

長い時間、原稿を書いていると、とにもかくにも疲れがたまってくる。それが数日続くと、首まわりと両肩が鉄の鎧よろいで覆われたように固まり、仕事どころではなくなる。そこで10年前からヨガ教室に通い、ついでに水泳も始めた。これでなんとか持ちこたえている。ところが3年前、そんなエクササイズよりもずっと効果的な運動を発見した。それが稲作体験だった。

月に一度、東京から新幹線で新潟の田んぼに通い、田植え、草刈り、稲刈りまで素人の仲間たちといっしょに励んだ。お膳立てはプロのスタッフさんがやってくれるので、こちらは見よう見まねで汗を流すだけ。それでも一泊二日の農作業を終えて東京へ戻るときには、気分が晴々として脳もヴァージョンアップしたかのよう。な気になるから不思議だ。都会の喧噪けんそうから離れて、空気のいい田舎で、遅々として進まぬ原稿のこともすっかり忘れて作業に没頭する。その雑念のない時間は、普段は絶対に得られない幸福なひとときだ。

そして何より裸足になれるのがいい。田植えでは長靴を脱いで泥の中に裸足で入った。まるでマヨネーズに足を突っこんだような不思議な感覚。これで夢中になった。さらに畦あぜを裸足で歩くときは、何ともいえない安心感に包まれる。なぜだろうか？

考えてみれば、かつて人類は裸足で生活していたのだ。足裏がじかに土と接することは自然であり、私たちの祖先はそうやって途方もない時を生き抜いてきた。きっと足の裏には、大地のエネルギーを感じし採り入れるセンサーのようなものが張りめぐらされているに違いない。そういう子どものころ、砂浜を裸足で歩くと、それだけで心がウキウキしたことを思いだした。

コロナ禍で田んぼに行けないのはつまらない。今年の稲刈りは参加できるだろうか。そしてたら長靴なんかぶん投げて、まず畦を走り回りたい。そうか、田んぼは私にとって遊園地のようなものなんだな。

F



作家  
藤原 智美

ふじわら ともみ  
1955年福岡県生まれ。92年『運転士』（講談社）で第107回芥川賞受賞。ノンフィクションに『暴走老人！』（文藝春秋）、自身の米づくり体験をつづった『人として生まれたからには、一度は田植えをしてから死のうと決めていました』（プレジデント社）。スマホとネット社会について考えた『スマホ断食 コロナ禍のネットの功罪』（潮出版社）を近日刊行予定。

## 足の裏のセンサー



# 地方で実現させる豊かな働き方、生き方 地域と移転企業がワイン・ワインの関係

兵庫県淡路市  
株式会社 パナソニック農援隊 地域創生事業部長

佐藤 元信



## 本社機能を東京から淡路島へ

2020年、パナソニックグループは、グループの経営企画や人事、財務、経理など本社機能の一部を東京都千代田区大手町から兵庫県淡路島に移転させることを発表しました。

23年度末までに、本社に勤務し本社機能を担う社員約1800名のうち、約1200名が淡路島に移る予定です。

この移転の目的は大きく三つあります。

一つ目はパナソニックで働く人々の「真に豊かな働き方・働き方」の実現です。従業員一人一人がライフスタイルに合わせて自由に人生をデザインすることができるという意味です。

淡路島においても東京本社勤務者とはオンライン会議でつながり、業務の内容が大きく変わることはありません。社員は仕事に不便さはないと言っています。変わったのは、生活の質です。

「満員電車の通勤から解放された」広い遊び

場があり子育てに良い環境「物価が安く食べものがおいしい」「休日に仲間と釣りに行き魚のバーベキューを楽しんでいる」などワーケーションを実現している従業員も多いです。

二つ目はグループ全体のBCP（事業継続計画）対策の一環です。

パナソニックグループ代表の南部靖之（以下、代表）は東日本大震災などで、災害時の事業継続の面から東京に本社機能が集まるリスクを感じるようになっていました。

災害時にも事業を続けるためには本社機能の分散化が必要です。新型コロナウイルス感染症の感染拡大が背中を押しました。多くの社員が働いている東京では、通勤電車など密になる環境が多く、万が一、コロナ陽性者が出た場合はビルを閉鎖するなど対応しなければなりません。

コロナ禍を機にテレワークが普及し、地方でもできる仕事の幅が広がったため、移転を決断したのです。

そして三つ目が、夢のある新産業の創造による淡路島の地域活性化です。

## 農業と観光で雇用創出

パナソニックは元々、08年から淡路島の地域活性化事業に取り組んできました。それは農業と観光を中心にした雇用創出です。

農業分野では、独立就農をめざす者を支援する「パナソニックチャレンジファーム in 淡路」、農業分野での雇用創出を目指すプロジェクト「農業インターンシッププロジェクト」など多くの事業を展開してきました。パナソニック農援隊が中心となって農業に興味を持ってもらおう仕組みづくり、農業をビジネスと捉え新しい発想と知識を持った人材を育成することで農業界全体が活性化し、周辺産業を含めた更なる雇用創出事業を手がけてきました。

観光分野では、廃校となった小学校をリノベーションしマルシェ×レストランとした「のじ

profile

佐藤 元信 さとう もとのぶ

大学卒業後、パソナに入社。派遣事業の外勤営業、パソナグループの事業開発部を経て、2011年12月より現職。主に中央省庁および各自治体事業の統括として、農林漁業分野の人材育成、専門家派遣、6次産業化などに取り組んでいる。保有資格：食の6次産業化プロデューサー（レベル3）、有機JAS審査員補、農商工連携コーディネーター、JGAP指導員、第二種衛生管理者、食品衛生責任者。

株式会社パソナ農援隊

2011年12月より多くの農業人材を育成し、それらの人材および農業経営者など農業分野のステークホルダーに対し継続的にサポート体制強化が目的に設立。現在は、人材育成事業や各種研修、専門家派遣に加えて、農業経営コンサルティング、商品開発、国内・海外（フランス・パリなど）の販路開拓・ブランディングなど幅広い農業関連事業を通じ、1次産業と6次産業化を推進し、農業振興と地域活性化、雇用創造に尽力する。淡路島ではパソナグループの地方創生事業の一端を担う。

