

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

7

2016

特集 農産物、業務用という選択



農産物、業務用という選択

3 加工適性の野菜を追うタネ・ビジネス

榛澤 英昭

加工・業務用野菜の需要が増す中、種苗会社に求められるのは加工適性に優れ、低コスト生産ができる品種の開発だ。品種改良の最前線を紹介する

7 産地が挑む加工業務用特化の野菜作り

今田 伸二

加工業務用キャベツの生産地化を目指した取り組みがなされている北海道河東郡鹿追町。業務用を選択した理由や目指す姿を語ってもらった

11 業務用野菜の振興に供給経路の安定構築

農林水産省生産局園芸作物課園芸流通加工対策室

内食から中食や外食に移行する今、食の外食化、簡便化が急速に進んでいる。それに伴う業務用農産物をめぐる情勢とサプライチェーンの構築を探る

情報戦略レポート

15 食品製造業者の7割超がHACCP導入に意欲 食品産業の製商品の志向は「低価格」がさらに減少 —2015年下半年 食品産業動向調査—

経営紹介

経営紹介

23 有限会社木村農園／宮崎県

木村 好孝

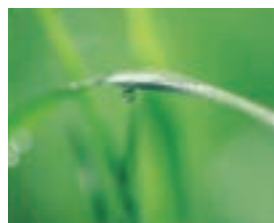
少数品目の業務用野菜に特化し、生産、集荷販売をする。販売先との信頼を重視し、強みを仕入先農家に還元するなど一体感を強めた経営を目指す。

変革は人にあり

27 有限会社ユニオンファーム／茨城県

玉造 洋祐

土作りにこだわり、農業の担い手を育ててフランチャイズ経営を進める。「元気野菜」ブランドで10品目の有機野菜生産の事業化に取り組む若き経営者に聞く



撮影：深澤 武

長野県白馬村
2000年7月撮影

朝露に映る小宇宙

■若い稲の葉に付いた朝露が、光に包まれて輝いている。農業を担う者だけが見ることのできる風景の一つだ■

シリーズ・その他

観天望気

“飢饉”に備える農家経営 青井 倫一 2

農と食の邂逅

NOTO高農園／石川県

高 博子

青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) 19

フォーラムエッセイ

風を感じる暮らし方 深町 貴子 22

主張・多論百出

民俗研究家 結城 登美雄 25

耳よりな話 172

酪農関連の碑めぐり(その12) 加茂 幹男 30

まちづくりむらづくり

浜のおかみさんたちが日本一の塩づくり

息の長い取り組みで、地域の輪が広がる

NPO法人戸田塩の会／静岡県

花沢 照蔵、中村 多恵子 31

書 評

金丸 弘美著『タカラは足元にあり! 地方経済活性化戦略』

青木 宏高 34

インフォメーション

農業経営者の良き相談相手として 情報企画部 35

食品製造・加工業者の皆さまへ (HACCP資金のご案内) 36

みんなの広場・編集後記 37

ご案内

第11回アグリフードEXPO東京2016 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

“飢饉”に備える農家経営

今、日本の農家は三つの側面から注目されている。

まずは地域活性化の中核の一員としての存在である。これまでは地域の活性化、ことに経済の活性化の手段として、企業誘致、工場誘致が模索されてきた。しかし多くの工場は、来ては去っていった。遠くに存在する本社は地元社会への関心が低くなるのがふつうである。その意味では地元から動く可能性の低い経済主体が地域活性化の柱となるべきであり、その有力メンバーが農家である。

次に、ファミリー企業といわれる地域にこだわる企業も中核となろう。少し考えれば、農家はファミリー企業そのものである。地域、ファミリーという表現は、これまでは束縛、農家経営の制約条件と見なされてきたが、これからは成長の原動力になるであろう。「強み」「弱み」は経営における一枚の硬貨の表と裏で、強みを活かして、弱みを目立たないようにするために、農家は経営そのものへの志向を高める必要がある。

最後に挙げられるのが、農家が成長分野と位置付けられているということである。成長分野には、マネー、人材、技術という経営資源が「向こうから」流入する。この経営資源をいかに活用し、成長のサイクルを回すことができるかが、農家経営の鍵である。農業分野の成長が自動的に各農家の経営をサポートするものではない。「資源のバブル」が続く間に農家経営の新しいデザインを企画・実行することが肝要である。六次産業化に浮かれることなく、一次産業の変革を実行する好機である。好機は未来永劫に続くことはない。「七年の豊作はそれに続く七年の飢饉に備えるため」というユダヤの格言を身に付けることを勧める。

三〇年前にハーバード大学ビジネススクールに留学した時、新鮮に感じられた科目に「アグリビジネス」があった。学生に小麦のような商品市場に架空の投資をさせ、その成果を成績の一部にしていたと記憶している。要は、「動くもの」への感覚の養成である。日本ではリスクを避けすぎて、農業分野を「固定化」しすぎている。これからはマーケティング、マネジメントという二つのMを軸に持続的な農家経営を目指してはどうか。



明治大学専門職大学院グローバル・ビジネス研究科
専任教授

青井 倫一

あおい みちかず

1969年東京大学工学部卒業後、同大学院経済学研究科博士課程を経て、79年ハーバード大学ビジネススクール博士課程修了、同経営学博士。慶應ビジネススクール校長、慶應義塾評議員を歴任し、2011年慶應義塾大学名誉教授ならびに現職就任。主な著書に『インタラクティブ・マネジメント』『リーダー企業の興亡』（ともにダイヤモンド社）など。

遊休地の借地農業は
二ヘクタールから始まり、
現在、一〇倍に畑を拡大
ほら、土がほぐれるでしよ
いい土になったでしよ、と。

農と食
の邂逅

高博子 さん

石川県七尾市
NOTO高農園

レストランからの注文は少量多品目。生産者には手間がかかる。三〇〇種の野菜を作り、レストラン・シェフたちとの直接取引は、二〇〇店を超える。未知の世界へ挑戦することに心躍らせる新規就農も、一八年目の夏になる。





P19: 鹿児島県出身の博子さん。福岡市で出版関係の会社に勤めている時、利充さんとお会った P20:「農業で生きていこうとする若者を育てていくことも自分たちの仕事」と利充さん(右上) 従業員、パート合わせて7人を雇用(右下右) 赤土で育ったニンジンがおいしそう(右下左) 夫婦の姿に影響され、野菜やイモ類を作る生産者が増え、今や能登島の耕作放棄地は解消されたという(左)

