

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

1

2022

特集 みどり戦略、本格始動へ



AFC Forum 1

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers 2022

特集

みどり戦略、本格始動へ

3 有機農業を推進し持続可能性を高める

佐藤 夏人／農林水産省 農業環境対策課長

耕地面積に占める有機農業の比率を、2050年までに25%にする目標を掲げた農林水産省。目標達成への戦略や問題意識などを解説してもらった

7 有機農業拡大に欠かせない地域の視点

小口 広太／千葉商科大学 准教授

有機農業の取り組み面積を大きく拡大するために必要な「地域政策」とは。愛媛県で有機農業に挑戦し続けている「無茶々園」モデルを追った

特別企画・輸出座談会

11 令和農業の視点 グローバル市場を切り拓く

輸出を軌道に乗せるまでの歩みを追う。シリーズ第2弾となる今回は、海外市場を開拓してきた先駆者が軌跡とともにコロナ禍での取り組みを語る

巻頭言

観天望気

2 有機農業は「農の原理」

宇根 豊／百姓・思想家

連載

農と食の邂逅

19 新谷 梨恵子／農プロデュース リッツ (新潟県)

大好きなサツマイモを軸に、農村にはさまざまな仕事があることを見いだしてきた。肩ひじ張らず柔軟、しかし、果敢に農業の可能性に挑みつづけている

変革は人にあり

27 鮫田 晋／いすみ市役所農林課 (千葉県)

有機農家ゼロだった地域で、市内の学校給食に有機米を提供するまで有機栽培の輪が拡大。仕掛人は趣味のサーフィンのため町役場に転職した若き職員だ



撮影：伊東 剛

北海道美瑛町
2009年初春

空と大地をつなぐ
太陽柱(サンビラー)

■銀世界の大地に昇る朝日。光は空と大地をつなぐ
帯の色:金色

オピニオン・レポート

主張・多論百出

自然と正直に付き合うと面白い

有機農業は気ままな暮らし

長田 直己／おさだ農園 17

調査レポート

健康志向が2半期連続上昇

食品ロス削減意識高まる

消費者動向調査(2021年7月調査)..... 23

フォーラムエッセイ

タマネギがわからない

滝沢 沙織／女優..... 30

地域再生への助走

休耕田で米づくりの実践型食育活動

SDGsのグリーンリーダーを育成

イナナン 忍／NPO法人Peace & Nature (兵庫県神戸市) ... 31

俳句が告げる季節

寒昂(季・冬)

大高 翔／俳人 34

耳よりな話

産地気候に合わせた品種選び

石川 哲也／農業・食品産業技術総合研究機構 ... 35

書評

『稼げる農業経営のススメ 地方創生としての農政のしくみと未来』

村田 泰夫／ジャーナリスト 36

インフォメーション

みんなの広場・編集後記 37

第15回アグリフードEXPO東京 38

次号予告

特集は、「持続可能な林業への挑戦—2050年カーボンニュートラル貢献—」を予定。森林はCO₂を直接吸収し減少させる数少ない資源です。森林や林業がカーボンニュートラルの実現に貢献し続けるためには、着実な間伐に加えて、「伐って、使って、植える」という資源の循環利用による人工林の再生林を図るとともに、木材利用を拡大することが必須です。そこで、資源の循環利用に向けた行政の施策、再生林の先端事例を紹介します。

*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

有機農業は「農の原理」

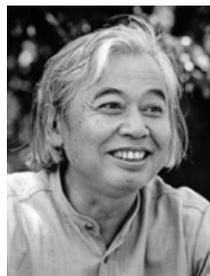
農林水産省の「みどりの食料システム戦略」では2050年までに有機農業を全耕地面積の25%（100万^{ヘクタール}）に増やすという。とてもいいことだ。未来の構想は大いに語ろう。しかし、なぜ有機農業をめざすべきなのか、その本質には踏みこんでいない。「環境負荷が少ない」「持続可能性が高い」と言うばかりで、「これが農業のあるべき姿である」という根拠を表現していない。実現方策も、スマート農業などの「技術革新」に下駄^{げだ}を預けている。

「農とは、こういうものなのだ」という原理・本質を示して、「なるほど、気候変動対策であろうとなかろうと、そういう農業をめざすべきですね」という国民の価値観に訴えたいものだ。

私は「有機農業」とは、「天地自然を傷つけない百姓の生き方」だと思う。もちろんその天地自然には、百姓自身も、土も、風景も含まれる。もちろん作物だけでなく、ただの虫・ただの草などの田畑とそのまわりのすべての生きものも含む。傷つけてはならないのは、天地自然への感謝の気持ちや、生きものへの情愛、さらには生きもの同士の感覚、そして「いのち」の引き継ぎを、天地自然の力を借りておこなうこと、などである。

百姓ほど生きものを殺す仕事はない。耕せば、草は死ぬ。水を干せば、水の中の生きものは死ぬ。収穫すれば作物を食べていた虫は死ぬ。そもそも農とは、百姓が育てた生きものを食べるために殺している。こんなに生きものを殺しているのに、百姓が悩まなくていいのはなぜだろうか。生きものが「かえって」来てくれるからである。「また会える」からである。じつは「持続可能」とは、このことである。「環境負荷」とは、この「いのち」の軽視が真因である。

生きものの「いのち」がちゃんとかえってくるような仕事と技術を身につけたい。天地有情の世界に満ち満ちている「いのち」を、百姓が責任を持って引き継ぐ。だからこそ食事も含めて、人間は夥^{おびただ}しい「殺生」を克服してきたのではなかったのか。



宇根 豊
百姓・思想家

うね ゆたか

1950年生まれ。78年福岡県の農業改良普及員時代に虫見板を使った減農薬稲作を提唱。89年に就農。農と自然の研究所代表。農学博士。著書に「うねゆたかの田んぼの絵本」（全5巻）『百姓学宣言』『愛国心と愛郷心』（以上、農山漁村文化協会）、『日本人にとって自然とはなにか』（筑摩書房）などがある。

有機農業を推進し持続可能性を高める

農林水産省は「みどりの食料システム戦略」で、2050年までに有機農業の取組面積を全耕地面積の25%、100万^{ヘクタール}にする目標を掲げた。野心的な目標をどのように実現するのか。先進的なモデルである「オーガニックビレッジ」の創設など、その道筋を政策担当者が示す。

有機農業の面積を100万^{ヘクタール}に

農業生産活動は、自然界における生物を介する物質の循環に依存しており、循環を促進する自然循環機能を持っています。

食料・農業・農村基本法では、「農業については、食料その他の農産物の供給の機能及び多面的機能の重要性にかんがみ、(中略)農業の自然循環機能が維持増進されることにより、その持続的な発展が図られなければならない。」(同法4条)とされています。

また、「国は、農業の自然循環機能の維持増進を図るため、農薬及び肥料の適正な使用の確保、家畜排せつ物等の有効利用による地力の増進その他必要な施策を講ずるものとする。」(同法32条)とされています。

農林水産省ではこれまで、化学農薬および化学肥料の適正使用の基準などを定めるとともに、地力の増進を図り化学農薬や化学肥料の使用量を低減していく取組を進めることで、農業生産に伴う環境負荷を軽減し、農業の自然循環機能の維持増進を図り、農業の持続的な発展を推進してきました。

特に有機農業については、農業の自然循環機能を大きく増進し、農業生産に由来する環境への負荷を低減するものとされています。また、近年、有機農業が生物多様性の保全や地球温暖化防止などに高い効果を示すことが明らかになっており、その取組拡大は農業施策全体および農村におけるSDGs(持続可能な開発目標)の達成に貢献するものと考えられます。

近年、有機農法で生産される農産物やその加



農林水産省 農業環境対策課長

佐藤 夏人 SATO Natsuto

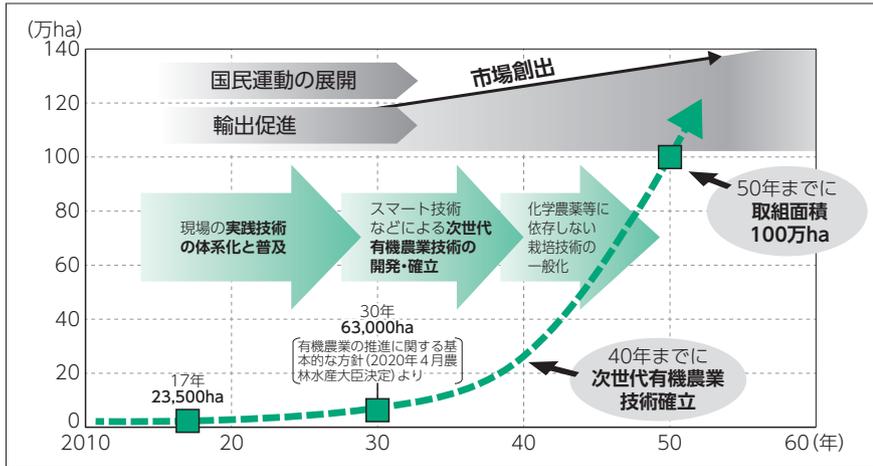
さとう なつと
1967年千葉県生まれ。東京大学大学院農学系研究科修士。93年農林水産省入省。政策統括官付穀物課米麦流通加工対策室長、宮城県農政部長など歴任。2021年7月より農産局農産政策部農業環境対策課長。

工品の国内外の市場が拡大しており、国産の有機農産物を安定的に供給することは、需要に不可欠となっています。

こうした中で、2020年3月に閣議決定された食料・農業・農村基本計画では、環境政策の推進の講ずべき施策の一つとして有機農業の推進が位置づけられ、同年4月、農林水産省は「有機農業の推進に関する基本的な方針」を改訂し、10年後である30年の国内外の有機食品に対する需要拡大を見通し、生産および消費の目標として、有機農業の取組面積を6万3000^{ヘクタール}まで拡大すること、週1回以上有機食品を利用する消費者の割合を25%まで高めることなどの目標を設定しました。

さらに、21年5月、食料・農林水産業の生産性

図1 2050年、取組面積100万haへ



資料：農林水産省

の向上と持続性の両立をイノベーションで実現するため、中長期的な観点から戦略的に取り組む政策方針として、農林水産省は「みどりの食料システム戦略」を策定しました。温室効果ガスの排出削減、化学農薬・化学肥料の低減、有機農業の面積拡大などについて、KPI（重要行政評価指標）を定めました。

このうち有機農業については、40年までに、主要な品目について農業者の多くが取り組むことができるよう、「次世代有機農業に関する技術」

の確立を進めることとしています。そして、50年までに、オーガニック市場を拡大しつつ、耕地面積に占める有機農業の取組面積を全体の25%、100万haに拡大することをめざしています(図1)。

有機農業拡大に向けた取り組み

世界全体を見ると2009年から18年までの10年間で、有機農産物の市場規模が倍増すると同時に、有機農業に取り組む面積も倍増しています。特に、永年牧草地での拡大が顕著です。また、欧米諸国向けを中心に、日本からの有機食品の輸出量も年々増加する傾向にあります。さらに、こうした有機農産物の需要が拡大する中で、一般のスーパーマーケットなどでも取り扱いが増えるなど、多様な販路が生まれつつあります。

一方、日本における有機農業の取組面積は、18年現在、約2万3700haと推計されています。これは全耕地面積の0.5%に当たります(6頁、図2)。

耕地種類別の取り組みについて、有機JAS認証を取得している農地について見ると、約半分が普通畑、田が約4分の1、残りが茶畑や牧草地となっています。特に近年、輸出が進められている茶畑での取り組みが大きく拡大しているのが特徴です。

有機食品の市場規模は、09年に1300億円であったものが17年には1850億円と、8年間で約4割拡大したと推計されています。

有機農業者の状況については、特に、農業への

新規参入者のうち、2〜3割の方が有機農業に取り組んでいる状況が見られます。また、地域として有機農業に取り組む産地も増えつつあり、多様な生産者や産地が見られるようになってきました。

このように、日本における有機農業の取り組みや消費は増加しているものの、現時点においては、それらの取り組みは限定的であると言わざるを得ません。このため、今後は、いかに、生産から流通、消費に至るまで多くの関係者を巻き込み、各種取組のすそ野を広げ、定着させていくかが課題であると考えています。

農林水産省では現在、有機農業の取り組みをさらに拡大するため、「有機農業の推進に関する基本方針」や「みどりの食料システム戦略」などの各種方針・施策に基づき、①有機農業に取り組む人材の育成、②有機農業の産地づくり、③流通・加工・小売事業者などと連携した取組によるバリューチェーンの構築、④消費者の理解確保と国産有機食品に対する需要の喚起、⑤技術の開発と普及の促進、を図ることとしています。

①「有機農業に取り組む人材の育成」については、2020年度から「有機農業新規参入者技術習得支援事業」で、新たに有機農業に取り組む農業者に対して、有機JAS認証の取得に必要な知識や経験を学ぶ支援を進めています。また、農業者の組織する団体が有機農業などに取り組む場合、その掛り増し経費を支援する「環境保全型農業直接支払交付金」があります。金額は、10ha当たり1万2000円です。さらに、

都道府県が有機農業指導員を育成する取組にも支援しています。

「②有機農業の産地づくり」では、拠点的な産地づくりを進めるため、栽培や経営に関する技術研修会の開催、産地への需要者の招へい、学校給食関係者との打ち合わせを含む新たな販路確保に向けた取り組みを支援しています。特に、有機農業を生かして地域振興につなげている市町村などの情報交換の場として「有機農業と地域振興を考える自治体ネットワーク」を立ち上げ、約50の県・市・町（2021年11月時点）が参画して、地方自治体間での有機農業の取組推進についての情報共有を図っています。

「③流通・加工・小売事業者などと連携した取組によるバリエーションの構築」や「④消費者の理解確保と国産有機食品に対する需要の喚起」では、国産有機食品を応援してくれる小売業者や飲食サービス事業者のプラットフォームとして「国産有機サポーターズ」を立ち上げたところ、80社以上の事業者（2021年11月時点）が参画しています。各事業者には国産有機食品の取り扱いの拡大、各種イベントでの情報発信を通じた国産有機食品の需要喚起が進められています。

「⑤技術開発と普及の促進」では、農研機構において、複数の品目について有機農業の実践現場における事例と研究成果を取りまとめるとともに、機械除草技術を中心とした水稻有機栽培技術マニュアルの作成など、現場に即した有機農業の技術研究を進めています。今後も引き続き、こうした研究成果を現場の実践に役立て、

取組みの横展開を推進していくこととしています。

オーガニックビレッジを創設

今後、さらに拡大する市場ニーズに応えつつ、有機農業のさらなる取組拡大を図るには、これまでの農業者個々の取組みに加え、より強固な基盤の上で生産・流通が可能となるよう、地域ぐるみで有機農業の推進を図っていくことが必要です。このため、地方自治体が主導し、地域内外の関係者と一丸となって、生産から流通・消費に至るまで、一貫した取組みを実践する先進的なモデルとなる「オーガニックビレッジ」を創設し、各種取組を展開していくこととしています。

具体的には、まず、生産者、実需者、流通事業者、地域内外の住民など、多様な関係者が参画する組織づくりを進めます。そして、地域の情勢に応じて、一体的な取組みに向けた計画を策定、オーガニックビレッジの創設を全国に発信（オーガニックビレッジ宣言）してもらいます。次の生産段階では、産地に適した栽培技術の改良と体系化、その普及による栽培技術の統一化、有機生産圃場の団地化、指導体制の構築などを進めます。

加工・流通・消費段階では、食農・環境教育と合せた学校給食での利用促進、直売所や地元スーパーでの産地消、産地と都市をつなぐ産消連携による安定的な販売網の確保を図ります。そして、流通の合理化・効率化や、ニーズに応じた加工品の開発を進めるなど、さまざまな取り

組みを推進していきます。

さらに、技術・研究開発として、新品種開発、生物農薬、除草ロボット、スマート施肥システムなど、有機農業を取り組みやすくするさまざまなイノベーションを順次創出し、2040年までに農業者の多くが有機農業に取り組みことができる次世代有機農業技術を確立していくこととしています。

これらの取組みを通じ、さらなる市場創出と合わせ、農業者が経営の一つとして有機農業に取り組むことができる環境をつくることで、50年までに「耕地面積に占める有機農業の取組面積を25%（100万ha）」とすることをめざします。

