

# AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

# 4

2019

特集「平成農業」からの伝言



特集

## 「平成農業」からの伝言

### 3 平成時代が導く近未来の農業担い手像

生源寺 眞一

平成を代表する農業経済学者が語る、平成農業の変遷と近未来の担い手像。中高年の新規就農を視野に入れるなど新たな担い手育成が必要と説く

特別企画 提言座談会

### 7 平成農業のリーダーが大いに語る

平成農業をリードしてきた農業経営者三人に集まってもらった。彼らはどのように生き抜き経営を発展させ、何を思ってきたのか。また、未来の展望とは。生の声を届けよう

「平成農業」からの伝言

### 15 「情報戦略レポート」再録

情報戦略レポート

### 23 農業法人経営の課題を探る

—2017年農業経営動向分析(法人経営)—  
労働集約型農業は人件費が利益を圧迫  
畜産は素畜・初妊牛価格高騰で負担増

経営紹介

経営紹介

### 17 株式会社ナカセ農園／愛知県 中瀬 進吾

口コミでおいしさの評判が広がり、生産するミニトマトのほぼ全量を自社直売所で販売する。直売に農業の大きな可能性を感じる、と話す

変革は人にあり

### 27 萩酒米みがき協同組合／山口県 山田 和男

酒米に生産特化する集落営農法人と酒造会社による農商工連携プロジェクトが発進。目指すはオール萩の日本酒ブランドで、地域の夢づくりを実践している



撮影：鎌形 久  
新潟県長岡市山古志  
2017年春撮影

棚田と棚池の絶景

■日本の原風景ともいえる山間の斜面を利用して作られた棚田と棚池を空から望む。水面はさまざまな緑色を呈し、その形はモザイクタイルのように造形的だ■

シリーズ・その他

観天望気

海洋プラスチックごみ問題 石川 雅紀 …… 2

農と食の邂逅

佐々木 恵美/島根県

青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) …… 19

耳よりな話 204回

味噌の新たな品質評価 楠本 憲一 …… 22

書評

井手 英策 著

『富山は日本のスウェーデン 変革する保守王国の謎を解く』

村田 泰夫 …… 30

まちづくりむらづくり

東京から近い田舎で地域ぐるみのおもてなし

「農泊」やインバウンドプロジェクトを展開

一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社/埼玉県秩父市

井上 正幸 …… 31

インフォメーション

第14回「アグリフードEXPO東京2019」を開催!!

情報企画部 …… 34

海外で農業に取り組む食品企業

情報企画部 …… 35

みんなの広場・編集後記 …… 37

ご案内

第14回アグリフードEXPO東京2019 …… 38

#### 5月号予告

特集は「進む地球温暖化への対応策」を予定。

近年地球温暖化が進み、従来通りの栽培地域・栽培方法では、品質・生産量を確保できない事例が増加している。現在の生産地にこだわり品種改良などで対応する取り組み、気候条件に適した品目を生産する取り組みを参考に、今後の農産物生産の在り方を考察する。

# 望天 観気

## 海洋プラスチックごみ問題

数年来、世界的に海洋プラスチックごみ問題が注目を集め、プラスチックの使用に厳しい目が向けられている。二〇一八年には、欧州議会と加盟国はEU市場全体におけるシングルユースプラスチック製品を二一年から禁止する規制案について基本合意しており、今後、欧州議会と欧州委員会において正式に承認される見通しである。

プラスチックは、社会のあらゆるところで使われているが、ごみ問題に関しては、飲料容器、食品容器など食に関する製品が目されてきた。EUは規制対象のシングルユース製品として、食器、カトラリー、ストロー、発泡ポリスチレンのファストフード容器を挙げているほか、PETボトルの再生材利用率を二五年までに二五%、三〇年までに三〇%とする目標を掲げている。

また、マイクロプラスチックによる汚染に注目が集まる中で、これまであまり注目されてこなかった製品にも目が向けられている。例えば、漁具に対しては二五年に回収率五〇%、リサイクル率二五%を達成するとし、EPR (Extended Producer Responsibility: 拡大生産者責任) 原則の適用も含まれている。日本においても、漁具は沿岸漂着ごみの中で重量では約六割を占め大きな問題となっている。

農業関係では、種子のコーティング、緩効性肥料に使われるプラスチックカプセルなどが使用後に土壌に残留し、回収されないことから、最終的には海洋に流出する懸念がある。いったん海洋に流出したマイクロプラスチックは回収の手段がないため、流出させない事が重要である。

漁具・種子・緩効性肥料については、これまで注目されてこなかったため、プラスチックとしての消費量、産業廃棄物としての回収量などの定量的な情報がない。この問題は世界的広がりを持つ問題であり、EUがいち早く規制的手段を提案している状況である。関係業界は早急に情報収集・現状把握に努め、社会的な視点から回収・リサイクル・素材代替など対策の優先順位を付けて着実に実行することが望まれる。



神戸大学名誉教授

石川 雅紀

いしかわ まさのぶ

1984年東京大学工学系研究科化学工学専攻博士課程単位取得満期退学。工学博士。東京水産大学を経て2019年まで神戸大学大学院経済学研究科教授。2006年、廃棄物の発生抑制を目指すNPO法人ごみじゃぱんを設立し代表理事を務めている。専門は環境経済学、環境システム分析。

夜明け前に、牛舎に入る  
あア生きててよかったと  
牛たちの姿に胸撫で下ろす  
牛たちが全うする生命  
そんな飼育をしていきたい

農と食  
の邂逅

佐々木 恵美 さん

島根県益田市

近所の方が散歩させていた一頭の牛に出会った少女は、そのかわいらしさに感激し、将来、牛飼いになろうと決めた。今、小学生時代の夢を実現し、モットーが「牛が幸せなら人間も幸せ」。「牛飼い」の言葉が似合う。