ゼロから有機栽培で就農

能登半島の東岸、七尾湾に浮かぶ周囲約七二キロメートルの能登島。島の西半分には広がる赤土の畑が印象的だ。軟らかい土のおかげでイモ類は肌がきれいで、味も良いという。ここにレストランのシェフたちが頼りにする生産者がいる。夫、利充さん(四四歳)と共に約三〇〇種類の野菜を作る高博子さん(四六歳)だ。

出会った当時、二人は福岡県で別々の会社に勤めていた。建築関係の仕事をしてきた利充さんは、直売所やクラインガルテンが増えてきたことを肌で感じ、農業が時流になりつつあると感じた。「農業がやりたい」という利充さんに、迷いなく「やってみれば」と勧めた博子さん。「私もしたいことをやってきたので、未知の世界への挑戦は面白いと思っていました」

この会話から数カ月後、二人は結婚を決めた。能登島に畑を持っている利充さんの知人を頼り、利充さんが先に単身で島に。非農家である上、「ずっと食べる側にいましたから、安全でおいしいものが作りたい」と有機農業を目指す若者に、土地を貸す人は現れず、役場の反応も鈍かった。

富山県でスーパーのバイヤーをしている先輩との野菜の売買に関する契約書を手にして、再度、役場を訪れた利充さんの本気度が理解され、二軒の耕作放棄地と就農準備金を借りることができた。

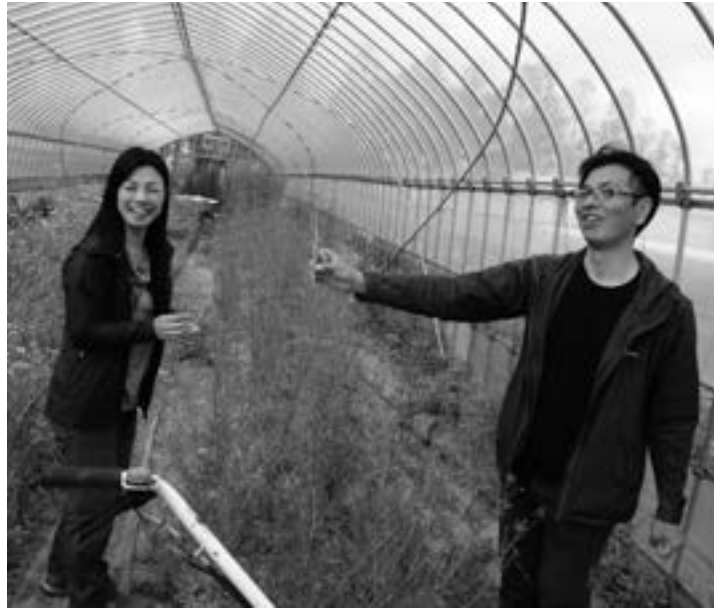
二人の農業が始まったのは二〇〇〇年。作物は利充さんの好物で、比較的栽培リスクの少ないジャガイモ、サツマイモ、カボチャ類。開墾に匹敵するような耕作放棄地の整備は、町や地元の建設会社が機械を持ち込んで応援してくれた。ジャガイモは平均単収の半分ほど。それでも化学肥料や農薬を使わず、緑肥や野菜チップをすき込み、草をマルチ替わりにするなど身近にある材料を使い、丈夫な土、健康な野菜作りを心掛けた。

契約先のスーパー、JAにも出荷したが、農業だけで生活は成り立たず、利充さんは昼間に農業、夜は漁業の仕事というハードな生活を送った。冬には、郵便局の配達、博子さんも仕分けの仕事をした。「一週間の生活費が一〇〇〇円という時もありました。それでもつらい、やめようと思ったことは一度もない」と二人は口をそろえる。「食べる人の顔が見えるようになったことが大きい」と利充さん。〇六年頃からスーパー内にインショップ(産直コーナー)を作り、「おいしい」「別の野菜はないの?」と消費者の声が届くようになった。一店舗で始まったインショップが五、六店舗に広がり、店舗により売れ筋商品が違ってくることも分かってきた。求められるものを作る農業、お客さんの喜ぶ顔をイメージしながら営む農業の土台をこの時に築いた。

シェフと運命的な出会い

そんな矢先、石川県の担当者から「野菜を東京に売りにいきませんか」と言われた。販

路開拓を考えている生産者と都内の小売り・外食関係者をマッチングする商談会を県が主催したのだ。商談会場では、出展者の食材を使った料理が振る舞われることになり、調理担当のシェフたちが食材探しに高農園を含む生産者を事前に訪れていた。「会話が弾みました。これいいね。こうやって使ったら面



結婚当初、就農に反対だったという博子さんの両親が最近農業を始めた。「農業を選んで良かったと言われてうれしかった」と博子さん

白いねって」と博子さんは振り返る。商談会が終わると、シェフから早速注文が入るようになった。

高さん夫婦とシェフたちとの関係は徐々に深まっていった。商談会にも毎年参加し、「畑を見たい」というシェフを進んで招いた。取引が始まると博子さんと利充さんは交代

で店を訪ね、料理を食べることにしている。訪ねてこそ店の雰囲気、シェフの料理の傾向、好みが分かるからだ。「シェフの料理を想像して、この色の野菜が合うのではないかという提案をすることもあります」と利充さんは言う。

レストランからの注文は少量多品目で、生産者には何かと手間がかかる。現在、朝六時までに届いた注文を博子さんが集計し、収穫する品目と量をスタッフに指示する。午後は仕分けや袋詰めをして発送。翌日午前中に間に合わせるため、車で二〇分の七尾市の宅配便の集荷場へ運ぶ。さらに、時間が遅くなると大きな拠点がある富山県まで片道一時間以上かけて運ぶこともある。今では生産に五人、袋詰めにも二人のスタッフが作業してくれるが、発送前の最終チェックは博子さんたちが行う。シェフによって求めるサイズや色などに微妙な好みの違いがあるからだ。博子さんがよりシェフの好みを知っている店と、利充さんが詳しい店があり、窓口を分けるというきめ細かい対応もする。

