

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

12

2020

シリーズ特集:事業承継最前線 / 畜産経営

特集 どう継ぐのか、生産基盤



特集

シリーズ特集：事業承継最前線／畜産経営

どう継ぐのか、生産基盤

3 協業法人を設立し事業承継の不安解消

東宗谷農業協同組合 代表理事組合長／佐藤 裕司
多額の資産を引き継ぐ畜産では、事業承継時に地域の支援が必要となることが多い。地域酪農基盤維持に向け、事業承継支援に積極的な農協が取り組みを語る

7 農家の事業承継を支援する食鳥企業

貞光食糧工業株式会社 代表取締役社長／辻 貴博
深刻な後継者不足に悩む中山間地域で養鶏農家の承継に力を注ぐ食鳥企業がある。地縁のない就農希望者を受け入れて育て、後継者として地域農家との間を取り持つ

11 畜産業の事業承継を円滑に進めるには

経営コンサルタント・上級農業経営アドバイザー／村上 一幸
農業における経営継承のなかでも畜産業の経営継承は、承継資産が多額で経営上のみならず税務上の対応にも迫られる。この問題に精通した専門家からのアドバイス

巻頭言

観天望気

2 日本産のワイン 玉村 豊男／エッセイスト・画家・ワイナリーオーナー

連載

農と食の邂逅

19 ナカバヤシ株式会社 兵庫工場／兵庫県 足立 渚沙・兼藤 夢

製本企業が、特区を利用してニンニク生産を開始した。若い女性2人が携わる。一人は丁寧な作業でまっすぐな畝をめざし、もう一人は、畝に込められた気持ちを伝えたいと話す

変革は人にあり

23 株式会社有田牧場／熊本県 有田 耕一

出会った門外の人々から学んだことを肉用牛経営に生かし規模拡大。独自の工夫を重ねて自家牛群の改良に取り組み、付加価値の高い肉用牛の繁殖を志す

新・農業者

31 アスパラマル株式会社／長野県 吉見 雅史

本来、アスパラガス栽培に適さない川の跡地で掘れば石がごろごろと出てくる粘土質の田圃を使い、大規模安定経営を実践する



撮影：鎌形 久
新潟県五泉市
2015年10月

茜色の空と田圃

■夕日が沈むと、空一面が茜色に染まった。田圃(たんぼ)の水は空の色を映す。その色彩は、刻一刻と変化をとげていく■

オピニオン・レポート

情報戦略レポート

景況感はコロナ禍で大幅に悪化 担い手農業者は高い投資マインド

一農業景況調査(2020年7月調査)----- 15

フォーラムエッセイ

記憶を味わう

俳人 大高 翔----- 22

耳よりな話 222 回

飼料生産と気象リスク

国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構
畜産研究部門 飼料作物研究領域長 奥村 健治----- 26

地域再生への助走・特別編

古代染色植物の日本茜を地域資源に 農と伝統工芸の関わりを復活させる

美山日本茜研究会／京都府南丹市
渡部 康子----- 27

書評

『石川三四郎 魂の導師』

百姓・思想家 宇根 豊----- 30

インフォメーション

AFCフォーラム総目次(2020年1月~12月)----- 33

セミナーやオンライン相談会で農水産物の輸出を支援しています
佐賀支店・本店----- 36

若手職員が集い農林漁業の将来を議論
本店----- 36

みんなの広場・編集後記----- 37

農業経営アドバイザー

TiDBit

二人の言葉が示す 新規就農者 五つの心得

株式会社YACコンサルティング 古高 伸一----- 38

1月号予告

特集は、「ウィズコロナの農業・食品産業」を予定。
新型コロナウイルスの感染拡大は、観光、外食、輸出入産業に大きな打撃を与え、農林水産分野では、高級食材や花きをはじめとして全業種に影響があります。農業・食品産業および地域が直面する課題を明らかにし、状況変化を受け改善策として求められるものとはなにか考えます。

*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

日本産のワイン

日本人のワイン消費量の大半は海外からの輸入ワインで、日本国内で栽培した原料ブドウを日本国内で醸造する「日本ワイン」のシェアは、まだ1割にも達していない。が、長野県や北海道を筆頭にいま全国で加速する小規模ワイナリー新設の動きは、ワイン農業が有望な次世代産業として認知される時代の到来を予告している。

今年はスタートから誰もが想像していなかった展開となり、ワインの業務用市場は飲食店の休業や時短で縮小し、観光ワイナリーは顧客激減で大きな打撃を受けた。が、ステイホームで家飲みが増えたため、通販市場は好調に推移している。もともとワインは家で飲むものであり、これを機会にワインへの理解が一般に浸透することが期待される。海外ワイン産地の苦境が伝えられるなか、コロナ禍により日本の産品や国内の観光地が見直される傾向は、中長期的に見れば日本ワインの伸長に寄与するだろう。

地域にワイナリーが集積することで新しいワイナリー観光が生まれ、飲食業や宿泊業を巻き込んで地域経済が活性化することは、すでに世界の多くの国や地域で実証済みである。コロナ禍と人口減少時代への視点から見直される農業ベンチャーへの投資が顕在化すれば、裾野の広いワイン産業が一気に新しい時代の主役として注目される可能性は小さくない。

リモートワークが広がって地方への移住が関心と呼ぶ一方、オンラインの試飲会や販促イベントが、既成ファンの枠を超えて新しい顧客層を開拓する効果をもたらしている。デジタル技術を応用したさまざまな革新は、「世界でもっとも古い農業」であるワイン農業が「土と太陽をメディアとした、地域の価値を表現するアート」であることを教えてくれるはずだ。

そのためには、栽培にも醸造にも経営にも、また地域の行政や周辺産業にも、若い世代の積極的な参加が求められる。



玉村 豊男

エッセイスト・画家・ワイナリーオーナー

たまむら とよお

1945年東京都生まれ。71年東京大学フランス語フランス文学科卒業。91年長野県東御市に移住し、ハーブや西洋野菜を栽培する農園「ヴィラデスト」をオープン。2003年に果実酒製造免許を取得し、「ヴィラデスト ガーデン ファーム アンド ワイナリー」を経営。「信州ワインバレー構想推進協議会」会長。

協業法人を設立し事業承継の不安解消

畜産の事業承継は、農場の資産価値が高いだけに、新規就農者にはハードルが高い。酪農の先進地・北海道の東宗谷農協では、数戸の酪農家で協業法人を設立してもらい、やめざるを得ない構成農家が出た場合でも、事業承継が円滑に進む方式をとる多様な対応策を講じている。



東宗谷農業協同組合 代表理事組合長

佐藤 裕司 SATO Yuuji

さとう ゆうじ
1952年北海道生まれ。北海道立中頓別農業高等学校卒業。旧猿払村農協理事、東宗谷農協理事を経て、2004年より現職。宗谷地区酪農対策推進協議会会長、宗谷乳牛検定組合連合会会長、北海道酪農検査協会副会長など。地域酪農を守るため、協業化の推進による経営の継承支援、担い手育成に力を入れている。

酪農家の離農増加に危機感

北海道稚内の南東、オホーツク海に面した猿払村と浜頓別町が、東宗谷農協の管内である。「北海道で一番広い村」として知られる猿払村と、「白鳥の飛来地」として有名なクッチャロ湖のある浜頓別町は、広大な丘陵と湿原を含む平坦地が大半を占めている。気候が冷涼であることから農作物の栽培には不向きで、草地を利用した酪農が主要な産業である。

農協の正組合員数は160人、正組合員戸数は119戸だが、そのうち生乳を出荷している戸数（法人を含む）は97戸。まさに酪農に特化した農協である。管内酪農家の年齢構成は、協業法人の5%を除いて、49歳未満が33%、50歳代が24%と比較的若い。60歳代は35%、70歳代以

上は3%だ。後継者のいる経営体は、けっこう多い。経営者が60歳以上の経営体では7割に後継者がいる。

しかしながら、酪農を廃業する者は、毎年出ている。この数年、毎年1〜3戸ほど廃業する酪農家があった。昨年は、残念ながら6戸もあった。そのうち1戸は100頭以上の比較的規模が大きかった酪農家で、経営者が病気になるうえで、後継者もいなかった。他の5戸は65歳以上の経営者で、廃業の理由は、建物の老朽化が進んでいるうえ後継者がいないことだった。飼養規模が小さくても、経営を続けられたと思うが、乳牛、それに肉牛として売られるオスのホルスタインの価格が高かったので、やめるならいまがチャンスと考えた人が多かったようだ。年間6戸もやめた昨年は例外だと思っている。

今後とも、酪農を取り巻く経営環境が厳しさを増し、経営者の高齢化とともに、離農する農家が出てこよう。しかし、地域の主な産業である酪農の衰退を、手をこまぬいて見ているわけにはいかない。農協としては危機感を抱き、さまざまな対応策をとっている。具体的には担い手の育成であり、協業化の推進による経営の継承策であり、廃業した農場の売買による規模拡大と生乳生産量の維持・増大である。

事業承継対策として、まずおこなっていることは、担い手の確保だ。北海道に「農業担い手育成センター」があり、猿払村や浜頓別町でも新規就農者を募集している。行政当局と協力して、農協としても「こういう農場があるけれど、継承して酪農をやってみませんか」といった働きかけをしている。

北海道で酪農をやってみたくてという希望者は、けっこういるものだ。最近では行政ルートだけでなく、新規就農した酪農家がSNSで「酪農はおもしろいぞ」とか発信して、それが縁でこの地域に来て酪農に携わる仕事に就く人もいる。

新規就農希望者は年によってばらつきはあるが、毎年5〜6人はいる。希望者には、まず酪農家の仕事を手伝う「酪農ヘルパー」になってもらっている。酪農ヘルパーは、酪農家が休みを取る際に、代わって搾乳や餌やりなどの仕事を手伝う。酪農という仕事を覚えるとともに、この地域になじみ、酪農家と懇意になることもねらいの一つだ。

新規就農を希望する若者に、いきなり経営を任せることはしない。技術を習得してもらうためもあるが、地域とのつながりを大事にし、地域内の酪農家と連携してやっていけるかどうか、農協としては気をつかっている。1台のタンクローリー車が、数戸の酪農家を回って集乳する酪農は、隣近所が助け合わないと成り立たない仕事なのだ。

酪農ヘルパーなどの仕事を通じ、地域の酪農家の信頼を得た者の中から、毎年1〜2人の新規就農者がいる。酪農の経営体の数は少しずつ減っているが、廃業した農家の牧草地や乳牛を引き継いで就農する者がいるので、生乳の生産量は、それほど落ちていない。

地域酪農の維持を第一に

酪農家および生乳生産量の維持のため、当農協では日々の営農相談業務のなかで「譲渡希望

者」の相談を受けている。後継者のいない酪農家を対象に、おおむね5年のうちに酪農をやめることを考える人に対して、早めの相談を呼びかけている。

息子など後継者候補のいる酪農家でも、「やめたい」と考えている人がいる。町に出た息子に帰って継いでもらいたいのが、息子夫婦が継ぐとすれば、親世帯と息子世帯の2世帯分の所得を稼がなければならぬ。それには、乳牛の飼育頭数を増やし畜舎を増築しなければならない。

あるいは、息子が就農するならば、高性能な自動化機械を導入してあげたい。それには、数千万円とか億円単位の投資をしなければならない。

それは、リスクが大きいと考える人がいる。これまでの債務の支払いも終わり、牛の値段も高いいまのうちに牧場を売却すれば、退職金相当のお金を手にできるので、廃業を考えるケースもある。廃業を希望する理由は、「乳価が安くて採算が合わないから」といった単純な理由だけではない。

「酪農をやめたい」と相談があったとき、農協としてまず考えるのは、地域の酪農をいかに維持するかだ。同じ集落に、規模拡大を希望する人はいないか、牧草地を広げたいと思っている人はいないか。まず取り組むのが、そうした地域既存農家との話し合いだ。地域の規模拡大を考える人に、やめる酪農家の牛や牧草地を買ってもらえればありがたい。

買った人は規模拡大ができ、やめて売った人は、家を手放さなくていいから、同じ家に住み続けられる。売った人は高齢であっても、地域

の酪農を手伝うことができる。また、地域の酪農家が出資しあつて設立したTMR（混合飼料）センターで働いてもらうこともできる。現在の酪農の課題である人手不足の解消になり、地域の酪農の維持につながる。

新規就農者に「農場リース」

地域のなかに、買い手が見つからない場合には、新規就農者に経営を継承してもらうことになるが、最大の課題は資金だ。安定した経営には、一定数の乳牛を飼育しなければならないし、自動化の機械を導入しなければならない。当然のことだが、数千万円とか1億円を超える資金が必要になる。都会から来た若い新規就農者に、そんな巨額の資金があるはずがない。

そこで、国や北海道では「リース事業」を実施している。国や道の機関（公社）が、廃業したい酪農家から農場や設備を購入し、それを新規就農者に貸し出す。5年間、リースで酪農を経営してもらい、技術的にも経営的にもきちんとやっていけるめどが立てば、農協や日本公庫などの融資を活用し、新規就農者に買い取ってもらう仕組みだ。5年間、経営を見ていけば酪農でやっていけるかどうか、見極めがつくものだ。

さらに現在、農協が支援して取り組んでいる方式に、「リース事業」の変形バージョンがある。搾乳牛60頭規模の経営者が、病気になるってやめたいという。一方、その農場で長く働いていた40歳代半ばの従業員が、経営を引き継ぎたいという。やめる予定の経営者も大賛成で、農協としても支援したい。

だが、問題は従業員が独身で、金融機関が1億円を超える資金を貸すことに踏み切れないことだ。そこで農協は、旧経営者と新経営者(従業員)の二人による「合同会社」設立を提案する。合同会社であれば、資産を持つ旧経営者の担保と信用で、金融機関は融資できる。実質的経営は新経営者が担う。合同会社はリース料相当を役員報酬のかたちで旧経営者に支払う。事実上、農場の資産を新経営者が分割払いで取得するようなものだ。定款づくりを農協がお手伝いしている。

酪農家の事業承継で、当農協管内でうまくいっている事例がある。「共同出資による協業法人の設立方式」だ。酪農家数戸で株式会社などの法人を設立してもらおう。

協業法人の設立を支援

2013年に設立された「拓進ファーム」(約900頭規模)が第1号で、その後、「北の大地」(約900頭)、「太陽ファーム」(約1200頭)、「ふあーむ未来」(約1200頭)、「グレースファーム」(約700頭)が相次いで設立され、すでに5法人を数える。

18年に設立された「太陽ファーム」の場合、酪農家4戸が協業法人を設立した。1戸は100頭規模とやや大きい経営体だが、あとの3戸は50頭前後と比較的小規模。さらに離農した農場を買い取り、新規就農者を雇い入れている。

1戸ごとに規模拡大する選択もあるが、大きな投資にはリスクが伴い、それぞれ踏み切れないでいた。

協業経営にするメリットはたくさんある。まず、1経営体の経営規模を1000頭規模に大きくできるから、経営効率があがり向上する。規模を拡大するために機械化投資をするにしても、過剰投資を避けることができる。

また、労働力不足の心配が少なくなる。個別の経営体では、どこでも労働力不足に悩まされている。酪農ヘルパーの確保にも苦労しているのが実情だ。ところが数戸で一つの経営体を構成すると、労働力をやりくりすることができる。作業の8〜9割を内部の労働力で回せるようになった経営体もある。

さらに最大のメリットは、事業承継の不安が薄れることだ。協業経営に参加する酪農家には、跡継ぎ候補の子息がいたり、後継者が一緒に働いていたりする経営体が多いが、仮に跡継ぎがいなくなっても、協業経営体が残るので、廃業後のことを心配しないで済む。

6戸の酪農家が協業経営に動く

現在、協業経営体づくりに動いている事例もある。最も年齢が高いのが40歳代、他の酪農家も30歳代と若く、6、7年前に参加した新規就農者も加わって、6戸の酪農家で年内にも株式会社をつくらうと話合っている。

参加する酪農家の経営規模は、50頭規模の経営が多い。このあたりでは比較的、小規模な経営体だ。彼らは仲間内でこんなことを話している。

「現状でもなんとかやっていける。でも、いずれ家族経営の限界がきて、将来的には1000頭規模をめざさないと生き残れない。個別経営

のままでの規模拡大は、投資負担が大きすぎて無理」作業を楽にする搾乳ロボットを導入したが、1億〜2億円はかかる。投資負担が大きくなる個別経営では荷が重い」作業を手伝ってくれる親がいつまで元気であるかわからない。酪農ヘルパーの確保も難しいなかで、協業経営にすれば交代で休める「株式会社になれば、厚生年金制度を導入でき、老後の生活も困らない」

いまの若い世代の酪農家は、きちんと仕事はするけれど、時間が来たら仕事を切り上げ、家族との時間を大事にしたいと考える。そんな新感覚の経営は、個別の経営体では難しい。数戸の酪農家が集まり協業経営体になれば実現しやすい。若者の新感覚の経営を、農協としても支援していきたい。

なお、事業承継の一つのかたちとして、第三者へのM&A(売却)がある。当農協管内にも「売りたい」と考えている人がいる。新規就農者として参入した人で、100頭規模に拡大、法人化もしたが、後継者がいない。本人は「自分のがなくなってきた事業がいくらに評価されるのか、正当な評価額を知りたい」と考えているようだ。まだ、検討中の段階のようだが、こうした事例は今後も出てくるかもしれない。

農協は酪農家の支援に徹す

農協の役割は、組合員である個々の酪農経営体が元気でやれるように、その営農環境を整えることだと思っている。酪農家に混合飼料を提供するTMRセンターが管内に5カ所あるが、すべて生産者が設立したもので、運営も彼らが



協業法人の設立第1号、有限会社拓進ファーム

おこなっている。他の地域では農協が経営しているところもあるが、そうすると、酪農家は「他人まかせ」になってしまいかねないので、農協は支援に徹している。

当農協では畜産事業として0カ月令の子牛を20数カ月まで預かる。現在、浜頓別地区で1600頭、猿払地区で1400頭の合計3000頭を預かっている。この事業は行政の仕事で、農協は指定管理者として運営しているのであって、農協が畜産経営をやっているわけではない。

