

# AFC Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

# 12

2014

## 特集 進化続ける食品流通の今



## 進化続ける食品流通の今

### 3 大手総合スーパーに学ぶ食品物流の革新

木島 豊希

イトーヨーカ堂とイオン。国内双壁の総合スーパーは独自の方針で流通改革に取り組んできた。両社の事例から学ぶ3つのポイントを紹介する

### 7 流通革新が食品ロス削減を進める

上原 征彦・中 麻弥美

年間1700万tの食品廃棄物のうち、食品ロスは500万t~800万t。削減には、商慣習の見直しによる流通革新と消費者の意識改革が必要だ

### 11 EDI導入で生鮮食品取引の流通革新を

田中 成児

生鮮食品の商取引では、消費者ニーズの迅速、的確な把握に不可欠なEDI(電子取引)化が遅れている。導入を後押しするために制定されたツールとは

#### 情報戦略レポート

### 15 農業景況DIマイナス幅が拡大 生産コスト上昇に4割「有効対策なし」

—2014年上半年期 農業景況調査—

#### 経営紹介

##### 経営紹介

### 23 事業引き受け見事に業績回復 若者が生き生きと働く養鶏場／鳥取県

株式会社大山どり

経営難に陥ったブロイラー企業の営業譲渡を受けた後、独自の経営手法で見事に再生。全国の若者が集まる成長力ある企業に生まれ変わった

##### 変革は人にあり

### 27 大杉 芳克／静岡県

有限会社ボタニカルガーデン大杉

台湾と観葉植物のリレー栽培に取り組み、苦心の末たどり着いた「5本編みバキラ」で商品価値を高めた。極東ロシアに照準を合わせた輸出も視野に入る



撮影：北條 純之  
長野県松本市  
1998年11月中旬撮影

冬の朝のハクサイ畑

■寒い朝、霜が降りて畑のハクサイは真っ白だ。霜に負けずにみずみずしい葉を朝日が照らす、冬の美しい情景■

#### シリーズ・その他

##### 観天望気

明日の地方農業の景色 星野 次汪 ……………2

##### 農と食の邂逅

有限会社池田牧場 池田 喜久子  
青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) ……………19

##### 耳よりな話 153

高生産性技術の強み 島田 信二 ……………22

##### 主張・多論百出

インターナショナル・バリューマネジメント協会  
木村 耕一 ……………25

##### フォーラムエッセイ

江戸下級武士の食卓 青木 直己 ……………30

##### まちづくりむらづくり

伊勢湾に注ぐ、上流から下流一帯の地域  
川・山・海・まちを一体にするコモンズ  
畑井 育男 ……………31

##### 書評

宇根 豊著『農本主義が未来を耕す  
—自然に生きる人間の原理』  
村田 泰夫 ……………34

##### インフォメーション

「農業参入・六次産業化セミナー」を開催  
鳥取支店 ……………35

農業参入や事業拡大を専門家が助言するサロンを開催  
広島支店 ……………35

農業者と地場産志向の企業をマッチング 松山支店 ……35

徳島ビジネスチャレンジメッセ2014でセミナーを開催  
徳島支店 ……………35

新規就農を希望される方へ ……………36

みんなの広場・編集後記 ……………37

##### ご案内

第8回アグリフードEXPO大阪2015 ……………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

## 明日の地方農業の景色

ここ一〇年、手作業で数<sup>リ</sup>の雑穀作りを続ける古老や五〇<sup>リ</sup>を超す大規模農業経営者と交流を続けている。古老に「学」を語ることができて「実践」を披歴する術がない。また、『壊死する地方都市』（増田寛也他『中央公論』二〇一三年二月号）に対峙できる農学の英知を持ち合わせていない。

TPPに負けない未来図を描き、実行先行で一頭の肉牛から一〇年で一〇〇頭を超すまでに成長した青年実業家、農業のテーマパーク化を夢見て、花卉生産販売、観光バラ園、レストラン経営やアルパカとのふれあいを提供している女性後継者、関西から岩手県にイターンし、「納得したものを、納得いく形で販売し、消費者に納得してもらおう」をコンセプトに、酪農による6次産業化に取り組んでいる「よそもの夫婦」など、地方農業に光明を見いだすことができる。

最近、日本のGDPに占める輸出に無関係なローカル経済の割合が七割であることを知った。また、子どもの頃に刷り込まれた「日本は加工貿易立国」は、今は昔である。グローバル経済はモノが利潤を求めて世界を駆けめぐるのは対照的に、ローカル経済はヒトを中核に地域に密着しているという。地方には知恵が凝集した匠の技があり、「<sup>よわ</sup>齢を重ねたもの」が持つ伝統文化の重みがあり、自然と共生した生物資源や伝統食がある。今こそ地方農業の出番である。

活性化には「よそもの、わかもの、ばかもの」が三種の神器とされるが、「むらびと」と親交を重ねると、「うちなるもの、齢を重ねたもの、知恵あるもの」の潜在力に驚かされる。「よそもの、わかもの、ばかもの」と「うちなる、齢を重ねた、知恵あるむらびと」とが一体となって需要を喚起する商品を創る。

また、「むらびと」が海外で生産指導し、その農産物を輸入し、日本の安全性の高い技術で加工し、おいしさと安心を付加した日本ブランドを輸出する。「むらびと」が、かつて工業製品が辿った道を学び、そして、「加工貿易農業立国」を担うアグリ・マネージャーに進化する日を夢見ている。

岩手大学 名誉教授

星野 次汪



ほしの つぐひろ

農林水産省産学連携支援事業コーディネーター。いわてアグリフロンティアスクール創設に参画し、農業経営者教育に携わる。専門は作物育種および農業技術論。最近の著書に、『進化する雑穀ヒエ、アワ、キビ』（共著・農文協）。

