

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

1

2019

特集 日本酒・茶・出汁-「和」の未来



AFCフォーラム 1

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers 2019

特集

日本酒・茶・出汁-「和」の未来

3 日本酒を「選んでもらう」時代に活路あり

後藤 奈美

日本酒は特徴ある新銘柄や海外の好評価など可能性が十分ある。「選んでもらえる日本酒」を目指した品質とマーケティングの取り組みが必須だ

7 危機をばねに新規需要開拓に挑む茶産業

村田 泰夫

ティーバッグなど簡便性、茶飲料が広がりを見せる一方、需要の低迷が深刻なり一フ茶。変わる茶市場に業界はどのように対応しているのか。茶産業の今を追う

11 出汁市場の復活は海外、若年層を狙え

金子 弘道

かつお節製造業は国内で低迷が続く。業界は海外進出で活路を模索したり、若年層の新規需要を掘り起こすなど、出汁の普及に懸命だ。現状と今後の課題を追う

特別企画

15 平成30年度アグリフードEXPO輝く経営大賞 ～駆け上がる地域農業の担い手たち～

株式会社谷口農場／北海道

経営紹介

経営紹介

23 福光酒造株式会社／広島県

福光 寛泰

廃業した酒造の復活、と同時に、酒蔵を中心としたまちおこしに取り組む造り酒屋4代目。培った醸造技術を活かし、どぶろくとワインを造る

変革は人にあり

27 有限会社宮川洋蘭／熊本県

宮川 将人

島というハンディ克服にインターネットをフル活用。失敗エピソードも発信し消費者の共感を得て、現在、売上高の70%をネット関連で販売している

*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:深澤 武
新潟県十日町市
2014年撮影

日の出

■山の尾根に朝日が昇る。里山に新しい1日が始まる■

シリーズ・その他

観天望気

萌芽 奥田 徹 2

農と食の邂逅

青木 紀美江／神奈川県
青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) 19

フォーラムエッセイ

農家のいいとこどり 矢ヶ崎 静代 22

主張・多論百出

野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社
仲野 真人 25

耳よりな話 201回

乳房炎対策の研究 窪田 宜之 30

まちづくりむらづくり

6軒13人の集落に、23歳で単身移住
農村の「はぐくむ力」に希望の里づくり
スノーデイズファーム株式会社／新潟県十日町市
佐藤 可奈子 31

書評

小林 弘幸 著
『医者が考案した「長生きみそ汁」』
青木 宏高 34

インフォメーション

農林水産業の成長産業化に求められるもの-日本政策金融公庫農林水産事業懇話会- 情報企画部 35

みんなの広場・編集後記 37

ご案内

第12回アグリフードEXPO大阪2019 38

2月号予告

特集は「森林経営管理法がもたらす構造変化」を予定。昨年5月に成立した森林経営管理法は市町村を介し、小規模林家の経営を意欲ある担い手農家に集約するもの。新たな森林管理システムの構築により採算ベースの森林経営を基にした、森林の多面的機能の発揮と成長産業化の実現可能性について、課題も踏まえ考察する。

観天 望気

萌芽

フランスやイタリアの模倣から始まった世界のワインは、多様性の時代に入っている。アメリカ、チリ、ニュージーランド、スイスなど各国のワインは独自性を主張する。

この数年で日本のワインがおいしくなっていることにお気付きの方も多いと思う。日本ワインの品質が上がったのには理由がある。ワインを製造の立場から見れば、「原料ブドウ」と「発酵・熟成」に分けられる。後者は世界共通の技術であり、わが国の技術力は高い。それでも原料の状況は毎年違うし、高品質を得るためには、世界中の知識を得て利用することが必須である。

一方、「原料ブドウ」はワイン品質の七〇八割を決めると言われる。気候が異なるので、他国と同じものを作るのはナンセンスである。生で食べるブドウの廃物利用からスタートした日本ワインも、原料ブドウの品質に目を向け始めた。食べるブドウとワイン原料ブドウは求められる品質が全く異なる。モモ、ブドウ、サクランボ、ミカンなど果物の品質は世界一の日本である。ちよつと頑張れば、ワイン原料ブドウの品質はさらに急速に向上するはずだ。

そこで重要となるのは消費者教育だ。ある程度ワインを飲むようになると、知らない品種のブドウから造ったワインは飲まない。そこで、お気に入りの土地のお気に入りの品種、つまり「安心感」が重要である。各国の独自性があるので単純な比較はできないが、少なくとも日本の食事と合わせれば日本ワインはピカイチである。

ワインがおいしくなり、付加価値が上がれば、原料ブドウの単価も上がる。国土の狭いわが国には最も望ましい農業形態になり得る。その上、ワインツーリズムという形で観光客まで呼んでくる。一九七〇年代の米国ナパバレーは無名な産地だったが、今や高級ワインの銘醸地であり、カリフォルニアではデイズニールランドに次ぐ観光地である。

TPPやEPAによる海外ワインに対する関税の引き下げなど障壁もあるが、日本ワインは大きな産業への萌芽ほうがを含む。

山梨大学ワイン科学研究センター長 教授

奥田 徹

おくだ とおる

1964年愛知県生まれ。93年北海道大学大学院農学研究科博士課程修了後、山梨大学助手、講師、准教授を経て現職。専門はワイン学(Enology)。ブドウやワインの成分からワイン製造を研究している。日本ブドウ・ワイン学会事務局長。日本ワインコンクール実行委員会会長。趣味は尺八演奏。



平気だべ(大丈夫だ)

父の口ぐせを受け継ぎ

一〇〇種野菜栽培に取り組む

いつか畑にシェフも集まり

「食べ手」の経験を積みたい

農と食
の邂逅

青木 紀美江 さん

神奈川県三浦市

株式会社 青木農園 代表取締役

東京都内のレストラン約八〇店舗に一〇〇種の野菜を供給する。就農は一八歳のとき、祖父や父の後背を抛りどころに野菜栽培の技や農魂を学ぶ。ダイコン、キャベツの一大産地の三浦半島で新たな農業を開拓する。