レストランとの取引によって、農業にさまざまな切り口があることを博子さんたちは発見していく。市場出荷の場合、規格に沿った野菜のみが「商品」。だがシェフたちは、実がなる前の花、間引きしたカブやニンジン、アブラナ科の野菜を収穫した後の菜花など喜んで使ってくれる。同じ野菜でも、成長過程によっていくつもの商品になる。「ロスがなくなったことは（経営にとって）大きい」と博

子さん。今では、レストラン中心に百貨店、ホテル、有機の宅配業者など販路も広がった。

土にこだわる農業を続ける

細やかな気遣いがシェフたちの心に届かないはずがない。営業らしい営業はしたことはないそうだが、高農園の野菜の評判はシェフからシェフへと伝わり、取引につながっている。シェフが独立する際も「新しい店にも野菜を届けて」と言われることが少なくないという。直接取引するレストランだけで二〇〇軒を超える。

若い二人には目指すべき農業の最終形は見えていないというが、「シェフたちとの触れ合いを大切に、土と共に歩むこれまでの農業のスタイルは変わりません」と博子さんはきっぱり言う。まだ少ない地元への販売先を増やし、自分たちと同じように農業で生きていきたいという若手を育てたいと考えている。

借りている畑は二〇畝まで増えたが、二人は謙虚そのもの。博子さんは「今のやり方でいいのか常に自問自答しています」。利充さんも「まだまだ満足していません。行けてないお店もまだありますから」と話す。「ようやくいい土になってきた」と赤土を握っては、ほぐれ具合を確認する二人。どうすればもっとシェフたちが喜んでくれるのか。その笑顔を想像しながら、夫婦一心同体の野菜作りはこれからも続くだろう。

（青山浩子／文 河野千年／撮影）



一昔前までは「園芸」というと、趣味の世界の延長上にありました。なぜなら、花を育てて愛でるのは、花が好きな人がやるように思われていたからです。私も小さい頃から植物は大好きでした。でも、趣味と感じたことは一度もありません。「園芸」は当たり前のように生活の中にあつて、花が咲けば部屋に飾ったり、誰かにプレゼントしたり、また野菜や果物が取れば、それが食卓に上っていたからです。

あるとき、野菜を自分で作ると損か得か、議論になりました。「あなたにお金も、手間も、時間もかけて育てたのに、これだけしかできないのか、割に合わない。スーパーで買った方がよっぽど得じゃないか」という意見もありました。確かに買った方が安い、と感じる方もいるかもしれませんがね。その方は投資したお金や労力と、収穫物だけをとんびんに掛けているからなのでしょう。

その考えは農業上では正しいのですが、家庭園芸においては、少し違います。なぜなら、収穫の他に楽しい体験や新しい知識、健康が得られたではありませんか。

「園芸とは植物を育てる行為をいいます。たとえば、美しい花やおいしい果実を得ることが目標としても、目的ではないのです。では目的は？」と聞かれたら、私は「明日を楽しむため」と答えます。

暮らしの中に園芸があると生活が変わります。

雨の日、晴れの日、天気を見ながら植物の成長を見守れば、風に対して敏感になります。土に触れ、汗を流し、太陽を浴びれば、ぐっすり眠ることもできますよね。さまざまな出来事に一喜一憂した経験は、毎日の暮らしをちよつと豊かなものにしてくれます。

植物を上手に育てられるようになりたい。そんなときは、植物の育て方を覚えるのではなく、育ち方を知ることです。日々成長する植物の姿をよく観察していると、「今、水が欲しい、肥料が欲しい、暑い、寒い」と、必ず植物が話し掛けてきます。私たちはそれに応えるだけでよいのです。

植物と共に暮らすことで、きっと、あなたの明日は変わります。さあ！何か育ててみましょう。毎朝、カーテンを開けるのが楽しみです。になりますよ。

F



園芸家
深町 貴子

ふかまち たかこ
東京農業大学短期大学部非常勤講師、有限会社タカ・グリーン・フィールズ専務取締役。植物を育てることの楽しさや喜び、生態系の仕組みや不思議を独自の視点で語り、全国各地で園芸の楽しさを広めている。また、集合住宅におけるコミュニティガーデンの菜園指導や、オリジナルブランドの商品企画も行う。NHK「趣味の園芸 やさいの時間」講師をはじめ、NHK「あさイチ」「グリーンスタイル」、TBS「マツコの知らない世界」など数多くのテレビや雑誌で活躍中。公式HP：<http://www.taka-greenfields.com/>

風を感じる暮らし方

民俗研究家

結城 登美雄

(七〇歳)



● ゆうきとみお
一九四五年中国東北部(旧満州)生まれ。仙台市在住。二十数年にわたって東北各地をフィールドワーク。「地元学」の提唱や「食の文化祭」などの活動で二〇〇五年「芸術選奨・文部科学大臣賞」を受賞。

田

植えの季節になると毎年思い出す俳句がある。一〇年ほど前の農業新聞に投稿されていた水谷繁之さんという方の一句。

《田植え機を買ふ決心をして、淋し》

長年使い慣れた田植え機が壊れてしまった。修理をしても全く動かない。米作りをやめる潮時だとの予言だろうか。それでも中古農機具フェアに何度も出掛け、迷いに迷ってようやくにして買う決心をして田植え機を手に入れたが、なぜか心は少しも喜ばない。やればやるだけ赤字が膨らむ昨今の米作り。しかし米は命の糧、わが農業人生の中軸。代々受け継いできた先祖たちの想い。田を荒らすのは忍びない。だが、八〇歳近くになって、あと何年続けられるのか――。米作りを決心して「淋し」と言わざるを得ないのは老農だけではない。

私はこの二十数年、東北の農山漁村の集落を六〇〇カ所ほど訪ね歩き、その地で営まれる農業者たちの生産風景を見つめてきたが、日本各地の田園に立

つ多くの人びとの想いもまた同じなのではあるまいか。

一方、JA全中(全国農協中央会)のアンケート調査(二〇一五年七月三二日公表)によれば、七割以上の人が日本の食料自給率(三九%)の低さを心配し、八割以上の人がこの国の食料の将来に不安を抱いているという。確かに、国民食料の三九%しか自給できない国の未来は不安で危うい。だが、しからばどのようにして自給率を上げ、不安を取り除くのか、と問われれば誰も口をつぐんでしまい、話が先に進まない。