食べ物を作る人、食べる人。  
田舎に迎える人、田舎に来る人。  
田舎のない人は、  
故郷の気分を感じて。  
ここは「田舎の親戚」です。

農と食  
の邂逅

池田 喜久子 さん

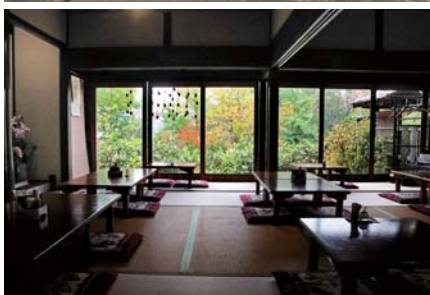
滋賀県東近江市

有限会社池田牧場 専務取締役

田舎にあるさまざまな素材を来る人に提供し、  
伝え、その対価を得るフェアツーリズム。レス  
トランでは近くの山中で捕獲される鹿肉がメ  
ニューになる。地域の素材を活用したグリー  
ンツーリズムに進化する都市と農村の交流。







P19: 香想庵の「名物おばあちゃん」、親類の池田もとことさんと。休日は店舗前で昔話を披露しながらあられを焼いてもらっている。これも農村都市交流 P20:よきパートナー 義昭さんと(右) 娘の真樹子さんはお母さんを「ちよか(関西弁で好奇心旺盛な人)」という(左上) 大皿料理の一部。窓から見える景色もごちそう(左下2枚)

## 消費者と向き合いたい

農家レストラン「香想庵」で大皿に盛りられた料理のメインは、近くの山で捕獲された鹿肉のロースト。そう、ジビエだ。臭みは全くなく食べやすい。獣害と人間は勝手に呼ぶが、「鹿の命が人間の命の糧になれば、鹿も必要とされて死んでいけるのかなと思います」と池田喜久子さん(六五歳)。お皿の中央には、みずからの牧場で搾った牛乳でつくった牛乳豆腐。その周りを地元の農家が丹精込めた旬の野菜が彩る。

食べ終わった皿は、お客さんが使った木綿のおてふきで汚れをさっと拭き取り、割り箸は、かまどや薪ストーブの焚きつけに使う。琵琶湖から下流へと注ぐ水を守るため、上流の人々が普段から気遣うこと。「上流と下流の人々が向き合う場所をつくりたい。料理を通じて生産者と消費者が出会うきっかけをつくりたい」。酪農家である喜久子さんが香想庵を開いた原点だ。

義昭さん(六四歳)と結婚後、休みなく働いた。一九八一年に牛舎を移転し、規模拡大を図ったが、その年から牛乳の生産調整が始まり、せっかく搾った牛乳を捨てた。「牛乳が余るから捨てるというのは生産者と乳業メーカーの間の論理で、消費者には関係ないこと。本当は、生産者は消費者と向き合ふべきなのに」。悔しい思いを胸にしまい込み、牛乳を捨てる日々が続いた。

子育てが終わった頃から野菜づくりを始

め、産直市で売るといになると、「この前のホウレンソウおいしかったわ」と反応が直に返ってくる喜びをかみしめた。やがてハーブも栽培し、農家仲間の岩田康子さん(大津市)が営むブルーベリーフィールズ紀伊國屋のレストランに納めるようになり、牛乳を土産に持っていくと、「こんなおいしいのに、なんで自分で売らないの?」と言われた。

## 企業秘密の世界に飛び込む

イベントのたびに、酪農仲間と加工品をつくって販売する経験は積んできたが、どれも単発。本腰を入れて乳製品をつくったり、売ったりとなると話は別だ。それでも消費者と向き合うには自分でつくって売るのが一番、と徐々に気持ち傾いていった。

瓶入り牛乳、ヨーグルト、チーズと、自分に何ができるかと試行錯誤し、アイスクリームにたどり着いた。市場調査を始めたが、すぐに壁にぶつかった。雑誌に出ていた県外の酪農家に電話し、アイスクリーム製造機のメーカーを尋ねると、企業秘密だからと教えてもらえなかった。「知らないことは周りが教えてくれた農業の世界に、企業秘密はありませんでした。これから私も企業秘密の世界に飛び込むのかと覚悟しました」。結局、粘り強く調べまわり、機械名を別ルートから聞き出した。

最初反対していた義昭さんも喜久子さんの熱意にほだされ、応援に回ってくれた。低脂肪ながら味のいいイタリアンジェラート

へと方向を定めると、単身、イタリアに研修にも行った。九七年、三〇〇〇万円強を借り入れ、牧場横に念願の店「香想」を開いた。

## 機転を利かせ客足の鈍さも克服

滋賀県初の酪農家が運営するジェラートショップは初日からにぎわった。「ごちそう



築160年のかやぶき民家を活用する香想庵には、県内外から大勢のお客さんが訪れる。全ての事業を合わせた売上高は年間約1.7億円

さん。おいしかった」と言うお客さんに、「牛に伝えておきますね」と喜久子さん。すてきなやりとりが、来た人の心に響き、口コミでお客さんは増えた。駐車場が足りず農道に車が行列すると、「田んぼで作業をする農家に迷惑がかかる」と、二〇〇三年に、鈴鹿山脈を眺める山の中腹へ移転オープンした。

牧場と少し距離があり、牛は見られないが、山の中の店だからできることがあると、香想の横に古民家を移築し、香想庵を開いた。

移転前、ジェラートを店頭販売以外にデザートにも納品していた時期があった。しかし、注文に応じて納めることだけに気を取られ、原点から遠ざかっていることに気付いた。それだけに香想庵では「つくり手と食べ手が向き合える」料理にこだわった。

移転後も順調で、行列ができる香想とは対照的に、香想庵の客足は鈍かった。「食べ慣れない鹿肉や、地場産野菜を使った料理といっても、この辺りでは当たり前の家庭料理に、わざわざお金を出して食べようという人は少なかつたんです。ジェラート目当ての常連さんの腕をつかんで、香想庵に引っ張って行っても、鹿は苦手と逃げられる始末でした」

