

AFC Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

8

2017

特集 始動！農業強化の支援法



特集

始動！農業強化の支援法

3 新たなステージを迎えた農政改革

堀 千珠

昨年11月に決定した「農業競争力強化プログラム」により、13項目の戦略が動き出す。そこで、民間研究者にプロジェクトの全体像を俯瞰し評価してもらった

7 「作る」から「作って売る」農業の転換期

本誌編集部

農業の担い手たちは、農業競争力強化支援法をどう受け止め、どのように活用しようとしているのだろうか。現場の声を聞く

11 競争力を強化する資材対策の切り込み

今野 聡

肥料、農薬、機械、飼料。農業者の所得向上には、農業者の努力だけでは解決しないこれらのコスト引き下げに政策的に取り組む必要があると行政が動いた

情報戦略レポート

15 食品関係企業HACCP導入に8割超が意欲 前回調査(2015年)を超える高い関心

—2016年下半年 食品産業動向調査結果—

経営紹介

経営紹介

23 株式会社出来商店／広島県 出来 満則

安全・安心な大葉の提供を目指す生産者が有機JAS認定を取得した。その大葉を原料にしたオリジナル商品の開発など独自の差別化戦略に迫る

変革は人にあり

27 有限会社高儀農場／新潟県 高橋 治儀

6次化の究極の形、農地のすぐそばで食べられるレストランを追求するが、農地法の厚い壁に阻まれる。国家戦略特区活用により「産地直食」をようやく実現した挑戦者魂とは

*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
北海道上富良野町
2007年7月25日撮影

朝日に輝く葉

■ 広大な丘の一角にあるカボチャ畑に、朝の明るさが広がる。朝日に照らされて、葉は一段と輝きを増した ■

シリーズ・その他

観天望気

農地の価値 広瀬 栄 2

農と食の邂逅

カウベルミルクガーデン牧場株式会社、
牧場のパン屋さんカウベル／島根県

伊藤 恵美

青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) 19

フォーラムエッセイ

母のミートローフ 大久保 朱夏 22

主張・多論百出

フォンテラジャパン株式会社

斎藤 康博 25

耳よりの話 184

高性能作業機への期待

大下 泰生 30

まちづくりむらづくり

地域へ移住者促進で棚田保全

農村の婚活で若者にアピール

NPO法人棚田LOVER's/兵庫県神崎郡

永菅 裕一 31

書評

巨部 幸博 著

『コーヒーの科学「おいしさ」はどこで生まれるのか』

青木 宏高 34

農業競争力強化支援資金のご案内 35

インフォメーション

交叉点 第68回アプラカ理事会に参加

情報企画部 36

農業経営アドバイザーの活動を推進

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

農地の価値

私たち日本人にとって田や畑などの農地は「心のふるさと」ではないでしょうか。全国の農地面積の約四割、総農家数の約四割を占める中山間地域は日本農業の中で重要な位置を占めています。

しかし残念ながら、中山間地域の農地の荒廃は近年日本中で加度的に進んでおり、地域の農家が協力して農地を守り、新規就農者を受け入れても、耕作放棄地の増加するスピードに追い付かないのが現状です。まさに日本の食糧、国土保全、そして伝統文化の危機です。心のふるさとである農地を守るためには、持続可能な農業経営体を増やすことが喫緊の課題であり、その地域に合った農業を実践できる仕組みが必要です。

兵庫県北部に位置する中山間地域の養父市でも、過疎化や高齢化に伴って農業の担い手が不足し、耕作放棄地が増え、農業経営は危機的状況にあります。その上に養父市の地形は急峻で農地が狭いため生産コストが総じて高くなってしまい、ただ農産物を生産しているだけでは価格競争で大規模生産地に太刀打ちできません。そこで企業が持つ経営のノウハウを活用し六次産業化による持続的な農業を可能にすることが必要と考え、国家戦略特区の認定を活用して大規模生産地にも打ち勝てる仕組みをつくりました。

農地の流動化を促進し、かつ迅速に処理するため農地の権利移動に係る許可権限を農業委員会から市長に移管し、次に農地所有適格法人の役員要件を緩和し企業の農業参入のハードルを下げ事業者を確保しました。さらに企業と地域住民とが一体となり農業に取り組める環境づくりとして、これまで認められなかった農地所有適格法人以外の法人による農地取得を可能にしました。これは戦後日本を支えてきた農業システムの大革命です。現在二三事業者が養父市で農業参入し、約二八分の農地で営農しています。関係者の協力をいただきながら、養父市の農地に新たな価値を生み出す機能を創出し、農地、雇用、伝統文化を守っていくため強い意志を持って地方創生の実現に向けて挑戦していきます。人口の東京一極集中が進み、地方は疲弊し生産性を失いつつある中山間地域の農地を既存の規制にしがみついて失ってはなりません。

養父市長
広瀬 栄



ひろせ さかえ
1947年兵庫県生まれ。71年鳥取大学卒業後、民間企業での勤務を経て、76年八鹿町役場に入る。2008年養父市長に就任後、地域の改革をけん引。国家戦略特別区域にもいち早く手を挙げ、14年に指定を受ける。中山間地農業の未来を描く養父市の挑戦の旗振り役として活動する。

新たなステージを迎えた農政改革

政府の「農業競争力強化プログラム」が決まり、二三項目の戦略が動き出す。最大の特徴は、農業者の経営環境に影響を及ぼす生産資材メーカーや農産物流通・加工業者にまで構造改革の領域を広げたことだ。農業者の所得向上に向け効果は期待できるのか。農政改革は新たなステージを迎える。

安倍政権の農政改革「第二弾」

政府は二〇一六年一月に農林水産業・地域の活力創造本部の会合において、「農業競争力強化プログラム」(以下、強化プログラム)を決定した。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に取り組むための施策パッケージで、表に挙げた二三項目の戦略によって構成される。

強化プログラムに対する理解を深めるためにはまず、その決定に至る経緯について二つの点を踏まえておく必要がある。

第一は、強化プログラムが安倍政権における農政改革の「第二弾」に位置付けられる点である。農業の成長産業化を重点戦略の一つとして掲げる

安倍政権は、一三〜一五年にかけて農地、農業者所得、農業関連組織といった主要分野で、新たな政策を相次いで打ち出した。これが「第一弾」の農政改革である。

まず、第一弾の農地政策について見ると、政府は各都道府県が農地中間管理機構を設置できるようにした。耕作者のいない農地を所有者から借り受け、規模拡大を目指す農業者にまとめて貸し付ける同機構は、農地の大規模集約化に貢献する役割を担うことになった。

また、農業者所得に関連して、政府は主食用米の生産調整を一八年に廃止し、これに協力する農業者への交付金の支給を取りやめる方針を固めた。逆に飼料用米の生産に対する交付金については一四年に支給水準を上げた。

さらに政府は、農業関連組織に関する規制の見



みずほ総合研究所 調査本部 政策調査部
主任研究員

堀 千珠 Chizu Hori

ほり ちず
みずほコーポレート銀行(現みずほ銀行)で、食品メーカーの企業戦略や海外展開に関する調査・提案業務に携わった後、2010年より現職。農業政策、六次産業化・農商工連携、企業のアグリビジネス、食クラスターなどに関する分析に従事。

直しも行った。具体的には、①各地の農協に対する経営指導や監査などを担う全国農業協同組合中央会(以下、全中)を一九年九月までに一般社団法人へと移行させること(現行は農業協同組合法に基づく特別認可法人)、②農業委員会の委員選出方法を選挙制から選任制に変更すること、③農地所有適格法人(農地所有を認められた唯一の法人形態)への非農業者による出資比率上限を原則二五%以下から一律五〇%未満に引上げること、を決定して②と③を一六年四月に実施した。

強化プログラムは、これら第一弾の農政改革を土台として積み上げられた追加策としての性質を有している。

TPP対策と規制改革を統合

第二は、強化プログラムが環太平洋経済連携協

表 農業競争力強化プログラムに盛り込まれた13項目

項番	項目	立案の経緯		関連する法の制定・改廃	施行時期
		TPP対策	規制改革		
1	生産資材価格の引下げ (全農の購買事業見直しを含む)	○	○	農業競争力強化支援法の制定	2017年8月
				農業機械化促進法の廃止	2018年4月
				主要農産物種子法の廃止	2018年4月
2	流通・加工の構造改革 (全農の販売事業見直しを含む)	○	○	農業競争力強化支援法の制定(再掲)	2017年8月
3	人材力の強化	○			
4	戦略的輸出体制の整備	○		農林物資の規格化に関する法律の改正	公布(2017年6月)から1年以内
5	原料原産地制度の導入	○			
6	チェックオフ(注1)の導入	○			
7	収入保険制度の導入	○		農業災害補償法の改正	2018年4月
8	土地改良制度(注2)の見直し	○		土地改良法の改正	公布(2017年5月)から6カ月以内
9	農村の就業構造の改善	○		農村地域工業等導入促進法の改正	公布(2017年6月)から2カ月以内
10	飼料用米の推進	○			
11	肉用牛・酪農の生産基盤強化	○			
12	配合飼料価格安定制度(注3)の安定運営	○			
13	生乳の改革		○	畜産経営安定法の改正	2018年4月

(注) 1. 農業者から拠出金を徴収して、販売促進を行う制度。
 2. 農地の生産性を高めるための公共事業などについて定めた制度。
 3. 国、配合飼料メーカー、農業者の積立金を原資として、配合飼料価格の上昇時に農業者への補填金を交付する制度。
 資料: 農林水産省「農業競争力強化プログラム」などより、みずほ総合研究所作成

定(TPP)対策と規制改革という二つのコンテクト(背景)のもとで検討された政策を統合したものであるという点である。
 TPP対策に関する検討は、自由民主党の農林水産業骨太方針策定PT(プロジェクトチーム、以下同)や農業基本政策検討PTを中心に行われた。これらPTなどでの議論を踏まえて、強化プログラム二三項目のうち、一二項目が立案された。強化プログラムの決定後、米国でTPPに反対す

るトランプ氏が大統領に就任し、当初合意した形での協定発効は見込みにくくなったが、政府は日本農業の競争力を強化するために、TPP対策の一二項目を予定通り実施する方針である。
 規制改革に関する検討は、主に政府の規制改革推進会議によって行われた。農業関連組織の規制見直しをリードした規制改革会議を前身とする同会議での検討は、強化プログラムに「生乳の改革」を項目として加えることや、全国農業協同組

八つの法の制定・改廃に着手

強化プログラムでは、二三項目のうち七項目について八つの法の制定・改廃が行われることになり、二〇一七年通常国会での審議を経て、一八年六月までに全て施行される見通しとなっている。まずは、これら七項目について内容を詳しく見ていく。

「生産資材価格の引下げ」と「流通・加工の構造改革」は、仕入れ・販売面における流通の合理化を通じて農業者の所得を向上させることを狙いとする戦略である。政府は、これら戦略の実施に向けて、肥料・農薬・飼料といった生産資材メーカーや米卸・製粉業・乳業といった農産物流通・加工業の業界再編を政府系機関からの出資・融資などによって促進する農業競争力強化支援法を成立させた。また、生産資材に関する規制のうち、時代にそぐわなくなってきた農業機械化促進法と主要農産物種子法の廃止も確定させた。

さらに、政府は全農に対し、購買部門を少数精鋭の組織に転換することや、販売部門における委託取引から買取取引への転換を進めることを要請した。

両部門の見直しについては、第一弾の農政改革で決定した農協改革集中推進期間内(二〇一四年六月～一九年五月まで)に十分な成果が出るよう、全農が年次計画を立てて公表することや、この計

画の進捗状況を政府がフォローアップすること
が定められた。

「戦略的輸出体制の整備」は、一九九年までに農林水産物・食品の年間輸出額を一兆円超にするという政府目標の達成を狙いとする戦略である。本項目に関しては、農林水産物・食品のブランドイン
グ、プロモーションや輸出業者へのサポートを担う組織を新設する方針が明記された。これを受けて、一七年四月には日本貿易振興機構(JETRO)が日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)を設立するに至った。政府は、JFOODOがJETROの海外拠点を活用しつつ将来の民営化を視野に入れて事業を拡大していくことを想定している。このほか、政府は国際標準化を見据えて農林物資の規格化に関する法律を改正し、製法や品質管理方式などを日本農林規格(JAS)の認証対象に加えることを予定している。

「収入保険制度の導入」は、農業経営のセーフティネットを強化することを狙いとする戦略である。現行の農業災害補償制度は、対象が自然災害による一部農産物の収量減少に限られている。そこで政府は、農業災害補償法を改正し、さまざまな要因による農業者の収入減少を品目横断的にカバーできる収入保険制度を新たに設けることとした。ただし、同制度に加入できるのは、税務署に青色申告を行う農業者に限定される。

「土地改良制度の見直し」は、農地中間管理機構の使い勝手を向上させることを狙いとする戦略である。政府は土地改良法の改正により、同機構が借り入れている農地を都道府県が整備する場

合に、農業者の費用負担や同意が不要となる制度を創設する。この結果、農地中間管理機構が取り扱う農地の改良や大規模化が進みやすくなり、農業者が同機構から農地を借り受ける動きの拡大につながることを期待される。

「農村の就業構造の改善」は、農村に就業の場を確保することを狙いとする戦略である。現行の農村地域工業等導入促進法(以下、農工法)では、工業を中心とする五業種を対象に税制上の優遇措置や農地転用の特例措置が講じられている。法改正によって新たにサービス業を対象に加え、農産物直売所や農家レストランも農工法の特例措置を受けられるようになる。

「生乳の改革」は、農業者が自由に生乳の出荷先を選べるようにすることを狙いとする戦略である。農業者は、現行の制度では原則として指定生産者団体(国の指定を受けて地域ごとに生乳集荷や乳業メーカーとの交渉を担う農協系の〇団体)に全量を出荷しないと、政府から生産者補給金を受け取ることができない。政府は畜産経営安定法の改正によってこれを改め、農業者が指定生産者団体以外に生乳を出荷する場合や、同団体に全量を出荷しない場合にも補給金を受け取ることができるようになる。

全農の自己改革に期待

以上のような強化プログラムの最大の特徴は、農業者の経営環境に影響を及ぼす関連産業にまで改革の領域を広げた点にある。生産資材価格の引き下げや流通・加工の構造改革を進めるために施行される農業競争力強化支援法のターゲット

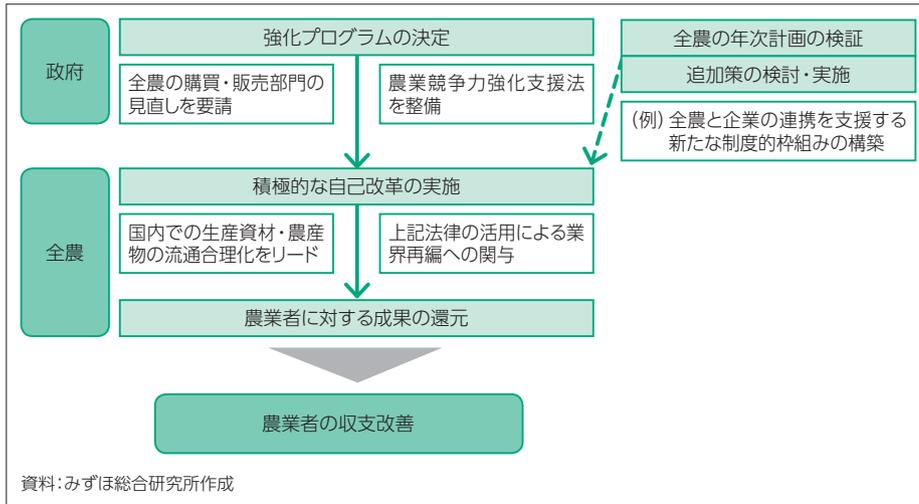
が農業者ではなく、生産資材メーカーや農産物流通・加工業者であることは特筆に値する。これら関連産業の構造改革は、農業者が所得向上を図りやすい環境を実現していく上で、大きな効果をもたらす可能性がある。ただし、関連産業向けの間接的な施策は、農業者向けの直接的な施策に比べて効果が遅れる可能性が高いことや、関連産業の間では必ずしも業界再編に向けた機運が高まっているとは言えないことから、改革の即効性に過度な期待を寄せるのは避けた方が良さそうだ。

また、強化プログラムは農地政策の分野で土地改良制度の見直し、農業者所得政策の分野で収入保険制度の導入、農業関連組織に関する政策の分野で全農の購買・販売部門の見直しを掲げており、第一弾の農政改革をさらに前進させた点が評価できる。JFOODOの設立などによる輸出支援の強化や、約五〇年間続いてきた生乳流通制度の見直しといった施策を打ち出したことも妥当とみられる。

