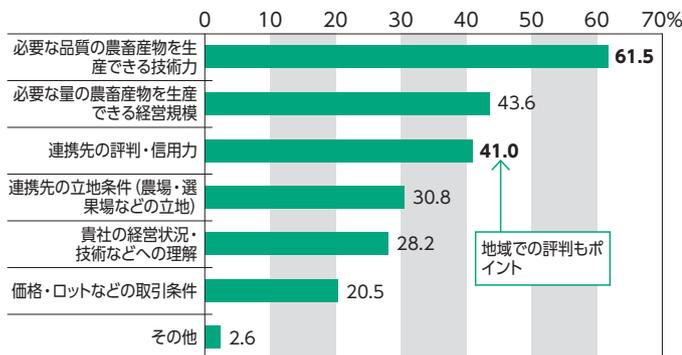


図2 農工商連携に取り組む目的(商工業者、3つまで選択)

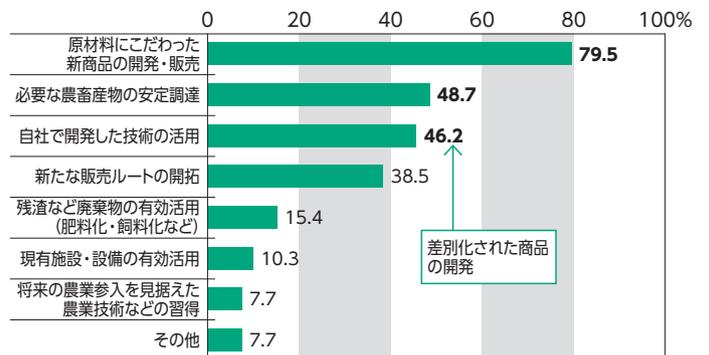


図7 連携による売上の変化(1つ選択)

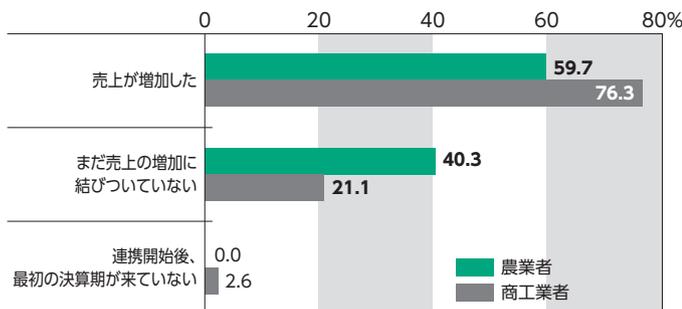


図3 連携先と初めて接触したきっかけ(農業者、1つ選択)

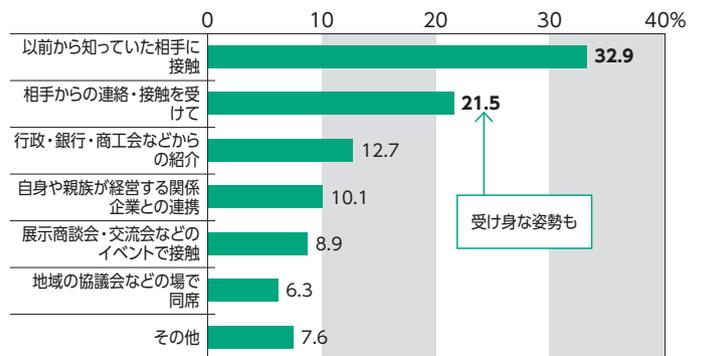


図8 連携開始時期別の連携による売上の変化(1つ選択)

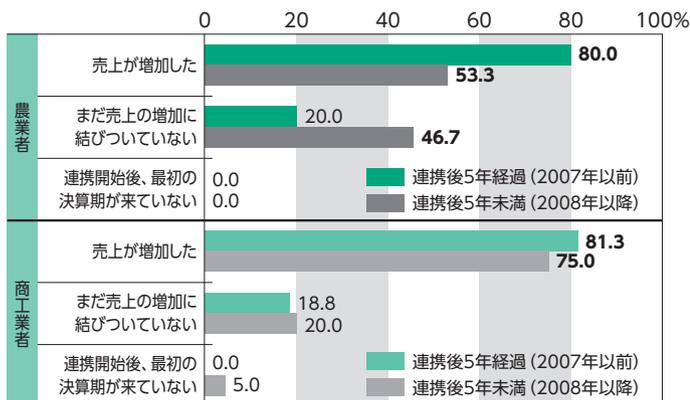
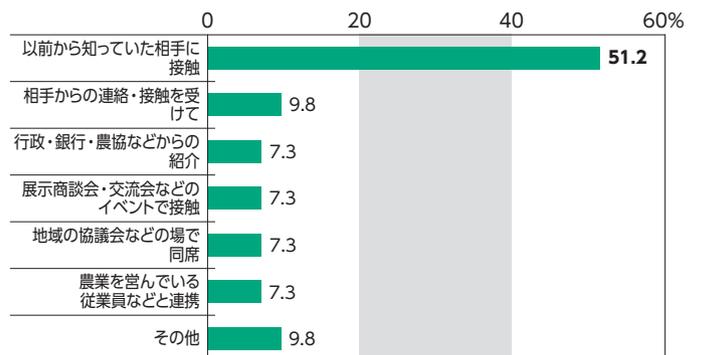


図4 連携先と初めて接触したきっかけ(商工業者、1つ選択)



連携開始が「二〇〇八年以降」についてみると、商工業者では「売上が増加した」との回答が七五・〇％となり、「二〇〇七年以前」の回答と大きな違いはありませんでした。

一方で、農業者については「売上が増加した」との回答が五三・三％にとどまり、「二〇〇七年以前」の八〇・〇％を大きく下回るとともに、「まだ売上の増加に結びついていない」との回答が四六・七％に達しました。

このことから、農業者の場合、連携が売上増加に結びつくまでに商工業者よりも時間を要していることがわかります。

さらに「連携による利益の変化」について聞いたところ、「利益が増加した」とする回答は農業者で五二・二％、商工業者で五五・三％となり五割以上の人たちは効果があつたと認めています(図9)。

これに対して、「まだ利益の増加に結びついていない」との回答は農業者で四七・八％、商工業者で四二・一％となりました。

農業者は川下関与で増収

「連携における役割」について聞いたところ、農業者では「農畜産物の生産」が八六・一％で突出して見ました(図10)。

また、生産以外にも「農畜産物や加工品の販売」が四三・一％、「新商品の開発」が三六・一％、「農畜産物の加工」が二五・〇％と続き、農業者が少なからず加工や販売、商品開発にもかかわっている実態が明らかとなりました。

また連携により「売上が増加した」先と「売上の増加に結びついていない」先に分けて分析したところ、「売上が増加した」農業者では「農畜産物や加工品の販売」を行っているとの回答が五五・〇％となり、「売上の増加に結びついていない」農業者の二二・二％を大きく上回りました(図11)。

「新商品の開発」についても、「売上が増加した」農業者では五〇・〇％が開発を担っているとした一方、「売上の増加に結びついていない」農業者では一四・八％にとどまっています。

また、「農畜産物の加工」や「観光農園、農家レストラン、農家民宿など」でも同様の結果となりました。

このことで明らかになったのは、加工や販売、商品開発などを商工業者任せにせず、農業者みずからもかかわることが農業者の売上増加にとって有効であるという点でしょう。

一方、商工業者は「農畜産物の加

図9 連携による利益の変化(1つ選択)

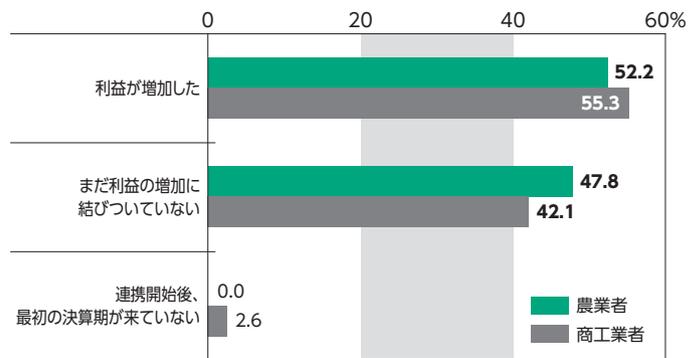


図11 売上状況別の連携における役割(農業者、複数回答)

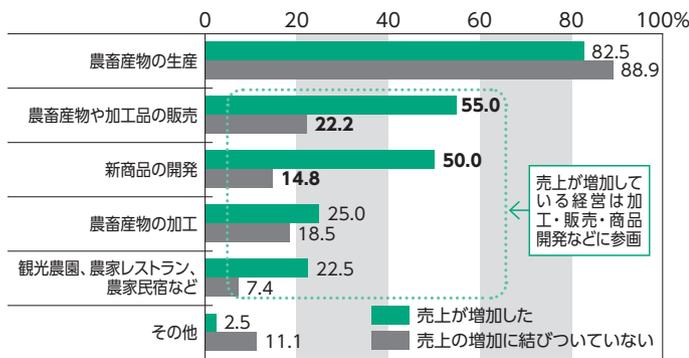


図10 連携における役割(農業者、複数回答)