まスコラ」や、兵庫県立淡路島公園にアニメパーク「ニジゲンノモリ」、同パーク内に淡路の食材を使った森の隠れ家レストラン『モリノテラス』などを次々にオープン。雇用の創出と淡路島の観光客の大幅増加に貢献してきました。

地方経済を豊かにするのは農業

今回の本社移転で、人口13万人の淡路島に1000人以上が流入します。さらに自治体と連携して企業や人の誘致活動を進めて地域活性化につなげます。本社機能を移転させることが起爆剤となり、進学などで島外に出た若者を戻すUターン機の運をつくりたいと考えています。パソナが淡路島での地域活性化に本腰を入れるようになったのは、代表が、故郷である兵庫県



上：今年4月に淡路市に開設した「ワーケーションハブ」オフィス  
下：「淡路島パイロットヘッドクォーター協議会」設立発表式の様子

と農業に対して強い思いを持っていたからです。代表は、パソナの前身である会社のグローバル化をはかろうと米国に渡っていましたが、阪神淡路大震災をきっかけに生まれ故郷の神戸に戻りました。43歳のときです。代表は、大きな被害を受けた神戸の復興のため、5年間で5万人の雇用を創出することを目的に「神戸復興プロジェクト」を発足させるなど、注力してきました。3年半たち、神戸復興の兆しを感じた代表は、今度は2年をかけて、日本全国を行脚しました。大手証券会社や銀行がつきつきに経営破綻、ITバブルも崩壊して、日本経済に激震が走っていたころです。この事態に立ち向かうために何をすべきか調

べるものでした。「日本を元気にするためには地域が元気になるしかない」との考えを持っているのです。全国を回った代表は、地方で雇用が生まれる産業は一次産業であること、次いで観光業だという結論に達しました。一方、これらの産業は、過疎、高齢化など多くの課題があり、うまく回っていないことがわかりました。そこで、地方で農業や観光業を主に、雇用の増大をはかることにしたのです。農業では、法律の規制があり、農業を始めた人が農地を借りることが難しく、また土地を借りられたとしても機械だけで何千万円という資金が必要という問題もありました。これでは若者は二の足を踏むでしょう。

そこで、パソナが土地を借りてそこで研修を受けてもらい、残りたい人はその借りた畑をそのまま使ってもらおうと考えたのです。

兵庫県にも相談し、やっと借りられたのが淡路島の2畝の畑でした。小さな農地ですが、淡路島にはタマネギというブランド野菜もあり、わ



パソナ農援隊が淡路島にて運営する農場「チャレンジファーム」

れわれにはとてもうれしい場所でした。

### 地元とのかかわり方が重要

こうして2008年にできたのが研修農場のチャレンジファームです。チャレンジファームが淡路島の地域活性化に向けたパソナの取り組み

みの第一歩です。ここを卒業した者は50人になります。

今年2月3日、兵庫県と淡路市、洲本市、南あわじ市とパソナは、淡路島への企業移転などによる島内人口の増加や、産業・観光振興策につながる人の誘致をめざすため「淡路島パイロットヘッドクォーター協議会」を設立しました。淡路島に本社機能などの移転を検討している企業に対し移転や拠点の開設を支援します。

協議会はコロナ禍での対応や、災害時のBCP（事業継続計画）の一環として、東京一極集中からの脱却やリモートワークなど企業側の働き方の変化も見据えて設けたものです。協議会では今後、本社機能などを移転した企業の事例を紹介するセミナーなどを定期的におこなうほか、移転した企業と地元関係者との交流会などを開催します。

パソナグループの移転計画公表後、島内には自治体や企業など計約300の視察がありました。そこで協議会は関心のある企業向けに事例紹介セミナーや課題解決の勉強会を開いています。淡路島移転や淡路島における新産業の創造、雇用創出をめざします。

### 地方は大きな潜在力を持つ

さて、今後のパソナの淡路島をはじめとする農村地域における事業展開をお話します。

現在、日本は経済的・物質的な豊かさに価値を見出す社会から、自然と調和し、心身の健康・心の豊かさに価値を見出す社会へとシフトしつつあります。

そこで今後は「農業・食・観光」と「健康」を密接に結びつけた農業振興と地域活性化に取り組みます。

農村の豊かさは人々を健康にすることができ力を持っていると考えています。

また、淡路島を含めパソナが地域活性化に取り組んできたなかで感じたことは、1次、2次、3次の各産業がそれぞれで動いていては地域の活性化につながりにくいということです。そこで各産業の連携を図ることで6次産業化を深化させます。そうすることで地域の持続的な経済発展につながり雇用の創出もできると確信しています。

例えば、今年からスタートしている『ウェルネス・ファーム・クラブ』は、全国の農業者と連携した企業向けの取り組みです。具体的には、農業を通じて社員の生活改善を推進するヘルスケアサービスで、提携する全国の農家・農業法人での収穫体験、畑でのヨガ、食育型バーベキューなどや、淡路島のチャレンジファームで自然・有機農法などを学びながら健康に関する知識を蓄積してもらいます。また、会員企業向けに淡路島の新鮮なタマネギなど野菜や加工品を特別価格で販売する出張マルシェも実施します。

最後に繰り返しになりますが、アフターコロナを考えたとき、テレワークが定着すれば地方移転にも弾みがつく可能性があると思います。地方に企業や個人が流れることで、幅広い産業構造が生まれます。

地方移転の先駆者として淡路島で成功事例をつくっていきます。

# 寿司が熱い！ バンコク日本食事情

今年3月31日、日本の大手回転寿司チェーンが、バンコク中心部のショッピングモールにタイ1号店をオープンさせました。日系ではカウンター席の個店が主流のタイにおいて画期的な出来事です。店は日本の通常型店舗の座席数196席に対し、350席と大規模のつくりで、オープン初日は1012人のお客が来店。その後も行列が続きました。

