

Forum Essay

フォーラムエッセイ

「こんにちは」。ある日、農家さんに飛び込みで声をかけた。信号待ちの視界の端で、さわさわと大きく揺れる稲穂がきれいだったからだ。ゴッホが描いた麦畑のように、ずらっと奥まで植えられた稲は、風を気持ちよさそうに受けて右へいたり左へいたりしていた。

おおらかな自然の動きをどうやって写真に収めよう——、そう思いながら車を止め、農家さんのもとへ歩き出した。「なんだい？写真？いいよ」。やっぱりそうだ、大体はこういう返答なのである。農家さんには当たり前すぎるこの景色、何がいいの？といった具合なのだ。こういうとき、すんなり了承を得るには農家共通の言葉を使うことが大事だ。

実を言うと、私はもともと農業が嫌いだった。畑に囲まれた山梨県の田舎で育ち、ブドウ棚をくぐって学校へ通っていた。そんな田舎での生活が嫌で、将来に農業を想像したことは一度もなかった。

しかし今、「農業カメラマン」になった。消費者と生産者がお互いを知るきっかけをつくりたい。気持ちに変化が起きたのは、種苗会社に勤めていたときに行った農家さんの3時休憩だった。休憩所には数人の農家さんが遊びに来ていた。生産者の年代はバラバラでも、「ようやく夜温やんが下がったね」なんて始まれば相場や品種の話で盛り上がる。20代の若者も農業一筋の60歳も、脱サラしたての35歳だつて「農家」と名乗ればみな農家。農業は例年通りの栽培では通用しない、経験と直感がものをいう世界。育てる品目こそ違えど、全員が研究者で、年に関係なく農業特有の言葉で教え合い切磋琢磨するこの業界をもっと知ってほしい。

水田を写真に収めるときには品種はもちろん、それらの葉色や葉幅、倒伏の違いを教えてもらった。教えてくれる農業の言葉を分解して消費者に届けよう。

さあ、今日も農業を撮りに行く。

F



農業カメラマン
網野 文絵

あみの ふみえ
1986年山梨県生まれ。大学卒業後、大手種苗会社に就職。12年間広報グループにて野菜・花・農業資材など農業全般の撮影を経て、フリーランス。農業冊子の表紙の撮影や、取材、農業コラムなどにも取り組む。同時に国内で農業写真展をおこなう。

消費者と生産者をつなぐ写真

輸入食品を安いとする回答は減少 「過剰包装見直し」などに期待高まる

—消費者動向調査(2022年7月調査)—

今回調査では、食に関する志向、食品の値上げに対する意識、環境に配慮した農産物・食品の購入意向などについて調査しました。

食に関する志向は前回調査に引き続き「健康志向」、次いで「経済性志向」「簡便化志向」の順となりました。

輸入食品の価格のイメージについて、「安い」の割合は46・7%と14・5ポイント低下。一方で「どちらともいえない」の割合は49・9%となり、調査開始以来初めて「安い」の割合が「どちらともいえない」の割

合を下回りました。

最近1カ月に購入した生鮮・加工食品のうち、昨年同時期と比べて値上げを感じる品目は、パン、野菜、小麦粉、食用油が目立ちました。環境に配慮した農産物・食品の購入促進のために、消費者が生産者や食品企業などに期待する取り組みについては、「過剰な包装・サービスをしない」が最も高くなりました。

食に関する志向

70歳代で「経済性志向」高まる

現在の食の志向は、前回に引き

続き「健康志向」「経済性志向」「簡

便化志向」の3大志向に変化はありませんでした。健康志向は2半期連続で低下し、42・1%となりました。「経済性志向」は1・7ポイント低下し36・1%、「簡便化志向」は3・3ポイント低下し33・8%となりました。

その代わり、「安全志向」が2・2ポイント上昇し19・4%に、「手作り志向」が1・6ポイント上昇し18・7%になりました。

年代別で見ると、40歳代は「健康志向」が31・4%と10・1ポイント低下し、20歳代は「経済性志向」「簡便化志向」がそれぞれ10・0ポイント以上低下しました。他方、70歳代は「経済性志向」が27・9%となり、11・1ポイント上昇しました。

図2。

「経済性志向」について、20歳代など若年層で低下し、70歳代で大幅に上昇していることは、注目すべき傾向です。

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67・6%と、2・3ポイント低下しました。年代別に見ると、高い年代になるほど「気にかける」割合が高くなりました。国産かどうか「気にかける」割合は、20歳代で50%弱なのに対し、70歳代は80%

近くに達し、年齢による差が大きく出ました。

国産食品に対するイメージについて、価格が「高い」とする割合は60・9%と、3・3ポイント低下しました。

輸入食品については、価格が「安い」とする割合は46・7%と14・5ポイント低下したのに対し、「どちらともいえない」とする割合は49・9%と14・4ポイント上昇し、調査開始以来初めて「安い」とする割合が、「どちらともいえない」とする割合を下回りました。

世界的な原材料価格の高騰や円安の影響で輸入食品も値上がりをしていることから、輸入食品に対する安価なイメージが変わり、大幅なポイント低下となったと考えられます。

「割高でも国産品を選ぶ」割合は52・6%と、過半を維持するものの、3半期連続で低下しました。他方、「同等の価格なら国産品を選ぶ」割合は1・8ポイント低下し29・4%、「国産品へのこだわりはない」割合は2・5ポイント上昇し18・2%となりました。