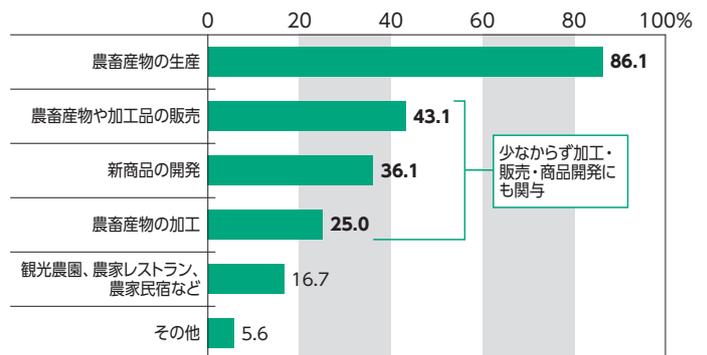
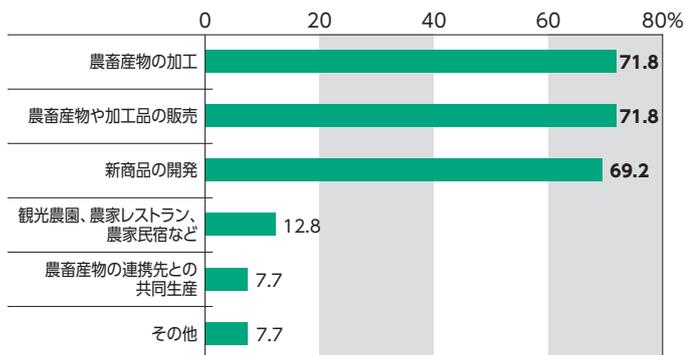


図12 連携における役割(商工業者、複数回答)



工「農畜産物や加工品の販売」「新商品の開発」について、それぞれ七割が担当していると回答しています(図12)。

八割が連携の継続強化望む

「連携によるメリット」について聞いたところ、農業者では「販売ルートの拡大」が五二・八%と最も多く、「販売量の増加」が四五・八%と続きました(図13)。

また、商工業者では「原料農畜産物の安定調達」が七四・四%と最も多く、「原材料にこだわった新商品の開発・販売」が六六・七%で続きました(図14)。

「連携に対する今後の意向」を聞いたところ、「連携を継続・強化していきたい」との回答が農業者で七七・二%、商工業者で八二・二%となり、農業者、商工業者ともにおよそ八割が連携に肯定的な評価をしており、今後の効果に期待していることが明らかとなりました(図15)。

連携開発品の輸出に意欲

「連携で開発した商品の輸出」に関する意向を尋ねたところ、「すでに輸出している」は農業者で八・三%、商工業者で一〇・八%の回答となりました(図16)。

また「現在は輸出していないが、

今後輸出したい」が農業者で三八・三%、商工業者で三七・八%にのぼり、連携に取り組んでいる農業者、商工業者ともに約半数が輸出に意欲を示す結果となりました。

輸出については、二〇一三年七月に日本公庫が実施した「二〇一三年上半期農業景況調査」(スーパール資金および農業改良資金の融資先への調査)において輸出に対する意向を農業者に聞いています。

この調査では「輸出に取り組み中かつ輸出を計画中」との回答が二七%、「輸出に関心がある」との回答が三二・九%となっており、日本公庫の融資先のうち農商工連携に取り組む農業者が、輸出をより前向きに考えていることが明らかとなりました。

(情報戦略部 高岸陽一郎)

「調査要領」

- 調査対象 六次産業化・地産地消法による「認定事業計画」および農商工等連携促進法による「農商工等連携事業計画」の認定を受けて農業と商工業の連携に取り組んでいる日本公庫融資先の農業者・商工業者(食品事業者など)
- 調査時期 二〇一三年一〇月～一四年一月
- 調査方法 郵送アンケート
- 調査先数 二二六先(農業者一六三先、商工業者七三先)

図15 連携に対する今後の意向(1つ選択)

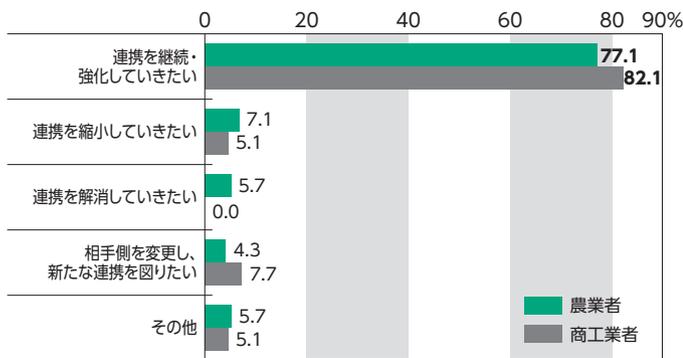


図16 輸出に対する意向(1つ選択)

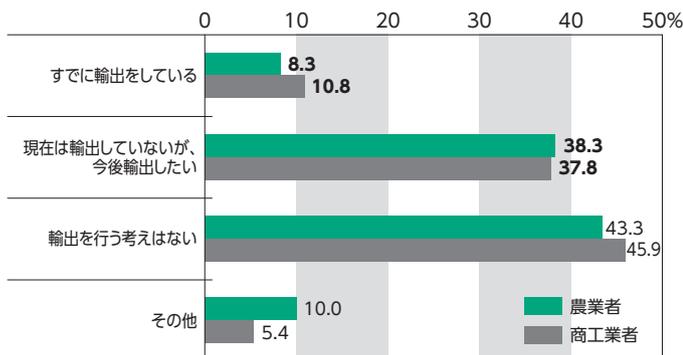


図13 連携によるメリット(農業者、3つまで選択)

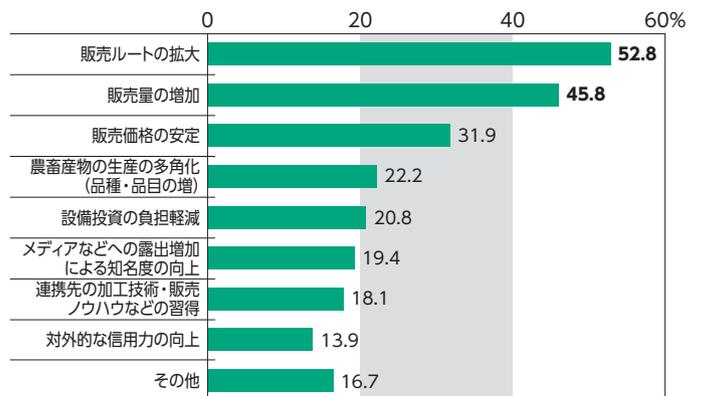
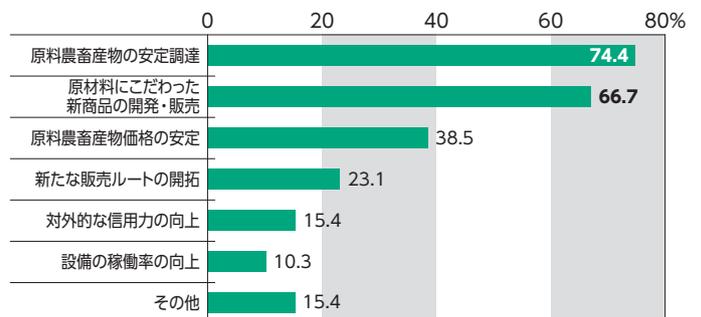


図14 連携によるメリット(商工業者、3つまで選択)



四季があつて、
自然にも恵まれて、
食べ物をつくる国です。
その無限の可能性に
少し貢献したいです。



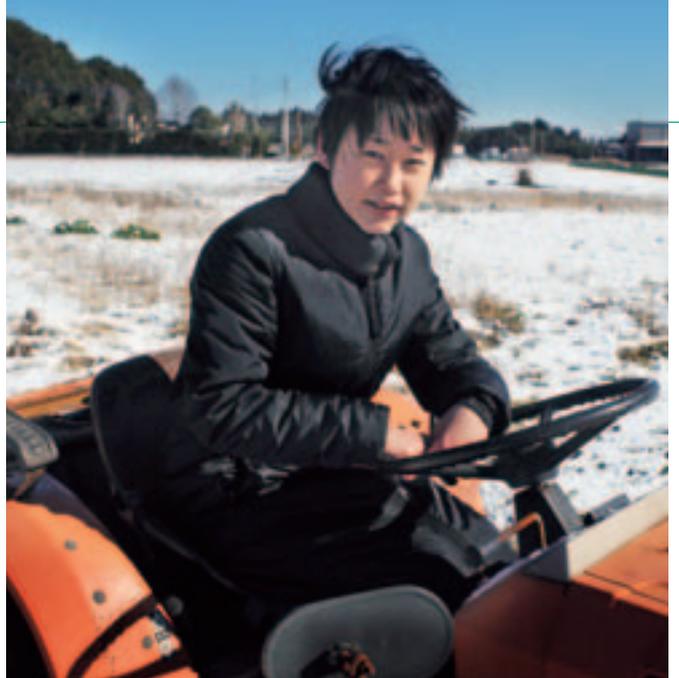
青木 理紗 さん

千葉県香取郡多古町

株式会社麦わら農場 代表取締役社長

農業の構造改革が喫緊の重要課題にある。端的には担い手をどうするのかである。新規の就農者を増やし、次代に食料生産基盤を確保する。畑違いの業種から、農業の世界に異色の若い女性が入ってきた。





P19: 東京大学文学部卒業後、外資系コンサルティング会社に3年間勤務し、その後上司と共にコンサルティング会社を経営。2008年から農業生産を開始し、10年に麦わら農場を設立 P20: 現在、70㎡の畑を借り、約80種類の野菜を無農薬でつくる(右) ケータリングで提供している弁当の数々。「栄養バランスがいい」「野菜がとてもおいしい」と評判は上々(左上) 千葉県立成田西陵高校の生徒たちにみずからの活動を紹介。右端は支援者であるデコボン井尻弘社長(左下)

食べる人に代わってつくる農業

この人ほど農業に影響され、みずからの人生を大きく変えた人はいないのではないかと。青木理紗さん(三三三)と農業との出会いは偶然だった。東京大学を卒業後、外資系コンサルティング会社に入り、中国に農業参入する大手酒造メーカーを支援するプロジェクトにかかわった。「当時は、農業には全く無関心でした。次第に農家の高齢化、後継者不足、低い収益性などさまざまな課題を抱えていることを知り、自分と同じように無関心のまま、若者が社会に出て日本を担っていくとしたら問題だと思ったんです」

