

# AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

# 1

2016

## 特集 **フードマーケット新潮流**



# AFCフォーラム 1

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers 2016

特集

## フードマーケット新潮流

### 3 国産野菜で中食産業の新潮流は可能か

大隅 和昭

高齢者や単身世帯割合の増大などを背景に拡大してきた中食産業で、原料の野菜を国産にシフトする動きがある。これが新たな潮流となるか考察する

### 7 調理改善が進む介護食品市場に新潮流

齊木 乃里子

わが国の「超高齢化社会」での介護食に着目し、高齢者の食のニーズやそれに対する企業の取り組みなどの事例を交え、今後の市場動向を探る

### 11 食品供給元が「安全」で選択される

加藤 光夫

HACCPの衛生管理手法は、食品企業の信頼を維持すると同時に販売戦略の重要なポイントとなる。導入の留意点や課題を整理する

情報戦略レポート

### 15 農業景況DI上半期は多くの業種で大幅改善 5業種でプラスに転化

—2015年上半期 農業景況調査—

経営紹介

経営紹介

### 23 農事組合法人たねっこ／秋田県

工藤 修

担い手不足などによる地域農業の将来危機に、大規模土地利用型農業法人を確立。新たな生産展開で、集落は変わり始めた

変革は人にあり

### 25 有限会社小林牧場／北海道

小林 紀彦

地元の乳業メーカーとの深いつながりによって「小林牧場物語」というブランドが生まれた。都市近郊での大規模酪農が目指すものとは



撮影：鎌形 久

新潟県十日町市  
2008年春撮影

春の日の出

■星峠の棚田は、四季折々にさまざまな表情を見せる。夏には、青々とした稲の穂が並び、刈り取り後の秋には代かきがなされ水が張られる。雪で閉ざされた冬を経て、雪どけの春を待つ■

シリーズ・その他

観天望気

米国でも、食はファストからスローへ

小川 孔輔 ..... 2

主張・多論百出

特定非営利活動法人日本ジビエ振興協議会

小谷 浩治 ..... 17

農と食の邂逅

株式会社善太／兵庫県

清水 くみ子

青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) ..... 19

フォーラムエッセイ

誕生日に娘が欲しかったもの 田中 章義 ..... 22

耳よりな話 166

牛疫と動物衛生研究所 佐藤 真澄 ..... 28

まちづくりむらづくり

原生の照葉樹林と有機農業の里

変わらない昔からの自然が人を招く

宮崎県東諸県郡綾町

前田 穰 ..... 29

書評

盛田 淳夫 著『ゆめのちから—食の未来を変えるパン』

青木 宏高 ..... 32

トレンド・アイ

国産食肉の活路を開く—HACCPのカー

日本畜産興業株式会社／埼玉県 ..... 33

インフォメーション

衛生・品質管理向上をお考えの食品製造・加工業者の皆さまへ ..... 35

三事業合同でかがわビジネス交流会を開催 高松支店 ..... 36

三事業連携の島根県産品業者の交流会を開催

松江支店 ..... 36

稲作経営に係る意見交換会を開催 青森支店 ..... 36

子ども絵画展2015の農林水産事業本部長賞を決定

情報企画部 ..... 36

みんなの広場・編集後記 ..... 37

みなさんの広場・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

## 米国でも、食はファストからスローへ

昨年一二月の初旬、視察ツアーで米国ジョージア州アトランタを訪れた。アトランタは、映画『風と共に去りぬ』の舞台になった場所で、コカ・コーラの本社や発着数と利用者数世界一のアトランタ国際空港がある町としても知られている。

さて、空港到着後に、米国最大級のショッピングモール「レノックス・スクエア」を視察することになった。私が特に興味を持ったのは、飲食店が密集しているフードコートだった。日曜日の昼すぎである。フードコートのカウンターには、たくさんの方が並んでいた。

ところが、案内板にゴールデンアーチを探し出すことができなかった。驚いたことに、日本でよく見かけるマクドナルドをはじめ、競合のバーガーキングやタコベルなどの低価格ファストフード店も入店していない。

入店しているのは、メキシカン料理のチポトレ・メキシカン・グリル、ベーカリーのパネラ・ブレッド、チキンサンドのチックファイレイなど、食材のナチュラルさやヘルシーさを訴求している店ばかりだ。また、注文を取ってから商品を手渡すのではなく、顧客に具材を選んでもらうオーダーメイド方式を採用していた。

ファストフード発祥の地で、食がスローに変わっていく風景を見ることになった。マクドナルドに代表されるファストフードビジネスが、チポトレ・メキシカン・グリルのようなスローなカジュアルレストランに駆逐され始めている。

米国でも、低価格や利便性だけを重視するのではなく、食べ物が本来的に持っている価値（おいしさと栄養価）を大切に考える方が復活しているように感じた。食事に時間をかける生活スタイルが定着し始めている。

戦後七〇年、日本はとりわけ米国のライフスタイルに憧れ、ビジネスでも文化でも欧米のトレンドを追いかけてきた。

しかし、ここに来て、欧米人が日本の文化に価値を見いだすようになった。食文化もその一つである。



法政大学経営大学院 教授

### 小川 孔輔

おがわ こうすけ

1951年秋田県生まれ。74年東京大学経済学部卒業後、法政大学経営学部の助手、助教授を経て、86年に教授（～2010年）。現在は法政大学経営大学院イノベーションマネジメント研究科教授（スクール長）。日本マーケティング・サイエンス学会理事などを務める。主な著書に『マクドナルド 失敗の本質：賞味期限切れのビジネスモデル』東洋経済新報社（2015年）など多数。

# 国産野菜で中食産業の新潮流は可能か

高齢者層や就業する女性、一人暮らし世帯の増大を背景に、コンビニ弁当やデパ地下惣菜の中食市場が急速に拡大してきた。中食産業は、コスト安の輸入野菜から国産野菜への原料シフトによって安全・安心、地産地消などをアピールした新潮流を作り出せるか。

## 急成長続ける中食市場

中食産業は、消費者のライフスタイルの変化や食の簡便志向、コンビニエンスストア(Convenience Store)以下、CVS)の増加、食品調理技術の進展、それに伴う中食商品の品質の向上などによって、その市場規模は堅調に増加している。

日本惣菜協会の調査では、二〇〇四年の市場規模が七兆一八九七億円であったのが、一四年には九兆一〇八〇億円(推定)と拡大している(図)。一〇年間で二六%増と大きなマーケットへと成長しており、また、将来的にも伸びしろのあるマーケットとして期待している。

まず、中食産業がどのように発展してきたか、また、今後の見通しなどを述べておこう。日本経済は一九九〇年代初頭にバブルが崩壊

し、長期のデフレ局面に入った。物価の持続的下落の下で企業業績の悪化、賃金引き下げによる消費者の購買力の低下、そして低価格競争の激化という負のデフレ・スパイラルが常態化し、外食を含む食市場は頭打ちに転じていった。

しかし、そうしたデフレ経済の逆境の中で、中食事業者は百貨店の食品売場にテナント方式での出店など積極展開を行った。

外食専門店の味が自宅で手軽に味わえることが人気となり、いわゆる「デパ地下」ブームが巻き起こった。

さらに、スーパーでも惣菜部門を本格化する動きが広がった。九六年の米国FMI(Food Marketing Institute)大会でMS(食事の問題解決策「Meal Solution」)が提唱され、ウエグマンズなどの料理人がMSの先進的スーパー事例を



一般社団法人日本惣菜協会 事務局長

**大隅 和昭** Kazuaki Oosumi

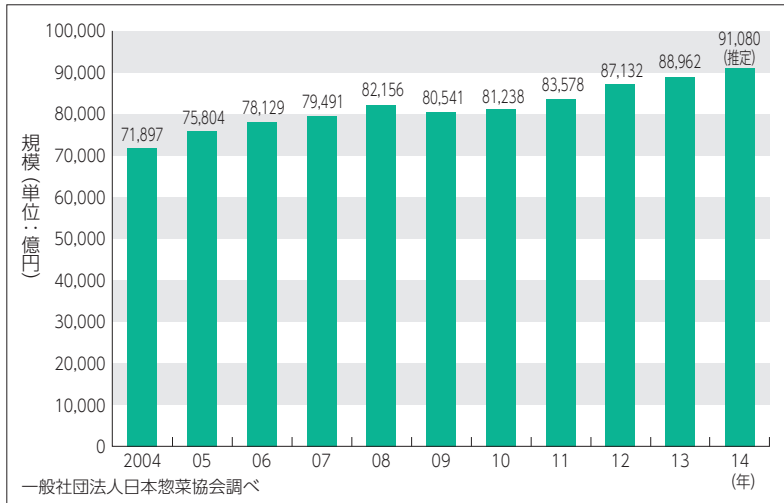
おおすみ かずあき  
1960年東京都生まれ。83年東京農業大学農学部卒業。2011年日本惣菜協会入協。15年より現職。栄養士、S級惣菜管理士惣菜製造業の位置付けや惣菜に対する需要の変化など、幅広い観点から調査研究をしている。

日本に紹介したことがきっかけだ。

日本国内のスーパーは単に食品や食材を販売するのではなく、レディ・トゥ・イート(Ready to eat、そのまま食べられる)の調理食品を提供しなければ、競争に生き残れないとの警鐘と受け止めた。加えて、食に対するこだわりを持つ日本の消費者もスーパーでの惣菜に関心を示した。このスーパーの動きに連動して、CVSも弁当の品ぞろえを豊富にしたため、中食市場の厚みが一気に増した。

二〇〇〇年代に入ると、高齢者を主要顧客とする食事の宅配サービス業の立ち上げがみられるようになり、これが中食市場のすそ野を広げた。すでに超高齢化社会を迎えた日本は、二五年には団塊の世代が七五歳以上の後期高齢者となる。しかも六五歳以上の高齢者のうち、要介護者

図 中食・惣菜市場規模の推移



郷土の海産物などさまざまな具材が盛り付けられる「ばら寿司」

の割合が一気に高まると予想されている。その一方で少子化により現役世代は大きく減少し、総人口も着実に減っていく。

また、最近における日本の社会構造の特徴的な変化の一つである女性の就業率上昇によって中食産業にとっては働く女性との接点が出てきた。一三年四月には一五〜六四歳の生産年齢の女性の就業率は六二・五%と過去最高を更新している。

いまひとつの変化は一人暮らしの増加である。単身世帯割合は一九八〇年の一九・八%から、二〇三五年には三七・二%に達する(国立社会保

障人口問題研究所、二〇一三年一月推計)という。

### 食の外外部化は多種多様に

食の外外部化は、高齢者にとっては、少量で多品目を選べ、重い野菜を運ぶ必要もないなどのメリットがある。また働く女性にとっては家事に費やす時間が減って、時間的余裕ができる。さらに、単身者は食べ物に簡便性を求める傾向があるので、みずからの食を維持していく上で「必需的なツールである場合も多い。

今後、中食産業がこれらの人たちに対して魅力ある弁当や惣菜などを提供できるようになれ

ば、中食市場の規模は着実な拡大を示すことになるだろう。ニーズにどこまで対応できるかがポイントだといえる。

地方の都市や過疎地、高齢化した郊外などでは、いかにして食の提供、供給を含む地域の生活インフラを守っていくのが課題となっている。

富山市などにおけるコンパクトシティ化は、さまざまな地域に分散していた高齢者層に都市の中心部に移住してもらい、医療や介護などの施設の共用によって高齢化社会の社会システムを変えようというものだ。北海道赤平市では、生協が地元のバス会社と連携し買い物バスを運行し、地域住民の買い物条件の確保に成功している。その際、高齢者や単身者に対しては、生鮮食品よりもむしろ弁当や惣菜を提供することが喜ばれ重要なのだ。

このような背景の下で、既存のスーパーやCVSでの弁当や惣菜販売だけでなく、生協の弁当宅配事業やオフィスでのランチの訪問販売など、多様な新規参入者や新業態の展開も続いている。こうして現在の中食産業は、多種多様な業種・業態が併存するに至っている。

中食のサプライチェーン(川上から川下)を大別すると二つのタイプに分けられる。

主に地域の食材を用いて調理・製造し、地元消費者に提供する小商圏での地域密着型ビジネス・モデル、もう一つが全国や海外から調達した食材を大規模工場で集中調理し、広域の多数の店舗で販売するマス・マーケティング型のビジネス・モデルである。

前者の、典型的な例として岡山県の「ばら寿

司」が挙げられる(四頁写真)。地産地消や地域の催事に合わせた料理を提供することで、従来であれば親から子へ引き継がれた伝統料理などを中食産業が担い、地域の食文化維持に貢献しており、人気を博している。

スーパーの中食の品ぞろえにあつては、スーパー内でのイン・ストア調理、専用工場での集中調理、調理済み食品の購入、という三つの方式がある。これらは、中食の商品特性に応じて使い分けられ、また品ぞろえが拡大するほどアウト・ソーシング比率が高まることになる。

これに対し、CVSでは、地域別に中食製造業者を専用工場化し、商品開発から製造、供給、場合によっては利用原材料の調達にいたるプロセスを垂直統合的に管理する仕組みが構築されてきている。典型的な例は、全国統一規格の「唐揚げ」や「おでん」「調理麺」などである。

### 輸入食材事故で安全志向

現在、中食産業ではさらに、もう一つ大きい傾向が見られる。

それは、原料となる野菜食材に国産品が求められるようになったことだ。二〇〇二年に発生した輸入野菜の残留農薬問題や〇七〜〇八年の輸入冷凍餃子による中毒事件などは、輸入食品の安全性に対して消費者の意識を大きく変えることになった。消費者は安全・安心な国産野菜を強く求めるようになっていく。

中食産業の間でも、地産地消、鮮度が良い、旬の時期だと価格が安くておいしいなどで商品の差別化が図れることから、国産原料の使用を増

やす企業が増えている。

さらに、春夏秋冬と風光明媚な自然をもつ日本は、甚大な自然災害に繰り返し遭遇してきた「自然災害大国」だ。直近では必需財である食のサプライチェーンが寸断された二〇一一年の東日本大震災があるが、中食産業は、災害時であっても地域住民に食を供給し続けるみずからの役割の重さを認識している。さらに、食関連事業者として社会的責任を果たすためにも、産地と連携して、環境や資源、労働者福祉、地域の持続性など倫理的価値を備えた商品・サービスの提供をすることが問われていると感じている。

では、中食産業では、どの程度、国産食材が利用されているのだろうか。

中食産業の食材仕入れ額の推計は、業態や目で見ると、食材比率がおおむね四五〜五〇%と仮定すると、一三年の惣菜市場規模八兆六四四五億円のうち三兆八九〇〇億〜四兆三二〇〇億円程度となる。

惣菜白書二〇一五年版による原材料別の比率で見ると、食材の内訳は米一七・六%、畜産類一五・七%に続き、野菜類は一三・八%だ。この割合で中食業界全体の野菜類仕入れ額を推定すると、約四七〇〇億〜六〇〇〇億円程度と推測される。

中食産業の食材仕入れ額の推計を基に国産野菜の利用割合を見ていこう(表)。なお、中食産業に関わる業種は、製造業、製造卸、小売業など、多岐にわたっているため、製造卸である企業の野菜調達の実状に絞らせていただいた。野菜類の仕入れ数量の国産品と輸入品の比率を見ると、

国産野菜を六〇%以上仕入れている企業割合は五三・三%と、半数にも及んでいることが分かる。

### 国産野菜の課題

今後、国産野菜の使用比率を増やすには、どうしたらよいのだろうか。

中食の原料を卸す企業と中食製造工場の事例から課題とその解決策を考えてみよう。

奈良県に拠点を置くS社は、主に惣菜キット、カット野菜の製造、青果物の小分け納品などを行い、総合スーパー、食料品スーパー、百貨店テナント、病院給食などへ野菜原料を卸している。

使用している食材比率は、金額ベース(二〇一四年度実績)で生鮮品(主に野菜)が六五%、加工品(農産物、畜産物、水産物の冷凍加工、水煮など)が三五%である。そのうち生鮮品の野菜の使用内訳は、重量ベース(二〇一四年度実績)で、最も多いのが、タマネギ二二%で、次いでサツマイモ一七%、カボチャ一四%、キャベツ一〇%、ナス五%、その他三三%となっている。国産・輸入品の割合を野菜全体で見ると、重量ベース(二〇一四年度実績)で、国産品が六六%、輸入が三四%である。タマネギを七六%、カボチャを六六%、白ネギを九五%輸入している。これらが輸入の比率を押し上げているとはいえず、カボチャは夏場の三カ月は北海道産を使い、キャベツやナス、レタスは全て国産品を使用している。

タマネギは、中国産のむきタマネギを使うことが多いが、一部は「国産原料を使用したかき揚げや中華料理」用として北海道産などを、またサツマイモは「天ぷら材料」用として茨城県産や九州