私見によれば、この国の食料自給率の問題は、もはや農林水産という産業論や生産領域をはるかに超え、国民の生命と生存に関わる存在論的消費領域の問題になったのではないかとさえ思われる。

巷間^{こうかん}流布されている食料自給をめぐる議論はいつも、食品というモノとカネの数字ばかりが踊って、その食を支えている人間の問題、すなわち農漁民の現場と現実を捉える視点が不足していると感じる。

農民が土を耕やし種をまき、間引きをしたり支柱を立て、雑草を刈り虫を払い、ようやくにして収穫をするから私たちの食卓に野菜は届くのである。

漁民が沖を目指して船を出し、網を入れて引き揚げるから魚は今日も私たちのおかずになるのである。「誰が私たちの食料を支えているのか？」その問いを避けて、私たちに食の未来はない。いったい一億三〇〇〇万人近い日本人の食料は何人の農漁民によって支えられているか。残念ながらそれを知り、気にする国民（消費者）はあまりにも少ない。

農

林水産省によると、二〇一五年現在、日本の農業就業者は二〇九万人余り（農業労働力に関する統計）。漁業就業者は男女合わせて一六万人余り（漁業労働に関する統計）。私たちの食の土台は、合わせて二二五万人余り、すなわち全人口のわずか一・七%余りの人びとの報われない労働に支えられているのが実態である。しかも、その大半は老農、老漁師たちである。

二〇九万人の農業就業者のうち、半分近い九八万人は七〇歳以上の高齢者であるという事実。そして六〇歳代が六二万人を占め、日本農業はその七七%

が六〇歳以上の高齢労働に支えられているという現実。

高齢化社会日本の医療、福祉、介護、年金についての議論には熱心なのに、一食として欠かせない食料を私たちに代わって懸命に支えているのが高齢農業者だという事実と現実には、なぜ真剣に向かい合わないのだろうか。加えて将来の食を担う四九歳以下の若き農業者はわずかに一二%弱、二五万人しかないという現実。しかも労働評価の低さゆえか、毎年二―三万人が辞めていく。どうなるのだろうかこの国の食料は。

体力も命も限られている七〇歳代の老農たちに頼っている日本の食と農。問われているのは食料自給率ではなく、食を最初に作り育てる人びとの力。すなわち「食の自給力」なのではないか。

もはや私たちは、安くて安全だけを求めるわがままな消費者ではいられない。私たちに代わって食を育ててくれる生産者の現場と現実を受け止め、それをしつかりと連携サポートする食と農の当事者になることが求められている。

それが出来なければ、私たちの食の未来はない。F

問うべきは、食料自給率よりも「食の自給力」
食と農の当事者となって連携サポート求める

酪農関連の碑めぐり (その12)

日本政策金融公庫
テクニカルアドバイザー

加茂 幹男

Ｊ Ｒ東北本線の福島県鏡石駅から東に二キロメートルのところに、鏡石町と須賀川市にまたがって岩瀬牧場があります。牧場の南側（須賀川市側）に「牧場の朝発祥の地」の石碑があり、碑には、「牧場の朝」は、昭和七年船橋栄吉の作曲、杉村楚人冠（本名廣太郎）の作詩である。文部省唱歌となつて七〇年。鳥見山公園に歌碑が建立されて二〇年。これを記念して感謝の集いを催すに当たりここに歌の発祥地の岩瀬牧場に建立した」と記載されています。岩瀬牧場がモデル

の『牧場の朝』は一九三二年に文部省唱歌に採用、「新訂尋常小学唱歌（四）」に掲載されました。

岩瀬牧場は、明治の初めから一三〇年以上の歴史があります。

明治天皇が東北巡幸された際に、鏡石、矢吹、須賀川に広がる原野二七〇〇町歩に及ぶ地を、天皇が側近に開墾について申し述べられたことが開拓の発端となったといわれています。

伊藤博文内閣が宮内省直営の開墾地所として開拓を始め、その後、皇族方による経営に変わり、「御料牧場」としての岩瀬牧場が誕生し、一九〇七年にはオランダ王国レーワルデンの酪農家からホルスタイン種牛二三頭を輸入し、記念に友好の鐘が贈られました。七三年、須賀川



「牧場の朝発祥の地」碑（岩瀬牧場 橋本政宏氏提供）



「牧場の朝の歌碑」（鏡石町教育委員会 渡辺光徳氏提供）

市立博物館において、『牧場の暁』と題する紀行文を掲載した中学国文教科書が発見され、八二年、作詞者は杉村楚人冠と、また岩瀬牧場がそのモデルであると断定されました。

／ 三年には、岩瀬牧場に隣接する鳥見山公園に歌碑が建設され、町のシンボルソングとなりました。また、アレンジ曲は、ＪＲ東日本の発車メロディーの一つとして使われています。

歌碑の由来には、「小学唱歌『牧場の朝』は昭和七年に文部省唱歌に制定されて以来多くの児童生徒に愛唱さ

れて今日に及んでいるしかるに肝心の作詞者が不明であったが多年にわたる医師最上寛氏及び作曲家平井康三郎氏並びに関係者の追跡研究の結果明治の文筆

家である杉村楚人冠（本名廣太郎）の作と断定するにいたった 町はこれを記念し『牧場の朝』発祥の地である公園の一角に作曲者故船橋栄吉氏の息女である船橋豊子氏の協賛を得てこの歌碑を建立した 碑前面の楽譜は船橋豊子氏を煩わし歌詞は詩と音楽の会会長でありこの道の権威である作曲家平井康三郎氏の揮毫によった 町の自然と風土がうたいこまれた珠玉の作品が永く後世にうたいがれることを祈念してやまない」と記載されています。



Profile

かも みさお
1950年北海道生まれ。岩手大学農業機械学科卒業後、農林省東北農業試験場入省。農林水産技術会議事務局、(独)農研機構近畿中国四国農業研究センター四国農業研究監、(独)農研機構畜産草地研究所草地研究監などを経て、2010年から日本政策金融公庫に勤務。専門は畜産草地で、主な研究対象は飼料の収穫・調製・給与など。



