

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

6

2014

特集 地域農業活かす企業参入



特集

地域農業活かす企業参入

3 企業の受け入れは地域農業活性化への近道

堀 千珠

小売・外食業者が相次いで農業に参入し、地域の中核となる農業者との協業や連携に取り組んでいる。これら企業の参入背景や戦略を検証する

7 農業参入企業の支援に動く地方自治体

山本 善久

企業の農業参入が相次ぎ、その支援に早くから取り組む島根県の現状と今後の課題を、独自のアンケート調査を踏まえ、現場担当者の目線で語る

11 企業の農業参入・経営実践の現場報告

福永 庸明

農業参入を果たした国内最大手の小売業者イオンに参入目的や企業の発想を農業に取り入れた経営の実践、今後の展望をレポートしてもらう

情報戦略レポート

15 食の志向「健康」が過去最高 「和食」世界遺産登録に高評価

—2013年度下半期 消費者動向調査—

経営紹介

経営紹介

23 「第三太喜丸」でハイブリッド漁業 周年操業で経営の安定化目指す／長崎県

マル井水産有限会社

主要水揚港と漁業種を2つ持つハイブリッド漁業に挑戦し、がんばる漁業を実践しているマル井水産。そこには、被災地への思いがあった

変革は人にあり

25 衣笠 愛之／兵庫県

有限会社夢前夢工房

県内の若手稲作専業農家を束ねて株式会社「兵庫大地の会」を設立。地域農業の閉塞状況を打破する「夢」を形にしてきた、その取り組みに迫る



撮影：富田 文雄
岩手県宮古市川井
2009年6月5日撮影

シイタケ栽培のほだ木

■東北地方の山の緑が濃くなった6月、里山近くの山林にはシイタケ栽培のほだ木が並んでいる。地元の方々が丹精込めて栽培をしているのであろう。整然と並ぶ姿は迫力に満ちあふれ、見るものを圧倒する■

シリーズ・その他

観天望気

日本文化を創った農業 松谷 明彦……………2

農と食の邂逅

ベジキッチンまいまい 代表 佐々木 和枝
青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) ……………19

耳よりな話 147

日本のオリジナル技術「種なしスイカ」
吉岡 宏 ……………22

フォーラムエッセイ

いつの間にか缶詰ライフ 黒川 勇人……………28

まちづくりむらづくり

魚の駅「生地」から始まる町おこし
漁協の魚直売所は食文化の発信地
富山 俊二……………29

書評

大泉 一貫 編著『農協の未来』 村田 泰夫……………32

インフォメーション

農林漁業、食品産業向けの融資実績は3318億円に
～担い手農業者向け融資伸びる～ 情報企画部……………33

「第13回常陽食の商談会」を開催 水戸支店……………35

茶の湯文化をたどる「全国茶業交流会」を開催
奈良支店……………35

「長崎県公庫水産友の会」を開催 長崎支店……………35

交叉点 ミャンマーの政府・外食産業関係者が先進
農業を視察 千葉支店……………35

新規就農を希望する方へ……………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

*本誌掲載文のうち、意見にわたる部分は、筆者個人の見解です。

観天 望気

日本文化を創った農業

「世界は神がつくったが、オランダはオランダ人がつくった」とオランダ人は言う。しかし、日本も日本人がつくった。調査や旅行で各地の農村を訪れるたびに、つくづくそう思う。山のひだ一つ一つに広がった、決して大きくはない日本の農村。そこではその地形と気候と水の流れに合わせ、さまざまに独自の農業と農村の「かたち」が生まれた。それを支えるべく、太古以来、人々は知恵と労力を惜しみなく払い、実に巧みに、実に丁寧に、そして実に果敢に、自然に手を加え続けてきた。日本の国土は、まさに日本人の努力の結晶なのである。

その人々の営みが日本文化を生んだ。そして、山また山の地勢から、数多くの小集落とならざるを得ず、そこでそれぞれに独自の農業と農村が営まれたことが、日本文化を際立って多様なものとした。同時に、人々の営みに根差したものであったが故に、その文化は強靱さと持続力を併せ持った。

西洋文化にはない、日本文化の「奥深さ」。われわれ日本人は、それをこそ日本文化の特質と誇るべきであるが、その奥深さは、農業と農村の多様性なしには考えられない。だから、このところ急速に進む農村集落の消滅を、農業の衰退や国土の荒廃と単純に捉えるべきではないだろう。日本文化が、いわばその厚みを失い、薄っぺらなものになっていく。そこにこそ思いを致すべきではないか。

いま農業の多面的機能が言われる。否定まではしないが、農業の側が言うべきことではないだろう。なぜなら、都市は経済のためにつくられた。だから道路や堤防、公園といった都市施設は貨幣価値に換算して、その存在価値が問われてよい。しかし農村は生活のために生まれた。そして農業は経済ではなく生業である。農業と農村の存在価値は貨幣価値を尺度として量ることはできないし、すべきでもない。費用便益分析、共通のプラットフォームなどと、薄っぺらな理屈に与してはならない。

政策研究大学院大学名誉教授

松谷 明彦



まつたに あきひこ

東京大学経済学部卒。工学博士。大蔵省主計局調査課長、主計局主計官などを歴任後、辞職し転身。専門はマクロ経済学、社会基盤学、財政学。著書に「人口減少経済」の新しい公式」「人口流動の地方再生学」「人口減少時代の大都市経済」などがある。

企業の受け入れは地域農業活性化への近道

企業の農業参入が増えている。かつては地域農業にとって脅威と見なされる傾向が強かったが、地域の受け入れ方次第では、企業と農業者との連携を通じた農業活性化が期待できる。その実践例である大分県、愛媛県西条市を紹介しよう。

企業の農業参入は増加傾向

わが国の農業は、人口の頭打ちや輸入品との競争を受けて国内需要が伸び悩む中、就業人口の高齢化や耕作放棄地の拡大に伴う生産基盤の弱体化が進んでおり、厳しい環境にあるといえる。このような状況にもかかわらず、近年、企業やNPO法人など（以下、企業と総称）による農業参入は増加傾向にあり、地域農業への貢献が期待される。

本稿では、企業による農業参入の動向を概観した上で、自治体が企業誘致に成果を上げている事例や、企業の農業展開に地元の自治体や農業者が共同参画している事例を取り上げ、自治体や農業者による参入企業の積極的な受け入れが、地域農業の活性化に向けた得策であること

を明らかにしたい。

では、まず企業による農業参入の動向を見てみよう。企業による農業の参入方法としては、①農地を借りる、②農地所有を認められている唯一の法人形態である農業生産法人に出資する（出資比率は原則二五%未満で、例外適用の場合も五〇%未満）、③農地以外の土地を利用して、土を用いない水耕栽培などによる農業を展開する、の三つがある。このうち、②と③の件数は明らかではないが、最も一般的な参入方法である①は、農林水産省がデータを公表している。それによれば、企業による農地借り入れは、二〇〇三年に解禁されてから〇九年一二月一五日に農地法が改正されるまでの累計件数が四三六件（年平均六五件）であったのに対し、農地法改正以降の件数が一三年一二月までで



みずほ総合研究所調査本部 政策調査部 主任研究員

堀 千珠 Chizu Hori

ほり ちず
1970年愛知県生まれ。みずほコーポレート銀行産業調査部にて、食品メーカーの企業戦略や海外展開に関する調査・提案業務に携わった後、2010年に現職に就任。企業の農業参入などに関する調査に従事。

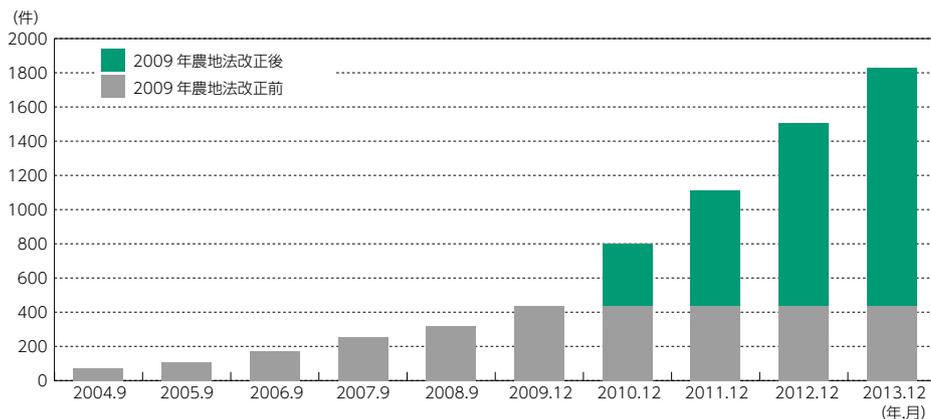
一三九二件（同三四八件）に達しており、増加ペースが加速している（図1）。〇九年の農地法改正では、全国で農地所有者との相對契約が可能になったほか（改正前は、市町村が指定した区域で、市町村やJAなどを相手方とする場合のみ、契約が可能）、貸借期間の上限も二〇年から五〇年に延長された結果、企業が農地を借りやすくなった。

農地法改正後の参入企業を業種別で見ると、食品関連産業（食品メーカー、卸・小売・外食業者など）が二六%、建設業が一二%を占め、いずれも、農業そのものの収益拡大よりも、本業へのメリットを期待して農業に参入する傾向が強い。

本業や企業イメージへの寄与

本業において農産物を仕入れている食品関連

図1 農地借り入れによる企業参入の累計件数



(注)2010年以降は、農地法改正後の参入事例のみ調査が実施されており、農地法改正前の参入件数を2009年12月時点と同水準とみなした。

資料：農林水産省「一般法人の農業参入状況等」・「ポケット農林水産統計」より、みずほ総合研究所作成

産業の場合、農業参入には、以下のような目的を伴うものが多い。

第一に、原料調達安定化を図ることである。農業の担い手不足が深刻化するにつれ、原料の生産量減少や技術継承の停滞といった恐れが強まる中で、食品関連産業においては、安定した数量・品質の原料調達の重要性が、以前にも増して高まっている。

第二に、原料の差別化を実現することである。

食品メーカーや外食業者の中には、消費者のニーズや自社での使い勝手を踏まえて独自に開発・生産した農産物を原料に使用し、売り上げの拡大や生産効率の向上に取り組むケースがみられる。

第三に、商品のコスト構造に対する理解を深めることである。コスト構造が分かれば、仕入先との取引交渉において優位な立場を確保しやすくなるため、食品関連産業にとっては、たとえ小規模であっても、農業に参入することには意義がある。

また、大手の食品関連産業(主に小売業者や商社)の中には、中長期的に、国内で獲得した農業のノウハウを海外に移転し、本業の海外拠点向けに原料を供給する体制を整備したいとの意向を持つ企業もあるとみられる。特に、経済成長が著しく、かつ日本と食文化がやや似通っている中国や東南アジアでは、こうした事業展開が有望視されている。

一方、総じて本業の収益が伸び悩んできた建設業の場合、農家出身の人材や農業に利用できる重機といった自社の経営資源を有効活用しつつ、本業のスリム化を図る観点から、農業参入に至っているケースが多い。

このほか、どの業種においても、企業の農業参入には、地域貢献を通じて、「企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility、略称CSR)」を果たすとともに、これをアピールして企業イメージを高める狙いもあるとみられる。たとえば、JR九州は、担い手が不足している農業に参入することにより、休耕地の利用や雇用の

創出といった形で地域の活性化に貢献する方針を、会社案内などに明示している。

ヒアリングや各種報道によれば、ほとんどの企業は、農業参入を通して本業へのメリットを多少なりとも実現している。しかし、農業技術の習得、優良な農地の確保、販路の開拓などが難しかったために、農業単独で利益を安定的に計上しているケースは少ない。

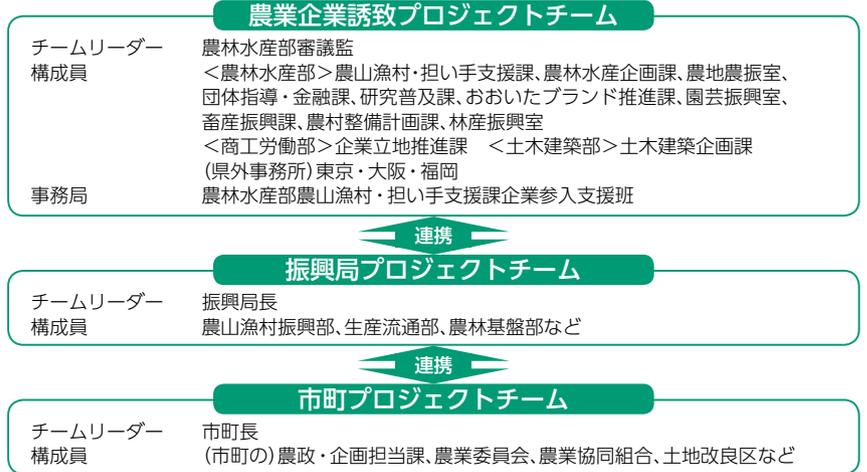
こうした中で、一部の地域では、地元の自治体や農業者が農業技術の習得や優良な農地の確保などを支援する形で、企業との「共存共栄」を図る動きが生じている。以下では、その具体例として、大分県による農業への参入企業の誘致や、愛媛県西条市における住友化学と地元自治体・JAなどによる農業の共同展開といった取り組みを見てみよう。

大分県は企業誘致体制が充実

大分県における二〇〇七〜一二年度の企業による農業参入実績は、累計一五八件に達する。この中には農業生産法人への出資や農地以外の利用による参入も含まれるが、国内の農地借り入れ累計件数(図1)との比較では、その9%に相当する実績である。大企業による子会社や関連会社を通じた参入事例としては、イオン(主な生産品目：ネギ、キャベツ)、JR九州(同：ニラ、サツマイモ、甘夏)、ローソン(同：キャベツ、トマト)、ワタミ(同：サツマイモ、レタス)などがある(企業名は五〇音順)。

大分県が、農業に参入する企業を多数誘致できた背景には、参入企業に対する充実した支援

図2 大分県における農業参入企業の支援体制



資料：大分県資料「大分県の特徴」などより、みずほ総合研究所作成

体制がある。耕地面積の約七〇%が中山間地域に立地する中で、農業衰退に対する危機感が二〇〇〇年代の前半から強まっていた大分県では、〇八年に、専任者五人によって構成される「企業参入支援班」を農林水産部の農山漁村・担い手支援課内に新設し、企業による農業参入の本格的な支援に乗り出した。

この企業参入支援班は、農業に参入する企業にとつてのいわば「ワンストップ窓口」として、①事業参入の相談受付、②参入プランの策定、③農地の確保、④施設・設備の確保、⑤農業技術の

習得、⑥営農指導、⑦地域コミュニティへの融和、⑧販路開拓などの幅広い分野で企業を支援している。特に、⑤については、同じ農林水産部の研究普及課を通じて、約二〇〇人の農業普及指導員を派遣できる体制を整えている。

また、大分県は、企業参入支援班を事務局とする「農業企業誘致プロジェクトチーム」を設置し(図2)、農林水産部内の一〇課・室、商工労働部の企業立地推進課、土木建築部の土木建築企画課などの本庁組織や、県内六カ所の振興局(県の出先機関)、市・町が組織横断的に連携して、企業の農業参入への円滑な対応ができる体制を整えている。

経済効果などの好影響に期待

充実した支援体制のもとで企業誘致に成果を上げた大分県では、企業の農業参入に伴う経済的な効果が生じつつある。大分県の調査によれば、二〇〇七―一二年度に参入した企業の参入時における事業計画の目標値を足し上げると、年間産出額が一四一億円、農業従事者数が一六二六人(うち、常時五五四人、パート一〇七二人)、農地活用面積が七四八〇(うち、耕作放棄地一五二〇)に達する。これは、一二年度における大分県全体の数値の、それぞれ一〇%、二%、一%に相当する。実際には当初目標どおりの実績が達成されているとは限らないが、企業の農業参入は既に、多少なりとも地域に経済効果をもたらしており、今後のさらなる効果拡大が有望視される。

また、今後は、参入企業が地域農業にもたらす

各種の好影響も期待される。具体的には、企業が農業参入に際して、経営管理ノウハウ、マーケティングの発想に基づく「ものづくり」の仕組み、サプライチェーンの効率化ノウハウなどをもち込むことにより、刺激を受けた地元農業者の間で法人化や企業との連携に取り組む動きが広がる、といったシナリオが想定される。大分県としては、こうしたシナリオの実現を通して、地域農業の活性化を図っていく方針である。

