

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

1

2017

特集 挑戦!新規の就農を語る



特集

挑戦!新規の就農を語る

新春 本音トーク

- 3 **僕、俺、私たちは日本の農業を面白くする**
自分を信じて挑戦すること、感謝すること——。若者たちの等身大の自分探しが始まった。就農後、短期間で経営を軌道に乗せた若き経営者4人が農業を本音で語る
- 9 **作るだけでない農業の仕組みに変える**
及川 智正
商社から転身し新規就農、都心直売所ビジネスで農家が値付けできる仕組みをつくり、農業成長につなげた。就農者にも必要な起業家の視点を語る
- 13 **農業に成功を得るには、まず数字にあり**
吉田 光宏
「のれん分け」などにより優秀な農業経営者や後継者を多く育ててきた近藤農園。就農者の質を高めて独立を支援するシステムに迫る

情報戦略レポート

- 23 **食品企業の7割近くが機能性表示食品に関心
低価格志向が景況感の足踏みで増加**
—2016年上半年期 食品産業動向調査—

経営紹介

経営紹介

- 17 **有限会社ドリームファーム／富山県
鍋嶋 太郎**
稲作を中心に規模拡大し多角化。更にマーケットインの発想で加工、販売、輸出と事業を広げる。ポイントは合理性の追求だ
- 変革は人にあり
- 31 **グローバルピッグファーム株式会社／群馬県
赤地 勝美**
家族経営の養豚農家集団がスクラムを組み、生産方式を統一して一元出荷。食肉処理センターも組み入れポークチェーンが完成した



撮影:伊東 剛
北海道上川郡美瑛町
2011年新春撮影

畑の丘の朝日

■ 静寂の中に朝日が昇る。畑の丘から新しい一日と新しい一年が始まる ■

シリーズ・その他

- 観天望気
日本酒に期待するもの 田崎 真也 2
- 農と食の邂逅
有限会社吉備高原ファーム／岡山県
山本 陽子
青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) 19
- フォーラムエッセイ
箸を通して命をいただく 小倉 朋子 22
- まちづくりむらづくり
漁業、飲食業、消費者が連携の地産地食
魚のまち「旬魚万来サロン」に人が集う
魚のいいまちひたちなか推進協議会／茨城県ひたちなか市
二平 章 27
- 耳よりの話 178
パストールの功績—炭疽ワクチン 内田 郁夫 30
- 書 評
高野 秀行 著
『謎のアジア納豆—そして帰ってきた〈日本納豆〉』
青木 宏高 34
- インフォメーション
交叉点 APRACA研修受け入れ、理事会・総会参加
情報企画部 35
- 子ども絵画展2016の農林水産事業本部長賞を決定
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10回アグリフードEXPO大阪2017 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。

望天 観気

日本酒に期待するもの

私は昨年より一般社団法人日本ソムリエ協会の会長に就任しました。その際の公約の一つに、日本酒や焼酎に特化した認定試験を実施し、そのための教育を進めることを掲げました。現在、協会発行のテキストが仕上がりがつつあり、今年から認定試験を全国で実施し、さらに来年より海外でも実施する予定となっております。

日本酒の輸出量は年々増加しており、今後も続くと予測されています。政府による農林水産物・食品の輸出額一兆円構想にも「国酒等」という表現が用いられ、日本酒や焼酎、泡盛、日本ワインなどが含まれています。

海外での日本酒の消費は、主に日本料理店や日本料理を食べる現場が主体でした。しかし、日本酒はフレッシュな野菜を使ったオードブル、イタリアンやフレンチにアレンジされた魚料理、そして、チーズなども相性が良いことが知られるようになり、新しいマーケットの広がりが期待されているのです。

今や、世界中のソムリエの多くが日本酒に興味を持ち始めています。世界の五八カ国が加盟する国際ソムリエ協会主催の世界最優秀ソムリエコンクールにおける筆記試験やブライントテストティンクでも日本酒が出題されており、その知識は世界のトップソムリエとして認められるための必須条件の一つもなっています。

そのような現状の中、海外の日本酒愛好家にとって必要な情報の一つに原産地呼称に関する地理的表示(GI)保護制度のような規定が挙げられます。現在、多くのエリアで良質な酒造好適米が栽培されており、その土地にあった品種の改良も進んでいます。

公共機関による訪日外国人旅行者に対するアンケートでは、旅行の目的の第一位が食となっております。今後も、多くの旅行者がさまざまな土地への旅で、その土地の食や酒に興味を持つのは必然的ですが、その際、酒に求める期待は、その土地の原料を使って仕込んだ、その土地の味わいなのでしょう。そして、そこで得た経験は、すぐにSNSなどにより世界中へ情報発信されるのです。外国人旅行者は、言わば皆が日本食大使のような存在でもあるのです。今後の日本の食文化のますますの発展、飛躍を期待しております。



ソムリエ
田崎 真也

たさきしんや
1958年東京都生まれ。77年フランスでワインを学び80年帰国。研さんを積み、95年第8回世界最優秀ソムリエコンクールでフランス人とイタリア人以外で初優勝。2010年国際ソムリエ協会会長就任。16年日本ソムリエ協会会長就任。現在、講演やイベント(ディナーショー)、CM、テレビ・ラジオ出演などで活躍中。公式HP: www.tasaki-shinya.com/



新春本音トーク／新規就農者よ、どこまで語るのか！

僕、俺、私たちは日本の農業を面白くする

新規就農の動機はそれぞれ。ある者はもうけたいと、私は自然と共に生きたいと、ある女性はおいしい食べ物を愉しみたいと、ある男は日本一の社長になると。いずれも農業の背骨になる頼もしい若き就農者、日本農業を展望する本音トーク。

- 未来を開拓するのは私たちです。
- 規模拡大し、目指すはギガファーム。
- 人と違う視線で農業を見つめたい。
- 飲み会は最後まで残る。
- 技術と販路があれば経営は成り立つ。

出席者（敬称略・順不同）

司会

荻原 昌真 Masachika Ogibara

有限会社信州ファーム荻原 取締役
長野県 稲作（70%）、畑作（50%）／1999年父の経営する信州ファーム荻原に入社。若手スタッフと楽しい農業を実践中。2009年若手農業者を読者層とする雑誌「Agrizm」創刊、編集長を務めた。37歳。

福田 貴仁 Takahito Fukuda

株式会社福仁畜産 代表取締役
北海道 酪農（経産牛50頭）／人材派遣会社勤務時に酪農がもうかると言われ酪農の道を志す。2011年、酪農が盛んな釧路市阿寒町で、独立就農。32歳。

高須 裕貴 Yuki Takasu

千葉県 野菜（レンコン80%）／祖父の代までは先祖代々江戸時代から続く米農家だったが両親は農業を継がなかった。アルバイトを機に農業に関心を持ち、農業法人に勤務。2014年、香取市で祖父の農地を借り、独立。28歳。

濱山 幸波 Konami Hamayama

宮崎県 花き（ランタンキュラス3%）、野菜（キュウリ5%）、花木（ベビーハンズ10%）、稲作（20%）／制服がかわいいと進学した農業高校で野菜栽培にはまる。農業法人で学んだ後、集落営農組織のある高千穂町に移住。2015年独立。25歳。

西尾 繁人 Toshihito Nishio

三重県 野菜（青ネギ1%）／非農家の家に育つが、幼少の頃から憧れていた自然相手の仕事への想いを強くし一念発起。独立を支援するあぐりん伊勢で研修後、2015年就農。33歳。

平井 衣里子 Eriko Hirai

日本政策金融公庫農林水産事業本部
融資企画部就農支援グループリーダー



地域特産のレンコンの出荷作業をする高須さん。「順調に仕上がりました。おいしいですよ」



トラクターでほ場を耕す西尾さん。青ネギの高品質化を目指すために土づくりが重要と考えている

荻原 皆さんの就農までの経歴がユニークですが、きっかけは何だったのですか？

福田 何か事業をやりたい、社長になつてみたいという漠然とした想いを持ちながら、大学卒業後、札幌で一年間、人材派遣の会社で営業職として働きましたが、その時に農業と関係のない取引先から「酪農はもうかるよ」と言われたことがきっかけです。酪農ならば社長になれるかも、と深く考えずに飛び込んだという感じです。

荻原 酪農の経験はなかったんですか？

福田 全く。研修で生まれて初めて牛に触りました。牛は出産しないと生乳が出ないことも知りませんでした(苦笑)。

高須 大学時代に経験した農家を回って米を集荷するアルバイトがきっかけです。目にしたのは、二〇鈴ぐらいの稲作経営でオフシーズンは家族で海外旅行へ行くなど、うらやましい生活。また、農家は後継者不足で土地が余っているという話をよく耳にしました。土地が余っているというのなら、俺らも稲作をやればいいじゃないかと仲間三人で話し合っただけです。

福田 稲作でも、もうかると？

高須 そう見えた。卒業後、三人別々に農機具メーカーなどの農業関連企業に勤務した後、米とレンコンを生産する農業法人と一緒に就職しました。その会社で三年間勉強してから、三人で共同してレンコン生産を始めました。二〇一四年には、共同経営からも独立しました。米ではなくレンコンを選んだ理由は、レンコンは地元の特産で需要があつて、価格もすごく安定しているし、設備投資も少なくて済み、かつ、全国でも生産者が少ないからです。

荻原 高須さんも、動機がもうかること。いいですね。西尾さんは？

西尾 子どもの頃から慣れ親しんでいる自然豊かな環境でできる仕事に憧れていました。きっかけは、実家のある伊勢へ戻り職を転々としていたときに目にしたあぐりん伊勢の情報です。その会社はJ・A伊勢が設立したもので、主に青ネギの栽培技術を学ぶ二年間の勤務期間後に独立できるというものでした。私は、とてもいい制度だと感じ入社しました。

濱山 私は非農家でしたが、制服がかわいいのと、実家から一番近いという理由で、農業高校に行つたことがきっかけです。最初は、先に家を買ったんですか！既成事実を作ってしまったんですね。しかしながら、新規就農は、一般的なイメージでいうと、相当ハードルが高いです。それまでのプロセスに苦労は、多分いろいろあつたと思いますが？

たことが農業に関わつたきっかけですね。

平井 制服がかわいいから？

濱山 学校の授業で何かおいしいものが食べられるかなと思つたこともありました。就職した先輩がつらそうな表情でサラリーマンしているのを見て、会社勤めは怖いなって思つたり。人に使われるのも嫌だから自分で何かやりたくなって、授業をきっかけに野菜栽培にはまっていたこともあり農業を考えました。独立を目標としたので、農業大学校で基礎を学び、二年間農業法人に勤め、その後、興味のある集落営農組織がある高千穂町に移住して一年半の研修を経て就農し、丸一年たつたところです。

荻原 うちでは従業員の求人を出すと、最近では女性の応募が多いのですが、後で親が許してくれなかったという話を聞くことがあります。濱山さんのご両親はいかがでしたか？

濱山 二、三歳の時に移住先に家を買ひ、会社にも辞表を出した後、両親に「移住して農業をします」って伝えました。そしたら「夜中にずっとパソコン見て、何かやっていると聞いたら、そういうことか」と。反対はされませんでした。私も行けばどうにかなんと考えていましたから。

就農までに経験した苦労など

荻原 ええっ(驚いた様子で)、先に家を買ったんですか！既成事実を作ってしまったんですね。しかしながら、新規就農は、一般的なイメージでいうと、相当ハードルが高いです。それまでのプロセスに苦労は、多分いろいろあつたと思いますが？

濱山 当初は、(経営について)何も分からなかつたことが農業に関わつたきっかけですね。

たです。人の手を借りて感覚をつかみながら一年間みっちり収支的なシミュレーションをしました。村の人たちが協力してくれて、結構私はうまくいっています。

荻原 西尾さんは苦労はありましたか？

西尾 あぐりん伊勢の研修生は、だいたい農地一畝とハウスを借りてJAの指導を受けながら独立への準備をしていきます。農地や施設は独立後も継続して使えるので、すぐに収穫が開始できます。良いシステムに出会えたと思います。ただ、研修期間中は給与がありませんが、独立二年目は、生活費など金銭面で苦労しましたね。その時は、妻が励ましてくれました。

濱山 文句なくだったんですね。

西尾 文句を言うどころか、一生懸命手伝ってくれました。そのとき、農業でもうけたいと強く思うようになりました。

高須 研修先から施設を受け継げるのはうらやましい。私は、独立時に勤めていた農業法人から農地を貸してもらえともくろんでいたのが外れて困りました。社長との意思の疎通がうまくできていなかったことが原因の一つですが、三人で独立したい、農地を貸してほしいと社長に相談したら、引き止められました。戦力として期待されたいですね。

荻原 社長の経営者としての気持ちは理解できます。

高須 それでも独立を申し出たところ「手助けはしない。土地も機械も貸さない」と言われて。農地を貸してもらい、レンコンをやっていることを考えていたので、行き詰まっちゃって。助けてくれたの

が市役所の農政課や、担い手支援の窓口になっている県の農業会議などの関係機関です。「若い人を育てていく必要がある」と社長との間に入ってくれたんです。おかげでその法人から土地を借りることができました。

平井 関係機関の人脈がカギでしたね。

高須 社長にはもっと早い段階で独立の相談をしてあげれば良かったと思います。今では一緒に旅行に行くほど仲が良くなりましたが、西尾さんのように独立支援を明確にしている法人があれば苦労しなかったと思います。

西尾 僕は運が良かったんですね。

福田 私の場合、独立のための研修をさせてくれるところを道内中探し回りました。なかなか見つからなかったのですが、標茶町にできたばかりのJAの研修牧場に入れることになりました。でも、すぐに牧場長が辞めてしまい、研修生の僕が牧場の運営することになったんです。営農計画の作成まで任せられたことには驚きました。

荻原 入ったばかりの研修生がいきなり実質的な経営者ですか!?

福田 そうなんです。でも、僕は、超ラッキーと考えました。人のカネで模擬経営ができると思っただんです。分厚い酪農の本を買いあさり勉強をしました。緊急の難しい分娩の時は携帯電話で獣医から指導を受けながら対応したこともあります。むしろちゃくちゃ仕事はしんどかったのですが、経営の実践は最高に楽しかったです。二年間の研修後に独立できるという制度だったので、独立に向けて必死でした。

西尾 前向きだなあ。



前向きな意見が活発に飛び交う。真剣な中にも笑いが絶えない

福田 研修牧場では収支などの面で大きな改善ができ自信ができました。研修後は、標茶町内で廃業する酪農家を引き継いで独立できると思っていたんですが、町内の難しい事情で引き継げなくなり私の独立計画は頓挫しました。急ぎよ、別の場所を探し、釧路市阿寒町にその年の春に辞めるといふ酪農家がいると聞き、すぐに会いに行つてその場で施設と牛の購入を決めてしまいました。

平井 思い切った決断ですね。

福田 もう、向こうの言い値で。でも生産できる

状態の牧場を購入できたのは、とてもありがたいことでした。

萩原 なるほど。就農してすぐに収益が出る構造ですね。その転換は前の研修がすごく活かしている。**福田** そうです。さらに、前経営者に半年間手伝ってもらったので円滑に事業を引き継ぎました。

私のコツ、強み

萩原 皆さん、新規就農ながら利益が出ているようですが、強みやコツなど、現状で何か自分が心掛けていることを教えてください。

濱山 販売は、農協さんを通じて契約販売です。良い物を作れば価格も安定していますので、コストを下げるというところに意識を置いています。**平井** 具体的にはどんなことを？

濱山 集落の人と仲良くしているといういろんなものが手に入ります。例えば、道路が新設される場所に建っているハウスの処分に困っていた人からそのハウスを譲ってもらったこともあります。ばらして持ち帰る作業をどうしようかと悩み、地域の飲み会で相談したら「しようがねえな」と一五人ぐらいのおじちゃんが軽トラでバーツと行っ

て、ハウスをばらして持って来てくれました。

萩原 アハハ(笑)。その人たちにお礼はしたの？

濱山 後日、飲み会を企画し、ありがとうございしました、お疲れさまでしたとお礼を言いました。付き合いをよくする、人に愛されるようにするというのを、普段から努めています。飲み会は最後まで残るといのが私のポリシーです。

萩原 二五歳でそういう人はいないですよ。田舎をよく分かっていますね。コストを下げる秘訣(ひけつ)が人付き合いね。地域になじんでいくために心掛けたいことは、他にもありますか？

濱山 元氣よくあいさつすること。あいさつから始まって、ちょっとした会話になって、飲み会に呼ばれるようになる。移住して半年たったら、週三で飲み会(笑)、最後まで残っていれば、ある程度まではかわいがってくれると思うんです。

平井 強みを活かしているという感じですね！
高須 人付き合いを良くして地域に根付いていくことが一番大切と感じます。レンコン出荷組合に加入していますが、加入するだけで販路や規模が好きて地元の日帰りバス旅行などにもよく参

