

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

10

2015

特集 農業インフラを思索する



特集

農業インフラを思索する

3 担い手育成も観点にインフラ整備と保全

荘林 幹太郎

農業インフラの整備・保全が大きな役割を果たす土地利用型農業の生産性向上が農政の喫緊の課題だ。そのコストを誰が担うのかを論じる

7 水田の大区画化と汎用化による農業活力

瀧川 拓哉

厳しい経済環境にある水田農業。農地の集積・集約化などを図り活性化するためには、ほ場を整備し水田の大区画化を進める必要がある

11 独自の基盤整備で独自の経営を展開

田中 正保

基盤整備によって生産性が向上した現場から、これまでの取り組み内容や浮き彫りになった課題をどのように克服したかを実践報告

第10回「アグリフードEXPO東京2015」セミナー

15 外食産業の価値創造戦略

生産者と取り組む新たなメニュー創り

矢崎 精二

17 日本食輸出先としての香港市場 海外マーケティングにおける4つの提案

伊東 正裕

経営紹介

経営紹介

23 高度衛生管理型市場で 選ばれる港、地方創生拠点を目指す

銚子市漁業協同組合／千葉県

高度の衛生管理を行う新市場で、消費者、加工流通業者、観光客から選ばれる漁港とともに銚子市の地域創生拠点を目指す

変革は人にあり

25 林 博文

特定非営利活動法人ピアファーム／福井県

障がい者の就労支援をしながら農業ビジネスに挑戦するNPO法人が認定農業者になった。耕作放棄地の開墾など地域の課題にも積極的に取り組む



撮影：五島 健司
山形県西村山郡朝日町
2011年秋撮影

収穫の秋

■緩やかな斜面には「日本の棚田百選」にも選ばれている「くぬぎだいら榎平の棚田」が扇状に広がる。秋の収穫時期、棚田にはくいのこ（杭掛け）が規則正しく並ぶ■

シリーズ・その他

観天望気

生産性向上の意味 荒幡 克己 2

農と食の邂逅

有限会社アグリおき 遠藤 亜希 遠藤 理佳
青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) 19

耳よりな話 163

イチゴ栽培の救世主「高設栽培」
吉岡 宏 22

フォーラムエッセイ

伝え残したい行事菓子 中山 圭子 28

まちづくりむらづくり

伝統生活文化の技を人材登録
住民がきらりと輝く場づくりを目指す
宮原 美佐子 29

書評

香坂 玲・富吉 満之 共著
『伝統野菜の今—地域の取り組み、地理的表示の保護と遺伝資源』
青木 宏高 32

主張・多論百出

銀座農園株式会社
飯村 一樹 33

インフォメーション

第9回「アグリフードEXPO大阪2016」の出展者を
募集しています 情報企画部 35

第10回EXPO東京は出展者数、来場者数ともに過去
最多 情報企画部 36

群馬県内の若手農業者が参加するワークショップ
を開催 前橋支店 36

農業経営アドバイザーの連携強化を図る連絡会を
開催 盛岡支店 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大阪2016 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

生産性向上の意味

「水田農業の生産性向上」は、これまで「消えては浮かぶ」ことを繰り返してきたテーマである。古くは旧農業基本法が制定された五十数年前、最近ではUR合意直後、いずれの時点にも「水田農業の生産性向上」は、メインテーマだった。あれからは流れた。UR合意からでも二〇年、一年一%ずつのコストダウンを継続していれば、今よりも二〇%コストダウンできたはずである。しかし、一過性のものとして、いつしか危機感は萎んでしまった。今、再びそれが、テーマとして浮上するに及んで、改めて次の二点を指摘しておく。

第一に、農業界は、世論、マスコミに対して、水田農業の生産性向上が簡単には進まないことをしっかりと説明すべきである。威勢の良い「五年以内に飛躍的技術革新で四割コストダウン」というようなフレーズを軽々しく口にすべきではない。マスコミ関係者の中には、農業も製造業と同じ速さで技術進歩できる、という感覚の人も多い。「製造業では三年でコスト二分の一カットが普通に実現しているのに、なぜ農業ではできないのか。努力不足ではないか」という認識もある。説明すれば、「製造業では、新技術を一カ月で何回も試すことができるが、水田農業は一年一作、年一回しか試すことができない」ことが理解してもらえる。しかし、現実には説明不足による誤解がある。これでは、地道に努力する生産者が気の毒である。

第二に、その一方で、指導機関などの関係者は、生産者に対して、常に世界との比較を念頭に生産性向上の重要性を強調していく必要がある。例えばアメリカの稲作は、単収が毎年一〇%アップ／一〇%ずつ向上している。日本が面積当たりの生産費をアメリカ並みにコストダウンしても、今の日本の稲作は単収が停滞している中で、七年もたたないうちに、日本米は一〇%も割高となってしまう。関税を現状維持どころか、逆に一〇%引き上げなければ、同水準の防御ができない。これは、非現実的である。厳しいことだが、競争力が毎年劣化しているこの現状を生産者に伝えるべきであろう。

生産性向上は、一過性のものとしてはならない。世界の進歩を見つつ、地道な歩みをこれからもずっと続けなければならない。

岐阜大学応用生物科学部 教授

荒幡 克己

あらはた かつみ

1954年埼玉県生まれ。東京大学農学部卒業。農林水産省大臣官房、構造改善局などを経て、岐阜大学農学部助教授、現在に至る。専門は農業経済学、特に農業政策の経済分析。著書に『米生産調整の経済分析』『減反40年と日本の水田農業』など。



外食産業の価値創造戦略

生産者と取り組む新たなメニュー創り



多くの生産者やバイヤーに講演する矢崎精二さん

店舗にコックを配置し、コックが作るひと手間かけた家庭では味わえない料理を提供して、「ちょっとおしゃれでリッチな気分」を味わっていただくということをコンセプトにしてきた異彩の外食チェーン。地域と生産者との関係を重視したこれからの方針の具体策を提案する。

ロイヤルホールディングス株式会社 専務取締役 矢崎 精二
ロイヤルホスト株式会社 代表取締役社長

外食産業は低価格路線に限界

ここ二〇年間における外食産業を取り巻く環境の変化について見てみますと、外食市場規模は一九九七年の二九兆円をピークに年々縮小しており、現在は二四兆円となっています。

これまで外食産業を揺るがす大きな変動がいくつかありましたが、最近でいいいますと、二〇〇九年ごろから始まった低価格競争です。これが激化し、牛丼屋では一杯二五〇円というところもありました。デフレの影響で、消費者に「値段が安いことが価値の全て」という動きが強まり、外食企業も対応せざるを得なかったのです。

しかし今後は、次の変化が予測されます。まず、お客さまの視点から見ますと、人口減少による顧客の絶対数の減少や健康志向の高まり、外食業態の多様化による選択肢の拡大が考えられます。一方、供給者の視点から見ますと、ヒト（労力）・モノの価格高騰や安全・安心対応へのコストアップが考えられます。

また、競合他社は他業態での家族・シニア・主婦層の需要開拓を強化していくだろうと予測されます。

食に関するマーケット全般については、食事の宅配や中食が引き続き増加傾向の見込みです。

最大のポイントは今後、顧客の高付加価値へのニーズが高まり、それに見合った価格で提供することです。その点で、すでに低価格路線一本ではない新たな競争の時代が到来しているのです。「価値組」は「勝ち組」となり、劣化していくところと

の差が広がって二極化する厳しい状況が訪れると予測されます。

そのような中で、企業は時代変化に合わせた経営、さらに持続的に増収・増益を積み重ねていく経営に変えていかなければなりません。

そこで、ロイヤルホストは今後の基本戦略について、お客さまニーズをしっかり捉え、新しい価値を創造していくと考えました。大切なのは、ロイヤルホストにしかできないことをすることです。厳しい状況が続く外食業界で、われわれ自身がいかにか独自の戦略的なビジネスをしていくかが非常に重要なポイントになります。