何らかの形で農業とかかわりたい……。その後、みずから立ち上げたコンサルティング会社で企業相手の仕事をしながら、一部農業関連の仕事もした。「相手先に企画書を持っていたのですが、反応はイマイチでした。私が現場を知らないので説得力がなかったかもしれません」

その頃、知人の一言が理紗さんには響いた。「自分の夢があって、しかも夢に向かって動ける人はそんなに多くないんだよ」。かわかりを持ってと思った農業により近づいていきたい。二〇〇八年、理紗さんは紹介された千葉県の有機農家を訪ね、そこで小さな畑を借り、野菜をつくり始めた。

この頃はまだコンサルタントとして農業とかかわりを持ちたいと思っていた。「農業で稼ぐには規模拡大や効率化が欠かせな

い」。そんな理紗さんの心を大きく揺さぶったものは、有機農家が振る舞ってくれた玄米と皿いっぱいのお野菜だった。「食べた後、体がスッキリしたのです。体によい農産物は本当においしいとわかりました。お金を出せばおいしいものが食べられると思っていましたが、そうではなかったのです」

小規模であっても、食べた人がおいしいと感じ、健康になれる農産物をつくる農業も存在するとわかった。「自分もそうしたものを食べたいし、食べる人に代わってつくるような農業がしたい」。コンサルタントとしてはなく、真つ正面から農業に取り組んでみようと思った。

たどり着いたケータリング事業

農業で生きていくには地元の人と信頼関係を築くことが欠かせない。残念ながら最初に入った土地で理紗さんは関係を築けなかった。助け船を出したのが、千葉県内の七〇農家をつくる出荷組織、株式会社生産者連合デコボンの井尻弘社長(五二)だった。「若い人が入ってくることは大賛成」と農地探しから栽培指導まで協力を惜しまず、理紗さんは二〇〇九年、多古町で農業を始めた。

有機栽培でキュウリ、ミニトマト、ナスなどをつくり始めた。わからないことがあればデコボンに出荷する農家を訪ねて教えるを請うた。「曜日を決めて農場を訪ね、手伝いをしながら、あれこれ教えてもらいました」

つくったものはマルシェや宅配などで売

り始めたが、新たな壁にぶつかった。「技術が未熟なうえ、天候に左右され、まともに収穫できないようなときもありました。『一〇年に一度の干ばつ』『二〇年に一度の冷夏』が作柄にこれほど影響を与えるのかと思いが知らされました」

予定どおり収穫できても保存がきかない



「世界的に人口が増え、温暖化で砂漠も増えている。30年後の世の中を予測するのは難しいが、少なくとも食糧は今以上に大事になってくる」と話す

生鮮野菜で所得確保は難しい。「リスクを減らすためには加工が必要」。理紗さんは弁当をつくって販売しようと思った。知り合いを通じて、弁当をつくって映画の撮影現場に運ぶというケータリング事業を始めた。

撮影現場では働く人が多い。「二〇食分を届けてください」というオーダーもあった。

家族の弁当をつくるのとはわけが違う。「やるしかなかった。だって生きていけませんから。貯金も使い果たしていました」。弁当づくって五〇年というベテランを助っ人に招き、徹夜で準備をし、届ける作業を繰り返した。

「翌日の指定された時間に間に合うかどうか、毎日が綱むりでした」。それでも、栄養バランスを考えた理紗さんの弁当は関係者に評判になった。サラダ一つとってもお皿に盛った時の彩りを考えて野菜を選ぶ。農家だからなせるワザだ。ケータリングを行う業者が多い中、理紗さんは安定的に映画やCM撮影のケータリングの注文を受けられるようになった。

一回の注文で平均六〇食分。一人分の弁当は一〇〇〇円前後。畑でつくる野菜は全量ケータリングで使い、不足分はデコボンや知り合いから調達する。「一本六〇円のニンジンも惣菜にすれば三〇〇円になります。お金にはなりますが、忙しいのは相変わらず」。だがこの忙しさは会社勤めのための忙しさとは違うそう。だ。「どんなに忙しくても自分で選んだ道。夢に近づいているという手応えはあります。変なストレスもないし(笑)。物腰こそやさしいが覚悟は座っている。井尻社長も「音を上げてすぐやめるかと思っただけ。なかなかがんばっているよ」と目を細める。

まずみずから成功モデルになる

ケータリング事業が軌道に乗り、売り上げも一〇〇〇万円を超えるまでになった。映画

やCMの撮影現場がほぼ東京であるため、調理の拠点を東京に移すことを検討中だ。調理の責任者を新たに雇い、理紗さんは多古町で生産体制の強化に取り組み予定だ。都内の有名シェフと組んで野菜をふんだんに使った「パニツェ」という商品開発も進行中だ。各種野菜と野菜ペーストを、もちっとしたパン生地にくるんで食べる。「忙しい人にこそ野菜を食べてもらいたい」。パニツェはそんなコンセプトから生まれた。

課題は共に働く人材。「一緒にやりたい」と何人かの若手が来たが、長く続かない。解決策は自分自身にあると理紗さんは考える。「私自身が成功モデルになればよい人が来るようになる」

今年、一月一〇日、理紗さんは千葉県立成田西陵高校の教壇に立ち、農業を学ぶ高校生たちにもみずからの体験談を披露した。日本公庫千葉支店が開催した出前授業の一コマだった。理紗さんは日本の農業の将来性について聞かれ、こう答えた。「日本は四季があって自然にも恵まれています。工業や貿易だけではなく『食べ物をつくる国』として日本の可能性は無限です。私もそこに少しでも貢献していきたい」

授業終了後、理紗さんは教諭に「学生向けの会社説明会があれば、呼んでもらえますか」とさっそくリクルート活動をしていた。農業の魅力が理紗さんに力を与え、理紗さんもまた農業に希望を吹き込んでいる

(青山浩子／文 河野千年／撮影)

酪農関連の碑めぐり (その5)

日本政策金融公庫
テクニカルアドバイザー

加茂 幹男

札 幌市営地下鉄東西線菊水駅の南東五〇〇
〇のぎく公園に隣接する「菊水やよい児童会館」の前に、白石歴しるべ「日本近代酪農発祥の地―宇都宮牧場跡」の碑が建てられています。

碑文には、『明治三五年（一九〇二）から昭和二年（一九二七）までの二五年間、ここに広さ二〇〇の宇都宮牧場があった。大分県生まれの宇都宮仙太郎は、明治一八年に牧場経営を志して北海道に渡った。札幌県立真

駒内牧場での実習で不足な分は英語の文献を読み、さらには理解を深めるためにアメリカに留学した。帰国後の明治三五年に上白石村でサイロなどをもつ本格的な牧場を開き、近代的な飼育、牛乳販売、バター製造などを開始した。民間人初の種牛輸入による品種改良、共同組合方式の資材調達、本格的なバター製造など、どれ一つとっても時代の先端

をいくもので、日本の近代酪農の基礎を築いた。仙太郎は全国から慕って来る後継者を育て「日本酪農の父」と呼ばれ、アメリカに留学してホルスタインの品種改良に務めた長男の勤は「日本ホルスタインの父」と呼ばれた。』と記載されています。

仙太郎は豊前国下毛郡大幡村（現・大分県中津市）の養蚕農家、武原文平の次男として生まれましたが、母方を継ぎ宇都宮を名のりました。

中学卒業後に上京し、同郷の先輩・福沢諭吉に感化されて、一八八五年に北海道にわたり、真駒内種畜牧場に入り、場長・町村金弥の下で牧夫として二年間働きました。

一八八七年、金弥の手引きにより渡米し、厳しい修行に励んだ後、一八九〇年に帰国し、しばらく金弥の農場で働きます。一八九一年、金弥からホルスタイン二頭を借りて独立し、市乳の販売とバターの製造を始めました。一時、東京に進出しますが、再び戻って



札幌市内の「白石歴しるべ」（白石区役所・松本さん提供）

「札幌バター」の製造に取り組み、一九〇二年に上白石に牛舎を新築し、大型サイロを建て、牧場を開設しました。当時は牛乳や乳製品の一般的な需要が少なく、北海道の乳業者は苦境に立たされていました。新しい乳産業のパイオニアになったのが仙太郎です。

一九一五年、市乳業者と結集して札幌牛乳販売組合（後の札幌酪農組合）を立ち上げました。一九二四年には、定山溪鉄道によって牧場が分断されたため、上野幌に牧場を移転。デนมーカー留学帰りの出納陽一と「宇納農場」を開設し、米国留学していた佐藤貢を工場技師に迎えてバターやチーズの本格的製造を始めます。一九二五年には、全道の酪農家とともに「北海道製酪販売組合」（雪印乳業の前身）を発足し、組合長として乳業発展に尽力、日本近代酪農の基礎を築きました。

F



Profile

かも みさお
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。

青果市場での経験活用

人口減少の進む過疎地に高齢化が加わる厳しい環境に加え、島という物流のハンディキャップを抱えながら、それらを克服しようとしている。

亀田農園の本社および農場のある大崎上島町は、瀬戸内海に浮かぶ芸予諸島の大崎上島にある。瀬戸内海独特の温暖少雨な気候を生かした農業が基幹産業で、かんきつ類やブルーベリー、野菜の生産などが盛んだ。

広島県内では三番目に大きい島だが、本州への移動にはフェリーや高速船が必要という地理的ハンディがある。しかも人口は、一九八五年の一万四一〇一人から二〇一〇年には八四四八人まで減少。六五歳以上の割合も一〇年は四二・八%となっていて、高齢化が進んでいる。

