

# AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

# 3

2017

## 特集 畜産業、経営継続の活路



特集

## 畜産業、経営継続の活路

### 3 畜産生産構造の変化に政策転換で対応を

小林 信一

肉用牛・酪農の業界で何が起きているのか。現状を分析するとともに、経営を維持・発展させるために必要な政策とは何かを考えよう

### 7 牛さんと呼び、ブランドと技術を磨く

野崎 喜久雄

日本初の個人ブランドを掲げ、最高級の肉質生産技術や独自システムでの高生産性経営、これらを可能にした人材育成術などの取り組みを経営者が語る

### 11 生乳生産の危機越えた酪肉複合経営

竹内 博夫

いち早く、受精卵移植による和牛生産の酪肉複合経営で基盤を築いた。大きな構造変化に直面する酪農で安定化に成功した経験談に学ぶ

情報戦略レポート

### 15 稲作は3年ぶりに増収増益 酪農・肉用牛も増収増益

—2015年 農業経営動向分析—

経営紹介

変革は人にあり

### 25 農業生産法人有限会社王隠堂農園／奈良県 王隠堂 政見

安全・安心な農産物の供給をしたいと中山間の生産者に働きかけ、地域共同センターをつくる。農産物の一元集荷から利益も平等配分する農園をレポートする

経営紹介

### 33 株式会社千秋堂／岩手県 西山 由珠

地元産米粉を求める菓子製造業者と自社米粉を活かしてくれる先を探る農家。女性同士がタッグを組み開発した商品は、農業の顧客を創造する手段の一つだ

\*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。



撮影：鎌形 久  
新潟県五泉市  
2007年4月撮影

チューリップ畑

■五泉市は特有の砂地土壌がチューリップ栽培に適し、県内でも有数の球根の産地だ。暖かな日差しを受け空に向かい咲くチューリップは鮮やかに春を彩る■

シリーズ・その他

観天望気

勘や匠の技を生かす科学 本間 正義 …… 2

農と食の邂逅

渡邊ファーム・ひろ味工房／群馬県

渡邊 博美

青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) …… 19

フォーラムエッセイ

おいしいものってなんだろう 大原 千鶴 …… 22

主張・多論百出

松本自然農園 松本 直之 …… 23

耳よりな話 180

松阪牛発祥の地

一番産関連の碑めぐり(その14) 加茂 幹男 …… 28

まちづくりむらづくり

廃校舎をこどもの学びの拠点に

震災の学習支援から運動が発展

MORIUMIUS／宮城県石巻市

油井 元太郎 …… 29

書評

大泉 一貫 津谷 好人 木下 幸雄 ほか 編修

『農業経営概論』

村田 泰夫 …… 32

インフォメーション

経営発展のための「強いチームづくり」を学ぶ交流会

帯広支店 …… 35

栃木県と銀座を結び農と食の交流会 宇都宮支店 …… 35

「大阪府農業経営アドバイザー連絡協議会」が発足

大阪支店 …… 35

「やまぐち六次産業化・農商工連携推進大会」を開催

山口支店 …… 35

福井市内でお客さま交流会を開催 福井支店 …… 36

平成28年度「アグリ・フード・ルネッサンス」を開催

青森支店 …… 36

交差点 米国の食品見本市に初出展 情報企画部 …… 36

みんなの広場・編集後記 …… 37

ご案内

第12回アグリフードEXPO東京2017 …… 38

# 観天 望気

## 科学を生きる匠や勘

農業が農業だけで完結せず、フードバリューチェーンの全域に広がりを見せている。また、ICTやIoTの活用だけでなく、AIにより農業の技術も大きく変革していくものと思われる。それは、これまでになかった品種の創造や、新たな食品の開発、さまざまな機能性食品などの誕生をもたらし、同時に農業という産業が大きく変わることを意味する。農業の六次産業化の推進などにより、農業は単なる原料供給産業ではなくなった。二次産業、三次産業からの農業への参入も進んでいる。こうした展開は単独の企業がバリューチェーンの全てを完結させるのではなく、相互にコラボレーションする形でなければ発展が望めない。

先進国では農業だけでなく、製造業も相対的に縮小し、今日、最大の産業はサービス産業である。農業の六次産業化においても、サービス部門の在り方を考える必要がある。

農業でのサービス部門と言えば、農家レストランや加工品販売店、体験農場などが思い浮かぶ。しかし、究極のサービス部門は農作業そのものではなからうか。農業は生産のプロセスにこそ価値がある。実際、受講料を払っても野菜作りを習いたいという市民は多い。単に市民農園で土いじりをするのではなく、本当においしい農産物を作りたい、そのための農作業は楽しい、そういう人々が増えている。さまざまな作業が絡み合う農場は、究極のテーマパークかもしれない。これを産業化するには、農作業を科学することが必要となる。そこには農村と農作業をコラボレーションさせるプロデューサーが必要であり、農村の匠たくみの人々も不可欠である。彼ららは、農村で見かける普通のおじいさんやおばあさんかもしれない。

これを突き詰めていけば、農作業と農業技術を体系化・マニュアル化することにつながる。これまで農業は農業者の勘や篤農家とくのうかと呼ばれる人々の匠の技に頼る部分が多かった。しかし、その勘や匠の技をさまざまな科学技術で解き明かし、普及させていくことが、農業生産のコスト削減につながり、また多くの都市住民を農村に引き入れる鍵でもある。誰にでも開かれた産業になってこそ、農業はその魅力が理解され、真価を発揮するのである。

東京大学大学院農学生命科学研究科 教授

### 本間 正義

ほんま まさよし

1951年山形県生まれ。82年アイオワ州立大学大学院博士課程修了。小樽商科大学教授、成蹊大学教授などを経て、2003年より現職。主な著書に『農業問題の政治経済学』（1994年、日本経済新聞社）『現代日本農業の政策過程』（2010年、慶應義塾大学出版会）『農業問題—TPP後、農政はこう変わる』（2014年、ちくま新書）など。





# 畜産生産構造の変化に政策転換で対応を

肉用牛生産をめぐる日本国内の情勢は、味のいい和牛肉などの堅調な需要とは裏腹に数多くの課題を抱えている。酪農においても同様の課題があり、生産構造の変化に対応した政策転換が必要だ。農地政策は、米中心から畜産を柱に据えることで、肉用牛・酪農の経営発展が期待される。



日本大学 生物資源科学部 教授

**小林 信一** *Shinichi Kobayashi*

こばやし しんいち  
1951年神奈川県生まれ。名古屋大学大学院農学研究科博士課程満了。農学博士。専門は畜産経営学。2004年より現職。畜産経営経済研究会会長。著書に『酪農乳業の危機と日本酪農の進路』（筑波書房）など多数。

## 畜産の何が問題なのか

日本の畜産は戦後目覚ましい発展を遂げてきたが、一九八四年の三・三兆円をピークに総産出額は減少に転じており、二〇一五年は三・二兆円となっている。しかし、農業全体の総産出額はやはり一九八四年の一・七兆円をピークに、二〇一五年は八・八兆円まで落ち込んでおり、特に米部門は三・九兆円から一・五兆円と半減した。そのため、畜産は米部門をしのごき、農業全体の三分の一を占める最大の部門となっている。

一五年の畜産における産出額の内訳としては、採卵鶏、ブロイラーを合わせた養鶏が九〇〇〇億円と最大で、生乳部門八四〇〇億円、肉用牛部門六九〇〇億円、養豚六二〇〇億円と続く。養鶏や養豚などの中小家畜部門は、農地面積の制約なし

で、輸入飼料を中心とした飼養形態のため、急激な規模拡大を遂げ、現在では飼養頭数シェアに占める大規模法人経営の割合は高い。また、採卵鶏部門では、世界一、二位を争う大規模企業経営が存在する一方、直販を中心にした小規模家族経営も存在するという、併存状況も見られる。

一方、肉用牛や酪農の大家畜部門も規模を拡大しているが、中小家畜部門に比べれば、そのペースは相対的に緩やかと言える。例えば、一九六〇年の一戸当たり飼養頭数に対して、二〇一六年の値の倍率は、採卵鶏三八七倍、養豚八〇三倍であるが、肉用牛四二倍、酪農四〇倍である。もちろん一頭当たりの生産額や投資額は大きく異なるので、頭数のみで規模拡大を測ることは適切ではないが、農地の制約もあり、中小家畜部門ほどの規模拡大や法人化は進んでいない。

現在、特に肉用牛や酪農経営で問題なのは、飼養頭数が急減する中で、飼養頭数も減少しており、産業としての肉用牛・酪農部門の維持発展を支える担い手を確保できるかという点である。これまで、規模拡大する少数の専業経営の存在が、飼養頭数の増加を支えてきたが、今後はどうか。特に肉専用種経営に注目しながら展望したい。

## 品種別に見る肉用牛経営の変化

肉用牛総飼養頭数は、一九九四年の二九六万頭をピークに減少傾向に転じており、二〇一六年には二四八万頭にまで減少している(図1)。

品種別には、肉専用種が一〇年の一九二万頭をピークに、一六四万頭まで二八万頭減少した。乳用種去勢牛、乳廃牛および乳牛と和牛の交雑牛を合計した乳用種はピークである一九九九年の二一

図1 肉用牛飼養頭数の推移

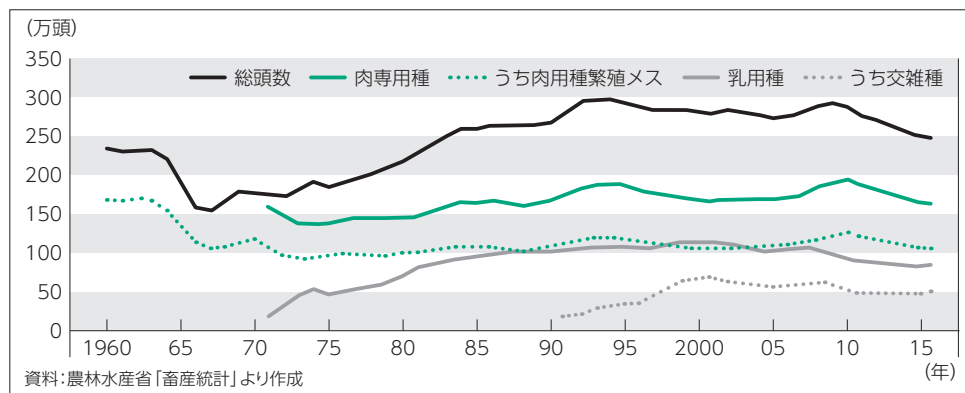


表1 肉用牛経営タイプ別の戸数・頭数

	合計	肉用種経営					乳用種経営			
		小計	子取り繁殖	肥育	その他	うち一貫	小計	育成	肥育	一貫
戸数(戸)										
2003年(A)	97,700	92,300	80,600	8,550	3,130	2,580	5,430	750	4,140	540
16年(B)	51,500	49,100	42,200	4,610	2,240	1,860	2,470	299	1,830	347
B/A (%)	52.7	53.2	52.4	53.9	71.6	72.1	45.5	39.9	44.2	64.3
頭数(千頭)										
2003年(A)	2,765	1,784	866	680	238	201	981	188	668	125
16年(B)	2,457	1,702	800	625	278	267	755	111	485	159
B/A (%)	88.9	95.4	92.3	91.9	116.5	132.7	77.0	59.0	72.6	127.0
1戸当たり頭数(頭)										
2003年(A)	28.3	19.3	10.7	79.5	76.2	78.0	180.6	250.3	161.3	232.2
16年(B)	47.7	34.7	18.9	135.5	124.0	143.5	305.7	370.2	265.1	459.1
B/A (%)	168.6	179.3	176.3	170.4	162.8	184.0	169.3	147.9	164.3	197.7

資料：農林水産省「畜産統計」より作成

表2 肉用牛飼養頭数規模別の戸数・頭数割合

	合計	1~4頭	5~9頭	10~19頭	20~49頭	50~99頭	100~199頭	200頭以上		
								うち500頭以上	うち500頭以上	
戸数	2008年	100.0	32.9	24.0	18.3	13.3	5.5	3.2	3.0	0.9
	16年	100.0	26.8	22.5	18.5	16.1	7.3	4.5	4.4	1.4
頭数	2008年	100.0	2.4	4.3	6.9	11.1	10.5	13.2	51.4	32.2
	16年	100.0	1.5	3.2	5.6	10.5	11.1	13.6	54.5	36.0

資料：農林水産省「畜産統計」より作成

表3 部門別・規模別の戸数と頭数(2016年)

■子取り繁殖経営								
	合計	1~4頭	5~9頭	10~19頭	20~49頭	50~99頭	100頭以上	
戸数(戸)	44,300	20,000	10,100	7,040	5,340	1,330	489	
シェア(%)	100.0	45.1	22.8	15.9	12.1	3.0	1.1	
頭数(千頭)	1,268	113	127	208	333	211	277	
シェア(%)	100.0	8.9	10.0	16.4	26.3	16.6	21.8	
■肉専用種肥育経営								
	合計	1~9頭	10~19頭	20~29頭	30~49頭	50~99頭	100~199頭	200頭以上
戸数(戸)	8,350	2,930	941	698	843	1,080	998	863
シェア(%)	100.0	35.1	11.3	8.4	10.1	12.9	12.0	10.3
頭数(千頭)	1,217	123	48	38	79	136	228	566
シェア(%)	100.0	10.1	3.9	3.1	6.5	11.2	18.8	46.5
■乳用種肥育経営								
	合計	1~4頭	5~19頭	20~49頭	50~99頭	100~199頭	200頭以上	
戸数(戸)	5,040	1,560	968	503	422	463	1,130	
シェア(%)	100.0	31.0	19.2	10.0	8.4	9.2	22.4	
頭数(千頭)	1,074	40	51	38	45	82	819	
シェア(%)	100.0	3.7	4.7	3.6	4.2	7.6	76.2	

資料：農林水産省「畜産統計」より作成

三万頭から八四万頭まで二九万頭、交雑種は二〇〇一年の六八万頭をピークに、五二万頭まで一七万頭減少した。  
近年、肉用牛総飼養頭数は急激に右下がりに変化していることが見て取れるが、この大きな要因は、乳用種の減少にある。乳用種は一九九一年の牛乳輸入自由化に対応する形で減少しており、一方、交雑種は品質的に黒毛和種に近いことから、

輸入牛肉との競争を避けようとする乳用種去勢牛肥育生産者の戦略によって増加してきた。その戦略は、交雑種子牛の生産によって、個体販売額を増加させたい酪農家の思惑とも合致した。  
しかし、乳牛頭数自体の減少の中で、肉用に乳用種肥育素牛が出回る頭数が減少している。一四年度「酪農全国基礎調査(一般社団法人中央酪農会議)」によると、酪農家の約半数が雌雄判別精液・

受精卵を使用しており、こうした技術の普及を背景に、後継牛確保と黒毛和種子牛生産がピンポイントで行われるようになると、ますます酪農部門からの乳用種肥育素牛の供給は減少する。さらに肉専用種肥育素牛の供給も、乳牛頭数の増加が見通せない中、そう多くは期待できない。  
一方、肉専用種の飼養頭数はほぼ一〇年周期で増減を繰り返している。〇一年のBSE問題によ

りその周期は崩れたが、現在はそのサイクルの底で、今後増加に転じることが期待される。しかし、肉専用種頭数の長期トレンドを見ると、右上がりから右下がりに変化してきており、今後以前の頭数までに増えることは難しいと思われる。この推計の根拠は、肉用種繁殖メス牛の頭数変化が背景にある。肉用種繁殖メス牛の頭数は、肉用種頭数とほぼ同様の動きを見せ、一〇年の二二三万頭のピークから一〇五万頭まで減少している。今後この頭数がどこまで回復するかが、問題となる。

## 一貫経営化の動きが進むか

表1に見るように、肉用牛経営は、子取り繁殖経営、肥育経営およびその両方を行う一貫経営に分けられるが(肉用牛経営部門の詳細については、拙著『肉牛経営の特徴と動向』『肉用牛の科学』二〇一五年、入江、木村監修 九〜一四頁 養賢堂を参照のこと)、頭数増減サイクルの底であった二〇〇三年と一六年を比較すると、総戸数が半減する中、子取り繁殖経営、肥育経営ともほぼ同様に半減しており、減り方が少ないのは一貫経営の約三割減である。一方、肉用種経営の総頭数は、約五%が同期間で減少しているが、子取り繁殖経営の飼養頭数は七%強、肥育経営も八%減っており、一貫経営のみ三割強増加している。明らかに一貫化の方向に向かっているように思われる。しかし、戸数はもちろん、頭数においても、子取り繁殖経営や肥育経営における減少分を、一貫経営が相殺するほどには増加は見られない。

養豚でもかつては子取り繁殖経営と肥育経営に分かれていたが、現在では一貫経営が主流と

なっている。しかし、養豚と肉用牛では多くの点で異なっており、肉用牛の一貫経営化がすぐに主流になるとは考えられない。その理由として、豚は生後約六カ月で出荷できるが、和牛は約三〇カ月かかり、資金投資額はもとより資金が長期に寝ることで資金繰りが厳しいこと、また、繁殖技術と肥育技術は大きく異なり、その習得が困難であるという点も挙げられる。こうした点について、資金繰りは預託制度や動産担保など、また技術については法人経営などでは部門を分けたり、子会社したりといったことで対応している事例が見られる。