P19:三浦半島は時に強い風が吹く。畑では野菜の周りの草をあえて残す。「草が風から野菜の表面を守ってくれ、野菜肌がきれいになる」と紀美江さん P20:相模湾を望む畑にて(右上) 出荷直前の鮮やかな色の野菜たち(右下右) 出荷先は関東圏のイタリアンやフレンチのレストランが多い(右下左) 紀美江さんと父・喜一さんの他、女性3人が手伝っている。ホームページで紀美江さんの野菜作りの考えに共感し、応募したそう(左)

「平気だべ」精神を受け継ぐ

畑に立つと、目の前に相模湾が広がる。晴れた日にはその先に富士山が見える。「連なる山並みは、まるで仏様が横たわっているみたいだろう」と祖父がよく言っていました。富士山が仏様の掛け布団みたいだろうと。ここからの眺めが大好きです」と青木紀美江さん(四七歳)は言う。

温暖で土壌も肥沃な三浦半島はダイコンやキャベツなど大型野菜の産地として知られる。現在もこの二品目に特化する生産者が多い中、多品目のレストラン向け野菜を作る青木農園は異色の存在だ。「こういう農業の形になったのは、先祖からのDNAかな」と紀美江さんはほほ笑む。

祖父の故・元次郎さんは、メロンの栽培を三浦半島では真っ先に取り入れた。キャベツとダイコンを畝ごとに混植するという珍しいことにも挑戦したという。父の喜一さん(七一歳)は、二〇年以上前、三崎港を訪れる人に野菜を直売する「三浦朝市」の運営を始めた。朝市への参加を機に生産品目を増やしていった。

二〇〇九年、紀美江さんが経営主となり、レストラン向け野菜に軸足を置くようになった。一・四畝の畑でサラダケール、ステイックセニョール、ワサビ菜、三太郎大根、アヤメ雪カブ、アーティチョーク、ヒノナカブ、黄カブなど、年間約一〇〇品目を作る。周りに倣うのではなく、新たなチャレン

ジをする「DNA」を紀美江さんは確実に受け継いでいる。現在、植え付けなどの作業は父と紀美江さんで行うが、収穫は紀美江さん一人で行なう。一六年の法人化を機に、土曜日のみ出荷作業を休みにしたが、畑仕事に休みはない。その上、野菜の受粉用に養蜂を手掛け、採卵鶏三〇〇羽も飼育している。「父の口癖は、『平気だべ』『今から種まいても』間に合うべ』です。私も『平気だべ』を受け継いでしまったのかもしれない」と笑う。

東京都内のレストランを中心に約八〇店舗に納める。これだけ販路を確保できるようになったのは、営業専門のスタッフの存在が大きい。三浦半島の野菜を専門に扱う仲買業者出身のスタッフがレストランへの営業や折衝を全面的に担う。そのおかげで、紀美江さんは生産に専念できるという。

祖父や父の教えが財産

何を作るかは種苗メーカーのカタログから選ぶことが多いが、レストランからのリクエストで作るものもある。種まきや収穫の時期などの目安はパッケージに記載されているが、一年目は実際に作って手応えをつかみ、自分なりの栽培暦をつくり上げる。就農した一八歳のときから祖父や父から教わったことが拠りどころとなっている。祖父は、『ここをこう剪定しなさい』という教え方は一切しなかった。「トマトの収穫期間を長くするには、紀美江ならどうするか」と

聞いてくれた。紀美江さんは木の這わせ方を工夫したり、いったん木を地表に下して、新芽が出る部分にビニールをかぶせて温度を上げたりとあらゆる可能性を試す癖を身に付けた。紀美江さんが成人式を迎える直前、祖父は亡くなったが、「教えは今も私にとって財産です」



喜一さんとともに(右) 青木家の屋号は元次(もとじ)。地元では「元次の紀美(きみ)ちゃん」と呼ばれているそう(左)

農家に生まれ、そのまま就農の道を選ぶことに迷いや反発はなかったのか。「全く。反抗期もありませんでした」と笑い飛ばした。小学校の頃、学校が終わると両親が作るダイコンやキャベツを入れる段ボール折りが紀美江さんの日課だった。「今日は何箱(折るの)？」と率先して仕事の段取りを組むほど

だった。体が丈夫でない祖母の面倒を見て、そして買い物にも出掛けた。そういう姿を見るにつけ、親戚から「紀美ちゃんは立派な後継ぎだね」と言われた。「あの言葉に洗脳されたかも(笑)。でも、私自身「私がやらずに誰がやる」という気持ちでした」――。

地元の農家との連携も

責任感の強さは、取引先との接し方からも伝わる。レストラン向けには、畑の状態を見て収穫できる野菜を詰め合わせ「おまかせ」で送ることが多いが、一定期間は同じ野菜を出荷できるように心掛けている。レストランでは、短くても三カ月間は同じメニューを提供することが多いからだ。「天候が悪く、予定通り出荷できません」で済ませる訳にはいかない。万一の天候不順を折り込み、注文量より多めに作付けすることはもちろん、どうしてもそろわない場合は、注文に近い種類の野菜をそろえて入れる。

野菜の色にも気を配る。懇意にしているシェフの「真っ白な皿に飾ることを考えながら野菜を作って」という一言が胸に刻まれているという。同じ野菜でも異なる色のものを作るようにしている。

その一方で、食べる人の感覚を持ち続けるため、女性がよく見る生活雑誌にも目を通す。流行や話題の作物をこまめにチェックするためだ。

紀美江さんの確かな技術力とスタッフの営業力が相乗効果となり、取引先のレスト

ランから厚い信頼を得ている。紀美江さんが作るベビリーフの味に感激して以来、毎月農園を訪れて、作業を手伝うシェフもいる。

青木農園の野菜作りが周囲の農家に影響を与え始めた。ダイコン、キャベツに加え、「新たな品目を作りたい」という後継者たちがちらほら出てきた。そこで、紀美江さんは若手農家に、畑の空く時期に無理なく栽培できる品目を勧め、収穫した野菜は青木農園の販路に乗せて販売している。「農家の増収になれば」と応援する一方、「追い掛けられる立場として、次の一手を考える時期に入ったということかもしれない。作物も販売方法も今のやり方を絶対視せず、臨機応変に考えていきたい」と紀美江さん。体の中で、青木家の血が騒ぎ始めているようだ。