その逆境の中で亀田農園は、独自のチャレンジによって、今では出荷が間に合わないほどの人気を博しているフルーツトマト「亀ちゃんトマト」を生産している。

代表取締役の亀田英壮さん（四〇歳）は大学卒業後の一九九五年に東京都内の青果市場に就職。修

経営紹介

「亀ちゃんトマト」でブランド化 過疎と物流のハンディ克服



亀ちゃんトマトを収穫する亀田さん



広島県豊田郡大崎上島町
亀田農園株式会社

設立 ● 2010年10月
資本金 ● 300万円
代表取締役 ● 亀田 英壮
事業内容 ● 施設野菜（トマト）、果樹（ミカン）生産

行の後セリ人の資格を取得し、ここではブドウ、ミカンのセリを担当した。

その後、二〇〇〇年に帰郷。温州ミカンやトマトの生産に取り組んでいた父の文男さんから経営を継承するため就農した。

糖度高いトマト目指す

これを機に亀田農園は、消費者のマーケットを意識した経営に舵を切る。ポイントは大きく二つあった。

まず、農園の規模拡大を目指し、糖度の高いトマトの生産へ踏み出した。付加価値のある高糖度トマトで差別化を図れば、収益性を高めることができるのは間違いない、と判断をしたのだ。

しかし、高糖度トマトの生産は、それまでのトマト栽培とは勝手が違い、生産開始当初は品質や収穫量がなかなか思いどおりにいかなかった。

亀田さんによると、土壌の水分をできる限り絞ると甘みが強くコクの深いトマトが生産できるものの、その一方で、トマトの実割れが発生し収穫量が不足してしまっただけという。

高品質なトマトの安定的な生産



亀田農園の従業員のみなさんと

を目指し取り組んではみたものの、気持ちとは裏腹に現実には困難を極めた。このため、亀田さんは化学肥料や農薬を減らして有機肥料を使用、しかも葎を土壌に混ぜ込んで酸素を地中に供給するなど、父とともに何度も何度も試行錯誤を重ねた。

愛称生かしイメージ戦略

しかし、こういった言い知れぬ努力はどこかで報われるものだ。二〇〇三年、ついに果肉が多くゼリー状の部分が少なく、糖度八度以上のコクの深い味わいが特長の

高品質なトマトの安定生産に成功したのだ。

次の大きなポイントは、青果市場での経験を生かしたトマトのブランドディングと独自販路の開拓だ。その想いは親しみやすい「亀ちゃんトマト」というネーミングに込められている。

ブランドディングは、生産物の存在感を出す意味では重要なマーケティングの手段だ。特に、おいしさや形状などの付加価値とともに、愛称を巧みに使ったイメージの定着が重要だと、亀田さんは青果市場の現場での経験で知っていたのだ。

そして、市場流通に乗せると他のトマトに混じって存在感が出ないので、「亀ちゃんトマト」のブランドで、県内のスーパーや飲食店などへの営業により亀田さんは販路を拡大していった。

うれしいことに、安定した品質の高さと出荷ロットは多くのバイヤーから評価を得ることとなり、多くの引き合いと相まって高単価での販売が可能となった。

亀田さんは「他社の商品よりも二〜四割程度値段が高く、売れ行きも好調でした」と当時のことを語っている。

これをきっかけに二〇〇九年からはインターネットを使った通信販売も開始。そして営業活動を全国に広げ、東京の高級ホテルや関東のスーパーなどの取引が始まった。

トマト栽培面積も約一畝と規模拡大したが、全国のバイヤーからの引き合いが強く、生産量が間に合わないほどだ。

また、傷が付くなど規格に合わず出荷ができないトマトは、「亀ちゃんトマト」の特長を生かすため、砂糖のみを使用した甘みの強いトマトジャムや、トマトドレッシングなどに加工するなど、六次産業化にも積極的に取り組んでいる。

人材育成と地域振興も

二〇一二年、大崎上島町は、「大崎上島町未来創造計画」を策定した。担い手の育成により基幹産業である農林水産業を持続可能なものにし、雇用の場の創出と人口減少の抑制に取り組んでいる。「フルーツアイランド大崎上島の再生」をスローガンに、島の農産物を特産品として担い手を育てようというものだ。

亀田農園の取り組みは、こうし

た行政の動きとも次第に重なり合うようになる。

同年、亀田さんは人脈を生かして、広島市内のスーパーに「大崎上島町産野菜コーナー」を設けることができた。町内の農家からさまざまな野菜を集荷し、まとめてスーパーに卸している。

現在、二八戸の農家と契約をしているが、将来的には一〇〇戸程度の農家から集荷し、多店舗に展開していくことを目指している。

また亀田さんの就農する前は、従業員を雇用していなかったが、現在は一〇代を含め八名を雇っている。また従業員には、将来的な独立を視野に入れ、幅広い知識を習得することができるよう人材育成を行っている。

たとえば、生産だけでなく販売も担当させる。お客さまと対話をするなど直に触れることにより、経営者としての感覚が磨かれるのだという。

「独立した人たちと一緒に農業経営を発展させることを通じて、町の振興に貢献していくことができたら素晴らしいなと思っています。必ずチャレンジします」と亀田さんは、将来を見据える。

(広島支店 駒野啓)

鳥取6次産業化サポートセンター
食農連携コーディネーター

下岡 真

(五二歳)



● しもおか まこと ●
一九六三年広島県生まれ。食農連携コーディネーター(FACO)。道の駅、都市間交流施設、地域公社を経て、現在は公益財団法人鳥取県産業振興機構・鳥取6次産業化サポートセンター企画推進員。二〇一〇年の鳥取県農福連携事業開始から三年間、コーディネーターとして事業を推進。

鳥

取県琴浦町にある赤碕漁港。そこに所属する漁師一家が国の六次産業化法の認定を受け、さらに鳥取県の六次産業化プラン認証により補助事業を導入し、本格的に六次産業化を進めている。

この取り組みには、一次産業と福祉の現場相互の連携(水福連携)が大きく寄与している。ワカメメカブとテングサの下処理を地元の就労系障害福祉サービス事業所(福祉事業所)に委託したのをきっかけに、製造量を飛躍的に伸ばすことができ、事業化にめどが付いたからだ。

また名峰・大山^{だいせん}を望む大山町では、ラッカセイ生産グループが農福連携として、複数の福祉事業所に年間を通じ殻むき(種取り)・播種・栽培管理・収穫・袋詰めを委託して、六次産業化に取り組んでいる。各々、主である農水産物を持っており、取り組みを陰で支えているのは、福祉事業所で働く障がい者の方だ。

他にも数々の事例が出てきており、最近では最初から六次産業化の事業計画に農福連携を組み込んだケー

スもある。

六次産業化の課題である人材・加工施設・販売チャネルの確保は、福祉事業所と連携していくことで実現性を増し、福祉事業所の課題である受託作業の安定化、保有施設の稼働率向上、さらには福祉事業所自体が六次産業化による付加価値向上から、障がい者の工賃向上に寄与することができる。親和性が高いのだ。

鳥取県では二〇一〇年度から「鳥取発! 農福連携モデル事業」をスタートさせた。いわゆる作業所と呼ばれる福祉事業所と農業者をマッチングして、農作業を委託。知的・精神障がい者の方に農作業ができるのか、あるいはどうしたらできるのかを検証し、障がい者の農業分野での就労を促す目的だ。

全国で初めて地方自治体として鳥取県が取り組んだこの事業は先進的とされ、県外からの視察、県外へ出向いての事例紹介などにより注目を集めた。

二年間の「モデル事業」を経て、二二年度からは農福連携推進事業として、福祉事業所で働く障がい者の工

賃向上を目的に現在も続いている。一〇年から一二年まで三年間のマッチング件数は二八六件、委託料は一五〇〇万円近くになる。

しかし、課題も多い。個々の委託料は時給換算で一人当たり四〇〇円程度。成果報酬的な作業では、ときには二〇〇円程度にしかないものもある。福祉事業所への「委託」なので、最低賃金にかからない安価な労働力として捉えられかねない。

また、スポット的な一時作業が多く、作業所側としては主力事業として力を入れることができない、農業者側が本当に人手を必要とする早朝・夕方の時間帯には、福祉事業所の勤務時間が合わない、収穫時に未熟果実を収穫してしまふ、能力の個人差が大きく指導に十分な時間を充てられないなどの問題もあり、コーディネート作業はその対応に追われた。

よい面は、農業者にとって繁忙期の一時的な労働力が確保できること、福祉事業所側にとって製造業の下請け作業よりは委託料(工賃)が少し高いことがある。

障がい者の生活の質の(QOL)向上では、作物の成長に触れる、自然に触れることから、効果の高さの数々が実証されている。特に精神障がい者の方にとつ

ては、夜によく寝られるようになったなど、生活リズムを取り戻す機会にもなっている。

課題はあるが、このように農福連携は双方にメリツトの高いものだ。そこで、単純な労働力や一時的な関係で終わらせないコーディネートとして、私は鳥取県に對し、二年度からは農福連携推進事業に明確に六次産業化を組み込むことを提案した。この二つは同時期に事業としてスタートし、言葉として認知が拡がってきたこともあり、自然な流れであるように思える。

農福連携は鳥取県が県の事業として取り組み始める前から、障がい者の一般就労や、農業法人・農業者が福祉事業所を開設している先進的な地域もある。障がい者が農業にそぐわない根拠は従前より全くなく、むしろ合っているのだ。

今後は、企業の農業参入の際、特例子会社によって障がい者を雇用したり、福祉事業所自体の農業生産に最初から六次産業化を組み込んでいくことも可能だ。

地域では担い手確保として福祉事業所と連携した取り組みなど、農福連携と六次産業化の融合は当たり前のこととなっていくだろう。これは新しいソーシャルアグリビジネスの創出と言っている。

農業と福祉が連携した「農福連携」に六次産業化との融合を創出していく。

湯浅 明男 さん

徳島県
有限会社丸浅苑

産官連携で高品質シイタケ実現 旺盛な開発心とIT活用が奏功



山林の多い徳島県で、シイタケの原木栽培や菌床栽培にとどまらず、多種類の加工品生産や販売まで手掛け、今や全国フランクのシイタケ専門企業となった。旺盛な開発心で徳島県立工業技術センターと産官連携ビジネスモデルを確立、高品質シイタケの品種開発やIT（情報技術）活用

