

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

7

2017

特集 農業フロントの躍動女性



農業フロントの躍動女性

3 女性の能力が農業収益増に寄与する

日本公庫情報企画部

女性の経営への関与が収益増に寄与しているというデータ上の結果を受けて、要因をさらに探るため現地調査をした。女性の存在感が際立つ事例を示そう

5 女性の経営参画事例

7 現地調査レポート

11 女性の活躍を農政が推進する意味

佐藤 一絵

女性農業者が活躍できる環境づくりは長く課題であり克服には至っていない。女性活躍を推進する農政の基本的な考えや先進的事例の「見える化」を意識した最近の施策を紹介

情報戦略レポート

15 飲食業など景況改善動き足踏み 人手不足などがマイナスに作用

—生活衛生関係営業の景気動向等調査—

経営紹介

変革は人にあり

25 八戸中央青果株式会社／青森県 横町 芳隆

攻めの姿勢で市場改革に取り組み、地方卸売市場の復権を目指す。農業現場の人手不足には実際に足を運び、さらに仲卸と連携し市場活性化に注力する

経営紹介

33 小澤農園株式会社／滋賀県 小澤 一磨

講習会などの情報を敏感に捉え個人名を冠する米やコンニャク芋の生産に精力的に取り組む。地域に貢献する事業展開を目指す農業者を紹介

*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
北海道網走郡大空町
2010年7月撮影

二条大麦の穂

■ 若い穂は天を差し、風に合わせて長く繊細な芒(のぎ)を優雅に揺らす ■

シリーズ・その他

観光望気

訪日観光客の日本食 伊藤 元重 2

農と食の邂逅

株式会社寺田農園／岐阜県

寺田 真由美

青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) 19

フォーラムエッセイ

母の読み聞かせ 松浦 弥太郎 22

主張・多論百出

全日本農商工連携推進協議会

都築 富士男 23

耳よりな話 183

忍者の干し肉が伊賀牛の元祖 加茂 幹男 28

まちづくりむらづくり

住民の潜在力を引き出す

きっかけは一からつくった「山笑い」

木滑里山保全プロジェクト/石川県白山市

小杉 裕香 29

書 評

内山 節 著

『半市場経済 成長だけでない「共創社会」の時代』

村田 泰夫 32

『事業性評価融資』のご案内 35

インフォメーション

農商工のマッチングにより六次産業化を支援

岡山支店 36

「福岡県認定農業者トップセミナー」を共催

福岡支店 36

起業分野の一つとして農業を学ぶ 情報企画部 36

創造力あふれる高校生のビジネスプランを大募集

グランプリ運営事務局 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

望天 観気

訪日観光客の日本食

日本政府観光局（JNTO）によると二〇一六年、日本には年間におおよそ二四〇〇万人ほどの外国人観光客が来ている。第二次安倍内閣の始まる前の二二年には八三五万人ほどであったので、四年で訪日外国人が約三倍に増えたことになる。観光戦略としては大成功である。重要なことは、訪日外国人観光客の多くが、日本の食文化や食材に触れているということだ。日本の食べ物を口にして、その良さを知る。彼らは帰国しても、日本食を食べたいという気持ちになるのだろう。その証拠に、世界中のどの町でも日本料理店が増えている。中には怪しげな「何ちゃって日本料理屋」も多くあるが、訪日して本物の日本食を食べた人には、そうしたインチキ日本料理では物足りないはずだ。

訪日外国人観光客は今後もさらに増えることが予想される。しかし、フランスには年間に八〇〇〇万人以上、スペインには六五〇〇万人、イタリアには四五〇〇万人ほどが来訪するそう。欧州では多くの人がこの域内を訪れており、それが大きな観光客数となっている。人口が多いアジアでは、これからますます観光客が増えていくはずだ。いずれは欧州の状況を超えるかもしれない。当然、日本に来るアジアの人々も増えるだろう。

日本からアジアへの食料品や食材の輸出は、まだ大した規模ではないが、ただ前述のようなトレンドを考えると、今後は急激にアジアへの農産物輸出が増えていくことが期待される。米国やオーストラリアのような広大な国土を誇る国だけでなく、フランスやオランダのような国でも積極的に付加価値の高い農産物を海外に輸出している。近隣に多くの人口を抱える国があることは、日本にとっても同様に農産物輸出の有利な条件となる。

当面重要なことは、観光客として日本に来た外国人にできるだけ多く、質の高い日本食を食べってもらうことだ。高価な料理というよりは、ラーメンのような大衆料理の方が良いかもしれない。また、地方の特色のある料理を食べってもらうことも有効だろう。

旅の大きな楽しみの一つは、その地方の郷土料理を食べることであると私は思う。これは、どの国から来る観光客でも同じはずだ。



東京大学 名誉教授
学習院大学 教授

伊藤 元重

いとう もとしげ

1951年静岡県生まれ。74年東京大学経済学部卒業。78年米国ロチェスター大学大学院修了、79年経済学博士号(Ph.D.)取得。専門は国際経済学、ミクロ経済学など。東京大学大学院教授などを経て2016年より現職。政府の経済財政諮問会議議員、復興推進委員会委員長など政策の実践現場で多数の実績を有する。

女性の能力が農業収益増に寄与する

昨年の農業景況調査（日本政策金融公庫実施）によると、女性の参画する農業経営体は収益性に高い傾向が見られる興味深い結果が出ました。事例では、農業という職業に魅力を持ち農業を成長させる女性の姿が浮き彫りになりました。現場に向き、対面聞き取りを敢行した編集部レポート。

本誌編集部 日本公庫情報企画部

女性活躍で収益が上がる

女性が農業生産や農産品加工の現場で積極的に活動する様子を取り上げる報道が増えてきた。その活躍ぶりは、閉塞状況に陥りかねない農業、農村に新たな活力をもたらしつつあると言えるそうだ。共同申請を含む女性の認定農業者数が二〇〇六年の四八九六年から一〇年後の一六年には一万二二四一人と大幅に増えていることから、「農業経営主」としての女性の存在感が増しているのは間違いない。

そこで、私たち日本公庫は、農業経営のどの分野で女性の能力が発揮されているのか、また、収益への寄与度はどうなのかなどを見るため、担い手経営体を対象に女性の経営参画状況をアンケート調査し（平成二八年上半期農業景況調査）、

日本公庫の持つ財務データと関連付けて、収益との関係も調べた。

そこで得られた結果は、女性の経営への関与が収益増に寄与しているという興味深いものだった。私たちは、収益増に結び付いているその要因をさらに探ろうと、今年一～三月にかけて事例調査を行った。その中から、女性の存在感が際立っている取り組みをご紹介します。

まず、農業生産の現場で女性が責任ある立場に立ち活動している事例を紹介したい。

北海道で水稲、畑作、野菜を生産する農事組合法人ぴりかファームは、法人設立時、五戸の農家の夫婦それぞれが出資して社員となり、男女問わず全員が誰でも自由に提案できる仕組みをつくり、経営への参加意識を持つようにした。組織の成り立ちから男女平等が貫かれている。一例を挙

げると、ある女性社員が天候不順による減収リスク対策としてアスパラガスやミニトマトなどの施設園芸部門の設立を提案して実現に至ったことで、減収リスクの緩和にも寄与したばかりか売り上げ自体も増加した。男性とは違った視点での経営改善提案がプラス効果を生んでいる。

ぴりかファームでは社員の役割分担の考え方が明確で、力仕事は主に男性が、細かな目配りが必要な仕事は女性が担当している。例えば稲やトマトの育苗は女性が行うことで苗の高品質化が顕著だという。また、稲作などで主担当は男性、副担当は女性というワークシェアリングによって、主担当が見逃ごしてしまうような病害虫の兆候を副担当の女性が早期に見出し、被害の拡大を防いでいる。まさに、農業生産面で女性が力を発揮している好例と言える。

畜産経営で、生命を育む女性ならではの感性を活かしている事例もある。愛知県で酪農を営む伊藤立さん（牧場名：デイリーパラダイス、ジェラート店名：バロック）は、生産や乳製品加工販売に女性の力を活用している。酪農においては、生乳の生産性を高めるために乳牛の体調に配慮したきめ細かな管理が求められる。その際、大事なのは乳牛の体調変化をいかに見抜くか、ということだ。食べ残しや排せつ物の変化などのささいな異常発見に、代表の妻や勤続二五年になるブラジル人女性など、女性が能力を発揮しているという。なお、高品質の生乳を活かしたジェラート店も女性が担当し、連携が効果を挙げている。

営業に発揮されるパワー

茶の消費の主役である女性の感性が、営業や販売、商品開発の現場で活かされている。鹿児島県で茶の加工業から茶生産に進出した有限会社山床製茶がその例だ。

嗜好品である茶は、飲まれる生活のシーンを想像することが商品開発の要諦である。営業を任された女性社員は、ライバル他社を徹底的に研究するとともに、商品開発を提案していった。

例えば、消費者の好みが多様化することを先読みし、製品を少量パック化し、緑茶一辺倒から紅茶をアイテムに追加した。また直売店では、季節ごとに内装の模様替えを行い、お客さまを楽しませる工夫も提案した。女性のアイデアや発想である。これが経営にプラスに働いた。

大分県で肉用牛を生産する鷺頭将治さん（牧場名：鷺頭牧場、レストラン名：べべん）の経営事

例は、農業から飲食サービス事業への経営多角化に女性が活躍している。

自家産牛を提供するレストラン経営の発案と企画を母がつくり、飲食店勤務経験や管理栄養士の免許を持つ妹たちが加わって開業するとたちまち人気店となった。レストランという安定した販路を得たことが肉用牛生産部門にも好影響し、無理のない規模拡大に結び付いた。

経営管理にもインパクト

単なる経理担当に納まらず、効果的な改善策を打ち出すという形で、経営にインパクトを与え優れた管理能力を発揮した例もある。鹿児島県で肉用牛を生産する有限会社小田畜産では、経理部門は代表の妻を中心に女性社員が担当、税理士と定期的に打ち合わせることで自社の課題を把握し、低コスト化による利益創出と、それを元手にした規模拡大につながっていったという。

最後に、女性が代表として起業した事例を紹介しよう。青森県で、農業資材などを扱う小売店の手伝いをしていた女性が、地元農家の努力に見合った収入が得られていないという悩みを解決しようと立ち上げた、有限会社A N E K K O がそれだ。直売所やレストラン、市民農園を併設した総合交流施設を運営していることが特徴で、この地域でしか取れないトウモロコシ「獄（だま）きみ」を使ったスイーツなど商品で知名度を上げている。地域の中で、理念や事業に共感してくれる「仲間」とネットワークをつくっている。全て自分で解決しようとせず、困ったときには仲間と相談して解決しようとする経営姿勢が事業の発展につながっ

たという極めて興味深い事例だ。

これらの取り組みは、それぞれ財務へ好影響を及ぼしている。例えば、北海道のぴりかファームでは女性社員提案の施設園芸部門が売り上げ増加に結び付いた。

冒頭に紹介した日本公庫の調査では、直近三年間の売上高と経常利益の増加率について、「女性が経営に関与している」グループでは売上高増加率、経常利益増加率とも、「関与していない」グループと比べて高く、女性の経営への関与が収益増にも寄与すると示唆された（図1、一〇頁下段、以下同様）。

女性の担当分野は「生産」を筆頭に「経営管理」「営業・販売」「六次化」と続く（図2）。中でも「営業・販売」「六次化」を担当していると回答したグループは、特に経常利益増加率が高いという結果で（図3）、これらは普段の生活における消費者としての感度の高さを活かしやすい分野と言える。事例調査を経て、農業経営の中で女性が活躍できる分野は多岐にわたること、適所において権限と責任を与えることで意欲が増し能力が発揮されることが分かった。

さらに、妊娠・出産などが伴う女性が働きやすい職場環境が積極的に整備されていることが女性が活躍するために重要であり、見過ごすことのできない材料といえる。

翻って、これらは男性にも当てはまることだろう。老若男女を問わず、誰もが活躍できるように配慮していくことが、これからの農業経営の成長の条件となっていくと思われる。次ページから六事例の詳細を紹介しよう。

女性の経営参画事例

事例調査先	女性の経営参画のきっかけ	女性が働きやすい職場環境づくり
「農事組合法人 ぴりかファーム」／北海道今金町 代表理事・末藤 春義 業種・畑作、水稻、野菜、農産物販売 設立…一九九九年 経営面積など…一三七㊦、直売所一軒 従事者数…二二人（女性四人） 売り上げ…二・三億円（二〇一六年）	● 法人設立時、生産者が夫婦で出資することで女性が参画。	● 経営参加意識を醸成されており、性別を問わず、社員全員が経営提案しやすい。 ● 重労働は男性に割り振るなど、適材適所の人材配置。 ● 頻繁にミーティングを行うことで経営状況や現場情報を常に共有している。なお、人事評価も社員全員で行っている。 ● 女性の身長に合わせた選別作業台など労働環境を改善。 ● 大型特殊免許の取得など、技術・知識の習得を積極的に支援。
「有限会社 ANEKKO」／青森県弘前市 代表取締役社長・村上 美栄子 業種・果樹（リンゴなど）、加工、農産物販売、レストラン 設立…二〇〇五年 経営面積など…樹園地一・八㊦、直売所一軒、レストラン一軒 従事者数…一八人（女性二二人） 売り上げ…二・三億円（二〇一六年）	● 農業者の所得向上や地域の活性化といった理念の下、女性が起業。 ● 出資者一三人のうち二二人が女性。	● 出産などライフイベントに合わせ勤務時間を柔軟に設定でき、休暇も取りやすい。 ● 女性専用トイレや更衣室、さらには女性が使いやすい高さのレジを直売所に設置するなど配慮。 ● 会社の方針などを社員に認識してもらうため、理念やサービス内容を記載した手帳を配布。勤務経験の浅い社員でも業務改善に関する意見を出しやすいよう業務口誌を付けている。
「デイリーパラダイス」／愛知県田原市 代表・伊藤 立 業種・酪農、乳製品製造・販売 設立…一九八〇年「デイリーパラダイス」二〇一〇年「パロック」 経営規模など…一六〇頭、販売店一軒 従事者数…一八人（女性二三人） 売り上げ…二・七億円（二〇一六年）	● 代表との結婚を機に妻が経営陣に入。 ● 生産の中核の一人となる外国人女性が参加。 ● 代表の長女がジェラート販売店「パロック」を設置。	● 女性従業員が多く、意見を出しやすい。 ● 牛の体調管理など細やかな気配りが必要な仕事は女性が行うなど、適材適所による業務分担。 ● 勤務時間を柔軟に設定でき、妊娠・出産などでの休暇も取りやすい。
「鷺頭牧場」／大分県九重市 代表・鷺頭 将治 業種・肉用牛、レストラン、水稻、農産物販売、加工 設立…個人で鷺頭牧場経営、二〇〇三年「べべん」 経営規模など…一六〇頭、三三㊦、レストラン、販売店一軒 従事者数…二一人（女性七人） 売り上げ…一・二億円（二〇一六年）	● 前代表（父）との結婚を機に母が経営に参加。 ● レストラン「べべん」の開業に当たり、妹二人が参加。	● 月に数回の経営会議を行い、家族全員が提案できる体制。 ● 生産部門、販売部門の連携を行い、「家族協働」体制で仕事をフォローし合っている。 ● 育児休業制度を整えており、休業後の職場復帰を支援している。
「有限会社 山床製茶」／鹿児島県出水市 代表取締役会長・山床 憲次 業種・茶 設立…一九八九年（法人設立） 経営面積…二一㊦ 従事者数…九人（女性三人） 売り上げ…一億円（二〇一六年）	● 代表との結婚を機に妻が経営参画。 ● 代表の長男の妻も結婚を機に入社。	● 業務をフォローし合い出産や子どもの行事などの休暇を取りやすい。 ● 育児中の社員などのバックアップ体制を整えている。 ● 性別を問わず、社員全員が経営提案しやすい。
「有限会社 小田畜産」／鹿児島県南さつま市 代表取締役会長・小田 健一 業種・肉用牛 設立…一九七三年 経営規模など…肥育年四一〇九頭ほか 従事者数…二五人（女性五人） 売り上げ…二四億円（二〇一六年）	● 創業時に代表の両親が経営支援。 ● 代表との結婚を機に妻が経営参画。	● 重労働の多い生産部門は男性に、経理部門を女性が担当するなど適材適所の人材配置。 ● 仕事は互いにフォローし合う体制としている。育児中の社員など個人の事情に配慮している。