加します。年齢的に大先輩の話聞くのが面白くて、また、若者だから目立ち重宝されるんですよ。おしゃべりの中で、レンコンをやっていると「空いている土地があるから紹介してやろうか」「レンコンを売ってくれという人がいるんだけれども、出してみないか」などと声を掛けてくださる。恵まれていると思ってます。

福田 乳量を増やすための技術や、子牛を高く売るためにはどうしたらいいのかというような経営面での戦略です。そのため、先進的な農家や教科書などから正しい技術を学び、さらに大学などから最新の技術情報を取り寄せているのがコツです。例えば、同じ牛であっても乳量は地域平均が一頭当たり約九〇〇キログラムのところをうちでは一万二〇〇キログラム搾れます。

萩原 一人ががんばったんですか？

福田 そういう面もありますが、私も、皆さんと同じで地域との関係は大切だと思います。釧路での就農当初は余裕がなく、毎日仕事しかしていません。でも、周りの人と接点がないのが悩みでした。でも、一年たってJA青年部に参加したり結果を出すうちに徐々に地域の人たちが「どうやって黒字になるの」と聞きに来てくれるようになったんです。僕は、僕が考えるコツを快く伝えました。すると、ますます人が寄って来てくれて飲み会に誘われる回数が増えました。

西尾 販売はJAに任せて生産に重きを置き、いかに多く収穫できるかを心掛けています。出荷先があるのが強みの一つです。JAの協力で、一畝という一人でも収益を上げやすい規模の農地を手に入れたのでその中で生産性を上げることに



さわやかな青空の下、収穫に励む濱山さん。出来栄えに思わず、ニッコリ。「いいキュウリができた！」



搾乳は大切と言う福田さん。座談会当日も、早朝に搾乳を終えてから東京の会場へ向かったほど



信州ファーム荻原は海外展開にも力を注ぐ。インドネシアやベトナムで現地の人と共に20%以上の米を生産する

挑戦しています。

荻原 私の地元では「これだけやれば多少できなくともちゃんと生きていける」という、計算に基づいた判断をする前に着手して苦労している例が見られます。西尾さんはきちんと計算に基づいているんですね。

西尾 はい。計算していても一年目は予定した収量が上がらないなど苦労しました。しかし、コツがつかめるようになると出荷先があるので見通しも立つようになりました。天候不順など栽培が読めない時も多いですが、自分で先を読みながらやるのが苦労ですが楽しいです。

荻原 規模拡大は考えていない？

西尾 規模拡大はできなくはないと思いますが、今のこの面積で収益を上げることが先ですね。

荻原 そこがミソということですね。

西尾 そうです。それでいかに他の人より多く収穫できるかを考えているのです。

五年後を見据えて

荻原 五年先とその将来を伺います。どういうことを目標にしているか、どうなりたいと思ってい

るのか、海外への輸出なども含めて、今描いているビジョンなどがあつたら話して下さい。

西尾 青ネギの基盤を固めて、他の品目にも挑戦したいです。その場合でも生産性を高めることが目標です。そして、人を雇用したい。現在、僕はほぼ休みがない状態ですが、人を増やし、かつ、自身の効率を上げ休日をきちんと取得できる体制にしたいです。海外への輸出はチャンスがあれば、挑戦してみたいですが、しっかりと地元のニーズに対応することが先決です。

高須 これまでのレンコン農家がやっていなかったようなこと、未来的な技術とか機械を入れてみたいなど思っています。今、力を注いでいるのが産業用の無人ヘリの導入です。肥料振りなどヘリの導入を自分が先頭になって広めていきたいです。また、飛ばした無人ヘリが目立って「農業って面白いんだな」と思って新規就農者が増えたらいいと思っています。そして、自分の経験を活かし、西尾さんが研修したあぐりん伊勢のような独立希望者の研修農場を作りたいです。

平井 輸出などは？

高須 ハードルが高いと感じます。私は地域に根付いたスタイルを目指します。

濱山 五年の間に、もう少し規模を拡大し雇用を生みたいと思っています。直近の目標は冬にあるランキュラスの品評会での優勝です。私が就農する前は、師匠が二連覇していました。昨年は一年目の私が優勝。今年、優勝して師匠に並ぶこと、さらに来年も連覇して師匠超えをしたいなと思っています(笑)。

荻原 まだ就農して二年目だけど、もう師匠超え

を目指しているんですね。

濱山 はい！お世話になってる師匠への恩返しです。他には、女性同士で、地域をわくわくさせるような面白いことをしていきたいです。高千穂町にはパン屋、おむすび専門店、シンガーソングライターでゲストハウス経営など起業した女性が多くいます。先日、私のハウス内にライブ会場を作つて、パン屋とおむすび屋が出店してシンガーが歌うというイベントをやりました。一〇日という短い期間で企画したんですが、多くの地域の方に来ていただき盛況でした。

平井 面白いアイデアはどこから？

濱山 女子会で話が盛り上がつて。その勢いです。それから輸出ですが、ランキュラスはランキュラス部会としてもうすでにニューヨークに輸出をしています。花が一月以上持つランキュラスはニューヨークでも人気があるんです。輸出先の方が単価が高く売れるので、今後注目していきたいと思っています。濃い色の派手な花が好まれるようなので趣向に合う花を作っていくことも大切です。

荻原 福田さんも大きいことを考えているような予感がありますが、いかがですか。

福田 昨年九月に、公庫帯広支店から事業性を評価してもらいリーストール牛舎の施設建設費など五億円の融資を受けましたが、その牛舎が完成間近です。完成すると搾乳牛の頭数が約二五〇頭となり、一戸一法人の家族経営では鉋路で大きい規模になります。先般、地元のJAが農家へのアンケートを行いました。四割の農家が、今後五年間で離農もしくは規模縮小するという結果

が出ています。環境は厳しいですが、私はこれを規模拡大のチャンスだと思っています。さらに規模拡大して五〇〇頭規模にすることが僕の当面の目標です。肉牛も生産しているので、こちらも規模を拡大しゆくゆくは一〇〇〇頭以上のギガファームを狙っています。

高須 ギガファームか、すごいな。

福田 酪農家は子牛を生ませることができるので、子牛を肥育することで利益を見込んでいます。酪農では、牧草畑を一度遊休地にしたら使えなくなってしまう。遊休地にする前に取得するとすると、また多額の投資が必要となりますが、そのときにも公庫に融資をしてほしいと思っています。私のようなちよつとクレージーな農業を志している人間にも、支援してくれるので助かります。

平井 帯広支店に限らず、経営者の皆さまの能力や事業性を評価した上で、全面的にバックアップをしてまいります。

福田 僕の最終目標は会社の社長。酪農は三六五日休みがないので、週に一日、欲を言えば四週六休で、休みを取りながら相応な収入を得るような会社に行きたいです。そのためにも、規模拡大を行い、生乳を高値で買ってくれる販路を見つけていきます。さらに、六次化により加工した製品を、高く評価してくれるアジアの富裕層向けに輸出するなど、工夫してもっと稼ぎ、そして人を雇いたい。

荻原 未来像は？

福田 将来的には農作業はある程度人に任せ、私はスーツを着て机に座り電話とパソコンで生産

したものを売買取引する農家になります。そのような農家もありですよ。

就農を目指す人へ

荻原 最後に、就農を検討している人たちに伝えたいこと、成功したいならこれがミソだということをお話させていただきます。

福田 酪農は、税理士いわく七割赤字だそうです。でも、裏を返せば三割は黒字。ちよつとのさじ加減で、思い切り赤字にもなるし、思い切りプラスにもなるんです。辞めていく酪農家が多いので、やりたいのだったらチャンスだと思います。

高須 成功というのは人それぞれ定義が違うでしょうけれども、今まで通りのことをやっていても駄目だと思えます。パイオニア、先駆者となり他者と違う視線で動ける人が、成功するのではないのでしょうか。そういった視点で農業を見て、自分に合うスタイルを探し出すのが、成功するポイントかと思っています。

荻原 具体的にはどういった行動がいい？

高須 独立した新規就農を目指すならば農業法人に勤めて、研修してからがいいと思います。私は、独立の時に大変な思いをしたので、面接のうちからはつきりと、独立希望ということを法人に伝えることが重要だと考えます。

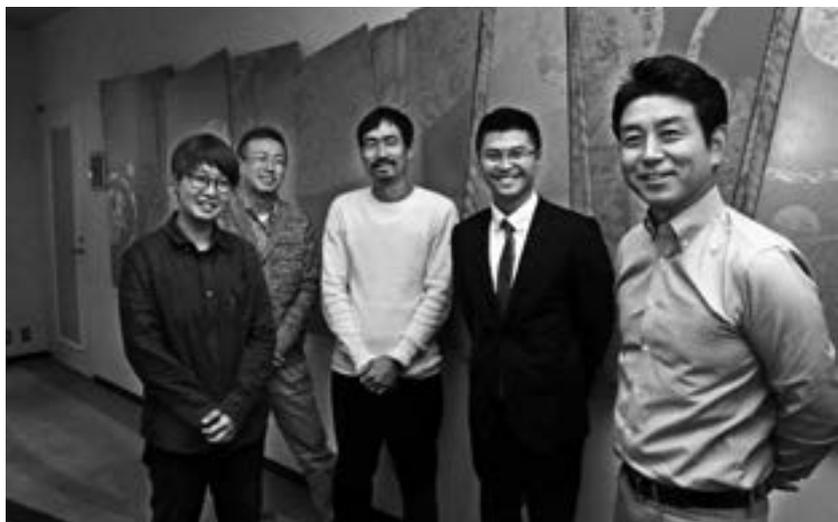
荻原 なるほど。西尾さんはどうですか。

西尾 農業は挑戦のしがいがあります。ちよつとでもやりたいという想いがあるのだったら、挑戦してほしいと思います。大規模化を目指すだけではなく僕のように生産性を上げるなどさまざまな経営観があるでしょうが、栽培技術や販路が

しっかりしていれば経営は成り立つと思います。一次産業というのは、今後もなくならないと思うんです。食べるものがなくなったら人間は生きていけないですから。

濱山 やりたい道を農業で見つけたら取りあえずでも進んでほしいです。私のように、いきなり家を買ったり、仕事を辞めるといふのは極端かもしれませんが（笑）。やってみれば、なんらかの道は拓けていくのではないのでしょうか。

荻原 進めば道は拓ける。新年にふさわしい言葉ですね。私たちも未来を開拓していきましょう。



これからの農業を背負う若者たちの意気を感じて欲しい(編集部)

作るだけでない農業の仕組みに変える

スーパーマーケット店内での新型「農家の直売所」、マーケットイン事業化で新興市場に上場して話題になる。「新規就農は起業である」を理論に、就農には、なぜそこで農業を始めたのかというしっかりとした考えを持つことが出発点になる。新規就農者成功の条件を聞く。



株式会社農業総合研究所 代表取締役社長

及川 智正 Tomomasa Oikawa

おいかわ ともまさ
1975年東京都生まれ。97年東京農業大学農学部卒業。2003年和歌山県で新規就農。07年農業総合研究所設立。「農家の直売所」事業で農産物の新しい流通の仕組みをつくる。16年東証マザーズに上場。農業の仕組みを変えようと奮闘中。

就農も起業、理念が大事

「なぜそこで農業を始めたのか」「なぜそこで農業をやっているのか」と問われ、答えられる農業者は意外に少ない。

これを企業に当てはめれば経営理念である。事業をしていると、やりたいことが枝葉のように増えてきて、考えがブレてしまうことが多い。

しかし、しっかりとした理念があれば、やるべきことが整理できるし、捨てるものも見えてくる。理念とは、自分が本当にやりたいことを突き詰めるものであり、自由に設定すればよい。自分の頭できちんと考えて、自分の言葉で他人に伝えること。要は周りにも理解してもらうことだ(図1)。

こうしたことが他の産業の経営者に比べて農業者は遅れていると私は思う。新規就農も起業で

ある。

就農後にうまくいかない理由の一つは「なぜここで農業を始めたのか」という理念が確立できていないことである。

私は「株式会社農業総合研究所」という会社名の「農業」にこだわった。どの分野で何をしようとしている企業なのか分かる、ということを狙った。作ることだけが農業の仕事ではない。食べてもらうまでが農業の仕事だ。そのコーディネートをする中で日本の農業を変えていく、それが会社名にこだわり、この会社を設立した狙いである。

農業の技術も、カネも、コネもない私が農業ビジネスで起業し、東証マザーズ市場に上場するまでに至った経験を紹介したい。

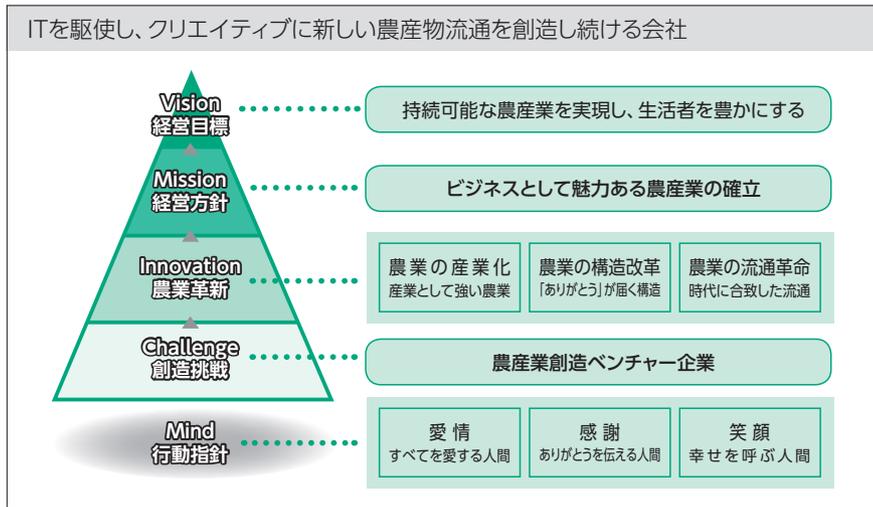
私は東京農業大学で農業経済学を専攻した。卒業論文で日本農業の将来像を予想しようと、当時

のデータから分析して数字をはじき出したが、得られた予測値は農業就業人口が激減し、高齢化率が高まり、耕作放棄地が増加して食料自給率も下がるといって、右肩下がりのものであった。このままだと国民の胃袋を支える農業がなくなってしまうのではないかと危機感を覚え、農業を構造的に変える必要があると思った。

卒業後は農業に関わる仕事をして農業を変えたいと強く思ったが、当時はバブル後の就職氷河期で希望した職種には就けなかった。

しかし、入社したガス専門商社での営業の仕事は楽しかった。頑張つて成果を上げれば認められたし、何より取引先から「及川さんありがとう。またよろしくね」と感謝されることがモチベーションにつながった。それでも頭の隅には常に、いつか農業に関わりたいとの思いがあった。

図1 農業総合研究所の経営理念



転機は結婚だった。妻の実家はキュウリなどを生産する和歌山県の農家だった。これを機に六年間勤めた会社を辞めて農業の現場に入り、その仕組みを学びたいと思ったのだ。

しかし、義父の下で農業に従事した二年目の感想は「つまらない」の一言。サラリーマン時代は人から感謝されることが喜びだったが、キュウリの出荷先からは感謝の言葉もなく、食べている人の顔も見えない。モチベーションは下がる一方だったが、周囲の農家はそのことに疑問を持って

いなかった。

直接営業で農業を面白くする

そこで、農業を面白くするには自分で直接売ればよいのではないかと考え、二年目は義父から少し畑を任せてもらい、自らキュウリを作った。しかし、出来たものは見栄えの悪いものが多く、売り先も分からなかった。

「スーパーなら置いてくれるかもしれない」と営業を試みた。当時、農家の若者が直接売り込みに来るのが珍しかったのか、いくつものスーパーで私のキュウリを並べてくれた。

売り場作りで考えたのはブランディングだ。「及川という農家がこんな栽培方法で作った」というPOP広告を自作したことに始まり、普通のキュウリをサラダ用、漬物用、冷やし中華用などと区別して陳列したのだ。サラダ用は輪切りに最適な太さのもの、漬物用は漬物だるに並べやすい長さのもの、冷やし中華用は真っすぐなもの、といった具合だ。私のアイデアを「面白い」と思ってくれたのか、いくらかは売れたが、二年目の年収は四〇万円ほど。妻の収入を合わせても家族を養うにはとても足りなかった。

三年目に満足な収入が得られなかったら、農業を辞めてサラリーマンに戻ろうかと思っていた矢先、前年取引していたスーパーから「去年のキュウリがおいしかったから、また持つて来てよ」と注文が入った。前年に買ってくれたお客さまがリーダーになってくれたのだ。しかもキュウリだけでなく、知り合いのトマトやナス、さらにサラダや漬物などの加工品の注文も入り、売り上げは

大きく伸びた。そこで学んだのが、いろいろな品目を混ぜることで提案が広がり、お客さまに感謝されること、そして売り先を変えれば高く売れることだった。

私は要望に応える商品を届けるマーケットインの発想を広げ、和歌山から情報発信して農業を変えたいと地元の農家に提案した。

皆、真剣に聞いてくれたが、ある農家の言葉が私の心に突き刺さった。「東京から来て自分で営業して売っている君は偉いが、私は頭を下げてまで売ろうとは思わない。作ってあげているのだ」と。売るのは仕事ではないというのだ。その時は全く理解できなかったが、今思えば「新しいことをしようとしてもできない環境だ」と言っていたのだらう。私は悩んだ。