特に注目されるのは、生産資材価格の引き下げや流通・加工の構造改革に合わせて、全農の購買・販売部門を見直す方針が示されたことである。第一弾の農政改革で全中の法的な位置付けが改められたのに続き、強化プログラムでは全農が農協組織の原点である購買・販売部門の合理化に十分な成果を出すことを求められる形となった。農業者にとって、両部門の見直しは自らの経営に直接的な影響を及ぼす動きであり、最も関心を寄せている施策と推測される。

しかし、全農の購買・販売部門の見直しについ

図 全農の購買・販売部門の見直しにおけるベストシナリオ



ては、改革主体である全農に対応が委ねられていて、政府が強制力を持たないため、改革の動きがどの程度進むかは不透明である。政府は全農の年次計画の進捗状況をしつかりと検証するとともに、必要に応じて購買・販売部門の合理化を支援するための追加策を講じていく必要がある。追加策の例としては、全農と企業の連携を支援する新たな制度的枠組みの構築が考えられる。

今後のベストシナリオは、全農が自己改革を通

じて購買・販売部門を積極的に見直すことである。具体的には、農業競争力強化支援法を活用するなどして全農が生産資材メーカーや農産物流通・加工業者の再編をリードし、その成果を農業者に還元していくことが望ましい(図)。実際、全農は二〇一七年に入ってから、自己改革推進本部を設置して強化プログラムへの対応を進めており、既に大手回転寿司チェーンの親会社や、酪農・畜産農家向けにITサービスを提供する農業ベンチャーへの出資を発表した。また、農協系のリース会社と共同で、農業者向けに農機のシェアリングビジネスも開始した。これから購買・販売部門の合理化に向けた取り組みがさらに活発化し、その成果が農業者の所得向上につながっていくことを期待したい。

飼料用米の推進は検討が必要

最後に、強化プログラムの二三項目のうち、法の制定・改廃には至らなかったものの、今後の取り組みが特に注目される「飼料用米の推進」についても触れておこう。

政府はTPPが大筋合意に至った当初、飼料用米の生産に対する交付金の支給を恒久化する法整備を視野に入れていた。しかし、強化プログラムでは同項目について、収穫量の多い品種の栽培などによる生産コスト削減や、稲作農家(飼料用米の供給者)と畜産農家(同需要者)の連携による畜産物の高付加価値化への取り組みを推進する方針が示されるにとどまった。TPPの発効が棚上げとなったことや、交付金の財政負担を懸念する声が大きいことを考えると、法整備の見送りは

賢明な判断と言える。

では、飼料用米の生産に対する交付金が現状のまままでよいかというと、そうは思えない。現在、政府は主食用米の過剰生産や価格暴落を防ぐため、飼料用米生産に対して交付金を支給して、農業者に主食用米から飼料用米へと生産をシフトするよう促している。中には、飼料用米生産の収入が主食用米生産の収入を上回るほど高水準の交付金を支給しているケースもある。しかし、このような手厚い支給は、財政負担の増加を招くだけでなく、農業者による生産コスト削減努力を妨げることにもなる。

政府は今後、交付金の支給対象者を作付面積が多い農業者に限定する、単位面積当たりの収穫量が多い品種のみを支給対象品目とする、交付金の水準を段階的に引下げる、といった施策を検討していく必要がある。

飼料用米の推進は、二〇一八年に予定されている生産調整の廃止に向けた激変緩和措置として打ち出された戦略とみられるが、これに重きを置き過ぎると、稲作農業の構造改革が大幅に遅れることになりかねない。農業者の間で飼料用米の生産に対する交付金の維持を求める声が強い中で、政府には丁寧な説明などにより交付金の見直しに対する農業者の理解を得ていくことが求められる。

また、農業者にも、全農の自己改革、輸出体制の整備、土地改良制度の見直しといった環境変化を追い風としつつ、自助努力による所得向上に励み、政策に左右されにくい強固な事業基盤を構築していくことを期待したい。

「作る」から「作って売る」農業の転換期

農業競争力の環境整備をする農業競争力強化支援法が動き出した。担い手減少など構造変化の待たれる稲作農業経営の現場では、この度の支援法をどのように受け止め、将来像をどのように描くのか。本誌編集部では全国各地の稲作経営者に「生の声」を聞いた。

本誌編集部

日本公庫農林水産事業本部

流通現場で直接販売に変化

日本公庫が行った二〇一六年下半年農業景況調査によると、農業担い手の投資意欲は近年になく高く、またその投資内容も「規模拡大」を目的とするものが半数近く占めており、農業構造変化への機運は高まっていると言っている。

新たに施行される農業競争力強化支援法（以下、支援法）は、こうした意欲を持ち経営努力をする農業者を支援する。農業者の農業所得向上に結びつくよう、まず国が農業生産用資材のメーカーや流通関係事業者の再編等により競争環境づくりを行い、農業者はそれらの環境を有利に活用し自由な経営判断で自ら所得向上を目指す、ということを支援法は期待している。

農業の現場で担い手たちは、この支援法をどの

ように受け止めどう活用しようとしているのか、生の現場の声である。

まず支援法が求める「農業者や農業者団体による農産物の消費者（実需者）への直接の販売を促進する」という点に関し米の流通実態を、農林水産省の資料で見ると生産者が直接、卸や小売り、消費者に販売しているのは二二三万ト、流通数量の約四割となっている（五年）。直接販売の動きは、現場で広がっているのだろうか。

「今や、コンビニや外食事業者という業務用米の実需者が、生産者探しで必死ですよ」と言うのが熊本県の内田智也さん（三三歳）だ。支援法が目指す生産者による直接販売の世界は、川下の実需者からの動きで既に現実のものとなりつつある、との意見だ。

内田さんは主食用米、業務用米、酒米など、一五

品種ものの米を実需者のニーズに合わせて生産し、大手卸に直接販売している。

「すし、牛丼、カレー、それぞれに向く米を求められます。例えば、多収性のハイブリッドライス『みつひかり』は、粘り気が少なかったが浸透しやすいため牛丼チェーンに対応しています。このような米をコストを抑えて実需者が望む量を安定して生産できる生産者を探しているということです。JAL国際線採用の高級米から低コスト多収米まで品種をそろえられるのが私たちの強みで、ほ場さえ確保できれば受注増加に対応できます」と言い、ニーズ対応へ意識を強める。

しかし、米の世界では、農家が農協へ、農協が全農などへとそれぞれ販売委託する方式が今も主流になっている。まず農家が出荷する際には各県の全農県本部・経済連が、それぞれ独自に決定し



生産者自身がマーケットを研究する必要があると語る川村巧さん(左)

マーケット・イン経営がカギ

た水準である概算金(仮渡金)が支払われ、販売の見通しが立った時点で、販売見込額から経費・概算金を除いた額を精算していくという仕組みで、比較的早期にまとまった現金が手元に入るメリットは大きい。その精算にかかる期間は複数年にわたることも珍しくないが、上部団体が確実に資金化してくれるという農業者の信用に支えられたシステムとも言える。

就農当初こそ農協に販売委託をしていた内田さんは、大手卸への販売に切り換えた。自らの経験を踏まえ、支援法を「農業経営の成長のためには、農業者自らが経営判断で直接販売を行う必要があるのではないだろうか」と、積極的に受けてめている。「販売委託では自分の米がどこに売られ最終的にどのような価格が付いたのか分からないし、手数料の根拠も分かりにくい」とし、「これでは経営計画も立てられないので、自ら米卸業者と取引することを決めました」と、経緯を述べた。

「作るプロ」から「作って売るプロ」へ――。支援

法は農業者自身の経営姿勢の変化に期待する。売

り先には農協卸、

小売り、外食、そし

て直接消費者と、

多くのチャネルが

ある。そこをどう

選んでいくかとい

う方針は重要な経営

判断だ。

自ら販路を拡大

してきた先駆者は、どのように考え、行動しているのだろうか。

販売競争力を高めるには「顧客ターゲットをしっかりと持つことが大事」と語るのが、石川県の番場睦夫さん(六一歳)だ。

「当社の理念は、健康で幸せを届けることです。健康のためにある程度値段が高くても購入可能な消費者をターゲットにしています。そのため、無農薬で化学肥料を極力抑えた米を作る一方、家庭炊飯用の米は、二〇年間一切、値下げを行っていません」と言う。引き合いがあっても価格条件は妥協せず、「お客さまを選ぶ」ことで、平均単価は一キログラム当たり五〇〇円程度と、周辺の米農家の二倍を上回る。

また、サラリーマン時代の経験から営業が苦にならないという岩手県の川村巧さん(六三歳)は、主食用米の多くを複数の大手卸に販売している。以前は、卸を通さず多数の小売業者と取引していたが、直接販売の手間やリスクを考えると、業界のことを熟知している専門の卸業者に販売を任せることが賢明だと考えるようになったという。

川村さんは米卸業者との付き合い方には次の通り一家言ある。

「米卸業者との商談では、自分たち自身がマーケットの情報をいかに知っているかがカギになります。自分たちの商品がマーケットでどの程度のポジションにあるのか分からないと、価値が伝えられません。そのため私たちは、機会をつくっては東京のデパートに赴き、どのような食材が売れているのかを視察し、また売り場の責任者から話を聞かせてもらうなどマーケットリサーチを欠

かしません」と述べている。

地元のスーパーマーケットチェーン一五店舗や外食事業者へ直接販売、一部は六次産業化の取り組みでおにぎりなどに加工して自社の直営店などで販売している愛知県八木輝治さん(四六歳)は、地元での販路拡大を追求している。

その理由を「顔の見える関係につながることで、輸送コストが安く済むこと、クレームがあった場合でも迅速に対応できること」と言い、中間に農協や卸を通さないのは、「自分たちが作った米がどうやって売られているのかを知るため」と答える。また八木さんは「スーパーには自分たちで配達し、自分たちで棚に並べます。自分たちの商品に加え、他の米の売れ行き情報がダイレクトに分かり、生産など当社の事業展開に活かされます」と言い、さらに消費者にできるだけ鮮度の良いものを提供することや地域密着のブランドを維持するため、「精米後二週間たっても棚に残っているものは持ち帰ります」と、地元での販売メリットを活かしている。

四氏は、いずれも支援法の狙いである直接販売を行い、販売先を自らの判断で選び、経営を伸ばしている。そこに共通するのは、マーケットのニーズを自らチェックし、消費者や実需者のニーズに確実に対応した売れる米を作り提案していくマーケット・インの経営発想だ。ニーズへの対応は支援法による「直接の販売」に求められているものである。

業界再編で流通変革するか

次のテーマは、農業者にとって有利で安定的な



八木輝治さん
地元での直接販売を追求している

取引につながるよ
う、中小規模の事
業者が多く占める
米卸業界をめぐる
支援法の施策だ。
実需者との価格交
渉力を付けるため、
業界再編を通じた
流通の合理化を促
進する施策を現場はどう感じているのだろうか。

流通業者再編の効果を実感するという番場さ
んは、石川県での事例を次のように語る。「二〇〇
七年に農協系のパールライス石川、石川県米穀、
北陸中央食糧が合併して誕生した米心石川株式
会社は、米の集荷と販売、炊飯や惣菜製造といっ
た機能を備えており、顧客に合わせたきめ細かな
営業を行っています。米の集荷は農協経由のほか、
当社のような大規模法人との直接取引もありま
す。再編のメリットは、これまで生産者に農協経
由でしか伝わってこなかったマーケットの情報が
米心石川からダイレクトに入るようになったこ
とです。経営判断するのに非常に有益です」と述
べている。

内田さんも「再編によって米卸業者の企業規模
が大きくなれば実需者との交渉を有利に進める
ことが可能となります。その恩恵が農業者との取
引に活かされることを期待します」と、この施策
に強い関心を持っている。

期待の理由について、「コンビニチェーンなど小
売りや外食チェーンが価格決定権を握っていま
す。大手の卸ですら、これらへの価格交渉力が強

いとは言えない現状があるためです」と説明する。
実際、川村さんと内田さんによると、米卸業者と
播種前に交わす契約書には、数量は記載されてい
るが価格の記載がないという。取引先を確保して
も市況によって売り上げが増減するようだと、支
援法が意図する安定的な取引とは言い難い。再編
などで安定取引が進み価格が事前に決まれば、経
営計画も立てやすくなる可能性がある。

その点に関して、小売りと直接取引をしている
八木さんは、「年度当初に取引数量や取引金額を
決定しています。取引先の選定に当たっては、年
間の売り上げ見通しと、通年の経営戦略も立てや
すくなるよう、ある程度固定価格で取引が可能な
ところを重視しています」と、金額を含めた契約
のメリットを強調する。

しかし、業界再編を待つだけではない。内田さ
んはコンビニチェーンのバイヤーと米卸業者を交
え、ほ場の視察会を行っている。「交渉力の強いコ
ンビニチェーンの方にも生産現場の理解を深め
てもらうため」であり、主体的に川下まで信頼関
係構築を進めようとしている点に競争力強化の
努力が垣間見られる。

さて、生産者自身で自らの商品売り込むこと
も必要だが、取引相手が自社にふさわしいのかを
見極める必要がある。

川村さんは「支払能力など信用力については、
さまざまな情報で調べられます。それに加えて、
個々のバイヤーが米やマーケットの情報を熟知
していることや差別化できるような販売先を
持っていることが重要です。米卸業者が、情報取
集や得意分野で差別化できていれば業績が安定

するため、米の注重量も安定していきます」と、独
自の目利き力を養う重要性を強調する。

資材コスト下げは経営努力論も

支援法が力点を置くのは、生産コストに占め
る割合が大きい農薬や肥料など資材の価格引き
下げである。現場はこの政策をどう受け止めて
いるのだろうか。

番場さんは、農業者の努力が及ばない資材価
格引き下げについて国が取り組むことに意義が
ある、との考えだ。しかし、「肥料の銘柄が合理化
により減少することで資材調達を選択肢が結果
的に減らないかを懸念します。肥料にかけた費
用以上に収量や品質の改善など売り上げ増加に
結び付けるのは、農業者の技術によります。自分
の経営や土壌に合ったものを選ぶことが大事
です」と、現場の実態を踏まえるよう注文する。

川村さんの考えは明解だ。「農家が求めるもの
を供給してくれるかどうか、ということに尽き
ます。私たちは、この土地に合った微生物農法を
採用しており、これに適した資材を供給してく
れる事業者が全国には少ないのです」と言う。

内田さんは「農薬や化学肥料が生産コストに
占めるシェアはそれほどありません。むしろ
肥料について問題なのは過剰投入されている
ことが認識されていないことです」と述べ、「適
切な土壌診断によって不足している要素、例え
ば窒素や尿素などの単肥を補うという思考に転
換できれば、経営者の努力でコスト削減は可能
なはずだ」と、農業者が現状の生産をチェック
することを提案する。



番場睦夫さんは流通業者再編の効果を実感すると語る

現場の農業経営者たちは、農業所得の向上には個々の資材価格の引き下げにこだわるとも、まず売れる米作りを考え、その上で土壌に合った最適な資材供給

そして、内田さんはコスト対策に関して「問題なのは水路の維持管理や農産物の物流に関する費用、地主さんに支払う地代などです。また当社では、ほ場が三〇〇筆にも分散しており、農機具の移動や区画の隅の機械処理に多くのロスが生じています。ほ場がまとまれば地主さんの了解を得て自分で畦畔を取るなど区画を広げ、効率化によってコストを引き下げることが可能です」と、農地集約や支援法が見落としがちなインフラの問題などの課題解決を希望する。

これに対し、八木さんは、「重視したいのは面積当たりのコスト低減よりも売り上げを増やすことで所得を上げることです。そのためには従業員たちの技術向上が重要で、私たちは生産データを県の普及センターに送って見てもらい、改善指導してもらっています。公的機関は黙って待っているのは指導してくれませんので、積極的に働きかけることがポイントです。さらに今はICT(情報通信技術)の利用もカギです。自分たちの工夫次第でコストを下げられます」と、まずは農業者自らの努力の必要性を述べている。



業務用米の直接取引が広がると見ている内田智也さん

「米の世界では最近、生産調整に国が関与しなくなる、いわゆる『平成三〇年問題』がよく話題になります。生産調整のインセンティブになったら米の増産が起き、米価が大幅に下落して、パニックになると恐れられています。他方で、国の生産目標割り当てから地方自治体や農業再生協議会主導の割り当てに移行し、飼料用米推進の水田活用推進交付金は継続するので、需給バランスは大きく崩れないとの意見もあります。補助金の動向によって右往左往するのが米業界の常ですが、目的と手段、戦略戦術を明確に打ち立て、ターゲットを明確に定めた経営であれば生き残っていくのではないのでしょうか」

支援法は、こうした自立する農業者を求めているのだから。

が重要という意見が強いようだ。実績のある四氏の見方は新たな支援法の下でもマーケット・インを重視して米卸業者や実需者からの情報を自らの戦略に活かしていけば、零細といわれる稲作も競争力を強化できるし、充分成長のチャンスがある、ということだろう。