「農協は支援に徹する」という考え方から始めた事業に、当農協の誇る「家畜統合管理システム」がある。タブレットを全酪農家に支給して、自分の農場の個々の牛の状態がデータでわかる

ようにした。

通信料も農協が負担している。2017年度から本格的に運用を始めた。管内の約7割の酪農家に活用してもらっている。

個体識別番号をつけた牛がいつ生まれて、いつ授精して、これまでどれだけ生乳を生産したかなど、1頭ごとの個別情報を酪農家は知ることができる。乳牛の飼養にかかわるあらゆる情報を、酪農家はタブレットを見ればわかる。

「家畜統合管理システム」には、クミカン（組合勘定＝農家の経営収支を農協が管理すること）の情報もリンクさせた。生産者は個別の牛の飼養管理だけでなく、経営管理にも役立てられる。一方、当農協としても、データを見ることが適切な経営アドバイスにつながる。

データは当農協が入力している。酪農家はそのデータをにらんで、さまざまな経営判断に役立ててほしい。酪農家は労働者ではなく、経営者に徹してほしいから、面倒な作業は当農協が担うことにした。

本来の目的ではないが、通常毎日タブレットをチェックしている酪農家がアクセスしていない日があれば、体調が悪く寝込んでいやしくないかと心配し、近隣の組合員に連絡して「様子を見るように」お願いすることもできる。

経営の安定と生産の維持を

私自身、現役の酪農家である。猿払村で、いまでは娘が中心になって酪農を経営しているが、朝晩の搾乳は私と妻が手伝っている。

20年前に旧猿払農協と旧浜頓別農協が合併

する以前は、猿払農協の理事をしていて、合併後の東宗谷農協で2004年から組合長を務めている。合併前は、二つの農協とも経営が傾きかけていたが、現在では健全な経営に改善することができた。

当農協には准組合員もいるし、生活のための店（Aコープ）も経営している。組合員のみならずが貯金してくれるので、その資金を活用して農家に資金を貸すこともできている。貯金を農林中金に預けて金利で稼ぐのではなく、本来あるべき総合農協の姿を実現したいと思い、それをめざしてきた。

酪農の経営体の数を維持することは大切だが、経営体の数が減ることがあっても、1経営体の経営規模を安定させ、農業従事者を減らさず、安定した経営をめざしてほしいと、農協としては考えている。

酪農で持続可能な経営をするには、1人当たり最低、年収500万円の所得が必要だろう。それには夫婦2人の経営で1000頭規模でないと実現できない。1人当たり1億円の売り上げをめざせと組合員にハッパをかけている。利益率10%で1人につき1000万円の所得になれば、これからの時代を乗り切っていける。

農協としては、既存の酪農家はもちろん新規就農者に対して、いかに効率的に経営しているか、いっそうのバックアップとフォローの態勢を整えていきたい。地域の酪農家が将来不安をなくして、きちんと収益を上げられる経営体に育っていくよう、これからも農協としてできる限りの支援をしていく。

農家の事業承継を支援する食鳥企業

高齢化による農家の廃業は、食材を仕入れる企業にとっても大きな懸念材料である。阿波尾鶏などの地鶏の生産から処理、販売まで手掛ける徳島県の貞光食糧工業株式会社は、契約農家の廃業情報を事前に集め、当該農家の施設を活用した事業承継者の確保に奔走する。

中堅の食鳥インテグレーション

徳島県の西部、つるぎ町に本社をおく当社は1941年の創業です。当初は、町のお米屋さんが集まって、精麦工場を共同で建てようと設立されました。太平洋戦争が始まる時期で食糧増産が叫ばれている時でした。地域では米と大麦の二毛作が一般的で、当社ではふすまを取り除くなど加工し、食糧用として販売していました。戦後は地域の畜産振興に伴い、配合飼料の製造販売を始めました。その後、65年ごろから食鳥ビジネスに進出しました。最初のうちは、農家に配合飼料を販売し、農家が育てた食鳥を買い上げて処理し、鶏肉として販売していました。75年ごろからは直営農場を持ち、処理する食鳥の一部を自社生産するようになりました。

配合飼料の生産から食鳥の生産（飼養）と処理、鶏肉加工・販売まで一貫して担う事業を、食鳥インテグレーションといいます（図参照）。食鳥業界は9割超がインテグレーション化されており、近年の旺盛な鶏肉需要に対応した効率的な生産がおこなわれています。

現在の当社グループ全体の飼養羽数は220万羽です。年間に配合飼料を約5万ト使用します。全国各地で食鳥ビジネスをしているインテグレーション企業は60社ぐらいますが、その中で当社は中堅規模といえるでしょう。

当社が年間に処理する食鳥1000万羽のうち、阿波尾鶏ブランドは1割に満たない70万羽ですが、飼料を工夫し、飼養期間を普通のブロイラー（若鶏）よりも長くした地養赤鳥や四国匠どりなど、ブランド鶏肉が全体の半分以上を



貞光食糧工業株式会社 代表取締役社長

辻 貴博 TSUJI Takahiro

つじ たかひろ
1964年徳島県美馬郡つるぎ町生まれ。食品メーカー勤務の後、90年貞光食糧工業に入社。2005年3代目社長に就任。「食を通じて幸福な社会の実現に貢献する」をモットーに、地域の養鶏産業の発展に取り組む。08年から一般社団法人日本食鳥協会をはじめ関係団体の理事も務め、業界全体の発展にも貢献している。

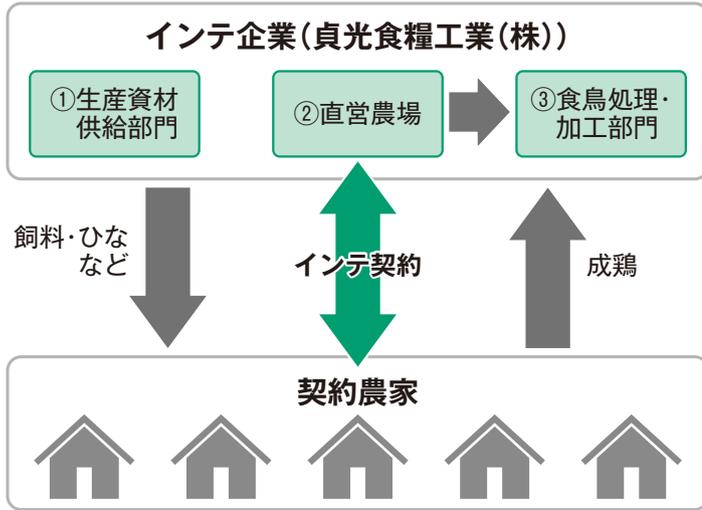
占めています。こうした高級化の試みには30年以上前から取り組んできました。それだけコストがかかりますが、特色ある商品の割合をさらに高めていく努力をしています。また、飼養する食鳥にストレスを与えないアニマルウェルフェアを、他社に先駆けて実践しています。

徳島は全国最大の地鶏の産地

阿波尾鶏は発売を始めて30年になります。徳島県と県内の肉用鶏企業が共同開発した地鶏です。2001年には国内で初めて地鶏肉で、日本農林規格（JAS）を取得しました。

徳島県はブロイラーの古からの産地ですが、南九州などの大規模な新興産地に比べるとコスト競争力が弱いのが現実でした。ブロイラー生

図 鶏肉のインテグレーションの仕組み



阿波尾鶏の鶏舎。平飼いで、ストレスを抑えた環境で育てられる

産だけでは太刀打ちできないことが予想されていました。そこで早くから新たな付加価値をつけた鶏肉の販売をめざしました。

開発の目標は、従来から地鶏として有名な名古屋コーチンや比内地鶏、薩摩シャモよりも早く成長し、スーパーマーケットでも販売できる程度に価格を抑えた地鶏でした。そこで生まれたのが、徳島の大型シャモとブロイラーの親鳥を掛け合わせて作った阿波尾鶏でした。徳島で有名な「阿波踊り」にちなんで命名されたのはいうまでもありません。

ブロイラーに比べて明らかに歯ごたえがあり、それでいて固くなりすぎない。色や味でも差別化することができました。どのような調理方法

にも対応できる万能な地鶏で、価格帯は他の地鶏とブロイラーの間におさまります。

1989年に「阿波尾鶏ブランド確立対策協議会」を設立しました。ひなを導入して食鳥処理までを担当する当社のようなインテグレーション業者2社、親鳥を飼養してひなを供給する孵卵業者2社、親鳥の元になる原種鶏を供給する徳島県の試験場や県庁がメンバーとして参加しました。

お互いに競争する県内の複数企業が協議会に入ることで、協調と競争が生まれ、その後の阿波尾鶏躍進の原動力となりました。

地鶏とは、農水省によると「日本の在来種の血を半分以上継いでいる鶏」と定義されています。

す。日本の在来種は、明治時代までに国内で成

立または導入されて定着した38種の鶏と定められており、地鶏肉のJAS規格を取得するには、在来種の血液が50%以上必要です。飼養面でも、出生の証明ができ、「ふ化日から75日以上の飼育期間」「28日齢以降の平飼い」「28日齢以降1平方分当たり10羽以下の飼育密度」という厳しい条件をクリアしなければ地鶏と呼べません。

阿波尾鶏は2018年に214万羽を生産しました。これは全国で生産される地鶏の31%を占めます。徳島県は国内最大の地鶏生産地となっています。89年の2万羽から始まり、市場は大きく成長してきましたといえます。

全出荷量の7割は契約農家から

直営農場で飼養している食鳥は、当社が出荷する全食鳥の3割で、残り7割は契約農家から仕入れています。

インテグレーションでは、契約農家は当社(インテ企業)との間で、通称「インテ契約」と呼ばれる委託飼養契約を結びます。当社がひなと配合飼料を供給し、農家がみずからの農場で食鳥を飼養・管理します。食鳥の種類によって飼養する日数は異なりますが、規定の日数を飼養した後、当社の処理場に出荷します。当社は飼料費などを差し引き、農家に代金を支払う仕組みです。飼養成績によって収入額が決まるため、農家は工夫をこらして出荷量を増やす努力をします。

飼料や鶏肉などの市場価格は大きく動きませんが、その変動リスクは当社が負うので、農家

は安定した価格で当社に販売することができ、現在のコロナ禍のような事態が起きても、農家は契約どおりの料金を受け取れます。一方、当社にとっては現在のように供給過多で鶏肉価格が下がったり、飼料の原料となる穀物相場が高値になれば、収益が圧迫されます。

契約農家との関係は、なによりも信頼が大切で、一度契約すると、とても長い付き合いになります。食鳥のインテ契約は、業界内では基本的には当社と同じような仕組みで実施されていると思います。

当社にとってインテ契約の利点は、優れた飼養技術を持つ農家を、安定して確保できることです。また、食鳥の飼養日数を当社がコントロールしているので、鶏肉出荷の計画が立てやすく、品質のぶれを最小限に抑えることが可能です。さらに、大量の配合飼料を当社が一括して農家に供給しているため、飼料メーカーなどと有利に交渉することができます。

契約農家の事業承継が大きな課題

現在、契約農家は約70戸となっています。そのうち7割ぐらいの方々、40年以上前に当社と食鳥ビジネスをスタートした人々です。組織が長続きするためには、少しずつ世代交代し、絶えず若返りをはかることが望ましいのですが、実際には農家の事業承継は滞りがちです。契約農家の平均年齢は、2003年時点では63歳でしたが、現在は72歳です。確実に高齢化が進んでいます。

70戸の中で後継者が固まっている農家さんは

10戸ぐらいでしょうか。そのうち親子で継承するのが5戸、第三者の方に譲るのが5戸ほどと聞いています。

契約農家が一度に引退して、食鳥羽数が減ってしまう事態は避けなければなりません。契約農家のみなさんにスムーズに事業承継をしてもらうことが、当社の安定した未来にとって、当面する大きな課題なのです。

契約農家の平均飼養規模は2万羽弱で、大きい農家で約19万羽、小さいところだと1万羽というところもあります。これまでの経験からすると、飼養規模の大きい農家のほうが、世代交代できています。農業所得は羽数によって大きく左右されますから、1万羽程度の小規模農家の中には「子どもに継がせず、自分の代で終わりにしよう」と考えている方もいます。

当社が阿波尾鶏に取り組み始めた理由の一つに、小規模経営に向いているということもあります。飼養する期間が長い分、出荷やひなの導入回数を減らすことができます。これによって高齢者の負担軽減をはかることができます。シヤモの血が入っているため気性が荒く、場合によっては騒がしさが問題になるところがありますが、それさえ気をつければ飼いやすい鶏です。さらに高齢化が進めば、契約農家の中から引退を考える方が増えてくるでしょう。そうなれば、農家から仕入れる量が減って、直営農場の比率が高まってしまいうでしょう。

私はこの地で生まれ育ちました。地域の振興のため、徳島県の畜産業を盛り立てるためにも、契約農家の経営のバトンをタッチを進めながら、

全体として現在の生産量を維持することが必要だと考えています。

そのためには、さまざまな事業承継の方式を推し進めることが求められます。ある程度の規模の大きな農家は、自分の子どもや親族が経営を引き継ぐことが有力な選択肢となるでしょう。事業承継は、早めに準備を進めていくことが大切です。

後継者が見当たらない場合には、当社としてさまざまな支援をしながら、別の経営者に引き継げるよう取り組みます。

地域内の事業承継も選択肢です。契約農家が引退する場合、その周辺で「鶏を飼ってもいいよ」と言う人がいれば、当社が間に入って経営や施設の引き継ぎの手続きをすることができます。同じ地域の中で、個人間での契約はなかなか難しいときもあります。農家の多くは、施設は貸したいけれど、自分の農地を手放したいと考えていません。しかし、貞光食糧工業との間で施設を使う契約であれば、お互いが納得し、スムーズに結ぶことができます。

また、狭い地域のみにとられない新しい私たちの後継者のイメージもあります。将来独立して契約農家になりたい当社の社員、他地域から徳島県にUターンとかIターンを考えている人などです。

たとえば、養鶏をやめたいと考える農家がいちたします。地域内で手を挙げる人がいなければ、そのままでは鶏舎が空いてしまいます。そこで、幅広い人を対象に相談して、しっかりした人を選び、十分な経営と技術の研修を経たうえ



10年前に事業承継した田岡誠さん(左)と父親の直裕さん、母親の君子さん

社員の事業承継・独立を支援

で経営をバトンタッチすることをめざします。

二つの事例を紹介します。まず、徳島県美馬市の契約農家を最近承継した西村隆さん(60歳)の場合です。4年前に当社に入社しましたが、最初から将来独立して契約農家になることを望んでいました。建設関係の会社を自分で経営された経験があり、自営の契約農家の仕事に魅力を感じたそうです。当社社員として働きながら、直営農場などで経験を積み、独立できる水準まで達しました。現在は引退した農家の施設を借りて3万5000羽を飼養し、通常は1人で作業をこなしながら経営しています。

このように経験を積んだ当社の社員が、契約農家として独立することは望ましいと考えています。貞光食糧工業の企業理念を理解しているし、人柄もわかります。これからも独立をめざす社員を増やし、事業承継に結びつけたと考えています。社員にはふだんから経営感覚を磨いてもらうような教育や研修をしています。

もう一つは、Uターンして徳島県つるぎ町の両親の経営を継いだ田岡誠さん(49歳)です。父親の直裕さん(78歳)と母親の君子さん(71歳)から、10年前に正式に経営を譲られました。

香川県内で会社勤めをしていましたが、「両親が高齢になって食鳥飼養がそろそろ難しくなりそうだ」と考え、12年前に会社を辞めて戻ってきました。現在は3人で作業を続けています。子どものころから鶏を見慣れていたこともあり、違和感はなかったそうです。

両親から経営を引き継いだ後、老朽化していた施設を少しずつ更新し、省力化をはかっています。インターネットを結べば経営が安定するうえ、自分で手をかければかけるほど成績が向上するため、やりがいがあると話しています。

食鳥ビジネスの未来は明るいと期待しています。国民1人当たりの鶏肉消費量は、この10年間に11キから14キに増え、今後も拡大が期待されています。急速な高齢化を背景に、鶏肉は健康志向にびったり合致し、調理の汎用性の高さからも消費者に受け入れられています。

当社が得意とする阿波尾鶏を初めとするブランド鶏肉は、これからも需要が伸びていくでしょう。中山間地に食鳥農家が点在する徳島県の

場合、規模拡大が難しく、輸送コストがかさむという不利な点がありますが、一方で小ロットの多品種生産には向いています。

当社と契約している農家は、お互いに欠かせないパートナーとして、付加価値の高い製品を作り続け、業界内の競争を勝ち抜いていきます。

契約農家が健全なカタチで事業承継を進められるように、今後、スマート農業を導入していきます。経験や勘に頼っていた飼養技術の分野で、手順の見える化や管理条件の数値化をはかり、情報共有によって成績を向上させ、同時に技術移転の壁を低くします。

新型コロナで打撃を受ける

2019年度は新型コロナウイルスの感染拡大で、たいへんな苦戦続きとなりました。外食の需要が激減し、鶏肉の供給が過多となり、卸売価格が低迷してしまいました。当社は幸いにして、コロナ禍による生産面への打撃は抑えることができたのですが、販売面で大きな影響を受けました。

需要減の影響で、来年は阿波尾鶏を含め全国の地鶏の飼養羽数減少が見込まれています。

今年を基準にすれば、スーパーなどがさらに鶏肉の取り扱いを増やすのは難しい。伸び悩むでしょう。逆に、外食向けは今年を底にして少し上向くと期待しています。

スーパーなどに、高単価の阿波尾鶏や他の銘柄鶏など付加価値の高い商品をもっと取り扱ってもらう働きかけが大切だと考えています。

(農業ジャーナリスト 山田 優)