外から農業を変える挑戦

次に行動を起こすきっかけになったのは、当時知り合った野菜の流通業者から「農業を中から変えるのが難しいなら、経験を活かして外から変えてみては」という言葉だった。そして、その方の事業に関わることになり、生産者から直接仕入れる八百屋を大阪で出店することになった。

八百屋の一年間で気付いたことは、消費者には高く売りたい一方で、農家からの仕入れは安くしたいという気持ちがあることに驚いたが、このような生産者と流通業者の関係を融合できるのは、両方経験した自分しかないと思った。そして再び和歌山に戻り、農業に関わることにした。

農業を変えるために、流通部分をコーディネート

トする株式会社農業総合研究所を二〇〇七年に設立し、販売のコンサルティング、分かりやすく言えば営業の代行を始めた。ミカン農家などと契約し、百貨店などに営業に回った。営業先からの評判は良く注文が入ったが、肝心の農家からはコンサルティング料が入らない。

当時の農家はコンサルティングに金を出すことに抵抗があったのだ。料金の代わりにミカンの現物をもらい、仕方なくそのミカンを自分で売って生計を立てた。そのうち「野菜や果物を預けたら高く売ってくれる人」と評判になり、いろいろな相談依頼が来るようになった。その中に道の駅での直売の相談があった。「道の駅では土日しか売れない、平日も売れるようにならないか」と。私は仮説を立てた。週末に道の駅に来るのは遠方の都会の人たちだ。道の駅に並ぶものが都会にあれば平日でも買える。そこで思い付いたのが、スーパーの店舗内に直売所を設ける「農家の直売所」事業だ。

今までにない都心直売所

一般的にスーパーで取り扱う生産者名が入った「顔の見える野菜」との違いは、生産者が売りたいものを売りたい値段で売る、ということだ。野菜の集荷とスーパーの物流拠点への配送は当社が行う。このアイデアを提案し、二〇〇八年にスーパー二店舗へ生産者二〇人の野菜を納品したのが始まりだ。

和歌山のスーパーと生産者を結び付けた取り組みは、今や全国に広がり、一六年一二月末現在、直売所設置八〇〇店舗、登録生産者は五九〇〇人、

生産者が持ち込む集荷場は六〇カ所になった。この事業がこれだけ広がったということは、何らかの形で、いろいろな方から「ありがとう」と言われた結果だと思っている。

「農家の直売所」事業の特徴を紹介しよう。

前述の通り、生産者は商品の値段と売り先を自由に決める。これは他の産業でいう「メーカー」だ。例えば関西の生産者なら、関西周辺のスーパーの店舗を指定できる。この仕組みを支える肝の技術がITで、代表的なのは集荷場に設置している私たち独自のバーコード発券システムだ。これにより生産者がスーパーごとに異なるバーコードシールを貼る煩わしさを解決した。原理的には世界中のスーパーに一つの発券機で対応できる。このバーコードによる販売情報はITでスーパーとつながっている。毎日スーパーのレジから得られる情報データを我々が分析して、生産者の携帯やパソコンに売り上げ情報をフィードバックしている。

さらに、生産者ごとに過去のデータと比較できたり、月末の入金情報が分かったり、提携するスーパーの立地、売り場面積、客層の情報も得られる新しいシステムをIT企業と共同開発した。こうした情報を整えることによって生産者は自由に販売するメーカーの視点を獲得する。

集荷場は直営もあるが、ほとんどが業務委託している。また、集荷場からスーパーの物流拠点への運送も委託している。物流拠点からスーパー各店舗への配送、陳列はスーパーの仕事だ(図2)。多くの部分をアウトソーシングしていることに特徴がある。

従来の流通の仕組みと比べてみたい。農協経由での市場流通の特徴は大量流通、大量販売で、生産者の手取りは少ないが、販売の手間はあまりかからないという利点がある。全国に農産物を行き渡らせるには、今でも最も優れている流通の仕組みだ。

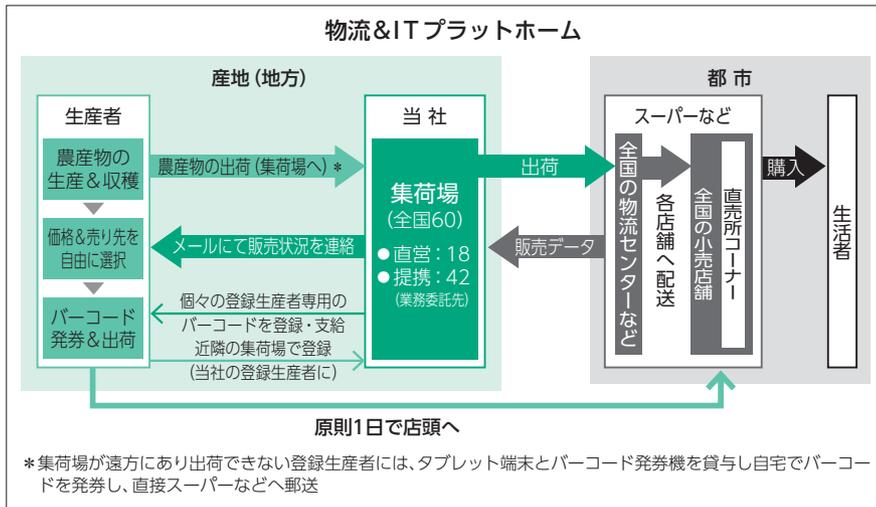
一方、道の駅など田舎の直売所の特徴は、生産者が直接陳列まで行う。売れ残れば回収しなければいけないという手間がかかるが、手取りは多いという利点がある。「農家の直売所」はその中間だ。手取りは農協経由の市場流通よりは多いが、手間は田舎の直売所よりはかからない。

スーパーのメリットはインシャルコストゼロで、新しい多彩な商品が並ぶ売り場が実現できることと、客寄せ効果が他の商品にも波及すること。そして、消費者のメリットは同じ「ふじ」というりんごでもいろいろな地域や生産者から選べるという選択肢が増えること、鮮度の良い野菜や果物が手に入ることだ。

外から入って気付き視点

生産者にとって、今までの流通に加え選択肢が増えたことが経営の意識変化につながっているのではないだろうか。つまり、先に述べたメーカーの視点だ。この視点はまた独自の工夫を生み出す。ある生産者はミカンの袋の中に、自分の果樹園の無料摘み取り券を入れた。食べた人が果樹園を訪れてくれ、摘み取りをし、他の商品も買ってくれる。そして地元の他の施設に寄って、そこでまたお金が動く。地方創生とは、このように都会から地方に人が足を運んでくれて金が動くことでは

図2 「農家の直売所」事業フロー



ないかと思う。
 「農家の直売所」事業は、直売所設置二〇〇〇店舗、登録生産者二万人を目標としている。
 直売所事業を支えるインフラとして、集荷場は空き倉庫を有効に活用したいという業者の、また輸送網への参加には運送業者の希望が多い。中には、道の駅や農協との提携も生まれてきており、既存の流通を相互に補充しあうモデルができてきた。もちろん、自分たちでも売り先や提携先を拡大するための営業は欠かさないが、我々が構築



スーパーにある生産者の自慢の野菜が並ぶ「農家の直売所」(左)と生産者専用のバーコードシール(右)

したITと物流のプラットフォームは自転している。新規就農者で、わざわざ私たちの集荷場近くに農地を探し出荷する人もいる。以前、売り先を探し回っていた私のような新規就農者の力になっっていることに感慨深いものがある。

食べる人を豊かにする農業

私が流通を変えたいと思った動機の一つは、都会で食べている物と同じとは思えないほど、田舎の食べ物のおいしさに感動したことだ。それが流

通段階で劣化していく。残念なことだが、地元の新規就農者はその価値に気付いていなかったのか、気付いていても伝えようとしていなかったのだ。

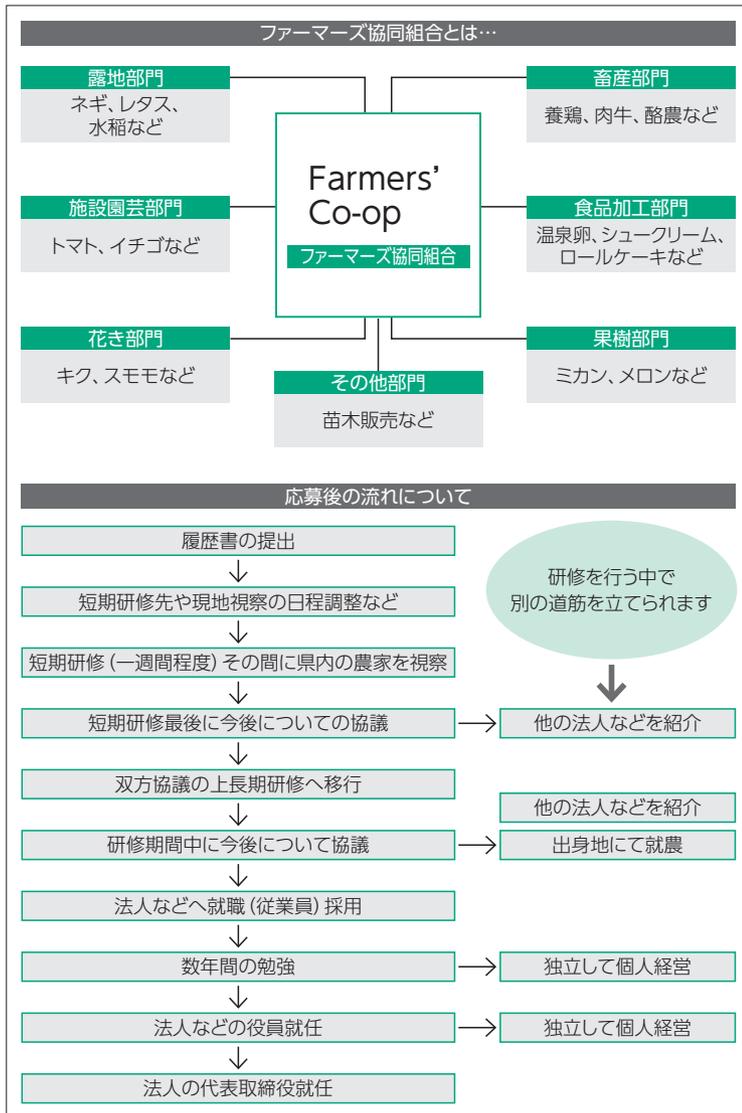
価値を伝えるという点で重要なことは、生産者は消費者に対し、「今年のミカンはこちらの気候でこういう栽培をしたから味はこうなった」というように、きちんと情報提供すること。そうすればクレームもないし、感謝される。これが情報の価値で、農業以外から入った私だからこそ気付いたことだと思う。新規就農者は、起業家としてこうした視点を大事にして自分の事業に活かしてほしい。我々の経営目的は食べる人を豊かにすることだ。そのためには農業が必要だし、日本や世界から農業がなくならないように手助けをするということだ。

農業を持続可能なものとするには私見だが三つの条件がある。一つ目は農業の産業化である。農家がメーカーの視点で考え、自由で公平に競争できる環境を整えること。二つ目は構造改革である。食べている人が作る人に対し「いつもおいしいものを作ってくれてありがとう」という言葉を届ける仕組みをつくること。三つ目は新しい流通の仕組みをつくり、生産者や消費者の選択肢を増やすこと、だ。

私たちは「農家の直売所」事業の他にも、金融機関と連携したコンサルティングや子会社を通じて輸出事業など農業を変え消費者を豊かにしていく取り組みを進めている。そして、農業の魅力を高め持続可能な産業とし、生産者、消費者の区別なく、生活者全てを豊かにするため、社員をはじめ関係する方々と共に邁進していきたいと思う。



図 ファーマーズ協同組合概念図



失敗例も全て見て自立へ

近藤さんが今、新規就農した人たちを自立した担い手経営者として育成するために力を注いで

待値、井勘定をなくすることができるという。現に、近藤さんは、従業員と一緒に収益モデルを設計して情報を共有し、うまくいったとき、いかなかったときの原因を見える化している。農業は自然相手なので、台風被害による減収や逆に価格が高くなることもある。「単に作って売るだけではなく、作業一つ一つを精査することで『農業を経営』することができるのです」とコスト意識の重要性を強調する。

いるのがファーマーズ協同組合だ(図)。香川県内の有力農家や法人で構成されているが、近藤さんが発起人で、理事として中心的な役割を果たしている。農業経営者を目指す人材の育成や支援を担い、メンバーが共同で全国規模の就農相談会などに出展、研修後の就職先もあつ旋している。一年間の研修で受け入れるのは一〇人程度。この協同組合のメンバーは畜産、野菜、果樹、花きなどの分野にわたっており、研修先を選択できる。農業経営者というプロフェッショナルを育てるプログラムは、県内外の先進地視察、簿記講習、消費者との交流、フォークリフトの免許取得など多彩

で、そのまま収益に関わってくるものばかりだ。研修中に訪れる場所の中には段ボールやフィルム関係の工場がある。就農して農産物の出荷作業になると、段ボールやフィルムを使うからだ。それぞれの業界の事情や品質、価格などプロの知識を得て、購入時の交渉が有利になるといふ。遠回りのようでもビジネスとして農業周辺の幅広い知識は、経営者には有用なものだ。研修先では、就農から自立へ向かう先輩たちが頑張っている姿を目の当たりにできる。近藤さんは「失敗例も隠さずに学んでもらいます」と、研修生自らが現状を評価できることも付け加える。研修先の一つでもある近藤農園のパンフレットには「作っているのは野菜ですが、育てているのは人材です」と題して、近藤さんの考え方が明解に示されている。「作物を育てて収穫するだけでなく、高品質な作物を作るだけでなく、作物の原価や作業時間を考えて『ものづくり』に価値をつけていく、経営目線で農業を見つめなおしたとき、農業の本当の価値が分かるはず。数字で見れば農業はもっと面白い、さあ、一緒に農業の醍醐味を味わいましょう！」

こうした研修を終えても、自立には挫折のリスクが伴う。そこで近藤さんは、一年間の研修の後、個人経営を希望する就農希望者にはグループ会社のうちいずれかの経営を任せる。自力で利益を出して「巣立ち」できるようにするまで数年。いよいよ自立となると、グループ会社が集積した農地を預けたり、農地確保や資金借入れの連帯保証人になったりして「のれん分け」をする。「資金も農地も縁故もない人が農業経営者として自立で



育てる人材の質にこだわる近藤隆さん。就農者支援の取り組みを熱く語る

「できれば、地域の農業を守る大きな力になります」と、近藤さんは期待を膨らませる。

独力でたくましい人材目指せ

農業の衰退が顕著となっている今、新規就農者の増加は歓迎するところだ。特に若い世代の伸びが目立っている。冒頭に述べた二〇一五年の新規就農者六万五〇三〇人のうち、新規自営農業就農者五万一〇二〇人は前年に比べ一〇・二%、新規雇用就農者は一万四三〇人で前年に比べ二六・三%それぞれ増加。年齢で見ると四九歳以下は七九八〇人で、二三・九%の増加と高い伸びとなった。

これまでの減少傾向から一転して増加に転じた背景には、一二年に創設された国の青年就農給付金が追い風になっていることは想像に難くない。給付金は年間一五〇万円が支給され、研修期間（二年）と営農期間（五年）を合わせて総額一〇

五〇万円にもなる。この制度は、「青年の就農意欲の喚起と就農後の定着を図る」ことが目的で、国が新規就農者や農業者を増やしたい意志が込められている。だが、給付金は農業への入り口での一時的なものにすぎない。近藤さんが言う「生涯所得二億五〇〇万円」からすれば、決して大きな額ではない。給付金を目先の収入として安易に就農するようであれば、せっかくの制度の目的が果たされなくなってしまう。

その点で、近藤さんの新規就農者の育成方針は明確だ。「就農者の数」よりも「就農者の質」を重視している。「自らの経験から、独力で農業という生業を開拓していく、たくましい人材を目指せ」というものだ。

その近藤さんの持論の裏付けになっているのは、研修後の成功実績だ。しっかりした経営目線を持ち、就農して独立、収入が増えてくると、周囲の見方も違ってくるというのだ。

近藤さんは、農業より収入が多いと思われるがちな公務員、金融機関などからの転職組が出てきたことを語る。「理由は収入が多いからです。売り上げ一億円の農業者には必ず後継者がいます。所得が増えてくると後継者は現れてくるのです。そして、後継者にはいい嫁さんも来てくれ、間違いない好循環となるのです」。世の中、金が全てではないが、その力は無視できない。

