

AFC Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

4

2020

短期集中3回連載「SDGs、その役割を問う」

特集 「食品ロス」削減の潮流



AFCフォーラム Forum 4

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers 2020

特集

短期集中3回連載「SDGs、その役割を問う」①

「食品ロス」削減の潮流

3 いま、「食品ロス」が問いかけること

小林 富雄

食品ロスに向けた日本の取り組みは歴史が浅い。SDGsの精神にのっとり「食品ロス削減推進法」を推進するための未来図とは。海外各国の先進事例から考察する

7 食料には「つくる責任」と「つかう責任」

ポリコ M.チャールズ

国際社会が食料と農業を考える上で、食料のロスと廃棄の問題を避けることはできない。先進国では廃棄が大きな問題で、製造者だけでなく消費者にも責任がある

11 廃棄物発生抑制に果敢に挑む企業、地域

井出 留美

真のSDGsへ対応するとは、SDGsウォッシュではなく3Rの最優先であるリデュースに集中し、経済性のみならず持続可能を担保することだ。先進的な取り組みを紹介しよう

情報戦略レポート

15 耕種・畜産とも売上高横ばい 費用増で多くの業種で減益

—2018年農業経営動向分析(法人経営)—

経営紹介

新・農業人

23 株式会社ベストシーン／和歌山県 鈴木 崇文

2017年、20年勤めた会社を退職し起業。農業参入した当初より「付加価値ある加工品」で勝負をしたいと考え、選択したのは「甘酒」だ

変革は人にあり

27 株式会社セントラルフルーツ／京都府 田中 勝三

八百屋のイメージを覆すスタイリッシュな売り場づくりで「潜在購買力」を発掘。惣菜店や農業部門にも進出し、農業・流通・食の3事業がそろって100年企業をめざす

5月号予告

特集は、SDGsシリーズ第2弾「あらゆる人々が活躍する社会へ」を予定。SDGsによる持続可能な共生社会の実現に向け、政府では一億総活躍社会を掲げる。農林水産分野においても、農福連携の取り組みや、女性活躍のプロジェクトが進む中、活躍が期待される多様な人材について、今後の可能性、支援の在り方を考察する。



撮影：鎌形 久
新潟県五泉市
2018年4月10日撮影

あぜ道の一本桜

■ 田んぼのあぜ道に、樹齢250年ほどのヒガンザクラの大樹が植わっている。上空からの春の光景 ■

シリーズ・その他

観天望気

マインドの時代 山田 敏之 2

農と食の邂逅

吉原 サラ／岡山県
青山 浩子(文) 河野 千年(撮影) 19

フォーラムエッセイ

美味しい信州 山本 麗子 22

主張・多論百出

しずおかコンサルヂュ株式会社
海野 裕子 25

耳よりな話 216回

パスタの品質を表す言葉 早川 文代 30

まちづくりむらづくり

農業経営者を育てる「SEADS」
鶴岡から全国へ、就農者募り開校
鶴岡市役所／山形県鶴岡市
高橋 和博 31

書評

田中 信一郎 著
『政権交代が必要なのは、総理が嫌いだからじゃない』
武本 俊彦 34

インフォメーション

オホーツクで学ぶ学生と地元での就農を考える
北見支店 35

事業計画の作成手法を学び経営を考えるワークショップ
岡山支店 35

データ収集と分析に基づく分かりやすい助言のコツ
神戸支店 35

地元のレアな農産品を実需者につなぐ機会を提供
長野支店 35

台湾で商談会開催 初めての輸出を後押し
情報企画部 36

編集後記 37

TiDBit：上級農業経営アドバイザーのこぼれ話

牛舎に行かないコンサル 井崎 敏彦 38

*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。

観天 望気

マインドの時代

ここ数年、「異常気象」が続いている。昨年も想定を超えた甚大な被害で、停電や川の堤防の決壊などの二次的被害も大きく広がった。

誰もが、今年はどうな異常気象が起こるのかと心配している。そもそも異常気象の定義とは何か。「ある場所・ある時期において過去30年に1回以下の頻度で発生する現象(気象庁)」「平均気温や降水量が平年より著しく偏り、その偏差が25年以上に1回しか起こらない程度の大きさの現象(世界気象機関)」とある。この定義も変えなければいけないのではないかと考えてしまっただ。

2019年は1月から農産物が潤沢にあり、価格の暴落が7月まで続いた。その理由は前年に起因する。18年は1月から農産物が品薄のために高騰し、なおかつ絶対数が不足して急きょ輸入に頼ることになった。夏には台風被害が多発し、10月ごろの予想では冬も品薄が懸念されたため、業者は輸入準備、生産者は冬野菜の生産量の回復に努めた。

結果として暖冬になり、国産野菜は生産が回復したものの、輸入手当を手当でしていたことから需給バランスが崩れ、価格下落につながった。年が改まって7月までは天候に恵まれて農産物は順調に生育し、供給がダブついたので低価格が続いた。

問題はここから。生産者や業者から「値段を正常に戻してくれないと商売が立ち行かない」という声がよく聞かれた。今まではこうした言葉をあまり気に留めず聞き流していたが、今年は心持ちが変わった。私の経営する会社も17、18年に台風被害に遭い経営基盤を揺るがす損害が出た経験から、人ごととは思えなかったのだ。台風が発生すると自分の所には来るなど祈り、人には不幸があっても、自身の経営は成り立たせたいと考える。こんな気持ちで仕事をしたくないと感じた次第である。

生産者も流通業界関係者も行政も、立場の別なくこの問題を真剣に考えなければならぬ。異常気象への対応を、物理的なことだけではなくマインド的に捉える時代が来た。

公益社団法人 日本農業法人協会 会長

山田 敏之

やまだ としゆき

1962年京都府生まれ。大阪学院大学を卒業後、約8年のアパレル企業勤務を経て就農。2002年有限会社竹田の子守唄を設立し、07年こと京都株式会社に組織変更。以後、14年こと日本株式会社、15年こと京野菜株式会社、こと美山株式会社を設立。15年に九州大学大学院修士課程を修了。17年6月より現職。



いま、「食品ロス」が問いかけること

食品ロスに向けたわが国の対応はリサイクルが中心で、そもそも「発生させない」という取り組みは1歩も2歩も遅れてきた。世界各国の実践は多様ではあるが、欧州などが積み重ねてきた先進的な取り組みには学ぶべきことが多い。SDGsが問いかける食品ロスの現代的意義に思いをはせたい。

食品ロス削減に向けた歴史

2019年10月、世論の支持やグローバルな潮流を背景に「食品ロス削減推進法」が成立した。この問題は古くから語られてきたテーマでもある。食料資源の乏しかった日本では、かつて食べ残しをすると「バチが当たる」と説教され、その「もったいない」意識を皆で共有していた。また、第一次世界大戦時の欧州でも「もったいない」意識は一般的であり、第二次世界大戦中には「欲しがりません、勝つまでは」という過激な標語すら日本中に伝播した。

1930年代ごろの米国は、第一次世界大戦の戦禍を免れたことから恒常的に農産物が過剰となり、戦後になって敗戦国の日本への食糧援助という形でその処理が進んだ。戦時中、東南ア

ジアや植民地から日本に米が移入されたが、米国産の小麦やトウモロコシが輸入されるようになったことで、日本の食文化は、パン食や肉食へ大きく変貌することになった。ただ、60年代まで日本におけるもったいない意識は、まだ健在であった。

1970年前後、農業機械の導入や化学肥料の利用などが重なり、米の増産と生産過剰が大問題となった。70年に開始された米の生産調整は2018年の廃止までに食料の需給調整に重要な役割を果たしていた時期もあったが、これはあくまでも市場価格を維持するのが目的であり、食品ロス削減という考え方はみじんもなかった。

2001年になると、循環型社会形成基本法のもと、「食品リサイクル法」という世界でもま



愛知工業大学 経営学部経営学科 教授

小林 富雄 KOBAYASHI Tomio

こばやしとみお
1973年富山県生まれ。2003年名古屋大学大学院生命農学
研究科博士後期課程修了。商社、シンクタンク、短大勤務を
経て、15年愛知工業大学経営学部准教授、17年度より現職。
食品流通で発生する食品ロスについて専門的に研究し、環
境省、消費者庁などの委員を歴任。

れな食料廃棄の抑制制度が登場した。しかし、これは1970年に制定された「廃棄物の処理及び清掃に関する法律（廃掃法）」を補完する法体系となっており、食品ロスの削減というよりも「最終処分場のもたない」を解消するための法律で、実際にはリサイクル推進が中心であった。

風向きが変わったのは、2011年に国連食糧農業機関（FAO）が「世界の3分の1の食料は廃棄されている」という調査結果を公表した以降である。可燃ごみの焼却処理をほとんどしない欧州では、もともと埋め立てによるメタンガスが問題となっており、この調査結果はその危機感への強いメッセージとなった。

一方、15年9月に国連総会で「持続可能な開発のための2030アジェンダ」と17のゴールが

採択され、食品ロス削減の動きが一気に世界化した。そのターゲット12・3に「2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食品の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる」と記載されたからである。

日本の食品ロス問題とSDGs

SDGsの17の目標は、環境、経済、社会の諸問題を包括的に扱い、インターリンクエージ(諸課題相互の関係性)を重視した構造を持つのが特徴である。また、貧困と飢餓問題に偏っていた2000年採択のMDGs(ミレニアム開発目標)に比べ、民間企業が取り組みやすい(取り組みなければならぬ)ものとなった。

とりわけESG(環境・社会・企業統治)投資がSDGs推進政策と融合し、欧州を中心に、温室効果ガス排出量ゼロをめざす脱炭素社会ビジネスの一大ムーブメントを巻き起こしていることも特徴的である。

昨年12月にスペインのマドリッドで開催されたCOP25(第25回国連気候変動枠組条約締結



食品ロス削減を訴えるポスター(1917年)

国会議)におけるビジネス会議では、740社を超える企業が脱炭素に向けた目標設定に賛同していると紹介された。マクドナルドやマイクロソフト、ナイキ、ネスレなどの世界企業が先陣を切っている。また、世界の有力企業500社の4分の1近くが再生可能エネルギー100%や科学的分析に基づく目標設定、炭素中立化などに取り組んでいるという報告もある。

16年にはESG投資の額は2541兆円に達した。世界の投資額において、約4分の1に当たる額がESG投資で占められたことになる。こうしたESG投資の世界的潮流は、欧州発の食品事業者や農業のサステナビリティに関するレーティング(格付け評価)を、日本企業にも迫っている。

たとえば、イギリス『エコノミスト』誌の調査部門が食品栄養財団と共同で実施している「FIXING FOOD」という調査では、欧州各国や米国、韓国などが、食品ロス削減のための法整備が整っている国として挙げられているのに対し、日本の食品リサイクル・食品ロス対策は世界第7位とされている。

同じくサステイナブル・レストラン協会は飲食店の食材調達や運営について評価を行うイギリス発の格付け機関で、18年には日本人も発足した。イギリスを中心に、チェーン店から社員食堂、ミシュランで星を獲得した高級レストランまで世界中で1万店舗以上が加盟する。

日本国内の調査不足や文化的な理解不足もあることから、このような海外の格付け評価に過度に振り回される必要はない。しかし、数字がひ

とり歩きする可能性も否定できず、企業の取り組みを分かりやすく説明する方法として積極的に関わる姿勢が求められる。

日本の食品リサイクル法の対象範囲は、農業部門と消費者を除外したフードビジネスに限定された。これは、食品ロス関連政策の所管が農林水産省からスタートしたことから、農産物の生産過剰分については、廃棄を政策的オプションの一つとして維持する必要があったのかもしれない。米の生産調整や路地野菜などの産地廃棄、流通過程での規格外品の廃棄などは、需給調整による農家所得の維持のための必要悪だったのである。

しかし、たとえばフランスでは、フードバンクを通じた過剰食品などの福祉団体への贈与システムが定着しており、他国よりも相対的に食品ロス問題と消費者の距離が近い。そのため規制色は弱く、農業部門も対象として産地の規格外農産物をブランド化するなど広範な取り組みを推進している。

他方、日本の食品ロス削減推進法では「国民運動」の推進が掲げられ、その基本方針には消費者、事業者、農業者、マスコミ、国・自治体のそれぞれの役割が明記された。罰則規定はないものの、農業部門から発生する食品ロスの位置付けも踏まえ、単なる「事業者たたき」に終始せず、消費者とフードサプライチェーン内の需給調整の方法を具体的に議論する必要がある。

食品ロス削減推進法が成立に至る過程においてSDGsの影響は小さくないが、それに先立ち18年6月に閣議決定された「第4次循環型社

会形成推進基本計画」には家庭系食品ロスの半減目標が明記された。

その後、19年2月には食品リサイクル法の基本方針が改定され、SDGsを意識して2000年度比で30年までに食品ロスを半減する目標が定められた。

諸課題を浮き彫りにしたSDGs

これまで環境問題や廃棄物問題としてのみ捉えられがちであった国内の食品ロスに対し、SDGsが多元的な位置付けを与えたことも、加えて指摘したい。17に分類された169のターゲットのうち、食品ロスの記述があるのは目標12「持続可能な生産消費形態を確保する(つくる責任・つかう責任)」である。

イギリスでは2010年2月に制定された「食料雑貨品供給に関する行動規約」で、事前告知のない契約変更や、過度のリスクや予測できない費用を納入業者に転化すること、特売価格での過剰発注などを禁止し、公共調達の慣行を規定した。

また、フランスでは16年に食品廃棄禁止法が成立し、大規模小売業はフードバンクとの提携を義務付けられたが、18年11月には、さらに包括的に、健康的かつ持続可能で、誰もが平等に食品へのアクセスができる法律が公布された。そこでは、アニマルウェルフェアや環境保全に配慮した農業の推進などといったSDGsの実践に向けて、ゲージ鶏舎の新設禁止、学校給食におけるオーガニック率の50%達成と週に一度のベジタリアンメニュー提供などの施策が盛り込

まれている。

そして食品ロス対策としては、小売りやケータリング業者の報告義務や、「レストランはドギーバッグ(食べ残しの持ち帰り)を断つてはならない」という義務が盛り込まれた。ドギーバッグはもともとアメリカの文化であり、フランスではマナー違反とさえええされていたが、国全体で毎年130万トンの食べ物が廃棄されている実情を背景に法整備が進んだ。

このようなサプライチェーン全体を見直す包括的な施策は、SDGsのインターリンクージュをよく反映している(図)。

日本も事業系食品廃棄物のリサイクル率は85%(17年度、大豆ミール、ふすまなどの有価物含む)と世界最高水準であり、食品リサイクル法で「キノコ菌床化」を第3のリサイクル方法に指定するなど、欧米にはない独自の取り組みが進展している。今後は、国際的な枠組みで過去の経験を捉え直し、家庭系生ごみのリサイクル進展や省庁横断的に抜本的なフードサプライチェーンの再構築を検討する必要がある。

各国の食品ロス政策の多様性

ここで、日本と韓国における食品ロス対策に目を転じてみたい。

両国は、人口密度が高いため埋め立て禁止どころか、埋め立てる場所の確保すら難しいという実情があった。

日本では「焼却」という世界でもまれな手法で廃棄容量を減らしてきたが、隣国の韓国では、住民の反対などにより焼却処理が難しいことか

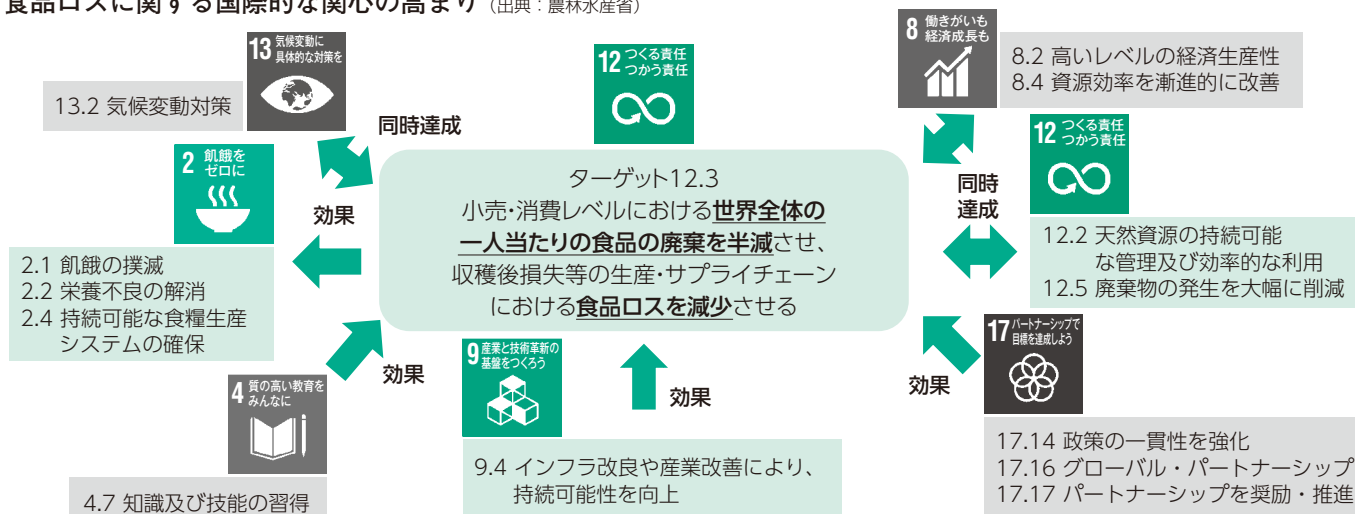
ら、包括的な食品ロス削減施策が急速に進展した。

特にソウル五輪前後から外食産業が急増し、小皿のおかずをたくさん並べる韓国特有のパンチャン文化が食べ残しの原因となり、その廃棄による地下水汚染が社会問題となって循環型社会への大きな推進力となった。