戦略明確にすれば生き残れる

その点、番場さんが語った以下のコメントは、稲作農業に新たな方向付けを示唆している。

「米の世界では最近、生産調整に国が関与しなくなる、いわゆる『平成三〇年問題』がよく話題になります。生産調整のインセンティブになったら米の増産が起き、米価が大幅に下落して、パニックになると恐れられています。他方で、国の生産目標割り当てから地方自治体や農業再生協議会主導の割り当てに移行し、飼料用米推進の水田活用推進交付金は継続するので、需給バランスは大きく崩れないとの意見もあります。補助金の動向によって右往左往するのが米業界の常ですが、目的と手段、戦略戦術を明確に打ち立て、ターゲットを明確に定めた経営であれば生き残っていくのではないのでしょうか」

F

次の稲作経営者の皆さまにご協力いただきました
プロフィール(敬称略 順不同)

川村 巧(六三歳)

有限会社ハッピーライスいわて丸福代表取締役
岩手県紫波郡矢巾町

- 米作付面積: 五七〇ha
- 主要品種: ひとめぼれ、ササニシキ、あきたこまち、銀河のしずく、ひめのもち、酒造好適米

- 主要販売先: 大手米卸、小売店、酒造メーカー

八木 輝治(四六歳)

有限会社鍋八農産代表取締役

- 米作付面積: 一四〇ha
- 主要品種: コシヒカリ、あいちのかおり

- 主要販売先: スーパーマーケット(ヨシツヤ)、外食業者(チエーン)、個人事業者、酒造メーカー(JA経由)

番場 睦夫(六一歳)

有限会社ばんば代表取締役

- 米作付面積: 四三〇ha
- 主要品種: 夢ごち、ひとめぼれ、コシヒカリ

- 主要販売先: 個人顧客、小売店(米小売、健康食品店)

内田 智也(三三歳)

有限会社内田農場代表取締役

- 米作付面積: 四〇〇ha(この他二〇〇haあるが、熊本地震の復旧が進まず休耕中)
- 主要品種: コシヒカリ、森のくまさんなど一五品種

- 主要販売先: 大手米卸、ホテル、飲食店

競争力を強化する資材対策の切り込み

肥料、農薬、飼料、農業機械など生産資材費が経営に占める割合は、農業形態の酷似する韓国に比べて価格水準が高いと言われている。要因は生産者の要望に応えた過剰銘柄数などが挙げられるが、資材コスト引き下げ対策は農業者の所得向上に欠かせない。対策に舵を切った政策の狙いを聞いた。



農林水産省生産局技術普及課
生産資材対策室長

今野 聡 Satoshi Imano

いまの さとし
1969年石川県生まれ。93年東京農工大学農学部卒業。同年農林水産省入省後、総合食料局計画課、生産局農産振興課、政策統括官付経営安定対策室長を経て、2017年から現職。農業者の所得向上実現のため資材コスト低減対策を推進中。

国際競争に耐える生産性必要

食市場について、わが国では今後、高齢化の進行や人口減少の本格化により縮小に向かう可能性がある一方、世界では人口の増大や各国の経済成長などに伴い、今後も拡大が続くと見込まれます。

このような中、政府は農業を成長産業とし、農業者の所得向上を図るため、農地の集積・集約化による生産性向上や、輸出・六次産業化などを通じた販路拡大・高付加価値化など、農業者の経営発展のための取り組みの支援を行ってきました。これと併せて、農業者が自由に経営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していくことが必要です。

そのため、政府は二〇二六年一月に「農業競争力強化プログラム」(以下、強化プログラム)を取

りまとめました。強化プログラムには、肥料や農薬などの農業資材価格の引き下げ、農産物の流通・加工の構造改革、収入保険制度の導入(本誌二〇一七年六月号「農林水産省からのお知らせ」により紹介)、土地改良制度の見直しなど、「待ったなし」で進めていく必要がある農業競争力強化の方向性が盛り込まれています。

中でも農業資材については、例えば米の生産費に占める肥料費、農薬薬剤費、農機具費の合計額の割合が全国平均で三〜四割に達している通り、農業経営に直結するものです。農業者が資材を効率的に利用し自身でコスト削減を図ることはもちろんですが、農業資材価格そのものの引き下げは関連業界とともに検討する必要があります。

そこで、強化プログラムの策定に当たり農林水産省は、一六年九月に日韓の農業資材を比較する

などとして、業界構造や法規制などの現状を分析しました。その結果、わが国の農業資材は、参入メーカーや銘柄数が多い、規制が最新の科学的知見を踏まえた合理的なものとなっていない、寡占により適正な競争が行われていないなどから、製造コストが高くなる構造にあることが分かりました。本稿では、農業資材を少しでも安く供給するために解決すべき課題と、それに対する改革の方向性をまとめた強化プログラムが目指すものを述べます。

日韓農業資材比較で実態把握

まず、肥料の課題です。わが国の肥料価格について、水田を有している点や原料を輸入に依存している点において構造が類似している韓国と比べると、高度化成肥料の類似成分のものでは二一

表1 生産資材価格の引き下げに向けて(概要)

	価格比 (対韓国)	生産・輸出の状況	業界構造など	法規制など	系統からの 購入割合
肥料	約1.7~ 2.1倍	国内生産量:約300万ト 輸出量:約70万ト (2012年度)	過剰供給構造による低生産性 ●メーカーが乱立し、工場が各地に点在 〔生産業者数:約3,000〕 ●多銘柄を少量ずつ生産 〔銘柄数:約2万(韓国:約5,700) 1銘柄当たりの年間生産量:約300~900ト (韓国:約17,000ト)〕	施肥基準など ●各県の施肥基準が細分化、JAが作成する栽培暦により銘柄を指定 ●JAの予約注文書に掲載されている銘柄の約半数は1JAのみが取り扱う独自銘柄	約7割
農薬	約0.7~ 3.3倍	【製剤】 国内生産量:約22万ト 輸出量:約15,000ト (2014年度)	過剰供給構造による低生産性 ●メーカー数が多い 〔製造業者数:169(韓国:70) ●主に他社の原体から製剤を製造するメーカー数:76 ●主に農薬以外の化学製品を扱う中小メーカー数:79 製造所数:約300〕	農薬登録制度 ●日本、欧米、韓国でほぼ同様の法制度となっているが、運用面で差(例:作物群での登録を可能とする仕組み、農薬の成分組成管理方法) ●ジェネリック農薬の普及率は5%(韓国:23%) 防除基準など ●各県の防除基準、JAの防除暦への掲載に当たり追加試験が必要となる場合も多い	約6割
農業機械	約1.2~ 1.6倍	国内出荷額 :約2,800億円 輸出額:約2,500億円 (2015年度)	寡占状態による競争性欠如 ●国内大手4社の出荷額が8割を占め、シェアが固定 ●輸入も国内大手4社で系列化して独占 ●主要3機種で輸入機の割合は3%のみ	農業機械化促進法 ●法律に基づく鑑定(任意)に合格していることが、補助事業・金融支援の要件	約5割
配合飼料	約1.0~ 1.2倍	製造量:2,308万ト 輸出:ほとんどなし (2014年度)	過剰供給構造による低生産性 ●メーカーが乱立し、工場が各地に点在 〔製造メーカー数:65社115工場 (韓国:56社95工場)〕 ●多銘柄を少量ずつ生産 〔銘柄数:約16,000(韓国:約1,500〔農協系統分(シェア3割)〕) 1銘柄当たりの年間生産量:1,456ト (韓国:3,765ト)〕		約3割

倍程度、また、成分が同等の単肥では一・七〜二・一倍程度とそれぞれ高くなっています(表1:肥料)。また、肥料生産業者数については、国への登録・届け出業者が約二四〇〇ある他、都道府県への登録肥料(化学的方法で生産されない有機質肥料など)のみを生産している業者が約五〇〇あります。国への登録・届け出肥料業者のうち生産量が五〇〇〇ト以下の小規模な業者が約九三%を占めるという構造です。さらに、肥料の登録銘柄数は、近年ほぼ一貫して増加しており、現在は約

二万銘柄にまで増加しています。このため、主要な肥料メーカーにおける一銘柄当たりの生産量は、生産規模が大きい複合肥料メーカーでも約三〇〇〜九〇〇トと韓国の約一万七〇〇トに比べ約二〇分の一以下と小さく、生産効率が著しく低くなっており、このことが肥料生産のコスト高につながっている状況にあります。また、都道府県は同じ作物でも品種や栽培方法、土壌などにより細分化した施肥基準を策定しています。

施肥基準数と銘柄数には完全な相関関係はないものの、農協などでは施肥基準を参考に肥料の銘柄を指定して農業者に栽培暦を提示していることや、「系統向け」「商系向け」のような販路別に同一の生産業者が同一の肥料について別々の登録を取っていることなどが、銘柄数の増加要因になっていると考えられます。このような肥料などの農業資材の生産構造を改革することが農業者の所得向上につながります。

強化プログラムにおいては、国際競争に対応できる生産性の確保を目指した業界再編や設備投資などを進めることとしました。

また、多品種少量生産が低生産性の原因となっている現状について、農林水産省は産地と丁寧な意見交換しながら、各都道府県・地域の施肥基準などの見直しと、銘柄数を絞り込むことを推進しています。

農薬登録制度の見直し

次に農薬です。農薬においても価格が韓国より高い傾向が見られますが、特に運用面で諸外国との差があります(表1:農薬)。

世界では科学の進歩に合わせ、農薬の安全性の新たな評価方法が導入されてきており、わが国においても、欧米などの制度を参考に農薬登録制度の不断の見直しを図っていく必要があります。

しかし、一部見直しが進んでおらず、安全で質の高い農薬を速やかに供給する仕組みの整備が遅れている状況にあります。

農薬登録制度の国際調和に向け、必要な見直しを行い、新規農薬の開発能力を有する国内農薬

メーカーの海外展開などが進みやすくなれば、効果が高く安全な新しい農業を、わが国の農業者に速やかに低コストで供給できるようになります。また、国内外で同じ農業を使用することで、農産物を輸出する際の残留農薬の問題が解決しやすくなり、農産物の輸出促進にもつながります。

このことから、強化プログラムでは、農業取締法の運用を国際標準に合わせる方向で抜本的に見直すこととされており、農林水産省でも、農業登録制度に最新の科学的知見を取り入れるべく、諸外国の制度を参考にさまざまな見直しを進めているところです。具体的には、農業登録を効率的に行うための作物群登録の導入、農業の各種成分の組成管理の在り方の見直しなどに取り組むこととしています。

新規参入促進で競争の土壌

そして、農業機械の対策です。わが国の農業機械製造業は、国内大手四社で国内出荷額全体の八割を占めるなど寡占状態にあります。トラクター、コンバイン、田植え機といった主要三機種の二〇一五年の国内販売台数の企業別シェアを見ると、国内大手四社で九七%を占め、その企業別シェアもほぼ固定し推移しています(表1・農業機械)。

また、外国製の大型農業機械についても一部を除き、これらの大手四社がそれぞれ海外メーカーの輸入代理店となって国内における販売を行っており、競争原理が働きにくい構造となつています。これらのことが農業機械のコスト高につながっている状況にあります。

強化プログラムにおいては農業機械などの農

業資材について、ベンチャーを含めた企業の新規参入を推進することとしています。関連する法制度としては、一九五三年に制定された「農業機械化促進法」があり、公的機関による農機具の型式検査、高性能農業機械の計画的な試験研究・実用化促進措置を規定していますが、近年では型式検査は実績がほとんどなく、国・都道府県中心の開発・導入制度の必要性が低下したことから、今通常国会で廃止となりました。

一方、野菜や果樹など営農類型ごとに多種多様な農業機械が求められるとともに、農業者の高齢化や労働力不足などに対応するためのICT(Information and Communication Technology)の略：情報通信技術)などを活用した革新的な農業機械の技術開発が求められています。

このため、強化プログラムにおいては、国が適正機能や合理的価格などの目標を明確に設定した上で、民間企業・研究機関・農業者などの連携により、農業機械の開発を進めることと競争力原理を働かせること、革新的な農業機械の開発により、生産性向上と低コスト化を図ります。

最後に畜産の主要コストである配合飼料です。わが国の配合飼料製造業は、六五社一五工場あり、配合飼料工場全体の操業率は九三%となっています(表1・配合飼料)。

他方、韓国では五六社九五工場と、わが国と大きな違いはないものの、操業率は三三七%と圧倒的に高く、保有する製造能力を活かして、極めて効率の良い生産体制となっています。

また、わが国の配合飼料の銘柄数は、配合飼料メーカーの販売戦略や畜産経営を営む農業者か

らの細かい要望への対応などの理由から、家畜の飼養頭数が減少傾向にある中でも増加し、現在は約一万六〇〇〇銘柄となっています。

このため、一銘柄当たりの年間生産量は一四五六トと韓国の約三分の一にとどまっております。ことがコスト高につながっている状況にあります。多品種少量生産が低生産性となっている特徴は肥料業界と同様であり、産地の状況把握と銘柄数の削減を進めます。

それとともに、国際競争に対応できる生産性の確保を目指した業界再編・設備投資などを推進し、畜産業界のコスト面での競争力を高めていきます。

農業資材価格の見える化を

強化プログラムでは、農業資材価格の引き下げに向けて「国の責務、業界再編に向けた推進手法等を明記した法整備を進める」としていることから、今通常国会において農業競争力強化支援法案を提出し五月に成立したところです。

本法は、「良質かつ低廉な農業資材の供給」に向けて、規制・規格の見直しや、生産コストの低減につながる資材の開発など、国が講ずべき施策の方向性を定めるとともに、メーカーの自主的な事業再編などの取り組みを後押しするための支援措置として、税制面での特例や株式会社農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)による出資、日本政策金融公庫の融資などの支援措置を講ずることとしています(表2)。

また、PDCA(Plan-Do-Check-Act)の略：事業活動における生産・品質管理などの業務を円滑に

表2 農業競争力強化支援法の目的と構成

○「農業の競争力」とは、農業の生産性を高め、高い収益力を確保することにより持続的な農業発展ができる力のことをいいます。

○本法の題名は、国が良質で低廉な農業資材の供給や農産物流通等の合理化といった農業者の努力だけでは実現できない構造的な課題を解決するための施策を講ずることにより農業者自身が行う競争力強化の取り組みを「支援」という趣旨を踏まえ、「農業競争力強化支援法」としています。

本法律の構成

<p>1 国の責務・関係者の努力</p> <p>○国は、「良質かつ低廉な農業資材の供給」および「農産物流通等の合理化」を実現するための施策を総合的に策定し、これを着実に実施する責務を有する。</p> <p>○農業生産関連事業者(※)や農業者などについても、これらの実現に向けた行動を求める。</p>	<p>3 事業再編または事業参入を促進するための措置</p> <p>○事業再編または事業参入を行おうとする農業生産関連事業者は、事業再編計画または事業参入計画を作成し、主務大臣の認定を受けることができる。</p> <p>○認定を受けた事業者には、以下の支援措置を適用し、事業再編・参入を後押し。(事業者に事業再編・参入を強制するものではない。)</p>		
<p>2 国が講ずべき施策</p> <p>○「良質かつ低廉な農業資材の供給」および「農産物流通等の合理化」を実現するための施策の方向を規定。</p>	<p>(支援措置)</p> <table border="1"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>[税制措置]</p> <p>①会社設立や不動産取得などの登記に係る登録免許税の軽減</p> <p>②機械装置、建物等の取得などに係る割増償却(法人税、所得税の特例)</p> <p>③設備廃棄などにより生じた欠損金の繰戻還付(法人税の特例)</p> <p>[手続特例]</p> <p>○事業譲渡時の債権者のみなし同意</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>[金融措置]</p> <p>①農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)の出資</p> <p>②日本政策金融公庫の長期・固定資金の融資</p> <p>③民間金融機関からの融資に対する債務保証(中小企業基盤整備機構)</p> <p>④海外金融機関からの融資に対する債務保証(日本政策金融公庫)</p> </td> </tr> </table> <p>※農業生産関連事業者: ①農業資材の生産・販売 ②農産物の卸売り・小売り ③農産物を原材料として使用する製造・加工を行う事業者</p>	<p>[税制措置]</p> <p>①会社設立や不動産取得などの登記に係る登録免許税の軽減</p> <p>②機械装置、建物等の取得などに係る割増償却(法人税、所得税の特例)</p> <p>③設備廃棄などにより生じた欠損金の繰戻還付(法人税の特例)</p> <p>[手続特例]</p> <p>○事業譲渡時の債権者のみなし同意</p>	<p>[金融措置]</p> <p>①農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)の出資</p> <p>②日本政策金融公庫の長期・固定資金の融資</p> <p>③民間金融機関からの融資に対する債務保証(中小企業基盤整備機構)</p> <p>④海外金融機関からの融資に対する債務保証(日本政策金融公庫)</p>
<p>[税制措置]</p> <p>①会社設立や不動産取得などの登記に係る登録免許税の軽減</p> <p>②機械装置、建物等の取得などに係る割増償却(法人税、所得税の特例)</p> <p>③設備廃棄などにより生じた欠損金の繰戻還付(法人税の特例)</p> <p>[手続特例]</p> <p>○事業譲渡時の債権者のみなし同意</p>	<p>[金融措置]</p> <p>①農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)の出資</p> <p>②日本政策金融公庫の長期・固定資金の融資</p> <p>③民間金融機関からの融資に対する債務保証(中小企業基盤整備機構)</p> <p>④海外金融機関からの融資に対する債務保証(日本政策金融公庫)</p>		
<p>(施策の方向)</p> <p>①農業生産関連事業の事業環境の整備</p> <p>○規制・規格の見直し</p> <p>○良質で低廉な農業資材の開発の促進</p> <p>○農産物の消費者への直販の促進など</p> <p>②事業再編・事業参入の促進</p> <p>③農業者への情報提供</p> <p>○農業資材・農産物の取引条件などの「見える化」</p>			
<p>○PDCAとして定期的(5年ごと)に農業資材や農産物流通などの状況を調査し、施策の在り方を検討</p>			