畜産業の事業承継を円滑に進めるには

畜産における事業承継は承継資産が多額となりがちなうえ、経営上のみならず税務上の対応も重要になる。経営の継承とは「財産」「経営権」だけでなく「知的財産」の三つを引き継ぐことである。畜産業の事業承継を数多く手がけてきた専門家に留意点を整理してもらった。



経営コンサルタント・上級農業経営アドバイザー

村上 一幸 MURAKAMI Kazuyuki

むらかみ かずゆき
1958年北海道生まれ。株式会社ケミストリー代表取締役。食農連携による地域活性化をテーマとして活動。経営継承や事業継続計画案件を数多く手がける。一般社団法人農業経営支援センター理事業務局長、NPO法人ランチェスター協会理事、NPO法人日本プロ農業総合支援機構J-PAO参与、株式会社事業承継センターパートナーコンサルタント。

農業における経営継承の本質

経営継承は、単純に代表が辞める、交代するというだけではなく、持続的な経営を実現していくために、適切なタイミングで後継者に事業をバトンタッチすることを意味する。なぜなら、人には寿命があるが、企業（法人・個人）には事業を継続し、社会に貢献していく責務が存在するからである。企業は法人、個人を問わず、経営を続けることに大きな意味がある。

しかし、農業における経営継承は言うほど簡単ではなく、うまく進んでいないのが現状である。それは、現代表者と後継者の意思疎通のないことが大きな要因と考えられる。

農業において経営継承が進まないことは、高齢化や担い手不足など以前からある問題に、そ

の延長線上にある後継者不足が加わり、複雑さがより高まっていく。

この状況は、中小企業において、農業より一足先に明るみに出た。それは、企業の黒字休廃業の増加である。このことは、行政にとっては税収の減収につながり、金融機関にとっては優良融資先が減少していくことを意味し、地域経済の衰退へとつながるリスクが大きい。この状況は遅かれ早かれ農業に及ぶ。そうなると地域経済への影響はさらに大きくなる。これを早めに食い止め、新たな成長へとつなげていく取り組みを早急に進めていくべきである。これが、経営継承の本質であると考える。

経営継承が円滑に進まない理由

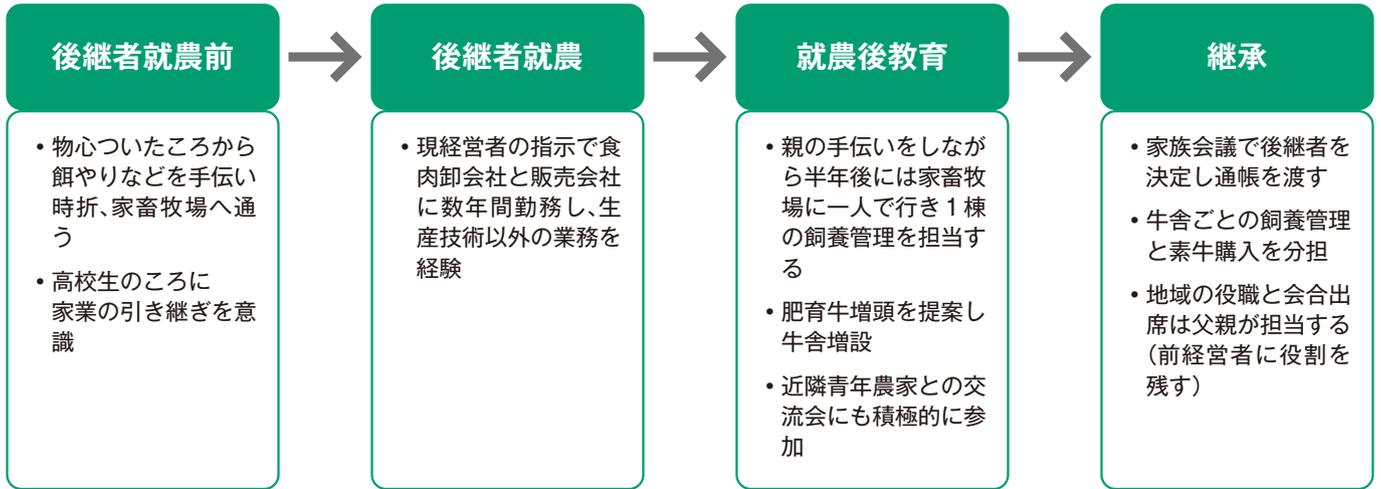
『2015年農林業センサス』で農業にお

る事業承継の現状をみると、現在の販売農家戸数133万戸のうち、後継者がいるのは49%にあたる65万戸である。また、後継者がいると回答していても、同居後継者の従事日数0日が5%にあたる7万戸、1〜29日が12%にあたる16万戸、非同居後継者が18%の25万戸であり、本当に後継者になり得るかは不透明である。

農業において経営継承が広がらない理由は何が原因なのか。以下に挙げてみる。

- ① 現経営者が、引退という言葉に抵抗感があり、元気なうちは経営継承について考えないようになっている。
- ② 現経営者は、後継者の能力に関する不安が強く、継承を決められない現状がある。
- ③ 現経営者は、後継者はすでに実家に戻っているのだから継承はうまく進んでいると錯

図 経営継承をめざした後継者育成の例（親族継承の場合）



覚している場合が多い。

④ 地域の高齢化が当たり前で、引退している人が少ないという環境が、現経営者の判断を鈍らせている。

⑤ 後継者も自分には実力がなく、最後には親父がいないうちで成り立たない、結局、親父にはかなわないという弱者意識を持っている。

⑥ 現経営者と後継者の両方が、現経営者が生きていくうちに起こる経営継承と亡くなった後におこなう相続との違いを知らない、もしくは、相続しか知らない現状である。

本来、経営継承は現経営者が後継者のために、「いま、何ができるか」「元気なうちに何をなすべきか」を問いかけることで、自分なき後の将来の経営に関する責任を果たすことだと考える。

畜産経営における経営継承

以上のような一般的な経営継承の考え方から、耕種農業より初期投資金額が大きくなることが多く、多様な進め方を検討しなければならぬ畜産経営における経営継承を考えてみる。

まず、経営継承では、「財産」「経営権」「目に見えない会社の力」（知的資産）の三つを引き継ぐとくに現在は、知的資産の重要性が企業の持続性に大きな影響を与えているといわれている。畜産経営においては、飼養管理、繁殖・肥育など多岐にわたる技術や経験、知識、一言でいうとノウハウといわれる生産に関する技術が最も重要な資産である。

動物を扱う畜産業は、高度な育成技術が要求されることから後継者の成熟度を見る必要がある

り、経営継承のタイミングが難しいといわれている。そのため経営継承が進まず、現経営者の高齢化が進んでいる。その根本的な理由は、現経営者と後継者の間のコミュニケーション不足であることは先に述べた。現経営者はすでに後継者として決めているが、後継者本人は継ぐ気がない。逆に、後継者は継ぐ気ではないのに現経営者がなかなか決心できない場合もある。

その場合でも、時期が来て最終的には継承を決定するが、それまでのコミュニケーション不足により、後継者には多くのことが未伝達のまま継がれることになる。そのため、経営継承後を含めた事業の継続性という観点からは、後継者育成の成功、不成功が大きな影響を与えることになる。

最初に後継者を決めることから始まる経営継承では、後継者の経営能力は必須であり、畜産農業における必要な領域は、生産技術、経営、経営管理の三つになる。時間軸から考えると生産技術取得に長い期間が必要であり、一方、理解の難易度からみると、経営と経営管理がわかりづらいつと考える。この違いを理解したうえで、現経営者が後継者育成計画を策定し、実施すべきだと考える。

では、どのように計画していくのがよいのか。簡単に説明すると、以下のように考えるが、大枠として理解していただければと思う。

最も時間がかかる生産技術については、小さいころから畜産に親しませることで、おとなになつたら自然に引き継ぐことを意識させる。また、ある年齢から「跡継ぎ」を意識させる場合や、

意識した場合は、当初は共同で作業をしながら徐々に権限範囲を広げていき、そして一部門を任せてみることで、育成経験と成功体験を覚えさせたほうがよいと考える(12ページ図参照)。

一方、現経営者はいつまで経っても後継者の能力を認めないことが多い。それが理由で継承できないなら、思い切って継承したほうがうまくいくとも考える。状況次第ではあるが、継承を進める一つの考え方ではある。

経営継承後に経営が不安定になつては、何のために継承したのかがわからない。経営継承は目的ではなく、持続性ある企業を実現するための手段であることを忘れてはならない。中長期計画の策定が重要で、経営継承計画は企業の中長期経営の一つのマイルストーンであることを理解すべきである。計画性ある経営の一環として承継をおこなうことが重要である。

畜産経営における継承の留意点

畜産経営の経営継承は、以下のことに留意しながら検討する必要がある。

販売用家畜などの棚卸資産が、後継者に贈与したと認定されることで、多額の贈与税負担が生じることに留意する。とくに、肉用牛肥育経営における多額の肥育牛を保有する場合も留意すべきである。

酪農経営では、減価償却資産として多額の搾乳牛を保有する場合も留意すべきである。

個人事業者の経営継承では、農地や畜舎、堆肥舎などの不動産について後継者に無償貸与(使用貸借)とすることが多い。とくに、親など

生計を一にする親族名義の不動産を無償で事業の用に供している場合、親族名義の固定資産税や減価償却費・除去損、資産取得資金の借入金利息を必要経費にできる。その際は、貸借対照表や減価償却台帳に親族名義の資産の取得価額や耐用年数、未償却残高をそのまま引き継いで計上する。

搾乳牛、繁殖牛、繁殖豚、成鶏(棚卸資産、減価償却資産の選択)などの農業用資産(動産)は、親族間で不動産以外の資産を賃借しようとしても原則は贈与があつたと認定されるため、対策を検討する必要がある。

経営継承においては、棚卸資産、動産となる減価償却資産についても贈与するだけでなく、後継者個人や法人に対して有償譲渡する方法も検討すべきである。

法人化による経営継承は、設立した法人が個人経営から農業用資産などを引き継ぎ、法人として農業生産をし、販売していくことが原則である。畜産経営の場合は、消費税の納税資金や肉用牛免税の活用を考慮すると、基本的には法人経営に経営資源を移転するほうが税負担を軽減することが期待できる。

経営継承での相続対策の検討

法人が父親から譲り受けた資産の譲渡代金の金額を支払うことができないときは、長期未払金として、長期分割払いとすることが一般的である。この長期未払金について、父親においては回収されない場合は、長期貸付金として相続財産となる。

相続対策として、回収の見込みがない場合は債権放棄をおこなうことになる。これは、長期貸付金が消滅することから、相続財産を減らすことになり、相続税の負担を軽減する効果がある。法人からみると債務免除益が計上され、法人税の負担が生じるが、法人に青色欠損金があれば法人税の負担が減ることになる。

畜産業で留意したいのは、棚卸資産の継承にかかる税金である。経営継承の際に販売用家畜などの棚卸資産を後継者に贈与したと認定されることで、多額の贈与税の負担が生じることがある。畜産農業のなかでもとくに気をつけたのが、肉用牛肥育経営などの多額の肥育牛を棚卸資産として保有する場合だ。酪農経営では、多額の搾乳牛を保有している場合、棚卸資産ではなく減価償却資産ではあるが、その継承にも留意が必要である。

個人の農業の経営継承では、畜舎などの不動産について旧経営者が後継者に無償貸与(使用貸借)とするかたがが多く、その間、家畜などの動産については贈与があつたものとして取り扱われるリスクがある。このため、畜産農業の経営継承では、棚卸資産や動産となる減価償却資産について、贈与する方法ではなく、後継者個人や後継者を代表とする法人に対して事業用資産を有償譲渡する方法も検討する必要がある。

肉用牛の経営継承事例

実際の経営継承の事例を、肉用牛と採卵鶏で見えてみよう。まず、肥育農家の事例で、相続税や

贈与税を考慮しながら継承した事例である。

肉用牛肥育農家であるN氏(60歳)は、個人事業として家族3人と従業員1人で年間1億2000万円の売上高があった。肉用牛免税(肉用牛売却所得の課税特例措置)の適用で税負担が少ない状況から、N氏は個人事業として事業を継続することを考えていた。

しかし経営継承の後継者である長男M氏(36歳)は、元入金が1億円となりこのまま相続になった場合、大きな税金がかかることを心配していた。加えて素牛の価格も高騰し、このままだと資産が考えている以上に増えていき、相続時の税金が負担しきれないと心配していた。相談の結果、以下のように取り組んだ。

まず、個人事業者から株式会社化した。現状の元入金のまま相続した場合、少なくとも相続税率は40%の水準であり、好調な経営が続くことで10年後には相続財産が3億円を超え、相続税率が45%の水準になることが想定される。

この状態から家族とともに株式会社化することで、役員報酬額を設定し家族に所得を分配することを実現し、N氏の資産増加が抑えられる。また、旅費規定、役員保険の契約、小規模共済掛金(役員加入可)および役員退職金規定を事前に設定することで社会保険負担と税対策を計画的に打ち、国民年金から厚生年金に加入することで将来の給付額が高くなること、などが実現できる。

さらに、新設法人の資本金を地方税均等割額が最低となる1000万円以下となるよう検討し、600万円とした。しかし、現経営者の個人

の事業用資産1億円以上を資本金500万円では購入できず、N氏の法人に対する未収入金は1億円以上となった。この未収入金の回収額は生活費に当てることができず。そして、その回収額に税負担は生じない。

そのほかの対応としては、引き継ぐ棚卸資産および新しい設備投資などが多額になるため、株式会社設立と同時に消費税課税事業者選択届出書を提出し、消費税の還付を受けられるように手続きした。

また、株式会社化後、肉用牛肥育経営安定特別対策事業(牛マルキン)の無事戻し金がある場合、その収入金額は個人に帰属するため、その時期をあらかじめ把握し検討する必要がある。設立を1年伸ばすなどの調整をした。

採卵鶏の経営継承事例

次に、採卵鶏農家の経営継承の事例である。鶏卵農家(法人)T社のT社長(69歳)から長男S氏(34歳)を新社長とする親族内継承の事例で、この特徴は、継承するタイミングに合わせて新社長が積極的な投資をし、経営の安定化を実現したことにある。成鶏数3万5000羽、売上高(鶏卵)2億円となっている。

経営継承に合わせ、先代のときから検討していた畜産クラスターを活用し、鶏舎建設と最新式の設備・機械を導入した。近隣に対する騒音・臭気対策をすることで、住民からのクレームを和らげて認知度を高めるとともに、鶏卵業を理解してもらい、この地域で持続性のある鶏卵業を実現するという経営上の目的であった。加え

て、生産効率の向上による高収益化の実現も考えていた。

さらに、軒先販売していた鶏卵直売所を改修し、自鶏園のおいしい卵を食べてもらうために、ケーキの製造(おいしい卵が生きるケーキ類、プリンなど)と卵かけご飯を食べてもらえるイートインコーナーを設置した。ケーキは地元の主婦が作るようなものではなく、パティシエが作る本格的なものをめざした。これは偶然にも、シルバー人材派遣からパティシエをしていた方を採用できたことで解決する。

鶏卵農家の認知度向上のためにこれまでもイベントを実施していたが、このイベントに直売所のケーキも加わり、「地域のたまご祭り」参加者も倍増した。加えて、食育と将来の顧客を育成する観点から、地元小学校、中学校でおこなわれる運動会やイベントにも卵を無料で提供した。これは、「子どもからその親への認知度を高める」効果もあった。

経営継承では、贈与税や相続税の節税に目がいきがちであるが、本来は持続性ある経営のなかで、代表者が交代するという一つのイベントであり、今後の経営を改めて考えるよい機会となるはずである。個人資産の相続の手続きは、複雑になりがちであるが、原点に戻る必要がある。いろいろな策を講じて、経営の持続が困難に陥らないよう、現経営者、後継者は経営継承の本質を理解して進めるべきである。もちろん専門家にも対象企業全体をふかんし、持続性ある企業として経営の安定化が実現できる経営継承支援が求められている。





景況感はコロナ禍で 大幅に悪化 担い手農業者は 高い投資マインド

—農業景況調査(2020年7月調査)—

景況調査

農業の景況感のほか、新型コロナウイルス感染症の拡大による売上高や経営への具体的影響を調べました。

プラス値からマイナス値へ転換

2020年上半期(1~6月)の農業全体の景況感を示す農業景況DIは▲25.9となりました(表)。2019年の通年実績である6.0から31.9ポイント低下し、マイナス値に転換しました。

業種別では、稲作(北海道…20.1、9年通年実績の26.5から41.5ポイント低下し▲15.0、都府県…11.4から26.9ポイント低下し▲15.5)、畑作(31.6から48.6ポイント低下し▲17.0)、果樹、酪農

(北海道、都府県)、プロイラーがプラス値からマイナス値に転換しました。

肉用牛(▲0.2から77.9ポイント低下し▲78.1)、施設花き(▲20.2から44.0ポイント低下し▲64.2)、茶(▲53.1から31.3ポイント低下し▲84.4)については、作年の通年実績がマイナス値であったところ、さらに大幅に悪化しました。

新型コロナウイルス感染症拡大

に伴う外食需要の喪失や各種イベントの中止などが影響し、価格が下落したことなどが要因として考えられます。

一方で、養豚は▲4.1から31.4ポイント上昇し27.3とプラス値に転じました。外出自粛で内食需要が増加、価格が上昇したためと考えられます。

販売単価DIは、▲6.9から24.5ポイント低下し、▲31.4となりました。

業種別では、養豚を除いた業種でマイナス値となっており、とくに肉用牛(▲21.5から69.6ポイント低下し▲91.1)や茶(▲63.5から19.4ポイント低下し▲82.9)、施設花き(▲25.3から40.3ポイント低下し▲65.6)が大幅なマイナス値となりました。