それでは、大規模法人経営が一貫化を遂げ、肉用牛生産を支えるようになるのだろうか。こうした点を念頭に置き、次に大規模経営の状況について見てみよう。

規模拡大の状況を見たのが表2である。二〇〇頭以上の肉用牛飼養頭数規模層の戸数シェアは二〇〇八年には三%であったが、一六年には四・四%とわずかに増加している。また、この層が飼養している頭数シェアは、五・一・四%から五・四・五%とやはりわずかに増加したのみである。五〇〇頭以上ではさらに少なく、戸数シェアは〇・九%から一・四%に、頭数シェアは三・二%から三・六・〇%へ増加したにすぎない。この数値は繁殖、肥育経営を含めたものだが、表3の部門別規模別の戸数と頭数を見ても、肉専用種肥育経営で二〇〇頭以上の戸数割合は一〇・三%で、頭数シェアは四六・五%と半分以下である。子取り繁殖経営では、一〇〇頭以上層の戸数シェアは一・一%、頭数シェアは二一・八%にすぎず、五〇頭未満層が

頭数でも六割以上のシェアを占めている。以上のように、現状は大規模層が生産の主体を担うまでには至っておらず、小規模家族経営の存在は無視しえない。

## 規模別経営の競争力

今後の担い手の展望について、生産費および収益性から検討してみよう。二〇一四年「畜産物生産費調査」(去勢若齢肥育牛)の結果を基に、一〇頭未満の生産費を一〇〇とする、規模が大きくなるにつれ徐々に低下し、二〇〇頭以上層では八七となっており、規模の経済が働いているように見える(図2-1)。ただし、家族労働費を除いた生産費を見ると二〇〇頭以上層でも九八となっており、生産コストの減少要因は、家族経営にとっては所得の一部である家族労働費の低下であり、真の意味でのコスト低下となっていないことが分かる。

畜産物生産費調査では、二〇〇頭以上はひとくりにされているため、それ以上の大規模経営のコスト変化の様子は分からない。そこで、飼養頭数二〇〇頭以上の大規模肉用牛経営を対象にした農畜産業振興機構調査の黒毛和種肥育経営の規模別収益性から検討したい(図2-2)。

一頭当たり生産費の規模別比較を行うと、三〇〇〜五〇〇頭未満層が最も高く、二〇〇〜三〇〇頭未満層の生産費を一〇〇とすると一〇四となっている。それ以上の階層になるにつれ徐々に低下し、三〇〇頭以上層では九五となっている。しかし、その差はわずか五でしかなく、明確な規模の経済とは言えない。労働費は家族労働費と雇用労働費



表4 規模別の1頭当たり収支状況

(単位:千円)

	売上高(推計)	生産費	利益
200~300頭未満	879	942	▲64
300~500頭未満	953	984	▲30
500~1,000頭未満	950	974	▲24
1,000~1,500頭未満	895	963	▲68
1,500~2,000頭未満	940	895	45
2,000~3,000頭未満	906	907	▲2
3,000頭以上	779	892	▲113

資料:農畜産業振興機構「大規模肉用牛経営動向に関する調査報告書」より作成  
注:売上高については市場出荷単価と相対取引単価の平均×出荷体重×枝肉歩留63%として推計

図2-2 肥育牛1頭当たり生産費の指数 (中・大規模層)

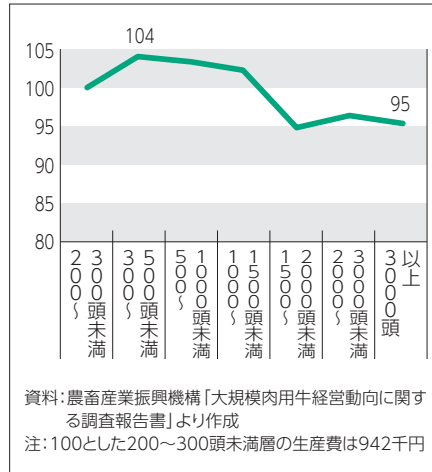
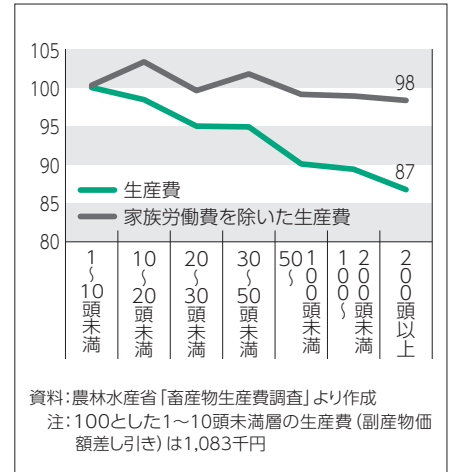


図2-1 肥育牛1頭当たり生産費の指数 (小・中規模層)



以上見てきたように、今後大規模法人経営が肉用牛生産の大宗を担うようになるとは、現段階では考えにくいのではないだろうか。現在の異常とも言える子牛価格の高騰の中で、高価格にもかかわらず頭数回復の動きは微弱である。むしろ高齢者を中心に高価格を機に経営を中止する事例も見られるなど、子取り部門はさらに戸数の減少が進み、頭数もそれに伴い減少のトレンドが継続するのではないかと。また、異常に高い素牛を購入している肥育経営は、その素牛を肥育牛として出荷する一年半後に大きな損失を被り、肥育経営全体が苦境に陥ることが危惧される。改訂されたマル

### 生産基盤の脆弱化に歯止めを

今後、価格高騰した素牛による肥育生産を余儀なくされることから、収支状況は更に厳しいものとなると思われる。

今回は肉用牛に的を絞ったが、畜産の生産基盤脆弱化は酪農でも進行している。全国の家族経営が将来展望を持てる対策が渴望される。特に、飼料米や飼料イネへの補助金削減が取りざたされている中、米政策の観点から実施されている現在の農地政策を、畜産を柱に据えた政策に転換し、真に畜産経営に活用できる飼料米、飼料イネとする必要がある。こうした政策転換の中で、集落営農などによる耕種生産と結び付いた畜産、中でも肉用牛と酪農の経営の発展が期待される。

肉用牛生産は、食肉供給の役割のみではなく、放牧や飼料作を通して農地の利活用に深く結び付いており、この部門の衰退は農業生産ばかりか国土の維持管理にも大きな打撃を与える。

国は和牛肉の輸出を奨励している。それを否定するつもりはないが、輸出によって国内生産の危機状況が克服されるとは考えられない。海外においては、Wagyuブランドがすでに定着しており、本家の「和牛」は苦戦を強いられている。また、TPP(環太平洋経済連携協定)は米国の離脱で、すぐに輸入牛肉の関税率が引き下げられることはなくなったが、品質的にさらに和牛に近いものが、霜降りをさほど重視しない傾向にある国内市場に今後いつそう浸透してくると思われる。国は、国内生産基盤のこれ以上の脆弱化を防ぐことに傾注する必要がある。



# 牛さんと呼び、ブランドと技術を磨く

個人名を冠した「のぎき牛」のブランド認定を日本で初めて取得し、品質の高評価を認められる他方で、少人数による独自システムでの多頭管理肥育を行ない、徹底したアウトソーシングを導入する。肉用牛肥育経営のトツプランナーとして評価が高い経営者に、次世代の経営のヒントを聞いた。



有限会社農業生産法人のぎき 代表取締役

**野崎 喜久雄** *Kikuo Nozaki*

のぎき きくお  
1949年鹿児島県生まれ。大学卒業後、一般企業を経て父の肉用牛経営に参加し、85年法人設立。90年日本初個人名の「のぎき牛」をブランド化。肉用牛コンテストで最高賞など受賞歴多数。徹底したアウトソーシングにより多頭肥育に取り組む。

## 外部環境の変化に対応経営

「良い経営とは何か」「次に目指すべきは何か」。私は常に自問自答し、試行錯誤を続けている。そして、良い経営とは常に成長を繰り返し、発展し続けること。これを常に意識することが経営発展の源泉だと、私は考える。そのための手法は時代と共に変化しているが、確実に言えることは、良い牛を育ててさえいれば良い経営だと言える時代は終わった、ということだ。これからは、経営の内部環境の改善に加えて、常に外部環境の変化に伴うリスクを意識した経営をしなければ、生き残れない時代になったのである。

そこで、私の考える問題意識や次世代の経営を目指すための方策について、有限会社農業生産法人ののぎき(以下、のぎき)のこれまでの取り組みを

述べてみよう。

のぎきは、鹿児島県薩摩川内市で黒毛和牛五〇〇頭を飼養する肉用牛肥育経営だ。私は大学で経済学を専攻し一般企業を退職後、一九八五年に実家の肉用牛経営に参画し、八九年に法人化した。のぎきでは、二八カ月という短い牛生を健康に送ってほしいという願いと大切な命を頂戴するという思いから、敬意と愛情を込めてスタッフ全員が「牛さん」と呼んでいる。そんな牛さんの飼養管理を通して、経営努力を重ね、成長し続けてきたのぎきの主な取り組み三つを紹介したい。

一つ目は、九〇年より日本初の個人名を冠してブランド認定された「のぎき牛」の販売である。

地域ブランドではなく、個人の独自ブランドにこだわったのは、高付加価値というよりは、安全・安心を意識してのことだ。地域ブランドでは飼料、

管理方法、環境などの条件が異なる亜流が出てくる可能性があるが、「のぎき牛」とすれば、生産者が消費者にはつきり分かる。誰が、どういう思いで育てたか、消費者へ責任を持って提供できる。この徹底した飼育管理の下、四等級以上となった肉を「のぎき牛」としており、その割合は四等級以上が九割以上、五等級以上が七割以上を占めている。高級ホテルや飲食店、スーパーなどを通じて提供しており、「脂がしつこくなく、赤身がおいしい」「味が上品で最後に甘みが残る」といった声をいただいている。

この品質が高く、安全・安心な「のぎき牛」の生産は、少人数で多頭管理する独自システムによって支えられており、「作業」と「仕事」の分離を徹底したことが二つ目のポイントである。

日本には小農的な発想で一から十まで自分で





パイプを通した給餌システムで省力化している

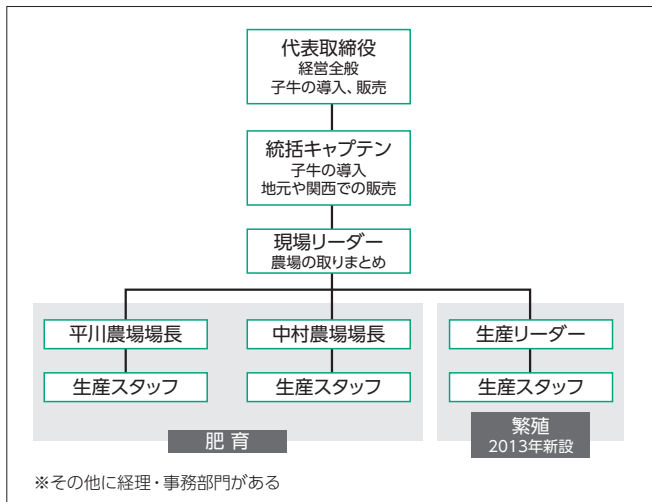
やらなければならないという風潮があるが、果たしてそうだろうか。私は各分野のプロ企業にその専門分野を任せられた方が効果的だと考える。

### カギはアウトソーシング活用

そこで意識しているのが、煩雑な「作業」は機械化やアウトソーシングの活用で徹底して合理化することである。例えば、飼料はメーカーと共同で開発し、配合も委託している。また搬入後、その飼料はパイプを通り各ケージにある給餌器までレバー一つで給餌できるシステムを導入（写真）。さらに、牛舎のふん尿の除去から床材交換、堆肥化までの一連の作業も全て地元の土木建築業者にアウトソーシングしている。

では、スタッフは何をしているのかとえば、そ

図1 のぎきの生産部門の構成図



の省力化で得た貴重な時間で、牛さんを注意深く見る「仕事」をする。元気に飼料を食べているか、体調を崩していないかなど、つぶさに観察できる。奥にいる牛さんを見るため、中央通路を六〇センチメートル高くする工夫もしている。一頭一頭、時間をかけ丁寧に見ていると、小さな変化にもすぐ気が付く。そのため事故率は一%未満に抑えられており、ストレスも少ないため増体がよく、いい肉に仕上がる。省力化したことで丁寧な飼養管理に力を注げる上に、少数精鋭で多頭管理できるため生産効率も良く、人件費と外注費を比較しても十分に利益は出せており、費用対効果は高い。

三つ目は、このシステムを支える人材育成で、最も重要なポイントである。

のぎきのスタッフの平均年齢は二〇歳代半ば

と若手を中心だ。二三人のスタッフのうち生産部門のスタッフは二二人で、一人当たり五〇〇頭を担当する(図1)。売上高にして三億円を任せられるため責任は重いが、入社一年目でも全ての管理を任せている。それでも成り立っているのは、「作業」と「仕事」の分離システムの成果ともいえるが、人をどう育てるかが肝心だと思う。

人材育成は自立させることが大切で、誰かが何とかしてくれるという意識では成長は乏しい。一生懸命悩んでも分かんず困ったときは先輩に聞けばいいし、結果的に牛さんが死んでしまったとしても、それを自身の教訓にして、向上心を持つことで責任感が生まれる。その経験により、自分の判断で夜を徹して看病したり分娩を手伝ったり、体調変化の前兆を見逃さないよう気を付けたりして事故が避けられるようになる。

また、判断を全てスタッフの裁量に任せていることは、モチベーションの向上にもつながっている。マネジメント理論のエンパワメントや権限委譲であり、これらを実践している。

私たちは牛さんの短い一生を守り、管理することで成長し、自己実現を果たしている。そうしたスタッフの成長を痛感させられた出来事が起きた。二〇〇六年七月、大雨で川内川が氾濫し、水が押し寄せて牛舎が水没したのだ。スタッフの安全を優先し、直ちに高台に避難させたが、この時ばかりは絶望感に陥った。夜明けと共に牛舎に戻り、泳いでいる牛さんや溺れている牛さんを見るや否や、スタッフは自ら考え必死になって介抱した。牛舎や機械、出荷できなかった四〇頭も含めて四億五〇〇〇万円の大損失となったが、諦めてはい

けないと一丸となり再起奮闘した。

三カ月後、その努力が実を結んだ。あの溺れかけていた牛さんが国内最大のコンテストである東京食肉市場株式会社主催の全国国内牛枝肉共励会で最優秀賞を受賞したのだ。被災後三カ月で受賞するとは思わなかったが、スタッフのおえつにつられ自然と涙がこぼれてきたことを今でも鮮明に覚えている。さらに翌年も名誉賞を受賞し、初の最高賞二連覇を果たし高い評価をいただいた。

人生は波乱万丈である。苦しいときこそ踏ん張って、どうしたら良いかを考える。これを突破した瞬間こそが人を成長させると私は思う。

## 子牛高騰などのリスク対応

私は、産業としての農業には、成長する義務と責任があると考えている。前例踏襲に甘んじたり、固執したりしてはいけない。より効率的に作業を進め、牛さんの細部にまで気を配れるか、そのために何をすべきかをスタッフと常に話し合いながら、一丸となって経営改善を図ってきた。

しかしながら、これらの経営努力をしても対処しきれない時代の変化の波が押し寄せるものだ。

ご存じの通り、大家畜農業を取り巻く環境は大きく変化している。後継者不足のため小規模な繁殖農家は離農を余儀なくされ、黒毛和牛の子牛頭数や飼養戸数は減少を続けているのが現状で、子牛や枝肉価格への影響は大きい。

私は週に何度も子牛のセリに行くが価格高騰を実感している。農畜産業振興機構の肉用子牛取引情報によれば、子牛出荷頭数が漸減し、子牛の買い取り価格は二〇二二年度に平均三九万九〇〇

円だったのに対し、一六年四〜二月では八〇万八〇〇円と、五年で二倍となっている。それに伴い、農林水産省の畜産流通統計によれば和牛一キグラム当たりの枝肉の卸売価格も過去五年間で約一・五倍に上昇しているという。

のざきでは、一〇カ月の子牛を導入し一年半肥育してから販売している。肥育には長期間を要するため、導入期と販売期では価格の相場が変わる。販売価格の上昇期にうまく重なれば、一年半前に低い価格で購入した子牛を、肥育後に高値で販売できる(図2)。例えば一年半前に六〇万円で導入した子牛に対し、飼料費などの育成費用が三十五万掛かったとして、販売価格が一三〇万円であれば、三十五万円の利益になり、これに税金が掛かってくる。これは一見、利益が上がっている状況にも見える。確かに子牛の買い取り価格よりも販売価格の増加幅が大きければ問題はないが、私は今が販売価格のピークと踏んでおり、今後の下落も予想される。

現状に即して考えると、子牛の買い取り価格が値上がりして九〇万円になり、育成費用は変わらず三五万円だとすると、販売価格が一三〇万円と変わらなければ、五万円の利益しか出ないのだ。子牛の買い取り価格がさらに上昇すれば赤字となり、経営は成り立たなくなる。赤字になっても過去に支払った税金が返ってくるわけではないため、経営規模が大きくなるほど、子牛価格と販売価格の相場リスクの影響を受けやすく、収益構造によるテコの作用が働きやすくなる。

子牛価格、卸売価格などの国内相場、貿易協定、飼料価格、輸入牛肉価格などの海外情勢、国内外

の政治動向まで把握していないと、今後どんなリスクにさらされるか分からない。私は東京で経済学者主催の塾に毎月参加したり、経済評論家の著書を拝読したりしているが、既存経営の延長線上では乗り越えられないほど、世の中が複雑化していると感じる。こうした情勢の変化に対応するには、経営全体の課題として取り組み、時代に合わせて経営の仕組みを変えていくことが大切だ。のざきでは、具体的に二つのことを試みている。