表 原材料の仕入れ数量における国産の比率(野菜類)

|     |              | 企業数(件) | 0%         | ~20%未満      | 20%以上~40%未満 | 40%以上~60%未満  | 60%以上~80%未満  | 80%以上~100%未満 | 100%       |
|-----|--------------|--------|------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|------------|
| 全体  |              | 77     | 1件<br>1.3% | 10件<br>13%  | 5件<br>6.5%  | 20件<br>26%   | 19件<br>24.7% | 18件<br>23.4% | 4件<br>5.2% |
| 規模別 | 3億円未満        | 20     |            | 5件<br>25%   | 3件<br>15%   | 6件<br>30%    | 3件<br>15%    | 1件<br>5%     | 2件<br>10%  |
|     | 3億円以上~10億円未満 | 12     | 1件<br>8.3% | 1件<br>8.3%  |             | 2件<br>16.7%  | 3件<br>25%    | 5件<br>41.7%  |            |
|     | 10億円以上       | 45     |            | 4件<br>8.9%  | 2件<br>4.4%  | 12件<br>26.7% | 13件<br>28.9% | 12件<br>26.7% | 2件<br>4.4% |
| 業態別 | 製造・小売        | 16     |            |             | 2件<br>12.5% | 7件<br>43.8%  | 3件<br>18.8%  | 4件<br>25%    |            |
|     | 製造・卸         | 48     | 1件<br>2.1% | 9件<br>18.8% | 3件<br>6.3%  | 9件<br>18.8%  | 10件<br>20.8% | 12件<br>25%   | 4件<br>8.3% |
|     | 製造・卸・小売      | 13     |            | 1件<br>7.7%  |             | 4件<br>30.8%  | 6件<br>46.2%  | 2件<br>15.4%  |            |

資料:一般社団法人日本惣菜協会『2015年版 惣菜白書』惣菜産業の経営動向  
注:下段はシェア

### 輸入野菜コスト安への対応

産などを使い、それぞれ野菜キットとして多くの中食製造工場に納品され利用されている。輸入野菜を使用する理由としては、価格の安定や原価の低減、安定供給が可能であること、加工適性に優れていることがあるという。タマネギ、サツマイモでは2L、3L、カボチャは一・二〜二キログラムのもの、キャベツは一・二キログラム以上の大玉サイズなど比較的大きめの規格を使用することで、作業効率の向上を図っている。

そこで問題は、中食産業が輸入野菜を使用する理由となっている、価格の安定、原価の低減、安定供給、加工適正などの点に関して、国産野菜がいかに改善して強みにできるかどうかだ。その点を克服できれば、輸入野菜にとって代わり、中食産業での使用拡大が期待できる。

さらにS社は、国産野菜などの原料調達に關して、国内産地との取引は信頼関係で成り立っており、契約書などの書面ではなく口頭による取引が多いという。そのため、天候不順による不作の時は、奈良県や京都府の近場の市場に限らず全国の市場から仕入れているが、その場合はコストと時間がかかってしまうという。

生鮮品を含め一日で原料を数千種類も使用し、何百もの惣菜を作ることが多い中食の製造工場では、中食卸業者から一次加工された野菜を調達以外に、野菜の一次加工も行っている。しかし、例えば、泥が付いたままの野菜が納品された場合、洗う作業から始めなければならず、一次加工からだ、大変な労力を必要とする。また、工

場敷地に複数日生産分の原料となる野菜をストックする場所や設備が整っていないといった課題もある。

これらの課題を克服するには、各産地で一次加工まで手際よく行い、それを製造工場に効率よく集荷できるような体制が必要だと考える。

集荷の効率を上げるためには、一台の車で一日に必要な原料を混載できるよう、産地間連携を密にすることが必要になる。運搬容器の共有化を図れば、返却時の仕分けの軽減になる可能性もある。

また、品種や収穫時期などがさまざまな産地から、定時、定量、定品質のものをジャストインタイムで提供してもらうためには、産地と中食事業者のコミュニケーションや信頼関係の構築も欠かせない。前述のとおり、中食産業が災害時でも食を供給し続けるためにも、原料調達の可能性を高められるという意味で産地とのコミュニケーションや信頼関係の構築はとても大切だと私は考える。

もちろん、これらの課題を克服するには、いくつものハードルを越えていく必要がある。

しかし、国産野菜のシフトを進めることで安全・安心食材への特化、産地地消を推進して地域密着型の食材の利活用が実現すれば、中食市場は新潮流を作り出せる、と言っている。

#### 【参考資料】

- 一般社団法人日本惣菜協会創立35周年記念「中食2025」
- 2014年版・15年版「惣菜白書」一般社団法人日本惣菜協会発行

# 調理改善が進む介護食品市場に新潮流

介護食を新たにスマイルケア食と名付け、新しい商品規格の制定に向けて農林水産省が動き出した。介護食品市場では、食材を活かした「おいしさ」や「見た目の美しさ」を取り入れるなど多様な食品づくりを進める。成長市場に独自性を活かす企業参入の最近の動きを見る。

## 偏りなく栄養摂取が可能

わが国が「超高齢社会」と言われるようになって久しい。国立社会保障・人口問題研究所の二〇一三年の推計<sup>①</sup>によれば、全世帯数は一九九五年ピークとして緩やかに減少し、三五年には四九五五万世帯になる。しかし、世帯主が六五歳以上である世帯は二〇年に二〇〇〇万世帯を超え、三五年には全世帯対比で四〇・八%に達する(図1)。

注目すべきは、この増加の中心となるのが「単独世帯」ということである。これらの独居高齢者にとって、介護予防に役立ち、介護状態においても食べられる商品カテゴリーが充実されることは、社会的に大きな意味を持っているといえる。

高齢者の食での課題は、口腔機能の低下、すなわち高齢化に伴って「嚙む力(咀嚼力)」と「飲み込

む力(嚥下力)が落ちてくることと低栄養である。口腔機能の低下は、うまく食物が消化できなかつたり、喉を詰まらせる、もしくはその結果、気管支に食物が紛れ込むことによる誤嚥性肺炎を起すなどにつながる。また、低栄養は、代謝が下がることや、ライフステージの変化、体のトラブルなどによって体を動かす機会が減ること、食欲そのものがわきにくくなるため、食事が「食べたいものを少しだけ」「食べたいときだけ」に限定され、必要な栄養素が不足して起こる。これらの課題は、加齢や健康状態の悪化、重介護に伴って大きくなるため、「介護食」において、解決が目指されることになる。

介護食は、それぞれの高齢者の咀嚼力・嚥下力に応じたものが選択され、その形態には図2のようなものがある。家庭で介護者がいる、もしくは



株式会社日本総合研究所 総合研究部門  
マーケティング&イノベーション戦略クラスター

**齊木 乃里子** Noriko Saiki

さいきのりこ  
1969年大阪府生まれ。京都大学大学院経済学研究科博士後期課程修了後、2001年日本総合研究所入社。博士(経済学)。衣食住などマーケティングのコンサルティングに従事。11年ホームヘルパー資格取得、シニア分野も手掛ける。

高齢者施設に入っているなどの場合は、個々人の状況に合わせた形態の食事を、家族や職員が調理して提供する。

しかし、介護の現場では、慢性的な人手不足が大きな課題になっていることに加え、今後、独居高齢者も増加傾向にある。そこで重要視されるのが、家にいながら(在宅)、簡便(人の手を借りず)に、偏りなく栄養素が摂取できる市販の介護食品である。高齢者人口の増加に伴い、介護食の市場は増加の一途をたどっており、介護食品のメーカーで組織される「日本介護食品協議会」が発表した数字では、同協議会に登録している介護食(ユニバーサルデザインフード、以下UDF)の一年の生産量は二万三九二二ト(前年比一九%増)、出荷額は一六五億円(同三二%増)に達したとされる。チャネル(流通経路)別に見ると、スー



図1 世帯主が65歳以上世帯の世帯数と割合 (対全世帯数)

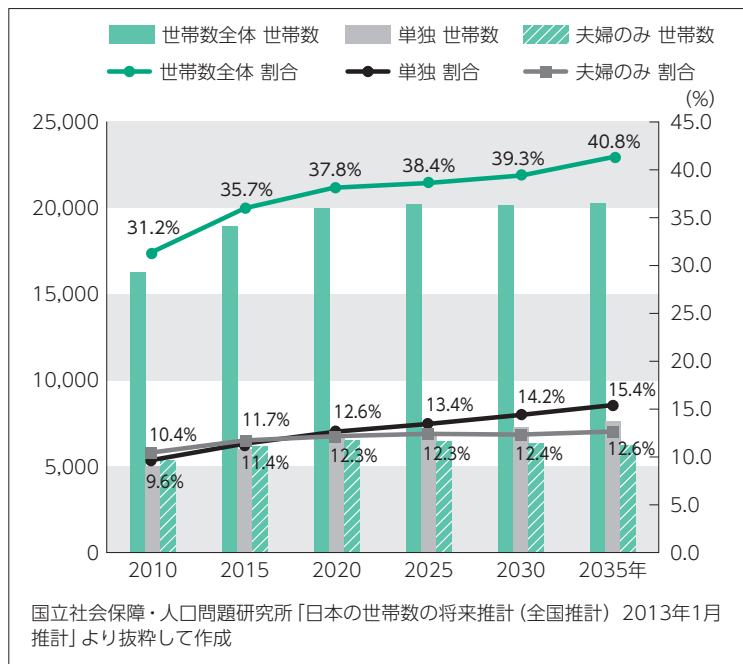


図2 介護食の形態

| 形態         | 概要                           | 向いている人                 |
|------------|------------------------------|------------------------|
| きざみ食       | 食材を軟らかくし、包丁やフードカッターで小さく刻んだ食事 | 嚥む機能が低下した人             |
| ソフト食 (軟菜食) | ゆでる、煮込むなどにより、軟らかくした食事        | 嚥む機能、飲み込む機能の双方が低下している人 |
| ミキサー食      | ミキサーにかけて液体状にした食事             | 嚥む機能、飲み込む機能の双方が低下している人 |
| 嚥下食        | 軟らかく調理したものを、ペースト状、ゼリー状にした食事  | 飲み込む機能が低下している人         |
| 流動食        | 液状のおかずや重湯                    | 手術後などで消化機能が低下している人     |

「モノ」の部分として良いものを作るだけではなく、それを本当に必要としている人が、手に入れられるように市場で展開される必要があるのだ。

その点で、ドラッグストアが地域の健康拠点として調剤や簡易検診などの機能を持ちつつ、在宅へ対応していくことは大きな意味を持っている。

日本チェーンドラッグストア協会は、重点活動内容として在宅介護への寄与を挙げており、二〇一五年一〇月以降「スマイルケア食(後述)(在宅介護)普及促進」などのプロジェクトを立ち上げている<sup>③</sup>。生活の中で無理なく健康状態や体調・介護度に合った介護食を手でできる仕組みが望まれる。

今後、適切に介護食を普及させるためには、「モノ」部分と手に入れやすさの双方が重要であることは先に述べた。そのうち、「モノ」部分については、利用者にとって適正な商品がどれなのかを判別することは難しい。形態もさまざまあり、作り手も大企業から地域の中小食品メーカーまでが参入し、アイテム数も年々増えているからである。

これまで、介護食には選択を手助けするさまざまな規格が存在していた。日本介護食品協議会ではUDF認定と共に、咀嚼力に着目してアイテムを分類している。また、「日本摂食・嚥下リハビリテーション学会」では「嚥下食ピラミッド」によって、介護食と健康状態とのマッチングができる分類となっているが、これらは専門家の中では認知されているものの、一般に広く知られておらず、市販用の商品に共通した分類でもない。

そこで、農林水産省は二〇一四年一月、介護食を新たに「スマイルケア食」と名付け、新しい商品規格の制定に向けて動き出した。まずは、健康状態や体調・介護度に合ったチャートによって適切な分類にたどり着けるようにするとともに、従来の規格や分類との対照表を作成して、これまでの選択との整合性・継続性が担保できるようにしている(図3)。また、主なメーカーの商品・ブランド・シリーズについて、どの分類に属するのかを表にすることで選択の一助となっている。

さらに一五年、日本食糧新聞主催、農林水産省後援により、「介護食品(スマイルケア食)コンクール」(以下、スマイルケア食コンクール)が開催され、五部門(介護予防、弱い力で噛める、歯ぐきでつぶせる、舌でつぶせる、噛まなくてもよい)に加工食品メーカーとして著名な企業から、冷凍、給食関

「モノ」の部分として良いものを作るだけではなく、それを本当に必要としている人が、手に入れられるように市場で展開される必要があるのだ。

その点で、ドラッグストアが地域の健康拠点として調剤や簡易検診などの機能を持ちつつ、在宅へ対応していくことは大きな意味を持っている。

日本チェーンドラッグストア協会は、重点活動内容として在宅介護への寄与を挙げており、二〇一五年一〇月以降「スマイルケア食(後述)(在宅介護)普及促進」などのプロジェクトを立ち上げている<sup>③</sup>。生活の中で無理なく健康状態や体調・介護度に合った介護食を手でできる仕組みが望まれる。

今後、適切に介護食を普及させるためには、「モノ」部分と手に入れやすさの双方が重要であることは先に述べた。そのうち、「モノ」部分については、利用者にとって適正な商品がどれなのかを判別することは難しい。形態もさまざまあり、作り手も大企業から地域の中小食品メーカーまでが参入し、アイテム数も年々増えているからである。

これまで、介護食には選択を手助けするさまざまな規格が存在していた。日本介護食品協議会ではUDF認定と共に、咀嚼力に着目してアイテムを分類している。また、「日本摂食・嚥下リハビリテーション学会」では「嚥下食ピラミッド」によって、介護食と健康状態とのマッチングができる分類となっているが、これらは専門家の中では認知されているものの、一般に広く知られておらず、市販用の商品に共通した分類でもない。

「モノ」の部分として良いものを作るだけではなく、それを本当に必要としている人が、手に入れられるように市場で展開される必要があるのだ。

その点で、ドラッグストアが地域の健康拠点として調剤や簡易検診などの機能を持ちつつ、在宅へ対応していくことは大きな意味を持っている。

日本チェーンドラッグストア協会は、重点活動内容として在宅介護への寄与を挙げており、二〇一五年一〇月以降「スマイルケア食(後述)(在宅介護)普及促進」などのプロジェクトを立ち上げている<sup>③</sup>。生活の中で無理なく健康状態や体調・介護度に合った介護食を手でできる仕組みが望まれる。

今後、適切に介護食を普及させるためには、「モノ」部分と手に入れやすさの双方が重要であることは先に述べた。そのうち、「モノ」部分については、利用者にとって適正な商品がどれなのかを判別することは難しい。形態もさまざまあり、作り手も大企業から地域の中小食品メーカーまでが参入し、アイテム数も年々増えているからである。

これまで、介護食には選択を手助けするさまざまな規格が存在していた。日本介護食品協議会ではUDF認定と共に、咀嚼力に着目してアイテムを分類している。また、「日本摂食・嚥下リハビリテーション学会」では「嚥下食ピラミッド」によって、介護食と健康状態とのマッチングができる分類となっているが、これらは専門家の中では認知されているものの、一般に広く知られておらず、市販用の商品に共通した分類でもない。

連、地域のカテゴリー専門メーカーまでバラエティーに富んだ一五一点が出品され<sup>4</sup>、今後の介護食品の成長を加速させることが展望される。

二回目の開催は今年四月一三〜一五日に決定しており、継続することでスマイルケア食の品質や技術力を向上させる目的があるといえる<sup>5</sup>。今後は、現在の選択方法に加え、統一規格を設定し、より適切な商品選択につなげるべく、農林水産省で検討が始まっており、今年、早くも新たな規格による商品の発売が予定されている<sup>6</sup>。

## 介護食に特徴を出す

スマイルケア食コンクールにおける審査で大きな意味を持っていたのが、低栄養対策など、いわゆる「モノ」として求められる機能だけではなく、「おいしさ」「見た目の美しさ」という基準である。

近年、「シニア」と呼ばれる人たちが、食事の楽しみを謳歌する傾向にあることが指摘されてきた<sup>7</sup>。以上のことは、アクティブシニアだけではなく、そろそろ体力がなくなってきたと感じる人たちが要支援・要介護層においても、「落ちてきた食欲」に対して、「足りない栄養素を機械的に補う」のではなく、「食欲を取り戻し」ながら、楽しんで食事をとり、自分らしい生き方を続けていくことが重要であることを示している。

これまで、口腔機能の低下に対し、きざみ食、ミキサー食などの形態のみで対応してきたケースでは、メニュー名と見た目のギャップで食欲がわかなくなったり、食べたときに素材感が感じられなため続かないなどにより、さらに食事をする力が低下してしまうということも起こっていた。

しかし、近年では、「凍結含浸法（食品素材の今まで酵素を急速に染み込ませる技術）」（広島県立総合技術研究所）や、「酵素均質浸透法（食材ごとに最適な酵素を選び、圧力を変えながら浸透させる独自技術）」（イーエヌ大塚製薬）など、舌でつぶせる柔らかさに加工する技術などが開発され、介護食のイメージが大きく変わってきている。野菜の煮物、肉・魚類など、見た目は常食（健常者の食事）と変わらず、味のイメージがわかりやすいものに仕上げられる技術である。また、自宅のレシピに加えるだけで嚥下食を簡単に作れるゲル化剤（ニュートリー）や、塩分控えめでもしつかりと味を感じることができる添加剤（三栄源エフ・エフ・アイ）なども開発されており、おいしさや手軽さもバリエーションが広がっている。