浜のおかみさんたちが日本一の塩づくり 息の長い取り組みで、地域の輪が広がる

静岡県沼津市

NPO法人戸田塩の会 理事長

花沢 照蔵

副理事長

中村 多恵子



私たちにも何かできる

かつて漁業で栄え、現在は人口減少の課題を抱える村で、地域再生のため日本一の塩づくりを目指すという息の長いプロジェクトが力強く進行中です。一度途絶えた伝統を復活させたことや味の良さなどで注目を集め、数多くの方が塩を買い求めたり、地域を訪ねて来るようになりました。

二〇〇五年に沼津市と合併した旧戸田村は、市の南部、西伊豆の海岸線に位置し、富士山を駿河湾越しに望む風光明媚な所です。世界最大のカニであるタカアシガニが捕れることでも知られ、基幹産業は漁業です。

漁獲高の多かった昭和の時代は、マグロやカツオ船が多く造られては、鮮やかな大漁旗を翻し戸田港から出港していったものです。また、海水浴などの観光客でにぎわい、民宿も数多くありました。しかし、一九九〇年代には魚介類の輸入増加や、海洋資源の減少などによる漁獲量の低迷、魚

価の下落、さらに燃油高騰など漁業を取り巻く環境は急速に悪化していきました。戸田村でも港をにぎわせたマグロやカツオ船が次々と廃業し、漁師たちは職を失いました。若い人たちも漁業に魅力を感じなくなり、次々と村を去っていきました。六五年ごろに六〇〇〇人を超えていた村の人口は、九四年には四八〇〇人程になっていました。このような状況の中、「このままではいけない、何とかしなくては」と村民たちは危機感と焦燥感を募らせていました。

九四年、漁で忙しい男性陣に代わり、村の婦人会メンバーが静岡県主催の「農林水産業向けのマーケティング講座」に参加しました。それは、地域にあるものを見直してそれに付加価値を付ければ資源となり新しい産業とすることができるといふものでした。この講座が女性たちの心に火を付けました。女性たちは、「私たちにも何かできるはず」と話し合い、アイデアを出し合いました。そして注目したのが、塩づくりだったのです。

戸田ならではのものの、二番煎じではないもの、健やかな生活に不可欠なもの、自然を破壊することなく持続可能なもの、交流人口を増やせるもの、経済的に利潤が得られるもの、そして何より戸田村の住民に喜ばれるものを、を多角的に検討した結果、目の前にあるきれいな海水を活かした塩づくりに目が向けられた、というわけです。

当時の日本では、塩は専売制の下にありました。八五年に日本専売公社が解散して以降、民間の事業者による販売も徐々に認められるようになっていきましたが、製造に関しては大手の事業者の海水を大規模に処理するイオン交換膜による精製塩が一般的でした。特産品づくりのために塩をつくるということは、例がありませんでした。前例がないからこそ、自分たちがつくるのだ、という気概に燃えたと言えましょう。

戸田村に伝わる古い文献に、今から一五〇〇年も前に安康天皇の病気を見舞うために当地でとれた塩を献上したとの記述もあるほど、戸田村に

profile

花沢 照蔵 はなざわ てるぞう

1941年静岡県生まれ。戸田塩の会設立時からさまざまな協力をしている。2001年理事。16年から現職。長年の漁師経験で製塩に最適な海水をくみ上げている。

中村 多恵子 なかむら たえこ

1941年静岡県生まれ。95年の戸田塩の会設立当初より参加。2002年理事。16年から現職。良質な塩づくりに日々励んでいる。

NPO法人 戸田塩の会

1995年、漁村に住む女性たちが、一度途絶えた地元の歴史ある塩でまちおこしをしようと立ち上げる。伝統的な製塩方法を復活し、海水のくみ上げ場所や釜、燃料、火加減、煮詰める時間、塩を取り出すタイミングなど、ひとつひとつにこだわり、手間をかけ愛情をたくさん注いだ塩づくりをしている。2001年NPO法人化。02年「戸田塩」を商標登録。現在、会員14人。総務省の「平成27年度ふるさとづくり大賞 奨励賞」受賞。

は塩づくりの歴史があります。

村では海水を釜で煮詰めて作る製法を戦争中まで続けており、塩を詰めた袋を背負って農村に出掛けては食糧と物々交換をしていました。技術進歩のおかげで塩は安く手に入るようになりましたが、本来は大変貴重なものといえます。塩づくりが途絶えていた五〇年ほどの間に変わってしまった塩。私たちは、ふくよかな味のする戸田村の塩を取り戻したかったのです。しかし、製法を記した文献はありませんでした。そこで、古老の記憶のみを頼りに、「何も分らないが、とにかくやってみよう。やるからには日本一の塩を作ろう」と、東海財務局の許可を得て女性有志二八人から成る「戸田塩の会」をつくりました。

浜にかまどをつくって、一斗缶にバケツや長い

ホースを使って朝早くからくんだ海水を薪をくべて煮詰めます。資本金がゼロの事業のスタートですから、全ての材料は私たちの持ち寄りです。当初、できた塩は、とても満足できるものではありませんでした。海水に混じる砂を取り除けなかったり、青や紫色の塩ができてしまうのです。

黒潮本流から海水くみ上げ

勉強してみると、釜の材質に問題があることが分かりました。釜と海水とが化学反応を起こしていたのです。来る日も来る日も夜中までかかって釜の材質や厚さ、火加減、煮詰める時間、塩を取り出すタイミングなど研究を重ねていきました。釜の材質や形状については、亜鉛鉄板の平釜が最適との結論に至るまで一年半もかかりましたが、少

しずつ納得のできる塩に近づいていきました。そうしてできた塩は、最初は無料で村民に配り、次第にお祭りや直売所などで販売するようになりました。このように徐々に軌道に乗り始めましたが、九八年、塩づくりは継続の危機に陥ります。

当時、漁網の格納庫を借りて作業していましたが、ある時天井から水滴に混じって黒い物が落ちてくることに気が付きました。作業中に発生する湯気がコンクリート天井をまろくし、かけらが落ちてきていたのです。このままでは危険ですし、小屋を貸してくれた人にも申し訳ありません。悩んだ末、私たちは村有地を借りようと考えました。何度も村役場に掛け合い、ようやく浜に近い村有地の一角を貸してもらえることになりました。さらにありがたいことに、製塩所建設のための村の