輸入食品が安いというイメージは薄れているものの、「国産品に対するこだわり」は大きく下がってきています。

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 3大志向に変動ないが、いずれも低下

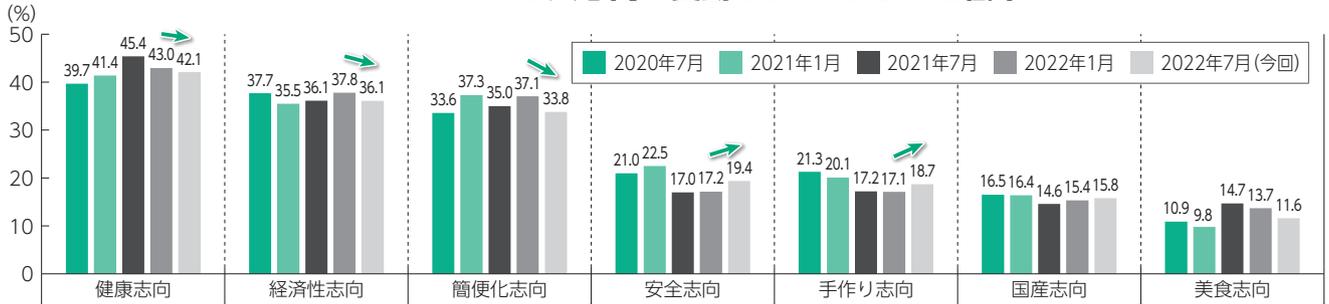


図2 3大志向/年代別 20歳代は「経済性志向」「簡便化志向」が大幅に低下

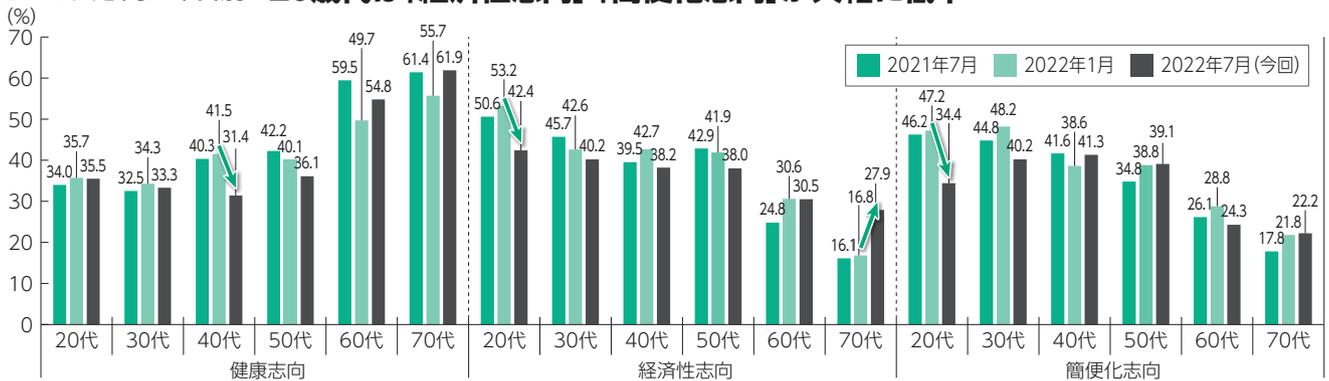
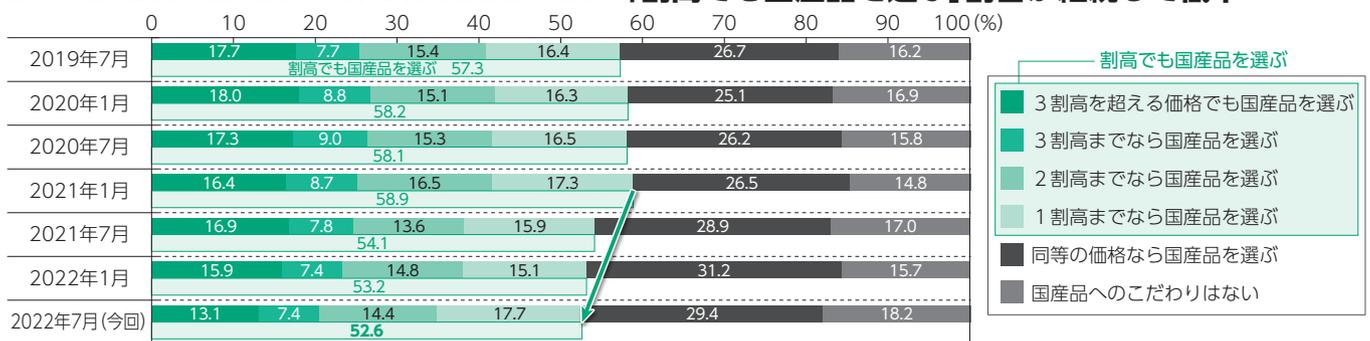
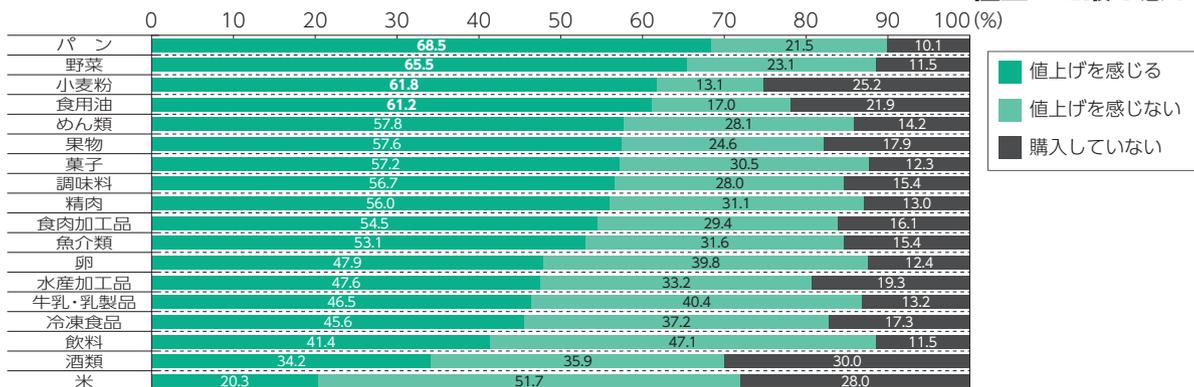


図3 国産食品の輸入食品に対する価格許容度の推移 「割高でも国産品を選ぶ」割合が継続して低下



食品の値上げに対する意識

図4 直近1カ月以内に購入した生鮮・加工食品のうち、昨年同時期と比べ値上げを感じる食品 値上げを最も感じる品目は「パン」



食品の値上げに対する意識

値上げは要因ごとに納得感異なる

最近1カ月に購入した生鮮・加工食品のうち、昨年の同時期と比べて値上げを感じる品目は、パン(68・5%)、野菜(65・5%)、小麦粉(61・8%)、食用油(61・2%)で、いずれも60%を上回りました【図4】。