とりわけ、「凍結含浸法」は現在五一社がライセンス契約し、北洋本多フーズ（広島県尾道市）や、宮崎商会（広島県福山市）、アオイコーポレーション（高知県香美市）など、地域企業一七社が生産・販売を手掛けており、企業の規模に縛られずに商品開発の道が開けることにつながっている。また、イーエヌ大塚製薬「あーいと」（語源は「aito」）では、見た目から食欲を取り戻すことをコンセプトに、日本料理店の板前経験者が開発担当に加わったこだわりの商品を開発しており、胃ろうの患者が食欲を取り戻すケースもあるという<sup>8</sup>。加えて、季節に合わせて「おせち」「お花見弁当」「うな重」などの特別食を限定販売し、注文開始から短期間で売り切れになるほどの人気を誇っている。

一方、大手食品メーカーも味や品ぞろえで商品の拡充を図る。キユーピーは「やさしい献立シ

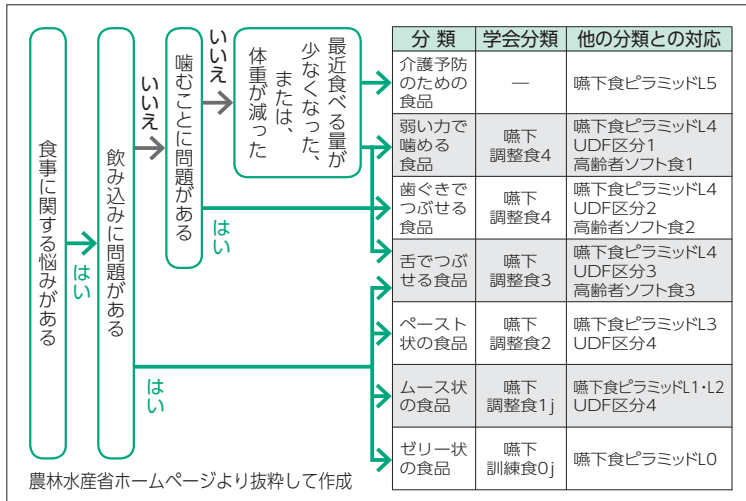
リーズ」で主食からおかず、デザートなど幅広い品ぞろえを強みにしている。マルハニチロは和洋中のメニューをそろえ、飽きない工夫で需要を喚起している。明治は「やわらか食」シリーズの「ごろっと野菜」などで、具材感を残し、見た目にもこだわっている。さらにハウス食品は「おいしさ」にこだわりつつも、「歩く生活応援飲料」「さわやか生活応援飲料」などで、手軽に必要な栄養素を効率的に摂取できる飲料を開発しているほか、「やさしくラクケア」シリーズで、噛む力が衰えた人にも食べやすい料理やプリンなどをそろえ、在宅市場を意識し、導入店舗数を拡大しつつある<sup>9</sup>。

スマイルケア食で「噛む力」の基準に例えられた豆腐業界においても、大豆たんぱくなど栄養価が高く、要介護者が食べやすいことから、介護食への参入が進んでいる。おとうふ工房いしかわ（愛知県高浜市）は、スマイルケア食コンクールで入賞し、今年に新工場の設立、直営店舗の出店などを予定している<sup>10</sup>。旭松も高野豆腐を介護食向けにアレンジして全国展開を開始しており、幸伸食品は精進料理を介護食に応用した「ごま豆腐プラス」で入賞を果たした<sup>11</sup>。規模の大小にかかわらず、出自やこれまでの商品の特徴を活かして参入し、独自のポジションを確保しつつある企業が出てきている。

## 新たな売場やサービスも

単なる「モノ」部分にとどまらず、利用者と確実に「出会える」ための施策にも各社が注力し始めている。その多くは、介護食の情報ハブとなる医療機関や高齢者施設の管理栄養士、看護師、ケ

図3 新しい介護食品（スマイルケア食）の選び方と分類の概要



アマネージャーといった専門職に対して情報発信していくとともに、在宅市場向けに分かりやすく親しみやすい情報提供を行っている。

三井製糖傘下に入ったニュートリーは流動食に加えることで嚥下食を作る「ソフティア」シリーズ拡売のため、「嚥下チーム」を組成し、専門職向けのセミナーを開催して、自社商品を活用した嚥下食の調理をアピールしている。また、在宅向けには『おうちでできる嚥下食』というレシピ集を発売したり、ご当地グルメ（きりたんぼ鍋や沖繩そばなど）をソフティアを使い調理するレシピを紹介する「ご当地嚥下ワールド」の運営や、キッチンスクールの開催にも取り組んでいる<sup>16)</sup>。また、マルハニチ

口はヘルパーやケアマネージャーにサンプルを配布して、実際に食べてもらう活動を実施した<sup>18)</sup>。フジッコも訪問看護師に直接細かな説明をするため、月に二〇〜三〇カ所を訪問している<sup>19)</sup>。味の素は管理栄養士向け情報誌を年二回発行するとともに、在宅市場対策には「おじいちゃん、おばあちゃんもいっしょに食べよう！ 冷凍食品活用術」を紙媒体・インターネットで展開している<sup>15)</sup>。

実際に、利用者と商品が出合う接点としてのチャネル側では、新たな売場づくりや、サービスの開発に着手している。例えば、JR大森駅の近くにあるダイシン百貨店では、二〇年前から介護売場を設置しており、介護食品も一〇〇を超える。試食販売の実施と共に、高齢者の弁当配食サービスも手掛けている。同店のスタッフ二〇〇人は認知症サポーターでもあり、大田区の「見守りネットワーク」にも協賛している<sup>16)</sup>。また、マルエツでは、全店舗の二割弱に相当する三〇店舗でシニア売場を展開しており、代理購買が多いことに着目し、電話やインターネットで注文を受け付け、自宅に配達するサービスに取り組んでいる<sup>17)</sup>。ヤックスタドラッグを展開する千葉薬品においても、半数の店舗でホームヘルパー二級資格を持つ介護相談員により、アドバイスやサービスが提供できる体制を整備している<sup>18)</sup>。

### 高齢化成熟国のモデルに

以上のように、今後の介護食は、体力や健康状態が低下しても、「いつまでも自分らしくある」ための栄養補給や、食事という「生活行為そのもの」を「当たり前」に「続けていく」ためにかけがえのないものになる。本来、食とは、家庭や育った環境が違えば、好みや調理法も違うため、多様性を含んでいる。それにプラスして、介護食においては各人の健康状態や介護度を検討する必要がある。現在、介護食分野に参入している企業は、規模や独自の多様性に富んでおり、食材の持つ機能やメニュー数、最後のひと手間の融通性の確保などといった開発側に求められる多様性・健康状態に対応すると同時に、成長市場に対し、それぞれが自社の独自性を活かして活躍できる可能性が高い。

さらに、「近くで」「いつでも」買えるといったチャネルの問題に加え、利用者と商品をマッチングさせるための社会的機能が求められるため、各社が取り組みつつある相談機能や情報発信機能が、個社レベルを超えた連携により発展・拡充していくことに期待したい。また、これらの業界全体での商品や顧客接点の仕組みを、他のどの国よりも高齢化で先を進む成熟国として、いち早く新モデル事例を作り上げることに、長期的には他国への輸出も視野に入ってくるといえる。

【参考文献】1「日本の世帯数の将来推計」2013/01/22  
3「業界日報特集号」2015/10/09/4・5「日本食糧新聞」2015/04/20/6「日本農業新聞」2015/08/16/7「日経MJ」2015/07/12「日本総研ホームページ」2015/08/8  
「Fuji Sankei Business i」2015/02/27/9各社ホームページ/ニュースリリースなど/10「中部経済新聞」2015/06/16/11「日本農業新聞」2015/04/20/12「日経MJ」2015/01/30「週刊朝日」2015/05/29「日経産業新聞」2015/07/08/13「日経産業新聞」2015/01/13/14「日本食糧新聞」2015/07/22/15「日本食糧新聞」2015/09/11/16「月刊販売革新」2015/07/01/17・18「同上」2014/12/01

# 食品供給元が「安全」で選択される

食品などの製造工程で衛生管理手法であるHACCPの導入が必須となりつつある。バイヤーなどからも、その導入を求められており、食品製造業にとってはこれが販売戦略の重要なポイントにもなっている。食品企業コンサルタントの目から見たHACCP導入の効果とは。

## 日本でも導入義務化の流れ

安全な製品を作るためには、安全な原材料が必要になる。食品工場が原材料を購入するために注意していることは、原材料の供給元が安全な原材料を作っているかが第一である。以前は、昔からの付き合いや人脈などによって原材料の供給元を選定する傾向にあったが、今は何よりも安全性が重視される。

日本公庫の「平成二六年度下半期食品産業動向調査」によると、食品卸・小売り・飲食業の約七割の企業が食品の仕入れ条件として「HACCPを導入していることを考慮する」としており、供給側は安全性の確保のためにHACCPの取り組みが重要になる(図1-1)。他方、食品製造業者でHACCP導入済み、または予定し

ている企業は五割弱にとどまっており、それぞれの意識にギャップが見られる(図1-2)。

欧米を中心にHACCP導入の義務化が進んでいるが、国内でも、二〇一四年、食品などの事業者が実施すべき管理運営基準に関する指針(ガイドライン)にHACCP導入型基準が加わって、従来型基準との選択制になり、HACCPの義務化の流れが始まっている。

このように、食品製造業には早急な対応が求められる中、本稿では導入に当たった問題点と解決策について考察したい。

HACCPと聞くと「お金がかかる」と考えている人は多い。実際、前述の日本公庫の調査でも、食品製造業でHACCP導入時に、「施設や設備整備の資金負担を懸念」する企業は六割にも上っている(図1-3)。



株式会社フーズデザイン 代表取締役

**加藤 光夫** Mitsuo Kato

かとう みつお  
1948年東京生まれ。71年日本大学商学部経営学科卒業。84年株式会社フーズデザイン設立。食品の商品開発とHACCP構築のコンサルティングを手掛ける。「高度化基盤整備に関する検討委員会」委員などを務める。

これはマスコミなどで「何億円かけてHACCP対応工場を新設」という見出しをつけて取り上げられることが多く、金額が先に注目されてしまうからだ。

HACCPは、土台となる一般的衛生管理(RP)と共に構築する(図2)。一般的衛生管理は、従業員の衛生管理も含めた、工場内の整理、整頓、清掃、洗浄といった、いわゆる「5S」「7S」活動だ。

工場内を清潔に保てば、異物や細菌、虫、カビといった危害の元を少なくすることができるので、これだけでもかなり安全になる。しかし、危害の元となる食中毒菌や金属片などの異物が食品に入る可能性もあり、食品そのものからこれを除去することが必要である。これらにとどめを刺す工程を見つけて、集中して管理するの

図1-1 食品の仕入れでのHACCP導入の必要性

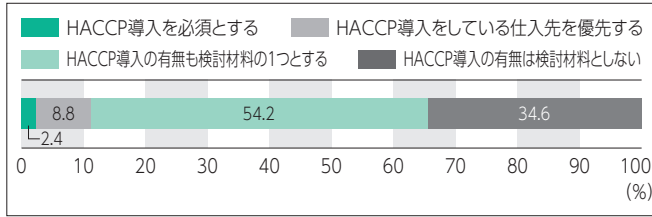


図1-2 食品製造業におけるHACCPの導入状況

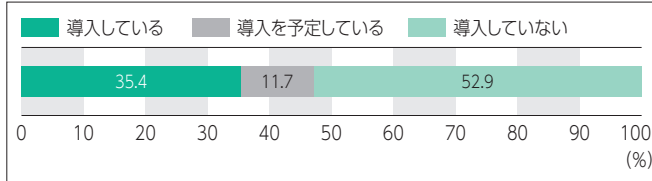
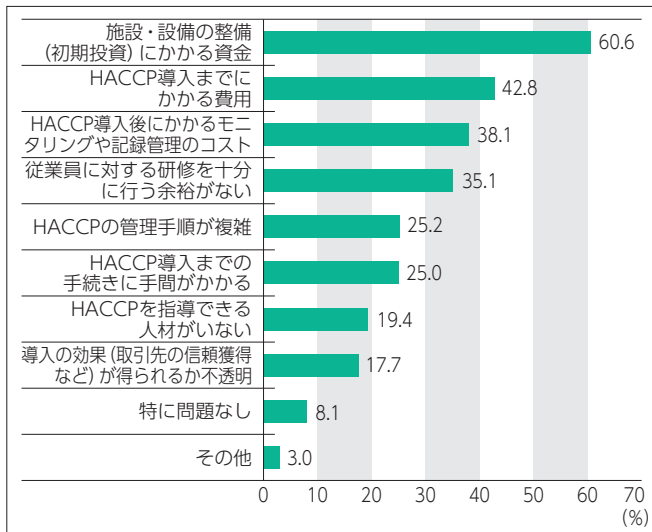
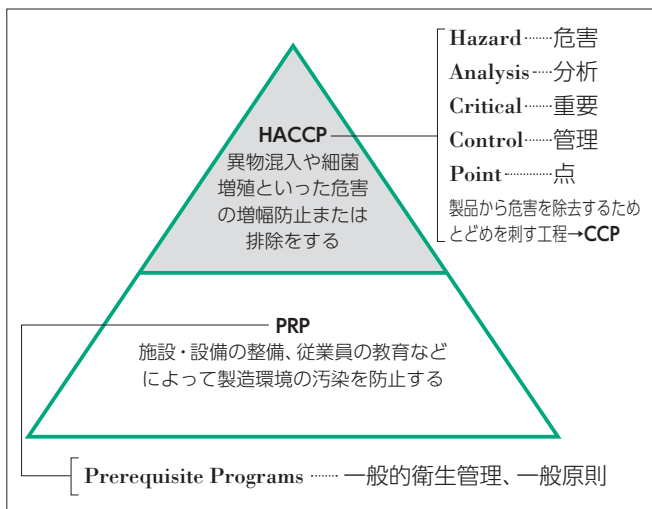


図1-3 食品製造業でHACCP導入時に問題となった、もしくは問題になると思われる事項(複数回答)



出典：図1全て「平成26年度下半期食品産業動向調査」(日本政策金融公庫)

図2 HACCPとPRPの概要



がHACCPだ。  
 一般的衛生管理で環境から危害と危害の元を減少させ、HACCPで食品そのものから危害とその元を除去するのだ。  
 一般的衛生管理で行うことはかなり多いが、HACCPで危害を除去できる工程(CCP)は1〜三カ所程度だ。これは重要であるため、しっかり監視する体制を整えなければならぬ。  
 しかし、体制を整えるに当たって、例えば中心温度計や金属探知機といった機械を新たに導入するために、必ずしも多額の投資が必要ということではない。老朽化した工場でも、HACCPは導入することができる。工場を閉鎖して頻度を決めた清掃洗浄をするだけでも、安全管理を強化できるのだ。

ただし、工場の改修や新設の機会があるのなら、コストパフォーマンスの良い運営ができるよう衛生管理のしやすい設計施工にするべきである。  
 例えば、食品工場では一般的に金属探知機を導入しているが、食肉関係では骨の混入を発見するために、最近の高性能でコンパクトなX線検査機を導入すれば、効果を上げることができる。また、温度測定装置の中には高性能なものがあり、これを導入すれば、測定した温度を無線でパソコンに送信し記録するだけでなく、簡単に傾向も見ることができる。  
 さらに洗浄で威力を発揮する泡洗浄機を導入すれば、洗浄効果のアップだけでなく、洗浄時間の短縮につながり、コストダウンにもなる。

HACCP支援法により、高度化基準が措置されている業種については、HACCP導入を行う工場の新設や改修のほか、こうした一般的な衛生管理に必要な衛生管理施設の整備(殺菌器、手洗い施設など)に日本公庫の食品産業品質管理高度化促進資金(HACCP資金)が利用できる。  
**プロダクトゾーンの整備で改善**  
 一般的衛生管理の構築の中で即効性があるのはプロダクトゾーンの整備だ。プロダクトゾーンというのは、食材(食品)がむき出しになった製造ラインとそのラインがある場所を指す。  
 このゾーンは、工場内でも約二割程度しかないで、この周囲に異物といった危害の元とな

るものがないかを確認し、徹底的に除去することが短い期間で効果を出す策なのである。

とりわけ重要なのは、整理整頓と動線整備である。これにより、人員も機器システムも同じままで安全性と、生産効率の改善によるコストダウンあるいは利益アップにつながる。

そこで、洋菓子や和菓子、アイスクリームなどを製造している大型の菓子工場を事例として紹介する(図3)。

この工場では、全体の四分の一ほどのエリアで製造している焼き菓子ラインを整備することになり、HACCPの構築と平行して動線やゾーニング(用途別に空間を配置すること)などの見直しを行った。