持続的な農法への転換を進める

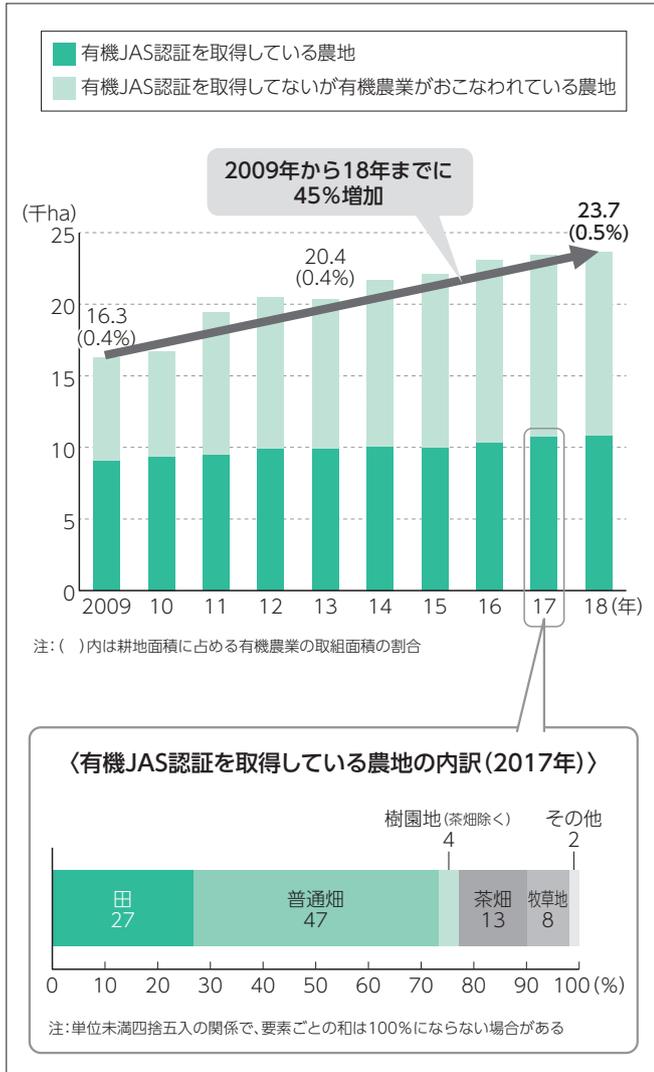
有機農業を進める中で、関係者の取組みのすそ野を広げるためには、持続的な農法への転換が重要です。

このため、「みどりの食料システム戦略」として、食料・農林水産業の生産性の向上と持続性の両立についてイノベーションをすすめる、中長期的な観点から戦略的に取組む政策方針を打ち出しました。農林水産省では、環境負荷を軽減し、持続可能な農業生産を実現するため、有機農業の推進と合わせて、次のような取組みを進めています。

まず、土づくりの推進です。

日本では、堆肥の低投入や化学肥料の多投入により、各地で地力の低下や土壌バランスの悪化による生産への影響が懸念されています。例

図2 日本の有機農業取組面積の推移



資料：農林水産省

有機農業をはじめとする環境の負荷を低減するグリーンな生産体系を構築し、展開することは、生産力の向上を図りながら持続的な農業生産を実現するための取り組みの一つとして、今後その重要性はますます高くなっていきます。これらの取り組みは、現時点において、決して十分だといえないかもしれませんが、生産から加工・流通・消費者の関係者をはじめ、各種研究機関、地方公共団体などの関係者と連携し、わが国の食料・農林水産業の発展に貢献していきたいと考えています。



えび、水田への堆肥の投入量は減少傾向にあり、約30年間に3分の1まで減少しています。このため、収量の低下や品質の劣化が進んでいる地域もあります。そこで土壌本来の力を利用し、農作物の健全な育成による生産性の向上を図るとともに、環境負荷の低い農業を実現するため、土壌分析に基づく施肥の徹底、土づくりの実践のための指導・助言体制の構築などの体制づくり、地域における未利用資源の積極的な活用やペレット堆肥の利用促進体制の整備などを進めることとしています。

次に、栽培体系のグリーン化です。農業生産現場においては、過剰施肥による生産コストの増加や農作物の健全な生育への悪影響、化学農薬への過度な依存による難防除病害

虫の発生など、農業生産の持続性が脅かされる事態が発生しており、これら資材の適正な利用が求められています。

また、近年、国内外でプラスチック資源循環のあり方や海洋プラスチック問題に注目が集まっています。農業分野においても、引き続き、廃プラスチックの排出抑制と適正処理を徹底するとともに、生分解性マルチや中長期耐久性フィルムの使用を進めることが重要となっています。

さらに、温室効果ガスの排出削減については、水田、家畜の消化管内発酵によるメタンの排出や、施設園芸における化石燃料の使用によるCO₂の排出など、その一定量は農業分野由来しています。農業分野から排出される温室効果ガスの削減に向けて、削減技術の開発や化石燃料

からの脱却などを推進する必要があります。

これら環境負荷の低減を図り、持続可能な農業生産を維持・発展させるためには、まず、現行の栽培暦や施肥基準などの慣行基準について点検し見直して、グリーンな栽培暦への転換を推進していくこととしています。また、体系化に向けて導入技術を実証し、計画的な普及を図るとともに、栽培体系のグリーン化による成果の見える化や農産物のブランド化など、消費者の理解と行動変容につながる取り組みを進めていく必要があります。

生産力向上と持続性の両立

わが国の食料・農林水産業は、地球温暖化に伴う大規模な自然災害や、生産者の減少などによる生産基盤のせい弱化、新型コロナウイルスを契機とした生産・消費の変化など、さまざまな政策課題に直面しています。そうした中で、生産力向上と持続性を両立させることがこれまで以上に重要となっています。

有機農業拡大に欠かせない地域の視点

有機農業を大幅に拡大する農水省の「みどり戦略」を具現化するには、地域の政策の視点が欠かせない。愛媛県で有機栽培に挑戦し続けている「無茶々園」の事例を見ると、有機農業が地域を支え、地域が有機農業を支えていることがわかる。無茶々園モデルを検証しながら、有機農業拡大の道筋を探ってみる。

無茶々園（愛媛県）の有機農業

農林水産省の「みどりの食料システム戦略」（以下「みどり戦略」）では、2050年までに有機農業の取り組み面積を全耕地面積の25%、100万鈔まで拡大することが目標に掲げられた。18年の時点で有機農業面積は2万3700鈔^{ハタ}から、その約42倍に当たる。その方向性として、市町村主導で有機農業の取り組みを推進し、「オーガニックビレッジ」を中心とした面的展開をめざすという。

重要な点は、どのように有機農業を広げているのか具現化することである。そのプロセスを地域の文脈で丁寧と考え、描くことが求められている。みどり戦略ではその姿が描けていない。「本当に実現できるのだろうか」と、だれもが

懐疑的になってしまいう一因がここにある。

ここでは、愛媛県西予市旧明浜町^{あひはまちょう}で柑橘類^{かんきつ}の有機栽培に挑戦し、地域に広げてきた地域協同組合無茶々園を取り上げ、どのように有機農業を地域に広げていけるのか、そのために何が必要なのか検討する。

明浜は県の西南端に位置し、東西に長い農漁村である。有機農業が始まった背景には、近代農業への疑問があった。戦後、農業の近代化政策によって柑橘専作への転換が奨励され、明浜でもみかんブームが起こったが、1967年の大干ばつによって深刻な被害を受け、翌年には生産過剰による価格の暴落が始まった。71年のグレープフルーツ輸入自由化が、さらに追い打ちをかけた。

明浜では産地間競争を生き抜くために、温州



千葉商科大学 准教授

小口 広太 OGUCHI Kota

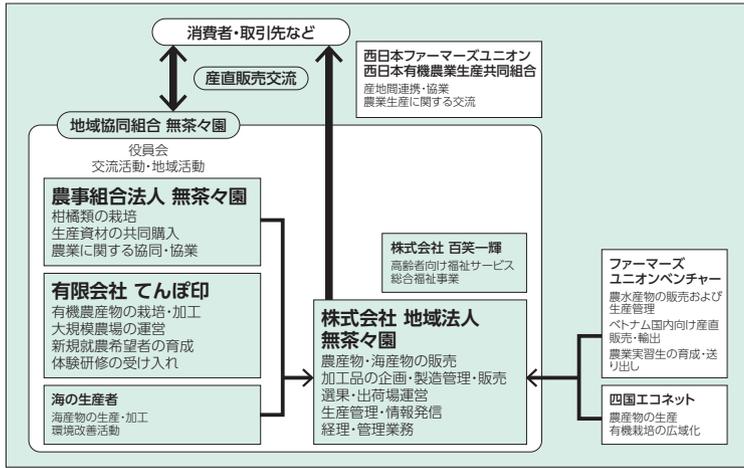
おぐち こうた
長野県塩尻市生まれ。千葉商科大学人間社会学部准教授。日本農業経営大学校専任講師などを経て2021年より現職。専門は地域社会学、食と農の社会学。有機農業や都市農業の動向に着目し、フィールドワークに取り組んでいる。著書に『日本の食と農の未来：「持続可能な食卓」を考える』（光文社新書、2021年）などがある。

みかんから伊予柑やポンカンなどの当時は高級品であった晩柑種への更新を進めた。ところが、それらは温州みかんに比べて栽培が難しく、多くの農薬と化学肥料の使用を必要とした。そのため、農家の健康被害、土壌や環境の破壊につながることを感じ取った後継者3人が、74年から伊予柑の無農薬栽培を実験的に開始した。

その後、生産者数・生産量ともに増加し、89年には有機農業の共同化を進める農事組合法人無茶々園を設立した。最も多いときで80人以上の組合員がいたという。

図は、無茶々園グループの組織図である。農事組合法人「無茶々園」、農産物や海産物の加工・流通・販売を手掛ける株式会社「地域法人無茶々園」、大規模農場の運営、独立就農や雇用就農の受け入れとサポートする有限会社「て

図 無茶々園グループ組織図



資料：『無茶々園の40年』（2017年4月）より引用

んぼ印」、福祉事業に取り組み株式会社「百笑一輝」という四つの法人があり、地域協同組合「無茶々園」が事務局として全体を取りまとめている。四国エコネットは、無茶々園といっしょに農業に取り組み生産者のネットワークである。無茶々園が地域内外に有機農業の広がりをつくり出していることがわかる。

農事組合法人「無茶々園」は、2021年8月時点で正組合員61人、作付面積約128畝で、約40品種の柑橘類を生産している。明浜の総農家数297戸、経営耕地面積約354畝（15年農林業センサス）に占める割合は、正組合員で20.5%、作付面積で36.2%になる。この数字を

見ると、無茶々園の有機農業が地域農業の中核を担っていることがわかる。平均年齢は60歳を超えているが、後継者が多いのも特徴である。「てんぼ印」は、ファーマーズユニオン天歩塾と有限会社ファーマーズユニオン北条を18年に統合し、設立された。明浜以外でも農地を借り、北条地域と愛南地域に五つの農場がある。経営面積は約17畝で、一つひとつの農場の規模が大きい。北条では野菜も生産している。21年9月時点で役員・社員7人、技能実習生6人で、平均年齢は27.5歳と若く、役員・社員はすべてインターン者である。

また、無茶々園の会員農家のもとにスタッフが派遣され、収穫作業を手伝っている。現在ではてんぼ印の農場で研修し、無茶々園の親元で就農する後継者もいるという。

「地域法人 無茶々園」は、1993年に設立された。生産量が増加するにつれて販売数量や取引先が増え、それに伴う事務負担が大きくなり、販売部門を独立させて物流管理機能を強化した。さらに、地域への展開として、農事組合法人では取り扱うことができない海産物（ちりめんじゃこ、真珠など）を販売することも目的の一つであった。加工品の委託製造や商品開発、地域の多様な産物を全国に発信する地域商社としての機能を持っている。

このように、無茶々園グループは組織的かつその連携を深めながら地域に有機農業を広げている。その展開要因と課題について、地域法人無茶々園の事業部長の高瀬英明さんと、てんぼ印代表取締役の村上尚樹さんに話を聞いた。

商品の価値を伝え販売先を確保

小口 「地域法人 無茶々園」の売り上げの動向と販売先を教えてください。

高瀬・無茶々園事業部長 売り上げは、年々順調に伸びています。2020年度は初めて10億円を超え、過去最高でした。その販売先は、直販会員とオンラインショップが約25%、生協と宅配業者が約50%（うちパルシステム約25%、生活クラブ約13%、オイシックス・ラ・大地などの宅配事業者やその他生協約12%）、残りが小売・仲卸業者と学校給食などです。特に、オンラインショップが新しい顧客の窓口となり、販売の広がりができてきました。

小口 売り上げが伸びている要因は？

高瀬 一つは、コロナ禍による巣ごもり需要の増大です。もう一つは、地道な作業を一つひとつ丁寧に行っていることです。ロスを出さない販売管理、計画的な出荷のための生産現場とのすり合わせ、加工品などの商品のブラッシュアップです。加工品は夏場の商材として貴重で、ジュースやゼリーの生産量も増えています。現在は、生産と販売のバランスが取れ、適正規模が維持できています。

小口 販売先との関係性を維持するために心がけていることはありますか？

高瀬 ここ10年ほど、価値を伝えることにこだわっています。地元のデザイナーと連携したパッケージのリニューアルや、柑橘類の果皮から抽出された精油を使用した化粧水、エッセンシャルオイル、石鹸といったコスメプ

ランド「yaeotto」の立ち上げなどです。新たなファンの獲得につながっています。

価値を伝えるためには、だれかの言葉を借りず、自分たちの言葉で想いを文章にすることが大切です。情報発信に力を入れているのはそのためです。直販会員向け会報誌「天歩」、ホームページやSNSでの発信に加え、請求書と一緒にチラシを同封するなど細やかな対応も欠かせません。産地交流会も積極的にこない、コロナ禍の今はオンラインで畑や農家の様子を伝える機会もつくっています。

有機農業の技術開発と担い手育成

小口 農産物の栽培基準は？

高瀬 無茶々園独自の格付基準があります(表)。5段階あり、どの基準で栽培するかは会員農家に委ねています。明浜の場合は小さな畑が入り組んでいて、有機JAS基準に合致しにくい地形ですが、加えて、近年はカメムシやカミキリムシなど病害虫の被害がひどくなっています。明浜の温州みかんはかつて有機栽培が可能でしたが、今は有機JAS基準の農薬だけでは対応が難しくなっています。

独自の基準に基づきながら、栽培方法の透明性と無茶々園ブランドを維持していくことが必要です。そのために、顧客とのコミュニケーション、対話がより重要性を増しています。村上・てんぼ印代表取締役 明浜以外のてんぼ印の農場では、約9割が有機栽培です。気候変動による異常気象もあり、適地適作が変わってきていますが、作物の生理や風土を踏

まえ、これまで培ってきた有機農業の技術を地域に応用していくことが求められています。

小口 独立就農者の育成は？

村上 無茶々園会員農家の高齢化を背景に、Iターン者の受け入れを始めました。研修生の受け入れもしていますが、独立就農は経済的に自立ができず、うまくいかないパターンが多いのが現実です。果樹は特に有機栽培が難しく、苗木を植えてから本格的に収穫できるまで5〜10年かかります。

一方で、農業や有機農業に魅力を感じている人が増えています。農地はありますが、それにかかわる人がいなければ意味がありません。てんぼ印では雇用就農でスタッフとして働くと同時に、独立就農をサポートできるようにこれまでの受け皿を深く、大きくしていくことが今後の課題です。経済的な合理性を求めつつ、私たちに求められている価値を地域の産業として最適化できるかどうか、鍵になると考えています。

活動の継承から新たなステージへ

無茶々園の有機農業は、地元農家やIターン者を仲間に入れながら広がり、その価値を理解する販売先の拡大を両輪に地域ぐるみで展開している。課題として挙げられた独立就農者の育成と定着が進めば、さらなる生産者の広がり期待できるだろう。

近年、有機農業運動を牽引してきた第一世代から、後継者やIターン者を中心の第二世代に活動が継承されつつある。第二世代は第一世代

表 格付の設定基準 (2021年度)