## 一貫経営でリスクを強みに

一つ目は肥育経営から、繁殖・育成まで行う一貫経営への転換である。のざきは、独自の生産技術やブランドینگなどの強みを持っていると自負する。一方で市場から導入している子牛は、状況の影響を受けやすいため、その弱みを克服しリスクコントロールができないかと考えた。繁殖・育成を内製化すれば、市場での高額な子牛を買わずにコストを抑えることができる。コストは積み上げ方式となり、全ての管理が可能になって、さらには消費者への安全・安心にもつながる。

ただ、クリアすべき課題もある。一から育てた牛さんが健康に育つか、「のざき牛」の肉質として評価されるか、採算が合うか、などだ。

そこで、二〇二三年から実験的に繁殖雌牛五〇頭で自家生産を行い、繁殖に携わる担当スタッフを新たに配置したり、大規模な一貫経営を視察したり、試行錯誤しながら取り組んだ。そのかいあって、一六年に福岡で行われたコンテストでは「一貫飼育した」のざき牛が最高賞を受賞した。それで自信が付き、同年末には繁殖雌牛一五〇頭ま

図2 導入費、販売価格の変動による経営への影響

子牛		成牛		
導入費 (A)	育成費 (B)	販売価格 (C)	利益 (C-A-B)	
1年半前	60万円	35万円	130万円	35万円
1年半経過	90万円	35万円	(ケース1) 130万円 (ケース2) 110万円	5万円 ▲15万円

※導入費が上昇しているため、一時的に利益がでて、将来の見通しは厳しい

で規模を拡大し、本格的な繁殖事業に踏み切った。育成費用は一頭当たり三五万円程度で採算性も十分あり、一定程度の事故があったとしても、外部導入に比べコストダウンにつながる。

二つ目は、輸出による新市場の開拓である。国内の食品需要は人口減少を背景に長期的に縮小するのは間違いなく、今後は積極的に海外市場も狙っていく必要がある。

のぎきでは、国内大手の食肉加工会社の香港輸入代理店から引き合いがあったことをきっかけに、一二年から商社経由で本格的に輸出を開始した。輸出货量は年々増加し、今では当初の一〇倍となる年間一〇〇トを超え、売上額の五%以上を占めるまでになった。その内訳は、香港が八割、米国が一・五割、残りがマカオ、シンガポール、タイ、ベ

トナムである。現地では主に日系スーパーや高級スーパー、高級レストランなどで取り扱われ、富裕層を中心に「愛顧」いただいている。

### 輸出先ニース探る戦略も重要

このように輸出が軌道に乗ったポイントには、「作業」と「仕事」の徹底した分離と、輸出業務を商社にアウトソーシングしたことである。各国向けの認定処理場で枝肉に加工後、日本国内で商社に売り渡した上で空輸されるため、販売価格などの取引条件は国内と同じであり、為替リスクやカントリリスクは商社が負う。

厳しいかもしれないが、私はよほどの自信とノウハウがない限り、生産者が自ら加工や流通販売する六次産業化はやるべきではないと考えている。なぜなら、加工や販売を専門とする企業を超える高いレベルに達するのは至難の業だからである。例えば輸出であれば、出荷月齢や加工方法、雌雄去勢など輸出国や販売先のルールが細部にわたり、自ら全ての条件を把握し売りさばくのは困難だ。単独で輸出に取り組んでも限界があるので、信頼できる輸出パートナーを探し、連携して効果的に行うべきだ。目的は輸出そのものではなく、あくまで輸出で商売することにある。

それよりも二次、三次産業のプロたちから「のぎき牛じゃないとダメだ」のぎきと取引がしたい」と言われるような、思わず欲しくなる牛さんを育てることが大切だ。既に海外では多くの和牛ブランドが競合しており、今後、産地間の価格競争に陥るケースも想定される。幸いにも消費者は「のぎき牛」を求めてくれるので、こうした価格競争に巻き込まれにくいと考えているが、慢心は禁物で、消費者の志向やバイヤーやシェフの反応のチェックは欠かせない。普段は、現地ネットワークの豊富な輸入代理店が良きメッセンジャーとなってくれているが、三カ月に一度は私も現地に足を運んでみる。どの部位がどのように取引されるのか、どのように料理されているのか、現地の関係者と実際に会って意見交換をしている。

日本ブランドだから魅力がある、安全・安心で売れるだろうといった根拠のない考えでは今後の競争で生き残るのは難しい。他国の牛肉と和牛の違いや、和牛ブランド間の違いなど現地の消費者志向を探り、そのニースにどう応えるか、緻密に戦略を練っていくことが大切である。

私が最終的に目指すのは、一万頭以上の大規模経営である。そして、どうすれば次代を担う若者に夢を託せるか、常に模索している。そのためには、大きな投資をしても永続的に経営を改善し、発展していくことが大事だと考えている。

これまで申し上げた私の考えや取り組みは全て正しいとは思っていない。それぞれの経営者が抱える課題によって、やるべきことやその優先順位も変わってくるだろう。ただ、間違いなく言えることは、現状はベストではなくベターだと考え、常に時代の変化を捉えリスクコントロールしながらプラスアルファを追求することが、これからも経営者が生き残るために求められる姿勢であるということだ。大家畜経営は今後も厳しい状況が続くだろう。しかし、切磋琢磨し成長発展しながら、この時代の荒波を乗り越えて、共に若い世代へとつないでいきたい。いかがだろうか。





# 生乳生産の危機越えた酪肉複合経営

大きな構造変化に直面する日本の酪農。その活路になるのが酪肉複合経営だ。いち早く取り組んできたウエルシーファームが成功している。生産調整による生乳生産の落ち込みを補おうと始めたが、酪農から肉用牛生産に乗り出した例は少なく、中小酪農家のお手本になりそうな考えを聞いた。

## 搾乳牛八〇〇余頭を飼育

日本の酪農は今、大きな構造変化に直面している。畜産統計によると酪農戸数は二〇〇七年の二万五四〇〇戸から一六年には二万七〇〇〇戸に、また、飼養頭数は二五九万二〇〇頭から二三四万五〇〇〇頭に減っている。この一〇年間で酪農戸数は三割強、飼育頭数は二割弱それぞれ減少し、生乳生産量はジリ貧に陥っている。弱体化した経営基盤の立て直しには飼料コストの低減、労働負担の軽減、担い手の確保、流通の合理化といった課題が横たわる。

こうした中、酪肉複合経営で基盤を強化してきたのが、有限会社ウエルシーファームだ。その強さの源泉はどこにあるのだろうか。

福島県と境を接する栃木県那須郡那須町豊原

地区。雪をかぶった那須岳が迫り、雑木林を縫うように牧草地が広がるこの丘陵地帯にウエルシーファームがある。敷地には八棟もの牛舎が並んで建てられている。

その一つが一六年に完成した、日本ではまだ珍しいタイプのコンポストバーン牛舎(注1、写真)である。

休息エリアの床は十分に発酵され適切に管理されたコンポスト(堆肥)が分厚く敷かれている。さらに、採食エリアと休息エリアを結ぶ通路には全面ゴムマット(スチールコード・コンベアベルト)を敷き詰めている。「牛は蹄を傷めないし、牛体もきれいに保てるため病気になりにくい。オガクズの移動作業も軽減されました」と、竹内博夫さんの声が弾んだ。

ウエルシーファームは搾乳牛八六〇頭、和牛の



有限会社ウエルシーファーム 代表取締役

## 竹内 博夫 Hiroo Takeuchi

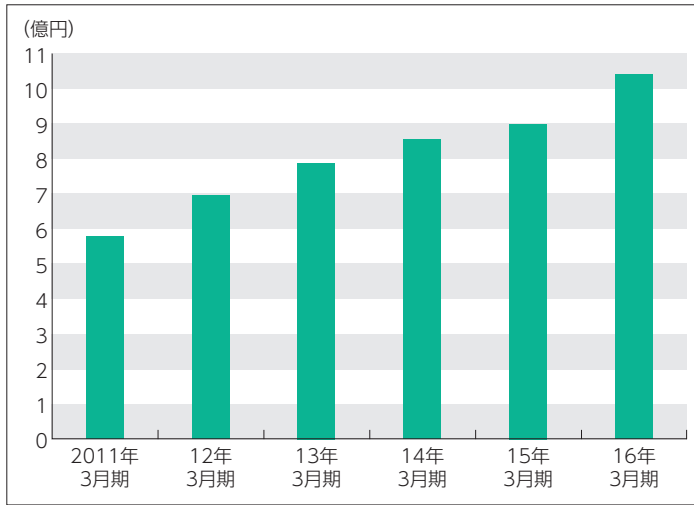
たけうち ひろお  
1954年京都府生まれ。78年酪農学園大学卒業。飼料販売会社勤務を経て81年竹内牧場の後継者になる。90年法人化し現職。受精卵移植による和牛生産で経営を安定化させた。技術を追求し改善する酪農経営を実践中。

繁殖牛二二〇頭、素牛一八〇頭、乳牛の育成牛約四五〇頭を抱えるメガファームだ。生乳の出荷量は一五年で八〇三〇ト、一六年は八五〇〇トに達した。生乳は全量、酪農とちぎ農業協同組合に出荷している。さらに、一六年には一八五頭の和牛も販売した。

一六年三月期の売上高は一〇億三四〇〇万円となり、二一年度に比べ八割近く増えた(図)。成長の要因として、酪農とちぎ農協の担当者「情報」をキャッチし、時代の先を読む竹内さんの力が大きい」と言う。

竹内さんは一九五四年、京都府舞鶴市に生まれた。父は公務員、母は農業に従事し、生計を立てていた。母を手伝いながら、竹内さんは子ども心に「零細な日本の農業には将来性がない」と感じていた。

図 ウェルシーファームの売上高の推移



その考えが変わったのは高校生の時、テレビで養豚業を紹介する番組を見てからだ。「畜産なら農地面積が狭くても経営できる」。兄の友人の酪農家の話も聞き、大学は畜産学部への進学を望んだ。だが、父親は「法学部に行き公務員になれ」と大反対した。やむなく法学部を受験し合格したが、入学金を支払わず在宅浪人で抵抗。父が諦めるのを待って翌年、北海道の酪農学園大学に入学した。

### 生産調整で規模拡大が足踏み

大学卒業後は東京の飼料販売会社に営業職として就職し、那須町に肥育牧場ができたのを機に那須地方の担当になる。一九八一年、取引先だった

竹内牧場の経営者、竹内二郎さんの長女、礼子さん(六〇歳)(現、専務)と結婚し、牧場の後継者になった。

当時の竹内牧場は搾乳牛五二頭と、地域では比較的大きな酪農家だった。九〇年に社長就任。同年一月に法人化し、ウェルシーファームを設立した。これを機に、飼育頭数を急ピッチで増やし規模拡大をしていく。

まず、一九九〇年に二〇〇頭規模のフリーストール牛舎を建設。九六年には二つ目の牛舎を建て、搾乳牛三〇〇頭の体制を整えた。二〇〇六年には二〇〇頭規模の牛舎とロータリーパーラーが完成し、五〇〇頭体制に拡大した。ロータリーパーラーは二〇〇〇頭分の搾乳能力があり、将来の二〇〇〇頭体制への布石も打った。

しかし、規模拡大は順風満帆ではなかった。一つは、〇六年度に始まった乳牛の頭数を減らす生産調整だ。余剰生乳の解消を狙った政策だが、乳牛を増やせないで生乳の収入は減る。事実、翌〇七年には全国で二二〇〇戸の酪農家が廃業に追い込まれた。借り入れた制度資金の「大家畜緊急特別資金」も規模拡大の足かせになった。融資条件では新規の資金が導入できない。新たな資金が途絶えれば乳牛への投資ができず、生乳生産量が落ちる負のスパイラルに陥る。地銀の資金に借り換えて規制の対象から外れた。

規模拡大が足踏みを続けた中でもウェルシーファームはなぜ、経営基盤を強化できたのか。その最大の要因は、酪農と肉用牛生産を組み合わせた「酪肉複合経営」にある。

### 肉用牛部門の拡充で利益確保

生産調整による生乳生産の落ち込みを補おうと取り組んだのが肉用牛生産だ。一九八六年から獣医が教えてくれた「受精卵移植」による和牛の生産を開始した。当時は試験場レベルの技術だったが、受精卵を乳牛に移植して和牛やF1(交雑種)など肉用牛を産ませれば新たな収益源になると、地域の農家とともに獣医たちがつくった會員制の受精卵移植組織に参加した。

だが、移植件数は伸び悩んだ。那須町では生産した和牛の育成牧場が確保できなかったからだ。そこで八九年、ウェルシーファームを含めた地域の酪農家二三軒が出資して、北海道白老町に共同の育成牧場「有限会社北那須牧場」を開設し、育成牛を預託した。生産調整の際、和牛生産を拡充できたのは、こうした技術の下地があったからだ。もともと、ウェルシーファームの和牛生産が年二〇〇頭規模になると、北那須牧場では収まり切らない。今では北海道の別の牧場に預託している。

ウェルシーファームでは搾乳牛が一〇〇〇頭規模になれば、子牛を年間一〇〇〇頭以上産ませることが可能だ。このうち後継牛を三割とすれば、年間七〇〇頭の肉用牛が生産できる。現在、ウェルシーファームの売上高に占める肉用牛部門の割合は一割程度だが、将来は三、四割に増やしたいという。肉用牛を増強すれば、売上高で二〜一

五億円、利益率を現在の10から20%に引き上げるのも夢ではない。

酪農経営にとってコスト削減と生産性向上は大きな課題だ。中でも、経営コストの四割を占める飼料価格の動向は経営を左右する。

そこで、ウエルシーファームでは自家飼料としてデントコーンを二五畝栽培するほか、地元の家から五〇キログラム相当の飼料を購入している。飼料米は使わないが、福島県西郷村の営農集団からは転作のホールクロップサイレージ（稲発酵粗飼料）も買っている。だが、国産飼料だけではとても足りない。ベースは輸入穀物や牧草にならざるを得ない。輸入飼料のコストを少しでも削減するため、栃木県内の大規模酪農家四社と飼料の共同購入にも取り組む。購入量をまとめ、輸入商社から直接購入してコストを下げている。

### 収益格差を生む人の目

一方で、竹内さんは「まずコスト削減ありき」の経営には懐疑的だ。飼料コストを削減した結果、生乳生産量が落ちてしまえば元も子もない。

そこで、コストが掛かっても品質のいい飼料を与え、牛舎環境を改善して乳房炎など病気の発生を減らし生乳生産量を増やしている。さらに繁殖成績を向上させれば、トータルのコストは下がる。コスト削減は、生産性とのバランスが重要というわけだ。

例えば、生乳は三六五日、朝晩の二回、合計七三〇回搾る。仮に搾乳量が一回一キログラム増えれば、一年で七三〇キログラム増える勘定だ。これを五年、一〇年と積み上げれば、ばかにならない数字にな

る。生乳生産量を増やそうと飼料の与え方、発情観察、病気の早期発見など、こまめに牛を管理する農家と、そうでない農家の収益格差は大きく広がる。

こうした差をつけるのは「機械ではない。人間の目だ」と竹内さんは強調する。パソコンの入力データは搾乳量が大きく変動すれば、病気などに気付くが、ジワジワと減っている場合には発見が遅れる。ロボットは一定の水準を達成するには効果的だが、それ以上には限界がある。

これに対して、ベテラン従業員は何百頭もの牛の特徴を記憶し、搾乳量が少しでも減れば気付いて対策を打つ。従業員は外国人研修生を含めて二十九人。特別な従業員教育はしていないが、人材を確保し、定着させる必要があると語る。

日本の一頭当たり生乳生産量は二〇一五年度で八五一一キログラムとなり、世界でもトップレベルの水準になった。乳牛の改良機関はさらなる乳量の増加を目指しており、酪農家にはそれに見合った飼養管理技術が求められる。古い飼養技術では生産性向上は望めない。

ウエルシーファームの一頭当たりの生産量は年平均一萬二〇〇キログラムへの増量を目指している。それには新しい飼養技術や設備が必要だ。

特に装置産業化されつつある酪農には継続的な設備投資が欠かせない。長期展望を持ち牛舎や堆肥処理施設を建設し、搾乳ロボットや重機を購入、科学的な管理技術を導入するには膨大な資金がかかる。ウエルシーファームは年によって差はあるものの、ならば売上高の一割程度を設備投資

に回してきた。公庫や銀行から飼育する牛を担保にした「動産担保融資（ABL）」の融資を受け、牛舎建設などに充てた。

近年、力を入れているのが環境投資だ。堆肥処理施設の整備などの環境投資は収益の増加につながらないため、後手に回りがちだった。

しかし、牛舎建設も一段落した今は、環境投資を優先できるようになった。その一つが前述のコンポストバーン牛舎だ。フリーストール牛舎は飼育頭数の増加に比例して堆肥生産量が増えるが、コンポストバーン牛舎は堆肥生産量の増加を半分に低減できる。周辺に耕種農家が少なく、堆肥需要の小さなウエルシーファームにとって、堆肥の発生抑制はコスト削減につながる。