その結果、日本より10年ほど先行し、1992年に「資源の節約と再活用促進に関する法律」が制定され、95年には政府の環境部を中心に「食品廃棄物協議体」が設置され行政の横断的な取り組みが強化された。さらに97年のアジア通貨危機を受け、フードバンクモデル事業が全国4か所で展開され、その後は社会福祉部が主導したホームレス支援が国民の共感を呼び福祉事業として定着した。

外食の食べ残し対策としては、パンチャンの提供皿数を定めた「良いメニュー制」が導入されたが定着しなかった。現在では、国が融資枠を設けた模範飲食店制度を策定し、金銭的インセンティブによるパンチャンからビュッフェ形式への変更を模索している。家庭系生ごみと小規模飲食店の食品廃棄物処理では従量課金制が導入されつつあり、全自治体の63.4%(2014年9月現在)に普及し、課金を有料のステッカーを専用バケツに貼る方法に加え、集合住宅ではクレンジット決済が用いられている。市民は支払いを抑制しようと分別を徹底するため生ごみの「品質」が良くなり、家庭系生ごみからペットフードを製造する世界最高峰の食品リサイクル大国となった。

食品ロスに関する国際的な関心の高まり (出典：農林水産省)



世界的に拡大するフードバンク活動を例に挙げるまでもなく、飢餓と相対的貧困問題は今や

経済成長する中で、廃棄されるほどに食料供給が増大したこと自体は大変好ましく、消費者も感謝しなければならぬのかもしれない。しかし、その過剰性をどのように受け止めるのかについては、特に日本では焼却処理に加え、リサイクル止まりで、そもそも食品ロスの発生については十分な議論をしてこなかったように見える。

SDGsは、未来のあるべき姿から見て、今なすべき破壊的創造を求めると特徴がある。「やれることはやる」のは当然だが、「これは無理」という言い訳を禁じ、その解決策を粘り強く考え続ける覚悟を強いるものである。

FAOでは、消費段階の食品廃棄量は先進諸国より途上国が少ないことが示され、イギリスの調査でもマクロ経済指標が食品ロスの発生に影響を与えている可能性が指摘されている。つまり、国内外で食品ロス対策が遅々として進んでいない理由は、短期的な経済成長が優先されているからである。

経済成長する中で、廃棄されるほどに食料供給が増大したこと自体は大変好ましく、消費者も感謝しなければならぬのかもしれない。しかし、その過剰性をどのように受け止めるのかについては、特に日本では焼却処理に加え、リサイクル止まりで、そもそも食品ロスの発生については十分な議論をしてこなかったように見える。

食品ロス問題の現代的意味

食品ロス問題に関する制度や対策は、各国の地理的・文化的要因により多様化することは当然である。国連も「食品ロス」の定義を世界的に統一しようとはしていない。日本では「食品廃棄物は可食部と不可食部を含む食品由来の廃棄物、食品ロスは食品廃棄物のうちの食べられる部分(可食部)」と定義されている。

国際格差から国内格差へシフトしつつ解消には程遠い。小売店の売り場は、過剰な商品を見せびらかしながら金のない人には売らないという、精神面では極めて冷酷な状況を生みだしていると言えなくもない。また、規格外農産物は、売り手の都合で消費者との十分なコミュニケーションもしいままこっそり廃棄されているが、これを見栄えを言い訳にした希少性の演出とするのは言い過ぎであろうか。

消費者は、見た目が悪くてもおいしければ買いたいという声を上げ始めているが、このような顔の見えない価格維持政策に対し、消費者はもはや耐えられなくなりつつあるのではないだろうか。

モノ余りの現代社会では、戦時中のような「もったいない」を理由にした廃棄抑制策はあまり説得力も持たない。そしてSDGsの要請が現代社会に突き付けていることは、物質的に豊かな社会で、なぜ幸福を感じられないのかを問うことに他ならない。

フランスの哲学者であるバタイユは、「過剰」や「余剰」について「笑い、恍惚、供犠、詩、そしてエロティシズムなど様々な形の浪費は、互いにその区別を失いながら、それ自体で交流の法則を決定した」として、その過剰性を肯定的に受け止めている。SDGsを通じた食品ロス対策の現代的意味は、物質的な過剰性を適正化することにあるのではなく、フードバンクや子ども食堂のように幸福を感じながらそれを受け止める、強靱で幸福感の高い社会を構築することにあるのかもしれない。

食料には「つくる責任」と「つかう責任」

食料ロス・削減問題では、フランスで廃棄が禁止されるなど、先進国で進んでいる。日本でも「食品を捨てる」ことをなくすよう、廃棄問題に真剣に取り組むべきだ。SDGsは、食料を「つくる責任」と同時に「つかう責任」を掲げており、消費者の自覚が問われる。

日本でも関心高まるSDGs

「腹が減っては戦(いくさ)ができぬ」という日本のことわざは正しい。人間は生きるために食べるのが最優先だ。

国際社会が約束した「持続可能な開発目標」(SDGs)は、17の目標を掲げ、各国で取り組まれている。食料と農業は、目標1の「貧困をなくす」や目標2の「飢餓をゼロに」の達成に直接関係しているだけでなく、17すべての目標で大切な役割を果たしている。世界中でエネルギーや環境、教育、健康などさまざまな分野の課題が山積しているが、食べるものを十分に入手できなければ、いずれも解決がむずかしい。

私たち国連食糧農業機関(FAO)が、もつとも幅広くSDGsの分野に関わる国連機関にな

っているのは、そうした理由があるからだ。

日本はSDGsの認知度が低いと言われている。しかし、私はそうは思わない。関心は高まっていることをさまざまな場面で感じる。

私は毎年、60回以上日本国内で講演をする。大学生など若い人たちと意見を交換する機会も多い。最近では国際社会の未来を真剣に考え、自分の卒業研究の中でSDGsにどう貢献していくのかを取り上げる学生も少なくない。

また、農家グループや自治体、政治家との会合などを通じ、日本国内でも着実にSDGsが浸透してきたことは間違いないと考える。

SDGsの目標達成に向け国際社会が食料と農業を考える上で、食料のロスと廃棄の問題を避けて通ることはできない。世界中で食料の安定的な供給をめざしていくことは大切だが、一



国連食糧農業機関(FAO)駐日連絡事務所長

ボリコ M.チャールズ
BOLIKO Mbuli Charles

ぼりこんぶり ちゃーるず
コンゴ民主共和国出身。名古屋大学大学院国際開発研究科で博士号取得。1997年からFAOに勤務。FAOニューヨーク連絡事務所、人事部などを経て、2013年、駐日連絡事務所に初の外国人所長として着任。客員教授として母国のカトリック大学でも教壇に立つ。

方で、大量の食料が使われないまま捨てられている。その現状を世界中の人たちが知ることが重要だ。そのうえで食料ロス・廃棄をなくすために何が必要なのか、自分でできることは何かを考えてほしい。

FAOの推計によると、世界中で人の消費向けに生産された食料の3分の1が、ロス・廃棄されている。生産されてもさまざまな理由から消費されない食料が年間に13億トンのほろ。食料の不可食部を合わせると、食料と副産物で16億トンを達する。このまま放置すると、20億トンにまで膨れあがるという試算もある。

どれだけこの数字が多大なのかを知ってほしい。中国の農地面積より広い土地を使って生産した食べものを、私たち人間が利用しない計算になる。大量の食料をわざわざ生産する。収穫し、

加工して配送し、冷蔵庫に入れる。そして捨てる。多くのエネルギーやお金、水、時間をかけて準備したものが、全部無駄になる。もったいない。

しかも、食料ロス・廃棄が気候変動の原因となる温室効果ガスを大量に生み出している。捨てられたものから発生する二酸化炭素やメタンだけではなく、生産や輸送に関わるエネルギーも温室効果ガスを排出している。この排出量を仮に一国の数字として考えてみると、中国と米国に次ぐ第3位の温室効果ガス排出国になる計算だ。輸送や加工、貯蔵にエネルギーが加わるため、食料ロス・廃棄による悪影響は、捨てる段階が消費者に近くなればなるほど大きくなる。

食料ロスは途上国で多く発生

今、捨てている食料の4分の1だけでも利用できれば、計算上、世界で飢えに苦しむ人たちが8億人を含めてみんなが食べられる。実際には必要な人たちに届ける手段とか、届いても買うお金がないという問題があつて、これがすべてを解決するわけではないが、SDGsの飢餓をゼロにしようという目標の達成に向けた手掛かりの一つにはなる。

世界のみなが食べられる量がありながら、同時に飢えが存在するのは食料システム全体の欠陥であり、解決するにはシステム全体で考えなくてはいけない。

食料ロスの定義は、生産から収穫後の加工までに食料を捨てることで、その多くが途上国で発生している。途上国で道路や電力などインフラ（社会基盤）が整っていないことが原因だ。た

とえば、生産と収穫はうまくできたけれど、適切な貯蔵施設がなくてそのまま畑に捨てたとか、市場までの道路が整備されておらず運べないとか、冷蔵トラックがなくて輸送中に腐ってしまったなど、さまざまな理由がある。

日本なら冷凍や冷蔵の宅配便があつて、生ものでも確実に品質を保ちながら必要な場所に届けることができるが、多くの途上国ではむずかしい。

多額の費用が発生するインフラの問題は根が深く、すぐに解決するのは無理であろう。時間がかかる。途上国なので世界銀行、政府、他の支援団体などが強固なパートナーシップ（連携）を結び、長い目で見た対策が必要になる。

その際に大事なのが、対象地域にどのようにして知識を蓄えていくのかという視点だ。道路網を建設したり、大型冷蔵庫などの機械をどんと置いたりただだけでは問題は解決しない。もし機械が壊れたときにどう修理するか。一部がちよつと不具合になっただけで、せっかく改善したインフラが役に立たなくなってしまう。

自分たちで管理できなければ持続可能性はない。だから、長期的には人材の育成がどうしても必要だ。施設などのインフラ整備は、並行して教育や研修を通じた途上国の人材の底上げが求められている。日本政府はアフリカなどを対象にして、機械の取り扱い方の研修などをしてきた。

とても大切なことで、これからも続けてほしい。また忘れてならないのは、日本や米国にも十分に食べられない人たちがいることだ。食料不足は決して途上国だけの問題ではない。自分の

近くに食料が足りなくて困っている人はいないだろうか。SDGsは「誰ひとり取り残さない」という共通理念のもとで、課題を解決することをめざしている。

先進国では「捨てる」ことが問題

日本のような先進国では、廃棄が大きな問題だ。廃棄の場合、インフラというよりも、直接的には人間の行動によって引き起こされることが多い。生活が豊かになると、消費者はほとんど食料を買える。そして捨てる。小売店も賞味期限が切れた食品は捨てる。ある調査によると、「なぜ消費者が捨てるのか」という質問に対し、「料理するのを忘れた」「料理した後に食べようと思つたが忘れた」のような回答が寄せられている。

この場合は消費者の人間の行動、態度が大事で、途上国の食料ロスの問題とは対策の戦略が大きく異なる。

廃棄をなくすための個人の経験を紹介したい。最初は2013年の「食料のロス・廃棄が自然環境に与える影響」と題したFAOの報告書を読んで、衝撃を受けた。世界で生産される食料の3分の1に相当する13億トが廃棄されるといふ試算をまとめ、これらが環境に与える影響を初めて分析したものだ。私自身が生活を変えて食料廃棄をゼロにしようと思った。「減らそう」ではなくて、まったく捨てないという決意だ。

買い物スタイルを変えた。まずはスーパーにはお腹をすかせた状態では行かないようにする。ご飯の前にスーパーの売り場に行くと、「おいしそう」「食べてみたい」と感じて、自然と手が伸

びる。結局、買ったものの食べないまま捨てるものが出てきてしまう。先ほどの調査回答と同じだ。

またスーパーに行く前に、買うべき食料リストを作る。店に行くと、たくさん商品が並んでいて「これはうちに置いておきたいな」と思うことがある。しかし、リストになれば「店に残しておいて必要になったら買おう」と考え直して買うことを避ける。

買い物から帰宅すると、冷蔵庫にしまう。その際、品目を紙に書いて冷蔵庫に張っておく。使ったものから線を書いて消していけば、何が残っているのか一目瞭然でわかるから、捨てるものは出ない。

自分の食事スタイルも変えた。夕食で残ったおかずは、翌日のお弁当に入れて職場に持っていく。ホウレンソウの根っこに近い部分は、ほとんどの場合、切り捨てられる。私の家でもそうだった。私はけんかになるから、妻の前ではあまり言わないが、ホウレンソウの残った部分は、後でごみ箱からこっそり取り出してきれいに洗い、調理して食べる。キャベツの外側の葉っぱも食べる。おいしく安全に食生活を楽しむことができて、廃棄も減らせる。

日常生活で「つかう責任」考える

生活を変えるということは大変なように見えるが、実は日常のほんのちよつとしたことで可能になる。慣れれば負担にもならないから、誰にでもできる。スーパーで余分なものを買って腐らせるぐらいなら、そのお金を捨てた方がよい

と子どもたちには言っている。お金はもったいないが、少なくとも不要な廃棄をしなくても済む。

SDGsの目標12は、「つくる責任」と同時に「つかう責任」を掲げている。製造者だけでなく、私たち消費者にも責任があるということだ。

食料廃棄の問題でいえば、たとえば、どの商品を選択するかという態度が問われる。スーパーの棚には同じ商品がたくさん並んでいて、賞味期限が書かれている。多くの人は、後ろの方の商品を引っ張り出して、できるだけ賞味期限が長いものを買おうとする。

「つかう責任」を意識すれば、逆に賞味期限が短いものを買うという選択肢があるだろう。自分で計画的に調理して消費すれば、その分だけ商品が捨てられる可能性が小さくなるからだ。私たちが店頭で新しいものだけをより分けようとする行為が、結果として廃棄を加速させているということを意識するべきだ。

賞味期限は、その日付を過ぎても十分に食べることができるということを、もつと知ってもらうことが大切だ。以前、コンビニ大手の経営者と話す機会があった。彼らは大量の食料品を、賞味期限を物差しにして廃棄している。使う側が賞味期限の正しい情報を得ることで、小売店の姿勢を正していくようなことが必要ではないか。

仏では食品の廃棄を禁止

海外では、食料の大量廃棄を減らそうという機運が高まっている。北欧では賞味期限の意味を、きちんと商品に表示している。

買って帰って冷蔵庫に入れば問題ないにもかかわらず、賞味期限を一日でも過ぎたら、もう安全ではないと誤って理解される恐れがあるからだ。「期限を越えて食べても大丈夫」と書くことで消費者の不安を払拭するのに役立っている。

フランスでは2016年に食品廃棄規制法が公布された。400平方メートルを超える規模のスーパーは、賞味期限が過ぎたり、近づいたりした食品の廃棄が法律で禁じられている。違反すると多額の罰金を科される。捨てる前に事前に契約したフードバンクなどの慈善団体に寄付することなどを促すものだ。それまで売れ残りの食品は、路上生活者などが食べないように破壊してから廃棄していた。そのコストがかさんでいたため、スーパーにとっては廃棄よりも寄付の方が有利になる。

スペインでは子どもの時から教育をして、廃棄しない消費者を育てようとしている。イタリアでも16年に食品廃棄規制法が成立した。フランス法とは異なり、罰則ではなくて、廃棄を削減した企業に対する税の優遇措置などいかにスーパーに捨てさせないかというインセンティブを与えようとしたのが特徴だ。

北米では大量の食品が廃棄されているが、SDGsとの関連で見直しされつつある。以前から、レストランなどで食べ切れなかったものを客が持ち帰ることがごく普通に定着している。

残念ながら日本ではなかなか普及していないが、私はレストランで食べ残しを持参する容器に詰めて持って帰るようにしている。



食料ロス・廃棄対策の一環としてFAOの技術者が、エジプトで若い女性農業者に天日干し乾燥の手法を教えている (©FAO/Heba Khamis)

欧米では小売店や飲食店の取り組みを後押しするために、賞味期限が近い食品などを慈善団体に提供した場合、その後、仮に問題があっても店の責任にならないような制度にしている。

もし賠償責任の可能性が出てくるのであれば、誰が危険を冒してまで食品を寄付して廃棄を減らそうとするだろうか。食料廃棄を減らしていくためには「食品を提供する人たちを守る」という仕組みが大切だ。