格付	栽培方法	当年の防除内容	備考
1	農薬不使用による栽培	なし	バイオリサも除外
2	JAS有機栽培に準じる栽培	有機基準農薬のみ	補植防除園も含む
3	自主基準の低農薬栽培	化学農薬 1〜3回	カメムシ発生時は4〜6回までの特例あり
4	パルシステムエコ基準 (特別栽培)	化学農薬 5割・化成肥料 5割削減	除草剤使用不可
5	一般栽培	慣行的防除 (愛媛県基準)	

資料：「2020年度 無茶々園総会資料 資料集」より筆者作成

の理念や精神を現代の文脈にうまく置き換えることで、オンラインショップの開設や価値の発信など新たな挑戦につながっている。

活動が継承される中で、ぶれない軸にあるのは、地域産業としての農漁業を守り育てることである。この姿勢は、当初から一貫している。生産者自身が再生産可能な価格をつけて販売することで、ここ5〜6年、みかんの販売単価を上げていくという。これは「高いか、安いか」という基準では判断しにくい販売先、消費者会員との関係性によって可能になっているが、今後の発展にはこの信頼関係の持続が大切になる。

有機農業の「幅」を広げる大切さ

以上のような無茶々園の取り組みから、改めて有機農業を地域に広げていくために必要なこ



無茶々園の地域に根ざした取り組みは全国にファンを広げている

とを考えてみたい。端的に言えば、有機農業の「幅」を広げることである。これには、「有機農業を担う生産者の幅」「有機農業が持つ可能性としての幅」という二つの意味を込めている。この点について、次の三点から考えていく。

一つ目は、地域の中で生産者が相互補完的に共存することである。無茶々園は明浜における地元農家の柑橘栽培を起点としているが、てんぼ印はイターン者を中心に農場の規模も大きく、新たな農業経営の展開をつくり出している。それら是对立するのではなく、地域農業を守り育てるといふ姿勢のもと、お互いが認め合い、支え合っている。有機農業がばらばらと地域に広がるのではなく、規模の大小や経営の形を問わず、

その多様性を前提としながら、機能を補完し合うことで、生産者が多層的に形成されている。

二つ目は、有機農業を基本としながらそれに近づこうとする環境保全型農業の生産者も同じ仲間に入れ、担い手を広げていることである。無茶々園の成木園栽培方針は、左記の通りである。

- ① 除草剤や化学肥料は使用しない。
- ② 農薬はゼロからスタートし、なるべく少ない回数に抑える。
- ③ 病害虫の発生がある場合、まずは有機栽培で

使用可能な天然物由来の農薬で対応する。
④ それでも抑えきれない異常発生時のみ有機栽培基準外の農薬を最低限の使用で対応する。

この方針のもと、5段階の格付基準を設け、「農薬を使用するのか、しないのか」という「0か100か」の議論ではなく、無茶々園の取り組みに参加できる間口を広げ、生産者を増やしている。果樹の有機栽培は他の作目と比べて困難が伴うという事情もあるが、この「寛容さ」が仲間づくりを進めていく原動力となるだろう。

有機農業の推進には、単に農薬と化学肥料を使用しない農業を広げるといふ狭い意味ではなく、「どうすればそのような技術に到達できるのか」という広い観点からプロセスを共有し、地域の中で議論することが必要になる。

三つ目は、有機農業の生産から加工、流通・販売（地域の6次産業化）、住民の暮らしづくり（地域福祉）までを担い、「地域づくり」とその先にある「地域の自立」を見据えた取り組みである。2021年9月時点で無茶々園グループ全体のスタッフは、パートを含め116人である。地元

住民やイターン者の雇用の受け皿となり、地域を守りながら、新たな産業を生み出している。

有機農業に必要な「地域政策」の視点

無茶々園の取り組みを見ると、生産者とともに多くの人たちがかわり、有機農業が広範な担い手によって支えられていることがわかる。冒頭の課題に立ち返ると、みどり戦略の目標を実現するためには、「地域政策」が主軸になるといふことである。

有機農業を担う生産者の育成は、地元農家を仲間に入れ、同時に雇用就農や独立就農を希望するイターン者を受け入れて定着させる仕組み、さらに相互に発展できる生産者同士の連携・協働体制の構築が欠かせない。ただし、無茶々園のモデルがすべて同じように適用できるといふことではなく、「地域の多様性」に合わせた受け皿をつくらなければならぬ点は留意したい。

また、無茶々園事業部長の高瀬さんは「モノを動かすだけでは、地域は動かない」という。これは、有機農業の広がりを考えるうえで重要な指摘である。つまり、生産の拡大とともに、その先を見据えた「地域づくりの手段」として有機農業を捉え、活用することが求められている。

有機農業の産地を形成し、オーガニック市場を拡大するだけでは、生産性の向上をめざす産業政策に傾斜しすぎてしまう可能性が大きい。この点は、みどり戦略の欠点でもある。「有機農業が地域を支え、地域が有機農業を支える」という良好的な関係性の構築こそが、有機農業を地域に広げていく土台になる。

グローバル市場を切り拓く

農産物輸出シリーズ第2弾

注目的人物

6人の輸出先駆者、かく語る

農林水産物・食品の輸出は、コロナ禍にあっても好調を維持し、年間の輸出額は初めて1兆円を突破した。一方、国内に目を転じれば消費は先細り、農業の持続的発展を図るうえで海外における需要の創造は不可欠である。

そこで、輸出で先駆的取り組みをしている6人にオンラインで報告をしてもらった。「農林水産物・食品輸出」(2020年8月号に掲載)に続く第2弾。

■報告者■

山本 英明

株式会社フレイム・ストリーム北海道
代表取締役社長

涌井 徹

株式会社大湯村あきたこまち生産者協会
代表取締役会長

内藤 祥平

株式会社日本農業
代表取締役社長

山西 善信

株式会社紀州本庄うめよし
代表取締役社長

奈良迫 洋介

株式会社くしまアオイファーム
代表取締役社長

堀口 大輔

鹿児島堀口製茶有限公司
代表取締役副社長



山本英明、涌井徹、
内藤祥平、山西善信、
奈良迫洋介、堀口大輔
(右より、敬称略)

シンガポールに現地法人設立、 農商工連携にも熱心に取り組む

株式会社プライム・ストリーム北海道 代表取締役社長

山本英明さん(61歳)

所在地：北海道音更町
業種など：輸出入
年商：1億円
輸出品目：農水産物・加工食品
輸出地域：シンガポール、マレーシア、タイ
ほか



2013年、地域商社であるプライム・ストリーム北海道を立ち上げ、北海道の農水産物・加工食品の輸出業を開始しました。「北海道農業で打って出るぞ」という考えです。

私は雑穀卸・株式会社山本忠信商店の代表取締役を務めています。10年9月に十勝初の製粉工場を建設しようとしてプレス発表をしたところ、直後に当時の菅直人首相が所信表明演説でTPP参加検討を表明。「TPPに向かうのに工場を建てて大丈夫か」という地元意見が相当ありました。

また私は、北海道中小企業家同友

会の十勝エリア幹事長をしており、11年は同友会として上海とシンガポールをターゲットに販促展開する計画でした。そこに東日本大震災が起これ、上海への食品輸出がストップとなり、シンガポールに絞りました。

12年、山本忠信商店の経営方針を策定する際は、TPP下で農業がどう発展すべきか、微力ながら方向性を示そうと議論になりました。シンガポールに人脈ができたので、食を通じて北海道へのインバウンドを増やし、幅広く地域に貢献したいと考え、「守るよりも打って出る」方針を打ち出しました。プライム・ストリーム北海道と現地法人のプライム・ストリームアジアを設立し、北海道産品の輸出を開始したのです。

山本忠信商店で取り扱うのは小麦粉と豆だったので、輸向け商材を集める際には地元金融機関に仕入れ先を仲介してもらい、まずは航空便で輸出しました。運賃の問題があるので、メインは高単価のウニ、イクラ、鮮魚といった水産物で、飲食店をターゲットにしました。納期がわ

からないと発注がもらえませんでした。最初は赤字覚悟で週2回の定期便としました。販路が広がり、船便でも苦小牧港・石狩港から定期的に出すようになりました。

一方、決済問題には苦労しました。シンガポールを含む中華圏では支払いを遅らせる商慣習があるのです。未入金がずいぶんあって驚きました。現地法人がある強みで、連絡を密にとるなどフォローに当たることによって切り抜けました。

輸出に当たり、北海道では食肉等輸出施設が少ないこと、船の調達が不安定なことを感じます。シンガポールでは白老町のブランド牛、白老牛が有名ですが、シンガポール政府認可の牛肉の食肉処理場は、白老町から距離的に離れた帯広にあるだけです。道内に認定施設がもっと増えると、コストが削減されます。

また、年末など荷物が多い時期は、「抜港」といって苦小牧に船が来ないことがあります。苦小牧を飛ばして釜山^{プサン}経由でシンガポールに行くため、荷物のスケジュールがバラバラになるリスクがあります。

コロナ禍で、飲食店はシンガポールでも厳しい状態です。そこで、今はECサイトも積極的に展開していく方針です。

パックごはんで日本の米を世界に届ける 6次化共同体

株式会社大潟村あきたこまち生産者協会

代表取締役会長

涌井 徹さん(72歳)

所在地：秋田県大潟村
業種など：米の生産・加工・販売
年 商：32億円(輸出割合1%未満)
輸出品目：米・米加工品
輸出地域：台湾、香港、中国



私は新潟県で生まれ、51年前の1970年、21歳で大規模稲作経営を夢見て大潟村に入植しました。ところが、ちょうどその年に米の生産調整が始まりました。以来50年間、米の生産は需要に合わせて縮小均衡状態です。しかし、国内の需要は一向に回復しません。

では、日本の米農業のために今後何が必要か。私は国内需要に合わせて供給ではなく、世界の食糧不足がかんがみ、世界需要に合わせて生産するのが大事だと考えました。輸出に積極的に取り組み始めた

のは、10年前からです。まずは米国、香港、台湾などの展示会に出ました。最初は米だけを持っていきしましたが、高物価の日本から低物価の国へ輸出するのは非常に困難で、より付加価値のある商品が必要だとわかりました。

そこで米粉生産に取り組み、グルテンフリーパスタなどの商品を開発しました。これは非常に高い評価を得ましたが、いざ輸出となると、さまざまなコストの問題が生まれます。

なかでも大きいのは、商社への輸出と輸入の手数料で、生産コストをいくら下げても採算が合わないのです。輸出はもう無理かと諦めかけそうになったとき、産直で連携する物流業者から「物流会社の国際ネットワークを活用すれば、商品をコンテナに入れて大潟村から世界中どこへでも運べる」という話を聞きました。

物流会社の海外倉庫を借りて、そこから現地の販売先に商品を納品するのです。国内の輸出商社や現地の輸入業者を通さずに直接海外に販売できます。いわば、「海外産直」です。こ

のスキームを確立したことにより輸出コストを大幅に削ることができました。現在は、県や金融機関と連携しつつ、みずからが地域商社として、米以外のさまざまな商品も展開しようとして活動しています。

昨年は秋田県で初めてとなるパックごはん工場を建設しました。米の輸出は食文化の輸出です。日本と同じごはんの味を届けるとなると、炊飯まで含むためなかなか難しい。しかし、今は世界中に電子レンジがありますから、パックごはんならこの

問題を解決し、米輸出の足掛かりになるのです。

現在は、輸出したくてもコンテナがなかなか入らないなどの状況が続きますが、今後コロナが収束に向かうにつれ、積極的な展開ができるのではないかと期待しています。世界では圧倒的に人口増なので、日本米はどこへでも輸出できます。

国内米価は下落傾向ですが、飼料用米や備蓄に回すのではなく、「海外産直」へ本格的にチャレンジすべきときが来たと思いい、頑張る所存です。

農産物の垂直統合で世界に挑む 若きベンチャー

株式会社日本農業 代表取締役社長

内藤 祥平さん(29歳)

所在地：東京都品川区
業種など：輸出入、果樹生産
年 商：13億円(輸出割合80%)
輸出品目：リンゴ、サツマイモ、ブドウほか
輸出地域：タイ、インドネシア、香港、台湾ほか



当社は2016年創業です。

リンゴの輸出をメインにしつつ、現在は生産から販売まで一貫通貫した輸出バリエーションの構築、輸出入向けの選果・梱包施設の運営、輸出実務、販売先営業などを手掛けています。販売拠点はタイに設置し、BtoCで消費者に直接ブランドディング、販売をしています。

創業時は仕入れと輸出に特化していました。国内では小玉リンゴの単価は比較的低いですが、海外では小

玉サイズの人気が高い。そこで、国内需給と海外需給のアービトラージ（裁定取引）を取り、小玉リングを仕入れて売り始めました。

結果から言うと、このビジネスモデルはあまり面白い商売にならないと感じました。というのは、国内の小玉リングを買い占めて海外に出すと、国内では流通量が減るため単価が上昇します。ですから、輸出すればするほどグローバル平準化してしまい、大きいビジネスになりません。日本の農産物は、海外では品質で高評価を得る一方で、コスト面の課題が大きい。この課題を乗り越えるには、生産を集約化して効率を上げることになります。

そこで、18年より青森県の農家から1畝を借りて自社栽培を開始、高密度化栽培に取り組んでいます。通常、定植10年後の10^{kg}当たり収量は3^t程度と言われていますが、この栽培方法では5年で5〜6^tの収穫が見込まれます。

海外産に対して価格・品質ともに競争力を持つ生産品を武器として、マーケティングをしっかりとやり込めば、輸出ビジネスは伸びる余地が非常に大きいと考えています。われわれはリングに特化していますが、日本にはこのほかにも競争力を持つ

品目が非常に多いので、国内の農業者が丸とよって横展開することは十分に可能ではないでしょうか。

私は産地づくりのテーマを「供給調整的思考からの脱却」だと考えています。国内需要に合わせて生産調整をおこなない、余剰分だけ輸出にまわすという考えでは世界の農業国に立ち向かうのは無理です。輸出を前提として生産性を高め、世界のマーケットで戦う覚悟が必要です。

当社は海外生産にも取り組んでおり、今後は輸出だけでなく海外生産への投資についても積極的に推進していくべきだと感じています。

海外生産のメリットは三つあります。一つ目は、海外で日本の品種や技術を用いて生産し、利益を日本に取り込めることです。現状は、日本のシャインマスカットやイチゴの品種が海外に流出して中国や韓国に莫大な利益をもたらしています。本来は、各国にメリットがある方法を展開したうえで、総合利益は品種開発をしたわが国が取らべきです。

二つ目のメリットは、海外での生産と日本からの輸出がバツインゲンしない点です。私は、海外生産すれば輸出はむしろ増えると思っています。国産のイチゴやモモは空輸するため、いまは海外の富裕者層に高価

格で売る商売になっています。日本が海外生産品の質やバリューチェーンをコントロールできれば、現地生産品とうまくクロスブランディングさせることが可能になります。

さらには人材面です。農業生産基盤やバリューチェーンをグローバル

高い創意性が評判 こだわりウメで海外に挑む

株式会社紀州本庄うめよし 代表取締役社長

山西 善信さん(40歳)

所在地：和歌山県みなべ町
業種など：梅生産、梅加工品製造・販売
年 商：4億円 輸出割合10%
輸出品目：梅干し、梅酒、梅菓子
輸出地域：香港、ベルギー、米国、中国、台湾ほか



南高梅の栽培から加工、販売まで一貫しておこなっているのが強みです。父の代より梅干しの輸出に取り組んできました。私も父に言われるがままにやっていたのですが、輸出はなかなか難しいと感じていました。

に展開させる仕事には、若く優秀な人材が関心を寄せています。この事業を日本が積極的におこなえば、優秀な人材が農業界に入り、海外でさまざまな経験を経たのちに日本で先進的な取り組みをするといった、副次的な効果も期待できます。

というのも、梅干しの輸出には添加物規制という壁があります。一般的な梅干しには甘味料のステビアと着色料の赤一〇二が使われますが、アメリカや台湾、アジア圏には厳しい規制が設けられています。そこで、思い切って調味料を見直すことにしました。

まず、全商品を輸出向けとすることを念頭に、調味料のスペックを変更しました。全商品の甘味料をステビアからスクラロースに変更し、赤一〇二は天然の野菜色素にしました。しかし、これだけでは海外で売れません。アメリカに足を運び、店頭に立ってみて、厳しさをより実感しました。現地在住の日系の方々に「これからは、梅干しは売れないよ」