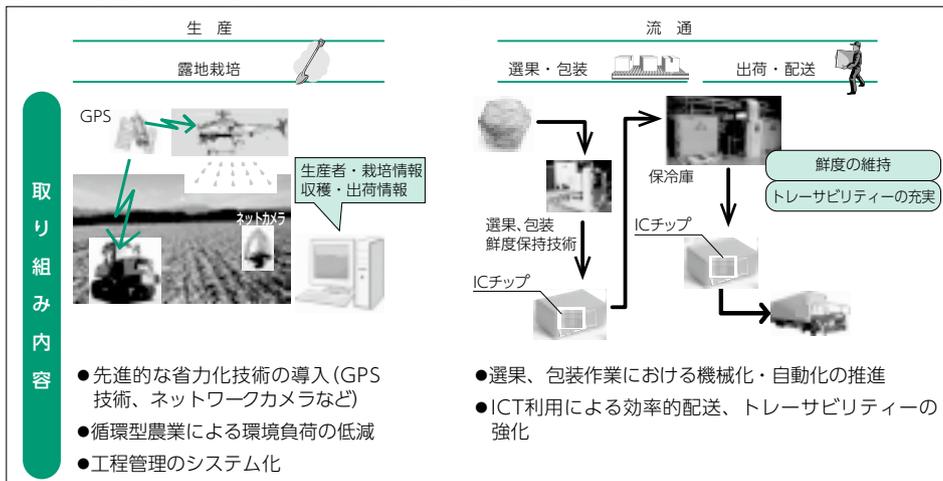
西条市は企業との連携を推進

愛媛県西条市では現在、日本経済団体連合会(以下、経団連)が推進する「未来都市モデルプロジェクト」(企業が主体となって、地域の関係者とともに、社会的な課題の解決を図る取り組み)の実施地域としての指定を受け、企業と地域関係者が一体となって、先進農業や農産物の高付加価値化に取り組んでいる。

こうした取り組みのきっかけとなったのが、市長による、住友化学に対する農業参入への働きかけである。西条市に隣接する新居浜市を発祥とする農業メーカーの住友化学が二〇〇九年に長野県中野市で農業に参入するとの報道を受け、市長は「西条市でも農業に参入してほしい」との意向を直ちに伝え、地域を挙げて参入を支援する方針を示した。これを受けて住友化学は、西条市で農業に参入する意向を固めた。

その後、同社の会長が経団連会長に就任するといった縁もあり、一年には、西条市が経団連プロジェクトの実証地域としての指定を受け、ことや、住友化学の農業子会社であるサンラ

図3 先進農業の実証イメージ (当初計画)



資料：住友化学CSR推進室

イズファーム西条(以下、ファーム西条)がプロジェクトの中核的な事業主体として先進農業の実証実験に取り組むことが決まった(図3)。同年に設立されたファーム西条には、住友化学(出資比率・九四%)だけでなく、市の第三セクターである西条産業情報支援センター(同・三%)、J A 西条・パナソニック・三菱重工(同・各一%)も共同出資することとなり、地方自治体の関係機関やJ Aが企業の農業子会社の経営に直

接関与する極めて珍しいケースとなった。

ファーム西条は、西条市やJ A 西条の協力を得て優良農地を中心とする農地五畝を借り入れた。レタスを栽培するところから事業を始め、現在ではネギ・コメ・キャベツの生産も手掛けるとともに、耕地面積も七・五畝まで拡大させている。生産した農産物は基本的にJ Aの販売ルートを通じて出荷している。

先進農業や加工事業に挑戦

先進農業への主な取り組みとしては、ネットワークカメラを利用したほ場の遠隔監視(技術協力：パナソニック)、トラクターへの全地球測位システム(Global Positioning System、略称GPS)の搭載によるほ場の平坦化作業(同：日立造船、クボタ)、作業者目線を追うアイカメラを利用した、農作業技術動画マニュアルの作成(同：香川高等専門学校)、カメラレオンコード(一般的なカラープリンタで出力可能かつ高速・高精度での複数認識が可能な次世代バーコード)を利用したトレーサビリティ関連情報の提供(同：パナソニック)、などがある。これらの技術はまだ実証段階だが、住友化学としては、プロジェクトの主旨にのっとり、実証を通して得られた成果を順次、地域に還元していく意向である。

住友化学の前述のような姿勢が地元の農業関係者に受け入れられた結果、二〇一四年にはさらに、農産物の高付加価値化に向けた新たな共同事業も立ち上げるようになった。具体的には、スーパーやコンビニエンスストア向け販売を想

定した農産物のパッキング・加工事業である。

同事業は、住友化学、高瀬運送(市内の運送業者)、ヤマエ久野(九州の食品卸)、西条産業情報支援センター、J A 西条などが出資する合弁会社が開発する形となり、新工場が稼働する同年秋頃に本格始動する見通しである。この会社では、ファーム西条だけでなく、地元の農業者からも幅広く農産物を仕入れる予定で、今後、地域農業において、新たなサプライチェーンの構築や、収入の拡大といった効果が期待される。

地域農業にとってはチャンス

大分県における農業への参入企業の積極的な誘致や、西条市での自治体・農業者による企業との共同事業の展開は、企業と地域農業の双方にメリットをもたらしつつある取り組みであるといえる。企業のメリットとしては、地元の自治体や農業者の協力による農業技術の習得や優良な農地の確保などの円滑化がある。また、地元の自治体や農業者のメリットとしては、企業参入に伴う雇用拡大・農地の有効活用や、連携による企業ノウハウの吸収・新規事業への進出などがある。

従来、企業による農業参入は、地域農業にとって脅威と見なされる傾向が強かった。しかし、大分県や西条市の事例に見るとおり、地域の受け入れ方次第では、企業と地元の農業者の「共存共栄」や、地域農業の活性化が期待できる。これを踏まえ、他の地域でも今後、企業による農業参入の拡大をチャンスと捉え、企業を積極的に受け入れる動きが進むことに期待したい。

F

農業参入企業の支援に動く地方自治体

農業に参入する企業への支援に乗り出す地方自治体が増えている。参入企業側に農地の確保や農業の低生産性を克服できるか、といった不安があるからだ。地元建設業からの農業参入が相次ぎ、早くから支援に取り組む島根県の現状と課題は何かを語ってもらった。



島根県農業技術センター 総務企画部 主任研究員

山本 善久 *Yoshibisa Yamamoto*

やまもと よしひさ
1976年島根県生まれ。2001年に島根県に入庁。05年から農業への企業参入の研究に従事。現在、農業参入企業、集落営農、有機農産物の流通・販売などの研究に取り組む。共著に『次世代土地利用型農業と企業経営』（養賢堂）がある。

農地法改正で参入企業増加

二〇〇五年の農業経営基盤強化促進法の改正により、従来の農地リース特区（構造改革特区）が特定法人貸付事業として全国展開された。これにより、建設業や食品関連産業を中心に参入企業数の著しい増加がみられ、企業参入が全国的な動きとして本格化し始めたことは記憶に新しい。

その後、〇九年の農地法改正により参入の全面自由化が図られたことで、参入企業数の増加スピードは以前にも増して高まり、一三年一二月現在で、実に、一八二八（農林水産省調べ）もの企業が農業へ参入している。

さて、このような全国的な状況と比較して、島根県では、国の農地リース特区の施策展開より

やや早い〇二年から、企業参入促進員を配置し企業参入の相談窓口を開設。〇三年には、企業参入促進モデル事業を創設するなど（貸付金や施設機械整備補助金）、全国に先駆けて農業参入支援策を実施している。

島根県における農業への参入企業数は、行政支援を開始した〇二年時点で既に二二社の参入実績があり、本格的な増加傾向に転じ始めたのは、特定法人貸付事業が開始された〇五年頃からである。

これらの急激な増加は、公共事業の大幅な減少を契機として、地元建設業からの参入が相次いだことによる。その後も、順調に参入企業が増加しており、近年、参入数が鈍化しつつあるものの、一三年三月現在の参入企業数は九七社に上る（図1）。

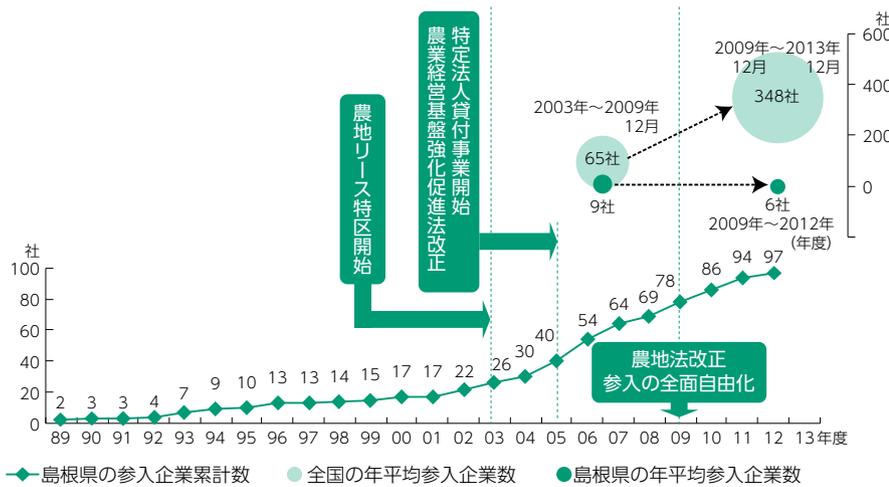
ここで、参入企業数の動向について、島根県と全国の動きを比較しておく。島根県の参入ピークは、特定法人貸付事業が開始された〇五年から〇九年頃までであり、農地法が改正された〇九年以降の参入数は総じて鈍化傾向にある。

県内市町村へアンケート実施

これら参入数鈍化の要因は、公共事業費が大幅に削減された二〇〇二年頃から、農地法が改正された〇九年までの間に、建設業からの参入が集中したことによる。

一方、全国的な動向をみれば、〇九年の農地法改正以降から急激な増加がみられ、農地リース特区が開始された〇三年から農地法が改正された〇九年までの期間と農地法改正後の〇九年以降との比較では、後者の年平均参入数は前者の

図1 島根県における農業参入企業数の推移と全国動向



資料：農林水産省及び島根県農業経営課資料、筆者調査より作成

五倍に達している(図1)。また、参入企業の業種構成において、〇九年以降は食品関連産業からの参入が多いという特徴を有する。

このように、地域的な特色を有しつつも全国的に企業参入の著しい増加がみられる中で、農家の減少などの地域農業構造の弱体化と相まって、近年、参入企業を地域農業の新たな担い手に位置付け、参入支援に取り組む地方自治体が増加しつつある。

それでは、当の地方自治体は、地域農業の中で

企業参入をどのように位置付け、評価しているのか。また、参入企業に何を期待し、どのような点に不安を抱いているのか。以降では、島根県内の市町村へのアンケート調査をもとに、その意識特性に迫りたいと思う。また、併せて、参入企業の実態を踏まえた行政支援の展開過程と現状の課題について言及する。

島根県では、〇五年以降に参入企業数が大幅に増加したことを受け、〇六年九〜一二月に、県内全市町村(二一市町村)に対して、「地域農業の活性化において農業参入企業に期待する効果(以下、期待する効果)」と「企業の農業参入に対する不安・懸念事項(以下、不安・懸念事項)」に関するアンケート調査を実施した。

調査方法は、評価項目ごとに、期待する効果を「かなり期待：5」期待していない：1、不安・懸念事項を「そう思う：5」そう思わない：1の五段階で評価を得ている。

アグリビジネス展開に期待

図2に、期待する効果に関する評価を示した。最も平均評価点が高かったのが、「地域農産物の企画販売や高収益アグリビジネスへの発展・展開」「施設園芸の担い手(三・五二)であり、次いで、「農産物の加工・直売・観光農園等の多様な経営展開」「企業従業員や定年退職者等の雇用の受け皿」「U・Iターン者・若者・女性の新たな就業先の創出・確保(三・四三)であった。

これらのことから、担当者の多くが、参入企業に対して、施設園芸の担い手や地域農産物の販売を含めた新たなアグリビジネスの展開に期待

していることが明らかになった。

また、地域雇用の受け皿に関する評価点も高かったことから、参入企業が販売を含めた企業的な経営を展開する中で、地域雇用の場を創出することに對する期待も大きいといえる。

農地確保や低生産性に不安

図3に、不安・懸念事項に関する評価を示した。

市町村が企業参入に最も不安を抱いている項目は、「まとまった農地の確保が困難」「優良農地の確保が困難」「生産性が低く、黒字転換まで数年かかる(三・六二)であり、次いで、「栽培技術や作目・品種選定に不安がある」「技術習得における指導・支援体制が整っていない」「目標が高すぎる」「自然災害、価格暴落のリスク(三・二四)であった。これらのことから、市町村は農地確保や経営が軌道に乗るまでに一定期間を要するという参入初期の経済性に対し強い不安を抱く傾向にあることが明らかとなった。

次に、参入実績のある市町村と参入実績のない市町村間で各評価にどのような違いがみられるのかをみていく。

農業参入企業に期待する効果について、参入実績のある市町村は、「高収益アグリビジネスへの発展」「加工・直売等の多様な経営展開」「施設園芸の担い手」など、企業の経営の推進やアグリビジネスの展開をはじめとした地域農業の中核的役割や新たなビジネス展開に対する期待が大きい傾向がみられた。

一方、参入実績のない市町村は、「畜産・和牛・

飼料作物の担い手」畑地・樹園地の耕作放棄地防止」など、農地管理を含めた新たな地域農業の担い手としての期待が大きい傾向がみられた。

企業の農業参入に関する不安・懸念事項では、参入実績のある市町村が、「優良農地の確保が困難」「まとまった農地の確保が困難」「黒字転換まで数年かかる」など、生産の基盤となる農地確保および参入初期の経済性に強く不安を抱く傾向がみられた。

一方、参入実績のない市町村は、「既存農家やJA事業との競合・乖離」「目標が高すぎる」「自然災害・価格暴落のリスク」など、地域農業との関係および農業の現状認識の甘さに不安を抱く傾向がみられた。

以上の結果をもとに、図4に、企業参入における段階的支援方策に関する概念図を示した。市町村の意識特性からみた段階的支援方策は、初期段階(参入実績なし)の市町村においては、第一段階の意識構造への移行、具体的には、参入企業の受入側(既存農家・JAなど)が抱く企業への不安感を排除することが求められる。

多くの企業が目標達せず

一方、参入実績のある市町村においては、初期段階の市町村と異なり、地域での主体的な役割への期待度は高い。したがって、第二段階の意識構造への移行は、参入企業それぞれが抱える課題への対応、具体的には「生産性が低く黒字転換まで時間を要する」「優良農地の確保が困難」「まとまった農地確保」などの課題解決が求められる。

さて、島根県では、前述した市町村への調査と併せて、既存参入企業三五社に対する経営実態調査(二〇〇六～〇七年)を実施している。本調査の狙いは、参入企業の経営状況を把握するとともに、参入企業の抱える課題を明らかにすることである。

参入企業の経営状況をみると、当初計画と比較した現状の経営評価は、「目標以上」が三%、「概ね目標どおり」が一九%、「目標をやや下回る」が四六%、「大幅に目標を下回る」が三二%と、七八%の企業で計画目標が未達成の状況にあることが明らかとなった。また、直近の営業利益率および経常利益率ともに黒字であった企業は、三五社のうち七社であった。

これら計画目標が未達成の要因は、「生産量が少ない」「単価が安い」「生産コストが高い」が主な事由であり、栽培技術に関する事項が最も大きな要因となっている。また、評価の区分別にみれば、「大幅に目標を下回る」に該当する企業は、栽培技術に関する事項を主要な要因と捉えているのに対して、「目標をやや下回る」に該当する企業は、販売および生産コストに関する事項をその要因とする傾向が強くみられた。

つまり、参入企業の多くが経営の黒字化を達成できておらず、技術・販売を含めた経営改善支援が喫緊の課題であることが明らかとなった。

そこで、島根県では、これらの調査結果をもとに、〇八年度から「企業参入・連携支援事業」を創設し、参入企業の収益性の改善に向けた支援を行っている。この事業は、農産物の生産から消費者に届くまでの一連の流れを事業として捉え、

関連の深い異業種との連携強化を図ることで、参入企業を高付加価値を創出する「地域産業体」へと誘導・育成することを目的としている。

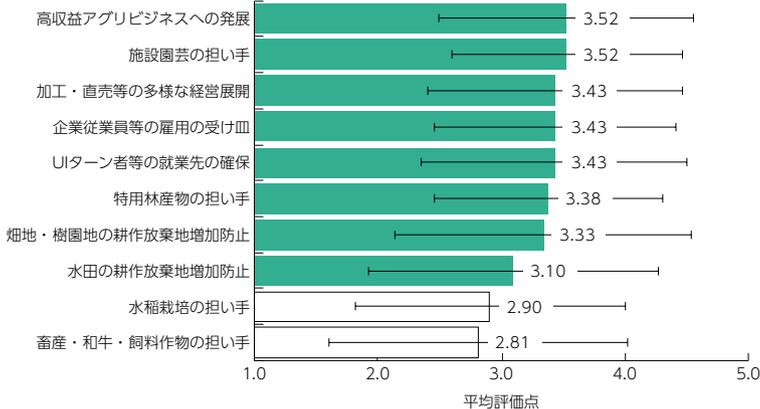
島根県が独自に連携の支援

つまり、これまでの個別支援に加えて、地域の農家や他の企業と連携した事業展開に対する支援を強化することで、参入企業の収益性を高めるとともに、市町村担当者が期待する「農産物の販売を含めた新たなアグリビジネスの展開」を図ることを狙いとしているのである。

この事業展開により、たとえば、奥出雲町の参入企業三社(株式会社奥出雲中村ファーム、株式会社佐藤工務所、有限会社植田工務店)のように、企業間が連携して事業展開を図る事例がみられるようになってきた。この事例では、三社で協議会(MOHG・奥出雲町健康食品産業生産者協議会)を設立し、「安全・安心・安定」にこだわった有機農産物の生産・加工・共同販売に取り組んでいる。また、各企業が異なる作目を導入することで、商品アイテム数の増加を図り商談を有利に進めるとともに、ヒット商品が生まれた場合には、三社で協力し事業規模を拡大するなど、効率的な生産・販売体制が構築されている。最近では、エゴマ栽培において、地域の農家との契約栽培の取り組みを拡大するなど、地域農業との連携も進みつつある。