### 今後の酪農経営に三つの課題

今後の課題はまず、搾乳牛一〇〇〇頭体制の達成だ。現在の牧場敷地には、まだ牛舎を建てる余裕があり、達成は可能だ。しかし、一〇〇〇頭からさらに増やし、売上高で二〇億円規模に拡大するには、よそに第二牧場を建設せざるを得ない。竹内さんは「それは後継者が考えること」と、アイデアを提示するにとどめ、長男で後継者の太一さん（現取締役）の判断に委ねている。

二つ目は後継者への経営承継だ。ウエルシーファームの株式は竹内さんが三〇〇株、礼子さんが一〇〇株を保有しているが、好業績を反映して株式の評価額が上がれば太一さんへの株式委譲が難しくなる。そこで、アグリビジネス投資育成株式会社から出資を受ける代わりに、一株三万円ですしずつ株式を預託している。こうしておけば





ウェルシーファームのコンポストバーン牛舎。採食エリア（左）と休息エリア（右奥）を結ぶ通路はゴムマットが敷き詰められている[上] 適切に管理されているコンポスト（堆肥）が敷かれた休息エリア[下]

預託時とほぼ同額で株式を買い戻すことができ、後継者の資金負担は小さくて済む。

最後の問題は乳製品や食肉の貿易自由化だ。T P P（環太平洋経済連携協定）の発効は絶望視されるが、日本とE U（欧州連合）のE P A協定（経済連携協定）が結ばれ、E Uの安価な豚肉が流入すれば、牛肉価格も下落しかねない。乳製品の輸入が増えれば、乳価の下げ圧力も強まる。規模拡大でコストを削減する手もあるが、それには従業員確保が難しい。日々の細かな改善を積み上げるコスト削減策がますます重要になる。

竹内さん自身も社長退任後は、粗飼料栽培から収穫・配送を手掛けるコントラクターと、T M R

センター（注2）をセットにした組織の設立構想を温めている。酪農家にとって飼料作りは大きな負担だが、効率的な飼料作りを支援することで、その負担を軽減できると考える。

### 技術の追求、改善が酪農を強くする

日本の酪農は、大規模農家が増えます大きくなり、中小規模の廃業が目立つ。だが「大規模経営だけでは日本の酪農は廃れる」と竹内さんは強調する。

「酪農は陸上競技と同じ。一〇〇キロ走やマラソンなどの種目があるように、酪農もさまざまな経営スタイルがあつていい」と言う。

酪農が生き残るには、高コストだが生産性が高い大規模法人のほか、中小家族経営、放牧など低コスト型の経営といった多様な経営があるべきだ。そうした経営規模や経営スタイルは、自分や家族がどんな生活を送りたいか、どんな経営理念を貫くかによって自ら決定し、その時々々の農政に振り回されるべきではない。どんな経営にも工夫の余地があり、知恵の出し方次第で収益は上がる。

竹内さんは、若い経営者に、酪肉複合経営なら一〇〇頭規模でも一〇〇〇万円の利益を上げられるので、「酪農は収支トントンでいい。和牛で利益を上げることが重要だ」と説いている。

ウェルシーファームは酪肉複合経営や飼料の共同購入、搾乳量を増やすための給餌方法などで工夫を重ねてきた。搾乳作業以外の空き時間には牛を観察し、新たな技術も先取りしてきた。

多様なスタイルでそれぞれ工夫し、時には協働することで補完し合う。グローバル化の中で日本らしく技術を追求し改善していくことが酪農を強くする。竹内さんの視点に展望が見える。

（帝京大学教授 金子弘道）

注1：放し飼い方式のフリーバーン牛舎の一種。休息エリアはおがくずとふん尿が積み上げられており、それをロータリーで攪拌し、牛舎内でふん尿を堆肥化させるシステム

注2：T M R（Total Mixed Rations）は、牧草などの粗飼料、トウモロコシなどの濃厚飼料、ビタミンなどの添加物などをバランスよく配合した牛の飼料。「完全飼料」とも呼ばれる。これを大量生産するのがT M Rセンター



Report on research

# 稲作は3年ぶりに 増収増益 酪農・肉用牛も 増収増益

—2015年 農業経営動向分析—

2015年は販売価格の上昇による売上高の増加や燃油価格の下落に伴う費用削減などにより、稲作、北海道畑作、キノコ、酪農、肉用牛肥育などで個人、法人共に増収増益となりました。

の継続により、個人の売上高は前年並みで法人は増収となりました。加えて、燃油価格下落に伴う燃料動力費削減により、個人、法人共に増益となりました。

## 耕種の所得は部門で格差

二〇一五年の個人経営（耕種部門）の収支状況を経営部門別に見ます。まず、売上高については、果樹を除いた業種で三〇〇〇万円程度となっています（表2）。特に、平均経営規模が大きい畑作（北海道）と露地野菜（北海道）では五〇〇万円を超えています。

次に農家所得は、畑作（北海道）、露地野菜が一〇〇〇万円を超える一方、果樹、茶では五〇〇万円程度にとどまり、業種による差が大きくなっています。

また、売上高に対する借入金残高の比率（売上高借入金残高比率）は、大半の業種で六〇〜九〇%となつていますが、露地野菜（都府県）では四〇%程度と低い値です（図1）。

費用に占める材料費の割合（材料比率）は畑作（北海道）と露地野菜（北海道）が高く、その他の業種はおおむね三〇〜四〇%前後です（図2）。大規模な機械化が可能な畑作（北海道）と露地野菜（北海道）は、稲作同様、労務費割合（労務費率）が

低い一方、施設、機械導入により減価償却費の割合（減価償却費率）は高くなっています。

## 全ての畜種で材料費率高

同様に、個人経営の畜産部門の収支状況を経営部門別に見ると、都府県の酪農を除く業種で売上高が一億円を超えており、大規模化が進んでいることがうかがえます（表3）。

農家所得は、酪農（都府県）、採卵鶏、ブロイラーで一〇〇〇万円程度、さらに酪農（北海道）、肉用牛肥育、養豚一貫で一五〇〇万円を超えています。所得率は全業種とも五〜一五%であり、耕種に比べて低い水準です（図3）。畜産は単位当たりの利益が少ないため、利益を確保するには相当な数量を販売しなければならず、経営規模拡大の必要性が高い業種と思われれます。

なお、酪農については、設備負担に加え保有家畜（乳牛）の減価償却負担が大きいために、所得率に比べて高くなっている売上高キャッシュフロー比率にあらわれています。

売上高借入金残高比率は、酪農（北海道）、肉用牛肥育（肉用種）、採卵鶏が六〇%程度と高く、ブロイラーでは三〇%未満と低い値です。材料費率は耕種（三〇〜五〇%）に比べて高く、全ての畜種でおおむ

日本公庫では、農業を営むお客さまを対象に、三カ年（二〇一三〜一五年）の決算データを集計して、損益の動向や財務指標などを分析しています。日本公庫ホームページでは、調査結果の詳細や関連図表などが確認いただけます。（<https://www.jfc.go.jp/n/findings/publish.html#info>）

## 稲作増益は米価上昇が寄与

経営部門別に二〇一四年と一五年の収支を比較しました（表1）。耕種部門では、稲作は一五年産米の収量が前年産と同水準であったものの、米価が上昇したことなどにより、個人、法人共に三年ぶりに増収増益となりました。特に、法人経営

の経常利益は前年に比べ三九・三%増と、大幅に改善しました。畑作（北海道）も、一五年産小麦の作柄が改善したことや大豆の作付面積が拡大したことにより生産量が増加し、個人、法人共に増収増益となりました。

一方で、個人の露地野菜（北海道）は、タマネギの卸売価格の下落などにより減収減益となりました。

畜産部門では、酪農が一五年の乳価引き上げにより、個人、法人共に増収増益となりました。

肉用牛肥育も、全品種とも卸売価格が上昇し、個人、法人共に増収増益となりました。

採卵鶏、ブロイラーは、一四年以降の堅調な需要を背景とした高値

ね六〇%以上となっています(図4)。

また、肉用牛肥育では素畜購入単価上昇を受け、費用に占める素畜費の割合(素畜費率)が高くなっており、特に肉用種で素畜費が飼料費より高くなっています。

一方、養豚一貫、採卵鶏、ブロイラーでは飼料費の割合(飼料費率)が五五%超と高く、飼料価格が上昇した場合、経営に与える影響が大きくなります。

(情報企画部 高雄 和彦)

【集計・分析対象など】

- 集計・分析対象先  
公庫取引先六一三先(個人経営 四四七八先、法人経営一六三五先)
- 対象経営部門(農業収入の第一位部門で区分)  
耕種八部門:稲作、畑作(北海道)、果樹、露地野菜、施設野菜、施設花き、茶、キノコ  
畜産五部門:酪農、肉用牛肥育、養豚一貫、採卵鶏、ブロイラー
- 対象決算期  
二〇一三年・一四年・一五年  
法人は各年一二月〜翌年三月が決算期のもの
- 【注】  
● 文中中の「増益」や「減益」は、個人経営では農家所得(専従者給与控除前・税引前)、法人経営では経常利益が増加したか減少したかで判断している。

表1 経営部門別の収支(2014年と2015年の比較)

(金額単位:百万円)

経営部門	個人経営									法人経営										
	サンプル数	売上高			農家所得 (専従者給与控除前)			サンプル数	売上高			経常利益								
		2014年	2015年	増減率	2014年	2015年	増減率		2014年	2015年	増減率	2014年	2015年	増減率						
耕種	稲作	北海道	62	26.8	30.4	↑↑	13.4%	6.0	8.1	↑↑	35.0%	683	55.8	60.6	↑	8.6%	1.5	7.4	↑↑	393.3%
		都府県	1,284	24.7	27.8	↑↑	12.6%	4.9	7.2	↑↑	46.9%		85.5	96.1	↑↑	12.4%	2.3	9.5	↑↑	313.0%
	畑作(北海道)	26	51.2	64.0	↑↑	25.0%	9.7	16.4	↑↑	69.1%	32	85.5	96.1	↑↑	12.4%	2.3	9.5	↑↑	313.0%	
	果樹	271	16.4	17.2	→	百万円未満	4.9	5.1	→	百万円未満	44	78.2	81.2	→	3.8%	2.6	3.2	→	百万円未満	
	露地野菜	北海道	70	58.7	52.2	↓↓	▲11.1%	16.0	14.0	↓	▲12.5%	57	106.2	118.8	↑↑	11.9%	2.6	7.0	↑↑	169.2%
		都府県	380	33.4	37.5	↑↑	12.3%	8.8	10.7	↑↑	21.6%		131.4	138.4	↑	5.3%	▲0.5	1.5	→	百万円未満
	施設野菜	663	31.4	35.2	↑↑	12.1%	7.7	9.8	↑↑	27.3%	50	131.4	138.4	↑	5.3%	▲0.5	1.5	→	百万円未満	
	施設花き	186	41.1	43.2	↑	5.1%	7.4	8.9	↑↑	20.3%	31	100.8	101.8	→	1.0%	0.0	▲0.4	→	百万円未満	
	茶	124	29.1	28.2	→	百万円未満	4.9	4.6	→	百万円未満	41	110.4	112.6	→	2.0%	▲9.1	▲3.8	↑	赤字幅縮小	
	キノコ	28	33.4	36.5	↑	9.3%	5.3	6.9	↑↑	30.2%	32	406.0	437.1	↑	7.7%	25.1	42.8	↑↑	70.5%	
畜産	酪農	北海道	28	93.9	103.1	↑	9.8%	10.7	15.1	↑↑	41.1%	108	207.1	229.5	↑↑	10.8%	8.5	21.9	↑↑	157.6%
		都府県	713	76.3	81.1	↑	6.3%	7.8	10.3	↑↑	32.1%		150	229.1	246.6	↑	7.6%	10.8	18.2	↑↑
	肉用牛肥育	447	134.8	154.3	↑↑	14.5%	8.4	17.5	↑↑	108.3%	107	737.0	853.5	↑↑	15.8%	14.9	68.2	↑↑	357.7%	
	養豚一貫	135	122.1	124.4	→	1.9%	14.3	16.5	↑	15.4%	190	597.3	606.7	→	1.6%	37.8	37.0	→	百万円未満	
	採卵鶏	32	146.8	151.0	→	2.9%	9.5	11.6	↑↑	22.1%	85	1110.8	1179.2	↑	6.2%	14.6	63.6	↑↑	335.6%	
	ブロイラー	29	134.6	137.9	→	2.5%	7.5	9.4	↑↑	25.3%	25	3510.0	3783.5	↑	7.8%	224.0	336.2	↑↑	50.1%	

●増減率・売上高 ↑↑:10%以上増 ↑:5以上~10%未満増 →:±5%未満増減 ↓:5以上~10%未満減 ↓↓:10%以上減  
 ・農家所得・経常利益 ↑↑:20%以上増 ↑:10以上~20%未満増 →:±10%未満増減 ↓:10以上~20%未満減 ↓↓:20%以上減

注1:農家所得・経常利益については、増減幅が百万円未満の場合は上記によらず→とした。また、黒字転換の場合は↑↑、赤字幅縮小の場合は↑とした。  
 注2:四捨五入の関係上、増減率が一致しない場合がある。



表2 2015年の個人経営の収支状況(耕種部門)

(金額単位:百万円)

属性	稲作		畑作	果樹	露地野菜		施設野菜	施設花き	茶	キノコ	
	北海道	都府県	北海道		北海道	都府県					
サンプル数	62	1,284	26	271	70	380	663	186	124	28	
経営規模	水稲作付面積 (ha)		経営耕地面積 (ha)	第1位品目作付面積 (ha)			第1位品目栽培面積 (千㎡)	茶園面積 (ha)	-		
	15.8	14.0	44.2	2.6	10.4	4.0	6.0	6.4	5.8	-	
売上高 (A)	30.4	27.8	64.0	17.2	52.2	37.5	35.2	43.2	28.2	36.5	
費用 (E)	22.9	20.5	46.9	12.2	37.9	26.7	25.2	34.3	23.3	29.3	
期首棚卸高	0.7	1.1	7.7	1.6	17.5	0.6	0.2	2.7	0.2	1.0	
材料費 (F)	8.6	6.6	22.9	3.6	17.7	10.0	7.4	10.8	7.2	8.9	
労務費・人件費 (G)	0.7	1.3	2.4	2.2	2.4	3.3	4.2	5.3	2.1	3.8	
燃料動力費 (H)	1.1	1.2	2.0	0.7	1.2	1.0	2.7	4.8	3.1	3.7	
賃借料・リース料	2.4	2.1	5.0	0.2	2.4	0.7	0.5	0.5	0.6	0.2	
減価償却費 (I)	3.8	4.1	6.4	1.6	4.8	3.0	3.2	3.9	3.7	4.4	
その他費用	6.2	5.1	8.1	3.5	9.5	8.4	6.9	8.7	6.4	8.1	
期末棚卸高	▲0.7	▲1.1	▲7.7	▲1.4	▲17.9	▲0.6	▲0.2	▲2.6	▲0.2	▲1.0	
営業利益	7.4	7.3	17.0	4.9	14.3	10.8	9.9	8.8	4.9	7.1	
営業外損益	0.0	0.0	▲0.6	0.1	▲0.2	0.0	0.0	0.0	▲0.2	▲0.2	
農家所得(専従者給与控除前) (B)	8.1	7.2	16.4	5.1	14.0	10.7	9.8	8.9	4.6	6.9	
減価償却前 (C)	12.0	11.3	22.8	6.7	18.9	13.7	13.1	12.8	8.4	11.3	
(参考)	専従者給与	3.2	2.5	5.4	2.3	6.1	4.9	4.3	4.6	2.8	2.8
	借入金残高 (D)	25.0	21.7	47.0	13.6	36.1	14.9	21.9	26.0	23.7	25.4

図2 2015年の個人経営のコスト内訳(耕種部門)

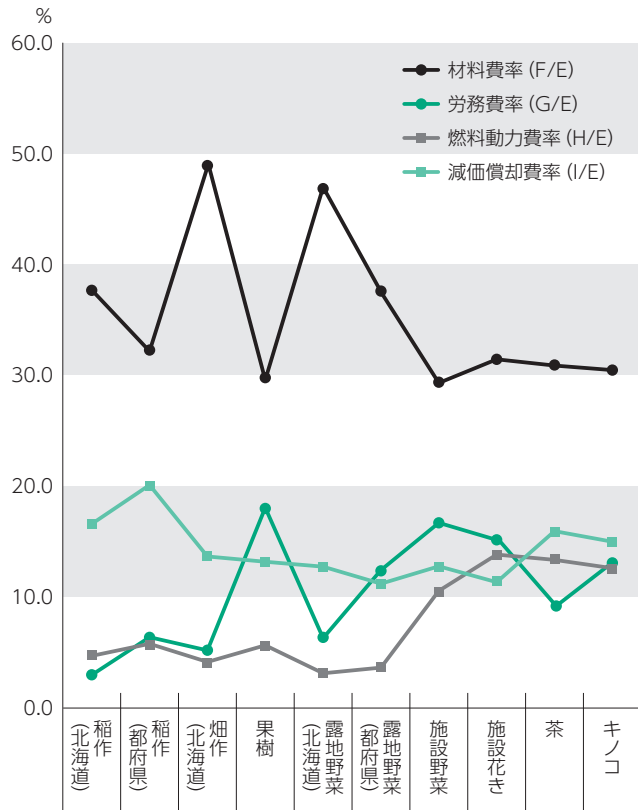


図1 2015年の個人経営の所得率など(耕種部門)