と耳が痛くなるほど言われました。理由は、日本国内と同様、若者が梅干しを食べないからでした。

そこで、加工した干し梅など梅菓子をつくることにしました。海外ではさまざまな小売店やバイヤーとパイプをつくりましたが、売り上げが最も伸びたのは小売店のプライベートブランドづくりです。当社は大手スーパーのPBづくりでノウハウを持っていたので、海外でも経験を生かすことができました。

また、みなべ町が梅酒特区認定を受けたことを契機に、2009年、リキュール製造免許を取得し、梅酒製造を開始しました。一般的な梅酒のベースは醸造アルコールですが、当社では『操』という泡盛古酒を使

っています。泡盛古酒に超完熟ウメを荒ごししたものをそのまま入れて、差別化を図りました。

カリカリ梅は克蘭チな食感で海外でも人気が高いのです。南高梅は非常に肉厚で柔らかい品種なので、カリカリ梅はつくれないといわれていましたが、研究し南高梅でのカリカリ梅の製造に成功しました。日本食レストランのおにぎりに混ぜたり、寿司の具材として人気です。

こうして、自社で加工した付加価値の高い「梅菓子、梅酒、カリカリ梅」を三本柱として輸出に対応しています。私はじつとしていられないタイプなので、ほぼ毎月2回は海外に足を運び、いろいろな方にお話を伺いながら商品づくりをしています。

「小ぶり」を武器に急成長した サツマイモ輸出のパイオニア

株式会社くしまアオイファーム 代表取締役社長 奈良迫洋介さん(39歳)

所在地：宮崎県串間市
業種など：サツマイモの生産・加工・販売
年商：15億円(輸出割合20%)
輸出品目：サツマイモ
輸出地域：シンガポール、香港、台湾、タイほか

青果のサツマイモに特化し、生産から貯蔵、出荷までおこなっています

す。

輸出は2012年より創業者の池田が開始しました。池田は農協に出荷する組合員でしたが、農協出荷を一切やめ、みずから販路を開拓することに挑戦したのです。しかし、大阪や東京の大きなマーケットに打っ



て出ようにも、宮崎県最南端という立地のため、運賃を考えると関東産に負けてしまう。どこで勝負できるか考えたとき、海外輸出に活路を見いだすしかありませんでした。

輸出が軌道に乗った第一のステップは、海外市場が求める小ぶりのサツマイモの確保です。収穫効率を高めるため、大きいサイズのものだけを選び分けて収穫し、出荷効率が悪く、市場で値段が付きにくい小ぶりのサツマイモは収穫せずに畑に放置されていました。

ここに勝機があると踏み、農家さんを一軒ずつ訪ねて「畑に放置されている小ぶりのサツマイモを集めて出荷してほしい」と頼みました。それを輸出したところ、評価が予想以上に高かったのです。そこで、小ぶりのサツマイモを効率的に生産する小畝密植栽培を導入しました。

第二ステップは、船便輸送時のサツマイモの腐敗問題への取り組みです。当時はサツマイモだけでコンテ

ナ一本を仕立てられるだけの量を出荷できておらず、輸送時の温度設定が他の作物に合わせた低温だったこともあり、約3割、多いときで6割が腐敗品となっていました。

それを可能な限りゼロに近づけるべく、メーカーと鮮度が保持できる袋を開発しました。品質責任を担う姿勢が海外商社に受け入れられたこともあり、サツマイモの輸出ならくしまアオイファームと声をかけていただくようになりました。

第三のステップは、短納期・大量出荷体制の構築です。16年にキュアリング機能(高温多湿条件で保管し腐敗を防ぐ)を備えた貯蔵庫、17年に大型低温貯蔵庫と一日当たり20トの出荷可能な出荷場を整備しました。人員確保も含めて体制が整ったことで、輸出の拡大を果たしました。

サツマイモ輸出での一番の問題は、輸送中に腐敗が生じるリスクがあることです。

現在はサツマイモだけでコンテナ一本を仕立てられる量を出荷しているのですが、輸送中はサツマイモに最適な温度を維持していますが、それでも腐敗発生を完全に抑え込むことは難しいです。

さらに、最近ではコロナの影響でコンテナ不足や港の混乱、港湾の人員

不足で商品の到着が遅れ、ロス率が上昇しています。

農産物輸出の過程でどれだけのロスが実際に生じているのかなど、実態とその原因を国としても把握し、ハード・ソフトの両面で対応を検討する必要がありますのではないのでしょうか。サツマイモの輸出産地の形成にあ

国内最大規模の茶畑で 日本茶の未来を育む

鹿児島堀口製茶有限公司 代表取締役副社長

堀口 大輔さん(38歳)



所在地：鹿児島県志布志市
業種など：茶の生産・加工・販売
年商：15億円(輸出割合10%)
輸出品目：抹茶原料、ほうじ茶原料など
輸出地域：米国、台湾、ドイツほか

鹿児島県志布志市でお茶の生産・販売をしています。鹿児島堀口製茶は生産会社(自社農場120畝、契約農家約40戸、180畝)で、グループ会社に小売りの株式会社和香園が

たつては、基腐病^{もろくずれ}という足元の大きな問題を解決する必要があるでしょう。われわれも基腐病に対する抵抗性の高い品種の開発に取り組んでいます。民間にもっと予算配分して、リスクを取りつつ積極的にチャレンジしている会社を支援する体制があってもよいのではと感じています。

あります。当社は他のお茶メーカーや抹茶メーカーなどに原料を供給しています。生産量のおよそ半分が輸出用商品の原料です。当社の茶葉を使った商品は、欧米を含む世界10カ国に輸出されています。

なお、和香園としても輸出に取り組んでいます。

輸出の取り組みは2007年に知り合いの紹介で、和香園として商品をイギリスに出させてもらったのがスタートです。国内のお茶の市況は右肩下がりになる一方、日本のお茶は海外で需要があるんだと感じました。

お茶の流通は、生産者が畑と一次加工場を持っていて、その先の問屋

が二次加工をして在庫を抱え、その先のメーカーや小売スーパー、お茶専門店に卸すという複雑な形になっています。ですから、誰がどの在庫をどれだけ持つていて、需要と供給をどう捉えるのかという点を、生産者がなかなか把握できない現実がありました。

その点、われわれは、鹿児島堀口製茶として原料供給先を持ちながら、和香園が海外消費者のニーズを知ることができます。この強みを生かす、輸出用原料として求められているのはどういった茶葉なのかを改めて洗い出しました。そのことがきっかけとなって、本格的に輸出に取り組むことになりました。

基本的に、原料を他社の日本国内の工場に引き渡す形なので、輸出に關するリスクは抱えないスタイルになっています。

一方、お茶の輸出に当たって最大の障壁となるのが残留農薬規制への対応です。

茶の生産国である日本では残留基準が設定されている農薬が多数ありますが、茶の非生産国である欧米などでは残留基準が定められていない農薬も多く、結果として規制が非常に厳しくなっています。米国、ヨーロッパ、台湾が主要な輸出先ですが、

それぞれの地域によって規制が異なります。そのため、海外へ輸出するには生産体系を一から組み直す必要があります。

当社は農薬や化学肥料だけに頼らないIPM農法にスマート農法を組み合わせたことで乗り越えました。その情報を地域と共有してきましたし、契約農家には共有だけではなく、これを守らないと当社は契約ができないことをとことん話し合っており、現在に至っています。

取得認証も積極的に取り組み、オーガニック認証やFSSC22000、レインフォレストアライアンスなど、国内外で必要と思われる認証はひととおり整備しました。

今後は、取引先や自治体・契約農家と協力しつつ、垂直と水平の両方向での展開を分厚くしていきます。

和香園でも小売りもしているので、消費者ニーズを的確に掴み、そこに当社独自のストーリーをのせれば、海外輸出は伸びしろがあると確信しています。

そして、将来的には地元志布志港を活用し、お茶とともに地域産品を輸出していきたい。知ってもらったことで大隅半島への観光客などインバウンドの増加につなげていきたいと思っています。



おさだ農園

長田直己



●おさだなおみ
1953年静岡県生まれ。東京農業大学卒業。3代目の農地で柑橘類を中心に生産する農園の2代目。現在は地域区長・JA理事・伊東市農業委員会会長を務める。伊東市全戸に向け、地元農業の価値をフルカラー冊子で発信中。妻・娘・母と4人暮らし。趣味は飲みニケーション。

私の暮らしがそのまま「有機農業」と言えるのか疑問はあるが、根っここのところを理解していただければ幸いである。

現在、農園の売上は15種類以上の柑橘の会員制販売のみで、卵を採るための養鶏と、養蜂、野菜栽培で自給自足することをモットーとしている。

さて農家の長男として生まれて68年、この間でも有機農業らしいことを始めたのは、昭和50年代からだ。父の跡を継いだ当初は、農協出荷が中心であったため、見栄えの良いミカンの生産に専念していた。ところが、オレンジの輸入自由化、さらには需要と供給のバランスが崩れたことにより、ミカン価格の暴落が始まった。

ミカン作りの先が見えなくなっていたそのころ、『沈黙の春』や『複合汚染』（共に新潮社）が出版された。肥料・農薬の使い方だけでなく人にも地球環境にも甚大な影響が出るという内容で、大きな衝撃を受けた。折しも東京育ちの女性と結婚し子どもも授か

った時期で、「このままの栽培を続けて良いわけはない」と、年間7〜8回散布していた農薬をその年から徐々に減らし、3年後には年間1〜2回の散布でも収穫できるようになった。

日本経済は最盛期であったが公害問題も出てきて、有機農業推進の兆しが現れ始めた頃だ。もちろん農薬の回数をこれだけ減らせば見栄えは悪くなるので、その状態で普通に出荷すれば最低価格の無印品となってしまう。

しかし、時はバブル直前、個人の経済活動が盛んになったおかげで宅配便が普及し始めていたのが幸いし、農園のことを理解してくれる人に直接購入してもらうことにした。妻の知り合いなどを中心にクチコミで年間会員制の販売を始めることになった。

もちろん最初からうまくいくわけはなく、売れ残った果実を再び畑に運び、雑草が見えなくなるほど地面がオレンジ色に染まることが数年続いた。

父は面白くない顔をしていたが、間違ったことをしているわけではないし、少しずつ会員が増えていたので、翌年こそは！と明るさを感じていた。

だからといって、ただ会員が増えるのを待っていたわけではない。徐々に栽培品種を増やし、10月から5月までの8カ月間届けられるよう工夫もした。「兄弟・親戚未満のふるさとからのお裾分け」を心がけ、毎回の荷に入れるおまけやお便りも欠かさなかった。

と

ここで、私が有機農業モドキに転換した理由は冒頭に紹介した本による影響はもとより、農薬を散布する自分と妻や子ども4人の健康を気遣ってのことが大きい。家族が食べる物は自分で作りたいと、自家用野菜の栽培も始めた。そこで気付いたのが、化学肥料で大きくなった野菜より有機質肥料で育てた野菜の方がおいしいということだ。ミカン作りでは味に確かな差を感じていなかったのだが、この時からミカンにも化学肥料を極力使わなくなった。何より、敏感な会員はその違いをわかってくれ、贈答にも使ってくれるようになった。

養鶏と養蜂も始めた。趣味から始めたことだが、

それらにかかると自然とのつながりが実感できるとりこになる。そして瞬く間に売り上げの一翼を担うほどになったから面白い。

また趣味の野菜も上手にできるようになり、収穫量が増えた。そこで仲間を集めて週2日、2時間だけの朝市を始め、すでに16年が経つ。

3人の息子が農業を継いでくれなかったことは残念だが、昨年から末の娘が勤めを辞めて有機農業を継承すると頑張り始めている。

実は有機農業モドキを始めてから、心の底にある想いが生まれていた。開墾して畑にしたのは父だが、畑は自然からの借り物、それを継承した私にできることは、汚れない、畑として生きている状態を次世代に伝えたいという想いだ。それが実現しただけに娘がとてもまぶしい。

私は国の基準にあるような有機農業をめざしてはいない。農薬を悪とは考えず最終手段として使用することをいとわない。もちろんそのときには会員の方々にお便りで丁寧に説明する。

私にとって有機農業とは、いろいろな命を守るための正直で確かなつながりだと考えている。

F

自然と正直に付き合おうと面白い 有機農業は気ままな暮らし

農作業の請け負い、
さつまいも農カフエ
農村には色々な仕事がある
サツマイモが
15歳の少女の人生を決めた



新谷 梨恵子 さん

新潟県小千谷市

株式会社農プロデューサーリッツ 代表取締役

焼き芋屋の店主から「サツマイモには心があり、人のために一所懸命に甘くなろうと頑張る」と聞く。それでサツマイモ研究に農業大学で学び、農業法人に就農。経営者となって、農業の多様性に目を向け、その可能性に挑戦する。





P19:東京農業大学では国際農業開発科を専攻。「世界の食糧難をサツマイモで救いたい」と海外を訪ねて学んだ経験を持つP20:さつまいも農カフェきららの看板商品の焼き芋(右上) 同カフェに来た人だけが食べられる「焼き芋ソフトクリーム」(左上) 毎日、大勢の客でにぎわうカフェの店内(右下) カフェを訪れる客と気軽に言葉を交わす梨恵子さん(左下)

農業経験を活かし、独立へ

どこから紹介すればいいか迷ってしまう。それほど、新谷梨恵子さん(43歳)はいくつもの顔を持つている。なんとといっても「さつまいも農カフェきらら」店長としての活躍が光る。15歳のとき、焼き芋屋の店主から「サツマイモには心がある。人間のために甘くなるうと頑張っている」と言われ衝撃を受けた。以来、サツマイモをこよなく愛している。

東京農業大学に進み、やはり、サツマイモを研究テーマにした。卒業後、小千谷市出身の大学の先輩と結婚し、同市に移り住んだ。夫は農業以外の職に就いており、梨恵子さんは農業法人に勤めて、サツマイモをはじめとする野菜づくりに励んだ。冬はサツマイモを使ったプリンなど加工品づくりに精を出した。営業に出向き、みずから販路の開拓もした。そのおかげで小売店・飲食店関係者と数えきれないほどの人脈が生まれた。

そんな姿を見聞きした周辺農家から「規格外のニンジン、どうすれば売れるだろうか」などと相談を受ける機会が増えていった。10年勤めた法人を退職し、「これまでの経験から農家のお手伝いができるはず」と、6次産業化に関する知識が求められる「食の6次産業化プロデューサー」(レベル4)の資格を取得。2015年に農プロデューサーリッツを開業した。以後、「さつまいも農カフェきらら」をはじめ、6次産業化で農業界を元気にするための事業を複数展開している。



子どもたちにサツマイモの収穫の仕方を手ほどきする梨恵子さん(右上) カフェや加工に使うサツマイモは、県内を中心に約20軒の農家から調達している(右下) 新潟県のみならず、全国エリア対象に6次産業化プランナーとして活躍している(左)

開業に際し、持ちたかったのは加工施設だった。依頼を受けた農家の加工品づくりを手伝うためだ。また、自身でも加工品づくりを続けるために、探し当てた物件が、現在きらがある場所だ。「じつは、カフェまでやるつもりはありませんでした。でも建物が予想以上に大きくなって、せっかくだから」と決意。知り合いの農家から調達したサツマイモを原料に、プリン、ジェラート、干しイモと次々メニューを開発した。

「やる以上は成功させよう」と狙いを定めた客層は、子育てママたち。自身の子育ての経験から「ママたちがゆっくり話せる場所が少ない」と感じていた。そこで、畳のスペースを使い、母子向けのフラダンス教室、ベビーマッサージ教室などイベントを開催した。それは集客を増やす戦略でもあった。「家族連れと違い、ママたちは一人一台の車で来ます。すると駐車場に車が多く止まる。『あの店は流行っているみたい』と評判が立ちます(笑)」。ママたちにも戦略を明かしたうえで「ゆっくりしていった」と接客した。

生産がわかる唯一のプランナー

カフェ運営は極めて順調だ。野菜をふんだんに使ったランチも楽しめ、常に大勢の客でにぎわう。農家が野菜を持ち込むこともある。「急に持ちこまれることもありましたが、たいていは買い取ります」と梨恵子さん。店舗でも販売するが、加工に回すこともある。梨恵さんは農家に代わって販売する「代理

