

日本公庫つなぐ

vol.04
2016 WINTER



特集

攻めの農林水産業の展開

シリーズ まちから、むらから

岐阜県関市「刀匠の里の新たな挑戦」

3 炉辺談話 「私の空気のつくりかた。」 唐橋ユミ

4 寄稿 公庫への期待「生衛業の振興に向けて」
厚生労働大臣 塩崎恭久

5 特集 「攻めの農林水産業の展開」

■ 寄稿 近未来の農業経営

名古屋大学大学院 生命農学研究科 教授 生源寺真一

■ 特別座談会 「農業は間違いなく成長産業だ！」

■ CASE 1 「6次産業化の決め手は、営業力強化と品質管理」 六星（石川県白山市）

■ CASE 2 「若手脱サラ組がトマトから就農」 seak株式会社（神奈川県藤沢市）

■ CASE 3 「Uターンで高付加価値いちご生産」 空浮合同会社（香川県東かがわ市）

■ CASE 4 「直交集成板『CLT』が日本の林業を変える」 銘建工業（岡山県真庭市）

■ CASE 5 「『鰯王』ブランドを世界に輸出」 東町漁業協同組合（鹿児島県出水郡長島町）

連載 政策金融あれこれ Vol.4

22 海外展開支援の一層の強化を

立教大学法学部教授 角 紀代恵

23 動く支店 福岡支店

シリーズ まちから、むらから Vol.3 岐阜県関市

24 守れ！関ブランド

刀匠の里の新たな挑戦

27 ご意見・ご感想 編集後記

表紙の
はなし

そろそろお正月気分も抜けてきた頃ですね。今回は、懐かしい風情が漂う“小江戸”の街並みを描いてみました。埼玉県川越市で知られる蔵造りの街の雰囲気、土産物店や甘味処をめぐる家族連れやカップルの、ほのぼのと楽しい様子が重なります。たまにはこんな休日も素敵です。



イラスト：たなかみか
独特な線と水彩絵の具による、ノスタルジックな作風が人気。趣味は、ローカル電車に揺られながらのぶらり旅。

題字：園元伸子（日本公庫 危機対応等円滑化業務部）

ワンポイント解説

スーパーL資金とは

『農業経営基盤強化資金』の略称。最長25年の償還期限（うち据置10年）の認定農業者向け※長期資金で、Lは「Long-term（長期）」の頭文字からとったもの。

1992年6月に農林水産省が策定した、「新しい食料・農業・農村政策の方向」において、経営感覚に優れた効率的・安定的な農業経営体（いわゆる「担い手」）の育成・確保を推進するという重点施策の一環として設立された資金制度である。

本資金は、認定農業者が行う農地、施設・機械などの取得に必要な設備資金はもとより、農業経営の改善を図るのに必要な長期運転資金までの幅広い使いみちに利用できる。

※認定農業者：「農業経営基盤強化促進法」に定める農業経営改善計画（5年後の経営目標）を作成し、市町村長の認定を受けた者をいう。
認定農業者は、スーパーL資金等の低利融資制度の適用対象となるほか、税制特例等の各種支援策が実施される。

番組の空気をよりよいものにするため、私が常に意識しているのは自分を俯瞰^{ふくかん}して見ることです。私は生番組が大好きなのですが、生だからそのハプニングとか、脱線^{だつせん}してしまうこと、失敗してしまうことがよくあります。でも、そんなときに自分を俯瞰で見られると、それを楽しめたり、緊張がほぐれたり、次にどうしたらいいのか瞬時に考えることができるのです。

世阿弥の本を読んでいたら、芸を高めるには離見^{りけん}の見^{けん}（観客の目で自分の姿や立ち居振る舞いを見ること）が大切だと書いてあって、「あつ、これだ」と思ったことがあります。そのためには、あらかじめ細かなシミュレーションを繰り返し、準備を十分にしておく必要があります。

生番組では何を聞かれるかわからないので、あらかじめ自分で質問を予測するようにしています。以前、野球の話題で、私が「次の大会は来週の何日です」と話したら、「何曜日？」と質問されて、咄嗟^{とつさ}に答えられないことがありました。こういった失敗が起きないよう、あらかじめ質問を想定して準備をしておくことが大切です。できるだけ最新の情報を収集することも

炉辺談話

私の空気のつくりかた。

唐橋 ユミ（からはしゆみ）

福島県喜多方市生まれ。1999年から5年間、テレビユー福島のアナウンサーとして活躍。その後、フリーとなりTBS『サンデーモーニング』、テレビ東京『センニュウ感』、BS日テレ『コロケ千夜一夜』などに出演中。趣味は料理、ゴルフ、相撲観戦。



大切です。メジャーリーグなどは日曜日の早朝にも試合がありますから、本当に番組が始まるギリギリまで情報をチェックするようにしています。

TBSの『サンデーモーニング』は担当させていただいてから、もう10年になりますが、今でも毎週心地よい緊張感があります。慣れてしまうと自分を甘やかしてしまうので、絶対慣れすぎないようにと、いつも自分に言い聞かせています。

たまに「これでいいのかな」と不安になることもあります。もう40歳なのでいいかなという気がする一方で、「もっと振り幅の大きい自分になりたい」という思いもあります。これまでの私の振り幅は、共演させていただいた関口宏さんや張本勲さん、コロケさん、吉田照美さんなどが引き出してくれたものだと思っています。特に、吉田照美さんは本当に引き出すことに長けていらつしやると思います。殺さず生かしてくれる“みたいな感じですね。私は福島出身なので、やはり福島への思い入れが強くあります。実家にはあまり帰れていませんが、福島に会いたい人がいるときは、レンタカーを借りてすぐ会いに行きます。地元のテ

レビ局で仕事をしていた頃に一緒にレポーターをしてくれた奥様とか、そういう人たちが東京での仕事ぶりを見てくれることが、私のエンジンというか、活力になっています。ですから、お仕事をいただいた時には、つい「これは福島でオンエアする番組ですか」と確認してしまいます。もちろん、故郷ということもありますけど、やはり地元のテレビ局で仕事をしていたい、そこで出会った人たちの存在が大きいのだと思います。

ときどき東京で開催されるイベントなどで、お米をはじめ福島の農産物を紹介することがあります。「あかつき」という桃とか、喜多方のアスパラガスとか、福島には数えきれないくらいおいしいものがあります。そういった福島の情報を、一人でも多くの方に知っていただくために、これからもお手伝いをしていけたらいいと思っています。



福島の農産物を紹介するイベントで、情報発信のお手伝い



寄稿

公庫への期待 「生衛業の振興に向けて」

厚生労働大臣 塩崎 恭久

昨年4月に広報誌『日本公庫つなぐ』が創刊され、順調に回を重ねられていることにつきまして、心よりお慶び申し上げます。

理容業、美容業、飲食業、クリーニング業といった生活衛生関係営業（生衛業）の近代化・合理化を図ることによって、国民に安心・安全なサービスを提供するために、昭和41年5月に当時の国民金融公庫に環境衛生貸付部が設けられました。その後の環境衛生金融公庫の設立、国民金融公庫との統合、そして平成20年10月の株式会社日本政策金融公庫の設立と様々な変遷を経ながらも、日本公庫におかれましては生衛業者の方々に寄り添ったきめ細やかな支援を行ってこられたものと承知しております。

生衛業は、我が国のサービス産業のなかでも特に小規模零細で、個人やご家族で経営されている場合も多く、衛生水準の維持や向上が法律で求められていることから、金融面等による支援や配慮が特に必要な業種であります。日本公庫の生活衛生資金融資は、そのような配慮が必要な営業者の方々をこれまで一貫して支援していくことで、生衛業の振興及び我が国の衛生水準の確保、ひいては国民の暮らしの向上に大いに貢献してきました。

また、東日本大震災の際には、被災地の多

くの生衛業者が甚大な被害を受けるなか、日本公庫におかれましてはいち早く現場に特別窓口を設置され、返済条件の緩和や事業の再開に向けた問題など、様々な相談に親身になって対応されてきました。震災から4年を越える月日を経た現在、被災地で創業される生衛業の方々は年々増加しております。地域の人々の生活に深く結びついた生衛業の振興は、被災地の復興のまさに礎となるものであり、今後も日本公庫におかれましては、被災地の方々に対して親身に寄り添った、温かい支援を期待しております。

近年、理容業及び美容業、旅館業の規制緩和や訪日外国人の増加に伴う対応など、生衛業はこれまでとは違った新たな課題に直面しつつあります。新たなニーズの開拓は生衛業の活性化につながる大きなチャンスです。しかしながらその一方で、いつの時代も求められる衛生水準を確保し、国民に安心・安全なサービスを提供するという生衛業の使命は少しも変わることはありません。

日本公庫には、我が国の経済の発展と国民生活のさらなる向上のため、今後とも、新たな時代の要請に挑戦していく生衛業をはじめとした中小企業・小規模事業者の方々の支えとなることを期待しております。



写真/アフロ

Special Report

攻めの 農林水産業 の展開

日本の農林水産業は、地域に密着した産業であると同時に、地域雇用を支える産業でもある。

「稼ぐ力」を強化し、一人でも多くの人に働く場を提供する地域の基幹産業へと脱却させていくことが求められている。そこで、国は、農林水産業の基幹産業化を「ローカル・アベノミクス」の大きな柱のひとつと位置付け、「攻めの経営」を後押しするための対策を打ち出している。

「攻めの経営」の確立のための手掛かりとして、日本農業の現状と課題、自らの強みを武器に「攻めの経営」を実践している農林漁業者の座談会、経験談を紹介する。

近未来の農業経営

名古屋大学大学院 生命農学研究科 教授

生源寺 眞一

1951年愛知県生まれ。農学博士。東京大学名誉教授。日本農業経済学会会長、食料・農業・農村政策審議会会長、公益財団法人生協総合研究所理事長。『現代日本の農政改革』（東京大学出版会）、『日本農業の真実』（筑摩書房）、『農業と人間』（岩波書店）ほか著書多数



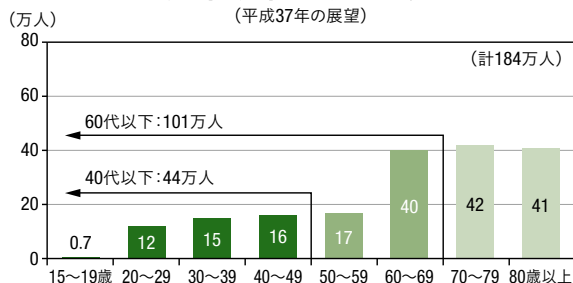
各

年齢の2万人が45年間
第一線で働くとして、
合計90万人が必要――。

政府は農業を中心的に支える人材について、こんな長期ビジョンを公表した。2015年3月に閣議決定された食料・農業・農村基本計画の参考資料「農業構造の展望」に記載されている。大胆なビジョンである。現状の倍にあたる毎年2万人の新規就農者の定着が必要だから、実現には多くの課題もあるはずだ。けれども、ビジョンの背景にある新たな農業経営観は、近未来の日本農業にとって大切な着眼点だと思う。

農業就業者数の試算

(平成37年の展望)



農業の内外からの青年層の新規就農により、若い農業者が定着ペースで倍増することを前提とすれば、年齢構成のアンバランスが改善され、平成37年には60代以下で90万人以上を確保することが可能となる