値上げを感じる生鮮・加工食品(上位10品目)を購入する際の消費行動の変化について、「今まで通り購入する」とする割合は野菜が46・6%と最も高く、次いでパン(43・4%)、調味料(42・2%)の順となりました。一方、「購入量を減らす」とする割合は菓子(35・1%)、果物(32・1%)で3割を上回りました【図5】。

環境に配慮した農産物・食品

量り売りや規格外品の販売に期待

農産物購入時、農薬や化学肥料の使用を控えて栽培された農産物かどうかを「いつも気にかけている」(6・6%)、「ある程度、気にか

食品の値上げ要因に対する納得感について、「納得できる」「やや納得できる」を合わせた回答は「天候不順などによる不作・不漁」が82・9%と最も高く、次いで「原材料価格の上昇」(76・8%)、「運送・物流費の上昇」(74・8%)の順となりました。一方で「納得できない」「やや納得できない」を合わせた回答は「包装資材費の上昇」(39・1%)で3割を上回りました。

「天候不順」や「原材料の上昇」による食品の値上げは、ある程度やむを得ないものの、「包装資材の上昇」による値上げには納得感が少ないことが浮き彫りになりました。

「とする回答は60歳代で44・0%、70歳代で59・4%と、高齢者層で高くなりました。

気にかけていると回答した方々に、その理由について聞いたところ、「食べる人の健康に配慮しているから」(70・7%)、「生産者の思いや考えに共感しているから」(48・5%)、「動植物の生態系への影響が少ないから」(44・8%)の順で高くなりました。

加工食品購入時、環境に配慮した加工食品かどうかを「気にかけている」とする回答は25・7%となりました。年代別で見ると、70歳代は「気にかけている」とする回答が41・7%と、他の年代と比べて特に高くなりました。

これらの結果から、環境に配慮した農産物・食品に対する意識は、若年者層より、高齢者層で高いといえそうです。

環境に配慮した農産物・食品の購入についての考えを聞いたところ、「一般の商品と同等の価格なら購入したい」という回答が50・3%と最も高くなりました。年代別で見ると、60〜70歳代は「時々であれば少し割高でも購入したい」が4割を上回りました。20歳代は「価格を気にせず購入したい」が7・2%と、他の年代と比べて高くなりました。

した【図6】。

環境に配慮した農産物・食品の購入促進のために、消費者が生産者や食品企業などに期待する取り組みについて聞いたところ、「大いに期待する」「やや期待する」を合わせた割合は「過剰な包装・サードビスをしない」(77・3%)、「量り売りでの販売や規格外の農産物・商品も積極的に提供する」(71・4%)で7割を上回りました【図7】。これらの取り組みに対しては、消費者の許容度が高いことがうかがえます。

「大いに期待する」の割合は「過剰な包装・サードビスをしない」(35・7%)、「量り売りでの販売や規格外の農産物・商品も積極的に提供する」(26・0%)、「環境に配慮した商品を購入するとポイントがもらえるなどの消費促進キャンペーンの実施」(20・3%)の順で高くなりました。

結果の詳細は日本公庫ホームページで掲載しています。



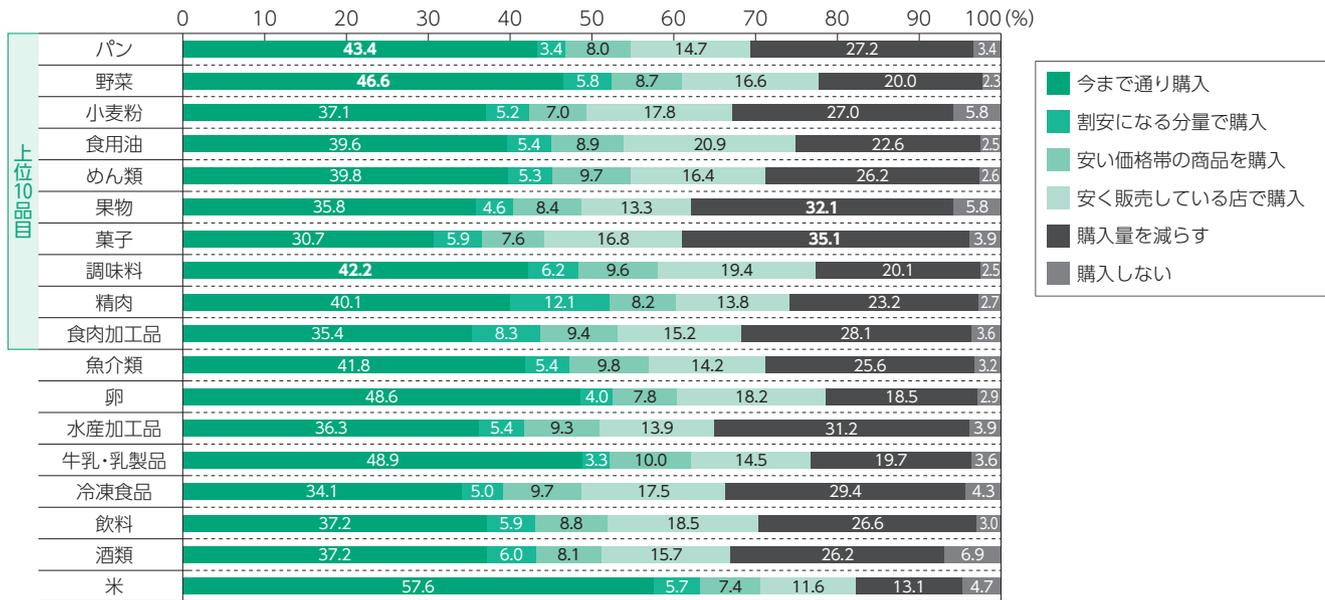
(情報企画部 赤羽根 侑実)

【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 2022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。