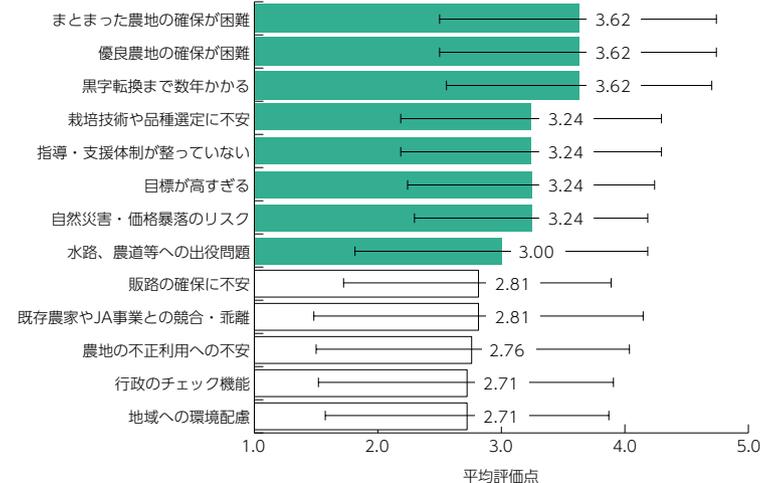
また、これらの取り組みは、主に農業の衰退が顕著な中山間地域でみられ、地元行政が地域農業の核に参入企業を位置付けて施策展開を図っている点特徴といえる。

図2 農業参入企業に期待する効果に関する評価



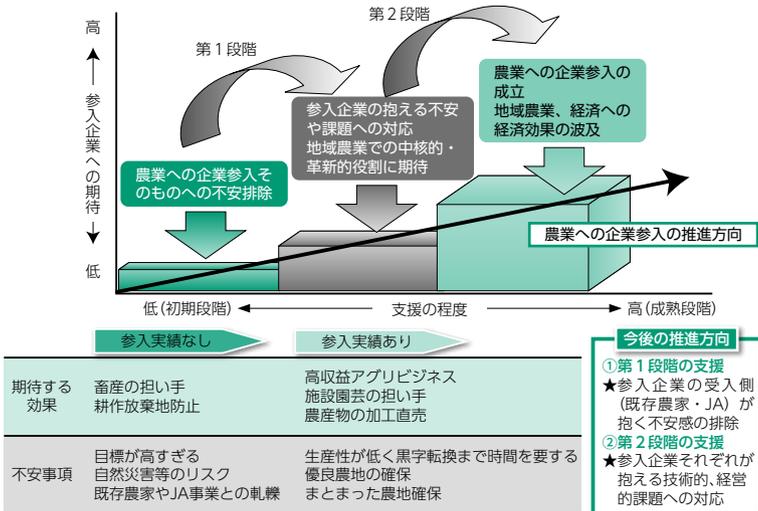
注1) 平均評価点が3.0以上の項目については、棒グラフに色を付けている
 注2) 棒グラフ右の値は平均評価点、バーは平均値±標準偏差を示している
 注3) 評価項目は短縮して記載している

図3 企業の農業参入に対する不安・懸念事項に関する評価



注) 図2と同様

図4 市町村の意識特性からみた参入支援の発展過程



このように、「企業参入・連携支援事業」の展開により、農家や他の企業との連携は徐々にではあるものの進展しつつある。

企業コンサルティングが有効

しかしながら、多様な事業展開を進める参入企業の経営改善という課題に対して、一律的な支援事業のみでは対応が困難である。そこで、二〇一二年度に「企業参入促進・経営強化事業」を創設し、既存参入企業の経営発展・強化に関する支援項目を新たに加え、事業の採択要件に所得(利益)基準を導入するとともに、計画目標を達成できていない企業に対して、経営コンサ

ルティングを受けることを採択要件とした。

この経営コンサルティング活動は、行政、試験研究、農業普及の合同チームで実施し、経営の黒字転換へ向けた目標数値(売上、経費、収量)の提示とそれを達成するための技術改善指導など、これまでに二〇社を超える企業に対して技術・経営双方からアドバイスを行っている。

また、コンサルティング活動の副次的な効果として、関係機関内で情報の共有化が図られた点があげられる。島根県における参入企業に対する支援体制は、個別農家への対応と比較して整備が遅れているところもあり、参入企業の経営実態が現場段階で十分に共有されていないた

め、具体的な経営・技術支援を実施するまでに至っていないケースが多いのが実態である。

そのような中で、今回実施した合同チームによる経営コンサルティング活動は、現場における情報の共有化に有効であることに加え、より複眼的な視点から参入企業の経営改善支援を行うことができるという点で有益な手法といえる。

なお、今回紹介した島根県の参入企業支援の取り組みは、緒に就いたばかりであり、支援手法の検証や蓄積は必ずしも十分とはいえない。

したがって、今後は、より効果的な経営改善手法の在り方を検討し、併せて、支援体制の整備・強化を図ることが課題といえる。

企業の農業参入・経営実践の現場報告

農地法の改正に伴い、企業の農業参入の動きが本格化する中、国内最大手の小売業者が「農業の成長産業化」を掲げ、本腰を入れて乗り出してきた。経営理念やビジョンを明確にしながらいＣＴ（情報通信技術）を駆使した経営戦略の現場レポート。

農業参入を決断した理由

イオン株式会社本社のプロジェクトリーダーから突然、電話で「アグリカルチャー事業ＰＴ（プロジェクトチーム）を立ち上げる。お前もメンバーだ」と告げられた。

ここから、イオンアグリ創造株式会社の歴史が始まったと言っている。五年前の二〇〇九年三月末のことだ。

それをきっかけに、イオン本社で異なるプロジェクトに携わっていたメンバー四人は一転して、明けても暮れても農業についてのさまざまな議論を繰り返すことになった。「企業が農業参入した場合、そもそも農地を確保できるのだからか」「技術や経験に乏しいサラリーマンが挑戦できるのだろうか」「自然条件に大きく左右される生産性のリスクヘッジは？」「農業をどこまでビジネスチャンスにつなげられるのか」――。

しかし面白いもので、議論を積み重ねていくと、次第に想いが形になっていく。障害はあるが、複雑な農産物流通に頼らずともイオンアグリ創造が現場で生産した野菜をスーパーの店頭で直接届けられれば、お客さまからの評価は上がり、農業を産業化できれば成長が望めるという見解に至り、イオンに積極提案した。

そして、イオンは農業分野への参入を決断した。その目的は農業の成長性を踏まえた上で、「われわれイオングループの農産物を扱うバイヤーの育成」「未来の農業を担う農業者の育成」「地域のお客さまとの共生」の三点だ。

バイヤーであれば、ただ安く仕入れることではなく、仕入れる農産物のコストを知った上で



イオンアグリ創造株式会社 代表取締役社長

福永 庸明 *Yasuaki Fukunaga*

ふくなが やすあき
1995年4月ウエルマート(株)(現マックスバリュ西日本(株))入社。2006年4月マックスバリュ西日本(株)農産商品部長。09年7月イオンアグリ創造(株)取締役生産本部長兼管理本部長を経て、12年4月同社代表取締役社長に就任し、現職。

商談ができなければ、生産者との継続した取り引きはできない。お互いがメリットを享受するウィン・ウインの関係をつくるのがミッションだ。

きっかけは耕作放棄地問題

茨城県牛久市長から、市内に広がっている耕作放棄地を解消するため、「牛久で農業をやりませんか」というお誘いの手紙をいただいた。この手紙をきっかけに、牛久市の候補地へ調査に入った。もちろん、私たち以外の参入企業にも同様の依頼があったという。それほど、地域で耕作放棄地の問題が顕在化していたのだ。

まず、牛久市の方々と耕作放棄地を元のほ場に直すことからスタートした。牛久市では耕作放棄地の一部にナタネをまき、収穫したナタネ



ICTを活用し、農場と本社をクラウドで結んでいる

は搾油して学校給食などに活用していた。私たちは、そのナタネ収穫後のほ場を賃借して農業を始めることを決めた。まだ農地法改正前であったため、特定法人として牛久市に農業参入し、牛久農場を開設した。

面積二・六畝の規模からの出発だった。会社設立も初めてのことであり、全てを把握できず、周りの方々の支援を受け設立にこぎつけた。二〇〇九年七月初旬のことだ。

理念(農業の発展とお客様の価値を創造する)とビジョン(農産物のバリューチェーン改革を進め、競争力・差別化の原動力を創造する)を抱いて、実験の実験という形で農業を始め、生産活動を開始した。そしてそれに合わせ、地域の方々の雇用を開始した。高齢の方が多く、最高齢の方は八〇歳を超えているが、皆さん元気だ。農業の

経験者の方にはたびたび、営農のフォローをしてもらった。

地域とのコミュニケーションも次第に取れるようになり、いよいよ船出となった。一月には施設(栽培棟、農機具庫、事務所棟など)が完成。

しかし、初年度は天候と病気に翻弄され、目標にしていた結果を出せなかった。露地栽培ではべと病が発生、施設栽培では一棟収穫遅れによりミズナの花が満開となってしまった。

ICTで数値重視の経営

卓上の理論と現場の運営とのギャップにあれば素人集団だった。そこで、これらを克服するために、座学で知識を学び、ICT(情報通信技術「Information and Communication Technology」)を活用することを決意した。日々の状況をデータ化することにより、勘や知見を持たないわれわれでも、よほどの天候異変がなければ、七〇%までは、生産できるようにしようと考えた。

当時、すでにいくつかの企業が農業にICTを導入し始めていた。私たちは、自分たちが思い描くICT活用の構想について意見が合致した富士通株式会社と手を組むことにした。

二〇一〇年、農場の現場にカメラやセンサーなどを設置し、現場と本社をクラウドで結んだ。企業の発想を農業に取り入れる実験を開始したのだ。

トレーサビリティは当たり前のこととしてできた。しかしながら、栽培上の経験値をデータ化するのには難しかった。栽培に関するデータが

少なすぎるのである。初めて農業に携わる人も、機械などの慣れは別として、理論的に分かるようになることがICTのメリットである。これはとにかく時間をかけてデータを蓄積していくしか方法はなかった。

また、併せて基礎的な経営管理のシステムも並行し、運用を始めた。経営面では、どんぶり勘定ではなく、仕掛品や棚卸の把握、シミュレーションや分析が精緻にできる仕組みなどを構築、客観的に数値で判断できるようにした。

イオンアグリ創造は、イオングループの連結会社であるため、四半期決算だ。そのためには、経営管理の仕組みが必要だったのだ。こうしてICTを活用する素地は出来上がったが、使いやすいさやデータ量は、引き続き、改善し蓄積していかなければならない課題となっている。

グローバルGAPを取得

さらに企業として農場を運営していく中で、生産や就業の環境改善も不可欠になっていく。イオングループでは独自の品質管理基準であるA-Q(Aeon Quality Management)という仕組みがあり、グローバルGAP(ギャップ)への認識は以前から高かった。

それに加え、イオンの四つあるグループ戦略の一つに、アジアを一体のマーケットと捉え事業展開を加速する、アジアシフトがある。このため今後、輸出を考える中でもグローバルGAPの取得は商品の付加価値を高めるためにも必要であった。

私たちも、消費者や生産者の安全を確保する

ため、グローバルGAPの管理手法に着目し農場、商品管理、農薬使用、農薬管理など各責任者を明確化、ほ場の清掃や農薬管理の徹底などを、農場運営に取り入れた。

二〇一〇年には、グローバルGAPを取得し、その後も引き続き、生産面、労働面、環境面を他産業並みの水準にいくための改善に徐々に取り組んでいる。たとえば、農場の事務所は、パイプハウスに白色のビニールを張っただけのものである。事務所内は、夏は四〇度を超え、冬は氷点下となる環境のため、現在、農地以外の場所を賃借し、移動、設置する方向で地域の方々を調整中である。

当初二・六畝のほ場は、次の年には、隣接する三畝の耕作放棄地を賃借し約六畝となった。露地ではキャベツ、ハクサイを生産し、施設では小松菜を生産した。プロである近隣生産者の方から指導を受ける契約を結び、栽培の指導をしていただいた。肥料メーカーや種苗メーカー、改良普及員の方々にもさまざまな面で指導をしていただいた。

このようにして私たちは、素人から頭一つ出たくらいに成長したように思う。現場で働く従業員のモチベーションも高く、失敗を次の成功につなげるためにはどうしたらいいのかと考へ、日々実践を続けている。

一四年七月で牛久農場は五年目を迎える。面積は一六畝、従業員として三〇人を雇用するまでになった。栽培技術は、セミプロレベルまでに成長してきているように思う。

今後、さまざまな面で地域に貢献をしてい

きたいと思っている。

次々に新農場を開設

牛久農場を開場後の二〇一〇年、都市近郊のビジネスモデルや集約型ビジネスモデルなどを実験するために、関東エリア内に、四農場（栃木県宇都宮市、千葉県柏市、埼玉県羽生市、埼玉県松伏町）を開設した。

宇都宮農場においては、土地改良区の会長や地元の方々に大変お世話になった。われわれにとっては農地法改正後の初めての農場開設であったため、多大なるご協力をしていただき開設にこぎつけることができた。

宇都宮農場では、働き方の見直しを考えるきっかけとなった出来事があった。

開設時に二〇歳代の若い従業員が着任した。イオンの従業員として働いていたため、農業者の方々と働き方が違った。就業時間のため、夏場の炎天下でも、作業をする。周りの農業者の方々とっては異様な光景であったようだ。

これを機に働き方の見直しを考え始めた。労働環境をいかによくしていくか、改善できることを一つ一つ実施しながら、答えを見つけていく。宇都宮農場を開場して分かったことだった。柏農場、松伏農場では、行政の方々や地権者の方々のつてを頼って、地域の担い手農業者の受け入れに取り組んだ。幸い彼らは、われわれの会社に入社し、農場長や副農場長として活躍してくれている。新しい従業員形成ができた農場となった。

羽生農場は、地権者の方の旧牛舎跡をお借り

して、事務所スペースを造り、休耕水田を利活用した。水はけが悪い水田ということもあり悪戦苦闘したが、現在はタマネギを生産し、一二畝を超える面積を運営している。養護学校の卒業生を初めて受け入れた農場でもあり、現在も元気に働いてもらっている。

一一年六月には、国内における天候リスクヘッジや高冷地での栽培、大型農場の実験を考え、関東以外にも農場（大分県九重町、鳥根県安来市、埼玉県日高市）を開設した。

大分九重農場では、地元の方々を含め、県、町のさまざまな方にお世話になった。ほ場をつくる際には、機械などを持ち寄って一緒に作業を手伝ってくれた。今でも熱い思いがよみがえってくる。

育苗含む大型農場の開設

鳥根安来農場の開設当時、われわれの農場としては、最大規模の一〇畝であった。現在では、二〇畝を超え、育苗施設も併設し、花苗、野菜苗を栽培している。

日高農場は、埼玉県で三番目の農場であるが、耕作放棄地を解消しスタートした。今冬の大雪で事務所ハウスが倒壊してしまうというアクシデントがあったが、現在は復旧し次の作目の種まきに取り組んでいる。

アジア初となる、グローバルGAPの第四版を五農場で取得したのも二〇一一年である。一二年には、協定を含み全国一〇カ所になる。面積は約一五〇畝（東京ドーム三〇個分）と、葉物野菜を生産する法人では最大級となる。一三年



5年目を迎える牛久農場での作業風景

には、石川県がほく市、兵庫県三木市里脇、山梨県北杜市、山中湖村に農場を開場し、岩手県花巻市、北海道三笠市と協定を締結した。全国一四カ所、約二〇〇軒の規模になった。

そして今年三月には、一五カ所目であり、大分県で二つ目の農場を臼杵市に開場するために協定を締結した。九重農場の高冷地と臼杵農場の暖地と合わせ安定供給を計画している。全国一五カ所、約二二〇軒の規模となる。

このように、われわれが全国に農場を展開しているのは、天候の不確実性に対応するためだ。日本全体を考えたときに、一地域だけでは天候のリスクに対応ができない。

ただ直営農場だけで、グループ全体の農産物を供給できないのも事実だ。そのため、地域の農業生産法人の方々やJAの方々と一緒に、今、バ

リューチェーン（生産から最終の販売までの一貫した流れ）の構築に取り組んでいる。青果物だけではなく、カット野菜やギョーザなどの原料としても、一緒に取り組んで安定供給を目指している。

天候変動リスクに対応必要

このほか、これまでさまざまな大学との連携に取り組んでいる。たとえば「農業を産業化するために収穫の効率をどうやって上げていくのか」「人に負荷をかけない収穫機は？」など、もちろん病気の診断も含め農場で改善しなければならぬことについて、対応を継続して実施しているのだ。

ようやくビジネスモデルも見えてきた。詳細は記載できないが、個別原価計算の仕組やほ場ごとや品目別の収益管理をシステム上で把握できるところになった。

人事面では、農業は労働基準が曖昧なため、就職として考えた場合に問題があった。企業として農業を営む場合は、労働時間の基準（残業の概念・日が昇って沈むまでが労働時間ではない）、休日の基準など、企業としての当たり前を導き出さなければならない。

そのようなことを前提に、農業としての人事制度を整備した。新入社員を受け入れる体制も出来上がり、グループ内の他社と同じ労働条件のもと、一部「農業ナイズ」し、われわれの会社は農場運営ができるようになった。

長期休暇や教育研修制度の充実など、自分の時間を持つことができ、企業とともに自分自身

が成長できる環境をつくるのが会社としての従業員への使命である。

しかし、二〇一三年、ようやく見えかけたビジネスモデルを、根底から見直さないといけない事態が生じた。それは、二回の台風直撃、二回の大雪により、関東エリアの農場が大きな損害を受けたことだ。異常気象と呼ばれる天候異変の大きなリスクであった。

現行の農場運営では、被害を受けた農場が複数に及ぶ場合、そのリスクを他の農場で吸収しきれないケースがあることがわかった。

今後は露地栽培以外にも、天候による損害が少なく済む施設栽培を拡大していくことが必要だが、施設の先行投資となる期間に、他の農場でいかに売り上げを伸ばし、経費をカバーできるかという課題がある。

それに加えて、エリア・ドミナント問題への対応も必要だ。つまり、物流を効率化するため、関東エリア、西日本エリア、九州エリアなどに、エリア単位で複数の農場を開場したり、エリア内で新規の委託先との契約を実施し、農産物をエリア単位に供給していくという考え方だ。新しい品目への挑戦、新ビジネスモデルの構築、具体的には、バリューチェーンのさらなる発展、一定の温度帯で農産物を流通させるワールドチェーン化への取り組みも必要だ。これからやらなければならないことは山ほどある。

五年目を迎える今年、もう一度、初心に帰り、再スタートを切る年にしたいと考えている。

WE HAVE DREAMS.