一方、残念ながらアジアでは廃棄の問題は遅れていると言わざるを得ない。韓国や中国で宴会になると、とても時間内に食べ切れないほどの食事が出てくる。お客をもてなすという伝統なのだろう。気持ちはありがたいが、SDGsの

時代の中で見直すことが求められていると思う。

再利用では解決しない

FAOの親善大使であるシェフの中村勝宏さんは、捨てられる魚のアラなどの食材を利用して何種類ものメニューを作る。とてもおいしい。彼は料理する時に一生懸命、廃棄を減らそうとしている。

一方、学生たちと討論する機会でも、彼らの話を聞くと「魚のアラがあったら、飼料とか肥料として再利用すればよいのではないか」と言う。

だが、それは間違いだ。SDGsで目指すのは減らすことであり、再利用ではない。減らすことができなければ、それは失敗ということになる。次善の策として再利用はあるかもしれないが、SDGsの目標からすれば達成できなかったということだ。学生たちにはどのようにして再利用をするのかではなくて、廃棄を減らすことに焦点を当てて勉強してもらいたい。廃棄を減らすためにはライフスタイルを変える必要があるが、義務感だけではなく楽しみながら取り組むことができるはずだ。

「私だけなら」と思うかもしれない。だが、何億人もの人たちが同じような行動をすれば、地球環境が悪化する。気候変動により、世界各地で異常気象が発生していることは科学的な根拠がある。温暖化の大きな原因の一つが私たちの食生活に起因していることを、もっと知ってもらいたい。

廃棄の問題でもう一つの視点を提起したい。消費者が買いすぎないことだ。買いすぎるから

食料が余って、捨てることになる。みんなが自分で食べられる適量だけを買えば、食料価格は下落する。そうすればお金がなくて買えなかった人たちにも食料が行き渡るだろう。

「それでは農家が困る」という声が出るかもしれないが、中間業者との調整で農家の打撃を避けるような工夫をするべきだ。廃棄が減って、農家が作ったものがすべて消費者の口に入ること、持続的な食料システムに近づくと思う。

家族農業の貢献に注目

食料ロスや廃棄を含めた世界の食料問題を考える際に、とても大切なのが家族農家だ。世界の食料の8割は家族農家が供給している。国連は、2019〜28年を国連「家族農業の10年」として定め、加盟国と関係機関に対して家族農業を支援することを求めている。

家族農家は自分の作物や家畜を大切にし、そう簡単に捨てたりすることはしない。長い期間にわたって同じ場所で農業を営むため、山や川、周辺の環境を大切にしないと生き残れないことを知っている。だから生物多様性を大切にしている。SDGs達成には家族農業が重要な役割を果たす。

FAOはさまざまな支援事業を始めている。バングラデシュなど南アジア諸国で収穫後の作物の適切な管理方法を教えたところ、たとえばトマトの収穫後ロスが90%以上減った。マンゴーの収穫後ロスも約60%削減できたという報告がある。食料ロス・廃棄削減へ家族農業でも改善できることはまだまだたくさんある。

(聞き手 農業ジャーナリスト 山田優)



廃棄物発生抑制に果敢に挑む企業、地域

食品ロスは、もつたいないというだけにとどまらず、持続可能な生産・消費の在り方にかかわる。環境に配慮する原則として重要な3Rのうち、最優先で取り組むべきはリデュースだ。「捨てないパン屋」や、売り切れたら閉店という100食限定で食品ロスを出さない飲食業など、SDGsの実践者を全国に訪ねる事例レポート。

「ふりをする」は排除しよう

農林水産業者・食品産業者においては、食品ロス対応をはじめとしたSDGs（持続可能な開発目標）への対応が企業存続の前提ともなりつつある。

SDGsには17のゴールがあるが、食品ロスに最も関連が深いのは12番のゴール「持続可能な生産消費形態を確保する」だ。12番のゴールのうち、3番目のターゲット(12・3)には「2030年までに世界の小売・消費レベルの食料廃棄を半減する」という目標が掲げられている。

「すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する」という6番のゴールにも関連が深い。食料生産には水が不可欠だからだ。「適量作って適量売る」ことは、労働者の

負担の軽減にもなる。SDGsの8番のゴール「包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する」にも対応するだろう。

そこで食品ロスへの対応の重要性を理解し、先進的な取り組みをしている組織などを紹介したい。

まず筆者が考える「SDGsに対応した真の先進組織」とは次の3条件を満たす。

まず一つ目として、大前提になることだが、いわゆる「SDGsウォッシュ」すなわち「SDGsに取り組んでいるふりをする」ではないということだ。

SDGsでは「だれ一人取り残さない(No one will be left behind)」がうたわれている。地球上

のすべての人が貧困などの危機から解放され、人権が尊重され生きることができ、持続可能な社会に貢献する、という壮大な目標である。このマクロ的な目的を果たすためには、まず身近なところから、自分の属する組織(ミクロ)で達成する必要がある。

国内の組織を見渡してみる。消費者が便利さを享受するため、一部労働者が過剰労働を強いられたり、優越的地位にある組織が取引先に無理を強いたりしていないだろうか。仮にそのようなことをする組織の経営陣がSDGsバッジを胸に着けていれば、「SDGsウォッシュ」、すなわち「ふりをしている」ということになる。「だれ一人取り残さない」を、まず自分の属する組織から実現できなければ、SDGsに対応する真の先進組織とは言い難い。



株式会社 office 3.11 代表取締役

井出 留美 IDE Rumi

いでのみ
東京都出身。食品ロス問題ジャーナリスト。博士(栄養学)。食品ロス問題を全国的に注目されるレベルまで引き上げたとして第2回食生活ジャーナリスト大賞、Yahoo!ニュース個人オナーアワード2018受賞。『賞味期限のウソ』『食品ロスの大研究』(幻冬舎)他、著書、監修書多数。

二つ目として、「環境配慮の原則である3Rの優先順位を理解し実践していること」が挙げられる。3Rとは、最優先がリデュース(Reduce:廃棄物の発生抑制)、次がリユース(Reuse:再利用)、最後がリサイクル(Recycle:再生利用)である。

3Rのうち最優先はリデュース

SDGsの実践として、最もコストと資源が削減できるのは、出しゃばなしの水道(食料の作り過ぎ)の蛇口を締めるリデュースである。作って運んで売るためのコストと資源を削減することは持続可能性につながる。

だが、この優先順位を理解し実践している企業は少ないと言わざるを得ない。リデュースを最優先にしないのは、企業のCSR報告書からも感じとれた。リユース(フードバンクの寄付など)や、リサイクル(余剰食品を家畜の飼料や堆肥など)は取り組み事例として載せているのに、最優先のリデュースの事例が一つも載っていない企業もあった。

理由の一つがマスメディアだ。マスメディアは、3Rの最優先のリデュース事例をあまり取り上げない。地味で当たりまえ過ぎて、絵(映像や写真)として映えないからだ。リサイクルは、恵方巻の大量処分など、映像や写真が衝撃的なので、テレビ番組で取り上げられやすい。リユースは、余剰食品を安価に販売する事例や、フードバンクや子ども食堂などで、余っても他で使えばOK、ワイン・ウインの取り組みなどよく取り上げられる。だが肝心のリデュースは、取材のネタに

なりづらい傾向にある。

三つ目は、「右肩上がりを目指さない」企業だ。2019年1月11日、農林水産省は小売業界に対し、需要に見合った数の恵方巻を販売するようにと通知を出した。ロールモデルとしたのが兵庫県のスーパ、「ヤマダストアー」(ヤマダストアー株式会社、本社:兵庫県太子町)だ。ほとんどの企業は常に「対前年比〇%増」を目指す。ヤマダストアーは「前年実績で作る」と明言した。

前の年と同じ数だけ作って売ること。これができる企業は数少ない。メーカーも小売りも「常に右肩上がり」のグラフを目指している。同年2月に筆者がおこなった取材においても、多くの大手コンビニやスーパーが「2018年よりも多く売る」と目標を述べていた。

なお筆者は、今年2月3日、101店舗を対象に恵方巻の売れ残り調査を実施した。数百本単位で残す百貨店もあったが、完売する店も見られ、改善傾向が見られた。

SDGsとは、「経済」だけでなく、「環境」と「社会」の3要素がバランスよく成り立つことである。高度経済成長期からバブル経済にかけての日本企業は、「経済」活動で富や利潤を生み出すことのみ追求し、他をおろそかにする傾向があったことは否めない。

以上3条件を満たすのが、筆者の考える「SDGsに対応した真の先進組織」である。

食品ロスなくし利益を増やす

では、食品小売業の先進的な事例を見てみよう。

福岡県柳川市にある「スーパーまるまつ」(株式会社スーパーまるまつ、本社:福岡県柳川市)は、欠品を許容している。

「欠品」とは、商品棚に空きをつくることだ。日本の小売業のうち、90%以上は、この欠品を許容していないと言っても過言ではない。食品メーカーは、小売り企業からの「欠品禁止」に戦々恐々としている。なぜなら欠品を起こせば「取引停止」になるかもしれないからだ。

筆者は食品メーカー勤務時代から欠品NGの商慣習を把握していたが、独立後、さまざまな食品メーカーの話を聞き、どのメーカーも「欠品は絶対に許さない」という前提で食品を作っていることがわかった。

ある食品メーカーの経営陣は、「2011年の東日本大震災が起こって世の中めちゃくちゃの中でも、小売りから『持ってこい』と言われました。何も手に入らないのに。それでも欠品は許さないと言われました」と取材の席で語った。

スーパーまるまつへの取材で、社長は「海がシケて魚が獲れない時、市場には古くてまずく高い魚が並ぶ。それを仕入れれば、お客さんに古くてまずく高い魚を買わせることになる。だから買わない(欠品にする)。でも、大手は数合わせでそんな魚でも買って行く」と語った。先代から事業を引き継いだ社長は、先代同様に今も朝4時起きで魚と野菜の市場へ出向く。自分が「これはいい」と思ったものを仕入れて販売する。これこそ商売の原点ではないだろうか。

欠品を禁じる小売り企業は「せっかくなか買いに来たお客さまにご迷惑をかける」と、その理由を

語る。だが、本音は「販売機会と売り上げを失いたくない」ではないか。

スーパーまるまつのある柳川市は、高齢化で人口も減少している。近隣エリアの競合10企業のうち、まるまつはシェア15〜20%を占めているという。これは、お客のことを心から考えた商売をすれば、たとえ欠品があろうとも顧客は支持する、ということを示しているのではないか。

やはり欠品を許容する京都市のスーパー「京都八百一本館」(株式会社セントラルフルーツ、本社・京都府京都市)の店長にも取材した。「欠品を防ぐコストは半端なものではない(だから欠品NGにしない)」と話していた。東京都を拠点とするスーパー、福島屋代表取締役会長の福島徹氏は、著書で次のように語っている。「(前略)品切れになっても、事情をお伝えし、お客さまには次の入荷日まで待つていただくようにしています」(『福島屋 毎日通いたくなるスーパーの秘密』福島徹著、日本実業出版社)と。

次に、食品製造業の事例を見てみよう。
広島市にあるブルーランジェリー・ドリアンは、通称「捨てないパン屋」だ。2015年の秋以降、売れ残りを出しておらずパンは1個も捨てていない。祖父の代からパン屋を経営し、現在、3代目の田村陽至さんと奥さんの芙美さんが営む。かつては8人が働き、あんパンやハード系のパンなど40数種類を作り、毎日、売れ残ったいくつものパンを大きな袋に詰め捨てていた。3代目夫婦は、ある日、ヨーロッパへパン作りの修行へ出かけた。朝早くお店へ行き、夜まで働くのかと思いきや、お昼で終わり。日本では毎日15時間働き

続けていたのに、ここでは半日労働。しかもパンは日本で作っていたものよりぐんぐんおおいしく、店はパンを1つも捨てていなかったという。

帰国した3代目夫婦は、やり方をがらりと変えた。8人で働いていたのを夫婦2人にした。パンは日持ちするハード系のみ。種類を圧倒的に絞った。小麦は国産小麦にし、副原料を止めて原価を抑え、通販など定期購入の機会をつくった。店舗での販売は週三日の午後だけ。夫がパンを焼き、妻が販売する。年商2500万円はキープしながら休みは増えた。現在はさらに営業日を減らしている。

筆者が取材に出掛けた日、広島は雪だった。目立たない店舗に、雪の中、次々とお客さんが訪れ、たちまちパンは売り切れた。

田村さんは著書でこう語る。「僕は何億円パンを売ろうとも、ドカドカとパンを捨てるのであれば、なんの価値もないと思います。今まではしようがなかったかもしれないけど、これからは本心に許されない。時代は変わりました。バブルのような、イケイケどんどの時代ではありませぬ。社会も文化も成熟して大人にならなければいけません」(『捨てないパン屋』田村陽至著、清流出版)と。

さらに、飲食業の事例を見てみよう。
京都市にある佰食屋(株式会社minitts、京都府京都市)は、その名の通り100食限定、かつ営業はランチのみだ。売り切れたら閉店。飲食店なのに冷凍庫もない。ほとんど食品ロスがない。

飲食業は、朝から深夜まで働く場合も多い。一

方、佰食屋は13〜14時台に売り切れる。その後、従業員がまかないのご飯を食べ、翌日の仕込みをして、遅くとも18時までに全員が店を出る。育児や介護中の人も、60歳以上の人や障害のある人も働き続けている。

佰食屋の女性経営者である中村朱美氏は必ずといっていいほど「もつと営業すればもつと儲かるでしょう?」と聞かれるという。それに対する彼女の答えは「そうでしょう。だけどそれは私たちの働き方ではありません」である。

筆者は2017年から何度も取材で訪問している。機会損失について経営者はこう語った。「売り切れたら機会損失と言わはると思うんですが、ずつと棚に補充されているほうが機会損失と思うんですよ。ずつとあると思うと、人は購買意欲をかき立てられない。ない日があるからこそ、あつたとき買う気になるんですよ。そういう波を、あえて企業が起すのは、消費者の知らなかった幸福感を生む、と思っっているのです」(Yahoo!ニュース個人コーナー拙著『50食しか売ってはいけない!働き方のフランチャイズ目指し売上増や機会損失からの脱却と従業員の幸せ』2019年6月14日付)。

生ごみ3キリ運動でごみ半減

以上、食品小売業、製造業、飲食業の先進事例を見てきた。では行政はどうだろうか。先進的な自治体の取り組みを紹介しよう。

佰食屋のある京都市は、食品ロスも含めたごみ削減に熱心な先進自治体だ(拙著『賞味期限のウン食品ロスはなぜ生まれるのか』201



通称「捨てないパン屋」のブーランジェリー・ドリアン

5年に策定した「新・京都市ごみ半減プラン」は、全国の自治体初、食品ロスの削減数値目標が掲げられた。目標は2000年度に年間9・6万トナだった食品ロスを、20年度に5万トナまで半減するとした。実際、ごみ量ピークの2000年度は82万トナだったごみは、18年度には41万トナまで半減できている。

具体的取り組みとして京都市は、消費者向けに「生ごみ3キリ運動」と称した「食べキリ」「使いキリ」「水キリ」を進めている。また、企業とも連携している。コンビニ・スーパーや百貨店は、消費期限や賞味期限の手前の販売期限で棚から

撤去し返品・廃棄するのが通常だ。これをせず、消費期限・賞味期限ギリギリまで販売する実証実験を、市内スーパーの平和堂とイズミヤで1カ月間おこなった。結果、食品ロスが10%減り、売り上げが5・7%増加した。

飲食店や宿泊施設に対して進めてきた「食べきりゼロ推進店舗」は、小売業にも拡大し、19年5月時点で、市の認定店舗は1312店舗にまで拡大した。

京都市は、前述の3Rのうち、最優先事項であるリデュースと2番目のリユースを優先している。「新・京都市ごみ半減プラン」には次のように明記されている。「リサイクルは、その処理過程で一定のエネルギーを消費することなど、環境負荷やコストの面などから必ずしも良いことばかりとはいえません。そこで、京都市では、2R（ニアールまたはツアーールと呼ばれる「リデュース」と「リユース」）の2つの取り組みを、特に重要なごみ減量の取組として位置付け、積極的に推進しています」と。2Rを重視するのは東京都文京区も同様だ。

消費者の理解と地道な実践を

政府が発表している食品ロスの統計値643万トナ（2016年度）には、全国の備蓄食料の廃棄はカウントされていない。畑や港で捨てられる、規格外やB級品など一次生産品の処分も含まれていない。そこで、これらへの取り組みを紹介しておく。

2019年12月、農林水産省が省庁初としてフードバンクなどに賞味期限の迫った備蓄食を

寄付した。東京都は17年1月、賞味期限の迫った備蓄食料を、必要とする都内の団体に寄付すると呼び掛け、以降、定期的に寄付している。栃木県那須塩原市の株式会社パン・アキモトは、37カ月保存できるパンの缶詰を製造する。購買者のうち、再購買する希望者の保管していた缶詰を回収し、世界の戦闘地や被災地へと寄付している。