図5 値上げを感じる生鮮・加工食品(上位10品目)の消費行動の変化 **パン、野菜などは値上げでも購入量変わらず**



環境に配慮した農産物・食品

図6 環境に配慮した農産物・食品の購入についての考え **高い年代で環境への配慮意識高い**

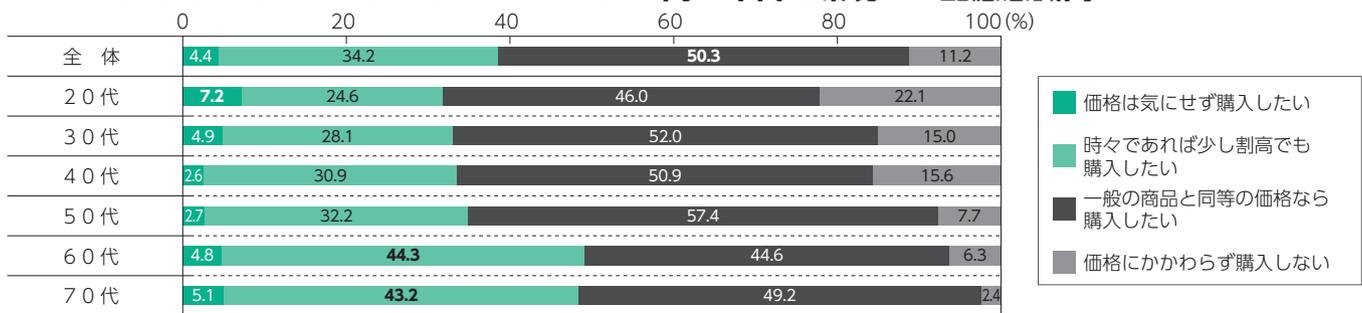
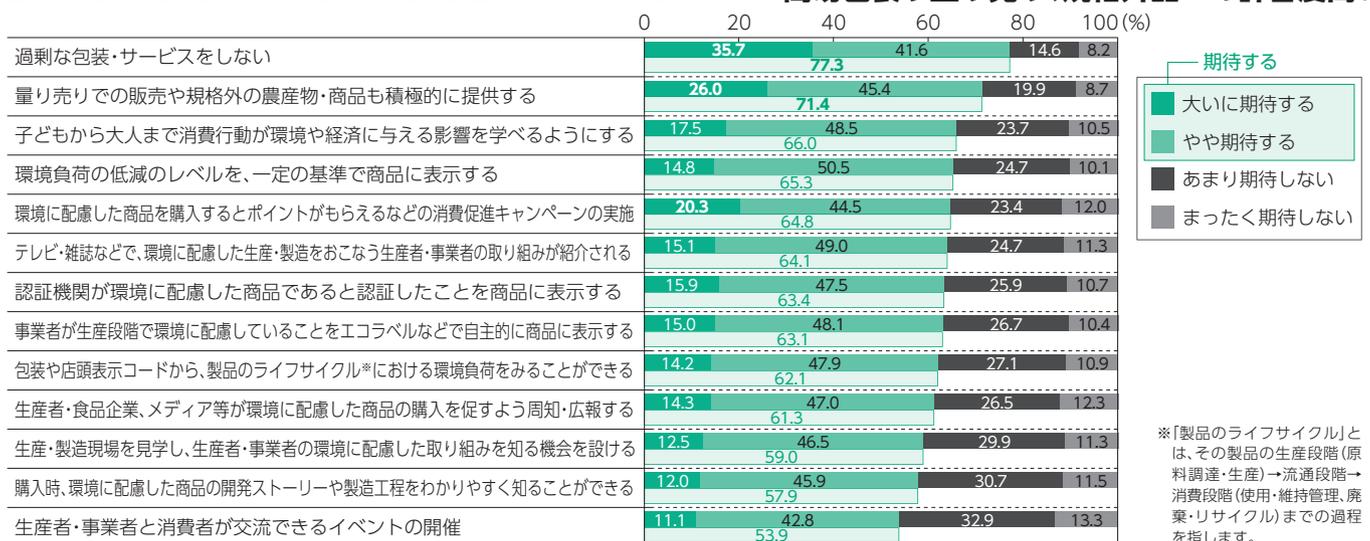


図7 購入促進のために、消費者が生産者や食品企業等に期待する取り組み **簡易包装や量り売り、規格外品への許容度高い**



*「製品のライフサイクル」とは、その製品の生産段階(原料調達・生産)→流通段階→消費段階(使用・維持管理、廃棄・リサイクル)までの過程を指します。

国立研究開発法人

農業・食品技術総合研究機構

スマート農業事業推進室

梅本 雅



●うめもとまさき●
1957年滋賀県生まれ。三重大学農学部卒業。農林水産省東北農業試験場、農林漁業金融公庫、農研機構中央農業総合研究センター所長、農研機構理事などを経て、2022年4月より非常勤顧問。専門は農業経営学、水田農業論。

農

業経営基盤強化促進法の一部を改正する法律が成立し、基本構想を策定した市町村は、地域農業の将来のあり方について協議の場を設けるとともに、「地域計画」を策定していくこととなった。従来の人・農地プランの策定が法律で位置付けられたわけであるが、高齢化と労働力減少が急速に進展するなか、地域の農地をどのように維持していくかを議論し、農用地の利用に関する目標などを定めていくこととされた意義は大きい。

今後の地域農業を考えるうえでは、まず、誰がどの圃場を耕作するかを明確にしていく必要があるが、特に検討が求められるのが、耕地の54%を占める水田をどう利用していくかである。

わが国の水田は小区画圃場が分散し、耕作者も多い。一方、畑が中心の地域も多いなか、9割の市町村では、田に占める水稲の作付割合は50〜79%の間であり、水田には稲がほぼ決まった割合で作付けされている。このことは、今日なお、水田は米を作る場所

という理解が一般的であることを意味する。

一方、「米穀の需給及び価格の安定に関する基本指針（令和4年7月）」では、「令和4／5年の需要見通し」として692万トが示された。人口および米消費の減少から需要の低下は予想されたことであるが、700万トを下回ったのは今回が初めてである。この需要量を水稲単収（2021年度全国平均）で割り戻すと128万畝となるが、これは田の面積の約半分にすぎない。飼料米などもあるため水稲作付面積はもっと多くなるが、主食用米だけで見れば半分の面積で十分ということになる。