販売単価DIの低下に伴って、収支DI(▲1.5から30.1ポイント低下し▲31.6)と資金繰りDI(0.4から20.5ポイント低下し▲20.1)も、大幅に低下しています。生産コストDIは▲38.8から5.9ポイント上昇し▲32.9となりました。小幅に改善しつつも引き続き大幅なマイナス値で推移しています。

この調査結果から、多くの経営体が厳しい経営状況にある様子が

うかがえます。

見通しはさらに悪化

農業景況DIの2020年通年見通しは▲42.0となりました。上半期実績の▲25.9からさらに16.1ポイント悪化しています。厳しい見通しとなった理由として、コロナ禍が収束する見通しが立たないことが考えられます。

業種別に見ると茶(▲84.4から4.8ポイント上昇し▲79.6)、肉用牛(2020年上半期実績の▲78.1から0.5ポイント低下し▲78.6)、施設花き(▲64.2から5.4ポイント低下し▲69.6)は大幅なマイナス値が継続する見通しです。

一方、稲作(北海道…▲15.0から39.7ポイント低下し▲54.7、都府県…▲15.5から26.5ポイント低下し▲42.0)、畑作(▲17.0から31.9ポイント低下し▲48.9)、果樹(▲23.5から27.7ポイント低下し▲51.2)では今後、大幅に悪化する見通しとなりました。稲作、畑作、果樹は、下半期に収穫および販売をおこなう経営体が多いため、通年見通しではコロナ禍の影響への強い懸念が反映されたものと考えられます。

養豚(27.3から8.5ポイント

景況調査

表 各種DIの推移

業種/時点	景況DI			販売単価DI		収支DI		資金繰りDI		生産コストDI		雇用状況DI		設備投資 予定ありの比率		
	2019年 実績	20年 上半期 実績	20年 通年見 通し	2019年	20年 上半期	2019年	20年 上半期	2019年	20年 上半期	2019年	20年 上半期	2019年	20年 上半期	2019年	20年	
農業全体	6.0	▲25.9	▲42.0	▲6.9	▲31.4	▲1.5	▲31.6	0.4	▲20.1	▲38.8	▲32.9	▲34.9	▲29.2	54.9	57.3	
耕種	稲作(北海道)	26.5	▲15.0	▲54.7	▲2.4	▲33.0	17.9	▲28.3	7.9	▲13.0	▲40.4	▲44.4	▲36.9	▲34.8	56.3	63.8
	稲作(都府県)	11.4	▲15.5	▲42.0	13.4	▲21.0	4.5	▲20.3	4.9	▲13.5	▲19.3	▲30.2	▲29.5	▲27.3	59.7	62.1
	畑作	31.6	▲17.0	▲48.9	▲8.6	▲34.6	29.0	▲18.7	14.7	▲11.2	▲45.6	▲40.3	▲42.7	▲39.6	60.4	67.9
	露地野菜	▲9.3	▲37.3	▲45.3	▲43.1	▲34.7	▲18.4	▲35.5	▲13.5	▲28.4	▲53.1	▲46.4	▲38.2	▲34.3	50.7	54.0
	施設野菜	▲22.4	▲24.8	▲26.3	▲31.2	▲22.7	▲27.2	▲29.5	▲19.3	▲23.0	▲57.6	▲47.5	▲30.1	▲25.3	44.9	51.0
	茶	▲53.1	▲84.4	▲79.6	▲63.5	▲82.9	▲54.0	▲85.0	▲40.5	▲65.6	▲51.6	▲10.5	▲39.5	▲23.5	35.5	36.1
	果樹	7.5	▲23.5	▲51.2	15.7	▲7.5	▲4.9	▲36.2	2.0	▲20.6	▲48.1	▲41.4	▲36.0	▲26.9	46.6	40.9
	施設花き	▲20.2	▲64.2	▲69.6	▲25.3	▲65.6	▲22.3	▲67.9	▲15.2	▲49.4	▲55.7	▲37.4	▲29.9	▲29.7	38.2	50.0
	キノコ	▲23.2	▲21.1	▲10.6	▲46.4	▲5.4	▲30.5	▲9.7	▲29.0	▲18.4	▲56.6	▲42.1	▲42.0	▲27.6	52.9	50.7
畜産	酪農(北海道)	30.3	▲5.5	▲21.7	33.0	▲27.8	17.6	▲11.3	24.9	▲1.1	▲37.1	▲26.2	▲38.7	▲33.5	57.0	53.0
	酪農(都府県)	8.4	▲17.7	▲16.8	34.2	▲32.7	▲3.6	▲23.9	1.6	▲10.5	▲46.6	▲23.3	▲35.3	▲28.4	63.5	58.7
	肉用牛	▲0.2	▲78.1	▲78.6	▲21.5	▲91.1	▲7.3	▲81.7	0.7	▲57.4	▲37.4	▲20.5	▲32.9	▲24.0	55.6	52.9
	養豚	▲4.1	27.3	35.8	▲24.5	53.8	▲7.8	31.6	2.3	19.5	▲24.7	▲4.1	▲29.8	▲27.1	58.5	64.1
	採卵鶏	▲38.9	▲37.7	▲49.1	▲53.2	▲53.5	▲46.0	▲32.1	▲28.6	▲36.8	▲46.9	▲8.8	▲38.9	▲29.8	48.1	59.3
	ブロイラー	14.7	▲8.3	▲30.1	▲28.3	▲4.2	5.4	▲8.5	17.4	4.1	▲28.0	▲12.3	▲37.4	▲18.0	57.5	65.8

【DIについて】 アンケートへの各項目への回答は、「①良くなった ②変わらない ③悪くなった」から一つ選ぶ形式となっており、前年と比較して「良くなった」の構成比から「悪くなった」の構成比を差し引いたもの。

新型コロナウイルス感染症拡大による売上高への影響、経営への具体的な影響の内容、および今後の課題について聞きました。
まず、売上高への影響については、「マイナスの影響がある」と回答した経営体は全体の49.5%と約半数となりました(図1)。また「ほぼ影響はない」とした回答は

半数の経営体にマイナス影響

「コロナ禍の影響」

32.8%と約3分の1を占めました。「プラスの影響がある」とした経営体はわずか3.2%という結果となりました。
業種別では、「マイナスの影響がある」とする割合は肉用牛(95.6%)、茶(91.0%)、施設花き(83.2%)の順に高くなりました。これは景況DIの下落幅が大きかった

上昇し(35.8)は、肉食需要の増加で好影響が続く予想から、引き続きプラス値が継続する見通しとなりました。
2020年上半期の雇用状況DIは▲29.2となりました。前年実績の▲34.9から小幅ながら改善しつつも引き続きマイナス値で推移しました。
雇用状況DIの調査を開始した15年以降、全業種で大幅なマイナス値が続いており、依然として深刻な労働力不足の状況にあることを示しています。

設備投資に積極姿勢

設備投資の動向は、2020年

7月時点で「2020年に設備投資予定あり」と回答した割合が57.3%となりました。前年の54.9%から小幅の増加となっています。この数値は18年の57.1を超えて、直近10年のなかで最大であることから、投資マインドが高い状態が続いていることがうかがえます。
また、「2020年に設備投資予定あり」と回答した者に対して、今年度の設備投資額の増減見通しを聞いたところ、「昨年比で増加する」との回答が47.1%と約半数を占めました。「同程度」の33.5%と合わせると80.5%となり、設備投資額からも積極姿勢であることがうかがえます。

業種です。売上高への影響も大きいことがうかがえます。また、「ほぼ影響はない」とした経営体は、ブロイラー(56・2%)が最も高くなりました。次いで、酪農・北海道(55・3%)、養豚(49・5%)と続きます。

一方、唯一、景況DⅠがプラス値となった養豚は「プラスの影響がある」とする割合が33・2%と他業種と比べて高くなりました。「ほぼ影響はない」の49・5%と合わせる82・7%となります。

売上高の影響について「わからない」とする経営は稲作(北海道・36・4%、都府県・19・9%)、畑作(28・6%)、果樹(23・5%)で他業種よりも高い値となりました。これは上半期(1〜6月)に収穫および販売の最盛期を迎える経営が少ないことが影響していると考えられます。

単価・相場下落が影響

経営への具体的な影響は、「単価・相場の下落」が最も高く68・4%となりました。次いで「既往販売・出荷ルート」の縮小・停止(32・9%)、「消費者への直接販売(直営所など)」の縮小・休業(24・2%)と続きます。図2。外食から内食へのシフトなど、消費行動の変化に

よる影響が大きかったことがうかがえます。

業種別では、果樹、キノコ、養豚以外の業種は「単価・相場の下落」が最も高くなりました(図省略)。とくに大幅に景況DⅠが悪化した肉用牛(97・6%)、茶(93・4%)、施設花き(89・8%)が突出して高い割合を示しています。

肉用牛および施設花きについては、外食・宿泊産業での需要喪失や冠婚葬祭含む各種イベントの中止が、茶においては近年のリーフ茶需要減少などによる価格下落に加え、新茶季節の販促イベントが中止になったことなどが、影響したと考えられます。

一方、「既往販売路の・出荷ルート」の縮小・停止が最も高くなったのはキノコ(55・2%)、ブロイラー(50・0%)、養豚(46・2%)となりました。

果樹は「消費者への直接販売(直営所など)」の縮小・休業が47・1%と最も高くなりました。この理由として、直売所や観光農園など消費者への直接販売が減少したことが考えられます。

畜産は課題に相違

コロナ下における経営の課題について聞いたところ、「コロナ支援

関連(政策・補助金)の情報収集」が最も高く46・0%となりました。次いで「販路の回復(取引高の回復)」の33・5%、「設備投資(省力化、設備合理化・増強)」の32・0%と続きました。図3。

「コロナ支援関連の情報収集」を1位の課題とした者は39・1%となりました。この値は、次順の「販路の回復(取引高の回復)」の15・9%の2倍以上の水準です。

「コロナ支援関連の情報収集」が重要度の高い課題であることがわかります。

政策や補助金など支援策に関する情報提供を求めている状況がうかがえます。

第2位、第3位の課題では「設備投資」や「運転資金の確保(金融機関からの運転資金借入れ、条件緩和)」などの資金調達関係、「雇用維持、人材確保・育成」の労働力関係の課題を挙げる経営が多くなりました。

業種別に見ると、耕種ではキノコを除いた業種で「コロナ支援関連の情報収集」が第1位となりました(図省略)。

2番目に高かった回答は、稲作(北海道)および畑作では「資材、原料の仕入れ安定化(39・1%、34・8%)」、「果樹では「販売方法の多様

化(35・7%)」、「施設野菜は「雇用維持、人材確保・育成(34・2%)」となりました。なお、キノコは「雇用維持、人材確保・育成(36・0%)」が第1位でした。

畜産では業種による課題の違いが鮮明となりました。

酪農は「資材、原料の仕入れ安定化(北海道・41・4%、都府県・34・0%)」、「肉用牛では「コロナ支援関連の情報収集(58・8%)」、養豚では「生産体制や労務管理の見直し(46・3%)」、採卵鶏では「販路の回復(40・4%)」、ブロイラーでは「設備投資(42・9%)」が最多となっています。

今回ご紹介した内容を含む調査結果に関する資料は、当公庫ホームページに掲載しております。「日本公庫農業景況調査」で検索してください。

(情報企画部 高田圭介)

【調査概要】

- 調査時点・方法
2020年7月・郵送調査
- 調査対象
スーパーL資金／農業改良資金
融資先(計1万8219先)
- 有効回答数
5464先(回収率30・0%)

注・本文および図中にある▲は、マイナスを示します。

コロナ禍の影響

図1 売上高への影響

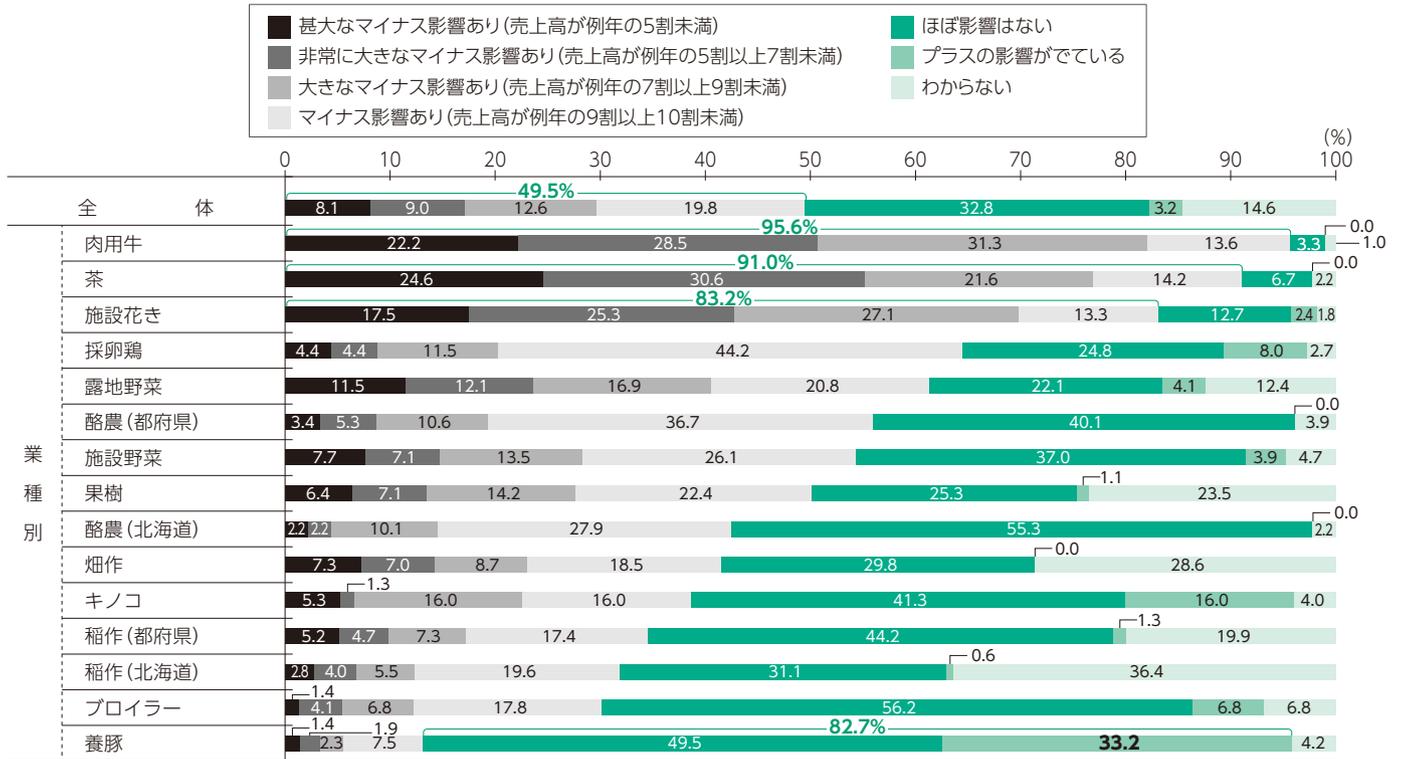


図2 具体的な影響の内容

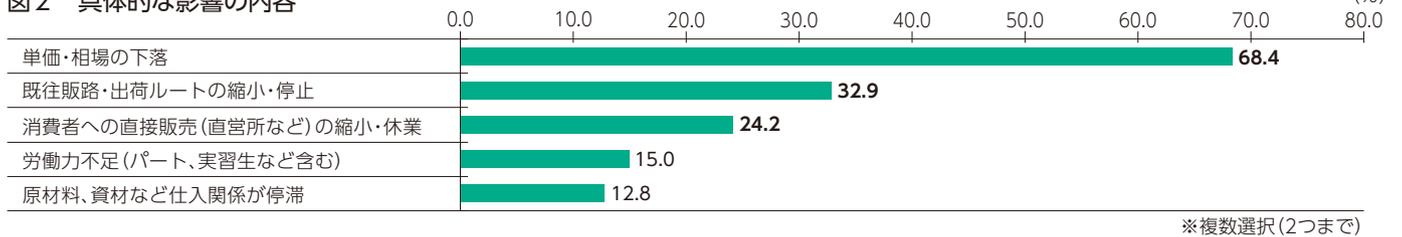
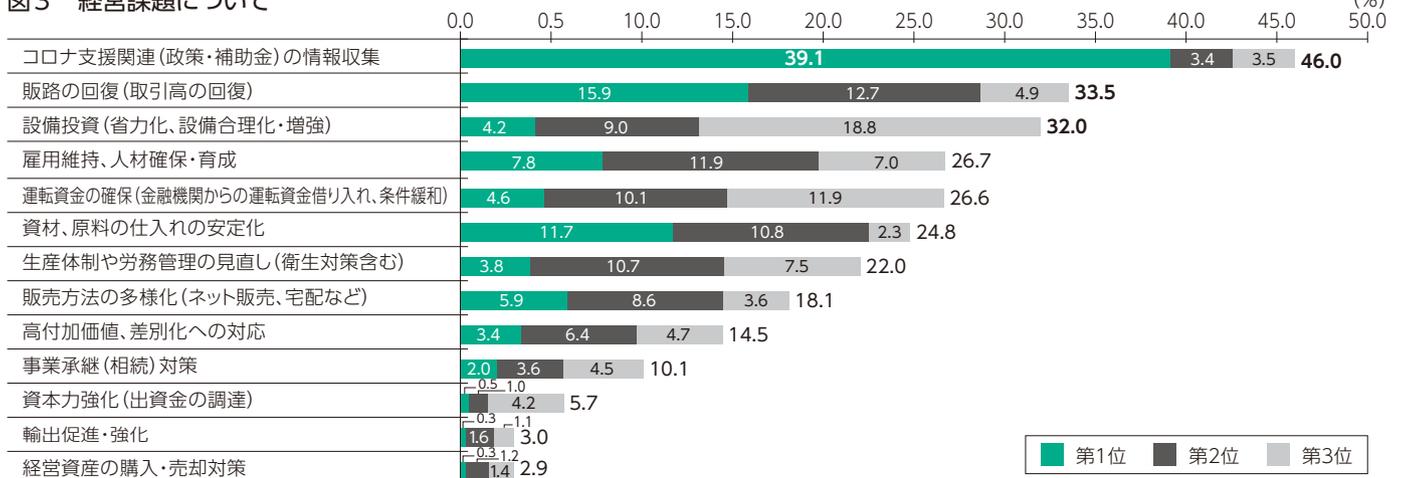