WE MUST CHANGE AGRICULTURE.





食の志向「健康」が 過去最高 「和食」世界遺産 登録に高評価

—2013年度下半期 消費者動向調査—

消費者の食の志向はどうか変化しているのか、食品の販売チャネルが多様化する中で、消費者はどうか選択をしているのか——日本公庫が2014年1月に実施した消費者動向調査で、その動きを探りました。

た割合は一九・三%で、前回調査から一・二ポイント上昇しました。また、外食するときに国産品かどうか「気にかける」と回答した割合は三五・三%、「気にかけない」と回答した割合は五五・五%となっています。いずれも前回調査から上昇しているという結果となりました(図2)。

国産食品の輸入食品に対する価格許容度について聞いたところ、「割高でも国産品を選ぶ」とした回答が六一・七%と、三半期連続で上昇しており、この調査を開始した二〇〇八年五月の調査結果に次ぐ、過去二番目に高い割合となりました(図3)。この結果から、消費者の国産品に対する意識の高さがかがえます。

食料備蓄の現状に課題

東日本大震災からの復興支援をPRしている被災地産の食品について、「積極的に利用したい」との回答が八・三%、「機会があれば利用したい」との回答が六一・八%となっており、合わせて約七割が「利用したい」と回答しています。

また、家庭内の食料備蓄の必要性について、「東日本大震災以降感じるようになった」と回答した割合は、四二・四%で以前から感じて

今回、一月に実施した消費者動向調査では、これまで継続して調査している「食に関する志向」「国産品かどうかを気にかけるか」「国産食品の輸入食品に対する価格許容度」の三分野のほか、「東日本大震災による食品購買行動の変化」「飼料用米に関する認知度と意向」「小売業や外食産業の直営農場産の農産物」について、消費者の意識を調査しました。

さらに、昨年一二月に「和食・日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことを受け、これに対する認知度についても調査しました。

まず、食に関する志向を聞いたところ、「健康志向」が四六・五%

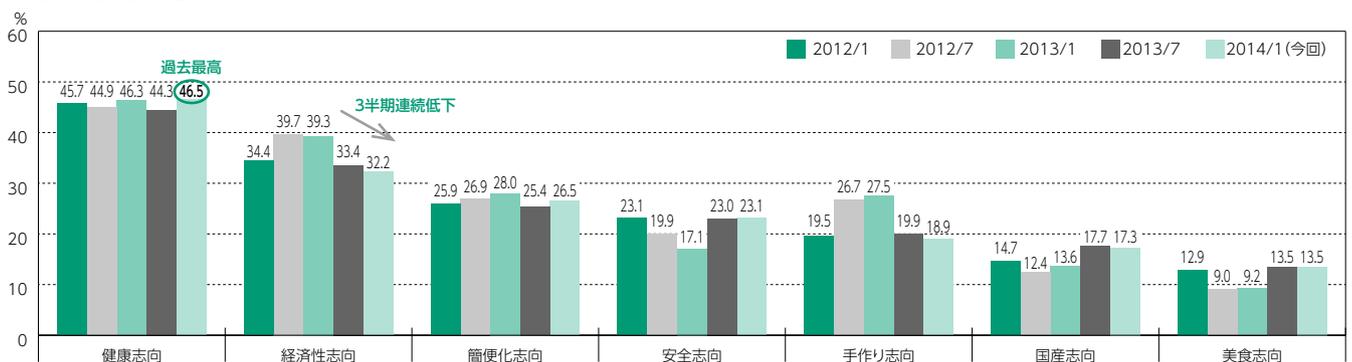
と、二〇〇八年一月の調査開始以来、最高の割合となり、近年における食に対する健康意識の高まりを示す結果となりました(図1)。特に三〇歳代から四〇歳代といったミドル層における上昇が顕著となっています。

一方で、二半期連続で高い水準を維持していた食費を節約する「経済性志向」は、前回調査から低下して三二・二%となり、三半期連続で低下しています。

「割高でも国産選ぶ」六割

食料品を購入するときに国産品かどうか「気にかける」と回答した割合は七七・五%で前回調査と変わらず、「気にかけない」と回答し

図1 食の志向の推移



いる人の割合(二七・四%)と、合わせて全体の約七割となっているものの、実際に備蓄していると回答した割合は、震災以降と以前からとを合わせて約半数にとどまっています。

備蓄をしていない理由としては、「購入や管理の手間」が四九・五%、「保管場所がない」が三二・八%で多数回答となっています(図4)。

米給飼の畜産物に購入意欲

「国産畜産物が輸入飼料により生産されていること」に対する認知度は、六九・〇%である中、「国産飼料用米を給飼した畜産物」に対する認知度は、三三・〇%と約三割にとどまっています(図5)。

一方で、飼料用米を給飼した畜産物の今後の購入意向について聞いたところ、「購入したい」という割合は、八六・八%と約九割に達しています。

この結果から、消費者の中には、飼料用米という国産の飼料に対する信頼感などから、飼料用米を給飼した畜産物に対して、高い購入意欲を示しているということがうかがえます。

生産履歴で安心して購入

小売業や外食産業が直接経営す

図2 食料品を購入するとき／外食するとき国産品かどうか気にかけるか

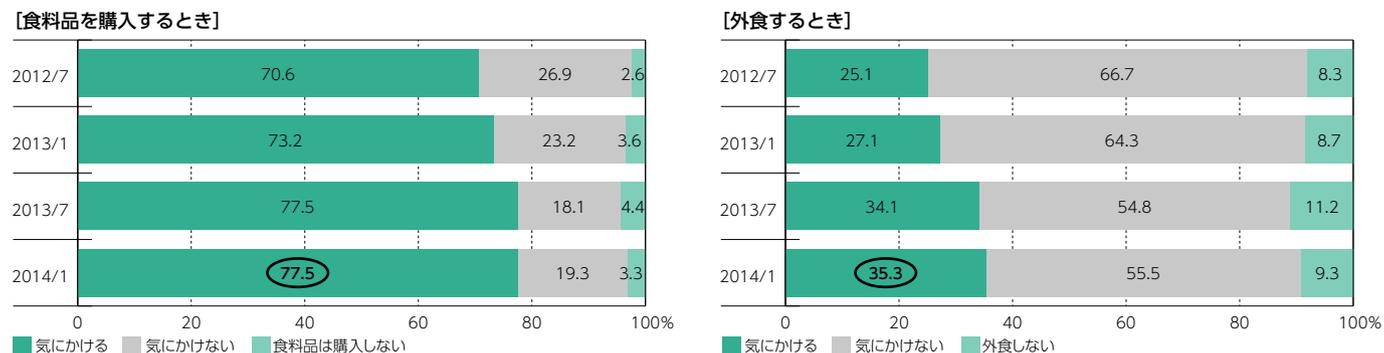


図3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度

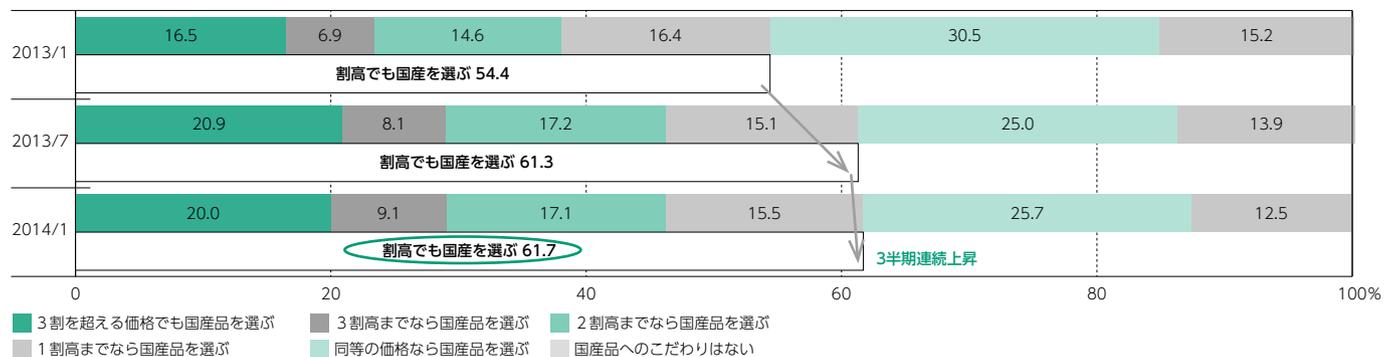
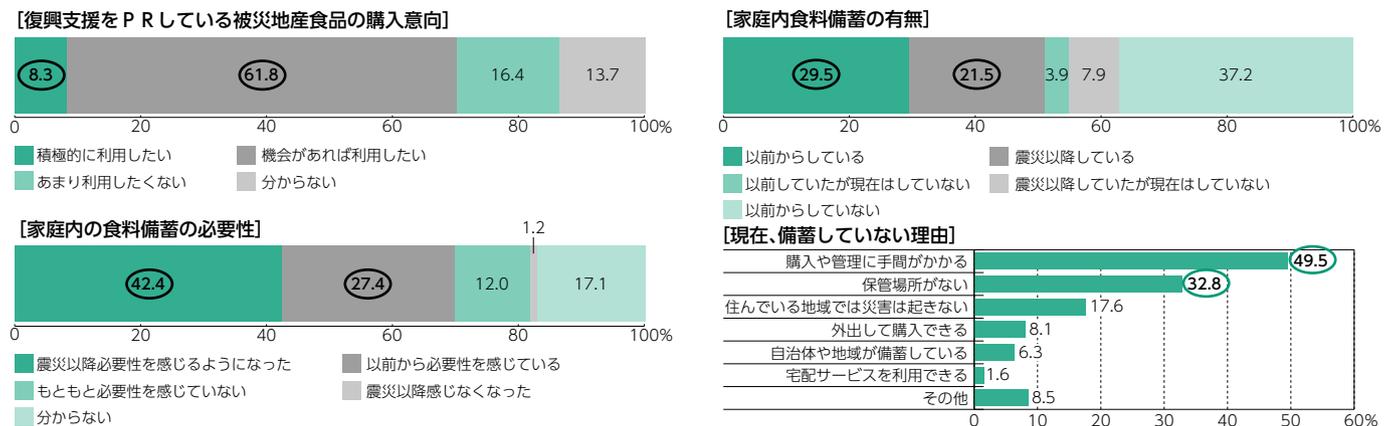


図4 被災地産の食品の購入(外食を含む)と食料備蓄の意向



る農場で生産される農産物について、購入や外食した経験が「よくある」と回答した割合は五・七％となっております(図6)。

購入した理由について聞いてみると、「生産履歴がわかるので安心」との回答が五四・八％、「その店舗や企業に対する信頼感」との回答が四九・七％と高い割合を占める結果となっております。

一方、購入経験がない理由としては、いまだ流通量が少ないことなどから、「普段行く店に置いていない」が四八・三％となっており、他の回答に比べて圧倒的に多い回答となっております。

和食世界遺産でマナー重視

「和食：日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産(世界遺産)に登録されたことについて聞いたところ、八一・二％が認知しているという結果でした(図7)。また、登録されたことに対する評価を聞いたところ、「評価する」という回答は八六・〇％と約九割に達しています。

和食の食文化の特徴についてどんな点に魅力を感じるかを聞いたところ、どの項目についても突出した回答はなく、ほぼ満遍なく選択されていることから、消費者は

和食に対して多様な面で魅力を感じていると考えられます。

また、日本や地域の食文化のどのような点を保護していきたいかと聞いたところ、「『いただきます』や箸の使い方などの食事のマナー」を選択する割合が三九・三％と最多で、次いで「地域に根差した食材を用いた郷土料理」が三〇・七％となっております。

以上の調査結果全体を通じて、消費者は食に対して健康に対する志向を中心に、国産品の安全性に関する信頼感などへの意識が高いことがうかがえ、結果として、国産品を選択・購入したいという意向が高くなっていることが考えられます。

また、和食の世界遺産登録については、消費者の評価や関心は高いという結果が得られたことなどから、今後、官民一体となった取り組みの展開が期待される場所です。

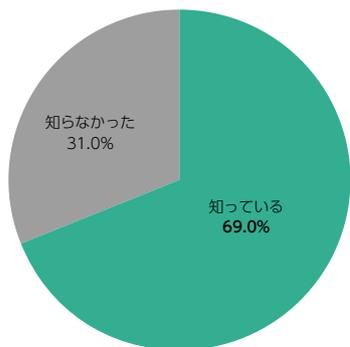
(情報企画部 大竹 匡巳)

〔調査概要〕

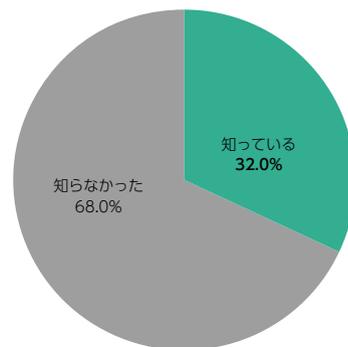
- 調査対象 全国の二〇代～七〇代の男女二〇〇〇人男女各一〇〇〇人
- 実施時期 二〇一四年一月一～一四日
- 調査方法 インターネットによるアンケート

図5 飼料用米に関する認知度と購入意向

〔国産畜産物が輸入飼料により生産されていること〕



〔国産飼料用米を給飼した畜産物〕



〔国産飼料用米を給飼した畜産物の購入意向〕

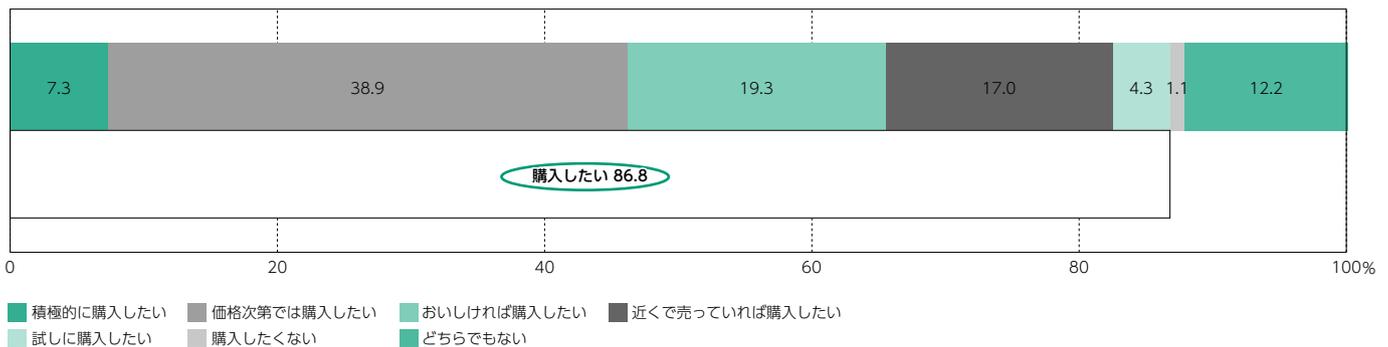
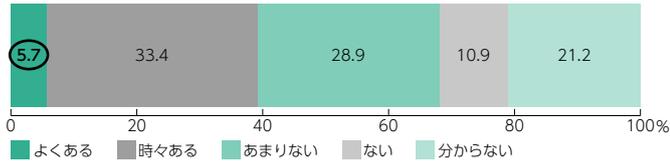
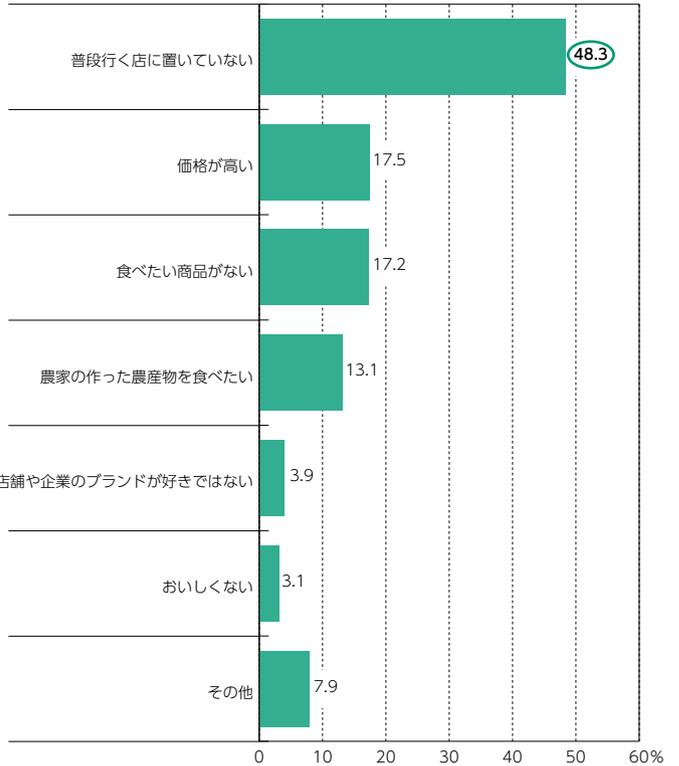


