

日本公園つなぐ

Vol. 30



特集

持続可能な農業への
挑戦と展望

日本公庫つなぐ Vol.30



表紙のはなし

池や石、樹木、築山などによって自然を再現する日本庭園。四季折々の風情がありますが、特に純白の雪化粧をまとった日本庭園は、冬ならではの静寂な美を誇ります。その風景に趣を添える雪吊りは、樹木の枝を縄や針金で支え、雪の重みから守る伝統技法。職人たちの巧みな技を見学に訪れる方も多いのだとか。冴え渡る青空の下、穏やかな日本文化の美を堪能してみたいいかがでしょうか。

イラスト／龍神 貴之
題字／園元 伸子
(日本公庫 中小企業事業本部 保険審査部)

3 炉辺談話

かつこいい農業へ熱いエールを！——森崎 博之

4 Special Report

持続可能な農業への挑戦と展望

6 特別対談

農業の持続的な発展に向けた新たな動きと展望
→新しい風が吹いている→

10 Case1 神奈川県海老名市 泉橋酒造株式会社

酒造りは米作りから。地域連携の「栽培醸造蔵」を掲げて、世界に挑む

13 Case2 熊本県五名市 株式会社レッドアップ

市況に左右されない直販で廃棄ゼロを達成 地域共栄で海外市場も視野に

16 Case3 鹿児島県指宿市 株式会社指宿やさいの王国

農業をビジネスとして確立させ日本が抱える課題解決への一翼を担う

19 Case4 三重県四日市市 有限会社萩村製茶

水沢町で育まれた伝統と革新「抹茶」が導く日本茶の新たな展望

22 未来に残したい日本の伝統

ヘラ絞り 高橋鉸工業株式会社(東京都江戸川区)

ヘラ棒1本で金属板を自在に成形する 進化し続ける手練の技に職人魂が光る

25 シリーズ まちから、むらから 広島県尾道市

鉄道や車がない時代に築かれた「人同士が近い町」に多彩な人材が集い、発信し、また人を呼ぶ
尾道「空き家再生プロジェクト」

28 ここにこの人あり

小泉製麻株式会社 取締役会長 — 植村 武雄
官僚から神戸の名門企業のトップに起伏に富む人生を「天の声」と達観

炉辺談話



俳優・農業タレント・演出家 他

森崎 博之

カッコいい農業へ熱いエールを！



森崎 博之（もりさき ひろゆき）

1971年生まれ、北海道出身。北海学園大学演劇研究会出身のメンバー5人で演劇ユニット「TEAM NACS（チーム ナックス）」を結成。2008年から農業生産に特化した教育・娯楽番組、HBC「あぐり王国北海道NEXT」に出演。次世代に向け、食育の大切さや北海道の農業の素晴らしさを講演会などで発信している。

富良野や美瑛に程近い、自然豊かな北海道の東川町という町で過ごした幼少時代。米農家をしていた実家の広い田畑が僕の遊び場で、実ったままの野菜にかぶりついたり、いたずらで菌形をわざと残して家族を驚かせたり、とにかくやんちゃな子どもでした。それが私にとっての原風景になっています。

その後、北海学園大学に進学し、演劇研究会に入部しました。そこで出会った安田顕・戸次重幸・大泉洋・音尾琢真と結成したのが演劇ユニット「TEAM NACS」^{チーム ナックス}です。

結成と同時に解散公演を行い、僕は東京で就職しましたが、ホームシックになって9カ月後には帰郷。TEAM NACSを復活させました。それからは、ファンに支えられながら地道に活動し動員1万人までになりました。

そして2008年からの、北海道の農家さんたちを訪ねるテレビ番組への出演をきっかけに、農業の魅力を発信する活動を始めたのです。2023年には、エンターテインメント農業ショー「AGRI man SHOW」で演劇と農業を融合させた舞台を開催しました。

僕にとっての農家さんは、野球やサッカーのスタープレイヤーのような存在だと感じています。僕は消費者を代表した農業の応援団長として、スタジアムの中心で一番大きい声を出して応援している人でありたい。そして農業応援団員をどんどん増やしていきたいんです。

数年前に生乳廃棄問題が起きました。私たち人間がいたでいてるミルクは、本来は母牛が子牛の命をつなぐために出しているものです。それをあまり意識していないと、牛乳に対する感謝が薄れていくような気がします。そこで、生乳の消費量を増やすために「#ミルクに恩返し」キャンペーンを呼びかけました。「子どもの頃ミルクの力で大きくなったのだから、今度は僕らの方が恩返しする番だ」と。いつもより1本多く牛乳を買って料理に使うキャンペーンです。多くの人が賛同してくれ、他にもさまざまな人がキャンペーンを立ち上げたことで廃棄量をゼロにできました。

こんなふうに前向きに皆で盛り上げていくことが、国内の食料自給率向上にもつながるはずで、政府は2030年度までに国内の食料自給率

を45%にするため、いろんな目標を掲げていますが、それを消費者にもっと届けたいと感じています。ファンがTEAM NACSを大きくしてくれたように、今度は僕が農業のファンとしてその魅力を広めていこうと思います。