紀美江さんの夢は、紀美江さんの野菜、知り合いになったシェフたちを合体させ、レストランを時折開くことだという。料理はシェフに任せ、この時ばかりは紀美江さんは作り手ではなく、食べ手に徹したいそうだ。「人が集まれば情報も集まる。集まる人や情報が増えると、交通整理が大変だけれど、それを上回るパワーが生まれる気がします」――

ハウスで、最初に取引が決まったシェフから絶賛されたというベビリーフを試食させてもらった。メインの料理を引き立てるやさしい味。紀美江さんの人となりが見られているようだった。

(青山浩子／文 河野千年／撮影)



皆さま、「農の生け花」をご存じですか？

これは、身近にある野菜や庭の花を花材に、農具や民具を使い生ける農家の生け花です。故・横井友詩枝先生が考案されました。

わたくしは、お友達に誘われ試しに習いに行ってみましたら、決まりも流儀もなく農の心で自由に生けていい、ということにとでも引かれて。何年前のことだったかしら、もうス——ッと、農の生け花の世界へ入ってしまいました。

花材には例えば、うちで作るブドウ、キウイフルーツ、かんきつ類や、庭の栗、柿、梅、小菊に芍薬、さらには畑のサツマイモ、サトイモなどと、本当に身近なものばかり。花や実だけでなく枝葉にツルなど、あらゆるすてきね、と感じた部分を全て使うのが特徴でしょう。また、花展の時期から逆算して花材として使ってみたい野菜、花も植えておられます。ウコンは、美しい白い花はもとより根っこがなんとも魅力的でしたので、上下逆転させて根っこを花に見立てて生けたら、とても面白い作品になりました。

器は、家の物置の奥をゴソゴソやっていたら、唐箕とうみが出てまいりました。大きなものですから数人で運んで、溜まった埃をきれいに洗って拭いて。花展で利用したら、ご年配の方は懐かしそうに、若い方は何だろう？って、皆さん興味を持って見てくださっていました。唐箕も、さぞやうれしく感じたことでしょう。

いまの時期は寒いですから、炭を円になるように置いて、その上にとウガラシを山状に組み上げると、ほら、温かな炎。想像力を働かせると世界は無限に広がります。先般、横井先生のご縁でフランス大使館で農の生け花体験会を催しましたが、フランスの方もとても楽しそうに生けていました。

お花屋さんに行けば色、形さまざまに美しい花を手に入れることができます。それは本当に素晴らしいことです。一方で、身近なものを使うからこそ季節感あふれるものとなり、人様にも愛でていただける農の生け花には、農家ならではの豊かさを感じます。ですから、農の生け花は、農家のいいところりって、そんなふうにならわたくしは思っております。



「農の生け花愛好会」東京グループ代表
矢ヶ崎 静代

やがさき しずよ
1949年東京都生まれ。東京都西東京市で50年続く矢ヶ崎ぶどう園の2代目。昔から愛されている紅伊豆やシャインマスカットなど真心込めて育てている。「農の生け花」では、2018年10月に開かれた第11回「農の生け花」愛好会」全国の集いで開催実行委員長を務めた。

農家のいいところり

野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社
上席コンサルタント

仲野 真人



●なかの まさと
一九八二年千葉県生まれ。立教大学卒業後、野村證券株式会社入社。二〇一一年より現職。六次産業化プランナー。全国の六次産業化優良事例調査やアグリ分野へのコンサルティングに関わり、地産地消輸出など幅広い分野における知見とネットワークを有する。

地

域活性化を掲げて全国各地で「地域商社」が設立されている。しかし、必ずしも全ての「地域商社」が軌道に乗っているわけではないように感じる。それはなぜか。

そもそも、経済産業省では「地域商社」事業を、①農産品、工芸品など地域に眠る魅力ある産品やサービスの販路を、生産者に代わって新たに開拓する、②地域との連携、観光など異分野との連携なども含め、域外から投資を呼び込めるようなビジネスモデルをプロデュースする、と定義している。

しかし、実際のところはどうしても「商社」という言葉に惑わされてしまい、単に地域のものを集めて県外に販売するという、①にのみ捉われてしまっている事例も多い。

地域商社の役割として①と②はいずれも重要ではあるが、地域活性化に「面」で貢献することを第一義に考えると、「地域商社」にとってより重要なのは、②の「ビジネスモデル」をプロデュースすることである。

「地域商社」のビジネスモデルは主に、「地域外で商品販売する（地産外消）」と「地域内に人を呼び込み商品販売する（地産地消）」の二つに分けられる。もちろん、それぞれにメリット・デメリットがある。前者の場合、首都圏にいる富裕層をターゲットにすれば、高付加価値商品が売れる一方、全国各地から特産品が集まるが故に、当然競合も多い。後者の場合、その地域の観光地や商業施設にも人が訪れる、いわゆる「着地型観光」によって地域全体の活性化が狙える一方、観光客を呼び込むには、交通手段や宿泊施設などのインフラまで整備しなければならない。つまり、「地域商社」には「地産外消」と「地産地消」を組み合わせたビジネスモデルをプロデュースする能力が求められるのである。

しかし、このようなノウハウを有する地域商社を一から立ち上げるのは容易ではない。実際、全国各地の地域商社にはゼロベースから立ち上げられた事例も多く、いきなり事業を軌道に乗せている成功事例

は少ない。

そ

ここで提案したいのが、全国の直売所・道の駅を「情報発信拠点」として活用し、そこを核とする「地域商社」である。全国の直売所の数は二万三四四〇（注1）に達し、近年、観光施設として人気が高まっている道の駅は現在、全国に一一四五件が登録されている（注2）。一方で、スーパーマーケットが全国に約二万一〇〇〇店舗、コンビニエンスストアは約五万六〇〇〇店舗にまで拡大している。日本の人口は二〇〇八年の一億二八〇八万人をピークに減少の一途をたどっており、今後、特徴のない直売所・道の駅についても淘汰が進むことが予想される。