図6 小売業・外食産業の直営農場農産物の購入

【購入経験】



【購入経験がない(あまりない)理由】(複数回答)



【購入理由】(複数回答)

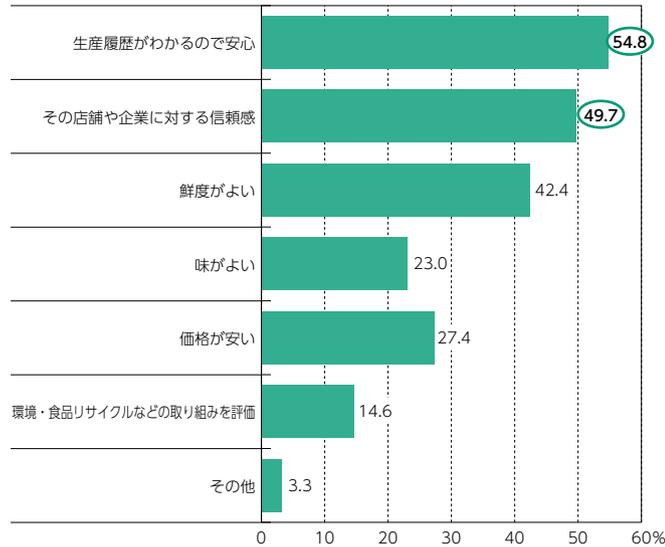
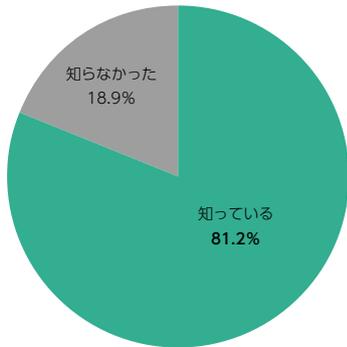
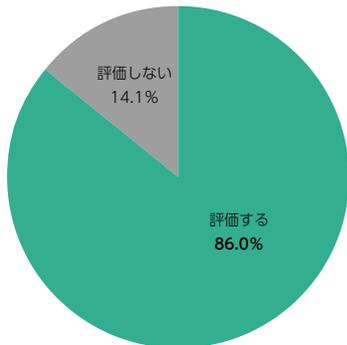


図7 「和食」の世界遺産登録についての認知と意識

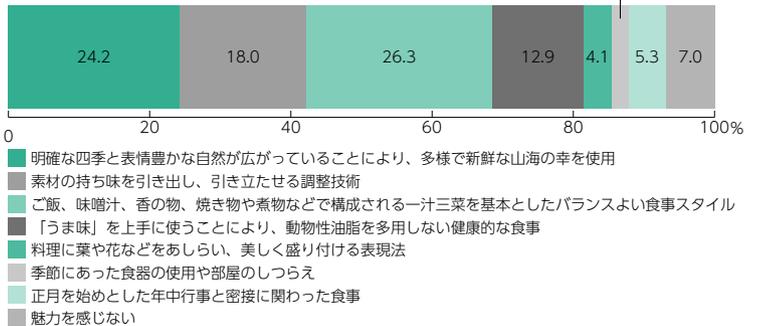
【登録の認知】



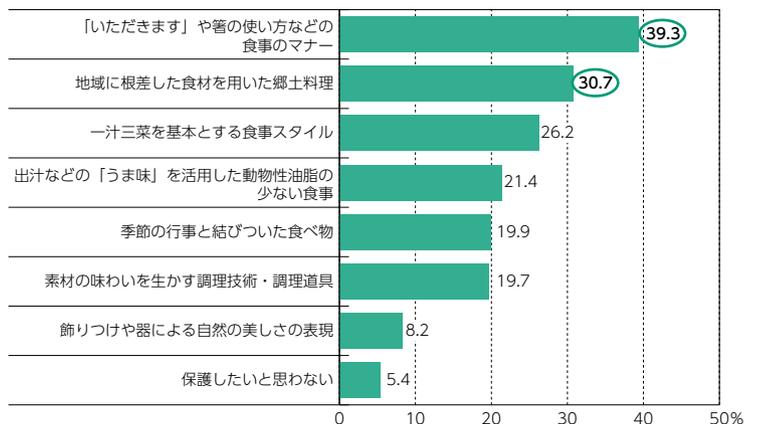
【登録されたことへの評価】



【和食の特徴でもっとも魅力を感じる点】



【日本や地域の食文化のどのような点を保護していきたいか】(2つまで回答)



※比率は表示前桁を四捨五入しているため、合計と内訳の集計が一致しない場合があります。

自ら生産した米と野菜や、
手作り弁当、総菜のお店。
「おいしいですね」と、
よろこぶ笑顔を
広げていききたいです。



佐々木 和枝 さん

青森県三沢市

ベジキッチンまいまい 代表

五人姉妹の長女に生まれ、小学生の頃から農作業に多忙な両親に代わり、家事を任せられ、やがて跡を継いで農業経営者になる。農業の六次産業化を展開しながら、「食」に視点を置いた農業の「かたち」を追求する。





P19: みずからの農場ではコメ(4ha)とともに、ハウスではニンニクを栽培

P20: 女性起業の講座に積極的に参加し、先駆者から刺激を受けた。これもみずからの起業へと背中を押してくれた(右上) イネの育苗ハウスにて。育苗が終われば直売所用の野菜をつくる(右下) 愛情たっぷりの手づくり弁当など(左)



長女として家族を支えてきた

佐々木和枝さん(四八)がつくる料理を最初に「おいしい、おいしい」と笑顔で浮かべてくれたのは、幼い頃の四人の妹たちだ。その笑顔を地域にも広げていきたい——。そんな思いを込めて二〇一三年一二月、和枝さんは自家生産の野菜や弁当、総菜を販売する「ベジキッチンまいまい」を開店した。「自分がつくったものをおいしく食べてもらうことが最高の喜び。食べてくれるからつくる張り合いが湧くものです」

五人姉妹の長女として生まれた。農業で忙しい両親に代わり、小学生の頃から家事一切を任されてきた。そんな和枝さんを父親は頼もしく思い、「おまえじゃないとダメだ」と後継ぎになることを切望した。母親は「好きなことをやったらいい」と言ってくれたが、みずから農業高校、農業者大学校に進み、就農した。

和枝さんが学生の頃、父親は農業の傍ら、個人経営のライスセンターを始めた。稲作農家にとってカントリーエレベーターがない地域ではライスセンターが頼りの綱だ。収穫したコメを乾燥、もみすりしてJ Aに出荷するまでの仕事を担う。九月末からの一カ月間、家族は寝る間も惜しんでコメの乾燥・調製の仕事に当たった。

佐々木家でもコメをつくっていたが、和枝さんは就農後、直売所用の野菜もつくるようになった。七〇人ほどで構成する直売

組織「三沢市近郊やさい生産組合」に加わり、市内にある同組織の直売所に精力的に出荷した。母親が四八歳で亡くなって以来、和枝さんは母親代わりとして、父とともに家を支えてきた。「同じことをただ繰り返すより、新しいこと、他の人がやっていないことに挑戦したい性分」という和枝さん。珍しい作物や新しい品種の生産に意欲的に挑戦し、直売所に出荷した。九年ほど前から始めた加工品づくりでも、チャレンジ精神を遺憾なく発揮している。

三沢市の特産品の代表格といえばゴボウだ。地元の農家や加工グループがゴボウ茶をつくっている中、和枝さんはひとひねりしてリングゴの果肉を加えた「ごぼうとりんごの不思議な出会い茶」を開発した。ゴボウ特有の臭みがなく、飲みやすい。「ゴボウが好きではない人に、どうしたら飲んでもらえるかなと考えた末に生まれた」とうた。

やりたいことのために決心

そんな和枝さんが自分の店を持ってないかと考えるようになったきっかけは、五年前に父親を亡くしたことだった。自分ひとりで農業とライスセンターの両方をこなすのは容易なことではなかった。というのも、単に農家が持ち込むコメを引き取るのではなく、稲の刈り取りの段階から委託されているからだ。昼間に収穫した稲を夜通し、乾燥・もみすりしてJ Aに出荷する作業は力仕事が多い。将来、ライスセンターの作業

が体力的に厳しくなった場合にも、姉妹でずっと一緒に楽しく仕事をしたいける場所が欲しいと思いはじめた。そこで妹たちと協力しながら、年間を通じて営業できる店を始めようと思っていた。

以前から妹たちには何かと協力してもらってきた。さらに和枝さんには直売所へ



コメが自慢であること、ゆっくりでもいいから地元で定着させたいという思いを、かたつむりに例えて「まいまい」と名付けた

の出荷、加工品づくりなどの実績も十分だ。とりわけ「彼岸団子」は人気商品だという。あんこ入りの白餅と、よもぎ餅の二種類を組み合わせたものだ。たくさんつくって直売所に持っていったも、待ち構えていたお客さんがごっそり買って行ってしまいうほど。「せっかく直売所に行ったのに売り切れ

だった」という声も聞いていた。「つくったものを直売所に持っていくには、数に限りがあるけど、もし自分の店に来てもらえれば確実に買ってもらえる」

「あれこれ考えて、やはりお店をやる」と二〇一二年に決心した。そこからは早かった。六次産業化のための総合化事業計画を策定し、青森県南地区の個人女性では初めて認定を受けた。土地探しから融資の相談、店舗の設計と精力的に準備を進めた。自分で店を運営するのは初めてのことで、相当苦労があったと察するのだが「何でも根を詰めてやるタイプなんです」とニココリ。サラリーマンの夫から言われた「娘の重荷にならないければやってもいい」の一言を機に、加工施設と店舗からなる三五坪の「ベジキッチンまいまい」をオープンした。

弁当は畑にまで配達します

明るい店内にはみずからつくったコメや野菜、そして手づくり弁当や各種総菜が並ぶ。おコメのプロとあって力を入れているのはおにぎりだ。「まっしぐら」という品種に低アミノロス米「ゆきのはな」をブレンドしている。「地元のコメをおいしく食べてもらいたい」と考えたブレンド方法で、甘みがあつて冷めても硬くならない。その他の総菜や弁当の食材も、基本的に自家生産のものばかり。足りないものは現在も出荷を続けている直売所から仕入れている。知合いの農家から直接仕入れる方法もあった

が、共生できる形をとることにした。本格的に寒くなる一二月に開店したこともあり、売り上げを伸ばしていくのはこれからだ。来る人だけをひたすら待つのではなく、いろいろな仕掛けを考えている。

その一つは畑までの弁当配達。三沢市では人手の掛かる農作業を集落ごと共同で行う。結いの習慣が残っている。作業の合間に弁当を食べるが、作業が忙しいこともあつてコンビニやスーパーの弁当で済ませることが大半だ。「うちでつくって畑まで持つていくことができれば」と考えている。

野菜や総菜を買いに来た人から「店内で食べられないの?」と言われることもあるため、イートインコーナーの設置も計画中だ。お客さん呼び込むために週末には店の前でソフトクリームや焼きたての串餅の販売もする予定だ。

四軒ある水田と各種野菜を生産する和枝さんは、ほ場にいることが多い。店の切り盛りは三人の妹たちが担っている。「本当はお客さんの『おいしい』の一言を聞きながら、いろいろアイデアを凝らして加工品などをつくりたいんですけど、経営者になった以上、全体を見なければならぬ」と苦笑い。流行の大型直売所とは対極にあるかわいらしい和枝さんの店。常に食べる人のことを思いながら姉妹が力を合わせ切り盛りする「ベジキッチンまいまい」からは、他にはないぬくもりが伝わってきた。

(青山 浩子 / 文 河野 千年 / 撮影)

日本のオリジナル技術「種なしスイカ」

日本政策金融公庫
テクニカルアドバイザー

吉岡 宏

夏

が近づき暑くなると、食べたくなる野菜の一つにスイカがあります。冷たく、甘くてシャリッとした食感は、暑さに疲れた体を癒やしてくれます。しかし、その生産は急速に減少しています。減少の大きな要因として、生産面では重くて作業が大変なこと、消費面では大きくて冷蔵庫に入らない、種があつて食べにくいなどが挙げられます。

日本では、スイカといえば赤い果肉に黒い種をイメージするように、種

の入ったスイカが一般的ですが、海外では、種なしスイカが広く普及しています。この種なしスイカは、コムギの遺伝学者として有名な京都大学農学部の木原均先生らによって、一九四二年に開発されました。この技術は、コルヒチン処理によって倍化されたスイカの雌花に通常の花粉を受粉すると三倍体の種ができ、この種をまく

と、種なしスイカが実るといふものです。

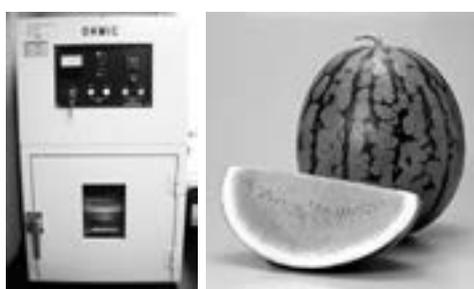
この三倍体種なしスイカは、わが国では六〇年頃にはかなり普及しましたが、栽培が難しいことや品質が劣るなどの理由から、次第に栽培されなくなりました。

一方、海外では普及が著しく、アメリカでは約七割、ヨーロッパでは約三割が三倍体種なしスイカです。また、世界一のスイカ生産国である中国でも三倍体種なしスイカの普及が著

しいとのことでした。

種

なしスイカの作出技術は、三倍体の利用以外に、数種開発されており、全て日本の開発技術です。その一つは、九二年に広島県立大学の早田保義先生が開発した着果促進剤「フルメット」による方法ですが、実用化はされませんでした。二つ目は、九七年に農研機構野菜茶業試験場の杉山慶太さん（現在は北海道農業研究センター）が開発した軟X線を照射した花粉（部分不活性化花粉）を用いる方法です。この技術は、一般の種子が使えることに加えて、三倍体種なしスイカの欠点である品質の低下が少ないなどの長所があります。普通の花粉が着くと種ができるため、袋掛けなどによる虫除け対策が必要になります。すでに、軟X線照射装置や軟X線を照射した花粉が市販されています。



軟X線照射装置と種なしスイカ (杉山氏提供)

三つ目は、同じく杉山さんが二〇一二年に開発したユウガオの花粉を用いる方法で、現在、実用化に向けて試験が行われています。

日本のオリジナル技術である種なしスイカが、お膝元ではなく外国で活用されていることに、少々寂しさを感じます。大玉スイカよりも取り扱いが容易な小玉スイカを種なしにして食べやすくし、消費の拡大とスイカ生産の復活に期待したいです。

F



Profile

よしおか ひろし
1948年京都府生まれ。弘前大学大学院農学研究科（修士課程）修了後、農林省野菜試験場入省。農林水産技術会議事務局研究調査官、(独)農研機構野菜茶業研究所長、(社)日本施設園芸協会常務理事などを経て、2012年10月から現職。専門は野菜の栽培生理。農学博士、技術士（農業部門）。

漁業環境悪化で着手

長崎県島原半島の西方に穏やかに広がる橘湾。その海岸近くにマル井水産有限会社がある。会社の前にはたくさんの幟が海風にたなびいている。

「孫、天晴の初節句の幟です。この子が会社六代目の社長になってくれたらうれしい」と代表取締役社長で四代目の井上幸宣さん（五九歳）は目を細めて話す。

マル井水産は、東シナ海においてカジキやマグロ、カツオを漁獲する大目流し網漁業をしていた。しかし、日中・日韓漁業協定の発効により一九九九年以降の東シナ海での操業海域は実質的に極端に狭くなってしまった。

そこで、これからは資源が豊富でおいしい大衆魚のサンマに勝るものはないと考え、主に八月から一二月までの五カ月間は東北三陸沖でサンマ棒受け網漁業も操業することにした。