図3 経営課題について



製本企業が農業参入
発足したプロジェクトの
チーム名PROJECT-G
ガーリックの「G」と
主力を担う女性たち



足立 渚沙 さん
兼藤 夢 さん

兵庫県養父市
ナカバヤシ株式会社 兵庫工場

老舗の製本会社がニンニク栽培を始めた。動機は農業を組み入れることで事業の繁栄を平準化。卓抜した製本技術の継続と雇用の安定である。ニンニク生産と本業が好一对の「農業と製本の二刀流」である。農業の新しいかたち。





P19:種ニンニクを植え付ける足立さん P20:左から小谷兵庫工場長、足立さん、兼藤さん、山本さん。小谷さんは現場のトップながらいつも柔和(右上) 二人で植え付け(右下右) 収穫後冷蔵室に保存(右下左) 小谷さんいわく「いつも笑顔で職場を和ませる存在」(左)

出動、PROJECT-G

「良いニンニクはしっかりと形が整っていて、パンパン、プリプリ、プリツという感じですね」

足立渚沙さん(22歳)は1996年生まれ。ここ養父市から20キロメートルほど離れた朝来市で育った。2016年から養父市でニンニクの本格生産に取り組んでいるナカバヤシ株式会社兵庫工場に地元農業高校卒業第一号の農業職として採用された。入社4年目。

兼藤夢さん(24歳)は入社2年目の大阪本社の営業職。大学では陸上部に所属していた。体力には自信がある。1年前、本社に発足したニンニクプロジェクトチームのメンバーとなった。

チームの名称は「PROJECT-G」。ガリリックのGとガールズのGの意味も持つ。

メンバーは、部横断で女性7人、男性1人計8人の若手で構成。研修を兼ね、養父の圃場に来て農作業をすることもある。

兵庫工場で主にニンニク生産に携わるスタッフは男性8人、女性4人。トラクターに乗ったのは入社してからという足立さん。

入社当時のことに話が及ぶと、初めて畝を立てをやった時は、畝がどうしてもまっすぐにつくれず、先輩に叱られたという。

「畝立てが失敗すると、1年間、圃場に来るたびにその失敗作と向かい合っただけで作業することになります」「曲がった畝を消しゴムで消してしまうというわけにはいきません

から」と苦笑い。

植え付けたニンニクがどのように育ったかは収穫してみなければわからない。収穫して手に取ってはじめてサイズがわかる。生育のよしあしは皮をむいてはじめてわかる。

ニンニクの営業を担当する兼藤さんも、この結果を見逃せない想いを共有する。「実は、営業している段階では、今年ほどのサイズのニンニクがどのくらい収穫できるかわからないので」と言う。

それでも不安はない。ニンニクの営業もしてみないかという打診を受けた時、真っ先に心に浮かんだのは「嬉しい、チャンスだ」ということだ。

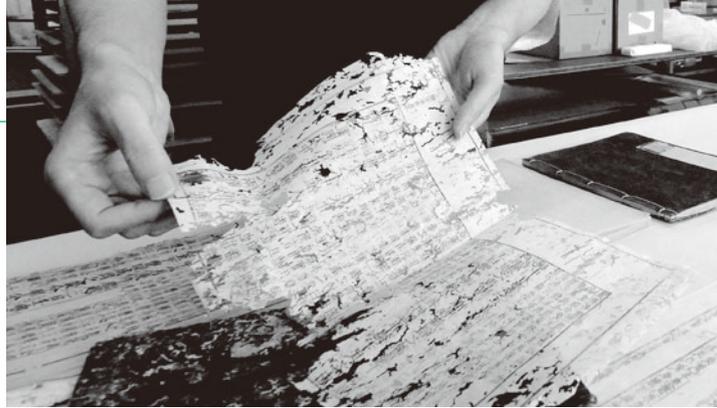
「ナカバヤシに入社して、ニンニクの営業ができるなんて」と眼を輝かせている。3年後には「ニンニクの営業なら兼藤に聞け!」、そう言われる存在になりたいそうだ。

デジタルフォーム営業部での彼女の主な営業先は官公庁や一般企業。印刷や企業の会員事業に係るサービス業務の受注をめざす。

いまはそれらに青果卸、スーパー、飲食店、ホテルなどへの営業訪問が加わったが、ニンニクを営業をした先で印刷物の注文を受けたりダイレクトメールの相談をうけたりと、本来の営業で成果があがることもあるという。

製本と農業の二刀流

そもそのナカバヤシがニンニク生産を手掛けることになったきっかけは、養父市に



製本工程とは別に古文書の修復作業をおこなう(上) 製本工程の一部。いまや国内唯一の製本工場となった(下)

ある兵庫工場で製本業を続けるための「雇用の安定」という課題の解決にあった。

ナカバヤシは1923年に大阪市で新聞雑誌の合本や修理を扱う「中林製本所」として創業した。アルバムや文具など用品の開発生産、印刷、各種ソリューションビジネスと多方面への事業展開があるなか、製本事業

を継承しているのが兵庫工場である。製本事業は手作業を含む何十とある工程があり、熟練した適材の安定的な確保が重要だ。しかし、主な受注先が図書館や大学であることから仕事は年明けと夏休み期間に集中する。加えて電子化の波で製本の注文はピーク時の6割に減少した。仕事の繁閑を

平準化しなければ製本事業の維持は難しい。こうした製本事業をおこなう工場は、かつては国内に複数存在したが、現在はナカバヤシが残るのみとなった。

生産の想いを伝えたい

国内で唯一の担い手となったナカバヤシにとって、製本事業は祖業であるだけでなく、事業を通じて文化や知の継承を担っているという自負がある。

そこで行きついたのは、製本事業とは逆の繁閑サイクルをもつニンニク事業と組み合わせるビジネスモデルである。1〜3月は製本、3〜7月はニンニク(収穫と乾燥)、7〜9月は製本、9〜12月はニンニク(土づくり、植付け)となる。

現在、養父市内に70ヶ所の圃場を持ち、その面積と収穫高(乾燥前)は2016年と19年を比較すると0.7倍から11.4倍へ、4トンから76トンと拡大した。農地の標高差を勘察し寒地系ニンニクと暖地系ニンニク両方を生産する。

しっかりと辛みと特有な香りが特徴の暖地系金剛純白品種のニンニクは「やぶひこ」、濃厚で甘みのあるマイルドな味わいが特徴の寒地系ホワイト六片品種のニンニクは「やぶひめ」と名づけ、主に、京阪神のスーパー、直売所などに販売する。しかし青森県をはじめとする有力産地のブランドは強力で、常に新たな販路開拓が課題となっている。輸出についても、日本公庫のセミナーなどに

参加して研究中だ。黒ニンニクなどの加工品にも取り組む。

二人が運転するトラクターはニンニクを植付けながらゆつくりと圃場を進んでいく。もと水田の圃場は土壌が柔らかくトラクターの運転も骨が折れる。

種ニンニクがマルチの穴から転がり出て、トラクターから降りた二人が手作業で植付けすることもしばしばだ。

農業は努力したら努力しただけ報われるというものではない。猛暑、暖冬という天候の影響一つで努力が水泡に帰すこともある。今年畝立てに失敗したら、次の機会は1年先までやってこない。

それでも足立さんは明日に向かって努力を惜しまない。今は指示を受け、教えてもらいながら仕事をしている。自立したい。それが目標です」と明るい。

養父から大阪に戻れば、再びビルの合間を営業に飛び回る兼藤さんも「現場を知っていると、ニンニクの営業にも気持ちが入ります。足立さんがつくるまっすくな畝、その畝に込められた気持ちをお客さんに伝えたい」とエールを送る。

「もつと良いニンニクをつくりたい」「良いニンニクはどうやってつくられるのかをお客さまに伝えたい」

そうした二人の想いを育んだのもまた、圃場で覚えた手に触れる土の感触ではないだろうか。

(秋岡栄子／文 河野千年／撮影)



今年82歳の父は、すこし変わり者だ。山育ちだからなのだろう、わたしの生まれ育った家の庭には、うっそうと木々が茂っていた。成長するにつれて、友達の家とはどうも様子が違う、と知ることになった。

椿などの花もあるけれど、ほとんどが「実のなる木」。山桃、枇杷、桃、栗、蜜柑……。仕事以外、父はその世話に明け暮れていた。収穫しては、近所や友人に配り、家族に食べさせる。旬は短いから、それを見逃さないように、いつも木ばかり仰いでいた。

庭涼し父の植えたる実のなる木

翔

大学入学と同時に故郷を離れてから、25年。一人暮らしの頃から、結婚して4人家族になった今も、月に一、二度、故郷から包みが届く。なかには、父の収穫した果実をはじめ、故郷の食べ物が几帳面に詰まっている。

そのありがたさを特別なことと認識したのは、2011年の東日本大震災のとき。当時暮らしていた浦安は液状化の被害が大きく、不安な一週間を過ごした。その後、半年間、小学生の長女と共に徳島に滞在した。人心地がついて故郷で食べ物を口にして、なんだ、この美味しさは、と衝撃を受けた。初めて故郷の味を、特別なものと感じた瞬間だった。それまで当たり前前に過ぎなかつた父の愛情を、ようやく実感した瞬間でもあった。

屋根に上って収穫した枇杷、一緒に袋掛けをした桃、絞ってもらった蜜柑ジュース……。旬の果実はいつも、幼い頃の思い出を鮮やかに連れてくる。味だけでなく、記憶をも味わっているのだ、と気づいた。何十年経っても、それらに育てられ、救われている。

囀や父母の庭木のふくらみに

翔



俳人
大高 翔

おおたか しょう
1977年徳島県生まれ。13歳より作句。藍花副主宰、俳人協会幹事、京都芸術大学非常勤講師。第四句集『帰帆』にて第一回俳句大学大賞。海外でのワークショップ活動にて2010年度徳島県阿波文化創造賞。俳句やエッセイの執筆と指導、講演を中心に活動中。

記憶を味わう

有田 耕一 さん

熊本県錦町
株式会社有田牧場 代表取締役

創意工夫で良質な和牛を効率的に生産 人との出会いを大切にして技術を学ぶ



経営は一つだが、家業の酪農を弟が継ぎ、兄が新たに黒毛和牛の肉牛生産を広げた。飼養技術は人との出会いを通じて独学。独創的な工夫を重ねて肉質のいい子牛を生産し、収益も抜きん出て高い。熊本県球磨地域の耕種農家と連携し、水田農家と飼料イネの生産と堆肥の地域循環を実現し、地域農業の発展にも一役買っている。

兄弟で酪農と肉用牛経営

——社長の耕一さんが肉用牛、弟の和重さんが酪農を担当するという兄弟経営ですね。

有田 私は高校を卒業した1994年、18歳のとき、父の経営する牧場で酪農の仕事に就いたのですが、父とそりが合わず、24歳で家を出てし

まいりました。そこで、2歳下の弟が自動車部品メーカーを辞めて父を手伝うことになりました。ところが、2008年に父が急逝してしまっただけです。

当時、私は地元の森林組合で作業員として働いていました。積極的に家業を継ぐ気持ちはなかったのですが、家族会議の末、私が家に戻ることになり、兄弟で畜産経営をやることになったのです。

——酪農と肉用牛の担当を分けたのはなぜですか。

有田 私が家業を継ぐに当たり、条件をつけました。まず、兄である私と弟の収入は、同額の給料制とするのには嫌ですからね。それから、採草地を多く持つてお

り自給飼料があったので、経営基盤を強化するために肉用牛、実際には黒毛和牛を増やすことにし、酪農部門は弟、肉用牛部門は私が担当することになりました。

2人で同じ管理をすると、この仕事は弟がしたはずだとか、逆に兄貴がしたはずだとか、責任の所在がいまいになつたり、作業がダブつたりしがちになります。そこで、経営は一つだけけど、管理は部門ごとに完全に分けることにし、お互いがそれぞれの作業に責任を持つことにしました。

飼養技術は「出会い」で学ぶ

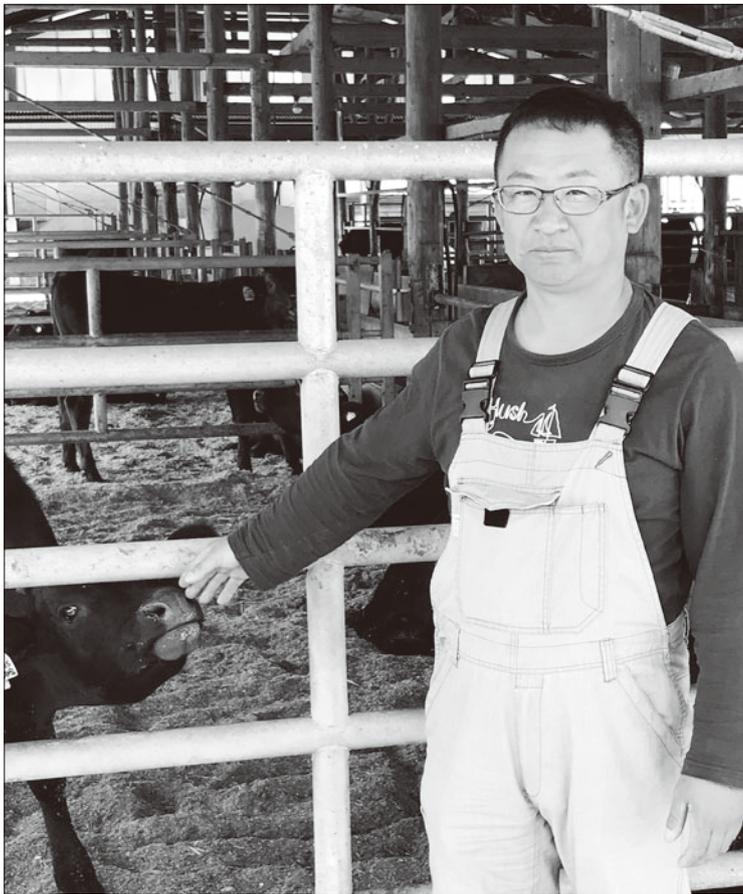
——お父さんの代までは酪農が中心だったそうですね。肉用牛の飼養技術はどうやって学んだのですか。

有田 父の時代は、水田3畝に酪農を組み合わせた水田酪農経営で、黒毛和牛もわずかですが飼っていました。私が経営を継いだときには、乳用牛が50頭、繁殖牛が8頭いました。いまは米作りはやっていません。

飼養技術をどこで学んだか。それはヒミツにしたいところですが(笑)、さまざまな人との出会いによって、大きな酪農家で働きました。そこで、牛の「群管理」を学びました。

多数の牛を飼っているが、個別の牛の健康から発情、妊娠、搾乳量までさまざまなデータを把握するこの重要性を知りました。

その後、森林組合で造林や育林、伐採などの作業に携わり、その親



繁殖牛の牛舎の前で有田耕一さん=熊本県錦町で

方からは「人の使い方」を学びました。5人でチームを組んで作業をするのですが、チームワークや段取りの工夫次第で、5日かかる仕事を3日で済ますことも可能です。請負仕事ですから残りの2日分は利益になります。作業の段取りをよくすることが、経営上のプラスに直結することを学びました。

牛舎での作業の動線をどのようにしたら、作業が楽になり効率が高くなるか。そんなことを考えるのが楽しいです。

——よそのメシを食うことも大切なですね。

有田 独学ですが、本から学んだのではありません。大規模経営の酪農家、私の育てた子牛を買ってくれる肥育農家、それに畜産の飼育技術のコンサルタント。彼らとの出会いのなかで、多くのことを学びました。彼らと付き合っ、つくづく「餅は餅屋」だと思いました。その道のこと、やはり専門家が一番です。プロフェッショナルとしての彼らの知見を、有田牧場では生かしています。

す。

森林組合に勤めず、家にずっといたほうが、経験が積めてよかつたのではないかと、という人がいます。私はそうは思いません。家を出て、外で働いたおかげで、いろいろな人と出会え、今日の自分がいるのです。後悔などしていませんし、常にプラス思考です。

独自の創意工夫を生かす

——有田さん自身が考えて、工夫した技術もあると聞きました。

有田 どのように管理したら、牛は大きく育つのだろう。そんなことを考えることが、私は好きなんです。たとえば、子牛が元気に育つように、冬に水ではなくお湯を飲ませる装置を考えて設置しました。

寒くなると牛は冷たい水を飲みたがりません。人間だってそうですよ。それなら、お湯を飲ませてみようと。試してみたら、ゴクゴク飲むのです。そこで、お湯を貯めて、牛が好きなときに飲める装置を、友人の資材屋さんや電機屋さん協力してもらいながら自分で作りました。

——それはすごい試みですね。

有田 他にも、繁殖牛の発情を促すため、産んだ子牛をすぐに離すこともやっています。子牛を産んでから次の牛を産むまでの期間を「分娩間隔」といいます。うちの分娩間隔は平均して370日です。全国平均は400日ぐらいですから、当社は30日短い。10年単位で計算すると、よそでは10年間に9頭しか産まれないのに、当社では10頭生まれます。この1頭の差は、経営的に大きいですね。

評価の高い子牛を育てる

——有田牧場の子牛は、市場で世間相場より15%以上高く競り落とされ

Profile

ありたこういち
1977年熊本県錦町生まれ。43歳。高校卒業後、家業の畜産業に就いたが、2001年家業を離れ、地元の人吉地域の森林組合の作業員に。父の急逝で08年に再び家業に戻る。19年度熊本県農業コンクールで、グランプリにあたる「経営体」部門の「秀賞」を受賞。全国肉牛事業協同組合理事。