進める手法の一つ)サイクルとして国内外の農業資材の状況やこれにまつわる施策をおおむね五年ごとに調査・点検し、「良質かつ低廉な農業資材の供給」の実現に必要な見直しを行い、農業競争力強化に向けた改革を切れ目なく実施していくこととしています。

農業者の所得向上のためには、より有利な農業資材の購入先を農業者が比較し選択できる環境を整備することが重要です。

このため、農林水産省では、農業資材の価格な

どの情報を比較できるウェブサイトを構築する取り組みを支援してきました。

二〇一六年度内に担い手農業者や資材販売事業者などさまざまな関係者の方々と検討を重ねた結果、ソフトバンク・テックノロジー株式会社が一七年六月末から農業資材比較サービス「AGMIRU(アグミル)」の運用を開始しました(<https://agmiru.com/>)。

「AGMIRU」は、農業者が日頃利用している資材店以外の調達先を探すことができるだけで

今後の農業資材行政の課題

これまで、農業者や産地がいかに資材を効率よく低コストに利用するかという視点で施策を講じてまいりました。

今回策定・成立した強化プログラムや農業競争力強化支援法は、農業資材業界に対して業界の抱える問題点や、国が運用している制度面での課題を提示するとともに、メーカーの事業再編などの自主的な取り組みを支援するなど、これまで踏み込めなかった分野において施策を展開することとしています。

資材メーカーの方から「国が民間の経営判断にまで介入するのか」やりすぎではないのか」というご意見をいただくことがあります。あくまでも業界の自主的な取り組みを後押しするものです。農業界のみならず資材業界にとっても、農業の競争力強化は待ったなしの課題であり、生産現場が発展していかなければ資材業界の発展もありません。

まずはこのような現状をご理解いただくとともに、資材業界においても経営面などで非効率になつていないところはないかなど、この際点検いただきたいと思っています。

農林水産省としては、必要な情報提供や支援を引き続き検討・実施し、農業や農業生産関連事業の発展に寄与してまいります。





Report on research

食品関係企業 HACCP導入に8割超が意欲 前回調査(2015年)を 超える高い関心

—2016年下半年期 食品産業動向調査—

農林水産物・食品の輸出促進が食品産業の大きな戦略テーマになっています。そこで、輸出で食品衛生管理の重要な条件となるHACCPの取り組みやインバウンドへの対応などを調査しました。

る」が二七・五%で、これらを合わせると七二・八%でした(図2)。回答の一部項目が異なるため単純比較はできませんが、今回の調査では「導入している」または「導入を予定している」とする割合が、前回調査に比べて一〇・一%増加しており、HACCPの導入の関心が高まっていることが分かります。

HACCPを「導入している」または「導入を予定している」と回答した方に、実際に導入(取得)済み、もしくは今後導入(取得)予定であるHACCP関連の認証の種類について聞いたところ、自治体や業界団体による認証などの国内のHACCP認証が四八・九%と一番多く、国際的なHACCP認証とされるFSSC22000やISO22000などは二九・四%という結果になりました(図3)。

EU(欧州連合)や米国への農林水産物や食品の輸出などでは、国際的なHACCP認証の取得を求められます。輸出拡大を目指す日本の食品産業にとっては、国際的なHACCP認証の導入を増やしていくことが今後の課題と言えます。

なお、認証は取得していないもののHACCPの考えに基づいて工程管理を行うなど、自社で自主的に取り組んでいるものは三三・四%

という結果でした。

HACCP導入または導入予定の契機について聞いたところ、「異物混入などの食品事故を契機とする消費者の意識向上」が四一・八%、「取引先からの要請」が四〇・六%、「HACCPに関する制度改正」が三四・四%と続きました(図4)。

政府によるHACCP制度化的議論が進む中、制度化を待たずに、消費者意識の向上や輸出先を含めた取引先からの要請に基づいて自主的に導入、または、導入を検討している企業が多いことが明らかになりました。

HACCPを「導入している」または「導入を予定している」と回答した方に、HACCPを導入する際の課題について聞いたところ、「施設の整備(初期投資)に掛かる資金」が五八・三%、「HACCP導入までに掛かる費用(コンサルタン トや認証の手数料など)」が四九・二%、「HACCP導入後に掛かるモニタリングや記録管理コスト」が四四・七%と続きました。

このことから、コストの負担が導入の課題とされていることが分かりました(図5)。

外国人観光客の増加

二〇二〇年に東京オリンピック、

この調査は食品関係企業の景況動向などを調べたもので、一九九七年より全国の約七〇〇〇社の企業を対象に年二回実施しています。

今回は、二〇一六年下半年期(二〇一七年一月一日時点)景況動向と共に、HACCPやインバウンド消費への取り組みについて調査しました。

消費者意識が契機

HACCPとは、原料の受け入れから最終製品になるまでの全工程において、危害要因をあらかじめ分析し、危害の防止につながる、特に重要な工程を継続的に監視し、記録する工程管理システムのことです。その導入を支援する「HACCP

P支援法」では二〇一三年から支援対象を拡大しています。

食品製造業でのHACCP導入への取り組み状況を聞いたところ、三三・四%の企業が「導入している」と回答しました(図1)。

また、「現状導入していないが、数年内に導入予定である」が一七・一%、「現状導入していないが、制度化的内容によっては導入を検討する」が三三・四%で、これらを合わせると、食品製造業者の八二・九%がHACCPの導入に意欲的であることが分かりました。

前回調査(二〇一六年一月一日時点)では、「導入している」が三七・五%、「数年内に導入予定である」が七・八%、「将来的には導入予定であ

景況D I（売上高、経常利益、資金繰りの各D Iの平均で、景況感を示す景況動向指数）は、前回調査（二〇一六年上半期）から五・三ポイント低下し〇・六となりました（図8）。景況D Iはプラス値を維持し

景況先行きマイナス

「売り上げ拡大の良い機会である」と回答した方に外国人観光客を増やすための取り組みについて聞いたところ、「外国人観光客向けマーケティングや営業の強化」が三八・〇%、「外国人観光客向け製商品・メニュー（料理）の開発・提供」が三二・四%となりました（図7）。外国語対応可能な人材確保よりもマーケティングや商品開発などに重点を置いていることが分かりました。

「売り上げ拡大の良い機会である」と回答した方に外国人観光客を増やすための取り組みについて聞いたところ、「外国人観光客向けマーケティングや営業の強化」が三八・〇%、「外国人観光客向け製商品・メニュー（料理）の開発・提供」が三二・四%となりました（図7）。外国語対応可能な人材確保よりもマーケティングや商品開発などに重点を置いていることが分かりました。

「売り上げ拡大の良い機会である」と回答した方に外国人観光客を増やすための取り組みについて聞いたところ、「外国人観光客向けマーケティングや営業の強化」が三八・〇%、「外国人観光客向け製商品・メニュー（料理）の開発・提供」が三二・四%となりました（図7）。外国語対応可能な人材確保よりもマーケティングや商品開発などに重点を置いていることが分かりました。

「売り上げ拡大の良い機会である」と回答した方に外国人観光客を増やすための取り組みについて聞いたところ、「外国人観光客向けマーケティングや営業の強化」が三八・〇%、「外国人観光客向け製商品・メニュー（料理）の開発・提供」が三二・四%となりました（図7）。外国語対応可能な人材確保よりもマーケティングや商品開発などに重点を置いていることが分かりました。

図3 導入（取得）または導入（取得）予定であるHACCP関連の認証の種類（複数回答）※

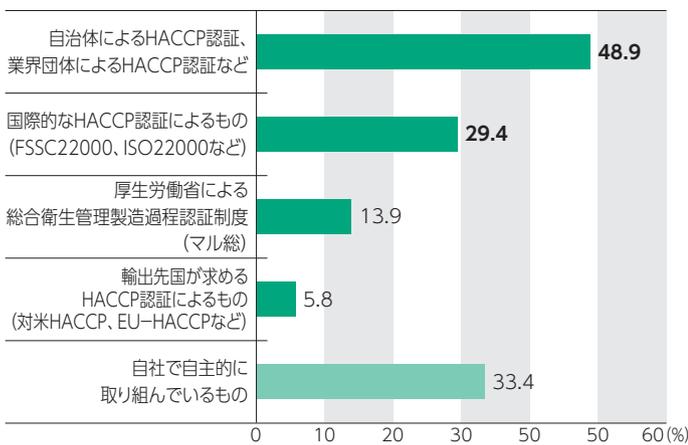


図1 HACCP導入状況

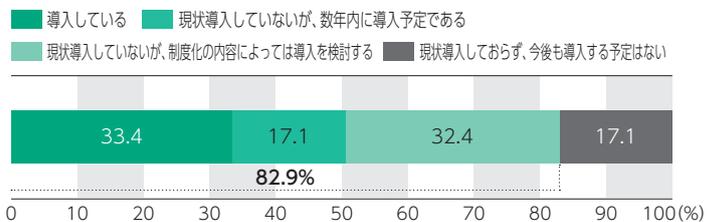


図2 HACCP導入状況（2015年下半年）

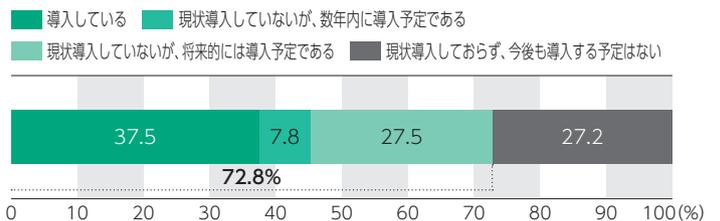


図5 HACCP導入の際の課題※

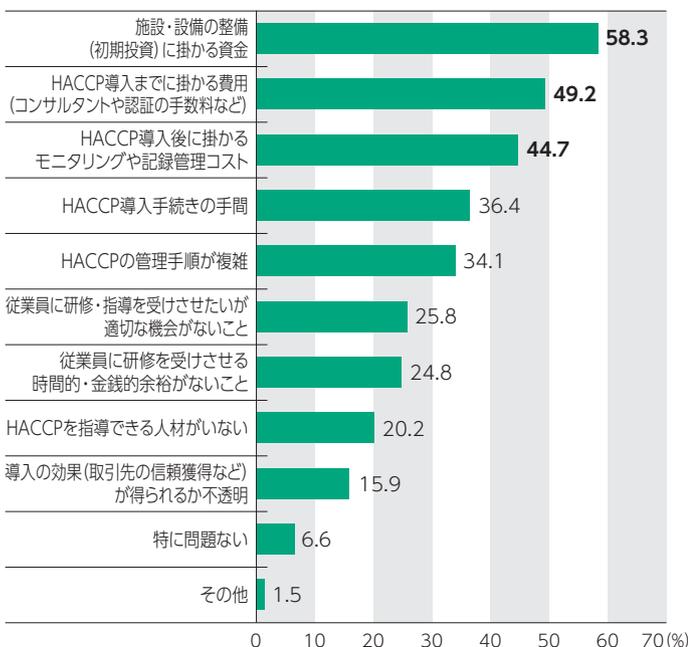
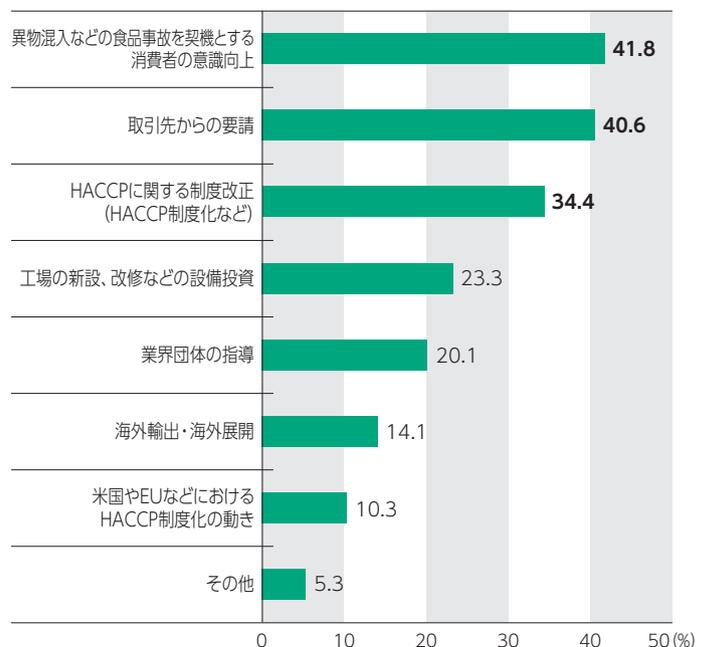


図4 HACCP導入の契機（複数回答）※



※HACCPを「導入している」「数年内に導入予定である」「将来的には導入予定である」と回答した企業に調査

たものの悪化となっております。

これは、前回調査より売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIがいずれも低下したことが原因です。

先行き一七年上半期の景況DIについては、一六年下半期に比べ売上高DIが上昇するものの、経常利益と資金繰りのDIが低下することから、景況DIは〇・八ポイント低下し、▲〇・二と小幅ながらマイナスに転じる見通しとなっております。

地域別では、一〇地域のうち、北海道と四国を除く八地域で前回調査から三・九〜一・六ポイント幅の低下となりました(図9)。

先行き一七年上半期については、一六年下半期に比べ、甲信越・北陸近畿、中国、九州以外の六地域で一八・〇ポイント幅で低下する見通しとなっております。

販売価格DIは、四・一ポイント上昇し一六・二となる一方で、販売数量DIは一〇・二ポイント低下し▲六・六となりました(図10)。製商品価格の上昇が販売数量の減少につながっている傾向が見られます。先行き一七年上半期では販売価格DIが七・四ポイント低下し八・八、販売数量DIが一・二ポイント上昇して四・六と、共にプラス値となる見通しです。

図6 外国人観光客の増加と売り上げの拡大について

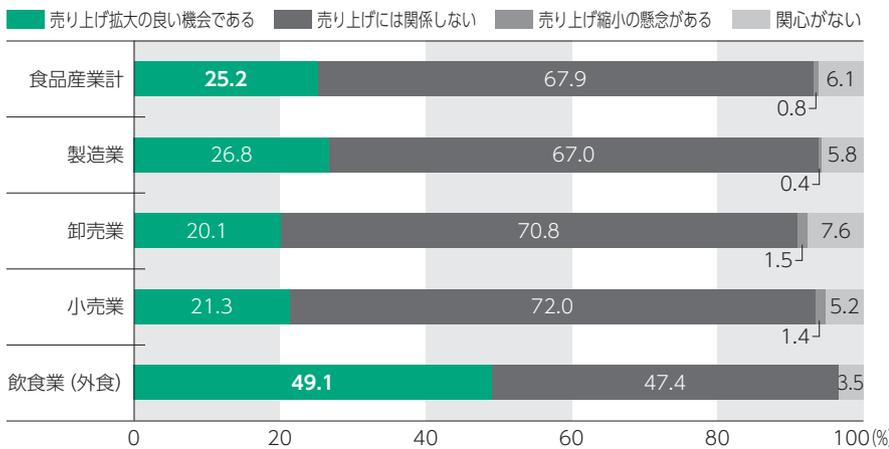
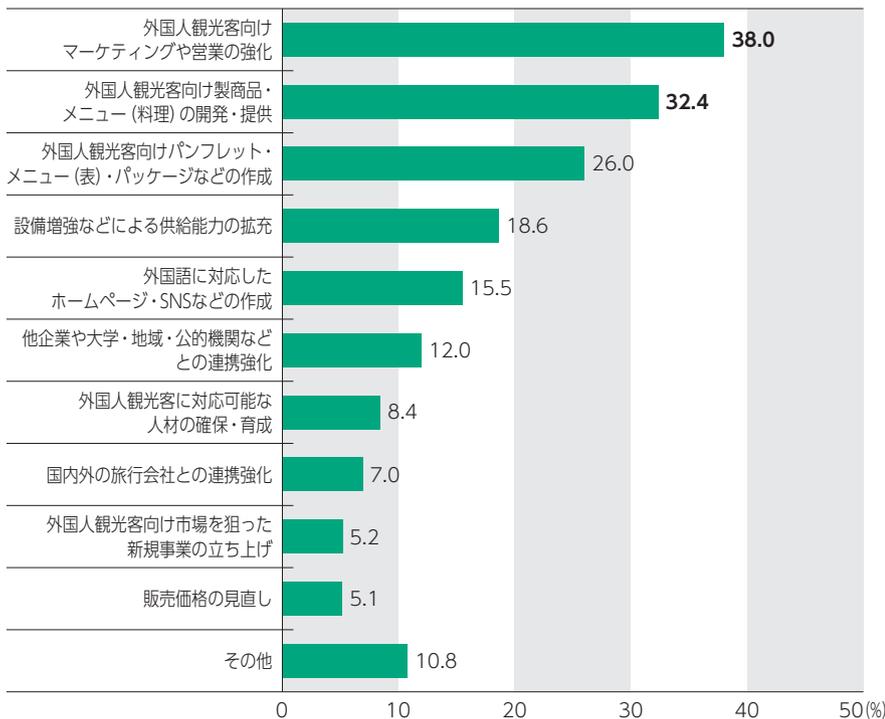