さらに、経営の多角化を図ろうとブリ養殖やかまぼこの製造、販売などにも着手した。しかし、サンマ漁業は全体の獲り過ぎによる魚価の低迷が続き、ブリ養殖も過剰生産による魚価安、一方で養殖の

経営紹介

「第三太喜丸」でハイブリッド漁業 周年操業で経営の安定化目指す



孫の幟の前に立つ井上さん



長崎県雲仙市
マル井水産有限会社

設立 ● 1990年7月2日
資本金 ● 3000万円
代表取締役 ● 井上 幸宣
事業内容 ● サンマ、カジキ漁など

資材費も大幅に上昇するなど経営は行き詰まりを見せる。

このようなことから、井上さんは経営の多角化ではなく、主要水揚港と漁業種を二つ持つ「ハイブリッド漁業」で、活路を見いだす考えに至る。

一艘の船で周年操業

一艘の船で安定した漁獲水揚げが得られるように周年操業をすれば、船の維持管理費も削減され操業効率も上がるという寸法だ。

井上さんが目指したハイブリッド漁業は実に興味深い。

具体的には、一月から四月は長崎を主要水揚げ港として、東シナ海で大目流し網漁業を行い、五月に宮城県気仙沼へ移動し、漁船のドックを経て、三陸沖で大目流し網漁業を引き続き行い、カジキやビンナガを狙う。八月に漁具などの装備を変えて、一二月までの漁期はサンマ棒受け網漁船として操業するというものだ。

そして、二〇二二年、漁業・養殖業復興支援事業（がんばる漁業）の活用により、サンマ棒受け網漁業・大目流し網漁業の兼業船を新船建造した。

「第三太喜丸」と名付けられた

この新漁船は、総事業費八億八〇〇万円、一九九ト、全長四八メートルもある大型漁船だ。

実は、第三太喜丸は、当初予定より五カ月も遅れて建造されている。すでに第三太喜丸の建造計画が出来上がり、着工が間近に迫った一一年三月一日、東日本大震災が発生したのだ。

当時、マル井水産は気仙沼をサンマの水揚げ基地としていたため、襲ってきた津波により漁具や魚網、集魚灯を保管していた倉庫、トラックなどが全て流されてしまった。その被災損害額は一億八〇〇万円近くに上ったという。

大震災の復興シンボルに

井上さんは、何もなくなっただけでなく、気仙沼港の様子をテレビで見ると、なかつた。「駆けつけたい気持ちでしたが、交通がまひしており、どうにもなりません」と振り返る。四月上旬、交通手段をようやく確保し気仙沼へ。何もかもなくなっただけだったという。

その足で気仙沼市長と漁協組合長に会いに行った。新船建造を諦めていた二人に「なんとしても船

をつくらせてほしい。復興のシンボルとなる第一船としてもらいたい」と井上さんは強く言った。水産都市、気仙沼の復活を望む市長と組合長から「勇気をもらった」と言われたという。

「多くの水産関係の方が、会社、船身内まで失ってしまった。でも、自分たちには従業員も、船も残った」「三五年以上の長年にわたり、お世話になった気仙沼に恩返しをしたいという思いだけで」と振り返る。また震災当時は、気仙沼の避難生活者が野菜不足に困っていることを知り、雲仙の農家から寄せられた新鮮な旬のジャガイモやレタスなどを届ける支援にも取り組んだそう。

漁船の三つの特長

こうして気仙沼にある木戸浦造船株式会社で建造されたこの船は、省人省エネの漁船で大きな三つの特長を持つ。

一つ目の特長は、前述の維持管理費削減のために少ない燃料で済む最新の操舵機器や、発光ダイオードを使ったLED集魚灯システムを導入したことだ。特に、LED集魚灯システムでは使う燃油の量が、従来の白熱灯に比べて二〇

分の一だという。

二つ目は、魚船のステンレス化、海水殺菌装置やシャベット氷製造機の導入などを行い、EUの食の衛生管理システムであるHACCP認証に対応できる漁船にしたことだ。

EU圏への水産物輸出は、生産から加工流通までEUの求める衛生基準を満たす必要があるのだ。水産庁の二〇一一年度からの事業計画により、全国の主要な水揚げ市場がEU衛生基準設備に対応する高度衛生管理型漁港になるとされており、マル井水産では、近い将来、ヨーロッパ向けに水産物の輸出ができるようになる。

最後は、船内に福利厚生設備を充実させたことだ。周年操業による効率的な漁獲水揚げとともに、乗組員の確保が経営の安定化には欠かせないと井上さんは考えていた。そこで、若い人に乗組員として活躍してもらうためにも、漁船内に娯楽や休養のための部屋を設けた。また、一部個室化するなど居住区の空間拡大を図った。

そのかいあって、乗組員の全国平均年齢が六五歳といわれているなか、第三太喜丸は二〇歳代の乗組員が多く、平均年齢は三二歳だ。

そして、これからの漁業は、船頭の長年の勘や経験だけでは成り立たないと井上さんは考えている。将来を引っ張っていく漁業経営者になってもらうためにも、魚の居場所を探索させるソナーなどのIT機器や操業記録データなどを使いこなせるように指導をしているという。

がんばる漁業を実証

第三太喜丸は、井上さんの長男で副社長の井上太喜さん(三一歳)が漁労長を務めており、「ハイブリッド漁業」の操業二年目となる現在も順調に船出をしている。

「昨年のサンマ棒受け網漁船の水揚げトップが四億円、太喜丸は水揚げ一二番船ではあったもののその差はほんのちよつと」と井上さんが言うように、堅調な周年操業の成績を上げ、『がんばる漁業』を実証している。

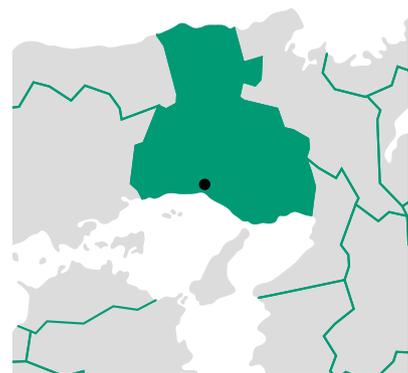
「これからは沖獲り一本でやっていく。第三太喜丸が世代間を超えて漁業をつなぐモデルとなり、被災地と長崎の架け橋となつてほしい」と話す井上さんは、息子、孫とそろって、漁に出る日が今から待ち遠しいそう。

(情報企画部 澤野 敬二)

衣笠 愛之 さん

兵庫県
ゆめさき
有限会社夢前夢工房

地域横断の稲作株式会社に注力 「農業で地域を元気に」事業も夢



「自分に、農業に、そして地域に夢を」をスローガンにプロジェクトを次々に実行へ移し、農業や地域社会の閉塞状況の打破に取り組んできた経営者がいる。構想力、実行力、指導力のいずれの面でもスケールが大きい。その集大成が兵庫県内各地に分散する稲作専門農家を束ねて株式会社化した「兵庫大地の会」だ。先進モデル事例と言ってよい。たくましい変革の担い手だ。

父親から水田買い取り独立

—— 農業生産法人で有限会社の社名を「夢前夢工房」とネーミングするセンスが実に魅力的ですね。夢があるなど感じます。

衣笠 そう言っていたかどうか、うれしいです。社名に二つある夢のうち、

「夢前」は地名で、地域をアピールするために社名へ加えました。「夢工房」は文字どおり夢を考え出し実現する場所という意味で付けました。

—— 農業を手掛けられた当初から「夢」にこだわりを？

衣笠 自分に夢を、農業に夢を、地域に夢を、というのが常にあり、夢は努力すれば必ず実現可能と思っています。信念のようなものです。

仲間からは冗談交じりに「お前は夢ばかり口にしてるな」と言われます。さまざま人とのつながり

によって夢が形になり、それが実現に結び付くと思っています。事実、チャレンジで夢が実現しました。

—— 最初の夢は、稲作専門経営として独立することだったとか。

衣笠 大学卒業後、実家の養鶏業を

継承しましたが、地域の主力だった稲作、それも大規模な専業としてチャレンジしたくて、三二歳の時に独立を決めました。公庫から二〇〇〇万円

の大金を借金して父親が持っていた四二町[㍔]の農地や宅地を買い取りました。当時の夢は、コメづくり一本ではなく、食品加工販売までの今で言う“六次産業化”経営でした。

—— 親子間で水田の買い取り契約を結ぶのもすごい話ですね。

衣笠 自分に負荷をかけてゼロから出発するのだ、という決意表明みたいなものです。借金を抱え、貯金も担保もゼロからのスタートは大変でした。負けず嫌いの性格もあり、三年間は不眠不休で頑張りました。

うれしいことに、私の夢に賛同してくれる人が多く、徐々に水田の作

業受託面積も増え、次第に念願の大規模化を着実に進めていきました。

農業・化学肥料不使用に挑戦

—— 農業不使用の稲作栽培にこだわったのは、なぜですか。

衣笠 それには、きっかけがありました。娘がアトピー性皮膚炎にかかり、身近なところから取り組もうと、農業散布による影響を回避したので、私自身も一時、防除マスクなどを付けずに農業を散布して高熱で苦しんだことがあり、可能な限り農業を使用しないことにしました。

—— 現在はどうな栽培状況ですか。

衣笠 当初の四二町[㍔]の水田から見れば雲泥の差で、かなり大規模化しました。兵庫県ではコウノトリの野生復帰を目指して環境にやさしい「環



観光農業を目指した「ゆめさき苺ハウス」で経営を語る衣笠さん

Profile
さぬがさ よしゆき
一九六一年兵庫県生まれ。五三歳。宇都宮大学農学部卒業。九四年に複合農業専業を決意。九五年に認定農業者資格を得る。九九年に農業生産法人・有限会社「夢前夢工房」を創設し、代表取締役就任。二〇〇五年に新規就農研修施設「夢工房」設立。〇八年ひめじ田舎アートプロジェクト開始。一二年株式会社「兵庫大地」の会設立し、代表取締役就任。農業経営士。妻と一男一女。

Data
農業生産法人・有限会社「夢前夢工房」
兵庫県姫路市に本社。資本金三〇〇万円。代表取締役社長は衣笠愛之氏。一九九九年に設立。二〇〇〇年青空市場「夢」設立。〇三年特定農業法人認可を得る。〇五年新規就農施設開設。〇八年ひめじ田舎アートプロジェクト開始。〇九年直営レストラン開業。一一年に市民農園開設。一二年体験イチゴ園を開設。正社員一一人。

境創造型農業」を推進しており、農業・化学肥料の不使用、またはこの使用を五〇％以下に低減、かつ残留農薬が国の基準の一〇分の一以下である農産物に対して「ひょうご安心ブランド」認証を与えています。この認証を受けているコメの栽培面積は三二・六％で、このうち農薬・化学肥料不使用は一〇％、農薬使用五〇％以下はうるち米一・一％、酒米八％、古代米や加工米三・六％です。

このほか、小麦一五％、大豆七％をそれぞれ農薬・化学肥料不使用で取

り組んでいます。しょうゆやきな粉、納豆は、農商工連携で委託加工して夢工房ブランドという形で販売しています。

食品加工企業と農商工連携

——夢工房ブランドに乾麺のそばもありますが、ソバの栽培も？

衣笠 そうです。ソバ栽培は、自分が食べたいという単純な動機からです。チャレンジするなら徹底的に、ということ、今では営農組合や農家も加わり、県内有数の栽培面積になりました。これも夢工房ブランドで販売することができず。

ソバに限らず大豆の加工などは、地元企業との農商工連携に徹して、ワイン・ワインの関係をつくり上げ、これが結果的に正しい判断でした。

——と言いますと？

衣笠 農業主導で生産から加工販売まで、全て手掛ける六次産業化は農業者にとつて、重要なビジネスモデルです。ただ、加工段階は企業と連携するなど、さまざまなパターンをつくれればいいと思うのです。

私の場合、乾麺やしょうゆなどの委託加工を地元の食品企業に協力を仰ぎました。連携企業には最終的な加工食品のイメージや、希望小売価格などを提示し、私なりに利益率も

はじき出します。企業側も採算に乗せて折り合いをつけ、交渉が成立します。私には加工に必要な設備投資の負担がなく、安全や衛生管理の面の気苦労も不要です。連携するメリットは大きいです。

——農業で地域を元気にする、というのも一貫した夢ですか。

衣笠 宇都宮大学農学部に在学中に、外から地元の姫路を見る機会が多く、いい意味で地元への愛着が生まれました。帰郷後はその意識が高じ、農業主導で地域を元気にしたい、と思うようになったのです。

——国宝の姫路城の絵を田んぼに描くプロジェクトもその一つですか。

衣笠 そうです。高齢者から若者や子どもたちにも農業に愛着を持ってもらうためには、わくわく感のあるプロジェクトが必要だと考えました。それが姫路城の天守閣修復にかためて、田んぼに巨大な絵を描く「田んぼアート」だったのです。

多くの人に働きかけたところ、皆が呼応してくれて地域おこしになりました。その経済効果は、兵庫県立大学の調査によると五年間で八億円、地元経費は二〇〇〇万円です。から、地域の活性化に貢献できたのかな、と感じています。

——稲作専業農家を地域横断的に

組織化した株式会社「兵庫大地の会」は先進モデル事例ですね。

衣笠 二〇一二年に二四人の稲作專業農家が共同出資して株式会社を設立し、資材の共同購入やコメの共同販売により利益を上げようとスタートしました。兵庫県内各地の專業農家が地域横断的に参画したのがポイントです。参加農家は現在、二五人にまで増えました。

「兵庫大地の会」は先進モデル？

——この稲作專業株式会社を組織しようと考えたきっかけは？

衣笠 たまたま兵庫県の稲作經營者会議の研修会に出席したときのことです。会員から行政や農協など経営環境への愚痴や文句が多く聞こえ、自分の意見や考えを提案しないことに不満を持ったのがきっかけです。

——具体的にどんなアクションを？
衣笠 まず、現役世代の後継である若者を中心に集め、自分の考えを持った生産のプロ集団が母体です。その後、新しいことをやるなら株式会社組織でいこうとなりました。

——会社設立から二年以上がたっています、今も若者が中心に？

衣笠 社員の平均年齢は現在、三六歳です。二〇歳代、三〇歳代がそれぞれ三〇%で中核となっており、あ

とは五二歳の私を含めた四〇歳代、五〇歳代で、平均年齢からみても若者が中心です。経営陣は、私が代表取締役社長を引き受け、副社長、専務など役員は一〇人で、監査役もいます。

——経営方針などを議論する役員会は頻繁に行われているのですか。
衣笠 毎月一回、私が経営する「夢前夢工房」のそばにつくった本社事務所です。毎週、多くのテーマについて夜八時から深夜まで議論しています。

役員が兵庫県内の北は新温泉町から南は淡路島まで分散しており、現場仕事を終えて集まるので、会議のスタートが遅くなっています。

——社員それぞれの栽培面積の規模は大小まちまち？

衣笠 最大九〇畝、最小で四畝と規模に差はありますが、合算すると現在七〇〇畝に及びます。株式会社経営の水田保有面積としては日本でも有数だと自負しています。これに委託生産が三〇〇畝あり、それを含めると稲作経営規模は一〇〇〇畝です。

株式会社経営でパワー倍加

——株式会社化した経営のメリットはどこにありますか。

衣笠 コスト面で比重の大きい肥料は会社で大量にまとめて購入するため、メーカーが率先して売り込みに

来られます。見積もりも思い切った数字を出していただけるのでコストダウンを図ることができます。

——農地が兵庫県内に分散しているも経営を集約化すれば、メリットは十分にある、ということですね。

衣笠 特定地域一カ所に農地を集約しなくても、社員それぞれが品質に磨きをかけたコメを生産し、それを共通ブランドで、独自に構築した大口スーパーや企業への販売ルートに沿って売り出せる点が最大の強みです。

——農業・化学肥料不使用のコメが「兵庫大地の会」の特徴の一つだと思いますが、社員にはその生産の徹底を？

衣笠 結論から申し上げれば、農業不使用の稲作を義務付けるのは水管理など生産現場によっては無理があり、個々の社員の判断に委ねています。それでも農業不使用に取り組んでいる水田は現在四〇畝あります。

——品質向上への研究も行っては？

衣笠 私たちも生産のプロですから、さまざまな努力をしています。年四回の全社員会合では生産データや技術資料を持ち込んで、互いに分析研究します。おかげで「兵庫大地の会」のブランドのうち六つの品種が日本穀物検定協会による試験などで食味について高い評価を得ています。

——「兵庫大地の会」の酒米の生産力が高いという評価で、酒造メーカーからの注文が多いとか？

衣笠 そうです。これも「兵庫大地の会」を組織したメリットの一つですね。メーカー側は、まとまった数量を安定的に供給してもらえると、という点に期待感があるようです。

——国内では日本酒の需要は伸び悩んでいると思っていました。

衣笠 米国を中心に海外では日本酒の需要が伸びていて、酒造メーカーは輸出用の日本酒生産に注目しているのです。だから、生産力のある「兵庫大地の会」が注目していただける結果となったのです。