[有限会社 小田畜産]	[有限会社 山床製茶]	[驚頭牧場] [べべんこ]	[デイリーパラダイス] [パロック]	[有限会社 ANEKKO]	[農事組合法人 ぴりかファーム]	事例調査先
● 経営管理	● 営業・販売 ● 六次産業化 ● 経営管理	● 六次産業化 ● 生産 ● 経営管理	● 生産 ● 六次産業化	● 経営管理 ● 六次産業化 ● 営業・販売	● 生産 ● 経営管理 ● 営業・販売	女性の経営参画分野
①専務(代表の妻)を筆頭に女性を中心となって経理を担当。 ②専務が経理知識を習得し、手書きの売上伝票や台帳を改め、PCによる経理処理を導入。 ③PC操作を得意とする従業員の雇用など環境を整え、顧問税理士に相談する体制を構築。	①専務(代表の妻)が商工会など外部団体と接触して自社の商品を積極的にPR。 ②長男の妻が積極的に商品開発研究を行い製品の個包装化や紅茶の生産・販売に取り組む。 ③長男の妻が季節に合わせた直売店の内装などを提案。 ④経理は女性が担当となり、販売戦略にたずさわる。	①代表の母が記帳管理から税務申告までの経理全般と子牛の分娩管理を担当。 ②代表の母は経営能力向上のため積極的に各種の研修会に参加。経営の危険分散の観点から事業を多角化し、レストラン部門を企画し実行。 ③代表の二人の妹がレストラン部門を担当。 ④代表の母が特産物形成を意識してブルーベリーの栽培、加工、販売に取り組む。	①代表の妻と勤続二五年以上の主任(外国人女性)が中心となり、牛の体調を管理。 ②ジェラートショップ「パロック」では店長(代表の長女)が、自家生乳や地域の農産物を活かした「菜の花ジェラート」など商品開発。 ③生産現場の女性と販売店の女性が連携し、商品の完成度を上げるため生乳の品質などを販売店から生産現場にフィードバック。	①女性による起業が特徴。代表を中心とする女性が営業に注力し、スーパーや駐車場での出店、地域イベントへの参加など率先して取り組む。 ②「ここでも買えない商品づくり」を目指し、商品を開発。 ③レストランのメニューは地元食材を中心に「身近に感じるもの」とする。 ④市民農園や施設の中にさまざまな講座や教室を開催できる交流スペースも設けるなど、地域の憩いの場とする。	①女性社員の提案により、アスパラガスやミニトマトなど施設園芸部門を設置。 ②稲やトマトの育苗を担当。 ③稲作などの副担当。 ④直売所、通信販売を担当。 ⑤事務経験のある女性従業員が加入し、経験を活かして経理で活躍。	女性の具体的な取り組みの内容※
①月ごとに業況を確認して顧問税理士と打ち合わせを行い、経営改善につなげている。 ②自社の強み・弱みを把握し、具体的な経営改善策を打ち出すことで費用の削減、利益率の向上を実現。利益の確保により新牛舎の建設、規模の拡大といった経営の好循環に貢献。	①営業活動の成果で地元を中心に口コミで評判が広がり新たな顧客を獲得した。 ②顧客の購買意欲を増進し、若者のみならず、高齢者にも好評で販売部門の増収に貢献。 ④年間の売り上げのバラつきをなくすきめ細かな管理により安定した収支につなげている。	①経理・子牛の分娩ともきめ細かい管理で経営の成長を支持。 ②観光地でのレストランは今や経営の柱。生産部門の規模拡大にも結びつく。 ③姉妹がそれぞれの能力・飲食店勤務の経験、管理栄養士を活かすとともに地域のメディアにも取り上げられる。 ④取り組みが地域の女性にも波及し、ブルーベリーが新たな地域特産として期待されている。	①食べ残しや排せつ物から体調を見極め、細かなところにも良く気付き、品質・生産量に貢献。 ②顧客の中心となる女性に強く訴求。また、物腰の柔らかい接客が消費者から好評。 ③生乳の品質改善につながっている。	①当時、珍しいこともあり注目を集め、知名度が向上。 ②女性従業員の企画によるオリジナル商品「獄きみロールケーキ」などが多く誕生、直売所の魅力を形成。 ③気軽に来店できるよう工夫することでリピーターを多数獲得。	①売り上げ増加を実現するとともに、天候不順などの経営リスクを分散。 ②きめ細かな管理で高品質の苗を生産。 ③病害虫の早期発見などに優れた能力を発揮し、作業の進捗にも目配り。品質・収量ともに貢献。 ④物腰の柔らかい接客で消費者から好評。 ⑤経営視点をもち、経営成果の向上につながっていると評価。	女性の取り組みによる具体的な成果※
会計を起点とした経営管理により、売り上げは二〇一三年一六億円から一六年二四億円に。	女性中心の開発や営業により販売部門の売り上げは二〇一六年三〇〇〇万円から一六年四〇〇〇万円に。	母娘が中心に立ち上げ、軌道に乗せたレストランの売り上げは二〇一六年四五〇〇万円に。	新たに立ち上げたジェラートショップの売り上げは生産と販売の女性連携で二〇一六年一三三〇〇万円に。	起業、女性たちの企画により直売所などの収入による事業売り上げが二〇一六年二億三四〇〇万円に。	女性の提案で新たに立ち上げた施設園芸部門の売り上げは二〇一六年一六〇〇万円に。	財務への貢献を試算

※「女性の具体的な取り組みの内容」と「女性の取り組みによる具体的な成果」の数字はリンクしています。(例：取り組み内容①に対しての成果は①で示しています)

現地調査レポート

農事組合法人 ぴりかファーム

北海道今金町

代表理事 末藤 春義

業種・畑作、水稻、野菜、農産物販売

女性の経営参画分野 生産、経営管理、営業・販売



農事組合法人
ぴりかファーム
は北海道の南西部、渡島半島にある今金町に立地する。今金町は後志利別川の恩恵を受け、北海道らしい美しい田園風景が広がる。特産のジャガイモ「今金男爵」は高級ブラ

ンドとして有名だ。

法人設立のきっかけは、地域集落の危機だった。一九九三年の冷害の打撃で集落の農家二戸が経営破綻に陥った。地域農業を守ろうと有志が「新しい農業経営を考える会」を立ち上げて一年間話し合い、九九年、農家五戸が協同の精神でぴりかファームを設立した。

興味深いのは農家が皆夫婦で出資したため、設立当初から女性が経営に参画し大きな役割を發

揮していることだ。

出資することで全員が経営参画意識を持つと同時に、ミーティングなどを頻繁に行い経営状況や現場情報を常に共有することで経営提案をしやすくしている。

女性社員の提案により、二〇〇九年以降アスパラガスやミニトマトなどの施設園芸部門を設立した。この新たな部門は売り上げ増加をもたらした。天候不順などの経営リスクを分散させ高収益作目に取り組むべきだという提案だったが、提案した社員に部門を任せることで、モチベーションの向上にもつながった。

重労働は男性に割り振るなど得手不得手に応じた配置をしている。さらに、互いにフォローし合うことで育児や介護に携わる社員なども柔軟に仕事に取り組むことができるという。現在は雇用も行っており、人物本位で採用している。性別を問わず、社員一人ひとりが活躍できる経営体だ。

有限会社 ANEKKO

青森県弘前市

代表取締役社長 村上 美栄子

業種・果樹（リンゴなど）、加工、農産物販売、レストラン

女性の経営参画分野 経営管理、六次産業化、営業・販売

青森県弘前市、リンゴ果樹園と軒を並べて有限会社 ANEKKO が展開する直売所「野市里」とレストラン「こぎくら」がある。岩木山を展望する



これらの施設は、地域の憩いの場として連日にぎわいを見せている。

「農産物の直売をすれば地域の農業者の所得向上につながる」。村上美栄子さん（五六歳）は、夫が代表を務める農業資材販売会社で仕入れの担当をしていた頃からそんな想いを抱いていた。そこに、弘前市中心部と岩木山麓を結ぶ広域農道設置の計画が持ち上がったことから、構想が具現化した。二〇〇三年に仮設の直売所を建設。「地元女性のゆつくりお茶を飲めるところをつくりたい」との想いからレストランの設置へと構想が広がっていった。そこで、〇五年、ANEKKO を設立する。津軽弁でお姉さんを意味する「あねっこ」が会社名の由来だ。

ANEKKO は出資者も従事者もほとんど女性という特徴を持つ。商品やメニューの開発、営業も女性が中心になっている。商品開発では、岩木

山麓^{だけ}の嶽高原で栽培されたトウモロコシ「獄きみ」を原料にしたロールケーキやドレッシングなど「ここでもしか買えないもの」に女性たちのアイデアが盛り込まれた。これらオリジナル商品が並ぶ直売所は話題を呼んだ。さらに、レストランでは、メニューは津軽料理など「地元女性が身近に感じるもの」とすることで、何度でも気軽に来店できるよう工夫した。代表を中心とする女性たちは営業にも注力し、スーパーや駐車場での出店、地域イベントへの参加などに率先して取り組み、知名度を向上させる。

「モノを売るために必要なのは仕掛けづくり」と村上さんは語る。「女性ならではのしなやかな発想」が経営の随所に活かされているANEEKK Oは、地域とともに発展している。

デイリーパラダイス、バロック

愛知県田原市

代表 伊藤立

業種：酪農、乳製品製造・販売

女性の経営参画分野 生産、六次産業化

農業産出額日本一をアピールする愛知県田原市。伊藤立さん（六四歳）は酪農の楽園をイメージした牧場の「デイリーパラダイス」、牧場で生産した生乳を使用するスイーツ&ジュラテリア「Baroque」を展開している。

伊藤さんは一九七九年に脱サラし、「生きた足跡を残したい」という想いを胸にUターンして八〇年に就農。八七年には結婚を機に妻の美津子さん（五一歳）が経営陣に参加。美津子さんは信用金



庫の出身で経理関係に強く、大変助かったという。「経営のコア部分を女性が担っていると感じています。生乳の生産では丁寧な個体管理を、バロックでは企画から全て担当してくれています」と伊藤さんは話す。

生乳の生産では細霧装置を導入し、群管理を行うなどの難しい面が多いが、美津子さんと勤続二十五年以上のアラシーさん（主任、ブラジル人女性）を中心に、食べ残しや排せつ物を見て牛の体調を見極めるなど丁寧な生産を行っている。

この高品質の生乳から作られるのがバロックで供されるジュラートだ。長女のえりかさん（二九歳）は二〇一〇年のバロック立ち上げ時から店長を務め大きな役割を担っている。デザイナー志望だったが、伊藤さんの勧めもあって製菓学校に進学、その後、洋菓子店に勤務し洋菓子の製作や販売を本格的に勉強した。バロックのジュラート

は六〇種類以上もある。「菜の花ジュラート」は、渥美半島は観光客が多く、お客さんに地元にある季節の食材を使った商品を提供したいという想いから生まれたという。

生乳の品質によってジュラートの味が変わる。そこで、生産現場に情報をフィードバックし、生乳の品質維持、向上に役立てている。ジュラートショップは生産、加工、販売それぞれに携わる女性の連携のたまものだ。

えりかさんは「バロックは生産者の店です。お客さまの声を生産担当に伝え、また生産担当の頑張りをお客さまに伝えることも大切な役割と考えています」と語る。

鷺頭牧場、べべんこ

大分県九重町

代表 鷺頭将治

業種：肉用牛、レストラン、水稲、農産物販売、加工

女性の経営参画分野 六次産業化、生産、経営管理

大分県九重町の飯田高原は九重連山の北側にある標高約九〇〇mの高原で、阿蘇から湯布院・別府を結ぶ「やまなみハイウェイ」が通る観光地でもある。鷺頭将治さん（四一歳）はその飯田高原で「鷺頭牧場」を営み、農家レストラン「べべんこ」を経営する。

父の栄治さん（六五歳）は林業を中心としながら肉用牛繁殖を行っていた。栄治さんが経営移譲された一九八九年時点では繁殖雌牛二〇頭の規模だったが、経営を安定させるため徐々に規模を拡大していく。



しかし肉用牛経営は売り上げに結び付くまでの期間が長く、市場の影響も大きく不安定だ。母の洋子さん(六四歳)は「嫁いだ頃は家業であり経営という感覚がなかった」と振り返る。

洋子さんが六次産業化の研修会に参加したのが鷺頭牧場の大きな転機となる。女性が事業を企画することで、家業から真の経営へと転換が始まった。生産物に付加価値を付け、自分たちが価格設定できる直営レストランの検討を開始した。

二〇〇三年、妹で、飲食店で勤務経験がある郁代さん(三九歳)と管理栄養士である絵理佳さん(三七歳)も経営に参加。妹二人が中心となりベベン(大分方言で子牛を意味する)を開業するに至った。

現在ではベベンこは鷺頭牧場の売り上げの四割強を占める部門となり、経営全体としてもレストラン開業前に比べ売り上げが二・五倍にまで

なった。「肉用牛部門とレストラン部門、双方が補完し合って大きくなりました。母や妹たちを含めた家族の力です」と鷺頭さんは語る。

また、洋子さんはブルーベリーを栽培・加工してレストランで販売している。このブルーベリーを使った商品を地域の特産にすべく、地元的女性五人で起業して、加工場をレストランの横に建設しようという計画だ。雇われるだけでなく、女性が経営者となることで、地域の協同が広がっていく。

有限会社 山床製茶

鹿児島県出水市

代表取締役会長 山床 憲次
業種：茶

女性の経営参画分野 営業・販売、六次産業化、経営管理

鹿児島県北西部に位置する出水市は鶴の飛来地と知られ、霧深い気候と肥沃な土地は香り高い良質な茶を育む。有限会社山床製茶は、その出水市で二〇鈴を超す茶園を営み茶葉の生産から販売まで一貫して行っている。

一九六七年の創業当時、茶の加工業を中心に事業を展開していたが、山床憲次さん(六九歳)は実父が所有していた茶畑を譲り受け生産事業を本格化。八九年には法人化し、徐々に規模を拡大していった。

山床さんの妻、涼子さん(専務、六七歳)が結婚を機に経営参画したのを始まりに、現在、長男の貴憲さん(社長、三七歳)の妻、早苗さん(三五歳)を含め、女性が三人在籍している。山床製茶で女性が特に光っている分野は営業・販売と六次産



業化だ。まず涼子さんは商工会をはじめとした外部団体と接触し、自社の茶を積極的にPRしている。その結果、山床製茶の評判は地元を中心に口コミで広がり、新たな顧客を呼び込み営業成果を挙げている。

早苗さんは他社を視察し、積極的に販売や商品開発研究を行なった。消費者の好みが多様化することを見越して、製品の個包装化や紅茶の生産・販売に取り組んだ。また、お客さまに喜ばれるよう直売店の内装を季節に合わせて模様替えをしている。これらは顧客の購買意欲を増進し、若者のみならず、高齢者からも好評を得て売り上げ増加につながっているという。

出産・子どもの行事など必要に応じて休暇を取りやすくするなどの働きやすい環境を整え、業務をフォローし合うことでさらに女性活躍を促していくという。

有限会社小田畜産は、薩摩半島中央の知覧町と半島西端に位置する南さつま市の二カ所に牧場を構える。経理部門の女性五人が能力を発揮した経営管理で、攻めの肉用牛経営を展開している。

小田健一さん（六二歳）が「牛が好きだから」という理由で肉用牛経営を始めたのは一九七三年。わずか二頭からのスタートだったが両親に手伝ってもらいながら規模を拡大した。七六年に結婚した機に妻のとみ子さん（専務、六一歳）が経営に加わり、主に経理を担当した。とみ子さんが就農した当初、日々の経理処理は手書きの売上伝票・台帳



有限会社 小田畜産
代表取締役会長 小田 健一
業種・肉用牛
女性の経営参画分野 経営管理

鹿児島県南さつま市

による作業だった。

肉用牛経営は、子牛を肉牛として出荷するまで長期を要するため、在庫の管理やコストの管理は・密に行わなければならない。これを怠ったまま規模を拡大することは命とりになる。

とみ子さんは簿記など会計知識を習得するが、増頭で手書きの事務に限界を感じる。そこで、経理を支える従業員を雇用し、さらにPCでの経理処理と畜産ソフトを導入。しっかりとした会計の態勢を整えた。また、顧問税理士に経理関連書類を定期的に提出するようにした。

このように経理システムを刷新し、顧問税理士と定期的に財務内容について打ち合わせること、自社の強みと弱みを把握することができたという。とみ子さんは財務から得られた分析を飼料の相見積による仕入単価削減などの具体的な経営改善策に落とし込み、提案していった。

その結果、費用の削減につながり、利益率の向上を実現。利益の確保により新牛舎の建設、規模の拡大と経営の好循環を生み出すことができた。

現在、小田畜産は肉用牛（肥育・繁殖）経営であるが、今後は肥育部門に注力し、肥育牛の常時飼養頭数一万頭体制に向けて規模拡大に取り組んでいくという。これも経営管理がうまく機能しているから立てられる計画だ。