P19: 島根県職員時代に蓄積した繁殖全般、人工授精、受精卵移植などの技術や知識は多いに役立っている P20:「牧場にいる間は、牛たちに幸せに育ててほしいと思いながら世話をしています」と恵美さん(右上) 子牛に葉を飲ませる恵美さん。繁殖農家が最も気を遣うのは分娩。恵美さんは『たんびが初めて』という言葉に心に刻んでいる。「何産かした母牛も、出産のたんびに命懸けでお産する。子牛にとっても世の中に生まれる瞬間ですから」(右下) 生後2カ月までは親子が一緒に過ごし、愛情を確かめ合う(左)

## 公務員から繁殖農家へ

和牛の繁殖農家である佐々木恵美さん(四五歳)の一日は、子牛の健康チェックから始まる。獣医師の資格を持ち、島根県職員として、家畜保健衛生所など畜産関係の業務に一五年間携わった経験を持つ。「農家とつながりのある立場にいたのですが、農家がいかに多くの仕事をこなしているか。その積み重ねが農業という仕事なんだと、就農してから実感しました」

育成牛を含む三〇頭の繁殖牛と一七頭の子牛を一人で飼育している。健康チェックが終わると餌やりと掃除。発情している牛がいれば子宮の状態を確認し人工授精を行う。子牛専用の乾草を食べやすいように裁断する仕事もある。その次には夕方の餌の準備や定期的な敷料の交換。

夕方は、県職員である夫の慎吾さん(四五歳)の両親が手伝いに来てくれる。「今では、義父母の方が私よりも早く牛の体調変化に気付いてくれることもあります」とほほ笑む。全てを終え、家路に着くのは夜八時近くだが、分娩が近い牛がいれば、夜を徹して見守る。「分娩は母牛も子牛も命懸け。何が起るかわからないので、気を抜けません」

東出雲町(現、松江市)のサラリーマン家庭に生まれた。小学校一年の頃、近所の人が散歩させている一頭の牛の姿のかわいらしさに感激し、「将来は牛飼いになる」と宣言した。中学生の時、「動物のお医者さん」という

漫画本を通じ、獣医という職業の魅力を知った。「獣医になれば牛飼いになった時に役立つ」――。山口大学の農学部獣医学科に進学。卒業後、島根県職員として最初に赴任した地が、現在の牧場がある益田市の家畜保健衛生所だった。肉牛農家を巡回しながら、衛生や病気に関する指導や助言を行った。その後、転勤を繰り返しつつ、「牛飼いになる」という夢は消えることがなかった。「でも、現実には難しいと思っていました。資金や土地など元手が必要なので」

## 周囲の応援を背に独立果たす

そんな恵美さんの心を動かす出来事があった。同じ年の友人を亡くしたのだ。「ちょうど四〇歳になる手前でした。よく人生八〇年と言われるますがちょうど折り返し地点。やりたいことをやろうと思いましたが、最終的には食用となる肉用牛だが、家畜伝染病によって命を落とす牛たちにも心を痛めた。家畜伝染病の猛威に恐れを感じつつ、「病気などで命を落とすことがないよう、家畜として命を全うできる牛を育てる側に自分が立ちたい」という想いがだんだん募っていった。

職場の仲間や家族に反対されたが、迷いはなかった。二〇一三年から二年間、求人募集があった益田市の肥育農家で働いた後、自営で牧場運営を目指すこととなった。県職員時代に繁殖に関する指導や研究に長らく携わった経験を活かして、繁殖農家にな

ると決めた。

そんな恵美さんには、力になってくれる人たちが大勢いた。独立就農を前提に研修させてもらうことになった株式会社田原牧場(益田市)もその一つだ。「牛のどんな小さな体調変化も見逃さない観察力、餌に対する考え方など多くを学び、こういう経営を



義母の恭子さん(左)は子牛たちの名付け親でもある。中央で恵美さんが抱くのは愛猫のにゃーちゃん。右は義父の亮平さん

したい」と思った。ここでの経験は今の恵美さんの考え方や技術の基礎となっている。幸いなことに研修期間中、現在の牛舎を入手することができた。二年前に離農した人の牛舎であり、所有者が牛舎のメンテナンスを続けていたため、大きな修繕をせず、融資を受けて買い取ることができた。家畜

保健衛生所時代の上司をはじめ、県職員時代から関わってきた人たちも親身に相談に乗り、応援してくれた。「周りの応援があったおかげ」巡り合わせが本当によかった」と恵美さんは取材中、何度も繰り返した。県職員時代のまじめな働きぶりや情熱が周囲の人たちの心を動かしたのだろう。

### 恩返しは次の人たちに

子牛を市場に出荷する日には、夫の慎吾さんも手伝ってくれる。それでも、恵美さんは就農して以来、一日も休みをとっていない。そんな恵美さんを支えているのは、「周りの人からいただいた恩をあだで返してはならない」という想いだ。

頭が下がるほどの働きぶりだが、子牛への給餌を二回ではなく、三回に分けて行うなどあえて手間をかけた飼いやしている。その理由は、「一度にどかっと食べるより、回数を分けることで、子牛の胃の状態が安定する」からだ。給餌の回数を増やすことで、子牛の体調をチェックする回数も増やすことができる。

こうした飼いは、恵美さんが掲げた「牛が幸せなら、人間も幸せ」というモットーに重なる。「牛たちの調子が悪いと、私も落ち込みがち。牛舎が清潔であれば、牛たちも元気でいられるし、私も気分良く仕事ができる。また牛たちの小さな異変を見つけることもつながります」。牛と飼う側がこれほど密接につながっていることを、恵美さん

から改めて教わった。

「技術的にはまだ未熟」というが、経営は就農前に立てた計画通りに進んでいる。母牛が一年以内に一頭の子牛を産むという「一年に一産」が繁殖農家にとって指標となっているが、これまでほぼ一年以内に一頭を出産させている。素晴らしい成績だと思う。長年、人工授精や繁殖技術の研究や実験を行ってきた経験も少なからず役立っている。牛の体型や発育の良さなどを競う島根県西部地区種畜共進会が二〇一八年八月に開かれ、恵美さんが出品した子牛「ゆりこ」が特選賞首席に選ばれた。「自信が付いたとは言えないが、自分の育て方がさほど間違っていないかと思えます」と恵美さん。「将来的には、雇用や法人化も考えたい」と前を向く。