新興アジアに将来はコメ輸出

——TPP(環太平洋経済連携協定)の交渉結果次第で、日本農業は輸出チャンスと海外からの攻勢リスクの二つに遭遇します。どう対応を？

衣笠 「兵庫大地の会」を株式会社にしたのも、内外の環境変化に柔軟に対応できるようにと考えたからです。あらゆる面で競争力を持つと同時に、新興アジアの富裕層向けに私たちのコメの輸出を、今後、具体化させます。農業にはチャンスがいっぱい

です。期待してください。

(経済ジャーナリスト 牧野 義司)

人間、何がきっかけになるか分からない。
僕は幼時から缶詰が大好きだったが、それが仕事になるとは予想もしていなかった。

さばの水煮缶をパカッと開ける。脂の乗った腹に、身肉の詰まった背。艶めかしい血合いとホロリ崩れる中骨。そこに醤油をたっぷり垂らせば、何膳でもご飯が食べられた。これは今でも、昼の忙しいときなどによくやっている。

缶詰に手を加えて食べるようになったのは小学生のとき。親が共働きだったので、夏休みなどは昼食をつくらないといけない。台所にあるのは缶詰のほか調味料くらいだが、たとえばさんまの蒲焼き缶は片栗粉をまぶし、油で焼いて竜田揚げ風にした。さば水煮缶も、梅干しを包丁で叩いてトッピングしたりした。そうして工夫した料理を、二歳下の妹に食べさせるのが楽しみだったのであります。

それらの経験が、現在の肩書き「缶詰博士」の原動力になっている。缶詰の奥深い世界を「缶詰ブログ」に書き綴るうちに「缶詰の博士のような人がいる」と注目され、いつの間にか講演やテレビ出演などの仕事につながったのだ。缶詰ブログは二〇〇四年から始めたもので、世界の面白缶詰や新商品レビュー、缶詰工場レポートなどを書いている。

最近では全国のご当地缶詰が面白い。たとえば、福島県いわき市にはうにの缶詰があるが、これは当地の郷土料理・うに貝焼きをイメージしたもの。中には蒸したムラサキウニがぎっしり詰まっただけで、逆さにしても落ちてこない。生うによりずつとうま味が濃いのだ。また、博多には郷土料理・がめ煮の缶詰がある。他の地域では筑前煮と呼ばれるもので、その缶詰は鶏肉、里芋、蓮根、こんにゃくなど八種類もの具が入っていて実にウマイ。

会社員が肌合わず、若い頃は職場を転々とした。作家を夢見ていたものの芽が出ず、収入がなくて冷蔵庫も持てない時期もあった。それが缶詰のおかげで、本や連載物を書けるようになったのだ。まったく、何がきっかけになるか分からない。われながら「面白い人生だなア」とカン慨ひとしおであります。缶詰！



缶詰博士・タレント
黒川 勇人

くろかわ はやと
1966年福島市生まれ。缶詰に精通していることから「缶詰博士」と呼ばれ、TVやラジオなどで活躍中。著書に「おつまみ缶詰酒場」(アスキー・メディアワークス)、『日本全国ローカル缶詰』(講談社)など4冊。缶詰コラム「百缶繚乱」を週刊漫画TIMESで、「忙中カンあり」を朝日新聞デジタルで連載中。小曾根マネージメントプロ所屬

いつの間にか缶詰ライフ

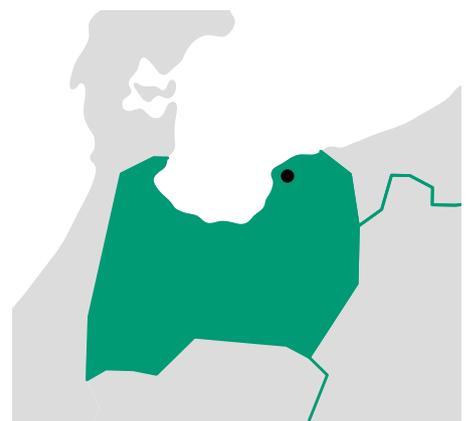


魚の駅「生地」から始まる町おこし 漁協の魚直売所は食文化の発信地

富山県黒部市

くろべ漁業協同組合 魚の駅「生地」支配人

富山 俊二



漁協女性部活動がきっかけ

私たちのくろべ漁業協同組合がある富山県黒部市^{いぐし}生地は富山湾の東にあり、海岸にへばりつくように広がる小さな町です。扇状地を通り抜けた伏流水が、町のあちこちに湧き出ている「名水の里」として知られています。また樺太、北方四島などに漁場開拓に出掛けた歴史があり、県東部の漁業基地として栄えた港町です。

対馬暖流とリマン寒流が交わる富山湾は回遊魚が豊富な上、沿岸は急深な独特の地形と急流から一気に流れ出る肥沃な水が好漁場を形成しています。このため、周年、さまざまな漁法で漁業が営まれ、多品種の魚が水揚げされました。

しかし、世界的にも有名なファスナー工場の進出と二〇〇海里問題が漁業就業者人口の極端な減少をもたらしました。

また、少量多品種の魚を水揚げする地区の漁業は、量販店への流通には適していないことや、

漁獲物の価格の低迷に胸を張って後継を進めることもできないことから、漁協職員の誰もが将来に危惧の念を抱いていました。

実は以前から、くろべ漁協女性部は大漁に水揚げされた大羽イワシが値下がりすると、伝統の保存食である「糠鱒」^{ぬかいわし}の製造に取り組み、イベントなどで販売してきました。

さらに一九九三年、漁協で簡易加工場を整備した後は、スルメイカや種々の未利用魚に付加価値を付けるべく加工に取り組みました。

しかし、毎日早朝から浜で夫の水揚げを手伝う女性部員は、加工に加え在庫管理や販売チャネルの開拓など慣れないことも多く、体力的、時間的にも、とても回らない状態となりました。

そこで、九九年からは漁協が中心になり、女性部員と一緒に市やその出先機関への職域販売に取り組むことにしました。さらに、二〇〇〇年八月には加工場の片隅で直売を試みました。最初は二時間限定でしたが、次第に人気が出て、地元

はもとより遠くから買い求めに来る人も見えはじめました。地区出身の都会に住む方々からも「おふくろの味」「昔、おばあちゃんがつくってくれた一夜干しのよう」との評価が高まり、需要もうなぎ上りとなりました。そして、「生地の塩物」と名付けた一夜干しのブランドが確立することになりました。

魚の駅「生地」をオープン

二〇〇二年、魚価の低迷に苦しむ漁協内では一夜干しの直売所の成果とその反省をもとに鮮魚を含めた直販施設建設の案が持ち上がり、理事をはじめ女性部、地区の代表や消費者にも参加してもらい、検討委員会を立ち上げました。

しかし、漁協が直売を始めることで、市場へ流通する魚が減少することなどを危惧した鮮魚店や仲買人で組織する組合が猛反対しました。数十回に及ぶ会議の末、漁協が「買参権」を取得し、水揚げされた魚をみずから市場で買付け販

profile

富山 俊二 とみやま しゅんじ

1952年8月12日富山県黒部市生地生まれ。大学卒業後帰郷し、黒部漁業協同組合入組。信用事業を長年担当し、1998年市内の2漁協の合併時、参事に就任。漁協の直販を訴え、魚の駅「生地」の開設と運営に努めてきた。2010年6月から同施設支配人。2011年より農林水産省六次産業化ボランティアプランナー。2013年より内閣官房地域活性化伝道師。

生地地区の漁業振興と地域活性化

魚価低迷と後継者不足に悩む小さな町の漁協が加工、販売などの六次産業化に取り組み、販売施設と食堂施設を有した魚の駅「生地」を開設する。施設を通じ魚食普及や漁業関連情報の発信に努め、地区ブランディングを図っている。さらに、地域企業が行う「産業観光」などと連携、施設を拠点とした交流人口増の一翼を担っている。

売することを組合側から提案され、構想は一気に前進しました。

そして、〇四年一〇月、鮮魚や水産加工品、特産品を販売する「とれたて館」と、漁師料理を提案する「できたて館」の二棟からなる魚の駅「生地」がオープンしました。

当初とれたて館は、獲れたての水産物を組合員みずからが販売することに挑戦しました。しかし、夜中から働いている漁業者、その奥さん方には体力的にも厳しく、まして経験のない小売り活動はいとも簡単に挫折しました。

そこで、施設での品揃ぞろえ、お客さまの満足のためにも漁協職員が販売することになりました。黒部市が開設している黒部市水産物地方卸売市場で、組合員が水揚げした漁獲物を職員が



上：漁協女性部による生地の塩物づくり
下：まち歩き散策スポットの生地中橋は、「未来に残したい漁業漁村の歴史文化財産百選」に選ばれている

競り落とします。その魚を中心にショーケースいっぱいになることになったわけです。

もちろん経験のない職員ばかりでしたので苦労の連続でした。たとえば、ただ並べるだけでは売れないことにすら気が付くのに時間がかかりました。当時、組合員が大量に水揚げしていた「^き稚羽太^{はた}」を並べても一匹も売れません。組合がブランド化しようとしていた平目すら消費者は手に取ろうとしません。理由は「触ったことがない」「さばき方が分からない」といったものでした。

お客のニーズに必死で対応

当初考えていなかったさばきサービスを取り入れざるを得なくなり、お客さまの希望により三枚下ろしや柵取りなどを無料でサービスする

ことになったのです。対面でお客さまに魚の名前や食べ方はもちろん、旬や漁業のこと、資源管理までも含めた浜の情報を伝えた結果、着実に魚の駅「生地」のファンは増えていきました。

食べ方については、たとえば、刺身ではなく柵取りまで行い販売をしています。刺身は、食べる直前にお客さまご自身でスライスしてもらうことで、酸化を防ぎおいしく食べてもらうことができます。浜の情報については、今までは流通業者に任せてしまっていた部分があり、お客さまに情報が正しく伝わっていないことが多々ありました。この反省から施設を通じ、魚や漁業情報、食文化を発信することを心掛けています。たとえば、今日は天気がよくあったけど潮流が速く魚が揚がらなかったなどの現場情報も提供す

るようにし、魚や漁業を身近に感じてもらう工夫をしていきました。販売方法も工夫し、施設の隣にある加工場で女性部員がつくった「生地の塩物」は、家族構成や好みに合わせて買い求められるようザルに並べ、お客さまが好きなものを一匹から購入できる方式を取りました。これは、お客さまから随分喜ばれました。贈答用にと、他の名産品などと組み合わせてオリジナルの詰め合わせをつくる方も増えました。

「できたて館」では、自分で獲ってくる魚のことを一番知っている漁業者やその奥さんから教わった漁師料理を提供しています。特に七輪で「生地の塩物」や鮮魚を焼くことができるようにしたのは、親子はもちろん、子どもたちが爺ちゃんや婆ちゃんに焼き方や焼き加減を教えてもらいながら、楽しく食事ができるように、また、切身ではなく一匹物の魚をどのようにして食べるのか、孫子まで伝えていたきたいからです。

調理方法分らず、魚離れに

消費者の魚離れは、魚を食べるのが嫌なのでなく、さばき方や調理方法が分からないことが原因と気が付きました。

そこで私たちは、次の展開として「料理教室」「一夜干し教室」を積極的に開催し、魚料理に慣れ親しんでいただく取り組みを始めました。現在は年間二〇回開催するほか、各種団体の要請を受け地区公民館での「出前教室も年一〇回ほど行っています。その際には調理だけではなく、浜の情報を伝えることに努めています。

魚の駅「生地」がこのように認知度が高まって

きた一方で、まちおこしのための取り組みが目が向けられるようになりました。前述のファスナー工場が音頭を取り「黒部まちづくり協議会」がつくられ、桜を植える会などさまざまなワークショップが開かれるようになったのです。

まちを歩くフェスティバル

これらの活動がきっかけになり、二〇〇〇年頃から私たちの地区の活性化について、よい方向で議論が湧き出してきたのです。地域資源の見直しと交流人口増の必要性が挙げられました。

地区の各町内にある伏流水を利用した共同洗い場、船の入出港のたびに旋回する珍しい生地中橋、海底地下道などを見て歩いてもらう「まち歩き」を進めていこうという話になりました。

地区の自治会は、町を散策する人を増加させようと「まち歩き実行委員会」を組織しました。委員会では、年一回、自治会をはじめ地域の団体総ぐるみで「まち歩きフェスティバル」を開催することにしました。

地域全体でもてなしの活動が議論され、自治会の各町内では名水を生かした水だんごやところてんを、小学校のPTAがみたらし団子を、また、踊りのサークルが踊りを披露するなどの協力体制が次第に整っていきました。そして漁業者は、体験地引き網や、漁船のミニクルージングを企画。もちろん、魚の駅「生地」でも地魚の大漁鍋や海鮮丼などを用意したほか、浜で使うロープで輪投げなどを企画しました。いずれも来場者に人気のイベントとなっています。

さらに、もてなしの活動が活発になると、各報

道機関が取り上げてくれるようになり、ありがたいことに町への来訪者はますます増加していきます、よい循環につながっていきました。

〇六年にはファスナー工場が魚の駅「生地」をコースに取り入れた産業観光を開始したことも相まって、人口わずか四五〇〇人の町にもかかわらず、年間の来訪者数は二五万人となり、魚の駅「生地」は町の観光拠点としての機能を発揮することになりました。

魚の情報発信が重要

魚の駅「生地」の食文化を発信する活動は、地域だけではなく県内外に理解者とファンを増やし、未利用魚の付加価値向上、黒部産魚のブランド化につながりました。取り扱う魚の増加とともに、市場での組合員の漁獲物を買収する機能を発揮しています。さらにまだ少ない人数ではありますが、若い乗組員が始め、施設整備と漁協直販のメリットを実感しています。

今後は、漁業者の買い支えをさらに進めるため、魚の駅「生地」での取り扱量を増やして直売機能をより高めていきたいと思っています。

たとえば、平日働いている方は、魚の駅「生地」に夕方来店されます。しかし、やはりいいものは売り切れています。そこで毎朝、メールで魚の水揚げ状況や値段などを情報発信し、夕方までお取り置きするサービスを開始しようと考えています。

このように、引き続きブランディングを図るとともに集客するための情報伝達を、さらに磨き上げていく必要性を感じています。

『農協の未来』

大泉一貫 編著



(勁草書房・2,400円 税抜)

農協には大きな可能性がある

村田 泰夫

(ジャーナリスト)

「新しい時代の役割と可能性」という副題が付いている。農協改革は農政の大きなテーマの一つとなった。この本は、農協批判を目的としたものではない。農協のあり方を検討し、期待される農協像に向けた提案の書である。

農協改革については、政府の規制改革委員会が検討を始めた。六月までに改革案をまとめる。農協自身も四月に「営農・経済改革プラン」を示した。外部主導の過激な改革案をけん制しようと、先手を打ったのだろう。農協みずから、組織改革に取り組む姿勢は評価したい。

農協は、時代とともにより変容してきた。農協法の想定した「農業者のための協同組織」でもなくなった。大泉氏は「矛盾統合体」と分析する。これからは「高度なマネジメント能力を持つ自立的な農協」を目指すべきで、その実現の可能

性は大きいという。

農協問題のポイントとは、農協が農家のための組織として活動してきたかどうかの一点に絞られると評者は思う。農業生産者の要望や社会の期待に農協は応えてきたのだろうか。

有機農業に取り組む農家が出始めた当初、「安定的な生産、供給ができない」と農協は背を向けた。また、農家が農産物の直売所を始めたころには「代金の回収が難しい」といって農協は協力しなかった。最近では、採算が合わないとして過疎地域の購買店舗やガソリンスタンドを閉鎖し、「弱い弱者」問題を顕在化させた。

消費者の求める有機農産物に農協が理解を示さなかったのは、農薬や化学肥料の売り上げが減ることを心配したからなのだろうか。直売所に消極的だったのは手数料収入の減少を農協が恐れたからなのだろうか。農協の店舗が撤退した穴を、「営利を目的とした」コンビニの移動販売車が埋められるのは、なぜなのだろうか。これらのことが、「農協は農家の協同組織であったはずなのに」という根源的な批判を招くことになったのではないか。

今現在、農協は有機農業の推進役の一員であり、直売所の経営にも積極的だ。弱い弱者対策として、みずから移動販売車を走らせている。「だから問題はない」と片付けるのではなく、時代の要請に迅速に 대응する体制づくりを急がなければならぬ。本書にあるように、農協の事業展開の可能性は大きいから。

読まれます 三省堂書店農林水産省売店(平成26年4月1日~平成26年4月30日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 急変する農業政策 意思決定プロセスを検証する(農業と経済臨時増刊号)		昭和堂	1,619円
2 農協の未来 新しい時代の役割と可能性	大泉 一貫/編著	勁草書房	2,400円
3 農協解体	山下 一仁/著	宝島社	1,200円
4 農業問題TPP後、農政はこう変わる	本間 正義/著	筑摩書房	780円
5 ウエカツの目からウロコの魚料理	上田 勝彦/著	東京書籍	1,500円
6 日本漁業の真実	濱田 武士/著	筑摩書房	840円
7 農業直接支払いの概念と政策設計 我が国農政の目的に応じた直接支払い政策の確立に向けて	荏林 幹太郎、木村 伸吾/著	農林統計協会	2,800円
8 TPPと食料安保韓米FTAから考える	中村 靖彦/著	岩波書店	1,300円
9 和牛肉の輸出はなぜ増えないのか	横田 哲治/著	東洋経済新報社	1,500円
10 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	1,500円