さらに繁殖牛を増頭する計画もあるが、繁殖牛飼養管理には、女性の細やかな観察眼などが活きてくると見ており、生産分野での女性の積極的な雇用も検討中だ。

大規模畜産経営でも女性の活躍する分野が広がってきた、楽しい事例だ。

F

図3 女性の担当分野別の経常収益増加率（直近3年間）

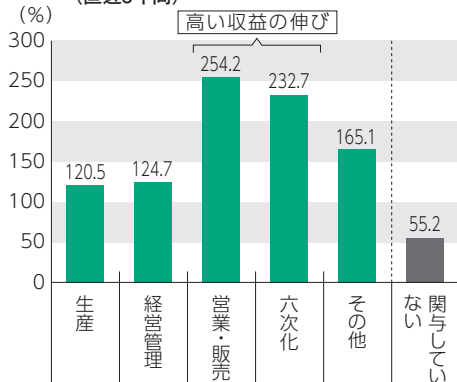
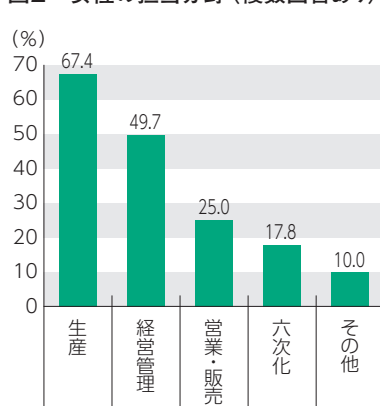
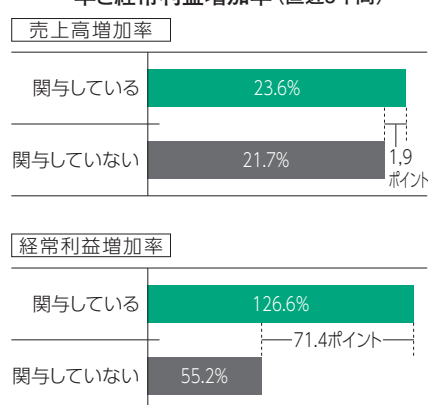


図2 女性の担当分野（複数回答あり）



(n=3,418)

図1 女性の経営への関与別売上高増加率と経常利益増加率（直近3年間）



(注1)売上高増加率は(直近の売上額の総和-直近から3年前の売上額の総和)÷直近から3年前の売上額の総和

(注2)経常利益増加率は(直近の経常利益の総和-直近から3年前の経常利益の総和)÷直近から3年前の経常利益の総和

(注3)経常利益については対象が個人事業主の場合は「所得金額」を用いた。

女性の活躍を農政が推進する意味

農林水産省の女性施策担当部署名称が、二〇一五年一〇月から「女性活躍推進室」となった。日本農業の中心である家族経営と農村地域の暮らしを持続可能なものとし、明るい未来を実現していくには、女性が十分に活躍できる環境をつくりあげることが必要不可欠で、農業界の意識改革を今後も進める。

「見える化」が活路を開く

女性農業者が活躍できる環境をつくることは、長きにわたり農政の課題となってきた。家族経営が主流であることや、自然条件に左右されることなどの農業の特徴を理由として、課題の克服はまだ道半ばであり、現在もお農林水産省に「女性活躍推進室」が存在するのはその証左でもある。一方で、男性と同じように活躍している女性農業者や、女性が生き生きと働いている経営体も、もちろんすでに多く存在する（一四頁、表）。

そうした先進的な事例を農業界の内外に「見える化」し、内ではロールモデルとして広げ意識改革を促し、外では農業を職業として選択したいと考える女性を増やしていくと、近年、農林水産省では新しい施策をスタートさせている。まず、

それら施策の概要を紹介する。

一つ目は「農業の未来をつくる女性活躍経営体100選」(WAP100)だ。二〇一五年度からスタートしたもので、女性活躍推進に取り組み、経営の成果を上げている農業経営体を認定・表彰する事業である。

応募資格があるのは農畜産物の生産事業を行い、女性の活躍を推進し経営者の理念や方針に沿って具体的な取り組みを行っている経営体。女性活躍により経営上の成果が表れているかどうかを基準として認定しており、一五、一六年度の二カ年で全国六〇〇の経営体が認定を受けている。

認定経営体の生産物の種類は稲作、野菜、果樹、酪農、畜産、花きなど多岐にわたり、地域や経営規模も多様である。大半は法人化しており、経営トップが女性であるのは少数ながらも、多くには



農林水産省経営局就農・女性課長

佐藤 一絵 Kazue Sato

さとう かずえ
1969年北海道生まれ。93年北海道大学卒業。地方紙記者、出版社編集者として計15年勤務後、2008年農林水産省入省。旧総合食料局、水産庁を経て14年経営局就農・女性課女性・高齢者活動推進室長。16年4月より現職。

女性役員・管理職が存在している。産前産後・育児休業、短時間勤務といった諸制度の導入に加え、女性にとって快適なトイレや更衣室といった施設の整備、業務改善による重労働作業の軽減策などが積極的に取り入れられている。

また、従来、農村では男性農業者向けには農業技術や機械などに関する研修が多数開かれてきたものの、女性農業者が参加しにくい状況が続いてきた中で、多くは女性従業員向けの研修を実施している。経営者は、女性にしっかりと学びの場とチャンスを与え、男性従業員に対するのと同じように、女性の人材育成に取り組んでいる。また、女性の役員や管理職が、男女の性別の違いを認識した上で、ワーク・ライフ・バランスの追求が必要であることを男性経営者に伝えている。

こうした取り組みを実践する農業経営体は、女



佐賀県の農業女子プロジェクトメンバー。女性農業者の活躍は広がっている

性にとって職場として魅力的であることは間違いない。同時に日々、前向きに農業に従事することができ環境は、男性にとっても同じように魅力的であるはずである。

補助金使わず自由発想を支援

二つ目は「農業女子プロジェクト」だ。前述の通り「WAP100」は、農業界における女性の活躍のロールモデルを、同じ農業界の中で「見える化」し、他の農業経営体にも同様の取り組みを促すことを目指している。

同時に、農業界の外に対しても、「職業としての農業」が女性にとって選択肢となり得ると認識してもらう必要がある。そこで、「女性の職業の選択肢に『農業』を加える」ことを最大の目標として二

〇一三年一月からスタートさせたのがこの「農業女子プロジェクト」である(写真上)。

「農業女子プロジェクト」は、自由な発想と取り組みを促進する観点から、活動の本体部分に補助金を使わない、ということの特徴としている。プロジェクト推進の手段としては、企業との連携という方策を採った。基本は、職業として農業に携わる女性に「農業女子」(年齢制限なし)が持つ知恵やアイデアを、さまざまな企業が持つノウハウ・技術と結び付け、新商品や新サービスの開発を行うというものだ。その成果を社会にアピールすることで、生き生きと農業に向き合う「農業女子」の存在をまずは知ってもらうということを狙っている。

本年六月現在で、四七都道府県全てから六〇二



G7国際フォーラムにおけるパネルディスカッションの様子

人の農業女子が登録されている。

メンバーたちは農業者であるのはもちろん、妻であり、母であり、消費者・生活者でもある。いわゆる「農家の嫁」ばかりではなく、「後継者」として実家の農業を継いで経営を担っている女性、農外から「新規参入」して独立し農園を営んでいる女性、また農業法人に勤めていて農場長として活躍する女性もいる。女性ならではのネットワークや、生活者目線などを活かして、新しい商品を生み出していきたいという意欲にあふれている。

一方、参画企業は二八社に上り、農業と関係の深い農機具や軽トラクメーカーなどはもとより、化粧品、百貨店、下着メーカーや住宅メーカー他、多様な分野から協力を得ている。

農家の嫁として、農作業のため日夜問わず忙しく働き、家事・育児でもフル稼働し、寝る暇もないぐらいで散々苦労している——というかつてのステレオタイプのな女性農業者像は、農業女子メンバーにとってはもはやあり得ないものだ。ある農業女子の言葉を借りれば、彼女たちにとって農業は「クリエイティブで未来ある産業」である。主体的に農業と向き合う多様な女性農業者像を、これからさらに社会に広く発信していかなければならないと考えている。

三つ目は「女性農業次世代リーダー育成塾」だ。経営者として農業ビジネスを展開する女性を増やしていくことが、農業の成長産業化にも貢献する。この観点で、女性の人材育成の取り組みと位置付け、一四年度から補助事業で支援し開講されているものである。過去三期で約八〇人が卒業した。(詳細は「輝く農女新聞」<http://www.jma>。

or.jp/kagayaku-nj/を参照)

本年度も六月に開講した。受講生は翌三月までの一〇カ月間に月一回、合計一〇回の原則一泊二日の研修を東京で受ける。この研修では、農業経営やマーケティングなどを中心とした座学だけでなく、東京という大消費地マーケットの厳しさを体感してもらうためにマルシェの出展や商談会への参加など、実践も含めた内容を学ぶ。名称の通り、自身の農業経営を発展させるのはもちろん、地域農業においても次世代リーダーとして活躍できる人材を輩出すべく、宿題もたつぷりある密度の濃い研修内容となっている。

過去三期の様子を見ると、当初は「経営は夫任せ」「自分に社長の肩書きはあっても、経営戦略を明確に描けているわけではない」という状況だった大半の塾生が、卒業時には一〇年後に向けての具体的な経営戦略・目標を語ることができるようになっており、研修の効果が見える。

卒塾生たちに話を聞くと、女性が農業において活躍するために必要なことは、家族はもちろんとして「地域の農業界にいる男性の理解」、すなわち「能力と意欲のある女性が活躍することを阻もうとせず、後押ししてくれる考え方を持つ男性の存在」であるという声が多かった。都会では死語になりつつあるといっても過言ではない「男性中心社会」という言葉を農村から解消していくには、彼女たちのような前向きな女性農業者の活躍をとにかく「見える化」していく必要がある。

四つ目は「国際会合での発信」だ。日本の女性農業者の活躍を、世界に向けても発信しようという取り組みにもチャレンジしている。その一つが、一

六年二月に都内で開催した「農業における女性・若者の活躍推進に向けたG7国際フォーラム」である。G7各国および開発途上国、国際機関の農業政策を担当する実務者が、女性・若者が置かれている現状、農業分野での女性や若者の活躍に向けた施策・制度に関して情報共有するとともに、今後の施策立案上での課題などについて議論を行った。また、日・米・仏の女性農業経営者四人が、農業で女性が活躍することの意義、女性の強みをどのように経営に活かしていくかなど、活発に意見交換した(二二頁、写真下)。

これまで、各国の農業事情が違うことから、女性活躍施策の在り方を共有するような国際会合は開催されていなかったが、今回、女性の活躍が各国とも十分実現できていないこと、また女性活躍が農業の発展のカギを握ると認識していることが、どの国も共通していると分かった。参加した日本の女性農業者は「世界にも仲間がいることは心強い。ますます農業を頑張りたい」と語った。

二つの「基本計画」と「基本法」が目指すもの

最近の施策を紹介してきたが、そのベースとなる、女性活躍を推進する農政としての基本的な考え方は、二つの「基本計画」に記載されている。

一つは、二〇一五年二月に閣議決定された「第4次男女共同参画基本計画」だ。この中の一章「地域・農山漁村、環境分野における男女共同参画の推進」で基本的な考え方や具体的取り組み内容、併せて成果目標などが記載されている。

政府の男女共同参画に関する中長期の取組方針を示すこの基本計画では、農業経営における女

性の参画状況はいまだ十分ではないことから、農業委員会の委員・農業協同組合の役員などへの女性登用の一層の拡大、農山漁村における地域の方針決定過程への企画・立案段階からの女性参画など、女性が男性の対等なパートナーとして経営に参画できるようにするために必要な取り組みの推進、女性が働きやすい作業環境の整備や就業支援などを行っていくことが明記されている。

もう一つは、一五年の三月に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」である。「第3 食料、農業及び農村に関し総合的かつ計画的に講ずべき施策」の中で、「女性農業者が能力を最大限発揮できる環境の整備」と題し、女性農業者の農業委員および農業協同組合の役員などへの登用推進、地域農業における次世代のリーダーとなり得る女性農業者の育成や、農業で新たなチャレンジを行う女性の経営の発展を促進するための取り組みなどを推進するとしている。さらに、これらを推進するため両方の基本計画に共通して盛り込まれたのが、「意識」を変えていくことの必要性である。「農山漁村の一部でいまだ根絶されていない固定的な性別役割分担意識等による行動様式を是正し、あらゆる場における意識と行動の変革を促進する。」(第4次男女共同参画基本計画)

「農村社会ではいまだ指導的地位や経営主の多数を男性が占めるような状況にあることから、女性同士のネットワークの強化等の地道な取組を通じて男女ともに意識改革を図りながら、女性農業者が一層活躍できる環境整備を進めることが必要である。」(食料・農業・農村基本計画)

「固定的な性別役割分担意識」、つまり男性が主

表 女性農業者の基本データ

	人数(人)	割合(%)	時点
基幹的農業従事者	656,000	41.4	2016年
販売農家で経営者	89,000	6.7	2015年
認定農業者 (夫婦申請含む)	11,241	4.6	2016年 3月
雇用就農者	108,000	48.8	2015年
新規就農者	15,840	24.4	2015年
農業委員	2,671	8.1	2016年 10月
農協役員	1,305	7.5	2016年度

資料：JA全中、農林水産省調べより筆者作成

で女性が従であり、農業経営で女性が主体的に力を発揮することが求められないといった考えが根強く残る農業・農村、というイメージは、農業界の外にいる人々にまだ抱かれがちである。こうしたイメージは、現代社会の女性たちにとって、農業をネガティブに捉えてしまう大きな要因ともなっている。実際、各地で出会う女性農業者から「女性だからという理由で農業関係の研修に出させてもらえない」「農業委員に立候補しようとして止められた」といった不平不満も聞こえてくるのが現実である。

制度を変えただけでは、意識は簡単には変わらない。ここが、農業における女性活躍の難しさであり、課題となっている。しかしながら、決して諦めず、地道に前に進むしかない、というのが、両基本計画の意味するところである。

一九九九年に制定された「食料・農業・農村基本法」第二十六条(女性の参画の促進)では「国は、男女が社会の対等な構成員としてあらゆる活動に参画する機会を確保することが重要であること

にかんがみ、女性の農業経営における役割を適正に評価するとともに、女性が自らの意思によって農業経営及びこれに関連する活動に参画する機会を確保するための環境整備をするものとする。」と明記されている。法律と基本計画の記載を実践することが、当然ながら我々の使命である。

農業の明るい未来のために

先日ある地方で、農業界における女性活躍について、主に女性農業者の方々に対してお話をさせていただいた。「農業競争力強化プログラム」(二〇一六年一月政府決定)に、「地域農業の振興や農業経営の発展、6次産業化の展開に重要な役割を担っている女性の活躍を推進する。」との記載を盛り込んだことなどを紹介し、基幹的農業従事者の四割を占める女性が活躍することの必要性をご説明したが、「競争力強化とか強い農業をつくるなどと言うが、それは『農村破壊策』ではないのか。そのような中に女性を巻き込むのか」といった厳しいご意見を賜った。政策の目指すところをうまく伝えられず反省している。

もちろん、女性活躍のための施策は農村破壊策では決していない。「競争力強化プログラム」は、農業者が自由に経営展開できる環境を整備するとともに、農業者の努力では解決できない構造的な問題を解決するために策定された。産業として持続可能な農業を実現するために政府として対応しなければならないことが列記されていると同時に、地域の農村の豊かな営みとそこでの暮らしを守るためにも必要な関係者一丸となって行うべき取り組みも記載されている。

つまり、産業政策として女性ならではの視点を農業経営などにもっと活かして経営発展につなげていくことと、地域政策として女性が生き生きと農村で暮らし働ける環境づくりを進め、その姿に魅力を感じる多くの女性たちによる農村回帰の流れを作ることとは、どちらも重要なのだ。

家族経営の農業では女性の存在が不可欠である。これは過去も未来も大きく変わることはない。その女性が、農業という仕事や農村での生活を息苦しいと感じていたり、その中で自己実現を図るのが難しいと悩んでいるのは、農業の未来はない。

逆に、農業経営と農村社会で女性が活躍することにより、経営発展を実現し、農村の暮らしを魅力あるものにするのができれば、全ての人々のいのちを支える産業としての農業の価値そのものの理解と共感を、より多くの消費者から得ることが可能となるはずである。さらにその先に、女性農業者の活躍と、農業の魅力を知った多くの方々が、男性であれ女性であれ、実際に職業として農業を選択してくれるようになれば、わが国農業の未来を明るい方向へと導くことになることと確信している。農政が女性活躍を推進する意味は、まさに明るい未来を実現することにある。

他の産業と比較された際に「農業は遅れている」とマイナスの評価を得るのではなく、逆に農業界が先進的だと言われるよう、今後も女性農業者の皆さんの声に耳を傾けながら、国としてもチャレンジを続けていく。究極的には、女性の活躍が当たり前となって、「女性活躍推進室」という部署の役割が消えてなくなる日、を目指していきたい。