タイでは寿司のすそ野が広がり、タイ人の日常食に根付きつつあるといっても過言ではありません。

ジェトロの調査では、2020年10月現在、タイ国内の日本食レストラン数は4094店舗で、そのなかで寿司店は1038店舗と約4分の1を占めています。

寿司は成形したシャリにネタを載せるだけのため調理が簡単で開業しやすい業種との意見を持つタイ人経営者もいます。地場の寿司チェーンがフランチャイズ展開により店舗を拡大、またバンコクの寿司店で修業したタイ人の料理人が地方で開業するといった動きも見られます。

大手コンビニチェーンでは、玉子やカニカマ、とびこなどの寿司が、またナイトマーケットの屋台でもコンビニと同様の寿司が1貫15円ほどで販売されています。

寿司から食の流行も生まれました。芸能人やインフルエンサーによる日系高級寿司店の「おまかせ

コース」を堪能する様子がSNSに投稿されたのをきっかけに「おまかせ」という日本語が注目を集め、いまでは肉料理など他のカテゴリーでも「おまかせ」メニューを扱う店が増えています。

さて、タイ国における寿司ネタの多くは輸入物です。一番人気はサーモンで、ノルウェー産が大半。マグロやハマチ、鯛などは日本から輸入されています。

アジの仲間やイカ、シヤコなどはタイ近海でとれたものです。また鯛に代わる白身魚のネタとして、養殖のイズミダイ（ティラピア）をおいている店が多いです。

タイ独自のネタはあまりないようですが、カニカマやワカメ（荻ワカメ）は日本では珍しいかもしれません。

シャリに使う米ですが、現地系チェーンではタイ産日本米（あきたこまち、ササニシキなど）が使用されています。日本産米は、一部の高級店や個店で使われています。

5月14日現在、バンコクを含むコロナ感染者の多い都県ではレストランなどでの店内飲食は不可、持ち帰り（デリバリー含む）のみ21時まで営業可、といった措置が適用されています。寿司では、現地系チェーンを中心にデリバリープラットフォームのスタッフによるデリバリーに対応しています。日系の寿司店はデリバリー対応をしていない、または自社スタッフが配送をしているといった店が多いようです。

飲食関係者には厳しい時期が続きますが、食はコロナ禍にあっても楽しみの一つです。寿司はタイ人にとっても、われわれ日本人駐在者にとっても、心躍る食べ物となっています。



タイ北部スコータイ県のナイトマーケットの屋台寿司 (2020年9月5日撮影)



バンコク中心部の商業施設エムクオーティエ前。デリバリープラットフォームが発達している (2021年5月8日撮影)

## 丸山 淳也

MARUYAMA Junya

### プロフィール

1988年長野県生まれ。2012年日本政策金融公庫農林水産事業入庫。19年10月から日本貿易振興機構（ジェトロ）のバンコク事務所に出向。日本産農林水産物・食品の輸出支援に関する業務を担当している。



Report on research

# コロナ後の課題は 需要の変化に対応した 商品開発と人員確保

—食品産業動向調査(2021年1月調査)—

新型コロナウイルスの影響が続く2021年1月に実施した、食品産業動向調査の結果について紹介します。

この調査は食品関係企業の景況動向等を調査するもので、全国の約7000社の企業を対象に1997年から年2回実施しています。今回は、2020年下半年(20

21年1月1日時点)の景況動向、食品産業における新型コロナウイルス感染症拡大の影響、そして輸出の取組状況と課題について調査を実施しました。

## 新型コロナウイルスの影響

### 業種問わず衛生対策強化

新型コロナウイルス感染症拡大による売上高への影響については、全業種で「マイナスの影響がある」とする割合は低下しましたが、依然として飲食業の88.9%、製造業の68.4%、卸売業の68.3%が「マイナスの影響がある」とする回答

になりました<sup>図1</sup>。小売業では58.5%が「プラスの影響がでている」と回答し、前回調査から2.1ポイント上昇しました。製造業を売上規模別に見ると、前回調査同様に、売上規模が小さいほど「マイナスの影響がある」と

する回答割合が高くなっています。新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて重点的に実施した取り組みについて聞いたところ、すべての業種で「衛生対策に配慮した施設設備、管理面の強化」が最も高くなりました<sup>図2</sup>。飲食業においては「販路多様化」(51.9%)、「資金繰りの安定」(49.4%)、「雇用維持対策」(45.5%)の回答が4割を超えたことが特徴です。

製造業を売上規模別に見ると、売上規模が大きいほど「衛生対策に配慮した施設設備、管理面の強化」の回答割合が高くなる傾向にあります。また、売上規模が小さいほど「資金繰りの安定」の回答割合が高くなっています。

新型コロナウイルス感染症拡大以降、商品開発のコンセプトとして何を重視したか聞いたところ、製造業と卸売業では「付加価値(新機能、高い訴求力)」、小売業では「品質」、飲食業では「経済性(値頃感、コストパフォーマンス)」を重視するという回答割合が最も高くなりました<sup>図3</sup>。

原材料・商材の産地に変更があったか聞いたところ、すべての業種で「産地は変えていない」という回答が最も多くなり、「国産を増やした」という回答は小売業のみ2

割を超えました。

テイクアウトやデリバリーを含む「消費者向けインターネット販売」に取り組んだか聞いたところ、消費者向けインターネット販売に取り組んでいるとする回答割合は飲食業(65.1%)で最も多く、製造業(63.5%)、小売業(56.1%)、卸売業(43.8%)と続きました<sup>図4</sup>。

今後の経営発展に向けて取り組みたい課題は、業種を問わず、「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」「人員確保、育成対策」の回答割合が高くなっています<sup>図5</sup>。製造業においては、「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」(50.5%)が最も高く、「人員確保、育成対策」(34.3%)、「販路多様化」(33.3%)と続きました。今後の経営発展に向けて取り組みたい課題について、各業種ごとに回答数が多かった3つの課題を前回調査と比較すると、すべての業種において「人員確保、育成対策」の割合が高くなりました。食品産業は労働集約型産業といわれ、コロナ以前から労働力不足の傾向がありました。「人員確保、育成対策」を課題とする割合が高まったという今回の結果から、構造的な人手不足問題に改めて意識が向いていることが考えられます。

## 新型コロナウイルス感染症拡大による影響について

図1 売上高への影響について(業種別)