直売所や道の駅は、地域の特産品が集まる仕組みがすでに構築されている。その仕組みを土台として、地域に合わせたビジネスモデルをプロデュースすることによって、地域商社と直売所・道の駅双方がウィン・ウィンになる可能性が高い。

「情報発信拠点」を核とした「地域商社」の事例として、長崎県大村市にある有限会社シユシユを挙げる。同社は直売所やレストランなどの複合施設「おおむら夢ファームシユシユ」を運営しており、年間約四九

万人が訪れている。また、耕作放棄地で生産した芋で造った芋焼酎「どっこらしよっこらしよ」や「団塊の華」、JA青年部とのコラボ商品「ながさきイケ麺うどん」¹「ながさきイケ麺そうめん」²など、商品開発に取り組むことによって多くの特産品を生み出している。

それだけではない。同社はグリーンツーリズム協会の事務局も兼務し、地域の二〇カ所の観光農園と連携している。このため、果物狩りは観光農園で、食事やお土産は「おおむら夢ファームシユシユ」でという、まさに地域の「農業」を主体として、観光など異分野とも連携したビジネスモデルをプロデュースしているのだ。

全国各地において、「地域商社」機能が求められているのは間違いない。しかし、重要なのは、ビジネスモデルをプロデュースするソフト面の機能であり、地域の特産品と地域の伝統・文化を融合させ、地域全体を巻き込んだビジネスモデルを構築することである。全国に名ばかりの「地域商社」が乱立してしまわないことを祈るばかりだ。

注1 農林水産省「平成二八年度六次産業化総合調査」より

注2 国土交通省HP（二〇一八年四月二五日現在）より

地域商社は直売所・道の駅と融合し、地域の魅力を発信するビジネスモデルを開拓せよ

乳房炎対策の研究

農業・食品産業技術総合研究機構動物衛生研究部門
北海道研究拠点 北海道研究調整監

窪田 宜之

現

在はさまざまな農産物の輸出促進が提唱されており、和牛はそのトップランナーである。売り上げを伸ばすには、畜産物の個性を押し出す以外にも、生産性の阻害要因を減らす方法がある。

というのは、生産性向上のために家畜数を増やすと、どうしても病気が出やすくなる。乳牛にとって、天敵とも言える疾病が乳房炎である。乳房炎に感染した乳牛は、乳量の減少、乳質の悪化など、生産性が大きく低下する。場合によっては淘汰の必要もあり、農業経営に大きな影響を及ぼす。

乳房炎は、搾乳時の衛生管理の不備、ストレス、餌の変更など、さまざまなことをきっかけに発生する。人の手やミルクなどを介して牛に伝播し発症した乳房炎は、自然治癒がほぼ期待できない。

また、抗生物質治療に対しても治癒率が低い。そこで当北海道研究拠点では、乳房炎対策として、ワクチンと抗生物質に代わる薬剤の開発に取り組んでいる。

ま

ず、ワクチン開発について。乳房炎を起す原因菌は複数あり、代表的原因菌の一つとして黄色ブドウ球菌(以下「SA」)が挙げられる。SAによる乳房炎には、全身症状と乳房の状態に変化を認めない潜在性から激



実験中の牛の乳房。一般の人がこの角度から乳房を見ることはまずない。乳房は四分房に分かれており、乳房炎は分房ごとに起こる。場合によっては乳管がつぶれて乳が出なくなることもある。

しい症状を示す臨床型があり、いずれも経済的被害が大きい。われわれはSAの死菌を、ナノゲルと共に牛の鼻腔に投与することで、黄色ブドウ球菌に対する免疫をつくり出す方法を開発した。このワクチンの投与後にSAを感染させると、投与していない群と比較して、乳汁中のSA数が減少する。

また、難治性乳房炎の原因である連鎖球菌(ストレプトコッカス・ウベリス)のワクチン開発も行っている。この研究

では、免疫効果の増強剤との組み合わせによるワクチン開発を考えている。

次に、乳房炎治療のための抗生物質に代わる薬剤の開発だが、具体的には、牛のサイトカイン顆粒球・マクロファージコロニー刺激因子(以下「GM-CSF」)が候補である。GM-CSFは血液の未分化な細胞に働いて、

顆粒球や単球に分化誘導させる機能を持つ。顆粒球や単球は体の中に侵入した異物を細胞の中に取り込んで殺菌する。GM-CSFの投与は、病原体を排除する細胞を増やすことを意味している。実験の結果、約八〇%のSAによる乳房炎自然発症牛に体細胞数の減少などの効果があったことが示されている。

われわれの研究が、将来の乳房炎減少の一助たらんことを願う。

F



Profile

くぼた たかゆき
1958年高知県生まれ。北海道大学獣医学研究科博士課程修了後、農林水産省家畜衛生試験場入省。農林水産省農林水産技術会議事務局、農研機構動物衛生研究所を経て現職。主な研究対象は免疫システムや細菌感染症など。

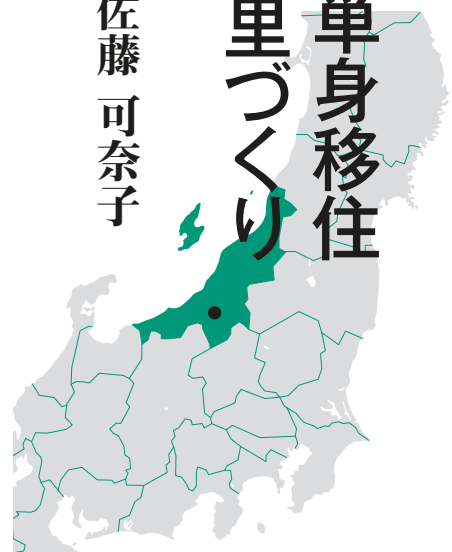


六軒二三人の集落に、二二歳で単身移住 農村の「はぐくむ力」に希望の里づくり

新潟県十日町市

スノーデイズファーム株式会社 代表取締役社長

佐藤 可奈子



地域の元気づくり

アフリカのことわざに「子ども一人育てるには、村一つ必要」というのがあります。同様に、私たちの活動拠点である新潟県十日町市の池谷集落の人は「昔は保育園なんてなくて、村が保育園のようなもんだった」と言います。私は農村が持つ基本的力に「人をはぐくむ力」があると思っています。そこで、「人をはぐくむ」を視点に「もづくり」と「場づくり」の実現に向けて奮闘しています。