ロイヤルホストの「強み」は店舗にコックを配置していることです。コック一人一人が作るひと手間かけた料理、家庭では味わえないおいしい料理を提供し、「ちょっとおしゃれでリッチな気分」を味わっていただくというのをコンセプトとしています。

日本一の高品質追求が原点

「日本で一番質の高い飲食企業」というのが、私たちの経営基本理念です。ロイヤルホストは、一九五〇年に九州で貿易会社を興し、高級フランス料理店を運営している歴史があります。その中で、このおいしい料理や環境を提供するレストランを全国に展開しようとロイヤルホストが始まったわけなのです。現在も一店舗、二店舗が地域から愛され、その地域になくはない店を作っていくことを目指しています。

日本には良い食材がたくさんあり、それを紹介すべきではないかということで、ロイヤルホスト

は二〇一三年から「Good JAPAN」フェアに取り組み始め、すでに三回実施しております。このフェアの目的は、まだ知られていない日本各地のおいしい食材や、日本ならではの「旬」を感じられる食材を使って、ロイヤルホストならではの洋食スタイルで料理を提供し、その食材の新しい食べ方などを紹介することです。

それによって生産者の方々とパートナーシップを築くことを大切にしています。またそうすることで、生産者の方々の食材に対する心意気をお客さまに伝わり、それが価値となっていくようにしたいと考えているのです。

では、具体的に「Good JAPAN」フェアはどんな取り組みか、ご紹介します。

第一弾は「Discover たまねぎ&じゃがいも」(二〇一三年二月上旬～一四年四月初旬)というフェアを開催しました。家庭でなじみのある食材として北海道産のタマネギとジャガイモを初めてメインにし、コックが手間をかけておいしい料理に仕上げ、お客さまに提供しました。

「Good JAPAN」フェアでは、こだわりの国産食材を求めて、私と商品開発の責任者、コックなどがチームを組んで、必ず生産者の方々のところを回ります。

なぜ、社長である私が行くのかとよく聞かれますが、その答えは簡単です。私自身は納得した商品を提供したいからです。そのためには直接、私が生産現場へ行き、現物を見て、生産者の方々と意見交換し、その心意気をしっかり理解したいということに尽きます。

第二弾は「瀬戸内・土佐めぐり」(二〇一四年四

月上旬～六月初旬)です。この時は三泊四日で四国を回り、「宇和島の真鯛」「夜須町のフルツトマト」「馬路村のゆずばん酢」など二品目の地元食材と、その生産者に出会いました。

愛媛県の宇和島を訪れた際に、私たちは、漁師の方々が、小さすぎて市場に出せず取り扱いに悩んでいらつしゃった「豆あじ」に注目しました。良いだしがとれる魚であることから、これを使ったメニューを開発し、この「豆あじ」をスープの食材としたのです。

生産者の元へ行くと、農産物を宝物のように栽培されている様子を拝見することができ、まだ多くの人々に知られていない素晴らしい食材と出会うことができます。ロイヤルホストはこれらの食材を取り入れフェアを展開しています。まさに農と食の連携です。

農と食の連携でオリジナルメニュー

そして今、実施しているのが第三弾の「日本のおいしい Good JAPANフェア」(二〇一五年六月下旬～八月末日)です。「ステーキ&ハンバーグ」「カレー」「冷たいうどん」という三つのカテゴリーで、自然の恵みと生産者が丹精込めて作られた食材にひと手間かけた料理を提供しています。今回のフェアも好評をいただいております。

これから始まるのが第四弾の「北海道フェアイタリアン 三四品目の食材」(二〇一五年九月上旬～一二月初旬まで)です。北海道の大地と近海でとれた三四品目の食材を使って、ロイヤルホストスタイルのイタリア料理として提供します。このフェアでは、豊かな自然と生産者が作る食材を、

ロイヤルホストがこれまで海外料理フェアなどで培ってきた調理力で、素材の持つおいしさを最大限に引き出し、生産者の方々の想いをより多くのお客さまに伝えていきたいと考えています。

毎回、メニューができた後は、その調理法を正しく伝えるために全国から料理長を集めて指導し、料理長がそれぞれの店舗でコックに伝え、基準を満たすまで厳しくチェックします。

その際に必ず、食材の生産現場の様子が分かるビデオ映像を各店舗の責任者に見せて、フェアで使われる食材がどのように生産されているか、生産者の方々がどんな想いで作っているかなどの情報を皆で共有しています。

ロイヤルホストは、今後も素晴らしい食材がそろる日本という切り口を大切にしながら、一つ一つのメニュー創りに丁寧に取り組み、実績を積み上げていきたいと思っています。

PROFILE

矢崎 精一 (やざき せいいち)

一九五一年福岡県生まれ。七四年にロイヤル株式会社に入社。七八年に首都圏一号店である三鷹店の店長に就任。二〇〇二年に業務執行役員専門レストラン事業部長を務め、一年にロイヤルホスト株式会社代表取締役社長。二年にはロイヤルホールディングス株式会社専務取締役に就任。

ロイヤルホールディングス株式会社

ロイヤルホスト株式会社

ロイヤルホールディングスは外食事業、コントラクト事業、機内食事業、ホテル事業と大きく四つの事業で構成され、売り上げは約三〇〇億円。中でも外食事業でファミリーレストランを運営するロイヤルホストは、全国に二五店舗あり、ロイヤルホストにしかできない、価値創造戦略にチャレンジしている。

日本食輸出先としての香港市場 海外マーケティングにおける4つの提案



講演をする伊東正裕さん

長すぎるナガイモは長寿の代名詞として縁起が良く、
大きすぎるナシはおめでたい贈り物として人気を博す。
既成概念からの脱却を図ることが成功の鍵になる。
香港市場の今とこれからを占う最新情報について紹介。

香港貿易発展局 大阪事務所長 **伊東 正裕**

親日家が多い香港人

香港は、中国の「特別行政区」として「一国二制度」の下、独自の法体系を有しており、アルコール、たばこなど一部の例外を除き、ほぼ全ての食品に関税が課されないことから、日本からの多様な農林水産物・食品の輸出に大きな可能性がある市場と考えられています。

また、整備されたビジネス環境、物流インフラを備え、中国本土市場へのハブとしての機能を果たしており、統計上は輸入食品の約三〇%（うち、六〇%弱が中国本土向け）が再輸出されていることから、香港を拠点としたアジア市場向け販路拡大も期待できます。

本日は、日本食品輸出先としての香港市場の特徴および展望についてお話ししたいと思います。

まず、消費者としての香港人ですが、二〇一五年には一人当たりGDP（国内総生産）が四万ドルを超す水準となることが予想されており、富裕層人口が多いという特徴があります。

香港人は食に対しての鑑識眼が鋭く、目新しいものを好む半面、冷めやすい一面も持っています。また、価格には厳しい判断を下す一方で、高品質なものには出費を惜しみません。加えて、家、厨房、冷蔵庫が小さいため、毎日、新鮮な食材を買うという日本と共通の習慣もあります。食生活は外食が多く、世帯当たり平均外食回数は六・九回／週です。一人当たりの年間外食消費額はアジアでは日本に次いで二位となっています。最近の傾向として特に顕著なのは、親日家が

増えていることです。近年、日本への旅行がブームになっており、一四年は全人口の八分の一に相当する九二万人が来日しています。また、日本公庫が実施した消費者調査（二〇一一年九月中国消費者動向調査）によると香港人の約九五%が日本食を購入したことがあると回答しています。全世界に散らばる華僑、華人の祖籍別構成比についてですが、広東省出身者が五四%を占めています。広東省と香港はいずれも広東語を話すなど共通の言語・文化基盤を有しています。従って、そのネットワークを通じて、香港市場における人気商品は、世界中のチャイナタウンや中国本土市場に波及効果をもたらす可能性を秘めているといっても過言ではありません。