ゼロから牛を飼いだめたという情報を頼りに、同じように畜産を始めたいと考えている人が時々訪ねてくる。忙しい合間を縫って、経験談を率直に話す。「お世話になった人たちから恩は次の人に返せばいいと言われています」

一日の大半を牧場でほぼ一人で過ごす。「一日誰とも話さない日もあります。自分でもよく決断したなと思います。でも、時には子牛がいやがるほどなめてかわいがる母牛の姿は、私にとって最高の癒やし。張り合いでもあるんです」と恵美さん。取材が終わるとすぐに牛舎へと向かっていった。

(青山浩子／文 河野千年／撮影)

## 味噌の新たな品質評価

国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構 食品研究部門  
食品生物機能開発研究領域 食品醸造微生物ユニット ユニット長

楠本 憲一

**わ**が国の味噌は一〇〇〇年以上前に中国から伝わった「醬<sup>ししお</sup>」や「豉<sup>し</sup>」に起源があると考えられています。昨今の「麴」人気のおかげもあって、味噌は「麴菌」と呼ばれる糸状菌（カビ）の一種を使って造る食品であることを知る人が多くなりました。

味噌は、麴菌を固体培養してできる麴（米麴、麦麴、豆麴）と塩、大豆を材料にして仕込む発酵食品です。麴の種類と分量、塩の量、大豆の加熱法、発酵期間の違いによって味噌の種類は

細分化し、大まかには一〇種類以上に分かれ、銘柄も含めるとおそらく数百種類になります。そして、お住まいの地域によって味噌の好みが変わってきます。子ども頃から味わってきた味噌は成長してからも同じ種類の味噌を買う方が多いと思います。

**さ**て、味噌は昔から

各家庭で手作りされてきました。それが江戸時代になって組織的に味噌を造る工場ができ、現在の味噌メーカーに発展していきます。明治時代に入ると、それまで自然に推移する温度管理に任されていた味噌の発酵を、人為的に加温することで速醸する技術が発明され、味噌生産量は飛躍的に伸びました。味噌は食塩が添加されているため、適切な塩分を維持できれば大きな失敗はしないといえます。し

図 味噌のオミクス解析の概要



かし、同じ量の原料を使っても、麴の酵素活性、大豆の品質、増殖する酵母や乳酸菌などの微生物の数と種類によって、出来上がった味噌の品質は異なります。

出来上がった味噌の品質は通常「官能評価」、すなわち人間が口にしたときの味や香り、口に含んだときの感触、見た目の色の程度などを調べて、仕上がり程度を確認します。官能評価は一般の消費者には難しく、熟練した技術者が中心となります。味噌の

出来上りを予測するのは杜氏級の腕前が必要です。味噌メーカーでは各社競って技術力を高める努力が行われています。

われわれは、その技術を科学面から支援するための仕組みづくりとして、味噌の官能評価と成分分析、さらには微生物分析を組み合わせて相関関係を探るオミクス研究（生

物の情報を網羅的に調べる研究を進めようとしています。最初の試みとして、味噌に含まれる脂質成分で味噌の品質を評価しようとする研究を提案しました（Ogawaら、Rapid Communications in Mass Spectrometry, 三二一巻一一号九二八―九三六頁、二〇一七年発行）。このような試みを進めることにより、日本の味噌研究や技術がさらに高まり、新たな商品が開発されることを期待しています。



## Profile

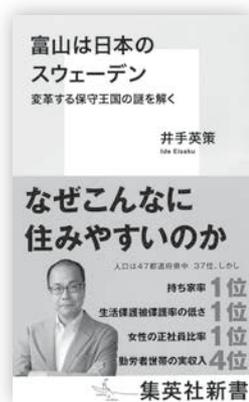
くすもと けんいち

1961年大阪府生まれ。大阪大学大学院工学研究科前期課程終了。86年、農林水産省食品総合研究所入省。中国農業試験場主任研究官、農研機構食品総合研究所ユニット長を経て2016年より現職。専門は応用微生物学、醸造学。博士（工学）。

# 『富山は日本のスウェーデン』

変革する保守王国の謎を解く

井手 英策 著



(集英社・820円 税抜)

## 共同体の評価めぐり論争の書に

村田 泰夫

(ジャーナリスト)

論争を巻き起こした話題の書である。北欧のスウェーデンは、リベラルで高福祉・高負担の福祉国家として知られた国だ。北陸の人口一〇〇万人余の小さな富山県は「保守王国」だが、「日本型北欧社会」の可能性を秘めていると、財政学者である井手さんは高く評価する。

JR富山駅前の朝の通勤時間帯の光景に井手さんは衝撃を受けた。信号待ちをしている人も車を運転する人も女性が多かったのだ。富山県は面積や人口、総生産額も大きくないが、「一人当たり」で見ると、県民所得は全国六位、勤労者世帯の実収入は四位と「豊か」である。これは、女性が外に働きに出て世帯収入が多いからではないか。女性の就労が可能なのは、富山県では三世代同居率が高く、おばあちゃん、おじいちゃんが子育てを支援してくれているからであり、保育

所入所率も高いからである。

富山県礼賛とも受け取れる本書への反論がネット上に噴出した。「地域の問題を政治の力で解決するのではなく、住民が自助努力で解決する富山のやり方を、公・共・私のベストミックスとほめそやすのには違和感がある」「家父長的な閉鎖社会である三世代同居は、若い女性にとって息苦しいのが実態」といった反論だ。

井手さんは「富山が理想の地」とは言っていない。三世代同居の閉鎖的な側面や、富山県の女性の社会的地位の低さについても触れている。最大の論点は、共同体をどう評価するかにある。戦後、日本の知識人は共同体を解体すべきものと捉えた。戦前の農山村の共同体や都市部の町内会は、その構成員である人々の自由を制限し、内向きの閉じられた連帯を強いる役割を果たし、戦争協力に利用されたからである。