まずは、池谷集落をご紹介します。最寄駅は北越急行ほくほく線の十日町駅です。十日町市の中心地から車で三〇分ほどの場所にあるこの集落は、真冬には四日近く雪が積もる中山間の豪雪地です。

二〇〇四年に発生した中越大地震では甚大な被害を受け、震災直後から国際NGOのJENがボランティアを送り出して復旧支援をした

り、NPO法人による活性化活動が行われています。

私は一二年、二三歳のとき、池谷集落にインターンしました。一年目は、集落の人がつきっきりで農業（水稲、五〇種類以上の野菜）を教えてくださいました。二、三年目は水稲、ナス、エダマメなどで農業研修をしました。四年目は、個人事業者として独立、スノーデイズファームの前身となる農園「かなんファーム」を立ち上げました。

あわせて農業を通じて地域の価値をつなぐと活動してきました。都市と農村をつなげる活動として公益社団法人中越防災安全推進機構が発刊する機関誌『移住女子先信Chuciu』の発信や機構が開催する「全国移住女子サミット」に移住女子の一人として積極的に関わったり、農業女子でユニットを組み女性用農作業着「NORAGI」を開発・販売、また若手農業者のグループをつくり農業と街の異業種の方たちと「農業×異業種」の掛け合わせでコラボプロジェクト

クトを行うなど、地域の元気づくりに力を注ぎました。

夏休みボランティア

私が池谷集落と出会ったのは一〇年前、大学三年生のときです。私は、大学でアフリカの紛争解決や難民支援について学び、アフリカなど海外によく足を運んでいました。でも、海外で活動を重ねるにつれ、単発な関わり合いではなく、もっと現場に入り解決に携わることにはできないだろうかと考え始めていました。

そんなときに、JENが池谷集落の復興支援をしていることを知ったんです。早速夏休みを利用して、農作業ボランティアとして池谷集落を訪れました。当時、池谷集落は六軒二三人のいわゆる限界集落と呼ばれる所でした。

池谷集落で農作業のやり方を教わったり、ご飯と一緒に作って食べたりと、地域の人と触れ合ったことが私の大きな転機になりました。

profile

佐藤 可奈子 さとう かなこ

1987年香川県生まれ。2011年立教大学法学部卒業後、新潟県十日町市の池谷集落に移住、就農。13年、移住女子発信フリーペーパー『ChuClu (ちゅくる)』を発刊。14年農園「かなやんファーム」設立、結婚。15年出産。16年、農園を「雪の日舎」に名称変更。内閣府の「女性のチャレンジ賞」を受賞。18年、「スノーデイズファーム」として法人化。

スノーデイズファーム株式会社

2018年に設立。池谷集落の中で作物・暮らし・子どもを育む喜びを手渡せる、持続可能な社会をつくることを目指す。事業内容は農作物の生産・商品開発・販売、ECwebメディア「雪の日舎」運営、キッズファームウェアブランド「NORAGI」制作・販売、住宅や事務所の新築・リフォーム設計業務、施工、古民家再生・改修など。

池谷集落のお母さんがつくるごはんはおいしくて、農作業後ということもあっていつももりもりと食べていました。「東京に戻ったらまたダイエットしなきゃ」と私がつぶやいたとき、集落の人が「ダイエットなんかせず、今のままでいいのに」と驚いていました。「太い指？ いっぱい働いてる手じゃないか」おいしそうに食べている姿がいちばんかわいい」などとみんなびっくりしたように言ってくれたんです。

集落の住民は前向きな人ばかり。集落を存続させたいという想いで一つになっていました。震災のボランティアさんとまちおこしに取り組み、実際に限界集落を抜けたんです。

たくさん情報や「こうあるべき」という他人のものさしが錯綜し変化し続ける時代にあつて、

農業は正直であり、農業がつくる地域の中で「ありかた」を私は学んだ気がします。「こんな大人になりたい。池谷集落の価値をつなごう」。こう考えた私は、内定が決まっていた広告代理店を断り、大学卒業後すぐに池谷集落に移住したんです。

子育てと農業でフラフラ

さて、移住して数年後、ある時地元で建築業を営む男性と知り合いました。縁あって彼と結婚し、あれよあれよと言う間に、出産、子育てが始まりました。どんな生活だったか少し紹介しましょう。

池谷集落には空き家がないため、結婚するまですつと、私は廃校になった分校に住んでいま

した。結婚後は夫の家族と同居したので、片道二五分の通い農業が始まりました。

農家に産休や育休はありません。私が働かなければ、収入がゼロ。都会からのボランティアさんや農作業の師匠、そして夫や夫の親戚たちに助けられました。

私はつわりがひどくて入院したり、舗装されていない農道の軽トラ運転でよくお腹を痛め、ほ場にも行けない日々が続きました。産後は授乳の睡眠不足でフラフラになりました。みんなが手伝ってくれてどうにか切り抜けることができました。

このようにばたばたの毎日でしたが、一つうれしい気付きがありました。私は、農業も子育ても「はぐくむ」という意味で共通すると気が付い



上：日々の農作業のかたわら、子どもも鋤を持って畑へ
下：限界集落を脱し、若年層の来訪も多いです

たんです。

はぐくむ力を感じる

農業では作物をよく観察して、より育つ環境をつくりまします。一方、子どもをよく観察して、子ども自身が育つ力をサポートするのが子育てです。

「はぐくむ」という言葉は私の幸せのキーワードになりました。ですが、「全国移住女子サミット」で都市の女性と話すと、子育ての不安、孤独の不安などを抱えている人が多いんです。

そこで、私はここ、池谷集落に女性に来てもらい、温かい集落の人たちの中で、人を育むこともつながらる農業に関わったら、かつて私が感じたように、心の中の不安が解消されるのではないだろうかと思いました。子育て世代や若い世代の女性こそ農村に合っているんじゃないかって強く思っただけです。私は、すぐに行動を開始しました。