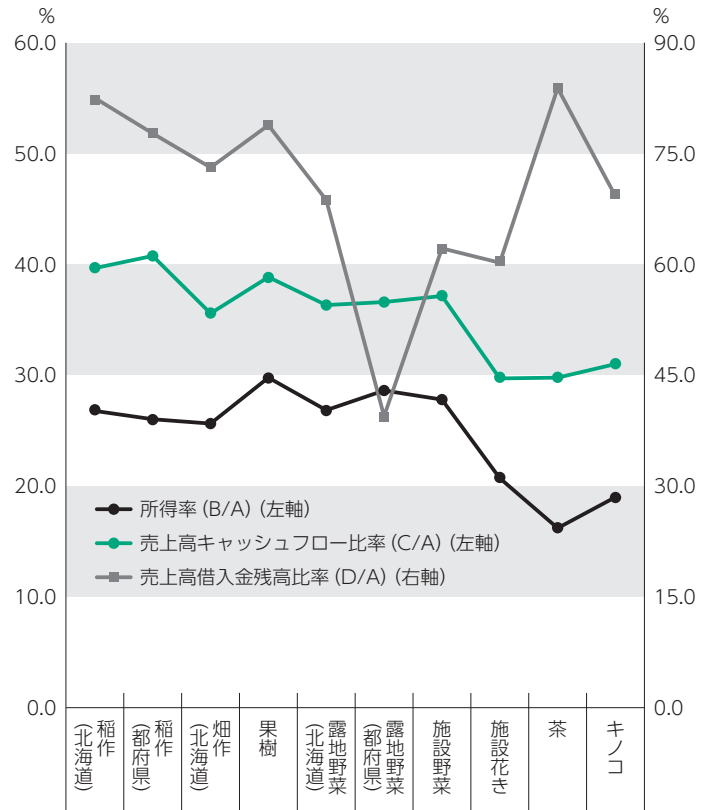


表3 2015年の個人経営の収支状況(畜産部門)

(金額単位:百万円)

属性	酪農		肉用牛肥育			養豚一貫	採卵鶏	ブロイラー
	北海道	都府県	肉用種	交雑種	乳用種			
サンプル数	28	713	361	63	20	135	32	29
経営規模	成牛頭数(頭)		飼養頭数(頭)			繁殖雌豚頭数(頭)	飼養羽数(千羽)	
	116.6	68.6	231.1	397.7	429.4	154.8	42.2	61.3
売上高(A)	103.1	81.1	148.6	183.8	165.4	124.4	151.0	137.9
費用(E)	87.9	70.5	130.9	162.8	143.3	107.7	138.1	128.5
期首棚卸高	3.9	1.2	112.3	139.6	84.6	21.4	4.0	6.1
材料費(F)	51.3	45.1	113.4	144.5	121.4	74.3	103.2	103.3
飼料費(G)	33.9	35.3	39.4	64.9	68.9	59.3	84.6	79.9
素畜費(H)	3.9	1.4	56.5	60.3	45.2	1.9	10.3	15.2
労務費・人件費	2.8	2.1	2.3	3.3	2.5	4.3	7.4	2.0
減価償却費(I)	14.4	10.4	4.6	4.9	4.5	6.8	10.2	4.1
その他費用	19.0	12.7	22.7	22.6	21.4	20.8	18.2	18.6
期末棚卸高	▲3.7	▲1.2	▲124.6	▲152.3	▲91.3	▲20.0	▲5.0	▲5.8
営業利益	15.1	10.6	17.7	20.9	22.0	16.6	12.8	9.4
営業外損益	0.0	▲0.2	▲0.8	▲0.7	▲0.6	▲0.1	▲1.2	0.0
農家所得(専従者給与控除前)(B)	15.1	10.3	16.8	20.1	21.3	16.5	11.6	9.4
減価償却前(C)	29.6	20.8	21.5	25.0	25.9	23.3	21.8	13.5
専従者給与	4.1	3.5	2.4	2.9	3.0	6.8	3.8	3.6
借入金残高(D)	64.6	36.0	92.4	93.6	66.1	44.5	89.6	37.2

図4 2015年の個人経営のコスト内訳(畜産部門)

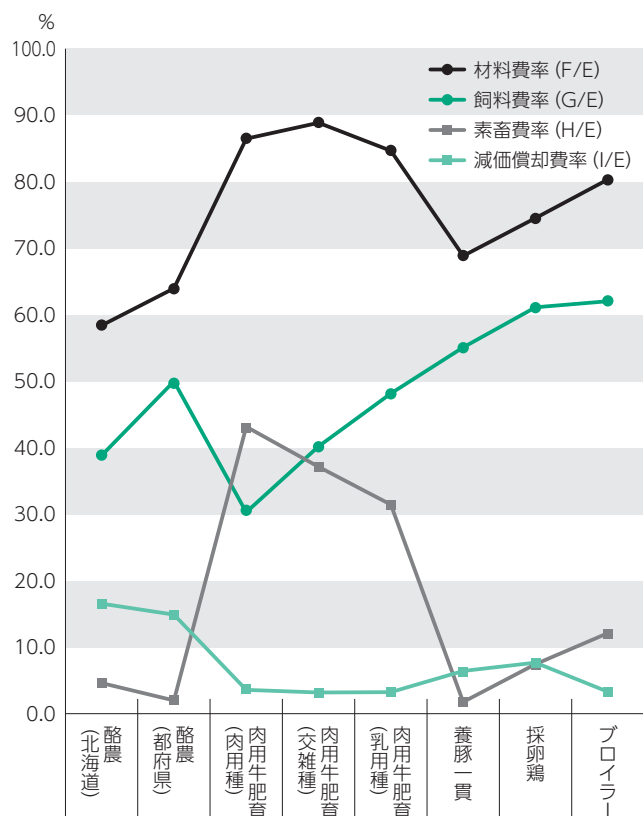
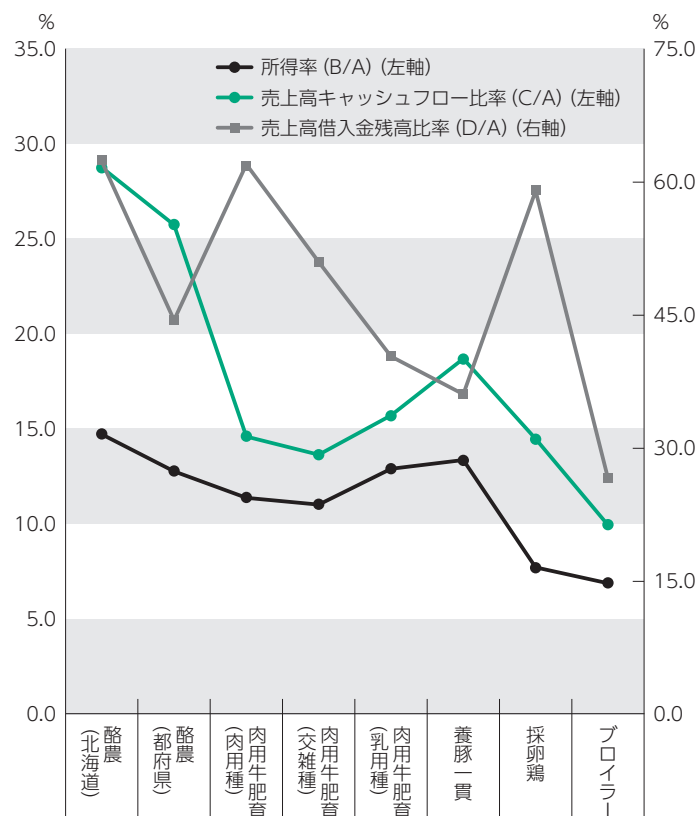


図3 2015年の個人経営の所得率など(畜産部門)



趣味や生きがいではなく、  
生活をかけた  
五〇歳からの農業が始まる  
人間の生命の誕生に  
背中を押されました

農と食  
の邂逅

渡邊 博美 さん

群馬県前橋市

渡邊ファーム・ひろ味工房 代表

夫の家は代々農家で土地があり、義父は「なんといつても農業が一番」をいつも口癖のように。長女の出産を間近で見て、生命の誕生に農業を決心。大規模化時代に小農学会が設立され、ここに家族農業がひとつ生まれた。







P19:笑顔が素敵な博美さん。農場でできた野菜や仕入れた果物を乾燥させ、加工品として販売している。ドライフルーツの加工では広く認知されている P20:ハウス(62a)のほか、露地(120a)でも各種野菜を生産する。左は和典さん(右上) 和典さんの長男、湧史(ゆうし)君(16歳)は父親の跡を継ぐ気満々とか(右下) 加工品は直売所や催事などで販売。対面だと売れ行きが伸びるそうだ。ギフト用にまとまった注文が入ることも多い(左)

## 第二の人生を農業にかけて

五〇歳近くになってからの就農。しかも、趣味や生きがいのためではなく、生活をかけた農業。「でも、五〇からでも新しいことにチャレンジできることをそれなりに示せたかな?」——柔らかな表情で渡邊博美さん(六三歳)は語る。

もともと父親が営む土木建設会社で三〇年にわたり仕事をしてきた。二〇〇二年、弟が社長に就任し、同じ会社で働いていた夫、初夫さん(六九歳)とともに博美さんは会社を離れた。ホームヘルパーの資格を活かした仕事も考えたが、ある日、博美さんの頭に浮かんだのは初夫さんの父の口癖でもある「なんといいっても農業が一番」という言葉だった。渡邊家は代々農家で土地もある。夫婦は長く続けられる農業にかけることにした。

「収益性を考えると野菜がいい」「この辺りはナスを作る農家が多い」と情報を集め、ナスを作ろうと決心。〇二年七月から三〇坪のハウス建設に取り掛かった。就農のために一〇〇〇万円を用意したものの、ハウスの資材や最低限の農業機械をそろえていくと、あっという間に無くなった。「あの頃はつらかった。ハウス建設も排水工事も自分たちでやるを得なかった。でも、結婚した長女(知夏さん)が子どもを産んだ頃で、生命の誕生を間近に見て、ものすごく励まされました」

地元のナスの生産組合の組合員となり、〇三年一月からJAへの出荷を始めた。周りの

農家やJAにアドバイスを仰ぎ、JAの共選品種の式部ナスの生産に励んだ。もともと前向きで積極的な博美さん。「野菜農家なのに野菜について知らないわけにはいかない」と、野菜ソムリエの資格を取得。さらに「規格外のナスを出荷しないのはもったいない」と、近隣の農産物直売所への出荷にも力を入れ、お客さんに食べ方や保存方法を丁寧に教えた。

その分、作業は過酷だった。昼はハウスでの作業。夜は睡眠時間を削りながら、延々と続く調製作業。「ハウスと家を往復する毎日、社会から断絶されたような錯覚に陥ったこともありました」。収穫や摘果の際には必ずといっていいほどハサミを使う。そのうち手が痛くなり、箸も持てないほどの激痛が走った。助っ人になってくれたのが長男の和典さん(三七歳)だった。つらそうな母を見かねて、調理師として働く傍ら、ハウスの作業を手伝うようになった。そして〇八年、和典さんが本格的に就農し、三人体制になった。

### 経営が軌道に乗った矢先に

初夫さんと和典さんが生産を担い、博美さんは加工、販売に力を入れた。親戚のプレハブの建物を借り、漬物や惣菜に加工し、直売所へ出荷した。県内の女性農業者や、野菜ソムリエの会合に参加し、ネットワークを広げていった。ひたむきさが実を結び、商談会や直売イベントに参加しないかと頻りに声が掛かるようになり、自ら進んでナスや加工品をアピールした。すると県内外の直売所、レ

ストランへと販路が広がっていった。

さらに、消費者と対話する機会が増えるにつれて、ニーズも分かるようになり、ナスは一種類だけでなく、水ナスや米ナスなど種類を増やし、キュウリやブルーベリーなど品目も増やした。和典さんは、栽培方法にも特徴を出そうと、酵素や微生物資材で土づくりを



雪により、既存のハウスも半壊し、全面的に建て直した。それでも博美さんは「農業を始めてよかった」と言う。博美さんの左隣は夫の初夫さん

し、減農薬栽培を主体にした野菜作りにシフトしていった。いつしか、お客さんから「ここの水ナスが一番おいしい」と言われるま

でになった。  
二〇二二年、六次産業化に取り組み農業者として、国から認定を受け「総合化事業計画認定事業者」となり、一三年に自宅敷地内に

加工所「ひろ味工房」を建てた。ナスとブルーベリー、赤シソを原料とするジュース「紫のおもてなし」をはじめ、加工品を次々に生み出した。

ナスを使ったジュースという独自性が認められ、「紫のおもてなし」は一四年に農山漁村男女共同参画推進協議会、ひめこらぼ主催の商品力アップールコンペでアイデア賞に輝く。同年二月に開催された受賞式参加のため東京に着いた翌朝、博美さんは家族からの電話に言葉を失った。規模を拡大し、五〇坪のほ場に建てたハウスが、わずか二週間で大雪のため全壊してしまったのだ。経営が軌道に乗り始めた矢先のことだった。

### 家族で二つの目標に向かう喜び

茫然<sup>ぼうぜん</sup>自失となった博美さんだが、「やめるわけにはいかない。再建するしかないという想いだけでやってきました」

「もう、雪が嫌いになった」という息子の昊<sup>こう</sup>征君（一一歳）の言葉にうなだれる和典さんを「前を向く姿をまず親が見せなきゃ」と諭した。同じ言葉を博美さんは自分自身に発し、奮い立たせたことだろう。

それから三年。新たに建てたハウスの前にはワタナベファームの大きな看板も立っている。「少しでも目立てばと思ってる」と、ほほ笑む博美さん。

土地があれば農業は比較的参入しやすい。だが天候や災害の影響を受けざるを得ない。その中で収益を得る過酷さは、経験した人で

なければ分からないだろう。手間を惜しまない地道な努力と我慢。博美さんは両方を備えているように見える。

そんな博美さんも「周囲や家族の助けがあったからこそまで来られました」としみじみ話す。次女の紗知子さん（三二歳）が高校生の時、卓球の試合に出る日に農作業に追われる博美さん夫妻が試合を観戦できるようにと、紗知子さんの友人の保護者たちがハウスに来て農作業を手伝ってくれたという。

現在は、実家を離れて暮らす知夏さん（四〇歳）と紗知子さんは、「このレストランで使っている野菜、面白いよ」「ジャムにはこんな瓶を使ったら」と常に情報をくれる。

博美さんが最も気掛かりだったのは和典さん。「自分が農業へ引きずり込んだのは？」という思いがあった。だが「やりがいあるよ」という和典さんの一言に救われたという。

和典さんは今、群馬県内の若手農家たちでつくるNPO法人まえばし農学舎の活動に参加し、農業の楽しさを消費者に知ってもらうための交流活動を行っている。そして博美さんは、直販ルートが増えてきた今も、野菜を扱ってくれる直売所に頻繁に立ち寄り、店長やお客さんとの情報交換を欠かさない。さらに、自宅敷地に直売所を建てる、さらに、高齢者への弁当の宅配事業も構想中だ。

渡邊ファームは常に、過去ではなく未来に向かって歩んでいる。

（青山浩子／文 河野千年／撮影）



世の中にはおいしいものがあふれている。特に日本はおいしいものの宝庫だ。

海と山に恵まれ、南北に細長い地形が、豊かな四季とバラエティーに富んだ食を育んできた。その上、都会では今や世界中のおいしいものが簡単に手に入る。フランス料理もイタリア料理も、ハイクラスなレストランなら日本で食べるものが一番おいしいのではないかと思えるほどだ。

日本人には探究心があるからなのだろう。おいしいもののために食材の生産者、配送業者、料理人たちが、こだわりでこだわり抜いて、日々新たなおいしいものを目指している。

ブランド化された食材の素晴らしさは世界中の羨望の的<sup>せんぼう</sup>。それらを使って丹精を尽くされたきれいなお料理をいただく時は、皆さんのその努力にひれ伏したくなる。

「私には出来ひんわ〜」。そう思うからなのか、レストランの料理はおいしい。

一方、何もない時にお腹が減って、家で卵かけごはんを食べたくなる。卵かけごはんのために、わざわざごはんを炊く。ごく普通のお米でいい。今か今かと炊き上がりの瞬間を待ち、やけどするくらい湯気がぽつぽつと立っているごはんに、お箸でさつと穴を開けて常温で置いておいた卵をぼとり。

醤油をかけてお箸でかき混ぜると、炊きたてごはんの熱で卵にほんのり火が通る。刻みネギとおかかをトッピングするとなおいい。

たまらなくなつて出てきた唾をこぐりと飲み込み、程よく混ぜざつて黄色くふんわりとろりとした卵かけごはんをさらさらつと口に落とし込む。そのおいしさ、そのぜいたくさは何なのだろう。

いや、決してぜいたくではないのだが、おいしいものを食べたい。たとえ卵かけごはんであろうともおいしく食べたい。

そのためにわざわざ米をとき、ごはんを炊き、卵をかけるのに一番ふさわしいタイミングにこだわる。待ちに待ったその瞬間を味わう。

もしかしたら、そんな気持ちがおいしいものを生み出すのに一番大切なかもしれない。



料理家  
大原 千鶴

おおはら ちづる  
京都・花背(はなせ)の料理旅館「美山荘(みやまそう)」の次女として生まれ、幼少の頃から料理に触れて育つ。現在、京都市内に住まい、料理家として雑誌やテレビ、料理教室、講演会などで活躍中。NHK Eテレ「きょうの料理」のレギュラー出演、NHKBSプレミアム「あてなよる」[京都人の密かな愉しみ]の番組出演や料理監修も手掛ける。高校生、中学生、小学生の二男一女の母でもある。主な著書に「忙しい人でもすぐに作れる いつもの材料でおいしい和えもの」(2016年、家の光協会)など多数。