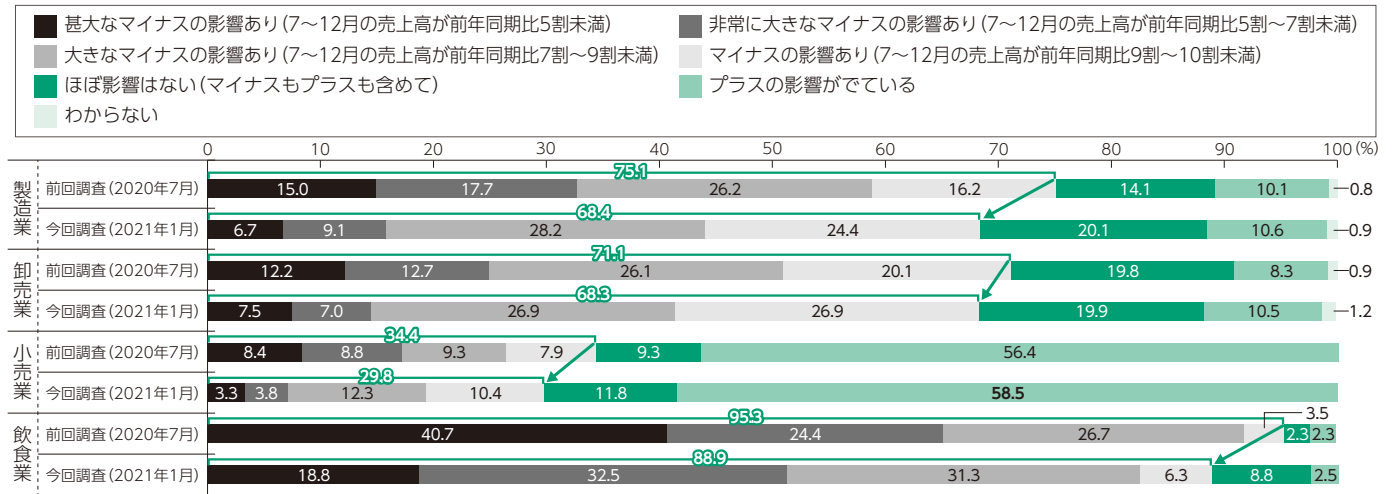


図2 重点的に実行した取り組みについて(業種別/3つまでの複数回答)

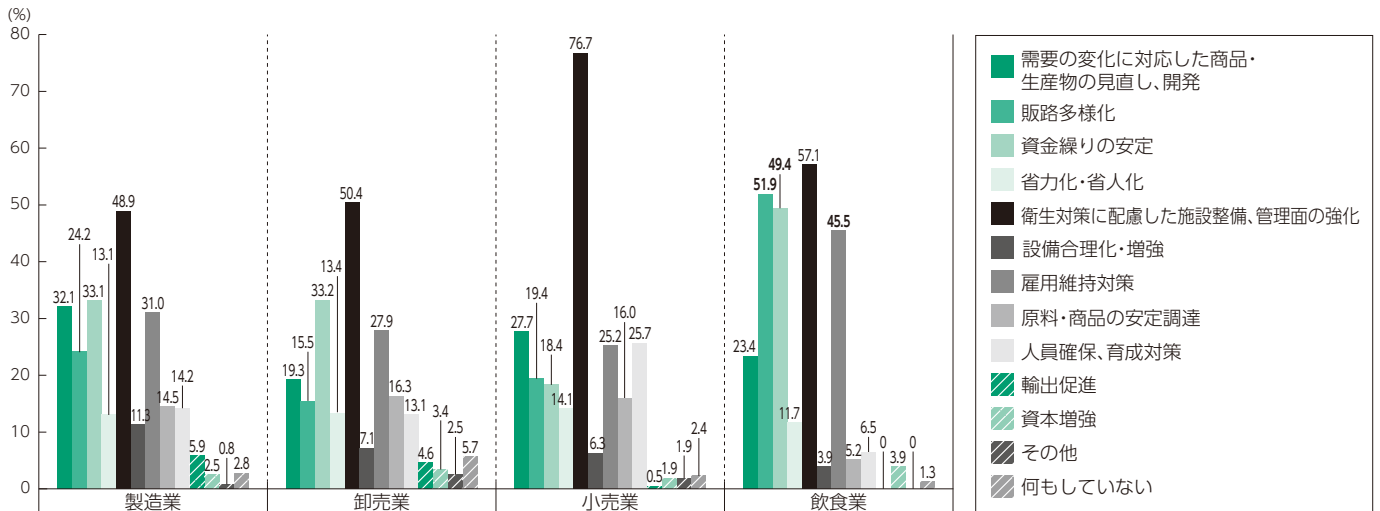


図3 重視した商品開発コンセプトについて(図2で「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」を選択した回答者に聞いたもの)

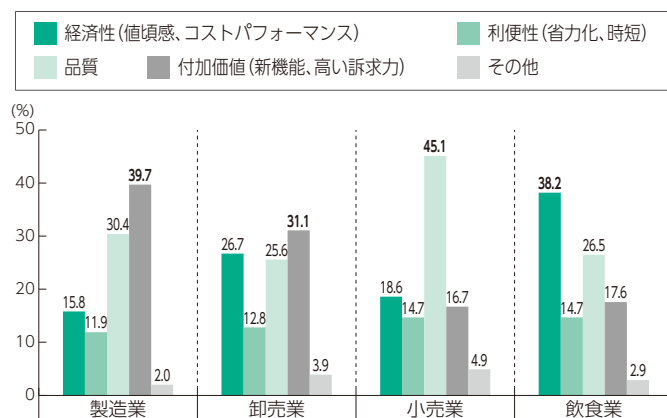


図4 消費者向けインターネット販売の取組みについて(図2で「販路多様化」を選択した回答者に聞いたもの)