農業就業者の必要数

土地利用型作物

自給的農家等	担い手が生産する面積(全体の8割)
	→ 約300万ha程度
	1人が10ha程度を耕作すると仮定して
	→ 基幹的農業従事者及び雇用者の必要数は、約30万人

+

土地利用型作物以外 (野菜・果樹・畜産等)

・基幹的農業従事者	約50万人
主業農家	- 野菜 27万人 - 果樹等 18万人 - 畜産 9万人
・雇用者(常雇い)	約10万人
	- 野菜 4万人 - 果樹等 3万人 - 畜産 4万人

約90万人が必要

農業経営の数ではなく、人材の数が肝心。これがビジョンに込められたメッセージにはかならない。夫婦による家族経営が常識だった時代、農業のパワーは農家の総数で把握することができた。しかしながら今日の法人農業を見渡してみると、2桁の従業員が活躍する農業経営が珍しくない。もちろん、家族経営も健在である。けれども、現代の家族農業においては兄弟姉妹やその配偶者といったかたちで、幅広い人材が持ち味を発揮する経営も生まれている。もはや農家や農業経営の単純な総数によって農業の総量を判断できない状況ではなくなったと言えるだろう。

食品産業の要素を取り込み 農業の経営領域を拡大する

画一的なモデルが通用しない時代が到来している。この点は農業経営が取り組む領域にもあてはまる。例えば水田農業の場合も、稲・麦・大豆の生産だけでなく、野菜や果樹やキノコといった部門を組み合わせたことが珍しくない。次のステップに備える新規作物のトライアルは、多くの先進的な農業経営に共通している。もともと、複数の部門を組み合わせる複合経営方式自体は、伝統的な農業でも行われていた。かつての農家とは異なる今日の経営領域の拡大、それは農業の川下にある食品産業の要

素を取り込むことであり、農業の脇を流れるツーリズムなどのビジネスを導入することである。

農業経営だからといって、事業を産業分類上の農業に限定する必要はない。付加価値を確保・拡大する戦略として、経営のウイングを食品産業や観光などの領域に広げる試みは自然な流れですらある。食品産業などと表現したが、大仰なことではない。もち米を餅に加工すれば、それは立派な食品製造業の仕事であり、野菜や果実をみずから販売すれば、流通業に参入したことになる。ここにも画一的なモデルが存在するわけではない。



石川県白山市の榊六星は、自社で生産したもち米を餅に加工し、直売店で販売。6次産業化を実践している（本誌14-15ページ記事参照）

加えて、安直な気持ちからのビジネス領域の拡大は大怪我につながることも強調しておきたい。自然な流れではあるが、目的地向かう不断の努力も不可欠だ。

食品産業などの要素を取り込むことで、農業経営はその分野の付加価値を確保できる。同時に、もち米を餅に加工して販売するならば、農産物をみずから値決めできる製品に変えることにもなる。農家レストランしかり、観光農園しかりである。簡単なことではない。価格の設定に失敗すれば、大きな損失だけが残るといった顛末もありうる。そもそも想定する顧客について、どんな品物やサービスをどんな条件で求めているかを把握しなければならない。事業のウイングを川下や隣接エリアに広げることが、農業経営が顧客に鍛えられる存在になることでもある。

生産現場からの情報発信が消費者の心の奥に届く

情報の発信。これも農業経営を成長に導く大切なポイントである。事業のウイング拡大の文脈で言うならば、加工品や直売の農産物の優れた点を消費者に伝える技術の

巧拙が成果を左右する場合が少なくない。今日の情報技術を活用するならば、環境保全型農業の取り組みなど、農場の生産工程の特色を個々の消費者に伝達することもできる。それが消費者の購買行動に支えられた環境保全型農業の拡大につながる好循環のケースも現れている。ICTだけが情報発信の手法ではない。対面のコミュニケーションによる情報交流も、リーダーの確保に結びつく。この分野で力を発揮するのが女性であることも間違いない。

ビジネスの領域拡大や情報の発信・交流が先進的な農業経営の特徴であり、したがって近未来の日本農業のかたちでもある。けれども、領域拡大のベースに土の香りの農業があるからこそ、顧客にアピールできることを忘れてはならない。

情報の発信も安直な二次情報の安売りではない。毎日のように生き物と向き合う現場発の情報だからこそ、これに触れた人々の心の奥に届くことになる。近未来の農業経営は、食料を生産する人類の根源的な営みと、21世紀の先進国ならではの先端技術のハイブリッドにほかならない。

～成功モデル挑戦の経営者が大いに語る～

農業は間違いなく成長産業だ！

人口高齢化など課題山積の日本農業もチャレンジ次第で間違いなく成長産業になる、と現場経営者は語る。カギは経営管理手法や異業種連携などだ。



一 企業的手法で農業経営を

司会 農業の成功モデルづくりにチャレンジされているみなさんから、現状の取り組み、農業成長産業化への課題を、まずお聞かせください。

松永 これまでの農業に欠けていたものは、企業経営的な農業への取り組みだと思います。競争力を持つこと、その競争力を高めるために何が必要か。逆に経営にとって厳しい要素が見えてきたら戦略的に何をすべきか考えることが大事です。

私の場合、当初は農事組合法人の松永牧場でスタートしましたが、今は(株)松永牧場、(株)メイプル牧場など株式会社スタイルで肉牛肥育や酪農の多頭飼育経営を行っています。

畜産現場の仕切りは弟が、私は経営全般と国の補助金や税制を担当する二元経営を基本に、獣医7人による大動物診療所など組織的なバックアップ体制をつくりあげ、グループでの企業的な農業経営をめざしています。農業は面白いです。

山口 株式会社経営のベルグアースは愛媛県でスタートし、トマトやキュウリ、ナスなど果菜類の接ぎ木の苗生産をベースに全国展開しています。年間3000万本の生産体制になり、日本最大の育苗企業になったと自負しています。

社名のベルグはドイツ語の山、アースは英語の地球を意味します。グローバル化のなかで野菜苗という農業のインフラビジネスで戦略展開する世界企業をめざしたいと思っています。

私も松永さんと同じで、農業を成長産業にするには企業的な農業経営が必要だと思います。そのため当初は山口園芸という農業生産法人でしたが、



司会者プロフィール

牧野 義司
(まきの よしじ)

経済ジャーナリスト。毎日新聞、ロイター通信を経て現職。アジア開発銀行、アジア開発銀行研究所、日本公庫メディアコンサルタントを歴任。2012年、国会東京電力原発事故調査事務局メディアコンサルタントを務めた。経済や社会のシステム変革につながる先進モデル事例をジャーナリスト目線で発掘し、インターネット上で発信中。NPO失敗学会組織行動分科会などの活動にも関与している。「メディアオフィス時代刺激人」代表。

2001年に株式会社組織の一般農業法人として当社を設立。11年に新興株式市場に上場し、資本市場での資金調達も進めました。5年後には農業法人として年商100億円、東証第一部上場を果たすのが夢です。

衣笠 私は、稲作を軸に農商工連携のプロジェクトなどに取り組む夢前夢工房が本業で、それとは別に兵庫県内の若手稲作農家25人と稲作専門の(株)兵庫大地の会をつくり、経営にあたっています。

大地の会は当初、若者たちと農業の将来や夢を語り合う勉強会だったのですが、TPP(環太平洋経済連携協定)対応もあり、生産や経営の集約化によって消費者ニーズの高い、味が良くて安全・安心の米を共通ブランドでつくろうと始めました。農地は兵庫県内に分散していますが、集約面積が1000haにのぼるため酒米生産の大量受注、肥料の大量共同購入メリットが出てきています。経営集約の判断は正しかったと思っています。

「農業に工程管理導入で成果」

司会 異業種から農業参入して成功された焼津冷凍と和仁農園にも成長経営の現状を伺いましょう。

松村 マグロ、カツオの冷蔵保管や冷凍食品の物流ビジネス会社がなぜ農業かと思われるでしょうが、父親の代のグリーンテックという大型ハウスでの水耕栽培の葉ネギ、トマトの生産事業を私が継承して、8年前から黒字化に成功しました。

主力の葉ネギは現在8500坪。今年度中に2000坪農地を確保し、16年に計1万坪の葉ネギハウス栽培のアグリビジネスを実現させます。ト

肉用牛大規模肥育でコストダウンの積極経営

松永 和平さん（株式会社松永牧場 代表取締役）

金融機関に携わった経験を生かし1973年に家業の畜産経営を引き継いだ際、農事組合法人松永牧場を設立、ち密な計算に裏打ちされた積極経営が際立つ。肉用牛肥育頭数の大規模化によるコストダウンがポイント。島根県益田市の中山間地域に黒毛和牛、交雑種合わせて肥育牛が6160頭、和牛の繁殖牛840頭など計7000頭を飼育、山口県萩市に別会社を設立し1700頭の肉用牛肥育体制も。日本国内で飼育頭数が突出する。

「地域に牧場があつてよかった」と評価を得ることが重要と、環境・地域対策に積極的に取り組む。毎年7月に大々的に行う「牛肉祭」が有名。また「ウシのパスポート」という形で生産履歴、給餌内容を盛り込んだ「牛肉JAS」を公表し、市場や消費者の安全・安心評価を得ている。



株式会社松永牧場 代表取締役
松永 和平さん

マトは1100坪ハウスです。水耕の葉ネギは土耕に比べて雑菌が少ないという特徴を強みに、年間400万束の生産量です。単品大量によるニッチ事業ながら品質を磨き、日本一をめざす考えです。

和仁 本業の建設業経営の一方、稲作主体の和仁農園を経営しています。建設業は農業の10倍規模で、利益率も雲泥の差で建設業がいいです。しかし面白みは農業の方が100倍多いです（笑）。

農業参入のきっかけは、後継者不足による耕作放棄地問題への危機感から企業の経営で農業革新を、と思ったからです。その際、建設土木で培った工程管理手法を農業に活用すれば、成長産業にすることは難しくないと思ったのです。

司会 具体的にはどういった工程管理を？

和仁 一般的な農業は夏場は忙しいのに冬はひまなので、作業の平準化が必要だと考えました。販売価格に関しても、市場需給に委ねず原価に基づいた適正価格で売る付加価値づくりが重要です。一般的な農業にはそれらが決定的に欠落していました。稲作では多収穫米よりも品質重視の食味にこだわり、独自の手法を工夫した結果、大きなコンク

ルで高い評価を得られるようになりました。私は日本で7人しかいない名稲会の一人に認定されました。経営管理手法の導入で成果が出せます。これが農業の成長産業化への秘訣です。

「経営判断違えば親の解任も」

司会 農業を成長産業に持つていくポイントは企業の経営である点がハッキリしましたが、成長経営に「待った」をかける問題もあるでしょう？

松永 いろいろあります。1つは「先祖代々の農業経営を守る」発想を止めることでしょう。私は農業経営の先行き判断で、ズレのある父親と激論となり、28歳の時に父親をクビに、やさしく言うかと解任しました。厳しい決断でしたが、経営を任される限りは私の方針でいくとの姿勢を貫きました。

2つめは農協問題です。農協改革が動き出しましたが、農協は組合員農家を生かさず殺さずの姿勢の上に、組合員農家が自立して農協から離れることを恐れ、リスクをとろうとしません。