Report on research

飲食業など景況 改善動き足踏み 人手不足などが マイナスに作用

—生活衛生関係営業の景気動向等調査—

農産物販売先の市場動向の参考になる消費者の日常生活に密着した生活衛生関係営業の方を対象にした景況感や雇用動向についての調査結果を報告。

「生活衛生関係営業」とは、消費者の生活に不可欠なサービスを提供している飲食業やホテル・旅館業などの営業です。

日本公庫国民生活事業は、これらの企業に対し、四半期ごとに景気動向等調査を実施しています。

六次産業化に取り組む農業者の方はもちろん、それ以外の方にとっても、農産物販売先の市場動向などとして参考になると考えられますので、今回ご紹介します。

生活衛生関係営業の景況感

一～三学期が底

二〇一七年一～三学期の生活衛生関係営業（以下、生衛業）の各DI

を見ると、業況判断DIは前年同期（二六年一～三学期）の▲二・四・四から八・〇ポイント低下し▲三・一・四、売り上げDIは▲二・〇・一から四・九ポイント低下し▲二・五・〇と、ともに四期連続で前年同期の水準を下回りました（図1、2）。

一方、採算DIは▲八・六から二・〇ポイント上昇し▲六・六と、二期ぶりに前年同期の水準を上回りました（図3）。

長期的な傾向を把握するために図1～3で四期間移動平均（緑線）の動きをみましょう。長期的には改善の傾向にあったものの、直近一年はその動きが若干弱くなっています。生衛業の景況感は、持ち直しの動きは継続しつつも足踏みがみられる状況です。

足踏みの背景としては、一六年に過去最高水準を記録した訪日外国人観光客数の増加傾向やふるさと旅行券をはじめとした地域活性化事業などの好影響が続いているものの、人手不足や仕入れ価格の高騰などの経営課題が、ややマイナスに働いていると考えられます。

さらに、各DIは、いずれも毎年一～三学期が低い傾向がみられます。これは、飲食業においては年末需要期の反動減、ホテル・旅館業やクリーニング業においては閑散期に当たると考えられます。

課題は顧客減や価格

経営上の問題点を見ると、生衛業全体では「顧客数の減少」が五・一・六％と最も高く、次いで「仕入れ価格・人件費などの上昇を価格に転嫁困難」二九・七％、「客単価の低下」二四・六％と続いています（図4）。

業種別では、飲食業は「顧客数の減少」（四七・六％）「仕入れ価格・人件費などの上昇を価格に転嫁困難」（四〇・九％）、食肉・食鳥肉販売業は「仕入れ価格・人件費などの上昇を価格に転嫁困難」（五八・〇％）、ホテル・旅館業は「店舗・施設の狭隘・老朽化」（四五・八％）、「従業員数の確保難」（四一・八％）の割合が高

くなっており、業種によって問題点が異なることが分かります。

そこで、これらの課題解決のために効果を上げた取り組みについて聞いてみました。

愛知県のそば店では、歳末の「年越しそば食べ放題」や、店内で落語を聞き、落語家と一緒にそばを楽しむ「麵屋寄席」という企画などで売り上げを増やしています。

また、岩手県の喫茶店では、郊外での勤務者、学校や病院のスタッフなど昼食で外出することが難しい人へ食事を届けるサービスを始めました。「カフェが届けるランチ」として宅配弁当との差別化を図った結果、SNSなどで評判が広がり、売り上げが大幅に伸びました。

福岡県の料理店では、お薦め料理やサービスをFacebookで毎日発信しています。日々変わる新鮮なサービスの提案が新規顧客の増加につながっていると言います。

福井県の中華料理店では、接客人員不足を解消しようと客席でのタッチパネル式新オーダーシステムを導入したところ、ホールでの混雑解消に加え、客単価の上昇という効果が得られました。半面、システムに慣れない高齢者の抵抗感が見受けられ、厨房での人手不足も顕在化したため、今後の対応が新

たな課題となっています。
 厳しい環境下でも顧客のニーズ
 を掘り起こし行動することが重要
 と言えます。

【調査概要】

● 調査時点：二〇一七年三月上旬

● 調査方法：郵送調査

● 調査対象：生活衛生関係営業三三九〇
 企業

● 有効回答企業数：三〇八六企業（回答
 率九三・八％）

雇用の動向

難航の人材確保

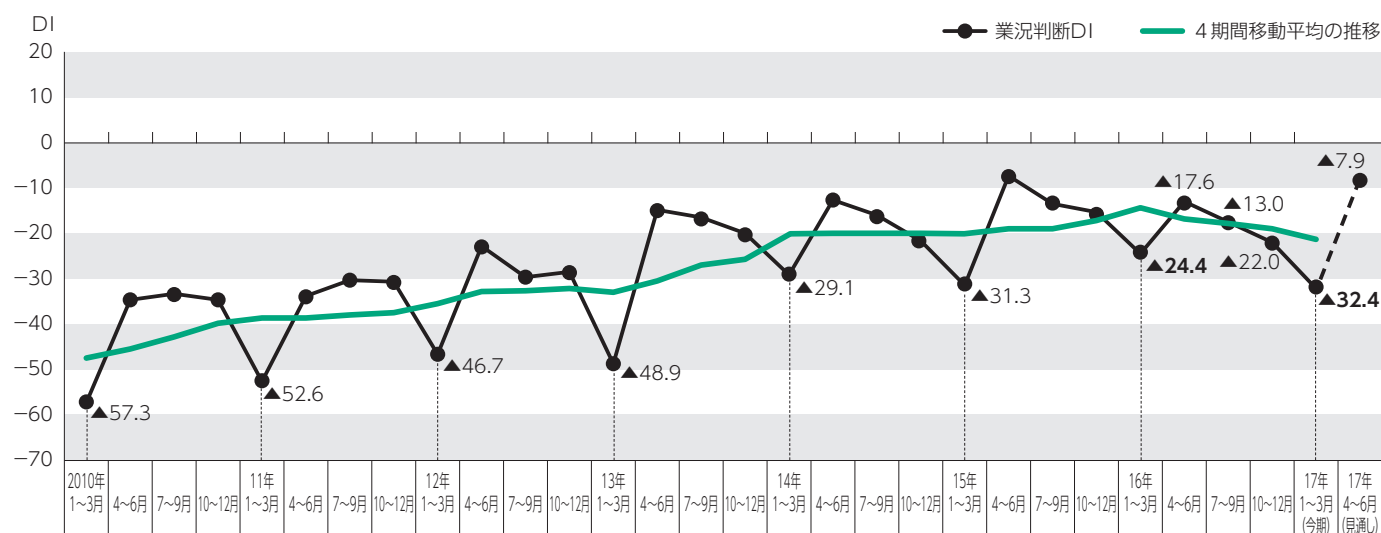
次に、年一回調査している生衛業者の雇用動向について紹介します。

二〇一六年の従業者の過不足感は、「不足」が三八・八％と前年を五・八ポイント上回りました（図5）。また、従業者の確保をめぐる環境は、「確保しにくくなった」が三六・一％と前年を二ポイント上回り、〇八年の調査開始以来とともに過去最大となりました（図6）。

人手不足の中、新たな人材の必要性を感じながらも確保が難しくなっている状況が見えます。

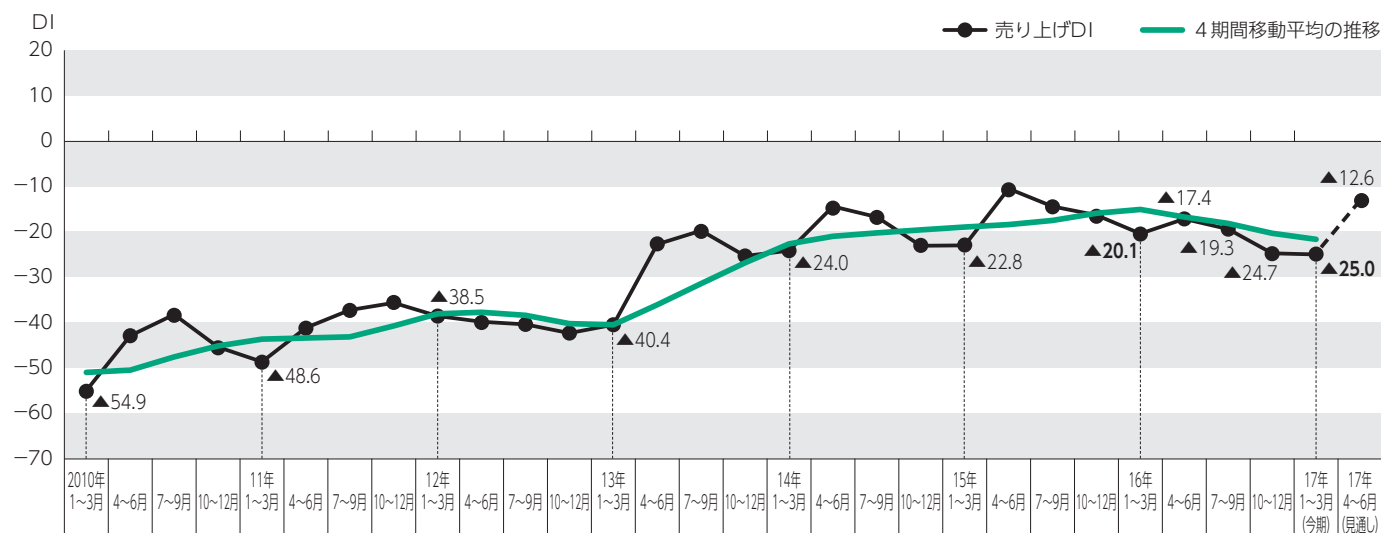
業種別では、飲食業、食肉・食鳥肉販売業、映画館、ホテル・旅館業で「不足」「確保しにくくなった」の割合が全体を上回りました。

図1 業況判断DIの推移



(注) 業況判断DI=前期対比「業況好転」企業割合-「業況悪化」企業割合

図2 売り上げDIの推移



(注) 売り上げDI=前年同期対比「売り上げ増加」企業割合-「売り上げ減少」企業割合

背景としては、有効求人倍率が増加するなど雇用環境が改善する中、資本金のある企業との人材獲得競争にさらされていることなどが考えられます。

こうした人手不足の状況を反映し、前年に比べ正社員・非正社員ともに賃金水準を引き上げる割合が増加しています(図7)。従業者の確保に向け、待遇面の改善を進める傾向があります。

顧客を増やすための工夫や人材不足への対応は農林漁業に共通するところがありそうです。

(国民生活事業本部

生活衛生融資部 竹迫将史

【調査概要】

● 調査時点：二〇一六年二月上旬

● 調査方法：郵送調査、訪問面接調査

● 調査対象：生活衛生関係営業三三九〇企業

● 有効回答企業数：三〇九六企業(回答率九四・一%)

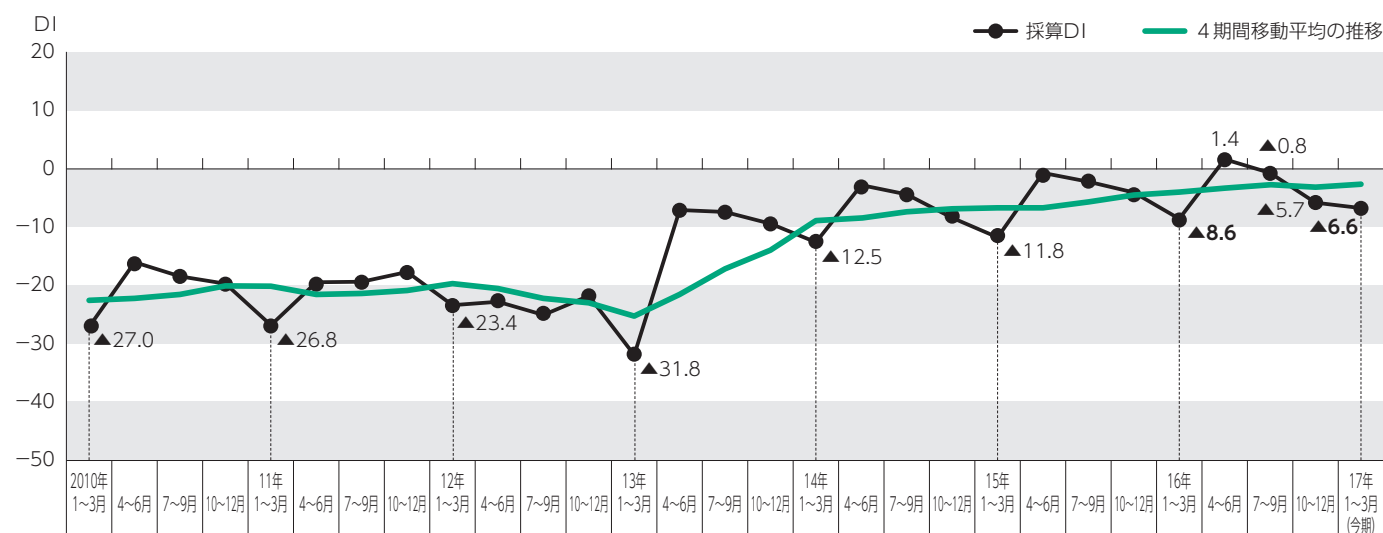
※二つの調査における注意事項

● 二〇一二年四～六月期調査時点で調査対象企業の見直しが行われています。

● 二〇一六年四～六月期調査時点で沖縄県を調査対象に加えています。

● 比率の算出に当たっては、無回答を除いたものを母数としています。

図3 採算DIの推移



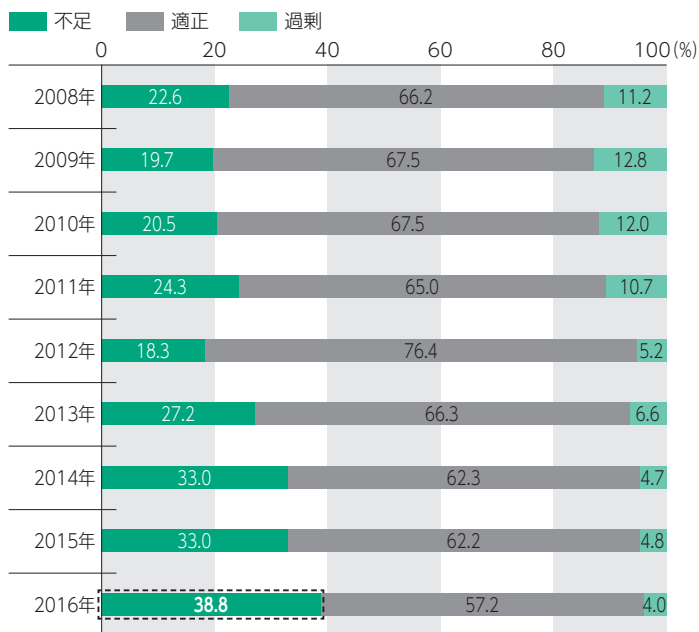
(注) 採算DI=当該期「黒字」企業割合-「赤字」企業割合

図4 経営上の問題点 (2017年1~3月期)

項 目	顧客数の減少	仕入れ価格・人件費などの上昇を価格に転嫁困難	客単価の低下	店舗・施設の狭隘・老朽化	従業員の確保難	後継者難	事業資金借入難	その他	特に問題なし
生衛業全体	51.6	29.7	24.6	22.3	20.3	9.1	2.8	4.3	9.6
飲食業	47.6	40.9	23.0	19.0	22.3	8.4	3.2	3.0	8.8
そば・うどん店	48.0	45.2	16.4	23.7	23.7	9.0	5.1	2.8	4.5
中華料理店	38.8	45.3	24.1	18.8	21.2	10.0	4.1	1.2	12.4
すし店	50.3	44.0	25.1	12.0	19.9	8.9	0.5	1.0	14.1
料理店	39.4	44.1	27.6	22.0	25.2	6.3	3.1	4.7	7.9
喫茶店	51.5	49.7	20.6	23.6	12.1	7.3	3.0	3.6	6.7
社交業	57.6	17.8	27.7	11.0	26.2	9.9	3.1	5.2	14.1
その他飲食店	46.0	42.0	21.9	21.4	24.9	7.7	3.2	3.0	5.2
食肉・食鳥肉販売業	26.7	58.0	24.7	22.7	27.3	11.3	4.0	0.7	3.3
ホテル・旅館業	33.9	32.8	14.7	45.8	41.8	7.3	2.8	3.4	2.8