取り扱い店舗は増加傾向

香港の外食市場規模ですが、小売りの売上高の二二%を占める巨大産業となっています。店舗数の内訳としては、本場中華料理が約六〇%、次いでファストフードが約一五%です。外国料理の中で最も多いのが日本食レストランで、その数は約一五〇〇店にのぼります。その中でも、高級日本料理店の増加（約五〇店舗）、政府系料理学校における日本料理コースの開講など「ホンモノの日本料理」に使用される素材や調味料、調理方法の普及や啓蒙ができる環境が整いつつある点にも注目すべきでしょう。

次に小売市場ですが、大手地場系小売企業二社が食品スーパーを約五〇〇店舗展開しています。日本から輸入された農林水産物・食品は主として日系スーパー・デパートで取り扱われてい



伊東さんの話に耳を傾ける参加者

ますが、大手地場系小売企業も高級スーパーやオーガニック専門店を展開し始めており、高級日本食材の取り扱い店舗数は増加傾向にあります。また、日本の菓子専門店がマーケットを席巻するなど、日本産のスイーツや菓子も香港人富裕層や中国本土からの旅行者の間で人気を集めています。

既成概念から脱却を

さて、ここで香港市場において現地販売を成功させた事例を二つご紹介しましょう。

まず、一つ目はインターネット販売大手の楽天市場による旧正月の「北海道毛蟹特集」です。航空便とクール宅急便利用のため、販売価格は約三万円と高めでしたが、かなりの好評を博しました。楽天の担当者は、これは単に毛ガニを売っているというよりも、北海道旅行経験者に

対して、「楽しかった北海道旅行の思い出のワンシーン」を買ってもらっている、従って購入者にとって価格設定は妥当だったのではないかと述べています。本事例は、ご当地食品とインバウンド観光には深い関係があることを物語っています。

二つ目は、日本では規格外の商品が、香港の消費者の間でもてはやされるという事例です。例えば、日本ではハンドリングしにくいという理由で敬遠されがちな「長すぎるナガイモ」は香港では長寿の代名詞として縁起が良いとされており、日本では大味であるといわれる「大きすぎるナシ」は、おめでたいものとされ、贈答品として人気を博しています。

この二つの事例に共通しているのは、輸出に当たっては既成概念からの脱却を図ることが重要であるということです。

最後に、私自身の業務経験から、食品の海外マーケティングに当たった際の四つの方向性についてお話しをしたいと思います。

一つ目は、「汎用性」を狙うことです。うま味調味料「味の素」やキッコーマンの醤油は、世界各国の料理に幅広く使われています。

二つ目は、「現地化」です。香港の高級中華店のチャーシューは「みりん」で、照り効果を出しています。また、愛知県の平松食品は、佃煮を洋食市場に売り込むに当たり、「テリヤキ・フィッシュ」という英語名を考案し、ギリシヤ人シェフとのコラボでメニュー開発をして成功を収めています。

三つ目は、「日本化」、つまり世界遺産にもなった「和食」そのものを拡販することです。すしや

刺し身、天ぷらなどの定番メニューに加え、おむすびや卵かけごはん、きんぴらごぼうなども店頭における試食宣伝販売が奏功して普及するようになってきました。

最後は、「ブランド化」を図ることです。これまで紹介した三つの方向性に加えて、その商品でなくてはならない理由をストーリー化することで、長期的に安定したビジネスが期待できると思います。

以上を総括しますと、海外進出に当たっては、まず既成概念を取り払い、現地のシェフや料理の専門家とのネットワークを構築すること、すなわち新たな可能性を追求する開発型営業の展開が成功の秘訣ではないかと思えます。



伊東正裕 (いとう まさひろ)

味の素株式会社で台湾・香港・中国駐在を経験する。中華圏における食品マーケティングに関しては約十四年の経験を有する。二〇〇六年七月より香港貿易発展局(東京事務所)に転じ、二年一月より現職。西日本エリアにおいて、食品分野に限らず、幅広く日本と香港間の貿易振興を陣頭指揮している。英国レスター大学経営学修士(MBA)。神戸大学経営学大学院後期博士課程に在学中。実践と理論双方に精通した両地域間の架け橋となるべく自己研さんに励んでいる。

香港貿易発展局

一九六六年に香港貿易発展局条例制定に基づき、香港の対外貿易経済関係促進を目的として、香港政府によって設立された特殊法人で世界四〇以上の主要都市に事務所を有している。日本では、東京・大阪に事務所があり、日本企業との貿易促進や、日本企業の香港を経由した中国を始めアジアでのビジネスの拡大に努めている。

※第一〇回「アグリフードEXPO東京2015」のセミナーを要約し、再録しました。

何回も何回も子牛を産み
肉となって「いただく」
ファームレストランを
私たちの命の糧に
感謝する思いで始めた

農と食
の邂逅

遠藤 亜希 さん 取締役
遠藤 理佳 さん

島根県隠岐郡隠岐の島町
有限会社アグリおき

フランス留学の姉と看護師の妹が帰島して、
和牛繁殖の離島農業に転身。独自の手法でW
CS（稲発酵粗飼料）を作り、自給飼料を中心
にした放牧飼育を行う。二人は農と食をつな
ぐ思いでファームレストランを作る。





P19:母牛と共に理佳さん(右)と亜希さん(左) P20:険しい山の中にある放牧場。牛が転ばないように石を取り除くのも亜希さんたちの仕事(右上) 海を見渡す放牧場もある(右下右) 1頭だけジャージー牛を飼育、絞った牛乳はレストランで使う(右下左) レストランは父の義光さんの計らいで、隠岐の木材を利用した落ち着いた内装。母牛のみならず、自身で肥育した牛の肉も料理として提供(左)

姉妹で五〇頭を放牧

約一八〇の島からなる隠岐諸島は、和牛繁殖が盛んな地として知られる。最大の面積を持つ隠岐の島町には、約五〇〇頭の母牛が放牧で育てられている。

「放牧は牛が牛らしく生きられる方法だと思えます」と有限会社アグリおき取縮役の遠藤亜希さん(三三歳)。「大地に育つ草を食む牛は胃腸が丈夫で、傾斜を歩くので足腰も強くなります。肥育農家の元に行つて増体しても、しつかり自分の体を支え、食欲も落ちないという評価をもらっています」と妹の理佳さん(三二歳)が続ける。妊娠から出産する二週間前までの約一〇カ月の放牧期間中、二人は四八頭いる四カ所の牧場を定期的に訪れ、牛や飲み水、草の状態をつぶさに観察する。時には柵を飛び越す牛もいるため頭数のチェックはもちろん、柵の修繕もこなす。

両親は土木業を営みながら数頭の牛を飼っていたが、公共事業の減少に伴い、畜産の比重を高めていった。最初に継ぐと決めたのは理佳さんだ。島外で看護師として働いていたが、体調を崩して島に戻り、休養を兼ねて「子どもの頃から朝飯前だった」牛の世話を再開すると、徐々に「元気になった」「太陽の光を浴びて自然の中で生きる大切さを、牛を通じて気付かされました」。その頃、牛の状態は決して良くなかった。両親とも忙しい中で増頭したため、十分な世話ができていなかった。理佳さんは猛勉強し、近所の畜産農家の

先輩に聞きながら一頭一頭の牛と向き合った。先輩から「牛に感情を入れるなど言われましたが、そんなことでは牛の世話はできない」と思い、しつかり向き合いました」

その姿に心動かされたのが、フランス留学から一時帰国していた亜希さんだった。全寮制の高校に通い、授業でも農業を学び、食事当番になると一〇〇人分の生徒の食事を作る日々を送った。やがて、農と食をつなぐ仕事への関心を抱き「ファームレストランを開こう」と先進国であるフランスへ留学を決めた行動力の持ち主だ。「牛の状態を見て、人をケアしてきた理佳の看護師としての経験が役立つ」と思いました。でも、理佳一人では大変そう。二人なら、もっといい牛を作れると思いました」と亜希さんは感慨深げに話す。