## おいしいものってなんだろう



松本自然農園代表

# 松本直之

(四〇歳)



●まつもと なおゆき  
一九七六年富山県生まれ。九九年新潟大学工学部卒業後、自動車関連企業へ入社。二〇〇二年退社し、自転車で日本一周の旅に出る。旅の途中で有機農業に出会い、〇四年(財)自然農法国際研究開発センターで自然農法の研修を受講。〇五年愛知県豊田市で就農し、無農薬野菜の生産と宅配を手掛ける松本自然農園を開く。小さくて強い農業経営を推進するため、研修生の受け入れや、新規就農希望者を支援するサイト「最強の脱サラ新規就農」を運営。

## 農

薬は人体にも環境にも危険な存在だ、という意見がある。一方で、農薬は科学的に見れば安全で問題ない、といった意見もある。

どうして正反対の主張が出るのかといえば、私は考え方の基準が違うから、という一言に尽きると思う。

農薬危険派は、安全基準をかなり厳しく持っており、少しの農薬が検出されるだけでも敏感に反応し、農薬不要論を展開しようとする。

他方、農薬安全派は、国が定めた基準を信じて科学的に農薬を見ている。絶対の安全はない、という考え方で物事を見ているので、農薬使用によるメリット・デメリットを冷静に判断している。

つまり、危険か安全かを判断する物差しが主張する人によって違うため、結果的に意見が分かれる。ただそれだけのことである。

別の言い方をすれば、農薬の使用・不使用によって、安全性に大きな差異はなく、世間的には安全であるとの評価を受けている。そこでいわゆる有機農業は、農

薬を使っていないから安全だと言うが、安全性だけでは有機農業の優位性はないと思う。

もし有機農業に優位性があるとするならば、消費者に安心を提供しているという点なのではないか。私は現状では農薬の安全性について、消費者が正しく判断しているとは言い難く、有機農産物の方が安全であるという認識の下で安心感を得ているのではないかと思う。有機イコール安全の空気感をつくり出したことが、結果的に消費者の安心につながっているのである。

本来、農薬は、安全性という指標のみでその是非を判断すべきではない。農薬を使用する目的、役割をしっかりと考えた上で多面的に判断しなければならぬ。

農薬は、適切に使用すれば安定生産・大量生産が可能になり、市場に農産物を安く供給することができる。そのため、見た目がきれいで安い農産物を欲しい時に欲しだけ買いたい消費者のニーズをしっかりと満たすことができる。そこに大きな需要があるからこそ慣

行農業は、農薬を使うことで目的を果たし、顧客満足を得ているのである。

一方、食の安全に対して敏感な消費者のニーズを満たすため、「危険」といわれる農薬を使わない栽培を確立した有機農業が広がっている。現状では無農薬での栽培技術はまだまだ発展途上であり、安定して高い収量を得ることは極めてハードルが高い。そのため、見た目がきれいで安い農産物を安定供給するには至っておらず、価格は高くても安全を最優先に求める一部消費者のニーズを満たしているにとどまっている。

つまり、農産物の安さや安定供給を求める消費者には慣行農業、農産物そのものの安全や安心を求める消費者には有機農業と、それぞれのニーズを満たすために役割を分担しているだけのことであり、どちらの農業が正しいという話には決してならない、と私は思う。

も

つとも大切なことは、消費者が求める良いものを生産し、消費者に安心して食べていただくことだ。味、見た目、栄養、安全性、価格、安定供給など多様なニーズを満たすために多様な農業の形で対応していく必要があるからこそ、農薬を使う慣行農業や農薬を使わない有機農業が存在している。

私の農園では、農薬を使っていない。農薬は危険なものではないが、健康でおいしい野菜を育て届けるためには必要ない、と思っているからである。

農薬は便利なものではあるが、それに頼ってはいは栽培技術が磨かれない。ごまかしの効かない環境において、どのようにしておいしい野菜を収穫できるまでに仕上げていくのか、農薬を使わないということは、野菜と真剣に向き合う姿勢が求められているということだ。新鮮さ、栽培方法、品種、旬の四つを満たすことで野菜はおいしくなり、有機野菜を直接販売している農家はこの条件を満たしやすい環境を整えている。

安全は大事だが、安心はもっと大事だ。私は安全であることを当たり前として、その先にある無農薬野菜の価値を消費者と直接つながることで伝え、信頼関係を築いていこうと思っている。

農業者は、なぜ農薬が必要なのか、農薬を使うことで誰の悩みを解決できるのか、農薬を使わないことでどんな利益があるのか、改めて農薬と向き合ってみてはどうだろうか。農薬は目的を達成するための手段であることを忘れてはならないし、農業者も消費者も農薬に踊らされてはいけない。

F

農業者も消費者も農薬に踊らされない  
農薬は目的を達成するための手段である

# 王隠堂 政見さん

奈良県 農業生産法人有限会社王隠堂農園

## 産直を活用し地域ぐるみで生産連携 共同センターが核、広域連携で強化



安全・安心の農産物にこだわる生協などの産地直送取引をきっかけに、奈良県南部の中山間地域の農業生産者を地域ぐるみの生産連携に導いた。株式会社組織の地域共同センターをつくり、地域の農産物の二元集荷を行うと同時に、加工、物流を共同化、利益平等分配も実現した。この仕組みを基に、隣接の三重県、和歌山県の紀伊半島、さらに四国や中国地方の農業生産者とも生産連携の輪を広げ、新たな広域連携網を実現した。

### 安全・安心な農産物で結集

——誰もが王隠堂という珍しい名字に関心を持つと思われれますので、どんな由来か、まずお聞きしたいですね。  
王隠堂 南北朝時代に後醍醐天皇一行が京の都から吉野の里、現在の五

條市に逃れてこられた際、私の先祖がご一行をかくまったことで、王を隠した堂の名を拝受した、と聞いています。私で四二代目です。

——代々、農業に携わっておられた？  
王隠堂 昔は菓草を作って、大阪の菓問屋が立ち並ぶ道修町に卸した他、柿の生産で有名でしたので干し柿なども作った、と聞いています。

——地域ぐるみで農業生産者グループの連携組織をつくられたのはとても興味深いです。何か特別な理由が？

王隠堂 私たちの拠点の吉野郡や五條市は、過疎化や高齢化などの問題を抱える中山間地域で、奈良県の南部振興計画の対象地域となっていてます。そんなハンディを背負う中で、農業生産を含め共同で問題に取り組み、地域の中で農業生産が行われなく

なったほ場に関して、家族農業を重視しながら共同農場の形で農業生産活動を、と感じたのです。

それと一九八〇年ごろ、食の安全性を問う生協や消費者団体との出会いも大きかったですね。

——と言いますと？  
王隠堂 農業の有害性が問われた時期で、安全・安心な食べ物を直接生産者から購入したいという話を持ち掛けられたため、地域ぐるみで取り組むチャンスが芽生えたのです。

——産地直送の流れに乗って、王隠堂さんが仕掛け人になったのですか。  
王隠堂 私だけでなく、現在、グループ中核企業の株式会社パンドラファームグループの和田宗隆社長など、仲間と一緒に行動した結果です。私自身は、同じ五條市で農業の害

を訴え有機農業の研究に関わり全国的に有名になっていた開業医の梁瀬義亮さんらの活動に農業生産者の立場で参加し、私たち農家も何とか現場で取り組みに貢献したい、と思ったのです。その気持ちは産地直送と結び付き、地域ぐるみで安全かつ安心して食べられる農産物を作り、全量、共同で集荷し加工・販売する仕組みをつくらう、という形に発展しました。

### 産直先で西日本と連携話

——活動ぶりですごいと感じたのは、皆さんの活動を近畿のみならず四国や中国地方まで広げられたことです。  
王隠堂 私たちは、安全・安心な農産物が欲しいという都市生活者のニーズに応える農業生産を行うため、奈良県だけでなく隣接する三重県、和





地域共同センターの加工場でビジョンを語る王隠堂政見さん

**Profile**

おういんどう まさみ  
一九四九年奈良県生まれ。六七歳。近畿大学農学部卒業。八四年に農業生産法人有限会社王隠堂農園を立ち上げ、地域に強い愛着を持ち、生協など安全・安心な農産物生産と産地直送取引をまとめ地域ぐるみの共同農場化と企業的農業経営を実現した。豊富な経験と人脈を活かし、紀伊半島のみならず四国、中国の農業生産グループとも積極連携を果たした。

**Data**

農業生産法人有限会社王隠堂農園  
奈良県五條市に本社。代表取締役は王隠堂政見氏。資本金一〇〇万円。耕作地は八割。従業員は五人。王隠堂氏が目指す地域ぐるみのグループ共同事業の生産担当企業だが、グループには有限会社大紀コープファーム、農事組合法人美吉野農園組合などがある。中核は地域共同センターの株式会社バンドラファームグループで委託加工、出荷など事業委託もしている。

歌山県の紀伊半島全体の農業生産者間で連携しました。

これに自信を得て、四国、中国地方など西日本に広域連携の仕組みを広げようとアクションを起こしたら、呼応する動きがあったのです。

——四国などにも王隠堂さんのような地域リーダーがいた？

王隠堂 そうです。志を共有できる人は必ずいるものです。愛媛県西予市の株式会社地域法人無茶々園創設者の片山元治さん、島根県浜田市の有限会社やさか共同農場創設者の佐藤隆

さんがそれぞれ連携して、無農薬栽培、有機栽培の農産物生産のネットワークをつくらうと応えてくれ、株式会社西日本ファーマーズユニオンなどの連携組織ができました。

——有名な法人ですね。これらの人たちの接点を持つきっかけは？

王隠堂 産地直送の取引先は生活クラブ生協と生協パルシステムの二つでしたが、それらの会合の場で一緒にすることになり、農業生産の現場事情などを話すうちに連携ができるぞ、となったのです。

——具体的に、どんな連携を？

王隠堂 仕組みとしては、二〇〇六年九月に西日本ファーマーズユニオンという組織を、また西日本有機農業生産協同組合という組織を相次いで立ち上げました。

そして、私たち奈良県など紀伊半島の生産者グループをはじめ、四国や中国、さらに九州でも同じような問題意識を持つグループや生産者組織が「安全・安心な農産物の供給」をテーマに各自自治体が定めた特別栽培農産物のガイドラインに準じた農産物を生産することにし、その産地直送先を生協クラブ生協などにしたのです。

一方、有機栽培にこだわる生産者は西日本有機農業生産協同組合に属し、生協パルシステムなどと産地直送の

提携を結んで独自に生産情報の交換や人的交流などを行いました。

——広域連携は具体的にどんな形の成果になっているのですか。

王隠堂 例えば、私たちの産地直送先である生協の主力拠点が首都圏でしたので、西日本一帯からの物流が重要になりました。特に共同の集荷配送拠点がポイントになるため、西日本ファーマーズユニオン主導で大阪の運送物流センターの一角に拠点を置きました。また、島根県のやさか共同農場ではキャベツの新種開発を行い、その成果を各グループに提供したり、気候の関係で生産できない産地のために別の産地がリレー生産を行い、農産物を融通しあうことなどです。

**五條市は著名専門家を輩出**

——王隠堂さんの拠点の五條市は、梁瀬医師をはじめ農薬害や有機栽培などで著名人を輩出するユニークな場所です。

王隠堂 梁瀬さんは一九五九年に世界に先駆けて農薬に警鐘を鳴らし、健康を守る会として財団法人慈光会という組織を立ち上げました。作家の有吉佐和子さんの小説「複合汚染」のモデルの一人ですが、他にも問題意識が高い人たちが輩出され、五條市がその拠点になったのです。

私も影響を受けて、農業者として活動に参加しましたが、やや社会運動化したので、私は農業生産現場に戻り、独自の活動をしました。

——王隠堂さんが主導される地域ぐるみの農業生産者グループ連携組織は安全・安心農産物で一致していても、全て有機栽培ではない？

王隠堂 そうです。奈良県南部振興

地域では一四〇〇〇に九〇〇戸の生産者があり、うち私たち五條市の中山間での地域ぐるみの生産には一四〇〇、一五〇〇人が関与しています。その中で有機栽培の認証を受けている生産者は二二〇、三〇〇人ほどです。それ以外は無農薬、減農薬をベースにした特別栽培農産物生産です。栽培方法に違いはあっても、さまざまな共同化が進んでいます。

——生産者組織として王隠堂農園を核に、有限会社大紀コープファーム、農事組合法人美吉野農園組合などを機能別にグループ化されていますが、その中核が地域共同センターで、同時に株式会社化したパンドラファームグループなのですね。

王隠堂 私たちがこだわる農業生産をはじめ、共同して地域ぐるみで問題解決に取り組む原点の組織が地域共同センターです。

産地直送の取引依頼をきっかけに、

農家がグループ化し、毒性の強い農薬や化学肥料を使わないなどの連携基盤ができていきましたが、個々の生産者からの持ち寄り出荷の形で選果場もないため品質管理もできず、また軒先加工で品物のバラツキも多く、産地直送先とのトラブルも起きました。それを補おうと私たちが構想したのが地域共同センターです。

——具体的には、どんな役割を担う組織にしたのですか。

王隠堂 地域の生産者に生産物を全量、この地域共同センターへ出荷してもらい、それに対応できる共同の選果場、加工場、事務局、物流センターをつくったのです。地域ぐるみの組織とはいえ、生産者には強制ではなく、あくまで事業委託をする形の運営とし、株式会社組織にしたのです。地域結束のきっかけになりました。

### 独り勝ちせず共同・平等原則

——農協が本来やるべき機能を地域共同センターが肩代わりしているようにですね。

王隠堂 農協における青果完結型市場出荷と我々の青果加工品ミックス型産地直送出荷は、どちらも一長一短があり、我々の機能が特別優れているとは言えません。今後は、互いの強みを結集した事業展開を共に目指すこと

が望ましいと考えています。

——地域共同センターの事業部門には、農産事業部、加工事業部という本流部門以外に、農悠舎事業部というレストラン部門も持つておられる。六次産業化も手段になりますか。

王隠堂 レストランはフランスのミシユランガイド・奈良版のホームページにも名前が出たほどです。安全でおいしい野菜などの食材に工夫を重ねて調理した点が評価を得たようです。

六次産業化の意味合いもあります。が、地域の活性化拠点となるのが狙いです。

——改めて、地域共同センターのメリットを聞かせてください。

王隠堂 生協などからの信頼度が高まり、産地直送取引が地域ぐるみでの農業生産の中核事業になったこと、農業生産者間で平等に徹し、利益分配も平等に行なったことで産地直送事業の継続力が生まれたこと、共同農場や直営農場、異業種連携も可能になったことですね。

西日本の生産者組織との連携で農産物の産地リレー生産・出荷が可能になったこと、仕組みを勉強したいという研修生や新規就農者の受け入れも可能になったことも大きいです。また、この地域ぐるみの仕組みでは独り勝ちをつくり出さない、全て共同で平等

に、という点も重要です。

——柿や梅の伝統的な強みを持つ農産物以外に、新規の農産物開発も？

王隠堂 新しい作目作りにチャレンジしています。生菓のヤマトトウキ、キウイフルーツをはじめ、強みのある農産物作りに取り組んでいます。また、和菓子風のフルーツ最中作りにもチャレンジしていますが、新しいことへの挑戦は面白いです。

### 後継農業者育成で学校も

——高齢化や担い手の減少対策から後継の農業者を育てようと学校づくりに取り組まれているとか？

王隠堂 五條市には奈良県立五條高等学校賀名生分校という四年制の農業科の高校があります。ここへ県外からも生徒を迎え、行政と私たちの協働で、今まで以上に地域の農業に貢献できる人材を育成する農業高校づくりを計画しています。

私たち地域農業者が実習の受け皿となり、より充実した実践の場を提供することで、技術面での向上と就農に対する多様な感覚を養うことを目的にしたカリキュラムを提案しています。最大の狙いは移住から定住に進み、就農の道を選択してもらうことにあります。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)



# 松阪牛発祥の地

## — 畜産関連の碑めぐり (その14) —

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紀勢本線の栃原駅(三重県多気郡大台町)から北西に一〇キロメートル。国道一六六号の深野バス停付近(松阪市飯南町)から北に一キロメートルほど進むと、日本棚田百選に認定された「深野のだんだん田」へ向かう三差路の角に「松阪牛発祥地」と刻まれた背の高い石碑が立っています。

説明板には、「深野は山紫水明・人心豊かな土地柄なれども耕地に恵まれず、古くから木地・蚕・和紙等を生計の一助としてきましたが近代の文明開化・西欧食文化の変遷を先取りした先駆者の指導により邑を挙げて、和牛肥育と販路の拡大に誠意を尽くしてきました。今では、世界のブランド「松阪牛発祥の地」として、有名であります」と記されています。

松阪牛は、但馬牛の他、全国各地から生後一二ヵ月齢までに三重県松阪市およびその近郊(松阪牛生産区域)に導入された黒毛和種のうち、子牛を産んでいない雌牛で、三重県松阪食肉公社が管理する松阪牛個体識別管理システムに登録されている牛と定義されています。