営業ウーマン」としての顔も持っている。

そして、農プロデューサーでもある。6次産業化に取り組み農家に助言する「6次産業化プランナー」に認定され、県内外で活動している。「米粉パンの販売店を出したい」という稲作農家の妻の起業を支援したり、「規格外の枝豆を活かせないか」という農家のため、学校給食向けに売り込んだりすることもする。加工や販売に関するサポートをするという点では、他の6次産業化プランナー



「イモぽんソフト」。ソフトクリームには濃厚なガンジー牛のミルクを使用

と同じだが、梨恵子さんに相談を持ち掛ける農家はそろって「相談してすっきりした」「胸にストンと落ちた」と言うそうだ。

これこそ、農業に携わった実体験を持つ梨恵子さんならではの強みだろう。「農大を出たとはいえ、農業を全く知らなかった。小千谷でやってみて楽しさも奥深さもわかりました。サツマイモだけじゃなく、あらゆる農産物に心があり、誰に言われなくても芽を出し、懸命に育っている」

農家の心情を知っているだけに、何を伝えたいのか、何に困っているかをすぐに察知できる。新潟県には25人のプランナーがいるが、農業経験者は梨恵子さんが唯一だという。

一方、6次産業化に取り組み農家が陥りやすい点にも気を配る。加工にかかる手間賃を考えずに価格設定をする農家に「手間賃を入れた価格設定をしないとダメ」と言い、商品品を固めるより先に、パッケージやシールなどを大量に印刷業者に発注する農家には、「その発注量で大丈夫？」と確認する。

小千谷に人を呼び、人を育てたい

6次産業化は、進める過程でいくつもの壁にぶつかれることを、梨恵子さん自身、痛感している。2021年、焼き芋の上にソフトクリームをのせ、全国に発送が可能な冷凍品「イモぽんソフト」を開発した。世の中には100%オリジナルの商品で、開発に1年かかった。ようやく企画が固まった段階で、製造・販売には菓子製造業に加え、アイスクリームの許可が必要だと知った。そこで、加工所のリノベーションをし、アイスクリーム製造業の許可を得た。「何か始めれば壁にぶつかる。でも、進んでいけば答えが見つかります。それがプランナーとして農家の支援をするときに必ず役立つと思うんです」

逆境をバネに変える芯の強さが梨恵子さんの魅力だ。

「イモぽんソフト」は、きららの店内のみで食べられる「焼き芋ソフトクリーム」を改良

したものだ。

「雪が多く、冬は見どころがないとされがちな小千谷ですが、名物があれば人は来てくれる」と、熱と冷と同時に味わえる商品として「焼き芋ソフトクリーム」を生み出した。

だが、コロナ禍で皆が外出を控え、せっかくの商品を味わってもらう機会が激減した。さすがの梨恵子さんも気落ちしたが、テレビ番組にゲスト出演した際、司会のマッコ・デラックスさんから言われた一言が、背中を押してくれた。「この商品考えたあんたは偉いわ」——。めげている場合じゃないと思いき直し、全国に発送できる「イモぽんソフト」の開発に至った。

農プロデューサーリッツの開業から6年。19年には法人化も果たし、8人のスタッフを抱える。「私自身は現場に入らず、次に何をやるかを考えることに専念しています。ひとえにスタッフのおかげ」とねぎらう。いまだに、人手が足りない農家に労力を提供する農業請負もおこなっている。さらに、農業やまちおこしに関心のある若者をインターンとして受け入れ始めた。「人材育成に力を入れたい。農業、農村にはいろんな仕事があることを若い人に知ってもらえれば、生き方の選択肢が広がる。農村を元気にする人を育てるため、どんな種をまいていきますよ」

梨恵子さんに、また新たな一面が生まれた。

(新潟食料農業大学 青山浩子／文 河野千年／撮影)



健康志向が 2半期連続上昇 食品ロス削減 意識高まる

—消費者動向調査(2021年7月調査)—

消費者の食や農業に関する意識・意向を把握するため、日本公庫では、毎年2回、消費者動向調査を実施しています。

今回調査では、毎回実施する「食に関する志向」のほか、「食品ロス削減への取り組み」、「有機・特別栽培の農産物」*について調査しました。

*本調査における「有機・特別栽培の農産物」とは、有機農産物や農業、薬品、化学肥料等の使用を抑えて栽培された農産物のことを指しています。

健康志向と美食志向高まる

食の志向は、2021年1月の前回調査に引き続き「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」が3大志向となりました(図1)。「健康志向」が前回から4.0ポイント上昇し

食に関する志向

食に関する志向は「健康志向」が最も高く、次いで「経済性志向」「簡便化志向」の順となりました。「健康志向」は45.4%と、2半期連続で上昇しました。
輸入食品は「安全性に問題がある」とする割合が低下しました。

食品ロス削減への取り組みは、「取り組んでいる」との回答が58.8%で、2019年1月調査と比較して9.0ポイント上昇しました。
有機・特別栽培の農産物については、約3割が「購入している」と回答しました。

45.4%、「経済性志向」は0.6ポイント上昇し36.1%と横ばい、「簡便化志向」は2.3ポイント低下し35.0%となりました。
3大志向以外では「美食志向」が

4.9ポイント上昇し14.7%、「安全志向」が5.5ポイント低下し17.0%、「手作り志向」は2.9ポイント低下し17.2%となりました。「美食志向」はコロナ禍で外食機会が減った分、家庭内で普段の食事とは異なるおいしい食事を楽しみたいとする消費者ニーズにより上昇したと考えられます。

食料品を購入するときに原材料が国産品かどうかを「気にかける」割合は68.3%と5.8ポイント低下した一方、「気にかけない」割合は28.0%と、6.4ポイント上昇しました。年代別に見ると、若い年代になるほど「気にかけない」割合が高くなりました。

年代高まるほど高い意識

食品ロス削減への取り組み

食品ロス削減には「取り組んでいる」割合が58.8%と、2019年1月調査と比較して9.0ポイント上昇しています(図4)。年代別で見ると、年代が高くなるほど「取り組んでいる」割合が高くなる傾向がみられました。
食品ロス削減に取組む理由は「食費が節約できるから」が37.7%

国産食品に対するイメージについて、価格が「高い」「安全である」という割合に大きな動きはありませんでした(図2)。

輸入食品については、価格が「安い」とする割合は62.5%と横ばいで推移する一方、「安全面に問題がある」とする割合は30.1%と5.8ポイント低下し、09年の調査開始以降で最も低い値となりました。

「割高でも国産品を選ぶ」割合は54.1%と過半を維持するも、4.8ポイント低下しました(図3)。一方、「同等の価格なら国産品を選ぶ」割合は28.9%、「国産品へのこだわりはない」割合は17.0%と、それぞれ上昇しました。

で最も高く、次いで「食品を捨てる」ことが自身の良心に反するから(34.6%)、「環境への配慮」(18.7%)となりました。年代別で見ると20代は「環境への配慮」の割合が他の年代に比べて高くなりました。
生産者や食品製造・販売企業がおこなう食品ロス削減に向けた各種取り組みに対する消費者の期待

食に関する志向

図1 現在の食の志向(上位)の推移/2つ回答 健康志向と美食志向が上昇

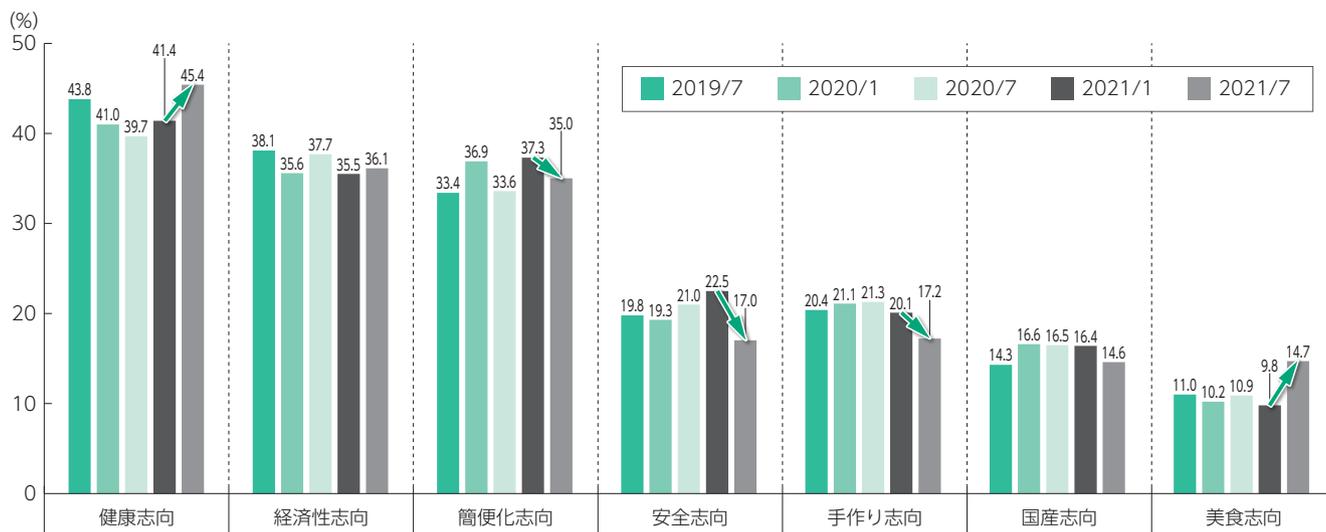


図2 国産食品・輸入食品に対するイメージ 輸入食品を「安全面に問題がある」とイメージする割合が低下

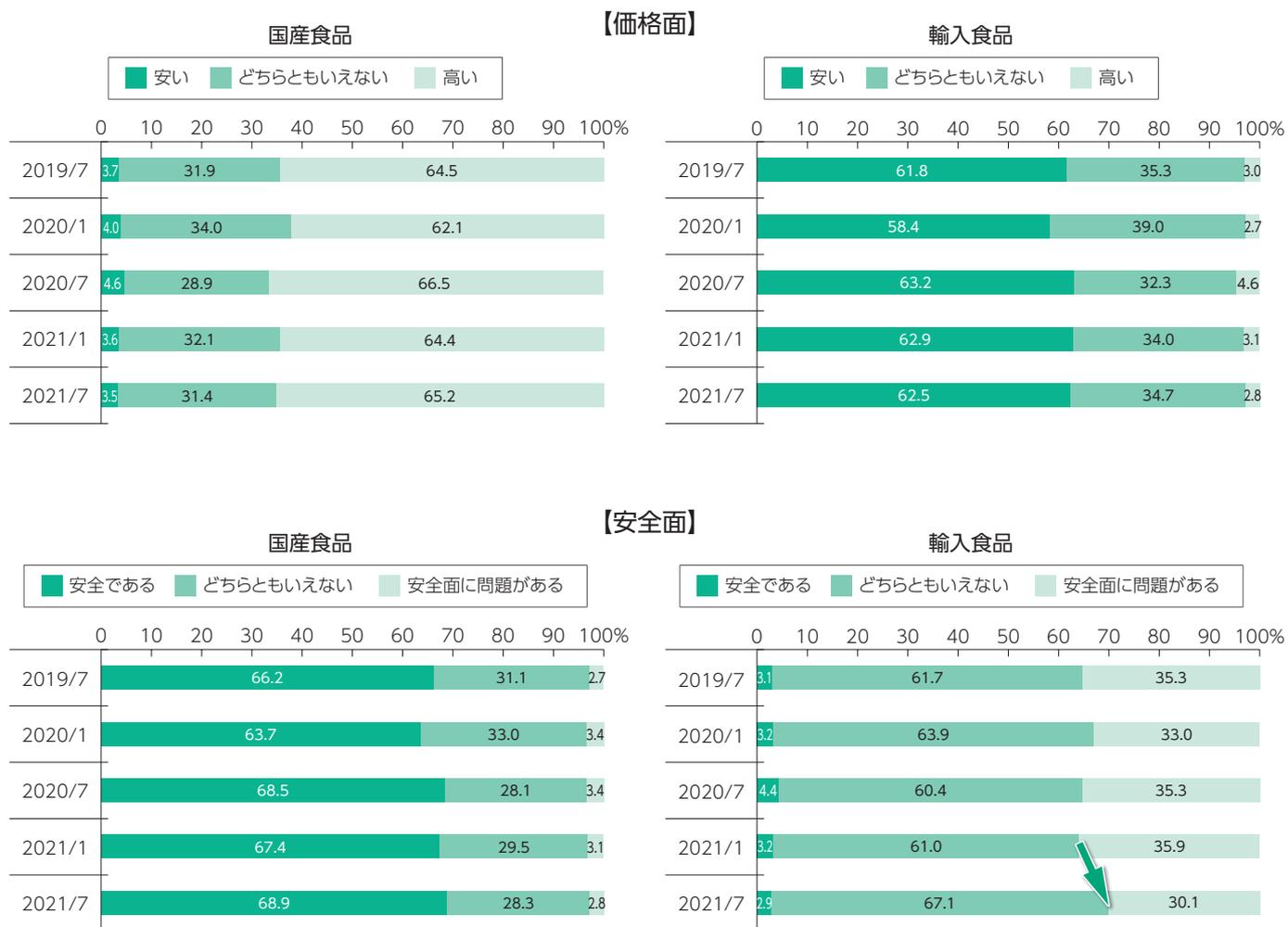
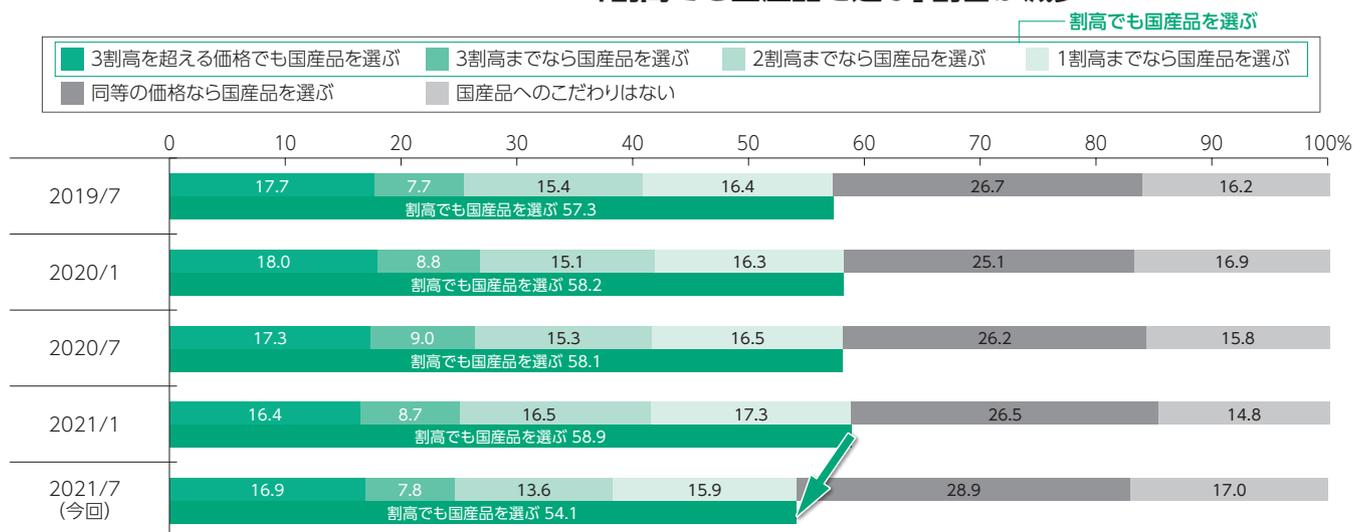


図3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度の推移 **「割高でも国産品を選ぶ」割合が減少**