和仁 農協はガラツと変わってきましたよ。私が地域農協にかかわっているからというわけではありませんが、農協も自己変革しつつあります。

山口 親を解任するという今の松永さんの話でいけば、僕もそろそろクビになりそうです。若手が、社長である私の大胆経営にすぐ反発してきていますね。僕は親父に対し「あんたの農業経営が悪い」と言っているんですけど、今は言われる立場になって、ちょっとへこんでいます（笑）。

成長産業への壁は何かといえば、農業法人が現状の居心地のよさに甘んじていることです。売り上げベースで数千万円から1億円ぐらいのところに安

住し、そこを抜けようという生産者、農家が多く、意識革新が必要です。もつと農業に将来展望や使命感を持つべきだと思います。そして責任も。

衣笠 私がおかしいと思うのは、米農家が集まると、まず文句から始まり農協がどうの、行政がどうのと。もう1つは言いわけです。今年は天候がねと。なぜ夢を語る農家がないのか不思議です。夢を語ることで次の手が見えてきます。

私は、兵庫大地の会の若者には「文句を言わず意見を言おう。そのためには自主的に調べ、自分で考えて頑張らないと意見って言えないよな」と、勉強してもらいました。その結果、見違えるようになっていくましくなっています。

「税制や補助金活用で「考える農業」

司会 松永さんは、農業者が国の税制や補助金を巧みに活用するのは重要との立場の一方で、国は農業を過保護にするな、と言っておられますね。

松永 私は、国の畜産行政が何を考えどんな政策を打とうとしているのかを見極めて対応策をとれば、牛肉産業は絶対につぶれることはないと考えています。税制や補助金の活用もその一環です。要はタフに考え、自身で競争力を持つ農業にすべきです。

しかし、国や政治が過保護な政策を出したら一転、農業はダメになると思うのです。言いにくいことですが、過保護にしない方が農業はかえって成長します。また、規制などで縛り過ぎると農業は間違いなく伸びなくなります。

農業者と国が基金を積み立てる肉用牛肥育経営安定特別対策事業（新マルキン）もその1つです。販売価格割れで赤字になったら8割を補てんして



ベルグアース株式会社 代表取締役
山口 一彦さん

いたのを、新しい制度では9割に引き上げるというもの。私個人は畜産現場から見ると現状の8割でも十分で、それ以上は過保護だと思っています。

和仁 同じ所得補償でも戸別所得補償に関しては言いたいですね。稲作専業農家には間違いなく必要ですが、兼業農家向け所得補償は止めるべきです。百害あつて一利なしと言っているんです。

司会 先ほど松永さんが言及された税制や補助金活用は、農業の成長産業経営には必須ですか。

松永 制度としてあるのですから、うまく活用すべきです。農業の現場も、国の税制にしっかりと対応すればいいのです。ただ、国は租税特別措置法をうまく使いなさいといった指示をしないし、農協も自分の仕事が増えるので、なかなか言いたがらないのが現実です。畜産がらみの税制は国の政策をうまく取り込めば、今の畜産経営には絶対にプラスです。

松村 うちは国などから補助金をもらわず農業をやっています。農業の現場に補助金を出さないと成長に結びつかないといった話を聞きますが、失礼ながら、農業現場の経営者を甘やかしたり、安易な経営に走らせる結果になりかねない気がします。

「野菜苗事業で日本農業を変えたい」とアピール

山口 一彦さん（ベルグアース株式会社 代表取締役）



「野菜苗事業で日本農業を変えたい」と野菜類の苗生産販売に踏み出し、今や年間3700万本を生産する国内トップメーカーに。

1986年に愛媛県宇和島市で野菜生産農家からの契約栽培スタート。台風などで流された野菜苗のニーズに素早く対応する生産力、研究開発力が評価され、業容が一気に拡大した。2001年に会社設立、2011年に外部資本導入も必要と新興株式市場ジャスダックに上場した。5年を目処に東証一部上場をめざすという意欲的経営が特徴。

大手の種子メーカーとも提携。無農薬・無病害・高品質の野菜の苗を安定的、かつ大量に、というプロ農業者のニーズに応じて光、温度、CO₂などを自動制御した閉鎖型苗生産システムも開発。将来の市場性を見越して中国にも進出している。

和仁 農業の成長産業化への制度の壁という点で、農地集約化のための農地バンク、農地中間管理機構問題のことを言うっておきたいですね。

私は岐阜県農政審議会委員をやっている関係で、高山市にどれだけ実績が上がったのかと聞いたら、昨年度は実績ゼロ。そこで流動化を促すため、今年度から農地を貸し出す側に、例えば2ヶ年までは50万円を出すという。ところが、昨年度までに農地を貸し出した人への対応を聞いたら、昨年度までの分はダメだと。まさに後出しじゃんけん。助成金が増えるのを待った方が得となれば、農地の流動化は進まないでしょう。

異業種連携で勝機をつかむ

司会 衣笠さんは、異業種連携に積極的ですね。

衣笠 東証一部上場企業など4社と一緒に物流や販売連携をやろうと動き出しています。異業種連携によって農業のネックともいえる物流の問題解決が進めば、農業は儲かると思います。

ドラッグストアとの連携も選択肢です。ドラッグストアは健康管理センターの性格を持っており、「血圧の高い方には安全・安心な野菜があります」といった形で健康リンクの野菜販売をしてみたいです。あるドラッグストア企業はこの件で動き出し

ています。要は、農業の側からアクションを起こし、異業種の企業と連携することです。

和仁 ICT（情報通信技術）活用で岐阜県内の優良企業との共同開発が進み、成果につながりつつあります。岐阜県農政部が架け橋役になってくれて異業種連携が実現した結果ですが、省力化農業への秘密兵器として戦略的に販売する目標です。建設土木の経験も共同開発に生きており、ウィンウィン連携です。

司会 和仁さんのICTへの取り組みは、攻めの農業が政策キーワードとして興味深いですね。

和仁 農業の成長産業化へのチャレンジです。18年度までにトラクター、ラジコン、除草ロボットなどをICTで無人化する計画です。

ラジコンで動くボートが軸で、異業種連携開発の結果ですが、16年2月までに稲作業管理ソフトも完成する予定です。除草ロボットは実証試験で95%の草除去ができ、コストも30%削減できる見通しです。**山口** 農業現場でのICT活用は、私たちベルグアースにとっても織り込み済みのもので、今やICTを活用しないと農業の成長経営などは到底、無理

若手農家25人で稲作専門会社 生産力の集約化が強み

衣笠 愛之さん（有限会社夢前夢工房 代表取締役）

兵庫県姫路市で稲作を主体に農業経営。社名に「夢工房」を掲げ「農業に夢を、地域に夢を、自分にも夢を」とアピール。地域活性化伝道師の肩書を持つ地域リーダー。

大規模生産の稲作株式会社「兵庫大地の会」代表取締役としても有名。大消費地の関西経済圏に広大な稲作生産地を持つ兵庫県の強みを生かそうと、分散立地する専業農家の若手経営者に働きかけ、「束ねれば力が生まれる」と2000年に25人の共同出資で会社を設立。経営と生産力の集約化が今や強み。水田は合計で1000ヘクタール。コシヒカリなど銘柄米を無農薬・減農薬で栽培、品質を合わせて共通ブランド化し、市場を通さず大手スーパーなどに販売している。生産力の大きさを評価する酒造メーカー、加工食品会社から、酒米や加工米の大量受注につながっている。



有限会社夢前夢工房 代表取締役

衣笠 愛之さん

というレベルにきています。

松村 PDCA（計画、実行、評価、改善）サイクルの導入もポイントです。そのからみで大手企業キヤノンが行うセル生産方式を導入し、1人の作業員が水耕栽培の工程全部にかかわり最終製品までつくり上げる方式に切り換えたら、個別生産性の見える化で予想外の成果が出ました。

もう1つは、日々収支計画の導入です。経営サイドのみならず現場も数字に関心を持ち、結果のチェックを徹底することにしたおかげで、「日々（一日）決算だ」という意識が高まりました。

オランダ型産学官連携にヒント

司会 農業先進国オランダは、ゴールドントライアングルという形で産学官が連携して新品種開発を行い、成果をみんなでも共有し農産物輸出につながっています。日本も学ぶことが多いですね。

松永 畜産の世界で今、問題なのは、和牛の近親交配がどんどん進んできて、遺伝病が発生しつつあることです。この狭い日本で、和牛だけを増殖しようとするのは無理があるのです。豚の場合、三元豚とか四元豚という形で世界中のいろいろな豚の種類をかけ合わせ、雑種強勢でいいものをつくらうとしているのとは対照的です。

ところが、島根県には獣医学や動物生命学の専門研究がないため、遺伝病に対応できないのです。松永牧場の場合、7人いる獣医が、問題が発生したら出身大学や試験研究機関、県家畜保健所などに連絡を取り指導をってもらう連携体制をつくっていますが、一般の畜産現場では遺伝病対応が極めて難しいのが現実です。

オランダのゴールデンライアングルのような産学官連携の課題解決システムは貴重です。日本は対応が間違いないと遅れています。

山口 産地間連携による苗開発が重要との判断からベルグアースが仲介して、熊本県のJA育苗センターにメロンの苗をつくってもらい、茨城にそのメロンの苗を入れたところ、熊本からすごい反発が出たんです。なぜ茨城のために苗をつくらねばならないのかと、また茨城もなぜ熊本から苗を入れるのかと。

僕は情報をオープンにしましたが、今の日本の危機的な農業の状況を考えたら、産地間連携をしながら世界に打ち勝つ考え方が必要です。

松永 その話は重要です。オールジャパンでモノを売ろう、輸出しようという気が今の日本にはないのです。輸出はどんなやりなさい、応援しますと国は言いますが、何も応援しないのです。

松永牧場の牛肉が島根和牛の形でシンガポールに行きましたが、シンガポール側にすれば島根が日本のどこにあるのかわからない(笑)。やっぱり国がもつと音頭をとってやらないと。

山口 今回のTPP問題への対応でも、かつての黒船に例えて、いい意味での危機感を持ち、そこそオールジャパンの形で国や政治が真剣に考えるところふうにしなないと貿易戦争に負けてしまう。世界観を変えていく必要があると思います。

「アジアへの輸出拡大と市場づくり」

司会 世界の成長センターのアジアへの農産物や加工食品の輸出にとどまらず、現地での生産展開も現実味を帯びていますね。

山口 中国山東省の青島近くにベルグアースが出



株式会社焼津冷凍 代表取締役
松村 勲さん

資して子会社化した農場があります。日本国内市場がいずれ内需縮小という懸念もあり中国進出したのですが、日本品質のいい苗が売れるだろうと行ってみたら、そんな高品質で値段の高いものはいらない、と。日本の優秀な製造メーカーが本格進出する前に優秀な部品メーカーが一足先に進出したようなもので、困った事態になりました。そこで、トマトの現地生産を行い、いい苗の品種も供給するという遠回りな形で行くことにしました。

松永 畜産の場合、卸売業者と一緒に輸出することはできませんが、生産者単独での輸出は不可能なんです。その国が指定した屠畜検査に合格した屠場でないと無理です。では何でいくかといったら、ロースしかいかなのです。魚という骨外しができないのですよ。牛肉の中のサーロインってそんなに多い量ではなく難題です。