青森県弘前市にある日本最古のリンゴ園、もりやま園株式会社は、捨てられる運命にある摘果リンゴを使った世界初のシードル「テキカカシードル」を商品化した。

長野県の株式会社マツザワは農家から購入した摘果リンゴを原料に使用して、菓子「りんご乙女」を製造している。

全国の備蓄で使われるペットボトルのミネラルウォーターの賞味期限は、飲めなくなる期限ではない。長期間保管することで水が蒸発するため、容量が担保できる期限だ。ガラス容器のミネラルウォーターであれば、賞味期限表示を省略できる（消費者庁公式サイト）。ほとんどの人が知らずに捨てているだろう。

重ねて強調しておきたい。真のSDGsへ対応するとは、SDGsウォッシュではなく、3Rの最優先・リデュースに集中し、経済性のみならず、持続可能性を担保する取り組みのことだ。これを理解しないと、パフォーマンスだけの組織を先進事例と誤解するだろう。

企業や行政で働く人も全員が消費者だ。私たち消費者の理解と地道な実践こそ、SDGs達成につながる。





Report on research

耕種・畜産とも 売上高横ばい 費用増で多くの業種で減益

—2018年農業経営動向分析(法人経営)—

農業経営動向分析は、日本公庫の農業を営む融資先を対象に、3カ年(2016~2018年)の決算データを集計して、損益の動向や財務指標などを分析した。前号では個人経営を分析したが、今回は法人経営について分析する。

大幅な減益業種増える

経営部門別に2017年と18年の収支を比較した(表)。

耕種部門の全国平均では、売上高が前年比1・8%減とほぼ横ばいだった。経常利益は360万円と前年より390万円少なくなり、大幅な減益となった。

一方、畜産部門の全国平均を見ると、売上高は前年比1・0%減とほぼ横ばいとなった。経常利益については1360万円と前年から2140万円も減少し、大幅な減益となった。

耕種、畜産ともに、法人経営の売上高は横ばいを維持したが、経常利益は大幅な減益という結果と

なった。

耕種部門では、まず稲作は6月にかけたの低温や日照不足の影響などにより、生産量が減少したこと。販売価格は前年に比べ上昇したことから売上高への影響は軽微だが、労務費・人件費や燃料動力費などの費用が増加したこともあり、経常利益は44・4%減と大幅な減益となった。

畑作(北海道)については、6月の長雨の影響による収穫量の減少などにより、売上高は8・6%の減収となった。一方で経営費用は前年と同水準であったことから、経常利益は前年比64・2%減という大幅な減益となった。

果樹については台風や豪雨災害

の影響もあり収穫量は減少したが、販売単価が高値で推移したことなどから、売上高は4・1%の増収となった。費用の面では外注加工費などを中心に増加したため、経常利益は5・6%の減益となった。

露地野菜については、売上高は前年と同水準となったが、材料費や燃料動力費などの増加により経常利益は前年比71・8%減という大幅な減益になった。

施設野菜は、経営体当たりの規模の拡大により増収となったものの、労務費や燃料動力費などの費用が増加し、経常利益は360万円の赤字で、前年より赤字幅が大きくなった。

施設花きの売上高は前年と同水準だったものの、労務費などが増加し、経常利益は17年の40万円の黒字から18年は300万円の赤字に転落した。

茶はリーフ茶需要の減退を背景に販売単価が下落したものの、売上高は前年より5・7%増えた。費用面で労務費や燃料動力費などが増加したことから経常利益は53・2%もの大幅な減益となった。

キノコについては、売上高は前年と同水準だったが、労務費などの増加により経常利益は17年の500万円の黒字から18年は650

万円の赤字に転落した。

肉用牛肥育以外、大幅減益

畜産部門では、まず酪農は総合乳価の値上げにより増収となった。特に北海道では6・8%増と増収幅が大きかった。ただ、経常利益は飼料費をはじめとする材料費や労務費、減価償却費などの増加により、北海道で11・4%の減益、都府県で51・1%の大幅な減益となった。

肉用牛肥育は期中の牛肉販売価格が高値で推移したことなどから4・5%の増収となった。経常利益は、販売費・一般管理費の抑制や肉用牛肥育経営安定特別対策事業(牛マルキン)の積立金返還(※)の収益計上により35・3%の大幅な増益となった。

養豚一貫は豚肉販売価格が前年を下回る価格で推移したため、売上高は5・3%の減収、経常利益は68・3%減と大幅な減益となった。

採卵鶏は、近年の国内生産量の増加により需給が緩み、販売単価が前年から大幅に下落したため、売上高は5・6%の減収、経常利益は17年の6430万円の黒字から、18年は500万円の赤字に転落した。

ブロイラーは、売上高は前年と同水準となったが、経常利益は材料費や労務費の増加により64.2%もの大幅な減益となった。

※ 積立金返還

肉用牛肥育経営の収益性が悪化した場合に、生産者の拠出と機構の補助により造成した基金から粗収益と生産費との差額の一定割合を補てんする事業。事業期間終了時に基金に残高がある場合、生産者に積立金が返還される。

稲作、畑作は利益維持

耕種部門・畜産部門とも、2018年の経常利益は、17年と比べて、おおむね大幅な減益となった。

18年が特別なのか、過去の実績と比べてみるため、14～18年までの5年間の経年変化を見てみた。

耕種部門では、稲作、畑作（北海道）、果樹については、18年は前年比減益となったとはいえず、一定の水準を維持している。18年の経常利益が特別に低いわけではないことが分かる（図1）。

一方、露地野菜、施設野菜、施設花きについては、経常利益が5年間で最も低い水準に落ち込んでおり、厳しい現状がうかがえる。背景としては、相場の動きの影響が大きいこと、人件費や燃料動力費が増加していることなどが関係していると考えられる。

畜産部門を見ると、酪農および肉用牛肥育、ブロイラーについては、直近5年間の実績を見ると、18年の経常利益の実績は一定水準以上にあり、18年の経常利益が特段に低いわけではない（図2）。

ただ、養豚一貫、採卵鶏については相場の動きの影響を強く受けたことなどから、18年の経常利益の実績は直近5年間で見ても最も低い水準にあり、厳しい経営の現状がうかがえる。

耕種は労務・人件費が圧迫

2018年の法人経営（耕種部門）の収支状況を経営部門別に見ると、売上高については、稲作、畑作（北海道）は6000万～7000万円前後だが、果樹や露地野菜、施設野菜、施設花きについては1億円前後、茶は1億5000万円程度、キノコは3億5000万円程度となった（表）。

経常利益率については、稲作および畑作（北海道）が5～10%前後である一方、果樹、露地野菜、茶に關しては1～3%前後となった。また、施設野菜、施設花き、キノコは経常利益が赤字となった（図3）。売上高に対する借入金残高の比率（売上高借入金残高比率）は、畑作（北海道）、施設野菜、茶が80%

表 経営部門別の収支（対前年比較表）〔法人経営〕

業種	サンプル数	経営規模		売上高 (百万円)			経常利益 (百万円)			(参考) 経常利益+役員報酬 (百万円)			
		2017年	2018年	2017年	2018年	前年対比 (%)	2017年	2018年	前年対比 (%)	2017年	2018年	前年対比 (%)	
													A
全体	1,023			81.2	79.7	98.2	7.5	3.6	48.4				
耕種	稲作	712	31.2ha	32.1ha	63.1	60.6	96.0	9.0	5.0	55.6	14.6	10.9	74.7
	畑作(北海道)	61	59.0ha	59.3ha	76.4	69.8	91.4	9.5	3.4	35.8	17.8	11.7	65.7
	果樹	40	7.5ha	7.5ha	107.0	111.4	104.1	1.8	1.7	94.4	8.8	7.4	84.1
	露地野菜	77	14.4ha	14.9ha	108.1	107.7	99.6	3.9	1.1	28.2	12.2	9.2	75.4
	施設野菜	57	17.4千㎡	17.5千㎡	132.3	136.6	103.3	-2.9	-3.6	-	4.8	6.0	125.0
	施設花き	23	9.4千㎡	9.9千㎡	97.9	97.7	99.8	0.4	-3.0	-	8.1	4.0	49.4
	茶	36	23.5ha	23.4ha	142.8	151.0	105.7	10.9	5.1	46.8	19.9	15.2	76.4
キノコ	17	568.1t	545.7t	348.7	347.5	99.7	5.0	-6.5	-	14.8	5.6	37.8	
全体	624			545.6	540.0	99.0	35.0	13.6	38.9				
畜産	酪農(北海道)	114	214.7頭	224.6頭	241.5	257.9	106.8	19.3	17.1	88.6	34.0	32.9	96.8
	酪農(都府県)	148	180.4頭	184.1頭	232.8	236.6	101.6	13.7	6.7	48.9	24.7	17.4	70.4
	肉用牛肥育	100	1,340.1頭	1,341.3頭	810.8	847.6	104.5	17.3	23.4	135.3	29.7	36.0	121.2
	養豚一貫	171	632.7頭	652.0頭	590.7	559.3	94.7	60.9	19.3	31.7	78.0	37.5	48.1
	採卵鶏	73	298.6千羽	298.3千羽	1,121.7	1,058.5	94.4	64.3	-5.0	-	78.3	10.0	12.8
	ブロイラー	18	228.4千羽	214.6千羽	807.0	827.3	102.5	41.3	14.8	35.8	58.3	25.6	43.9

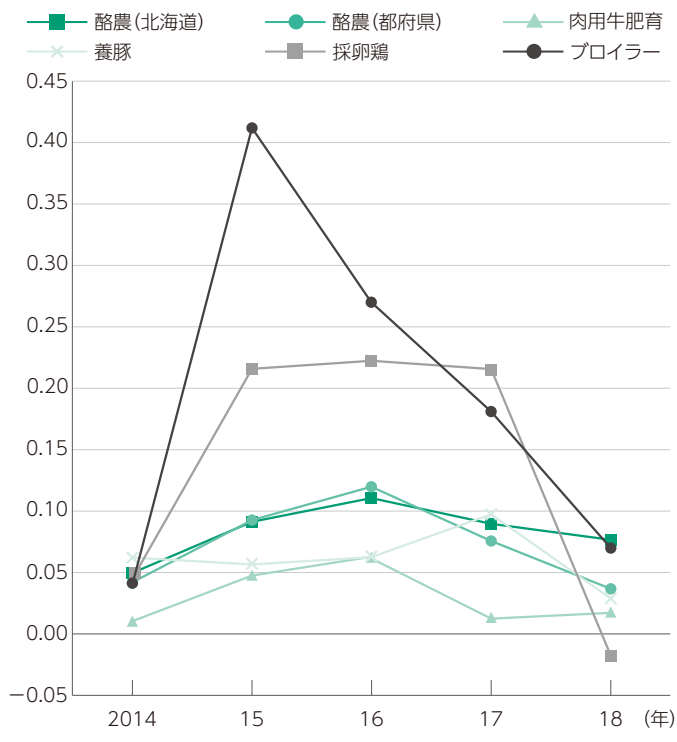
注1) 経営規模、売上高、農家所得および経常利益は経営部門ごとの1経営体当たりの平均値を記載。

注2) 増減率はラウンドの関係で数値が合わない場合がある。

注3) 経営規模のうち果樹、露地野菜、施設野菜、施設花きは第1品目の栽培面積、酪農は成牛頭数、養豚一貫は繁殖雌豚頭数となっている。

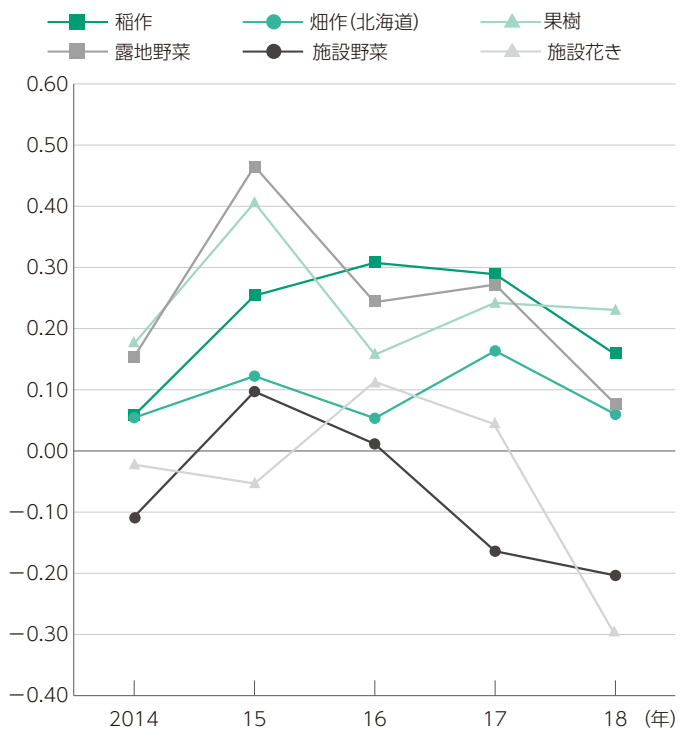
※法人の経常利益は役員報酬等を差し引いた後の数値であるため、個人の農業所得とは別の指標となっている。役員報酬差引前経常利益の数値は右横の(参考)の値を参照。

図2 単位規模当たり経常利益の推移 (畜産)



※単位は以下の通り
●酪農、肉用牛肥育、養豚:百万円/頭 ●採卵鶏、プロイラー:百万円/千羽

図1 単位規模当たり経常利益の推移 (耕種、主要業種)



※単位は以下の通り
●稲作、畑作(北海道)、果樹、露地野菜:百万円/ha ●施設野菜、施設花き:百万円/千㎡

超と高率となる一方、稲作、果樹、露地野菜、施設花き、キノコは55～65%前後と比較的低い値を示した。費用に占める材料費の割合(材料比率)は、畑作(北海道)と茶、キノコが20%超と高く、その他の業種は概ね10～15%前後となった。また、費用に占める労務費・人件費の割合(労務費・人件費率は、畑作(北海道)を除いて、材料費率など他の費用の比率より高くなった(図4)。業種別に見ると収穫などで手作業が必要な果樹、露地野菜、施設野菜、施設花き、キノコ経営において35%前後と、他の業種に比べ高い割合となった。費用に占める減価償却費の割合については稲作、畑作(北海道)、露地野菜、施設野菜、茶が10%前後である一方、果樹、施設花き、キノコの経営は5%程度と低くなった。

素畜費が肉用牛経営に影響

畜産部門の収支状況を経営部門別に見ると、酪農(北海道・都府県)では売上高は2.5億円前後となった。一方、肉用牛肥育、養豚一貫、採卵鶏、プロイラーでは6～10億円と高くなった(表)。

経常利益率は、酪農(都府県)、肉用牛肥育、養豚一貫、プロイラー

1でおおむね2～4%前後となる一方、酪農(北海道)においては約7%と他の業種に比べて高くなった。また、採卵鶏については経常利益が赤字となった(図5)。

売上高借入金残高比率は、酪農(都府県)の70%前後に対して、酪農(北海道)、肉用牛肥育は90%超と高く、養豚一貫および採卵鶏は約60%、プロイラーは40%程度と低くなった。

費用に占める材料費の割合は、肉用牛肥育において70%超となっており、他の業種に比べて素畜費や飼料費などの材料費が上昇した場合、経営に与える影響が大きくなっている(図6)。

(情報企画部 高田圭介)

【集計・分析対象など】
●集計・分析対象先
公庫取引先5686先(個人経営4039先、法人経営1647先)
●対象経営部門(農業収入の第1位部門で区分)
耕種8部門:稲作、畑作(北海道)、果樹、露地野菜、施設野菜、施設花き、茶、キノコ
畜産5部門:酪農、肉用牛肥育、養豚一貫、採卵鶏、プロイラー
●対象決算期
2016年・17年・18年の各年12月～翌年3月が決算期のもの

【注】
文章中の「増益」や「減益」は、経常利益が増加したか減少したかで判断している。

図3 2018年の法人経営の経常利益率など(耕種部門)

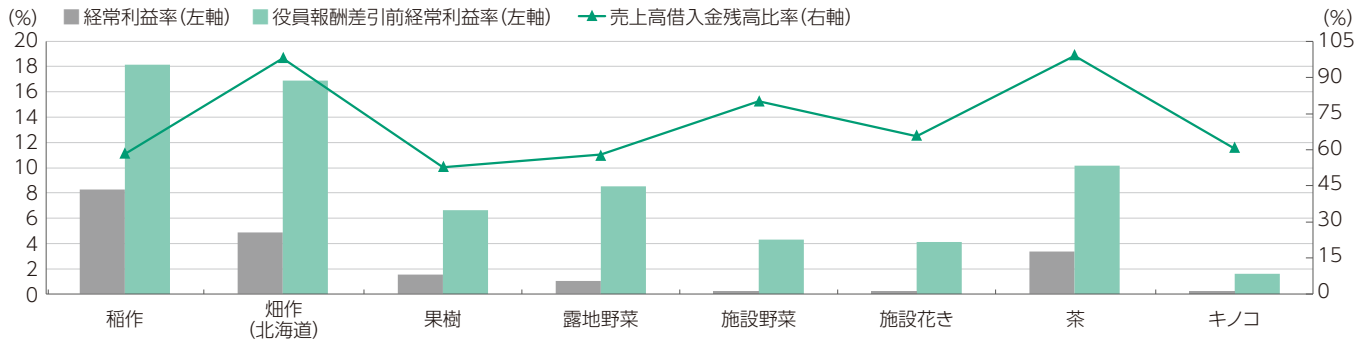


図4 2018年の法人経営の費用について(耕種部門)