まず、私が抱えた悩みがないようにしよう。そして、女性が安心して自分をはぐくめる場所にしたい。このようにして、女性を受け入れられる素地をつくるための新しい農園づくりが始まりました。

まずは、チーム編としました。幸い、私の考えに賛同してくれる仲間が増えました。農家、元・保育士、管理栄養士、地域福祉コーディネーター、一級建築士という「はぐくみのプロ」に声をかけ、六人体制になりました。業種、性別、働き方の壁を超えて多様性を取り込むことで、大きな力が発揮される力強い人たちです。

かつて農村は暮らしと子育て、仕事がかつ

ちやに混ざり合った中から価値が生まれていました。再び暮らしと子育て、仕事を地続きにし、そのなかからものづくりをすることだと思えました。よって、三つの事業を決めました。

一つ目は「農業生産」。実践者として、自ら産み、学び続け、心を動かし続けること。

二つ目は、商品開発。豪雪農業が生む哲学を、目に見える形にし、同じように悩み迷いながら人生の旅をしている誰かの「旅のお供」をつくること。

事業最後の三つ目は、メディア運営です。悩み迷いながら歩む、私たち自身の旅の記録をちゃんとすることでした。

「農村まるごと幼稚園」目指す

農業生産は山の湧水を使って育てた米の生産が中心。商品開発は、雪の日のお茶飲み文化をつなぐための「蜜干し芋」の加工・販売をしています。九軒の地元農家と契約し原料のサツマイモを栽培してもらっていますが、生産者と販売数が年々増加してきたので、近いうちに自社加工所を持つ予定です。

また、里山で子どもの味覚と感性を育む、カボチャを使った「雪国こどもおやつ」も来春販売予定です。最近新潟県三条市で一〇〇年以上続く鍛冶屋さんと、子ども用農具「こども鋏」を共同開発しました。これは、畑に行った子どもが、大人と同じことがやりたいと駄々をこねたのがきっかけで生まれたものです。

そして、商品化の基準を次の三つに決めました。「自分たちが一番ほしいものであり、誰かに

も必要とされるものであること」「未来の地域を生きる子どもたちを育てるものであること」「農業の生む価値で子どもたちの感性を伸ばす」「彼らが育つ環境をつくるものであること」「子どもたちがチャレンジしたくなる環境をつくる」です。

実は、後の二つは農業そのものです。農業は、作物自身の育つ力を伸ばすこと、土壌・周辺環境など育つ環境づくりを行うこと、という二つを行う仕事です。農業を通じて地域と向き合うなかで、人のあり方が地域を形づくるのだと感じてきたからこそ、農業や農村の「人をはぐくむ力」を活かし作物だけでなく、人を育てたいと思いました。人を育てることで農業や農村の価値をつなげたい。

将来的に目指すのは「農村まるごと幼稚園」です。農村には子どもが遊ぶ場所、遊ぶ道具がたくさんあります。大人が畑で働くすぐ横で子どもたちが遊び、地域の人たちも子どもたちを見守る。そんなフィールドの中で、ものづくりをしていきたいです。

都市の若者と話すと、彼らの本当に知りたいことは、「地方の魅力」「地方の企業」でも「移住支援」でもなく、生き方や暮らし方なんだと分かりました。暮らしと仕事の中に、当たり前に子どもがいる、地続きな生き方を提案していきたいと思っています。

私たちの取り組みは始まったばかりで、規模も大きいとはいえません。でも、農村や農業の可能性を発信していきたいと思えます。ぜひ、応援をよろしくお願いします。

『医者が考案した
「長生きみそ汁」』

小林弘幸 著



(アスコム・1,300円 税抜)

日本人に合った最強の料理

青木 宏高

（NPO法人「良い食材を伝える会」理事）
日本人の平均寿命は女性八七歳、男性八〇歳の世界に誇れる長寿国。望みは「びんびんコロリの一生」である。それには、やはり健康な身体である。毎日の椀一杯のみそ汁が元気で、長生きの身体をつくるというのが、本書である。著者は順天堂大学教授で自律神経研究の第一人者。日本初の便秘外来の開設や腸内環境を整える食材の紹介、関連ストレッチの考案、さらにプロスポーツ、アーティスト、文化人などのコンディショニングアドバイザーなど実践活動は幅広い。

本書はみそ汁の効能を解き明かし、健康の手引書になっている。著者の小林教授がなぜ「みそ汁」に着目したのか。なぜそれが「長生きみそ汁」になるのか。そこで重要なのが組み合わせ。白味噌、赤味噌、玉ネギ、リンゴ酢の四つの食材の組み合わせである。これが最強の効能を発揮する。

理由は、白味噌に含まれたギャバがストレスを軽減し、赤味噌のメラノイジンが血糖値の上昇を抑え、玉ネギのケルセチンが血管年齢を若返らせ、リンゴ酢にはリンゴポリフェノールの強力な抗酸化力がある。これらが身体をよみがえらせるといふわけである。四つの組み合わせを一つの味噌玉にして常備する。この味噌玉が小林教授考案の「長生きみそ汁」の源なのである。味噌玉の作り方は簡単。玉ネギを搾りおろし、白味噌、赤味噌、リンゴ酢をよく混ぜ合わせて製氷器に入れ、冷凍庫で二〜三時間凍らせる。これでシャーベット程度の固さの「長生き味噌玉」が出来上がり、フォークで刺せば簡単に取り出し、好みの食材を入れれば「長生きみそ汁」は出来る。本書には六七種類のみそ汁レシピが紹介されている。

長寿の食生活調査を長年行ってきた食文化史研究家の永山久夫著「江戸の食ごよみ」によると、江戸の一日は朝のみそ汁でスタートし、みそ汁の良し悪しが一日の仕事に影響するほどで、同様に江戸の料理書『本朝食鑑』には、味噌の効能について「上下四氏ともに朝夕に用い、穀食のたすけにしているもの」で、「一日もなくてはならぬもの」と記されている。