食品ロス削減への取り組み

図4 食品ロス削減への取り組み状況 **「取り組んでいる」割合は約6割に**

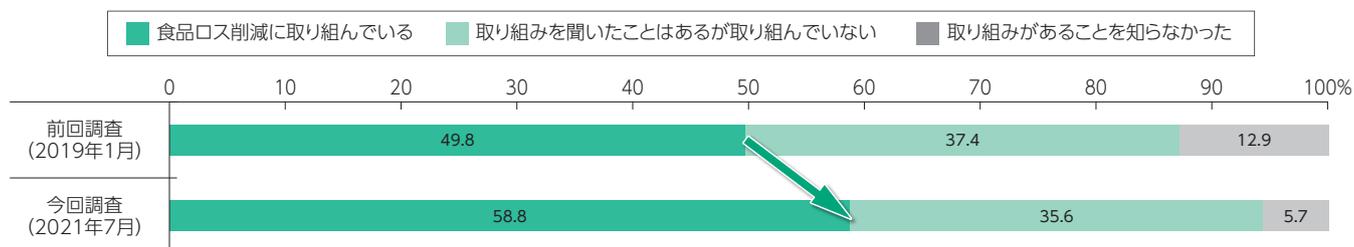
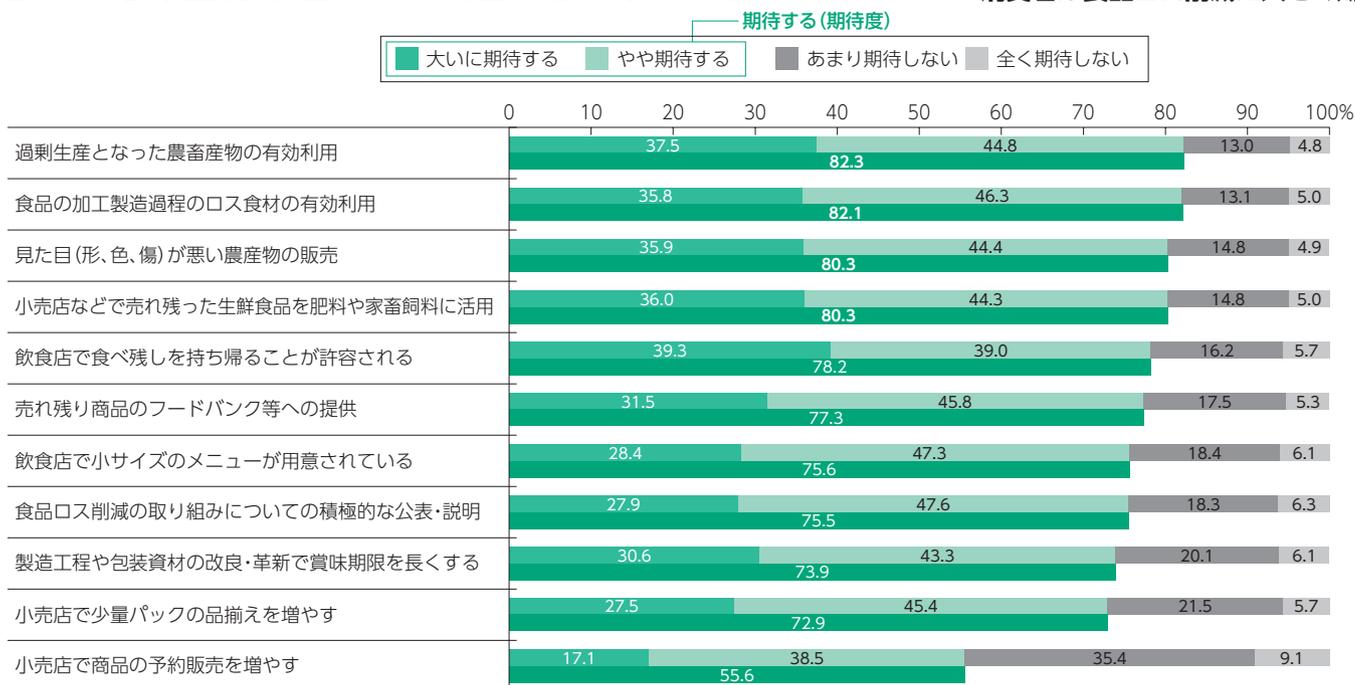


図5 生産者や食品製造・販売企業がおこなう食品ロス削減に向けた取り組みとして期待すること **消費者は食品ロス削減に大きく期待**



「大いに期待する」と「やや期待する」を合わせた割合は「過剰生産となった農畜産物の有効利用」が82・3%で最も高く、次いで「食品の加工製造過程のロス食材の有効

有機・特別栽培の農産物

徐々に消費者の関心高まる

有機・特別栽培の農産物の購入頻度は、「日常的に購入している」と「時々購入している」を合わせた割合が30・2%となりました【図6】。

一方で「あまり購入したことはないが、購入に関心がある」割合は46・5%と高く、有機・特別栽培の農産物に関心を持っている消費者は多いことがうかがえます。

有機・特別栽培の農産物を購入する理由は「できるだけ安全な食品を食べたいから」が61・3%と最も高く、次いで「健康にいいから」(47・2%)、「一般の農産物よりもおいしいと感じるから」(25・7%)の順となりました。一方で、購入しない理由は「値段が高いから」が45・1%で最も高く、次いで「身近で販売されている場所がない・少ない」(36・6%)、「関心がないから」(28・0%)の順となりました。

利用」(82・1%)、「見た目(形、色、傷)が悪い農産物の販売」(80・3%)、「小売店などで売れ残った生鮮食品を肥料や家畜飼料に活用」(80・3%)となりました【図5】。

有機・特別栽培の農産物を購入する際の許容価格は「一般の農産物と同等の価格」が58・4%で最も高く、「5割高まで」と「3割高まで」をあわせた割合は2割を下回りました【図7】。なお、「日常的に購入している」「時々購入している」と回答した方に限定すると、「3割高でも購入する」とする回答は3割を超えました。

結果の詳細は日本公開ホームページで掲載しています。

(情報企画部 赤羽根 佑実)

【調査概要】

- 調査対象 全国の20歳代～70歳代の男女各1000人
- 調査時期 2021年7月
- 調査方法 インターネットによるアンケート

注：図は四捨五入の関係上、合計が100%にならない場合があります。

有機・特別栽培の農産物について

図6 有機・特別栽培の農産物の購入頻度 約3割が有機・特別栽培農産物を購入

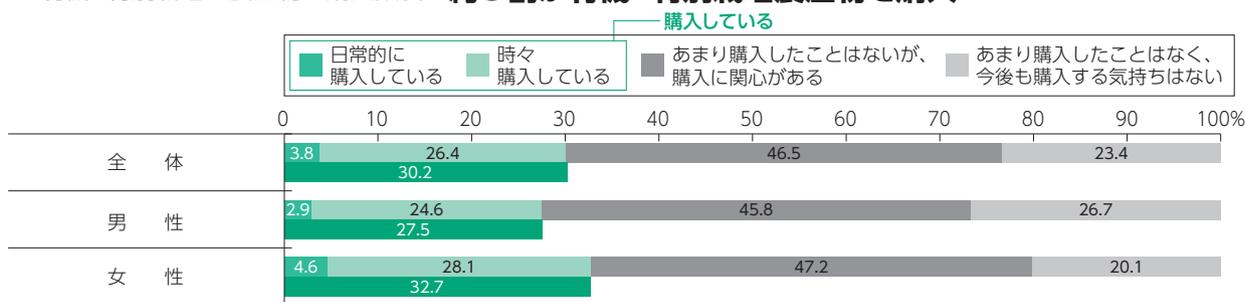
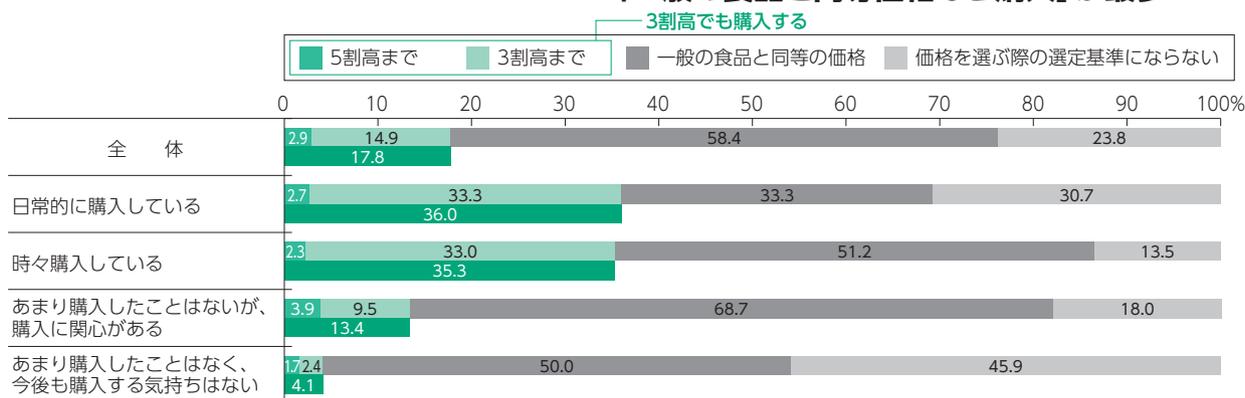


図7 有機・特別栽培の農産物を購入する際の価格許容度 「一般の食品と同等価格なら購入」が最多



鮫田 晋さん

千葉県いすみ市
いすみ市役所農林課主査

有機栽培米を市内全校の給食に提供 地域農業の再興と食農教育にも効果

市内の小中学校の給食に有機栽培

米を使うことにした千葉県いすみ市。

その仕掛け人は、趣味のサーフィンをするため海辺の町役場に転職した若き職員だ。有機栽培農家がゼロだった地域で、専門家を招いて研修会や技術実証を重ね、生産者の切磋琢磨を促し、いまや有機米の産地に育てた。さらに地元産の有機野菜も学校給食に取り入れている。

市内12校の給食に有機米

——いすみ市は小中学校全校の給食に有機栽培米を使っていますね。

鮫田 2015年から市内でとれたコシヒカリの有機栽培米を学校給食に使い始め、3年後の18年から市内の9小学校と3中学校の計12の学校給食で使うお米42トの全量を、有機

栽培米に切り替えました。

——いすみ市は有機栽培が盛んだったのですか。

鮫田 いいえ。無農薬・無化学肥料で有機米を栽培する農家は、12年までゼロでした。13年から一つの農業経営体が有機米栽培に挑戦しましたが、うまくいきませんでした。専門家の指導を受けた14年は1・1畝で4トとれたので、試験的に学校給食に提供したところ好評でした。

15年は16ト収穫し給食の4割、16年は28ト収穫し給食の7割に提供しました。17年は50ト収穫できたので、42トを給食に使い、残りは「いすみっこ」というブランドで、農協を通して一般の消費者に販売しました。その後も有機米の生産は順調に伸びていて、21年は30畝で110ト生

産し、学校給食用以外は完売しました。販売先は首都圏の生協や有機農産物を扱う卸業者が大口で、農協の直売所や千葉県内のスーパーの一部でも販売しています。

いまでは有機米の産地として全国に知られるようになりました。試行錯誤の連続でしたが、短期間で何とかここまでこられました。18年から、米だけでなく有機野菜も給食の一部に使っています。

コウノトリ舞う里が夢

——有機米を栽培するようになったきっかけは何ですか。

鮫田 2005年の3町合併で市長に就任した太田洋市長の「環境保全型農業で地域を活性化させる」という強い想いです。いすみ市の農業も、



高齢化が進んで離農者が目立ち、耕作放棄地も増えて里山は荒廃する一方でした。何か良い方策はないだろうかと思案するうち、お手本となる事例を見つけました。兵庫県豊岡市の「コウノトリと共生するまちづくり」です。いすみ市はコウノトリをシンボルとした、環境と経済の両立するまちをめざしたのでした。

12年に「自然と共生する里づくり連絡協議会」ができ、私は13年に地域産業戦略室に配属され、この事業の担当になりました。でも、具体的なプランは当初、ありませんでした。協議会の農業部会のメンバーだった市内の有力な農家、峰谷営農組合（現・農事組合法人みねやの里）が13年から手探りで無農薬・無化学肥料栽培に取り組み始めました。面積



市内の小中学校に提供される有機野菜を栽培する畑で、いすみ市役所の鮫田晋さん

は22[㍓]で、収穫できたお米はわずか240[㍓]。10[㍓]に換算すると2俵足らず。農薬などを使った通常の栽培方法では9俵とれますから、草に負けてしまったのです。

そう簡単にいくわけがないことは、農業の素人である当時の私にも、取り組んだ農家にもわかっていました。そこで、実践と同時に事例研究をすすめ、豊岡市の取り組みを深く知ることで行きついたのが民間稲作研究所の稲葉光國先生でした。翌年は、有機稲作技術指導の第一人者である

稲葉先生に指導をお願いすると、14年産は10[㍓]当たり7俵もとれ、軌道に乗り始めました。

しかも、14年4月、有機米を作付ける市内の水田に、なんとコウノトリが飛来してきたのです。足環から豊岡市で放鳥された鳥と判明しました。私たちの取り組みを祝ってくれているようでうれしかったです。

一番いい食材を子どもたちへ

——学校給食に地元産の有機米を使う発想が素晴らしいですね。

鮫田 地域で誇れる安心安全な食材を学校給食に提供し、子どもたちに食べてもらいたいという考えからです。有機米が収穫できて、販売先を話し合っていたとき、生産者の一人が「子どもたちに食べさせてあげたい」と発言したことがきっかけでした。

当時、有機米の栽培を促すため、市や農協は無農薬・無化学肥料で生産されたコシヒカリを1俵(60[㍓])2万円、有機JAS認証の有機米は2万3000円で生産者から買入れることにしました。慣行栽培米の

約1.5倍以上で、農家が再生産可能な価格です。精米した有機米の希望小売価格は、5[㍓]で3500円にしました。しかし、販売先を確保していたわけではなかったため、学校給食に提供できることは売る側にとってもありがたいことでした。

——有機米は慣行米より高いので、保護者から集める給食費を値上げすることにはなりませんでしたが。

鮫田 大きな課題でしたが、子どもたちの健康増進だけでなく、地域農業の振興にもなるので、市の財政で負担すると市長が決断し、給食費は上げませんでした。

Profile

さめだしん
埼玉県出身。45歳。立教大学卒。住宅機器会社を経て、2005年4月、千葉県の旧岬町役場(現いすみ市)に転職。13年、「自然と共生する里づくり連絡協議会」の担当。14年、農林課に移り、有機栽培の専門家を招き講習会を開くなど、有機栽培米の拡大に尽力。15年から市内の小中学校の給食に有機米を提供し始め、18年から全量に広げ、有機野菜の提供も開始。

Data

千葉県いすみ市
房総半島の南東部に位置し、太平洋に面している。2005年12月、旧夷隅町、旧大原町、旧岬町の3町が合併し「いすみ市」に。人口3万6000人。市長は太田洋氏。県内では有数の米どころ。20年、いすみ市環境保全型農業連絡部会が、未来につながる持続可能な農業推進コンクールで農林水産大臣賞を受賞。また「辻静雄食文化賞」受賞。

——学校給食に有機米を使ったことで、どんな効果がありましたか。

鮫田 子どもたちに「おいしい」と好評で、目に見える効果としては、食べ残しが減ったことです。

また、現在のところ三つの小学校に限られています。有機米の田植えや稲刈りなどの農業体験と生きものの調査などの環境学習、そして食育を一体的学習としています。体験学習を実施している学校では、食べ残しはほぼゼロです。地域の農業や食文化への理解も進み、「一番楽しい授業だ」と子どもたちに喜ばれています。

われわれ担当者や協力してくれる農家の人手が少なく、現状では農業

体験授業を増やせないのが残念です。こういった食農環境学習は、身近なことを題材にフードシステム全体の理解につながれるという可能性に手応えを感じているので、今後もっと広げていきたいですね。

地域ぐるみで技術を磨く

——有機米の栽培技術を農家が取得するのは難しくありませんか。

鮫田 栽培の目標は、草や虫に負けない米づくりです。確かに手間はかかりますが、きちんと管理すれば、農薬や化学肥料を使った慣行栽培に劣らない収量をあげることもできます。

この地域での稲作は、慣行栽培では10^ア当たり約9俵とれます。有機栽培では約7俵ですが、生産者よって異なり、食味のいい有機米を10俵とる方もいます。

毎年12月ごろ、翌年に有機米栽培に取り組む生産者を募集します。希望者には栽培技術についてのガイドラインを提供し、技術説明会もしています。また、栽培期間中、生産者がお互いの水田を回り、生育状況を確かめ合い、技術的な問題点があれば教え合うこともしています。