農業がチャンスになる時代

厳しさばかりが目立つ農業だが、近藤さんは逆に「今がチャンス」だと先行きに期待を持つ。自身の就農も農業の将来性を信じて決断したもの

だった。

近藤さんが特に関心を示すのは「二〇二五年問題」だ。八年先の二五年に団塊の世代が健康寿命に達する。健康寿命とは寿命の前に「働けなくなる」年齢で男性が七一・二歳、女性は七五・五六歳（二〇一三年現在）。農業法人などで主力となって活躍している団塊の世代が一線から退くことになる。

農業労働力は確実に減るため、新規就農者を育てなければ、農業は一気に衰退の道をたどることになる。定年帰農者、外国人労働者なども取り込んで何とか労働力を確保できたとしても、そうした多くの農業労働者を指揮するリーダーが必要になる。しかも相当数に及ぶことが予測できる。

一方で農地を得ることはハードルが低くなるという。昔は一反（一〇ア）米一俵（一六〇キログラム）という賃貸料が相場場で、借りる側の負担が大きかったが、高齢化や都市化が進み、状況は変わった。先祖伝来の土地を離したくなく、農地を代わりに耕してほしいという農家が増えている。

さらに香川県が就農に有利な点は、温暖な気候、少量多品目の産地であること。また面積は狭いが山、海があり四季を通じて農業ができること、大阪や神戸といった大消費地が近く、輸送などインフラも充実している。住宅地と農地が混在して不利と思われる状況も、パートなどの労働力を得やすい好条件になるという。

経済的な理由だけでなく、農業そのものに対するモチベーションも気になる。近藤さんの場合、そのエネルギーシユな経歴を支えてきたパワーの源泉を尋ねると「父親を超えることを目標にしてい

たことでしょうか」と。その父親はタマネギ栽培で天皇賞を受賞した押しも押されぬ実力者だった。

近藤さんは、日本大学農獣医学部農学科を卒業後、米国で農業研修や大学での勉強を経て、二五歳で専業農家の父親の後を継いだ。そしてタマネギやニンニクなどの露地野菜を中心に経営を拡大した。就農した当初、雨が降ったらノギスを持ち出し、タマネギの太り具合を計測して降雨と成長の関係を観察したり、春大根の土を温度計で測ったりするなど、客観的な情報と生産性の向上を結び付けてきた。自主独立と実証主義という言葉が当てはまるような生き方だろう。

そんな近藤さんが就農希望者を支援しようと考えたきっかけは、二〇年前の交通事故だという。停車中に正面から追突されて股関節脱臼骨折の重傷を負い、半年間の入院生活を強いられた。医師から「治っても八割方農業は無理だろう」と宣告された。

農場経営が順風満帆の四四歳だった当時の近藤さんは、白い天井を見ながら、もんもんと思いを巡らせ、やがて「動けなくなっても後継者を育てることはできる」と考えた。幸い後遺症もほとんどなく、現場に復帰。思いを実現しようという行動を起こした、という。

就農希望者を呼び込むため、最初に香川県外で募集したのは九七年、U&Iターンの情報を扱う就職情報誌への広告掲載だった。当時は近藤農園の社長（現在は取締役）として「こだわりの農業を受け継いで」と訴えた。広告掲載とセットになっていた就農フェアでのブース出展にも臨んだ。

東京の会場に予想を超える六〇数人がブースを訪れてくれたが、その中から有名ホテルで料理人をしてきた若者を雇用了。当時、農業を志望する若者に出会うことはまれだったが「都会には農業をやりたいと思っている人がいるのだ」と自信を深めたという。

新規就農後の独自研修を踏まえ独立して農業経営に挑む人たちが収入アップする方法として、近藤さんは①他人の倍働く②機械化する③人を雇うこと―を挙げる。近藤さん自身も人の二倍働いてきた。しかし、なかなかそれが三倍にはならない。かといって機械化するには大きな資金が必要となる。そうだとすれば規模も広げられる③の「雇用」という選択が現実味を帯びてくる。

近藤さんによれば、常用雇用は待遇や手続きなどで相応のコストが必要だが、パートや外国人実習生を組み合わせると、他産業と同じ、あるいはそれ以上の収入が可能となるという。

地域との連携の枠組みを

就農時の投資リスクを少なくするためのハウスメーカーによるリース制度などの仕組みのよき具体的な策のほか、目に見えない地域社会との関係や人的なネットワークの重要性も忘れない。

生産性向上のために大規模農家による農地の集約化、生産規模の拡大を図りながら、同時に定年帰農者のような小規模農家との協調の必要を訴える。地域の農業を支えるには雇用のある大規模農家と兼業農家などが「車の両輪」となって協力できる仕組みが必要だという。田んぼを守っていけるカボチャや飼料用のデントコーンなどの栽

培ができる仕組みも提言する。

近藤さんは「失敗はたくさんしましたし、『自分が歩もうとしている道は果たして正しいのか』と、不安でした」と言う。そんな自分一人で思いを巡らせていたころ、香川県坂出市でレタスなどの露地野菜栽培に取り組み経営的に定評のある木下農園グループ代表の木下博文さんと知り合った。激しく議論もしたが、同じ方向を見ている同志としてヒントをもらい、お互いに切磋琢磨して、自分たちの後に続く就農者を支援するためには、ファーマーズ協同組合のような仕組みが必要であるという共通認識も自然に生まれ、そして具体化したという。

研修生には配偶者などと一緒に農業をしてくれる人の存在のほか、同世代の仲間、JAの部会組織への加入など、人的なつながりを充実するようアドバイスしている。

「異端児」と自らを評する近藤さんは、海外で農業関係の学校を設立し、外国人研修生を受け入れる活動もしている。カンボジアで地雷原を訪れたり雨が降って川となった道路を車で走ったりしたこともある。その屈託のない笑顔の裏には柔軟な思考と行動力が隠され、実証主義と現場主義を支えに積み上げてきた実績に対する自信も感じられる。

就農のハードルが低くなり新規就農者が増加したのは喜ばしいことだが、問題は近藤さんのような考え方や情熱を携えて農業を志す覚悟があるのかどうかだ。就農者も、それを支援する側も、改めて強い意志や心構えを確かめておくことは決して無駄ではないだろう。

農業の面白さを実感

サラリーマン経験を活かして法人化・多角経営を進め、合理的事業展開で成果を収めているのが鍋嶋太郎さん（有限会社ドリームファーム会長・六五歳）だ。

拠点である富山県東部に位置する入善町は、広大な平野と立山連峰から流れる黒部川の清流に恵まれた稲作地帯だ。ドリームファームは「プロ農業者」がひしめく入善町を代表する経営体で、一〇〇畝を超える面積で稲作を中心とした複合経営を営む。

現在、富山県農業会議会長や日本農業法人協会監事などの要職を務め、さまざまな場面で農業界へ提言を行う鍋嶋さんだが、就農前を振り返ると、「農業は好きじゃなかった」と語る。鍋嶋さんの家は代々兼業で稲作を営んでいたが、青年時代は農業に熱心なわけではなかった。ただ、「自分の農地を誰かに貸し付けるといふ時代ではなかったから、いずれは自分も農業をするしかないのだろう」と漠然と考えていたという。

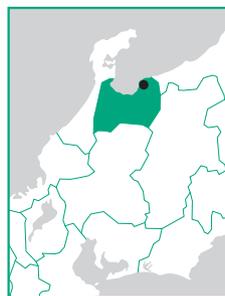
学校を出て、建設会社に就職し全国を飛びまわっていたが、一九八二年に父親が亡くなり、二秒程度の

経営紹介

農地引き受け、法人化で地元を生かす 外部委託など、経営の合理化を徹底



本社倉庫前で笑顔を見せる鍋嶋太郎さん



富山県下新川郡入善町
有限会社ドリームファーム

- 設立 ● 2002年
- 代表取締役会長 ● 鍋嶋 太郎
- 資本金 ● 500万円
- 事業内容 ● 農産物生産（米、大豆、野菜、チューリップ）、販売
- 従業員 ● 10人
- URL ● <http://www.dream-farm.co.jp/>

規模から農業を始めた。時代は生産調整により田畑転換が進められた頃。鍋嶋さんにも転作面積が六〇％程割り振られたので、地域で推奨されていたキャベツに取り組み、市場に出荷した。

市場に出して評価されることが面白いと感じ、これが転機になり、意欲的に農業に取り組みようになると、地元農協から農地を引き受けてくれないかと、四ヶ畝のまとまった農地の斡旋があつた。田んぼが貸し出される時代に移ったのだ。

法人化で合理的経営

農業に集中するようになると、会社勤めの経験を活かして経営戦略・収支計画を練った。井勘定が当たり前の時代に珍しいことだったのかもしれないが、収支計画を眺め、「農業はもうかる」と確信した。米の卸売価格が一俵当たり二万四〇〇〇円の時代、一九九三年に会社を辞め、夫婦二人で専業農家として新たな船出を切った。

土地の集積が進むにつれて、大豆作の作業受託が増えた。また、収益性を高めるため、農閑期の冬場にチューリップの切り花生産を始めた。雪国の冬は機械整備を行うくらいで、充電期間という位置付けであ

る。「なんで冬まで仕事を」と言われたが、鍋嶋さんは「餅は餅屋。機械整備はプロに任せて、日銭を稼ぐ方が良い」と割り切った。アウトソーシングに合理性を見いだし、それは今も続く。当時は受託していた大豆の収穫・乾燥調製も、現在は効率を考

え、他の法人に作業委託している。土地は次々と集まり、経営面積は四〇畝を超えるようになったが、

労力に限界が生じた。妻の真理子さん(六三歳)が体調を崩し倒れてしまったのだ。「この頃は本当につらかった」

ところがまた転機が訪れる。大学を卒業した長男の慎一郎さん(現在、専務取締役・四〇歳)が富山に戻り、九九年に就農。また、二〇〇一年に初めて雇用という形で青木孝弘さん(現在、代表取締役社長・四九歳)が加わってくれた。

鍋嶋さんは二人の加入から社会保障の充実が必要と考え、〇二年法人を設立した。その際、鍋嶋夫妻と慎一郎さん、青木さんの四者による共同経営とした。農協職員だった青木さんの能力を高く評価していたからだ。家族経営に第三者を加わえることに抵抗がある人もいるが、「必要な形」を整えたという。また、「専従者給与から給料制に移行

して労務費が明確になったことで、より合理的な経営を追求できるようになった」と話す。

直売から輸出まで拡大

会社設立を機に、鍋嶋さんは事業を拡大していく。ドリームファームの主力は米であるが、その消費減少と価格低下には常に危機感を抱いていた。そして手掛けたのが、販売の強化と米を補充する商品の展開だ。

まずは消費者に直接働き掛けようと、二〇〇三年から近隣スーパーでインショップを展開した。自社生産の野菜に加え、近隣農家を回って野菜を集荷し、販売した。次第に手元で販売したいと考えるようになる。隣地が競売に出されるのを知り、売地の看板が掲げられるや否や契約した。そうして入善町初となる直売所「La La Garden」をオープンし、消費者との交流の場を創設した。

〇六年からは東京・有楽町のマルシェにも参加し、対面販売を三年間毎週続けた。また、顧客に一キログラム袋の米のサンプルを付けて商品パンフレットを郵送した。その数は延べ四〇〇〇件に上る。電話などで注文する顧客が定着したのは、当時の成果だ。さらに、一三年からは

インターネット通販サイトで販売を行っている。リピーターが多く、郵送の顧客と重なっていないことが強みだ。そして、米の売れ筋ランキングで年間八位を記録。どうしてこんなに売れるのか尋ねると、「なぜだろうね」と人懐っこく笑う。

鍋嶋さんの経営の強みは機会を逃さないことだ。販売拡大のきっかけはさまざまだが、確信を持ったところで確実に前進してきた。顧客数はその積み重ねの結果であろう。

加工品の商品化にも努めた。特に、自社産の米一〇〇%使用の米粉麵(ラーメンやうどん)は好評で、四年から香港に向けても輸出している。当初、上海の百貨店に玄米を持ち込んだが、玄米は競争が激しく売れなかった。しかし、話のネタにと持ち込んだ米粉麵にバイヤーが「これ面白いね」と反応した。現在はシンガポールにも進出し、輸出の定着に向けた足固めをしている。

地域守る次代の経営

ひたすら走り続けてきた鍋嶋さんだが、現在は会長として経営の一线から退き、より良い農業を目指して地元や国に提言を行っている。そんな鍋嶋さんが今一番気にしていることは、地域の疲弊だ。入善

町は「プロ農業者」＝「担い手」への農地の集積率が七割を超える一方で、集落営農も多い。こうした集落営農を営む地域が、後継者の不在により崩壊の危機にさらされている。「担い手が全てを背負うことは難しく、地域農業は地域全体で守ることが必要だ」と言う。これまで集落がやってこられたのは、水稲作で機械化や技術の平準化が早くから進み、集落を構成する兼業農家でも取り組みやすかったからだ。

しかし、生産調整により転作を余儀なくされ負担が増した。また、米価が低迷する中、二〇一八年に助成金が廃止される見込みで、廃業する兼業農家が増えること危惧する。鍋嶋さんは「今こそ兼業農家を支えるべきだ。兼業農家が離れたら耕作放棄地が増え、地域農業は守れない。一八年以降は、兼業農家が前向きに参加できるよう、自由に水稲を作れる環境を整えるべきだ。そして、生産調整分は担い手が野菜や特産物、飼料米などを作付けしていくことで地域農業を守る」と熱く語る。

ドリームファームも今後、飼料米などの取り組みを拡大していくつもりだ。

(情報企画部 浅野真宏)



ブドウの宝石箱
珍しい品種を一粒一粒
まるで宝石のように
中山間地域農業の
モデルにしたいですね



山本陽子さん

岡山県加賀郡吉備中央町
有限会社吉備高原ファーム
代表取締役

意欲的農業生産者に農地を集積し、農業の大規模化・効率化を進める他方、条件が悪く効率化が難しい中山間地域で、農地を引き受け、創意と工夫の新規就農の女性経営者が、農業モデルに挑戦する。





P19:若手農家の育成に力を入れる陽子さん P20:地元の農家に声を掛けブドウづくりを教わった。難波司良さん夫妻には現在もいろいろと相談している。(右上、右下右) 多品種のブドウの粒はまさに宝石(右下左) 観光ブドウ園を整備中。耕作放棄地の一部に和牛3頭を放す。「山の中に牛がいれば、ブドウ園に来る人の目を楽しませてくれるはず」と期待する(左)

労働分配で始めた農業

異業種からの農業参入。舞台は条件の厳しい中山間地。熟練技術が求められるブドウでのスタート。どこをとつても楽な道ではない。「頑張っているというより、あがいているというほうが正しい」という山本陽子さん(五八歳)だが、「途中でやめるわけにはいかない」と闘志をのぞかせる。

会社設立は二〇〇六年で、実家が営む有限会社藤田商店の新規事業として農業に参入した。藤田商店は、米農家から集荷したもみ殻を炭にして鉄鋼メーカーなどに納める全国でも数少ない企業だ。高炉から出したばかりの鉄材を急に空気に触れさせないように保温材として使われる。父親が始めた藤田商店を継ぐ前、陽子さんは岡山市の高校で八年間教鞭をとっていた。その後、障がいを持つ長女を手元において育てるため多忙な教職を辞め、実家の吉備中央町に家族で移った。五、六年間の専業主婦を経て、生活が落ち着いて頃から藤田商店の事務を手伝い始め、やがて経営に参画するようになった。

その後、鉄鋼産業界全体の景気が冷え込み始め、影響は藤田商店にも訪れた。「どうやって従業員に給料を払っていかうか」と考えた陽子さんにひらめいたのが農業だった。同町特産のブドウは春から秋までの作業がメインだ。一方、もみ殻の集荷、加工、販売は秋から春にかけて忙しい。「労働分配の点でもいい。社員の多くが農家の次男や三男で、腕に覚え

がある人ばかりだったのでふさわしいのは農業だと思ったのです」

町内には、トウモロコシの直売で大勢の消費者を集客している農家があった。「ブドウとトウモロコシで始めよう」と父親名義の農地と借りた農地を合わせ、五〇㊦で農業を始めた。

アイデアと個性で顧客を獲得

「知らない人間の強さというもの」だと陽子さんは言う。誰一人ブドウ栽培の経験はなかったが、岡山県の助成金を活用し、ハウスを建ててしまった。藤田商店の工場長がとても器用な人で、たいていの工事は全てやってくれた。

苗が小さいうちは水も少なくてもいいと思っていたが、「まさに、生かさず殺さずの状態」で一向に育たない。苗が小さい時ほど根の活着を良くするため豊富な水が必要だと知ったのは、後になってから。育たない苗は抜いて、潔く新たな苗に植え替えた。

そこから陽子さんの本領が発揮された。地元のブドウ農家と出会えば「ちよつと教えて」とハウスまで来てもらっては教えを請うた。岡山県内でブドウづくりの名人と言われる人を訪ねては助言を求めた。収穫できるようになるまでの数年間は、名人を訪ね歩き、インターネットや書籍で、理論と理屈を吸収する日々が続いた。