だから、今、うちは、食品貿易の企業と一緒に交雑種はシンガポールとタイへ、和牛は香港に出しています。日本の精肉店と一緒にマカオに出すとか。卸業者と一緒に輸出環境をしっかりと見据えて民間のこのあたりの輸出環境をしっかりと見据えて民間の

「日々収支」など農業に経営管理導入で黒字定着

松村 勲さん(株式会社焼津冷凍 代表取締役)



冷凍食品の製造販売、冷凍倉庫が主な事業の企業が1985年にグリーンテックセンター部門を立ち上げ、葉ネギの水耕栽培にチャレンジ。異業種企業の農業参入では草分け的存在。地下100mからくみ上げた大井川の伏流水を使った水耕栽培で、ハウス5棟を建設し生産履歴を含め生産管理も万全を期した。しかし、結果は赤字が累積するばかり。

2代目の松村氏は、10年前に就任。赤字原因を徹底分析して対処、市場流通を介さない大手スーパーなど直接販売先の開拓を行い、わずか2年間で黒字化に成功した。トマト栽培で年商3000万円、葉ネギと合わせ年商3億円を上げている。「日々収支」を全面に出し毎日の収支を管理し収益改善をめざしたほか、年間の事業計画づくりなどPDCA(計画・実行・評価・改善)サイクルを徹底した。

現場をサポートすべきです。

衣笠 日本の米は味や品質では外国産に負けないものがあり、輸出チャンスは大いにあると思っています。外国でおいしく食べてもらおうと思ったら炊飯器が要るし、それに合う水も必要。でも、そんな重いものを海外へ運ぶのは大変です。そこで、誰もが食べやすい寿司にして冷凍で輸出できたら面白いと思います。5年前から、ある企業と連携して自然解凍でおいしく食べられる寿司の研究を行い、開発することができました。私たちは異業種連携しながらこのスタイルで米輸出を考えています。アジアをはじめ海外に輸出して、需要の掘り起こしにチャ

レンジすべきです。

金融機関は農業の事業評価を

司会 農業の成長産業化では金融への期待も？

松永 金融でも農協は問題あります。畜産は多額の資金が必要ですが、農協がリスクをとらず農業者の経営意欲を縛っているのです。1990年にABLという動産担保に関して、農協以外の金融機関は理解してくれて担保契約を結べたのに、農協は頑なでした。それ以降、取り引きから農協を外しました。皮肉な話ですが、私の会社の経営はそれ以降、順調に伸びた気がします（笑）。



工程・原価管理を導入し “うまい米日本一”に

和仁 松男さん（株式会社和仁農園 代表取締役）

建設業経営の傍ら2009年に和仁農園を設立して異業種から農業に参入。土木経営の工程管理や原価管理を農業経営に導入すると同時に管理栽培に工夫をこらし、短期間で全国米・食味分析鑑定コンクールでうまい米づくり日本一に。

公共事業減少のもとで建設会社社員の雇用切り捨てができず、新規事業進出で雇用確保をめざすため農業を選んだ。ところが農業には当時、参入障壁が多く、耕作放棄地などいわゆる限界農地の再生や受委託事業しかやれず、優良農地での農業が認められない苦い思い出も。その悔しさをばねに認定農業者資格を取得し、持ち前の経営裁量を発揮した。持論は「農業に経営感覚を」。

高山市内から出る事業系の生ゴミなどを発酵させた有機たい肥で土づくり、ICT（情報通信技術）の活用にも積極的。



株式会社和仁農園 代表取締役
和仁 松男さん

ただ、農協を含めた金融機関の農業向け融資に関しては担保設定や事業評価などで問題や課題が多いですが、金融機関を批判するだけではないけません。農家側にも相当な問題があると思います。つまり、農業者も金融機関に対する事業計画の説明をきちんと行い、経営の公開もしっかりできるぐらいの体制をつくっていかないとダメだと思います。

山口 金融機関への注文は、現場をもっと見て農業の持つ事業価値や将来性を評価する、農業というすぐには結果を出せない事業向けの与信の仕組みをしつかりとつくるべきです。

それとアジア新興国で日本の農業企業が生産や事業展開する時の支援融資についても、政策金融機関の方々には注文したいです。アジアで生産したものが日本に逆輸入されて日本農業に影響を与える、というブーメラン効果の懸念があるかもしれないが、私たちには向こうでマーケットをつくる、アジアで生産して現地に還元し、事業活動を広げる発想もあるのです。柔軟な政策対応が必要です。

松村 金融機関は地銀を中心に担保なしで融資してもらっていますが、私が今、考えているのはリー

ス活用です。リースにすれば、リース会社の資産となり、保険も固定資産税も持つてもらえます。

山口 まだ問題があります。農業生産法人は資本市場で資金調達ができないのです。それは法律で株式譲渡制限が外せないため直接金融を使えないのです。農政サイドはいずれ制度が変わるかも、と言いつつ20年がたっています。

だから、私がベルグアースという株式会社をつくって株式上場し資金を集めたのは、その代替策だったのですが、直接金融の手法を農業でも使えるようにもって考えてほしいです。これは農地所有にもからんでくる問題で、農業生産法人の山口園芸では農地所有できてもベルグアース株式会社は依然、所有できず農地を借りるだけです。農業の成長産業化を議論するのならば、政策当局は詰めてほしいです。

太陽光発電などで有益化の道を

松永 今、ソーラーファームの別会社をつくり4メガワット発電をやっています。屋根への太陽光パネル付で温度遮断し室内温度が低くなる上に、1億7000万円ほどの電力売却収入があります。酪農では、牛のふん尿全てでメタンガスを発生させる計画をしています。電力会社側の受け入れがいっぱいの場合、蓄電池にためることも可能です。

重要なのは、農業副産物をいかに有価、価値を生むものに変えていくかという発想です。肥育牛堆肥も100%、外部販売しており農業現場が負の財産を有価にできます。食物残さのエサ活用も同じです。

司会 議論が尽きないですが、日本農業が成長産業になる、ということは、みなさんのお話で間違いなく実現できそうです。ありがとうございました。

CASE 1
6次産業化

株式会社六星（石川県白山市）

6次産業化の決め手は、営業力強化と品質管理

餅などの農産加工品を製造・販売する六星は食品メーカーとしての形を整えた農業生産者であり、6次産業化のモデルとして注目されている。しかし、最も重視していることは水稻作の維持だという。

北陸新幹線開業以来大いににぎわう金沢駅のショッピングモール金沢百番街で、女性客を集めてひととき目立つカフェ併設の店舗がある。店頭でアピールする塩豆大福、その奥に陳列されたパッケージの豆板餅や雑穀米のキット、和菓子、弁当や総菜に、旅行者や地元の馴染み客が次々に引き寄せられていく。

この店「すづめ」を経営するのが、(株)六星（石川県白山市、輕部英俊代表取締役社長）だ。同社は地域の200軒以上の農家から計約150ヘクタの水田を預かり、水稻作を中心に農業生産を行っている。生産した米は主食用米や酒米として売るほか、餅や和菓子や弁当を作り、また自社野菜を使用した総菜を製造して売っている。これらは小売業などに卸すほか、「すづめ」をはじめとする直営店3店での販売に力を入れている。

主食用米と餅加工を軌道に乗せ 営業力強化などの課題に取り組む

農林水産省は、農林漁業の生産（第1次産業）に加工（第2次産業）と販売（第3次産業）を一体化させる「1×2×3＝6次産業化」によって、地域の雇用と所得を確保する活動を推進している。六星は、



株式会社六星 代表取締役社長
輕部 英俊さん

そのモデルとして注目の企業だ。

六星のスタートは、水田転作でレタスなどの野菜を生産し、大都市に供給することに商機ありと踏んだ5軒の米農家が生産組合を組織した1977年にさかのぼる。しかし、野菜価格の乱高下に悩まされ、当初の目論見通りの経営とはならなかった。そこで数年で野菜作に見切りをつけ、もともと得意だった稲作主体に舵を切った。とはいえ、食糧管理制度下、米は基本的に全量農協出荷という時代であり、主食用米の生産だけでは成長を望めなかった。そこで取り組んだのが、もち米を作って食糧制度の制限を受けない餅に加工して販売することだった。「運よく時流に乗った」と輕部社長は語る。80年代、

大都市の百貨店に地方の名産を集めて売る物産展が盛んになった。「先代社長の時代、各地で石川県の物産展が催され、そこで餅を売ったのです。それが『加賀百万石』のイメージへの憧れと『農家の素朴さ』への懐かしさで支持されました」という。その後の93年、貿易自由化交渉GATTウルグアイラウンドの合意を受けて、国はウルグアイラウンド対策事業費を予算化した。六星はこの補助金を受けて96年、石川県白山市に「むつつぼし」松任本店併設の本社屋を建設した。

ところが、これが出来てみると、経営陣たちはむしろ、自社に商業体としての力が足りないと感じることとなった。「立派な建物だけど、十分に稼働していない。実力以上のものを建ててしまった。課題を洗い出していくなかで、必要だと考えられたのが、営業力の強化でした」（輕部社長）。

農家の「素朴さ」を売る時代から 品質や流行を意識する時代へ

そんななか、先代社長は経験豊富な営業担当者を確保しようと考えた。その視線は、東京に住む娘の夫で、建材メーカーで働いていた輕部英俊氏（現社長）に向けられた。



営農部門の若手社員たち。農業に憧れる非農家出身の若者が水稻作に打ち込める環境を整えるためにも、確実に売り切る仕組みをつくっていく

軽部社長は東京都町田市出身で、農業とのかかわりはなかった。義父の誘いに応えて30歳直前の97年に入社した頃の六星を、「マネジメント体制がない。その文化も概念もありませんでした」と振り返る。軽部社長は前職で学んだ企業の基本的な考え方や動きを六星に導入していった。

さらに、六星の営業として歩くうち、「食品メーカーとしての衛生管理や品質管理に関する知識とノウハウが足りない」ことを痛感し、専門のコンサルタントを招いてHACCP^{*}の管理手法を取り入れる改善を行った。「品質と衛生の管理体制が整うと、新商品のために新しい材料や工程を取り入れる際にも不安がなく、開発のスピード感にもつながっています」と成果を実感する。

入社10年後、株式会社に変更した2007年に

社長に就任。この間、軽部社長は消費者指向の「潮目」を感じてきた。「かつては農家がつけているという『素朴さ』が受けていました。しかし、今はそれだけでは『田舎くさい』になってしまう。消費者は本物志向になり、健康志向も強まっています。都市生活をしている人には『おしゃれ』『かわいい』といったイメージも必要です」という。

「私はすぐに人に頼る」と笑う軽部社長は、こうしたイメージ戦略も自分たちだけで考えず、専門家を積極的に活用する。例えば、冒頭の「すづめ」を10年に出版した際も、店舗づくりと商品パッケージ製作にはプロのデザイナーを起用した。

その翌年オープンした「むつつぼし」長坂店も、同様のコンセプトで店づくりを行った。「長坂は文教地区で、県外から赴任している人も多い住宅地。品質や流行にも敏感な人たちが暮らしています。ここに出版することでも得られるものは、市内他店に生かせるだけでなく、いずれ東京などに出版する際にも必ず役立つはず」と考え、デザイナーを起用し、料理と接客の経験者も新規に雇用した。