よく草取りがたいへんだといわれますが、まず草を生やさないことが肝心です。田んぼの水張りを深くし

て雑草を生えにくくしたり、代かきを2回して、生えた草をすき込むなど工夫しています。

害虫防除は、I B Mと呼ばれる「総合的生物多様性管理」の考え方を基本としています。害虫もいれば、それを捕食する天敵もおり、害虫被害の軽減は水田の総合的な生態管理を基礎にします。あぜの草刈りを適切にして、稲も固く丈夫に育て、天敵となるクモやカエル、トンボなどが増える環境であれば、薬剤に頼らない栽培が可能です。

——慣行栽培農家が有機栽培農家に反感を抱くことはありませんか。

鮫田 いすみ市では、慣行栽培の稲作農家が、耕作地の一部を有機栽培にし、技術を磨きながら、有利販売のできる有機米の生産面積を毎年、少しずつ増やしていくパターンがほとんどです。1戸の農家が、慣行栽培と有機栽培の両方をしているので、対立が生まれません。

「有機」拡大の鍵は給食

——農林水産省は「みどりの食料システム戦略」で、2050年までに、有機農業の取り組み面積を全耕地面積の25%にするという野心的な目標を掲げています。どうすれば実現できると思えますか。

鮫田 いすみ市は、有機米の作付を200^アに増やす目標を掲げています。市内の主食用米の水田面積の約11%に相当します。いすみ市の21年産の有機栽培米の作付面積は30^アですから、届かない目標ではありません。

国の25%という目標は、まさに野心的ですね。一気に数百^アもの有機栽培面積を増やすことはできません。私たちのようになるべくたくさん

農家に技術を習得してもらい、各農家が自身の経営に応じて少しずつ有機栽培面積を増やしていくのが現実的でしょう。小さな取り組みを積み上げていく私たちのモデルなら、需要の確保に困ることもありません。

また、学校給食に使うと、波及効果もあります。いすみ市が有機野菜を使うことになったのは、有機米の活用をニュースで知った市内の有機野菜栽培グループから「私たちの栽培する有機野菜も使ってください」という申し出があったからです。

有機野菜は当初、ニンジンと小松菜だけでしたが、いまでは8種類に増えています。「まとまった量を、よく確保できますね」という質問を受けますが、1回の給食に使う量がそれほど少ないときは、慣行栽培の野菜も混ぜます。できることから少しずつ柔軟に対応していけば、いいのです。

有機栽培の農産物は、国内ではまだ十分に消費者に認知されているとは言えません。需要創出には、学校給食の食材に使ってもらうことです。欧州や韓国で有機農産物が普及したのは、給食需要をつかんだからだと言われています。有機栽培拡大の鍵は、学校給食の活用だと思っています。

サーフィンしたくて転職

——鮫田さんは、サーフィンがしたくて、旧岬町に転職したそうですね。鮫田 海のない埼玉県で育ったからでしょうか、大学時代にサーフィンの魅力にとりつかれ、友人と共同で旧岬町にアパートを借り、サーフィンばかりしていました。

旧岬町で職員を採用していることを知り、試験を受けて町役場の職員に転職しました。すぐに3町が合併していすみ市になり、今日まで有機栽培米拡大の仕掛け人を任せられることになりました。まさか、私が農業を担当するとは思いませんでした。

サーフィンはいまでも続けています。ここは温暖なうえ海の幸も山の幸も豊富で、住みやすいところです。3人いる小学生の子どもたちも有機栽培米の給食を気に入ってくれて、私としてもうれしいです。

(ジャーナリスト 村田 泰夫)



Forum Essay

フォーラムエッセイ

27歳のとき、とんだ失敗をした。

友だちの家でバーベキューをすることになり、「お野菜を畑から採ってきて」と友だちのお母さんに言われた。

「はい、はい」。二つ返事で、私たちは畑に向かった。

ナスやピーマンの収穫は簡単。しかし、タマネギがわからなかった。多分これだろう！と引っこ抜いたのは、なんと下仁田ネギ。

「えー、間違えた〜(笑)」

トホホ、私は四半世紀以上、毎日のように食べている野菜を知らないなあ。でも、この瞬間、スイッチが入った。野菜がどうやってできるのかを知りたい。これは自分でつくってみるべきだな！

まず、園芸店でミニトマトの苗とプランターと土を買った。トマトは簡単にできると聞いたことがあったから。

しかし、私のトマトは途中で成長が止まってしまった。何故だろうと思ってプランターをひっくり返したら、土は根っこだらけ。根詰まりをして成長できなかったのだと思う。

畑を貸してくださる方を見つけ、今度は、土いっばいの畑で野菜を育てることにした。しかし、またしても問題発生！野菜が成長していないのだ。愕然とする私に、隣の畑のおばあちゃんが言った。「あんた、肥料入れたの？」

肥料って何？ どうしたらいいの？ と戸惑う私に、おばあちゃん先生は畑のことを一から丁寧に教えてくれた。

畑をスタートしてから13年が経つ。

簡単にできると思っていた野菜づくりは挫折ばかり。でも、できないからやめたとならなかったのは、失敗したからこそ理由を知りたくなったからだ。もちろん食べたこともある(笑)。

何年やってもこずるが、その都度発見があり楽しくてしかたない。私は、おばあちゃんになっても、野菜づくりを続けている。



女優
滝沢 沙織

たきざわ さおり
1981年長野県生まれ。テレビや雑誌などで活躍中。NHK BSプレミアム放送「晴れ、ときどきファーム！」でメインMC。ウェブマガジン「リビングライフ」レギュラーリポーターなど。趣味は、野菜づくり・海釣り・料理。ジュニアファームマエストロの資格を持つ。

タマネギがわからない



休耕田で米づくりの実践型食育活動 SDGsのグリーンリーダーを育成

兵庫県神戸市
ピースアンドネイチャー
NPO法人Peace & Nature 事業推進部ディレクター

イナシル 忍



国籍の異なる仲間たち

私たちは、日本人と外国人がともに活動する国際NPO法人です。2003年、夫のイナシルバハラムとともに立ち上げました。現在、38カ国450人、39社・法人がメンバー登録をしています。さまざまな国籍の人が集まり、すべての活動を日本語と英語のバイリンガルで開催しています。活動拠点は神戸市北区です。北区は六甲山の北側に位置します。ニュータウンなど住宅地もありますが、多くは山林や農村地域です。この豊かな自然のなかで、SDGsのゴールに沿った、サステナブルな新しい私たちのコミュニティづくりを推進しています。

特に#4質の高い教育、#13気候変動、#17パートナーシップに力を入れています。活動プログラムは三つあります。一つ目は食と農(休耕田を再利用した、農薬を使わない食「米・野菜・ハーブ」づくり)。二つ目は、環境活動(里山保全・エコハ

ウスづくり・再生可能エネルギーの利用)。三つ目は地域活動(竹の伐採・休耕地再生など)です。活動当初は、「ワールドチルドレンサミット」の開催や、ビーチクリーンアップなど、「環境」をテーマに活動していました。

その後、私たちの息子のアレルギーが改善されず、食事療法について確かな答えもなく悩んでいた際、バハラムが神戸大学の名誉教授、保田茂先生に出会いました。先生は、安全良質な食べ物、とりわけご飯と発酵食品を通して、食文化・健康・農業を学ぶ体験型食育活動をおこなっています。また、かまどでご飯を炊くプログラムなどを展開しています。保田先生の農業塾で学んだことがきっかけで、自分たちも、安心な食づくりに挑戦しよう!と決め、農薬を使わない米や野菜づくりを開始しました。

またバハラムがALTとして、日本の小学校に英語のアシスタント教師として通っていたころ、子どもたちに、「将来何になりたいのか?」と

思い描く夢を聞くと、その辺りは田んぼ一面のエリアでしたが、誰一人として農業を継ぎたいという子どもがいなかったそうです。これに彼はとても驚きました。これは日本の食料自給率の問題にもかわる課題だと実感し、農業にチャレンジしてみたいと思いました。とはいっても、農地はそう簡単に見つからず、さまざまな方々に声をかけて、やっと農家の方を紹介してもらえました。

2008年より、農家の方にお世話になりながら、よちよち歩きでスタートしたお米と野菜づくりでしたが、私は横浜の都会育ち、バハラムはイランの首都テヘランの出身です。田舎での生活経験はなく、農業に触れたこともありません。お世話になった農家さんも、最初は私たちが何をしたいのか、よくわからなかったと思います。フレンドリーだけけど変な外国人が、仲間や国際学校の生徒たち、日本の学生をぞろぞろ連れて、農薬を使わずお米と野菜を育てたい

profile

イナナル 忍 いなんるしのぶ

1962年生まれ横浜出身。ハワイ州ホノルルにて旅行社・イベント会社勤務。在米中、オーガニックやマクロビオティックを学ぶ。食に気を使っていたにもかかわらず、子どものアレルギーがなかなか治らない経験から、夫のイナナル・バハラムと2003年NPO法人Peace & Natureを設立。08年より、さまざまな国籍のメンバーと、農業を使わないお米や野菜づくりをスタート。10年からハーブガーデンも始め、SDGs #5に力を入れ、女性のためのサステナブルなコミュニティづくりを推進中。

NPO法人Peace & Nature

2003年に設立。創立者・代表理事はイナナル・バハラム。現在38カ国のメンバーが在籍する。09年より、休耕田を再利用して、農業を使わないお米・野菜づくりを開始。10年より、環境活動の一環として、森の活動・植樹・山の手入れも継続中。SDGsのゴールに沿った「SDGs Action Program」には、国際色豊かな人々が集まり、大学や企業の研修・国際学校の子どもたちが、現場で地に足をつけながら学んでいる。すべての活動はバイリンガル(日・英)で開催。

と挑戦しているが、いつたい何をめざしているのだろうか、と。

エコハウスでかまど料理

そこで「農業」を、食づくりの教育の一環として取り組みたいこと。農業を使わないお米と野菜づくりを、「環境プログラム」として、また地域に残る「日本の伝統文化」を、外国人や日本の若い世代に伝えたいという熱い気持ちを根気強くお伝えしました。

ネバーギブアップ精神！よく言えば粘り強い性格の私たちです。地域の方々も、挑戦する気持ちを支えてくださいました。メンバーとともに、週末ごとに集まり、農家の方にご指導をいただきながら、米や野菜をつくるコツを少し

ずつ学んでいきました。

活動当初は、週末に田んぼや畑でワークショップを開催、公民館をお借りして、子どもたちやメンバーの休憩所として利用していました。

活動が広がるなか、参加者も増え、自分たちの活動ベースが必要となり、空き家を探し2、3軒後に、今の家にめぐり逢いました。長年使用されていなかった空き家を、メンバーと一緒に片付けています。壊れかけていた建屋は壊し、トイレを設置しました。先生をお招きし、学生と一緒に愛農かまどをつくりました。かまどでは、収穫したお米や野菜を調理します。

クリーンエネルギーを利用し、再生エネルギー1100%のエコハウスをめざそうと、今でも改修を続けています。



上:日本人も外国人も一緒に田植え
下:学生や企業と竹を伐採しパウダーヤドームづくり

バハラムの人を巻き込む力はパワフルです。

口コミやメンバーの紹介、また神戸のPRアンバサダーであることから、日本のみならず、活動の輪を世界へ広げています。インドやカナダ、イギリスなど、海外からの留学生や、日本の大学を通じ、インターンシップを受け入れ、日本の地域を体験したい人が増えています。

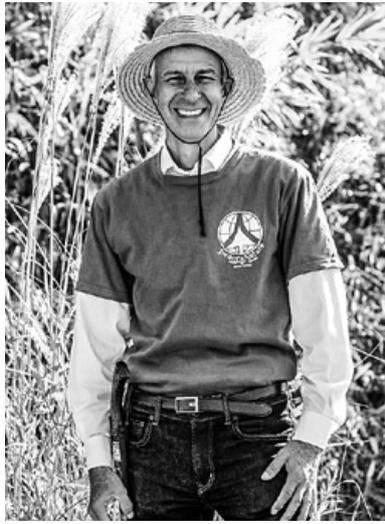
海外からのビジターの農家ホームステイの受け入れも嬉しいし、外国人にも大変好評です。

日本の高校(2019年東北学院・2020年百合学院)や大学(神戸学院大学)、国際学校の生徒、また企業の社員がSDGsの体験授業として参加します。体験コースは季節により異なりますが、竹伐採・竹パウダーづくり、稲藁織り・菰樽こもだるづくり、植樹(下草刈りと植樹)、収穫体

験(枝豆など)、苗の植付け(タマネギなど)、田植え、稲刈り・稲干し、座禅体験などさまざまなコースを準備しています。

コロナが収束した際は、また多くの人たちが、体験学習に参加できるよう願っています。

このような私たちの活動の大きな目的の一つは、「未来のグリーンリーダーの育成」です。グリーンリーダーとは、自然から学び、地域や社会の課題を知り、解決に向け行動する人材です。私たちが考えるリーダーは、地球環境に配慮でき



日本が大好きなバハラム

る人材であることから、このネーミングになりました。SDGsや環境問題に世界が力を入れ始めたこともあり、今では自然に理解されるようになりました。

休耕田を再利用するため、地域の方、企業、大学、さまざまな国籍が集結、ダイバーシティが一丸となり、地域課題の竹を伐採し、田んぼに復活させます。苗を手で植えて、みんなで力を合わせてわらを束ねて馬をつくり、稲を干します。活動当初は、田んぼに足を入れると泣き出す子

どもや、虫を嫌がる子どもが多く、大変驚きました。現代人が、自然と過ごす時間が圧倒的に少なくなっていることを実感しました。自然相手に活動することは、思い通りにいかないことが多く、失敗の連続です。プログラムを通じ、たくましく学べる環境の中、諦めずにチャレンジすることで、解決につなげ、自然や地域の方から生きた知恵を教えてもらい、色々なことに気付いてほしいとの思いが詰まっています。

サステナブルな農村めざす

ありがたいことにプログラムはいつも人気なのですが、その秘訣の一つはバハラム本人の考えにぶれないことです。

彼は、日々の活動を通し、自然のなかで黙々と仕事をする地域の人たちから学べることを心より喜び楽しんでいます。

「農業は科学であり農家は科学者である」と語ったノーベル生理学・医学賞を受賞した大村智さん、アフガニスタンで用水路をつくって地域の農業に尽力された故・中村哲先生、「これからの教育は、地域と環境に役立つ子どもを育てることが大切」とするノーベル平和賞を受賞したバングラデシュのムハマド・ユヌス氏らの存在に後押しされ、自分の進む道が間違っていないことを確信し、挑戦しているんです。

最後に、なぜイラン出身のバハラムが日本の神戸にいるのかを少しお話させてください。

バハラムは、イラン・イラク戦争を体験しています。海外での生活を希望し、アメリカ、ヨーロッパ、日本に行く選択のなか、学生時代から日

本の武道を学んでいたこと、黒澤明監督の映画ファンだったこと、当時、中東で大人気であったNHKの「おしん」に憧れ、あわよくば「おしん」のような女性に出会えるのではないかという淡い期待を持って1989年に初来日。(その希望は見事に破れ、日本一おっかない人と結婚したと思っっている)。

95年、当時、横浜に住んでいた彼は、阪神淡路大震災をニュースで知り、居ても立ってもいられず、ボランティアとして神戸に駆けつけました。

友人や近所の人を亡くしたイラン・イラク戦争は、とても辛い経験でしたが、その時学んだ危機管理が、阪神淡路大震災時のボランティアとして役立ちました。ボランティアで活動するなかで、辛い出来事も乗り越えれば、何かにつながる時が来ると気付いたそうです。バハラムは、彼の母国のように知らない人同士が気さくに話す関西の土地柄が気に入る、そして、神戸の人たちのたくましさや優しさに心を打たれ、神様のドアに移住したい！と心に決めました。

その当時ハワイで元気に仕事をしていた私も神戸で合流し、後に結婚。お互いに関西の水が合い、現在に至っています。

コロナにより、世界の社会構造は大きく変わり、テレワークの推進により、半農半Xや、サステナブルな生き方に興味を持ち、農地を探したいとの問い合わせも増えています。人々の健康や環境に対する意識も変わりつつあります。