当初、工場側はHACCPの構築には多額の投資が必要であると慎重だったが、顧客の安全志向の要請に対応するため、実施を決定した。

工場の四分の一とはいえ、かなりの広さがあり、ここで原材料の検収、保管、調合ミックスの下処理、焼成、放冷、組み立てまでを行っている。組み立ての後にいったん、保管庫のために置き、ある程度の数量がまとまったら別の場所で、フィルムパックと化粧箱、そして外箱に入れ、出荷場所まで移動している。

この工程があるために、製品がむき出しのままでは異物混入の危険があるので、コンテナに入れ、ビニールシートでカバーをしている。この作業は人件費も資材も無駄である。

なぜこうなっているのかを見てみると、焼き菓子ラインがある場所で、小型ケーキの製造も行っており、これが作業の妨げになっているこ

とが分かった。

以前、少し空いていた今の場所に作業台を入れて小型ケーキの製造を始めたのだが、そのうちに焼き菓子ラインと小型ケーキの製造が拡大し、いつの間にか焼き菓子ラインを小型ケーキの製造が遮断した状態で定着していたのだ。

そこで、小型ケーキを移動してこの場所を空け、後は動線とゾーニングの整備をすれば、この四分の一のエリアで外箱詰めまで完結できると考えた。小型ケーキの製造場所は、別のエリアに確保することができた。

その結果、コンベアオープンから出て来た焼成シートの放冷から組み立て、カット、フィルムパックまでを清潔ゾーンとして隔壁でゾーニングし、安全なインナーパックまでを隔離。その後、金属探知機を通して、次の準清潔ゾーンで化粧箱と外箱に入れることができるようになった。

この改善で、このラインの従事者は二八人から二三人となり、人件費が大幅にダウンした。さらに時間当たり八〇〇パックだった製造が一二〇〇パックと、一・五倍もの大幅な増産が可能になった。ゾーニングの費用が多少かかりはしたが、すぐにこの費用は回収することができた。

### 科学的管理が品質を安定させる

HACCPで危害を除去できる工程であるCCPは前述した通り、全ての製造工程の中でそう多くはない。一般的にCCPとして考えられるのは、食中毒菌を死滅させる加熱殺菌や、食べる人にけがをさせないよう金属を検知することだ。

加熱殺菌の場合、加熱後の中心温度を七五〜八五℃とし、これを管理基準とする。今までこのような基準は設けられておらず、作業者の経験と勘によって調理されていたので、過加熱あるいは、加熱不足があり、廃棄や再加熱となるとロスや無駄な製造コストがかかっていた。

HACCPのCCPで管理基準を決めて、中心温度計で三〇分ごとに測定するという科学的管理を始めると、廃棄によるロス、再加熱による無駄なコストが無くなるだけでなく、誰が作業しても同じ基準で調理ができるので、常に品質が安定した食品を製造することができる。

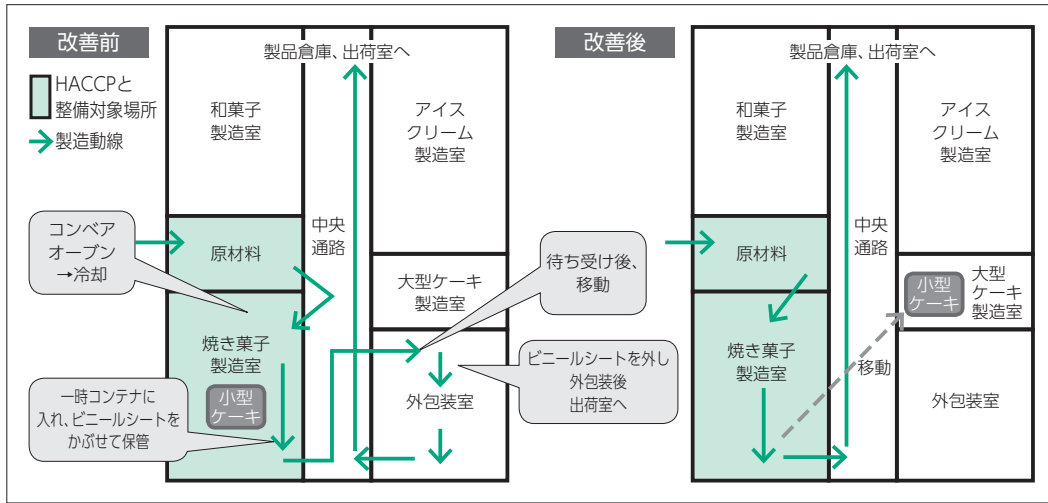
ここにおいても、安全、安定、そしてコストダウン(あるいは利益)を達成することができる。他方、HACCP管理に対するバイヤー側の目線はどうだろうか。

ある量販店のバイヤーが最近新設された食品工場に取引の検討のため、視察に向かった。すると、玄関の横が喫煙場所になっているようで数人の従業員が作業衣のまま、たばこを吸っているのを見たという。その後、バイヤーは、この食品工場とは取引をしなかった。

別のバイヤーは、一〇年ほど前から安全管理を購買の重要条件にして仕入れ先工場の監査をしており、この一〇年ほどの間に、衛生安全管理を強化していない工場からHACCP管理をしている工場へ徐々に発注をシフトしているという。

私はこのバイヤーに「それを衛生管理をしていない工場に教えてあげたらどうですか」と聞いたところ、「意識しているところは、すぐに実

図3 菓子工場の事例



施するでしょう。何も言わずに発注を徐々に減らして、HACCPで衛生管理をしている工場に変更していく予定です」ということだった。衛生管理をしていない工場は、なぜ少しずつCCPで衛生管理を強化している工場は、次第

に受注が増えていく。

一年前に工場を新設したばかりなのに「クレームが減らない」という食肉のパック工場があった。行ってみると、原料や包材の保管場所も動線も大混乱で、期限切れの原料も保存しているというありさまだった。

そこで、大混乱している倉庫内の不要物廃棄、整理整頓を行い、庫内の置き場所を決め、先入れ先出ししやすいようにレイアウトをし、これを数カ月かけて進めていった。

すると、クレームはそれまでの一割程度に激減した。さらに無駄なものが無くなり、どこに何があるかが明確になったことで、発注に時間がかからず、欠品による製造ロスが無くなり、誤発注や不要在庫も無くなった。

また、動線の改善により原料の移動距離と時間が短くなるので、異物混入の危険が減少し、製造中の食材の温度上昇も防げるようになった。このように、土台となる一般的衛生管理をしっかりするだけで、作業効率や安全性が向上し、さらに取引先の信用も増していくのである。

### 取引の力に第三者認証取得も

ISO22000は食品安全マネジメントシステムであり、品質マネジメントシステムのISO9001、および環境マネジメントシステムのISO14000と並ぶ国際規格だ。

これは一般的衛生管理とHACCPによる衛生管理と運営に関するマネジメントで、さらにハード面に関する技術仕様を入れた関連規格であるISO22002を加えた世界最高峰の食

品安全規格であるFSSC22000になる。

ある食肉パック工場では衛生管理の徹底を図るためにISO22000の認証を目指した。HACCPは自主管理なので構築して実施すれば高度な安全管理ができるが、第三者にも認めってもらうためにISO22000の取得までを目標に入れたのだ。

ISO22000を取得し、地元紙などに紹介されてしばらくすると、大手量販店のバイヤーから声がかかり、工場視察が行われ、認められて納入が始まった。それまでは地元の量販店や食肉専門店、フードサービスへの納入が主体だったのだが、大手量販店の方から声がかかるとは思わなかったようだ。あとから分かったことだが、この量販店は以前からこの工場の製品に興味を持っていたのだが、ISO22000を取得を聞いたので打診してきたのだ。

また、ある調味料メーカーでは以前からヨーロッパ市場へ進出したかったのだが、EU側の安全確認や手続きが進まず、時間ばかりかかっていた。その後、FSSC22000を取得し、EU側窓口に連絡したところ、今までのような手続がなくなったという。和食がユネスコの世界文化遺産に登録され、

世界中から注目を集めている。また、二〇二〇年の東京五輪を見据えて世界中から観光客が押し寄せインバウンド需要が急増するなど、日本の食品産業界においても追い風が吹いている。この風を自社の利益に結び付けられるよう、さらなるHACCPの普及に期待したい。



# 農業景況DI 上半期は多くの 業種で大幅改善 5業種でプラスに転化

—2015年上半期 農業景況調査—

日本公庫の農業資金をご利用いただいているお客さまを対象に、2015年上半期の農業景況調査を行いました。結果概要を紹介します。

ら、マイナス幅が縮小しましたが、他業種と比べるとDI値は依然として低い状況にあります。

養豚(六七・五→五二・八)は、価格が高止まりしていることへの警戒感もあり、一四・七ポイント下落しましたが、一四年に続いて全業種で最も景況DIが高い結果となりました。

乳価が引き上げられた酪農(北海道▲四・一→一七・九、都府県▲三〇・九→▲〇・三)についても、大幅に改善しました。

一方、国内消費量の減少などで販売価格が低迷している茶(▲五五・〇→▲六一・五)は、多くの業

種で景況DIが大幅に改善する中、改善が見られませんでした。

## 生産コストDIはマイナス幅改善

二〇一五年上半期の生産コストDIは、一四年(▲六六・三)から九・五ポイント改善し▲五六・八となりました(図2)。

円安が進行した影響で生産資材の価格は高止まりしていますが、昨年後半から原油価格が下落し続けたため、生産コストDIに改善が見られたと考えられます。

一五年の半年経過時点での設備投資見込みDIは、一五年一月調査時(▲三一・一)より二六・一ポ

## 多くの業種で大幅改善

二〇一五年上半期の農業全体の景況感を示す景況DIは、前回調査(二〇一五年一月)の▲三三・七(二〇一四年通年実績)から二四・六ポイント上昇して▲九・一と大幅に改善しました(図1)。

業種別では、販売価格が堅調に推移した露地野菜(▲一五・七→一〇・一)および施設野菜(▲八・四→一五・八)、施設花き(▲三四・四→一・二)、きのこ(▲二〇・七→八・三)、肉用牛(▲一・二→二六・八)の景況DIが大幅に改善し、プラス値に転じました。

稲作は、北海道(▲六七・二→▲三七・七)、都府県(▲七一・〇→▲

図1 景況天気図

| 経営部門 | 2014年   | 2015年 | 2015年 |       |
|------|---------|-------|-------|-------|
|      | 実績(注2)  | 上半期実績 | 通年見通し |       |
| 農業全体 | ▲33.7   | ▲9.1  | ▲12.2 |       |
| 耕種   | 稲作(北海道) | ▲67.2 | ▲37.7 | ▲55.8 |
|      | 稲作(都府県) | ▲71.0 | ▲43.0 | ▲39.7 |
|      | 畑作      | ▲5.3  | ▲0.6  | ▲13.2 |
|      | 露地野菜    | ▲15.7 | 10.1  | 4.1   |
|      | 施設野菜    | ▲8.4  | 15.8  | 19.6  |
|      | 茶       | ▲55.0 | ▲61.5 | ▲62.8 |
|      | 果樹      | ▲12.7 | 0.0   | 0.6   |
|      | 施設花き    | ▲34.4 | 1.2   | 6.9   |
|      | きのこ     | ▲20.7 | 8.3   | 20.2  |
|      | 酪農(北海道) | ▲4.1  | 17.9  | 17.9  |
| 畜産   | 酪農(都府県) | ▲30.9 | ▲0.3  | 8.2   |
|      | 肉用牛     | ▲1.2  | 26.2  | 18.4  |
|      | 養豚      | 67.5  | 52.8  | 20.7  |
|      | 採卵鶏     | 28.6  | 31.1  | 19.8  |
|      | ブロイラー   | 10.4  | 23.6  | 16.4  |

(注1) [DIの値とお天気マークの関係]

☁ ≤ -50 < ☁ ≤ -20 < ☁ ≤ -5 < ☁ < 5 ≤ ☁ < 21 ≤ ☁

(注2) 2014年実績は2014年通年の実績



イント上昇し▲五・〇となりました(図3)。

茶とプロイラーを除き、ほとんどの業種で大幅に改善しました。好調な養豚(二一・八↓三七・四)が最も高い結果となったほか、施設野菜(▲三〇・八↓二一・二)、きのこ(▲二六・八↓一五・七)、肉用牛(▲二七・八↓〇・七)でプラス値に転じました。

### 見通しDIIは上昇

一五年通年の農業全体の見通しDIIは、一四年(▲三三・七)より二一・五ポイント上昇し、▲二二・二となりました(図1)。

一五年上半期が好調な露地野菜(▲一五・七↓四・二)、施設野菜(▲八・四↓一九・六)、施設花き(▲三・四↓六・九)、きのこ(▲二〇・七↓二〇・二)、酪農(北海道▲四・一↓一七・九、都府県▲三〇・九↓八・二)、肉用牛(▲一・二↓一八・四)など大半の業種で一四年と比べ大幅に改善する見通しとなりました。

稲作については、北海道(▲六七・二↓▲五五・八)、都府県(▲七一・〇↓▲三九・七)といずれもマナス幅が縮小しましたが、他の業種と比べると見通しDIIは、いまだ低い状況にあります。

図2 生産コスト天気図

| 経営部門    | 2014年<br>実績(注2) |   | 2015年<br>上半期実績 |
|---------|-----------------|---|----------------|
| 農業全体    | ▲66.3           | ↗ | ▲56.8          |
| 稲作(北海道) | ▲69.0           | ↗ | ▲62.0          |
| 稲作(都府県) | ▲53.2           | ↗ | ▲50.4          |
| 畑作      | ▲78.2           | ↗ | ▲67.7          |
| 露地野菜    | ▲67.5           | ↗ | ▲59.9          |
| 施設野菜    | ▲63.4           | ↗ | ▲52.3          |
| 茶       | ▲72.5           | ↗ | ▲25.6          |
| 果樹      | ▲67.0           | ↗ | ▲51.8          |
| 施設花き    | ▲72.8           | ↗ | ▲55.6          |
| きのこ     | ▲74.4           | ↗ | ▲59.5          |
| 酪農(北海道) | ▲80.4           | ↗ | ▲72.5          |
| 酪農(都府県) | ▲83.6           | ↗ | ▲75.7          |
| 肉用牛     | ▲81.9           | ↗ | ▲73.8          |
| 養豚      | ▲59.8           | ↗ | ▲42.7          |
| 採卵鶏     | ▲78.6           | ↗ | ▲54.7          |
| プロイラー   | ▲59.7           | ↗ | ▲54.5          |

図3 設備投資見込み天気図

| 経営部門    | 2014年<br>実績(注2) |   | 2015年<br>上半期実績 |
|---------|-----------------|---|----------------|
| 農業全体    | ▲31.1           | ↗ | ▲5.0           |
| 稲作(北海道) | ▲47.9           | ↗ | ▲13.4          |
| 稲作(都府県) | ▲35.1           | ↗ | ▲6.5           |
| 畑作      | ▲25.6           | ↗ | ▲1.3           |
| 露地野菜    | ▲30.4           | ↗ | 0.0            |
| 施設野菜    | ▲30.8           | ↗ | 2.2            |
| 茶       | ▲39.4           | ↘ | ▲43.6          |
| 果樹      | ▲36.6           | ↗ | ▲17.1          |
| 施設花き    | ▲47.4           | ↗ | ▲21.8          |
| きのこ     | ▲26.8           | ↗ | 15.7           |
| 酪農(北海道) | ▲27.2           | ↗ | ▲15.6          |
| 酪農(都府県) | ▲14.4           | ↗ | ▲3.1           |
| 肉用牛     | ▲17.8           | ↗ | 0.7            |
| 養豚      | 11.8            | ↗ | 37.4           |
| 採卵鶏     | ▲7.1            | ↗ | ▲5.7           |
| プロイラー   | ▲4.5            | ↘ | ▲9.1           |

■天気図の見方について

天気図は、次のようにして算出されたDI (Diffusion Index) と呼ばれる指標により作成しています。アンケートの各項目への回答は、「①良くなった ②変わらない ③悪くなった」から1つ選ぶ形式となっており、この3種類の回答数を計算し、その構成比(%)を用いて次式によりDIを算出します。「①良くなった」(%) - 「③悪くなった」(%) = DI

また、茶(▲五五・〇↓▲六一・八)はさらに悪化し、苦しい状況が続く見通しとなりました。



また、茶(▲五五・〇↓▲六一・八)

〔調査概要〕

● 調査時点・方法

● 二〇一五年六〜七月・郵送調査

● 有効回答数

融資先(計二万三九五六先)

スーパーL資金／農業改良資金

(情報企画部 藤嶋 吉宏)

● 調査対象

六四九八先(回収率二七・二%)

特定非営利活動法人  
日本ジビエ振興協議会

## 小谷 浩治

(六三歳)



● 小谷にこうじ ●  
二〇一〇年から野生動物の被害対策に関する研究会を立ち上げ、現在も事務局を担っている。二年五月に設立した日本ジビエ振興協議会の事務局長に就任し、一四年七月のNPO法人化後も事務局長として、藤木徳彦理事長と二人三脚で活動を行っている。

## 野

山の青草を食べた夏ジカの肉」と「夏場に有害捕獲したシカの肉」。もし、飲食店で提供されるシカ肉料理のメニューにこのようなキャッチフレーズが書いてあるとしたら、食べてみたくなるのは前者だろうか、それとも後者だろうか。