レストランも牛が中心

二人体制になった二〇〇八年から、まず手掛けたことは自給飼料比率の向上だった。飼料代一つとっても島への輸送費が加わる。少しでも経費を減らせないと地元産の米に着目した。政府が飼料米増産を唱える前のことだ。生米のままでは消化が悪いと聞き、契約農家から調達した米を大きな釜で炊いて(現在は機械で米を粉碎して給餌)、濃厚飼料に混ぜて与えた。自分たちでWCS(稲発酵粗飼料)も作り始めた。「今も、子牛用の粗飼料の一部は輸入ですが、粗飼料の完全自給を目指しています」と亜希さん。理佳さんは「ここでできたものを食べて育つことが理にか



佐藤さん(後列左)、村上さん(同右)と。子牛の市場で顔を合わせるほか、交流会を開く。「話題はもっぱら牛です」と口をそろえる

なっているのは人間だけではないと思うんです」と姉の言葉にうなずく。

一二年、二人はレストラン「ラ・シガル・カフェ」を開く。亜希さんの夢でもあったが、「役目を終えた母牛をおいしく食べてもらいたい」という思いが二人の胸の内で大きくなっていたのだ。島の人々が主に食べる牛

肉は母牛。サシこそ入っていないが、肉本来のうま味がある。いったん本土の市場に出荷した母牛を、地元J.Aを通じて買い戻し、近隣住民に販売していたが、レストランで提供するのが一番良いと考えた。「何回も子牛を産み、なお肉となり、私たちの命の糧となるのです。感謝していただくことの意味も伝え

たいと思いました」と理佳さん。国の「雇用創出の基金による事業」を活用し、生産部門を手伝ってくれる人を雇用し、亜希さんは開店準備を進めた。この間、理佳さんはスイスに留学して畜産と園芸の複合経営をする農家の下で研修を積みながら、亜希さんと文通でレストランの構想を練りあった。

倉庫だった建物を改装したレストランの看板メニューは、放牧牛のステーキやハンバーグ。米や野菜も自分たちで作ったものがメインだ。牛の世話も自分たちでやろうと、店は金・土・日の営業。肉が足りなくなれば他のメニューで対応し、水田の作業が忙しければ休むこともある。幸い、地元客が多く、「作業を優先させたいよ」と理解してくれる。

あくまでも牛中心の運営を貫くのは、牛の頭数やレストランの営業日を増やすより、「農業は大変でも、楽しくやる方法があることを発信する中継地点だと考えていますから」と亜希さん。自宅を民泊として提供し、牧場で働きたい、体験したいという若者や子どもたちも積極的に受け入れている。「体験の中から楽しさややりがいを感じ、農業に関わる仕事を見つけてくれれば、後継者不足の解消につながります」と二人。

島の農業に活力注ぐ女子力

隠岐の島町には和牛繁殖を営む若手女性があと二人いる。村上明子さん(三〇歳)は島外で働いた後、土木業と和牛繁殖を営む父親と共に五一頭の牛を世話する。「一生懸命に

育てた牛が市場で評価される喜びは大きいです」とほほ笑む。また、佐藤和世さん(三二歳)は水田農業を営みながら和牛六頭を育てる。Uターン当時は飼育を中断していたが、「牛もやるか」との父親の提案もあり再開した。毎日の作業に追われながらも遠藤姉妹にパワーをもらっている。「農業とレストランで十分忙しいはずなのに、新しいことに挑戦する二人はどれだけアグレッシブなの?と感心しています」。みそや梅干しなど加工の腕前を持つ和世さんは、いつか消費者を巻き込んで加工の楽しさを伝えていきたいと考えている。共に励まし、助け合っていくことが、先人たちが育んできた島の農業を継続させていく力になると確信し、畜産女子たちは定期的に交流を重ねている。

牛を育て、米を作りながらレストランを運営し、さらに交流にも力を入れる。なぜ、これほど多くの仕事をこなせるのか。話を聞くうちにその謎は解けた。二人が育った環境との密接なつながりだ。忙しい両親を手伝い、姉妹を含む六人きょうだいは家事を分担し、助け合い、自立心を養った。人と壁を作らず、親しく付き合う両親の背中を見てきた姉妹は、自分たちもまた喜びを仲間と分かち合い、島の農業に息吹を送り込んでいく。育ち方がその後の人生に影響を与えるのは人間も牛も同じ。姉妹を育んだ家庭、牛たち、大地、そして海。どれも欠けても、この素敵な展開にはなっていないかっただろう。

(青山浩子／文 河野千年／撮影)



イチゴ栽培の救世主「高設栽培」

日本政策金融公庫
テクニカルアドバイザー

吉岡 宏

イチゴは果菜類の一つですが、多くの果菜類とは異なり、葉菜類のような低い草丈をしています。また、一〇坪当たりの労働時間が二〇〇〇時間を超える集約的な管理が必要で、しかも、低い草丈のため、収穫などの日常の作業は中腰の状態で行う必要があります。このような厳しい作業を強いられるため、若い後継者は現れず、規模拡大のためのパート労力の確保も大変難しい状況でした。

この過酷とも言えるイチゴの作業環境を一変させたのが「高設栽培」です。これは読んで字の通り、イチゴを高い場所で栽培する技術で、約一メートル程度の高さに栽培ベッドを設けて栽培します。この技術が開発されたことで、中腰による作業から解放されて立ち姿勢の作業となり、イチゴ栽培を魅力的なものに変えました。

イチゴの高設栽培は、イギリスでトマト栽培用に開発されたNFT（薄膜水耕法）をイチゴに応用しようと研究を進めていた千葉県農業試験場の宇田川雄二さんによって開発され、一九八四年に発表されました。NFTは細長い水耕ベッドにわずかな傾斜を付け、水耕液を薄い膜状に流してトマトなどの野菜を栽培する方法です。

開発当時の様子を宇田川さんに伺うと、高



イチゴ高設栽培の様子
写真提供：沖村誠氏（九州沖縄農業研究センター）

設栽培の発想は、イチゴの中腰の栽培管理による自身の腰痛がきっかけのことでした。NFTは水耕液を流して栽培することから、水耕ベッドは川上側を若干高くする必要がありません。そこで、宇田川さんはこの水耕ベッド全体を高い位置に上げれば、作業の負担を軽減できるのではないかと考えました。宇田川さんが開発したNFTによるイチゴの高設栽培システムは、水耕液管理の難しさから広く普及されるには

至りませんでした。

しかし、栽培ベッドを高い位置に設置する高設栽培は、イチゴ栽培の作業性の改善に著しい効果があることから注目されました。その後、各県の農場試験場や農業資材メーカーなどによってピートモスなどを培地とした各種の養液栽培方式による高設栽培システムが開発

され、新しい産地や新規就農者を中心に普及しました。その結果、イチゴ栽培面積は年々減少しているにもかかわらず高設栽培は増加し、岡山大学の吉田裕一教授によれば、二〇一二年では全イチゴ栽培面積の一五％程度まで普及が進んでいるそうです。

宇田川さんの腰痛がなければ、高設栽培の開発は少し遅れたかもしれません。申し訳ないですが、彼の腰痛に感謝したいものです。

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）。

一昨年に和食がユネスコの無形文化遺産に登録されたことから、和菓子への関心も高まっているようです。うれしいことに、書籍や新聞などで四季折々の風物をモチーフにした上生菓子を見る機会も増えました。身近な端午の節句の粽ちまきや柏餅、お彼岸のおはぎをはじめ、全国各地に伝わる行事菓子にも、もっと注目してほしいと思うこの頃です。