水田は平坦で地力も高く、作物生産に好適な農地である。一方、栽培面からは、連作が可能だが水を溜めることが必要な水稲に対し、麦類、大豆、飼料作物など畑作物では、排水性の確保や地力維持などに向けた輪作が求められる。このような性格の違いを踏まえれば、水稲と畑作物の輪作を前提とするのではなく、地域によっては畑作物中心の輪作を実施する

ことも有効であろう。そうすれば、畦畔けいはんは不要となり、圃場に傾斜があっても問題はない。むしろ、区画が大きく緩傾斜がある圃場は、畑作物の生産には好都合である。畦畔除草が不要になるという点は、高齢化する農村にとっては大きな利点となる。

一方、農村は水稲が風景として位置付けており、景観が変わることへの抵抗も予想される。また、水稲生産に必要な水利は共同社会の形成とも大きく関連しており、水田地帯が畑作中心の土地利用に転換していけば、資源利用の新しい仕組みも求められよう。地域の水田をエリア分けし、圃場条件にあわせて利用することも有効と考えられるが、このような協議こそ、今後の地域計画作成に必要ではないか。

そ の際の議論に影響を与えるのが、水田農業に関わる施策、特に、経営所得安定対策のあり方である。本対策は、水田・畑共通に海外との生産格差を正などを図るゲタ・ナラシ対策と、水田での戦略作物拡大などに向けた直接支払交付金の二つが連動しつつ実施されている。そのなかで、畑作物中心の水田利用を実施しようとするれば、水田活用の直接支払交付金を交付する根拠が弱くなる。

一方、水田地代は、現在も稲作所得および水田に関わる交付金を前提に形成されており、畑作物からの収益とは必ずしも連動しない。そのため、交付金がないと、収入減少に伴う地代負担力の低下から、畑輪作の構築に向けた取り組みが抑制されかねない。しかし、保全管理などで水田を維持していくことと、合理的な理由から実施される水田畑輪作は区別して捉えられるべきであろう。

自給率向上や食料安全保障の観点から、麦・大豆や、子実用トウモロコシなど飼料作物の生産拡大は喫緊の課題である。子実用トウモロコシは、その生産がまだ緒に就いた段階だが、省力性が高く、持続的な畑輪作体系には有効である。しかし、これら水田畑輪作に組み込むとしても、克服すべき課題がまだ多いなかで、ゲタ・ナラシ対策のみか、それにも該当しない状態での生産拡大には多くの困難を伴う。

重視すべきは水田の有効活用であり、まずは、生産性が高く、かつ、持続的な生産体系の構築を図っていくことが重要である。水田畑輪作という新たな方式が営農現場で実践されていくための政策的な仕組みが、今後、検討される必要がある。

F

持続的な生産体系としての「水田畑輪作」 地域の合意形成と政策的支援が重要である

ぶらり 食探訪

地球の街から

ロンドン

ロンドンでチキンカツカレーが人気だ。すしをしのぐほどの看板商品になった日本食レストランもある。イスラム教徒が食べられない豚肉を避け、ヘルシーなイメージが強い鶏肉を使ったことが奏功し、英国で広く受け入れられるようになった。スーパーでは電子レンジで温めるだけの冷蔵商品も販売され、カレールーを購入して自宅で調理する人も増えている。

ロンドンを中心に英国で40店舗以上を展開する日本食ファストフードチェーン「わさび」。すしやサラダ、スープとともに、チキンカツカレーやチキンカツ焼きそば、チキン照り焼き、豆腐カレーも取



日本食を求める人でにぎわう「わさび」の店内

り扱う。広報担当者は「最近ではチキンカツが大人気だ」と話す。

同社のチキンカツカレーは、ご飯の上に鶏の胸肉を使ったカツを乗せ、白タマネギやニンジン、ジャガイモを含んだカレーソースをかけたもので、味を含めて日本とほとんど変わらない。1054キロカロリーの、8月上旬にロンドン市内の店舗を訪れた際は6・99ポンド(約1100円)だった。物価が高いロンドンでは比較的リーズナブルな価格といえる。店内での飲食や持ち帰りに加え、デリバリーのサービスもおこなう。

メニューを見ると、英国で増えている完全菜食主義者(ビーガ



スーパーで販売されている冷蔵チキンカツカレー

ン)向けに、鶏肉でなく代替肉を使った「ビーガンチキンカツカレー」といったユニークな商品もある。英国では日本風のカレーのことを一般にカツカレーと呼ぶようだ。店内を見回すと、アジア系の来店客はおらず、レジの女性を含め、ほとんどが白人だったのは少し意外だった。

日本貿易振興機構(ジエトロ)ロンドン事務所によると、2021年のカレールーの日本から英国への輸出額は約5億円。この6年間でほぼ3倍に急増し、日本酒などを抜き、しょうゆと牛肉に次ぐ、3番目の輸出食品となった。

「わさび」は大手スーパーのセインズベリーズを通じ、自宅で電子レンジで温めるだけの冷蔵チキンカツカレーも販売する。みずか

らの店舗で扱う商品より量は少なめでコメの品質は劣るが、価格は6割以下と安い。セインズベリーズのライバルの食品スーパー、マックス・アンド・スペンサー(M&S)は自社ブランドの冷蔵チキンカツカレーを発売。パッケージには大きな文字で「テイスト・ジャパン(日本を味わおう)」と記載し、英国人にアピールしている。食品スーパーのウェイトローズも同様の商品を販売しており、スーパーの競争は激しくなっている。

一方、カレールーの販売に力を入れるのはエスビー食品。日本製の「とろけるカレー」や「ゴールドンカレー」を英国に輸出し、日系食材店に加え、大手スーパーでも取り扱われるようになった。7月下旬に開かれた日本文化の紹介イベントでは、カレー調理の実演も披露。同社の担当者は「自宅でカレーを作る人が増え、5年ほど前から売り上げは伸びている。辛口より甘口の方が人気だ」と語る。



ジャパニーズカレー最新事情

菅 正治

時事通信社 ロンドン支局

すが まさはる
1971年神奈川県生まれ。慶應義塾大学卒業後、時事通信社入社。経済部、シカゴ支局、デジタル農業誌『Agrio』編集長などを経て、2021年4月からロンドン支局。著書に『本当はダメなアメリカ農業』(新潮新書)など。