それでも喜久子さんはくじけなかった。その頃から講演の依頼が頻繁にあった。そこで「うちに来てもらえば、いくらでも講演します。費用はいただきます」と機転を利かした。答えは吉。講演を聞きに訪れた人が鹿肉や家庭料理を食べ、そのおいしさに徐々にお客さんが増えた。五年かかったが、レストラン事業も採算が合うようになった。

## 目指すはフェアツーリズム

「多くの人に助けてもらえたから、ここまですてきな旅ができました。私は運がいい」と繰り返す。「これからの経営を支えていくのも人。カネ

より、モノより、ヒトを残したい」。スタッフには二度、三度と来てくれるお客さんの顔を覚え、心を込めた接客をするように指導している。「人の往来が少ない場所で事業を続けるには、味もそうだけれど、スタッフの対応がものをいう。行列で一時間待っても来てよかったと思ってもらえるのはスタッフ次第」と人材育成の大切さを語る。

牧場、店舗とも娘夫婦が後継者として受け継いでくれている。現在、滋賀県指導農業士会会長をはじめ、対外的な役を数々こなす喜久子さんだが、そろそろ自分の足元を見つめなおす段階と考えている。そして今、力を入れようとしているのはフェアツーリズムだ。田舎に来る人と迎える人が対等に交流し、田舎を元気にしようとの考えで、キャンプ場「あいきょうの森」の経営を自治体から任されている。「田舎に来てあげるのではなく、田舎で迎える人が卑屈になってもダメ。田舎にあるさまざまな素材を来る人に提供し、しっかり伝え、対価をいただく。これが長続きの秘訣だと思います」

「田舎がない人に、ここを故郷だと思ってもらえたら」と香想庵の店名の前に「田舎の親戚」と添えられている。

山に溶け込むようにたたずむ店、何時間でも眺めたい景色、調和のとれた料理に込められたメッセージ。親戚のつもりで訪ねてくるお客さんは、すでにたくさんいるはずだ。

（青山浩子／文 河野千年／撮影）



## 高生産性技術の強み

(独)農業・食品産業技術総合研究機構  
中央農業総合研究センター 生産体系研究領域長

島田 信二

**農** 作物の生育や収量は、光(作付け時期、栽植様式など)、養分(施肥、土づくりなど)、水分(灌漑、排水対策など)によって大きく左右されます。

これらについて、農業研究では各農作物に最も適した条件を明らかにして、それに応じた栽培技術を構築することによって生産性を高めてきました。

このうち水分は、農業において最も生産性を左右する要因です。稲には水稲と陸稲があり、水稲は基盤整備や代掻きなどにより湛水した水田で栽培されるため、畑で栽培される陸稲の二倍以上の収量を誇り、豊凶の振れも半分です。

稲だけでなく、大豆や麦類、野菜などにとっても、好適土壌水分の管理は収量、品質を左右する極めて大きな要因です。日本は海に囲まれ、降水が多く水資源に恵まれています。梅雨のようにまとまって雨が降る一方、盛夏は干ばつが発生する地域、年次もあります。近年は温暖化の影響により豪雨や日照りの頻発化など、農作物にとって好ましくない状況が増えています。

現在、日本の水田は約四分の一が水稲以外の作物の作付けとなっており、水稲作のためだけでなく、畑作物の生産にも適したほ場環境を整備することが重要です。畑作時には排

水性を確保し、根に酸素を供給することが求められます。

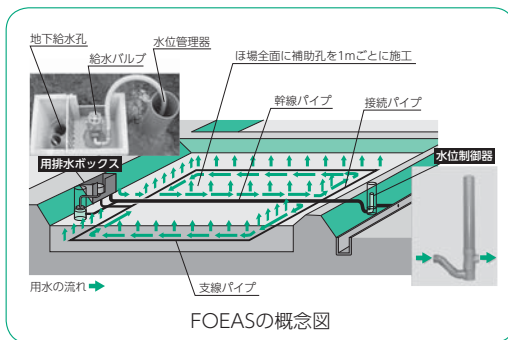
一方、水田での畑作物栽培では根の発達が貧弱なため、干ばつもしばしば発生します。従来行われてきた畝間灌漑は、ほ場全面へ均一に灌水することが困難であり、雑草の発生を招くこともあります。

地表からの灌漑と比べて、暗渠管などを利用した地下灌漑はこれらの欠点が少ない方法です。そこで、水田の高度利用化で必須となる排水と地下灌漑の両方の機能を兼ね備え、地下水位を調節できる地下水位制御システムFOEAS(Farm-Oriented Enhanced Aquatic System)が開発されました。

このシステムは大豆や麦類だけでなく、水稲直播や野菜への適用も進み、徐々に全国に広がりつつあります。

また、畑地においても干ばつや湿害は生産性を阻害する大きな要因です。そこで地下灌漑を可能とし、排水機能も有する畑地用節水型地下灌漑システムOPPIS(Optimum Surface Irrigation System)が考案され、各地で栽培試験が行われています。

このように、多くの長所を持つ地下灌漑の施設とそれを活用した栽培技術の開発により、気候温暖化にも強い高生産性技術の確立が期待されます。



FOEASの概念図

F



## Profile

しまだ しんじ  
1957年東京都生まれ。博士(農学)。九州大学農学部卒業後、農林水産省中国農業試験場(当時)に入省。農業研究センター、農林水産技術会議事務局研究調査官、東北農業研究センター、作物研究所などに勤務し、2013年より現職。専門は作物学。

インターナショナル・  
バリユーマネジメント協会

## 木村 耕一

(六六歳)



●きむら こういち●  
一九四八年大阪府生まれ。関西学院大学  
法学部卒業。昭和アルミニウム株式会社  
(現在・昭和電工株式会社)を経て、一般  
社団法人インターナショナル・バリユー  
マネジメント協会の代表理事。顧客価値  
の創出と企業価値の向上に関する普及  
啓蒙に努めている。