例えば、柏餅に使う柏葉は新芽が出るまで古い葉が落ちないため、子孫繁栄の意味があること、おはぎのような餡ころ餅が行事によく用意されるのは、小豆の赤色が悪いものをはらうと信じられてきたためなど、行事菓子には招福除災に関わる話題がいろいろあり、知るほどに奥が深いものです。

全国四七都道府県ともなれば、行事菓子の形状も由来もさまざまです。八朔はつご(旧暦八月一日)に男児の成長を祝って用意する団子馬(香川県)、旧暦一月二五日の「天神さまの日」(天神講とも)の粉菓子や金花糖(新潟県)など、珍しいものが数多く存在します。これら行事菓子の多くは、子孫繁栄や収穫などを願って作られ、長い歴史の中で、親から子へと受け継がれてきました。しかし、時代と共にその意味合いが忘れられたり、行事が行われなくなったりして、今や存在すら危うくなっているものも少なくありません。

そうした状況下、昨年十一月に和歌山で「紀州の和菓子と文化を考える会」が設立されたことは朗報といえるでしょう。行事菓子はもちろん、地元の菓子にも目を向け、講座を開催したり、会報を発行してその魅力を発信し、伝承していこうという会です。各都道府県それぞれにこうした動きが広がっていけば地域の活性化にもつながることでしょう。

数年前、某大学の講座で、年中行事の食べ物テーマに、お節料理の意味や、柏餅とおはぎの話をしたところ、「初めて聞いた」由来があることを知り、面白かった」などの感想をいただきました。行事菓子に込められた人々の願いや思いを知ることが、日本文化の再発見にもつながると思います。自分たちも楽しみながら、地元の行事菓子を見直し、次世代に伝えていきましょう！



株式会社虎屋 取締役
虎屋文庫 専門職
中山 圭子

天神講の金花糖例 小松屋菓子舗:新潟県燕市

なかやま けいこ
東京藝術大学美術学部芸術学科卒業。和菓子のデザインの面白さに引かれ、卒業論文のテーマに「和菓子の意匠」を選ぶ。現在、株式会社虎屋の菓子資料室 虎屋文庫で資料整理、研究に携わっている。著書『和菓子ものがたり』(朝日文庫)『事典 和菓子の世界』(岩波書店)他。

伝え残したい行事菓子



伝統生活文化の技を人材登録 住民がきらりと輝く場づくりを目指す

熊本県菊池市

NPO法人きらり水源村事務局長

宮原 美佐子



水や緑に恵まれる「水源」地区

清流の醸し出す山里の雰囲気を満喫し、木造校舎の懐かしい空気や、優しい地域住民に触れながら、さまざまな不思議を探し回る、自然の中ではそれが当たり前ということを経験してもらう。種をまくこと、田畑を耕すことから始めると、収穫した作物を食べたときのおいしさやありがたみがとても感じられます。

そんなお金で買えない楽しさや感動を届ける「楽校」^{がっこう}が私たちの地区にはあるのです。

熊本県の北東部に位置している私たちの地区は、阿蘇外輪山の北西斜面から発する菊池川の水源の菊池渓谷に隣接しており、きれいで豊かな水と緑、空気に恵まれており、昔からその名の通り「水源」と呼ばれてきました。

地区には、現在一〇七三人、三三三世帯が暮らしています。農業が基幹産業で、稲作を中心とし、麦・茶・シイタケ・クリ・タケノコ・水田ごぼ

う・菊芋・ヤーコンなど多種多様な野菜の生産が盛んな中山間地域です。

さて、「楽校」であり、私たちの活動の拠点となっている「きくちふるさと水源交流館」は二〇〇〇年に廃校となった菊池東中学校（一九六七年度の市町村合併に伴う校名変更前の名称は水源中学校）の校舎を利用しています。

実は、この校舎は地域住民にとって誇るべきものなのです。水源中学校は、戦後間もなく義務教育となった新制中学校として発足しました。

当時は、今のような建設機械はなく、人手だけを頼りに校舎の建設が始まりました。当時、中学生だった人たちによると、毎朝、両手に栗石を拾い集めながら登校したそうです。村役場、青年団、先生、生徒と学校関係者のみならず村総出で菊池川から栗石を拾い集め、地つきをしました。建材は村有林から良材を伐り出すなど確保できるものは全て村で調達し、「自分たちの中学校を建設する」という熱い思いを胸に、村民一丸と

なって造り上げた校舎です。今なお地域住民にとって、とても特別で大切な存在なのです。

古老の言葉に励まされ校舎存続

廃校が決まった時は、少子高齢化、若者層の都会への流出などが目立ち、多くの住民が将来に危機を感じていました。

しかし「古いから壊す、子どもがいなくなったから壊す、そういう価値観じゃないものをここからならば発信できるのではないか」という古老の言葉に励まされ、校舎の存続、有効活用を区長はじめ役員は模索し続けたのです。

閉校と同時に地域からそれぞれ選出された代表によって跡地利用促進協議会を作り検討を重ねました。そして、二〇〇三年、都市住民と農山村住民との交流であるグリーンツーリズムを目的に、農業や自然を学ぶ研修施設として校舎を活用してはどうかという意見をまとめ、市に要望しました。

profile

宮原 美佐子 みやはら みさこ

1954年佐賀県みやき町(旧北茂安町)生まれ。短期大学幼児教育科卒業後、福岡市の保育所に勤務。結婚後、退職し、東京に移住。3人の子育てをしながら83年より府中子ども劇場事務局勤務。90年夫の転勤により家族で福岡県へ移住。2004年6月より菊池市に家族で移住。同年、NPO法人九州沖繩子ども文化芸術協会より派遣され、きらり水源村の活動に参加。09年より現職。

NPO法人きらり水源村

2004年1月設立。2000年3月に閉校になった菊池市立旧菊池東中学校跡地を活用した施設「きくちふるさと水源交流館」の運営や、水源交流館を拠点としたグリーンツーリズム事業を行っている。11年熊本県農業コンクール「食と農」部門・優秀賞、13年地域づくり総務大臣表彰、日本農業賞・食の架け橋賞受賞。



上:「楽校」であるきくちふるさと水源交流館
下:「きらり人」と割り箸作りに励む子どもたち

都市住民に滞在してもらい、地域の食、人との交流を通じて地域文化・伝統を継承できること、地域の方々、特に農家の女性の生きがい、社会との関わりの方が提供できることにより地域の自立・活性化ができるのではないかと考えたのです。その結果、市も同意してくれました。

地域型NPOで自治力高める

そして、活動を継続していくために地域でNPO法人を作って、自治力を高めていくことが決まりました。

ちょうどその頃、地元バス路線が廃止された。公共交通機関がない場所に人が集まるの

かと危惧する人もいました。そこで、一一ある全地区で住民説明会を開催

し、話し合いの場を持ちました。話し合いを重ねることで、全住民が水源地区の将来に夢を描き、共感し、協働できる点を再確認し、歩み始めることになりました。

このようにして、二〇〇四年一月、私たちは、きくちふるさと水源交流館の維持管理、グリーンツーリズムの企画運営を行う「NPO法人きらり水源村」を設立しました。

その後、グリーンツーリズムの拠点施設としてどのように交流館を活用し取り組んでいくかなど、市が委託した企画運営会社のNPO法人九州沖繩子ども文化芸術協会と地域住民が一緒に考え、多くの企画を練り、実践活動を展開していきま

ました。私たちは、交流を担う人材を発掘することか

ら始めました。地区のどんな人がどんなことをできるのかなどを聞き取っていきま

人材登録制度「きらり人」

こうした中で、「きらり人」という人材登録制度を取り入れることを決めました。このネーミングは、本物の体験を提供するため、伝統・生活文化・資源の見直しを行い、一人一人がきらりと輝く技を持ち、子や孫に伝承してもらおうという狙いから付けたものと聞いています。