上：塩づくりに15時間、かまどで海水を沸騰させ続ける。薪の量は1日、軽トラック2台分
下：製塩所の前で、自慢の塩を手にする会員

補助も得られ、その年のうちに小さいながらも本格的な製塩所が完成しました。

塩づくりを始めた当初、村民の冷やかな目を感じることもありましたが、製塩所ができたこの頃から私たちを見る目が変わってきました。ある漁師が製塩所を訪れ、私たちに海水を差し出しました。その海水をひとめした私たちは「海岸でくんでいる海水とは全然違う！」と驚きました。それは、駿河湾沖七〇〇～二二〇メートルで毎日変化する黒潮の潮目の水深一〇～一五メートルでくまれた海水でした。浜に近い海や浅いところには雨水や川からの流水などの真水が混じり塩づくりにには適さないことを、長年の漁師の勘で感じて持ってきたのです。これを機に会に男性が加入し、船による海水のくみ上げ担当となりました。さらに、高齢で船を下りた元漁師なども参加するようになり、今では会員の三分の一が男性です。

法人化で事業意欲に拍車も

沖の海水を使うようになり塩の品質はますます向上し、評判も高まってきました。直売所やホテルなどで物珍しさに買ってくれた人や、一月に行われる「戸田さん祭り」などで供する戸田の塩で握ったおにぎりを食べた観光客などからも好評でした。口コミでも広がり、会の収入も増えてきました。そこで、任意団体から責任のある事業主体へ、法人化しようという機運が高まり、二〇〇一年、塩づくりを通じた海の環境保全と地域の活性化を目的に「NPO法人戸田塩の会」を設立しました。

法人化によって、ますます事業意欲に拍車が掛かりました。〇二年には「戸田塩」を商標登録。同

じ頃、地域の菓子業者と連携して誕生した「アクア塩あめ」「戸田塩羊羹」などは、今に続く定番商品となっています。実はアクア塩あめには、秘話があります。口に入れて大きすぎず小さすぎず、なめ飽きない塩と砂糖の加減を追求し、菓子業者と何度も協議し作り直し、やっと納得できたのは九回目の試作品でした。それで、アクア塩あめは一袋九粒入りの商品となっています。

この他にも、「戸田塩本にがり」、駿河湾海洋深層水を使用した「アクア戸田塩」「アクアマリンサブレ」、焼き鳥や焼き肉用に評判の「わさび戸田塩」、戸田とロシアの友好の歴史を伝えるキーキ「ディアナの碗」、女性に人気の化粧水「アクアオンディーヌ」など、会員のアイデアで次々と商品化されました。

塩が広げる人の輪

また、子どもたちに食や環境の大切さと地域の誇りを伝えようと、地元の小中学生を対象に体験学習の受け入れを始めました。体験学習は子どもたちの興味をかき立てるために塩づくりを題材にした自作の紙芝居から始まります。次いでかまどにくべる流木拾い。同時にごみ拾いも行うので環境美化の意識も高まります。次は、かまどの底にたまった塩のすくい上げと、その試食をします。できたての塩は苦味が強く、子どもたちの顔も思わずしかめっ面になります。そして最後に、三～四日かけてゆっくり水を切りクラシック音楽を聴かせて寝かせ、味がまるやかになった塩をスイカやおにぎりにまぶして食べるのですが、「おいしい」「うんまい」と歓声が上がります。みんな笑顔に変わるので

す。その時の顔といったら！汗だけで行った塩づくりはこの時のためにあったのか、というようです。この塩づくりは、今では県外からの修学旅行生や一般の方にも体験していただいています。毎年来てくれる学校もあり生徒や先生方も楽しみにして下さっています。

このような取り組みが評価され、二〇〇七年に「農林水産祭農林水産大臣賞」、一二年に「オーライニッポン！大賞」を受賞することができました。芸能人の塩づくり体験の様子がテレビで全国放送されるなどメディアでも多く取り上げられ、売り上げは年々伸びていく傾向にあります。

会には三〇歳代の若い会員が加わるようになりました。塩づくりは暑さとの闘いで、重い海水や薪を運ぶなど重労働です。少ないながらも給料を支払うことで会員たちの労に報い、自覚を引き出します。その給料も少しずつ増額しています。地域活性化のためのボランティアではなく、NPO法人として事業継続できる仕組みをつくって行きたい、と考えています。

一五年の年末、会の発足当初から中心となり私たちを率いてきた理事長の孤田智恵さんこもだが亡くなりました。総務省による「平成二七年度ふるさとづくり大賞奨励賞」の表彰式を数日後に控えての突然の悲報でした。沖でくみ上げた海水を一五時間、ガスだと臭いが移るから薪で炊くという製法で、日本一を自負する塩をつくり上げることができたのも、故孤田理事長のリーダーシップがあったからです。人口減少が続く、地域経済全体に元気のないのは確かです。しかし、日本一の塩をつくり続け戸田を元気にしていきたいと思っています。

『タカラは足元にあり!』

金丸弘美 著



(合同出版・1,600円 税抜)

地方の活性化はとてもシンプルだ

青木 宏高

(NPO法人「良い食材を伝える会」理事)

日本創成会議：人口減少問題検討分科会の発表では二〇四〇年に全国八九六市町村が消滅危機にあるという試算結果。東京に一極集中する編入超過は一四年連続になり、地方には限界集落が発生。こうした現状に対策を講じる地方創生を掲げた「まち・ひと・しごと創生法」が成立する。

この本を書いた金丸弘美さんは副題に「地方経済活性化戦略」を謳い、地方の活性化には地方経済を活性化することであり、その方策は「足元にある」と説く。本書では、地方が、仕事や雇用を創出する多数の具体例を紹介している。

例えば長野県川上村。高原立地の優位性を活かした高原野菜作りで高所得と後継者問題を解決する。また兵庫県豊岡市では、水田にコウノトリを放鳥して「コウノトリ育むお米」として田んぼの環境の良さをアピールする。さらに鳥獣害に苦