食べ物って生きていく上で絶対に必要ですよね。だから農業はとても重要。農業はきつくて大変というイメージがあるかもしれませんが、真面目に働けばしっかり稼げる。僕はそんな農家さんをたくさん知っています。食べ物を作る人たちは格好良くて、しかも稼げるということを子どもたちに伝えていきたいのです。僕たちは地球という大きな建物の、日本という部屋に住まわせてもらっています。先人が築いて、今は僕たちの番で、次は子どもたちが住むわけです。先人から受け継いだようにおいしいものをちゃんと守り、きれいな畑をきれいなままで、次世代にバトンをつないでいく。それをしっかりと若い人たちには受け取ってほしい。

そのために、僕は農業応援団長として、農業の魅力を発信することで日本全国の農家さんたちにエールを送り続けていきたいです。

持続可能な農業への挑戦と展望

農業現場では、高齢化や人手不足などの課題に加えて、飼料・肥料価格の高騰、自然災害、家畜伝染病などの影響を受け、経営課題が高度化・複雑化している。しかしその一方で、安定的な供給体制の構築や農産物・食品の輸出促進など、積極的に事業を展開し、発展を遂げている事業者がいる。本特集では、農業の持続的発展に向けた取り組みについての対談と、さまざまな経営課題に立ち向かいながら挑戦を続ける事業者の事例を紹介する。

酒造りは米作りから。
地域連携の「栽培醸造蔵」を掲げて、
世界に挑む

Case 1
P.10

泉橋酒造株式会社
神奈川県海老名市



農業をビジネスとして確立させ
日本が抱える課題解決への
一翼を担う

Case 3
P.16

株式会社指宿やさいの王国
鹿児島県指宿市





**市況に左右されない直販で
廃棄ゼロを達成
地域共栄で海外市場も視野に**

Case 2
P.13

株式会社レッドアップ
熊本県玉名市



**水沢町で育まれた伝統と革新
「抹茶」が導く
日本茶の新たな展望**

Case 4
P.19

有限会社萩村製茶
三重県四日市市



農業の持続的な発展に向けた新たな動きと展望

～新しい風が吹いている～



東京大学・福島大学名誉教授
公益財団法人日本農業研究所研究員
生源寺 眞一 氏

日本政策金融公庫
代表取締役専務 農林水産事業本部長
倉重 泰彦

農業・農村は、飼料・肥料・燃料価格の高騰、天候不順、家畜伝染病、高齢化に伴う離農者の増加、人手不足、供給網の不安定化などさまざまな課題を抱え、経営環境は大きな転換点を迎えている。農業の持続的な発展に向けた新たな動きや展望、課題解決に向けた取組みについて、農業現場や農業政策に精通する東京大学・福島大学名誉教授で公益財団法人日本農業研究所研究員の生源寺眞一氏と倉重泰彦農林水産事業本部長が語り合った。

(司会：共同通信アプリラボ編集長 石井勇人氏)

リスクと不確実性

司会 内外の情勢の変化で農業者の経営課題は一段と複雑になっています。日本政策金融公庫の立場から、どのようにご覧になりますか。

倉重 飼料や肥料などの資材価格の高騰による影響が大きいと思います。特に酪農や畜産については需給緩和の影響もあり、また、施設園芸はハウスの暖房で使う燃油や施設の建設資材の高騰で、非常に苦しい状況が続いています。

生源寺 もともと農業は、作柄や価格に変動があり、リスクを伴うという認識は共有されています。けれども、この数年の動きは、これまで「リスク」と表現してきた現象と見てよいのかどうか、農業経済や食料経済の専門家が、きちんと分析して評価しなければならない。リスクと不確実性という概念があります。「リスク」は何年か

に一度、起こることをある程度予測でき、対策も何らかの形で打つことができる。一方、「不確実性」は、いつ、どんなことが起きるのか分からない。2023年の夏の暑さは「観測史上初」と言われ、通常の変動とはちょっとレベルが違ふと感じます。従来のリスク対応で十分なのか、そうでないならば別の方策を取る必要があります。

倉重 おっしゃる通りです。例えば酪農家の苦境が、波(サイクル)に伴う状況で、そのうち改善するのか、それとも構造的な問題で、そんなに早く好転しないのか。苦しい状況をどう見るかによって、私たち金融機関の対応は、一時的に運転資金を融資するのか、それとも将来に向けた経営改善の前向きな投資と併せるのか、もしくは既住負債の返済軽減などの対策が必要なのかなど、どういふご支援ができるかが変わってくる。「リスク」なのか「不確実性」なのかを整理することは、私たちの仕事にとって非常に大きい問題だと思います。

変化のうねり

司会 稲作についてはいかがでしょうか。

倉重 米の価格は上がっていますが、肥料の価格が高騰し、農地の分散^{さんさん}の問題も抱えています。

生源寺 新潟では高温で一等米の比率が大幅に低下し、水の確保が難しいという問題があります。ただ、私自身は、稲作について変化のうねりが生じているという印象を、この10年ほど持っています。以前は兼業農家が農地を貸すことにあまり積極的ではなかった。ところが、今や後継者がいないため、高齢化の進展とともに農地がどんどん出てくる。かつては、農地の貸借は貸し手市場だった