味噌の原料は大豆。「いのちの食」を求道する料理家の辰巳芳子さんは大豆自給率の低さを憂い、「大豆一〇〇粒運動」を全国に広げている。「お米と大豆があれば、日本は生きのびられる」。ご飯とみそ汁の国なのである。

読まれています 三省堂書店農林水産省売店 (2018年11月1日~11月30日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 サカナとヤクザ 暴力団の巨大資金源「密漁ビジネス」を追う	鈴木 智彦／著	小学館	¥1,600
2 農業崩壊 誰が日本の食を救うのか	吉田 忠則／著	日経BP社	¥1,800
3 スマート農業のすすめ 次世代農業人【スマートファーマー】の心得	渡邊 智之／著、 産業開発機構／編	産業開発機構	¥1,800
4 「複合林産型」で創る国産材ビジネスの新潮流 川上・川下の新たな連携システムとは	遠藤 日雄／著	全国林業改良普及協会	¥3,000
5 食料・農業・農村白書（平成30年版）	農林水産省／編	日経印刷	¥2,600
6 日本の森林管理政策の展開 その内実と限界（これからの森林環境保全を考えるⅠ）	柿澤 宏昭／著	日本林業調査会	¥2,000
7 土・牛・微生物 文明の衰退を食い止める土の話	デイビッド・モントゴメリー／著	築地書館	¥2,700
8 欧米諸国の森林管理政策 改革の到達点（これからの森林環境保全を考えるⅡ）	柿澤 宏昭／著	日本林業調査会	¥2,000
9 世界の林道 上・下巻	酒井 秀夫、吉田 美佳／著	全国林業改良普及協会	各¥4,000
10 ビレッジプライド「0円起業」の町をつかった公務員の物語	寺本 英仁／著	ブックマン社	¥1,600

農林水産業の 成長産業化に 求められるもの

日本の食と環境を支え、地域経済の中核的な役割を担うトップリーダー。農林水産業関係の経営課題解決に果たす役割を話し合いました。

日本政策金融公庫は二〇一八年一〇月に統合一〇周年の節目を迎えました。これを機に、一〇月二四

日、東京都千代田区にある本店において、農林水産業および食品産業各分野のリーダー経営者にお集まりいただき、「農林水産事業懇話会」を開催しました。

懇話会では、農林水産業、食品産業を取り巻く経営環境を踏まえ、直面している経営課題について意見交換を行いました。

日本公庫農林水産事業では、貴重な意見や提言などを今後の事業運営に活かすとともに、引き続き、農林水産業、食品産業に携わる皆

さまの経営発展を支援してまいります。

他産業並みの環境整備を

近年、さまざまな業界で人手不足が問題となつていきます。特に仕事

がきつというイメージのある農林水産業、食品産業では深刻な経営課題となつていきます。公庫が毎年実施している「農業景況調査（二〇一八年七月）」でも、雇用状況DIが過去最低水準であるマイナ

ス三七・四ポイントを記録しています。この人材に関する課題に対し、まず「他産業並みの労働環境整備

の必要性」が訴えられました。

懇話会参加者が行っている労働環境整備の取り組みとして、「宿舍や託児所などの整備」「週休二日制、育児休暇などの導入」などが紹介されました。

次に、「省力化の推進」と「農林水産業の魅力伝えるための情報発信」の重要性が挙げられました。

これらは、人材の定着や人材を呼び込むためにも必要なことであり、省力化の推進については「機械化による作業の軽減や、作業工程などの見直しによる作業の省略の推進」の必要性が議論されました。魅力の情報発信については「農業

高校に、積極的に出前授業をしている」といった取り組みや「別の視点も持つ異業種にアピールすることも大切」などの意見が出されました。

また、特に若者に関して、「企画力やプレゼン力が秀でていいるなど若者が持つ能力を発揮できるように適材適所に配置をしている」「カンパニー制を導入して、事業を任せられている」といった取り組みが紹介されました。人材募集にはインターネットやLINEなどネットワークの活用が必要ではないかとの意見も出されました。

なお、公庫に対しては、労働環境



施設の整備や機械化を進める際の投資に柔軟な融資が期待されています。

事業承継で地域を支える

事業承継も多くの経営者が抱える経営課題の一つです。

公庫が実施した担い手農業者を対象とした「事業承継に関する調査(二〇一八年七月)」では、事業承継時の課題について、「経営ノウハウの継承(五二・五%)」「生産技術の承継(四七・二%)」「事業の将来性(三八・三%)」などが挙げられています。

懇話会参加者からも「後継者の育成や事業承継に悩む経営者は多い。経営者の想いに沿ったアドバイスを求めている」などと現場を代弁する意見がありました。

一方で、参加者には、後継者がいない経営の受け皿の役目を果たしている方もおり、「M&Aも事業承継の一つの形ではないだろうか」「後継者不在の経営を引き継ぐことが、地域の農林水産業を支えるためにも必要」といった意見が出されました。

公庫に対しては、事業承継やM&Aに関する、よりタイムリーな情報提供、アドバイスが求められ

ました。

リーダーたちのGAP活用

小売業に労働環境などに配慮した食料品を扱う動きが出ています。

懇話会参加者も認証取得の理由を「近年、販売先から求められることが多くなってきたので対応している」と話します。一方、「販売面のメリットというより、GAP認証に取り組むことで、リスクや安全ということについて社内の共通認識を図れたことに意義がある」といった社内への波及効果を重視する意見もありました。

懇話会ではこの他、地方創生といった観点でも多数の意見が出されました。また、近年公庫が積極的に関与している協調融資に関し、公庫と民間金融機関が協調することで農林漁業金融がより一層活性化することを期待する声が挙がりました。さらに、毎年、東京と大阪で開催している展示商談会、アグリフードEXPOに関して、「販路拡大に有効な機会なので、さらなる拡充を」といった要望も出されました。

*「農林水産事業懇話会」の内容の一部を誌上再録しました。

(情報企画部)

懇話会参加者

株式会社モリタン(北海道)

代表取締役 平井 章裕

前田農産食品株式会社(北海道)

代表取締役 前田 茂雄

株式会社ノベルズ(北海道)