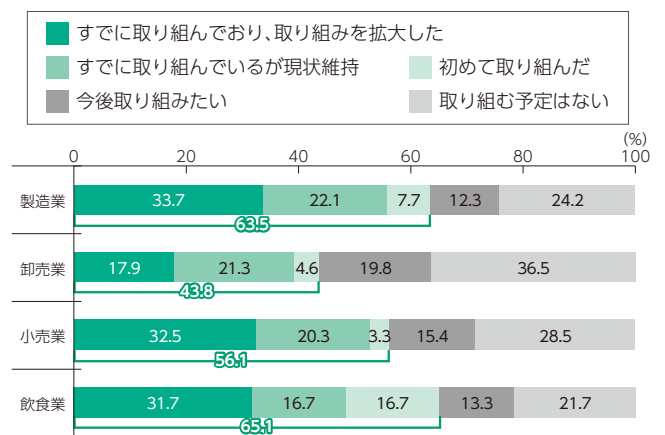
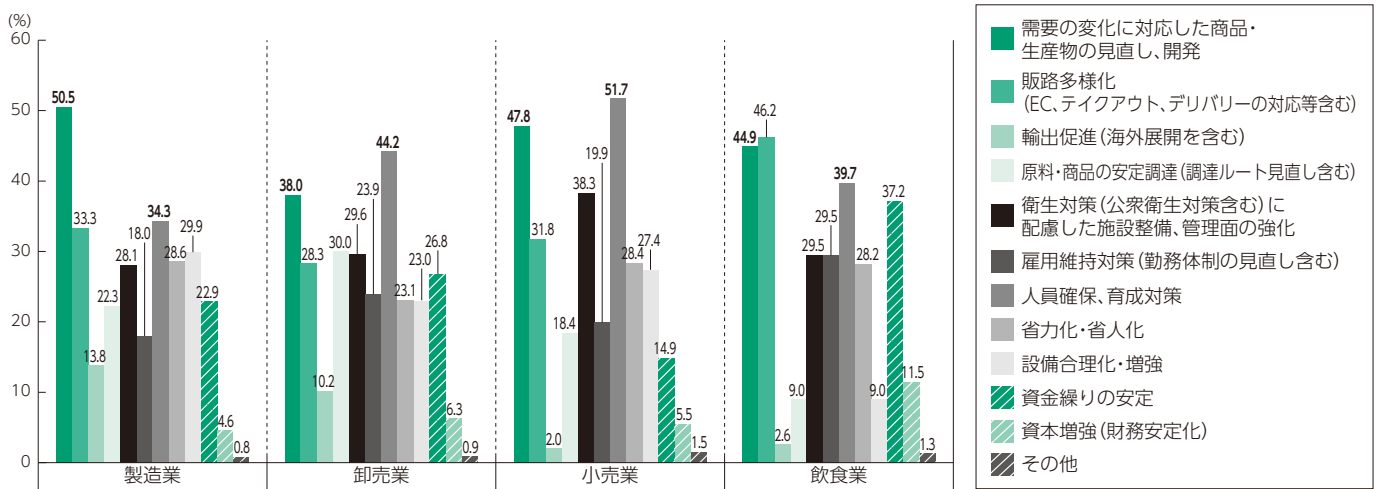


図5 今後の経営発展に向け取り組みたい課題について(業種別/3つまでの複数回答)



### 輸出の取り組み・食品産業の景況について

図6 輸出の取り組みについて(製造業/品目別)