Data

株式会社有田牧場
1948年、水田農家だった祖父が乳牛1頭から酪農を始めた。有田耕一氏の父が酪農経営に注力し75年には50頭規模に。その後、肉用牛の生産にも乗り出す。12年株式会社化し耕一氏が社長に就任。現在の飼養規模は、乳用牛が経産牛110頭、肉用牛が繁殖牛440頭、肥育牛70頭。資本金200万円。売上高3.6億円（酪農と肉牛の割合は1対2）。従業員5人。

ると聞きました。なぜですか。

有田 牛が持っている遺伝子的能力を調べる「ゲノミック評価」を取り入れているからです。

繁殖牛の産肉能力を数値化したものを「育種価」といい、ゲノミック評価の一部ですが、肉質がいいというお墨付きのついた牛ばかりを後継牛として残してきました。そうすれば、自分の牧場に残っている牛は、品質のいい牛ばかりになります。つまり、自家牛群の改良が続けてきたのです。

その結果、有田牧場の子牛を仕入れて育てると、いい枝肉のとれる牛に育つ。そんな評判が肥育農家に定着しつつあります。それで、市場でうちの子牛が高く競り落とされるようになったのです。

同じように牛を飼っていても、出荷時は他農場の子牛よりずっと高い評価を得て出荷できています。そんな付加価値の高い牛を育てる経営が私の誇りです。これからの農業は高い付加価値をめざすべきだと思います。

自給の粗飼料の多さが強み

——牧草などの粗飼料を自給していることが、有田牧場の強みだと聞きました。

有田 父は北海道の酪農家に師事し、

粗飼料の自給には北海道の酪農並みに力を入れてきました。昔は粗飼料が余っていて、他の酪農家に分けていたほどです。

しかし、当社の飼養頭数が増えてきて粗飼料が足りなくなってきたので、いまでは地域の耕種農家に稲発酵粗飼料(WCS＝ホールクロップサイレージ)用のイネを栽培してもらっています。主食用米を栽培している農家には、裏作でイタリアンライグラスなどの牧草をつくってもらっています。うちが急速に規模拡大できたのは、自給飼料が豊富にあったおかげといっても過言ではありません。

——自給飼料が多いと、それだけコストも低くなりますね。

有田 地域の酪農家や肉用牛農家の平均と比べると、うちのエサ代は、およそ半分で済んでいます。飼料費が生産費に占める割合は、全国平均だと50%程度ですが、うちは25%です。ただ、WCS用の稲を刈り取る大型の農業機械などの費用は別途かかっています。

地域農業との連携を大切に

——WCS用のイネを栽培してもらうことで、地域の農地の有効活用につながり、地域農業の発展にも寄与

していますね。

有田 WCS用のイネは水田農家に栽培してもらっていますが、その見返りに当社が堆肥を無償で散布しています。飼料イネは当社が無償で刈り取っていますが、耕畜連携による国からの助成金は全額、耕種農家に渡しています。

堆肥の散布は、地域内循環を実現するねらいもありますが、大量に出る糞尿の処理を、農地への還元というかたちで実現できることが、規模拡大できる一つの要因にもなっています。

飼料イネの契約面積だけで150畝あります。そのほかに麦わらや飼料用トウモロコシなど、当社がかかわっている自給飼料生産の農地面積は、のべ350畝にのびます。牧草や飼料イネなどの粗飼料を円筒状に梱包したロールペールは、年間4000個消費しています。

——従業員もみなさん地元の人ですか。

有田 5人いる従業員の全員が、地元の錦町出身者です。地域との連携ということもありますが、同じ町内の人なら気持ちも通じやすいものです。30歳代の場長には夫婦で働いてもらっていますが、近く独立し、当社の施設を使って黒毛和牛を飼育す

ることになっています。

5年後には1500頭規模に

——今後も増頭をめざすのですか。

有田 現在は酪農部門の経産牛が110頭、肉用牛部門が繁殖牛が350頭、育成牛が90頭、それに、4年ほど前から始めた肥育牛が70頭います。子牛は年間300頭ほど市場に出荷しています。

5年後をめどとした増頭計画を推進中です。酪農は基本的に現状維持で、経産牛100頭規模のままですが、肉用牛を大幅に増やします。現在、肥育のための第3牧場を建設中で、来年中には完成予定です。5年後までに、肥育牛を500頭、繁殖牛を500頭に増やします。総頭数は、乳牛や育成牛などを含め、約1500頭規模をめざします。

——加工部門への進出やレストラン経営などは考えていますか。

有田 いまは専門外の分野に乗り出すことは考えていません。将来、提携することはあるかもしれませんが、いまは、よい肉質の牛を育てることに力を注ぎたいと考えています。同業者には、最高クラスの牛を育てることに精力を注いでいる経営者がいて、いい刺激になります。

(ジャーナリスト 村田 泰夫)

飼料生産と気象リスク

国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構

畜産研究部門 飼料作物研究領域長

奥村 健治

農

林水産省が公表している『飼料をめぐる情勢』を見ると、18年度の飼料の供給量は、年間約2450万TDN*¹（*家畜が消化できる総養分量。カロリーに近い概念）となっています。飼料は乾草やサイレージなどの粗飼料と、穀類やトウモロコシ子実などの濃厚飼料の二つに大きく分かれますが、それぞれの自給率は粗飼料で76%、濃厚飼料が12%で、全体では25%です。他方、2020年3月に決定された『食料・農業・農村基本計画』では、30年度には飼料全体の自給率を34%まで引き上げることを目標としています。農研機構においても、国産飼料増産に向け、飼料作物の優良新品種や新たな栽培技術の開発に取り組んでいるところです。

飼料作物は他の農作物同様に、その生産において気象の影響を大きく受けます。例えば強風雨により倒伏したトウモロコシを、収穫機械で回収できずに収穫ロスが発生したり、作業効率の低下により燃料費が増加するなど、直接的・間接的に被害や損失が生じます。

台風による被害として、昨年関東地方などに大きな被害をもたらした15号および19号、16年に北海道に上陸し、その後の長雨も含め甚大な被害が生じた3個の台風などが挙げられます。地球温暖化の進行に伴い、台風はその強さが増す可能性が指摘されていますので、

自給飼料の安定確保のためには何らかの対策が求められます。

このような背景のもと、農研機構畜産研究部門では、生物系特定産業技術研究支援センターの「革新的技術開発・緊急展開事業（うち経営体強化プロジェクト）」において、独立行政法人家畜改良センター、公設試験場・普及機関、民間種苗会社のほか、現地実証をおこなっていただく生産者と連携し、「気象リスクに対応した安定的な飼料作物生産技術の開発」を2018年度から

20年度まで実施しています。地域の気象条件によりリスクや導入可能な栽培技術が大きく異なることから、このプロジェクトでは、地域に応じた気象リスクの軽減・回避技術の開発をおこなっています。



人工送風機によるトウモロコシの倒伏試験

例えば、北海道のように栽培可能な期間が短く、トウモロコシが一作しかできない地域で被害を軽減することをめざす一方、九州南部のように温暖な地域では多毛作など多様な作付体系の導入によるリスクの回避・分散をめざしています。また、被害発生時の条件や確率、減収率、これらに基づく収益性の試算やシミュレーションもおこなっています。このような取り組みが飼料作物生産における台風などの気象リスク対策技術として、それぞれの地域に応じた対策の進展に役立つものと考えます。

F



Profile

おくむら けんじ
1961年愛知県生まれ、86年大阪府立大学農学研究科修士課程修了。同年農林水産省入省、草地試験場育種部に配属。沖縄県畜産試験場、北海道農業研究センターを経て2019年より現職。博士（農学）。専門は作物育種、とくにマメ科牧草の育種。



古代染色植物の日本茜を地域資源に 農と伝統工芸の関わりを復活させる

京都府南丹市

美山日本茜研究会代表

渡部 康子



日本茜で農地を守る

美山町は、京都府の北中部、福井県との県境に位置します。人間の数より鹿の数のほうが多い山のなかです。

過疎・高齢化が進んだ結果、昨今では荒れる農地が目立ち、かつての活気はみられません。農地もすごい勢いで原野化しています。そこで農地を守るため、私たちは日本茜ニホンアガネの復活に取り組んでいます。

日本茜はその根が古代から染料として使われてきました。染色の難しさや量がたくさん必要なことから西洋茜、インド茜に取って代わられ、現在では栽培する人もなく、染料屋さんでも手に入りません。

また染色技術も途絶えて久しいのです。けれど伝統工芸をされる方々にとって日本茜はあこがれの存在です。

茜は朝焼けの色、万葉集では美しいもの、愛お

しいものに対する枕詞として「あかねさす」が使われています。茜色の黄色が後ろにある赤は太陽信仰と結びついているのでしょうか。

農業委員でもある私は、日本茜を農地保全につなげようと考え、2014年に「日本茜復活プロジェクト」を立ち上げました。7年目の今年、売り上げがやっと100万円を超えました。

日本茜にたどりつくまで

私は、美山町の自然と人々に魅せられて30年前移住しました。そのころはまだ、衰退しつつあるとはいえ、農林業も元気でした。美山町農協は1970年代の始めから、「化学肥料使うな、鶏を飼え」という指導をしたり、「産直」という言葉がまだなかったころから軽トラで野菜を配達したりする一風変わった元気な農協でした。

まちおこしが盛んで移住促進のための会社がつくられ、農産加工にも力が入っていました。私も町のお母さんたちとグループをつくり、でき

たばかりの美山文化ホールで「花水木」という喫茶店を始めました。ランチの傍ら、美山牛乳のチーズケーキやサブレ、ヨモギのケーキなどをつくって、町営の施設などで売り始めました。農産加工協議会にも入れてもらい、先輩たちに手取り足取り、教えてもらいました。

でも、町は様変わりしました。2000年に、農協が合併し、美山町農協はなくなりました。農協が背骨となり、地域の農産加工を支えていたので、農産加工グループにとってはとても痛かったです。そして06年には町村合併で美山町もなくなりました。農産加工協議会も解散しました。

私は有志を募って、美山農産加工組合を立ち上げました。Aコープの前で「山菜のあく抜きシヨール」をやったり、そのころ増え始めていた茅葺かやぶきの家をまわる観光バスで車内販売をしたりしました。

その後、「美し山の草木舎」を立ち上げ薬草を

profile

渡部 康子 わたべ やすこ

1960年、横浜市生まれ。東京都立大学史学科卒。開発援助の仕事を経て、長野県に移住、自分で食べるものを自分でつくることから学び直す。91年より美山町に住む。美山農産加工協議会に加わる。2014年「美し山の草木舎」を設立。野草茶づくりや、つる籠編みや山の素材を生かすワークショップなどを展開。日本茜に出会い「美山日本茜研究会」結成。京都の伝統工芸の方々と協力して「王朝の草木染」の復活をめざす。南丹市農業委員。

美山日本茜研究会

日本茜の復活をめざして2014年に結成。京都府美山町の20aの圃場で日本茜を栽培。日本茜は猪も鹿も食べないことから、農地保全として取り組む。伝統工芸の方が茜の畑に通うようになり、19年「日本茜伝承プロジェクト」を結成、組みひもや友禅、日本刺繍とのコラボで展示会を開催。植物顔料の研究で草木染による友禅をめざす。「日本茜染校」を開催、苗づくりから染にいたるまで研鑽を積む。

日本茜との偶然の出会い

つくり、野草茶を販売し始めました。

2013年のある日、茶の木の間にヒヨロヒヨロ生えている一本の草にふと目が留まりました。四角い茎から四つのハート型の葉が出るその植物。それが日本茜でした。織物や染色の勉強をしていた娘さんが家に居候していたことがあり、彼女が「これが茜で根が赤い染料になる」と教えてくれたのです。希少で流通量が少なく、高価で、京都の染色家がほしがっていると――。染めてみようということになり、ためにオーガニックのハンカチを染めてみました。すると綺麗なオレンジや赤に染まりました。希少で流通していない植物が、美山には生えている。茜

は猪も鹿も食べない。これが栽培できれば農地を保全し、地域の活力になる――。夕焼け色に染まった布を太陽に透かすと、希望の光のように見えました。

14年、日本茜復活の取り組みは、京都府の「地域再生プロジェクト」に採択されました。おかげで、染色の勉強に行ったり、山梨県の富士吉田で栽培している方と聞けば訪ねたりできました。私は、「栽培できる」と確信し、美山町で圃場を確保し、手探りの生産を始めました。何しろ雑草ですので、退治する方法はあっても栽培する方法を書いたものは何もないのです。始める前は、雑草だから栽培が簡単だろうと思っていました。ところがこれがなかなかやっかいでした。寒さに弱く、芽吹くのが遅いので、

他の雑草に負けてしまう。暑さにも弱いので、日よけをしなければ枯れてしまう。「どこのお姫さまか」と尋ねたくなりました。

また、種をまいても育ちませんでした。発芽はするもののヒヨロヒヨロの苗ですぐ枯れてしまふ。挿し芽で増やすということに気づくまで2年かかりました。栽培期間は1年では根が細く、染料があまりとれません。根を太くするには3年かかることも知りました。2016年、試行錯誤しているのを京都新聞が「日本茜の栽培に成功」という見出しで記事にしてくれました。

その記事をきっかけに、京都で着物や帯をつくっている方々や製薬会社が美山に訪ねてきました。皆さんにお伝えしたのは、「まだ採れる茜根の量が限られていますので、畑を手伝いにき



上：日本茜の圃場（左）、茜染めをする筆者
下：3月に開催した展示会『日本茜伝承と未来』の様子

てくれる方だけにお譲りします」ということで
す。

栽培を広げるため、農家さんを回ってお願
いしましたが、栽培法も手探り、反収もわからない
状態では協力してくれる農家さんはありません。
そこで一般に広く呼び掛けてボランティアを募
ることにしました。

応じてくれたのが草木染に興味がある人々で
した。なかには伝統産業に関わる方もいらつし
やいました。いまでは「日本茜染校」として年5
回程度の講座を組み、苗起こしから栽培、染色
までともに学んで研鑽を積んでいます。

現在、約2反の畑に栽培していますが、本格



葉の特徴がハート型と、乾燥すると根の赤く見える

的に作付けできたのは2017年からです。昨
年度は栽培から3年目ということで、ある程度
まとまった量の茜根がとれることになりました。
これをどうするかということも茜染校の仲間と
話し合いました。染料店に売ってお金にするこ
ともできます。でも「茜は神様の草だから最初
のまとまった収穫物は神様にささげたい」とい
うのが皆の気持ちでした。また根つこの状態を
見せられただけでは茜のすばらしさはわかりま
せん。染められ、作品になってこそ、「すばらしい
素敵だ」と多くの人が思うことでしょう。そこ
で美山に度々通って来てくださっていた友禪作
家で古代染色に詳しい山本晃先生にお願いして

作品の形にしていたくことになりました。

伝承へ展示会を開こう

そのためには資金が必要です。ちょうどこの
年、京都府の農商工連携プロジェクトで立て替
えていたお金が戻ってくるようになっていまし
た。それを原資に、日本茜を使った作品を集め
た展示会を開くこととし、「日本茜伝承プロジェ
クト」と名付けてスタートさせました。2019
年のことです。プロジェクトの資金で布や糸を
買い、出品いただく方たちにお渡しする。茜根
も提供して作品にしていたく。作品が売れた
ら加工代や茜根代にする仕組みです。

山本晃先生の声かけで、日本刺繍士の木村千
鶴さん、昇苑くみひもさん、服飾デザイナーの
田中秀一さん、ガリ版作家の水口奈津子さんた
ちが集まってくださいました。

山本先生は見る角度によって黄色に見えたり
ピンクに見えたりする薄茜の反物や掛け軸。木
村さんは日本茜だけで17色以上染め分けて、秋
や春を題材にした半襟や可愛らしいウサギのバ
ック、紅葉の数寄屋袋。昇苑くみひもさんは扇
や帯締め、可愛らしいアクセサリー。田中さん
は間伐材を原料にした木糸で織った布を茜で染
めたスーツやドレス。水口さんは可愛らしい絵
本やインテリアの布を出品してくださいました。
そして、プロジェクトの到達点であった展示
会『日本茜伝承と未来』が20年3月1〜8日に
京都市の知恩院和順会館に実現しました。展示
のほか、期間中毎日、ギャラリートークや組み
ひもづくり体験や日本刺繍のワークショップな

どを開催しました。私たちも栽培の展示や苗の
実物などを持ち込んでギャラリートークに加わ
りました。コロナが流行し始めた時期でしたが、
多くの方に来場いただきました。その後、美山
を訪ねてくださったり、茜染校に参加してくれ
たり、茜根を購入してくれたり、大きく輪が
ひろがりました。

伝統産業と農との結びつき

伝統工芸の方たちと一緒に仕事をするようにな
ってあらためて気づかされたことがあります。
日本の伝統工芸と言いなながらも、絹糸も布も染
材も漆もほとんどすべての材料が中国をはじめ
とする外国からの輸入に頼っているということ
です。中国が禁輸したら日本の伝統工芸は成り
立たない。また、伝統工芸の担い手である腕のあ
る職人が、仕事が減って次々にやめていく。そ
もそも、道具をつくる職人がもういない――。

以前にはあった農と伝統工芸との結びつきが
養蚕業の衰退とともに切れてしまっています。
職人を大切にしてこなかったことも伝統工芸衰
退の理由だとわかってきました。同時に、上っ
面だけではない本物の文化をつくるには、伝統
工芸は農と結びつく必要があることも――。
いま、私たちは「京都産業21」の支援を受けて、
茜の顔料化や茜根のフリーズドライ実験をして
います。現代の技術も駆使し「王朝の草木染」を
つくりたい。

日本茜染校の仲間とともに、日本茜という新
たな地域産業資源を活用し、美山町の活性化に
貢献していけるよう努力していきます。

『石川三四郎 魂の導師』

大澤正道著



(虹霓社・1,500円 税抜)

百年後に同志を求めた人

宇根豊
(百姓・思想家)