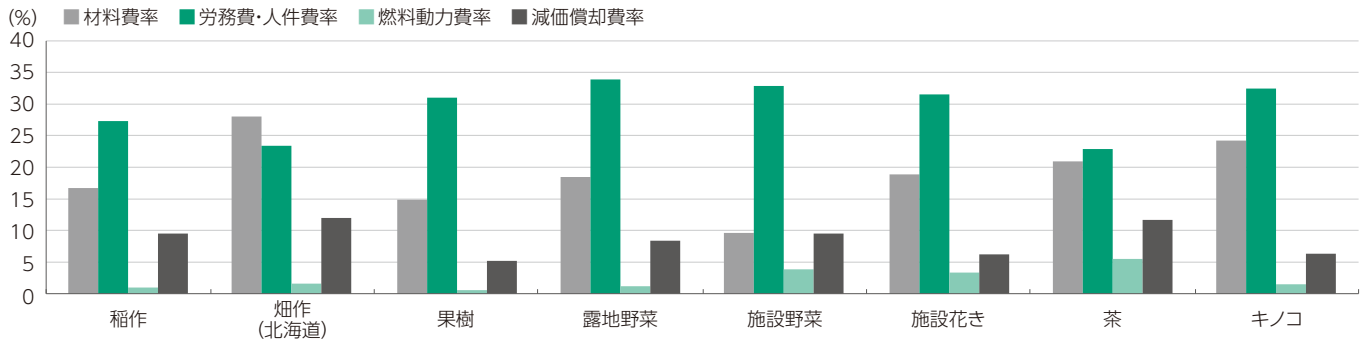


図5 2018年の法人経営の経常利益率など(畜産部門)

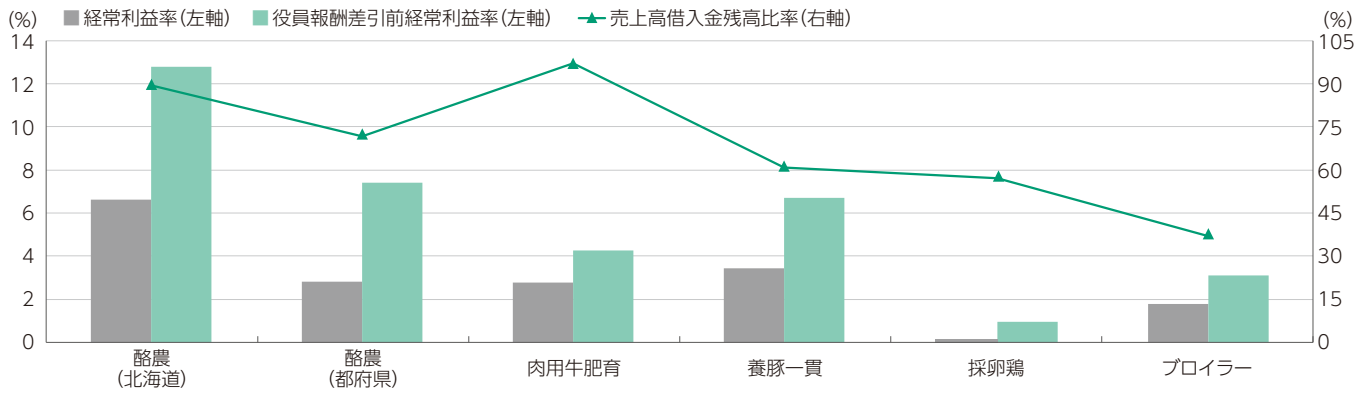
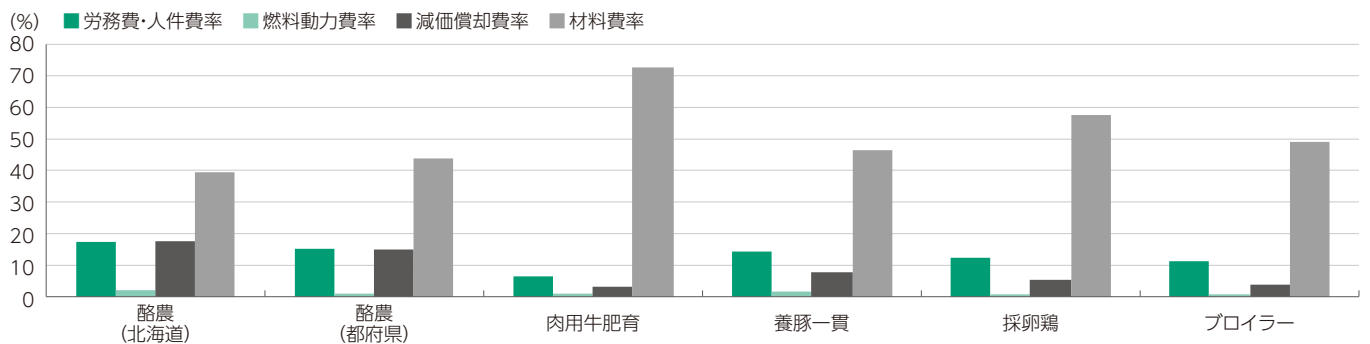


図6 2018年の法人経営の費用について(畜産部門)



日本のイナカで暮らしたい
アメリカの大学で出会い、
結婚して、二人は新規就農
米と野菜と鶏と山羊と
お菓子作りの農業者です

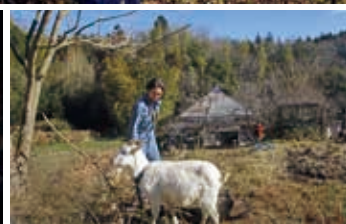
農と食
の邂逅

吉原サラさん

岡山県岡山市
ホトトギス株式会社

築百年の古民家に暮らし、農業を始めて一〇
余年。米粉を原料にした菓子製造が軌道に乗
り、カフェ店も開店。アメリカ型大規模農業と
まったく別の小さな農業は、食べる人と作る
人の交流する魅力的農業。





P19: 来日後、長らく住み家とした築百年余りの古民家を背景に。岡山市内に引っ越した今も、作業場として使っている P20: 2人の娘を持つ母でもある(右上) ファーム周辺の畑や山の下の草を食べてくれる働き者の山羊(右下右) 岡山市内にあるカフェ(右下左) カフェには、ブラウニーを始め、素敵な米粉商品が並び(左)

農村で始めた持続可能な暮らし

米や麦を作り、山羊や蜂を飼う吉原サラさん(39歳)の生活。日本での暮らしは、2005年に始まった。米国カリフォルニア州の生まれ。夫の吉原修蔵さん(42歳)とは、ハンボルト州立大学の大学院の同級生だ。サラさんは環境問題や途上国の経済発展を学び、修蔵さんは数学を用いて環境問題の解決をめざす数学的モデリングを専攻。共に、持続可能な社会づくりというテーマで一致しており、同じ講義を受ける間柄でもあった。卒業して結婚。その後、「日本で暮らしてみたい」と移住を決意した。

来日前、日本に対するイメージは「都心を歩く大勢の人。それだけでした(笑)」。だが、住まいを探すために全国を回り、自然豊かな農村を目にして「こういう所ならば暮らせる」と安堵した。行き着いたのが岡山駅から車で約40分の御津地域。「暖かくていい。私も暖かい場所で生まれましたから」

海外での暮らしが長かった修蔵さんは、こう話す。「身近な資源を賢く活用する持続的な暮らしが日本の農村には残っています。意識的に歴史を残してきたEJUなどとは違いますが、歴史の息遣いが完全に消えたわけでもない。それが良さだと思います」

家の修繕も自分たちでおこない、農業に精を出す二人のことを周りは温かく見守った。近所の高齢農家も何かと話しかけてくれる。日本語があまり話せなかったサラさんも「心

で通じ合える。そう感じました」。農業を一人から始めた2人にとって、高齢農家は師匠でもあった。

近くの農家から「何か加工したら?」と勧められ、自家製小麦のパンを作った。朝市やイベントで販売したところ評判は上々。そこで2008年、菓子製造業許可を取り、自宅横に建てたログハウスで本格的に製造販売を始めた。天然酵母を使い「自分たちが食べたいパン」を焼いた。自然食品店などへの卸しも始まるなど快調な滑り出しだった。

ところが思わぬ事態が起きた。サラさんが頻繁に体調を崩すようになった。判明した病名はセリアック病、つまり小麦アレルギーだった。その後、パン製造は修蔵さんが担当し、サラさんは販売などに専念したが、粉に触れ吸い込むだけでも症状が出る。

2人は循環農業の中に「食」を位置付けてきた。作った米のみ穀は鶏舎の敷料や畑にまいてマルチ代わりにし、鶏ふんは発酵させ田畑の肥料に利用する。そして「私たちが食べたいものをお客さんにも届けよう(サラさん)と始めたパン屋だ。自身が食べられない商品を売ることになど意味はないと、5年ほど続いたパン屋を廃業した。

試行錯誤の末に行き着いたものが米粉だった。

米粉だからおいしいものを

小麦のパンを焼いていた頃から、自家製の米粉でパンを焼いたことはあったが、「膨ら

まないし、パリツとする食感も出ず、米粉に
対するイメージは良くなかった」と修蔵さん
は振り返る。「でもある日、微細粉の米粉が
あると知り、取り寄せてパウンドケーキを焼
いてみたら、これがイケたんです」

スコーンやケーキ・サレという食事向けの
甘くないパウンドケーキもうまく焼けた。



サンフランシスコから車で5時間ほどのユレカという港湾都市で育った。両親も田舎暮らしが好き。「岡山での暮らしにもほどなく慣れました」とサラさん

「小麦がなくてもやっていける」。そう感じ、
2014年、農園菓子工房ホトトギスとして
再スタートを切った。前からなじみだったお
客さんをターゲットにイベントや朝市、自然
食品店などにも卸した。

小麦アレルギーを抱える人からは「こんな
商品を探していた」と言ってもらった。だが、

大半のお客さんはパンをイメージし商品を買っていた。「パンかと思つたらパンじゃないのね」との声に、2人は改めて商品と売り方を見直した。パンに寄せるのではなく米粉だからおいしいと言われる焼き菓子を作ろう。それがしつとりとした食感のチョコレートケーキ「ブラウニー」だ。米国などでは家庭で作る代表的な焼き菓子で、サラさんも日ごろから食べて育った。米粉や卵などの主原料は自社生産。その他、副材料やトッピングを変えて常時7、8種類作り、味の違いを楽しめるようにした。

パッケージなどのデザインは修蔵さんが担当し、オンライン販売にも力を入れた。すると「びつくりするほどおいしい」と評判になった。また日本公庫が主催する「アグリフッドEXPO」などの商談会にも積極的に参加した。「グルテンフリー」という特徴が評価され引き合いを多く受けるようになり、取引先が次々に決まった。かわいらしいパッケージから雑貨店との取引も広がった。近年、特定のコンセプトに沿った雑貨類と食品をセットで取り扱う店舗が増えているという。

18年、2人は念願のカフェを岡山市中心市街地に開いた。ブラウニーに加えてマフィン、ケーキ・サレ、キッシュなどが所狭しと並ぶ。農場で生産した野菜を存分に使ったランチも提供している。「小麦粉は一切使っていないので」すべて私が食べられる。私のために作ってくれたようなもの。とても幸せ」とサラさんは一つ一つの商品をいとおしそうに見

つめる。

拠点は今も農場に

ブラウニーだけで、毎週3千〜4千個を製造するまでになった。それでもサラさんと修蔵さんのベースは今も、2軒の水田と畑からなる「ホトトギスファーム」だ。米と黒豆、各種野菜と40羽ほどの鶏や山羊の世話をする。

「この地域でできる作物を無理のない範囲で作ります。無理やりはダメ。続けることが大事」とニンジン収穫する手を止め、サラさんは穏やかに話す。そして、大規模農業が主流の故郷の農業と比較し「小さな面積でも、JAに出荷したり直売所で売ったりと自分に合った販路を選び、食べる人と交流できる。ここでの農業の魅力です」と続ける。

近年、自給的な循環型農業で生計を立てていこうと、2人の元を訪ねる若者が増えてきた。中にはホトトギスファームで研修を受け、独立就農した若者もいる。「彼が作るイチゴをカフェでも使っています。仲間が増えることはとてもうれしいこと」。周囲で離農する人から畑の管理を次々に頼まれるようになった。「預かった以上、草を生やしてはあげません。責任があります」。穏やかな表情ながら、きつぱりとサラさんは話す。話を聞くうちに、まるで日本生まれの農業者と話をしているような気分になった。そう、サラさんはもはや御津地域の農業を背負って立つ、担い手の一人である。

(青山浩子／文 河野千年／撮影)



Forum Essay

フォーラムエッセイ

信州に暮らして26年。46歳の働き盛りに移住を決めた。

全く知らない土地に女が1人、自分の家を持てる、理想のキッチンができる。夢と希望にワクワクしながら突き進んだ。若いってすごい、感激と喜びだけで怖いものなんて何も無かった。

家は山を造成した砂利だらけの荒地で、周りは田んぼと畑ばかり、家の回りに灯りは全くなし、夜は真っ暗。だからこそ窓から見える朝日の美しさや浅間連山の風景が心を洗われるほど美しく、毎日飽きずに眺めていた。引越して少し落ち着いた頃、玄関の前に野菜や米がいろいろ置いてある。誰か分からない。それも度々。美味しく嬉しくて。村の人たちと仲良くなると「野菜は美味しかったか、米は最高だろう」と置いてくださった方々にお会いすることができ、お礼を言えた。

美味しいはずで、ジャガイモ(白土馬鈴薯)と米(八重原米)のどちらも購入には予約が必要なブランド品なのだった。

頂いた野菜があまりにも美味しかったので、村の方に教えていただきながら野菜作りを始めてしまった。畑は今でも続いている。自分で作った野菜は美味しい。これは誰かに食べて欲しい、この気持ちだ! と玄関に野菜を置いていってくださった農家の方の心がよく理解でき、大切に育てた野菜やお米だったのだと、あの頃を思い出すたびに胸が熱くなる。信州は果物も豊富。アンズから始まってモモ、リンゴ、ブドウ、スイカ、プラムなど、この26年の間に果実農家さんとも知り合いになり、旬になるとそれぞれ届けていただいている。

少しの野菜を作るのにも手がかかるのに、どんなに大切に育てても、天候次第で味も収穫も全く変わってくる。干ばつや遅霜、台風や大雪の話や聞くと皆さんの畑は大丈夫だろうかと気をもみ、心配になる。あちこちに声をかけると何度もの被害にめげず、頑張る方々の声で、こちらが励まされてしまう。今年も元気に、美味しい作物と飛び切りの笑顔に会えますようにと願っています。

F



料理研究家(クッキングプロデューサー)
山本 麗子

やまもと れいこ
宮城県生まれ、東京育ち。1994年、東京から長野県東御市に住まいを移し、自宅料理、お菓子教室を主宰。2016年11月、東御市から佐久市に移り、再び佐久市で料理教室を主宰。現在、新聞、雑誌、テレビ、講演会などでも活躍中。長野朝日放送の「駅前テレビ」には毎週(土曜日)レギュラー出演中。著書に「101の幸福なレシピ」「評判献立」(いずれも講談社)、「野菜で元気!」(朝日新聞出版)、「山本麗子印の野菜で満腹!」(集英社)ほか多数。

美味しい信州

新・農・業・人

この人この経営

米作りをはじめて、
甘酒メーカーになった。
甘酒ヌーボーが市場つくる
1カ月200万円売上の人気商品

株式会社ベストシーン

代表取締役 鈴木 崇文



「農業参入は一世一代の大勝負です」と語る

前職の経験で農業参入を決意

米の消費量が50年で半減している中、異業種から農業参入して米作りを始め、6次化に取り組む会社がある。梅干し加工メーカーに約20年勤めた鈴木崇文さん（46歳）が2017年に立ち上げた株式会社ベストシーンだ。

鈴木さんは米の新たな食文化をつくりたいと、自社で生産した米を原料に甘酒の加工・販売までを手掛ける。

農業の経験が浅い、会社の認知度が低い、財務基盤が弱いなど創業もない会社ならではのさまざまな課題を抱えながらも、新事業に取り組む根底には、会社を原料から作る食品メーカーにするという強い想いがある。

起業前、鈴木さんは従業員数約50人の梅干し加工メーカーで商品開発や東京事業所の立ち上げなどを担当し、10年以上、取締役として会社の経営に参画した経歴を持つ。

経営に関わり始めた頃から、鈴木さんは経営陣に梅の自社生産を提案した。他社が仕入値を上げたことで生産者が販売先を変え、梅の確保に奔走した経験などから、

調達リスクを分散する必要があると感じていた。また、原料を自社生産することで、生産者の視点も取り入れた商品開発が可能となり、会社のさらなる発展につながることも考えていた。