その間にもトウモロコシの直売で顧客を増やしていった。事務所が車の多い道路沿い

に立地している点を活かし、夏の間、のほりを立て、また人目に付きやすい場所で社員総掛かりで調製作業を行った。するとお客さんが徐々に寄ってくれるようになった。

いよいよ、ブドウが収穫できるようになると、トウモロコシでつかんだお客さんに「ブドウもありますよ」と宣伝した。



アグリネット加賀の皆さんと共に。就労継続支援A型事業所とは、利用者（障がい者）に就労機会を提供する事業所で、利用者と雇用契約を結びA型と結ばないB型がある

アイデアアウーマンの陽子さんは商品開発にも力を入れた。多品種のブドウを食べやすく粒の状態にしてパッケージに入れた「ぶどうの宝石箱」はその一つ。「珍しい品種を少しずつ食べたい」という消費者の要望にも応えられるし、吉備高原ファームにとっても都合良かった。参入当初は、技術不足もあり収穫し

たブドウの房が見事な三角形にならなかつたが、粒にすれば立派な商品になるからだ。

現在、約五〇もの品種のブドウを作るが、複数品種を詰め合わせる際には、ブドウの色によって保護用のマットの色まで変えるという気の配りようだ。農園の様子、品種ごとの特徴を説明する「農園だより」は陽子さん自ら執筆し、直売所に訪れる人、通販を利用してくれる人に渡すようにしている。

一つ一つの地道な取り組みによって、設立した年はわずか七人だった顧客リストが今では一〇〇人以上に膨らんだ。顧客からは「ここに来れば珍しい品種がある」と期待されるまでになった。「期待されるうれしさもあります」が、農産物は天候の影響を受けますので今年もお客さんが来てくれるだろうかという怖さは毎年感じます」

中山間地農業のモデルをつくる

炭化もみ製造業と農業との相性の良さは陽子さんの狙い通りだったが、一つだけ想定外のことがあった。農地が予想以上に集まってきたしまったのだ。今や管理する農地は三つの集落に広がり、畑二ヶ、ブドウ園も三ヶ、二ヶにまで増えた。冷え込んでいた鉄鋼産業が回復基調にあり、農作業を藤田商店の社員だけでこなすことができなくなったため、現在、吉備高原ファームとして社員二人を雇い、さらに障がい者の力も借りている。陽子さんが二〇一五年に設立した一般社団法人アグリネット加賀の運営する就労継続支援A型事

業所「アグリネット加賀」が雇用する障がい者に、農作業を手伝ってもらっているのだ。

また、最近まで吉備高原ファームの社員だった服部悠求さん（三八歳）が今年春、近くで独立就農をする予定だ。服部さんには吉備高原ファームの農地の一部を譲り、連携をとりながら共に農地を守っていきたいと陽子さんは考えている。

農業参入から一〇年。荒れた農地を耕し、古いハウスを建て替えるなど、お金をつぎ込む日々だった。「これからは中身の充実をしていきたい」と陽子さんは考える。年間通じた所得を確保するためにトウモロコシを収穫した後も、同じ畑でブロッコリーやホウレンソウを生産している。目下、ブロッコリーの栽培技術を向上させたいと、各地の産地を歩いては関連する情報を集めている。

この間にも離農は加速しており、頼まれる農地は増える一方だ。これらを管理しながら、一枚ごとのほ場の生産性も高めたい。このバランスをどうとるかが悩ましいと言う。それでも陽子さんはできる限りのことをしようとしている。これまでブドウは全て販売に向けてきたが、園地の一部で消費者にブドウ狩りをしてもらう観光農園を構想中だ。

「中山間地でもこういう農業ならやっていけるといいうモデルをつくりたい」――。厳しい農業の現実と向き合いつつ、中山間地の農業に光を当てようとする陽子さんの挑戦の日々はこれからも続く。

（青山浩子／文 河野千年／撮影）

皆さまはご自分の箸を家族と別にしていらっしゃいますか？

自分専用の箸がある国は稀有けうなんですよ。世界の約三分の一人の人が主に箸を使って食事をするので、日本ほど細部まで神経細やかに箸と接してきた国はありません。なぜなら、食べ物を運ぶだけではなく、箸を神事につなげて、精神性や願いを込めているからなのです。そのため「箸は人なり」といわれ、箸のマナーも細かくあり、用途もさまざまに分かれています。

お正月には「祝箸」という白木の箸を使います。これは慶事で、かつ、神さまと自分が存在する場で使用する箸です。正月は年神様をお迎える大切な時ですものね。

「なぜ祝箸を使用するのか」。実は日本の箸にまつわる文献はほとんどありません。ですので、ここに書くことは私が多角的に長年調べた上での「小倉朋子の考え」なので、一般論ではない面もあるとご承知いただければと思います。

祝箸は柳の木でできています。柳の木は丈夫で折れにくいので、おそらく「健康を願う」「折れない心で」などの意味を持つのでしょうか。さらにもどこにも角がないのです。ご縁を大切に円満にと願ったのでしょうか。色は真っ白。純な気持ちで新年に臨む無垢むくな心を示します。加えて割り箸ではありません。ご縁を割ることを避ける意味があるのだと思います。そして何よりも、祝箸は両側が細い「両細箸」。これは片側が私たち、そしてもう片側を神様が口を付ける箸なのです。日本には昔から「神人共食」の考えがあり、祝箸は同じ箸を通して食材の命をいただく神聖な箸なのです。

たった一膳の箸にこれほど「心を込める」とは！各家庭で当たり前のようにつなげてきたのです。なんて誇り高いんでしょう！

しかし、これは悲しいことに過去形になりつつあります。祝箸は一度使った後の使い道は料理の菜箸さいしほくらいで、「面倒だし、買わない」人が増えていきます。二〇年近く箸について講演しておりますが、箸が上手に持てる人も大変少なくなりました。

古くからお金には換算できない「食べ方の価値」を持ち続けてきた日本の心。身近な箸から、今一度、正月に感謝してみたいものですね。



株式会社トータルフード 代表取締役
小倉 朋子

おぐら ともこ
青山学院大学卒業。食の総合コンサルタント、亜細亜大学講師、日本箸文化協会代表。飲食店プロデュース、メニュー開発、食事マナー、食のトレンド、食文化、ダイエット、食育まで、専門分野は食に関して多岐にわたる。諸外国の食事マナー&総合的に食を学び、広い視野で強く美しく生きる教室「食輝塾」を主宰。メディア出演多数。著書最新「美しい人は正しい食べ方を知っている」(2016年)。

箸を通して命をいただく



食品企業の7割近くが 機能性表示食品に関心 低価格志向が景況感の 足踏みで増加

— 2016年上半年期 食品産業動向調査 —

食の健康志向が継続して高い割合で推移しており、消費者の健康への関心の高さがうかがえます。「健康志向」と関係する機能性表示食品に食品関係企業はどう向き合っているのでしょうか。

しています。

業種別に見ると、小売業では「既に取り扱っている」が四五・六%と他業種（製造業七・二%、卸売業七・五%、飲食業二・九%）に比べ、機能性表示食品の取り扱いが圧倒的に進んでいることを示す結果となりました（図2）。

さらに製造業と小売業について売上高別に見ると、売り上げ規模が大きくなるほど「既に取り扱っている」の回答割合が大きくなる傾向にあり、特に売り上げ規模が五〇〇億円以上の小売業については、回答割合が八六・七%となることが分かりました（図3、4）。

消費者と企業に差

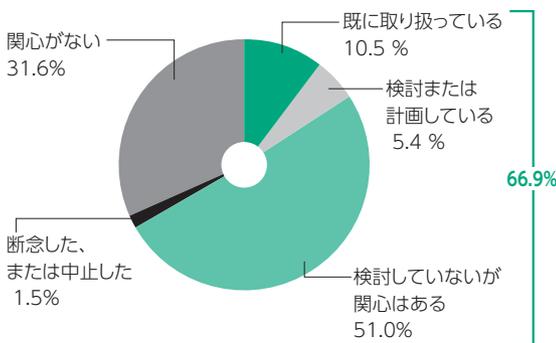
機能性表示食品について「既に取り扱っている」「検討または計画している」と回答した企業を対象に、機能性表示食品において狙いとしている効果を聞きました（図5）。

結果は、「中性脂肪・体脂肪」が五二・三%と最も多く、次いで「血糖値」が四二・五%、「コレステロール」が三七・四%、「血圧」が三〇・七%という結果となりました。このことから、企業は消費者にアピールしたいポイントを肥満や生活習慣病の予防に置いていることが分かりました。

一方で、株式会社電通が実施した「機能性表示食品に関する消費者意識調査二〇一六」の結果を見ると、食品で取る効能・効果への関心度について、脂肪系（体脂肪・内臓脂肪・中性脂肪・皮下脂肪）が上位にランクインしています。「疲労」や「眼」も一〇位以内に入っていることから、これらの項目についても消費者が高い関心を持っていることが分かっています。

しかし、食品関係企業を対象とした今回の調査においては、「疲労」（二四・六%）や「眼」（九・五%）への効果を狙いとしていると回答した企業の割合は、脂肪系の項目に比べて半分以下となっています。これらことから、消費者側と企業側との

図1 機能性表示食品の取り扱い状況



この調査は、食品関係企業の景況動向などを調査するもので、一九九七年より全国の約七〇〇〇社の企業を対象に年二回実施しています。今回は、二〇一六年上半年期（二〇一六年七月一日時点）の景況動向と共に、機能性表示食品（注）の取り扱い状況や製商品の志向について調査しました。

小売業の取り扱い先行

これまで、機能性を表示できる食品は、国が個別に許可した「特定保健用食品（トクホ）」と国の規格基準に適合した「栄養機能食品」に限られていましたが、二〇一五年四月に「機能性表示食品」制度が新たに始まりました。制度開始から一年以上が経過した現在、消費者の認知度の高まりと共に消費者庁への届け出数も順調に伸びています。また、食品関係企業各社の取り組み状況や制度の活用戦略にも、少しずつ違いが生まれてきています。そこで、機能性表示食品制度の現状と課題を探りました。

全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業）を対象に、機能性表示食品の取り扱い状況について聞いたところ、一〇・五%の企業が「既に取り扱っている」と回答しました（図1）。これに「検討または計画している」五・四%、「検討していないが関心はある」五一・〇%を加えると六六・九%の企業が機能性表示食品の取り扱いに関心を示

意識にギャップが生じていることが分かります。

次に、機能性表示食品を取り扱う上での課題を聞いたところ、「消費者ニーズ把握のためのマーケティング」が三九・〇%と最も多く、次いで「研究開発スタッフの充実」が三八・二%、「機能性表示食品に関する規定が厳しい」中の「商品の差別化」が三一・九%という結果となりました(図6)。

製造業・小売業別に見ると、製造業では「研究開発スタッフの充実」が四六・五%と最も多く、一方で小売業では「消費者ニーズ把握のためのマーケティング」が四七・八%と最も多く、業種によって課題が異なることが分かりました(図7)。

今後も機能性表示の商品が増えていく中で、これまで以上に競合企業との差別化が重要になってくることが示唆されています。

今回の調査結果からは、主に大企業での取り扱いが進んでいることが明らかになりましたが、市場が成熟するにつれ、今後は中小企業にも裾野が広がっていくものと思われます。

また、消費者のニーズは幅広く、新たな効能を訴求した商品開発やマーケティングの余地は大いに残されています。

図4 機能性表示食品の取り扱い状況 (小売業・売上高別)

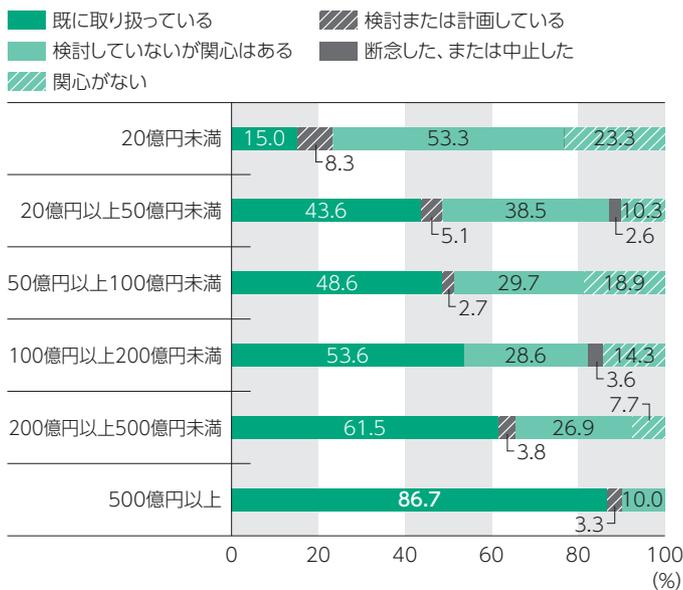


図2 機能性表示食品の取り扱い状況 (業種別)

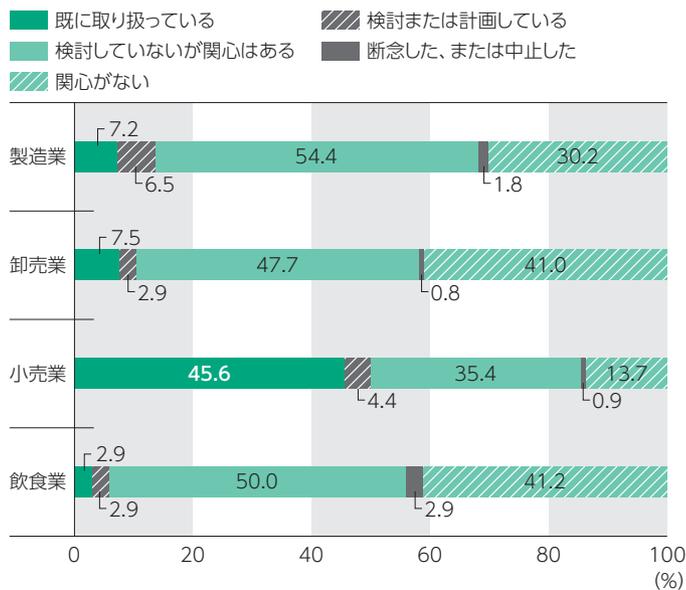


図5 機能性表示食品において狙いとしている効果

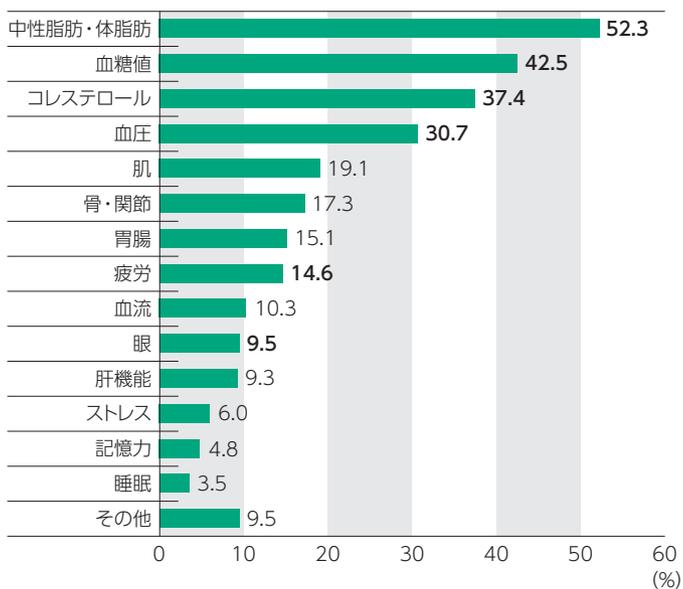
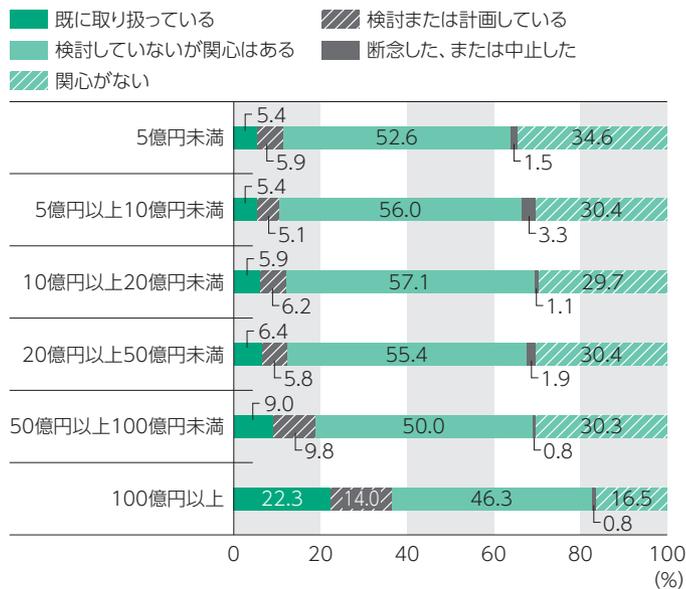


図3 機能性表示食品の取り扱い状況 (製造業・売上高別)