大切なのは「確実に売り切る仕組み」 農業生産の維持こそがミッション

六星が直営店での販売を増やそうとしているのは、卸売りだけでは他社との競争や小売業からの要求で価格などの条件が厳しくなり、安定して量を出せる上で不安が出てくるためだ。そのことは、六星という企業のコンセプトにかかわる。

「六星の使命は、お預かりしている田んぼで若い社員たちがしっかりと生産を行い、確実に美田を維持して地主の期待に応えることです。しかし、原材料



本社1階の「むつつぼし」松任本店。これを十分に稼働させるために、六星は経営課題を明確にして改革を行った



手作り情報誌『たあんと六星』。農産物を介して顧客との双方向のコミュニケーションを作っていくことが、軽部社長の目指す六星の形だ

を必要な量だけ仕入れればよい一般のメーカーと違って、我々は売れようが売れまいが、一定量の原材料が生産される。それを確実に売り切る仕組みをつくることこそが、六星の本来の役割なのです」

したがって、直営店に軸足を置くとはいっても、すべてを垂直統合した閉じた世界をつくらうとしているのではない。「ほかの小売業でも理解し合えるところには卸売りを続けていきたい」

また、好調に乗って売上高と利益を追い求めるようなこと、そのためにがむしやりに栽培面積を増やそうというのも、六星の考え方に合わないという。「増収増益を狙って農地を増やすというのは本末転倒です。つぶれないことこそが一番大切なことだと考えています」

原材料の生産を維持する一方、市場の要求に応える。矛盾になりかねないこの2つのバランスを取ることが、六星の6次産業化成功の秘訣だといえるだろう。

^{*}原材料の受け入れから最終製品までの工程ごとに、微生物による汚染、異物の混入などの危害要因を分析した上で、危害の防止につながる特に重要な工程を継続的に監視・記録する工程管理システム

CASE 2 新規就農

seak株式会社（神奈川県藤沢市）

若手脱サラ組がトマトから就農

大手広告代理店、IT企業から若手2人が2014年、農業に転身した。まずはビニールハウスのトマト栽培で、素人でも農業で稼げるプラットフォームづくりを目指す。

わが国の農業にとって、大きな課題は農家の高齢化であり、同時に後継者不足だろう。2014年4月に神奈川県藤沢市でseak(株)を立ち上げ、ビニールハウスのトマト栽培に従事する栗田紘氏と柳沢弘樹氏は、いずれも安定したサラリーマンからの転身だ。

1983年生まれで神奈川県出身の栗田氏は大学卒業後、大手広告代理店の電通に入社。しかし、30歳を目前にした12年、「巨大組織にこのまゝいるよりも、自分がやりたいことをやろう」とハードウェアベンチャーの創業に参画。その後、「ゼロからイチを生む仕事」(栗田氏)として農業に入っていく。

一方の柳沢氏は、90年生まれで長野県出身。大学



seak株式会社を立ち上げた
柳沢 弘樹さん(左)と栗田 紘さん(右)

卒業後、IT企業に就職するものの、入社2年目から土日を利用して農業ベンチャーでアルバイトを始めた。「もともと農業に興味があり、いつかは転身したいと考えていました」と話す。年齢も大学も違う2人だが、一緒に農業をやるパートナーを探していた栗田氏が以前に交流のあった柳沢氏を誘い、seakを立ち上げることになった。

法人を立ち上げた目的は、「未経験者が農業を始めても、いきなり栄養価の高い野菜を栽培できる仕組みを作りたいかった」(栗田氏)。つまり、誰でも農業で利益を得られる基本ノウハウや資材の開発をコンセプトとした。そのためには、良質な野菜を現実に栽培し、ノウハウを蓄積しなければならない。構築したノウハウはウェブ上で無料公開する。独自の土や酵素などの資材を販売して収益を得るのがseakのビジネスモデルである。

農業のOSを作りたい 地域貢献も視野に

法人設立後の1年間、2人は秦野市の農家で修業を積み、農地を借りることのできる資格を得た。修業中は様々な野菜の栽培を手掛けたが、「栽培するのが最も難しい」という理由で、14年の秋、第1



苗は袋に入った土に1苗ずつ植える。ビルの屋上など土のない場所でも栽培が可能で、養分や水分のコントロールも容易だ

弾としてトマトを生産することを決める。翌年春には、日本公庫の融資を活用。藤沢市内の耕作放棄地を借り受け、ビニールハウス6棟を設置して本格的なトマト生産を始めた。「僕たちにとって、融資は生きたお金になりました。ハウス建設には相応の資金が必要でしたから」と栗田氏は話す。

苗は小さな袋に入った土に植え、井戸の水を点滴の要領で給水するシステム。トマトの栽培は15年11月初旬で3サイクル目を迎えたが、スーパーやJA直売所では高い評価を得た。土と肥料、苗などの組み合わせ、さらに温度といった条件を変え、いくつものデータ、そして知見を蓄積させている。一般企業と同様にPDCAを回す手法だ。

「seakは、農業のOSのようなものを作りたいと考えています。東日本大震災以降、食や農業に対して強く純粋な思いを持つ若い人が増えているように感じますが、その多くが、『栽培がうまくいかない』と農業を諦めてしまう。農業のOSを作ることができれば、そんな機会損失を減らせるのではないのでしょうか」と栗田氏。柳沢氏は「近い将来、冷涼な軽井沢で野菜作りをする計画です。地域の横展開であり、同時に地域貢献にもなります」。若い2人の、農業にかける思いは真剣だ。

CASE 3
新規就農

空浮合同会社（香川県東かがわ市）

Uターンで高付加価値いちご生産

東京の人気ヘアメイクデザイナーから、農業の可能性を追求して、
独自ブランドのいちご生産者へ。故郷で見いだしたのは、人として真の幸せだった。

「人生の最後に食べたいものを作る。これはわが社の企業理念です。私のいちごを食べた子供たちが、老人になったときにこう思ってくれたら——」。

香川県の独自品種のいちご「さぬき姫」を生産し、「空浮（そらうき）いちご」という独自ブランドで売り出している大山隆氏は、こう話す。「最高位のものを作りたい」という思いが、言葉からほとばしる。空浮いちごは大粒で糖度が高いのが特徴。スーパードでは市場価格より2倍は高いが、すぐに品切れとなるという。同市ふるさと納税の品目にも選ばれ、地域の新たな特産品として定着している。

大山氏が香川県にUターンしたのは2009年の年末。30歳の冬だった。それまでの10年間は、東京でヘアメイクデザイナーとして活動していた。美容師免許を取得し、最初は無我夢中で走る。気がつけば先頭集団にいて、高級外車を躊躇なく購入できる年収を得ていた。だが、28歳になった頃、「今の地位を50歳まで維持するのは無理だ」と、自分の才能を冷静にジャッジする。さらに、「金やものでは、人は幸せにはなれない」ことにも気づいていた。「ものづくりで自分が生きた証を残したいと考えた時、僕は農業を選択しました。自己責任で完結でき、何より自然はみんなに平等ですから」。

「チャンスは貯金できない」 いちご栽培コンサルなど挑戦は続く

故郷の香川県に戻り、まずは県内の農業機関に相談した。28歳から仕事の合間に、関東や東北の野菜農家を見学して歩いていた。その時の知見から、広い農地が必要な露地の野菜栽培は無理だと考えた。そこで、狭い農地で一定の収量を確保でき、付加価値の高い作物として、いちごを選択する。

10年2月からは、県内の生産者の元でいちご栽培を学ぶ。自ら重機を駆り、手作りでビニールハウス



上／全面ガラス張りの「見える選果場」
下／美しさにもこだわった贈答用のいちごが好評



空浮合同会社 代表社員
大山 隆さん

建設を開始したのは10年12月。「一人でハウスを建てられれば、身も心も成長できる」と、自らに試練を課したのだ。初めていちご苗を植えたのは翌年3月。分らないことは、SNSなどを利用して若手農家に教えるを請うた。肥料には海藻エキスを添加するなどの工夫を凝らすなどして、1年目に約10トンを取収した。評価は最初から高かった。

ひょうたんのロゴマークをつけてブランド化を進める。知人のデザイナーがパッケージを手掛けた12個入り2500円の贈答用が好評だが、「美味しいのは当たり前。美しいことも大切」と話す。

人気が高まっていた14年8月、日本公庫から融資を受け、新たなハウスや「見える選果場」の建設に当たった。チャンスは貯金できない。成長を加速させ、「見える選果場」ができてからの直売の売り上げは前年比300%と胸を張る。15年1月には合同会社として法人化した。ジャムを商品化したが、今後はいちご栽培のノウハウを伝授するコンサルティンングも計画している。「生産者も超一流レストランで食事をすべきです。最高水準の料理を知ることにより、どのマーケットで何をすべきかが見えてくるから」と語る大山氏。挑戦はまだ、始まったばかりだ。

CASE 4 林業

銘建工業株式会社（岡山県真庭市）

直交集成板『CLT』が日本の林業を変える

高い強度と寸法安定性、断熱性、耐震性に優れ、新しい構造物として2016年から利用に弾みがつきそうなCLT。
林業を成長産業へと牽引することが期待されるこの製品の供給に、銘建工業はいち早く取り組んできた。

40億円近い、思い切った投資である。本社工場から車で15分ほど走った岡山県真庭産産団地内の一角に、銘建工業（株）は2016年3月完成を目指し、国内初のCLT量産工場を建設中だ。生産能力は年間3万〜4万㎡。12年7月に本社工場内で稼働を始めた製造ライン第1号の10倍もの能力を見込む。

「CLTの利用で先行する欧州からの輸出攻勢も考えると、価格競争力を意識せざるを得ません」。銘建工業代表取締役社長の中島浩一郎氏は、こう強調する。競争力を持てる製品価格として想定されるのは7万〜8万円/㎡。この水準を実現するには、年間3万〜4万㎡の生産能力は必須だという。

アベノミクスの第三の矢である「日本再興戦略」



銘建工業株式会社 代表取締役社長
中島 浩一郎さん

のなかで林業の成長産業化に向けた牽引役を担うだけに、国や県などの支援は厚い。投資資金の65%はこれらの補助金で賄った。残る自己負担分のうち10億円は、農林漁業施設資金として日本公庫から借り入れた。

CLTとは、「Cross（交差）Laminated（張り合わせる）」「Timber（木材）」の略。日本では、直交集成板と呼ばれる。原木を繊維方向に切断した板材をパネル状に束ね、そのパネルを繊維方向が直交するように互いに違いに重ね合わせて接着したもの。木材という自然素材でありながら、工業製品のように寸法安定性に優れているのが特徴だ。

CLTは木材需要を大幅に拡大し 社会に価値を提供できる

最大で、幅2.7m×長さ6m、厚さ27cmにも及ぶ大判のパネルである。現場でそれを組み合わせ、箱のように構造物を組み上げていく。分厚いパネルで組み上げた構造物は地震や火災など災害に強く、断熱性や遮音性に富む。