(注) 複数回答のため合計は100を超える。

図5 従業員の過不足感



従業員が「不足」の割合が全体を上回った4業種の推移

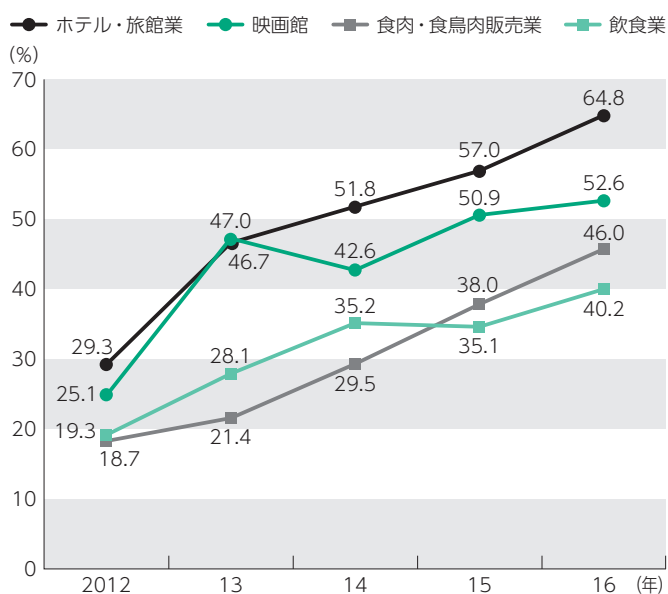
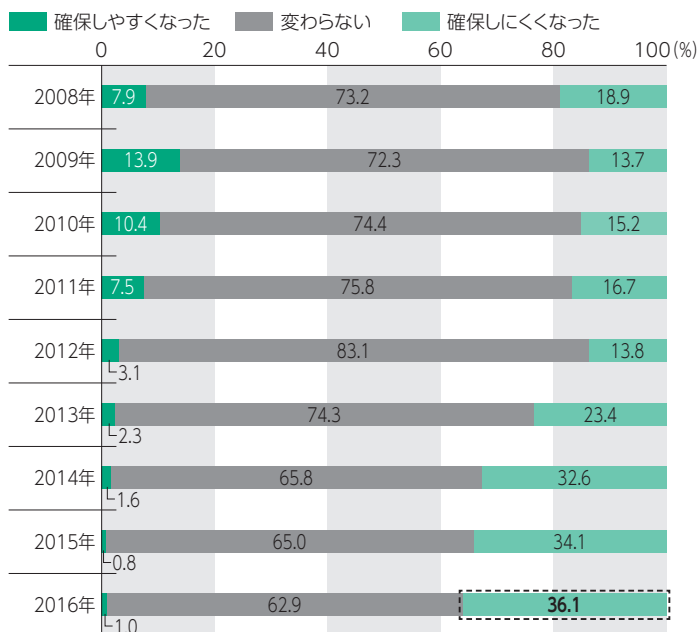


図6 従業員の確保をめぐる環境



従業員を「確保しにくくなった」の割合が全体を上回った4業種の推移

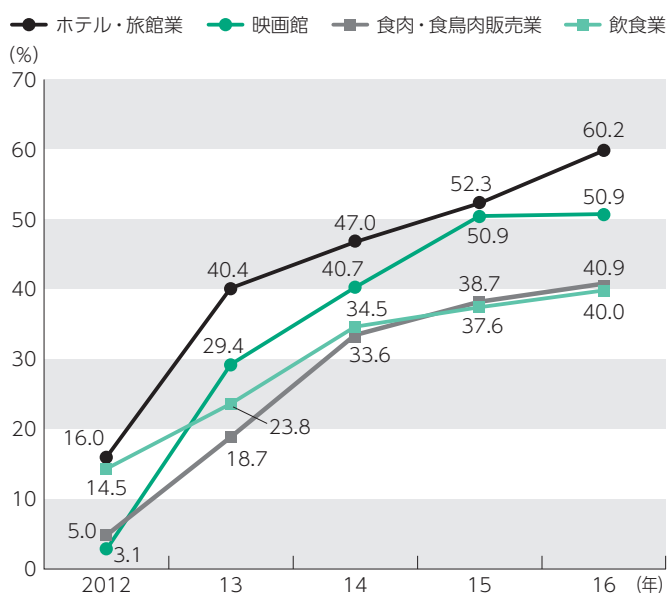
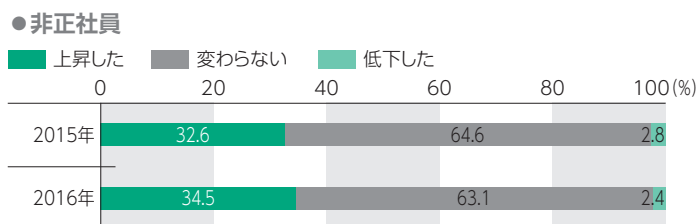
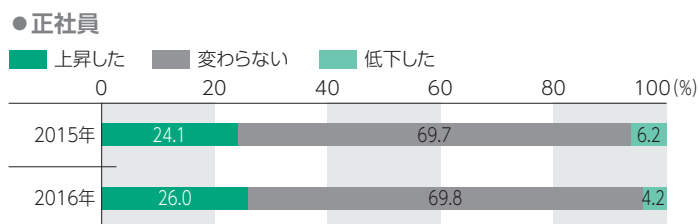


図7 賃金水準



言葉で伝えなくとも
消費者の息遣いを
感じるような農業
嫁ぐとき、両親に誓った、
かつこいい農家になる

農と食
の邂逅

寺田 真由美 さん

岐阜県高山市
株式会社寺田農園 代表取締役

飛騨地方の方言で野菜を作る畑を前菜畑という。消費者の感想が知りたいと、共同出荷の一部を直売所へ。みずから先頭に立ち農園経営をけん引し、レストランなど農をベースにした女性経営者の夢は膨らむ。





P19:高山市生まれの真由美さん。高校を卒業後、ホテル勤務を経て結婚と同時に就農。「機械作業は好き」とさっそうと乗りこなす P20:事務所前にはディスプレイされた加工品が並ぶ(右) 農場での春作業はビニールを張るところから始まる。冬には雪が1m程度積もるため、ビニールは撤去する(左上) 加工施設では衛生管理を徹底(左下右) トマトの小さな苗。7月中旬には収穫が始まる(左下左)

かっこいい農家になります

結婚と同時に就農し、トマト作りを始めた。「夫は水管理や機械操作といった仕事ですが、私は脇芽かきや収穫など補助的な仕事。腰も痛いし」笑。夫に『ずるい』と言いつ、トラクターに乗る仕事もさせてもらいました」と、寺田真由美さん(四二歳)はほほ笑む。しとやかな所作からは想像しにくい勇ましい一面をのぞかせる。

地元の女性農家のために栽培研修会を開いてほしいと農業改良普及センターに掛け合ったこともある。「多くの女の人は言われた作業を淡々とする感じ。作業がトマトの味にどう影響するのか基本を知りたいと思いました」。なぜマルチは白色や黒色があるのか、土壌の性質によって水持ちがどう違うのかなど、普段から疑問に思っていたことを普及員にぶつけた。

標高八〇〇m前後の高原地帯で、昼夜の寒暖差を活かして作られる高山市の夏秋トマト。農協を通じ、主に関西市場に出荷され、産地ブランドも確立されている。寺田家もJA出荷を基本としていたが、トマト作りの技術を習得するにつれ、真由美さんは「食べた人の感想が聞きたい」という想いが強くなり、わずかではあるが近くの直売所で販売するようにになった。「売れた時の喜びはひとしお。前菜畑で作った他の野菜も持って行ったり」前菜畑とは、飛騨地方ならではの言い方で多種野菜を作る畑のことだ。夫の正樹さんは、

さまざまなことに挑戦する真由美さんを「何でもやったらいい」と温かく見守ってくれた。

一九九七年、正樹さんが企画した田植え体験イベントに手伝いとして参加したのがきっかけで二人は出会った。娘が農家に嫁ぐことをためらう両親に、「かっこいい農家になるから」と真由美さんは誓った。「肉体的には大変でしたが、作業を終えた帰り道に見る夕日がとてもきれいで。こうした景観と共に農業という仕事はあるんだなと思いました」と話す。

加工、そして店舗出店へ

二〇一〇年、人を雇用し持続性ある経営を目指し法人化した。同年に加工施設を建て、トマトを活用した六次産業化に本格的に乗り出すことにした。

出荷するには熟し過ぎたトマトや規格外のトマトを「せっかくの価値あるものだから」と、地元の加工施設を借りてジュースに加工してきた。非営利目的の加工場だったため、できたジュースは周囲の人にお裾分けするしかなかった。「こんなにおいしいのに販売しないの?」との声に、真由美さん夫婦は自前の加工施設の立ち上げを考えはじめ。年間を通して安定した収入を得るためにも加工施設は必要だった。

トマトの収穫時期は七月中旬から一〇月下旬まで。一年間の収入をこの四カ月で稼ぎ出してきたが、法人化して社員を雇用していくには通年の作業と収穫期以外の売り上げ

を確保し経営を安定させる必要があった。

自宅の敷地内に建てた加工施設ではジュース以外に、ペーストやピューレも作る。施設の稼働率を上げるため、地元のリングゴ農家や知り合いの農家に声を掛けて、受託加工も始めた。今では七割まで稼働率が上がった。

一四年、観光客でにぎわう古い街並みに、



左から真由美さん、生産現場のリーダー的存在のスタッフである山岸敏行さん(30歳)、美孝さん、正一さん。スタッフの肥沼吹雪さん(20歳)

寺田家の屋号を冠したアンテナショップ「庄兵衛さん家のとまじゅう」を出した。「高山がトマトの産地と知る消費者は多くはない。観光客でにぎわう地の利を活かしたいと思いました」と語る。

「とまじゅう」という店名の通り、棚全体がトマトジュースで埋め尽くされている。一番

の「売り」は併設のカフェコーナーで飲み比べができること。異なる三種類のトマトジュースを飲み比べてみると確かに味の違いが際立つ。飲んだ人から「同じトマトなのに品種によつてこんなに味が違うの?」と驚かれるそうだが、その通りだ。

三種類の中で一番人気は「ピッコラルージュ」というミニトマトを使った「うたてえ」。

「うたてえ」は飛騨弁で「最上級の感謝」を意味する。一八〇ミリットルで六五〇円と値は張るが、ピッコラルージュを二一〜一五個も使用しており、濃厚な口当たりと引き立つ甘さで「とまじゅう」の看板商品になっている。「観光客だけでなく、贈答用などに地元の人が購入してくださることが本当にうれしい」。そう言った時の真由美さんの笑顔が印象に残る。残念ながらこの笑顔を見ないまま、一四年、くも膜下出血により正樹さんは四九歳で急逝した。

改めて生産に軸足を置く

自らが先頭に立ち農園を引っ張っていく立場になった。その苦労は想像をはるかに超えるはずだ。しかし私が出会った真由美さんはしっかりと前を向いていた。

法人化して以来、生産、加工、販売と全般に関わってきた真由美さんだが、今改めて生産に軸足を置くようになった。加工や販売部門を担うスタッフが育ったこともあるが、「農業生産がしっかりしていないと何も始まら

ない」という思いがだんだんと強まってきたと言う。

力を入れていることは生産システムの「見える化」だ。おいしいトマトを作るための肥培管理は正樹さんや生産部門を担う社員の「さじ加減」に頼るところが多かった。それができるだけ見える化し、誰もが同じ管理ができるようにしたいと考えている。そのために、作業内容を克明に記録し、必要に応じて写真に残す作業を進めている。

また、正樹さんの両親である正一さん(八〇歳)、美孝さん(七五歳)らベテランの知恵と技術を受け継ぐことにも心を配る。「道具が壊れても簡単に直すなどベテランは甲斐性を持つてますよね。こうした知恵を伝えていくことも大事だと思います」と言う。

向こう五年で生産基盤を盤石にし、反収を上げていくことが目下の目標。そして次の目標はレストランをオープンすること。真由美さんは夢を膨らませる。

「お客さんに畑に来てもらい、好きな野菜を摘んでもらう。つまり畑からバイキング。それを、好みに合わせてレストランのシェフが料理する。できるだけ素材の良さを活かして。言葉でとやかく説明しなくてもおいしさがじかに伝わると思っています。そんな消費者の息遣いを近くに感じられるような農業をやっていききたい」

一四人のスタッフとスクラムを組んで、真由美さんはまさにカッコいい農業をしている。F

(青山浩子／文 河野千年／撮影)

先日、実家に帰った際、一人暮らしをする老いた母と一日を過ごした。ほかほかとした昼下がり。母は古ぼけた一冊の本を手にして、僕の横に座った。

「そういえば、あなたはこの本が好きだったわよね。この本、何度読んだことでしょうね」。しわくちなな母の手の中には、サン・テグジュペリの『星の王子さま』があった。

「懐かしいなあ。まだその本、家にあっただんだ」。

幼い頃、テレビが無かったわが家では、母が毎晩してくれる本の読み聞かせが、なよりの楽しみだった。

母は、本の登場人物に合わせて声色を変えるのが得意で、物語を聞いていると、すぐそこに、あたかも登場人物が立っているかのようだった。僕は、母の声を聞きながら、時にははらはらし、時に面白く、時に悲しくなつて、物語を楽しんだ。

「久しぶりに読みましょうか」と母は言った。

「キツネのところがいいな」。「そうそう、あなたはそこが大好きで、私はそこばかりを読まされたわ」と母はほほ笑んだ。

「こんにちは」「ここのだよ、リンゴの木の下だよ」と始まる、王子さまとキツネが出会う場面が、僕は大好きだった。

老眼鏡を掛けた母が、静かに物語を読み始めた。

「ぼくと遊ばないかい？ ぼく、ほんとにかなしいんだから……」と、王子さまの声を母がまねて読んだ途端、王子さまの長いスカートと、キツネの伸びた耳のシーンが、僕の目にはつきりと浮かんできた。

淡々と物語を読む母の横で僕は、その母の声が、いつか読み聞かせをしてくれていた頃と、一つも変わっていないと思った。静かで優しく温かく、僕の耳から入って、胸の深いところに染み入るようだった。

一通り読み終わると、「はい、今日はここまで。また明日。終わり」と、あの頃と同じ終わり方で、母は本を閉じた。

「どこが面白かった？」「キツネが王子さまと仲良くなるところ」。こんな母と僕のやりとりもあの頃のままだった。

「また今度続きを読みましょう」と母は言つて、『星の王子さま』を、いつまでも大切に手でさすっていた。

F



エッセイスト
松浦 弥太郎

まつうら やたろう
1965年東京生まれ。エッセイストとして活躍後、『暮らしの手帖』編集長を9年間務める。現在は、ウェブサイト『くらしのきほん』を手掛ける。NHKラジオ第1『かれんスタイル』レギュラーパーソナリティーを務める。

母の読み聞かせ

都築 富士男

(七七歳)

全日本農商工連携推進協議会 会長



● つづき ふじお ●
一九四〇年高知県生まれ。大学卒業後、ダイエーに入社。コンビニエンスストア・ローソン再建のため米国から帰国。その後、上場会社の社長就任を経て独立。現在、現職並びに株式会社都築経営研究所代表取締役を兼任。内閣官房地域活性化伝道師。雑誌『農業応援隊』の発行人として農業・農村の支援活動を行っている。

わ

が国は、他の先進国に比べてあらゆる産業で女性の参加が進んでいない、と言われていきます。しかし、人口減少社会の到来が予測される中で、潜在的能力を有する女性の産業への参画が今後、ますます必要になってきています。

アメリカでは、一九七二年に公民権法が改正され、しかも雇用機会均等法が制定されたため、女性の社会進出が急激に進みました。

わが国でも八五年に男女雇用機会均等法が制定され、翌年施行されましたが、二〇一五年の農業就業者数は、この五年間で二〇%（五〇万人）減少し、二〇九万人となっています。また、平均年齢は六六・四歳と高齢化が進み、将来の農業の担い手となる五〇歳未満はわずか一二%です。

わが国の農業が衰退するのは、農家の所得が低いからです。その最大の原因は、農業が抱える解決しなければならぬ課題を解決せずに放置し続けたことに起因します。

今、農業の分野で女性の活躍が注目されています。かつて、農業分野での女性の仕事は、男性の補助的作業が中心でした。

しかし、食品の加工、販売やインターネットなど男性より女性が得意とする分野が増え、単なる労働力としてだけでなく、女性ならではの視点によるさまざまな取り組みで能力を発揮し、成果を上げてきています。

そうした女性が活躍している取り組みの、幾つかの事例をご紹介します。

第一は、『ホームレス農園』の著者であり、神奈川県藤沢市で「菜園体験コトモファーム」の主宰としても活躍されている小島希世子さんの取り組みです。

ホームレスは、仕事がなく働けない一方、農家は人手がなくて困っています。この二つを結びつけばよいのではないかと考えた小島さんは、藤沢市に農地を確保し、ホームレスやニートに農業を教え、就農支援などを続けています。

第二は、青森市で「おやさいクレヨン」を開発・販売されている木村尚子さんの取り組み事例です。

赤ちゃんが絵を描きながらクレヨンを食べってしまう姿を見て、口に入れても安全なクレヨンを作ろうと決意。ピーマンやブロッコリーなどの野菜を粉末にし加工したものを活用して、安全なクレヨンを開発しました。それだけでなく、「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー二〇一六年」を受賞するなど、さまざまなメディアにも取り上げられ、その活躍ぶりが紹介されています。