市場に出回っている国産のシカやイノシシの肉の多くは、鳥獣被害対策として有害捕獲されたもので後者の表現に間違いはない。しかし、こうした狩猟により捕獲された野生鳥獣の肉、つまりジビエを加工して販売するには、一工夫が必要である。

二〇二二年に現NPO法人の前身である日本ジビエ振興協議会を立ち上げた頃、地方自治体や食肉処理施設の関係者の間では市場調査も行わずに、「解体処理したシカ肉やイノシシ肉をパッケージにすれば、売れるはずだ」という傾向が多く見受けられた。

私は日本ジビエ振興協議会の発足準備中に、ジビエの加工品を買うため、道の駅や直売所に行つて販売されている商品を見てみた。ところが、パッケージに荒々

しいイノシシのイラストが描かれ、いかめしい印象を受けた。「無理して買わなくて良いぞ!」と言いたげなラベルも目立った。中身の味付けも自己流なのだろうか。ワンコイン以上のお金を支払つてまで、また食べたとは思わない缶詰やカレーが多かったことを記憶している。

問題なのは、こうした商品を買った消費者は、本来おいしいジビエ料理からも足を遠ざけてしまうことだ。一度まずいジビエを食べると、ジビエそのものを敬遠してしまう傾向にあることは、幾つかの市場調査から明らかとなっている。

二年間の活動を経て、国や地方自治体、企業に認知してもらえる活動を展開するため、一四年七月に特定非営利活動法人日本ジビエ振興協議会として再出発した。「おいしいジビエをより多くの人に ジビエを通じて地域の活性化に貢献」という設立理念のもと、「おいしくなければジビエじゃない!」を合言葉に捕獲、放血、食肉処理施設への搬入、解体処理、加工、調理と

いう工程ごとに、いかにしておいしさを損なわないようにするかを主眼に、地方自治体をはじめ、食肉処理施設や流通・加工業者、外食産業と連携して、ジビエ利活用に当たる適正な捕獲、解体処理、加工、調理の啓蒙活動を行っている。

**ジ**ビエの市場規模は意外に大きいと、これらの活動を通じて実感している。環境省の調査によれば、シカとイノシシを合わせて、年間八十数万頭捕獲されているが、食用になっている割合は、最も多い北海道でも一五%前後で、全国を平均すれば八%前後と推定される。仮に八%として、年間六万頭強の利用にとどまる。しかし、市場規模は捕獲頭数八〇万頭をのみ込む勢いがある。

ジビエが地方活性化や地域産業として成り立つことは、市場規模を見れば十分可能なのだが、動きはまだ遅い。それは第一に、鳥獣被害対策と利活用を担う部署が、行政、JAともに異なること。第二に、厄介者を益獣に変えるアイデアを持つ人材が不足している点が挙げられる。

ジビエと農業の六次産業化を組み合わせて新たな産業とすることを証明したのが、外食産業向けの食品

を製造・販売するJA全農の子会社、株式会社ピュアディッシュの取り組みである。二〇一四年に千葉市内で稼働したピュアディッシュの加工場には、真空低温調理法という特殊な技術が導入され、これにより通常は売れずに廃棄されていたジビエのスネ肉やスジ肉などの硬い部位も軟らかく仕上げることができるようになった。現在、JR東日本のエキナカの飲食店などに、ジビエと国産農産物を使ったカレーやそばのトッピングなどを販売している。

ピュアディッシュと同様のノウハウをもって、地方自治体やJAが保有する既存の加工施設で、ジビエの硬くて売れない部位の肉と規格外の農産物を使った加工品ができれば、地元だけでなく全国の外食産業においしいジビエを供給できるようになる。

特定非営利活動法人日本ジビエ振興協議会は、川上（地方自治体や食肉処理施設）と川下（流通・加工業者や外食産業）をつなぎ合わせて、ジビエの新たな商流を実現する取り組みに着手している。一五年一月にはコンソーシアムとして「国産ジビエ流通規格検討協議会」を設立し、安全・安心なジビエのさらなる普及に向けて、衛生・品質管理の検討を開始している。

F

## 鳥獣被害対策と利活用を両立させて おいしいジビエで地域活性化に貢献

地元特産物の玉ねぎを  
伝え方や売り方の工夫で  
お客さんを増やしたい  
子ども頃から商売には  
興味がありましたね

農と食  
の邂逅

清水 くみ子 さん

兵庫県南あわじ市

株式会社善太 代表取締役

玉ねぎドレッシングは人気の商品になり、フルーツ玉ねぎはネーミングが評判を呼ぶ。「おいしさ」に斬新なデザインも加わり、インターネット利用で市場拡大を続け農業に参入した。農産加工分野の刺激的な女性経営者である。





P19: ドレッシングなど玉ねぎ関連の商品を開発し、売り上げを約2億円まで伸ばしたくみ子さん。母のつや子さん(左)と P20: 健次さん、長男の継翔君と。健次さんが管理する玉ねぎ畑が一望できる場所にて(右上) 黄金のパッケージに入ったスープは中国人観光客に大人気(右下右) 洲本市にある直営店にて(右下左) 淡路島産の玉ねぎを食べる機会が少ない関東からの注文が多い(左)

## おいしさが評価される

多い月には一万本は売れる玉ねぎドレッシングは、淡路島の道の駅やホテルに販売するほか、インターネットで売れ筋商品としてランキングされるほど人気だ。どうしたら消費者に食べてもらえるか——常にこの視点で商品を開発し、情報を発信する。それが株式会社善太の清水くみ子さん(三六歳)だ。

二〇二二年の法人化の際、くみさんが代表取締役に就いたが、創業者は父親の敬二郎さん(七十二歳)で、結婚式の引き出物など贈答品を扱う商売からスタートした。繁盛した時代を経て、少子化により結婚式を挙げるカッブルの減少や島外で挙式する人が増え、新規事業を模索していた敬二郎さんの目に留まったものは島特産の玉ねぎだった。当時、清水家は農家ではなかったが、良質の玉ねぎを仕入れて特徴ある商品を作れないかと考えた末、ドレッシングにたどり着いた。小豆島産のオリブオイルとしょうゆを組み合わせて二〇〇〇年頃から販売を始めた。

敬二郎さんの積極的な営業で、島内の土産物店やホテルなどに売り込み、少しずつ販路を広げていったが、あるテレビ番組で司会者が「おいしいドレッシング」として紹介し、人気が急上昇した。仕掛けたのは家業の手伝いを始めたばかりのくみさんだった。

大学を出て放送局に入社し、四年間の番組制作やレポーターの勤務を経て、家業を継いだ。二人の姉がすでに別の道に進み、家業を

継ぐ人間がいなかったこともありましたが、子どもの頃から商売に関心がありました。もつと早くからやりたかったぐらいです」とほほ笑む。

放送局勤務の経験から、テレビ番組で取り上げられる商品の売り上げが伸びることを知っており、自らもファンで日頃から見ている番組宛てにドレッシングを送ったところ、おいしさが評価され紹介されることになった。案の定、注文が殺到して電話が鳴りっぱなしになることもあり、くみさんはふと思いついた。ドレッシングがおいしいのだから、もともとの玉ねぎも売ってみたらどうか——。

## 商品開発に時間をかけ

近隣農家から仕入れた玉ねぎを売る手段として着目したのはインターネットだった。購入希望者が価格を提示するオークション形式で販売したところ、予想以上に手応えがあった。半年後にはインターネット上の店舗が多数集まっている大手通販サイトに「淡路島たまねぎ工房」を出店したが、それだけではお客さんは訪れてくれない。初めての人間向けに一〇〇〇円のお試し価格での販売、購入者へのメルマガの発行、商品に直筆の手紙やサンプル品を同封、広告でのPRと、ありとあらゆる工夫をした。

当時、玉ねぎをインターネット販売する人は少なく、ドレッシングも玉ねぎの売れ行きも順調だったが、くみさんはあることに気づいた。それは農家の栽培方法や肥料によつ

て玉ねぎの味が違うことで、際立っていたのは甘さ。「ある農家の玉ねぎの糖度は一度もあり、ちょうど果物の梨と同じぐらいです」  
どうすればこの玉ねぎの良さが伝わるかと、頭をひねって考えたネーミングが「フルーツ玉ねぎ」だった。フルーツのような糖度、フルーツトマトから連想する高級感が気



南あわじ市にある玉ねぎ畑にて。水はけもよく、海風を受けておいしい玉ねぎができる場所として知られている。収穫作業は3月から6月にかけて行う

に入った。敬二郎さんの勧めで商標登録も済ませ、インパクト抜群のネーミングが転機となり、うなぎ上りに注文が増えた。

一生産者の量では注文に応じきれず、同じ方法で生産したいという農家を募り、契約栽培をすることにした。生産分野は敬二郎さんが担当。インターネットの順調な売れ行きは

地元での販路拡大につながり、島内の道の駅やホテルが扱うようになった。さらに、この様子を聞いた大手デパートから「通信販売で扱いたい」と申し出があり、フルーツ玉ねぎはそのデパートのカタログ通販のトップページを飾る商品となった。

市場で評価されない規格外品が増えると、それを原料に玉ねぎスープを外都委託で商品化した。このビジネス感覚はどこから生まれてくるのかと、取材中、ずっと気になっていたが、母親のつや子さん(六六歳)の言葉を聞いて納得した。「うちほど食事中に商売の話で盛り上がる家はないと思います。あの商品は面白いとか、あれは売れるやるとか、話が尽きないんです」。いつも食卓の輪にいたくみ子さんには作って売るハードルが他の人より低いのかもしれない。

もう一つは生まれつきのセンスなのだろう。商品開発には比較的時間をかけるという。「雑誌を読み、参考になる商品の価格、ネーミング、パッケージなどをよく見ます。あまりお金をかけずに商品開発をしていくやり方は、形から入る父親の世代の人とは少し違うかも」と笑う。

### 玉ねぎ嫌い解消を応援

契約農家からの仕入れ量が安定しなかったこともあり、二〇一〇年頃から原料の玉ねぎの自家生産も始めた。敬二郎さんが六〇歳の畑を購入し、親戚の農家から助言を受けながら作るようになった。今では二二畝まで増

え、契約農家の玉ねぎも加えると年間約五〇トを扱うまでになった。

現在、生産を任されているのが夫の健次さん(二六歳)だ。もともと家電メーカーのサラリーマンだったが、昨年から専務として関わるようになった。六次産業化に取り組む事業者として国から認定を受け、自社の加工所も建設した。加工品はフルーツ玉ねぎを原料とするドレッシングに使われている。「自社商品の原料として使うだけでなく、カット野菜として外部に納めていきたい」と健次さん。

「周囲が海なので、土に含まれるミネラルが豊富。これが甘みやうま味を引き出すのかなと思います」と、くみ子さん。敬二郎さんの出身地でもある島南部にある畑は砂地で、保水と排水のバランスの良さが水分たっぷり玉ねぎを生み出すという。

恵まれた環境で作られるフルーツ玉ねぎを食べてくれるお客さんの反応で、くみさんが手応えを感じるものが、玉ねぎ嫌いの夫や子どもをもつ女性から「初めて玉ねぎを食べてくれました」という手紙をもらうことだ。「そんな玉ねぎをこれからも提供していきたい」と、目を輝かせる。

よく食卓に上る食材であっても伝え方や売り方次第で、潜在需要を掘り起こすことができる。ネーミングやパッケージでの工夫など六次産業化に取り組む人々にとって大いに刺激になり、くみさんは参考にしたいくなる女性だろう。

(青山浩子／文 河野千年／撮影)



「舌に溶くるトマトーの色よ匂ひよとたべたべて更に飽かざりにけり」(若山牧水)、「ある時は大地の匂ふんぶんとほふキャベツの玉もぎて居り」(北原白秋)、「サキサキとセロリ噛みいてあどけなき汝を愛する理由は要らず」(佐佐木幸綱)など、近現代の歌人は多くの野菜の短歌を詠んできた。

以前、『野菜だより』という雑誌に野菜の短歌を連載していたことがあって、現在でも多くの野菜が詠まれていることを実感している。「夕暮の畑に南瓜を切り採れば日の温もりの残りていたり」(加藤まさ)、「すきっぱらの兎のように帰省子が春のキャベツを音立てて食む」(桜井雅子)、「菜のみどり人參の赤茄子の紺農に色あり農に幸あり」(萩原桂葉)など、どれも好きな作品だ。人間は農によって支えられていることをあらためて思う。機会があれば野菜や果実など、百種類の農産物の代表的な歌を一首ずつ取り上げた『農の百人一首』を編んでみたい。

そんな私は、数年前から郷里の静岡に生活拠点を移した。子育ては農作物に恵まれた自然豊かな地域で、と思い、駿河湾に面した用宗で暮らすことにしたのだった。

四季折々に表情を変える富士山を仰ぎながら、庭で子どもたちとイチジクやキンカンを収穫していると、御近所の方からゴーヤやダイコン、スイカ、トマトなど、採れたての農産物を頂くことも多い。

地元産の野菜のおいしさに目覚めてしまった娘はここ数年、誕生日に野菜の苗を欲しがるようになった。四歳になった一昨年はイチゴの苗、五歳の昨年は何とシイタケのほだ木をリクエストしたのだった。シイタケのほだ木を欲しがるとは、と周囲を驚かせた娘。けれども父はそんな娘に喜んでいい。このままのどかに育ってくれたら嬉しい。

太平洋の潮風に吹かれつつ、実は娘こそどんな農産物よりも農産物な、天地の根菜類なのだと思っている。最近のみそ作りの愉しさにも目覚めている娘。今年は何んなものを欲しがってくれるだろうか。そのためにも、父は海や山、里や川でいろいろな自然体験を子どもたちにさせていきたいと思っている。



歌人・作家  
田中 章義

たなか あきよし  
静岡市生まれ。第36回角川短歌賞を受賞。2001年国連WAFUNIF親善大使に当時アジアでただ1人選出される。國學院大學「和歌講座」講師。TV・ラジオのコメンテーターも担当。「世界で1000年生きている言葉」(PHP文庫)ほか、著書多数。

## 誕生日に娘が欲しがったもの

## 水稲の有利販売で一致

秋田県大仙市小種地区は、地区を流れる雄物川の蛇行により肥沃な田園地帯が形成されている。

この地で、人口の高齢化や担い手農家の減少などで地域農業が壊れかねない状況に「待った」をかけたのが、農事組合法人たねっこ（以下、たねっこ）だ。スケールメリットを活かし、新たな経営戦略に積極的に取り組んでいる。

設立のきっかけは、二〇〇一年から小種地区で開始された県営担い手育成基盤整備事業による一鈔区画整備事業にある。ハード対策に併せて、分散した農地の集団化や担い手への農地の利用集積を総合的に行うことが、この事業の目的だ。

小種地区では、個人商店のような形で自己完結型の個人主体の営農がなされていたが、高齢化による担い手不足が深刻化し、また、個人では過剰な設備投資が強いられていることもあった。「今までの延長線上では地域農業を守れない」と住民の間にも危機感が高まっていた。

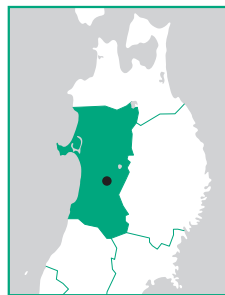
そこで、大区画ほ場整備をきっかけに、地域農業の方向性や担い

## 経営紹介

# スケールメリット活かし積極戦略 地域農業を守り育てる



組合員のニーズを把握するように心掛けるという工藤 修さん



秋田県大仙市  
農事組合法人たねっこ

設立 ● 2005年  
代表理事 ● 工藤 修  
資本金 ● 5,200百万円  
事業内容 ● 水稲、大豆、野菜の生産および野菜の一次加工品生産

手の確保などについて地域リーダーを中心として、地区全体で話し合った。さらに地域リーダーらは、県、市、J Aとも協議を重ねた。話し合いの中では、それぞれの集落単位で集落営農を行う案もあったが、それでは五〇鈔程度となり、規模の有効性が充分発揮できない。スケールメリットを最大限に活かした水稲の有利販売を目指し、地区にある全五集落で農事組合法人を組織しようという結論に至った。

「農地を取られるのではないか」「多額の設備投資が生じる」など不安感を持ち反対する農家もあったが「一人一人に粘り強く説明をすることで、少しずつ誤解を解き、理解を得ていきました」と、たねっこの代表理事を務める工藤修さん（六四歳）は当時を振り返る。

このようにして地区農家の考えが一つにまとまり、たねっこは設立された。

現在、組合員は二三三戸で九五％と高い加入率だ。

### 卸売業者から契約栽培の打診

設立後は、地区における農地の集約化、機械設備の共同利用、作業受託などを、たねっこが中心となっ



て行った。大豆「すずさやか」に取り  
組む転作地の団地化、ブロックロー  
テーションも開始したが、これは農  
地の地力維持を図る狙いがあると  
いう。

このように、生産性の向上や営  
農コスト削減を目指した大規模土  
地利用型農業経営が次第に確立し  
ていき、現在では、水稲二九〇鈔、  
大豆九九鈔、野菜五鈔を生産して  
いる。