石川三四郎はもう忘れられた思想家だろう。アナーキストであり、農本主義者であった彼が亡くなったのは、1956年、80歳だった。直接に石川の光と薫りを受けていた著者によって、この本は書かれた。しかし長く絶版となっていたのが復刊されたのは、とても喜ばしい。

石川 の思想を言い表している「土民生活」とは何だろうか。これは「デモクラシー(民主主義)」の石川流の翻訳語である。デモとはもともと「土着の民」のことで、クラシーを主義と訳さず「生活」としたのは、「主義者」を「足が地についていない」と嫌ったからだだった。

「吾らの生活は地より出で、地を耕し、地に還る。これのみである。これを土民生活と言う。真の意味でのデモクラシーである。地は吾ら自身である」。51歳の時に、石川は百姓を始める。「人

間は地と共に生きる以外に、何事もなしえない」からであり、「地を耕すのは、吾ら自身を耕すことだ」からだと言う。戦時中には、石川は配給を拒否し自給生活を貫いた。農の本質がわかってきたのだ。

そこで私は深く思いあたることがある。現在の農業の語り方に決定的に欠落してしまったものだ。農とは産業である前に、人間の生き方だったのではないか。そう思うと、途中からこの本の中の何かが、私の心の底の何かと響き合うことに気づいた。石川が何度も発禁になりながら個人誌を発行し続けたのは「哲学的な研究であった。それはペンによって、道義を唱えることを欲しなかったからである」「アジテーターではなく、教育者とならねばならない」からであった。いわゆる運動者とは、心根が大いにちがう。

石川は「主義は魂の表現でなくてはならない。各個人の魂から出た生活原則であり、行動基準であるべきだ」と断言し、百姓仕事を「(仏)法の如く修行するもの」と考えていた。「土民生活」の中でこそ、人間は本来「無一物」であることを自覚し、自分が見えてくるものだ。

現在の農業は人間の欲望を原動力にして、自己実現を目標にしているようにみえる。「土民生活」から離れてしまった。「自然の天則」に従う生き方は時代遅れになるうとしていた。百姓は、自分の魂・精神を深く耕す同志になればと、石川三四郎は言っているようだ。この本はそういう気持ちにさせてくれた。

読まれます 三省堂書店農林水産省売店 (2020年10月1日~10月31日・税抜)

タイトル	著者	出版社	定価
1 マッキンゼーが読み解く食と農の未来	アンドレ・アンドニアン、川西 剛史、山田 唯人/著	日経BP 日本経済新聞出版本部	2,000円
2 東大卒、農家の右腕になる。	佐川 友彦/著	ダイヤモンド社	1,800円
3 フードテック革命 世界700兆円の新産業「食」の進化と再定義	田中宏隆、岡田 亜希子、瀬川 明秀/著 外村 仁/監修	日経BP	1,800円
4 農業・農村政策の光と影	荒川 隆/著	全国酪農協会	1,500円
5 ビジネスパーソンの新・兼業農家論	井本 喜久/著	クロスメディア・パブリッシング	1,480円
6 平成農政の真実 キーマンが語る	菅 正治/著	筑波書房	1,500円
7 データ農業が日本を救う	窪田 新之助/著	集英社インターナショナル	840円
8 2030年のフード&アグリテック 農と食の未来を変える世界の先進ビジネス70	佐藤 光泰、石井 佑基/著	同文館出版	2,300円
9 フードバリューチェーンが変える日本農業	大泉 一貫/著	日本経済新聞出版社	1,800円
10 水産改革と魚食の未来	八木 信行/編	恒星社厚生閣	2,600円

新・農・業・人

この人この経営

アスパラでわが道を拓く 仲間と切磋琢磨し 100年続く農業へ



アスパラマル株式会社
代表取締役 吉見 雅史

導入した選果機の前で、自慢のアスパラを手に

川の跡地の田圃から

「生まれ育ったこの地で、僕は生き残る」

田圃たんぼのなかに並ぶアスパラガスのハウスを案内しながら、吉見雅史さん（44歳）は決意を語る。現在はアスパラ3畝と水稲20畝の2部門を経営している。アスパラの規模は県内でもトップクラスだ。

田圃たんぼは山間地にあり縦に長い。昔、川だった地だという。田圃を掘れば、ごろごろと川の石が出てくる。あぜ道には、掘り出された漬かけ物石ほどの大きな石や手のひらに乗るくらいの大きさで角が丸く削られている石が転がる。

川の跡地で、粘土質の土壌の圃場は本来アスパラ栽培には適していない。アスパラは湿害に弱く、根は横にも深さにも1m以上にまで達するためだ。そのため、吉見さんは独自の工夫を重ねてきた。

吉見さんは、大学卒業後、外の世界を経験してから家業を継ぎたいと福祉関連企業に就職。2007年、31歳で就農し家業のユリ科の花き生産と水稲経営を継いだ。そこで初めて経営状況を知り、「目が飛び出るくらいびっくりした」という。

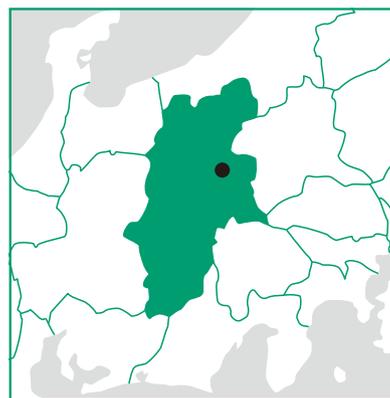
「うちの農業、こんなに儲かってなかったのかって知り、思わず『えー黒字じゃないじゃん』って心のなかで叫んでいました」と笑うが、当時は家業の農業しか知らないため手だてを思いつかず悩んでいた。

そんなとき、将来の日本の農業を支える20〜30歳代前半の若い農業者が中心となって組織されている4日クラブに入会、年下の新規就農者たちに出会う。皆、工夫を凝らし活発に活動していたという。その様子に「農業で、僕ならではの道を拓いていけばいいと気がつき、ワクワクしてきました」

吉見さんは、事業を変える決意をする。山間地ゆえ、水田はこれ以上増やせない。ユリ科の花も時代に合わない。ならば高収益の園芸作物をやるうとアスパラを選び、4年目から本格的に着手した。アスパラを選んだ理由は三つだ。

一つ目は、小売りからの引き合いが強いこと。鮮度の良さをアピールでき輸人品との競争を意識しないのでよい。自宅と圃場が近いので、毎日収穫ができる。二つ目は、重量野菜ではなく、近所の主婦が昼間の空いた時間に手伝えると考えた。三つ目は、花のハウスなど既存の資材を再利用できたことだ。

所在地 ●長野県長和町
 設立 ●2015年
 事業内容 ●アスパラガス、水稲
 経営規模 ●アスパラガス3ha (ハウス85棟
 2.6ha、露地0.4ha)、稲作(20ha)
 資本金 ●700万円
 売上高 ●水稲 3500万円、アスパラガス
 3100万円(2019年5期)
 URL ●<https://asparamaru.com/>



ハウスと露地栽培

アスパラは多年性で、一度定植すると10年くらい植え替えをしない。管理をきちんとすれば定植後3年目くらいから毎年、収穫することができる。

まず、水田を流用するに当たり、アスパラ向きの土壌に改良した。土は深さ40センチメートルまで掘り起こし、石を丁寧に取り除いた。堆肥は、牛ふんと自家水稲のもみ殻、長野県の手キノコメーカーから取り寄せるキノコの菌床を発酵させる。さらに、水田経営の強みを生かし、有機マルチとして自家水稲のワラを敷く。

生産面では、ユリ科の花の栽培経験が生きる。アスパラは同じユリ科のため、とくに、春先の凍霜被害対策の知識を応用することがで

きた。アスパラは朝晩の寒暖差で甘さが増すが、寒すぎると凍ってしまう。そのため、毎日アスパラの様子を確認し、夕方にビニールシートを二重にかけるなどきめ細かく対応する。規模拡大は計画的に1年に30アールずつとし、10年かけて3畝にした。

このような工夫の結果、高品質なアスパラの安定生産を実現した。吉見さんのアスパラの特徴は、太く、柔らかく、甘みが強いことだ。

現在では、ハウスと露地を組み合わせて、出荷体制が3ヶ月まで、半年間切れることがない。ハウスのアスパラは、春取り後に収穫休止期間を設けた後、夏と秋に収穫する。ハウスの収穫を休止期間には、露地のアスパラを収穫する。遮光して育てるホワイトアスパラは、春取り前の4月中旬〜5

月中旬まで収穫する。

この体制にしたのは、従業員の周年雇用が一番の理由だったという。10人の従業員がアスパラと水稲の生産に従事しているが、社会保険労務士に相談し、1年間の変形労働時間制を取り入れ、夏の繁忙期は毎日作業をしてもらい、1月の1カ月は休みにしている。

太さ10規格を1時間

半年間、商品を切らさないことが契約販売に有利に働き、主な販路は地場スーパーとの直接取引とJA出荷となっている。また、県内の有名リゾートホテルでは、レストランの食材とされるほか、お土産としても販売される。

今後は、規模拡大とともに機械化を進める予定という。今年、選果場を整備した。整備前はすべて手作業で選果していたため日量400キログラムを夕方までかかっていたが、機械化することで、長さを26センチメートルに統一、太さを10規格に1時間で仕分けられるようになった。出荷調整が困難で規模拡大に二の足を踏んでいたが、25年までに年間32トンの収穫、売上高4600万円まで伸ばしたいと、規模拡大への想いを語ってくれた。

栽培技術に関しては、長野県農業改良普及センターに指導を仰いだ。さらに、影響を受けているのが、同じ信州で活躍する農業経営者である。2018年に日本農業法人協会が開催した「次世代農業サミット」の実行委員になり、多くの若手農業経営者や篤農家と接する機会を得た。レタスを生産し農業

経営者の育成にも熱心な有会社トップリバー代表の嶋崎秀樹さんからは「経営では数値を見ることの大切さ」を教わった。若者がこだわりの高原野菜を生産・販売する株式会社ベジアーツ代表の山本裕之さん他3人と協同し、地元スーパーとコラボして『信州育ち』のブランドで生産物の販売を開始した。「部門は違っても、めざす方向性が一緒なんです」と吉見さんは目を輝かせた。

2015年、法人化を果たすが、「この長和町で100年後も続く農業のモデルをつくる。その決意表明です」と断言。今後は、他県産地と連携した周年出荷の実現など、アスパラマルルのビジネスモデルの確立をめざす。

吉見さんが舵を取るアスパラマルルの航海は、これからも続く。

(情報企画部 城間綾子)

2020年1月号(833号)

食育。次世代への有り様

■特集	先進的な食育に取り組む鯖江市の実践 新しい生活者に寄り添う食育とは いま待ったなしに食育と食農教育	帰山 順子 太田 恵理子 上岡 美保
■特別企画	令和元年度アグリフードEXPO輝く経営大賞 ~駆け上がる地域農業の担い手たち~ 有限会社舟形マッシュルーム/山形県 新春座談会♥「農と食の邂逅」 脇役から主役へ 女性農業が、離陸した	
■経営紹介	堀養蜂園/岐阜県	
■変革は人により	藤井 雄一郎 有限会社藤井牧場/北海道	

■観天望気	東京2020大会と「食」の持続可能性	松本 恵
■フォーラムエッセイ	食べること、生きること	中江 有里
■まちづくりむらづくり	JAおおいた「オアシス春夏秋冬」/大分県中津市	岡本 真徳
■耳よりな話	鳥インフルエンザと水辺の関係	清水 友美子
■書評	京都大学経済研究所附属先端政策分析研究センター 編 「政策をみる眼をやしなう」	武本 俊彦
■インフォメーション	持続可能な農林水産業を見据え公庫に期待すること 広域ネットワークを活かした展示商談会を開催 東北6県の日本公庫各支店 女性・高齢者・農福連携など人材活用をテーマに講演 近畿地区総括課 県内新規就農者同士のネットワークづくりを支援	情報企画部 奈良支店
■その他	みんなの広場・編集後記 第13回アグリフードEXPO大阪2020	

2020年2月号(834号)

国産材促進の方策を追う

■特集	みんなで取り組むウッド・チェンジ 国産材の需要をひらく新たな挑戦 CLT集成材の活用が国産材を復活	長野 麻子 高田 克彦、佐々木 貴信 佐々木 幸久
■情報戦略レポート	5年前に比べ女性の雇用割合が増加 景況感、改善するも低迷抜けず —農業景況調査(2019年7月調査)—	
■経営紹介	Bioフォレストレーション株式会社/神奈川県	
■変革は人により	日高 勝三郎 日高勝三郎商店/宮崎県	

■フォーラムエッセイ	真冬の雪のなかにも	平松 洋子
■主張・多論百出	森林ジャーナリスト	田中 淳夫
■耳よりな話	中国の食糧難を救ったマルチ栽培	吉岡 宏
■まちづくりむらづくり	有限会社荒神の里・笠そば/奈良県桜井市	山本 信廣
■書評	藤井 一至 著 『土 地球最後のナゾ 100億人を養う土壌を求めて』	青木 宏高
■インフォメーション	オープンイノベーションで創り出す 新しい林業ビジネス 林野庁 森林整備部 整備課 造林間伐対策室	
■その他	みんなの広場・編集後記 第13回アグリフードEXPO大阪2020	

■観天望気	木を見て、森も見て	寺岡 行雄
■農と食の邂逅	尾池 美和/香川県	青山 浩子

2020年3月号(835号)

酪農経営最前線: NOW

■特集	メガロボットファーム化進む北海道酪農 先細りの都府県酪農、復活の糸口とは カッコイイ酪農へ、スマート農業の挑戦	斉藤 裕基 細井 洋行 菱沼 竜男
■情報戦略レポート	耕種・畜産とも売上高は横ばい 収益は費用増で減益 —2018年農業経営動向分析(個人経営)—	
■経営紹介	有限会社アグリプラント/山口県	
■変革は人により	伊藤 武範 株式会社アジチファーム/福井県	

■主張・多論百出	株式会社ファームステッド	長岡 淳一
■耳よりな話	技術革新著しい搾乳機械	加茂 幹男
■まちづくりむらづくり	株式会社氷川のぎろちょっ/熊本市宮原販売センター 熊本県八代郡氷川町	岩本 剛
■書評	丸山 俊一+NHK「欲望の時代の哲学」制作班 著 『マルクス・ガブリエル 欲望の時代を哲学する』	宇根 豊
■インフォメーション	千葉ジェッツに学ぶ経営を強くするノウハウ 林業の専門家が語る里山や木材利用の可能性 異業種からの農業参入を実例から学ぶ 雇用問題や地域課題に農業経営が貢献できること	千葉支店 近畿地区総括課 富山支店 北見支店
■その他	資金紹介 みんなの広場・編集後記 第15回アグリフードEXPO東京2020	

■観天望気	家族酪農の発信力	鶴川 洋樹
■農と食の邂逅	丸尾 美香/兵庫県	青山 浩子
■フォーラムエッセイ	忘れられない牛乳の味	草刈 正雄

2020年4月号(836号)

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

■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	小林 富雄 ポリコ M.チャールズ 井出 留美
■情報戦略レポート	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)—	
■新・農業人	鈴木 崇文 株式会社ベストシーン/和歌山県	
■変革は人により	田中 勝三 株式会社セントラルフルーツ/京都府	

■主張・多論百出	しずおかコンシェルジュ株式会社	海野 裕子
■耳よりな話	パスタの品質を表す言葉	早川 文代
■まちづくりむらづくり	鶴岡市役所/山形県鶴岡市	高橋 和博
■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
■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 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 データ収集と分析に基づく分かりやすい助言のコツ 地元のレアな農産品を実需者につなぐ機会を提供 台湾で商談会開催 初めての輸出を後押し	北見支店 岡山支店 神戸支店 長野支店 情報企画部
■その他	編集後記 農業経営アドバイザー 牛舎に行かないコンサル	井崎 敏彦

■観天望気	マインドの時代	山田 敏之
■農と食の邂逅	吉原 サラ/岡山県	青山 浩子
■フォーラムエッセイ	美味しい信州	山本 麗子

2020年5月号(837号)

短期集中3回連載「SDGs、その役割を問う」② 多様な人材を生かす農業

■特集	地域共生社会づくりにつながる農福連携 シングルマザー移住が地域環境底上げ 農福連携は付加価値を生み癒し効果も	豊 輝久 山田 優 本誌編集部(特別取材班)
■情報戦略レポート	「簡便化」が「経済性」を初めて上回る 食品の購入判断は7割が価格に集中 —消費者動向調査(2020年1月調査)—	
■新・農業人	福田 新也 株式会社FORTHHEES/長崎県	
■変革は人にあり	大出 祐造 株式会社誠和/栃木県	
■観天望気	食育に学ぶこと	アグネス・チャン
■農と食の邂逅	地主 佳代子/三重県	青山 浩子
■フォーラムエッセイ	今日のご褒美、明日の楽しみ	西村 元貴

■主張・多論百出	一般社団法人 持続可能な地域社会総合研究所	藤山 浩
■耳よりな話	ロボット農機を社会に届ける準備	杉本 光穂
■まちづくりむらづくり	藤沢活性化協議会/青森県平内町	森田 泰男
■書 評	竹下 大学 著 『日本の品種はすごい うまい植物をめぐる物語』	青木 宏高
■インフォメーション	講演と討議を通じ林業界の課題を考える 大都市圏での店舗展開を柿農家が語る 農業分野の法務に目を向け同業者と交流する 観光農園経営者から儲かる農業を学ぶ	九州地区総括課 奈良支店 高松支店 甲府支店
■その他	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた農林漁業者の皆さまへ みんなの広場・編集後記	
■農業経営アドバイザー	リスクを回避する視点が重要	池田 太

2020年6・7月号(838号)