「家族がお互いに助け合う」という家族の原理を否定する者はいない。井手さんが注目したのは、富山の地域社会に家族の原理が貫かれていることだった。家父長的な閉鎖社会に陥る危険もあるが、家族の原理を社会化できれば、北欧の福祉社会に近づけることだって夢ではない。

リベラルか保守かといった線引きが社会全体を思考停止にしてみようと、井手さんは考える。右か左かといった区分は賞味期限切れだと断言する。保守王国である富山県でも、北欧のような福祉社会をつくることができるという。

知的好奇心をかき立ててくれる良書である。F

読まれます 三省堂書店農林水産省売店 (2019年2月1日～2月28日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 誰も農業を知らない：プロ農家だからわかる日本農業の未来	有坪 民雄／著	原書房	¥1,800
2 農業保護政策の起源 近代日本の農政1874～1945	佐々田 博教／著	勁草書房	¥3,500
3 ビレッジプライド「0円起業」の町をつくった公務員の物語	寺本 英仁／著	ブックマン社	¥1,600
4 農家が消える 自然資源経済論からの提言	寺西 俊一、石田 信隆、 山下 英俊／編著	みすず書房	¥3,500
5 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
6 スマート農業パイブル Part II『データドリブン』で日本の農業を魅力あるものに		産業開発機構	¥2,500
7 日本の水産資源管理 漁業衰退の真因と復活への道を探る	片野 歩、阪口 功／著	慶応義塾大学出版会	¥2,500
8 農村の歩みに命と共同を学ぶ	川尻 裕一郎／著	日本経済評論社	¥2,000
9 TAGの正体 農業も自動車も守れない日米貿易協定	JAcorn農業協同組合新聞、 農文協／編	農山漁村文化協会	¥1,200
10 保持林業 木を伐りながら生き物を守る	柿澤 宏昭、山浦 悠一、 栗山 浩一／編	築地書館	¥2,700



# 東京から近い田舎で地域ぐるみのおもてなし 「農泊」やインバウンドプロジェクトを展開

埼玉県秩父市

一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社事務局長

井上 正幸



「秩父は一つ」と言われていたが…

私たちは、地域が持つ豊かな自然や特産品、人を大事にする文化など、いわゆる地域の経営資源を活かしながら、「稼ぐ力」に磨きを掛けて、大都市・東京からも非常に近い「田舎」の強みを武器に地域活動を行っています。

埼玉県秩父地域は、秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町の一市四町で構成され、東京都心から約八〇キロメートル、電車、車でも約二時間と気軽に行ける距離に位置しています。山々に囲まれた大自然と日本の田舎の原風景が広がっており、ユネスコ無形文化遺産「山・鉾・屋台行事」の一つとして登録された「秩父夜祭」をはじめとする古くからの歴史・文化も数多く残っています。また、羊山公園の芝桜の丘や長瀬渓谷などネームバリューのある観光地もあり、首都圏から「近い田舎」を求めて訪れる観光客には利便性も高く、最適の場所にあると言えるのではない

でしょうか。

このように観光的には大変恵まれ、生活圏も一にしているこの地域では、以前から観光面で「秩父は一つ」と言われてきました。しかし、現実的には「総論賛成・各論反対」の根深い思いが地域内に渦巻いており、思いはあるものの、なかなか連携が進みませんでした。

そんな中、秩父地域一市四町は国の制度（総務省「定住自立圏構想」）を活用し、地域全体の定住促進を最終目的とした行政機能のさまざまな分野で二〇項目の協定を締結し、取り組みを始めた。

その中で、医療と並ぶ中心的な協定として「滞在型観光の促進」「外国人観光客の増加」「地域ブランドの確立と販売促進」の観光協定があり、それを推進する中核組織として位置付け設立されたのが、私たち「一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社」（以下「公社」）です。

公社は、一市四町からの派遣職員を中心とし

て事務局を構成し、秩父地域全体のPR活動はもちろん、新たにSNSでの情報発信や着地型旅行商品のネット販売、広域レンタサイクルの運営、ガイド団体の統一・育成など行っています。

観光行政や各地域にある観光協会などの差別化を意識しながら、今まで地域で展開していなかった事業を実現し、地域に必要な新たな観光団体としてだんだん認められ始めました。公社で事業を創出する際、地域住民や民間事業者と積極的に協業することはもちろん、地域にノウハウが蓄積するよう可能な限り外部委託はせず自分たちで今まで地域になかった新たな事業を創出することを心掛けています。

今回は、「外国人観光客の増加」を目指す「インバウンド事業」や「滞在型観光の促進」として「農泊」についてご紹介しましょう。

実は、「インバウンド事業」検討を開始するた

profile

井上 正幸 いのうえ まさゆき

一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社事務局長。1991年秩父市役所に入庁。1996年から観光行政に携わり、秩父観光協会事業（事務局長）、道の駅の設立担当（運営会社を設立し運営）などを歴任。2010年から公社の設立準備を開始し、12年に公社を設立。14年に法人化したのち、事務局長として出向し、現在に至る。

一般社団法人  
秩父地域おもてなし観光公社

2012年、ちちぶ定住自立圏構想の観光連携協定を推進する中核団体として設立。14年には、一般社団法人に登記し、農泊・特産品販売・インバウンドなど秩父地域全体をフィールドにした事業を開始。16年には「日本版DMO候補法人」に全国に先駆けて登録（2017年には「日本版DMO法人」として第一期登録）されたことで、マーケティングも強化し、事業展開に結び付けている。

業者から「秩父地域にインバウンド事業は必要ない」との発言があるなど、インバウンド事業に対する住民意識の低さもあり、当初はどこから手を付けてよいかも分かりませんでした。