少子高齢化や健康志向の高まりの中で、機能的表示食品を新たな商品差別化の手段として戦略的に活用できれば、食品関係企業にとって大きなビジネスチャンスにつながるのではないだろうか。

「低価格」「安全」が増加

食品関係企業で、今後に伸びる商品・製品の志向について聞いたところ、これまで減少が続いていた「低価格」が二一・六%と、前回調査（二〇一五年下半期）より一・九ポイント増加し、「安全」が四八・九%と一・七ポイント増加しました（図8）。

一方で、「健康・美容」が二二・九%と前回調査より一・三ポイント、「国産」が一七・四%と一・九ポイント減少し、増加傾向が止まりました。

円高傾向や消費者の節約志向などの先行き懸念が影響し、食品関係企業の景況感が足踏み状態となったことから、「健康・美容」「国産」といった質的な付加価値より、「安全」を第一に、「低価格」という経済性を意識した商品開発の方向がうかがえます。

景況DIは足踏み状態

景況DI（売上高、経常利益、資金繰りの各DIの平均で、景況感を示す景況動向指数）は、前回調査

（二〇一五年下半期）から五・二ポイント低下し五・九となりました（図9）。プラス値ながら前回調査より悪化しましたが、売上高DIが一・二ポイント低下し九・六に、経常利益DIが四・七ポイント低下し六・一になったことが影響しています。なお、資金繰りDIは二・三ポイント上昇し二・一とプラス値に転じています。

先行き二〇一六年下半期の景況DIについては、一六年上半期に比べ売上高DIが上昇、経常利益と資金繰りのDIが低下し、景況DIは一・七ポイント低下するものの四・二とプラス値を維持する見通しとなっています。

地域別では、南関東、東海、中国以外の七地域で低下したものの、一〇地域全てが〇・二〜一三・三ポイント幅でプラス値を維持する結果となりました（図10）。

先行き一六年下半期については、一六年上半期に比べ、北海道、東北四国、九州以外の六地域で低下するものの、一〇地域全てが一・〇〜七・八ポイント幅でプラス値を維持する見通しとなっています。

業種別では、前回調査から製造業が三・三ポイント低下し六・九、卸売業が五・〇ポイント低下し二・九、小売業が一三・〇ポイント低下し

図6 機能的表示食品の課題

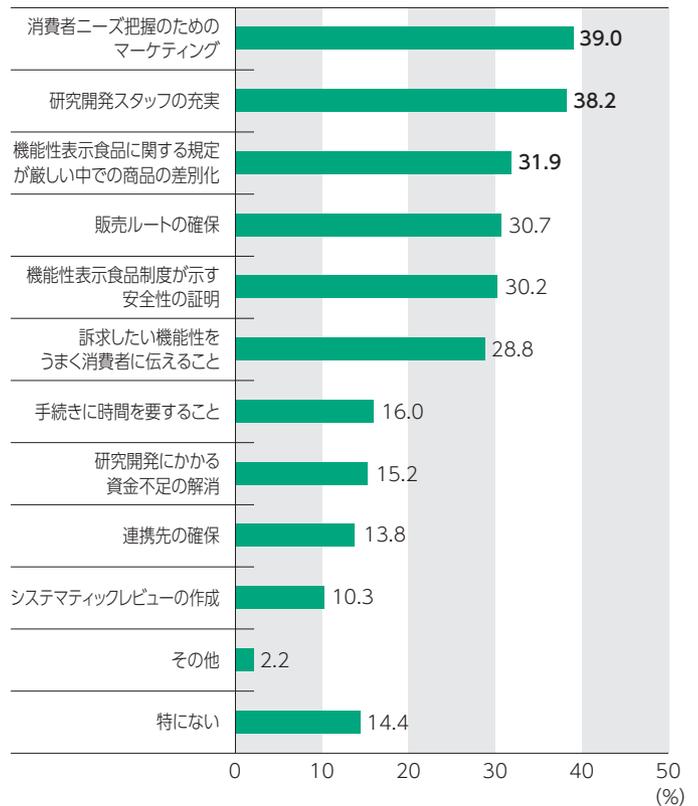
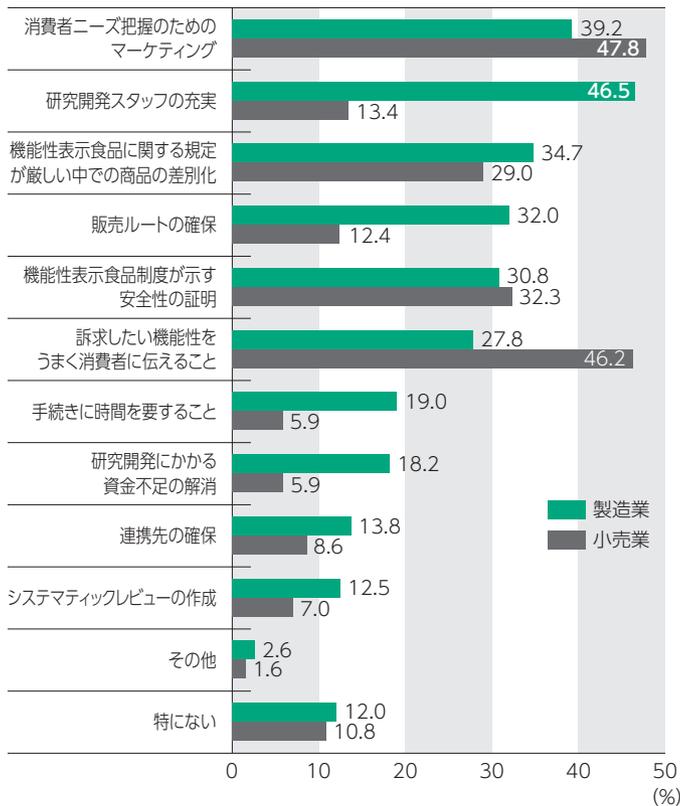


図7 機能的表示食品の課題（製造業・小売業別）



● 調査対象：公庫のお客さまを含む全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業）七〇四二社
 ● 有効回収数：二七〇五社（回収率三八・四％）
 ● うち、食品製造業一七三二社、食品卸売業六六五社、食品小売業二二七社、飲食業七二社

注：機能性表示食品とは、事業者の責任において、科学的根拠に基づいた機能性を表示した食品のこと。販売前に安全性および機能性の根拠に関する情報などが消費者庁に届け出られたもの。ただし、特定保健用食品（トクホ）とは異なり、消費者庁の個別の許可を受けたものではありません。

九・九、飲食業が二一・八ポイント低下し▲二・四と飲食業以外の業種でプラス値を維持する結果となりました（図11）。

先行き一六年下半期については、一六年上半期に比べ製造業で一・〇ポイント低下し五・九、卸売業で三・六ポイント低下し▲〇・七、小売業で五・六ポイント低下し四・三、飲食業が二・二ポイント上昇し九・八となる見通しです。

（情報企画部 澤野 敬一、清水 良高）

【調査概要】
 ● 調査時点：二〇一六年七月一日
 ● 調査方法：郵送により調査票を配布し、郵送で回収

図10 地域別景況DIの推移

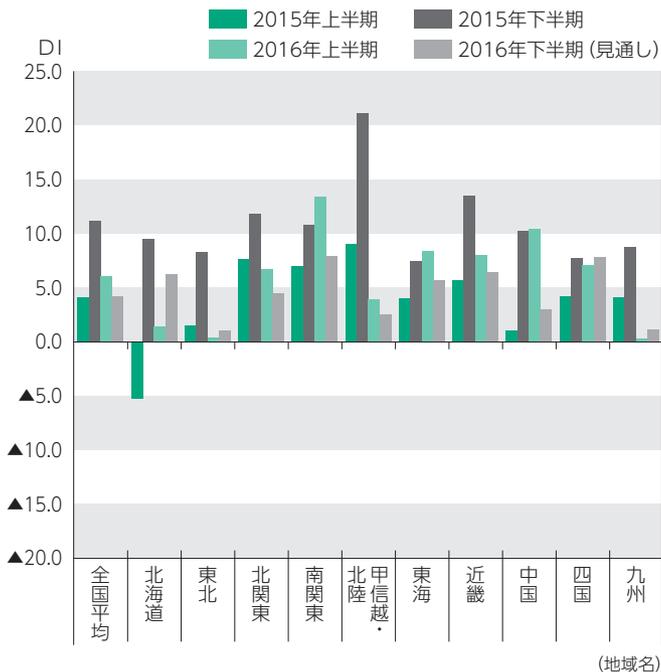


図8 今後に伸びる商品・製品の志向(2つまで回答)

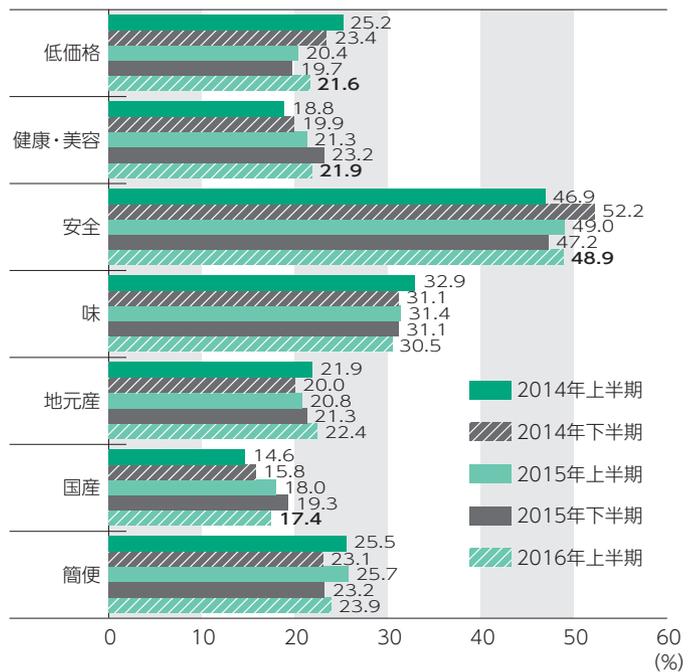


図11 業種別景況DIの推移

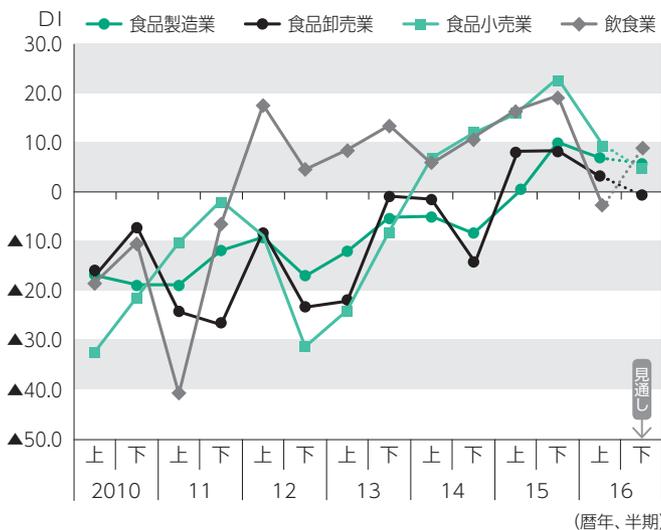
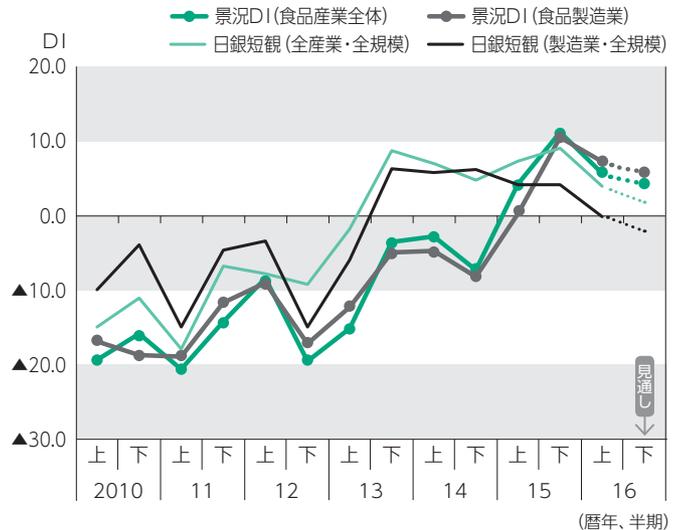


図9 景況DI(食品産業、製造業)および日銀短観の推移





漁業、飲食業、消費者が連携の地産地食 魚のまち「旬魚万来サロン」に人が集う

茨城県ひたちなか市

魚のいいまちひたちなか推進協議会顧問

一平章



様変わりしたまち

ひたちなか市は、日立製作所の企業城下町だった旧勝田市と水産業中心の旧那珂湊市が合併して一九九四年に誕生した人口一五万人のまちである。

私は大学を卒業後、七四年に茨城に戻り三五年間、市内にある県の水産試験場に勤務した。その間に私が目にしてきたのは、サンマやカツオの水揚げで活気があった那珂湊の漁業の衰退と、企業の海外展開による産業空洞化、大型店の進出による地元商店のシャッター街化の姿だった。

七〇年代にはまだ町中の魚屋が健在で、地元水揚げの魚が並んでいた。その後、次第に姿を消した魚屋に代わりスーパーができたが、売り場には県外産の画一的な魚ばかり。港に季節の魚が水揚げされても東京向けの出荷が主流で地元には出回らない。海沿いの集落は有名な漁師町だったのに、地元のサンマやカツオ船は無くなり、沿岸漁

家も高齢化が進んでいった。そして新住民は地元魚や漁業のことをほとんど知る機会がないままであった。

このような状況に一石を投じたいと取り組んだのが、退職が目前となった二〇〇八年に開催した「魚と食を考える」地域研究集会である。地元の新鮮な魚介類の味と魅力を再認識し、地元消費を図りながら漁業をはじめとする地域経済を元気にすることの大切さについて議論した。この集会には漁業関係者らと共に、市長をはじめ地元商工業界の重鎮である商工会議所の会頭や銀行の元頭取、飲食業経営者、料理学校長などに参加いただいた。そして、最後のまとめで私から皆さんに「魚のいいまちづくり」を一緒にやりませんかと呼び掛けた。

旬魚万来サロンが交流の場

退職後すぐに始めたのは、商工業界や市民の皆さんに地元漁業や地魚のいいさを知ってもら

う取り組みである。

二〇〇九年「旬魚万来サロン」と名付け「食を楽しむながら『捕り手』（漁業者）と『造り手』（飲食業者）そして『食べ手』（消費者）が連携して地産地食の元気なまちづくりを目指そう」と、三者による魚料理を楽しむ場をつくった。

知り合いであった元有名割烹の料理長や干物づくり店や居酒屋の御主人、漁協の女性部長の協力が得られ、ありがたいことに魚は原価、調理はボランティアだ。このためサロンは毎回三〇〇〇円程度の会費制で行った。

一年目は五回、現在まで一六回にわたり地魚料理を味わう機会を持った。マダイ、カツオ、ヒラメ、マダコ、カレイ、サクラマス、エイ、シジミなど季節の魚介類を取り上げてきた。魚の生態や漁法の話聞いてもらいながら魚料理を味わう旬魚万来サロンは毎回定員オーバーで五〇〇〜一〇〇〇人が集まった(写真:上)。一般参加者からは「こんなおいしい魚が地元で獲れているなんて知らなかった」

profile

二平 章 にひら あきら

1948年茨城県大子町生まれ。北海道大学水産学部卒業後、茨城県で35年間魚介類の資源研究に従事。東京水産大学非常勤講師、立教大学兼任講師などを歴任。現在、茨城大学人文学部客員研究員。地域漁業と魚食文化の発展を願って、この8年間に全国各地で35回の「食と漁を考える地域シンポジウム」を企画。地元では漁業界と商工業界をつなぐ「魚の美味しいまちづくり」運動を提唱、活動中。

魚の美味しいまちひたちなか推進協議会

「魚の美味しいまちづくり」をテーマに、地域漁業、地元商店街の活性化を願って市内40団体で2012年に結成。福島第一原発事故後の風評被害克服活動、世界タコ焼きグランプリ、旬魚万来サロン、「タコ日本一宣言」の出版、食育活動などを展開。15年に全国商工会議所きら輝き観光振興大賞特別賞を受賞。「魚食の普及推進に関する市条例」の可決に尽力。

「普段はこんな魚料理は食べられない」「何度もサロンを開いてほしい」、漁業者からは「こんなに喜んで食べてくれるなら働きがいがある」との感想が聞かれた。

サロンには市長や市議会議長、商工会議所会頭をはじめ、無農薬米を提供してくれた農家、さらには地元大学の学生らの参加もあった。不動産会社専務は魚好きな商工人をつなぐ連絡網「トトカルチャー研究会」を立ち上げてくれた。地元新聞が催しを大きな記事として掲載してくれたことから、この取り組みは県内に広く知れ渡ることになった。