一度、農事組合法人を核にした  
生産展開に弾みがつくと、さまざま  
なプロジェクトが具体化して  
いった。

より高付加価値化を図るため、  
二〇〇八年度から減農薬、減化学  
肥料の特別栽培米の生産を全ての  
ほ場で始めた。米は「たねっこブラ  
ンド米」としてJA秋田おぼこ、卸  
売業者を経由して全国のスーパー  
などで販売していたが、その卸売  
業者から、大手スーパーのイオン  
株式会社との契約販売をしたらど  
うかと持ちかけられた。

イオンは安全・安心を打ち出す  
販売戦略を展開している。たねっ  
この米は、イオンが求める規格や  
大量のロットに対応できるもの  
だった。

販路が確保されることと通常よ

り高く価格が設定されることもあ  
り契約栽培のメリットは大きいと  
工藤さんは考えた。

話し合いの結果、同年、イオンと  
年間八〇〇トの栽培契約を交わし  
た。米は、イオンの独自ブランドの  
「特別栽培米あきたこまち」として  
販売されており、消費者からも高  
い人気だという。

### 雇用創出に冷凍野菜加工

「地域を守るためにも、担い手を  
いかに育てるかが重要」と工藤さ  
んは考えている。

そこで、たねっこでは、地域の担  
い手となり得る人材を確保するた  
め、二〇〇六年より二〇歳代まで  
の若者を毎年一人以上新規雇用し  
ており、現在、従業員は一人とな  
った。

経験の浅い従業員は技術の早期  
習得が課題だ。そのため新規雇用  
者には、各種の研修・講習へ積極的  
に参加させ、農業技術検定の受験  
を推奨しており、これにより技術  
の定着を図り、地域の今後を担う  
人材を育成している。

組織が大きくなると情報の共有  
が難しくなる。従業員には日々の  
作業で気付いたことを業務日誌に  
書き留めてもらい、毎日のミー

ティングで共有している。従業員  
のちよつとした気付きを共有する  
ことで作業の改善や従業員育成に  
つながるという。

また、小種地区は地域雇用の場  
が少ない。地域活性化のためにも  
たねっこで雇用創出を目指すこと  
が重要な地域課題となっていた。  
まず、野菜・花きなどの新規作目を  
導入、これらの管理を女性や高齢  
者の担当とし、雇用を生み出した。

更に着目したのは「冷凍野菜」の  
加工事業だ。冬場、秋田では緑黄色  
野菜の生産が難しい。そのため、市  
内の学校などでは冬季の給食に、  
輸入や他産地産の緑黄色野菜を利  
用していた。

夏に生産した緑黄色野菜をカッ  
トし冷凍を行い、需要に応じて冬  
場に供給することで雇用の確保に  
もつながるし、地産地消が図れる。  
さらに六次産業化で付加価値も高  
まると考えたのだ。

一二年、県や他の法人とプロ  
ジェクトチームを作り、事業化や  
販路開拓に取り組んだ。

その結果、販路は大仙市内七カ  
所の学校給食センターを確保する  
ことができ、一三年九月に廃校を  
活用した加工施設が完成、同年一  
月にブロックリーやカボチャなど

の出荷を始めた。

年間を通じて、地域農産物を給  
食として提供できることに、学校  
関係者からも大変好評だという。

野菜のカット作業は、手作業で  
行う。規格外品の野菜であっても  
取り扱うことができ、また、無駄な  
く加工が可能で野菜の加工残さが  
ほとんど出ない。

ニーズに沿った形へのカットが  
できるため、病院食や介護食用の  
材料として需要が高まり、病院な  
どに販路が広がった。

現在は、夏の緑黄色野菜以外に  
もニンジン、サトイモ、小松菜など  
一三種類の冷凍加工を手掛けてい  
る。原料は自社野菜以外に地域の  
生産者からも調達している。これ  
も「地域活性化の一助になれば」と  
いう想いからだ。

イオンへの契約販売、担い手の  
育成、地域雇用の場の創造、これら  
は一法人でまとまったからこそで  
きたことであろう。

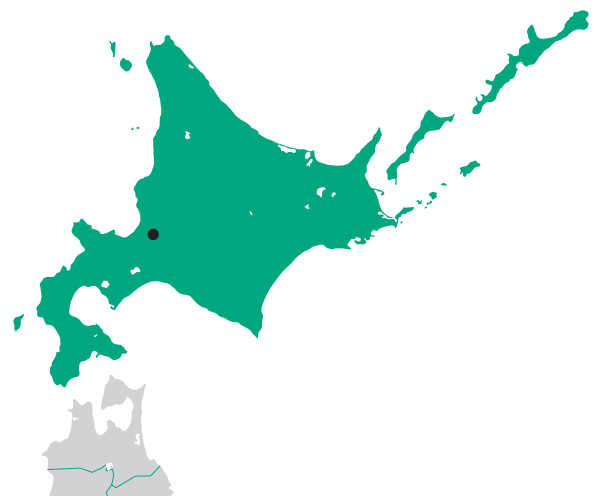
しかし、工藤さんは「私たちの取  
り組みはまだ緒に付いたばかりで  
す」と言う。さらに、「今後はこれら  
の事業を軌道に乗せることが重要  
です。地域農業と集落を守るため  
に」と顔を引き締めた。

(秋田支店 甘利雄太)

# 小林 紀彦 さん

北海道  
有限会社小林牧場

## 都市近郊で酪農を続け、乳業メーカーと連携 牛乳や乳製品に「小林牧場物語」ブランド



急速な都市化で二度も移転を余儀なくされながらも、大都市・大消費地の札幌市近郊に踏みとどまり規模を拡大し続けた。そして、独自の手法で生産された高品質な生乳は、かつて加入していた酪農協を前身とする乳業メーカーによって「小林牧場物語」というブランド名の牛乳や乳製品となり、北海道や首都圏で展開されている。

また、牛のふん尿を活用したバイオガス発電で北海道電力株式会社に売電を行い、収益化している。

### 乳業メーカーとの付き合い

——小林牧場は、大都市・大消費地の札幌市に隣接する地域を拠点とした酪農経営を前面に押し出していますね。

小林 北海道酪農は、消費地から遠く離れた広大な地域での経営が大半ですが、小林牧場は一九三二年に祖父の政吉が酪農を始めた当時から、札幌市やその近郊に住む身近な消費者を強く意識したビジネスを展開しています。

——どんな経営を？

小林 北海道の酪農家は乳牛から生乳を搾り、ホクレン農業協同組合連合会などの農協を通じて乳業メーカーに卸すのが中心です。

酪農家自身が乳製品化に関与することはほとんどありませんが、小林牧場は乳業メーカーの新札幌乳業と積極的に連携し、消費者志向の乳製品を展開しています。新札幌乳業とは親戚と言つていいほど、親密な付き合いがあります。

——親密な付き合いとは？

小林 八九年に創業した新札幌乳業の前身は、札幌市厚別酪農協同組合だったのですが、その組合に小林牧場が深い関わりを持っていたのです。理由は二つあります。

一つは祖父が、その酪農協の組合長を三〇年間務めていたこと。もう一つは急速な都市化に伴い酪農協の組合員が減少したため、発展的解消をして新札幌乳業という形で新たにスタートする際に、小林牧場を含め旧組合員が株主になったということがあります。

さらに、小林牧場は酪農協の解散後も酪農経営を続け、生乳を毎日、新札幌乳業に納入して関係強化を図りました。新札幌乳業が他の酪農家の生乳よりも脂肪分が多い点を評価し、

小林牧場の牛乳を一〇〇%使用した製品を製造し販売してくれたのです。そういったことで、新札幌乳業とは単なる株主関係を越えた深い関わりがあるのです。

### 他にない高品質の生乳

——「小林牧場物語」という商品ですね。牧場名が入ったブランドで、新札幌乳業との連携は経営にプラスですか。

小林 北海道内でも、乳業メーカーと連携して牧場名を冠した商品を販売するというのは、あまり例がないと思います。生産者である小林牧場と、常に寄り添っていた乳業メーカーだからこそ実現した商品なのです。

新札幌乳業は年間四万トンの牛乳や乳製品を生産しています。原料の生



牛舎でフリーストール方式の乳牛飼養経営を語る小林紀彦社長

**Profile**  
こばやし のりひこ  
一九六六年北海道生まれ。四九歳。酪農学園大学卒業後、一年間のカナダでの研修を経て、実家の酪農経営に関わる。二〇〇一年に有限会社化、〇八年に父親の惟彦氏から経営を継承し、社長に就任。農業生産法人に改組して現在に至る。都市近郊での大規模酪農を目指すと同時に、牛のふん尿を活用したバイオガス発電に取り組み。妻と子どもも四人。

**Data**  
有限会社小林牧場  
北海道江別市に本社。資本金九八〇〇万円。代表取締役社長は小林紀彦氏。弟の智行氏は専務。父親の惟彦氏は取締役。家族経営を行う。飼養頭数五〇八頭。経営地は江別市のほか、北海道島市や長沼町にあり、総面積一八五ヘクタール。牧草などを栽培。新札幌乳業と連携し「小林牧場物語」というブランド名で、消費者志向の商品を展開。バイオガス発電でも実績を持つ。従業員はパート職員を含め一人。年商三・六億円。

乳のうち、小林牧場が担っている量は全体の約七%ですが、小林牧場の生乳だけがブランド化されています。現在、牛乳、飲むヨーグルト、チーズなどの商品の一部に「小林牧場物語」というブランド名を付けていただいています。そのうち、カマンベールチーズ、ブルーチーズ、ゴータチーズ、カットージチーズはALL JAPANA ナチュラルチーズコンテスト(主催・一般社団法人中央酪農会議)で優秀賞を受賞しました。知名度が上がり、ワイン・ワインの関係といえます。

——このブランド戦略で小林牧場は高品質な生乳の生産に対する消費者の認知度を高め、新札幌乳業は看板商品として利益を上げているということですね。販売先については、どういったところに？

小林 北海道内の消費市場にとどまらず、東京都をはじめ首都圏の大消費市場にも流通しています。特に今は高級スーパーやデパートで北海道を代表するブランド乳製品として売りに出されており、そのバックアップのためにも、小林牧場としては、ますます品質の良い生乳生産で寄与したいところです。

——札幌近郊とはいえ、経営地は広大ですね。

小林 総面積が一八五ヘクタールあり、そのうち牧草地は二五ヘクタール、飼料畑は六〇ヘクタールです。一カ所にまとめることは難しく、江別市に九五ヘクタール、北広島市に三九ヘクタール、長沼町に五一ヘクタールと分散しています。しかし、現在地に落ち着くまでは、札幌市経済圏の都市化の影響を受けて、次々と移転を余儀なくされました。

——と言いますと？

小林 一九六八年に都市公営住宅建設で、八一年には北海道国体の陸上競技場建設で移転協力を求められました。ただ、札幌近辺にはまだ土地があ

り、離農される方々の土地を買収して規模拡大を図ることができました。現在、飼養頭数は経産牛二九二頭、二年未満の育成牛二一六頭、合計五〇八頭で、年間生乳出荷量は二七〇〇トに上ります。

祖父や父に感謝することは、都市近郊の立地が経営の鍵である、との判断をもとに、移転の都度、消費地に近い所に立地してくれたことでしょうか。

——消費地に近いメリットの反面、環境対策などではご苦労も？

小林 環境対策は最も重要です。ふん尿対策や排水処理施設などでは必死に対応しました。牛のふん尿対策をバイオガスプラント造り、メタンガス発電に結び付けて、これが新たなビジネスチャンスになりました。

### バイオガス発電でビジネス

——環境対策を活用した？

小林 バイオガス発電にリンクさせたのです。太陽光や風力発電など再生可能エネルギーに注目が集まる時代の中で、牛のふん尿を四〇日間発酵させ、メタンガスを取り出し発電プラントで発電するシステムは、北海道には既に存在していました。小林牧場はさらにそれをビジネスにつなげ、北海道電力に積極的に売電した

のです。

たまたま、東日本大震災前に立ち上げていたのがプラスでした。その後だったら資材高騰や人手確保難で建設費用は一・五倍に跳ね上がっていたでしょう。

——バイオガス発電の収支は？

小林 国の固定価格買取制度によるので流動的な面もありますが、現在は一日一五〇〇キロワットを発電し、北海道電力への電気の売却額が年間二〇〇〇万円となっており、十分にビジネスとして成り立っています。

——ふん尿処理で再生された固形物を牛舎の敷き床に導入したとか？

小林 酪農先進国の米国を見学した際、これは活用できると導入したものの一つが、牛ふんの固液分離で固体の部分を牛の寝床に敷料として再利用する方法です。文字通り有効活用です。これまで利用していた小麦わらが北海道で不足気味のため、これに代わるものを自家生産しようと考えていたのです。

### 飼料の九五%を自給

——粗飼料は輸入飼料にほとんど頼らず自家生産で対応しているとか？

小林 その通りです。輸入牧草を含めた飼料は、国際商品の高騰や為替要因で価格上昇して酪農経営が振り

回される面もあり、自前で確保するようにしています。自家生産比率九五%までこぎ着けましたが、まだ五%は輸入飼料に依存しています。

——飼料はどのような形で給飼しているのですか？

小林 繊維質の多い牧草を食べる乳牛は生乳脂肪率が高くなり、それが高評価にもつながっています。そこで、栄養価の高い六月上旬の牧草を与えています。ただ、ここ数年天候が影響し品質が安定していないのが最大の悩みです。牧草はイネ科のチモシー、マメ科のアルファルファの二種類を作付けして調整しています。あとは牧草サイレージ、コーンサイレージ、ビートパルプの三つの粗飼料と、圧片トウモロコシや大豆かす、ミネラル類などを混合したTMR（牛の混ぜごはん）を給飼することで対応しています。

——「小林牧場物語」の脂肪分の多い生乳の理由は牧草にありますか？

小林 繊維質の多い牧草などを乳牛が豊富に食べており、その結果、一般的な生乳の脂肪分が三・八%なのに対し、小林牧場の生乳は四%になっています。この差は大きく、強みになっています。

やや専門的な話になりますが、牛乳は一般的にはホモジナイズ（均質

化）ミルクと言って、脂肪球を圧力で細かく砕いて、脂肪分を均質にしています。それに対し、新札幌乳業では、小林牧場の生乳が高い品質であることを評価しているので、自然に近い状態で消費者に味わっていただくこと、その処理を行わないノンホモジナイズ方式をとり、脂肪球を壊さずに小ささまざまな状態のままにしています。

その結果、上部からクリーム層、高脂肪乳層、低脂肪乳層に分かれ、三層の異なる味わいが楽しめるという点が特長です。特に上層部はココのあの風味豊かな味わいです。瓶を振ってしまえば、ある程度均質な状態にすることもできます。

### 今後は直売店開設を計画

——米国見学事例を参考に乳牛の飼養方法についてはフリーストール方式を導入していますね。

小林 はい、これは牛舎で飼養する際に鎖などで牛をつながず、自由に動き回れるようにした方法です。乳牛にとっては自由な環境で落ち着いてエサを食べられ、休息することができるので、より安定した品質の生乳を生産してくれます。

——新鋭の搾乳機を導入され、見学者も多いようですね。

小林 飼養頭数が多いため、一度に四〇頭搾乳できる最新鋭の搾乳機を二〇一〇年に導入したところ、多くの酪農家の関心を引いたようで北海道内各地から見学に来ていただいています。研修を兼ねて、江別市内にある私の母校の酪農学園大学の学生に朝夕二回の搾乳を、アルバイトの形で手伝ってもらっていますが、新しい搾乳機を導入しないと、生産効率が上がらないのも事実です。この生産力アップをきっかけに飼養頭数も六五〇頭に増頭する計画です。

——ご自身でも六次産業化を検討されていますか？

小林 川の流れに例えれば川上を小林牧場、川中を連携先の新札幌乳業と分担しています。「小林牧場物語」という形で牛乳や乳製品を消費者の方々に提供できていますが、五年後をめどに、小林牧場の一角に生乳を使ったアイスクリームやソフトクリームなどのスイーツを提供する直売店を設けたいと思っています。

——消費者との交流の場には？

小林 消費者の方々に小林牧場を身近で親しみのある存在に感じてもらうのと、酪農という仕事や牛乳、乳製品をもっと理解してほしいと考えています。まだ構想段階です。

（経済ジャーナリスト 牧野義司）



## 牛疫と動物衛生研究所

国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構

動物衛生研究所 病態研究領域長

佐藤 真澄

十 八世紀に欧州の牛の約半数、二億頭を斃死させた牛疫という伝染病がある。動物衛生研究所の前身である獣疫調査所で一九三五～三八年に編集、発行された『日本帝国家畜傳染病豫防史』（明治篇）大正・昭和第五篇、全六巻）の冒頭には「畜産の發達を阻碍するもの家畜傳染病より甚しきはない」とあるが、同豫防史もこの疾病に関する記述から始まっている。