図7 外国人観光客増加に向けた取り組み

※「売上拡大の良い機会である」と回答した企業に調査



仕入れ価格DIは前回調査より八・六ポイント上昇し四一・三となりました(図11)。

先行き一七年上半期では七・五ポイント低下し三三・八と価格上昇は落ち着く見通しとなっております。

雇用判断DIは前回調査よりも六・六ポイント上昇し三四・二となりました。雇用の不足感が増大していることが分かります(図12)。先行き一七年上半期では〇・三ポイント

低下ながら三三・九と、引き続き雇用の不足感が続く見通しとなっております。

設備投資DI(一六年下半期時点の一七年通年の設備投資額の見通し)は、前回調査よりも五・二ポイント低下ながらプラス値を維持しています。設備投資環境の回復感が続いている結果となりました(図13)。

(情報企画部 山本 晶子)

【調査要領】

- 調査時点：二〇一七年一月一日
- 調査方法：郵送により調査票を配付し、郵送で回収

- 調査対象：公庫のお客さまを含む全国の食品関係企業(製造業、卸売業、小売業、飲食業)六九七五社
- 有効回収数：二四四六社(回収率三五・一%)

- うち、製造業一五七〇社、卸売業六〇三社、小売業二二六社、飲食業五七社

図9 地域別景況DIの推移

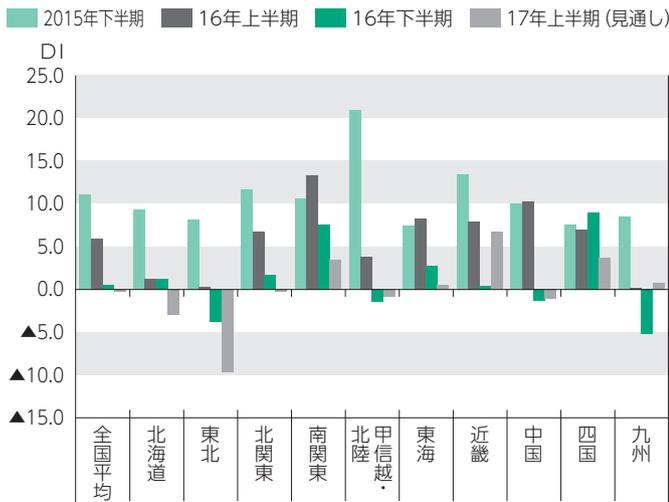


図8 景況DI (食品産業、製造業) および日銀短観の推移

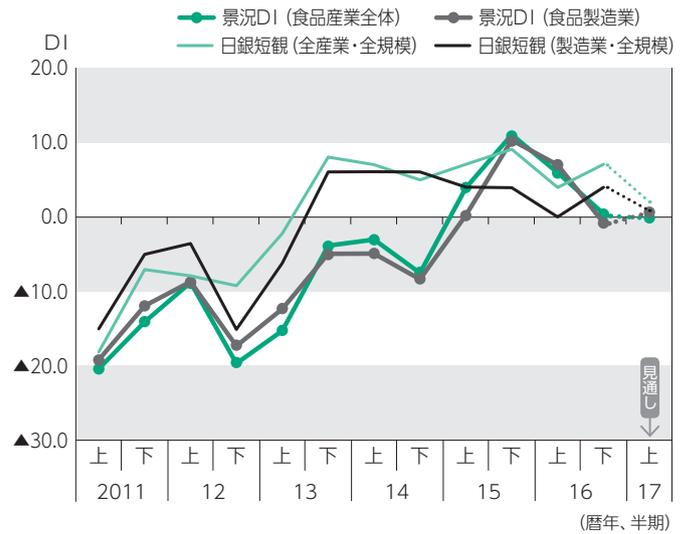


図11 仕入れ価格DIの推移

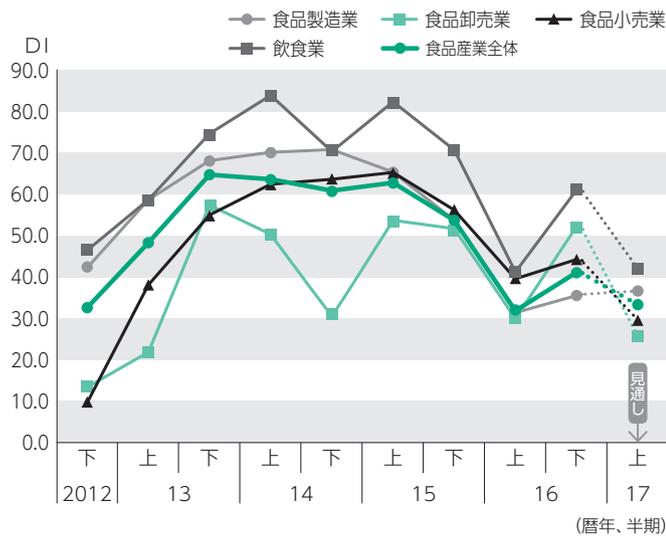


図10 販売数量DIおよび販売価格DIの推移

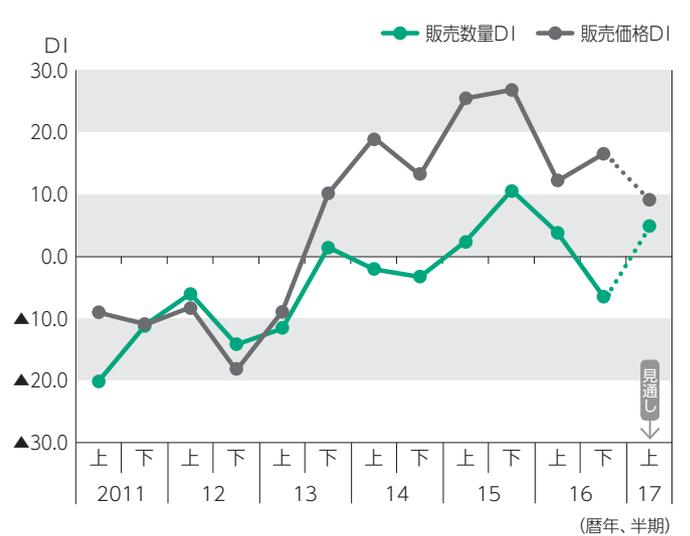


図13 設備投資DIの推移

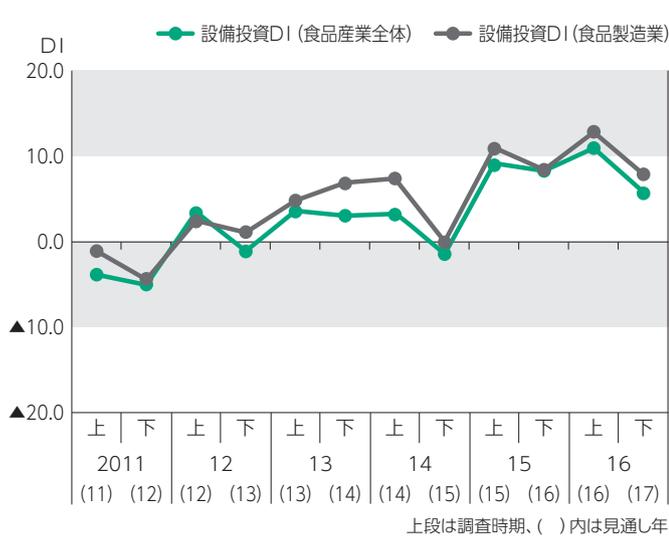


図12 雇用判断DIと有効求人倍率の推移



ケーキが焼けるなら、と
義父にすすめられ
山のパン屋さんが生んだ
パンを食べていただき、
喜んでもらえれば最高です

農と食
の邂逅

伊藤 恵美 さん

島根県出雲市

カウベルミルクガーデン牧場株式会社取締役
牧場のパン屋さんカウベル 店長

中山間地のパン屋は、粉は小麦でなく米粉を
使い、具材に自家牛乳をたっぷり使用して、牧
場との関わりも伝える。米粉は地元稲作営農
組合を活用して地域農業の六次産業化を形成
する。地域が支えている強い農業がある。





P19:知人の紹介で知り合った恵美さんと学さん。息がピッタリの夫婦だ P20:カウベルでの一番人気の商品である食パンに牛の焼き印を押す。パンに膨らみを持たせるため、米粉80%にグルテン20%を混ぜる(右上) メルヘンの世界に迷い込んだようにきれいに手入れされた敷地内(右下右) 店内には喫茶コーナーも(右下左) 平日は20~30種類、休日には40~50種類のパンを焼く(左)

結婚と同時にパン職人に

出雲市内から車で約三〇分。山間の道を進んでいくと佐田町にある「牧場のパン屋さんカウベル」に着く。夏には蛍が飛び交う小川が近くを流れる自然豊かな場所だ。民家は決して多くない。失礼ながら「ここでパン屋が成り立つかな」と思った。だが、平日でも途切れることのないお客さんたちを見ると杞憂と分かった。平日で三〇〇〜四〇〇人、休日には一〇〇〜二〇〇人が訪れるという。パンを買うだけでなく、きれいに植栽された店舗周辺を散歩し、さらに約六〇メートル離れた牧場に足を向ける人もいる。

カウベルを開店してすでに二年目。この年月の長さこそがお客さんに愛されてきた証拠。開店以来、ずっとパンを焼き、店を切り盛りしているのが伊藤恵美さん(三六歳)だ。カウベルは、約一五〇頭の乳牛を育てるカウベルミルクガーデン牧場株式会社(二〇〇六年に開いた。代表取締役社長で義父の伊藤篤男さん(六七歳)を「地域を盛り上げたい」という想いがものすごく強い人」と恵美さんは語る。

篤男さんはカウベル開店前から仲間と一緒に野外コンサートを開いたり、タマネギを共同で生産し、産直市に出すなどまちおこしに力を入れてきた。同じ酪農家仲間「加工をしよう」と持ちかけたこともあった。だが「こんな田舎で商売は難しい」と話は前に進まなかった。

転機は、篤男さんの長男で後継者の学さん(三九歳)と恵美さんが結婚を決めた時。恵美さんはケーキ職人として松江市内のケーキ店で腕を磨いていた。「ケーキが焼けるならパンも焼ける」と義父は思ったのかも(笑)。

パンならば生地や具材に牛乳を使え、牧場との関わりを伝えられる。粉は小麦ではなく米粉を使うことにした。「当時は空前の米粉ブーム。近くの営農組合が作った米を使って、地域に根差した商品にしました」と学さんは話す。生乳は農協経由で出荷しているが、佐田町内の七軒の酪農家の牛乳だけをタンクに詰め、生協などに供給してきたこともあり、その牛乳の一部をパンにも使うことにした。

新婚生活の余韻に浸る間もなく、恵美さんはパン屋で一年間修業し技術を習得。さらに、その間も学さんとともに、アグリ起業家セミナーで経営を学び、米粉パンの専門家に個人指導を仰いだ。

篤男さんの積年の夢を託される形となった恵美さんだが、「私自身、ものづくりが好き。作ったものを食べてくれる人がいて、喜んでくれれば最高」と屈託なく思っていた。そうするうちに、周囲の自然とうまく調和する木調の建物が出来上がった。最初は「もってこいなんまりした建物だと思っていた」恵美さんだが、話し合っうちに喫茶コーナーもある立派な建物になったという。

パンは生き物。いい顔をしてる

開店すると、驚くほど多くのお客さんが訪



れた。二人の従業員を雇い、早朝から生地を作り、必死に焼いても売り場からすぐになくなる。「佐田町では唯一のパン屋でした。米粉パンの珍しさもあってお客さんが来てくれたのでしょうか。」

牧場管理がメインの学さんは午前五時起床。恵美さんはそれより早い三時起床。生地を仕込み、パンを焼き、さらに翌日の仕込みのためと夕方まで工房に入りっぱなし。夜は小学校に通う二人の息子の面倒も見るという忙しい日々だ。

それでもパンの話になると恵美さんの目は一段と輝きを増す。「パンは生き物。いい顔をしてくれるんですよ」その日の気温や湿度により、生地の膨らみかたもパンの焼き上がりも変わる。年ごとの米の出来具合でパンの味わりも変わるとか。これこそ小麦と違う米粉パンの面白さだという。毎日パンと向き合いながら恵美さんは「今日はこんな表情をしてくれるんだね」と語りかけるのだろうか。

その真心はお客さんに届いている。カウベルのリピーターが口をそろえて言うのは「米のうま味がある」「風味がある」という言葉。その味を出すために恵美さんがこだわるのは粉の配合だ。あえて二カ所の製粉所に委託する。異なる米粉を組み合わせることで風味やうま味がいつそう増すという。

カウベルには篤男さんと義母の幸枝さん（六七歳）が手入れしている庭や牧場へと続く散歩道など自然豊かなロケーションを楽しみに来る人も多い。また、牧場は酪農教育ファームとして認証を受けており、年間一〇〇人以上を受け入れている。さらに、土日にピザ作り体験やバター作り体験といったプログラムを提供しており、これらに参加した人たちがカウベルに寄ってくれる。バター作り体験に参加すると、カウベルの工房で焼き上がったばかりの食パンに、作りたてのバターを乗せて食べられるとか。

この食パンこそ、カウベルの看板商品だ。生地は水を使わず牛乳でこねる。ほのかなミルクの香りが食欲を誘う。「牛乳は米との相性が良くて、やわらかく仕上がります」と恵美さんはほほ笑む。毎日焼くパンは多くを店舗で売りますが、市内の商店や保育所でも喜ばれている。

実は、カウベル開店の年に恵美さんは長男を出産した。当時、熟睡できる日は少なかつたはず。それでも「おばあちゃん（義祖母の孝子さん）が面倒を見てくれました。家族の協力があつたからできたこと」とあくまでも謙

虚で頭が下がる。

夢は息子たちとの牧場経営

町内に複数のパン屋が誕生し、競合する場面も出てきた。「今まで以上に経営を意識していかなければと思っています」と恵美さんは口元を引き締める。

恵美さんと学さんは今、パンに続く第二の柱となるアイスクリームの加工・販売を構想中だ。米粉パンは日持ちがしない上に、小麦パン以上に硬くなりやすい。「賞味期限が長く、遠方に発送できるという点でもアイスクリームがいい」と学さん。素敵なロケーションを活かし、お客さんを近くに感じられる農業、面白みのある酪農経営を続けていくつもりだという。その先の夢は、二人の息子と牧場経営をすること。幸い、長男の汰一君（一歳）は「牧場をやる」と、次男の咲翔君（六歳）は「パン屋さんになる」と頼もしい限りだ。

七軒ある地元の酪農家のうち、後継者がいるのはカウベルミルクガーデン牧場ともう一軒のみ。中山間地の厳しい現実若は二人の肩にのしかかっている。それでも恵美さんは「飽きることがない」というパン作りを続け、学さんは牛の管理をしながら可能な限り体験者を受け入れていくという。

「牧場体験に参加した子どもの中に、一人でも二人でも『牛を飼いたい』という子が出てくればいいなあ。そんな学さんを『そうそう』と見つめる恵美さんがいた。

（青山浩子／文 河野千年／撮影）

「料理は食べるのが専門よ。作るのには好きではないわ」と笑う母に、私は初めて聞いたかのように相づちを打ちます。

母は六八歳でアルツハイマー型認知症と診断されてから五年がたち、昨年二月に老人ホームに入居しました。

実家を片付け始めたなら、新聞紙で丁寧に包まれた大きなガラス瓶、ほうろろの丸型ポット、漬物石が出てきたのです。横浜の3DKの団地で梅干し、らっきょう漬け、新しゅうがの甘酢漬けなどを作っていた母の姿がよみがえりました。