第

三は、東京から高知県四万十市に移住し、「日本防災植物協会」を設立、事務局長として活躍されている斉藤香織さんの事例です。

「防災植物」とは「山野に自生する植物の中から、災害時、食糧難になった時でも安全で簡易に食せるもの」と定義されていますが、斉藤さんの場合、親子で野山に行き「防災植物」の知識や野菜ソムリエ上級プロの知識を活かして「防災植物の調理法の普及」を目指す活動が続け、大きな反響を呼んでいます。

第四は、和歌山県みなべ町の梅農家に嫁ぎ、夫が生産した梅を販売する会社を自身で設立した垣淵浩子

さんの事例です。農家に嫁いだ女性は、労働の対価だけのお小遣いをなかなかいただけないのが現実です。ところが、垣淵さんは、自分の小遣いは自分で稼ぐのだと、「主人が栽培した梅を販売する」株式会社南高梅ワールド」を設立し代表取締役となり、全国各地で梅漬けの講習会をはじめテレビにも出演、そして農業女子プロジェクトのメンバーとして活躍中です。

これらの事例を見てもお分かりのように、男性がなかなか思い付かないような発想による、さまざまな取り組みが現場で大きな力になっています。今、農業に限らず、介護や福祉、あらゆる産業の現場において女性の能力活用が企業の成長を左右する時代になってきた、と言えます。

今後、女性の活躍が日本の労働力不足を補う可能性を広げるには量的側面だけではなく、質的側面にも注目する必要があります。そのためには、育児や介護などさまざまな課題を克服して、女性がこれまで以上に積極的に進出し活躍できる社会を実現していくことが必要だと思います。私は、女性の活躍がわが国の発展の原動力になるだけでなく、今や社会を変える起爆剤になると確信しております。



女性ならではの視点や得意分野を活かせ 女性の活躍をわが国発展の原動力にする

横町 芳隆 さん

地方卸売市場の沈下防ぐ数々の改革 仲卸と連携しカット野菜や鮮度設備も

青森県

八戸中央青果株式会社 代表取締役社長



農産物の価格形成を担うはずの地方の中央卸売市場に肝心な野菜などが集まらず地盤沈下が目立つ状況に対し、市場改革のくさびを打ち込もうと卸売会社のリーダーとして先頭に立つてチャレンジしている。「情熱市場」とキャッチ「ピー」をつくって話題づくりに取り組んだのもその一つ。全国の卸売市場にとって先進モデルとなる可能性がある。

「情熱市場」で存在感

——全国に数多くある地方中央卸売市場の中でも「情熱市場」というネーミングは異色で面白いですね。

横町 地元テレビの短いスポットCMで、活気ある卸売市場の青果物取引を「情熱市場」と名付け映像化したのが、大きな話題になりました。

私は、地方卸売市場の地盤沈下に危機感を持ち、それを防ぐといういろいろと改革にチャレンジしてきましたが、この市場のネーミングには当初、別の意味合いを持たせていたのです。——と言いますと？

横町 四年前、八戸市中央卸売市場にやる気のある人材に来てもらおうと求人意識して考えたのです。

映像表現技術者の知人の息子さんに「郷土を愛し郷土のために働く」という私の想いをまず伝えて、卸売市場の現場での仕事に誇りを感じるようなCMを制作してほしいと頼みました。彼はプロの視点で市場取引の現場を見て、「この仕事が好きだー」というキー・メッセージで実に生き生きとしたCMを作ってくれたのです。——成果はどうでしたか。

横町 八戸市内の若者たちがこのCMを見て、卸売市場の仕事に魅力を感じ入社してくれました。今年の新入社員は八人で、来年も一〇人が応募してくれています。うれしいことに現役社員も仕事に誇りを持てたと喜んでくれて、効果は絶大でした。

市場に青果物集まらず苦悩

——さて本題ですが、八戸市中央卸売市場のどのような点に危機感を持たれたのでしょうか。

横町 最大の問題は地方の中央卸売市場なのに地元産の青果物が十分集まらず、市場本来の集荷やセリなどの機能が働かなくなり始めたことでした。

——原因はどんなところにあったのですか？

横町 地元産の青果物が八戸市中央卸売市場を経由せずに、東京の築地や大田などマンモス卸売市場に直接持ち込まれ、セリや相対取引で値決めされるが多くなったことです。大都市の中央卸売市場の方が需要があり高値が見込めるという打算からです。——とはいえ、地元産の青果物が全て素通りではないでしょうか？

横町 地産地消ニーズもあるので全数部ではありませんが、こうした動きは地方の中央卸売市場に共通する問題です。しかし、八戸市中央卸売市場の場合、青森県産のナガイモやニンニクといった全国的に出荷量の多い有名野菜は地元市場でセリを行い、その値決めが全国の中央卸売市場に影響を与えるために産地卸売市場の地盤沈下はつらいことなのです。



八戸市中央卸売市場の活気ある現場で経営を楽しそうに語る横町社長

Profile
よこまち よしたか
一九五八年青森県生まれ。五八歳。八二年大東文化
大学経済学部卒業。同年八戸中央青果株式会社に入
社。取締役野菜部長を経て、二〇〇七年に代表
取締役社長。地盤沈下しかなない地方の中央卸売
市場に危機感を強め、「情熱市場」と名付けたCM
を制作して雇用につなげる。さらに、仲卸七社と
協同組合八戸青果センターをつくり地元産野菜
カット工場などの改革に着手。妻と二男一女。

Data

八戸中央青果株式会社
青森県八戸市に本社。代表取締役社長は横町芳
隆氏。資本金一億円。一九七七年設立。前身は八
戸農産市場。四一年八戸青果株式会社に社名変
更。七七年八戸市中央卸売市場開設に伴い八戸
中央青果株式会社に改組。農林水産大臣認可を
得て青果物荷受けの卸売業務を行う。二〇一七
年北日本青果と経営統合。グループ企業にカッ
ト野菜のベジフルエイトや八戸農産加工など三
社を持つ。年商二五六億円。社員は二〇〇人。

——農業生産法人など経営力のある
農業者が大消費地の生協やスーパー
と直接取引するケースも増えた？

横町 いわゆる産直取引といわれる
もので、地方の中央卸売市場にとって
は悩みのタネです。加えて、インター
ネットでの青果物取引も無視できな
い状況で、食品加工業者が産地に直
接、買いに来るケースも増えています。

卸売会社が攻めの姿勢に

——地元産の青果物について、農協の
集荷力が落ちていることも影響して

いるのでは？

横町 意欲的に動く農業生産法人な
どが農協を経由しないで販売し始め
たことは事実です。農協もある意味で
正念場です。もちろん、農協にとって
は組織存立に関わる話ですから、危機
意識を持っているはず。ただ、私
からは言いにくい話ですが、農協は問
題意識を持っていても大組織病が影
響するのか、上部組織が判断すること
だといって独自の解決策を打ち出せ
ない状況に流されたまま、問題を先
送りしているように見えます。

——農協が青果物の集荷力を高めて
くれないと、それはそのまま地方の中
央卸売市場に影響します。なぜその
ような事態になるのですか。

横町 農協の組合員農家のうち、兼
業農家や小規模経営農業者は、収穫
した青果物の選果施設を持っていな
いと、糖度チェック技術がないなど
のハンデを抱えているため、それら
の施設や機能を持つ農協に出荷して
市場流通を託します。

ところが大規模農業者や農業生産
法人は農協の集荷手数料を負担に感
じており、さらに共同選果などで他の
生産者の青果物と混在してしまうと
評価が上がらないことへの不満など
から、高評価してくれ高値で買って
くれる相対の取引先に持ち込んだりす

るのが現実です。

——聞けば聞くほど、緊急事態です
が、八戸市中央卸売市場の卸売会社
である八戸中央青果はどういった改
革に取り組まれたのですか。

横町 市場改革はまだ道半ばですが、
私たちは、地方の中央卸売市場の今
後に強い危機感を持っていますので、
いろいろな取り組みをしました。まず、
中央卸売市場に青果物が集まるよう、
農業者の方々の市場出荷を促すため
に軒先まで足を運んで生産状況から
収穫後の出荷状況までつぶさに把握
するよう努めました。

農業現場の人手不足を応援

——農協がやるようなことに卸売会
社の八戸中央青果が率先して取り組
んでいるというのにも興味深いですね。

横町 現場に足を運んで、生産者との
連携ができたプラス効果がいくつか
あります。その一つが人手不足に悩む
農業現場への人的応援、人材供給で
す。イチゴの摘み取り時期や、春から
秋にかけてのダイコン栽培の繁忙期
の人手不足の窮状に際して、社員たち
を応援に出向かせています。青果物の
集荷にもつながることですので、その
取り組みは信頼関係の構築を目指し
たものです。

——卸売会社が積極的に攻めの姿勢

に変わることが改革につながると？

横町 私たちはこれまで卸売市場に集まった青果物などを売買仲介し、その手数料で商売するだけの待ちの姿勢に終始していましたが、攻めの姿勢が重要だと私は判断したので。後継者難や人手不足で苦しむ農業者の畑に中古機械を提供し、社員や農協OBを派遣して収穫したリンゴを買い取る契約もしました。

——最近、青森県内で慢性的な赤字に陥っていた、リンゴなどを加工する自治体出資の地域振興公社の事業引き受けに踏み切られたとか？

横町 現在、細部の詰めを残していますが、今年九月からパートタイマーを含む従業員の雇用継続などを条件に、リンゴジュースなどブランド力のある加工食品の生産を民間である八戸中央青果で引き受けようというものです。卸売会社の生産現場へのチャレンジです。

青果センターで仲卸と連携

——仲卸七社と連携して「協同組合八戸青果センター」を立ち上げて、工場でカット野菜生産を始めたことも興味深いですね。

横町 七年前、八戸市中央卸売市場内にあった仲卸の工場経営を銀行の依頼で私たちの会社が肩代わりする

ことになった際、いつそのこと市場内の仲卸七社で青果物パッケージ施設や冷蔵施設の共同利用などを目的に八戸青果センターを設立してプロジェクト連携しようということになったのです。

——卸売会社と仲卸は利害が対立するケースもあり得るのに、連携するというのは珍しいですね。

横町 全国的にもあまり例がないと思います。仲卸から経営を引き継いだ工場をカット野菜の加工工場にして「ベジフルエイト」という会社組織にしました。「協同組合八戸青果センター」に關与してもらい、消費者向けのカット野菜やカップ入りサラダ以外に、業務用加工野菜などの生産販売を行っています。言ってみれば卸売市場内での付加価値生産です。

それだけでなく、真空予冷装置を整備し産地から集荷した生鮮野菜を市場入荷後、三〇分から一時間以内に迅速に低温冷却して鮮度維持を図っています。同様に、ニンニク貯蔵に適した温度帯で均一に氷温管理する冷蔵庫やナガイモ貯蔵に適した冷蔵庫など、青森県産野菜のブランド価値を高める施設整備を進めてこられたのも卸と仲卸の連携成果です。

——仲卸会社は相対取引を担う顧客のスーパーからのプレッシャーで厳

しい立場にあったのが一転、八戸青果センターで再生した？

横町 仲卸も卸売市場の活性化に積極的に加わり私たち卸売会社と連携することで、業務用加工野菜の新たな取引先確保のチャンスも出てきており、プラス効果が大きいです。

地方市場がハブ機能で復権

——卸売市場本来の価格形成機能のセリを強化したいとお考えとか？

横町 セリの強化も改革への取り組みの一つです。今、八戸市中央卸売市場ではセリは市場取引全体の五％にとどまり、残りが大手スーパーとの相対取引です。このセリ取引の比率を何とか引き上げて価格形成機能を強めたいのですが、うれしい話があります。

——それは、どんなことですか？

横町 八戸周辺で栽培されるイチゴは、全国ブランドの「とちおとめ」などにも味や品質では負けていないにもかかわらず、買い手側の大手スーパーの力で相対取引に甘んじていたのです。

ところが地元産イチゴの新鮮さに対するニーズが高まったのをきっかけに、三年前からセリに切り替えたところ、栃木産の格下と見られていたものが価格面で対等になりました。そこで喜んだのが地元生産者です。新鮮さに勝るものはないと今では増産意

欲が高まっています。

——八戸市中央卸売市場内の二社ある卸売会社が八戸中央青果主導で一本化したようですね。

横町 「北日本青果」と今年四月に経営統合しました。二社合計で売上高が二五〇億円になり、東北六県でトップクラスになりました。産地からの青果物も集めやすくなり、集荷の無駄もなくなりました。私たちにとっての課題はライバルの同業他社ではなく、卸売市場の改革の妨げになりかねない農業現場の人手不足で生産効率がダウンする問題や農村社会の少子高齢化の問題などです。

——「情熱市場」のネーミングはじめ、八戸市中央卸売市場での改革に手応えが出てきたのでは？

横町 地域の人たちと一緒に山積する改革への取り組みを進め、地方の中央卸売市場の復権を目指したいですね。

農産物価格を正当な価値評価で決める仕組みづくりができるのは、農業生産の現場に最短距離でつながる産地市場だと思っています。その意味で、八戸市中央卸売市場の復権、ハブ機能の強化が重要で、それらを強めればここで決まった価格が東京市場の価格形成に反映されるという理想形に向かうはずですよ。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)



忍者の干し肉が伊賀牛の元祖

— 畜産碑めぐり (15回) 伊賀牛発祥之地 —

日本政策金融公庫
テクニカルアドバイザー

加茂 幹男

Ｊ 関西本線の新堂駅（三重県伊賀市）から南におよそ二キロメートル、壬生野郵便局の五〇メートルほど北に「壬生野福祉ふれあいセンター」があり、この敷地の南西端のフェンス内側に「伊賀牛発祥之地」と刻まれた石碑が建てられています。

説明板には、「伊賀地域で古くから農耕用として飼育されていた和牛が昭和三〇年代に入り戦後の復旧が整い、所得の向上と農業の機械化が相まって、牛肉需要の飛躍的伸びから専門的な和牛肥育が芽生えてきた。当時、伊賀町壬生野農協で六名の農家グループが十六頭の素牛を肉牛預託制度を利用して協同購入し、技術の研鑽・肉牛販売の統一等、共同実践した事が生産者組織での伊賀牛発祥とされている。

以後、町全体さらに大山田、阿山町、伊賀全体へと波及的な広がりをみせた。又、各市町村、各農協、経済連の推進努力により『肉の横綱伊賀牛』にふさわしい銘柄牛作りが現在も行われている。」と記載されています。

「伊賀牛」は、伊賀産肉牛生産振興協議会会員が飼養管理する黒毛和種の雌の未經産牛で、最終肥育地として伊賀地域（伊賀市・名張市）で二カ月以上飼われ、肉用として出荷される牛と定義されています。



「伊賀牛発祥之地」碑（ＪＡいがほくぶ営農生活センター 松田英靖氏提供）

三重県の牛肉といえば「松阪牛」が有名ですが、伊賀牛はこれに匹敵する味と評価され碑にある通り「肉の横綱」とも呼ばれています。伊賀牛の歴史は古く、一三二〇年に書かれた国産牛の図説「国牛十図」に伊賀牛のことが記載されているほか、伊賀忍者が戦時食としてたと伝えられる「干し肉」こそが、伊賀肉の元祖とも言われています。

く の伊賀牛の基礎をつくった人は、東京の肉屋に奉公していた金谷清三郎氏です。一九〇五年、金谷氏が初めて伊賀から東京へ肉牛を出荷して以来、積荷が年々多くなり、二三年には上野市茅町に畜産組合が創立されました。この頃には月間約四〇〇頭の肉牛が東京に出荷されるようになり、伊賀牛の名声が全国的に高まりました。

伊賀牛振興協議会が設立された五三年五月、全国肉牛共進会に戦後初めて伊賀牛として出品した肉牛が、厚生大臣賞を受賞しています。

六二年には肉牛の生産振興を目的とする伊賀産肉牛生産振興協議会が発足し、組織の結成とともに飼育頭数が増え、伊賀牛の本格的な生産基盤が確立されました。また、七五年には伊賀牛青少年クラブ（現伊賀牛青年部）が結成され、飼養管理技術の向上に取り組んでいます。

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。





住民の潜在力を引き出す きっかけは「からつくった」山笑い

石川県白山市

木滑里山保全プロジェクト

小杉 裕香



お祭りは地域資源で

「山笑い」。これは、石川県白山市の木滑地区^{まがみり}で二〇一〇年から開いている楽しい里山祭りの名前です。現在、春秋、冬の年に三回、開催しています。県内はもとより遠くは関東地方や九州などから多くのお客さまが来訪する地区のビッグイベントです。例年、二・五^{メートル}以上の積雪があるような雪深い厳冬の一月末の日曜日に冬の「山笑い」は開催されます。「一面雪の世界で遊びましょう」をコンセプトに趣向を凝らした五つのイベントを用意しています。

「雪あそび」では、木滑地区のおじちゃん特製の高さ三^{メートル}もある巨大すべり台がお目見えします。他に雪山をソリや肥料袋で滑ったり、雪だるまや雪の中に地下迷路を作ったりして遊んでもらいます。