コア会議で活発な議論

しかしながら、国の政策による訪日外国人の拡大や西武鉄道株式会社や埼玉県など秩父地域への外国人誘客を推進している他のプレイヤーの取り組みにより、徐々にではありますが、秩父地域のメジャーな観光施設に外国人観光客が目立ち始めました。

そして、それに呼応するように、外国人観光客にニーズの高い「Free Wi-Fi」の整備の要望が、宿泊業者や商店街からあるなど、徐々

に住民意識にも変化の兆しが見え始めました。そこで二〇一六年、公社が事務局となってインバウンド政策を検討する新たな会議体「インバウンド政策コア会議」（以下「コア会議」）を組織しました。

コア会議の一番の特徴は、行政、業者、観光関係者が立場を超え、秩父地域のインバウンド政策について、分け隔てなく自由にディスカッションができることです。そのことで、参加者全員がインバウンドに対する異業種の知識や情報をインプットでき、政策のアウトプットにつなげることが可能となりました。結果、コア会議は地元はもとより、都内などから多くのインバウンド関連の民間業者が参加し、今までにない有意義なものとなり、そこからさまざまな事業ア

イデアが形になっていきます。

例えば、地域側の意見や業者としての最新のインバウンド事業の動向など活発な議論が繰り広げられた結果、ターゲット国を「台湾」「フランス」「アメリカ」「タイ」の四カ国などに定め、参加者の総意による「秩父地域インバウンド計画書」を作成することができました。

現在もコア会議は、計画書を見直したり、定期的な勉強会、インバウンド事業の業者提案の場として継続しています。業者提案では参加者全員の前でプレゼンを行い、地域の代表者で審査をするなど、公社のインバウンド事業はコア会議を中心に進めています。

「農泊」は、埼玉県が県全体で教育旅行を推進することを打ち出したことを契機に、秩父地域



上：「農泊」でお父さん、お母さんと食卓を囲む  
下：インバウンド政策コア会議で事業アイデアを形にする

では一般家庭での少人数のホームステイ型「農泊」の推進に着手し、地域住民に広く呼び掛けをしました。

「農泊」に関して、着手前は簡単に考えていたが、多くの住民に事業の趣旨は理解していただけたもののやはり抵抗感が根強く、思うように受入れ家庭が集まりませんでした。

しかし、担当職員が直接訪問し、粘り強い交渉を重ねた結果、何とか七〇軒という最低限の家庭が揃い、二〇一四年度から都内や関西方面の学校単位での受入れを開始することができました。なお、受入れ家庭は現在では二二〇軒の登録があります。指導料として一泊一名につき五〇〇〇円以上を支払っています。時間の長さや体験料、食事の提供回数などにより金額は変わってきます。

さて、都内から近い受入れ地として、順調に受入れ人数が増え、一五年には一〇〇〇人を超える学生の利用がありました。そのことにより、ビジネスモデルとして目途が立った「農泊」ですが、それをさらに持続可能な事業にするために今後の方向性についても検討を始めていました。

## 海外から毎年一〇校以上の「農泊」

そうした折、埼玉県が台湾にコンシェルジュを設置し、台湾の市場調査を実施したところ、主に中・高校生の修学旅行としての「農泊」の需要が多いことに気付き、埼玉県側から誘客するための主要コンテンツとして「公社の実施しているホームステイによる修学旅行誘致を活用したい」という申し出がありました。

しかしながら秩父地域の受入れ家庭のほとんどは六〇歳代以上ということもあり、外国の学校の生徒たちを受け入れることに抵抗が見られました。そこで、埼玉県と公社は個々の家庭に説明を重ね、受入れ可能となりました。

このように最初は苦労した外国人受入れですが、今では「外国の生徒たちなら受け入れる」とのご意見もいただくようになり、学校と家庭、双方からの評判もよく、毎年一〇校以上の外国の学校が秩父地域に「農泊」に来ているなど拡大しています。

ここで、私たちの「農泊」の特徴を少し書きたいと思います。まず生徒と受入れ家庭は入村式で顔合わせ、その後、受入れ家庭へと向かいます。三〜四人位を一家庭で受け入れており、家庭ではお父さんお母さんたちと一緒に畑作業や収穫体験、川遊び、魚釣り、秩父地域の郷土料理作りなどを体験してもらいます。

これら体験の一番の目的は、受入れ家庭の人たちとコミュニケーションをとってもらうことです。ですから、私たちは受入れ家庭に「お客さまという気持ちを取っ払ってください」とお願いしていますし、体験の基準も設けていません。ご飯を食べ終わったら一緒に片づける。布団の上げ下ろしも生徒たちがやります。

生徒からは「日本に新たなパパママができた」「今までで一番の思い出になった」などの喜びの声が多く寄せられますが、これはお客さまではなく、家族として受け入れてくれたからこそだと思います。

さらに、海外からの生徒は一泊二日が多く、そ

の後は秩父銘仙の着物を羽織って街をそぞろ歩いたり、急流長瀬川の川下り体験など、さらに学校交流をしています。学校交流では、県立高校の生徒と秩父屋台囃子の演奏や剣道の体験をしてもらっています。

## 「日本版DMO」に登録される

この間、私たちは、「日本版DMO (Destination Management/Marketing Organization)」にチャレンジしました。

「日本版DMO」とは、「地域の『稼ぐ力』を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する『観光地経営』の視点に立った観光地づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人」として登録されるものです。私たちは二〇一七年度に「日本DMO」の第一期として登録されました。登録された法人はマーケティングを基に地域のマネージメントを実施する団体として、「総宿泊者数」「満足度」「リピーター率」「観光消費額」の向上を目指した事業を展開する必要があります。

私たちは先進的、かつ現状よりワンランク上の取り組みを行い、さらには事業を継続・発展させていく所存です。そして公社の使命として、今後も国の政策や社会情勢を注視しながら、今まで以上に地域住民を始めとする多くの関係者を巻き込み、新たな事業にもチャレンジし続けていきます。