## 現

在のような経済の低成長は二〇二〇年度ま  
で続くと、マーケティングの大御所である  
フィリップ・コトラーは予言している。このよう  
な厳しい状況の中で、農業の六次産業化は新たなビ  
ジネスモデルとして、現在、注目を浴びている。

工業製品は海外で価格競争力のある新興国にシ  
ェアを奪われ、苦しい状況にある。その結果、仕事  
を求めて地方から都心へと人口集中が起きている。  
そこで、六次産業化が地方の産業活性化策の一つ  
として見直されているのである。

従来のやり方では生産性に問題があり、コスト  
ダウンが進まないだけでなく、生産量にも不安が  
残る状態である。そこで、一次産業(生産)、二  
次産業(加工)、三次産業(流通)が手を携える  
六次産業化として、新たなブランド確立を  
目指した産官学によるビジネスモデルが  
進みつつある。

ここでは製品の優劣性だけでなく、サー  
ビスなども含めた一定のブランド力の確立が  
重要となってくる。

る。すなわち、商品の優劣性以外の要素も  
加味したビジネスが必要になる。そこには  
「やり方」が同じでも、組織の考え方・相  
互的能力および力量に違いがあることに  
気付く。

そこで、その特徴を生かしたブランド戦  
略の視点で六次産業化のビジネスモデル  
を提案したい。

まず、顧客が価値と考えている品質に  
ついて考えてみる。第一は「探索品質」  
である。これは購入前の評価が難しく、  
結果で評価するしかないというもので  
ある。その有効策としては試飲・試食の  
機会が採られている。

第二は「経験品質」である。過去の購  
入経験で市場に出回っているものとの違  
いが認識でき、評価が容易である。

第三は「信頼品質」である。購入後  
も評価が難しく、信頼するしかないとい  
うものである。たとえば、ガン手術での成  
功が、名医による執刀結果なのかは信じ  
られないというのも一例。



さまざまな商品、大量の情報、多様な選択肢があふれている中で、顧客は困惑し、経験品質または信頼品質に頼ることが多くなっている。そのような状況の中でも、顧客の価値基準と評価は変化し、経済的価値と機能的価値以外に自己実現、信頼感、社会的ニーズ、時間的価値などが重視されるようになってきた。

## 次

に顧客が持つ製品・サービスまたは組織に対するブランドイメージについて考えてみる。第一は「属性ブランド」で、ブランドは信頼性(または品質)を保証するものと考えている。第二は「願望ブランド」で、個人のライフスタイルに深く関わっている。第三は「経験ブランド」で、個人が持っている価値観に共通する考え方である。

属性ブランドは信頼を保証するものとして継続的向上が求められる、資本力の弱い組織では、なかなか容易ではない。また、願望ブランドはライフスタイルの変化に追隨していく必要がある、六次産業化の普及という点では適さない場合もある。従って、顧客の価値観よって決定される経験ブランドが、比較的容易に構築できる。

そこで強いブランド構築について考えてみると、

ここでは顧客リスクを低減することでブランド価値を高めることにある。すなわち、顧客が抱く信頼に込め、経験ブランドを高めることである。その結果、価格の維持および顧客シェアの拡大、新規顧客の獲得に結び付いていくのである。

経験ブランドは顧客に対して共通化した価値観を連想させるものにしなければならない。そのためには、双方向性のコミュニケーションが必須の課題であり、顧客の反応に素早く対応し、業務活動の継続的改善とイノベーションによる新たな顧客価値を創出する必要がある。

たとえば、朝食の主食で人気の高い食パンを主食としてだけでなく、幅広い食のシーンに対応して、ワインに合うおつまみやお菓子などのアレンジを提案すれば、食パンに新たな顧客価値が創出され、需要が広がるといったことを思い描いていただければよい。

まとめとしては、ブランドとは顧客リスクを低減し、選択プロセスを短縮するものでなければならぬ。すなわち、六次産業化の推進において、顧客の信頼・自己実現・達成感という価値を創出できるマネジメントシステムをつくることが重要である。

**F**

# 六次産業化に顧客の信頼や達成感という価値を創出するマネジメントシステムを。

江戸は一八世紀の前期には人口一〇万人を超える大都市、その半分の五二万人が武家人口でした。中でも武家人口の中核をなしたのは、参勤交代で全国から江戸に集まった大名とその家臣たちです。では江戸を訪れた武士の食事情について、紀州和歌山藩の下級武士を通してのぞいてみましょう。

彼らは単身赴任で藩邸内の長屋に住んでいます。食事は自炊が基本ですが飯炊きは一日一度、和歌山藩の場合は昼に飯を炊いて、夕食や朝食は塩を加えた煎茶で煮た茶粥や粥を食べ、茶漬けで済ませることもありました。ちなみに江戸では朝炊いて味噌汁と一緒に食べます。昼は冷や飯ですが魚などのおかずが付きましました。夕食は茶漬けに香の物でした。

なにかさみしい食事のようですが、幕末の和歌山藩士酒井伴四郎の小遣帳によれば魚介だけでも一年間に結構買っています。一番多いのは安価なイワシで四二回も買っています。ほかにサケ・サバ・ドジョウ・バカ貝など一九種におよんでいます。ただ不思議なのはコノシロです。江戸時代の武士はフグとコノシロは食べないといわれています。コノシロは「此の城を喰う」に通じることから禁忌されたのですが、伴四郎は九回も買っています。