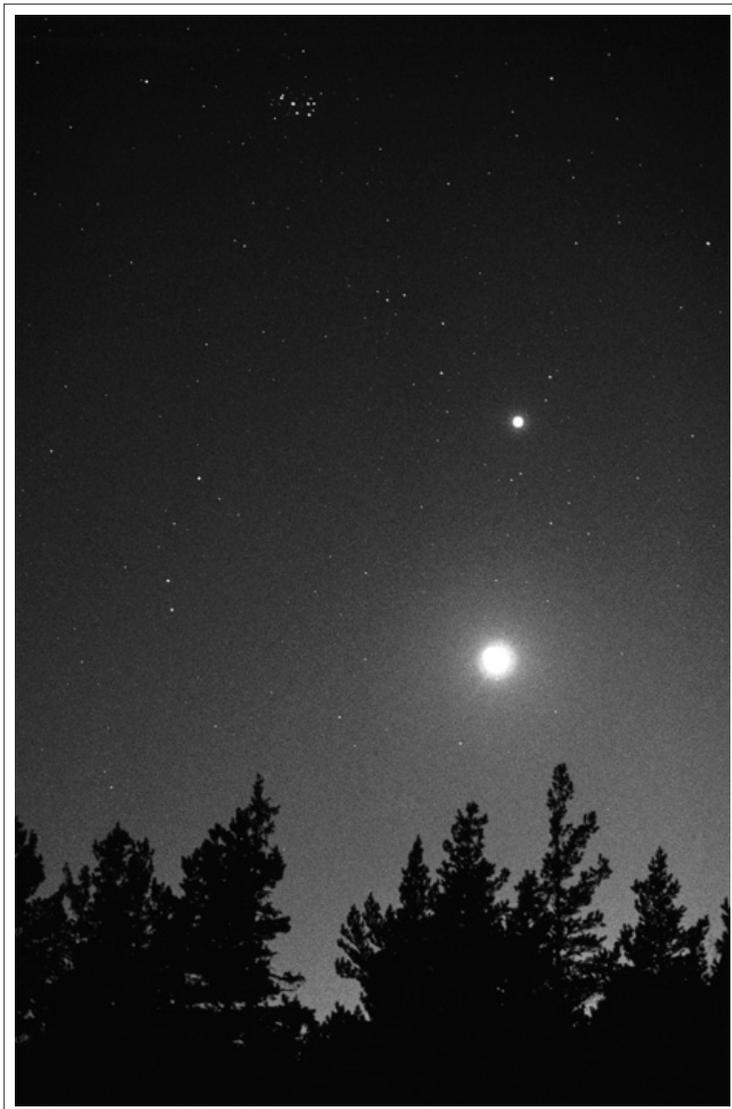
SDGsと地域活性化に取り組み私たちの活動に賛同して下さる方がもっと増えてくれたらいいなと思っています。

俳句が 告げる季節

寒昴あらば地の意志定まりぬ

翔

先人たちが昴すばるに、農事の時や航海の方角を問うたように、わたしも空を仰ぎ、答えを探す。冬の夜空の下、目に見えるぬ大いなるものの力を感じるうちに、絶えず、人は星に導かれているのでは、と思う。そう、われわれが星を見失っている時でさえ。



昴(プレアデス星団)を望む：フィンランド ©imagenavi/ainoa

大高 翔

おおたか しょう

俳人。徳島県阿南市生まれ。立教大学卒業。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】寒昴(季=冬)

冬昴、六連星、昴宿、羽子板星、すまる。冬の夜、牡牛座の肩先に見えるプレアデス星団の日本名。星団の星々が、糸を通して統べるように集まっている、という意味の「統べる星」を語源とする。「昴」の字を当てたのは、中国の呼び名「昴宿」に由来している。『古事記』においても称えられ、『枕草紙』では「星はすばる。ひこぼし。明星……」と一番に名を挙げられている。古くから、農耕の時を教える星、また、航海の目標の星として親しまれてきた。

参考文献：榎本好宏『季語成り立ち辞典』(平凡社)、『日本大歳時記』(講談社)

産地気候に合わせた品種選び

国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構
 中日本農業センター 研究推進部 技術適用チーム チーム長

石川 哲也

農

地の集積が進展するなかで大規模な家族経営体や雇用型大規模法人が、水田作の中核的担い手として期待されています。

大規模・多筆圃場条件下で生産性の高い水田農業経営を実現させるためには、作業の平準化と収量・品質の高位安定化の両立が課題となつていきます。

これらの課題を克服するには、産地の気候を十分把握したうえで、適合する複数の品種を選択して組み合わせることが重要になります。例えば、関東以西の温暖地において単一の品種のみ作付けすると、移植時期が遅いほど生育期間の気温が上昇するため、多くの品種では出穂が早まり、移植期間の幅より収穫適期の幅が狭くなって、収穫や乾燥調製における作業競合の発生が懸念されます。また、生育期間の短縮により収量が低下する可能性もあります。

そこで、生育期間の短い極早生品種から晩生品種まで生育期間の短いものから順番に移植することで、各品種の生育期間を確保し、全体としての収穫適期を拡大します。

た

だし、水稻品種には日照時間への反応があまり変わらない「感光性」の強いものや、気温上昇への反応が鈍く、移植時期を遅らせたぶん出穂も遅れる「基本栄養生長性」の大きいものもあります。また、寒冷地以北では、移植時期を遅くすると、秋冷により登熟が停滞する危険性もあります。新規品種を導入する場合は、栽培マニュアルや指導指針、奨励品

種特性表などを事前に確認することが重要です。周辺圃場の作付け品種との関係によっては、水利や病害虫防除への留意も必要です。

私たちが開発した農業情報システム「栽培管理支援システム Ver.1.1」では、「メッシュ農業気象データシステム」を利用して、発育ステージを予測できます。導入を検討している品種について、栽培地点の位置情報（緯度・経度）および移植日・苗姿を入力し、平年あるいは指定する過去の特定年次の気象条件下で、移植日を変更した場合の成熟期の変化をシミュレートできます。

現行システムは今年度末で運用を終了する予定ですが、今後は農業データ連携基盤(WA GRI)に搭載し、各社の営農管理システムなどを通じたサービスとして提供されるよう、開発と調整が進められているところです。



農研機構内圃場での作期移動品種の比較試験。右側が遅植え (2007年9月26日撮影)

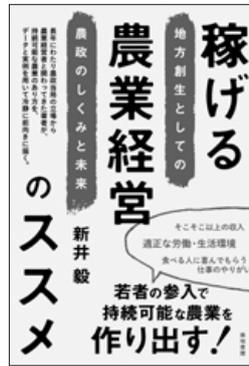
Profile

いしかわ てつや
 埼玉県生まれ。1986年農林水産省入省。農研機構にて、飼料用稲の安定多収栽培技術に関する研究などに従事。2021年4月より現職。大規模経営における多筆圃場の作型配置と自動運転農機活用の最適化に関する研究に携わる。

『稼げる農業経営のススメ』

地方創生としての農政のしくみと未来

新井毅 著 築地書館



2021年8月発行・1,800円+税

ホワイト化が進む日本農業

村田泰夫（ジャーナリスト）

日本農業ほどその認識について、人によって大きな違いのある産業はほかにない。「衰退産業で滅亡する」という人もいれば、「成長産業になる」という人もいる。日本政策金融公庫の農林水産事業本部長である著者は、「日本農業はホワイト化が進んでいる」との認識をもち、本書ではその根拠を統計データで示している。

「ホワイト化」とは聞きなれない言葉だ。「そこそこ以上の収入」「適正な労働・生活環境」「仕事のやりがい」の三つをクリアした状況を、著者はホワイト化した産業という。低賃金で長時間労働を強いる企業をブラック企業と呼び、その対義語としてホワイト企業という言葉があるが、日本農業はホワイト化しなければ持続可能な産業とはいえない。

統計によると、農業をメインにしている農家らしい農家の所得は全世帯平均の1.5倍と、「そこそこ」の収入を確保できる産業になっている。ひと昔前までは稼げない産業だったが、ここ数年で稼げる産業になってきた。また、販売金額1000万円以上の経営体が、わが国の農業産出額全体の8割以上を担っている。労働環境は、まだ軽減努力が必要だが、機械化やIT技術の活用などで改善されつつある。

一方、優秀な若者たちがポジティブな動機で農村にかかわる機会を求めるようになってきている。農村や農業に「生きがいや働きがい」を感じるようになっていくからであろう。

また、本書がユニークなところは、地域創生という視点から見て、農業のホワイト化がいかに重要かを論証していることだ。農村部の人口減少が著しいのは、地方に仕事がないからだといわれる。農林官僚の著者が内閣官房の「まち・ひと・しごと創生本部」に出席していたとき、地方では農業こそ「良質な仕事」を提供できる可能性があると確信したという。

農業のホワイト化とは、若者たちに、農業は希望が持てて、やってみたいと思わせる産業にすることだ。実際のところ、ホワイト化した経営体が地域に続々と誕生しつつあることを、著者は事例を挙げて説明している。

日本農業に対してネガティブな固定観念を抱いている読者には、認識を変えさせてくれる障子の読書体験となることだろう。



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11月1日～11月30日)

タイトル	著者	出版社	税込価格
1 どう考える? 「みどりの食料システム戦略」(農文協ブックレット23)	農山漁村文化協会/編	農山漁村文化協会	1,100円
2 季刊地域 No.47 2021年秋号(特集:使い切れない農地 どうする? 誰に託す?)	農山漁村文化協会/編	農山漁村文化協会	943円
3 農政トライアングルの崩壊と官邸主導型農政改革 安倍・菅政権下のTPPと農協改革の背景	作山 巧/著	農林統計協会	1,980円
4 人新世(アントロポセン)の地球環境と農業	石坂 匡身、大串 和紀、中道 宏/著	農山漁村文化協会	1,980円
5 米産業に未来はあるか——歴史を見つめ、明日を展望する	農政調査委員会/編	農政調査委員会	2,970円
6 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
7 森林で日本は蘇る—林業の瓦解を食い止めよ—	白井 裕子/著	新潮社	792円
8 森の日本史	黒瀧 秀久/著	岩波書店	990円
9 食農と林業のバリューチェーン	斎藤 修/著	農林統計出版	3,960円
10 概説 改正漁業法	小松 正之/監修 有蘭 眞琴/著	成山堂書店	3,740円

◆私は、稲作農家の三代目です。昨年は、50作目の稲と麦でした。

30年以上前から、農薬や化学肥料を使わない米づくりに取り組んでおります。さまざまな生きものが暮らす田んぼで、うるち米・もち米・黒米・赤米など10種類以上のお米をつくっています。

いろんな稲の種をブレンドして一緒に田んぼで育てております。稲がそれぞれ助け合っておりまして。できたお米は、『いろいろ米』として皆さんに届けております。

自然の声に耳を傾けて稲を育てるのは大変だけれども、とても面白い。野良仕事を通して今と昔を對比し、季節の移ろいを感じています。しかし、近年、生きものとの接点が少なくなっているのを感じています。

春の代かぎのときには、餌をついばむサギやカモの姿があったものですが、ずいぶん見なくなりました。

夏は、子どもたちが田んぼの生きものに触れ合う授業のために、水路に魚取りのかごを仕掛けますが、魚はめつきり取れなくなりました。

ゴロオシといって除草のため田に入り歩き回る初秋は、トンボの羽化に出合うとき。以前は、アキアカネやシオカラトンボ、イトトンボが朝露に羽をぬらし稲葉にとまっていたのですが、会いません。

さびしいよ。
いずれも除草剤、殺虫剤、化学肥料が関係しているのでしょう。そのことに気が付かない百姓は、悲し過ぎます。

(栃木県上三川町上野長二)

ご意見・ご感想をお寄せください

『AFCフォーラム』は農林漁業者、食品事業者の皆さまに役立つ誌面づくりをめざしています。参考になった記事、取り上げてほしい企画、お気付きの点など、メール、FAX、電話、郵送で編集部までお寄せください。掲載させていただいた方には薄謝を呈します。

メール anjoho@jfc.go.jp

※こちらのコードもお使いください



FAX 03-3270-2350

電話 03-3270-2268

郵送 〒100-0004

東京都千代田区大手町1-9-4

日本公庫農林水産事業本部情報企画部

AFCフォーラム編集部あて

編集後記

AFCフォーラム Forum 2022.1

編集

前田 美幸 今村 潤 高雄 和彦
山本 晶子 大谷 香織 城間 綾子
竹中 夕美

編集協力

青木 宏高 村田 泰夫

発行

株式会社日本政策金融公庫
農林水産事業本部
〒100-0004
東京都千代田区大手町1-9-4
大手町フィナンシャルシティ ノースタワー
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 株式会社佐伯コミュニケーションズ

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)

④先月号からの地球環境シリーズ、今月号は有機農業です。IPCCの統計によると世界の農林業由来の温室効果ガス排出量は、人為起源の全排出量の2割以上。環境に負荷をかけず、地球温暖化防止につながる有機農業を「持続可能」なものにするためには、コストを許容する消費者の理解が欠かせません。試されているのは私たちだと気が引き締まります。(今村)

④今月号でオンライン取材をした無茶々園さん。どうしても食べてみたくなり、「わけあり温州みかん」をネット注文しました。届いたみかんたちは見た目こそふぞろいですが、食べると甘みが詰まっています。ハツとするようなおいしさ。「みかん」も「有機農業」もひとくりにせず、生産者のみなさんの想いや育て方の違いを味わいたいですね。(大谷)

④昨夏から、生ごみたい肥づくりに挑戦中です。台所から出た生ごみにボカシを混ぜ、発酵させます。それ土の中に埋めると微生物の働きできれいな土になるんです。この劇的な変化を見るのが楽しい。花壇の土にしたら、この冬はバンジーやピオーラがみごとな花をつけてくれました。今年、畑を借りて有機家庭菜園を始めたい。(城間)

④店頭でお米を選ぶときにパッケージを見るのが楽しみです。「銀河のしずく」「淡雪こまち」「だて正夢」など、趣向を凝らした名前や斬新なデザインのは袋は、お米の個性に花を添えるよう。炊きたてはかほかのご飯あつての日本の食卓。それを支える「耳よりな話」の石川さんら研究者の尽力に感謝を捧げつつ、ご飯ライフを楽しみます。(竹中)

国産にこだわり
農と食を
つなぎます。

第15回

アグリフードEXPO東京

—— プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会 ——

2022年

日時

2月2日(水) 3日(木)

10:00~17:00

10:00~16:00

会場

東京ビッグサイト 東展示棟

同時開催

オンライン商談会

2021年12月1日(水)~2022年2月28日(月)



後援：農林水産省/財務省/中小企業庁/全国知事会/全国市長会/全国町村会
協力：(独)日本貿易振興機構/国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構/(公社)日本農業法人協会/(一社)日本養豚協会/(一社)日本養鶏協会
全国農業経営者協会/全国農業協同組合連合会/全国農業協同組合中央会/(一社)日本フードサービス協会/(一社)日本スーパーマーケット協会
日本チェーンストア協会/(一社)全国スーパーマーケット協会/日本ハム・ソーセージ工業協同組合/オール日本スーパーマーケット協会/農林中央金庫
(株)みずほ銀行/(株)三井住友銀行/(株)三菱UFJ銀行/野村アグリプランニング&アドバイザー(株)/アグリビジネス投資育成(株)
(一社)全国消費者団体連絡会/日本生活協同組合連合会/NPO法人日本プロ農業総合支援機構/(株)日本農業新聞/沖縄振興開発金融公庫

主催：日本政策金融公庫



● 次代に継ぐ

みどり戦略、本格始動へ



『育成の牧場』市村 亜莉朱 和歌山県北山村立北山小学校
 「大きくて迫力があるが可愛さもある乳牛と一生懸命働くおじさんがすきだから。」
 (「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展2021 日本政策金融公庫 農林水産事業本部長賞 受賞作品)

■ 本受賞作品は、2021年12月4日～11日の間、東京都美術館で展示されました ■

■ AFCフォーラム 令和4年1月1日発行(毎月1回発行)第69巻8号(854号)
 ■ 発行/株式会社 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 大手町7-Fourth Floor 2F7F Tel.03(3270)2268
 ■ 販売/株式会社 日本経済新聞社 〒104-0082 東京都中央区八丁堀2-1-44 ナナビル Tel.03(3537)1311 ■ 定価529円(税込)