EXPO

プロ農業者たちがつくり出す国産農産物・展示商談会  
**第14回「アグリフードEXPO東京2019」を開催!!**

日本公庫は、第14回「アグリフードEXPO東京2019」を八月二日(水)～二日(木)に東京ビッグサイトで開催します。

出展者の皆さまには、国産農産物および国産農産物を主原料とする加工品を個別出展ブースに展示して、来場される各業種のバイヤーの皆さまとの商談に臨んでいただきます。

開催規模は、五五〇小間(ブース)を予定しています。

出展者の募集期間は、五月十七日(金)までです。

なお、申し込み小間数が収容上限に達し次第、受け付けを終了させていただきます。ぜひ、お早めにお申し込みください。

詳細は、公式ホームページ(<https://www.agri-foodexpo.com/>)をご覧ください。

昨年の「アグリフードEXPO東京2018」にご参加いただいた出展者・来場者を対象にアンケート調査を実施しました。

(情報企画部)

出展者アンケート結果 (2018年)

- 出展者数…合計/678社 553小間 ※共同出展者含む
- 会期中商談件数…1社平均/26件 最高/200件
- 会期中成約件数…1社平均/5件 最高/90件
- 会期中成約金額…1社平均/253万円 最高/2億4420万円

出展の成果は? ※複数回答

1	見積り/サンプルの依頼 (69.3%)
2	新規顧客の開拓 (53.7%)
3	既存の顧客との交流 (49.1%)
4	同業者との交流・情報交換 (35.8%)
5	異業種との交流・情報交換 (32.8%)
6	新製品への評価を確認 (27.9%)
7	高い確率の引き合い・商談 (22.1%)
8	出展者間での商談 (19.8%)
9	新製品開発のヒント (19.6%)
10	当業界に関する情報収集 (17.4%)
11	会期中の成約 (11.1%)
12	商品開発の相談 (9.3%)
13	特になし (2.6%)

来場者の関心は? ※複数回答

1	生産へのこだわり (54.9%)
2	価格 (44.4%)
3	原料・原材料 (41.7%)
4	産地 (32.7%)
5	独自性・付加価値 (30.6%)
6	物流・流通 (23.7%)
7	安全性への取り組み (23.5%)
8	時期・納期 (22.8%)
9	ストーリー性 (22.4%)
10	パッケージデザイン (19.4%)
11	安定した生産体制 (15.4%)
12	希少性 (15.0%)
13	技術力 (9.9%)
14	商品開発能力 (8.6%)
15	OEM・PB対応 (8.4%)
16	帳合 (8.3%)
17	提案力 (6.1%)
18	メニュー提案 (5.3%)
19	認証の取得 (5.0%)
20	販売現場 (バイヤー) への理解 (4.2%)

来場者アンケート結果 (2018年)

- 登録来場者数…1万2385名

来場の目的は? ※複数回答

1	出展者との商談 (39.5%)
2	新規取引先の開拓 (34.4%)
3	新商品、新メニューの開発 (33.1%)
4	情報収集 (31.4%)
5	国産原料の調達 (19.3%)
6	国産加工品の調達 (14.7%)
7	取引相手先との交流 (13.8%)
8	お中元・お歳暮・ギフト商品開発 (4.4%)
9	輸出品・輸出先の発掘 (4.1%)
10	その他 (0.7%)

あなたの職業は?

1	商社・卸売業・流通業 (31.3%)
2	食品加工・製造業 (16.3%)
3	小売業 (12.0%)
4	その他 (10.6%)
5	外食業・宿泊施設・集客施設 (9.9%)
6	行政組織・学術組織 (8.3%)
7	生産者・組合 (農業関連) (5.4%)
8	通信販売業 (3.8%)
9	中食業・給食産業 (1.5%)
10	料理教室、調理学校、料理研究者 (0.6%)
11	病院・福祉施設 (0.2%)

取引で重要視する点は? ※複数回答

1	生産へのこだわり (53.1%)
2	生産 (35.5%)
3	独自性・付加価値 (32.6%)
4	価格 (31.5%)
5	原料・原材料 (31.0%)
6	安定した生産体制 (24.4%)
7	ストーリー性 (23.9%)
8	希少性 (22.1%)
9	安全性への取り組み (19.9%)
10	物流・流通 (10.9%)
11	提案力 (7.9%)
12	販売への積極性 (7.9%)
13	技術力 (6.3%)
14	パッケージデザイン (6.3%)
15	営業スタッフの姿勢 (5.9%)
16	メニュー提案 (5.6%)
17	認証の取得 (4.3%)
18	時期・納期 (4.0%)
19	機能性 (機能性食材) (2.8%)
20	販売現場 (バイヤー) への理解 (2.8%)

# 海外で農業に取り組む食品企業

## 株式会社八ちゃん堂ベトナム

株式会社八ちゃん堂は、主力の冷凍たこ焼きで開拓した冷凍商品の販路を活かすため、日本初の冷凍焼きなすを開発。年間を通じてナスの安定調達を求めベトナムに進出、自社でナスの生産も手掛け冷凍加工まで一貫生産の体制を敷いている。その取り組みをレポートする。

### 手間がかかるものをおいしく

居酒屋の定番メニューの一つである焼きなす。香ばしい炭の香りとトロツとした食感がなんとたまらない。しかし、自分たちで焼きなすを作ろうとすると皮をむく作業に手間がかかるため、大量生産は難しい。そんな煩わしさに目を付け、約二〇年前に日本初となる「冷凍焼きなす」を開発したのが、株式会社八ちゃん堂の川邊義隆会長だ。創業時から「手間がかかるものを、おいしく食べてほしい」をテーマに商品開発を行っており、冷凍焼きなすを製造しているベト

ナム工場では、加工のほとんどが手作業で行われている。今では年間一九〇〇ト近くの冷凍焼きなすがベトナムで製造、日本に輸出され、全国の居酒屋などで、おいしい焼きなすとして提供されている。