牛疫の歴史は古く、四〇〇〇年前のエジプトのパピルスにその記録があるとされている。四世紀後半の流行では、農業の重要な労働力である牛の全滅による飢饉が引き金となってローマ帝国が衰退し始めるなど、人類の歴史にも影響を及ぼしてきた。十九世紀に入っても欧州での流行は続き、これが契機となって一九二四年に国際獣疫事務局（OIE）が設立された。

わ が国では江戸時代に散発的な発生記録が残されている。産業の近代化が始まった一八七一年には、シベリアから日本への侵入を防ぐため牛疫予防法が布告されたが、明治初期の大発生では数万頭以上の牛が斃死した。大陸からの侵入を防止するため九七年には牛疫検査規則が制定され、長崎をはじめとする家畜検査指定港において検査が始まった。予防に関する研究は、九一年農商務省仮農事試験場に設置された獣疫研究室を祖とする獣疫調査所と



『日本帝国家畜傳染病豫防史』（1935～38年 獣疫調査所発行）全六巻

朝鮮半島の牛疫対策のために釜山近郊に設立された牛疫血清製造所において行われた。一九一七年の蠣崎千晴博士による不活化ワクチン、三七年の中村稔治博士による弱毒生ワクチンは中国大陸で活用され、世界食糧機関（FAO）を通して東南アジア諸国における牛疫撲滅にも貢献した。二〇一二年にはOIEとFAOにより牛疫の世界的撲滅宣言がなされ、以降、各国が保有する全ての牛疫ウイルスは廃棄またはOIEとFAOによって認定された施設のみで管理することとなった。

昨年五月、研究能力とワクチン開発・製造実績が評価され、動物衛生研究所は「牛疫ウイルス含有物質の所持施設」（世界で四カ国・五カ所のうち、つくばと小平二カ所）に認定された。

牛疫は歴史上、常に大きな問題となってきた疾病であり、動物衛生研究所の研究もこれに端を発すると言っても過言ではない。ここ数年の国内における口蹄疫や鳥インフルエンザの発生は記憶に新しく、近隣諸国では現在も流行が続いている。これらの伝染病が甚だしく畜産を阻碍することは今も変わらない。

人類の歴史まで変えた牛疫という伝染病の撲滅に大先輩が貢献してきたことを思うと、われわれが引き継いだ役割の大きさに身が引き締まる思いである。

F



## Profile

さとう ますみ  
東京都出身。日本獣医畜産大学大学院修士課程修了後、1984年より農林水産省家畜衛生試験場（現：農研機構 動物衛生研究所）勤務。同九州支所臨床病理研究室長、疫学情報室長などを経て、2014年4月より現職。獣医学博士。



# 原生の照葉樹林と有機農業の里 変わらない昔からの自然が人を招く

宮崎県綾町町長 前田 穰



## 過疎の町に一大変化

私たちの住む綾町は、基幹産業であった林業の衰退と共に過疎化も進んで、一時は町自体が沈滞状況に陥りました。ところがその町に今では何と年間累計一〇〇万人もの観光客が訪れてくれるようになったのです。町への交通のアクセスと言えば宮崎市とを結ぶ定期路線バスだけという不便な場所にもかかわらず、です。うれしいことに人口も徐々に増加し、現在、七五〇〇人前後で推移しています。しかも二〇一〇年には過疎振興地域の指定を外れ、自立して新たな出発をすることもできました。文字通り、過疎の町に一大変化が起きたのです。

私たちのまちづくりの特徴は、地域の豊富な「地域経営資源」ともいえる自然と調和し自然生態系を重んずるといふことに尽きる、と言っています。

宮崎県のほぼ中心に位置する綾町の総面積は

九五二二ヘクタールですが、約八〇%の七五七二ヘクタール(国有林四二二四ヘクタール)が森林です。また、森林の多くは照葉樹(カシ、シイ、ツバキなどの常緑広葉樹)を中心とした天然林で、これは全国一の規模を誇っています。多種多様な植生が繁茂し、野鳥や獣類など多くの野生動物が活動する照葉樹林は、一九八二年に九州中央山地国定公園に指定されました。照葉樹林の森からの湧水は「名水百選」にも選ばれ、さらに、二〇一二年には自然と人の共生が認められ「ユネスコエコパーク」に登録されました。自然散策や自然科学の学習の場としての利用、保養・休養の場としての活用が図られようになり、観光地としても成長していききました。

観光スポットとしては、一年にリニユアールし、照葉樹が競い合いながら生育している様子を感じられる全長二五〇メートル、高さ一四二メートルの「照葉大吊橋」があります。また、年間を通して町に來ていただけるよう、さまざまな企画を官民一体となって催しています。

一例ですが、毎年、二月中旬から三月三日に開催される雛山まつり(ひなやま)のことを申し上げます。綾町では古くから女の子の初節句の時にお祝いとして、雛山(三〇頁写真下)が家の中に作られていました。その雛山を、綾町に來られた観光客の方々にも見ていただくとうと綾町商工会女性部の主催で始めたもので、町内二〇カ所くらいにそれぞれ個性ある雛山が飾られます。期間中は、楽しく回っていただけるようにスタンプラリーも企画しています。さらに能楽披露、郷土料理の「だご汁」のふるまいなども行い、観光客の方々が楽しく綾町の伝統的文化に触れていただけるように工夫をしています。

秋には綾町の人口とほぼ同数の七〇〇〇人を超えるランナーにご参加いただく綾照葉樹林マラソンも開催しています。全てを紹介できないのが残念ですが、いらしてくれた皆さんは、水や野菜がおいしい、綾町の深い照葉樹林の森に感動を覚える、木々や土の香りに癒されるなどと言って

## profile

前田 穰 まえだ みのる

1945年宮崎県東諸県郡綾町生まれ。64年宮崎県立宮崎農業高等学校卒業後、就農。78年から綾町農業協同組合長を歴任後、90年、綾町町長就任。現在7期目を務めている。「全国小さくても輝く自治体フォーラムの会」会長、「NPO法人日本で最も美しい村連合」理事他。町民と共に、自然との共生を図り、歴史、伝統、文化を大事にした町づくりに取り組んでいる。

### 宮崎県綾町

宮崎県のほぼ中央、宮崎市から西方約20キロメートルの中山間地域に位置する。総面積9,521ヘクタールのうち約80%が森林で、わが国有数の照葉樹林帯が広がる。その照葉樹林を活かし環境保全と文化の継承および自然生態系農業など、自然生態系を重んじた持続可能なまちづくりを目指している。

くれます。

綾町の耕地は七四〇㊦程度で、面積からすると約八%ほどです。町全体で、化学肥料や農薬などの合成化学物質を極力使わず、自然を活用した農法で取り組んでいます。二〇〇一年には、町が有機JAS登録認定機関に登録されました。これは、全国の市町村で初めてのことです。認定を受けた農家は全国に向けて有機農産物を出荷するシステムなど、ソフト面の整備にも着手しています。

一四年六月には「綾町農業支援センター」を設立し、農業の生産基盤と販売体制の強化、さらには担い手確保を図っているところ です。

### 一時は照葉樹林伐採の危機

一九六七年七月、綾町の照葉樹林をめぐって重

大な出来事が起こりました。営林署による森林伐採計画が町に持ち込まれたのです。国は全国の照葉樹を切つて杉に変える方針だ、というのです。

短期的には伐採やその後の植林で雇用が生まれ、町の財政も潤う。しかし、一時的には良くても、その後はどうなるのか。先人先達が残してくれた森林を守ることで、町の貴重な財産を後世に残すことになる。当時の郷田實町長をはじめ町民たちは考え、町民の九〇%の反対署名をもとに町長は、宮崎県知事、県議会に反対陳述を行い、最後は農林大臣に直訴して、この計画を阻止しました。その後、照葉樹林を守るため、山を国定公園にする運動も展開していきました。長い期間、町民一丸となった運動の結果、八二年に晴れて国定公園に指定され「九州中央山地国定公園」となりました。



上：綾南川に架かる照葉大吊橋と照葉樹林

下：花木などで山河を再現し、雛人形を飾る雛山飾り

また、当時、綾町では綾川の氾濫などによって農地が少なく、土地は痩せており、野菜は宮崎市などから購入していました。しかし、郷田前町長らの「健康な野菜、本物の野菜を作ろう」「せめて、自分のうちで食べる野菜は自分で作ろう」という考えと強いリーダーシップにより七〇年頃から農業の生産性向上のため行政が旗振りをして土作りに対する取り組みを始めました。

さらに、七三年、「二坪菜園運動」も始めました。町内の全世帯に野菜の種子を配布し、庭先で自然生態系農業を実践するというものです。同時に、有機農業の取り組みについて個人や団体を表彰する「家庭菜園コンクール」を行いました。このような活動を通して、町民の意識も自然生態系農業の振興へと大きく変わっていったのです。

自然生態系農業の推進は「町民総力」で取り組みました。綾町では一行政区一JAという構図で長年農業の振興に取り組んでおり、「平成の大合併」の大波にも飲み込まれずに続いています。

その当時は決して見栄えがいいとは言えない有機農産物の販売先の確保など、さまざま苦しさもありました。そこで、青空市場を開設、消費者に直接農産物を届ける軽トラ宅配、アンテナショップの outlet、生協や外食産業とつなぐなど、流通態勢をどんどん作り直しました。このように、行政とJA、生産者が一致団結し、一つ一つ問題を解決しながら、「一人の百歩より百人の一步、万人が一人の為に一人が万人の為に」という考えの基に協同の精神で難局を乗り越えてきたのです。

また一方で、土づくりの基本である有機質肥料の確保のため、いろいろな取り組みを行いました。家庭から出るし尿を液状堆肥化する自給肥料供給施設、牛・豚糞を堆肥化する家畜糞尿処理施設、家庭の生ごみと畜産廃棄物を混ぜ合わせて有効活用する生活雑廃コンポスト製造施設などを設置し、町内で得られる有機物を農地に還元し、資源循環を行う基盤体制を整備したのが典型的な例です。

## 全国に先駆け条例

さらに、私たちが胸を張れるのは、一九八八年に全国に先駆けて「自然生態系農業の推進に関する条例」を制定したことです。条例の前文（一部抜粋）を少しだけ掲載させていただきます。

「今や我等綾町農林業者は、綾町憲章『自然生態系を生かして育てる町にしよう』の基本理念を更に

追求し、土と農の相関関係の原点を見つめ、従来すすめてきた自然生態系の理念を忘れ近代化、合理化の名のもとにすすめられた省力的な農業の拡大に反省を加え、『化学肥料、農薬などの合成化学物質の利用を排除すること』『本来機能すべき土などの自然生態系をとりもどすこと』『食の安全と、健康保持、遺伝毒性を除去する農法を推進すること』を改めて確認し、消費者に信頼され愛される綾町農業を確立し、本町農業の安定的な発展を期するため、本条例を制定する」

この条例を具体的に推進するため、八九年に町は「有機農業開発センター」を設置しました。有機農業の指導を行ったり、専門家による農地の土壌分析をし有機農業の推進に努めています。

この頃、消費者の間で食の安全性や有機農業に對して関心が高まってきました。わが国では有機農業の定義が明らかにされていなかったため、条例に基づいて、綾町では行政として責任を持って有機農業の基準の設定、基準の審査方法、審査結果による認証方法などを定めました。健康な野菜を提供していくシステムを確立したのです。有機農業開発センターがその認証を行っています。

農業生産者が認証を受けるには過去の農地の管理状況により「農地認定」を受けなければなりません。次に認定を受けた農地で栽培された作物の栽培管理状況により「生産管理認定」を受け、双方の組み合わせによって農作物を総合的にランク付けします。いずれも栽培管理記録簿の記入・提出など厳しい要件が必要となっています。

私たちは、日本の多くの天然林が伐採されて人工林化が進む中で、照葉樹林を守り育ててきまし

た。化学肥料や農薬などの合成化学物質の利用が全盛の中で、それらを排除し、土の自然生態を取り戻そうとしてきました。いずれも時代と逆行するような取り組みですが、私たちは必死に続けてきました。

そして今、町民の長年の努力により守られてきた照葉樹林は、子孫に受け継がれていくべき町の貴重な地域の宝であり、自然生態系農業により持続可能なまちづくりを推進できていると感じています。そんな綾町に魅力を感じ、多くの人が訪れ、移住をしてくれるようになりました。二〇一四年度のふるさと納税制度では、寄付者数六万七〇〇〇人、寄付金額にして約一〇億円のご支援を賜りました。私たちの取り組みを多くの方々が支持、共感し、さらには応援をいただいているものとありがたく思っています。

〇五年、九州森林管理局、宮崎県、綾町、日本自然保護協会、一般社団法人てるのはの森の会で、「綾川流域照葉樹林帯保護・復元プロジェクト」の調印を行い、この日本に残された最後の広大な照葉樹林の森を官・学・民が一体となって保護・復元に取り組んでいます。照葉樹林および隣接する森林、約一万畝を舞台に保護林の新設、人工林から照葉樹林への復元、森林環境教育など住民参画型の森林づくりを実践し、自然と共生した地域づくりを進めています。

これからも、緑豊かな照葉樹林、そこから湧き出る湧水を背景に、自然生態系を重んじて、地域に根付いた産業を発展させ持続可能なまちづくりを町民一丸となって取り組んでいきます。引き続きよろしくお願ひします。



『ゆめのちから』

— 食の未来を変えるパン —

盛田 淳夫 著



(ダイヤモンド社・1,500円 税抜)

国産小麦のパンを作る

青木 宏高

(NPO法人「良い食材を伝える会」理事)

朝食にパン。日本では自然な食卓風景になった。パンは小麦を原料にするが、大部分を輸入に頼っている。小麦の自給率はわずか一四%で、パン用となると1%にすぎない。

国産小麦でパンを作る——。この本は無謀とも言うべき難事業に挑戦し、その原点となった想いや商品誕生の経緯や開発秘話などをつづっている。著者は盛田淳夫さん。大手パンメーカーの敷島製パン五代目社長で、「国産小麦のパン」を世に送り出した、その人である。

国産小麦パンには、まず適性なパン用小麦が必要だが、無ければ国内で開発しなければならぬ。それを模索していた日々の二〇〇九年、盛田さんは北海道農業研究センターが開発した「ゆめちから」に出会う。特質はグルテンを多く含む超強力小麦で、これが国産小麦パンの可能性を

大きく広げる。

小麦の開発には、さまざまな特性を持つ品種を幾通りも交配して育成する。播種から刈り取りまで一年一作、約五〇通りの組み合わせを毎年繰り返し、ゆめちからに一三年の歳月を要している。

北海道十勝地方は日本一の小麦産地であり、ゆめちからの主産地になった。一年、この地に生産者も共同運営する製粉工場が造られた。「作る」「食べる」のもっと近くに、という理念を掲げている。

大手パンメーカーはリテイルベーカーリーといわれる街のパン屋さんと違い、毎日、何百万個の商品を作り、コンビニやスーパーに配送して、何百万人にパンを供給する。新しい小麦粉に対応した製造ラインは安くて、味が良くて、いつでも手に入るニーズに応える、実は難問であるが、これがメーカーの使命である。

北海道に酪農を導入して「日本の酪農の父」と呼ばれた黒澤西蔵さんの牧場を訪ねたことがある。明治生まれで八〇歳を超えていたが、「国民の誰もが牛乳を飲める生活」のために日本へ酪農を導入したと目を輝かせていた。この信念が日本に酪農を定着させた。

米の値段が天井知らずに高騰した第一次世界大戦直後、米騒動が起きた時代に創業者が民衆救済に「コメの代用食にパン」の製造を始めた。盛田さんは社長就任以来、創業の理念を忘れず、この国の食料自給に貢献したい、という。

読まれます 三省堂書店農林水産省売店 (2015年11月1日~11月30日・税抜)

| タイトル   | 著者   | 出版社              | 定価     |
|--|--|------------------|--------|
| 1 日本のTPP交渉参加の真実 その政策過程の解剖                                | 作山 巧/著   | 文眞堂              | 2,800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 亡国の農協改革 日本の食料安保の解体を許すな                                 | 三橋 貴明/著  | 飛鳥新社             | 1,389円 |
| 4 JA解体 1000万組合員の命運                                       | 飯田 康道/著  | 東洋経済新報社          | 1,500円 |
| 5 新たな土地改良の効果算定マニュアル                                      | 農林水産省農村振興局整備部/監修                                     | 大成出版社            | 4,000円 |
| 6 島耕作の農業論  | 弘兼 憲史/著  | 光文社              | 740円   |
| 7 農業と経済 2015年12月臨時増刊号 世界をゆるがす中国農業 食料需給の現状、農業構造改革、農村問題に迫る |  | 昭和堂              | 1,700円 |
| 8 JAが変われば日本の農業は強くなる                                      | 杉浦 宣彦/著  | ディスカヴァー・トゥエンティワン | 1,000円 |
| 9 いま問われる農業戦略 規制・TPP・海外展開                                 | 長命 洋佑、川崎 訓昭、長谷 祐、小田 滋晃、吉田 誠、坂上 隆、岡本 重明、清水 三雄、清水 俊英/著 | ミネルヴア書房          | 3,000円 |
| 10 誤解だらけの遺伝子組み換え作物                                       | 小島 正美/編集   | エネルギーフォーラム       | 1,400円 |