メリットの1つは、建て方と呼ばれる土台の据付から棟上げまでの、工期の短さだ。15年3月に本社工場近くに完成した地上3階建て共同住宅棟では

約3日と、在来木造の6分の1、鉄筋コンクリート造の9分の1の工期で完成した。

「その理由は、部材数が少なくて済むことです。この共同住宅では2棟で186ピース。同じ規模の在来木造に比べると約13分の1です。それでいて、木材の使用量はCLTのほうが3〜4倍も多い」と中島社長。木材使用量の多さは国産材の需要拡大につながるだけに大きな魅力だという。「木材を大量に利用して、災害安全性や省エネ性といった社会的に価値のある製材品を提供できるわけです」

ライバルは、鉄筋コンクリートのような中高層建築で用いられる構造物である。CLTの強みは、その軽さ。構造物が軽いと、それを支える基礎の工事費用を抑えることができる。中島社長は「ロンドンにある地上8階建てのCLT建築は鉄筋コンクリート造に比べ、重量が60%以上軽くなって、基礎の工事費用を25%削減できたそうです」と一例を挙げる。

中島社長がCLTという新しい製材品の供給に乗り出すことを考えたのは、10年頃のこと。その背景には、戦後に植えたスギやカラマツなどの針葉樹が伐採時期を迎えていたことがあった。それら人工林を伐採し利用していくには、新しい需要を創り出すしかない。



上／構造材として優れているだけでなく、木材需要拡大の可能性も秘めるCLT
左／本社工場のCLT製造プレスライン。板材をパネル状に束ね、それを交互に重ねて接着する

お手本は欧州だった。人工林が伐採時期を迎えた1990年代に再生可能な資源を利用する意識が強まり、それが製材品の1つである集成材や同じくCLTの普及につながった、と中島社長は指摘する。「CLTに限って言えば、生産量は1995年で2・5万㎡だったのが、2012年には56万㎡にまで増えました。15年は100万㎡に達するとみられています」

一方、日本は人工林が伐採時期を迎えた点は共通だが、社会経済環境は欧州とは異なる。建築基準を定めた現行の法規ではCLT建築が明確に位置

づけられていないため、建築主側が高度な解析で安全性を独自に確認し、国土交通大臣の認定を受ける必要がある。中島社長が旗振り役として気を揉んだのも、必要な法制度の整備に向けた取り組みだった。「幸い、公的な研究機関が性能検証試験に取り組んでくれました。それだけ新しい構造材として期待されているのでしょう」

その結果を受けて、16年にはCLT建築を一般的な手続きで実現するのに必要な法制度が整備される見通しだ。中島社長がCLTの機能性や将来性に着目してその普及を図る活動を重ねてきた成果とも言える。冒頭の思い切った設備投資は、こうした動向を見すえている。

急がれる林業インフラの構築 東京五輪選手村でのCLT利用も

欧州との違いとして中島社長はもう1つ、大きな課題があるという。欧州では木材を伐採して利用した場合、山林所有者に収益が行き渡る林業インフラが整っているが、日本ではそこまでインフラが整備されていないという点だ。

「日本では欧州に比べ産業としての林業に取り組んだ歴史は浅く、吉野や尾鷲など、よく知られている一部の地域には『点』としての林業が存在しますが、残念ながら、それが『面』にまで育っているとは言えません。林業の生産性の向上やコスト構造の見直しなどで取り組むべき課題があります」

戦後の人工林を利用し、その収益で次の伐採時期に備える――。そうした産業としての持続性を維持するのに必要な循環を生み出せる仕組みを整えなくてはならない。それこそ、林業の将来には欠



CLT建築として2014年3月に完成した共同住宅。地元の製材工場の社員寮として利用されている

かせない、という考え方である。CLTはそこに市場側から手を付けるための、言わば起爆剤の役割を担う。

具体的な起爆剤の役割として、日本の木材を世界に広くアピールする発信力の高い利用方法も考えられている。20年開催に向けて建設される東京オリンピックとパラリンピックの選手村での利用である。日本CLT協会は、国産材活用の一環として、宿舍建築の一部にCLTの利用を提案しているという。「新分野、新商品、輸出で新しい市場を開拓していくことが重要です。カナダの例をみると、建築用途ばかりでなく、仮設用道路として敷き詰めるなど土木用途も考えられます」。市場ニーズが広がっている、CLTの安定供給に向けて、その材料になる原木の安定供給も欠かせない。

CLTの普及が林業の成長産業化に向けた一歩につながっていくのか。中島社長は、「今後は、新分野と新商品の開拓に取り組む業者や山林所有者らが連携し、市場ニーズに応えるための体制整備に取り組む必要があります」と訴える。

CASE 5
漁業

東町漁業協同組合（鹿児島県出水郡長島町）

『鰯王』ブランドを世界に輸出

人工種苗の水産養殖で持続可能なブリの養殖に乗り出した漁協。大手企業の躍進、赤潮被害……。相次ぐ困難を乗り越え、組合員を一つにまとめた信念と極意とは。

「組合員が一つにまとまっているのが当漁協の強みです。『鰯王』ブランドの価値向上にもつながっています」。鹿児島県出水郡長島町、東町漁業協同組合代表理事組合長の長元信男氏は語る。

養殖ブリのブランド「鰯王」は2003年にブランドづくりをスタートさせ、05年に商標登録した。ライバルの養殖業者は、大手の水産会社。ブリに与える餌や配合飼料、給餌方法が統一されていて、均一で安定した肉質の養殖ブリをつくっていた。これに対し東町漁協は、家族経営を中心とする小規模な漁業者の集合体である。組合員数はトータルで630人。ブリ養殖を営む組合員は130人いたが、それぞれの手法で養殖するため、サイズや肉質にバラつきがあった。



東町漁業協同組合 代表理事組合長
長元 信男さん

ブランドづくりの時期と前後して、大手スーパーから、同組合のブリをプライベートブランドにしたいと打診があった。そして、そのためには漁協がオリジナル飼料を開発して組合員全員が使う人工飼料を一本化したらどうかと提案される。

05年、漁協は飼料開発に着手するが、当初、賛同してくる組合員は半分以下だった。しかし、粘り強く説得して130人全員の理解を確保していく。こうして、安心・安全で肉質の均一化した養殖ブリを作り上げていった。

東町漁協の設立は1949年。82年には養殖ブリの対米輸出を開始した。98年には養殖漁業界初のHACCP認証（加工施設）を得た実績を持つ、養殖ブリの取り扱いでは日本一の漁協である。03年にはEU輸出施設認証を受ける。輸出先は北米を中心に欧州、アジア、中東、豪州など27カ国・地域に及ぶ。最近では中国への輸出が増え、上海の百貨店や高級レストランなどで扱われている。

組合員をいかに元気にするかが大命題 魅力ある水産業と後継者確保を目指す

東町漁協にとって最大の危機だったのは、09年から2年連続したシャットネラ赤潮発生だった。被害



上／組合員たちによる「鰯王」水揚げの様子
下／稚魚から出荷まで一貫生産される「鰯王」

規模は、09年がブリ約120万尾で約20億円、翌10年は同約150万尾で約30億円に及んだ。長元氏は永田町を何度も訪れ、陳情を重ねて窮状を訴えた。その結果、国からの支援を確保し、漁協も組合員も何とか危機を乗り越えた。『災い転じて』の喻えではないが、組合員が一つにまとまる要因にもなった。「組合員あつての漁協であり、いかに組合員を元気にするかが大命題だと感じました。この思いは今も変わりません」と長元氏。将来の赤潮発生に備え、日本公庫などの資金を利用しながら、順次、浮沈式生簀^{いけす}の導入を進めている。

さらに、14年、鹿児島県から「かごしまの農林水産物認証制度」の認証を受け、「鰯王」のブランド価値向上を推し進めるとともに、同年、中期経営計画を策定し、後継者の確保を含めた持続的な成長を目指していく。

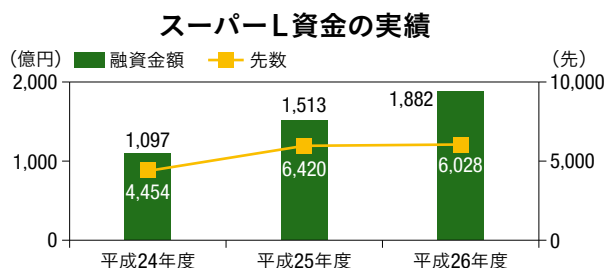
15年10月、東町漁協とパートナー企業2社、いわゆる6次化ファンドの出資で、「鰯王」加工品の販売、レストラン運営などの株式会社を立ち上げた。「会社設立により組合員の所得を向上させることが、魅力ある水産漁業づくりにとって、さらに後継者確保にとっても重要です」と、長元氏は今後を見据える。

農林水産業への金融支援

農林水産業の競争力強化に向けて新たな政策が展開されているなか、日本公庫は、第1次産業の「天候などの影響を受けやすく収益が不安定」「投資回収に長期間を要する」といった特徴を考慮し、長期資金の供給などを通じて農林漁業者の皆さまの経営を積極的に支援しています。

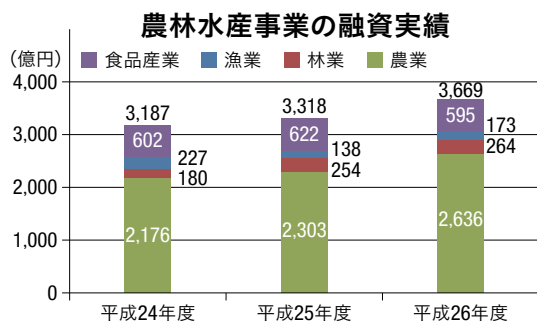
農業においては法人経営、大規模家族経営など地域の中心経営体の発展、新規就農者の育成、企業の農業参入への融資を行っています。

農業分野の主要資金で、市町村から認定を受けた農業者の経営改善等を支援するスーパーL資金の平成26年度の融資実績は1,882億円（前年度比124%）となりました。



林業においては多面的機能を有する森林や国産材の供給・加工体制の整備を、水産業においては水産物の安定供給や水産資源の持続的利用を確保するための融資を行っています。また、農林水産業の成長産業化に向けて、政府が重点施策として掲げる6次産業化や海外における需要拡大をにらんだ輸出といった取り組みに対して、融資を行っています。

このような金融支援の結果、日本公庫農林水産事業の平成26年度の融資実績は、3,669億円（前年度比111%）となりました。



様々な経営サポート

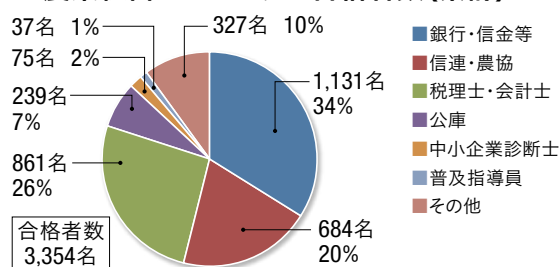
日本公庫では、融資のみならず様々な経営サポートを行っています。全国規模の国産農産物の展示商談会「アグリフードEXPO」は、販路拡大を目

農林水産業の新たな展開における日本公庫の取り組み

指す農業者や食品製造業者の皆さまに、広域的な販路拡大の機会を提供しています。

また、販路拡大や財務改善、生産性向上など多岐にわたる経営支援を行うため、日本プロ農業総合支援機構（J-PAO）や、日本貿易振興機構（JETRO）など外部の専門機関と連携。さらに、国内外の貿易会社と提携し、初めて農産物などの輸出に取り組む方々を支援する「トライアル輸出支援事業」を行っています。