しかし、提案は経営陣に受け入れられず、梅の生産は実現できなかった。

農業を知らない食品加工メーカーは生き残れないと感じていた鈴木さんは、原料の生産から商品の加工、販売までを一貫して行う会社を一からつくり出すと、長年勤めた会社を退職し、起業した。

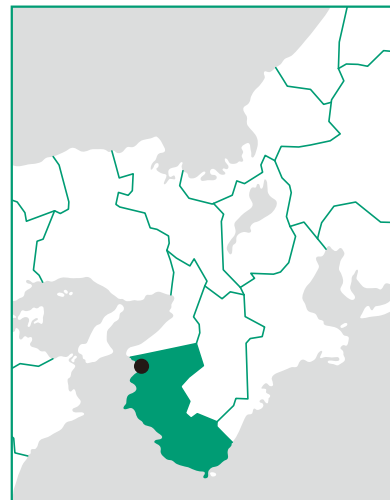
起業した当初、鈴木さんは前職の経験や人脈を生かして梅干しの仕入販売やコンサルティング事業を手掛けながら、新たな事業を模索した。

そんな時、鈴木さんが起業したことを知った学生時代の友人から、自分が経営する会社の農業部門が持つ水田を引き継いで米を作らないかと声をかけられた。

鈴木さんは考えた末、この話を受けることにした。

農地や機械など生産に必要な設備をすべて譲り受けられること、地元農業者の技術支援を受けられることなど、農業の経験がない鈴木

所在地 ●和歌山県和歌山市
 設立 ●2017年10月
 資本金 ●700万円
 売上高 ●3844万円 (2019年9期)
 事業内容 ●稲作
 URL ●<https://best-scene.jp/>



木さんにとって良い条件がそろっていたからだ。
 こうして18年4月に農業参入し、米作りを始めた。

飲むきっかけも新たに作る

農業参入した当初から、鈴木さんは付加価値を付けた加工品で勝負すると決めていた。選んだのは甘酒だ。

甘酒は2016年にメディアで取り上げられたことでブームとなり、その後、市場規模が約2.5倍に拡大していた。鈴木さんは今後、消費者の健康・美容志向が高まり、市場の拡大は続く判断した。

原料は自社生産した米、米麴、水だけで添加物は一切使わない。米は日本酒の大吟醸と同じ50%まで表面を磨く。精米することで米の甘味が増して雑味が減り、飲み

やすくなる。「実は、私は甘酒が苦手です。そんな自分でもおいしく飲める甘酒を作れば売れると思いましたが」と話す。

既に多くの会社が甘酒を販売している中で、おいしいというだけでは売れないと考えた鈴木さんは、甘酒に話題性を付けて売り出すことにした。

それがボージョレ・ヌーボーからヒントを得た「甘酒ヌーボー」だ。18年産の新米だけで作った甘酒を「大吟醸甘酒ヌーボー」と名付けて販売。甘酒を飲んで米の収穫を祝おうと消費者へPRすることにした。

発売日は二十四節気の小雪(11月22日前後)。この日を「甘酒ヌーボーの日」として日本記念日協会に申請。記念日として登録された。さらに発売日にプレスリリース

を行うことにした。メディアが興味を持つ販売実績をつくろうと、発売前にクラウドファンディングを利用して甘酒を予約販売し、100万円以上の支援を受けることができた。販売実績をプレスリリースに掲載した結果、地元紙などに取り上げられ、バイヤーから問い合わせがくるなどの効果が得られた。

甘酒の主な販路は都内の甘酒専門店とインターネットでの直売だ。専門店には鈴木さんが飛び込みで営業した先だ。「甘酒ヌーボー」という言葉に興味を持った人が購入し、月に約200万円を売り上げる人気商品になった。

営業で全国を飛び回る鈴木さんは、社員と直接話す機会が少ない。風通しをよくするため、SNSを活用して生産現場の状況や課題を共有し、改善策を話し合える環境を整えている。社員が商品開発のアイデアを出すこともある。「いいアイデアが浮かぶとSNSで社員に送ります。反応がないとまいちだと判断します」と笑う。

米の生産に必要な初期投資が抑えられたとはいえ、甘酒の生産、販売には資金が必要だ。鈴木さんは、日本公庫の事業性評価融資を利用

して事業が軌道に乗るまでに必要な資金を確保した。

完全な一貫体制をめざして

多くの課題を乗り越え事業を進める鈴木さんが次に取り組む課題は、売り上げを伸ばすことだ。

甘酒は寒い時期に売れ、暑い時期は売れ行きが鈍る。年間を通して収益を確保するため、2019年7月に甘酒アイスクリームの販売を開始。甘酒に比べ競合する商品が少なく、砂糖と添加物を一切使わないという特徴をPRすれば商機があると判断した。今後は、京都の老舗茶園とコラボして抹茶やほうじ茶など味の種類を増やす予定だ。

鈴木さんは、他にも甘酒から甘味料を作る構想を温めている。

大きな目標は自社の加工場と販売店舗を持つことだ。事業を立ち上げた今は過剰な設備投資を控え、経営が黒字化し、安定してから自社生産、自社店舗での販売に切り替える予定だ。

「甘酒を嗜好品ではなく、青汁のように生活に溶け込む商品にした。その可能性が甘酒にはあります」と力強く鈴木さんは話す。

(情報企画部 山本晶子)

しずおかコンシエルジュ株式会社
代表取締役

海野 裕子



●うんの ゆうこ
1972年静岡県生まれ。行政や地元企業のプランニングディレクターとして27年のキャリアを積む。農水産物・日本酒の輸出をはじめ、食イベントの企画、料理人・生産者のマネジメントなどを行う。国内外でジャパンブランドの構築を目指し活動中。

しずおかコンシエルジュ株式会社は、社名の通り静岡市に拠点を持ち、魅力ある静岡県産品を世界的なトップシェフのニーズに合わせ、海外に発信する貿易業を主な事業としております。

私達が海外のトップシェフに提案し、成約に至ったケースから、日本の「農水産物の輸出」において心がけているポイントをいくつか述べさせていただきます。

まず、品質+αで勝負すること。国内外を問わず、どの市場でも商品に対し競合品や類似品が必ずあります。特に発展途上国においては日本の農産物栽培技術が伝わっており、一般的に消費される品目については、近年低価格かつ高品質で市場に提供されるようになりました。

こうした現地の農産物と競争し選ばれるためには、取り扱う農産物の優位点を伝えるだけでなく、最終消費者のどこがターゲット層なのか、なぜそこを狙うのかなどの戦略まで明確に説明できることが重要

となってきました。

このとき、農水産物のバッググラウンドとなるストーリーも存在すると、より強くアピールすることができます。「ここでしか採れない」「自分にしか作れない」「独自の特殊技術がある」といった強みを品質とともに提供することで、海外でもニーズの高い商品を生み出すことができます。

次に、食べ方もアピールポイントと捉えること。私達の輸出支援の方法として、海外現地におけるイベントコーディネートがあります。

この事業では、「地域の魅力ある食材や日本の技術伝承」をコンセプトに、現地のシェフとコラボレーションし、現地の飲食関係者、マスコミや富裕層向けにデモンストレーションを行って、地域食材の食べ方を紹介しています。昨年12月に開催したイベントでは、静岡県産柑橘のハニーライムを日本酒と組み合わせ、カクテルにするという試みをマリーナベイ・サンズ シンガポールで行い、ご好評をいただきました。

ました。

常に良い食材を求める意識の高いユーザーには、一般的な試食会から一步踏み込んだこのデモンストレーションは大変訴求力があり、一般的な展示会や商談会とは違った効果をもたらしています。このような取り組みを、農産物を含めた日本の一次産品を採用してもらうチャンスにつなげることで、日本の「農水産物の輸出」の成約率を高めていけると感じています。

と

らに、「適食材適所」を見極めること。海外現地の百貨店やスーパーマーケットなど、有力な小売関連バイヤーとの商談では、欠品のリスクを防ぐために一定規模の生産量確保を求められるのが常ですが、私達が得意とする海外トップシェフの販路で扱う農水産物は、ロット数よりもその素材が持つ強みや、作り手の技術などの稀少性が重視されるため、そういった要求にはあてはまりません。しかし一方で、こうした食材を求めるシェフはこだわりも強く、農産物を気に入った場合でも糖度やうま味栽培方法などをアレンジして欲しいといったリクエストをしていくことがあります。納得する商品になる

まで困難な道のりとなりますが、辛抱強く、かつスピーディーに対応していく臨機応変さと、要望に込められる商品になるかどうかを見極める、冷静な判断力も必要となります。

独自の栽培技術や水産物の鮮度を維持する仕立て技術などの強みを生かして、画一化や安定供給とは違った目線で取引できるところで勝負をし、そうでないものは広く需要のあるところに向けて供給する。小売向きなのか業務用向きなのかを社内で確認し、コンセンサスを得ることも重要なポイントです。

最後に、発展的な関係を築くこと。商談会にはバイヤーが招聘されるケースが多いですが、今後は実際に食材を使うシェフが中心となるシェフ商談会を企画したいと考えています。魅力ある食材を求めるシェフとつくり手が直接話をすることは、現実を目の当たりにする良い機会となり、両者にとって、次なる目標設定や日々の励みになるのではないのでしょうか。

そして、食材を通して作られた信頼関係は、きっと持続的な輸出に繋がる近道になるのではないかと思っています。

F

産地の希少性と傑出した高い技術 日本の農水産物は世界でもっと勝負できる

田中 勝二さん

京都市
株式会社セントラルフルーツ代表取締役

「潜在購買力」掘り起こす売り場づくり 自前の農場で野菜の生産にも乗り出す



全国の有名百貨店のデパ地下に、

「京都八百一」のブランドで青果売り

場を展開。本拠地の京都に、7年前に

開設した「京都八百一本館」は、まる

で大都市の商業施設がそっくり移っ

てきたような、洗練された雰囲気

の農場を5力所運営し、野菜の生産

(農業)から流通、食のサービスまで

極める。

「デパ地下」に絞り店舗展開

——京都のど真ん中、四条烏丸に近

い路地裏に、スタイリッシュな3階

建ての商業施設「京都八百一本館」を

開設しました。

田中 東京や関西など各地の有名百

貨店38店に青果店を出店しています

が、直営店舗は、ここだけです。7年

前の2013年4月にオープンしま

した。

——外から見ると、派手な看板もな

く、スーパーマーケットには見えま

せん。なぜ、デパ地下に多くテナント

店を展開しているのに、本館を建て

たのですか。

田中 理由はいくつかあります。東

京の日本橋高島屋やあべのハルカス

近鉄本店などで、「八百一さんの本店

は京都のどこにあるのか」とお客さ

んからよく聞かれました。この本館

を建てる前まで自前の店はなく、テ

ナントだけではあかん、自分の店を

持ちたいと思っていたことが一つ。

それから、京都では、売り上げが2

00億円の企業より、売り上げは5

億円しかなくても100年続いてい

る企業のほうが評価されます。信用

があるからです。私としては100

年以上続けて、京都で高く評価され

る企業に育てたいという想いがあり

ました。

それには、他人にまねされない店

をつくって、後発者に追い落とされ

ないようにしなければならぬ。大

きな投資でリスクは大きかったけれ

ど、絶対にまねされない店づくりを

めざしました。

「当たり前」を徹底する

——こんなぜいたくな店のづくりは、

そうそうまねできません。

田中 ここで開業するに際して、専

門家に市場調査をしてもらいました。

「日に1000人の客が入れば成功

です」と言われました。それは、普通

のスーパーを開業する場合の話です。

私は潜在購買力を掘り起こす店をつ

くらなければ駄目だと思っていまし

た。

——うちは各地の百貨店にテナント出

店していますが、品質のいい野菜を

仕入れて、リーズナブルな値段で売

っています。魅力的な店だと評価さ

れているのでしよう。お客さまがた

くさん来店してくださいます。潜在

購買力を掘り起こせている結果です。

——そうした百貨店での経験を活かせ

ば、京都の町中でも、一日1000人

なんていうものではなく、もつと多

くの方々が来店してくださいさるはずで

す。実際、この本館には平日で300

0人、土日だと4000人近く来店

してくださいます。

また、レジコーナーも工夫しまし

た。普通のスーパーでは、レジ係は横



「京都八百一本館」の3階屋上にある「六角農場」で、代表取締役の田中勝三さん＝京都市中京区

を向いて応対し、あいさつも横向きですが、京都八百一本館のレジコーナーは、お客さまと向かい合って応対するようにレイアウトしています。お会計の順番が来ると、真向かいに立つレジ係に「いらつしゃいませ」と声を掛けられます。お客さまは気分がいいはず。これも潜在購買力を掘り起こす仕掛けの一つです。

——ほかに商売の仕掛けはありますか。

田中 仕掛けではなく、高品質な野菜をリーズナブルな価格で提供する

というごく当たり前のことをどれだけやり切るか。それしかありません。また、うちにはいわゆる営業マンは、一人もいません。営業する必要がないのです。魅力あるいい店をつくるのが営業です。店を見てくれれば、八百一に出店してもらいたくないのです。現在、全国に38のテナント店がありますが、その全部が、先方の百貨店から出してくれと頼まれて入った店です。うちから出店を頼んだ店舗は一つもありません。

八百屋はそんなに、簡単にもうか

る商売ではありません。相場が下がっているのに、売価を下げないような不誠実なことをすると、お客さんにばれてしまいます。うちは、昔から正直な商売に徹しています。野菜は人が毎日食べるもの。正直にやっていたら、安定した商売を続けられるのです。

出発点は「農家のせがれ」

——八百屋を始めるに当たって、なぜテナントが最初だったのですか。

田中 私が「農家のせがれ」だったこ

Profile

たなか・かつぞう
京都市生まれ。77歳。京都市で野菜農家を営む親の農業を手伝いながら、京都市中央卸売市場内の野菜卸売会社で14年間働く。1974年セントラルフルーツ設立。92年「京都八百一」のブランドで京都市内の近鉄百貨店にテナントとして初出店。2006年に設立した農業法人「八百一の郷」代表も務める。

Data

株式会社セントラルフルーツ
1992年に京都市内のデパ地下に初出店し、その後全国各地の有名百貨店の野菜売り場にテナントとして出店。現在では38店舗にのぼる。2013年に自前の店である京都八百一本館を開店。資本金3000万円。売上高はグループ会社を含め約230億円。従業員は社員230人、パート従業員を含め約600人。農業法人が運営する農場は、京都・丹波農場など5カ所。

とが影響していると思います。実家は京都の伏見にある、割と大きな野菜農家でした。2畝の農地で、夏はキュウリやトマト、ナス、冬はダイコンやハクサイを作っていました。

農業の手伝いはずっとやっていました。野菜の出荷で京都市中央卸売市場に出入りするようになって、青果物の卸売会社で働くことになり、14年ほど勤めました。早朝から市場で働き、昼過ぎに市場での仕事が終わると、家に帰って農業を手伝いました。

卸売会社で働いていた1974年、イチゴの取引の便宜上、設立したのがセントラルフルーツという会社です。今の業務は八百屋ですが、フルーツという名が付いているのは、そのためです。

卸売会社を辞めて独立後、ワゴン車に野菜を積み京都市内を巡回販売する「回り」という仕事を始めました。回りは3年ほどでやめ、京都市内にできたスーパーマーケットの青果部門を手伝うようになりました。

スーパーの青果部門を任されたのであって、テナントとしての出店ではありません。でも、このことが自前の店を持つのではなく、その後テナント形式で青果商を営むきっかけになりました。最初に百貨店にテナ

ント出店したのは、近鉄百貨店西京都店で、92年のことでした。

時代に対応した八百屋

——京都八百一には、「クック1/2」や「やおいちのおかず」といったブランドがあります。

田中 「クック1/2」は、蒸す、焼く、ゆでるなど味付けしない半調理野菜を店内で販売しています。家庭でお好みの味を付けていただくスタイルです。

昔、京都の八百屋は季節になると土の付いたタケノコを店頭に並べ、売れ残りそうになったら、水煮にして売っていました。店にとってはロスをなくせるし、忙しいお客さまに半調理野菜は便利です。

「やおいちのおかず」は、野菜をたっぷり使った京都の家庭料理で、和洋の惣菜、揚げ物、お弁当などを販売しています。

ターミナル駅にある百貨店に来るお客さまは勤め人が多く、働くお母さん方の役に立てればと思っっています。100年続くようにするには、時代に対応した八百屋でいなければなりません。

直営で5カ所の農場経営

——かなり以前から直営の農場も経

営しています。なぜですか。

田中 うちの社員は立派な大学を出ているけれど、野菜のことは全然知りません。例えばナスの花の色が紫だということも知らない。何かで読んで知っていたとしても、実際の花を見たことはない。

そんな社員が店に出てお客さまに対応している。それでは野菜の本質がお客さまに伝わりません。私は農家のせがれで、野菜のことは何でも知っているプロだと自負しています。社員には、少しでもプロに近づいてほしい。そう思って、研修施設として農場を造ったのです。