春はフキの含め煮、秋は栗ごはん、雪が降れば決まっておしろこ、正月はおせち料理と、母の料理には四季の彩りがありました。

夏休みの昼ごはんはそうめん。母は額に汗を噴き出させながら、ナスを焼いて皮をむき、そうめんは指に巻きつけ丸くしてから、ざるにきれいに並べてくれました。麵つゆも自家製です。

電気オーブンでロールパンを焼いたり、焼き豚やミートローフ、クリスマスのローストチキンも作ってくれました。

中でもミートローフは母の定番の作り置き料理で、妹と私の大好物でした。ミートローフを焼いている時の部屋中いっぱいになる匂いも、しっとりとした食感も忘れられません。

七〇〇八〇年代は公害が問題になっていて、母は消費者運動に熱心に取り組んでいました。

私がアトピー性皮膚炎だったこともあり、食べ物やせっけんには気を使っていました。「子どものためにいいものを」という強い想いが、母のエネルギーの源泉になっていたはずです。

今、母が健康ならこう言うでしょう。

「料理が好きだなんて、悠長なことを考えている余裕はなかったわよ。お父さんの給料をやりくりして、必死に子育てをしてきたんだもの」と。先日、妹が「お母さんのミートローフを再現して、娘に食べさせてあげたい」と言いました。母が忘れてしまっても、その味は私たちの記憶に、食卓の情景と共に鮮やかに刻まれています。

私も母の味を思い出せるうちに、いろいろ作ってみなくっちゃ。

実家で見つけた漬物容器は、来月、わが家に運び入れます。



フードライター
大久保 朱夏

おおくぼ しゅか
1972年神奈川県生まれ。料理書の編集、食と健康に関わる記事の執筆や、農家とコラボレーションした野菜レシピの提案も手掛ける。主な著書に『はじめてのライスミルク』(2015年、自由国民社)、『首都圏トレイルランニングコースガイド』(2012年、マイナビ)など。沖縄の国頭トレイルランニング大会アンバサダーを務める。公式ブログ：たべる、つくる、はしる<http://shukas.exblog.jp/>

母のミートローフ

有機JASで差別化

大葉の有機JAS（日本農林規格）認定の土耕施設栽培を行い、さらにカット野菜の製造と、その技術を活かした大葉ドレッシングなど、他産地や他社にない商品の開発という差別化戦略を特徴に存在感を見せている。代表取締役の出来満則さん（六二歳）は、有機JASへの取り組みの動機を次のように語る。

「大葉の主産県として知名度のある愛知、茨城、静岡、大分など大産地と価格競争をしても勝ち目はありません。さらに作付面積は全国的に減少しており大産地に集約される傾向です。私たちは消費者に安全・安心な大葉を提供したいという考えから化学肥料を使用せず有機質肥料を投入していました。そこで、安全・安心をもっとアピールし差別化を図ろうと考えたのです。さらには、より付加価値が付くと見込みました」

有機JASの認定取得を目指し、二〇〇五年より三年間、化学農薬を使わず栽培を行った。そして、〇八年、大葉の全土耕栽培施設（約八〇㍻）で有機JASの認定を受けた。売り上げへの効果について出来さんは、有機栽培の技術・仕様で裁

経営紹介

他にはない加工商品を世に出す 安全性アピールに有機JAS認定



大葉を使ったキムチの商品開発にも取り組んでいる出来満則さん



広島県東広島市

株式会社 出来商店

代表取締役社長 出来 満則

創業 ● 1984年

資本金 ● 500万円

事業内容 ● 大葉、ネギ、大根の生産、カット野菜の製造、大葉を使った商品の企画販売など

社員数 ● 70人（うち生産は6人）

URL ● <http://www.deki.co.jp/>

培できることから大葉はもとより大葉以外の作物でも信頼度が増し、スーパーなどから引き合いが多くなったと話す。

さらに「有機JAS認定大葉といえども価格が高くては買ってもらえず、売価アップに貢献することはなかったです」と苦笑いする一方「有機栽培の効果は一、二年では分からないが、土が荒れない分作物は病気に強くなると思います。防除対策としてはアザミウマの侵入防止のためにハウス内をネットで囲っているぐらいです」と生産面でのメリットを強調する。有機質肥料は葉色の変化や生長を見ながら作物の状態に合わせて、決して入れ過ぎないように少なめに投入している。しかし、単収は取り組み前と変わらないという。

規格外品を有効利用

出来商店が出荷する際の大葉の規格は、五・五〜八・五センチメートルまで一センチメートル刻みの四種類だ。育ち過ぎたものは全て規格外品となってしまう。そこで、それらの有効利用のため、二〇一三年、有機JASを取得した大葉の規格外品を使ったドレッシング「大葉農家さんがつくった大葉ノンオイルドレ

「シング」を開発、販売を開始する。シングの中にないドレッシングを目指しました」と出来さんは目を輝かせ

る。ドレッシングは、目に見える形で生の大葉が多く入っている。収穫したての鮮度の良い大葉を細かくカットし酢漬けにしたものだ。それを、地元の老舗しょうゆメーカーの川中醤油に卸し製造を委託している。大葉三〇枚以上が入る二〇〇ミリットのドレッシングは四〇八円(税込み)と求めやすい価格だ。

生産農家だからこそ大葉を大量に使える。かつ、カットの加工技術を持つているからこそできた商品だろう。子どもからお年寄りまでおいしいと言ってくれる味を目指しており、サラダ以外にも揚げ物や冷ややっこなど幅広く使ってもらおうよう提案している。また、三年連続でモンドセレクション金賞を受賞し品質も維持できている。

その後、「大葉農家さんがつくった」シリーズとして大葉みそ、大葉塩だれを商品化した。商品はいずれも大葉の取引先スーパーなどで取り扱ってもらえ、売れ行きは好調で、原料の生産が追いつかないため昨年度、加工用大葉を増産し規模を拡大するためのハウスを新設した。

バイヤーの一言が刺激

出来商店の創業は一九八四年で、広島県最南端、瀬戸内海に浮かぶ倉橋島の安芸郡倉橋町(現呉市倉橋町)でのスタートだった。大根とネギを栽培し、それらを当時としては珍しかった自社での加工を施し、刺し身のつまである大根のけんとかみネギにカットして量販店鮮魚部門に卸した、という。

「三四年前にカット野菜と言えればみんなから何を考えているんだ、そんなんでも生活できるのかとからかわれましたが、量販店バイヤーからのアドバイスなどで売れるとの感じはありました。今ではカット野菜はなくてはならない必需品になっています」と言う。出来さんに先見の明があったということだろう。

大葉栽培のスタートとなった「一言」というのは量販店鮮魚部門関係者が言った「刺し身のつまには大根のけんだけでなく大葉もある」というものだった。

出来さんは、全国の大葉生産地に出掛けていって教えを請い、試行錯誤の末、四年目からようやく周年出荷できるようになったという。量販店の青果部門でも少しずつだ

が取り扱ってくれるようになった。このように順風満帆だった出来さんだが、この後続けて二つの自然災害に見舞われる。

まず、一九九一年の台風一九号だ。同県の厳島神社の能舞台も倒壊したほどの暴風が吹き荒れ、島にある出来商店では全てのハウスが倒壊してしまっ

た。さらに九四年には大干ばつで倉橋町は長期間にわたる断水と給水制限を強いられ、特に乾燥に弱い大葉は壊滅的被害を受けた。

情報発信システムの構築へ

出来さんは倉橋町から独自に考えた三つの条件に合致した現在の東広島市黒瀬町へ移転をする。

条件の第一は水資源が豊富であること。移転予定地がある東広島市は酒蔵が多くあることから水量豊かな土地であることが分かった。ハウス施設には地下水を利用することができ

る。第二は出来さんがビジネスの基礎と言う「物流」、アクセスが良いことだ。大葉やカット野菜など生鮮物を扱っているため、商品は新鮮なうちに迅速に取引先や消費者に届けたい。移転予定地は広島空港、新幹線東広島駅、高規格幹線道路まで、車で五〜三〇分の距離にある。しか

もこれまで運送を委託している物流会社の事業所が隣接している。

第三は規模拡大が可能となる要素があること。幸いにも地元雇用を期待した地権者らは「協力しましょう」と好意的に受け入れてくれ、当初想定した三〇〇坪を大幅に上回る二万坪の土地を確保できた。生産拠点の移転はこのように決まった。

出来さんは、農産物の安全性を高め、農業経営リスクを低減するために、農場全体の適切な管理が重要と考えている。そのため従業員がJGAP指導員の資格を取得する取り組みを始め、これまでに四人が指導員となって他の作業員を指導しつつ農場管理を行っている。

さらに来年度、HACCP認証を目指した新たなカット野菜工場と新商品の製造ラインを建設予定である。「今後は、JGAPとHACCPへの取り組みを通じて、自社で栽培・加工・製造まで一貫生産した商品を追跡できるシステムを構築し、情報発信ができるようにしたいと思います。自社製品の安全性・信頼性・新鮮さを確保し、お客さまに喜んでいただけるものを作りたい」と出来さんは新たな構想を語る。

(情報企画部 東光俊)

フオンテラジャパン株式会社
代表取締役社長

斎藤 康博

(六三歳)



●さいとう やすひろ●
一九五四年長野県生まれ。七十七年上智大学
外国語学部英語学科卒業。同年三菱商事
株式会社に入社し、八九年英国三菱商事
(ロンドン)食料部マネージャー、九四年帰
国し本店糖質部(二〇〇一年原糖部長)(ユ
ニットマネージャー)、〇五年フオンテラ
ジャパン株式会社営業本部長、〇八年
フオンテラブランド株式会社営業本部長
を兼任、一二年より現職並びにRegional
Director, North Asia, Fonterra Co-
operative Limitedを兼務。

フ

オンテラジャパンは、二〇一四年から北海道で「ニュージールランド・北海道酪農協力プロジェクト」を続けている。このプロジェクトはニュージールランド(以下、NZ)型の「放牧酪農」を北海道で応用することで、飼料コストの削減、労働時間の短縮、乳牛の疾病率低下などを実現できるかどうか検証するための研究をしている。また五戸の農家での実験的調査の途中だが、すでに一部の農家では、年間の飼料代が約四割も削減できた一方で、乳量が増えたため年間の利益が四〇〇万円も増えた例も出てきており、NZ型放牧酪農の持つ将来性に大きな期待が寄せられている。

当初は北海道でNZ型の放牧を適用すること自体が到底不可能だろうとの指摘を多く受けた。確かに常春のNZと厳冬の北海道では気候に大きな差があり、NZ型放牧酪農をそのまま取り入れることは現実的ではないとみられたが、私は牧草の利用が可能な春から初秋にかけては最大限に自然の恵み(牧草)を活かし、冬季は刈り入れたサイレージ(干し草)を牛に与え

るなど工夫を凝らすことが十分合理的だと思う。何より春から秋までの農業従事者の労働時間の短縮は、酪農の持つ重労働のイメージを大きく変える効果を持つているとみている。

日本の酪農は他の農業と同様「後継者の育成難」という非常に厄介な問題に直面しており、北海道でも毎年約二〇〇戸前後の酪農家が離農しているのに対し、新規就農者は二〇戸前後しかない。その大きな原因の一つが圧倒的な労働時間の長さである。一四年の調査では、自営酪農者の平均労働時間は、男性で年間五四九四時間という過酷な数字で、稲作の三倍、畑作の二倍である。この現実をそのままにしておいて、若い後継者を呼び込むのは極めて難しい。

乳牛が牧場でのんびり牧草を食んでいる、というのが一般的な酪農のイメージだが、日本の酪農現場はほぼ全ての乳牛が牛舎に一生つながれ、輸入穀物から作られた濃厚飼料を与えられて搾乳されている。なぜなら日本の気候に合致し、牛乳生産を高めるのに有効

だったからである。

た

だし、大前提として、「農業従事者が足りていない限りは」ということがある。その最も重要な前提が崩れかけている現在、このような労働集約型の旧方式を日本中で続けてよいのか？ というのが私たちのプロジェクトの出発点であった。

一方、このような農家数の減少に対する対照的な対策として、国、地方を挙げて大々的に進められているのが大規模農家、いわゆる「メガファーム」の育成である。搾乳ロボットなどの最新テクノロジーを武器にした圧倒的な効率性を活かし、高度の生産性を実現することで農家数の減少をも解決する、素晴らしい政策である。

しかし、問題はこのメガファームにもリスクファクターが明らかに存在する。一つには、規模拡大により輸入穀物飼料への依存度が極大化することである。国産の牛乳を守ると言いながら、その存立基盤が「輸入穀物に頼らざるを得ない」という大きな矛盾に直面することになる。それは、国際穀物価格の暴騰による飼料コストの急上昇のリスクに、常にさらされることをも意味する。もう一つは、ふんだんな補助金を使った大型設備投資による負債の増大である。規模が小さいうち

は、個別の負債があっても農家個人の問題に終わっていたが、メガファームになると負債の規模も桁違いになる。もし、飼料穀物の価格暴騰が起きて、経営に問題が発生した場合、当該の地方経済にも大きな影響が出かねない。インパクトの大きさが格段に違うのである。

その点に比べN/Z型放牧酪農の持つ強みは、前述の営農上のリスクを抑えられる点にある。コスト低減を長期間継続して実現できることは、農家にとって大きな安心につながるし、負債が圧縮できることは離農の抑制にもなり得る。さらに、自然を活かす「持続可能性」、環境を守る意味での「社会的責任」、乳牛を育てる上での「動物福祉」など、多面的な強みがある。そして最終的には、やはりコスト面での優位性と自然由来の「グラスフェッド(牧草肥育)」の乳製品を生み出す点に集約される。日本においてこの方式を広めるには、土地の確保の困難さや放牧酪農指導者の少なさなど、さまざまなハードルが存在しているのは事実である。

しかし、酪農の魅力を若い後継者たちに伝え、就農の際の選択肢を増やすことを目指して、このプロジェクトを今後も継続していきたい。自治体、農業団体とも協力し推進することが重要なポイントである。

F

リスクを抑えた放牧酪農方式の強みを活かす 労働集約型旧方式を続けてよいのか？

高橋 治儀 さん

新潟県 有限会社高儀農場 代表取締役

農用地区域内に「産地直食」のレストランをつくる 安全安心、おいしいを追求して、田園の中に建つ



農場の生産物を直接食べる「産地直食」を追求し、自家製食材を使うレストランを開業。農地法上の制約で休業を余儀なくされるも、新潟市が農業特区に認定されたことで二〇一六年、再オープンを果たす。同市出身の作家、坂口安吾の反骨精神と挑戦者魂を具現し、挑戦し続ける者を対象とした「ニイガタ安吾賞」の第一回受賞者でもある。

——と、こだわりました。

——農家レストランの事例は全国にあります。大きな違いは何でしょう。

高橋 田園風景の中に抱かれて、そこで取れた食材を味わえることでしょうか。ダイナミックに農場の素晴らしさを感じると、お客さまには好評で当初予想を上回る客数です。

——と言いますと？

高橋 私は農場という立地が重要だと思っていました。農用地区域内に畜舎や温室、加工処理施設など生産に直接関連したもの、いわゆる農業用施設以外を建てられないという規制があります。そのため、農家レストランを建てる場合は農地転用の許可を受ける必要がありますが、なかなか認められませんでした。行政からはレストランを開業するなら街の中か比較

生産現場にレストラン

——まず、農場の真ん中に建つ迫力のあるレストランに驚きました。

高橋 県産スギをふんだんに使った古来の工法による木組みをあらわにした吹き抜けの空間で、水田地帯の風景を堪能しながら、農場で取れたトマトを使った料理を食べてもらい

的転用しやすい道路沿いをと提案されましたが、それでは農家のやるレストランではないと思ひ、踏み切れませんでした。長い間、何か方法はないかと考えていたところ、新潟市が「大規模農業の改革拠点」として国家戦略特区に指定され、六次産業化や付加価値の高い食品開発を行うための目玉として農家レストラン設置に係る特例を打ち出したことを知り、すぐに申請し認められたのです。

実は、私どものレストラン「ラトラットリア・エストルト」開業と同時に二軒の農家レストランが誕生しましたが、同じく国家戦略特区の特例を利用したものです。それぞれに個性的ですが、私どもの人気メニューは隣接するハウスで取れるフルトマトを使ったサラダやパスタです。