野菜もナス・ダイコン・ホウレンソウなど、季節の野菜をたくさん買っています。当時の江戸では人々の需要に応えるために各地に名産品が生まれています。小松川のコマツナ、谷中のショウガ、砂村のナス、品川居木橋のカボチャ、目黒はサンマではなくタケノコでした。魚介にしても野菜にしても江戸には食材を隅々まで行き渡らせるシステムが完成していたのです。伴四郎の買い物で変わっているのは生の豚肉、鍋にして一杯やっています。彼は外出先でも豚鍋を食べています。必ず酒を飲んでいきます。自炊、外食を問わず豚鍋を食べる時は、風邪を理由にしており、まさしく「葉喰い」ですが、なにやら言い訳めいて笑えます。

彼はよく江戸見物に出かけています。浅草や両国、飛鳥山など江戸の名所を歩き尽くしており、所々の茶店や屋台では鮎やアナゴの甘煮などを食べていますが、その話は別の機会にさせていただきます。



食文化史研究者・作家  
**青木 直己**

あおき なおみ  
1954年生まれ。国分寺市史編纂室、立正大学文学部助手を経て89年株式会社虎屋入社。2013年虎屋文庫研究主幹にて選択定年退職。現在、学習院大学、東京学芸大学、NHK文化センター青山教室などの講師を務める。著書に『幕末単身赴任 下級武士の食日記』（NHK出版）などがある。

## 江戸下級武士の食卓



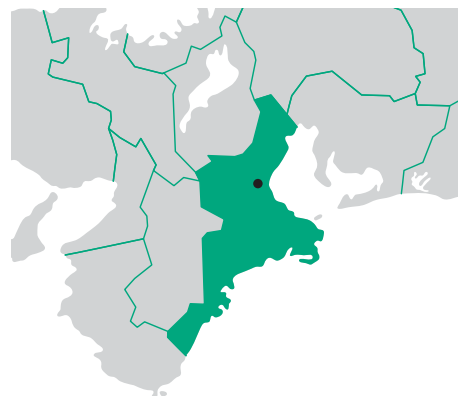


# 伊勢湾に注ぐ、上流から下流一帯の地域 川・山・海・まちを一体にするコモンズ

三重県津市

新雲出川物語推進委員会 委員長

畑井 育男



## 伊勢湾復活の願いが契機

私たちの住む三重県津市は、県の中央部に位置し、西は奈良県境から、東は伊勢湾に至るまで、広大な面積がある。また、奈良県との県境に位置する三峰山に源を発する雲出川くもずがわは、津市内を流れて伊勢湾に注いでいる。

伊勢湾の漁師から不漁の嘆きを聞くようになってから数十年が経過している。漁獲量が減少した要因はさまざまだが、一番大きな要素は水質の悪化だ。戦後の高度成長期に伊勢湾の様相は大きく変わった。特に、一九六〇年代から七〇年代にかけて石油コンビナートができてからの変化は大きい。

その後、公害防止の機運が高まり、法制度も整備され意識も変わったが、魚介類の生産量は年々悪化の一途をたどっていた。当時から漁業関係者による海の環境保全活動が実行されていたが、その内容は海岸部だけにとどまっていた。

海を守る機運をもっと高めなければとの思いから、漁業団体職員であった私が岐阜県白鳥町（現在の郡上市）のスキー場跡地に「漁民の森」を造成しようとして計画し実行に移したのは、九八年のことだ。同年、三重県宮川村でも「三重漁民の森」の造成事業が開始され、以降、一五年にわたり植栽地を替えて岐阜・三重の両県で、三重県漁業協同組合連合会の事業として継続されている。

「漁民の森」の造成事業は、宮城県で「森は海の恋人」をスローガンとした「牡蠣の森を募る会」の活動が脚光を浴びていた頃に始まり、マスコミにも取り上げられ、人々の関心も高まった。森の関係者が、海岸清掃に参加してくれるようになったのも、この「漁民の森」の造成運動がきっかけであった。

二〇〇四年に漁業団体を退職し、民間企業に勤務した私は、環境保全の意識が一般社会では極めて小さいことを痛感した。環境を守ること

が必要との見識はあるが、それを実行に移そうとするまでには至っていなかったのだ。

その頃、津市が旧・一〇市町村と合併し、まちづくりの計画を策定していた。総合計画、環境基本計画、都市マスタープラン策定とさまざまな組織の委員の役割が私に課せられた。

## 雲出川環境保全をシンボルに

審議の場で、私が主張したのは、特に次のことだ。「山、川、海とまちをつないで市民が一緒の目標に向かって取り組んでいくことが大事です。そのシンボルとして一級河川である雲出川を取り上げよう。まず、雲出川の環境から取り組みましょう。この運動は、行政主導でなく、市民運動として広がっていくのが理想です」

うれしいことに、賛同者は多かった。合併後の基本計画の大きな柱にもなったが、問題は誰がこの構想に基づいた事業を実施していくのか？ということだった。

profile

畑井 育男 はたい いくお

1948年三重県伊勢市生まれ。早稲田大学卒業後、三重県漁業協同組合連合会に勤務。2004年に造船会社の下請けである伊倉津産業株式会社へ転じ、06年より代表取締役社長（現在に至る）。08年新雲出川物語推進委員会を設立し、山・川・海・まちをつないだ環境保全・地域活性化運動を展開している。総務省地域人材ネットワークアドバイザーなどを務める。

新雲出川物語推進委員会

2008年9月、津市内を流れ伊勢湾に注ぐ一級河川・雲出川流域の自然環境保全と地域振興を目指して発足した。流域の農林水産団体、市民エコ活動センター、企業ほかが連携して、植樹、河川・海岸清掃、漁業体験、稚魚放流、学習会などを実施している。流域全体で活動が続けるという希少なボランティア団体である。

私は、これまでの経験から、組織をつくり活動を始めたものの議論ばかりで、実践が伴わない団体を数多く見てきた。せつかくの計画を進めなければ意味がないと、私はみずから温めていった構想を前倒して行動を起こした。