農業経営アドバイザー合格者数（累計）



さらに、農業の特性を理解した専門家育成のため、平成17年度に農業経営アドバイザー制度を創設しました。民間金融機関の方々を中心として、平成27年11月末までに、3,354名の合格者数となっています。公庫においても、農業経営アドバイザーとなった職員を活用して、経営上のアドバイスなどのサポートのほか、税理士や中小企業診断士などと連携して、総合的な経営サポートも行っています。

身近な相談窓口

日本公庫では、農林漁業者の方々の、より身近なところでご相談を承っています。各支店や事業資金相談ダイヤルのほか、資金や経営に関するご相談をお受けする定期相談窓口を開催しています。定期相談窓口は、市役所、町村役場をはじめ、各地の公民館、普及指導センター、農協など、全国123カ所で開催しています。



日本公庫では、関係機関との連携を密にしながら、農林水産業の新たな展開を行う皆さまを支援する体制を整えています。どうぞお気軽にご相談ください。

事業資金相談ダイヤル（平日9時～19時）

0120-154-505

海外展開支援の一層の強化を



角 紀代恵

立教大学 法学部 教授

東京大学法学部卒業。現在、立教大学法学部教授。専門は、流動資産の担保化。著書に、『受取勘定債権担保金融の生成と発展』『はじめての担保物権法』等がある。

私

は、金融の専門家ではありませんが、金融と密接に関係のある担保法について長年研究してきました。担保とは、要は、お金を貸した側のリスクをヘッジするための手段の一つです。担保と言われて、一番に頭に浮かぶのは、抵当や質のような物的担保だと思いますが、最近では、在庫商品や売掛債権に担保を設定するなど、さまざまな担保手法が開発されています。

さて、お金を貸した側のリスクを軽減するための手段という観点で考えますと、担保以外にもいろいろな方法が考えられます。言うまでもありませんが、お金を借りた側、貸した側にとって一番よいシナリオは、借りたお金を使ってお金を借りた側の事業がうまくいくことです。事業がうまくいけば、返済が確実になるだけではなく、貸したお金が生きます。つまり、「借り手の事業がうまくいくように支援する」というこ

とも、貸し手にとってはリスクヘッジの手段ということになります。担保が借り手の返済不能を想定したネガティブなリスクヘッジだとすると、事業支援は返済実現を目的としたアクティブなリスクヘッジと言えるのではないのでしょうか。

収支相償を目指すことが望ましい政策金融機関は、儲けをあげる必要はありませんが、貸したお金は返してもらわなければなりません。「政策金融」の目的は、元々、お金を貸すことによって中小企業などの事業を支援することなのではないでしょうか。しかし、さらに踏み込んで、お金を貸すこと以外のサポートも積極的に行うということが、民業補完として位置づけられている日本公庫の健全な運営のためにも有効であると考えます。

その点で私が特に注目するのは、「海外展開支援」です。少子高齢化で国内市場が縮小するなか、好むと好まざるとにかかわ

らず日本の企業は海外展開を余儀なくされています。

私は、ベトナム法整備支援の仕事で、何度かハノイを訪れたことがあります。また、夫が駐在していた関係でジャカルタにしばらく滞在しました。そこで、大企業の進出にともない海外拠点を作った中小企業の話のいろいろ聞きました。やはり、一番大変なのは、現地の法制、労務、取引慣行、IT環境などについて精通する人材がないことだそうです。

大企業は、現地の大使館、日本人会や日本商工会議所あるいはJETRO、さらには弁護士事務所などにもネットワークを持つことができますが、中小企業は孤立しがちです。

日本公庫には、海外で奮闘中、あるいは、これから海外展開しようとしている中小企業の支援を一層強化していただきたいと思っています。

スタートアップ都市福岡に 起業家向けコワーキングスペースを

福岡から世界へ羽ばたくスタートアップ企業を生み出すべく、西日本鉄道(株)、日本公庫福岡支店、Startup GO!GO!実行委員会の3者が協業し、2015年6月1日、起業家向けコワーキングスペース「天神COLOR」を開設した。

福岡市は開業率が2年連続で21大都市中(政令市+東京23区)第1位※のスタートアップ都市で、14年には国家戦略特区「グローバル創業・雇用創出特区」に指定されている。しかし、起業家はさまざまな経営課題に一人では対応しなければならず、これが事業のスムーズな拡大を阻む要因になっていた。



西日本鉄道株式会社 都市開発事業本部ビル事業部長 田川 真司さん

この課題を解決するべく、福岡市は

民間企業や各種団体、日本公庫福岡支店と連携して、「スタートアップ応援ネットワークFUKUOKA」を組織。起業を志す人たちに無料相談やアドバイスを行う「福岡スタートアップカフェ」を立ち上げるなど、積極的な支援を行ってきた。

「福岡支店はスタートアップカフェの運営にも携わっており、事業計画立案や融資相談などの支援を続けてきました。こうした取り組みを発展させ、事業立ち上げ後の起業家をサポートするため開設したのが『天神COLOR』です」と、池隅剛志日本公庫福岡支店長は経緯を説明する。

福岡市の中心地天神地区に設けられた同施設は、西日本鉄道が保有していた賃貸ビルのワンフロアを改装したもの。会議室、デスク、給湯室、コピー機、無線LAN、インターネット環境などが共用設備として用意され、起業家は自由に利用できる。また、施設内にはコミュニ



福岡支店 支店長
池隅 剛志

ニティマネージャーが常駐し、入居者の交流を促進、人脈づくりやコラボレーションを支援する。

起業家の成長を核に 福岡の地域創生につなげたい

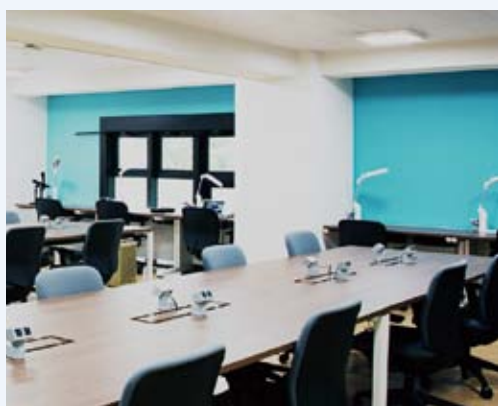
「天神COLOR」の特徴は、起業後のビジネスをサポートするアクセラレーションプログラムを提供していることだ。これは先輩起業家や税務・会計の専門家を招いた講演会、資金調達の相談会、メンタリングサポート、事業開発・製品開発の指導、マーケティング支援、ビジネスコンテストの提供などによって、創業後の事業拡大を支援するプログラムである。

西日本鉄道(株)都市開発事業本部、ビル事業部長の田川真司氏は、「入居した起業家が生み出す優れたアイデアやサービスと西鉄グループのリソースを融合させて、より大きなイノベーションを創出し、地域の発展に貢献することを目

指しています」と、プロジェクトに期待を込める。

池隅支店長も、「我々は『天神COLOR』を単に起業家を成長させる場とは考えていません。ここに集う優秀な起業家と、地元企業や地域の方々との間で化学反応が起き、真の地域創生につながることを期待しています」と話す。

「天神COLOR」には開設直後から多くの起業家が入居し、順調に滑り出した。この試みは自治体と民間企業、日本公庫など地域のステークホルダーが連携して起業家を育てるモデルケースとして注目されており、日本のみならずアジアからも使節団が訪れているという。革新的なビジネスの種が芽吹くための土壌づくりが福岡の地で着々と進んでいる。



起業家たちの成長を促す場としてコワーキングスペースを提供、24時間利用が可能

守れ！関ブランド

刀匠の里の新たな挑戦

鎌倉時代から続く刀匠の里、岐阜県関市。長い歴史と伝統を受け継ぐまちだが、これまでの道のりは必ずしも平坦ではなかった。世界に誇る刃物のまち、「関ブランド」を守るとともに、地域創生のための不断の努力と新たな挑戦が始まっている。



岐阜県関市データ

関市は、岐阜県のほぼ中央部に位置し、鵜飼と清流で名高い長良川の中流にある地域である。2005年の市町村合併により、東西約39 km、南北約43 kmの「V」字型の地形となっている。

関市の刃物の歴史は古く、鎌倉時代末期に始まったとされ、「関の孫六」で知られる「二代目兼元」らの有名な刀匠を生んでいる。江戸時代に、多くの刀匠が包丁、小刀などの打刃物鍛冶に転向。明治時代に始まったポケットナイフの製造を機に、近代刃物の産地として発展した。

現在では、包丁、はさみ、カミソリなど多品種にわたり生産する世界的な刃物産地となっている。

人口 90,978人 (2015.10.1現在)
世帯数 34,526世帯 (2015.10.1現在)
主要産業 工業、観光



昨春秋、関市が作成したYouTube動画のCMが大きな話題を呼んだ。大根やニンジンを手で切ろうとする女性、お客の髪を歯で切る美容師……。そして最後に「刃物のない、人生なんて」というタイトル文字。説明やセリフはなく、「刃物のない世界」の不便さを映像で淡々と訴えている。

関を知らない若者たち

9月末の放映からわずか1カ月足らずでアクセス数は20万回近くにのぼり、その反響ぶりを新聞・テレビが相次いで伝えた。

「年輩の方に比べ、若い世代には関市のことを知ら



関市
尾関 健治 市長

ない人が多い。若い人をターゲットに刃物のまち・関を知ってもらいたかった」。若者世代に視聴者の多いYouTubeをあえて選んだ理由を、関市の尾関健治市長は語る。若い市職員のアイデアを取り入れた成果でもある。

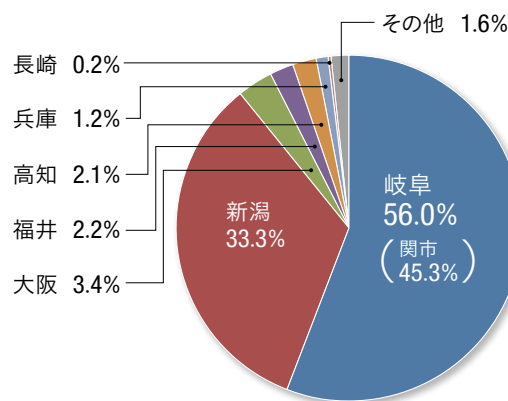
関市は長良川の水運や良質の土、炭といった刀作りに必要な資源や材質に恵まれ、鎌倉時代から「刀のまち」として知られてきた。関の刀は「折れず、曲がらず、よく切れる」と評判を呼び、代表的な名工「関の孫六」の名前は、現代でも知る人は多い。

日本を代表する刃物産地

名工たちが培った技術力は今に引き継がれ、刃物製品の出荷額は国内トップを誇る。理髪用刃物は約70%、包丁とナイフはそれぞれ60%近くのシェアを占める。関ブランドの人気は国内にとどまらない。北米、ヨーロッパを中心に、製品の約3分の1を輸出する世界有数の刃物産地となっている。