闘する三重県では、ジビエの食材としてブランド化に成功する。

そして第五章には、農業で六次産業化のトップランナーとしてつとに知られる「伊賀の里モクモク手づくりファーム」を紹介。三重県伊賀市の山間に農産物直売所、レストラン、カフェ、ウインナー工房、ハム工房、ビール工房、体験工房、温泉、宿泊施設、牧場など多様な施設を置く新しい形を創造した農業生産法人である。食と農をベースに生産、加工、販売まで一貫したファーム運営を展開してきた。この地は古くから伊賀豚の産地として知られ、伝統の継承がモクモクの出発点にあり、今なお地元重視の精神は息付いている。

因みに六次産業化とは、一次の生産、二次の加工、三次の流通・販売サービスを掛け算し、農業所得を増大する考え方。山間地のモクモクには年間五〇万人余が訪れ、売上額五十数億円。アルバイトも含め一〇〇〇人の雇用を創出する。

今こそ地方と東京の関係を变える最後の機会である、という声が上がる。石破茂地方創生担当大臣は、日本経済は七割の地方経済で支えており、東京以外の経済をいかに伸ばせるかと話す。そこから農林漁業の新しい成長モデルを見出せるか、地方創生はどのように日本経済の在り方を再構築していくのかが問われている。

地方を数多く訪ね歩いてきた金丸さんは、地域の産物に目を向け、あるいは地域を活かしたモノ作りに出会う。人間の可能性と地方の可能性に希望を抱かせる。脚下照顧の眼差しが面白い。

F

読まれています 三省堂書店農林水産省売店 (2016年5月1日～5月31日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 農業と経済 2016.6臨時増刊号 TPP合意 日本の農と食を再考する		昭和堂	1,700円
2 農林水産六法 平成28年版	農林水産法令研究会/編	学陽書房	13,000円
3 バターが買えない不都合な真実	山下 一仁/著	幻冬舎	820円
4 小さい農業で稼ぐコツ	西田 栄喜/著	農山漁村文化協会	1,700円
5 「結農」論	木内 博一/著	亜紀書房	1,600円
6 日本農業年報62 基本計画は農政改革とTPPにどう立ち向かうのか 日本農業・農政の大転換	谷口 信和/編集代表、 安藤 光義/編集担当	農林統計協会	3,200円
7 都市農業必携ガイド 市民農園・新規就農・企業参入で農のある都市づくり	本木 賢太郎、松澤 龍人、 小野 淳/著	農山漁村文化協会	2,700円
8 GDP4%の日本農業は自動車産業を超える	窪田 新之助/著	講談社	890円
9 森と山と川でたどるドイツ史	池上 俊一/著	岩波書店	880円
10 日経ビジネス 2016年3月28日号 発表! TPP時代に勝てる 農産物ジャパン		日経BP社	639円

農業経営者の良き相談相手として

六

月三日、都内のKKRホテル東京にて「農業経営アドバイザー活動推進協議会」の設立総会を開催しました。

農業経営アドバイザーは、「農業の特性を理解している金融、税務、労務、マーケティングなどの専門家によるアドバイスが欲しい」といった農業経営者の要望に 대응するため、日本公庫が二〇〇五年に創設した研修・試験の合格者です。本年一月に第二回試験が行われ、これまでの合格者は三五七四人になりました。公庫職員その他、JAや民間金融

機関の職員、税理士、公認会計士など、多様な分野から農業経営アドバイザーが誕生し、全国各地で活動しています。

農業経営者の良き相談相手として、農業経営の法人化の推進など農政の主要課題に的確に対応していくには、農業経営アドバイザーの活躍を促進する仕組みづくりが必要です。

こうした状況を踏まえ、農業経営アドバイザーによる活動を一層充実させるために、日本公庫が事務局となり、「農業経営アドバイザー

活動推進協議会」を立ち上げました。

協議会は、農業経営アドバイザーの輩出団体、農業経営アドバイザーのユーザー団体など農業経営アドバイザー制度に関わる全国段階の関係団体を網羅する組織です(表)。

設

立総会では、会長に農業経営アドバイザー審査会会長で宮城大学の大泉一貫名誉教授、副会長に同審査会委員で未来税務会計事務所長の西田尚史代表が選出されました。

また、来賓の農林水産省経営局金融調整課の山口靖課長より、「今後は融資機関と農業経営者とのマッチングが大事となってきます。その架け橋となるのが農業経営アドバイザーであると期待しています。協議会と農林水産省とでタッグを組んで農業経営の育成を進めていきたいと思います」と、あいさつがありました。

次に、農林水産省経営局経営政策課の中川拓馬経営専門官の「農業経営の法人化の推進について」と題しての講演では、法人化をめぐる最新の情勢や農業経営アドバイザーに求められることなどについて説明がありました。

協議会では、農業経営アドバイ

ザーの活動推進に向けて、それぞれの参画団体の知見を活かし、関連政策などの情報の共有や各地における農業経営アドバイザーの取り組みの情報交換などを進めていくこととしています。また日本公庫では、この全国段階の協議会の設立と並行して、本年度中に公庫支店が事務局となり、都道府県単位で農業経営アドバイザーを会員とする連絡協議会を設立する予定です。

今後は連絡協議会とも連携しながら、農業経営アドバイザーによる農業経営者への支援活動を促進し、法人化や六次産業化、海外展開などのニーズに的確に対応していきます。

(情報企画部)

表 「農業経営アドバイザー活動推進協議会」参画団体

一般社団法人 全国銀行協会
一般社団法人 全国信用金庫協会
一般社団法人 全国信用組合中央協会
一般社団法人 全国地方銀行協会
一般社団法人 全国農業改良普及支援協会
一般社団法人 全国農業経営コンサルタント協会
全国農業経営支援社会保険労務士ネットワーク
全国農業経営者協会
一般社団法人 第二地方銀行協会
公益社団法人 中央畜産会
公益社団法人 日本農業法人協会
特定非営利活動法人 日本プロ農業総合支援機構
農業経営アドバイザー審査会
一般社団法人 農業経営支援センター
農林中央金庫

計 15団体、(五十音順)