農林漁業、食品産業 向けの融資実績は 3318億円に

～担い手農業者向け融資伸びる～

三年連続三〇〇〇億円超

日本公庫農林水産事業の二〇一三年度融資実績の全体額は、前年度から一三一億円増加し、三三一一億円(前年度比一〇四・一%)となり、三年連続で三〇〇〇億円を上回りました(図1)。

業種別にみると、農業は経営改善に取り組み担い手農業者向けの融資が伸長し、前年度から一二七億円増加し、二三〇三億円(前年度比一〇五・八%)と全体の七割弱を占めました(図2)。

食品産業は六二二億円(前年度比一〇三・四%)、林業は林地残材や製材端材などの木質バイオマスを活用した発電施設やボイラー

日本公庫農林水産事業の2013年度の融資実績が3318億円となりました。

日本公庫は、日本の食を支える農林漁業・食品産業の皆さまに、融資や経営支援サービスを通じて、国内農林水産業の体質強化や食料の安定供給の支援に取り組んでまいります。

関連のニーズが増え、同七四億円増加し、二五四億円(前年度比一四〇・七%)となりました。

一方、漁業は東日本大震災の被災地の需要が一巡して、同八九億円減少し、一三八億円(前年度比六〇・八%)となっています。

人・農地プラン特例融資が浸透

農業者向けの融資実績(※1)は前年度から九二四先、二一五億円増加し、八三〇二先、一九二七億円となりました。

営農類型別に融資額の割合を見ると、肉用牛が四五五億円と最も多く、次いで酪農が二七〇億円、稲作が二四八億円、野菜が一九五億円となっています(図3)。大規模

な法人や家族経営を中心に新規就農者や異業種からの農業参入者など、今後の地域農業を支える多様な担い手の事業を支援しました。

また、農業者向けの資金制度の中で最も多く利用されているスーパール資金は一五・三億円と、一九九四年度の制度創設以来、最高の融資額となりました。

農政の新たな取り組みとして、二〇一二年四月からスタートした「人・農地プラン」は一四年二月末現在で、一四一六市町村で策定され、対前年同期比で五四〇先増加しました。これに伴い、「人・農地プラン」に基づくスーパール資金(※2)の融資額は前年度から三二六億円増加し、九七七億円となりました。

六次化、農業参入を支援

また、日本公庫は、六次産業化(農林漁業者が生産物の付加価値化のため一体的に取り組み加工・販売事業や、地域資源を活用した新たな産業の創出)、農業参入、輸出海外展開、再生可能エネルギーなど、農林水産業の成長産業化のための取り組みを、融資とマッチングさせるなどの経営支援サービスによりサポートしています。

二〇一三年度は、六次産業化に

取り組んでいる方々に対する生産、販売、加工施設の整備や長期運転資金などへの融資実績は、前年度から一二九先、四七億円増加し、八六四先、五二三億円となりました。

また、新規就農者や異業種からの農業参入など、新たに農業を開始する方への融資実績は同一六先、七億円増加し、一五四先、三六億円となりました。

海外への国産農林水産物やその加工品の輸出、国産農林水産物の海外での販売などに取り組み農林漁業者や食品産業者への融資実績は、八六先、一〇〇億円となりました。

そのほか、太陽光発電や木質バイオマスを活用した発電施設など、再生可能エネルギー関連の取り組みへの融資実績は、二二二先、一二六億円となりました。このうち、太陽光発電の融資先が約八割を占めています。業種別にみるとエネルギーコストの高い施設型農業への融資が約六割を占め、農業経営における光熱費の削減を主目的としていることがうかがえます。

セーフティネット機能を発揮

地震や台風などの自然災害、家畜伝染病、農産物の価格下落、配合

図2 2013年度農林水産業別融資実績

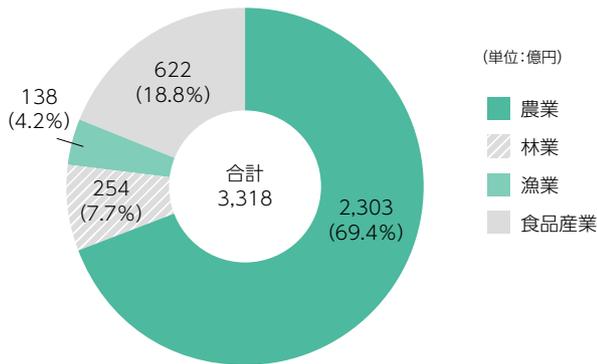


図1 農林水産事業全体の融資実績の推移

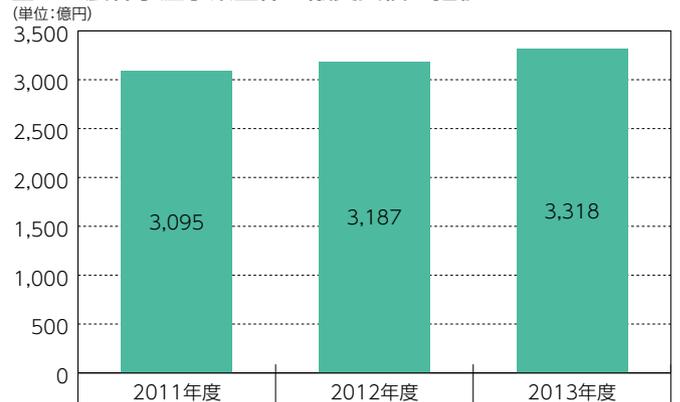


図3 農業者向け営農類型別融資実績の推移

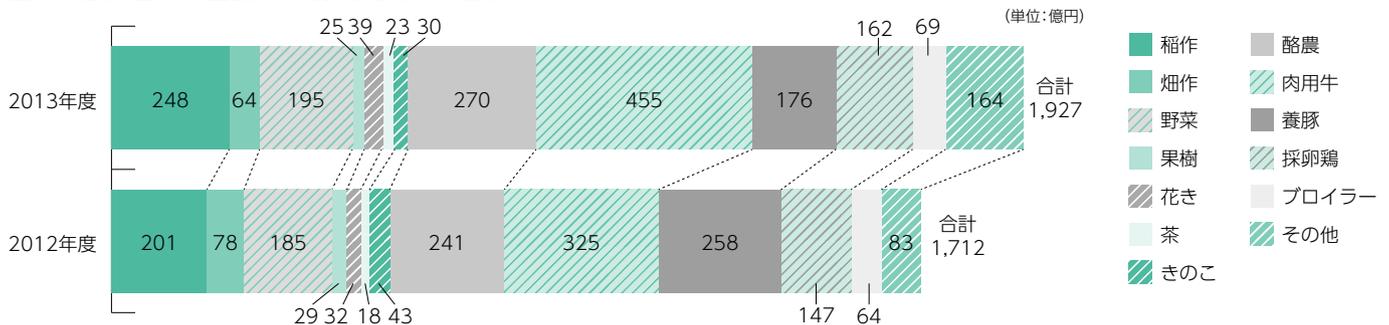


図5 震災関連融資実績の推移

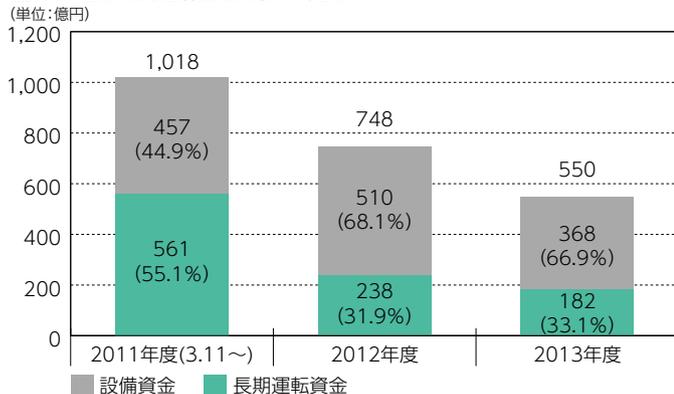
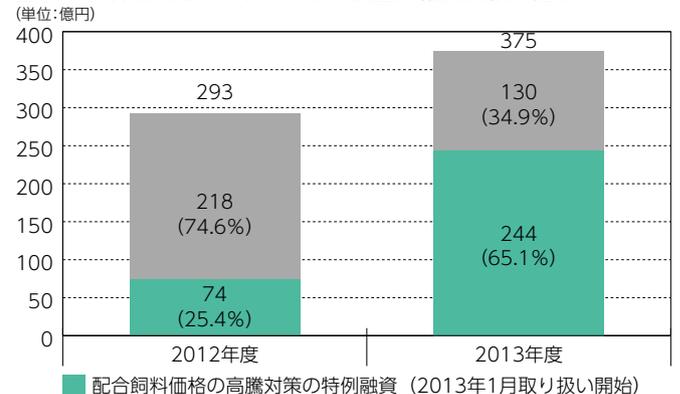


図4 農林漁業セーフティネット資金の融資実績の推移



※金額の単位未満は切り捨て、比率(%)は表示前桁を四捨五入しているため、合計と内訳の集計が一致しない場合があります。

飼料価格の高騰などの影響により一時的に経営が悪化した農林漁業者に長期運転資金を機動的に融資する、農林漁業セーフティネット資金(SN資金)の融資実績は前年度から二七〇先、八二億円増加し、一九一〇先、三七五億円となりました(図4)。このうち、配合飼料価格の高騰対策として二〇一三年一月からスタートした畜産業向けの無担保・無保証の特例融資は、二四四億円となりました。

東日本大震災で被災された農林漁業者や食品産業者への融資(震災関連融資)は九五九先、五五〇億円と前年度から五二九先、一九八億円減少しましたが、被災地における復興に向けた取り組みを設備資金を中心に継続的に支援しました(図5)。

(情報企画部)

※1 農業者が経営を維持・発展するために利用する資金。農業の融資実績のうち、農業改良資金(食品加工・流通業者向け)、農業基盤整備資金、担い手育成農地集積資金および農林漁業施設資金(共同利用施設)を除いた融資実績の合計。

※2 市町村が策定する地域農業の未来の設計「人・農地プラン」において、地域の中心経営体に位置づけられた認定農業者がスーパーL資金を利用する場合、貸付当初五年間は実質無利子化される。

「第三回常陽食の商談会」を開催

二月四日、水戸市内で常陽銀行と茨城県との共催で「第三回常陽食の商談会」が開催されました。県内外の約一三〇〇社、二八〇〇人の農業者や食品製造業、小売業、外食産業のバイヤーなどが参加し、新たな取引に向けて、活発な商談が行われました。

参加者からは、「地元原材料を使った製品を、スーパーなど幅広い業者に取り扱ってもらえそう」「他の業者の販売方法も見て学べることも多く、刺激になった」など、商談の手応えとともに意欲的な感想が多数寄せられました。

(水戸支店)



展示商談会の様子

茶の湯文化をたどる「全国茶業交流会」を開催

二月二一日、奈良市にて「全国茶業交流会」を開催し、県内外の茶生産者の方など四六人が参加されました。

第一部では、茶道の武者小路千家次期家元の千宗屋さんに「茶の湯からみた『茶』」と題して、茶の湯文化と茶の扱われ方の変遷をたどりながらご講演をいただきました。第二部では、公庫職員が、国内での茶栽培や収益向上への取り組みなど、最近の動向を報告しました。

参加者からは「茶を販売する際の参考になった」などの感想が寄せられました。

(奈良支店)



講演会の様子

「長崎県公庫水産友の会」を開催

二月二五日、長崎市にて「長崎県公庫水産友の会」を開催し、県内の漁業経営者や漁業関連企業など、約七〇人が参加されました。

東京海洋大学教授の馬場治氏をお招きし、「水産物の消費拡大」と題してご講演いただきました。

わが国の漁業は国内需要を前提に発展してきましたが、今後は輸出の拡大にも取り組む必要性や、地場産業として、漁獲、販売、情報発信など、各分野のプロが総合力を発揮する体制構築の重要性について、事例を交えながら紹介され、有意義な会となりました。

(長崎支店)



講演を熱心に聞く参加者の方々

● 交叉点 ●

ミャンマーの政府・外食産業関係者が先進農業を視察

二月二七日、ミャンマー連邦共和国の農務省、商務省、観光省の関係者六人と外食産業の関係者一四人が、株式会社アグリプラス(千葉県柏市)の大規模な場を視察し、染谷茂社長と意見交換しました。

経済発展が著しいミャンマーでは日本の食と農業技術に強い関心があります。今回は、自国の農業生産の高度化と外食産業の発展につなげたいとの意向から、日本食レストラン海外普及推進機構が窓口となり千葉支店の協力による視察が行われました。

(千葉支店)



農産物直売所かしわで

新規就農を希望される方へ

幅広く利用できる無利子の 青年等就農資金をご案内いたします

新たに農業経営を開始される方を支援するための、新しい資金が創設されました。

この資金は、市町村から青年等就農計画の認定を受けた「認定新規就農者」による農業生産のための施設・機械の取得のほか、家畜の購入費・育成費、借地料の一括前払いなどを対象としており、幅広い事業にご利用いただけます。

■青年等就農資金の概要

ご利用いただける方	認定新規就農者 ※市町村から青年等就農計画の認定を受けた個人・法人	
資金の使いみち	青年等就農計画の達成に必要な次の資金 ただし、経営改善資金計画を作成し、市町村を事務局とする特別融資制度推進会議の認定を受けた事業に限ります。	
	施設・機械	農業生産用の施設・機械のほか、農産物の処理加工施設や、販売施設も対象となります。
	果樹・家畜等	家畜の購入費、果樹や茶などの新植・改植費のほか、それぞれの育成費も対象となります。
	借地料などの一括支払い	農地の借地料や施設・機械のリース料などの一括前払いなどが対象となります。 ※農地の取得費用は対象となりません。
	その他の経営費	経営開始に伴って必要となる資材費などが対象となります。
ご融資条件	ご返済期間	12年以内(うち据置期間5年以内)
	融資限度額	3,700万円
	利率(年)	無利子(お借入の全期間にわたり無利子です)
	担保・保証人	実質的な無担保・無保証人制度 担保：原則として、融資対象物件のみ 保証人：原則として個人の場合は不要、法人の場合で必要な場合は代表者のみ
ご留意いただきたい事項	1. 国の補助金を財源に含む補助事業(事業負担金を含む)は、本資金の対象となりません。ただし、地方公共団体の単独補助事業や融資残補助事業(経営体育成支援事業)は対象となります。 2. 審査の結果により、ご希望に添えない場合がございます。 3. 上記以外にも資金をご利用いただくための要件等がございます。詳しくは、事業資金相談ダイヤル(0120-154-505)または最寄りの日本政策金融公庫支店(農林水産事業)までお問合せください。	

みんなの広場

◆農業が厳しい状況に直面している中で、人と農地の問題を解決するため、集落・地域によって徹底的な話し合いを行い、「未来の設計図」となる「人・農地プラン（地域農業マスタープラン）」の作成が進んでいる。人・農地プランは、集落の農業や農村の今後を判断する大切なものだ。

福井では、話し合いの中心になる「農家組合長」を、三〇歳代や四〇歳代の若い世代が務めてくれている。しかし、普段はサラリーマンの人も多い。専業農家など、豊富な知識を持つ者の意見がより反映されるような仕組みとなることを望んでいる。（福井市 善元孝司）

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。（情報企画部）

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

◆生産技術は一日の長どころか、大きく水があく。一方、経営管理や営業活動などでは、参入する企業側にノウハウがある。そうしたも同士のしがらみを組めば、強靱な体に生まれ変わるかもしれない。多様性は純粹種にない化学変化をもたらす。過疎と担い手不足が進行する地域農業に、参入企業もたらすものに期待したい。（竹本）

◆イオンのように地域農業を真摯に考えている企業や、西条市のように企業とウィン・ウィンの関係を築いた自治体の存在を知りました。いずれも地域の発展を願う地元首長からの熱烈なオファーを契機に実現したもの。参入側と受け入れ側双方の立場の理解をきつかけに、参入の壁はたやすく越えられるのだなあ、と実感。（城間）

◆「変革は人により」にご登場いただいた衣笠さんが行っていた田んぼに巨大な絵を描く「田んぼアート」。写真を見ると、絵が精巧で手が込んでいることがうかがえます。鮮やかな色彩は、稲の葉色の違いを利用していろいろ違う地域でも取り組んでいるところがあるので、機会があれば実際に見てみたいと思いました。（林田）

AFCフォーラム

■編集

大本 浩一郎 竹本 太郎
藤澤 典子 小形 正枝
飯田 晋平 城間 綾子 林田 せりか

■編集協力

青木 宏高 牧野 義司

■発行

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

■印刷 株式会社第一印刷所

■販売

(一財)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 514円(税込)

◆ご意見、ご提案をお待ちしております。

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

国産にこだわり 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日** 水 / **21日** 木
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**



地域農業活かす企業参入



『光にてらされる田んぼ』 藤本 温 徳島県東みよし町立三庄小学校

■ AFCフォーラム 平成26年6月1日発行(毎月1回1日発行)第62巻3号(766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/一般財団法人農林統計協会 〒153-0064 東京都目黒区下目黒9-9-13 Tel.03(3492)2987 ■定価514円 [本体価格476円]