の空調栽培システムも導入するなど、さまざまな視点からアプローチする積極経営に挑む。

シイタケの生命力に感動

——ご実家はブローラー生産などの畜産業でいらした。それと大きく異なるシイタケ栽培に取り組みきっかけは、何だったのですか。

湯浅 徳島市西部の一宮地区にあった親戚の農家に行ったときのことです。

す。原木栽培のシイタケを見て、生命力の素晴らしさとたくまじさに魅せられたのです。

——と言いますと？

湯浅 観察していたら、木の皮を押し上げるようにシイタケが出てきて、成長していくのです。その生命力に感動し、これをやろうと決めました。

——では、最初は原木栽培にチャレンジしたのですか。

湯浅 はい。徳島県にはシイタケの原木栽培の元になるクスギ、ナラの広葉樹が多いので、生産環境は抜群によいのです。ところが問題がありました。

シイタケは生産期間が秋から春先までの低温期に限られるため、周年栽培が難しいのです。ビジネス的には年間を通じた生産出荷が必要なので、正直なところ、とても悩みました。

——シイタケ生産には低温対策がポイントなのです。

湯浅 秋ごろ、原木に綿のようなシイタケの種菌を植え付けて生産をスタートさせるのですが、温度がカギを握り、高い温度状態だと菌が育たないのです。

——周年生産にはどうやってチャレンジを？

湯浅 周年で量産する体制を整えるためには、気温の高い夏場をどう乗り切るか、端的には、夏場の低温維持対策がポイントだと思いました。しかしそれまで実際に取り組んだ経験がないため、本当に悩みました。

——常識的には、気温の低い高地での生産が考えられます。

湯浅 そうです。徳島県内には、剣山つるぎやまにつながる中尾山という標高一〇〇

〇以上の高原があります。そこは夏場でも低温を確保できるので、私はトラックで原木の丸太を選び、七、八月の二カ月間、原木栽培と向き合うことにしたのです。生産のための実験です。

夏場に高地で原木栽培

——その二カ月間は、ずっとお一人で頑張られたのですか。

湯浅 ええ、単身赴任のような一人生活でした。一九七〇年代後半から八〇年代の話です。始めた頃はまだ二〇代でしたので、夏場だけとはいえ八年間続けました。

シイタケの生育状況をずっとウオッチングし、そのデータ管理を続けました。これによって、シイタケの周年栽培に確信が持てました。

——文字どおりの孤独な闘いでござ



自社のシイタケ商品を前に経営を語る湯浅さん

Profile
 ゆあさ あきお
 一九五四年徳島県生まれ。六〇歳。徳島県立名西高校を卒業後、実家の種卵・ブロイラー肉生産にかかわる。七八年にシイタケ原木栽培を開始。九二年菌床栽培に移行。九六年に有限会社丸浅苑を設立。徳島県立工業技術センターとの産官連携で開発した品種や成分分析技術を駆使し、加工品を生産。二〇〇四年に優良認定農業者として農林水産大臣賞受賞。妻と娘一人、息子三人。

Data
 有限会社丸浅苑
 徳島県徳島市に本社。代表取締役社長は創業者の湯浅明男氏。資本金一〇〇〇万円。シイタケの生産、加工、販売。傘下の丸浅苑 R & D 食品加工センターでキノコ生産技術の研究開発も。一九七七年に会社設立し原木・菌床栽培に取り組み。現在はシイタケベースの調味料、レトルト食品も生産。菌床工場は二〇棟、施設全体は約一〇万平米。年商一四億円。従業員五三人。

労も多かったのでしょうか、貴重なデータを得られたのは大収穫ですね。
湯浅 高地でのシイタケ原木栽培のデータは貴重でした。当時、ノート型PC（パソコン）が出たばかりで、持ち運ぶには重かったのですが、データ蓄積のため現場に持っていきましました。
 — おかげで、平地でのシイタケの原木生産にも大いに活用できた？
湯浅 もちろんです。ただ、安定した生産を確立するには、菌床栽培の方が有効だと判断したため、九二年に菌床栽培、つまりおがくずなどの菌床にシ

イタケの種菌を植え付けて栽培する生産方法に移行させたのです。
 そのときにも、夏場の高地での原木栽培データがいろいろな形で活用できました。

IT活用しデータ蓄積

— どういった点が活用できた？
湯浅 菌床栽培は、原木栽培よりも生産期間を短縮できる点がメリットですが、栽培管理の面では共通部分が多いのです。
 特に、高原の原木栽培で得た温度や湿度の管理データが大いに役立ち、IT活用による安定した空調栽培システムの確立にもめどが付きましました。

— 今、農業の現場でIT活用が当たり前ですが、湯浅さんはそれを先駆的に行われた、ともいえますね。
湯浅 シイタケの原木栽培には低温対策が決め手になるので、平地で夏場も栽培する周年生産を軌道に乗せるには、工場などの施設を使って対応するしかありません。その際の温度や湿度などをどう管理するか。これには「合理的な管理」が必要だと考えました。そこで行き着いたのが、パソコンを使ってIT活用することだ、と思ったのです。

— シイタケ栽培で、二〇〇四年に優良認定農業者表彰で農林水産大臣賞

を受賞されましたね。

湯浅 ええ、評価いただいたときはうれしかったです。受賞理由は、ITを活用しての施設利用型優良認定農業者という点でした。今までの苦労が報われたと思えましたね。

— 夏場の高地での八年間に及ぶ単身赴任生活も、ムタではなかった？
湯浅 ムササビと同居するような生活で、口には出せない苦労も多かったです。しかし、温度管理などのデータ蓄積が必要だ、という目的意識が先行していたのでしよう。それに、当時は若さがありました。

高品質・安全・安心が売り

— ITを活用した農業には早い時期から関心を？
湯浅 データ管理の必要に迫られただけです。というのも、シイタケ栽培には酸素濃度やCO₂（二酸化炭素）濃度などの管理が重要なのに、これまでは過去の経験や勘に頼ったアナログ的な栽培が主流でした。

私は、「味がよく高品質、安全、安心」を売りにしたシイタケでビジネスをしたかったので、今までと同じではダメだと思ったのです。
 — それで合理的な管理手法を導入したのですか。

湯浅 農業もアナログからデジタル

化へ移行する時代です。当時のパソコンは重いだけでなく、OSも今では懐かしいWINDOWS95でしたから、使い勝手は悪かったです。

——そこで本題です。研究心、開発心が旺盛な湯浅さんのビジネスに光を与えたのは産官連携でないかと思うのですが、いかがですか。

湯浅 これまた、うれしい評価です。一九九七年に有限会社化し、いよいよ本格的にシイタケ生産にチャレンジすることにしました。ところが、成分分析などを経て加工食品化するプロセスで壁にぶつかっただけです。

悩んだ末に徳島県立工業技術センターにアドバイスをもらおうと考えました。そこで、いろいろドラマがあつたのです。

運命的出会いで産官連携

——と言いますと？

湯浅 地元の徳島大学には、工学部はあつても農学部がないのです。シイタケ産地の一つの静岡では、静岡大学が地元と密着しており、シイタケ研究では定評があるのと対照的でした。

そこで私は、大学よりも近くの県立工業技術センターの方が県民のニーズに比べてくれるだろうと考え、門を叩いたのです。魚やワカメの研究者がいてもシイタケ研究の専門家はおら

ず、がっかりしたのですが、現在副所長を務める福田和弘さんとの出会いが、私の人生を変えたのです。まさに運命的な出会いです。

——産官連携のヒントを得た？

湯浅 福田さんは酵母研究の専門家で、シイタケは畑違いでした。しかし、私が毎日のように訪問し、いろいろ話をするうちに、「シイタケも『氏より育ち』が大事だ。シイタケ種菌を培養する優れた培地を見つけることだ」と言われたのです。

目からウロコが落ちるようなものでした。農業の土と同じように、土壌にあたる培地がポイントなのだということが気が付き、現在のおがくず培地に行き当たつたのです。これが産官連携の成果でした。

——現在は「丸浅苑 R&D 食品加工センター」を徳島県立工業技術センターのそばにつくられています。これも連携の一環ですか。

湯浅 はい。福田さんからは、シイタケの成分分析研究によってシイタケエキスを活用した調味料、健康食品づくりのヒントをいただき、経営の多角化につながりました。

そこで、産官連携の実を成すには近接した場所での共同研究するのがいいと、二〇一三年に設備を整えたのです。——シイタケエキスの加工食品は、成

分分析がしっかりしていれば、付加価値がついて収益源になる？

湯浅 ええ。科学分析データがしっかりとしていれば、シイタケエキスなどの製品をアピールできます。

——生シイタケだけでは安価な中国産との競争がありますが、付加価値がある加工品を武器に、中国など新興アジアの富裕層にアタックも？

湯浅 実は、丸浅苑は生シイタケでも競争に十分に勝てる、高品質の「ちいたけ」という天然品種を持っています。

ラッキーなことに、徳島県内の山中に自生する小ぶりのシイタケを偶然発見したのです。しかも、食味してみたらなかなかよかつたので、商品化に踏み切りました。徳島市内のレストランの料理長にも評価を得ています。

ちいたけブランドで勝負

——シイタケではなくて「ちいたけ」とは、面白いネーミングですね。

湯浅 シイタケよりも小さいものの、肉厚で、焼いても味がよいのです。

ブランド価値があるので、最近はず都圏の大手デパートや東京都内にあるミシユラン星獲得のレストラン、有名焼き鳥店などに出荷しています。

——現時点では、国内市場がメインターゲットですか？

湯浅 ええ、日本国内は成熟市場で、

健康志向も強まっています。そのニーズに対応する「味がよく高品質、安全安心」の商品をつくり出せば、十分にやっつけていると思っています。

また、シイタケエキスをベースに徳島県産の野菜を組み合わせたレトルトスープをこのたび開発しました。今後は、地域色も備えた加工品のラインアップを大幅に拡充していきます。