設立総会には参画団体などから総勢34人が出席しました

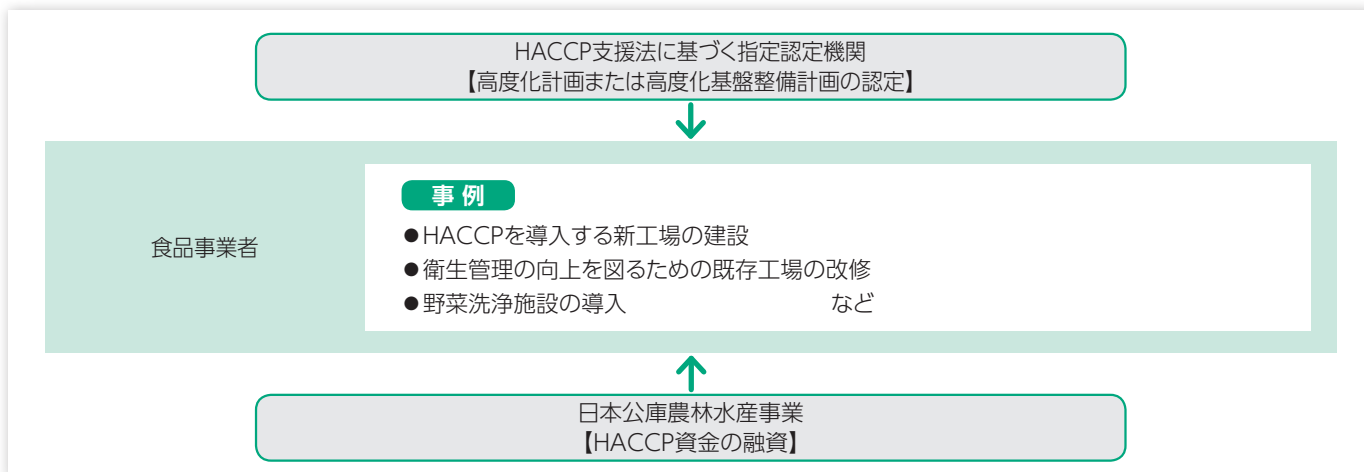
製造過程の衛生・品質管理向上のため、 HACCP資金をご活用ください

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。当資金はHACCP導入のための施設整備や、HACCP導入の前段階における衛生・品質管理のための施設の整備など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	① 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・品質管理のための施設整備（高度化基盤整備）など ② ①と併せて一体的に導入する生産施設の整備	
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 （6月20日現在）	2億7,000万円以下	0.25%
	2億7,000万円超および生産施設	0.40%
ご留意 いただきたい 事項	1 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。 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、油糧種子食品（すりごまなど）、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）、精米 2 審査の結果により、ご希望に沿えない場合がございます。 3 上記以外にも資金をご利用いただくための要件などがございます。 詳しくは、事業資金相談ダイヤル（0120-154-505）または最寄りの日本政策金融公庫支店（農林水産事業）までお問い合わせください。	

みんなの広場

二〇一六年度新入職員の研修課題とした本誌への感想です。新入職員二十八人は、八月より各支店での業務をスタートします。皆さま、どうぞよろしく願います。

◆農林水産業は地域に根付いた産業であることから、その発展は地域活性化に大きく寄与しています。四月号「農と食の邂逅」の寿雀株式会社のように、小さな卵一つで行列を作り出すことも可能です。改めて、一次産業の可能性を実感させられました。

(郷間 祐亮)

♥五月号「特集 企業の農業で拓く可能性」を読み、まずは作物を作って売れるのを待つ姿勢ではなく、マーケットイン型の農業をしていくことの大切さを学びました。そのためには、私たち金融マンは、ますますキラリと光る情報提供をする必要があると思っています。(風張 なつみ)

♥先日、都会の友人を地元山形の飯豊町の「何とかすっぺー」のおかみさんたちの農家民宿はまさに同様で、首都圏の方だけでなく、海外の方も地方に呼び込むことで、日本経済さらには農村の活性化にもつながっていく取り組みだと思っています。

(岡崎 未沙)

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。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」

〒〇〇〇〇〇〇四

東京都千代田区大手町一九九四

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 〇三ー三七〇一三三三〇

メール配信サービスのご案内

日本公庫農林水産事業では、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通りです。

●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

●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など

メール配信のサービスを希望される方は、日本公庫ホームページ(https://www.jfc.go.jp/n/service/mail_nourin.html)にアクセスして登録ください。(情報企画部)

編集後記

④加工適性に優れた業務用の野菜は、普段目にするものとはかなり違うものだ、ということが私にとつての大きな発見。定時定量、安定出荷の実現へ。コンビニで二四時間手に入る弁当も開発者や産地の努力のたまものです。自分の町だけではなく産地間の横連携で信用をつくりたい、という北海道鹿追町今田さんの言葉が印象的です。

(嶋貫)

④通期安定生産や農業者の省力化を意識した業務用野菜の品種改良の最前線を勉強しました。今後、好物のトンカツを食す時、豚肉の味、歯ごたえに加えて、名脇役キャベツのありがたみをかみしめます。共に食卓を囲む子供たちに「知っているか。このキャベツは…」と得意げに話してしまえそうです。ぜひ、榛澤さんの特集をご一読ください。(清村)

④今年もミニトマトの水やりが朝の日課に加わりました。「フォーラムエッセイ」の深町さんが「暮らしの中に園芸があると生活が変わります」とおっしゃる通り、私も毎朝ウキウキとトマトに会いに行っています。恥ずかしいのか、トマトは何も話し掛けてはくれません。ただ今黄色い花を数輪付けています。食卓に上るのはまだ少し先のようです。(小形)

(城間)

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

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

印刷 凸版印刷株式会社

販売

株式会社日本食糧新聞社
〒105-0003 東京都港区西新橋2-21-2
第一南桜ビル
Tel. 03(3432)2927
Fax. 03(3578)9432
ホームページ
<http://info.nissyoku.co.jp/koudoku/>
お問い合わせフォーム
<http://info.nissyoku.co.jp/toiawase/>

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11回 アグリフードEXPO 東京 2016

—— プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会 ——

日時

8月18^木日/19^金日
10:00~17:00 10:00~16:00

主催



日本政策金融公庫

会場

東京ビッグサイト 東4ホール



農産物、業務用という選択

■AFCフォーラム 平成28年7月1日発行(毎月1回1日発行)第64巻4号(791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/株式会社日本経済新聞社 〒105-0003 東京都港区西新橋2-1-2 第一南校ビル Tel.03(3432)2927 ■定価514円 本体価格476円

●次代に継ぐ



『伊佐津川』本合 璃亜 京都府舞鶴市社会福祉法人相愛福祉会 相愛保育園