コンバインの機内清掃を効率化

国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構
農業機械研究部門 知能化農機研究領域 施設園芸生産システムグループ 主任研究員

嶋津 光辰

収

穫作業後のコンバインの機内には、多量の収穫物など(以下、機内残)が残留しています。これを放置すると、さびなどの腐食や、侵入したネズミのふん尿による汚損、かじりによるパーツ破損などが発生し、コンバインの故障や異物混入の要因になります。これらを防ぐためにはコンバインの機内清掃が効果的ですが、内部構造が複雑で、機内残をすべて除去するには多大な労力と時間を要するため、繁忙な収穫時期の農業者にとっては非常に大きな負担です。

コンバインの機内清掃は、機体の内部構造や効率的な清掃手順などについての専門的な技能や知識の有無により、所要時間や精度が大きく異なります。コンバインメーカーの技術者など、熟練者や専門技術者もつこれらの技能や知識を、経験の少ない初心者言葉でわかりやすく説明するのは容易ではありません。

そこで農研機構では、コンバインの機内清掃の方法について、効率的な作業工程や判断の基準などを導入した機内清掃マニュアルを作成しました。まず、熟練者の清掃作業をビデオ撮影して、その映像を熟練者と共に視聴しながら作業のやり方・考え方などを聞き取って技能や知識を抽出し、それらを整理して文章にまとめました。作成した『熟練者の知識・技能を活かしたコンバイン機内清掃マニュアル(参考事例)』は、以下のウェブサイトから入手可能です。(https://www.maff.go.jp/j/seisan/kokumotu/pdf/seisou_m_2712.pdf)。

検証試験では、初心者でも熟練者水準の所要時間・精度で機内清掃が可能となる効果が確認されました。

ま

た、技能や知識の有無によらず機内清掃しやすい新たな構造のコンバインの開発もおこなっています。コンバインの機内清掃は、①機体各部のカバー・掃除口を開放、②エアコンプレッサーなどを用いて機内残を排出、③カバー・掃除口を元通り閉鎖、という手順でおこないます。開発した新構造では、ばね式ロック機構などを採用し、①③のカバー・掃除口を工具なしで短時間に開閉できるようにするとともに、機内残の生じやすい部分を傾斜化し、カバー・掃除口を開放するだけで機内残が滑り落ちやすい構造としました。検証試験では、機内清掃の所要時間が従来の半分以下に削減されました。開発した新構造は、機内清掃しやすいコンバイン構造の設計指針として、農機製造メーカーに技術提案しています。



コンバインの機内を清掃する様子

Profile

しまづみつよし
2011年北海道大学大学院農学院修了。博士(農学)。10年より農研機構にてコンバインの小型化、性能向上、耐久性向上、混入防止などの研究に携わる。20年より農林水産省に出向し、ロボット農機など新技術の安全対策や普及促進などに従事。22年より現職。



「水田魚道」で地域の生態系を豊かに 町を挙げての地域おこし活動に波及

愛知県安城市

榎前町内会 会長 加藤 研一

榎前環境保全会 代表 加藤 辰雄



水田と生きものつなぐ「水田魚道」

「水田魚道」という言葉を聞いたことがあるでしょうか。水田と用排水路との段差のある圃場^ほで、ドジョウやメダカなどの水生動物が水田と水路の間を移動しやすいようにした階段状の水路のことです。段差があっても水生動物が行き来できるので、産卵場所や稚魚を育てる環境を広げることができ、生物多様性の保全・再生に役立ちます。私たちは、この水田魚道を榎前町内の水田に設置する取り組みを2005年から続けています。

愛知県安城市は人口19万人の中堅都市で、榎前町は安城市内の南西部に位置する、人口2200人の集落です。当地は最寄りのJRR東海道本線・安城駅まで6キロメートルほどのところにあり、かつては交通不便でしたが、国道23号線が整備されたことなどから、今では名古屋市内まで車で40分ほどと、大変便利になりました。

その結果、名古屋に抜けるバイパスの和泉インターチェンジの両側が農地転用され、工業団地18ヶが整備されるなど、現在進行形で工業化が進んでいる地域です。

水田魚道に取り組んだきっかけは、05年に明治用水土地改良区の知人から「愛知県農業総合試験場が水田魚道を開発し、実証実験ができる場所を探しているよ」と聞いたことでした。

私たちが子どものころには、水田と用排水路の段差がないことが当たり前で、田んぼや水路に手をつ突っ込んでザリガニやドジョウを捕まえて遊ぶことが日課でした。でも、最近では圃場整備が進んだことで、水田と用排水路との間に段差のある水田が多くなり、そんな光景がめっきり見られなくなっていました。寂しさを覚えていたところに舞い込んできた話だったので、渡りに船と思ひ、即座に「ぜひ榎前町に設置させてください」と申し出ました。

「昔のように、またポンク（魚採り）ができる」

と心をときめかせましたが、水田魚道の設置には、まず地域の合意形成を図らなくてはなりません。そこで、町内会が旗振り役となり、地域住民への説明会とワークショップを開催しました。榎前町内会は、市内81町内会のなかでは平均的な規模にありますが、町内会加入率が実質100%と高く、町内会内の各組織も地域での話し合いを重ねながら自律的に機能していて、まとまりの良さを自負しています。その町内会が主導して、明治用水土地改良区・安城市・県農業総合試験場と連携し、従来の農法を維持しながら、かつては地域の田んぼや用水路にたくさんいたドジョウやメダカがまた戻ってくると訴えたところ、みんな口を揃えて「それはいい、ぜひ設置しよう」と賛同してくれました。

また、ワークショップでは、水田魚道の観察を単なる実証実験で終わらせず、地域全体で継続的に取り組むことへの合意も取り付けることができました。観察にあたっては、橋や観察結

果を知らせる掲示板など、子どもから大人まで地域の誰もが水田魚道の様子を見守れるような設備を設置してほしいとの要望も出されました。

環境保全会を発足、継続的に取り組む

こうして2006年3月には水田魚道が設置され、5月には農業試験場が水田魚道2カ所と一筆排水口に観察網を設置しました。

実証実験が終わった07年度、私たちは榎前町内会内に「榎前環境保全会」を発足。国の「農地・水・環境保全向上対策（現・多面的機能支払交付金）」を受けて、水田魚道の観察を保全会の活動に組み込むことにしました。「生物生息状況の把握」「生態系保全」を目的として生きものの観察を続け、生きものが豊かに暮らす田園の再生活動につなげたいと考えたからです。さらに、この活動を地域の子どもたちも巻き込んで実施することで、生きものとのふれあいや食べもの大切さを知ってもらえたらとの願いから、町内会の子ども会とも連携して取り組みを進めていくことにしました。