# 国産食肉の活路を開く

## HACCPの力

### 衛生管理で価値を連鎖

「高価値を産み出す、衛生管理の行き届いたフードバリエーションが、安い輸入肉に対抗し国産が生き残るための活路になると考えます」と話すのは、「越谷食肉センター」を運営する日本畜産興業株式会社代表取締役、福田武仁さん（六二歳）だ。

牛、豚の食肉処理、部分肉処理、配送などを行う越谷食肉センターに、二〇年以上もの長期的なプランで衛生管理などの強化を図り、HACCPによる行程管理を実現させた。HACCP導入のこだわりには、「生産者と共に国産を守り」という福田さんの信念がある。越谷食肉センターは、大消費地である東京に近い埼玉県越谷市郊

この人に聞く

福田武仁さん

埼玉県越谷市

日本畜産興業株式会社

聞き手

情報企画部 飯田晋平

外に立地している。一九四九年に越谷駅前を設置し、六九年に現在地に移転した。現在、年間で牛三五〇〇頭、豚一七万四〇〇頭を食肉処理しており、枝肉に換算すると牛肉一六八〇ト、豚肉一万二七〇トを供給している。

八六年から開始されたGATTウルグアイ・ラウンドにより牛肉の輸入自由化（一九九一年四月）が決定した際、福田さんは危機感を持った。かねてより、欧州で食肉センターや生産者を視察し大規模で先進的な事業を目的の当たりにおいて「生産性やコスト面などスケールメリットを活かした安い輸入品が大量に入ってきたら、国産は価格面でとても太刀打ちできなくなる」と感じたという。

「生産者あつての食肉センター」が持論で、輸入肉に対抗し生産者と共に生き残るには、生産性を上げるなど価格面での対応も大切だが、味や品質など国産の強みを活かす差別化を図ること、安全・安心な肉を供給することが重要と考えた。

そして、先進的な衛生管理を行っているスーパーの視察や当時まだ珍しかったHACCPに関するセミナーを受講するなどし、越谷食肉センターの衛生管理を高度化して、HACCP導入を目指すことを決めた。

「生産者はこだわって品質を追求し、販売業者は高度な衛生管理を行っています。その間にいる食肉センターの衛生管理のレベルがさらに上がることで、高品質かつ

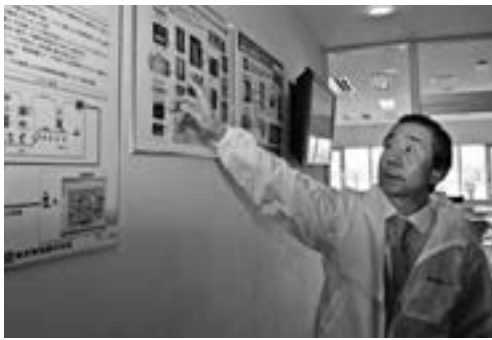
衛生管理を高度化させたフードバリエーションが構築できると考えたのです」

福田さんたちは将来的なHACCP導入を前提とした施設の更新、機能強化を図っていった。

九〇年に食肉処理をした牛を枝肉などの部分肉に加工できるようミートセンターを建設し、大手食肉メーカーと運営を提携。九八年にはカット肉を配送する物流機能を整備した。

二〇〇〇年に、牛の食肉処理ライン、〇三年には豚の食肉処理ラインを更新し、生産性や高度な衛生管理体制を強化した。〇五年には、豚肉の加工場を更新し、牛肉のミートセンターと同等の性能に向上させた。

消費者に近い場所に、牛・豚の食



発電システムを説明する福田 武仁さん。「環境にやさしい食肉センター」も目指しており、消費電力の30%をまかなう。

### 生産者と共に国産を守る

HACCPは危害要因に関する重要管理点の継続的な監視が必要になる。食肉センターの危害要因は主に大腸菌などの菌だ。体表や内臓に多く存在する菌を食肉処理

肉センターから枝肉カット・配送を行うミートセンターまで一貫した体制が整い、量販店からの小ロット需要や、前日注文・翌日配送といったニーズにも高鮮度を維持し供給することが可能となった。さらに、北関東周辺の有力生産者と牛肉、豚肉の安定的な調達のため契約を締結。生産者の顔が見える供給体制を確立した。そして一三年、HACCP導入に向けた体制の整備や手続きに着手した。

時に付着させないこと、菌を増殖させないようカットした肉を速やかに冷蔵し温度管理を徹底することなどが主なポイントとなる、という。「実際に作業を行うのは、現場の社員です。一人ひとりの技術レベルや意識が伴わなければ、本当の意味で衛生管理が向上したとは言えません。そこで、ルール作りから社員に担当してもらい、ボトムアップを図りました」

福田さんは、三〇歳代の責任者を立てて若手を中心にチームを編成させた。チェック表やリストなど、HACCP支援法(※1)に基づく高度化計画の認定に必要となるルール作りから現場の声を取り入れた。「当事者意識を持って作成したルールは理解も深く、また、モラルの向上にもつながります」

「今後TPPの影響で輸入肉が増え、国内の畜産を取り巻く環境は大きく変わるでしょう。生産者から販売業者までが一丸となり、品質や衛生管理を追求し構築した食肉流通システムを消費者にアピールすることで、国産の良さを伝えていきたい」と、決意を語る。

二年がかりでHACCP導入に必要な体制を整え、一五年、高度化計画の認定を食肉センターなどの指定認定機関(※2)である「公益財団法人日本食肉生産技術開発センター」から受け、日本公庫の「食品産業品質管理高度化促進資金(HACCP資金)(※3)を利用して、最新の食肉処理用機械を取得した。これによりHACCP導入を達成、今後、第三者認証の取得も

※1 食品の製造過程の管理の高度化に関する臨時措置法。HACCPは、食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生するおそれのある潜在的な危害要因を予測(HA)し、その危害の発生を防止するため、特に重要な工程である重要管理点(CCP)を特定して継続的に監視・記録し、製品の安全性の向上を図る衛生管理システム。

※2 HACCP支援法の規定に基づき、厚生労働大臣および農林水産大臣の指定を受け、食品の種類ごとに高度化基準を作成し、高度化計画および高度化基盤整備計画の認定を行う事業者団体。

※3 HACCP資金の概要については三五頁を参照して下さい。

## 農林水産省がすすめる HACCP導入の意義

農林水産省食料産業局  
食品製造課

食品の安全性の向上と品質管理の徹底に対する社会的要請は日に日に高まっています。HACCPの考え方による衛生管理が、EU、米国をはじめ国際的にも主流となってきたおり、輸出促進の観点からも対応が求められています。

二〇一三年には中小事業者の食品の安全性向上の取り組みを後押しするため、HACCP支援法が改正され、有効期限が延長されました。同法に基づく、日本公庫などによる融資は、従来HACCPの導入のみに限られていましたが、その前段階における衛生・品質管理などのための施設や体制整備の事業に利用できるよう拡充されています。HACCP導入による新たな事業展開にHACCP支援法による融資制度をご活用ください。

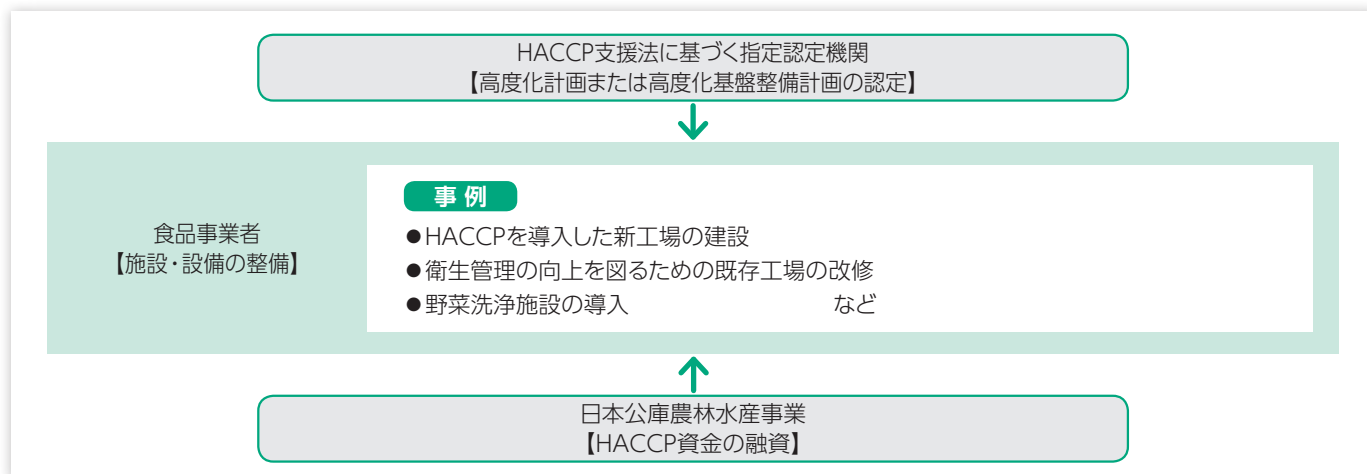
# 将来的なHACCP導入義務化に備え HACCP資金をご活用ください

食品の安全性の向上と品質管理の徹底を図るため、製造・加工の工程管理システムであるHACCPの重要性がより一層増しています。EU、米国をはじめ、HACCPの考え方による衛生管理が国際的にも主流となっており、輸出促進の観点からも対応が求められています。



日本公庫はHACCP支援法に基づく制度資金「食品産業品質管理高度化促進資金（通称:HACCP資金）」により、HACCP導入などの取り組みを支援しています。HACCP導入を図る施設整備のほか、その導入の前段階における衛生・品質管理などのための施設および体制整備など、130以上の事業にご利用いただいています。ぜひ最寄りの支店までお気軽にご相談ください。

## ■ HACCP資金のご融資イメージ



## ■ HACCP資金の概要

|                  |  |
|------------------|--|
| ご利用いただける方        | 食品の製造・加工の事業を行う中小企業者（製造業の場合、資本金3億円以下または常時従業員数300人以下）  |
| 資金の使いみち          | HACCPを導入するための施設整備（製造過程の管理の高度化）、またはHACCP導入の前段階における衛生・品質管理などのための施設および体制整備（高度化基盤整備）、もしくはこれらと併せて一体的に導入する生産施設   |
| 融資限度額            | 事業費の80%以内または20億円のいずれか低い額   |
| 返済期間             | 10年超15年以内（うち据置期間3年以内）  |
| 金利<br>(12月18日現在) | 2億7,000万円以下 0.35～0.55%<br>2億7,000万円超および特定の事業 0.50～0.70%  |
| ご留意いただきたい事項      | <ol style="list-style-type: none"> <li>HACCP支援法に基づく各指定認定機関の認定対象の食品の種類は以下の通りです。<br/>食肉製品（ハム・ソーセージなど）、容器包装詰常温流通食品（缶詰、瓶詰、レトルト食品）、炊飯製品、水産加工品、乳製品、味噌、醤油製品、冷凍食品、集団給食用食品、惣菜、弁当、カット野菜、食用加工油脂、ドレッシング、清涼飲料水、食酢製品、ソース、菓子、乾麺、漬物、生麺、パン、食肉（枝肉・部分肉、と畜）</li> <li>審査の結果により、ご希望に沿えない場合がございます。</li> <li>上記以外にも資金をご利用いただくための要件などがございます。<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）までお問い合わせください。</li> </ol> |



今後の取引につながる場となった商談会

### 三事業合同でかがわビジネス 入交流会を開催

一〇月一九日、高松市内で「かがわビジネス交流会」を開催し、日本公庫のお客さま四〇社をはじめ、関係機関の方々など合わせて一〇二人にご参加いただきました。

第一部では商談会を行い、第二部ではミュージックセキュリティーズ株式会社西日本支社長の杉山章子氏から「新たな資金調達の仕組みとその可能性」と題し、クラウドファンディングについて、ご講演いただきました。

参加者からは、「香川県特産のオリーブを利用した商品開発に弾みが付きました」などの感想が寄せられました。  
(高松支店)

### 三事業連携の島根県産品業 者の交流会を開催

二月六日に松江市内で、島根県産品に携わる農業者や食品製造業者など二四社と、飲食店、スーパー、旅館業などのバイヤーとの交流会を開催し、三五人にご参加いただきました。

初めて参加された方が多く、6次産業化中央サポートセンターの桶矢茂守氏から包装や価格設定などの助言を受けて、自慢の商品をバイヤーにPRしました。バイヤーからは、「商品に込めた想いを聞き有意義でした」などの感想が寄せられました。今後ともビジネスマッチングや農商工連携の推進に取り組んでまいります。  
(松江支店)



1社5分で商品をPR後、商談に臨みました

### 稲作経営に係る意見交換会を 開催

一月一九日、店内にて稲作経営者のお客さまや関係機関の方々六人にご参加いただき、日本公庫からは農林水産事業本部長の高橋洋をはじめ七人が出席し、意見交換会を開催しました。

農業政策の動向を見据えた稲作経営について議論が交わされ、特にTPP対策としては直播栽培、転作による作付け形態の多様化や、生産、加工、流通におけるコスト削減について話し合われました。

参加者からは「県内の同業者と時宜にかなった内容で非常に有意義な意見交換ができました」などの声が寄せられました。  
(青森支店)



熱く議論を交わす参加者

### 子ども絵画展2015の 農林水産事業本部長賞を決定

二月六日に全国水土里ねっとおよび都道府県水土里ネット主催「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展2015(日本公庫後援)において、日本公庫農林水産事業本部長賞を小枝瑞季さん(福島県須賀川市立西袋第一小学校一年)が受賞しました。

受賞作品「おとうさんがつくったきゅうり」は、夏休みに畑でキュウリを収穫する父親の姿を描いており、キュウリを丁寧に扱っている様子が伝わります。  
瑞季さんの絵画は今号の裏表紙に掲載されています。  
(情報企画部)



「きゅうりが大好き」と言う瑞季さん。お母さん、大叔母さんと

## 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)

◆二月号「農と食の邂逅」の広大な原野に、今まさに沈もうとする夕日の美しさに魅せられ、夕日を背景にほほ笑む善生さんの姿にほれほれとさせられました。北海道は内地にはない開放感があり、食べ物が大変美味です。善生さんもそうした北海道の地の利を生かして農業やレストラン経営の道歩んでおられ、『風と共に去りぬ』のスカールレット・オハラのとくましく生きる女性のイメージが重なります。

TPP交渉の大筋合意を受け、日本農業を取り巻く環境は極めて厳しくなりそうです。善生さんの農業経営は日本農業の原点ともいえるべき家族経営で非常に素晴らしく、岩見沢を訪れたら善生さんのレス

トランで自慢の料理を堪能したいと思えます。(広島市 内俣)

●新年明けましておめでと〜ございます。本年もより充実した誌面作りを心掛けてまいりますので、ご愛読のほどよろしくお願い申し上げます。(編集部 一同)

### 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て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、編集させていただくことがあります。

「郵送およびFAX先」  
 〒〇〇〇〇〇〇四  
 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 〇三三三七〇一三三五〇

## 編集後記

④人口減や高齢化など社会構造変化の中で、消費者に対峙する食品産業は対応を迫られており、成長へのヒントは各所にありそうです。ところで、インフォメーションに取り上げた子ども絵画展の表彰式に参加し、絵の表現力に圧倒されました。子どもたちが描いた農村の風景を次の世代にもつないでいけたらと思います。(嶋貫)

④あの白くみずみずしい新玉ねぎのスライスや餡色になるまで炒めた玉ねぎのスープは絶品のおいしさですが、産地は、と問われると答えられません。「農と食の邂逅」の清水さんの驚くほど甘いフルーツ玉ねぎのスライスに、玉ねぎドレッシングをかけていただいたら、玉ねぎが大好物になるはず。黄金に輝くパッケージの「金のポタージュ」も魅力的。(小形)

④HACCPについて、加藤さんは食品企業の信頼を維持、販売戦略としても大切な手段と指摘し、福田さんは高品質な国産肉を高度な衛生管理で流通させるフードバリューチェーン構築が生産者と共に国産を守ることに繋がると導入を決意しています。それらの様子を知るほどにHACCPの重要性を強く感じました。(城間)

④心から「おいしい!」と思うものを食べると、本当に幸せな気持ちになりますよね。私が最近、魅了されたのは「変革は人にある」で紹介した小林牧場の「小林牧場物語のむヨーグルト」です。甘過ぎず、ちょうど良い甘さで、濃厚なのに後味はすっきり。今年も、さまざまな地域のおいしいもの、たくさん出会いたいです!(林田)

## 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)

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9回 **アグリフード EXPO** 大阪 2016  
プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

日時

2月18日<sup>木</sup>/19日<sup>金</sup>  
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**



●次代に継ぐ

フードマーケット新潮流



『おとうさんがつুক্তきゅうり』小枝 瑞季 福島県須賀川市立西袋第一小学校

■AFCフォーラム 平成28年11月1日発行(毎月1回1日発行)第63巻10号(785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

■本誌面格476円



JFC 日本政策金融公庫 農林水産事業本部

<http://www.jfc.go.jp/>