福岡県みやま市に本社を構える八ちゃん堂は、九州では「ほんわかふんわかほんわかほいっ」のCMでおなじみの冷凍たこ焼きの会社だ。創業は一九七七年、川邊さんが一八万円で購入したたこ焼きの移動車販売から始まった。そのおいしさと手軽さが評判を呼び、数年後には移動販売車は数十台規模に拡大。また、小型店舗によるフランチャイズ展開にも取り組み、九州全域で三〇〇店舗にまで成長した。八七年には、新たな事業として日本初の冷凍たこ焼きを開発した。販売当初こそ商社や問屋になかなか受け入れてもらえなかったが、徐々に味の良さが評価されて全国で販売されるようになった。冷凍焼きなすの販売を開始した

のは、九五年。開発のきっかけは冷凍たこ焼きを卸していた問屋から、「他の冷凍商品を作れないか」と声が掛かったことだという。「弊社の冷凍たこ焼きは、全国の卸売業者に販売されていたため、同じルートで新たな冷凍商品を販売できる大きなチャンスでした」と当時を振り返る。

川邊さんが注目したのが、本社を構えるみやま市の特産物であるナスだった。みやま市は、全国でも有数のナスの生産地として有名で、地元のナスを使った商品ができたかと思ったのだ。

「冷凍焼きなすをおいしく食べてもらうために、手作りにこだわりました」と川邊さんは胸を張って話す。加工場では、ヤキテと呼ばれる担当が、一本一本炭の直火で皮が黒くなるまでナスを焼いた後、熱いうちに皮をむく。そして、ベルトコンベアに載せられた焼きなすは、大型の冷凍庫で急速冷凍される。とても手間がかかる作業だが、

そうすることで、食べるタイミングも炭の香ばしい香りと焼きたてのナスのトロツとした食感が残る。作業の約九割が人の手によるため、コストが掛かるが、「良い商品は良い価格で売れる」のだという。こだわりの冷凍焼きなすは、某有名ホテルのシェフから味はもろろんのこと、解凍するだけで食べられるという簡便さも絶賛された。

「冷凍たこ焼きに次ぐ、事業の柱として販売していくための自信が付きましました」

### 安定生産を求めベトナムへ

軌道に乗りつつあった冷凍焼きなす事業だが、ナスの生産量が季節により異なるため、川邊さんは一年を通じてナスの安定調達が課題だと感じていた。

そこで、川邊さんは原料を日本で調達するだけではなく、自社でもナスを生産することを決意。通年栽培が可能で、温暖な気候の東南アジアで条件に合う土地を探し



焼き立ての味と香りを残す冷凍焼きなす



ほ場で働くベトナム人従業員



ベトナムのタントウアン地区にある事務所兼加工場

始めた。いくつかの国を視察した川邊さんの目に留まったのは、ベトナムだった。ベトナムは、乾季と雨季があるものの、ナスの通年栽培が可能な温暖な気候であったことに加え、ホーチミン市の商工会から熱心な企業誘致を受けたのだ。「商工会の方には、約二〇鈔の農地を探してもらったほか、冷凍焼きなすの加工場の建設用地の提案までしていただき、本当に感謝しています」と振り返る。

当時、ベトナムに日系企業は多くなかったが、川邊さんは何度も現地に足を運び、条件面などの打ち合わせを行った。一九九六年、ナスの生産と冷凍加工場の建設にめ

どが付き、冷凍焼きなすの一貫生産体制が整ったことから、八ちゃん堂ベトナムを設立し、ベトナム進出を果たした。

**地道な積み重ねで生産体制を確立**

ベトナムで農業を始めるに当たり、日本からナス栽培の技術指導員を含む四人のスタッフを送り、日本の栽培方法を持ち込んだ。しかし、一回目の生産はうまくいったが、それ以降五年近くは、失敗の連続だったという。

「日本とは異なる病気が多発し、ナスをほとんど収穫できない年もありました。病気が発生するたびに、現地の農家さんに農薬散布や

防除の方法を聞いたたり、見よう見まねで細かい網を張ったりして、試行錯誤を重ねていきました。当時は工場もほとんど稼働していませんでした。そのため、本気で撤退を考えたこともありました」と振り返る。

六年目からは、安定した収量を確保でき、冷凍焼きなすの加工も軌道に乗った。川邊さんは、ナスをうまく生産していくための秘訣を「地道に一つ一つの病気に対処して、それを次に活かす。それを繰り返してきたことでしょうか」とこやかに話す。

最近の課題として長雨による収量の低下を挙げているが、気候に影響されないハウスを導入するなどの対策を講じている。

ベトナムに進出して二〇年がたち、八ちゃん堂ベトナムは、ナスの生産面積四五鈔までに成長した。川邊さんは次の一手として、ベトナムに第二工場の新設を構想している。八ちゃん堂ベトナムがこれまで培ってきた二〇年の経験を活かし、カボチャやマンゴーなどの新たな品目を自社生産し、冷凍野菜やフリーズドライに加工する計画だ。

「今は日本向けに冷凍焼きなすを輸出していますが、新工場で生産する冷凍商品は、海外にも販売していきたいです」と話す川邊さんの挑戦は続く。

(情報企画部 柴崎 勇太)

**Data**

**株式会社 八ちゃん堂**

福岡県みやま市に本社。川邊義隆代表取締役会長。一九七八年会社設立。資本金三〇〇〇万円。冷凍たご焼き、冷凍焼きなす、冷凍皮むきみかん、むかんを製造。いずれも当社が日本で初めて開発した商品。ベトナムで行う冷凍焼きなすの製造では、現地に日本人責任者を在任させて「ナスの栽培から、最終包装まで」一貫生産を行う。

**株式会社 八ちゃん堂ベトナム**

ベトナムホーチミン市に本社。八ちゃん堂の一〇〇%出資により、二〇〇二年に設立。日本人副社長在任。事務所働くベトナム人従業員二七人。農場と加工場で約二〇〇人。

# みんなの広場

◆二〇一九年一月号「日本酒・茶・出汁―『和』の未来」の特集は、知らなかったことが多く興味深く読み、改めて日本酒・茶・出汁のファンになりました。

その他の記事を読んで、実家の農地を他人に貸すよりも自分で耕作しているいろいろな作物を育てたいという衝動にかられました。

皆さん、頑張っているんですね。知恵を絞っているんですね。

(宮崎市 上畑 龍英)