シイタケの持つ可能性をとことん追求し、子どもからシニア層にまで幅広く、その魅力を伝えていきたいですね。

——シイタケ専業メーカーとして、生産から加工、そして販売まで手掛けられる、典型的な六次産業化企業ですね。

湯浅 農業は経営感覚を持って消費者ニーズに対応すれば、自然と加工や販売まで進みます。六次産業化は今後の農業の基本のビジネスモデルだと思います。

——産官連携も、それを補強する形となつた？

湯浅 産官連携もそうですが、私は、いいものをつくるためには活用できるものは何でも活用しようという主義なのです。私の哲学はシイタケを通じて、消費者の皆さんのためになる、健康にいいものをつくりたい、という考えです。レトルト食品も保存料などは一切使わない主義です。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)

小さな子はハンバーグやカレーライス、鶏の唐揚げなどを喜ぶのですが、子どもの頃の私の一番のごちそうは炊きたてのごはん。また、子どものことだからおかずには好き嫌いもありましたが、なにより好きだったのはなんてことない野菜のおかずたちです。

たとえば、おひたしや胡麻和え、切り干しの煮つけや大根おろし、煮っころがし。手の込んだものよりも簡単ないつものお総菜が大好きでした。初めて食べて「世の中にこんなおいしいものがあつたなんて!？」と感動したのが、にんじんの葉のおひたし。なべ物でもトトロ口に煮えた白菜ばかり選んで食べる。小学校にあがる前からそんな具合で、「おばあちゃんのごはんみたい」と家族からも笑われましたが、なんてことないおかずこそ最高のごはんのおとも。ハンバーグやステーキが三日続くときつとイヤになりますが、ごはんと野菜のおかずなら毎日でも飽きるということはありません。

そうそう! ごはんのおともでも忘れてならないのが、れんこんのきんぴらや酢のものです。実家のある山口県岩国市はれんこんの産地。岩国れんこんはほかのものより穴がひとつ多いとか。

「れんこんは見通しがいいといつて縁起物とされるけど、岩国れんこんは穴が多いぶん、さらに見通しがよく、さらに縁起がええわけよ」。れんこんを料理するたびに母が言うから、れんこんがますますおいしく感じ、今でもれんこんの天ぷらや煮ものは大好物です。

私は今、野菜料理家を名乗り、植物性100%の料理―野菜や穀類、豆製品などだけでつくる料理―を紹介していて「野菜は美容にいいよ、健康にもいいよ」とみなさんにお伝えしていますが……。

体にいいからという理由だけではなく、私が野菜にこだわるのはなによりも野菜が好きだから。どんな大ごちそうより、とれたて新鮮な野菜を食べた時の心と体が喜ぶ感じを忘れたくないのです。

私自身はベジタリアンですが、肉や魚が好きなた方にも野菜は大事。誰の体にもいいもので、ごはんと野菜が食卓の基本と思います。だから、野菜のおいしい食べ方や忙しい方でもパッとできる野菜のレシピを紹介できる今の仕事は自分も楽しい、人様の役にも立ててなお嬉しい。これはとても幸せなことだと思っております。



野菜料理家
庄司 いずみ

しょうじ いずみ
植物性100%の料理をレシピ本やブログ、雑誌、テレビなどで紹介。不定期で開催する料理教室はモデルや女優なども多く通う。近著に「やさいの常備菜」(世界文化社)「たった2つの野菜でカンタンサラダ」(主婦の友社)など。

ごはんと野菜が基本です

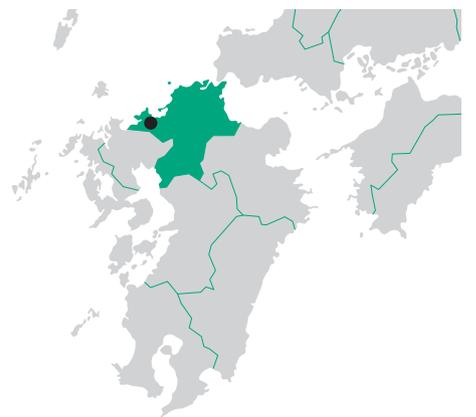


「やっかいもの」を「おたから」に 喜びと笑顔をもたらす地域活性化へ

福岡県糸島市

糸島市役所農林土木課農地整備係長

庄島 明宏



当初は鳥獣被害に苦しむ

野生の鳥獣被害に苦しむ自治体が多いが、私たちの住む福岡県糸島市も例外ではなかった。しかし、自治体が主導で地域の人たち、さらには大学の研究者らの協力を得て、イノシシを山の「やっかいもの」から「おたからもの」にした取り組みをお伝えしたい。

糸島市は、福岡県西部の糸島半島に位置し、南部には脊振山系の山々が、北部には玄界灘に面した海岸線が広がり海と山に囲まれた自然豊かなまちである。主要農産物は水稲を中心に、野菜、果樹、花卉などの園芸作物や畜産物などで、年間を通じて多種多様な営農が行われている。

隣接する市は、東に政令指定都市である福岡市、西に佐賀県唐津市、南に佐賀市で、現在は、福岡市のライフタウンとしての性格を持つ。そのため、休日には市内各所にある農畜産物・海産物直売所には市内外から多くの人たちが訪れて賑

わっている。

しかし、農村集落では農業者の高齢化による担い手不足や耕作放棄地の拡大、農業所得の減少傾向によって集落の活力低下が起きており、さらに追い打ちをかけるように、近年、鳥獣被害の拡大が営農意欲を低下させる大きな問題となっている。

前述の通り里山が多く点在し、自然豊かな環境で農業が営まれ、年間を通し多彩な農産物が生産される一方で、えさ場や隠れ場となる耕作放棄地が拡大している。糸島の環境が、野生鳥獣にとつて大変住みよい環境であるようだ。

二〇一二年度の糸島市における野生鳥獣による農林産物の被害額は約七五〇〇万円である。その中でもイノシシによる被害額が三六〇〇万円と最も多い。品目別では果樹、野菜、水稲の三品目が全体の九〇%を占めている。

また、カラス、ヒヨドリの鳥類やニホンザル、アナグマの被害も発生している。野生鳥獣類の生息

範囲も広がりイノシシが公園や宅地内の茂みの中にいた事例もある。アナグマは、私が入庁した二年前には大変珍しい種類であった。そのため車と衝突したアナグマを傷病野生鳥獣医療所へ搬送し保護したことがあったが、今では市内全域に生息し、住宅街の道路側溝などに住みつき家庭菜園や生活環境の被害が拡大している状況だ。野生鳥獣の生息環境の変化には大変驚いている。

地域で集団対応に動き出す

市ではそのような鳥獣被害の対策として防除活動と捕獲活動を行っている。防除活動では、二〇一〇年より被害が深刻な中山間地域を中心に、国の鳥獣被害防止総合支援事業を活用し、イノシシの侵入防止柵を整備し、継続的に被害防除活動を実施している。また、被害防除効果が上がるように複数の田畑の周りに柵を張りめぐらすなど、農地の集団的整備を呼び掛け、地域で検討して、効率的、効果的な整備を進めている。

profile

庄島 明宏 しょうじま あきひろ

1970年福岡県糸島市生まれ。96年入庁し、農林土木課で鳥獣対策業務を担当。その後下水道課、企業立地課を経て再び農林土木課で鳥獣対策業務に就く。2012年より現職。

糸島市

2010年1月1日に、前原市と二丈町、志摩町とが合併し誕生。自然豊かな環境でつくられた農畜産品や海産物は、安全・安心な新鮮でおいしい食材として「糸島ブランド」が定着してきている。

市では鳥獣対策として地域住民、猟友会、JAなどと連携し、捕獲活動、被害防除活動を実施。その取り組みが、農林水産省の13年度鳥獣被害対策優良活動生産局長賞を受賞する。

この他、猟友会会員がメンバーとなる捕獲会による農作物の被害状況に合わせた定期的な捕獲活動と、住民からの要請に対応する鳥獣被害対策実施隊員による捕獲活動にも取り組んでいる。実施隊員とは、市に対して鳥獣被害対策に関する要請が多く職員の負担が大きいため、捕獲対策をさらに強化するため地元猟友会に選出を依頼したもので、一二年八月から同隊を組織し活動している。

現在は、実施隊員一〇人を任命し職員を合わせ一二人で活動している。比較的時間の融通が可能な自営業者を中心に任命したことにより、地域住民からの有害鳥獣捕獲要請に迅速に(即日)対応できるようになった。

また、イノシシ被害から自分の農地は自分で守

るため、狩猟期以外も箱罠による捕獲ができるように免許を取得する農家も多く、その数は猟友会の約半数を占めるほどだ。市では狩猟期間中により多くを捕獲してもらうために報奨金を交付したところ、捕獲活動はさらに盛り上がるようになった。

「やっかいもの」活用に見る発想転換

すると、捕獲体制も地域ぐるみで活動するところが現れた。糸島市二丈吉井地区の「二丈吉井上農地を守る会」の有害鳥獣対策グループの方たちだ。

これまで地域の農地を守るために捕獲活動をしてきたが、この「やっかいもの」を何かに利用しよう、逆転の発想で検討が始まった。

グループのメンバーを中心に関係者で幾度も議論を重ね、これまで近所の方などに配っていたイノシシの肉を特産品として販売し、地域の活性化につなげようという結論にたどりついた。市は二〇一二年度の鳥獣被害防止総合支援事業により獣肉処理加工施設「浮嶽くじらセンター」を整備。名称は、施設がある山を浮嶽といい、地域では昔からイノシシを「山鯨」と呼ぶため「浮嶽くじら」とした。