「かんじきウォーク」は、都会の人たちにはなじみのないかんじきを履いて雪山を歩きます。案内

役は、実際にかんじきを履いて山へ入り、イノシシやクマ猟をしている木滑地区の猟師さんです。参加者は冬の動物の生態を教えてもらいながら動物の足跡を探したりします。

また「きなめり雪かき道場」は木滑地区にある三集落(四七世帯、約二〇人)を回り、おばあちゃん家の前の雪かきをしてもらうものです。実は、雪の中に木工工芸品や神社市の食べ物と交換できる番号札が埋めてあって、参加者はそれらを掘り当てるという楽しみがあります。

交流センターの施設内で行う「里山の手しごと」はわらを使った草履編み体験をしてもらうもので、先生は木滑地区のおじいちゃんやおばあちゃんです。おじいちゃんやおばあちゃんが小学生の頃、放課後、外に出て遊びに行く前にしなければいけない仕事にわらから縄をなうことがあったそうです。手しごとの先生が手のひらにわらを乗せてくると動かすと、縄になって出てくるため「魔法のよう」と感じる生徒も多いです。

そして「神社市」では木滑地区のお母さんが手作りの地区伝統保存料理のかつちり豆やかつちりイモなどお惣菜やイノシシ丼、クマ汁などジビエ料理を提供しています。

春の「山笑い」は、耕作放棄地の田んぼを自然栽培の田んぼに再生しようと農家から田植えを習ったり、木滑で放牧している羊の毛を使ったフエルト工作が中心です。秋の「山笑い」は春の田んぼの稲刈りとハサ干し体験などです。いずれの「山笑い」でも「神社市」でお母さんのおいしいお料理を楽しんでもらっています。

「山笑い」の最大の特徴で自慢したいことを申し上げましょう。それは、このお祭りは木滑地区の素材ばかりでできていることと、地区の人たちと私たち部外者が一からつくったあげたものだということです。

そこで「山笑い」がどうやってつくられていったか、どういった想いが込められているのか、さらには部外者である私たちがどのように木滑に関

profile

小杉裕香 こすぎ ゆうか

1981年石川県金沢市生まれ。株式会社G-VOICE代表取締役。高校卒業後、5年間アメリカに留学し民族学、国際関係を学び、その後帰国し、東京で就職。2010年金沢市にUターン、木滑地区の地域活性化活動に携わる。11年、イベント制作会社のG-VOICEを設立。石川県内の里山地域の活性化活動に取り組んでいる。

木滑里山保全プロジェクト

過疎高齢化の進んだ石川県白山市の里山集落「木滑地区」にて、地域外の有志が集落に入り込む形で住民とともに企画段階から活性化活動を行う。耕作放棄地の再生や森林整備などの環境保全活動に加え、伝統行事の復活や年3回開催する地域の資源を活かした里山祭り「山笑い」を中心とした交流事業を行う。

わっていったかなどをお話ししましょう。

サルが闊歩する集落

私は、父が経営する企画制作会社の事業の手伝いで木滑地区を初めて訪れました。長く続く山道をサルの大群に興奮しながら車を走らせ、たどり着いた木滑地区は緑にあふれていました。私は、その時、都会では当たり前の建物が見えない山、そして川に囲まれた壮大な空間に圧倒され、さらに大自然に囲まれた朝は穏やかだけれど力強いことに驚きました。

しかし、木滑地区は残念ながら炭焼きなどの山の仕事がなく、若い人はほとんどが地域外に出てしまい、六〇歳代の人たちが地区で若い衆と言われる状況で、二〇年後には集落の存続が危ぶ

まれる地域でした。以前は、高台に美しい棚田が広がっていたのですが、年を取った体には毎日上るのは厳しく、さらに、狭い道しかない地区の田んぼは機械化された現代の農業の波にはついていけなかったのでしょうか。ほとんどの田は耕作放棄地となっていました。このため、人が入らなくなった場所は四〇匹ほどのサルの群れが闊歩し、地面にはイノシシが大きな穴を開けていました。動物との緩衝地帯がどんどん里の方に下りてきて、サルは集落の畑まで荒らすほどでした。

「なんとかしてあげたい」。そう感じた私は木滑地区の田島二三区長に「どうか一緒に地区の活性化につながる仕事を行わせてほしい」と頼み込んだのです。それが認められ、二〇一〇年九月、県補助事業「木滑里山保全プロジェクト」が発足。プロ

ジェクトメンバーを募集したところ、私を含めて五人が集まりました。しかし、メンバー全員、農業や地域おこしに興味はあるが知識が無い素人ばかりで、木滑出身の二〇歳代の女性と私を除いて、あとの三人は木滑の地区名も読めないくらい、地域のことをほとんど知らない状態でした。

あさんがえしの復活

プロジェクト期間は一年間。そのため私たちは「できることをどんどんやろう」と考えました。まず、自己紹介記事を掲載した地域新聞を作り一軒一軒あいさつ回りをしました。併せて区長さんからのアドバイスで、住民と打ち解けるため、地域伝統の盆踊り「あさんがえし」を復活させることにしました。これが地域の住民との交流のきっかけ



上：「山笑い」の様子。雪あそび（右）と里山の手しごと（左）
下：復活した地域伝統の盆踊り「あさんがえし」

けとなりました。

区長さんが「あさんがえしを九月一九日に復活開催します。九月九日に練習するさけ交流センターに寄ってください」と地区に屋外放送をしてくれたこともあって、練習当日はほとんどの住民が集まってくれました。「何年ぶりやろ、忘れてしまったかもしれない」。そんな住民の声に不安を感じたその時、太鼓の音が鳴り八四歳のおじいちゃん力が強くなりたい始めたのです。すると、おばあちゃんたちがすつと立ち上がり踊り出し、あれよあれよという間に、その輪は広がりました。

各集落で練習をしてもらいましたが、同時に私たちプロジェクトメンバーも、その踊り方をビデオに撮り、家で猛練習をしました。そうして迎えた当日、黙々と、でも生き生きと踊る住民の人たちに、エネルギーと力強さを感じました。

実は、地域新聞でのあいさつ回りでは、「あんたたち誰や」「なんもないこの場所で、一体何ができるん」「いろんな人が来たけどすぐおらんくなつたわいね」などと住民からは辛辣な言葉を掛けられることも多くあったのですが、あさんがえしでは「あんやとう」「あんたらも、えらいうまく踊れたがいね」と言ってもらえたのです。うれしかったです。私たちもわくわくして、この人たちと一緒に地域のパワーを活用すれば何かできると確信しました。

さつそく、あさんがえしの翌日から、プロジェクトの核となる木滑地区の何か探しのヒントを得ようと「住民全員インタビュー」を始めました。インタビューというのは主にお宅にお邪魔しておしゃべりすることです。「なんもしやべるこ

とはない」と言っていた人たちが、いざ始まると話が尽きないのです。昭和初期からの記憶が明確なおじいちゃんに地域全体を案内してもらって歴史を教えてもらったり、おばあちゃんに山で採れた山菜の保存方法や、昔の報恩講料理の作り方を教えてもらいました。

地域に入って見えたことで驚いたことの一つに、コミュニケーションの在り方があります。木滑地区は昔からの屋号でお互い呼び合い、集落全体が一種の家族のような地域社会だったのです。

誇りと自信を取り戻す

このような密な地域社会に、豊かな自然環境、自然を活かす人間の知恵や知識、昔ながらの技術。私たちは、これらを体感して楽しんでもらうことで木滑地区に人を呼び込めるのではないかと考えました。こうして、プロジェクト開始から半年後、できあがったのが里山祭り「山笑い」です。二〇一一年二月、第一回目の「山笑い」を開きました。当日はいつも静かな木滑に大勢のお客さまが来訪しにぎやかな声が響き渡りました。住民は今まで見たこともないような景色に大慌てになりながらも笑顔があふれていました。

「あのじいさん前よりも元気になったわ。役割りを持つと生き生きするね」「手助けてしてもらってこうしたお祭りが生まれたけど、今後は私たちが頑張っていかなん」などと住民は話してくれました。

有言実行の住民は「次の山笑いはこういうがにすればいいんじゃないけ」などと事あることに話し合ってくれて（お酒の席も増えたとか）どんど

ん昇華し現在の形になっていったんです。今では「山笑い」の会場準備などをはじめほとんどを住民が行っており私たちの仕事は事前のリーフレット作成くらいです。もちろん、「山笑い」の進化は現在進行形です！

「山笑い」は、自分たちの地域に対しての誇りと自信を取り戻すきっかけになったと感じます。一四年には、一年間、地元テレビ局が木滑地区に密着取材を行い、「山笑い」や「あさんがえし」をはじめとする地域おこしの様子を放送してくれました。これをきっかけに来訪者もますます増えて、登山道整備や耕作放棄地の解消などにも携わってくれる方が増えていったのです。まさに好循環です。

プロジェクトの一年間が過ぎた頃に、メンバーがどうしたかについて、触れたいと思います。なんとメンバーの一人、三〇歳の男性は木滑地区から離れたくないと移住し就農したのです。私は会社を立ち上げましたが、他のメンバーもそれぞれ収入確保の手段を見つけて、木滑地区の地域おこし活動に引き続き携わっています。

プロジェクト開始前、私は木滑地区に新しいことをもたらせば元気になると考えていたのですがそれは間違いました。私たち部外者が行ってきたことは木滑地区に、もともとある宝物、地域資源を住民が見つけるのを手伝ったことくらいです。きっかけがあれば住民たちの潜在力が噴き出すことを強く感じています。

今、高齢化による人口減で大切な知恵が途絶えてしまう厳しい現実がありますが、木滑地区の山々に笑い声が響き渡るよう、これからも住民と一緒に活動が続けます。

『半市場経済』

成長だけでない「共創社会」の時代

内山節著



(KADOKAWA・800円 税抜)

資本主義社会の後の社会とは

村田泰夫

(ジャーナリスト)

「農業は資本主義になじまない」

この書評欄の筆者の一人である宇根豊さんの信念である。農業は天地自然から恵みを受け取っている。効率や成長を求める市場経済の原理を当てはめること自体に無理がある。社会の土台に農があるという「農本主義」を宇根さんは提唱する。

日本をはじめとする主要先進国の金利は、ゼロだったマイナスだった。投資しても利潤が見込めない。先進諸国の産業資本は投資先を新興国に移す。グローバル化した世界で、目立つのは強欲な金融資本の跳躍ぶり。一六世紀以来、世界経済を支えてきた資本主義は、終焉を迎えようとしているかのようだ。

資本主義が終わった後の社会は、どんな社会なのだろうか。かつて資本主義は革命で打倒さ

れ、社会主義が来るべき社会だと信じられていた時があった。しかし、ソビエト連邦の崩壊で社会主義が未来の社会だと信じる人はもういない。この本の筆者である内山氏は、社会はひとつのシステムで営まれてきたわけではないと言う。ひとつの時代の中で育まれていた萌芽が次第に力を付け、それが主導的な役割を果たすようになった時、新しい時代が生まれる。

現在の資本主義という社会も、そうやって生まれてきた。資本主義の後の社会が何と呼ばれる社会になるか、まだ分からない。でも、社会変革の萌芽はすでに今の世の中に存在しているというのだ。

現代社会は、市場経済、非市場経済、半市場経済の三種の経済が併存している。今は市場経済がわが物顔で居座り、市場に任せれば「神の手」によって予定調和的に経済は回ると信じられてきた。しかし、市場経済に任せていたら不公平で格差の著しい社会になってしまった。

閉塞感が強まる現代社会にあつて、市場を活用しているが市場原理だけでは営まれていない半市場経済が存在感を増している。例えばNPO法人であり、社会的企業の活躍である。

利潤の極大化や成長のみを求めるのではなく、仲間と共有できるような価値を大切に作る共創社会を目指す。活動の目的が市場経済の原理から外れた、半市場経済が主導する社会の到来を内山氏は予感する。農業は半市場経済になじむ。宇根さんもきっと安心することだろう。

読まれます 三省堂書店農林水産省売店 (2017年5月1日～5月31日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 ルポ 農業新時代	読売新聞経済部／著	中央公論新社	860円
2 稼げる農業 AIと人材がここまで変える	日経ビジネス／編	日経BP社	1,200円
3 るるぶ 東京の農業 林業 水産業	JTBパブリッシング／編	JTBパブリッシング	860円
4 2025年 日本の農業ビジネス	21世紀政策研究所／編	講談社	800円
5 農業と農政の視野／完 論理の力と歴史の重み	生源寺 真一／著	農林統計出版	1,800円
6 ITと熟練農家の技で稼ぐ AI農業	神成 淳司／著	日経BP社	1,800円
7 新版 キーワードで読みとく 現代農業と食料・環境	「農業と経済」編集委員会／監修、 小池 恒男、新山 陽子、秋津 元輝／編	昭和堂	2,400円
8 森林業 ドイツの森と日本林業	村尾 行一／著	築地書館	2,700円
9 改訂版 逐条解説 農地法	高木 賢、内藤 恵久／編著	大成出版社	5,200円
10 農林水産六法 平成29年版	農林水産法令研究会／編	学陽書房	14,000円

おいしい米作りの秘訣

「六〇年間、おいしい米を作ることを考え続けてきた」

そう語る小澤^{こざわ}一磨^{いち磨}さん（七五歳）は、滋賀県長浜市で稲作を中心に付加価値のある米作りに取り組み、近年は消費者の健康志向も意識してコンニャク芋の産地形成を主導している。

長浜市が位置する琵琶湖の東側は比較的平たんな土地が広がり、近畿地方でも有数の稲作地帯で大規模な農業者も複数存在する。

その中でうるち米三五鈴、もち米五鈴、コンニャク芋四鈴などを栽培する小澤農園の経営規模はとりたてて大きいというほどではないが、こと米の品質に関しては周囲から一目置かれている。

例えば、滋賀県を拠点にスーパーマーケットを展開する上場企業の平和堂の店先では、普通の米のパッケージは「〇〇産コシヒカリ」など、産地名の表記にとどまっているところ、小澤農園のものは「小澤農園のお米、滋賀県産コシヒカリ」と明記されている。

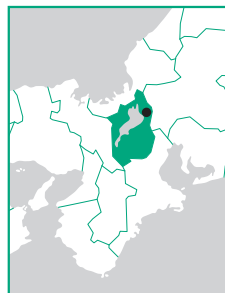
これは、幾多の米を食べ比べてきた百戦錬磨のバイヤーが、小澤農園の米の品質を特別に評価している

経営紹介

情報収集と品質重視が強みに 米とコンニャク芋の複合経営



コンニャク芋の産地形成に意気込む小澤さん



滋賀県長浜市
小澤農園株式会社
代表取締役 小澤 一磨

設立 ● 2008年3月
資本金 ● 800万円
事業内容 ● 稲作、コンニャク芋栽培など

からに他ならない。価格も普通の米より一〇%以上も高いが、売れ行きは好調だという。

おいしい米作りの秘訣を聞くと、「ヒントは亜鉛です」と、意外な言葉が返ってきた。「米を食べた時に舌でうま味を感じるポイントを刺激するのが亜鉛成分なのです」と言うのだ。亜鉛は鉄分などと同じ必須ミネラルの一つで、微量栄養素ながら人体のさまざまな機能を正常に保つ重要な働きがある。亜鉛不足に陥ると、味覚障害などを引き起こすことが医学的にも解明されている。

小澤さんが亜鉛の重要性を知ったのは、二〇年ほど前に地元の農協が主催した講演会だ。講師として招かれた医薬品メーカーのイーザイ株式会社の農学博士が、「食物のうま味を感じるのは舌の味蕾^{みみ}という器官で、味蕾を刺激するのが亜鉛です」と説明していた。

小澤さんは、「コレだ!」と思い、すぐにメモに残したという。「二時間ほどの講演の中でほんの数秒の亜鉛という重要な言葉を聞き逃さなかったのは、おいしい米作りのヒントを常に模索していたからだと思います」と振り返る。業界関係のセミナーや勉強会には積極的に参加し、情報収集を怠らなかつたこと

でつかんだチャンスである。それ以降、亜鉛の最適な含有量を見極める研究に没頭した。亜鉛が豊富な水溶性肥料などの土壌改良材を業者から取り寄せ、土壌成分を調整する実証を重ねた。そして、五年の歳月をかけてさまざまな土壌改良材とその投入量を試した末に、うま味の増した米の栽培に成功した。

当初の目標を達したが、小澤さんの探究はこれで終わらない。「舌が感じる味覚にはうま味以外もある」と、今度は甘味について調べ始めたという。どうすれば甘味が増すのか、試行錯誤の末、数年かけて有効な方法を確立した。

成功のポイントをたずねると「ある農産物をほ場にすき込むと米の甘みが予想外に引き出された。それが何かは企業秘密」と言う。

コンニャク芋を産地化

品質にこだわった米作りの一方で、小澤さんが注力しているのは、コンニャク芋の産地形成だ。五年ほど前に農林水産省のセミナーで、「今後、米の価格が急激に上昇することはない。稲作農家も米以外の収益作物を確立する必要性が高まってくる」との話に深く共感した。そこで、米偏重からの脱却を模索し始