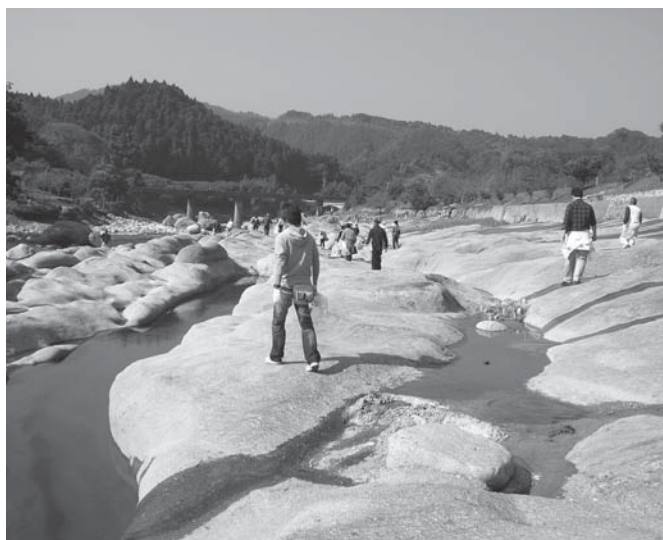
そして、雲出川上流から下流までの団体・企業に声を掛け、実践活動に参加いただける方々に協力を要請を行い、二〇〇八年九月に「新雲出川物語推進委員会」設立の運びとなった。

事業参加者が物語の主人公

古来より歴史や文化を育んできた雲出川だが、参加者一人ひとりが主人公となつて、ここからまた新たに事業への物語を紡いでいきたいと思いますとの思いで委員会が船出した。

構成団体は、森林組合、河川の漁協、海の漁協、農事組合法人、市民エコ活動センター、青少年育成協議会、流域の各企業である。雲出川の環境保全の活動には、イベント参加者と構成団体が一緒になって活動しましょうと緩やかな連帯組織として事業を開始した。

委員会設立後の最初のイベントは、雲出川最上流の美杉町に「雲出川・山川海ネットワークの森」を造成することであった。単に木を植えてあとは放りっぱなし、という訳ではなく、その後も管理を続けようと地権者から借用期間を一〇年に設定して借り受け、杉の伐採跡地にヤマザクラ、モミジ、ヤマモモ、コナラなどの広葉樹を植栽した。参加者は、一三〇人余り。ポスター、チラシを作成していないので、全て委員会のホー



上：見事に育った「雲出川・山川海ネットワークの森」の前で  
下：景観を楽しみながら清掃活動をする雲出川のエコウォーク

ムページからの告知か口コミで参加してくれた方たちである。

植樹後の昼食に海の関係者は、河口部の香良洲町で捕れたハマグリを、川の関係者はアマゴの甘露煮を食べようと、山の人々はキノコと肉で豚汁をつくりましょうと、みんなが地元食材を持ち寄り楽しい大宴会となった。

委員会では、その後のイベントでも昼食は、できるだけ地元の食材を使ってもらうことにしている。地元では当たり前と思って食べている食材が、まちの人にとっては、貴重な場合も多い。

環境保全活動で活性化

委員会では、さまざまな活動を展開してきたが、その中のいくつかを紹介したい。



まずは、「浜辺学習会」である。これは、海岸部での干潟の生態や潮の満ち引きの状態を学習した後、潮干狩りを体験するというもの。海に来た最上流の山の子どもと、海の子どもが一緒にあってドッジボールなどのゲームを楽しみながら、今年海が勝ったなどと歓声を上げる。最上流の地域の小学校が廃校になることを聞いて一緒に涙を流す海の子どもたち。「上流で絵の具を垂れ流したら、海まで汚れるんやな。だからゴミを捨てたり、汚れたものを流さないようにしよう」と発言する山の子どもたち。まさに交流の成果だった。

「地引網体験」は、漁協倉庫に網が眠っていたので、夏の海岸清掃の後で地引き網を再現することにしたものだ。魚が捕れば子どもたちが喜ぶだろうとの思いであったが、何と、子どもたち以上に喜んだのは、昔の地引き網漁師であった。伊勢湾は、一九六〇年代前半まで地引き網が隆盛を極めており、そのため、古老にとって懐かしい漁法なのだ。経験と在りし日の大漁に沸いた浜の姿を熱っぽく語ってくれた。

「山川海ネットワークの森」の下草刈り作業をご紹介しよう。これは、下草刈りだけでなく、山菜採りを合わせて実施した。山でも、古老たちが若い女性や子どもたちに、「これはセンブリで、煎じて飲むと胃薬になる。これはタラの芽で天ぷらにするとおいしい」と積極的に話しかけている。山村に人が集まってくることが活力につながるのだろう。

さらに、「エコウォーク」がある。雲出川の中流域に奇勝奇岩の景勝地「家城ライン」があるが、

人が訪れることは少なかった。約三キロメートルに及ぶ河畔を歩いて景観を楽しむとともに清掃活動を行うエコウォークも好評だ。まちからの参加者は感嘆の声を上げていた。今、この河川の両岸にモミジを植樹し、一〇〇年後に紅葉の名所にしようと地元の有志の方々と協働事業を行っている。これらのイベントには、毎回といっていいほど、三〇〇人ほどの多くの方々に参加してくれている。

最後に昨年実施した雲出川写真コンクールのことを記したい。このコンクールにも、たくさん地域住民が参加してくれた。撮影会では、新たに名所を発見しようと広い流域を撮影スポットにしていた。そのため、写真コンクールの展示会では、今までに見たことのない景観や観光スポットを発見でき盛況であった。

このように、環境保全を目的にした活動が地域おこしや高齢者の活性化、地域振興に大きく貢献している。

「山川海ネットワークの森」は六年間さまざまな手入れを施した成果が実り、見事な森に育ってきている。県の林業関係者もその成果に驚いている。もう手を入れる必要はないので、後は春と秋に楽しみましようというところまで来ている。そのため新たに、「山川海ネットワークの森パートⅡ」の造成を昨年から実施した。