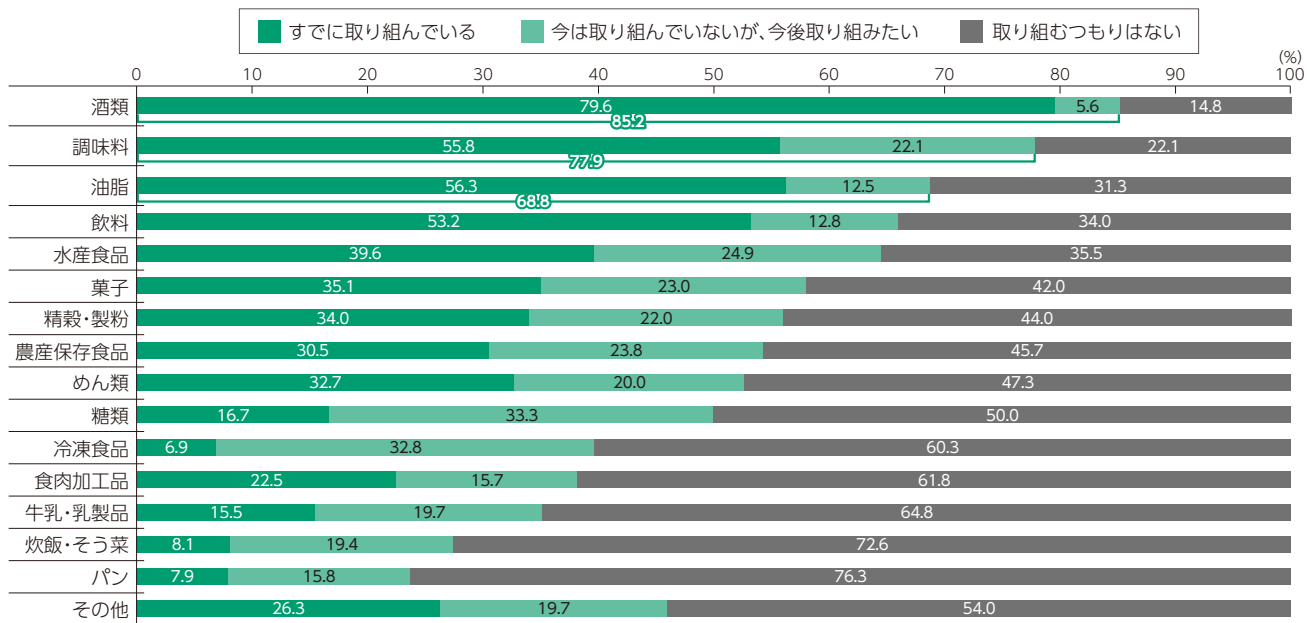


図7 食品産業の景況DI

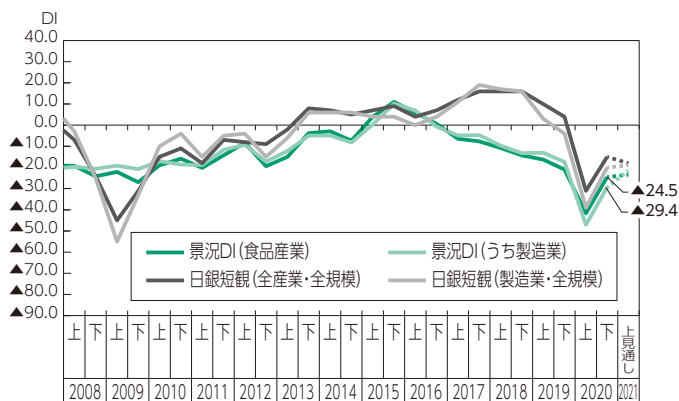
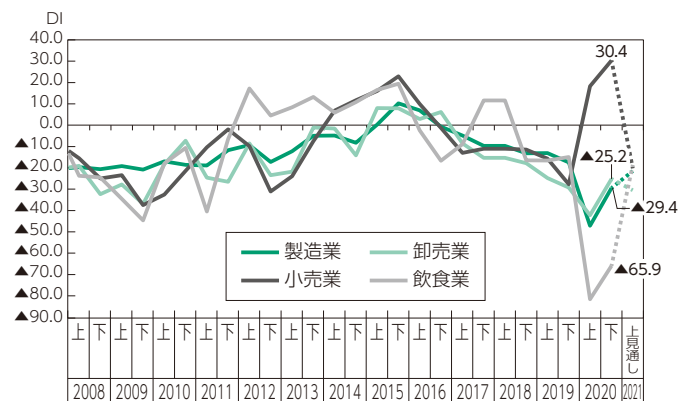


図8 食品産業業種別景況DI





# 輸出の取り組み状況と課題

## 海外展開後の販路開拓が課題

食品産業における輸出（輸出向け製品の製造や海外への店舗展開を含む）の取り組み状況について聞いたところ、「すでに取り組んでいる」とこの回答は製造業で36・7%となり、「今後取り組みたい」との回答と合わせると、その割合は56・4%でした。その他の業種の「すでに取り組んでいる」または「今後取り組みたい」との回答割合は、卸売業で39・7%、飲食業で23・4%、小売業で12・7%となっています。

地域別の輸出の取り組み状況は、「すでに取り組んでいる」または「今後取り組みたい」との回答割合が九州（55・1%）で最も高く、次いで北海道（51・8%）、近畿（50・0%）の順となりました。

これらの地域では水産加工や日本酒を含む酒類など、輸出に積極的に取り組む傾向のある食材を扱う回答者が多く、それらが回答割合を押し上げているものと考えられます。

食品製造業における製造品目別

の輸出の取り組み状況は、「すでに取り組んでいる」または「今後取り組みたい」との回答割合が酒類（85・2%）で最も高く、調味料（77・9%）、油脂（68・8%）と続きました。

すでに輸出に取り組んでいる食品製造業者では、課題として「販路開拓」（68・0%）を挙げる割合が最も高く、次いで「輸出・海外展開を任せられる人材の不足」（41・6%）「現地の法律や商習慣情報の不足」「価格競争力」（ともに28・9%）となりました。

さらに、「すでに取り組んでいる」との回答数が多かった製造品目（水産食品、調味料、菓子、酒類）における課題を見ると、品目を問わず「販路開拓」「輸出・海外展開を任せられる人材の不足」の割合が高くなっています。

また、菓子では「現地の法律や商習慣情報の不足」、酒類では「現地のビジネスパートナーが見つからない」が相対的に高い傾向にあります。

## 持ち直すも依然厳しい状況

令和2年下半期の食品産業の景況DIは令和2年上半期から17・1ポイント上昇し、▲24・5となりました。

令和3年上半期の見通しは、令和2年下半期から1・1ポイント上昇し▲23・4となり、総じて持ち直しの動きがみられますが、過去の水準からみるとまだ低位であり、依然として厳しい状況がうかがえます。

業種別の景況DIは、製造業、卸売業、飲食業で引き続きマイナス値となりましたが、いずれの業種も上昇の動きとなりマイナス幅は縮小しました。

前回調査でプラス値に転換した小売業は、さらに12・1ポイント上昇し、30・4となりました。令和3年上半期の業種別の見通しは、令和2年上半期から上昇傾向にあった小売業で50・6ポイント低下し▲20・2となった一方で、令和2年上半期から大幅なマイナス値となっている飲食業は、47・3ポイント上昇し▲18・6でした。

地域別の景況DIは、全国的に

# 景況DI

マイナス値となりましたが、すべての地域で上昇が確認されました。地域別では、北海道（+25・9ポイント）、近畿（+21・3ポイント）、中国（+19・9ポイント）の順に上昇幅が大きくなりました。令和3年上半期の見通しは、北関東、近畿、九州などの地域でマイナス幅が縮小するものの、すべての地域で▲20・0を超えるマイナス値となっています。



（情報企画部 坂本翠）

### 【調査概要】

- 調査時点：2021年1月1日
- 調査方法：調査票による郵送アンケート
- 調査対象：公庫の融資先を含む全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業） 6709社
- 有効回収数：2451社（回収率36・5%）  
うち、食品製造業1588社、食品卸売業573社、食品小売業210社、飲食業80社

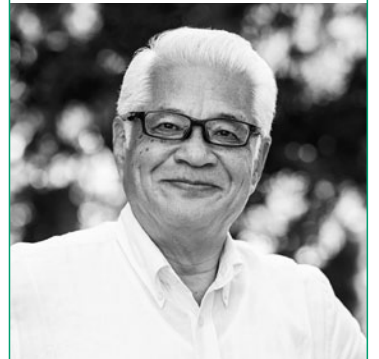
※1：▲はマイナスを示します。

※2：DI（Diffusion Index）＝動向指数は、前年同期と比較して「増加する（良くなる）」と回答した割合から「減少する（悪くなる）」と回答した割合を差し引いた数値です。