めた。その直後に参加した勉強会でコンニャク加工メーカーと出会ったことは、まさに運命だった。加工メーカーは、コンニャク芋の産地として有名な群馬県が、農家の高齢化により担い手が減少していることから、原料の安定調達のために新たな産地との取引を模索していた。小澤さんと加工メーカーは、協力関係を構築する可能性を見出した。

しかし、コンニャク芋は、病害虫に弱く、風の影響で葉も傷つきやすいなど非常に繊細な作物だ。その上、出荷に適したサイズまで成長するには種芋を植えてから通常三年ほど要し、その間も毎年、植付け、掘り起こし、保管、翌年に植付けを繰り返さなければならないという。加工メーカーは、先進地の群馬の生産者に栽培管理指導を仰ぐ際の仲介や、種芋の供給で小澤さんをサポートし、全量買い取りの契約とすることで小澤さんが安心して生産できる環境を整えている。

難題を抱えつつも小澤農園がコンニャク芋の栽培に取り組むのは理由がある。一つは収益性で、一〇〇〇当たりの売り上げは現在四五万円ほどだが、さらに収量と品質を高めれば八〇〇〇九〇万円くらいになる可能性もある。また、地域に適し

た栽培技術さえ確立すれば、植付け、掘り起こしの作業の機械化が可能で大規模化が比較的容易なこと、さらにアタッチメントさえ取り換えれば既存のトラクターで作業できるため大きな設備投資が不要であることもメリットだ。「作業の集中する時期が稲作と異なるため、稲作との複合に最適」と、小澤さんは作業面の狙いを明かす。

需給も情勢分析に裏打ち

もう一つの理由は、需給の見通しだ。コンニャク芋の生産者は高齢化などで年々減少し、さらに栽培の難しさから新たな産地形成も進まない。一方で、需要は旺盛だ。

コンニャクそのものの消費は減少傾向にあるが、健康食品の原料としての需要は年々増加している。ダイエットなどを目的として、米や麺類の一定割合を低カロリーのコニャクで代替する商品やレシピを見かけることも増えてきた。

これは日本にとどまらず、世界的な動きでもある。このような需要見通しに加えて、コンニャク芋は「品種の違いから国産と輸入物の品質差は歴然。高率な関税もあり、すぐに輸入ものに置き換わることは考えにくい」と小澤さんは分析してい

る。

長浜市で新たな産地を形成するためには仲間集めも欠かせない。小澤さんは米偏重からの脱却の必要性和複合作物としてのコンニャク芋の有益性を周辺農家に根気強く説明して回った。その結果、今では約一〇〇戸の協力農家が集まり、長浜市役所も小澤さんの取り組みに賛同して支援を申し出てくれた。三年かけて一定程度の栽培技術を修得した小澤さんは長浜市などの公的補助を得て、コンニャク芋の保管集出荷施設を二年前に建設した。

この施設で自社と協力農家が生産したコンニャク芋を受け入れ、一、二年目の芋は最適な温度で保管し、三年目の芋は洗浄、調整して先述の加工メーカーに全量出荷しているという。「収穫量の増加と品質の改善や安定、優良品種の選抜、さらなる仲間集めなど、やることはたくさんあります」と、産地形成に向けて小澤さんは意気込む。高く広く張ったアンテナで情報を的確に取捨選択し、有益な情報から導かれる改善のヒントを現場で実証してカタチにしていくこと、それを実現する小澤さんの探究心と粘り強さこそ、小澤農園の強みだ。

(情報企画部 清村真仁)



『事業性評価融資』のご案内

次代を担う農業の担い手が取り組む攻めの経営展開を支援するため、お客さまの「経営者能力」や「経営戦略」を、より積極的に評価する新たな審査スキームとして事業性評価融資を取り扱っています。

* * * * *

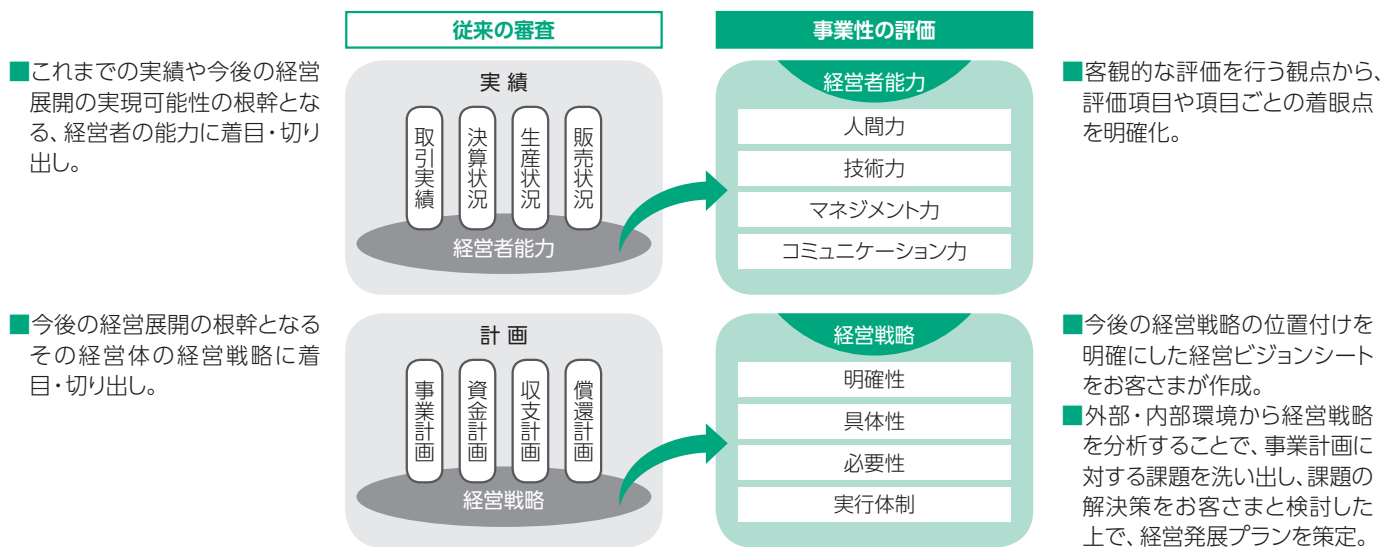
事業性評価融資により、ご自身では気付きにくい経営の強みを活かす方法や弱みの打開策を公庫と一緒に検討し、課題解決のための提案と融資後の濃密なフォローアップを通じて、経営目標の達成に向けて強力にサポートいたします。

事業性評価とは

金融機関が現時点での財務データや保証・担保にとらわれず、企業訪問や経営相談などを通じて情報を収集し、事業の内容や成長可能性などを適切に評価することです〔円滑な資金供給の促進に向けて〕(2015年7月金融庁)。

事業性評価融資の仕組み

経営者能力(経営実績や今後の経営展開の実現可能性の根幹)と、経営戦略(今後の経営展開の根幹)を切り出して評価します。



事業性評価融資の流れ

- 1 相談**
お客さま 経営の悩みなどを公庫にご相談ください。
外部環境 TPP、農地中間管理機構、災害、鳥インフルエンザ・口蹄疫の発生 など
内部環境 法人化、6次産業化、経営継承、農地の分散解消 など
- 2 経営ビジョンシートの作成・提出**
お客さま 強み・課題の抽出、将来ビジョンなどをお客さまご自身で経営ビジョンシートに整理してご提出いただきます。
- 3 事業性評価書のフィードバック(事業性の評価)**
公庫 経営ビジョンシートを基に、経営課題他について事業性評価書にとりまとめ、お客さまにフィードバックします。
- 4 経営発展プランの作成・提出(融資決定・契約の締結)**
お客さま 事業性評価書を踏まえ、今後の経営戦略と戦略を実施する上での課題や具体的な行動計画を、お客さまと公庫と一緒に検討し、経営発展プランにまとめ、公庫にご提出いただきます。
公庫
- 5 融資後の経営支援**
公庫 経営発展プランの実現に向けて、販路開拓・マッチング・経営診断など、融資以外の経営支援を行います。

ご留意いただきたい事項

- 事業性の評価は通常の審査に加えて実施するもので、事業性の評価結果のみで融資の可否を判断するものではありません。
- 資金ごとに対象者・用途などの要件があります。詳しくは、最寄りの日本公庫支店農林水産事業までお問い合わせください。

農商工のマッチングにより 六次産業化を支援

農林漁業者や商工業者など約一六〇人が参加し、「ちゅうぎん六次産業化セミナー&交流会」を中国銀行と共催しました。

県内産農産物・加工品などの直売所「おばあちゃんの台所」を運営する株式会社岡山直売所ネットワーク代表取締役の竹村仁量氏が「おばあちゃんの台所発！ 人気商品づくりの勘所」と題し、六次産業化や農商工連携での商品づくりのポイントなどを講演。交流会では、活発な情報交換がなされた他、延べ一三二件の有意義な商談が行われました。三月二六日、於：岡山市中国銀行本店 (岡山支店)



竹村氏から六次産業化のポイントを学ぶ参加者

「福岡県認定農業者 トップセミナー」を共催

市町村認定農業者組織の代表者や青年等就農資金を利用された新規就農者など五七人が参加し、「福岡県認定農業者トップセミナー」を福岡県認定農業者組織連絡協議会と共催しました。

初めに、九州農政局福岡県拠点地方参事官の林淳一氏が「収入保険制度」について保険料や積立金などを詳しく解説。多くの参加者からさまざまな質問がなされ、新制度への関心が高いことがうかがえました。

続いて、熊本県南阿蘇村で施設野菜などの生産や農産加工品の製造・販売を行う有限会社木之内農園会長の木之内均氏が、「震災からの再建計画とこれからの事業展開」と題し、熊本地震による自身の生々しい被災体験と復興に向けた経営の取り組みについて講演しました。

木之内氏の前向きな経営姿勢に刺激を受けた参加者は、それぞれが抱える経営上の悩みを相談するなど、活発な質疑応答が行われました。三月二六日、於：福岡市 (福岡支店)

起業分野の一つとして 農業を学ぶ

地域で活躍する人材育成を目的に二年前に創設された大正大学の地域創生学部部に赴き、日本農業の概要と新規就農の状況および農業ビジネスの動向について講義を行いました。

現在、農業・農村の価値が再認識されており、農村が有する地域資源を活用して地域活性化を目指す動きが見られます。

今回の講義では、一次産業は地域創生の要ともいえること、さらに、六次産業化や農商工連携などを通じて、地域を支える多様な産業が相互に協力していくことが重要であるという点について地域創生や創業に関心のある学生たちに理解を深めてもらいました。

学生たちは長期の地域実習を通じて、各地域の課題を既に把握しており、今後実践につなげていくことが期待されます。

なお、大正大学と日本公庫池袋支店は地域創生分野における産学連携協定を締結しています。五月一七日、一九日、於：東京都豊島区、大正大学地域創生学部学生約二〇人 (情報企画部)

創造力あふれる高校生の ビジネスプランを大募集

全国の高校生を対象とした「第五回創造力、無限大∞高校生ビジネスプラン・グランプリ」を開催します。

次世代を担う若者を育てる「起業教育」がこれからの日本には大切であり、日本公庫創業支援の経験・ノウハウを起業教育の現場に還元したいと考えています。

前回の第四回グランプリは、全国三二四の高校から二六六二件のご応募をいただきました。七月三日よりエントリーの受け付けを開始します。お知り合いの高校生の方、ぜひ当グランプリをご紹介下さい。電話〇三ー三三七〇ー二三八五 (グランプリ運営事務局)



前回グランプリを受賞した大阪府立三国丘高等学校

みんなの広場

◆「主張・多論百出」の池田さんは一〇年前、不慮の事故で車いす生活になられました。本場にたくましい方だと感服しました。NPO法人を立ち上げ、車いすやベビーカー、お年寄りが安心して出掛けられる社会の実現を目指して活動しています。私も聴覚に障がいをもっていますが、池田さんの前向きな生き方に大いに勇気付けられました。

(広島県広島市 内惻)

◆村上さんの「特集」で二つの事例を通して、経営者の視点では発見できない経営課題を見つけ、正しい問題点を進言する農業コンサルタントの独自の力に驚きました。今後私も農業の知識を蓄積しながら農業者の方々の一助となれるよう頑張ります。

(齊藤 圭汰)

◆「農と食の邂逅」を読んで、バラ農家に生まれ農業の厳しさを知る私にとつて、経営は大きなテーマの一つでした。

小さい頃、私は両親が丹精込めて生産し出荷したバラの値段の安さに納得できませんでした。大切に育てた作物を多くの方に手に取ってもらうためにもプロデュースする大切さを知りました。(杉本 真希) ◆「まちづくりむらづくり」では、地域の課題を住民全員が共有し、課題解決に向けた意識改革を行った点

が印象に残りました。住民が地域の宝探しをして住む人にとつても桃源郷となれば、地域が活気にあふれ来訪者にも情報以上の魅力が伝わるのだと思いました。(富田 成美) 本誌五月号に寄せられた声です。

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一九一四
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 〇三ー三三三ー三三〇五

メール配信サービスのご案内

日本公庫農林水産事業本部では、メール配信による農業・食品産業に関する情報の提供をしています。メール配信サービスの主な内容は次の四点です。

- ①日本公庫の独自調査(農業景況調査、食品産業動向調査、消費者動向調査など)結果
 - ②公庫資金の金利情報や新たな資金制度のご案内、プレス発表している日本公庫の最新動向
 - ③農業技術の専門家である日本公庫テクニカルアドバイザーによる農業・食品分野に関する最新技術情報「技術の窓」
 - ④日本公庫が発行する「AFCフォーラム」「アグリ・フードサポート」のダウンロード
- メール配信を希望される方は、日本公庫のホームページ(<https://www.jfc.go.jp/n/service/mail/nourin.html>)にアクセスして登録ください。(情報企画部)

編集後記

◆世界経済フォーラムが昨年発表したところによると、男女格差を測るジェンダー・ギャップ指数において日本の順位は一四四カ国中二一位と、前年よりさらに順位を下げました。社会全体で男女格差が大きい現実があります。一方で子どもの学校に行くと生徒会長などは女子が多くなり、私の頃と様変わりです。社会変化に期待です。(嶋貫)

◆女性農業者へ私からの手紙——今、追い風が吹いていると感じます。現地調査先の女性は各自、適した分野で活躍していました。あなたの行動で風は上昇気流になり周りをどんどん巻き込んで高い所へ導いていくことでしょう。佐藤一絵さんなど頼もしい人たちが応援しています。私は活躍するあなたの姿を想い描きます。(城間)

◆女性の脳は男性と違い洞察力に優れていて、男性では考え付かない解決方法を見いだせるんだとか。決して男性が劣っているとは思いませんが、ちよつぱり胸を張りたくありません。「多論百出」の都築さんは四人の女性ならではの取り組みを紹介。就農支援やお小遣いのために会社を設立した方など、女性はまさに起爆剤。パワフルさに脱帽です。(小形)

◆加茂さんが連載されている碑めぐりシリーズ。ブランド牛の話題が続いたため、他にどんなブランド牛があるのか調べたところ、二〇〇以上もの銘柄があり、その種類の多さにびっくり。各産地の肥育農家が工夫を凝らし、丹精込めて育てたブランド牛。じっくり味わいたいものです。とはいえ、私にはなかなか手が届きませんが。(上原)

AFCフォーラム

編集

嶋貫 元 嶋貫 伸二 清村 真仁
柴崎 勇太 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)

◆ご意見、ご提案をお待ちしております。

◆巻末の児童画は全国土地改良事業団体連合会主催の「ふるさとと田んぼと水」子ども絵画展の入賞作品です。

国産にこだわり農と食をつなぎます。

第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^水日/24^木日
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



農業フロントの躍動女性



『最高な一杯』 林 永遠 福岡県福岡市立名島小学校

■ AFCフォーラム 平成29年7月1日発行(毎月1回1日発行)第65巻4号(803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 第一南桜ビル Tel.03(3432)2927 ■ 定価514円 [本体価格476円]



AFCフォーラム(2017年7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）

頁	記事区分	良かった	どちらとも いえない	良くなかった	頁	記事区分	良かった	どちらとも いえない	良くなかった
2	観天望気				25	変革は人にあり			
3	特集	女性の能力が農業収益増に寄与する			28	耳よりな話			
11		女性の活躍を農政が推進する意味			29	まちづくりむらづくり			
15	情報戦略レポート				32	書 評			
19	農と食の邂逅				33	経営紹介			
22	フォーラムエッセイ				35	『事業性評価融資』のご案内			
23	主張・多論百出				36	インフォメーション			

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。

選定の上、本誌「みんなの広場」に掲載させていただきます。

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)。

なお紙面の都合上、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。

A full-page sheet of graph paper featuring a uniform grid of small squares formed by dashed lines. The grid covers the entire area of the page, providing a template for drawing or writing.

ご協力ありがとうございました。