しかし、古くからの伝統を受け継ぎ、関ブランドを確立・維持していくためには、まちぐるみの努力が必要だった。

包丁出荷額の全国シェア



資料：平成24年工業統計調査
(平成24年12月31日現在)
※従業者4人以上の事業所における集計

日本刀から家庭用刃物、さらにはスプーンやフォークなどの金属洋食器へと、時代の変化に合わせて取り扱う生産品目の範囲を大きく広げてきた。最近ではメスなどの医療用刃物の分野にも進出し、今なお、すそ野拡大に力を入れている。

2013年の刃物の製品出荷額は339億円で前年比10・5%増。しかし、世界的な金融危機発生前の出荷額364億円(2008年)の水準までは回復していない。それどころか、「作れば作るほど売れた」高度経済成長期である1985年の533億円の規模に比べるとまだまだ遠い。刃物関連の事業所数も1965年の1168社から、2013年には98社(13年統計は従事者4人以上)を数えるまでに落ち込んでいる。

分業体制崩壊の危機

岐阜県関刃物産業連合会の坂井勇平会長は、現在の状況を「第4次刃物産業革命を目指すしなければ

らない時代だ」と強調する。坂井会長によると、関市の刃物産業は、戦前の第1次、戦後の第2次、高度経済成長時代の第3次と大きく転換してきたという。今ここにきて深刻なのが後継者不足だ。「刃物づくりは、3K(汚い、きつい、危険)職場と思われ若い人が来ない」と嘆く。

関商工会議所の後藤雄介会頭も「関の刃物づくりの特色だった分業制度が崩壊しつつある」と不安を隠さない。

関市の刃物生産は、プレス、熱処理、研磨、溶接、刃付など多くの部品製造、加工からなる分業体制に支えられている。これは、日本刀の製造が刀匠、鞘師、研師など多数の職人が携わってきた工程を受け継ぎ、関刃物の強さの背景にもなってきた。

関の刃物製造業は小規模な製造事業所を含め、現在約140社を数える。ただ、自社工場で一貫生産している企業は大手の一部にとどまり、多くは部品製造、加工業者への外注に依存している。

刃物ミュージアムを関市の「顔」に

刃物づくりの土台をなしてきた分業体制のなかで



岐阜県関刃物産業連合会
坂井 勇平 会長

磨き上げてきた技術力を、今後いかに継承していくかが、関ブランドの行方を左右すると言っても過言ではない。

関市が刃物業界の声を受けて打ち出したのが、刃物ミュージアム回廊の整備だ。刀鍛冶の技を伝える「関鍛冶伝承館」、刃物の展示、直売など関ブランドの発信拠点となっている「岐阜県刃物会館」、カミソリのテーマパーク「フェザーミュージアム」の3施設が集まる区画を整備し、「観光客や外国人バイヤーにも一目でわかる関市の顔になる拠点」（尾関市長）とするもの。観光資源としてだけでなく、刃物づくりの職人や技術者を集めた工房や作業場を設置することで、技術継承の場としても役立てたい考えだという。

後継者づくりにも期待

関市の後継者づくりの一環として注目されるユニークな取り組みが、「ビジネスプラス展 in SEKAI」と「関の工場参観日」。地域外の人たちだけでなく、地元の子供や子供たちにも関市の会社や工場をよく見てもらい、関市の伝統と技術に誇りを持ってもらうのが狙いだ。



関商工会議所
後藤 雄介 会頭

ビジネスプラス展は、刃物関連だけでなく、関市を拠点とする企業が各社自慢の製品や技術を出展し、企業認知度のアップや若者の雇用促進などを目的としている。興味深いのは、関市立関商工高等学校の3年生の授業に同展覧会が組み込まれていることだ。工場参観日は、刃物関連企業などが工場を開放し、見学やワークショップを楽しむ。昨年は学校が夏休みの8月に4日間実施した。ある工場では、窓際にグラインダーがずらりと並び、その前に座った職人が刃先を微妙なタッチで磨き上げる。別の工場では、ハサミの両刃が合わさるわずかな隙間を調整する職人の真剣な目つきを見て、見学者は、一様に驚きの声をあげた。尾関市長も「小・中・高校生たちに職人さんの技術を見てもらい、地元の伝統を継承してもらえれば」と、将来の後継者づくりに役立つことを期待する。

地方創生のプラットフォーム作り

関市の工業事業所数は2013年で573社（従事者4人以上）と1985年の3割ほどの規模に落ち込んでいるが、出荷額は3000億円台とほぼ倍増している。刃物業で磨き上げたプレス加工などの固有の技術を発展・複合させることで、自動車、航空宇宙産業の部品加工などの基盤産業も育ってきていることを反映したのと言える。

刃物生産を核にした新たな展開が関市の今後の課題でもある。言い換えれば、「手作業からハイテクへの脱出」（坂井会長）であろう。

こうした動きをバックアップするため、一般社団法人・関市ビジネス支援機構が2015年11月に立ち上がった。後藤会頭は、「関市、商工会議所などが一

緒になって創業支援を含めて雇用、資金援助、経営相談に取り組む。日本公庫や地元金融機関にも協力をお願いする」と期待を寄せる。

刃物と並んで関市が誇る歴史的財産が、千年続く伝統漁法を継承する小瀬鵜飼と多くの独特な仏像を残した円空上人だ。これらの遺産をさらに活用していくことも関市創生の道だろう。

尾関市長が進める2つの3市連携プロジェクトも、新たな地域創生の取り組みとして注目される。1つは美濃加茂、各務原両市との、もう1つは美濃、郡上両市との連携だ。いずれも関市と隣接しており、それぞれの連携は趣旨を異にするものの、「地方創生の広域的なプラットフォームとなりうる。広域連携でスポーツイベントや定住者の誘致などの活動がしやすくなる。関市単独でPRすることも必要だが、3市が組めば発信力はさらに強まる」と意義を強調する尾関市長。

鎌倉時代から時代の変化に対応して生き抜いてきた「刀匠のまち」が、平成の時代はどう変貌していくのか——伝統産地の実験でもある。

（ジャーナリスト 杉本哲也）



700年に及ぶ鍛冶の伝統と技術を今に伝える関鍛冶伝承館。刃物ミュージアム回廊の中核として、貴重な資料が多数展示されている

第2号

貴誌を拝読させていただき、政府系金融機関として民間金融機関の「補完」にとどまらず、目指すべき「総合力発揮」に向けた様々な取り組みや活動を行い、企業や地域に対する幅広い支援を知ることができ、当所においても中小・小規模事業者支援をさらに実践躬行していかなければと痛感いたしました。貴誌を通じて新たな取り組み事例や情報提供など、今後とも益々期待しております。

(神奈川県横浜商工会議所 今野剛秀様)

第2号のテーマは「日本を変える創業・新事業」ということでしたが、企業・教育機関・金融機関・自治体などそれぞれの視点から記事が紹介されており、大変興味深く拝読させていただきました。

東大阪市は日本を代表する「モノづくりのまち」であります。事業拡大、事業承継など継続的な中小企業の発展に向けては、今後の地域産業を担う人材の育成が求められていると強く認識しており、「動く支店」のコーナーで紹介されていた貴公庫東大阪支店による近畿大学様と企業との産学連携に関する取り組みは、今後ますます重要になると確信しております。

本市といたしまして、地域の「産・学・金・官」がつながり合い、互いの役割を果たしながら、先進的かつ地域の特性を活かした取り組みを進めて参りたいと考えております。

(大阪府東大阪市長 野田義和様)

特集である創業・新事業促進については本市においても必要不可欠なものであり、今回の事例紹介は参考になりました。

当センターは大東市、大東商工会議所、大阪産業大学により運営され、市内事業者や創業希望者の支援を行っております。「動く支店」でも取り上げられている日本公庫東大阪支店は本市創業支援事業計画にご参画され、当センターと連携し、産学官金の枠組みで市内の創業支援にご尽力いただいております。今後とも貴公庫と連携し、地域経済活性化に取り組んでいく上で、貴誌から他地域の事例を拝見したいと考えております。

(大阪府だいたい産業活性化センター所長 山本了一様)

第3号

中小企業の海外展開を支援する一員として、「成長する海外市場への挑戦」の記事を拝読いたしました。中堅・中小企業が海外で直面する問題(労務問題、現地人材確保の問題、コピー品への対応問題等)を4つの事例を通して分かりやすく紹介されていて、非常に興味深い内容でした。今後の中小企業支援の場で活用させていただきたいと存じます。

(中小企業基盤整備機構 海外支援担当 林崇郎様)

本誌で紹介された北海道十勝の「フードバレーとかち」の取り組みは、まさに地方創生に必要な活動のひとつであり、大変共感する

ところが多い内容でした。本誌タイトルでもある「つなぐ」活動によって各地方にある資源や価値をうまく生かし、地方が抱える課題を解決していくこそ、これからの日本公庫や地域金融機関に求められる使命だと思います。次号の誌面も楽しみにしております。

(香川県 岡本裕介様)

これからの農業は幅広い情報収集による、個々の地域に即した独自性が求められる事を実感しています。農業の6次産業化に向けてチャレンジしていますが、経営基盤の脆弱な私共にとっては、日本公庫からアドバイス等をいただき、とても心強く、積極的な経営が行えることに非常に感謝しています。『日本公庫つなぐ』をより多くの仲間に残読してもらい、地域がより元気になれるよう勉強会等で大いに活用させていただきます。

(福岡県 株式会社瑞穂 熊谷道久様)

輸出関連の特集を拝読して、全国各地の企業が着実に業績を拡大しているのを拝見した中で特に、「会社体に体力があるときに海外進出を図るのが望ましい」という言葉が印象に残りました。また一方、日本公庫和歌山支店の取り組みを読み、当地域の農業者に対する公庫の支援も同様以上のものであり、全国各地でこのような支援が行われることを切に願います。

(鹿児島県大隅地域振興局 農業普及課 立和田俊明様)

編集後記

『日本公庫つなぐ』4号をお届けしました。「シリーズ まちから、むらから」で訪れた関市は、刃物、鵜飼、円空上人が有名ですが、ほかにも話題となっている観光名所があります。ラグビー日本代表の五郎丸選手がプレスキックを蹴る前のポーズ、通称「五郎丸ポーズ」と似ている関善光寺の「宝冠大日如来」像や、画家モネの代表作「睡蓮」の絵に似ている根道神社近くの池などです。いずれも口コミで話題となり、新聞などで取り上げられ、観光客が増加しているそうです。地方創生も、ほんのちょっとした「きっかけ」が大事なかもしれません。(新井)



『日本公庫つなぐ』へのご意見募集

本誌へのご意見・ご感想をお待ちしております。お寄せいただいたご意見などは、『日本公庫つなぐ』に掲載します。誌面の都合上、編集させていただくことがあります。

【FAX送付先】

宛 先 日本政策金融公庫 広報部
『日本公庫つなぐ』編集担当
F A X 03-3270-1643

日本公庫ホームページでもご意見・ご感想を承っております。

国産にこだわり 農と食 をつなぎます。

第9回 **アグリフード EXPO 大阪 2016**
プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

日時 **2月18日(木) / 19日(金)** 主催 **JFC 日本政策金融公庫**
10:00～17:00 10:00～16:00

会場 **ATC アジア太平洋トレードセンター**



JFC 日本政策金融公庫

『日本公庫つなぐ』は、日本公庫ホームページでもご覧になれます。
広報部では、本誌へのご意見・ご感想をお待ちしております。

<http://www.jfc.go.jp/>

日本公庫つなぐ

検索