江戸時代、兵庫県但馬地方の雌牛(但馬牛)は農耕用の役牛として飼育されていました。明治になり西洋文化の影響で牛肉食が始まると、農耕用を退いた牛は、「野上がり牛」として一二年間肥育され、「太牛」として売られるようになり、

肉牛としての飼養が進みました。そして一九三五年、東京で行われた『全国肉用牛畜産博覧会』において名誉賞を受賞したことから全国的に知られるようになりました。

戦後は、四九年から「松阪肉牛共進会」が開催されるようになり、優秀な肉牛が出品され、さらに松阪牛の名声が高まりました。また、日本食肉格付協会の枝肉格付けで最上級のA5とB5のみが松阪牛と認定され、ブランド牛肉の地位を確立したのです。



「松阪牛発祥地」碑 (松阪市産業経済部農水振興課 杉山浩之氏提供)

その後、BSEの対策や産地偽装事件への対応のため、二〇〇二年に「松阪牛個体識別管理システム」を稼働。子牛の導入から出荷までを管理し、これに登録された肉牛を松阪牛としました。

一方、規約の改訂に伴い、松阪牛の認定基準から枝肉格付けが削除されたため、全ての松阪牛が最高肉質等級の牛肉ではなくなりました。しかし、但馬系の黒毛和種の雌牛を九〇〇日以上肥育した肉牛は「特産松阪牛」と呼ばれ、松阪牛独特の甘みのある肉質が保証されています。

肥育農家は、牛を一頭ごとに単房式牛舎で育て、快適に過ごせる工夫をしています。牛の食欲増進のためにビールを飲ませ、体の血行を良くし、皮下脂肪を均一にするためにマッサージを行うなど、肉質向上に努めています。

### Profile

かも みきお  
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。







# 廃校舎を子どもの学びの拠点に 震災の学習支援から運動が發展

宮城県石巻市

MORIUMIUS 代表 油井 元太郎



## 避難所生活のこともたちを支援

宮城県石巻市雄勝町は市の中心部から車で四〇分ほどの風光明媚な漁師町だが、東日本大震災では大津波が押し寄せ、壊滅的な被害を受けた。沿岸部の家屋はほとんどが全壊流出、町の八割の建物が倒壊し、多くの尊い命も奪われた。震災前には四三〇〇人が暮らしていたが、高台への移転が難航していることもあり町民は一〇〇〇人を割ってしまったといわれ、町は活気を失っている。

しかし、今、その雄勝の片隅で世界中から集まった子どもたちの明るい笑い声が響いている。私たちの取り組みは、震災直後のある出会いがきっかけで始まった。東京で子どもが仕事を疑似体験できるテーマパークに関わっていた私は、仙台上に実家がある友人の立花貫さんから被災地の状況を聞き、彼が行っていた炊き出しに参加するため仕事の合間を縫っては被災地に通った。

四月下旬、校舎が津波の被害に遭った石巻市立雄勝中学校の校長から「約二〇キロメートル離れた石巻市内の高校で間借りし学校を再開するが、給食を作ってくれないか」と相談された。幸い、生徒は皆無事だったが、家を流されて避難所生活を強いられ、日々おにぎりやパンで生活をしていった。昼だけでも温かいものを食べさせたいという考えに共感した。立花さんの妹が料理人で、彼女が作る惣菜を毎日片道二時間かけて学校に届けたが、子どもたちと付き合ううちに、学習ケアが必要なことになり気が付いた。家を失い、通っていた塾も被災して、学習環境は悪化していた。そこで四カ月後の七月にはサマースクールを開催。その後、アフタースクールとして仮設住宅に塾の先生を呼んで学習支援活動を始めた。また、週末には子どもたちを故郷・雄勝に連れて行き、遊んだり漁業体験や獲れたての魚介を調理して食べた。雄勝に戻る安心感や郷土愛が高まることもたちも多かった。当時の雄勝中学校の校訓がそうだったように、

私たちは子どもたちに震災を乗り越えてたくましく育って欲しいという考えを持っていった。活動に必要な資金は、活動に賛同してくださる個人や企業・財団などからの寄付によって賄った。

市街地がほとんど流されたが、雄勝には三陸独自のリアス式海岸の山と海という素晴らしい自然がある。私が勤務していた会社では子どもたちが農林漁業の現場を体験するツアーを実施しており、そのツアーは子どもたちに強い印象を残していた。私は、世界中の子どもたちが一次産業に触れられる場に雄勝がなると考えた。

また、人を呼び込むことで、雇用が生まれ地元食材の提供などにより経済が循環し、雄勝の再生に役立つはずだと確信した。二〇一三年春、私は東京を離れ、子どもや雄勝の未来につながる拠点をつくる活動をスタートさせた。

拠点となる施設は雄勝半島の先端にある廃校となった旧桑浜小学校。高台に位置しているため津波による被災を免れていた。実際に見に行くと、

profile

油井 元太郎 ゆいげんたろう

1975年東京都生まれ。幼少から米国で生活。ペンシルバニア州レバノンバレー大学音楽学部卒業後、ニューヨークで音楽やテレビの仕事に携わり帰国。2004年9月にキッサニアを日本に導入する企業の設立メンバーとして、コンテンツ開発をはじめとする施設開発を担当。13年に退社し、MORIUMIUSの代表。

MORIUMIUS もりうみあす

東日本大震災によって町の8割が壊滅した雄勝町に、地域復興を願いつくられたこどもたちの学び舎。名は、森と海をフィールドにこどもたちと地域の明日をみんなで作るという想いが込められている。暮らしと自然が共存する環境を学び、それを活かしたアクティビティーを実践中。日本国内のみならず海外からもこどもたちが訪れている。URL：  
<http://moriumius.jp/>

想いを込めたネーミング

東京駅舎と同じ雄勝石の屋根を持つレモン色のかわいらしい木造校舎で豊かな森の中にひっそりと佇んでいた。振り返ると漁村集落の先に広がる美しい海があり日本の原風景をも感じさせる場所だった。築九四年、廃校して一〇年の年月が過ぎても校舎が壊されもせずに残っていたことは奇跡的だった。こどもたちが生き生きと活動する様子が目に浮かんだ。

幸いなことに所有者は民間の方で、私たちの趣旨に賛同してくれ、取得の手続きはスムーズにできた。地域の人も、廃校になるまでは地域の拠点であったこの小学校の復活を希望していた。私たちは地域の人たちと協議会をつくって運営につ

いて話し合った。

そうして「雄勝は森があるから豊かな海がある。その自然と共に生きる暮らしを体験する。それが世界でここだけのこどもの体験になる」というコンセプトが固まっていった。森と海をフィールドにこどもたちと地域の明日をみんなで作るという想いを込め、施設の名前をMORIUMIUSにするのが決まった。この頃から小学校の卒業生らが集まって運動会を開いたり、訪れた企業が住民を招くお祭りを企画・実施するなど、MORIUMIUSを起点にコミュニティーが少しずつ盛り上がり、未来の地域の在り方を感じられる瞬間があった。

しかし、校舎は予想以上に傷んでいた。震災では大きな被害がなかったが、大雨で裏山から流れ

た土砂が廊下に押し寄せていた。床板をはがすと柱は腐り、ひどいところでは校舎が数十センチメートルも傾いている始末だった。

一三年四月から始めた修復作業には約五〇〇〇人も多くの人々が関わってくれた。

はるばる高知から駆け付けてくれた家曳き職人は、約二〇〇個のジャッキで校舎全体をジャッキアップ。地元の大工さんなど工事関係者により腐った柱材に新たな柱を継ぎ、ベタ基礎を打つことでゆがみを修正し校舎をしっかりと安定させてくれた。一〇月には、隈研吾氏をはじめとする著名な建築家と海外から集まった大学生によるワークショップを通じて施設のグランドデザインが生まれた。ボランティアの方々には地元が集落で寝泊まりする中で、地域の人々との付き合



上：施設はボランティアを含む多くの人たちの手作りにより再建された  
下：MORIUMIUSで育てている豚とたわむれるこどもたち

いも濃密になり、第二の故郷のように想ってくれるようになっていた。

## 体験プログラムに特徴

二年以上の歳月がかかったが、二〇一五年、教室はこどもたちの宿泊部屋やダイニングに、校長室は寛ぎのひと時を感じるラウンジに生まれ変わった。地域の要望として出来上がった露天風呂は元の図書室。今は珍しい土を使った土壁は地元に残る古い知恵によるもので、壊れても自分たちで修繕をしている。

同年七月、多くの支援者や地元の方が集まりオープンングセレモニーを行った。炊き出しから始まり、学習支援を経て、私たちの活動は新たなステージに入ったことを感じた。

MORIUMIUSでは春や夏の長期休暇に開催する七泊八日と、週末や連休に開催する一泊または二泊のプログラムがある。七泊八日のプログラムはこどもだけで滞在するもので、森、田畑、海をフィールドにさまざまな活動をし、最終日には一週間の感想を一人ひとりプレゼンテーションしてもらおう。プログラムの内容は季節によって多少異なるが、森に入り水源を探索する、木を伐採して森を整備し燃料にしたり食器や家具を作る、漁師の船に乗ってホタテやホヤを水揚げする、森が育んだ水で育てた野菜を使って料理する、豚や鶏を育て堆肥を作るなど、循環する暮らしを体感できるようにデザインしている。こどもたちは一週間滞在することで、自然に住民と交流が図られている。森と海のつながりやそこで暮らし、地域を学び、災害のあったことも感じられることが

特徴で全国でもあまり例がないだろう。

このプログラムを終える頃には、こどもたちは大きく成長している。木を切る、船で養殖をする漁師と出会うなど、非日常の生活で、自ら考え行動する力がつく。また共同生活や地域の人との出会いの中でコミュニケーション力が身に付く。保護者からも、「自信が付き積極的に変わった」「自分のことを自分でできるようになった」と好評だ。

こどもたちは、自分の田舎ができた感覚を覚え、本場に地域の人を自分のおじいちゃんやおばあちゃんのように想ってくれる。うれしいことにこどもたちがリピーターとなって来てくれている。その時には「ただいま」と言う。そして「会いたかった」と地域の人に寄っていく。まさに自分の故郷のように感じてくれることに、私たちは喜びを感じる。

地域の方からは、長年荒れたままだった校舎に明かりが付き、風呂のボイラーから煙が出ているのを見ると「安心する」という声が寄せられる。こどもたちが慕うと「孫が増えたようだ」と目を細めてくれる。プログラムに協力してくれる漁師からも新しい提案が寄せられる。

## 世界中から学びに来る拠点へ

一年間で滞在するのは約二〇〇〇人。海産物をはじめ食材などはほとんどが地元調達であり、地域経済にも貢献している。さらに、こどもたちがいない時も、ランチ会をしたり雑談をしに訪れるなど、地域にとっても新たなコミュニケーションの場となっている。

今年の一月には、企業やボランティアで関わってくれた人が泊まる大人の宿泊棟も整備した。雄

勝の町を第二の故郷のように感じてくれ、こどもたちの学び場や地域を一緒に豊かにしていってくれる仲間を増やすために、という想いだ。そうした大人たちが拠点として通い続けることで地域が活性化することも期待している。

私たちスタッフにとっても、日々学びの連続だ。こどもたちには「教える」というよりも、自分たちで考えるために「寄り添う」という形で接している。失敗やけがもつきもので、そうしたことを通じて成長していくと考えている。スタッフとして採用した地元出身の二人の若者は、地域の代表のように責任感が強く、ここで働きこどもたちと関わることで大きな喜びとなっているようだ。

施設の立ち上げにはカタル国をはじめ各国から驚くべき縁を得ることができて、資金支援をいただいたが、続けていくためには資金面でも自転していかないといけない。そのために、地域と連携して、より魅力的なプログラムを準備し、より多くの方に来ていただけるようにしていきたい。私たちの活動は、まだ始まったばかりだ。今後何十年も続けていくことに意義がある。震災の傷跡は深く、さらに過疎高齢化も著しいなど多くの課題を抱えるが、教育を通じて地域を活性化し続けることで雄勝は数十年先も元気であり続けることができるのではないかと思っている。

そして、夢は海外にも広がっている。都市化が進むアジアなどから、原風景と豊かな暮らしを感じられる日本中の田舎に「学ぶ」ために来る、そんな未来を想像している。国内外のこどもたちと地域の人とが交流する、ハブのような存在になることを私たちは目指している。



『農業経営概論』

大泉一貫 津谷好人 木下幸雄ほか編修



(実教出版・2,200円 税抜)

農業者の経営力を高める

村田泰夫

(ジャーナリスト)

農業の担い手を育てる必要性が叫ばれて久しい。若い人の新規参入が少ないという数の問題もあるが、現役の農業者の質の向上も大きな課題である。政府が昨年(二〇一六年)一月末にまとめた「農業競争力強化プログラム」にも「人材力を強化するシステムの整備」が盛り込まれた。就農後の経営能力向上のため、「農業経営塾」を各地域に設ける。そこで、「経営力」を高めるため、新規参入者はもちろん、既存の農業者が読んで役に立つのが本書だ。

表題を見て推測できるように、もともとは農業高校生向けの教科書だったものを、学び直したい農業者や一般の人向けの農業入門書に仕上げている。農業を営むとはどういうことか、生産した農産物をどうやって売るか、収支をきちんと把握する農業簿記の基礎、収益を改善する方

法など、分かりやすく解説している。農業経営者に必要な知識と技術を学び、コスト管理とマーケティングを身に付けることができる。

筆者たちのメッセージは明確である。「農業者は農産物の生産者であると同時に、経営者でなければならぬ」ということである。同じ作物を同じ規模で生産していても経営に差があるのは、農業者の管理運営能力や事業展開能力に違いがあるからである。「経営は人なり」ということを本書は強調する。

わが国に経営センスのある農業者がなかなか育たなかった一因に、戦中・戦後の米の生産・販売を規制した食糧管理法があるといわれる。農業者は国の指示通りに米を生産すればよく、自ら販売してはいけなかった。従って、価格や販売の心配をしないで済み、自分の作る農作物の原価さえ知らない農業者が少なくなかった。

食糧管理法のなくなった今も、「作ったものを売る」農業者が多い。これでは経営者とは言えない。「売れるものを作る」農業者にならなければいけない。

これからは、マーケティングが鍵を握る。消費者の求める農産物は何か、農協に出荷するか直売所で売るか、価格はいくらし、どのような情報を提供するか、などなど。営業活動が不得意な農業者には農協が手助けすればよい。創意と工夫次第で「勝ち組」になれる。

農業経営ってこんなに面白い。やる気を刺激し元気の出る本である。

読まれています 三省堂書店農林水産省売店(2017年1月1日~1月31日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 TPPの真実 壮大な協定をまとめあげた男たち	西川 公也/著	開拓社	2,000円
2 魚と日本人 食と職の経済学	濱田 武士/著	岩波書店	820円
3 日本の漁業が崩壊する本当の理由	片野 歩/著	ウェッジ	1,300円
4 月刊アグリバイオ2017年1月創刊号 未来の食卓が変わる! 有用植物のゲノム編集		北隆館	2,130円
5 本当に正しい鳥獣害対策Q&A 被害の原因は「間違った知識」にあった!	江口 祐輔/著	誠文堂新光社	2,000円
6 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
7 林業がつくる日本の森林	藤森 隆郎/著	築地書館	1,800円
8 脱・限界集落はスイスに学べ 住民生活を支えるインフラと自治	川村 匡由/著	農山漁村文化協会	2,300円
9 世界と日本の漁業管理 政策・経営と改革	小松 正之/著	成山堂書店	3,200円
10 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

## 農業盛んな地への移転が転機

「地域の食と色彩が感じられるお菓子を生産者と一緒に作ります」

顔を輝かせ、そう語るのは、岩手県の雫石町に本社がある株式会社千秋堂の常務取締役、西山由珠さん(四二歳)だ。特に、地元産米粉を使用し、厳選した野菜や果実のピューレなどで安全・安心、かつ、おしゃれに仕上げた新感覚のゆべしが目ざされている。

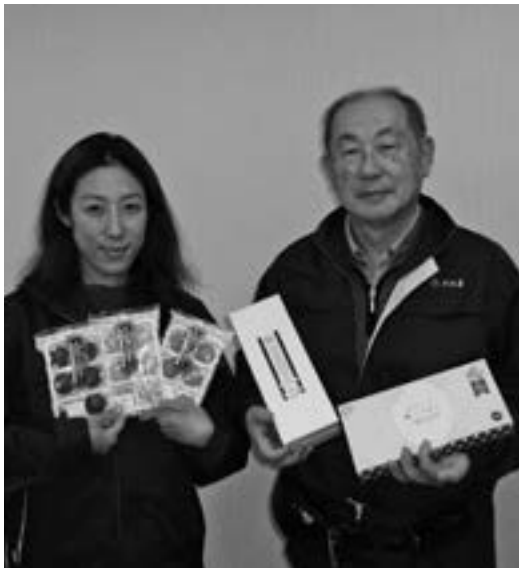
二〇〇三年、西山さんの実父、齊藤好文さん(六九歳)は千秋堂の経営を引き受けた。千秋堂は一九三〇年創業で、盛岡の老舗和菓子製造業者だったが事業が低迷していた。そこで食品催事業としてイベントなどで郷土料理を始めとさまざまな食品の実演販売を行い取引関係にあった会社代表の齊藤さんに支援を求めたのだ。