地域ごとに寄びかけて、地域の方の推薦をもらいながら「自分のできること」を登録し、やっ

てもらっています。現在では約六〇人が登録されていますが、その内容はさまざまです。例えば、みそ、こんにやくをはじめ数々の加工

品を作ったり、割り箸や竹とんぼといった竹細工、森のブランコ遊びや魚釣りなどの自然体験、田植え、ゴボウ掘り、草刈りといった農業体験などです。

特に、海外など遠方からはるばる来て長期滞在してくれる際などは、体験メニュー以外のことと一緒にやったり、ご飯を一緒に食べたりとお互いに思い出に残る交流に発展しています。

体験の申し込みは、きらり水源村事務局が窓口となり、電話で受け付け、きらり人に期日、人数などを伝えます。体験料金の授受やきらり人への指導料の支払いも事務局が行います。体験は、二人以上から受け付けており、料金は基本的に一人一〇〇〇円です。きらり人の一回の指導料は三〇〇〇円です。

きらり人の収入額は、多いとはいえないかもしれませんが、私たちは、息の長い取り組みにするためにも、お金よりも、むしろ取り組みにより地域住民が楽しいと感じ、自分たちの地区に自信を持つことなどに価値を置くことが大切だと考えています。実際、「きらり人」は、回を重ねるごとに自信と誇りがでてきたように思います。そして、技や教え方に磨きをかけようと頑張っています。

きらり人は「とても熱心に聞いてくれるのがうれしい」「最初は人前に出ることに抵抗があったが、なつて良かった」と言ってくれています。宿泊は、きくちふるさと水源交流館で可能です。交流館は「自分が通ったわけじゃないけれど懐かしい空間」「時計が止まっているようだ」「また来なくなる場所」など、来館された方々にうれ

しい感想をいただいています。木造校舎にゆつくり身を置いて、昔に思いをはせたり、木のぬくもりを感じていただいているのかなと思っています。

自然体験の「おいつい村びくろ」

発足当時から続けている代表的な活動を二つご紹介しましょう。

一つは、親子の自然農業体験「おいしい村づくり」です。子どもと体を取り巻く環境の悪化（アトピー、アレルギー、ぜんそくの増加）を意識し、「食でつながる子ども・農業・自然環境」という、つまり食をテーマに掲げ、元気を取り戻そうという企画です。

水源交流館を利用して、四月に開村式、一二月に閉村式を開催。開村期間中は月一回程度、体験プログラムを開催しています。

プログラムの中心は稲作で、苗床作り、田植え、田草取り、稲刈り、かけ干し、餅つきまで体験してもらっています。他にも、イチゴ大福やよもぎ団子作り、栗拾いなど季節に合わせた楽しいプログラムを用意しています。食事は、みんなで作って、大家族のように一緒に食べます。決して豪華ではないけれども、地区で採れた米や野菜などを使ったものです。

この活動には、男女年齢問わず住民の方々が関わっています。地域に暮らすつつましくもほほ笑ましい人たちが、特に、おじいちゃんとおばあちゃんが仲良く一緒に教えてくれたりするので、村を訪れた子どもたちもこの関わりが大好きです。この水源地区を「おいしい村」と愛着を持つ

て呼んでくれているのですから。

子どもたち向けに「神楽教室」

二つ目は、地元の子どもたち向けに始まった「きらり神楽教室」です。途絶えそうになっていた奉納神楽を子どもたちに伝えようと地区の岩下神楽保存会の方々と一緒に地域に広く呼びかけ舞手を募集しました。地域の収穫祭である「よかばい祭」に練習の成果を披露するということが始まりました。

子どもたちは、主に八月下旬から一〇月まで、週一回、夕方から水源交流館で練習に励みます。練習には保存会の方々がきらり人として付き合います。みんなが集まって練習する時間はかけがえないひと時で、お辞儀の仕方から習う神聖な練習風景です。

その他にも、水源交流館では、水源地区および周辺の地区の協力も得て、地域の食材を活用した手作りの家庭料理を持ち寄り、展示・試食、さらには食に関する意見交換会を行うイベント「食の文化祭」を開催もしています。

水源交流館は、今や地域の楽校としてなくてはならないものになっていっていると感じています。少し不便さを感じながらも、耳を澄ませばいく種類もの鳥のさえずりが聞こえてくる自然に囲まれたこの地域に素晴らしい活動の拠点ができたと私は感じています。これからも、水源地区だからこそできる価値を発信していくよう頑張ります。住民の一人一人が主役になれるすてきな楽校が、ここを訪れる方々にとっても大事な場所になってもらえたらうれしいです。

『伝統野菜の今——地域の取り組み、地理的表示の保護と遺伝資源』

香坂玲・富吉満之共著

地理的表示の保護と遺伝資源



(アサヒビール株式会社発行、清水弘文堂書房編集発売・2,000円 税抜)

伝統野菜とは何か

青木 宏高

(NPO法人「良い食材を伝える会」理事)
馬込ハンジロー。股旅物の渡世人のような響きだが、正しくは「馬込半白」。表皮の半分以上が白い胡瓜である。江戸時代初期に東京都大田区馬込辺りで栽培されていたため、地名に由来する。戦後は漬物用として全国的に広がった江戸東京伝統野菜の名品である。東京農民の友人が「まぼろしの品種」と言って、丸っこい胡瓜を持って来てくれた。もう十数年前のことである。

この本は馬込半白胡瓜のように日本各地に存在している歴史ある在来品種が織りなす伝統野菜をテーマにしている。他方で地理的表示保護制度が導入された今、貴重な地域資源としても伝統野菜に注目が集まっている。

本書の第一部では「伝統野菜と在来品種」ただの野菜はいかにして伝統野菜になったのか「なぜ伝統野菜を守るのか」を述べ、第二部では京野

菜、加賀野菜、江戸東京野菜、やまがた伝統野菜、広島お宝野菜、大和(奈良)伝統野菜など具体例を挙げて現状と課題を解説している。

日本列島各地に埋もれていた「地大根」を集めた大根フェスタを主催した。京野菜の聖護院大根や加賀野菜の源助大根、江戸東京野菜の亀戸大根、さらに桜島大根などおよそ二〇種類を一堂に集めた。津々浦々に育った地大根は形も味も特徴があり、一カ月間(二〇〇四年一〇月)に一万人余りが会場に訪れ、伝統野菜は人気を博した。

伝統野菜といえども、野菜は「食べもの」である。地理的表示保護制度を活かすには、「伝統野菜」の持つ歴史性だけに頼れない。本書は「伝統とは何か」で答えを述べている。伝統とはあくまで人間が作ったもので、大切なのは「受け継がれてきたこと」である。受け継ぐために農家が栽培を続け、家庭で食べる食文化の存続である。

つまり、種子と育て方と食べ方にある。特に大事なものは「食べもの」としておいしいことである。野菜関係者の間で「野菜の神様」と呼ばれていた故江澤正平さんも、野菜においしさを求めた。味を知覚する能力を身につけ、特に消費者が「ペロ(舌のこと)メーター」を高めれば、生産者が良い野菜を作るといっているのである。本書に大和伝統野菜を食べさせる農家レストランが紹介されている。伝統野菜をおいしく食べる工夫が始まっている。