## 欧州の「コモンス」の考え方を

委員会の活動が広がりを見せてきたものの、まだまだ不満が残った。イベントへの参加者が増えて理解は広まったが、その歩みは小さいの

だ。

ヨーロッパなどでは、「コモンス」として遊牧をする際の牧草地があり、共有して利用する土地がたくさんあるという。日本でいうと、入会地<sup>いあいち</sup>である。入会地は、一定の範囲の森林や原野、漁場などを特定の団体や個人が共同利用しているもので、持続可能性を優先にして利用管理、維持の方法を定めているものである。昔の村々には入会地があり、共有財産となっていたが、現在は少ない。

山は荒れて管理する人がいない。木材が適正価格で出荷できない中で、荒廃した山からは流木が海に流れ出すことも多い。川は、治山治水対策は適切に実施されるが、環境を守る面では管理されているとは言えない。海では、漁業者が減少する中で、干潟、藻場を守る手法もない。

このままでは流域の環境はますます悪化する。やはり、川の流域をみんなで守らなければならない。財産権とは別に、流域の自然を「コモンス」として捉え、共有財産としての意識をもって守っていくことができたらどうかとの思いがしている。

「山川海ネットワークの森」を造成しても借用期間の一〇年を過ぎれば地権者の許可を得なければ森林に入れないし、山菜採りを楽しむこともできない。樹木の伐採にも意見を言うこともできなくなる。

自然環境の保全と地域振興で取り組んできた効果を生かすには、みんなで成果物を共有するシステムをつくる必要があると考えている。

# 『農本主義が未来を耕す』

―自然に生きる人間の原理―

宇根豊著



(現代書館・2,300円 税抜)

## 百姓仕事のかげがえのなさを訴える

村田 泰夫

(ジャーナリスト)

「資本主義に対抗する新しい農本主義について、考えているんだ」。数年前、そんな話を宇根さんから聞いたことがあった。「近年、一番力を入れて書いた」と本人が言うだけあって、読み手の心の奥底にズシリと響く労作である。

農本主義とは、農業生産こそ国富の源泉であり、大切にしなければならぬという経済思想だと思っていた。しかし、宇根さんの語る農本主義は、そうではない。効率や競争、成長を求める私たちの生き方に根源的な疑問を投げかける。資本主義の追い求める近代化精神と相いれない非経済価値を大切にする農の営みに、ポスト資本主義社会の姿がある。

農業の本質的な価値は、食料の生産だけにあるのではない。百姓が農山村で農の営みを続けていること自体に潜んでいる。近年「多面的機能」

などと評価される動きがあるが、「人間ばかりか動物も植物も風も水も光も含む天地有情の世界を守っている価値」であるという。

それらの価値は、市場経済の尺度では測れない。カネに換算できない消極的な価値だが、社会の土台になっている。

宇根さんは新しい農本主義の基本原則を三つ挙げる。第一に「近代化・資本主義は農に合わない」。農とは自然の恵みを引き出す百姓仕事だが、効率や競争を持ち込むと、田畑や生きものへの情愛を捨てさせることになる。第二に「ナショナルイズム(愛国心)よりパトリオティズム(郷土愛)を大切にする」。在所(パトリ)の村を守れなくして、国家を守るはずがないからだ。第三に「百姓仕事への没入は、自然への没入である」。百姓仕事を通して自然の一員になり切る境地に、生きている幸せを感じる。

資本主義社会であっても、農の価値を守る試みはある。欧州連合(EU)では、農業所得の七八%が公的な支援金で賄われている。「農業は存在するだけで価値がある」という思想に支えられているからだ。「市場経済では農の価値が評価できない」という現実に対応した新しい知恵」と宇根さんは評価する。

わが国でも、やっと社会(財政)が農業を支える直接支払制度が整備されつつある。社会にとって、かげがえのない価値を生む農の営み(百姓仕事)の大切さに、国民の皆が気付く日が早く来ることを願わずにはいられない。

F

読まれています 三省堂書店農林水産省売店(2014年10月1日~31日・税抜)

| タイトル                                      | 著者            | 出版社      | 定価     |
|---|---------------|----------|--------|
| 1 新世代の農業挑戦 優良経営事例に学ぶ                      | 叶 芳和/著        | 全国農業会議所  | 1,019円 |
| 2 希望の日本農業論                                | 大泉 一貫/著       | NHK出版    | 1,200円 |
| 3 「外食の裏側」を見抜くプロの全スキル、教えます。                | 河岸 宏和/著       | 東洋経済新報社  | 900円   |
| 4 規制改革会議の「農業改革」20氏の意見 地域と共同を再生するとはどういうことか | 農山漁村文化協会/編    | 農山漁村文化協会 | 900円   |
| 5 日本農業の動き184 TPP農畜産物への影響は                 | 農政ジャーナリストの会/編 | 農林統計協会   | 1,200円 |
| 6 スマート農業 農業・農村のイノベーションとサステナビリティ           | 農業情報学会/編      | 農林統計出版   | 4,000円 |
| 7 地域資源活用による農村振興 条件不利地域を中心に                | 谷口 憲治/編著      | 農林統計出版   | 6,000円 |
| 8 食糧危機の時代を生き抜く 戦後農政現場からの証言                | 農林水産省退職者の会/編  | 農林統計協会   | 1,500円 |
| 9 「農協改革」をどう考えるか JAの存在意義と果たすべき役割           | 石田 信隆/著       | 家の光協会    | 556円   |
| 10 戦後レジームからの脱却農政                          | 田代 洋一/著       | 筑波書房     | 2,500円 |