◆一月号を読んで、特に日本酒に期待をしたと思った。伝統の日本酒の消費が低迷している中で、純米酒、吟醸酒は極めて堅調であるという。

このことは、単に日本酒を造るだけでなく消費者の好みを把握することの重要性を示しており、そこに活路があることがはっきりしている。製造者の努力次第でマーケティングが広がる。また、海外でも注目されており大きな市場としての期待もある。

新しい飲み方の提案、特徴ある商品での差別化などで可能性は十分ある。キーワードは筆者・後藤さんの言葉「選んでもらえる日本酒」だ。伸び代は大きい。それには製造者の意識改革が必要なのだろう。

(広島市 亘 幸男)

## 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丁目九-四

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

三月号三二頁の「読まれてます」に誤りがありました。

誤) 2018年1月1日〜1月31日

正) 2019年1月1日〜1月31日

読者の皆さま、関係者の皆さまにご迷惑をおかけしましたことを深くお詫言いたします。

## 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・食食品産業に

関する情報の提供をしています。

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/>)

にアクセスして「登録くだ

さい」。

(情報企画部)

## 編集後記

◆新元号が公表され新しい時代への期待が高まる中、今号は「平成農業」に焦点を当てた企画となりました。平成の一桁に社会人となり、この時代の変化を感じてきた私にとって、農業の立ち位置を再認識する良い機会となりました。皆さんも今号をきっかけに自身の「平成」を振り返り、新たな時代へ想いを馳せてみませんか？ (西山)

◆私事ですが、本号をもって編集部を異動となりました。短い在籍期間でしたが、多くの方に取材をさせていただきました。たくさん刺激を受けました。取材を通じたことは、熱い想いを持った農業経営者が全国に多くいらつしやること。皆さまがいれば農業界の未来は明るい！ 熱い皆さまとお会いできたことに感謝感謝です。(柴崎)

◆日本農業の展望など意見が交わされた座談会ですが、雰囲気は真面目一辺倒というわけではありません。松永さんの繰り出すギャグ、とっさに受け応える軽部さん、王隠堂さんの柔らかいお国言葉など。そこで議論の内容をお伝えするのはもとより、雰囲気を感じていただけるような誌面づくりを目指しました。(城間)

◆物心つく前から実家は米麹味噌で、味噌はこういうものだと思っていました。数年前、夫の転勤で熊本に引っ越して驚いたのが、スーパーに並ぶ味噌の七割が合わせ味噌だったこと！ 今回の「耳よりの話」は、人それぞれ好みがある味噌がテーマ。ご自身の好きな味噌を思い浮かべながら読むと、より面白いコラムです。(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 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/](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。

国産にこだわりの  
農と食  
をつなぎます。

# 第14回 アグリフードEXPO 東京 2019

プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

日時

8月21<sup>水</sup>日/22<sup>木</sup>日  
10:00~17:00 10:00~16:00

主催

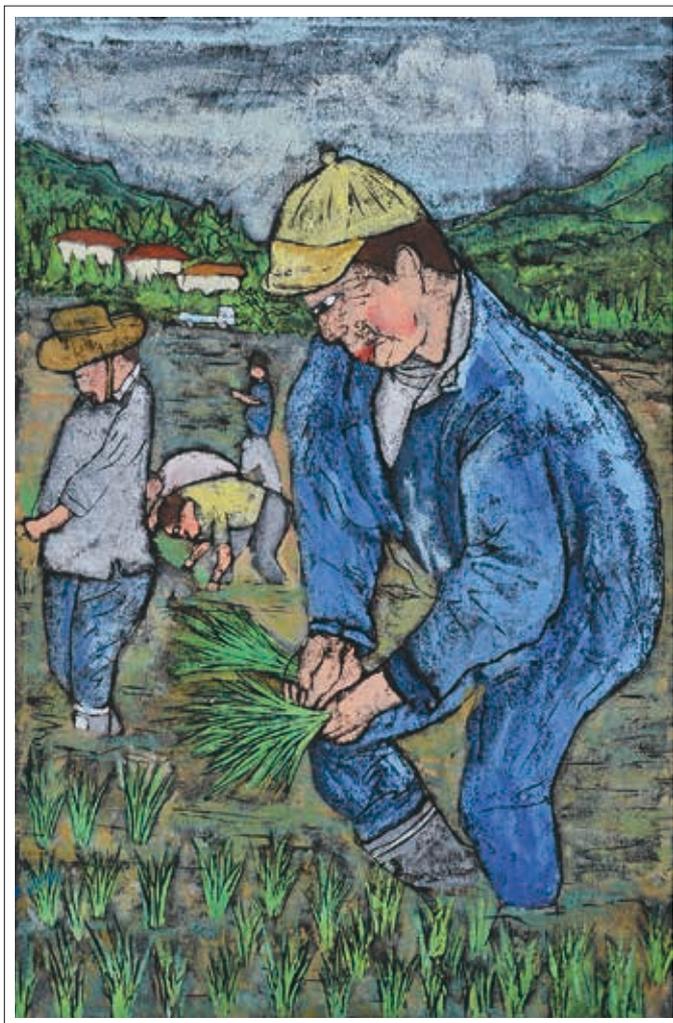
日本政策金融公庫

会場

東京ビッグサイト 南展示棟



「平成農業」からの伝言



『田植え』垣野内 勇大 鹿児島県鹿児島市立吉野小学校

■AFCフォーラム 平成31年4月1日発行(毎月1回1日発行)第67巻1号(824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 東京都中央区人丁堀2-14-4 47原ビル Tel.03(3537)1311 ■定価514円 [本体価格476円]