——レストランへの挑戦は二度目だと聞きました。

高橋 今から一七年も前のことです。当時はフルトマトの栽培と、イチゴの観光農園が軌道に乗ってきた頃で、たまたまトマトを買いに来たイタリアンのオーナーシェフがうちのトマトを評価してくれました。料理してもらったドライトマト入りのパスタなどをお客さまにも食べてもらいたいと思い、プロデュースをお願いしたのが飲食事業を始めたきっかけです。法人化した直後で雇ったスタッフが、産地直送ならぬ「産地直食」というフレーズを作ったのが気に入って、農場でのレストランを計画しました。

行政指導で休業

——順調だったのですか？



宮大工設計の農家レストラン「ラ・トラットリア・エストルト」の前に立つ高橋社長

Profile

たかひしはるよし
一九五三年新潟県生まれ。六三歳。七一年高校卒業と同時に家業（施設トマト十種作）に従事。八五年節水トマトの生産販売を開始。三年の苦戦を経て長野のスーパーと出会い本格出荷。九八年に法人化。二〇〇〇年産地直食のイタリアンレストラン開業。農地法上違法性ありと指摘を受け、三年後に閉店。一四年新潟市が国家戦略農業特区に指定。区域計画に農家レストラン設置が位置付けられ、一六年再オープンを果たす。同年新潟県エコファーマー認定。

Data

有限会社高儀農場
新潟県新潟市に本社。代表取締役は高橋治儀氏。資本金一〇〇〇万円。施設面積約一万二〇〇〇平方メートル。水田三、四畧。法人構成員四人。常時従業員は二人。観光イチゴ園を経営。トマト、イチゴを直売。レストラン「ラ・トラットリア・エストルト」は加工所直売所併設で約六三〇平方メートル。木をふんだんに使い、客席数は一〇〇。

高橋 農地にレストランは建てられないので、新潟市から移動販売の許可をもらい、キッチンカーを改造し移動キッチン「エストルト」をオープン。ハウスの中で本格的なイタリアンを提供しました。お客さまからは好評だったので、行政から指導が入り休業を余儀なくされました。農地のハウスから移動せず営業したため、農地法に触れる恐れがあると言われたのです。六次産業化という言葉が使われ始めた頃で、安全・安心で少しでもおいしいものを提供したい、その究極の形

は生産現場のすぐそばで食べることだという基本的な要求には、何のやましいところもなかったので、正直、戸惑いました。

——おとなしく休業を？

高橋 飲食事業を諦めきれず、新潟駅前などに移転先を探しました。その時、若いスタッフが「エストルトは『東の菜園』という意味なのに、駅前で営業したら菜園での『産地直食』なんて言えませんよね」とつぶやいたのです。ドキッとしました。農場に隣接した本来の産地直食ができるようになるまで休業を決断しました。行政には機会があるごとに、これからの農業には六次産業化の取り組みが重要で、消費者に農業の良さを分かってもらうためには農場で食べてもらうことが必要だと訴えてきましたが、法律の壁は厚く、実現しませんでした。

二〇一三年には移動販売に反しない形で一部再開し、トラックで調理販売したものを休憩スペースで食べてもらっていました。どうしてもメニュー数や収容人数に制約があり、限界を感じていた時、新潟市の国家戦略特区に絡んで、念願の再開を果たすことができたというわけです。申請に当たっては地域の食品スーパーや調理師専門学校、製麺業者や広告代理店と連携して六次産業化・産地消費

に基づく事業の認定を受けました。

——ずいぶん遠回りしましたね。

高橋 いや、当時の経験は役に立っています。いつかは産地直食を再開しようと、手書きの記録を取っておいただけです。今回の事業申請の時にも、売り上げ見込みや投資規模の裏付けにデータが必要でしたが、当時の来客数やお客さまのアンケート結果がとても役立ちました。客席数は当時の七〇席から一〇〇席に増やしましたが、おかげさまでお昼時は満席になります。

トマト作りは技術力

——ところで、米どこの新潟で、フルツトマトとは、珍しいですね。

高橋 実家は水稲とトマトを作っていました。卒業すると父から「ハウスを一棟持たせる。一切口出しをしないから好きなようにやってみろ」と言われました。そこで、一〇坪の第一号棟を建て、キュウリの前進栽培を始めたのが私の挑戦のスタートでした。二〇歳の時です。

その後、品種改良されたブルームレスキュウリにより消費者のキュウリ離れが起きたので、新たな作物を求め、仲間と施設園芸先進地の関東を見て回りましたが、新潟の常識では考えられない粗植にすることで、太陽の光をふんだんに浴びたおいしいトマトが

作れることにショックを受けました。

これからのトマト作りはこうだと一九八四年にキュウリをトマトに変え、さらに一〇㊦増やして二〇㊦全部でトマト作りを始めました。

——フルーッとマトに変わっていったきっかけは？

高橋 トマト作りを始めた頃、水やりをギリギリまで抑えながら最終的に大玉を作って高値で販売している関東の生産者を知り、その栽培方法に刺激を受けました。

「これだ！」と思い、視察から帰ってすぐ二〇㊦の畑、全部で水やりを完全にやめてみました。すると、夜はしゃんとしていても日が昇って気温が高くなるとみんなしおれていく。梅雨の時期に二、三日雨が続いた後で晴天になると、根も切れたような状態になって、妻が「全部枯れてしまった」と慌てて飛んで来ることもありました。

羽毛のような根の先端を見るとしつかりコロイド(土の塊)を抱えていて、成長点はしつかり水分を持っている。夕方にはしゃんとしてきたので大丈夫だなとホッと胸をなで下ろしました。そんなことを何度か繰り返して、水やりをしなくてもいいということが分かりました。

現在は溶液栽培に切り替え、スギの皮を使って水を制限しています。大

玉と同じ品種で糖度を上げるのが技術力で、そこに面白さがあるのです。

転機はバイヤーとの出会い

——思惑通りに高く売れましたか？

高橋 いいえ。フルーッとマトが市場で認知してもらえずパッケージなどを工夫しましたが、普通のトマトよりほんの少ししか高く売れませんでした。それでも絶対に売れると三年間我慢しましたが、収入も落ちて、さすがに私の読みが間違っていたのかもしれないと暗い気持ちになりました。

シーズンも終わる一九八八年六月頃、JAに相談し大消費地の評価を得るため首都圏の全農集配センターに出荷した折、上質のトマトを探し求めていた長野のスーパーのバイヤーに出会ったのです。九州産などが品薄になる頃で、すぐに栽培状況を見に来てくれました。「農薬をできるだけ使わず有機肥料を」と説明しかけると、「価値は見れば分かる。これ全部いただきます」と言われ、驚きました。車庫で直売も始めました。母親がトマトを売っていると、「こんな小さなトマトがこんなに高いの？」と聞いていたお客さんが、すごくおもしろいと言った。すぐにまた買いに来てくれました。

それから自分の一番得意なフルーッとマトを大規模にやろうと九八年

に法人を設立しました。

——販路は広がった？

高橋 社員を募集すると、フルーッとマト事業に参加したいと商社で働いていた人が入社し、販売戦略を立ててくれました。新潟県内でブランド力が高めようと、あえて販売量を絞る戦略です。地元のデパート、スーパー、ナショナルブランドのスーパー各一社だけに卸し、あとは安くとも県外に出しました。売り先を限定することで高価格を維持し、販売店もそれに応えてくれました。

また、生産を拡大して単価を上げるには市場販売だけでなく、直売率も上げなければなりません。売りに行くのではなく来てもらうと、直売所に加えてイチゴ狩りを始めました。その後、最初の飲食事業展開が始まったのです。

六次産業化も農業が基本

——昨年、第一回「ニイガタ安吾賞」を受賞されました。挑戦者魂の原点は？

高橋 高校は父の考えで県立興農館高校という農業者を養成するための全寮制の学校に入りました。大規模経営や、あまり人が作らない作物の栽培を志向する人たちがいて、刺激を受けました。

地元で自立しようとしている同級生のことも意識にあって、どうせやる

なら親とも周りとも違う農業をやりたいと思っていましたね。

レストランも、自分が食べておいしいから必ず売れると信じて、ワクワクするものがありました。やると決心したら失敗は考えませんでした。

——今後の展望は？

高橋 おかげさまで苦労もしましたが、いろんな経験をしてここまで来ることができました。法人化は一つの転機で、入社してくれた他分野のプロたちの話が新鮮で楽しくてしようがなかったし、彼らも私がやろうとするのに対して真剣に伝えてくれました。消化不良となっていた六次産業化がこのレストランで実現できたことで一つの想いがかないましたし、二人の息子にも農場とレストランを分担してもらい、将来の道筋もできたとと思います。

しかし、食は延々と続きます。食には将来性があります。食の取り方はほとんど変化していくので、それに対応していかないとダメです。

アンテナを高く掲げて農業だけではなく広く情報を求めていくというんな出会いが生まれてきます。

私は飲食や加工をやっている、基本は食料を生産する農業だと思っています。それを基本にこれからのいろんな展開をしていこうと思います。

(情報企画部 松村順二)

高性能作業機への期待

国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構 中央農業研究センター
北陸研究拠点 北陸農業研究監

大下 泰生

ほ 場に直接種をまく水稲の直播栽培は、水田に育てた苗を植える移植栽培に比べて省力化や低コスト化に有効であり、普及面積が年々増加しています。

直播には「湛水直播」や「乾田直播」などがありますが、水稲と麦類や大豆などの畑作物を組み合わせた水田輪作においては、田畑輪換に適した水稲の乾田直播が取り組まれていきます。乾田直播は代かきをせずに畑状態はしで播種し、苗立ち後に

入水する方式です。冬季にほ場が乾燥する温暖地では、作業に余裕のあるこの時期に耕起や碎土さいど、均平などのほ場の準備が可能であり、播種適期に早期に播種することができま

す。これにより、代かきや育苗、田植えなど、春季の作業競合を避けられることから、規模拡大にも容易に対応できます。

ここで用いる乾田直播用播種機にはいくつかの方式があります。不耕起播種機は作溝ディスクでほ場に細い溝を切り、肥料と種子を条播して覆土する方式で、一般に用いられるロータリシードのようにほ場全面を耕起して播種する方式に比べて所要動力が小さく、高速での作業が可能です。また、降雨などにより作業が中断しても、ほ場表面が乾燥すればすぐに作業できるなどの利点があります。



播種適期に不耕起播種機で高能率作業 (写真は試作機)

代かきを行わない乾田直播では、漏水による基肥の損失や、除草剤の効果低減といった課題があり、漏水を抑えるために重いローラを用いた鎮圧作業が必要になります。さらに、不耕起播種機を用いる体系では、トラクターのタイヤ跡によりほ場の均平性を損ねないよう、ほ場が膨軟な場合は播種前に鎮圧を行い、播種後も覆土を確実にするために必ず鎮圧を行います。

不 耕起播種機を用いて水稲・麦類・大豆の輪

作を行う約八〇分の大規模水田営農で、乾田直播での労働時間や生産コストの削減効果を実証したところ、一〇〇当たりの労働時間は、地域の平均的な移植栽培に比べて約三分の一に短縮されました。また、業務用多収品種を用いた実証栽培では一〇〇当たり約六六〇キログラムの収量となり、六〇キログラム当たりの全算入生産費が地域の平均的な移植栽培に比べて約二分の一まで削減されました。

大規模化が進む水田営農においては、収益性の確保や労働の集中を回避するため、水稲と麦類や大豆、野菜などを組み合わせ、特定の作物に依存しない多様性と年間を通した労働の分散が必要と考えられます。大区画化や汎用化のための基盤整備が進む中、省力化や汎用利用ができる高性能作業機が期待されます。

F



Profile

おおした やすお
1958年山口県生まれ。81年鳥取大学農学部卒業後、農林水産省農事試験場入省。東北農業試験場、北海道農業研究センターなどを経て、2010年より農研機構中央農業研究センターに勤務。17年4月より現職。専門は農業機械。



地域へ移住者促進で棚田保全 農村の婚活で若者にアピール

兵庫県神崎郡市川町
NPO法人 棚田LOVERS 永菅 裕一

農村deふれ愛ませんか？

「棚田LOVERS」という名前の通り、私たちは棚田を愛してやまず「美しい棚田を将来につなげたい！」という想いのもと、一〇年前より、兵庫県神崎郡市川町上牛尾地域を中心とし、生き物・食・農の大切さを、実践を通じて伝えるなどにより棚田の保全を目的とした活動を行っています。

その内容は、農作業体験の受け入れや貸し農園の運営、収穫祭など祭りの開催、棚田米のブランド化、姫路市など都市に向き棚田米の試食と販売などを行うなど、多岐にわたっています。今回は、移住者促進の活動を中心にお話しします。二〇一五年から地域自治会と連携し、結婚適齢期の人を呼び込もうと婚活イベントを開催しています。

婚活とは、結婚相手を見つけようと積極的に活動することです。婚活イベントといえは「すてきなレストラン」でのパーティーなどを思い浮かべ

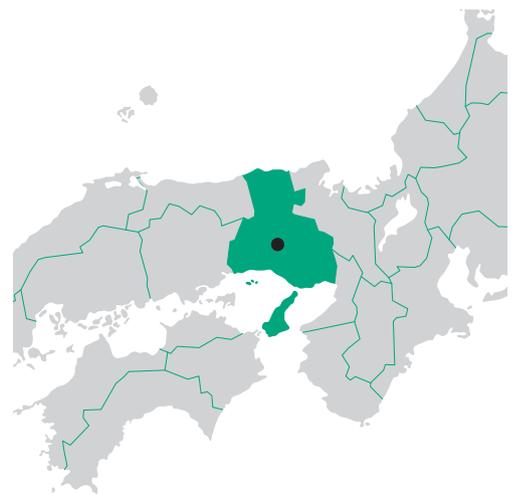
る方が多いのではないのでしょうか。

どっこい、私たちの開催する婚活イベント「農村deふれ愛ませんか？」の会場は、「棚田や農村・旧小学校」です。開催は年に三回、棚田や農村の美しさをより感じてもらえるように四月、九月、一月を選んでいきます。

棚田をフィールドにして、食材として捕獲されたシカなど野生の鳥獣を材料としたジビエ料理、地域でとれた野菜などを使ったピザ釜でのピザづくりや草木染め体験などいずれも地域の良さを参加者に体験してもらえようないイベントを企画しています。

参加を機に地域のファンに

地元の人たちはもともと人懐こい気質からか、参加者がワイワイやっていると食材としてとれたてのキャベツなど野菜を持って来てくれたり、ジビエ肉に戸惑う参加者に話しかけるなどフォローをしてくれることが多々あります。参加者の



多くは都会に住むものの自然が好きだったり田舎暮らしに憧れている人が多いので、地元住民から里山の話聞くのがとても楽しいようです。「棚田はいつ頃できたんですか？」「イノシシはどうやって捕獲したんですか？」など質問して地元住民とも話が盛り上がっています。

「農村deふれ愛ませんか？」の結果ですが、二〇一五年四月には、大阪や神戸などから男性二〇人、女性一六人の参加があり、六カップルが誕生しました。うれしいことに、そのうち一組が婚約をしています。一六年の男性一八人、女性八人が参加した会では三カップル(地元男性と地元外の女性二組、地元外の移住希望者男性と地元外の女性一組)が誕生しました。

このように、毎回、複数のカップルが誕生し、イベントは盛況です。まだ、結婚をしてから地域に移住してくれたというカップルは今のところ出ていませんが「楽しかった」「ジビエがおいしかった」「自然の中で過ごせてよかった」などと言って

profile

永菅 裕一 ながすが ゆいち

NPO法人棚田LOVER's

1984年生まれ。兵庫県神崎郡市川町出身。高校時代、環境問題に関心を持ち、兵庫県立大学大学院で、環境教育や棚田を学ぶ。その中で棚田と出会い、棚田が失われていることを知る。生物・食・農の大切さを伝え、棚田を未来の子どもたちにつなげようと、米育てや自然体験系の企画を年60回程度行う。「JAPAN OUTDOOR LEADERS AWARD2017」ファイナリストの10人に全国から選ばれる。

「美しい棚田を将来につなげたい!」「体感を通じて心と体を元気に!」という想いのもと、2007年5月から活動(2010年3月法人格取得)。兵庫県市川町、香美町でお米を育てる体験、温泉など連携した自然を感じる企画などの活動を通じて、生物・食・農の大切さを伝えている。2017年3月「第14回オーライ! ニッポン大賞審査委員長賞」受賞。
URL: <http://tanadalo.com/>

くれる参加者がほとんどです。これをきっかけに地域のファンになり私たちが取り組んでいる農作業体験への参加や、地域農産物を購入してくださる方もいます。お会いした方の中で、移住してくださった人たちもいます。現在、その方々は私たちの活動に参加して下さっています。さらに婚活イベント開催をきっかけに、地域全体による移住者を促進していく仕組みづくりが始まりました。こちらは後ほど詳しくご説明したいと思います。