「農業参入・六次産業化セミナー」を開催

九月三日、米子市内で「農業参入・六次産業化セミナー」を開催し、約六〇人が参加されました。

まず、農林水産事業本部情報企画部の小柳典義が、農業参入と六次産業化の現状と課題について講演しました。次いで鳥取県西部総合事務所農林技師の池岡進氏から、県の関連施策についてご説明いただき、その後、有限会社大柄組代表取締役の大柄司氏より、建設業からの農業参入・六次産業化への取り組みを紹介していただきました。参加者からは「成功のポイントが明確になりました」などの感想が寄せられました。(鳥取支店)



参加者は講演に耳を傾け理解を深めた

農業参入や事業拡大を専門家が助言するサロンを開催

九月二九日、広島市内で広島信用金庫と共催で農業を志す方へ専門家がアドバイスをする「農業応援サロン」を初めて開催しました。

ユズ加工品の販売拡大を目指す協同組合と、ラズベリーの本格栽培を考えている企業が事業計画を説明した後、広島県や金融機関、農業コンサルタントなどのアドバイザー八人から商品開発やコスト削減の手法について助言をしていただきました。参加者からは「具体的なヒントをもらったので実践したい」などの感想が寄せられました。今後参加者を募り、継続していく予定です。(広島支店)



事業計画を説明する参加者(中央)に専門家が助言

農業者と地場産志向の企業とをマッチング

一〇月三日、松山市にて五回目となる「農商工ビジネス商談会」を開催しました。農業、食品製造業など四一社が参加され、一二二組の商談が行われました。

今回は初の取り組みとして、愛媛六次産業化サポートセンターと農産物の貿易商社である愛媛エフ・イー・ゼット株式会社による六次産業化や海外輸出に関する個別相談会も行いました。

参加者からは「地場産農産物を使用した企業と商談がまとまりそう」「販路開拓のよいきっかけとなりました」などの感想が寄せられました。(松山支店)



ビジネスチャンスをつかもうと熱気に包まれた商談会場

徳島ビジネスチャレンジメッセ2014でセミナーを開催

一〇月一〇日、徳島県との共催で、ビジネスチャンスを広げるためのイベント「徳島ビジネスチャレンジメッセ」の一環として、「農商工連携・六次産業化セミナー&商談会」を開催し、約九〇人が参加されました。

セミナーでは、酒ワイン商社である株式会社高野総本店社長の高野豊氏から「利益が倍増する農産物ブランド化の手法」と題して、ご講演いただきました。参加者から「今後の商品開発のヒントが得られました」などの感想が寄せられました。商談会では、新規に販路を開拓しようと活発な商談が行われました。(徳島支店)



マスターソムリエでもある高野氏の講演を熱心に聞く参加者

## 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<br>※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<br>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。<br>※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。  |
| 融資条件        | 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<br>担保：原則として、融資対象物件のみ<br>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 | <ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。<br/>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。</li> </ol> |  |



## 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](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)

◆一〇月号特集『水産市場拡大の羅針盤』を読み、水産物輸出の拡大は、やはり方次第で大きなビジネスチャンスがあり、また、いろいろ模索されていることも分かりました。日本は周りを海に囲まれ、食卓はいつも魚介類でにぎわっていますが、食事の多様化で水産物の消費は減少しています。しかし、海外ではヘルシーな日本食がブームで、すしなどのネタを含め、人気が高まっている現状に、水産市場の販路拡大は大きなビジネスチャンスであると思っています。日本の水産物は種類も豊富です。そして今は冷凍技術の進歩で、日本から東南アジアへもシャ

ベツト状の氷で新鮮さを保持しての輸出もされています。それらの特長を生かして、さらなる水産業の発展・拡大を期待しています。(広島市 亘幸男)

### 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、編集させていただきます。

「郵送およびFAX先」  
〒100-0004  
東京都千代田区大手町一九四  
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そこに行けば手に入る状態は物流企業のためまめ工夫と努力のたまもの。先の大震災を経て柔軟性をも取り込み、近頃はオムニチャネルなるネット店舗とリアル店舗の融合も進む。時のすう勢を捉えて顧客の利便性を追求する企業の姿勢に脱帽します。足を棒にして欲しいものを探し回った昔を懐かしむのは年を取った証拠？(竹本)

④最近巷間で話題のジビエ、鹿肉。実は食べたことがありません。適切に血抜きし処理された赤身の肉は、大変な美味だとか。二〇頁の大皿料理をご覧ください。野菜もたっぷり、池田さんのこだわりの一皿です。香想庵での景色とともに楽しみたいですね。召し上がった方は、ぜひ添付のアンケートをお送りください。お待ちしております。(小形)

④青木さんに江戸の武士の食のことを綴っていただきました。ペリー来航が一八五三年、江戸城開城が六八年です。伴四郎の江戸への単身赴任は六〇年なので、まさに幕末。激動の時代なはずですが、豊かで平和な様子がかげえます。生肉、魚に多様な野菜。当時の物流ってすごい！伴四郎の風邪も、すぐに治ったのかな。(城間)

④わが家では一週間分の食材をまとめて買うのですが、たまに予定通りに消費できず、気が付けば消費期限切れになっていて、やむなくゴミ箱行きになることも。こうした家庭での廃棄も積もり積もって食品ロスの大きな原因となっていることを今号の特集で知りました。冷蔵庫の在庫管理を徹底せねばと痛感しました。(林田)

## AFCフォーラム Forum

### ■編集

大本 浩一郎 竹本 太郎 藤澤 典子  
清村 真仁 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)

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8回 **アグリフード EXPO** 大阪 2015  
プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

日時 **2月19日** (木) / **20日** (金)  
10:00~17:00 / 10:00~16:00

主催 **JFC** 日本政策金融公庫

会場 **ATC アジア太平洋トレードセンター**





進化続ける食品流通の今



『おじいちゃんとうしさん』山村 里美 宮城県美里町立南郷小学校

■AFCフォーラム 平成26年12月1日発行(毎月1回1日発行)第62巻9号(772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3-9-13 Tel.03(3492)2987 ■定価514円 [本体価格476円]