景況DIは、売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIを単純平均した値です。

一般社団法人離島振興地方創生協会  
理事長

# 千野 和利



● せんのかずとし ●  
1948年大阪府生まれ。72年株式会社阪急百貨店入社、経営企画を軸に勤務、常務取締役を経て、2001年株式会社阪急オアシス（06年より株式会社阪急）代表取締役社長に就任。14年同社会長に就任。19年、70歳を契機に退任。20年より現職。14年第47回食品産業功労賞、20年藍綬褒章受賞。

## 古

希を迎えた年、予想もしない方向に第二の人生が走り始めました。それが離島振興・地方創生という、とてつもなく厄介な代物でありながら、いったん手を付けると何とか形にしたいなと思わずにはられない事業でした。

1972年阪急百貨店に入社し、さまざまなキャリアを経験して30年ほどで卒業。その後、同グループの食品スーパー事業で17年という長きにわたる社長業を終え、結果として47年近く小売業人生を過ごしてきました。

2020年、長崎県知事の中村法道氏から要請を受けて県のシニアアドバイザーに就任し、生まれて初めて対馬・壱岐・五島列島を巡りました。離島という厳しい条件のもと、100年を超える社業を親子三代で引き継ぎ日本の食文化を脈々と伝承し続ける人々との触れ合いなど、これまでの人生で経験したことのない体験をしました。

コロナ禍という世界レベルでの出来事で、日本の

経済や人々の生活様式、働き方も含めた価値観が大きく変わろうとしております。同時に、長期的に見れば、少子高齢化による人口減少がじわじわと日本全体の体力をむしばみつつあることも忘れてはなりません。

現在の日本の総人口は約1億2580万人、北海道・本州・四国・九州・沖縄と橋でつながらない島々の総人口は約60万人です。200人に一人が離島に暮らしています。私が初めて対馬を訪れ、日本海と東シナ海に広がる島を見たとき、わが国は島嶼国家であると改めて認識させられました。国境を形成するそれら6800ほどの島々が、人口減少により急速に縮みつつあるとも感じました。急激に減り続ける島民人口と拡大する耕作放棄地。農産物の生産量が減り始め、島の食品産業も赤いシグナルを出し続け、悲鳴を上げているように感じます。

国境を形成し、国境を守るという重要な任務を負う離島。こんな離島に生を受けた人々が、学業を終

えたり勤め上げたりした後、離島にUターンして第二の人生を送るには、生計を立てるための経済的基盤の確立が不可欠です。そのためには食品産業の活性化が急務であり、農水産業の基盤整備とともに、商品に付加価値を付けるための島内加工の整備も必要となります。発想を切り替え、いかに売るかではなく、いまの時代どんなものが消費者に生まれ必要とされるのかというマーケットインの発想でものづくりをしないと、商品がスムーズに流れることはなかなか難しいとされます。

（一）のようなことは一人でやるよりも、組織的かつ長期的な視点に立ち、食品業界を中心にしたさまざまな産業の経営者層、官僚、学識経験者の方々と一緒に進めていくことが肝要との結論に至りました。

いま離島で起こりつつあることは、地方で何年かのちに経験するであろう縮図です。その意味で2020年に「離島振興」「地方創生」の協会を立ち上げました。食品産業の活性化からスタートした活動ですが、現在は三本の柱を軸にして展開しています。

一つ目の柱は生産から消費に至るバリューチェ

ーンの構築、二つ目は生産性を上げGAP認証を有する農産物の生産基盤の整備、三つ目は情報環境や再生エネルギーなど、スーパーシティ構想を見据えた離島で生活するための環境整備です。当協会は1社が100歩進めるのではなく、140社を超える会員企業や団体が、それぞれの知見やネットワーク、技術を駆使し一歩ずつ進めていきたいと思っています。

初年度はコロナ禍にもかかわらず、当初の目標を達成できました。会員諸氏、生産者、長崎県行政の方々、そして少ない人員で頑張り続けている協会スタッフのお陰であり、感謝の念に堪えません。協力の輪も広がっています。2021年度は長崎県と十八親和銀行からも出向者を迎えました。また、「地方生産者と都市部小売事業者との共生」をコンセプトとした展示商談会が、日本食糧新聞社との共催で計画され、着実に前に進んでいると感じています。

離島振興・地方創生は、難しく答えの出にくいものですが、長丁場の仕事として続けていくことが何より大切だと思います。人生100年時代といわれて久しい。余生をいかに過ごすかを考えながら、明日からも五島の旅を楽しみたいと考えています。

F

## 離島振興・地方創生に猶予はない 食品産業を中心に組織的、長期的に

# 俳句が 告げる季節

## 寝がへりて昼寝深みにとどまりぬ

夏休みに祖父母の家になると、不思議なくらい、すぐに眠たくなった。畳の上で寝転がってしまおうと、だんだんと生返事になる。皆の話し声と蝉の声が、遠ざかっていく。ガラスに屈折する日差しが揺れ、促されるように目を閉じる。安心そのものにくるまれて、短く深く眠った頃。



東京都内とある農園の昼下がり

## 俳人 大高 翔

おおたか しょう  
徳島県阿南市生まれ。13歳より作句。藍花(あいばな)副主宰、俳人協会幹事。第四句集『帰帆』にて第一回俳句大学大賞。

### 【季語】昼寝(季=7月)

午睡、三尺寝、昼寝覚、昼寝人、ともいう。夏は昼間の農作業が過酷であり、また夜も深く眠りづらいことから、昼の仮眠により体調を回復させた。三尺寝とは、作業の合間に狭い作業場で午睡したことから、あるいは、日影が三尺動く間だけ許される昼寝だったことから、といわれている。三尺は91センチメートル程度。昼寝覚には、朝とは違った少し儂いような気分をともなう。昼寝人は昼寝している人をさし、それを眺める立場で使う語。別に、晩夏の季語として「外寝」がある。昼でも夜でも、屋内の蒸し暑さを避けて、縁台やごごの上など、外で涼をとりながら寝ることをいう。

参考文献：『日本大歳時記』（講談社）、『虚子編 季寄せ』（三省堂）

## 育種をスマートに

国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構  
作物研究部門 スマート育種基盤研究領域 育種ビッグデータ整備利用グループ長