日本列島に地域の数だけ伝統野菜がある。一方で加速するF1種に画一化され、多様性が失われていく。味覚の同一性では、人生味気ない。



読まれています 三省堂書店農林水産省売店 (2015年8月1日~8月31日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 週刊ダイヤモンド 2015年8月29日号 狙われるニッポン 飲・食・農 乱奪戦		ダイヤモンド社	657円
2 減反廃止 農政大転換の誤解と真実	荒幡 克己/著	日本経済新聞出版社	2,600円
3 農林水産物・飲食品の地理的表示 地域の産物の価値を高める制度利用の手引	高橋 梯二/著	農山漁村文化協会	1,800円
4 島耕作の農業論	弘兼 憲史/著	光文社	740円
5 官邸農政の矛盾 TPP・農協・基本計画	田代 洋一/著	筑波書房	750円
6 NORIN TEN 稲塚権次郎物語 世界を飢えから救った日本人	稲塚 秀孝/編著	合同出版	833円
7 田園回帰1%戦略 地元にと仕事を取り戻す	藤山 浩/著	農山漁村文化協会	2,200円
8 コメをやめる勇氣	吉田 忠則/著	日本経済新聞出版社	1,800円
9 国際裁判で敗訴! 日本の捕鯨外交	小松 正之/著	マガジンランド	1,667円
10 日本農業は世界に勝てる	山下 一仁/著	日本経済新聞出版社	2,000円

銀座農園株式会社

飯村一樹

(四〇歳)



● いむらかずき ●
一九七四年茨城県生まれ。日本大学生産工学部建築工学科卒業後、一級建築士として活躍。二〇〇七年に銀座農園株式会社を設立し、代表取締役就任。日本では企業とタイアップしたトマト生産を拡大しながら、アジアでの農業開発事業の準備を進めている。

「農

業はもうからない」。一般人が描く農業のイメージであるが、私たちが懇意にしている各農業法人の経営者は相応の利益や事業拡大を続けている。「農業はもうからない」のではなく「もうかるモデルを一般人に示せていない」「もうけるためのスキームを十分に検証できていない」と考える。もちろん、金融業のようなもうけ方はできないが、四季折々の自然環境の中で豊かな人生を十分に構築することができるかと確信している。

それならば、私たちがもうかる手法を実践・普及し、企業などの農業への新規参入を促すことで、農家の後継者不足や耕作放棄地といった問題が解決できると考え、二〇〇七年に農業ベンチャー企業である銀座農園株式会社を設立した。

まず誰も考えなかったことをやらなければ、農業に世間の注目が集まらないと考え、創業当初は銀座のビル跡地に水田・直売所を作り、表参道のビル屋上には貸し農園を開設するといった取り組みを行った。農業

の魅力を高める取り組みということで多くのメディアに取り上げられ、銀座農園の知名度が大きく向上した。さらに都心でのビジネスを広げるため、有楽町駅前の野菜直売所「交通会館マルシェ」や、香川銀行・徳島銀行とセレクトショップ「徳島・香川トモニ市場」も開設した。

たくさんの企業が参入するためには、今の農業の一般的な収益モデルでは不十分と考える。補助金に関係なく、ハウスなどに投資して六、七年で回収できる収益モデルを作る必要がある。投資の回収期間が五年未満になれば、相当数の企業が農業に参入すると想定している。

そこで、私たちの考えるハウス栽培の成功モデルは、ハウスの設備投資コストを削減し、灌水技術かんすいを簡素化して、土地利用を効率的に行いながら、高値で販売できる販路の拡大・ブランディングを行うことだ。これを実証するため、低コストのハウスで三年前からトマト生産に着手した。

私は、大学で建築学を専攻。卒業後は不動産関連企業に就職し、一級建築士として建築物の設計、環境設計などに携わった。この時に身に付けた一級建築士の知識が、低コストのハウスの開発に大いに役立っている。日本では茨城県に、海外はシンガポールにトマト農場を構え、生産・販売・研究を進めてきた。日本の農業技術が海外で認められ注目を集めれば、日本の若者が農業を見る目も変わるだろうと考えたからである。

銀

座農園の考え方が、タイ王国の国立科学技術開発庁(NSTDA)に認められ、東南アジア諸国連合(ASEAN)地域市場統合後の中心国となるであろうタイで、今年から日本の施設栽培技術の普及事業が始まった。他方でインドネシアの大手財閥とのトマト生産事業も着々と準備を進めており、名だたる海外資本からのオファーもいただくようになった。

新たな領域における事業を拡大するには優秀な人を動かすことが重要である。そのためには大義や想いが必要であること、金で人の心は動かない、ということとは会社員時代に学んだ。私自身は不動産関連企業で猛烈に働き、不動産開発や不良債権の売買の他、東証マザーズへの株式上場も経験させてもらった。一〇

〇億円単位の仕事に達成感こそ感じたものの、金で金を稼ぐ仕事に自分の未来が描けなくなり、独立を決意した。そこで始めたのが農業である。私は農家出身ではないが、茨城県の農村で育ち、親族には大規模畜産農家もいて、農業と自然は常に身近にあった。

現在、銀座農園には「今は日本で頑張りが、将来は海外で日本の農業を普及させたい」という志を持った優秀な若者の入社希望が増えている。皆、明確に日本の農業の将来ビジョンを持っており、彼らのような人材が農業界に増えれば、日本の農業の未来は明るい、という想いが日増しに強くなっている。

人を動かすには、さらに驚きと感動と夢が必要である。だから私たちは銀座に水田を、表参道には貸し農園を設けて、シンガポールの赤道直下には高糖度トマト農場を作った。皆が感動し、期待してくれる。ベンチャー企業を経営する以上は夢を持てる仕事、感動するような仕事をしなければ、お客さまは満足しない。

「もうからない」から、自然の中で豊かに暮らしながら「もうかる」へ――。誰も取り組んでいない新しい領域の仕事を切り開くベンチャー企業の挑戦が農業界にも必要だと真剣に考えている。

F

「もうからない」から「もうかる」へ 農業にベンチャーの手法で新領域を

第九回「アグリフードEXPO大阪2016」の 出展者を募集しています

「アグリフードEXPO大阪」は、プロ農業者たちの国産農産物・加工食品展示商談会として八年を経て、おかげさまで年々出展者が増えております。本年度の開催は二〇一六年二月一八、一九日です。併せて、一般社団法人大日本水産会主催、第一三回「シーフードショー大阪」が同時開催されます。

出展対象は、農業者および国産農産物（水産物を除く）を主原料とする食品を主として扱う国内食品製造業者の皆さまです。

募集期間は一〇月一日から一月一三日まで、小間数が収容上限に達し次第、受け付けを終了しますので、お早めにお申し込みください。

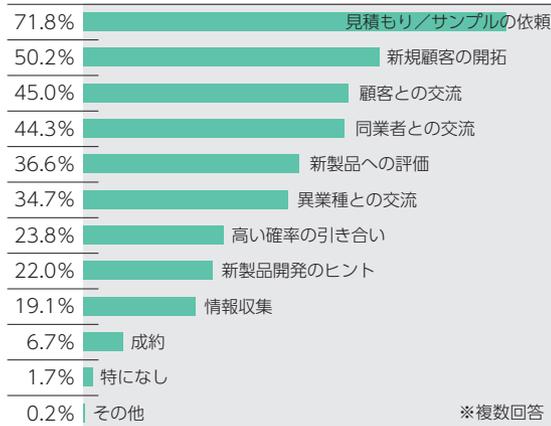
詳細については、公式ホームページ（<https://www.agri-foodexpo.com/>）をご覧ください。