施設は、地元地域の農業者などで組織する「浮嶽くじら処理加工組合」が運営管理している。一二年の実績は、八四頭のイノシシを処理し、販売額は一五六万七〇〇円だ。しゃぶしゃぶ用のスライス肉などの精肉や加工品のハムやソーセージは、「浮嶽くじら」ブランドとして市内直売所で



上：獣肉処理加工施設「浮嶽くじらセンター」
下：市内直売所で販売しているイノシシの肉

販売しているが、お客さまからは、「臭いがいい」「柔らかくておいしい」など好評を博している。

九州大学とも連携して対応

また、組合では研修会を開催するなど、解体処理技術の向上の取り組みを行い、販売に必要な資格（食肉処理業）の取得、販路拡大など、県や糸島市の協力を得ながら自主的な運営を行っている。

私もそうであるが、これまでのイノシシ肉は、「いただくもの」「固い」「臭い」のイメージが強く、購入するものではなかった。販売してもまだ地域では認知度が高くないので、福岡県内で安定した消費量が見込まれるかどうか、獣肉処理加工施設を整備した当初は不安な部分が多くあった。

そこで、糸島市と九州大学が連携する「糸島市九州大学連携研究助成事業」を活用し、九州大学大学院農学研究院の丸居篤助教を代表とする六人のグループが「糸島産イノシシ肉の有用性評価による農村集落活性化」と題して、糸島産イノシシの肉質分析と加工品製造（イノシシソーセージ）に関する研究を実施した。九州大学とは、市北東部に伊都キャンパスがあることから相互の資源を活用して産業の高度化や新産業の創出、地域課題の解決、教育および医療活動の進展など、地域社会の振興に寄与することを目的に二〇一〇年に連携協定を締結しているのだ。

一二年七月の成果発表では、肉質分析でイノシシ肉に含まれるうま味系のアミノ酸（グルタミン酸、アスパラギン酸など）がブタ肉に比べ多いことを明らかにし、日本暖地畜産学会で発表された。この成果は大いにイノシシ肉の特性のアピール

につながった。

また、イノシシ肉特有の臭いを抑制するには、放血処理をすばやく丁寧に行うことに尽きるといふ。この点にこだわり、連携事業で試作した「糸島産イノシシソーセージ」を、市内での試食イベントで約三〇〇人にふるまった。アンケート結果では、「イノシシ肉とは思えない」「イノシシソーセージを活用して地域が元気になってほしい」など、食味だけでなく今後の展開に前向きな意見が多数寄せられ、私たちスタッフも喜びに湧いた。この取り組みはテレビや新聞でも取り上げられた。

一三年二月には、福岡県内で捕獲された天然イノシシ・シカを食肉として活用して地域の雇用増加や特産品、観光資源として地域の活性化に貢献するために、福岡県が「ふくおかジビエ研究会」（ジビエ：野生鳥獣肉）を開催。われわれも「浮嶽くじら」のイノシシ肉を、来場したレストラン、居酒屋など飲食店、食肉業者、獣肉処理加工施設関係者、一般消費者など多くの方々に試食用として提供し、糸島産イノシシをアピールした。このように、県や他の団体と連携を取りながらイベントにも積極的に出展し、広くアピール活動を行っている。

加工処理センターは運営を開始してから二年目を迎えるが、自然が相手となるため、予定通りにはいかない。一三年初秋は、シーズンインにもかかわらず全く捕獲できずに運営が心配された。その後、頭数は確保できたもののやはり安定数を確保することが重要な課題と強く認識した。

本来の目的である農作物の被害減少から考えれば、イノシシの生息数が減ることは喜ばしいこ

とであるが、捕獲数が減れば加工処理センターの運営が厳しくなるジレンマに陥っている。

ジビエ活用への取り組みがカギ

浮嶽くじら処理加工組合は、地域の農家や会社員など高齢の方たちで組織され、捕獲、解体技術は持っているが、獣肉を加工販売するための衛生管理や営業など、これまで経験がない慣れない活動に苦慮している。

捕獲から解体加工を組合員が一貫して行うため人件費や施設管理費が高くつき、一般の牛や豚などの精肉と比べると天然のイノシシ肉は高価なものとなる。そのため、思うように売り上げが伸びない。また、ジビエということもあり飲食店では取り扱いが浸透しているとは言えず、運営は楽観できない状況だ。

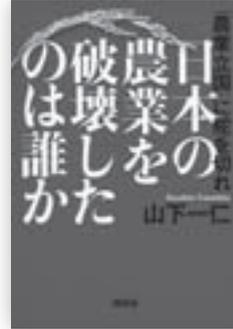
しかし、精肉の販売だけでなく、地元加工業者に委託しハム、ソーセージ、ジャーキーの加工品の販売も始め、イベントなどでのPR活動や組合員の方の営業努力により販売店、取扱飲食店も徐々に増えてきた。現在では地域の飲食店六店舗、食材などの販売店五店舗と取引しており、認知度も広がり手応えも感じている。また、地域での捕獲と地域外からの捕獲獣の受け入れにより、処理頭数を増加させ安定した施設運営を目指している。

このようにジビエを生かす取り組みが活性化することによって、狩猟者に対するイノシシ捕獲意欲が向上し、捕獲数の拡大、農作物の被害軽減につながっていくだろう。山の「やっかいもの」が「おたからもの」に変わり、地域に喜びと笑顔をもたらす存在となることを願う。

『日本の農業を破壊したのは誰か』

——「農業立国」に舵を切れ——

山下 一仁 著



(講談社・1,680円 税込)

農業についての「通説」を打破する

村田 泰夫

(ジャーナリスト)

書名にある問いの答えは簡単である。日本農業を破壊したのは、著者の山下氏によれば、農水省であり農協である。原発の利権に絡む産官学で構成された集団を「原子力村」とやゆされることがあるが、農業界には特定の利益集団で構成された産官学の「農業村」があるという。

農業村主導の農政の一例として、山下氏はコメ政策を挙げる。関税率が低く保護されてこなかった国産の野菜に競争力があるのに、高い関税で守られてきたコメに競争力がない原因は、長年にわたる生産調整にあると見ている。

農業者を正組合員とする職能組合であるはずの農協は、いまや非農家である准組合員の方が多く、農業者のための組織ではなくなっている。日本農業に閉塞感をもたらしている「減反」の廃止に強く反対するのは、手数料としての収入が

減ることを恐れる農協の収益確保のためだと主張している。

しかし、この本は単なる農政・農協批判本に終わっていない。消費者である一般の国民目線から見ると、摩訶不思議な世界である農業界の通説に鋭く切り込んでいるところに、山下氏の真骨頂がある。

「小さな兼業農家は、貧しい」「小さい農家ほど環境にやさしい農業をしている」「食料自給率が低下することは問題である」「農業人口が減ることとは悪いことだ」「米国や豪州とは規模が違うので競争できない」「TPPで食の安全が脅かされる」——通説とされているこれらのことは、全て間違いだとして、豊富なデータを示して、やさしく解説してくる。

読んでみれば、そういうことだったのかと合点することが多いはずだ。まさに目からウロコが落ちることだろう。

たとえば、「小さな兼業農家」の実態は、役場や工場に勤めるサラリーマン世帯であって、昔の水飲み百姓ではない。コメづくりは、機械と農薬や化学肥料を使えば土日の片手間仕事でやれる。世帯所得は耕作規模の大きな専業農家より多く、貧しくはない。

また、農業分野においては、「戦後は終わっていない」と山下氏はいう。戦後農政を規定してきた食管制度、農地制度、農協制度が、ほころびながらも、今なお残っているからだ。岩盤規制の改廃が農政の課題となるゆえんである。

読まれています 三省堂書店農水省売店 (平成26年1月1日～平成26年1月31日・価格は税込)

タイトル	著者	出版社	定価
1 農業・農村所得倍増戦略 TPPを越えて	小里 泰弘/著	創英社/三省堂書店	1,575円
2 農業問題 TPP後、農政はこう変わる	本間 正義/著	筑摩書房	819円
3 農業と人間 食と農の未来を考える	生源寺 眞一/著	岩波書店	2,205円
4 『コモズの悲劇』から脱皮せよ 日本型漁業に学ぶ経済成長主義の危うさ	佐藤 力生/著	北斗書房	1,680円
5 木材と文明	ヨアヒム ラートカウ/著、 Joachim Radkau/原著	築地書館	3,360円
6 世界農業遺産 注目される日本の里地里山	武内 和彦/著	祥伝社	819円
7 コメの嘘と真実 新規就農者が見た、とんでもない世界!	近正 宏光/著	角川マガジンス	798円
8 日本の農業を破壊したのは誰か 「農業立国」に舵を切れ	山下 一仁/著	講談社	1,680円
9 農山村再生に挑む 理論から実践まで	小田切 徳美/編	岩波書店	2,835円
10 現代農政の財政分析 財政調整からみた日本とドイツ	小嶋 大造/編	東北大学出版会	4,200円

「くまもと県南フードバレー 構想応援セミナー」を開催

昨年二月二日に「くまもと県南フードバレー構想応援セミナー」を開催し、農業者ら四〇名が参加されました。

第一部では熊本県内でスーパーを展開する株式会社ロッキの竹下彰氏が講演し「契約栽培で顔が見える野菜を販売したい」と農業者に連携を呼びかけました。第二部は株式会社ぐるなびの鈴木雅弘氏から六次産業化成功のポイントについてアドバイスをいただきました。

日本公庫は熊本県と同構想の推進のための協定を締結しており、今後も「食」による地域振興を支援してまいります。
(熊本支店)



定員を上回る参加者で熱気に満ちた会場

「出前授業」で高校生と 農業の課題考える

一月一日に千葉県立成田西陵高等学校、一日四日に千葉県立安房拓心高等学校で合計約二四〇名の生徒の皆さんに「出前授業」を行い、千葉県内の生産者三名に「職業・経営としての農業」についてパネルディスカッション形式で語っていただきました。「出前授業」は、高校生に農業と食品産業の課題を考えてもらおうと今年度から千葉支店で取り組んでいるものです。