## 米丸 淳一

マ スカットとしてよく知られている「マスカット・オブ・アレキサンドリア」は、紀元前より育成されている非常に古いブドウ品種です。このマスカット・オブ・アレキサンダリアのように、「おいしくたくさん取れる」作物を求めて、品種改良(育種)が古くからおこなわれてきました。育種とは、さまざまな働きを持つ有用な遺伝子を選び、それらを組み合わせる作業ですが、今もその作業の多くは、育種をおこなう育種家の経験と勘により進められています。

しかし近年では、環境問題や社会の変化に迅速に対応する育種が求められています。具体的な例を挙げてもみましょう。年々加速化している地球温暖化は、作物に対して高温被害を与えるだけでなく、さまざまな気候変動により病虫害などの新たな問題も引き起こします。また、健康志向の高まりや巣ごもり需要のような社会変化は、食のニーズにも影響を与えています。

これらの問題と変化に迅速に対応するためには、経験と勘に頼る従来の方法だけではなく、育種を効率化し、品種育成を加速化させる必要があります。

そこで現在、育種の効率化に向けて「育種をスマートに」するために、育種に関する多量のデータを整備し、最新技術と組み合わせる研究が進められています。育種データには、ゲノムを含む遺伝子型、病害虫および環境の変化に対する頑健性や収穫物の量・質といった形質に関わる表現型など、さまざまな内容が含

まれます。

しかし、過去に得られた育種データには、組織ごとに形式がバラバラでデジタル化されていないものも多数あります。それらを統一して形式を揃え、デジタル化する作業は極めて大変ですが、一元利用が可能なビッグデータにすることで、人工知能を用いた新たな育種が期待されます。また、過去に得られたデータを活用するだけではなく、新たな育種データを迅速かつ大量に得るために、さまざまな環境を高精度に再現できる人工気象器や、今までに利用されていない新たな形質データを取得するためのセンシング技術開発も進んでいます。

「温故知新」とは「かきをなを温めて新しきを知る」、「つまり、「古くから伝わる事柄をあらためて調べたり考えたりして、新たな道理や知識を見出す」ということですが、育種をスマートにするためには、まさにこのような「温故知新」の取り組みが鍵となっています。



環境を高精度に再現する新型人工気象器  
(2連式)

## Profile

よねまる じゅんいち  
1968年愛知県生まれ。名古屋大学大学院農学研究科博士課程前期(修士課程)修了後、農林水産省入省。東北農業試験場、農業生物資源研究所などを経て、2021年4月より現職。専門は、作物遺伝と育種法。博士(農学)。

『上野長一といろいろ米のものがたり』

水谷正一 著 しもつけの心出版



2020年3月発行・1,320円

農学者が百姓に学ぶ時代へ

宇根豊（百姓・思想家）

大学を退官した教授が百姓のところに弟子入りする、という話はめったにあるものではない。農学者は百姓を指導する側の人間だからである。では百姓から何を学ぼうとするのか。一言で言うなら、農の感覚である。「農の原理」と言ってもいい。

上野さんの「いろいろ米」は、約600品種が混ざっているという。私も毎年25品種を栽培しているが、そんなものじゃない。脱帽するのは、栽培品種の数ではない。それをちゃんと流通させていることだ。検査等級や規格、食味値を完璧に乗り越えている。

上野さんは「自然農」であるが、耕すことも容認し、あくまでも上野流の自然農である。目標は「草や虫を敵にしない稲作」であり、8畝の田んぼの草と虫との関係こそが、農法の芯となっている。

著者の水谷先生自身も新しい農業土木の世界を切り開いた高名な学者でもあるのに、自分のことは表に出さず、ひたすら上野さんの百姓仕事を紹介する。この姿勢に、先生の人柄が表れていて、嬉しくなる。たしかにこうでなければ「弟子入り」とは言わないわけだ。この先生にも脱帽する。

この本の3分の1は、上野さんが毎月米と一緒に届けている自筆の「お便り」から、引用している。百姓の生の声が実にいい。私は一枚一枚の田んぼの顔を紹介している文にしびれた。たぶん上野さんは雑木林に囲まれた一番クセのある田んぼが好きなのだと思う。だから栽培しにくい「いろいろ米」は、ここに植えている。

それにしてもなぜ、上野さんは毎年毎年いろいろな農法のチャレンジをするのか。その答えがふるっている。「田んぼの顔をさらによく知るため」というのだから。決して、収量を上げるため、仕事の効率を上げるため、ではないのだ。

このことは、現代の農学にとっても大切な疑問を突きつけ、その解決策をも示している。百姓の人生とはそういうものだからだ。人間のためだけに、田んぼや稲や生きものたちは生きていくのではない。受け身に徹しないと見えない世界がある。人間からしか見ることができない農学の限界に、著者は気づいている。上野さんの農業は、稲に限らず、実に多彩な生きものとのつきあいに根ざしている。つくづく農業とは、まなざしの向け方次第なんだ、と得心した。

読まれています 三省堂書店農林水産省売店における農林水産関連書籍 売り上げ上位10冊 (2021年5月1日～5月31日)

タイトル	著者	出版社	税込価格
1 ポケット 肥料要覧 2019/2020	農林統計協会／編	農林統計協会	2,860円
2 農林水産省職員直伝「食材」のトリセツ	農林水産省／協力	マガジンハウス	1,430円
3 農村政策の変貌 その軌跡と新たな構想	小田切 徳美／著	農山漁村文化協会	2,640円
4 食品産業の未来 ネスレの挑戦	ピーター・ブラベック・レッツマツ／著	日本経済新聞出版	2,750円
5 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	日本経済新聞出版	2,200円
6 農林水産六法 令和3年版	農林水産法令研究会／編	学陽書房	17,600円
7 日本の農林水産業が世界を変える	本田 浩次／著	飛鳥新社	1,650円
8 地図とデータで見る農業の世界ハンドブック	ジャン＝ポール・シャルヴェ／著	原書房	3,080円
9 森林保護学の基礎（農学基礎シリーズ）	小池 孝良、中村 誠宏、宮本 敏澄／編著	農山漁村文化協会	4,620円
10 週刊ダイヤモンド2021年3月20日号 儲かる農業2021	週刊ダイヤモンド	ダイヤモンド社	730円