代表取締役 延興 雄一郎

株式会社 西部開発農産(岩手県)

代表取締役 照井 勝也

株式会社 儀助漁業(福島県)

代表取締役 柳内 克之

有限会社 瑞穂農場(茨城県)

代表取締役 下山 一郎

株式会社 前田牧場(栃木県)

取締役 齋藤 順子

グリーンリーフ株式会社(群馬県)

代表取締役 澤浦 彰治

銚子沖合漁業生産組合(千葉県)

代表理事組合長 坂本 雅信

株式会社 横浜ファーム(神奈川県)

代表取締役 笠原 節夫

株式会社 六星(石川県)

代表取締役 軽部 英俊

株式会社 鈴生(静岡県)

代表取締役 鈴木 貴博

株式会社 ベジラボ(静岡県)

代表取締役 加藤 百合子

株式会社 サンプラザ(大阪府)

代表取締役 山口 力

株式会社 山一本店(和歌山県)

代表取締役 瀬古 伸一郎

株式会社 松永牧場(島根県)

代表取締役 松永 和平

有限会社 平田観光農園(広島県)

取締役社長 平田 真一

秀長水産株式会社(愛媛県)

専務取締役 近藤 芳仁

農事組合法人 秋香園(福岡県)

営業部長 大藪 耕土

株式会社 伊万里木材市場(佐賀県)

代表取締役 林 雅文

東洋漁業株式会社(長崎県)

代表取締役 金子 岩久

セブンフーズ株式会社(熊本県)

代表取締役 前田 佳良子

有限会社 香川畜産(宮崎県)

代表取締役 香川 雅彦

(敬称略)

みんなの広場

ふるさとの田んぼと水子ども絵画展2018

二月八日に全国土地改良事業団体連合会主催(日本公庫農林水産事業後援)「ふるさとの田んぼと水子ども絵画展2018」授賞式が開催されました。



賞状を手に誇らしげな杏珠ちゃん。お母さん、お姉さん、賞状を授与した情報企画部部長の嶋谷元とともに

絵画展は子どもたちに田んぼや

▲一〇月号「農と食の邂逅」で紹介されているのは、梶浦農園の梶浦裕樹さん、中国出身の艶さんご夫婦。徳島県で、イチゴ、養蜂そして今後は青ネギと二人三脚で頑張っている様子が記事からよく伝わります。

実は、中国という国に対してあまりいいイメージを持っていなかったのですが、二人の出会いから結婚して日本で頑張っている姿に感動しました。お二人の末永い

ため池など水の循環と環境保全の機能への理解を促し、子どもたちのまなざしを大人へ届けることを目的としています。

日本公庫農林水産事業本部長賞は古橋 杏珠ちゃん(愛知県武豊町立衣浦小学校一年)が受賞しました。受賞作品「おいしいいちごがいっぱい」は、大事に育て上げられたイチゴが収穫されてこれから出荷されるというところが、描かれています。

杏珠ちゃんは「イチゴは甘くておいしいくて大好き!」だそうです。

受賞作品は本誌の裏表紙に掲載しています。(情報企画部)

幸せを願っています。

(愛知県 澤田好利)

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」

〒000-0000 四

東京都千代田区大手町一丁目一四

大手町フィナンシャルシティ「ノースタワー」

日本政策金融公庫 農林水産事業本部

AFCフォーラム編集部

FAX 〇三三三三三〇一三五〇

編集後記

④ 新年の幕開けは、日本の伝統的な飲料をテーマとしました。日本人のライフスタイルの変化や食の多様化に対応するためには、伝統も柔軟に変化していくことが必要です。わが家の伝統行事である年末年始の餅つきも近年マンネリ気味。消極的な子どもたちを引きつけるためには、餅のような柔軟性で変化を付ける必要がありそうです。(西山)

④ 特集で後藤さんが触れていらっしやる通り、近年は日本酒の造り手も実に多様化しています。私のお気に入りの日本酒は長野県の某ワイナリーが数量限定で生産しているもの。フルーティな味わいを持つ逸品であり、多様化の好例です。読者の皆さまも全国の多様な造り手がもたらした魂の一品を、新年からぜひご堪能ください。(高雄)

④ 女性農業者のエッセイをお届けします。都市農業が見直されているこの頃ですが、矢ヶ崎さんのお話では、近隣民家への配慮など深刻な悩みを抱える都市農家は少なくないよう。私は「農の生け花」の作品写真を見て農家がうらやましくなりました。都市農業見直しに拍車を掛けるには「農の生け花」を多くの人に見てもらうのも有効では。(城間)

④ わが家には六歳と四歳の娘がいますが、そういえば削る前のかつお節自体はこれまで見せたことがありません。今はネット通販も数多く、家にいながら何でも手に入る時代ですが、国産の本物に触れる体験は一人一人が能動的に動かないと始まらないものですね。まずはにんべんの「だし場」に家族で行ってみたいと思います。(前島)

AFCフォーラム Forum

編集

元 西山 大也 高雄 和彦
鳴谷 勇太 城間 綾子 前島 幸子
柴崎 晃子
鈴木 晃子

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
〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-14-4
ヤブ原ビル
Tel. 03(3537)1311
Fax. 03(3537)1071
ホームページ
http://info.nissyoku.co.jp/koudoku/
お問い合わせフォーム
http://info.nissyoku.co.jp/modules/form_mail/

定価 514円(税込)

④ ご意見、ご提案をお待ちしております。

④ 巻末の児童画は全国土地改良事業団体連合会主催の「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展の入賞作品です。

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大阪 2019

プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

日時

2月20日(水) / 21日(木)

10:00~17:00

10:00~16:00

主催

日本政策金融公庫

会場

ATC アジア太平洋トレードセンター



日本酒・茶・出汁「和」の未来



『おいしいいちごいっぱい』古橋 杏珠 愛知県武豊町立衣浦小学校
 (「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展2018 日本政策金融公庫 農林水産事業本部長賞 受賞作品)

■AFCオンライン 平成31年1月1日発行(毎月1回1日発行)第66巻10号(821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 〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-14-4 47原ビル Tel.03(3537)1311 ■定価514円

【本誌価格476円】