第八回「アグリフードEXPO大阪2015」の出展者・来場者のアンケート結果を掲載します。ご参考にしてください。

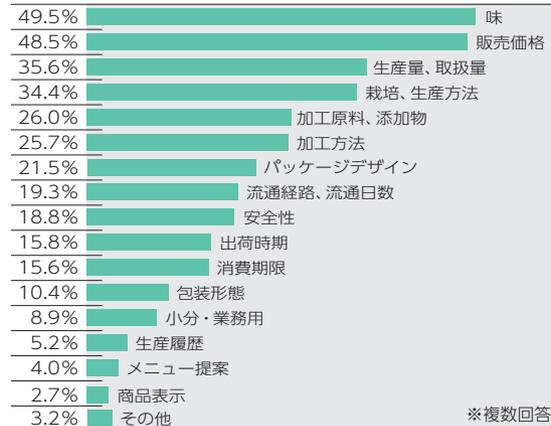
（情報企画部）

第8回（2015年）の出展者アンケート結果

■出展者数…合計/476社 344小間 ※共同出展含む
■会期中商談件数 1社平均/26件 最高/150件
出展の成果は？



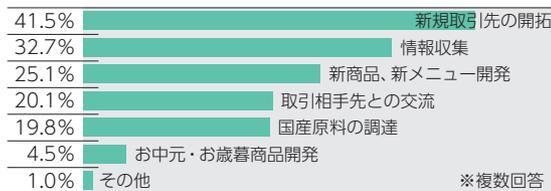
■会期中成約件数 1社平均/4件 最高/40件
■会期中成約金額 1社平均/178万円 最高/3,000万円
来場者の関心は？



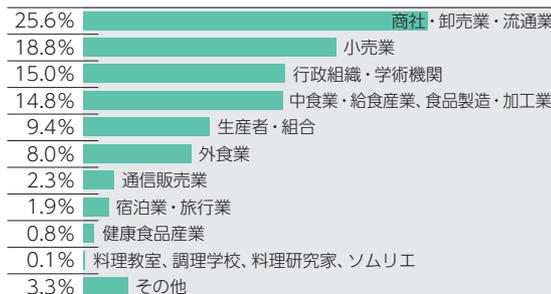
第8回（2015年）の来場者アンケート結果

■公式登録総来場者数…14,956人（2014年度 13,860人）
※第12回シーフードショー大阪の来場者を含む

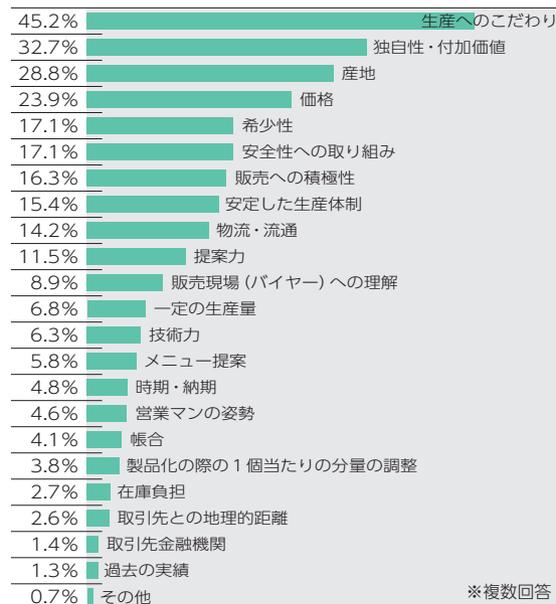
来場の目的は？



あなたの業種は？



取引で重要視する点は？



第二〇回EXPO東京は出展者数、来場者数ともに過去最多

八月一八〜一九日に、「第一〇回記念六次化の先駆者」EXPO仲間大集結」をテーマに「アグリフードEXPO東京2015」を開催しました。

全国から過去最多の八六八の農業者や食品製造業者、六次化支援技術を提供する事業者の方々にご出展いただき、全国の魅力ある農産物や地元産品を活用したこだわり加工食品を、バイヤーへ積極的にPRしました。

今回のEXPOでは来場者数一万四六二四人、会期中商談件数四万八四四一件、商談引き合い件数七五七三件に上り、いずれも過去最多と



バイヤーに向け自慢の商品をPRしました

なつて、活発な商談が行われました。

また、一九日には林芳正農林水産大臣が会場内を視察されました。

林大臣は復興支援コーナーを訪れ、東日本大震災で被災された宮城県と福島県の魅力あふれる産品を試食し、出展者へ激励の言葉を送られました。

出展者からは「小売業や卸売業など、幅広い業種の方々に声をかけていただき、商談の場としての手応えを感じています」「今回も成約に結び付きそうです」などの感想が、またバイヤーからは「初回から参加し一〇年間お付き合いしている出展者もいるので、EXPOは生産者と企業をつなぐかけがえのない機会となつています」などの声が寄せられました。

(情報企画部)



会場で出展者と意見交換される林農林水産大臣

群馬県内の若手農業者が参加するワークショップを開催

八月五日、支店でワークショップを開催し、二六人にご参加いただきました。米や野菜、畜産などさまざまな業種の若手農業者のネットワーク形成、経営改善のための研さんの場として毎年開催しています。

企業や地域ブランディング分野で活躍されている株式会社ファームステッドの長岡淳一氏から「なぜデザインが重要なのか？」をテーマにご講演いただき、「ぐんま若手農業者ブランドの立ち上げ方」などを議論しました。参加者からは「さまざまな業種の仲間から得た気づきを経営に活かしたい」などの感想が寄せられました。

(前橋支店)



真剣かつ和気あいあいとした研修会

農業経営アドバイザーの連携強化を図る連絡会を開催

八月二日、盛岡市内で「岩手県農業経営アドバイザー連絡会」を開催し、県内の農業経営アドバイザー三〇人にご出席いただきました。

有限会社大郷グリーンファーマーズの郷右近秀俊代表取締役から「農業経営アドバイザーに期待すること」をテーマに、次いで「六次産業化中央サポートセンターの取り組みについて」と題して、同センターの天野良英企画統括マネージャーより六次産業化のポイントを、ご講演いただきました。県内では一七〇人の農業経営アドバイザーが農業者へのサポート充実のため活動しています。

(盛岡支店)



出席者は興味深い講演に聞き入りました

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)

◆八月号特集「農」のリーダー像に迫る」は、これからの日本農業の在り方を示す大きなポイントとなると思われました。小野善生先生の「いま農業現場に求めるリーダーシップ」は、日本農業の現状をよく把握しており、鋭い指摘の記事でした。今までの農業は家族経営が中心で、代々引き継がれてきました。しかし、周囲の環境は目まぐるしい変化をきたしており、農業で生きていくには、それでは太刀打ちできません。六次産業化、農商工連携、他産業との連携、さらに農家の組織化やマネジメントのできるリーダーとなる人材も必要です。若い人の進出で、農業が現状打破されることを期待します。(広島市 巨幸男)

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。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

AFCフォーラム Forum

■編集

大本 浩一郎 嶋貫 伸二 清村 真仁
飯田 晋平 小形 正枝 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 凸版印刷株式会社

■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。

編集後記

◆夏からの異常気象による台風や豪雨の被害に遭われた方には心よりお見舞い申し上げます。自然の猛威を目にし、治水に努めた先達の苦労がしのべれます。豊かな食生活は農業インフラなしに語れません。土の力を活かし強い作物を育てる鳥取の田中さんにならない、先読みして投資をできる経営者の支えになりたいものです。(嶋貫)

◆「農と食の邂逅」は急峻な山が連なる島で飼料にこだわり牛たちを愛情いっぱい育てている姉妹のお話です。繁殖にとどまらず、大切な命を糧としていただくことにまで心を砕く亜希さん、理佳さん。人はたくさん命をもらい生きていくことを、いまさらながら思い知らされました。ありがたく残さず食べることを肝に銘じます。(小形)

◆柏餅やおはぎには招福除災の意味があったのですね！驚くとともに、多くの行事菓子に先人の願いが託されていることを知り、ありがたく感動しました。行事菓子の意味を知るのは日本文化の再発見につながる、と中山さんは言います。食欲の秋、込められた意味を調べつつ、行事菓子をいただくのも楽しそうです。(城間)

◆祖母がファミリールレストランの中で特に気に入っているのがロイヤルホストで、よく連れて行ってくれました。ロイヤルホストの矢崎社長による経営戦略についての講演を聞いて、手の込んだ料理やスタッフの丁寧な対応、居心地の良さといった、多くの人を引き付けるその魅力が改めて分かりました。(林田)