2005年、京都府の京丹波町に土地を買いました。農業法人ではないので、買ったのは農地ではなく雑種地です。開墾して農地にしました。——現在では、全国に農場が5カ所もあるそうですね。

田中 最初は、社員の研修のためだったのですが、丹波農場の周りを見たら、荒れ放題の農地が多くあり、農業者も高齢化して、耕す人もいない。これじゃ、日本農業は駄目になるなあと危機感を抱きました。

少しは日本農業の役に立ちたいと思ひ、京丹波町に研修農場を造った翌06年、「株式会社八百一の郷」という農業法人を立ち上げました。丹波

農場では、その後農地を買い増しして、今では約500ヘクタールあります。大型ハウスではイチゴのほか、パジルなど約20種類の野菜を栽培しています。

京都府京丹波町の丹波農場（約50ヘクタール）では、さまざまな京野菜を栽培しています。08年には北海道倶知安町（くちあん）に北海道農場（約30ヘクタール）を開設し、ジャガイモやニンジン、トウモロコシを栽培しています。

12年に開設した京北農場（約30ヘクタール）では、お米を栽培しています。18年から本格的な整備に着手し、イチゴのハウスのほか、生産した野菜などの加工施設や直売所、レストランを造る計画です。

うちのイチゴはエコ・イチゴです。ハウスの加温に重油を使わず、地下からくみ上げた温水を、間伐材のペレット・ストーブで温めます。

「八百一の杜構想」を推進

——京都八百一本館の3階屋上にも「六角農場」を造りましたね。

田中 町中のビルの屋上ですから、100坪程度しかありません。でも、土は丹波農場の畑の土を運び入れ、60〜70センチの深さがあります。外周の樹木は庭木ではなく、里山の木を植えました。野鳥が巣を作ります。十数種類の野菜を育てていますが、野

菜の名前を書いた名札は立てていません。お客さまには、野菜の世話をしている担当者に聞いてもらって、会話のきっかけをつくりたいのです。

——農場が京都市の中心部にあるなんて、ものすごくぜいたくです。

田中 建築の際、設計者らは、屋上部分を庭園にし、庭木を植えるつもりでした。私はあくまでも農場にこだわりました。

八百屋は、野菜の流通部門を担っています。でも私は、野菜の生産（農業）から流通、そして食のサービスまでの3段階を網羅する企業グループをつくりたいのです。それを「八百一の杜構想」と称しています。

京都八百一本館の1階には、青果の京都八百一のほか、精肉、鮮魚店が、2階にはお酒や加工食品の店が入り、3階にはレストランやカフェがあります。レストランの手前には六角農場が広がっています。この本館は、農業・流通・食の3事業がそろって、八百一の杜構想が具現化している場所なのです。

八百一の杜構想は、100年企業を見据えたもので、それには3代かかります。長男は専務として働いていますが、3代目の孫の教育に今、取り組んでいるところです。

（ジャーナリスト 村田泰夫）



パスタの品質を表す言葉

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
食品加工流通研究領域 食品品質評価制御ユニット長

早川 文代

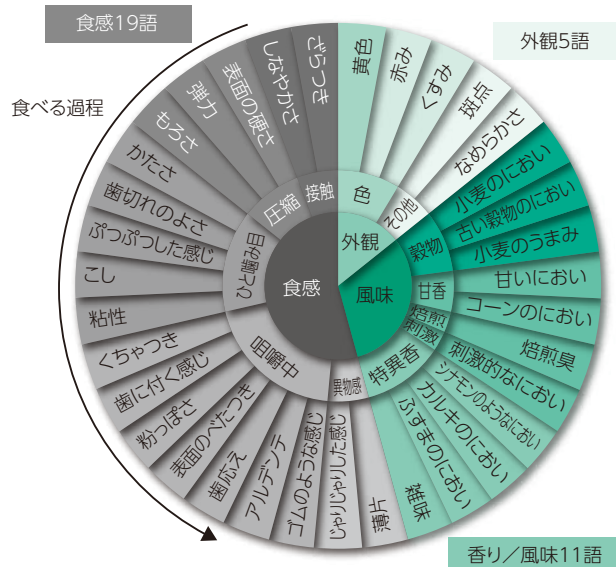
パスタは、イタリアを起源とする食品で、日本で本格的に食べられるようになったのは高度経済成長期の頃からです。その後、1980年代のイタリア料理ブームを経て、現在も消費拡大が続いています。

世界的に見ても、パスタ製造において、日本はかなり高いレベルにあり、実は知られざる「パスタ先進国」です。製粉、混練、成型、乾燥、カットの各工程において本場イタリアレベルの高い技術を有しています。

パスタの品質は、「つやがある」「歯応えがよい」「弾力がある」「小麦本来の味」など、さまざまに表現されます。日本酒やワイン、コーヒー、スパイスなどは風味などの表現が体系化されているのに対し、パスタの品質表現は、熟練した評価者が使う言葉、製品開発の試験で技術者が使う言葉、営業や販売で使う消費者に近い言葉など、正確に定義されないまま使われることも多く、品質情報の共有において混乱を招いていました。統一した表現が整備されれば、効果的で効率的な品質評価の設計につながり、また、品質情報の伝達におけるさまざまな混乱を回避できます。

そこで、パスタの中でも、日本で最もよく食べられているスパゲティについて、品質表現を整理しました。世界中のスパゲティの品質評価に対応できるよう、17カ国から112種のスパゲティ製品を収集し、7人の専門家が、実際に見て、嗅いで、食べて、感じられた表現をリストアップし、同義語や反対語などを整理した後、最終的に35語に集

スパゲティのキャラクターホイール



約しました。専門家以外の人にもしっかりと伝わるように、それぞれの用語には説明をつけました。

これをいくつかのグループに分け、ホイール状に配置したのが「スパゲティのキャラクターホイール」です。

この用語体系を参照して官能評価（実際に人が食べて評価すること）を行えば、微細な品質の差異を明確に描写できることが期待できます。さらに、パスタの製造や販売に関わる産業の従事者や飲食店の関係者などにとって、たとえばノウハウの共有や継承、品質管理、製品開発やメニュー開発、品質の説明など、さまざまな場面活用できるのではないかと考えています。

F



Profile

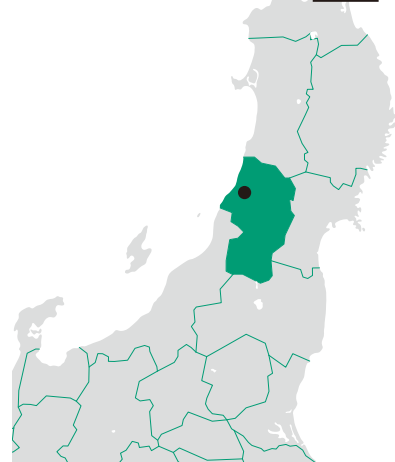
はやかわ ふみよ
お茶の水女子大学大学院人間文化研究科博士課程修了。博士(学術)。専門は調理科学、官能評価学。著書に「食語のひととき」「食べる日本語」(共に毎日新聞社)、「官能評価士認定テキスト」(霞出版社、分担執筆)がある

URL : http://www.naro.affrc.go.jp/laboratory/nfri/introduction/nfri_0304_1129-1.pdf



農業経営者を育てる「SEADS」 鶴岡から全国へ、就農者募り開校

山形県鶴岡市
鶴岡市役所農林水産部長 高橋 和博



農業者育成の「SEADS」開設

山形県鶴岡市は、日本海に面する庄内地方の南部に位置しています。2005年に6市町村が合併し、東北一の面積、県内第2位の人口の新しい「鶴岡市」となりました。

鶴岡市の農業産出額(2017年)は約313億円で、東北では第3位、全国では27位です。14年には、日本で唯一、ユネスコ食文化創造都市に認定されるなど、農業は市の基幹産業の一つであり、豊かな食文化を支える基盤となっています。

一方で、農業を取り巻く状況は、農業者の高齢化により農業従事者が減少する中で、新規に就農する人が少ないなど、農業を支える人材の育成・確保が大きな課題となっています。

基幹的農業従事者が年間140人リタイアする一方、新規就農者は年間25人とどまっています。農業を担う人材の育成・確保は農業生産

や農村コミュニティを維持する上で大きな課題です。

そこで、鶴岡市は2020年4月に、「鶴岡市立農業経営者育成学校」を開設することにしました。首都圏をはじめ全国の若者の中で、農業に関心の高い若者に鶴岡市に定住してもらうために農業を経営する人材を育成する、社会人向けの学校です。

学校の通称は「SEADS」としました。学校のコンセプト「有機農業を中心に、経営に必要なすべてを、座学と実践を通じて学ぶ場」を意味する「Shonai Ecological Agri Design School」の頭文字から「SEADS」としました。通称「シーズ」と呼んでいます。SEEDS(種子)の意味も併せ、人材の「種」を育むという想いも込めて付けました。

人口減少と高齢化が進行する中で、地域外から移住・定住する農業の担い手を確保しなければ産業として維持できないという農業の抱える

喫緊の課題と、市内にある宿泊機能を持つ遊休施設の活用方法の検討を進めた結果、SEADS開校に至りました。

遊休施設の旧「いこいの村庄内」は、山形県が所有し、16年に営業を終了した宿泊施設です。地元経済団体などからは、「市で所有し、旅館やホテル以外に活用してもらいたい」と要望されておりました。

市としては、農業の抱える課題と地元の要望を踏まえ、旧「いこいの村庄内」を農業の人材育成施設として、また、首都圏などから若者を呼込む施設として活用することにしました。

検討からわずか1年半の短期間でSEADSを開校する運びとなりました。これは、鶴岡市単独ではなく産学官連携による「オール鶴岡」の体制づくりができたこと、山形県から割安での譲渡が可能であったこと、財政面では、地方創生の取り組みとして国から認められ、施設改修には国の「地方創生拠点整備交付金」、開校準備や

運営経費には「地方創生推進交付金」が活用できたことが大きかったと考えています。

産学官協力し「オール鶴岡」で運営

新規参入を希望する若者が安定した農業経営を実現するためには、栽培技術のマスターや優れた経営ノウハウを身に付けることは言うまでもありません。また、農地や住居の確保が欠かせず、参入する地域の方々と友好的な関係を築けるかが大きなポイントです。

学校の開設・運営に当たっては、鶴岡市と山形大学農学部、東北芸術工科大学、J A鶴岡、J A庄内たがわ、「まちづくり会社」のヤマカタデザイン株式会社で農業の人材育成・確保に関する六者協定を2019年1月に締結しました。

profile

高橋 和博 たかはし かずひろ

1966年山形県東根市生まれ。東北大学農学部卒業後、90年に山形県庁に入庁。県の試験研究機関において果樹の研究開発に通算14年、県庁において農林水産行政に通算14年間従事する。2018年4月、山形県庁から鶴岡市役所に。農林水産部長として、鶴岡市の農林水産業の振興に従事。何事も生産者やJAなどの声をよく聞きながら進める現場主義をモットーとしている。

シーズ 鶴岡市立農業経営者育成学校「SEADS」

鶴岡市が運営する農業への新規参入をめざす社会人向けの学校で2020年4月開校。有機農業を中心に経営に必要なすべてを座学と実践を通じて学ぶ。全国的にも数少ない市町村が運営する農業人材育成学校であり、地域の大学やJA、民間企業の産学官連携で「オール鶴岡」による運営サポートが特徴。



「SEADS」のロビーと交流スペース

そして、研修施設の改修やカリキュラム作成、研修生の確保などの準備を進めてきました。産学官連携で、それぞれの強みを活かすことで、開校準備や学校運営、さらには卒業後の就農支援まで、きめ細かなサポート体制をつくることができました。

また、今年3月には、新たに鶴岡工業高等専門学校と県立庄内農業高校とも協定を結び、地域連携がより強まり、サポート体制の充実が図られています。

SEADSのカリキュラムの特徴

有機農業を中心とした背景には、首都圏などの農業に興味を持つ若者の多くが有機農業への関心が高いこと、また、鶴岡市は、JAS法に基

づく独自の有機農産物認証制度を持つ強みがあったことがあります。

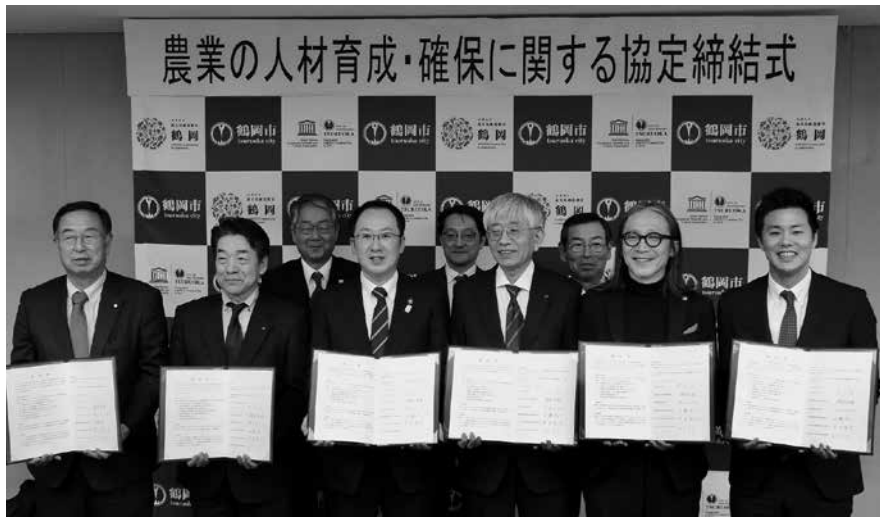
しかしながら、有機農業ですべての農産物を生産することができませんので、土づくりを基本とした慣行農業のカリキュラムも準備し、有機農業と組み合わせ、生計が立てられる所得を確保できる農業経営をめざせるよう配慮もしています。

新規参入者が多いことから、研修カリキュラムは、農作業や機械操作、栽培管理技術を学ぶ「農場実践研修」を重視しながら、農業の基礎知識や経営哲学、営農計画、関係法令などを学ぶ「座学」を組み合わせ、2年間としています。必修の農場研修と座学の研修時間は、1年目が1680時間、2年目が1480時間です。

1年目は、「基礎を幅広く学び、自分が目指す就農方法を考える」ことをテーマにしています。座学では、専門家から有機・慣行農業の知識や地域の先輩農家などから経営哲学を学び、実践研修では、水稲・露地野菜・施設野菜の特別栽培や有機栽培をほ場で学ぶことにしています。

2年目は、「自分が目指す就農に向けて、準備を加速させる」がテーマです。座学では、引き続き栽培や経営知識を習得しながら、具体的な就農プラン策定に力点を置いたカリキュラムにしています。実践研修では、自分がめざす就農方法（作物・農法）にマッチしたほ場で、栽培技術や管理マネジメントが学べるように配慮することとしています。

このほかにも、地域の農家やJAの出荷場などに出向いて働きながら学ぶ「農家インターン」



産学官連携で、農業人材の育成・確保に関する六者協定を締結

も推奨研修としており、年間600時間程度を想定しています。農家インターンは、地域の農業の実態や農村集落での生活はどういったものかを知ってもらい狙いもあります。また、農家インターンは、どこで、こういった農業ができるか考える機会、さらには地域の農家との交流によって参入しやすい環境づくりにつながるものと考えています。

研修期間中は、SEADS内にある宿泊施設での共同生活を基本としています。悩みを仲間

同志で相談できる環境づくりや、就農後の仲間づくりにもつながることが期待されます。

こうした新規就農者向けのカリキュラムのほかにも、地域の農業者の学ぶ場として公開講座を予定しています。公開講座は、農業者の関心の高い「スマート農業」と「鳥獣被害対策」の2つの講座があり、いずれも山形大学農学部や鶴岡工業高等専門学校などの協力により開設することができたものです。

第1期生は13人が入校予定

第1期生の募集については、農業に対する意欲があり、原則として50歳未満で就農すること、研修終了後は5年以上鶴岡市で就農する意志があること、研修中および就農後、地域の行事に参加し、地域住民と協調できることなどを要件にしました。

募集に当たっては、学校の施設もカリキュラムも完成していない、実績も全くない学校でしたので、農業に関心のある首都圏を中心とした若者にいかに情報を届けられるかがカギでした。そこで若者への情報発信力が強いヤマガタデザイン社の力を借りました。農業に、そして鶴岡市に関心のある若者をキャッチするため、SNSやホームページを活用した情報発信をしながら、「新農業者フェア」をはじめ、首都圏などでの相談会も28回開催しました。

10人の研修生を予定していましたが、17人の応募がありました。面接の結果、予定を3人上回る13人が第1期生として入校予定です。

13人の内訳は、農外からの新規参入者が12人、

親元就農予定者が1人。出身地別では、首都圏から6人、大阪府2人、秋田県2人、県内3人となっています。中には夫婦もおり、前職も情報サービス関係、医学関係、公務員・教員、飲食業などと多彩です。