地域からの信頼を得るために

二〇〇七年、大学院で棚田保全や棚田について勉強をしていた私は、ある方の「あと五年で棚田



上:「農村deふれ愛ませんか?」でジビエを使ったバーベキューをする
下:さまざまな理由により年々減少している棚田は、環境や生態系を育む宝庫

がなくなる」という言葉に衝撃を受けました。棚田は、食の生産地以外にも景観価値・治水機能による地滑り防止作用、生態系保全など多くの価値を有します。このように環境や生態系を育む宝庫でもある棚田は、昔から農家により守られてきました。しかし現在、棚田の多くが作付けされずに、荒廃しつつあり、その数は年々減少しています。日本全国で見ると、棚田は二二万畝あるのですが、そのうちの四〇%が耕作放棄地と言われていています。

として挙げられます。さらには鳥獣被害なども原因の一つとなっています。危機感を覚えた私は「活動をするなら、まず地元を盛り上げていきたい!」との想いもあり、実家から車で一五分程度の上牛尾地域の棚田一枚、約五〇〇平方メートルで、仲間と張り切って稲を育て始めました。しかし収穫直前、イノシシに何と稲を全滅させられてしまったのです。電気柵をすればよいと頭で理解しており、地域住民からもアドバイスを受けていたのですが、まさか全滅するとは思わず、費用と時間が掛かると考え導入しなかったのです。これは悲しかっただけでは済まず、「座学だけか」と住民の信頼を大きく失う出来事となりました。



農作業体験で田植えをする。棚田の保全活動は多岐にわたる。

翌年は無事お米を収穫することができましたが、だからといって住民からの信頼が一〇〇%回復したとは言えません。この経験で私は、「地域の信頼を無くさないように努力しなければ」と強く思いました。

婚活から棚田へアプローチ

さて、二〇一二年、上半尾地域の農村・棚田について考えるため、地元住民に対しアンケートを実施しました。「あなたの所有する農地の跡を継ぐ人はいますか？」の問いに対する結果は、農地の跡継ぎは、住民八八人中、「いる」が四五人で、「いないし探していない」が三四人、「いないが探している」が九人というものでした。

跡継ぎが減るということは棚田の耕作放棄地

が増えるだけでなく、子どもの数も減り小学校も廃校になるなど地域への影響が大きいです。

このアンケート結果を踏まえ、私たちは地域には結婚適齢期の男性、女性を地域に呼び込む必要があると感じ、地域の信頼を得るために前述の通り棚田の大切さを伝える活動の一つとして婚活イベントの実施を自治会の役員さんに提案しました。

内容は悩んだ末、棚田への関心をもたらし、地区の良さを知ってもらえる内容に、さらにそこに楽しさを加え、婚活から棚田へアプローチする企画にしようと思いました。こうした考えが「農村deふれ愛ませんか？」に反映されています。

イベントのフィールドとして棚田を部外者が来て使うことについて、地元の人たちも賛同してくれました。

実は、棚田が大好きな私は棚田一枚を使って結婚式を挙げています。私と妻は、地域に移住した方が製作してくれたジャケット、ドレスを着て、NPO法人の牧師さんにも来てもらいました。そして、地元の人たちに祝っていただいた人前結婚式になりました。

手前味噌かもしれませんが、この結婚式が「棚田は稲の栽培だけじゃない。面白いことができる」と地域住民の方の意識を変えるきっかけになったのではないかと思っています。

地域全体で移住促進活動

今、考えていることは移り住んでくれる人を増やす仕組みづくりです。

「農村deふれ愛ませんか？」の実施を通して地

元の人たちの信頼を得られつつある私たちは、移住を促進するために、居住支援協議会を地元の人たちとともに立ち上げることができました。今までに約一四人の移住者を募ることができています。

さらに、うれしいことに役場の方々も積極的に移住促進とオーガニックの促進に取り組みされるようになり、座学や実技の体験の場の提供などを行うと同時に、既に移住した方や農業者への支援が行われています。今後いかに移住者が生計を立てていく仕組みをつくっていくかなど大きな課題がありますが、居住支援協議会とも連携してより良い方法を考えていきます。

「農村deふれ愛ませんか？」は今年も九月一八日（月・祝日）、二月二六日（日）に開催予定です。イベントの内容をより充実させ、結婚して移住してくださる方が増えるように尽力していきます。

私たちは今後も、棚田の大切さを広く伝える活動を続けることで、日本の農業を育み盛り上げていきます。将来的には棚田サミットを兵庫県で開催することも夢に描いています。

当初は、日本にとつてとても大切な棚田がなくなるという危機感から棚田を保全しようと作付けから始めた学生の活動が、今、地域の人たちや活動に賛同してくれる仲間たちとともに、さまざまな活動に発展したことに感動を覚えます。棚田や農村に興味を覚えた方はぜひ一度、私たちの活動フィールドへ訪れていただきたいです。そして、私たちの活動に共感をしていただけたならば、ぜひ一緒に楽しく活動し、棚田や農村から日本の農業を育み盛り上げていきましょう！

『コーヒーの科学』

『おいしさ』はどっで生まれるのか』

日部 幸博 著



(講談社・1,080円 税抜)

コーヒー好きの「なぜ？」に答える

青木 宏高

(NPO法人「良い食材を伝える会」理事)
そこは、東京・新宿の繁華街から逸れた路地を曲がった奥まった一角にある喫茶店。決まって月一度、会って打ち合わせをする。相手は、世界中を飛び回るカメラマンで、写真集『地球生活記』（福音館書店）は取材三〇年、一七〇〇余点の写真を収録した今世紀最高の一冊と称された。

彼はそこで、いつも不思議なコーヒーを飲む。手のひらに収まる小さなカップにドロリとした液体のトルココーヒー。次はモカである。アラビア半島イエメンのコーヒーである。内乱状態に入国の難しい国だが、彼は、この国の庶民の暮らしを何回も撮り続けていた。この日も砂糖なしではとても口に入らないコーヒーをスーと流し込む。一九七〇年代、痛烈なコーヒーの思い出である。

やがて、歌謡曲「コーヒールンバ」が大ヒット。喫茶店ブームが起こり、コーヒー文化は日本人の生

活の中にオシャレな雰囲気を含みながら定着していった。家庭で豆を挽き、サイフォンで淹れるコーヒー生活。そして、黎明期はやがて今日のコンビニに象徴される「まちカフェ」へ、日本のコーヒー文化は変化していく。

この本を書いた日部幸博さんは医学博士で、本職は基礎医学。バイオ系の研究者で、普段は大学で遺伝子研究や微生物学を講義する。学者の日部さんのコーヒー本出版の経緯が変わり種。自身の記述によれば、大学一年の頃、たまたまコーヒーが好きになって、インターネットのウェブサイトに「百珈苑」をみずから開設。「おいしさはどこで生まれるのか」を探求した結果が、一冊の本になった。

目次には「コーヒーってなんだろう？」「コーヒノキとコーヒ豆」「コーヒの歴史」「コーヒのおいしさ」「おいしさを生み出すコーヒの成分」「焙煎の科学」「コーヒの抽出」「コーヒと健康」が並び、どの項目も科学者らしい探究で、有無を言わせない。

個人的印象で確かな数字を持ち合わせないが、コーヒはおいしいと思う人の数だけ、おいしくないと言う人がいる気がする。日部さんはそこに於いて、化学分析をおこない、科学的に解明し、結論を得て、コーヒのおいしさとは、香ばしさと苦みを中心に、酸味その他のさまざまな要素が混然一体となって生まれる複雑さこそがおいしさという。

最後に、かの文豪バルザックは原稿に追われ、一日五〇杯飲んだと伝えている。

読まれています 三省堂書店農林水産省売店 (2017年6月1日～6月30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 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
4 逐条解説 農業協同組合法	農業協同組合法令研究会／編著	大成出版社	14,000円
5 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
6 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
7 アグリビジネス進化論 新たな農業経営を拓いた7人のプロフェッショナル	有限責任監査法人トーマツ・農林水産業ビジネス推進室／著	プレジデント社	1,500円
8 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
9 農業と農政の視野／完 論理の力と歴史の重み	生源寺 眞一／著	農林統計出版	1,800円
10 環境制御のための植物生理 オランダ最新研究	エペ・ファーヴェリンク、タイス・キールケルス／著、中野 明正、池田 英男 他／監訳	農山漁村文化協会	4,900円

農業競争力強化支援資金のご案内

農業および農業生産関連事業の健全な発展を目指して

良質かつ低廉な農業資材の供給、および、農産物流通などの合理化の実現を図るため、農業生産に関連する事業の再編を促進することを目的とした資金制度です。

■ 農業競争力強化支援資金の概要

ご利用いただける方	<p>「農業競争力強化支援法」に規定する認定事業再編計画に基づいて事業再編を実施する次に掲げる方（中小企業者^(注)に限ります。）</p> <p>①飲料食品（花きを含む。以下同じ。）の卸売事業者（米穀卸売事業者、生鮮食料品卸売事業者など）</p> <p>②飲食料品の小売事業者</p> <p>③飲食料品の製造事業者（小麦粉製造事業者、牛乳・乳製品製造事業者など）</p> <p>④配合飼料製造事業者</p>
対象となる事業	<p>「農業競争力強化支援法」の規定により農林水産大臣等の認定を受けた事業再編計画に基づいて行う事業再編の実施に必要な事業であって次に掲げるもの</p> <p>① 卸売、小売、製造もしくは加工のための施設の改良、造成もしくは取得</p> <p>② ①の事業に伴う特許権の取得 など</p> <p>③ 他の事業者の株式もしくは持分の取得または他の事業者との資本提携による支配関係の構築のための出資</p>
融資条件	<p>利率</p> <p>0.18～0.45%（2017年7月20日現在） ※利率は融資期間によって異なります。</p>
	<p>融資期間</p> <p>10年超20年以内（うち据置期間3年以内）</p>
	<p>融資限度額</p> <p>負担額の80%以内</p>
	<p>担保・保証人</p> <p>ご相談の上、決めさせていただきます。</p>

(注) 中小企業者とは、右表の条件を満たす会社および個人です。なお、協同組合などは、右表の規模を上回る場合でも中小企業者に該当します。

ただし、農事組合法人、社団法人・財団法人（一般・公益含む）、有限責任事業組合（LLP）の方は規模にかかわらず中小企業者に該当しません。

	基準	
主たる業種	資本金（会社のみ）	従業員
製造業、その他	3億円以下	または 300人以下
卸売業	1億円以下	または 100人以下
サービス業	5,000万円以下	または 100人以下
小売業	5,000万円以下	または 50人以下

※ご融資に当たっては審査があり、ご希望に沿えない場合がございます。

第六八回アプラカ理事会に参加

六月五〜八日の四日間、中国の北京にて第六八回アジア太平洋農村・農業金融協会（APRACA）※の

理事会および地域政策フォーラムが開催され、日本公庫農林水産事業本部特別参与の豊田浩司、情報企画部の五十嵐拓が出席しました。

今回の理事会では、二〇一三〜一八年の活動計画に基づく実施報告が行われました。さらに、APRACAメンバー拡大の方向性が確認され、中国、インド、フィリピン、シンガポールと新たな四つの機関の加入報告などが行われました。地域政策フォーラムでは、発展途

上国での貧困削減における農村・農業金融の役割について、中国および

イランによるプレゼンテーションが行われました。また、優良事例について、中国およびタイより発表がありました。

次回、インドで開催される第六九回APRACA理事会では、APRACAの四〇周年を記念したセミナーの開催が予定されています。

（情報企画部）

※アジア太平洋地域の農村・農業金融制度の改善を図るため、情報交換や研究・教育などの交流事業を行う機関です。日本では日本公庫が唯一の加盟機関となっています。



上：アプラカ理事会の様子
下：アジアの金融機関から多数の関係者が出席

農業経営アドバイザーの活動を推進

「農業経営アドバイザー活動推進協議会」の二〇一七年度総会を開催し、参加団体などから約三〇人が出席しました。本協議会は農業者の経営改善を支援する農業経営

アドバイザーの活動を促進する仕組みづくりとして、日本公庫が事務局となり昨年六月に設立。農業経営アドバイザーの輩出団体やユーザー団体など農業経営アドバイザー制度に関わる全国段階の関係団体を網羅する組織です。

総会では、来賓の農林水産省経営局金融調整課長の山口靖氏から「農業の成長産業化のためには農家の積極的な活動をさらに推進する必要があり、さまざまな面で農家に寄り添ったサポートが重要になる。効果的に経営支援をする体制づくりを考えていかなければいけない」とのお話がありました。

続いて、農業経営アドバイザーの連絡先、専門分野、初期相談費用などの情報を共有するアドバイザーの見える化を行ったことや、アドバイザーを構成員とする「農業経営アドバイザー連絡協議会」を四六都道府県に設置し、各都道府県や農

業団体と協力関係の構築を図ったことなど、一六年度の取り組み状況を事務局より報告しました。

意見交換では、「農業者にアドバイザーの必要性を認識し活用してもらうことで、農業者の成長とアドバイザーのスキルアップが図られ、双方が利益を得られる関係を築くことが大切」「アドバイザーの専門性を高め、高度な課題に対応できるエリートアドバイザーの創設が必要」など多くの意見・要望が挙がりました。これらの意見を活かしてさらに活動を推進してまいります。六月二六日、於・東京都千代田区公庫本店

（情報企画部）



今後の取り組みについて意見を交換し合う参加者たち

みんなの広場

平成29年7月の九州北部の大雨により被害を受けた皆さまに対しまして、心よりお見舞い申し上げます。

日本公庫では、農林漁業者などの皆さまに対して、本店および福岡支店、佐賀支店、熊本支店、大分支店の各農林水産事業に相談窓口を設置し、ご相談を受け付けています。ご融資やご返済に関するご相談に、政策金融機関として迅速、かつ、きめ細かな対応を行ってまいります。

■お問い合わせ先

本店 TEL:0120-926478
 福岡支店 TEL:092-451-1780
 佐賀支店 TEL:0952-27-4120
 熊本支店 TEL:096-353-3104
 大分支店 TEL:097-532-8491
 の各農林水産事業

◆『AFCフォーラム』はいつも興味を持って読んでいます。特に記憶に残っているのは、今年二月号の林業特集です。

私は中山間地域で農業を営み、わずかながら山林も所有しています。私の父たちが、将来の退職金代わりにと山に杉を植えました。

しかし、ご存じの通り一九六四年の木材の輸入全面自由化以降、急激に外材の供給量が増加し、国産材の価格は下落の一途をたどりました。

その結果、手入れされることのない山は荒れ、地滑りなどの自然災害のリスクは増すばかりです。

経済だけでは測れない森林を守ろうと、二月号に掲載された林業家の皆さんの懸命な山林経営姿勢に

感銘を受けるとともに、防災のためにも森林管理予算の必要性を感じました。
 (広島県庄原市 藤本勲)

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一-九-四
 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

AFCフォーラム Forum

■編集

鳴谷 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「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展の入賞作品です。

編集後記

◆農業競争力強化支援法が始動。関連業界や政策の動向に注目し、自身の経営を有利に進めてください。政策は支援、主人公は農業者です。

さて、稲作経営者の皆さまから、飼料米作付け増で米需給が引き締まり米価が上昇、業務用などで安価な輸入米に切り替わらないか懸念する声を聞きました。国産米が消費者に届かぬ矛盾は避けたいもの。(嶋貫)

◆「認知症」は病気と分かっているも、家族にとってもつらいものです。ね、「フォーラムエッセイ」の大久保さまもそのお一人。あんなにお料理好きだったお母さまの「作るのは好きではないわ」のひと言は大久保さまの心に悲しく響いたことでしょう。大久保さまが作るミートローフやお漬物をお母さまが召し上がったら何とおっしゃるのでしょうか。(小形)

◆「生産資材価格の引下げ」は農業や肥料など生産資材の価格が安くなることを狙い、流通の合理化を促すというのですが、現場からは「自分の経営に適した資材を選べる」ことが重要とする声なども聞かれました。政策は、主役である農業者一人ひとりの現場事情に沿って誰からも喜ばれるものであってほしいです。(城間)

◆オーデオとコーヒーが趣味の父の隣で、ジャズやクラシックをバックにコーヒー豆を挽く音と香ばしい香りを楽しむのが好きでした。今でもコーヒーは大好きでコーヒー関連の本も読みますが、「おいしさの感じ方」までもが数値で分析された「コーヒーの科学」という一冊に興味を湧きました。読者の皆さま、おいしいコーヒーをどうぞ。(上原)

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



食べて
応援しよう!
国産物を応援

始動！農業強化の支援法



『おじいちゃんと農作業～楽しかった収穫～』西山 青磨 兵庫県南あわじ市立賀集小学校

■AFCフォーラム 平成29年8月1日発行(毎月1回1日発行)第65巻5号(804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

【本誌価格476円】