「農業は楽しそうだと、少し考えが変わった」などの感想が高校生から寄せられました。今後も県内の農業高校で、出前授業を実施する予定です。
(千葉支店)



パネルディスカッションの様子

復興に向けた福島農業の 可能性について講演

福島県農業会議、うつくしまふくしま農業法人協会との共催で、一月一日に福島市で賀詞交歓会「フードネット・イン福島」を開催、農業者や食品加工・流通業者など約八〇名が参加されました。

セミナーでは、株式会社食料マネジメントサポートの福田高志社長より、東日本大震災復興に向けた福島のアグリビジネスの可能性について講演をいただきました。

参加者から「原発事故による風評被害は厳しいが、ピンチを契機と捉える考え方に改めて気付かされた」などの感想が寄せられました。
(福島支店)



福島農産物の課題について話す福田氏

「フードネット北陸」に 北陸三県の経営者集う

一月三〇日、金沢市にて北陸三県の農業者や食品関連企業の経営者などを対象にした交流会「フードネット北陸」を開催し、約一六〇人が参加されました。

講演会では、オイシックス株式会社商品本部の阪下利久氏が、食品づくりに際して、伝統や食文化など地域の強みを生かす必要性を強調しました。

引き続き行われた懇親の席では、参加者の生産物を展示するとともに、多くの方々が名刺交換や情報交換を通じてビジネスマッチングに取り組み、好評を得ました。
(金沢支店、富山支店、福井支店)



講演会の様子

畜産の六次産業化で パネル討議に参加

一月三〇日、関東農政局で畜産分野の六次産業化推進会議が開催され、日本公庫農林水産事業本部から情報戦略部の高岸陽一郎がパネリストとして出席しました。会議には行政の担当者を中心に六五名が参加しています。

パネルディスカッションでは、農工商連携による六次産業化について討論が行われ、日本公庫からは「加工・販売・商品開発などに農業者みずからも関わることで農業者の売上増加にとって有効」など、アンケート調査結果を紹介しながら議論を行いました。

(情報戦略部)



パネルディスカッションの様子

青森県「アグリ・フード・ルネッサンス」を開催

二月六日、青森市にて異業種交流会「アグリ・フード・ルネッサンス」を青森県農業法人協会と共催し、農業者や食品企業など二一〇名が参加されました。

オイシックス株式会社商品本部の阪下利久氏を講師に迎え、当社の商品づくりを事例に、青森県の食材を生かした商品開発について講演いただきました。

また、懇親会では参加者の生産物などの展示やPRを行い、好評を博しました。

参加者からは「商品開発のイメージをつかめた」などの感想が寄せられました。

(青森支店)



商品開発の説明を受ける参加者

「アグリフードEXPO大阪 2014」は両日とも盛況

二月二〇日、二一日、日本公庫は第七回「アグリフードEXPO大阪二〇一四」を開催しました。

大阪での開催が七回目となる今回は、過去最多の五二三先の農業者および食品製造・加工業者の皆さまにご出展いただきました。

入場者は一万三八六〇人、商談引合件数(※)は五〇三七件となり、活発な商談や交流で会場は賑わいました。

「国産農産物バイヤー講演会」では、国産志向の有力バイヤーによる講演の後、聴講した出展者との名刺交換の時間を設け、商談成約の後押しをしました。



開会式のテープカットの様子

また、今回も日本貿易振興機構(ジェトロ)との連携により、八カ国・地域から二三社の海外バイヤーを招聘し、輸出商談の機会を設けました。大阪で初めて設置した海外取引相談コーナーでは、ジェトロおよび輸出事情に詳しい貿易会社をアドバイザーとして招き、多くの出展者の皆さまからの農産物や加工品の輸出に関するご相談に応じました。

詳細な開催結果は改めてお伝えします。

※数字は二日間の合計。商談引合件数とは商談会終了後も継続して商談を行う予定の件数。出展者から当日提出いただいたアンケート結果に基づくもの。

(総合支援部)



会場は終日盛況

みんなの広場

◆一月号の「新春特別座談会」。日本農業の将来が危惧される中で、農業の若手旗手たちの未来についての話しぶりには思わずほっとさせられるものがあつた。

座談会の基調は、農業の六次産業化だ。第一次産業の枠を積極的に飛び越え、第二次産業や第三次産業に進出したり、手をつなごうとするものだ。単なるコメづくりから脱して農業を立体的産業に発展させれば、大きく飛躍して繁栄の域に到達するだろう。この国の農業の明るいビジョンが見えてきた。若手旗手たちの健闘があれば、日本農業は強くなると確信した。

(広島市 内俣)

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・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4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、プレス発表している日本公庫の最新動向
- 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/n/service/mail_nourin.html)にアクセスしてご登録ください。(情報戦略部)

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て頂くことがあります。住所、氏名、年齢、職業、電話番号を明記してください。掲載者には薄謝を進呈いたします。

「郵送およびFAX先」

〒100-0004

東京都千代田区大手町一丸一四

大手町フィナンシャルシティノースタワー

日本政策金融公庫

農林水産事業本部

AFCフォーラム編集部

FAX 〇三三三七〇一三五〇

編集後記

④ 世界無形文化遺産に登録され、一躍脚光を浴びた和食。しかし、その文化を構成する国産農産物の知識と価値を理解し生かせる人はどの位いるのでしょうか。自省して私も伝承に一役、そんな想いで近頃週末料理人として台所に立つてはみるものの、どうも洋食風味に…。家族に「和食」を伝えるにはまだまだ時間がかかりそうです。(竹本)

④ 新商品が気になりつつも、価格が高くて買うのを躊躇してしまう、国産小麦の食パン。日本が誇る育種の技術が生み出した「ゆめちから」は、名前の通り、研究者たちの夢を具現化したパワフルな品種と言えましょう。その夢に思いをはせながら、まずはじっくり味わって、需要の拡大に貢献したいと思っています。(藤澤)

④ 二月、大雪が降った日に家の暖房器具が壊れ修理に出すはめに。宅配業者曰く「到着日は不明。物流が麻痺している」。一方、一般の雪害では施設の倒壊や農産物の損傷のニュースも数多く耳にしました。家電程度で落ち込んでいたことを反省。今号が届くころには、被害を受けた皆さまの状況が落ち着いていきますように。(城間)

④ 『観天望気』の熊倉氏、そして特集一本目の小泉氏の寄稿では、ともに食文化としての「和食」を取り上げています。日本人にとっては、和食があることは当たり前すぎて、ときに凡庸な存在になりがち。でも、今号のお二人の文章を読めば、和食の素晴らしさ、そして国産食材の価値を見直すきっかけになるはずです。(前島)

AFCフォーラム Forum

■編集

遠藤 順也 竹本 太郎 田口 靖之
藤澤 典子 城間 綾子 飯田 晋平 前島 幸子

■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.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)

④ご意見、ご提案をお待ちしております。

④巻末の児童画は全国土地改良事業団体連合会主催の「ふるさとのお田んぼと水」子ども絵画展の入賞作品です。

国産にこだわり 農と食 をつなぎます。

第9回 **アグリフード EXPO** 東京 2014
プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

日時

8月20^水日 / 21^木日
10:00~17:00 10:00~16:00

主催

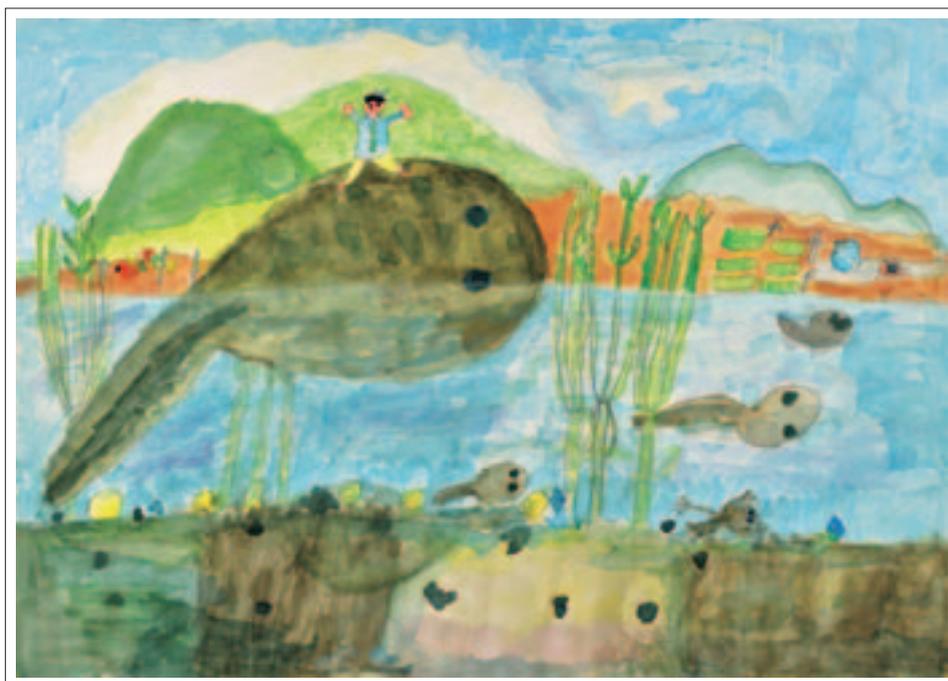
JFC 日本政策金融公庫

会場

東京ビッグサイト 西2ホール



「国産」の勝負力を問う



『おたまじゃくしにのったぼく。』神原 吉平 静岡県島田市立大津小学校

■AFCフォーラム 平成26年3月1日発行(毎月1回1日発行)第61巻12号(783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1-9-4 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 [本誌価格476円]