※新型コロナウイルス感染症の影響で、合併号とさせていただきます。

短期集中3回連載「SDGs、その役割を問う」最終回 自然資本の経済はじまる

■特集	自然資本に配慮した持続可能な産業 環境への負荷の小さい農業を広げる 水産エコラベルは産業と生活の架け橋	藤田 香 小野 邦彦 垣添 直也
■情報戦略レポート	新しく始まった収入保険制度への加入状況 —2020年1月調査—	
■新・農業人	大石 博/神奈川県	
■変革は人にあり	中森 剛志 中森農産株式会社/埼玉県	
■観天望気	オーガニックは不可能じゃない	高橋 勉
■農と食の邂逅	山田 奈緒/滋賀県	青山 浩子
■フォーラムエッセイ	おいしいひと皿	宮本 しばに

■主張・多論百出	グリーンカルチャー株式会社	金田 郷史
■耳よりな話	日本発の環境制御システム	吉岡 宏
■まちづくりむらづくり	農事組合法人福の里/山口県阿武町	市河 憲良
■書 評	福田 栄洋 著 『イネという不思議な植物』	宇根 豊
■インフォメーション	第15回アグリフードEXPO東京2020開催中止のお知らせ 金沢支店発 勉強会と交流会を開催しました	情報企画部
■その他	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた農林漁業者の皆さまへ みんなの広場・編集後記	
■農業経営アドバイザー	「八百屋の学問」を実践する	木山 雅人

2020年8月号(839号)

業務用取り戻す国産野菜

■特集	野菜の需給をめぐる構造的課題と対応 野菜生産サプライチェーンと持続経営 野菜流通で存在意義高まる中間事業者	佐藤 紳 松田 恭子 大泉 一貫
■特別企画	令和農業の視点 こうして輸出を伸ばした	
■変革は人にあり	島田 慎二 株式会社千葉ジェッツふなばし/千葉県	
■新・農業人	廣瀬 敬一郎 大地堂/滋賀県	
■観天望気	加工・業務用野菜の現場から	木村 幸雄
■フォーラムエッセイ	甘くておいしい赤い実	緒川 たまき
■主張・多論百出	株式会社ナチュラルアート	鈴木 誠

■まちづくりむらづくり	一般社団法人そらの郷/徳島県三好市	出尾 宏二
■耳よりな話	日本初の民間洋式牧場	加茂 幹男
■書 評	大竹 道茂 著 『江戸東京野菜の物語 伝統野菜でまちおこし』	青木 宏高
■インフォメーション	後継者不在の農業用ハウス 再整備・改修して後継者につなぐ支援が始まりました 農林水産省生産局園芸作物課花き産業・施設園芸振興室 農業者と農林水産省をつなぐMAFFアプリ、使っていますか 農林水産省大臣官房政策課	
■その他	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた農林漁業者の皆さまへ みんなの広場・編集後記	
■農業経営アドバイザー	設備投資のリスクと判断	久田 博司

2020年9月号(840号)

持続する水産業への視点

■特集	特別寄稿 水産業の未来に向けて 調理済み魚の直販で挑戦する水産加工 「海と生きる」漁業者が協業し課題に挑む 「豊洲市場」が担うべき新たな役割	長谷 成人 小澤 弘教 鈴木 一朗 小松 正之
■情報戦略レポート	コロナ下で調理時間増える 食の志向は経済性志向が上昇 —消費者動向調査(2020年7月調査)—	
■変革は人にあり	良川 忠必 株式会社長崎ファーム/東京都	
■観天望気	「スマート」な水産業	宮下 和士
■主張・多論百出	有限会社フード・サポート	細川 良範
■フォーラムエッセイ	奈留島のある漁師さん	村上 康成

■まちづくりむらづくり	企業組合遊子川ザ・リコピズ/愛媛県西予市	辻本 京子
■耳よりな話	大規模施設園芸の運営に4つのポイント	田口 光弘
■書 評	金子 修治・鈴木 紀之・安田 弘法 編著 『博士の愛したジミな昆虫』	宇根 豊
■インフォメーション	人をつなぐノウハウを活かし産業界の人材マッチングを後押し 日本政策金融公庫農林水産事業業務報告会を開催 農林水産物・食品の輸出・海外展開に取り組む方に 新たな資金制度ができました	札幌支店 情報企画部 融資企画部
■その他	新型コロナウイルス感染症・令和2年7月豪雨に係る 特別制度が措置されています みんなの広場・編集後記	
■農業経営アドバイザー	数字に強い本物の農業経営を	工藤 秋一

2020年10月号(841号)

スマート農業の扉が開く

■特集	もうかるビジネス、住みやすい農村へ 自動化・無人化。次世代農業技術開発 フードチェーン視野に北海道農業展望	三輪 泰史 飯田 聡 野口 伸	■フォーラムエッセイ	夏の思い出	内田 恭子
■特別緊急企画	コロナ禍における農林水産物・食品輸出 その動きとジェトロの支援策	中 裕伸	■耳よりな話	温暖化がもたらす新たな機会	杉浦 俊彦
■変革は人により	竹延 哲治 ファロスファーム株式会社/大阪府		■まちづくりむらづくり	ケロンの小さな村/石川県能登町	上乘 秀雄
■新・農業人	大森 陽平 有限会社ジェイ・ウィングファーム/愛媛県		■書 評	三次 理加 著 『お米の先物市場活用法』	武本 俊彦
■観天望気	スマート農業は技術の掛け算	湯川 智行	■インフォメーション	販路の多角化へ取り組む皆さまへ 「#元気いただきますプロジェクト」のご紹介 リスクマネジメント研修で講師を務めました 「アグリフードEXPOオンライン」開設のお知らせ	農林水産省 帯広支店
■主張・多論百出	フリーフロム株式会社	山崎 寛斗	■その他	新型コロナウイルス感染症・令和2年7月豪雨に係る特例制度が措置されています みんなの広場・編集後記	
■農と食の邂逅	鈴木 佐江子・希巴江/静岡県	片柳 草生	■農業経営アドバイザー	経営にゴールなし 支援者がいれば困難越え成長する	古賀 久子

2020年11月号(842号)

シリーズ特集:事業承継最前線/稲作経営

水田農業・承継のカタチ

■特集	親子間の考え方の違いを乗り越える 若者を育成雇用し、地域農業を維持 中山間集落の維持へ多様な取り組み	福原 昭一・悠平 青山 浩子 山田 優	■観天望気	農業資源のバトンパス	柚木 茂夫
■農と食の邂逅	吉野 隆子 オーガニックファーマーズ名古屋/愛知県		■情報戦略レポート	コロナ後の課題は需要の変化に対応した商品開発 —食品産業動向調査(2020年7月調査)—	
■新・農業人	柴原 信行 AGRIMOON/島根県		■主張・多論百出	一般社団法人アグリフューチャージャパン	合瀬 宏毅
■変革は人により	川村 静功 株式会社KAWACHO RICE/青森県		■フォーラムエッセイ	石垣の海で見たもの	ココロコ 田中 直樹
			■まちづくりむらづくり	北海道遠別農業高等学校/北海道遠別町	石川 ウーリーエル
			■書 評	『100歳まで元気でボケない食事術』	青木 宏高
			■インフォメーション	国産農水産物の展示商談サイト 「アグリフードEXPOオンライン」のご案内	
			■その他	みんなの広場・編集後記	
			■農業経営アドバイザー	生産者のありたい姿を実現する	仲野 真人

2020年12月号(843号)

シリーズ特集:事業承継最前線/畜産経営

どう継ぐのか、生産基盤

■特集	協業法人を設立し事業承継の不安解消 農家の事業承継を支援する食鳥企業 畜産業の事業承継を円滑に進めるには	佐藤 裕司 辻 貴博 村上 一幸	■観天望気	日本産のワイン	玉村 豊男
■農と食の邂逅	足立 浩沙・兼藤 夢 ナカパヤシ株式会社 兵庫工場/兵庫県		■情報戦略レポート	景況感はコロナ禍で大幅に悪化 担い手農業者は高い投資マインド —農業景況調査(2020年7月調査)—	
■新・農業人	吉見 雅史 アスパラマル株式会社/長野県		■フォーラムエッセイ	記憶を味わう	大高 翔
■変革は人により	有田 耕一 株式会社有田牧場/熊本県		■まちづくりむらづくり	美山日本蕎麦研究会/京都府南丹市	渡部 康子
			■書 評	『石川三四郎 魂の導師』	宇根 豊
			■インフォメーション	AFCフォーラム総目次(2020年1月~12月) セミナーやオンライン相談会で農水産物の輸出を支援しています 若手職員が集い農林漁業の将来を議論	
			■その他	みんなの広場・編集後記	
			■農業経営アドバイザー	二人の言葉が示す 新規就農者 五つの心得	古高 伸一

アグリフードEXPOオンライン

国産農水産物の展示商談サイト・コンシェルジュがご案内いたします

出展者を募集しております。詳細はウェブサイトでご確認ください

佐賀支店
本 店
セミナーやオンライン相談会で
農水産物の輸出を支援しています

今 年4月、佐賀支店農林水産事業は、公庫のコンサルティング

融資活動推進にあたり、農業法人の支援ニーズを把握するため、佐賀県農業法人協会の会員企業48社を対象に「ご経営課題等に関するアンケート」(有効回収数30社)を実施。

その結果、コロナ下の経営課題として多かったのが、「人材確保・育成」(83%)と「マッチング」(63%)で、「金融支援」(60%)、「6次化」(43%)、「海外展開」(40%)と続きました。海外展開については「輸出の開始・拡大」を挙げる企業が40%に上るなど、関心の高いことが確認され、輸出の専門家による個別



予想以上の申し込みがあり、農業者の輸出への関心の高さがうかがえました

アドバイスを求める声も多く寄せられました。

そこで佐賀支店では、輸出に取り組みたい農業者に向けた「輸出チャレンジセミナー」を開催。九州の農産物の輸出を手掛ける株式会社シンダローバル(鹿児島市)代表の川原新一郎氏を招き、「農産物輸出の最新ニーズと初めての輸出準備」をテーマとした講演の他、個別相談会を開催し、計4事業者に対して具体的なアドバイスをおこなっていました。

川原氏は輸送方法や現地との連絡など輸出実務の具体的な課題を分かりやすく説明。海外独自の嗜好や売れ筋商品を事例に示しながら、「海外でのニーズを正しく把握し、積極的にチャレンジしていくことが重要だ」と話しました。

参加者からは「コロナ渦において海外バイヤーに対し、どのようにアピールすればよいか」など具体的な質問や、「夢だった輸出が身近になりとてもうれしい」との感想も寄せられました。

8月7日、於：佐賀市、参加者：公庫お客さまなど15人

国 産農水産物・食品の輸出を支援する「トライアル輸出支援事業」を活用したオンライン相談会を実施。米、有機サツマイモ、高糖度トマト、牛肉、黒ニンニク、

冷凍果実などを扱う生産者や、水産加工品を手掛ける企業など、輸出に意欲のあるお客さま30先と貿易会社7先が参加しました。

「商談の機会が限られるなか、貿易会社と直接話せてよかった」(イチゴ生産者)、「画面越しでも商品の魅力を伝えられたと思う。新たな知見も得られ今後が楽しみ」(食品加工業者)、「離れた地域の生産者に疑問や課題などを聞いて勉強になった」(貿易会社)などの声が寄せられ、オンラインのメリットを活かした相談会となりました。

9月14、18日、於：公庫本支店



計49件のオンライン相談を実施しました

本 店
若手職員が集い
農林漁業の将来を議論

農 林水産省の若手有志職員の勉強会「チーム2050」と

日本公庫農林水産事業本部の有志が意見交換会を実施。DX(デジタルトランスフォーメーション)など新技術の活用や農山漁村の活性化、公庫のコンサルティング融資活動や農林漁業経営への支援などについてグループ討議しました。

さまざまな意見が挙がるなか、「技術革新の時代においても主役は農林漁業者。政策当局と政策金融が連携し、経営課題の解決支援に取り組みべきだ」という結論で合意。盛況のうちに閉会しました。

9月16日、於：農林水産省、参加者：27人



白熱した議論が続き、意見交換会は2時間に及びました

◆9月号『持続する水産業への視点』を興味深く読んだ。

「鮮魚をさばくのが面倒」「共働きの調理にかける時間がなかなかとれない」などの理由から、魚は現在、消費者に敬遠されがちだ。そんな需要の落ち込みを食い止めるべく小野食品株式会社(岩手県釜石市)は150品目以上の調理済み商品に加工し、直販している。「三陸おのや」というブランドで、売れ行きは好調だという。

「われわれは加工食品をつくっているのではなく、魚料理をつくっているのです」という代表取締役社長の小野昭男さんの言葉に強くひかれた。それだけ自信のある製品つ

くりをされているということなのだろう。

今年の「集もり需要」のように、消費者のライフスタイルは変化する。それに対応していけば、まだ需要拡大の余地はあるに違いない。

今後とも、ぜひ頑張ってもらいたい。
(広島市 巨幸男)

11月号23ページの会社名の表記に誤りがありました。

誤) AGURI MOON
正) AGRIMOON

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

ご意見・ご感想をお寄せください

本誌では読者の皆さまからのご意見・ご感想を幅広く募集しております。特集企画への感想や誌面に登場していただいた農林漁業者へのメッセージ、農林漁業についてのご意見、また、誌面へのご意見、ご提案もお待ちしております。お名前、ご住所、電話番号を記載のうえお送りください。

ご意見を掲載させていただいた方や参考にさせていただいた方には、図書カードを差し上げます。

【送付先】

メール anjoho@jfc.go.jp FAX 03-3270-2350

郵送 〒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フォーラム編集部宛て
Tel. 03-3270-2268



右記のコードもご利用ください →

編集後記

◆特集は、上級農業経営アドバイザーの村上二幸さんに依頼。豊富な経験に基づく貴重なアドバイスを、惜しみなく披露していただきました。「地域再生への助走」は、古代染色植物の日本茜復活の取り組み。こうした伝統産業と国内農業とが結びついた取り組みが少しずつ出てきています。モノクロ記事のため表紙を茜色のイメージにしてみました。(平野)

◆特集で取り上げた東京谷農協で「はっと」させられたのは「子」が「親」の経営を引き継ぐには「2世代分」の所得を稼ぐ必要があるとのお話。農業でも親子が別々のライフスタイルを持つのは当たり前。必要な所得は増加傾向。親子承継のハードルの高さや、承継する「子」が必要な所得を得られるよう支援する地域の大変さを再認識しました。(高雄)

◆「新・農業人」取材は、うれしいことばかり。取材打診時2日後に今秋の収穫が終わると聞き急いで訪問。アスパラや圃場を拝見できました。一夜漬けで勉強したアスパラ関連本が吉見さんの営農バイブルだったのもうれしい一致。同行してくれた支店の先輩職員が、吉見さんの想いや戦略を理解し信頼関係を築いている様子には、さすがーと思いました。(城間)

◆誰の心にも記憶にも、強く残ることになった1年が終わろうとしています。気持ちも沈むこともままあるなか、「観天望気」で玉村さんの語る日本産ワインの未来に前向きな気持ちになりました。これまで目の留まらなかつた地域や産業に光が当たり、新しい方向に大きく動き出す。そんな芽吹きを見つけるチャンスなのかもしれません。(竹中)

AFCフォーラム Forum

■編集

前田 美幸 平野 伸介 高雄 和彦
山本 晶子 城間 綾子 竹中 夕美

■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 佐伯印刷株式会社

■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 523円(税込)

二人の言葉が示す 新規就農者 五つの心得

古高 伸一

FURUTAKA Nobukazu

株式会社YACコンサルティング
常務取締役



農業法人における従業員採用・人材育成をテーマに、全国各地の農業法人協会で講演し、また日本公庫の課題解決サポート事業でもアドバイスをしてきました。

採用については「応募者を増やす方法」「採用する人材の見極め方」、人材育成については「新入社員への指導内容」「既存社員・管理職の育成方法」といった点に農業経営者の関心が高く、多くの質問を受けます。

➤ れらの質問を受けたときには、二人の農業法人経営者の言葉が思い浮かびます。お二方の共通点は、創業者であり、多くの困難を乗り越えて、いまでは大規模の飼養頭数、^{ほじょう}圃場面積を有して経営されていることです。

ふるたかのぶかず

1963年大阪府出身。慶應義塾大学商学部卒。中小企業の経営計画、人事制度の策定、採用・人材育成など業務支援に携わる。一般社団法人全国農業経営専門会計人協会理事。宮城県農業経営アドバイザー連絡協議会会長。

肉用牛一貫生産・農業法人社長の言葉は「毎朝、牛舎を歩き牛の動きを見ていると、牛の声が聞こえ、牛がして欲しいことがわかる」というものです。

一方、稲作中心の多角経営・農業

こと」――。

生育や栽培方法の原理原則や、それぞれの作業の意味・目的を理解させることは必要です。他方、単なる知識としてではなく、



©河野千年

法人会長の言葉は「毎朝、圃場を一回りしていると、『ここが痛い、治してほしい』と、稲が訴えてくる」というものです。

これらの言葉には、新規就農者や農業従事者に求められる次の五つのことが含まれていると感じます。

すなわち、「本当に農業が好きであること」「生育や栽培に何よりも一番に取り組むこと」「常に、状態や動きをよく見る習慣を身につけること」「いつもとは違うところに気づくこと」。そして最後は「何をすべきなのか、まずは自分で考える

それらを元に実体験によりみずから得た「生きた知識」を着実に習得させていくことも求められます。

今後、ICT・IoT・AIなどの先端技術によるスマート農業の導入によっては、たとえば、生育状況などの変化は容易に判明できることかもしれません。そこで、「生きた知識」を習得した技術習熟度の高い農業者が、これらの農機やシステムを活用し、不測の事態や困難な局面での意思決定や判断ができるようにすることこそが、次世代農業への継承・発展の課題である、と考えます。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。

シリーズ特集：事業承継最前線／畜産経営
どう継ぐのか、生産基盤



『かわいいうしさん大すぎ!』門田 萌 愛知県半田市立宮池小学校
(全国土地改良事業団体連合会主催「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展入選作品)

■AFCフォーラム 令和2年12月1日発行(毎月1回発行)第68巻9号(843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523円 本体価格476円