旬魚万来サロンを重ね、商工業界の人々との交流が続く中、一〇年二月には、市民による魚食のまちおこしを目的に、商工会議所の中に「タコの



上：旬魚万来サロンで魚料理を楽しむ
下：親子カツオわら焼き体験の様子

風評被害を克服しよう

まちひたちなか特別委員会」が設置され、私もメンバーに加わった。

実はひたちなか市はタコの加工会社が一〇社あり、年間二〇〇億円を売り上げる日本一の蒸しダコの生産地だ。そこで「愉快なタコ」をシンボルに商工会議所が「魚の美味しいまちづくり」に向けて組織として動き始めてくれた。

「本格的にまちづくりに取り組もう」と協議を重ねていた二〇一二年三月に、あの福島原発事故が起こった。連日、テレビや新聞で海や魚の放射能汚染問題が報道される中、観光客は激減、とても「魚の美味しいまちづくり」どころではなく、関係者は皆、意気消沈した。

この年の九月、このままではいけないと委員会メンバーで企画したのが「食と漁を考える地域シンポジウム・タコ日本一・魚の美味しいまちひたちなか」だった。財団法人東京水産振興会の支援を受け、商工会議所・観光協会で総力を挙げて取り組んだ。旬魚万来サロンに参加してくれていた漁業者、飲食業者、加工業者が登壇し地魚の魅力、魚の美味しいまちづくりへの期待を述べた。参加者は会場が満席の三〇〇人。

終了後の旬魚万来サロンにはすし職人も登場、六〇種類の魚料理が並び大盛会となった。風評被害の克服に向け一歩踏み出したと感ぜられる取り組みであった。

このシンポジウムの成功を受け、「まちづくり」にはより一層広がりのある組織が必要と、一二年

二月に「魚のおいしいまちひたちなか推進協議会」が立ち上がる。構成団体は、商工会議所・漁協・水産加工組合・観光協会・学校給食会・食生活改善推進協議会・農協・料飲業組合・旅館組合・食品衛生組合・調理師会・ロータリークラブ・ライオンズクラブ・青年会議所・寿司商組合・海浜鉄道・那珂湊高校・海洋高校・大型店連絡協議会など四〇団体。オブザーバーとして、関東農政局・県農林水産部・水産試験場・ひたちなか市（商工振興課・観光振興課・水産課）が加わった。

当時は、原発事故後まだ一年。風評被害により漁協では魚は売れず、飲食業や宿泊業でも客足が途絶える状況が続いていた。そこで協議会が最重要課題としたのが放射能汚染問題だった。

魚の安心・安全に関する研修事業をメインに位置付け、会議所会員・漁業者・流通業者を中心にした放射能問題研修会、一般市民も巻き込んだシンポジウムや研究集会を連続的に開催した。研修会やシンポジウムの開催時には終了後、必ず、旬魚万来サロンを開催して、安全でおいしい魚料理を味わってもらった。

宣伝活動として、風評対策「教えて・お魚博士チラシ」を商工会議所会員四八〇〇人に配布し、「のぼり」を市内各所に二五〇本立てた。新聞マスコミも好意的に取り組みを紹介してくれ、宣伝に一役買ってくれた。生産者、販売者、飲食業者が、まづ科学的な知識を持つことがなければ、消費者、観光客に安心は伝わらない。この取り組みを通して、放射能汚染の現状、検査体制、放射能と健康リスクの関係など、一定の理解が進んだと思われる。一二年に震災前の三割にまで落ち込んだゴ―

ルデンウィークの観光客数は、一四年にはほぼ震災前のレベルにまで復活した。「魚のおいしいまちづくり」の取り組みは漁協組織だけでは到底実現できるものではない。商工会議所などをはじめとする地域の幅広い組織と人々の協力なくしては、風評問題を乗り越えて行くことはできなかった。

市議会も動き魚食普及を推進

漁協市場内には待望の料理実習室も出来上がった。カツオのタタキを昔ながらに、わらを燃やしあぶって作る「親子カツオわら焼き体験」(写真下)や、初めて手にする出刃包丁で魚料理に挑戦する「子育てママの魚料理教室」なども取り組みだしている。

二〇一二年からは商工会議所が開催する産業祭で外国人を加えた団体同士が競う「世界タコ焼きグランプリ」を開催している。このユニークな取り組みは、兵庫県明石市や宮城県南三陸町を巻き込み、タコ対決イベントにまで発展し、県内はもちろん県外の人々も呼び込むことに成功している。

また、市民に広く地域の魅力や、魚のまちづくりの運動を知ってもらおうと「タコ日本一：魚のおいしいまちづくりへの挑戦」の本も商工会議所から出版、盛大な出版パーティーも催された。一五年一月には協議会の取り組みが「日本商工会議所観光振興大賞特別賞」に輝いた。一六年三月には、とうとう市議会で「魚食の普及推進に関する市条例」が可決された。水産業の振興と水産物の消費拡大を推進することで、観光の振興や地域経

済の活性化を図り、さらには、魚食や食育の普及を通して日本の伝統的な食文化への理解を深めることなどを目的としたものだ。今後は毎年、八月八日は「タコの日」、一〇月一〇日は「とこの日」として新たなイベントも開催される。

条例化を記念して一六年八月には「食と漁の活性化シンポジウム：魚のおいしいまちひたちなかの地域未来づくり」を開催。このシンポジウムでは漁業界、加工業界、飲食業界、幼稚園PTAなどから次世代を担う女性と若者が登壇、地域未来づくりに向けて熱い想いを語ってもらった。

「魚のおいしいまちづくり」活動を提唱してから八年、活動はやっと第一段階を終えたところだ。高速道路でのアクセスの良さも手伝って、市内にある国営ひたち海浜公園や那珂湊おさかな市場、隣町のアクアワールド茨城県大洗水族館へは年間延べ四〇〇万人の観光客が訪れる。これらの観光客に魚食の魅力を訴え、もつと街中の飲食業界へ呼び込むことが今後の目標である。おいしい魚を食べられる店づくり、統一ブランドの名物魚料理開発、生産者と飲食業者を結ぶ旬魚の流通システムづくり、市内の小学生、子育てママなどへの食育活動など第二ステージの課題は尽きることがない。

小さな取り組みが人々の共感を得て、大きな市民協働の魚のおいしいまちづくり活動になったことに感動を覚える。これからも魚の価値が高まり、漁業者も消費者も地域に誇りを持つてくれるような取り組みを続けていきたい。

私たちの活動は、今後も夢がいっぱいだ。夢の数だけ元気になる。

パスツールの功績—炭疽ワクチン

国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構 動物衛生研究部門
細菌・寄生虫研究領域長

内田 郁夫

炭

炭疽は炭疽菌 (*Bacillus anthracis*) の感染によって起こる家畜や野生動物の急性敗血症性の感染症である。牛や馬などの草食動物は炭疽菌に対して感受性が高く、人にも感染し、人獣共通感染症として重要な疾病である。

炭疽菌に関する研究の歴史は古く、一八七六年、ドイツの細菌学者コッホが炭疽の原因は特定の細菌によるものだとすることを世界で初めて明らかにした。次いで八一年、フランスの細菌学者パスツールが液体培地を用いて炭疽菌を高温(四一〜四三度)で培養することにより毒性を弱め、これを動物に注射し、病氣と闘う抵抗力を付けさせること(予防ワクチン)に成功した。

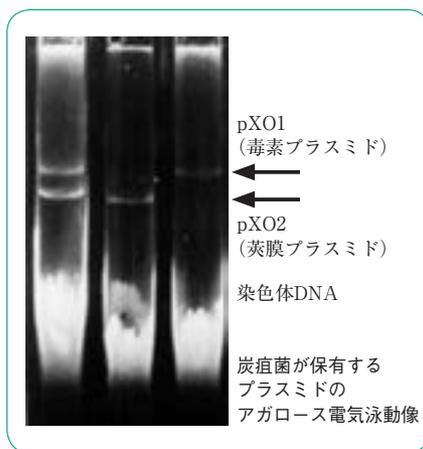
炭疽菌の病原性に関わる因子としては、毒素と莢膜の二つが知られている。両者の遺伝子支配は、二種類の染色体外遺伝子

であるプラスミドによる。これらはそれぞれ pXO1 と pXO2 と呼ばれるが、どちらかが脱落すると毒力が減弱する。pXO1 は高温で培養すると脱落する性質があることから、パスツールの培養方法による弱毒化現象は、毒素プラスミド pXO1 の脱落によるものと考えられていた。

しかしそこには大きな矛盾がある。すなわち、炭疽菌の感染防御抗原は毒素の構成成分である防御抗原と呼ばれる蛋白であり、他の菌体成分はほとんど感染防御に必要な抗原としての

役割を果たさない。従って、pXO1 脱落株はワクチンとしての効力を失うはずであり、このことは実験的にも確かめられている。このようなことから、パスツールの発見したワクチンは、pXO1 脱落株と保有株が混合したものであった可能性も指摘された。

しかし、二〇一六年、中国の研究グループが高温培養による弱毒化メカニズムに関する論文を発表した。この報告において、高温培養により、莢膜プラスミド pXO2 上に存在



する pagR (毒素の発現調節因子) 中に変異が生じ、これにより pXO1 上の毒素遺伝子の発現量が減少し、菌が弱毒化することが明らかにされた。すなわちワクチンの効果はプラスミド上の遺伝子変異に起因した弱毒菌によるものであることが示唆された。二三年を経て、よ

うやくパスツールが発見した炭疽菌の弱毒化のメカニズムが明らかにされたと言える。パスツールが培養を通じて人工的に弱毒化させた病原体を接種することにより、免疫を付与できると示したことで、その応用の道が開かれ、さまざまな感染症に対するワクチンが作られるようになった。炭疽ワクチンの開発は数ある業績の一つにすぎないが、この先駆的な業績を考えると近代細菌学の祖としてのパスツールの偉大さを改めて感じるところである。

F



Profile

うちだ いくお
1956年北海道生まれ。北海道大学大学院獣医学研究科修士課程修了後、農林水産省家畜衛生試験場入省。同製剤研究部、研究第一部、北海道支所を経て、2015年より現職。専門は獣医細菌学。

赤地 勝美 さん

家族経営の養豚農家を法人化し連携 共同出資で一元出荷のポークチェーン

群馬県

グローバルピッグファーム株式会社



各地の家族経営の養豚農家に法人

化と共同出資参加を呼びかけて株式会社組織をつくる。強みは全農家の生産・財務指標を明確化し評価していること、同じ種豚と同じ飼料とで肉豚生産をして品質にこだわる豚肉「和豚もちぶた」ブランドで一元出荷をしていることだ。独自の食肉処理センターを軸に、流通販売まで統合して「日本一のおいしい豚肉をつくる」と、前例のないポークチェーンづくりも主導した。

自前の食肉処理場

— 選び抜いた種豚の供給、グループ農場による肉豚の生産肥育、自前の食肉処理加工、流通まで、仕組みの全てが革新的でユニークな株式会社組織ですね。

赤地 今年で創業から三四年になります。現在、メンバーの法人数は七四

で、年間出荷は五三万頭に及びます。しかも、銘柄豚肉「和豚もちぶた」名で日本一おいしいと自負する豚肉を供給する集団です。長年の夢を少しずつ実現してきました。

— 革新的という点では、日本国内でも例のない、いわば生産と流通の双方にリンクする自前の食肉処理センターの確保が強みですね。

赤地 新潟県新発田市にある私たちの一〇〇%出資子会社であるしばたパッカーズ株式会社の食肉処理センターが二〇一五年九月に完成し稼働しています。HACCPなど安全工程管理の手法を積極的に導入した最新鋭の自慢の施設です。

私たちの経営システムは、いろいろ

な点で時代の先取りをしていると自負していますが、この食肉処理センターが動き出したことで、より安全な

豚肉を生産する我々の供給可能な「ポークチェーン」が完成した、と思っています。世界でも例がない点です。

— ポークチェーンは、川上から川下までの六次産業化という意味？

赤地 その通りです。いわば養豚経営者主導のインテグレーションで、つながりを「チェーン」と言っています。

食肉処理センターはその最後の仕上げです。日本人の食趣に合った色や脂肪、食感のあるブランド豚肉「和豚もちぶた」の品質を担保するために、独自の食肉処理センターを持つことが重要です。解体してカット肉にしたものは一般食肉市場を通さず直売または特定問屋ルートを通じて小売

店や消費者に届けることも可能で、これらは強みの部分です。

ポークチェーンの誕生

— それにしても、食肉処理センターをよく確保できましたね。

赤地 一〇年以上前、新発田市が所有する阿賀北食肉センターが赤字で閉鎖される、という話が舞い込んできた際にこれはチャンスと考え運営主体の事業協同組合に、グローバルピッグファーム(以下、GPF)とグループ内の新潟ファームサービス株式会社との養豚生産者として組合員加入を申し入れたら、認められたのです。事実上、事業継承という形でした。

二〇〇六年に事業の取り組み実績が評価され、新発田市議会の承認を得てセンターの土地建物を取得でき



「和豚もちぶた」や加工品を販売するショップで経営を語る赤地勝美さん

Profile

あかちかつよし

一九四二年神奈川県生まれ。七五歳。六四年東京農業大学農学部卒業。清川種豚センターを経て六七年に曾我の屋農興株式会社入社。七六年に独立して群馬県養豚自家配合飼料研究会を創設し事務局長に就任。七八年に赤地養豚株式会社を設立、代表就任。八三年にグローバルビッグファーム株式会社を設立し現在に至る。農林水産省で畜産部門内閣総理大臣賞など多数受賞。

Data

グローバルビッグファーム株式会社
群馬県渋川市に本社。代表取締役は赤地勝美氏。資本金一億七九二〇万円。法人化した全国各地の家族経営養豚農家が出資参加。メンバー農場は七四・二〇一五年度のグループの総母豚数は二万三七二頭、年間出荷頭数は五三万四七一九頭。傘下に食肉処理センターのしばたパックス株式会社を持ち、川上から川下までのポークチェーンを完成させた。年商三二六億円。従業員数は一四四人。

たため、二三年に食肉処理専門のしばたパックスを新設し運営管理を一本化しました。食肉処理センターを確保できたことは安全で衛生的な豚肉生産のためだけでなく、経営的にも大きなプラスでした。

——と言いますと？

赤地 養豚経営のコスト増の要因は飼料費が全体の五〇%を占めますが、それに続くものが食肉処理の解体料と処理場までの輸送費です。

このうち飼料費は、GPFが種豚の育種改良に合わせて配合設計した飼

料を全メンバーの農家は規模の大小に関係なく同じ価格で購入できますので、コスト面で大手養豚会社との競争において大変有利になります。

ところが、解体料は長年、一頭当たり二三〇〇円と決まっていた上に、冷蔵庫使用料などが加算されるため、養豚生産者にとって経営努力の余地がありませんでした。

——そこで、独自の食肉処理センター確保にこだわったわけですか。

赤地 自前の食肉処理センターならば、解体料や冷蔵庫使用料などの他、売上高の三・五%掛かる市場手数料や集荷手数料も不要になります。格付けや歩留まりなども改善しました。

土地・建物の買い取りや施設の新築には資金負担が伴いましたが、長い目で見れば、ポークチェーンの完成の意味は大きかったです。

——老朽化した食肉処理センターの新築には国から助成を受ける話があったのに、資金調達に関して自主独立で臨んだそうですね。

赤地 自己資金と二つの金融機関からの融資で対応しました。補助金や助成金を当てにすると、自立経営になりませんし、国などからの規制や介入も受けなくなかったのです。

——GPF設立に際し、家族経営の養豚農家にあえて法人化を求めた理由

は何ですか。

赤地 私たちのビジネスモデルは、家族経営の養豚農家集団がスクラムを組む「日本一のおいしい豚肉をつくらう」というものです。

一九八三年に、私の呼び掛けに賛同し出資参加してくれたのが四四戸で、当時、メンバーとなるための条件を五つ決めました。

井勘定の家族経営脱却

——五つの条件というのは？

赤地 私は、小農かつ家族経営の養豚農家がグループ集団化して効率的な経営ができれば必ず成功すると思っていました。その場合の条件の一つが法人経営化です。

井勘定の経営から脱却して複式簿記を付けることで経費や財務内容が明らかにになります。各農場の生産コストが分かり、税金の払える養豚経営が可能になります。

——法人化は確かに重要なポイントですね。他にどんな条件を？

赤地 二つ目が生産や財務データを定期的に出し合って、互いに「見える化」すること、三つ目が「和豚もちぶた」の品質維持のために同じ種豚にすること、四つ目が飼料もGPFで配合設計したものを使うこと、五つ目が、各法人農家で肥育した肉豚を一元出

荷することです。

米国に先例の養豚経営

——GPFは、法人化したメンバー農家を束ね、その戦略センターになる組織構図ですね。

赤地 そうです。養豚農家のための組合的な組織であると同時に、戦略センターでもあるのです。

私たちの役割は、育種、つまり「和豚もちぶた」のモトになる原種豚を育てること、安全な豚肉を出荷するため飼料を独自設計し、共同購入すること、コストの削減努力を行うこと、またGPF農場コンサル部の八人の専門獣医師がグループメンバーの農場を巡回し生産管理支援を行うこと、財務相談にも対応することです。これらすべてペシャリストの人材育成も重要です。