初年度の観察会は4月から9月まで週2回、延べ36回実施しました。子ども・保護者・保全会を合わせて計311人が参加してくれました。水田魚道の設置から1年あまりだったにもかかわらず、年間1729匹のドジョウを観察することができました。ドジョウのほか、「カダヤシ」や「ヨシノボリ」などの魚たちが元気に田んぼを泳ぐ姿も見られ、大きな手ごたえを感じました。また、水田では子どもたちに手作業での稲作体験をしてもらいました。食育の一環として、昔

ながらの農作業を体験してもらおうという発案がきっかけでした。「散らし備中」「早苗紐」「唐箕」「足踏み脱穀機」「篩」「二斗櫛」などの農機具は、回覧板で呼びかけて探し、各農家の倉庫に眠っていたものを寄付してもらいました。ほとんどの子どもたちは、田んぼに裸足で入るのも初めてで、とても興味深そうに取り組んでくれました。保護者の方からも、こんな経験は自分も初めてで、子どもともども貴重な体験ができた、と言っていたいただきました。田作り（代かき）・田植え・稲刈り・脱穀・収穫祭の模様は、NHKで中継放送されました。

以降、水田魚道の観察や稲作体験は、子ども会と共同で毎年実施しています。大人と子どもを合わせて延べ3467人に参加してもらい、観



察されたドジョウは3万匹を超えました。「できることは少しずつ、できる方法でやる」を合言葉に、コロナ禍でも、何とか中止はせずに取り組みを続けています。子どもたちのためにも、「続けることに意義がある」と考えています。

ブランド米「どじょうの育み米」

私たちが観察会で調査を進めたところ、魚道を設置した水田がドジョウの繁殖場所になっていることがわかってきました。生きものがこんなにも多く行き来し、生態系が復活していることが判明したので、私たちは獲れたお米を「どじょうこ米」と名付けて販売することにしました。2008年のことでした。

10年には「生物多様性条約第10回締約国会議



上：水田魚道と加藤辰雄さん（右上の図は愛知県農業総合試験場提供）
下：観察会で見つかる生きものに子どもたちも興味津々

（COP10）」が名古屋で開催され、榎前町は水田魚道のモデル地域としてパネル展示をすることになり、注目を浴びました。それと同時に、「どじょうこ米」も知名度が上がり、引き合いが増えたことで、栽培面積は当初の60アールから、3倍へと一気に拡大しました。このタイミングで、ブランド米の名前も他と被らないよう、オリジナリティを出したいねという話になり、「榎前の水田には



稲作体験での稲刈りの様子

毎年、たくさんのだじょうこ米が生まれ育っているから「どじょうの育み米」にしよう」と改名しました。11年からは、いわゆる特別栽培米の基準を満たす栽培方法を取り入れようと考えました。そのためには、他のお米と同じようにカントリーエレベーターへ乾燥・調製に出すことはできず、自分たちで籾摺りをしてからJAに持ち込まなくてははいけません。地元のJAや生協、町内会

内の別組織である農用地利用改善組合と共同で、地権者や耕作者への理解と協力を呼びかけました。こうして特別栽培米の栽培を開始し、初年度から地域の青空市で販売しました。

「どじょうの育み米」は現在では栽培面積も4・4倍に増えています。さらに、冬季にも田んぼに水を張ったままにする「冬水田んぼ」も実践しています。これは、生きものに越冬する場所を用意してあげることが目的で、よくシラサギが嘴で田んぼをついたり、どじょうが水の中でじっとしている姿が見受けられます。

活動のさらなる広がりも

榎前町の取り組みは、水田魚道にとどまりません。話は2000年にさかのぼりますが、町内会での話し合いで、安城市一般廃棄物埋め立て場の一部にれんげやひまわりなど緑肥植物の種をまくことで地力をつけたらどうかという提案がなされました。さっそく安城市埋め立て場の担当者に話すと、快く応じてくれ、栽培が始まりました。満開の時期に、「ひまわりまつり」と銘打ってイベントを開いたところ、地域の住民が大勢喜んで参加してくれたため、これはぜひ継続しようと考えました。

そして、01年から、れんげとひまわりが満開を迎える4月と9月に「せせらぎ・れんげまつり」「せせらぎ・ひまわりまつり」を毎年開催しています。車での交通の便がよいことから、県内外から多くの方が訪れるイベントとなっています。地元産農産物販売の青空市を開いているほか、地元の製粉会社の協力を得て、「どじょう

の育み米」の一部を米粉にしてつくった米粉パンの配布もおこなっています。毎年、あつという間に売り切れとなり、「おいしい」と好評をいただいています。

これらすべての取り組みが、なぜ実現し継続できているか考えてみると、ひとえに地域の農家や住民の皆さん一人ひとりが、榎前町の自然や風景を守りたいという気持ちと同じくされたからだと感じています。それが町内会、環境保全会、農用地利用改善組合、子ども会などの地域組織の活動の活発化に結び付いています。地域のつながりが希薄になったといわれて久しいですが、私たちは今後も、連携を密にして、「豊かな村づくり・住んでよかったの町づくり」を推進していきます。

profile

加藤 研一 かとう けんいち

1948年安城市榎前町生まれ。名古屋市立大学卒業後東海銀行（現三菱UFJ銀行）入行、株式会社INAX（現LIXIL）転籍を経て、2012年退職に伴い現職。2019年より安城市町内会長連絡協議会会長。