齊藤さんは、不採算部門の南部せんべいを廃止し、千秋堂の持つ蒸し菓子技術を活かして新たにゆべし製造に乗り出した。

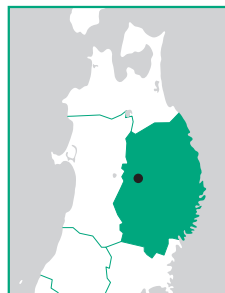
当地のゆべしは四角に成形したものが主流で、千秋堂でも四角い形で販売しているが、成形の過程で生じる端材を「もったいない」と考え

## 経営紹介

# 地域の「食」と「色」活かしたスイーツ 女性がタッグを組んで商品を開発



ストーリー性を感じてほしいと語る西山由珠さんと齊藤好文さん



岩手県岩手郡雫石町  
株式会社千秋堂

設立 ● 1961年(創業1930年)

代表取締役会長 ● 齊藤 好文

常務取締役 ● 西山 由珠

資本金 ● 2,000万円

事業内容 ● 菓子製造および販売

URL ● <http://www.tantando.jp/>

パックにまとめて手頃な価格で売り出したところ、これがヒット商品になった。一二年、千秋堂の売り上げは過去最高を記録。同時に、工場が手狭となり老朽化も目立ったため、盛岡市に隣接する雫石町への移転を考え始めた。

雫石町は農業が大変盛んな地だ。そこで、ゆべしの主原料である米はそれまで価格や扱いやすさから輸入品を使用していたが、地元産の米を使うことを決めた。さらに、米以外にも多くの野菜が作られていることに着目し、雫石町の農産物を原料に使った和菓子を作ろうと考えた。「商品の差別化を図ること以外に、地元の米や野菜を使うことが生産者の販路を拡大できると考えたのです。それが町に貢献することにつながると思いました」と目的を齊藤さんは話す。

そして、消費ターゲットを和菓子に馴染みの少ない若者に広げるためにも「女性の感性が大切だ」と、商品開発プロジェクトを西山さんに任せた。

「地元の原料を探していた時、町から紹介されたのが、町で最大規模の稲作農業法人である有限会社ファーム菅久すがきゅうの取締役、菅原紋子すげのこさん(三五歳)だったのです。菅原さん

は土づくりにこだわり、極力、農薬や化学肥料を使わない稲作を実践していました。さらに、会ってみると前向きで明るい菅原さんの人柄に引き込まれました」と西山さんは当時を振り返る。

一方、菅原さんも、農産物に付加価値を付けようと六次産業化の一环で米粉や乾燥野菜、果実のパウダーなどの製造設備を導入していた。これらの製品を活かしてくれるパートナー企業を求めていた時で、お互いの目的が一致し、連携することが決まった。

### 新商品に女性の視点が際立つ

両社の農商工連携事業は二〇一三年「いわて農商工連携ファンド地域活性化支援事業」の助成対象となった。また、翌年には東北農政局長と東北経済産業局長から農商工連携事業計画の認定を受けた。これにより専門家によるアドバイスや新商品開発への補助、公庫による融資などの支援策が整った。

野菜は有機栽培や減農薬栽培されたものなどを使用することにし、西山さんと菅原さんを中心に千秋堂の女性従業員が加わって、商品のアイデアが練られていった。美と健康を意識し珍しいものに関心があ

る女性をターゲットにすることを決め、試行錯誤を繰り返しながら開発した商品が、「愛彩ひとめぼれゆべし」だ。

これは、千秋堂が得意とするゆべしの新たなマーケティングをつくろうとした意欲作だという。その特徴が際立っている。まずは見た目だ。「にんじん&トマト」はオレンジ色。岩手で品種開発されたクッキングトマト「すずこま」のピューレを、濃厚で甘いニンジンと練り込んだ生地で包んだ。また、「古代米&カシス」は紫色。貴重な県産カシスのピューレを古代米の生地で包んだ。そして「桑葉&ほうれんそう」はグリーン。えぐみが少なく豊かな味わいのホウレンソウのピューレを桑の葉を練り込んだ生地で包んだ。いずれも着色料を使わずに野菜の天然色を活かしたと言う。

次に味と食感だ。ファーム菅久のひとめぼれを原料とする米粉が独特のもちもち感を演出し、野菜や果実の素材本来の味わいや香りを引き立てている。

一般のゆべしは、常温で置いておける食品だが、この商品はより食感を楽しくでもらおうと冷凍商品にしたという。食べるには解凍する必要があるが、お客さまからはフレッ

シユな味わいが楽しめる」と好評だという。その他、雫石のあねつこ(方言で若い娘さん)が祭の時に着る衣装の縹模様の包装紙で包装し、菅原さんをはじめとする生産者を紹介したご案内を添えるなど、至る所に生産者や地域をより身近に感じてもらうようなアイデアが織り込まれている。

愛彩ひとめぼれゆべし以外にも菅原さんの名前を冠したサブ「あやこにひとめぼれ」や、「ひとめぼれカステラ」も開発、商品化している。いずれもファーム菅久の米粉を使い、他の原料も地元産にこだわっている。

### 農家にひとめぼれを

「今も商品開発や改善のアイデアを出し合っています。職場がにぎやかで元気になっています」と、別のプラス効果を生み出したことに、西山さんは笑顔をのぞかせた。

二〇一六年三月に待望の新工場が竣工し、これら農商工連携により生まれた商品群の本格生産態勢が整った。製造能力が拡大し、衛生面でも改善された。

愛彩ひとめぼれゆべしのネーミングに含まれる「ひとめぼれ」という言葉には、米の品種を表す他に、

原料を生産する農家に惚れてほしいとのメッセージが込められている。

「商品に込めた農家さんや私たちの気持ちやストーリーを理解していただける方々にお届けしたい」と、西山さんは強調する。

現在、商品は盛岡市内の特産品売り場を中心に販売しているが、より多くの人に商品を知ってもらいたいと首都圏などへも販路を開拓中だ。

千秋堂の商品の中では、従来型のゆべしが主力であることに変わりはない。求めやすい価格で甘味の強いものへの根強いニーズに対応していく。

しかし消費者のニーズは多様化し、より個性の強いものやストーリー性のあるものに関心が移って行こうとしている。他方で、東北をはじめとする稲作地帯では、米そのものの消費が減少する中で、いかに新しいアイデアで需要を生み出していくかが課題となっている。

生産者とメーカー、それぞれの女性を中心となりタッグを組んで生まれたこれら商品は、農業の顧客を創造する一つの手段ともいえるだろう。

(情報企画部 嶋貫伸二)



## 経営発展のための「強いチームづくり」を学ぶ交流会

昨年二月一日、「アグリフード ネットワーク in 帯広」を開催し、日本公庫のお客さまなど二二〇人にご参加いただきました。

テレビの報道番組で気象キャスターを務め、現在は、健康社会学者・働き方研究者として活躍する河合薫氏より「なぜ、伝わらない? 『逆境に負けないチームの作り方』」と題し、企業経営における人材育成、チーム力向上をテーマにご講演をいただきました。

参加者からは、「経営を発展させていく上でのヒントが得られました」など、多くの感想が寄せられました。(帯広支店)



興味深い内容に耳を傾ける大勢の参加者

## 栃木県と銀座を結ぶ農と食の交流会

昨年二月一日、宇都宮市内にて「平成二八年度農と食の交流会」を開催し、農業者や食品製造業者など総勢一〇〇人にご参加いただきました。

講演会では「銀座のママが語る経営力・人間力」と題し、株式会社白坂企画代表でクラブ経営者の白坂亜紀氏に自らの経験を基に貴重なお話をいただきました。懇親会では、栃木県の魅力を銀座から発信してほしいと、白坂氏を囲み、多くの参加者が交流を図りました。

参加者から、「農業者と違う視点での興味深い講演でした」などの感想が寄せられました。(宇都宮支店)



白坂氏の話術に引き込まれ、熱心に話を聞く参加者

## 「大阪府農業経営アドバイザー連絡協議会」が発足

昨年二月一日、日本公庫大阪支店にて「大阪府農業経営アドバイザー連絡協議会」の設立総会を開催し、大阪府内で活動する農業経営アドバイザー一人にご出席いただきました。

幹事には中小企業診断士の東松英司氏、大阪府信用農業協同組合連合会の小西貴大氏を選任。アドバイザーの認知度向上とコンサルティング活動の促進を図ることを確認しました。その後行われた大阪府農の成長産業化推進会議主催の農業経営法人化セミナーでは、法人化を検討する農業者の個別相談に対応していました。(大阪支店)



アドバイザーの相互交流やスキルアップが図られました

## 「やまぐち六次産業化農商工連携推進大会」を開催

一月一七日、「やまぐち六次産業化・農商工連携推進大会」を開催し、農林漁業者や食品産業者、関係関係など二七七人にご参加いただきました。

長崎県大村市にある農業交流拠点施設「おおむら夢ファーム シュ」で、農産物の直売や加工品販売などを手掛ける有会社 シュ代表取締役の山口成美氏より、地域活性化につながる六次産業化について講演いただきました。

交流会では三九の事業者が地元農林水産物を使った加工品を出展。自慢の商品をPRした他、情報交換やバイヤーとの商談などが活発に行われました。(山口支店)



会場では大勢の参加者が互いに交流を深めました

## 福井市内でお客さま交流会を開催

一月二五日、お客さままである農業者と食品企業の相互交流を図ることを目的とした交流会を開催し、総勢三四人にご参加いただきました。

まず、参加者の方々には、メガファーム、法人化、園芸作物、六次産業化をテーマとした四つのグループに分かれていただき、自身の取り組みや意見、さらに日々感じていることについて、意見交換をしていただきました。

次に行われた懇親会では、相互の交流が図られた他、「意見交換会は少人数のグループで、より深い議論ができました」などの感想が寄せられました。  
(福井支店)



テーマごとに分かれたグループで議論する参加者

## 平成二八年度「アグリ・フード・ルネッサンス」を開催

二月七日、青森県の食産業に関わる日本公庫のお客さまなど一〇〇人にご参加いただき、相互の交流を「経営発展に活かすことを目的に」「アグリ・フード・ルネッサンス」を青森県農業法人協会と共催しました。

講演会では、一般財団法人キヤノングローバル戦略研究所研究主幹の山下一仁氏より、農業のグローバル化に伴う日本農業への影響やT P Pとの関わりについてお話いただき、参加者からは「日本農業の方向性が分かりました」「農業者の現状を聞くことができ、商品生産の戦略を立てるのに役立ちます」などの感想が寄せられました。(青森支店)



「青森県農業は世界に勝つ」と題し講演する山下氏

## ● 交叉点 ●

## 米国の食品見本市に初出展

お客さま支援の一環として、一月二二～二四日に米国サンフランシスコで開催された国際総合食品見本市「Winter Fancy Food Show 2017」において、ジェトロ(日本貿易振興機構)が運営するジャパンパビリオン内にお客さまブースを設け、輸出支援を行いました。

日本公庫は、米国での出展が初となるドレッシング、果実加工品、米を取り扱う三社のお客さまと合同で出展し、その結果、三社合わせて商談件数は一一四件、うち成約見込み件数は二六件となりました(一月末現在)。

出展者は、バイヤーへの売り込みのみならず、試食などを行う中で、米国の食文化などの情報収集にも努めていました。公庫は出展者のサポートとして、バイヤーとのマッチングなどを行いました。

また、日本から米国への出展品の輸送については、日本公庫とトライアル輸出支援事業(※)で提携している貿易会社にご協力いただきました。

ど、保有するネットワークを最大限に活用し、お客さまの出展を支援しました。

農林水産業を成長産業とするため、国産農水産物・食品の「輸出」を促進することが国の重点的な取り組みに位置付けられている中、日本公庫はお客さまの海外展開を引き続き積極的に支援していきます。

(※)農水産物・食品の輸出ノウハウを持つ貿易商社と連携することにより、初めての輸出に意欲のあるお客さまを支援する事業です。  
(情報企画部)



ジャパンパビリオンは常に大勢の人でにぎわいました

# みんなの広場

◆一月号新春本音トーク「僕俺、私たちは日本の農業を面白くする」を読んで、誌面から若さと勢いがひしひしと伝わってくるようでした。農業にかける情熱、経営者としてのビジョンの明快さ、苦境すら前向きな推進力に変えていく力強さ……。過去の自分に果たしてそこまでの意識があつただろうかと、恥じるような思いで読ませていただきました。

先達を尊敬し地域に溶け込めようという姿勢は、この世界で生きていくための一番の秘訣（ひけつ）かもしれませぬ。上手に地域をつなぐ彼らのような若者が後に続くよう、私も頑張らなければならぬと思いました。  
（北海道有見沢市 就農一〇年目の  
果樹農家 近藤 良介）

## 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」

〒100-0004  
東京都千代田区大手町一〇九四  
大手町フィナンシャルシティノースタワー  
日本政策金融公庫  
農林水産事業本部  
AFCフォーラム編集部  
FAX 〇三三三七〇一三五〇

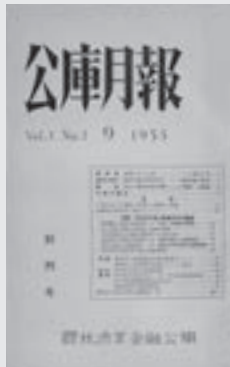
## ■本誌が800号を迎えます

昭和28年(1953)4月に農林漁業金融公庫が設立された5カ月後の同年9月に本誌第1号が創刊されました。

それから63年以上発行を続け、次号で800号を迎えます。創刊時は『公庫月報』という名称で、その後平成18年(2006)4月号からは『AFCフォーラム』の誌名になりました。

本誌は、農林漁業の発展に寄与する志をもって、農林漁業の現場を見つめ、そのサポートのための生きた情報提供を使命としてきました。

800号は、本誌が紡いできた日本の農林漁業のリアルな「時代」を映すべく試みます。わたしたちの「試み」が、歴史に学ぶ一助になれば幸いです。（編集部）



## 編集後記

④ ふるさと納税の返礼品で各地の銘柄牛肉が人気です。しかし業界全体の供給力は落ち、牛肉などの消費者価格は高まっています。高値を嫌う飲食店では米国産アンガス種を健康志向でPRする動きも。畜産の中で特に構造変化が大きい肉用牛と酪農に焦点を当てましたが、供給維持へ多くの課題解決のヒントは現場にあります。（嶋貫）

④ 忙しい朝の定番メニューの卵かけごはん。手早く食べられ、栄養価も抜群です。「フォーラムエッセイ」の大原さまは、そのごはんにもこだわります。わざわざお米をといで、ぼっぼつと湯気の立っている炊きたてごはんを卵をぼとり。ふんわりとろりとした卵かけごはんをさらさらっといただく。この言葉だけでおいしさが伝わります。ごくり。（小形）

④ 「牛乳は水（ペットボトル）より安い」と家族経営の酪農家から言われたことがあります。現在は中小規模畜産農家の経営継続が大変な時です。日本の畜産を支える中小規模層の経営の発展には、希望が持てる政策と自身の知恵が必要です。今号特集を読んで、経営者が知恵と工夫を重ね努力していることを痛感しました。（城間）

④ 今月号の表紙は春の代名詞といわれるチューリップ。大空に向かってピンと茎を伸ばし、ユリ咲きの真っ赤な花びらを太陽に向けて大きく開いた花々の写真に「元気をもらえます。春の訪れを感じる今日この頃。寒さで縮こまった背中をピンと伸ばし、このチューリップのように凛とした姿勢で新しい年度を迎えたいと思います。（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「ふるさとのお田んぼと水」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12回 アグリフードEXPO 東京 2017

—— プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会 ——

日時

8月23<sup>水</sup>日/24<sup>木</sup>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6ホール



食べて  
応援しよう!  
国産物を応援

畜産業、経営継続の活路



『お米から作ったお菓子で祝おうよ』 只安 菜桜 徳島県石井町立高川原小学校

■AFCフォーラム 平成29年3月1日発行(毎月1回1日発行)第64巻12号(799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 日本食糧新聞社 〒105-0003 東京都港区西新橋2-1-2 第一南楼ビル Tel.03(3432)2927 ■定価514円 本体価格476円



## AFCフォーラム(2017年3月号) 読者アンケート

[AFCフォーラム]をご愛読いただきまして、ありがとうございます。本誌をより充実させるために、アンケートにご協力をお願いいたします。このままFAXか郵送でお送りください。

お名前(フリガナ) .....

性別

年齢

職業

男性

女性

歳

ご住所 〒 — —

tel. — —

### 1 掲載記事について、内容はいかがでしたでしょうか？ (○をご記入ください)

記事区分		良かった	どちらとも いえない	良くなかった	記事区分		良かった	どちらとも いえない	良くなかった
1	観天望気				8	主張・多論百出			
2	畜産生産構造の変化に政策転換で対応を				9	変革は人にあり			
3	特集 牛さんと呼び、ブランドと技術を磨く				10	耳よりな話			
4	生乳生産の危機越えた酪肉複合経営				11	まちづくりむらづくり			
5	情報戦略レポート				12	書評			
6	農と食の邂逅				13	経営紹介			
7	フォーラムエッセイ				14	みんなの広場			

### 2 AFCフォーラムで取り上げてほしい特集テーマがありましたら、ご記入ください。

### 3 本誌への感想や農林漁業の発展に向けたご意見などを200字程度でお寄せください。選定のうえ本誌「みんなの広場」に掲載させていただきます。

(紙面の都合上、編集させていただく場合がありますので、あらかじめご了承ください)

掲載の場合には薄謝を進呈いたします。(匿名での投稿はご遠慮ください)

ご協力ありがとうございました。