——メンバー農場経営をコンサルティングする手法はユニークですね。

赤地 全国に点在する七四農場に法人化、財務データの「見える化」などを義務付けると同時に、GPFが生産技術から財務の改善までコンサルテーションすることが重要と思ったのです。全農場のコンサルティング結果を数字で示し、それぞれの強みや弱みを認識してもらいます。

——その成果はハッキリと出てきましたか？

赤地 互いが仲間とはいえ全データ公開に当初、抵抗がありました。次第に競い合いながら切磋琢磨して品質向上やコストダウンを図るメリットを自覚してくれ、好循環していきま

した。GPF設立以来、全法人の黒字傾向が続いており、平均自己資本比率も六〇％に達し、借入金や補助金に依存せずに自立経営が可能になりました。GPFは株主(参加農家)に対し三年間一〇％の配当を続けています。

——赤地さんが若いころ、米国の養豚現場で研修や種豚買い付けなどを経験されて学んだ経営手法ですか。

赤地 東京農業大学農学部の中でも農業拓殖学科を出たことが無縁ではないと思いますが、チャレンジ精神があつたからではないでしょうか。

私は農業の世界に入るとしても、農地をあまり持たずにできる養豚に魅力を感じていました。たまたま曾我の屋農興株式会社という養豚経営の企業に入り、研修の機会があつて米国の養豚経営を視察してきました。その研修で今のGPFにつながる経営のヒントをつかんだのです。GPFの経営は米国の「ニュー・ジェネレーション・コープ」がヒントになっています。

——その後、独立して群馬県養豚自家配合飼料研究会を創設、さらに赤地養豚株式会社、GPFを設立され、

同志の輪を広げられた。

赤地 その仲間がいたからこそ、今があると思っています。最大の共有ポイントは、日本一のおいしい豚肉をつくる仲間、そしてこの仕事を受け継ぐ次の世代を育てることです。

組織の結晶「和豚もちぶた」

——「和豚もちぶた」の強みは？

赤地 「和豚もちぶた」は日本人の嗜好にあつた理想的な背脂脂肪の豚肉を目指しています。保湿性の高いしつとりとした肉質と、とろけるような脂の軽さと甘さです。グループ農場から集めた子豚の発育と母豚のミルク給与能力、日齢と背脂脂肪など多様なデータを集めて育種したグループの結晶です。肉豚の増体にもこだわり一〇年間で一カ月発育が早まりました。

——ネーミングの和豚は和牛に対応する言葉として使っています。和牛と同様、日本人がつくった豚肉という意味です。また、昔から品質の良い豚肉を「もちぶた」と呼んでいたのです。その両方の名前を取り「和豚もちぶた」として商標登録しました。

——おいしい豚肉の育種改良には苦労されたとか？

赤地 GPF養豚の重要ポイントは、味の育種改良のために統計育種の考え方を導入したことです。

——私自身が当初、手探り状態で、外国から文献を取り寄せて必死で勉強したり、群馬県養豚自家配合飼料研究会を創設したりして関係者で共同研究もしました。

その結果、米国の大学や東京農業大学の先生方のお世話にもなつて、統計育種学を活用した育種プログラムを作成することができました。おかげでGPFは、育種改良で均質化した豚肉生産が可能になりました。

——国内販売戦略の現状課題は？

赤地 「和豚もちぶた」が首都圏市場特に東京でも認知され、大手デパートでハム、ソーセージの加工品と共に売られています。大手スーパーなどにももつと販路を拡大していきます。

そのためにはおいしい、安全な食肉だけでなく、加工品や関連野菜など、消費者のニーズに合ったものを製品化していきたいと考えています。

——味や品質に自信のある「和豚もちぶた」を輸出する戦略は？

赤地 すでにスポットで輸出しています。現在は香港のみですが、今後はベトナム、シンガポールにも出していることを考えています。ただ、現在は味のよさを認めてくれる所に限定輸出し、現時点では需要が見込まれていない国内販売を優先しています。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)

『謎のアジア納豆』

そして帰ってきた「日本納豆」

高野 秀行 著



(新潮社・1800円 税抜)

納豆発祥のヒストリー

青木宏高

(NPO法人「良い食材を伝える会」理事)

好き嫌いは別にして、日本人で納豆を知らない人はいないだろう。納豆は、国民食と言っても過言ではない。ところが、納豆のことは、思いのほか知らないことが多い。日本で生まれたものだろうか？日本古来のものならば、起源はどうなんだろうか？「いつ、どこで、だれ」が作り始めたのか、納豆は、謎多き食べ物である。

この本を書いた高野秀行さんは、ミャンマー北部の辺境カチン州で日本のものにそっくりな納豆に出会い、そこで目にした納豆と白飯と生卵の光景に、再度驚かされる。この衝撃的体験が、「納豆の旅」に高野さんを駆り立てる。

ミャンマーからタイ、ネパール、インド、中国へ足を運び、高野さんは納豆を食べ歩く。訪ねる所は、どここの国でも辺境の地。その土地の納豆の探し方は、まず市場で納豆を売る店を探し、そこを糸口

に、納豆の作り手を調べて山奥の家に押しかけて行き、納豆料理を食べ、自ら納豆作りを実習する。

発酵食品である納豆には、発酵菌が必要である。日本では現在、均一な品質の納豆を生産するため、専門業者から納豆菌を購入するが、かつては自ら調達していた。例えば大豆を蒸して藁に包むと、藁に生息する納豆菌の一種である枯草菌が繁殖し、発酵する。藁は見事に糸を引く。藁納豆は、今日では旅の土産物として売られているが、個性的な納豆も、次第に姿を消していく。

ところがアジアの納豆は個性派ぞろい。本書で知ったのだが、バナナやシタなどの葉で発酵する。煮た大豆は、周辺に生えている葉で包む。山間に稲作はない。そして、もう一つ納豆で必要な事柄を知った。納豆が保存食だということ。暮らして欠かせない食糧だということ。同時に、アジアの納豆は調味料の役割りを果たしている。ここでは普通に作られる前餅のような変な納豆は、砕いて料理の調味料に使う。辺境の知恵を納豆の底力で見た思いである。

そして最終章では、舞台は日本に移り、日本の納豆のルーツをさぐる「謎に満ちたロマンの旅」はエピソードへ。

プロフィールに高野さんは「誰も行かないところへ行き、誰もやらないことをやり、それをおもしろくおかしく」と述べている。大学時代の探検部活動から得た習性なのだろう。

「ホール・アース・ナットウ」。有限資源の人類が、どう生きていくのか、答えいっばいの本である。F

読まれています 三省堂書店農林水産省売店 (2016年11月1日~11月30日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 魚と日本人 食と職の経済学	濱田 武士/著	岩波書店	820円
2 図解 知識ゼロからの林業入門	関岡 東生/監修	家の光協会	1,500円
3 文藝春秋11月号 小泉進次郎「日本農業改造計画」大型企画 健康寿命を伸ばす 47都道府県知事のTPP賛否		文藝春秋	815円
4 TPPが日本農業を強くする	山下 一仁/著	日本経済新聞出版社	1,800円
5 林業がつくる日本の森林	藤森 隆郎/著	築地書館	1,800円
6 新規農業参入の手続と農地所有適格法人の設立・運営 改訂版	田中 康晃/著	日本法令	2,300円
7 農地を守るとはどういうことか 家族農業と農地制度 その過去・現在・未来	榎澤 能生/著	農山漁村文化協会	1,700円
8 ドキュメントTPP交渉 アジア経済覇権の行方	鯨岡 仁/著	東洋経済新報社	1,500円
9 食の信頼問題の実践解 フードシステムにおける協働のデザイン	神井 弘之/著	農林統計出版	2,800円
10 TPPの期待と課題 アジア太平洋の新通商秩序	馬田 啓一、浦田 秀次郎、木村 福成/編著	文眞堂	2,750円

APRACA研修受け入れ、理事会・総会参加

ア ジア太平洋農村・農業金融協会（APRACA）は、アジア

太平洋地域の農村・農業金融制度の改善を図るため、情報交換や研究・教育など交流事業を行う機関です。

日本公庫農林水産事業では、毎年加盟機関に対し、日本の先進農業者への視察などの研修機会を提供していますが、今回は一月七日～一二日までの六日間、ベトナム、インド、ネパール、スリランカ、フィリピンの農業金融関係者一人を

研修生として受け入れました。

研修生は、まず東京で日本の農業や農業金融、日本公庫の業務とその役割などについて講義を受け、食の商談会である地方銀行フードセレクションを視察しました。

その後、先進的な農業の現場を視察するため石川県に足を運び、株式会社スギョファーム、株式会社ぶどうの木、株式会社六星などを訪問。視察先の商品の試食や直売所の見学など、楽しみながらも熱心に担当者のお話を傾け、主に六

次産業化の取り組みについて理解を深めました。

ま た、二月九日～十一日まで

の三日間、ネパールのカトマンズで、APRACAの理事会・総会および地域政策フォーラムが開催され、情報企画部の大本浩一郎と北村朋之が出席しました。

今回の理事会では、二〇一三年から五カ年の活動計画や実施報告およびNABARD（インド・全国農業農村開発銀行）とのコンサルタント契約更新などが行われました。

さらに、次期事務局長候補者三人によるプレゼンテーションと質疑応答も行われ、投票により選出された新たな事務局長が、翌日の総会で承認されました。

地域政策フォーラムでは、アジア太平洋地域の政府や調査機関などの研究者による、アジア太平洋地域各国の銀行利用の現状や貧困と銀行利用率の相関関係など、興味深いプレゼンテーションが行われました。

（情報企画部）



株式会社六星の直売所を興味深く視察



APRACA総会の様子



賞状を手にする耕汰さんとご両親（左）、賞状を授与した情報企画部長の大本（右）

子ども絵画展2016の 農林水産事業本部長賞を決定

一月二六日に全国水土里ネット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2016（日本公庫後援）表彰式において、日本公庫農林水産事業本部長賞を仁上耕汰さん（千葉県野田市立岩木小学校六年生）が受賞しました。

受賞作品「稲の花」は、自宅の稲を一生懸命に観察し、細部まで凝って描いた力作です。「稲の花はあまり見たことがなく、どうしても描きたかった」という耕汰さんの強い意思が伝わります。

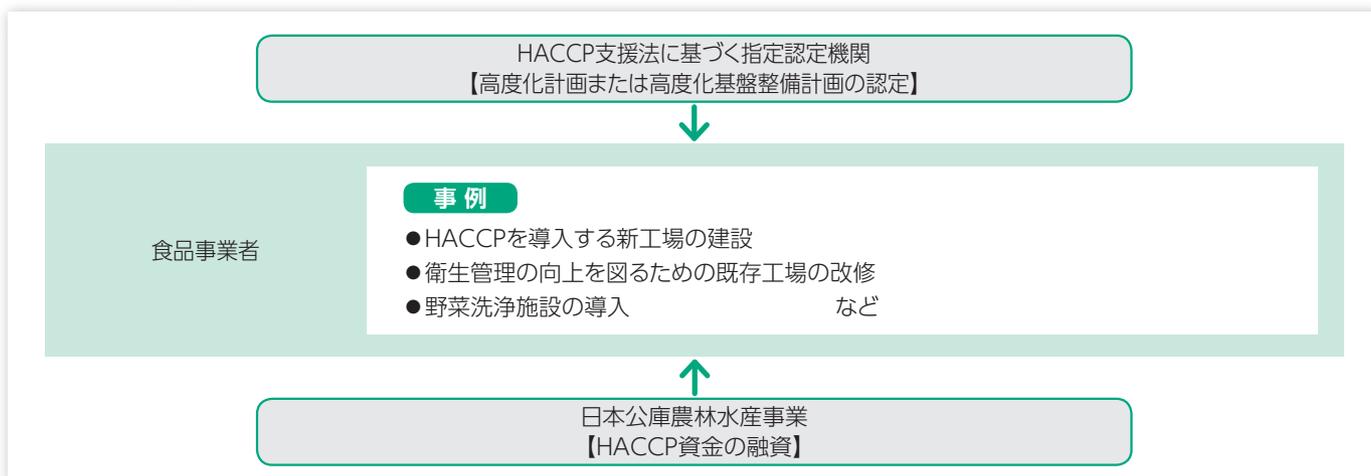
受賞作品は今号の裏表紙に掲載しています。
（情報企画部）

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 (11月24日現在)	2億7,000万円以下 0.16% 2億7,000万円超および生産施設 0.31%
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。

◆二〇二二年三月二日の東日本大震災以降、福島県南相馬市の土地
利用型農業は、壊滅的な被害で衰
退し優良農用地の確保と地域農業
持続が危ぶまれています。

今、私はその状況に現場部門で
苦しみ、悩みながら推進しています
が、農業再生への希望を求め、日々
活動しています。

その中で、『AFCフォーラム』は
多角的な著者と幅広く活躍してい
る方の紹介が多く、とても参考に
なっています。

特に、二月号の特集で取り上げ
られた鈴木先生の地域の特性に適
応した土づくりの技術について、南
相馬市では津波の被害による土壌
環境が劣化しており、高い収益率を
得るための基礎は作物に適した土
壌にあると感じました。また、加茂
氏のスリーセブンスシステムを導入
した最新の養豚業の取り組み事例
の紹介は、畜産技術の困難さと環
境問題に対応した経営論など、非
常に有意義な情報でした。

南相馬市は放射能の除染やほ場
整備の推進など待ったなしの課題
が山積していますが、これからも農
業の再興にまい進していこうと考
えています。

(福島県南相馬市

南相馬土地改良区 発田 栄一)

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丸一四

大手町フィナンシャルシティノースタワー

日本政策金融公庫 農林水産事業本部

AFCフォーラム編集部

FAX 〇三―三三―七〇一―三三五〇

農業経営アドバイザーのご案内

農業経営アドバイザーは、農政や
農地制度、農業簿記、労務管理、マー
ケティングなどに関する研修を受
講し、筆記・面接試験に合格した農
業経営改善支援に必要なノウハウ
を持つ専門家です。

公庫職員、税理士・公認会計士、
中小企業診断士、民間金融機関職
員、農協職員などが合格していま
す。それぞれの得意分野、専門性を
持つて農業経営者の皆さまの相
談をお受けし、事業計画作成の支
援や労務・税務関係のご相談対応
法人化に向けた支援など経営の発
展に役立つ助言を行っています。

日本公庫のホームページ(<https://www.jfc.go.jp/>)からお近くの農
業経営アドバイザーを検索できま
す。(情報企画部)

編集後記

④ 農業という事業への挑戦が、若い
人たちにとって現実的な選択肢に
なりつつあります。これは一〇年前
と比べて隔世の感があります。就農
者の増加により、どんどん事例が積
み重なっていきます。先輩農業者を
教科書にしての就農が加速し定着
していけば、一〇年後の農業界は今
と違った風景となるでしょう。楽し
みが増す新年となりました。(嶋貫)

④ 新年号ならではの祝賀をご紹介
したフォーラムエッセイ。四季のあ
る国に住む日本人の感性なので
しょう。おせち料理には新年を寿ぐ
古来からいわれのある縁起の良い
料理が並び、祝賀でいただきます。
なんて奥ゆかしい風習でしょう。小
倉さんに日本の素晴らしさを再認
識させていただきました。日本に生
まれて良かったと思います。(小形)

④ 就農後五年以内、二〇〜三〇歳
代の若者による座談会をお届けし
ました。目を輝かせて話す参加者
に、「苦労はあっても農業が大好き」
という気持ちで共通していると思
じます。広大な大地を開拓する若
者を舗装された道からただうらや
ましく眺めている自分、そんな情景
が脳裏に浮かんできました。農業っ
ていいですね！ (城間)

④ 炭疽菌といえは生物アロを連想す
る私にとって、内田さんの「耳よりな
話」は、私の中の浅い知識を補う大変
興味深いものでした。と同時に難し
い内容でもあり、理解に頭を抱える
こともしばしば。満員電車の中で、炭
疽菌の文字が並ぶ携帯を真剣に見る
私の姿を、隣の人はどう思ったでし
ょうか。少々気になります。今年も知識
を増やす一年にしたいです。(上原)

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
上原 理恵子

■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/modules/form_mail/

■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。

第10回記念 つなげよう6次化の輪



アグリフード EXPO 大阪 2017

プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

日時 2月22^水日 / 23^木日 **主催** JFC 日本政策金融公庫
10:00~17:00 10:00~16:00

会場 ATC アジア太平洋トレードセンター   

●次代に継ぐ

挑戦！新規の就農を語る



『稲の花』仁上 耕汰 千葉県野田市立岩木小学校
(「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展2016 日本政策金融公庫 農林水産事業本部長賞 受賞作品)

■AFCフォーラム 平成29年11月1日発行(毎月1回1日発行)第64巻10号(797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 東京都港区国新橋2-1-2 第一南楼711 Tel.03(3432)2927 ■定価514円 本体価格476円