加藤 辰雄 かとう たつお

1940年安城市榎前町生まれ。地元企業を定年で退職し、2001年から榎前町町内会に携わる。02年から12年まで町内会長。07年から榎前環境保全会会長。

榎前環境保全会

07年に榎前町町内会内組織として発足。国の多面的機能支払交付金を受けて、農地・農業基盤施設の保全維持管理活動を展開。そのうえで榎前の立地条件を生かして、農業用排水路と高低差のある水田に「水田魚道」を設置。田んぼの生きもの観察や稲作体験を、子ども会の親子を巻き込んで実施中。魚道を設置した水田から収穫したお米は「どじょうの育み米」のブランドで販売している。

『持続可能な酪農 SDGsへの貢献』

木村純子・中村丁次 編著
一般社団法人「ミルク企画編集 中央法規出版



2022年3月発行・3,960円

これからの日本酪農のあり方を示す

村田泰夫（ジャーナリスト）

わが国の酪農を発展させるために何をなすべきか、関係者に問う啓発の書である。持続可能な開発目標（SDGs）への取り組みが、あらゆる産業で本格化するなか、わが国の酪農に突きつけられている課題を整理し、あるべき姿を模索している。

本書は2部構成で、SDGsに取り組む日本酪農の現状と、海外の取り組みを紹介している。わが国でも、消費者に栄養豊富な牛乳・乳製品を供給している事例や、地域社会（テリトリー）に根ざした酪農がSDGsに貢献している事例があり興味深い。

酪農・畜産を含む農業は、農地や水などの自然資本を活用する産業だから、気候変動や生物多様性の保全といった地球環境問題に取り組み

ないと持続性が危ぶまれる。

このため国連食糧農業機関（FAO）は2018年1月に「持続可能なフードシステム」をまとめ、欧州連合（EU）は20年5月に「農場から食卓へ」戦略を公表した。脱炭素やSDGsといった地球規模の課題に対応することで、持続可能な農業の成長戦略を描いたものだ。

遅ればせながら、日本も21年5月に「みどりの食料システム戦略」を策定し、SDGsに貢献する日本農業の未来像を示した。しかしながら、酪農の先進地域である欧州での事例を見ると、日本酪農の課題が浮かんでくる。

消費者が求める持続的酪農の姿は、欧州では「アニマルウェルフェア（動物福祉）のような生産プロセス」を重視するが、日本では「品質と安全性の確保」を重視する。わが国の酪農生産者には、生乳の安定供給という「経済」分野での持続可能性に関心が強く、アニマルウェルフェアや地域への貢献など「環境」や「社会」分野での課題には、「新たな負担を強いられる」と受け止められがちだ。今後、国際市場で対等な競争をしていくには、日本酪農は環境や社会分野での対応でも競い合わなければならないだろう。

本書の企画編集は、牛乳・乳製品に関わる酪農生産者、乳業会社、販売業者らの業界団体である「ミルク」が担っている。環境への配慮やSDGsに貢献する生産など、身内に突きつけられている課題について、きちんと問題提起する姿勢には共感をおぼえる。

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（2022年8月1日～8月31日）

タイトル	著者	出版社	税込価格
1 日本のコメ問題 5つの転換点と迫りくる最大の危機	小川 真如／著	中央公論新社	1,056円
2 令和4年度 強い農業づくり総合支援	—————	創造書房	9,350円
3 日本が飢える！ 世界食料危機の真実	山下 一仁／著	幻冬舎	990円
4 タガヤセ！ 日本「農水省の白石さん」が農業の魅力教えます（14歳の世渡り術）	白石 優生／著	河出書房新社	1,562円
5 分かりやすい公用文の書き方 第2次改訂版	磯崎 陽輔／著	ぎょうせい	2,530円
6 森林を活かす都市の木造化推進法	盛山 正仁、鈴木 憲和／著	大成出版社	4,180円
7 改訂第5版 ハンディ版 食品表示基準	—————	日本農林規格協会	3,500円
8 最新 公用文用字用語例集	ぎょうせい公用文研究会／編	ぎょうせい	2,420円
9 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
10 ドラえもん探求ワールド 食料とおいしさの未来	藤子・F・不二雄／著 農研機構／監修	小学館	935円

生産志向から 顧客志向へ 転換する



駒井 英樹

KOMAI Hideki

株式会社 まちのわーくす
代表取締役
(群馬県前橋市)

わが国における労働力の脆弱^{ぜいじく}化や農地の荒廃などの構造的な問題を克服し、農産物の需要の変化や自由貿易の進展などに代表される経営環境の変化を乗り越えていくには、農業にも「企業の経営」を導入し、生産者から経営者に転換することが必要といえます。言い換えると、生産者は経営者として、利益の確保を前提とした、持続的な経営をおこなうことが求められます。

「企業経営の導入」においては、生産者が、みずからターゲットとした顧客の「欲しい」=市場動向や消費者ニーズを知ることが基本(スタート)となります。しかし、市場や消費者ニーズを生産者が直接把握できず、また市場や消費者も生産者や農産物の情報を把握でき

ないという現状があります。つまり、農産物の情報については、売り手と買い手との間には格差(情報の非対称性)があるのです。

高度成長時代は、生産者の意向を優先しても「作れば売れる」時代

のです。需要が減少している品目を生産・販売し続けると、供給過剰になり、販売価格もさらに下落します。よって、市場規模が拡大している品目に目を向けることも重要となります。ただし、需要量に応じて



©高橋 智裕

でした。しかし現在は、市場の成熟化により、モノやサービスが市場にあふれており、顧客が欲しいと思わなければ売れません。

つまり、生産者は「作れば売れる」という生産志向(プロダクトアウト)ではなく、顧客が「何を欲しいのか」「なぜ欲しいのか」を考え、応えていく顧客志向(マーケットイン)への転換が必要です。

生産者は需給バランスをしっかりと捉えたうえで、顧客ニーズを見極め、応える必要がある

生産することだけが、顧客ニーズに応えるということではありません。例えば、需要が減少している品目であっても、品種変更や作付け体系の工夫により、従来の流通時期とは異なる時期に生産・出荷することができれば、表面化していない需要に応えること(需要の創出)となります。

「顧客(消費者・事業者)ニーズに応える」ことができれば、持続的な経営を実現し今後の経営環境の変化を乗り越えていけると思います。 **F**

こまひでき

1971年群馬県生まれ。県内信用金庫の支店長を経て、新たに設立された関連会社において地域課題解決に取り組む。



農業経営アドバイザーは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ています。