多彩な研修生に鶴岡市で農業経営をめざしてもらえることは、市の農業の活性化に与えるインパクトも大きいものと期待しています。

研修生が稼げる農業めざす

スタートにこぎ着けたSEADSですが、これまでの仕事をやめ、人生を懸けて鶴岡市で農業をやりたいとする研修生が集まっており、学校を運営する側としては、研修生が「稼げる農業」を実現し、「鶴岡に来てよかった」と言ってもらえるようにする責任があります。

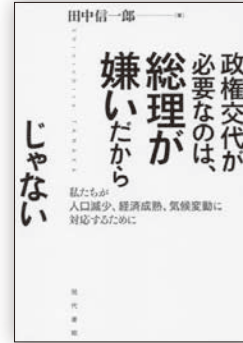
そのためには、生産面でのサポートに加え、安定した販売先の確保も必要です。全国的にもまねな取り組みですが、市内の2JAとヤマガタデザイン社が連携し、地域の堆肥を利用した有機栽培や特別栽培の農産物ブランドとして、新たに「SHONAIRROOTS」を立ち上げており、ブランドの早期確立をめざしていきます。

また、研修後の定住・就農支援も重要なことから、これまでの住居や農地を借りる際の支援や農業機械などを取得する際のオーダーメイド型の支援など、市独自の支援制度の拡充を図っていきたく考えています。

引き続き、多くの若者をSEADSに受け入れ、農業を起点とした地方創生が実現できるよう、地域を挙げて取り組んでいきます。

『政権交代が必要なのは、
総理が嫌いだからじゃない』

田中 信一郎 著



(現代書館・1,700円 税抜)

生きづらい社会を変える穏やかな革命の書

武本俊彦

(新潟食料農業大学教授)

著者の田中 信一郎氏は、国会議員の秘書や自治体職員など実務家として経験を重ね、昨年4月から千葉商科大学で本格的に教育研究に従事する気鋭の学者である。本書は、日本の政治・経済・社会を公共政策の視点で総合的に分析した、具体的かつ分かりやすい内容となっている。

明治維新以降の総力戦体制の下で形成された制度や仕組みは、人口減少など位相の変化により、20世紀末のバブル崩壊から機能不全を来した。その結果生じた問題を分析し、処方箋を提示するものである。

すなわち、「なぜ人口が減少しているのか?」(第1章)とえば、非正規雇用を増やす経済構造に真因があり、出生率の低下を招いていると答え、「なぜ人口減少をもたらさず経済になつてしまったのか?」(第2章)との問いには、近年の経

済政策が従来の経済構造を維持しつつ成長を図ったことが理由であると指摘している。

また、「なぜ誤った経済政策を続けてきたのか?」(第3章)とえば、既得権を手放したくない業界・利益団体という部分最適組織の集合体が擁護される政治構造に原因があり、それでは「政治を変えれば良くなるのか?」(第4章)と問えば、全体最適を担保する上で政策転換が必要条件であり、十分条件としての自立した個人の行動の変化により、穏やかな革命が成就すると強調している。そして「どのようにして低成長と人口減少に適應するのか?」(第5章)との問いに、野党が国会対応の共同化による信頼関係を構築して、内閣・行政と国会が適切に動くような条件を整備し、現政権の経済政策をきっちり総括検証すべきとしている。その上で賃金・所得アップによる安定需要の確保、政策プロセスの透明化・公正化による効率的な資源配分、公正な市場デザインによる活力の創出、エネルギーを突破口とするイノベーションと産業転換、人口減少社会に必要なインフラ投資と地域経済の安定化など、具体的かつ体系的な経済政策の実行を提案している。

著者の提案が実現されることを強く期待するが、本書で示された処方箋を実行する意欲と能力を持ち、国民への説明責任を放棄している政治に対抗して、国民の幸せを第一に結集する政治勢力はいるのかという思いが頭をよぎる。それは杞憂であってほしい。

読まれています 三省堂書店農林水産省売店 (2020年2月1日~2月29日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 農業と経済 2020年3月臨時増刊号(基本法制定20年 食料・農業・農村基本計画の真価を問う)	[農業と経済]編集委員会/編	昭和堂	1,700円
2 農政改革 行政官の仕事と責任	奥原 正明/著	日本経済新聞出版社	1,600円
3 絶望の林業	田中 淳夫/著	新泉社	2,200円
4 別冊現代農業 2020年3月号(今さら聞けないタネと品種の話 きほんのき)	農山漁村文化協会/編	農山漁村文化協会	1,500円
5 逆転の農業 技術・農地・人の三重苦を超える	吉田 忠則/著	日本経済新聞出版社	1,800円
6 ダムと緑のダム 狂暴化する水災害に挑む流域マネジメント	虫明 功臣・太田 猛彦/監修 日経コンストラクション/編	日経BP社	2,000円
7 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円
8 新しい小農 その歩み・営み・強み	萬田 正治・山下 惣一/監修 小農学会/編著	創森社	2,000円
9 農福連携が農業と地域をおもしろくする	吉田 行郷・里見 喜久夫/著 季刊「コトノネ」編集部/編	コトノネ生活	1,800円
10 大豆と人間の歴史	クリスティン・デュボワ/著	築地書館	3,400円

セミナー
オホーツクで学ぶ学生と
地元での就農を考える



学生から講師へ積極的に質問が投げ掛けられました

東京農業大学オホーツク校の学生向けに、オホーツク管内の農業を学ぶセミナーを開催。同大卒業後、新規就農した畑作農家の三原徹大氏(33歳)、酪農家の南雄馬氏(33歳)と妻の優紀氏(29歳)が就農までの経緯や苦労などを語りました。学生からは「自分の考えを実践できることに大きな魅力を感じた」などの声が寄せられました。

また、「オホーツクの大学生と農業経営者の会」が発足。学生と地域農業者の交流を図っていきます。

1月14日、於：網走市、参加者：同校学生、関係機関など60人
(北見支店)

セミナー
事業計画の作成手法を学び
経営を考えるワークショップ



作成した計画を発表する参加者

岡山県、農林中央金庫などと共催で、新規就農をめざす農業研修生などを対象にした「農業基礎セミナー」を開催。事業計画の具体的な作成手法についての講義後、参加者実際に事業計画を作成してもらい、うち3人が作成した計画を発表しました。

参加者からは「経営を考えるきっかけになった」「第三者に数字を示して経営内容を説明できるようさらに勉強したい」などの感想が寄せられました。

1月15日、於：岡山市、参加者：県内の新規就農予定者など47人
(岡山支店)

アドバイザー
データ収集と分析に基づく
分かりやすい助言のコツ



参加者は話に関き入り、質問の手も多く挙がりました

兵庫県農業経営アドバイザー連絡協議会で、本誌38ページにも登場する上級農業経営アドバイザーの井崎俊彦氏が登壇。自身の活動事例を交え、「経営について考える農家を育てるためには、データ収集・分析して課題を抽出し、営農実績をグラフ化するなど分かりやすい説明が重要」と力説しました。

また、井崎講師が開発した「農業経営支援システム」の解説などを聞いた参加者からは、ぜひ活用したいとの声が多く聞かれました。

1月17日、於：神戸市、参加者：農業経営アドバイザー、県職員、普及指導員など30人
(神戸支店)

商談会
地元のレアな農産品を
実需者につなぐ機会を提供



のべ40組の商談が行われました

長野県の農業者や食品企業、流通業者などを対象に「信州地産地消マッチング商談会」を開催。

有機栽培のケールや発芽玄米の甘酒、種有りのレーズンなど、一般にあまり流通していない農産物や加工品が出品され、買い手からは「希少で高品質の商材を知る機会を得た」、売り手からは「販売の現場の方との商談は貴重な経験だった」などの感想や、県産ワインや日本酒の商談会の開催希望も寄せられ、好評のうちに閉幕しました。

1月30日、於：長野市、参加者：県内の農業者、食品バイヤーなど29人
(長野支店)

台湾で商談会開催 初めての輸出を後押し

日本公庫は1月14～16日までの3日間、台湾の台北において、商談会を開催しました。

この商談会は、日本公庫がトリアル輸出支援事業(注)で提携している台湾の企業、仁美国際股份有限公司の協力を得て2017年度から毎年実施しているものです。3回目の開催となる今回は、台湾への輸出に初めて取り組む日本公庫のお客さま6社が参加し、米や卵、水産加工品、梅酒、えごま油な

どこだわりの商品を、現地の高級スーパーや百貨店など4社のバイヤーにPRしました。

*

台湾では日本産農水産物についての情報が広く知れ渡り、たとえば「米なら新潟や秋田」といったイメージが定着しています。また、台湾の中でも台北は外食中心の文化で、家庭で料理することが少ない分、自分で料理する際には日本の農産物のように品質の高いものを

選ぶ傾向があります。バイヤーからは品質や他社商品との違いについての質問が多く寄せられ、「商品を定着させるには、店頭での試食販売を増やして消費者においしさと品質の良さを知ってもらおう」とい「知名度の低い生産地についてはその土地の魅力と共に売り込んではどうか」といった、現地バイヤーならではの的確なアドバイスをいただきました。

他方、社会的背景に目を向けると、台湾では日本同様に高齢化が進み、食材の効能に関心を持つ消費者が増えています。また、春節などに贈り物を交わす習慣があります。健康効果をコンセプトにしたり、季節のお祝いに合わせてギフト

ト向けに工夫したパッケージで売り出すなど、戦略的な取り組みが必要だと感じました。出展者は「動物検疫の関係で卵の加工品が税関を通過できず販売できなかったが、良い経験になった」「えごま油は現地ではマイナーなので、実演販売などを通じて認知度向上に努めたい」など、それぞれに手応えを感じていました。

*

台湾への農林水産物・食品の国・地域別実績は、香港、中国、米国に次ぐ世界第4位(2018年)です。台湾は、日本からの距離も近く、親日度の高い地域ということもあり、初めてでも比較的輸出に取り組みやすい国であると思います。日本公庫は、今後とも、農業者や食品企業などの海外展開を積極的に支援してまいります。

(情報企画部 白神 貴明)

(注) トリアル輸出支援事業：初めて輸出に取り組む農水産業者・食品企業が輸出の一連の流れを経験し、海外市場におけるニーズを把握することを目的とした輸出支援事業。公庫は提携する貿易商社と輸出の事前準備から手続き、販売までをサポートし、海外での売れ行き状況をフィードバックする。



上：商談会で積極的に商品をPR
中、下：現地の高級スーパーでは1玉1500円のリンゴなど、日本産の農産物も多く扱われていた

新型コロナウイルス感染症に関する 相談窓口のご案内

日本公庫農林水産事業は、新型コロナウイルス感染症で影響を受けた農林漁業者などの皆さまを対象に農林漁業セーフティネット資金などの特例措置の取り扱いを開始しました。

具体的な特例措置の内容は、農林漁業セーフティネット資金の貸付金用途の追加、融資限度額の引き上げ、農林漁業セーフティネット資金などの金利負担軽減、実質無担保・無保証人です。

ご相談については、本店農林水産事業本部（フリーダイヤル…0120-926478）および全国の各支店農林水産事業で受け付けています。

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた農林漁業者などの皆さまからのご融資やご返済に関する相談に、政策金融機関として引き続き迅速かつきめ細やかな対応をおこなってまいります。

編集後記

④ 六次産業化の提唱者で知られ、本誌にもご寄稿いただいた今村奈良臣さんの訃報、その功績に敬意を表するとともにご冥福をお祈りいたします。さて、新年度を迎え、今号より「新コーナ」をお届けします。これからの農業の担い手を紹介する「新・農業者」、上級農業経営アドバイザーのこぼれ話「T-DBit」です。是非、ご一読ください。
（西山）

④ コロナウイルスの影響により、小学校が休校となり、給食用として確保されていた野菜などの材料が地元で販売される取り組みが全国で行われており、完売が相次いでいるとのこと。地域全体で食品ロスを防ぎ、生産者を支援しようという動きに日本人の温かさ、結束力を感じました。一日も早いコロナウイルス感染症の終息を願います。
（高雄）

④ 新型コロナウイルス感染拡大による社会的、経済的影響は計り知れないものがあり一刻も早く終息するようにと祈るばかりです。見えないウイルスへの恐怖、急激な環境の変化などによって気持ちは不安定になりがちですね。私はスーパーで米、野菜、肉、魚などが豊富にあるのを見ては安心していただきます。食料があることのありがたさを痛感する今日この頃です。（城間）

④ 食品ロス削減国民運動のキャラクター「ろすのん」をご存知ですか？「食品ロス農林水産省」で検索すると出会えます。また食べられるのに捨てられる日本の食品ロスは年間約643万トで、世界全体の食糧援助量の約1.7倍という驚愕の数字。高校生が二人いて食品ロスは少ないわが家ですが、新たに取組めることを考えたいと思います。
（竹中）

AFCフォーラム Forum

編集

前田 美幸 西山 大也 高雄 和彦
山本 晶子 城間 綾子 竹中 夕美
鈴木 晃子

編集協力

青木 宏高 村田 泰夫

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

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。掲載者には、薄謝を呈します。

【郵送およびFAX先】

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4
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 03-3270-2350

牛舎に行かないコンサル



井崎 敏彦

ISAKI Toshibiko

「井崎さんは不思議なコンサルだなぁ。全く牛舎に入らない。でも、なんでうちの牛のこと、経営のことがよく分かる。不思議だ」

ある酪農家から、こう言われたことがある。

私はコンサルティングの際、いきなり畜舎やほ場には行かない。事務所内を見るだけで十分である。多くのコンサルタントは、時間をかけて畜舎を歩き、いろいろと質問し、指摘する。でも、私は、課題整理のカギは畜舎やほ場にはないと考える。

私は事前に決算書、出荷成績、生産データなどをじっくりと分析し、課題を整理する。それを手に訪問し、農業者と話すことにしている。そうすることで、課題の本質に迫る

いさき としひこ

1955年鳥取県生まれ。2008年に鳥取県庁を早期退職しアドバイザー活動を開始。趣味は自転車、トライアスロン。

ことができると考えている。

たとえば酪農経営において。個体乳量は、季節や産次など、いろいろな要素によって変化する。現在の牛舎をいくら見てもその変



化は見えない。

牛群検定成績のデータを活用した個体乳牛の月別の乳量グラフを見ると、毎年夏に乳量が低下することが分かった。そのことを伝え、夏場の暑熱対策を優先して実施することとなった。

課題が明確になれば、解決策は農業者自身からおのずと出てくる。

コンサルティングで最も重要と考えていることは、農業者との会話である。

なぜなら多くの課題は、農業者の中にあるからである。明確化した

課題を前にして、農業者は解決策を考えるものだ。

私のコンサルティングの手法は、高度な農業技術を必要としない。どの経営形態でも対応で

きるの、農業経営アドバイザーに参考となると思う。

農業改良普及員になった時のことだ。「普及員の仕事は考える農業者を育てることだ」。先輩からこう言われたことを思い出す。

解決策を思考する農業者を側面から支援すること。それが農業経営アドバイザーの役割だと思う。

日々発生する課題を、農業者が主体的に整理し思考する。そして解決策を導き出し改善に向けて行動する。農業経営発展のカギはそこにある。F

■ 農業経営アドバイザー

農業経営者のニーズに対応し、経営への総合的で的確なアドバイスを実践する専門家です。2005年、農業経営の発展に寄与することを目的に日本公庫(当時、農林漁業金融公庫)が資格制度を創設しました。本コーナーは、上級資格である上級農業経営アドバイザーが執筆します。

短期集中3回連載「SDGsその役割を問う」

「食品ロス」削減の潮流



『初めての田植え体験』前岡 咲彩 鹿児島県鹿児島市立石谷小学校
(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」子ども絵画展入賞作品)

■ AFCフォーラム 令和2年4月1日発行(毎月1回1日発行)第68巻1号(886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 〒7原ビル Tel.03(3537)1311 ■ 定価514円 ■ 本体価格468円



AFCフォーラム(2020年4月号) 読者アンケート

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

お名前(フリガナ) _____	性別 _____	年齢 _____	職業 _____
	男性		
	女性	歳	
ご住所 〒 _____	_____	_____	_____
			tel. _____

1 掲載記事について、内容はいかがでしたでしょうか？(○をご記入ください)

頁	記事区分	良かった	どちらとも いえない	良くなかった	頁	記事区分	良かった	どちらとも いえない	良くなかった
2	観天望気				25	主張・多論百出			
3	特集 いま、「食品ロス」が問いかけること 食料には「つくる責任」と「つかう責任」 廃棄物発生抑制に果敢に挑む企業、地域				27	変革は人により			
7					30	耳よりの話			
11					31	まちづくりむらづくり			
15	情報戦略レポート				34	書評			
19	農と食の邂逅				35	インフォメーション			
22	フォーラムエッセイ				38	TiDBit			
23	新・農業人								

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

.....

.....

3 本誌への感想や農林漁業の発展に向けたご意見などを200字程度でお寄せください。

選定の上、本誌「みんなの広場」に掲載させていただきます。
 掲載の場合には薄謝を進呈いたします(匿名での投稿はご遠慮ください)。
 なお紙面の都合上、編集させていただく場合がありますので、あらかじめご了承ください。

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ご協力ありがとうございました。