のが、ここへきて借り手市場になっている。小規模な水田農業が散在していると規模拡大の妨げになるという状況だったのが、今は妨げにならない共存できる構造になってきている。「半農半X」という言葉を官庁でも使うようになった。水田農業そのものの構造改革や、農村社会にとっても、非常に新しい状況になっていると感じます。

倉重 公庫のお客様は地域の担い手層が中心ですが、やはり持ちつ持たれつです。大規模の担い手だけでなく、いろんな方が支え合いながら、同時に効率が良い生産の体制ができていくというのが、われわれの描くところでもあります。

司会 野菜についてはいかがでしょうか。

倉重 天候不順で収穫に影響があり、予想できないことに直面し、皆さんがそれぞれに苦労されています。広い農地を取得しなくてもよいので、トマトなど施設園芸に参入する新規就農者が多く、それ自体は望ましいのですが、皆さんが同じものを作り供給過剰になる地域もあります。

生源寺 野菜の問題は、フードチェーンが極めて複雑なことです。特に加工用や外食で使われる野菜などの食材は、本当に複雑なシステムになっており、対策といっても何をやらなければならないか見えてこない。恐らく、コンビニエンスストアで購入するお弁当に関係している企業数は数十ぐらいになると思います。その状態の下で、コストアップが川下の食品にどのように転嫁していくかの分析は、そう簡単ではありません。

マネージャー層の確保

司会 畜産・酪農、施設園芸、稲作、野菜を中心にさまざまな課題を挙げていただきました。課題の

解決に向けた焦点は何でしょうか。

倉重 コスト高という外的な要因によって構造的な課題があまり出されています。例えば、土地利用型の耕種作物と畜産業との連携のパターンが変わってきています。短期的な支援をしつつ、長期的な課題にも対応するという難しい局面です。

生源寺 畜産農家が飼料生産を始めているのは構造の変化です。農業経営者が合理的に判断して行動することを前提に政策を考えていく必要があります。流通面では、いわゆる「優越的な地位の濫用」の形で、(流通側に)どんどん押されてしまうケースもあり、その辺の戦略を農業経営者に持ってもらいたい。多くは農業協同組合を経由して出荷されますが、それとは別の形で複数の販売ルートを持つ例が今後は出てくるでしょう。取引相手との交渉のノウハウや経験を積み重ねる必要があると思います。

司会 人材の確保や育成は以前からの課題です。

生源寺 2022年の40歳未満の新規就農者(1万1100人)のうち、55%が農業法人などに雇用就農、14%は新たに農業を始めた起業型の新規参入です。ほとんどが非農家出身で地域の外から来るから、農村そのものが変わる。非常に重要なポイントで、歓迎したい状況です。

倉重 新規就農者はしがらみがない分、自由にやっている。地元の農業協同組合ともうまくやっているというのが率直な実感です。経営を安定させるため市場に出荷しながら、知人など販売先を開拓して販売ルートを使い分けるなど、就農前の知見を生かしてうまくやる例もあります。スマート農業に関連した技術も使いこなし、新しい風が吹いている感じがします。

生源寺 雇用就農の場合、受け入れるのは規模



の大きな法人経営が多いと思います。今後は、いろいろな農作業を十分こなせるようになった段階で、マネージャーや農場長にキャリアアップするケースもあるでしょう。これを想定した農業者教育の在り方を考える必要があります。

倉重 公庫の農業景況調査でも、現場管理ができる人材の育成が重要との結果が示されており、その層をどう育成できるかで農場全体の経営効率が左右されると思います。

生源寺 企業の場合、平社員、係長、課長、部長という人事のシステムがあるわけです。就農前にそれに接したという経験は、結構意味のあることです。マネージャー層をどう育てるのは、今後の日本の農業を考える上で非常に重要です。

事業の承継

司会 事業の承継も課題の一つですね。

倉重 バリバリやっている若い経営者で特徴的なのは、親が農家で土地も含めて投資の必要がなく、スマート農業や有機農業で思い切った経営をやる傾向です。親の世代が築いたところから、ぐんと新しいところに行く。代々続いている農家だと、ゼロからやらなくてよいというアドバンテージがあり、一気に若返っている。

生源寺 その一方で、平均寿命が伸びて新規就農者の半数は60歳以上となっています。その多くはもともと農家の出身で、退職をきっかけに自分で本格的にやろうということ。子どもは全く農業と無関係でも、孫の世代が「あ、面白いな、私、農業高校に行く」となり、祖父母から孫への承継もちらほらあります。

倉重 雇用就農を経て独立をする時に一番難し

いのは、農地の確保です。完全な独立ではなくて、グループのような形で共同出荷し、同じブランドを使う、資本も含めて援助もする、いろいろな融通をきかせるという形で、外に出るけれども一体のグループとしてうまくやっている例があります。資力のある経営者の援助を得ながら独立できるので、合理的だという気がします。

安定供給と価格転嫁

司会 安定的な供給体制ではどんな取組みが必要でしょうか。

倉重 金融機関の立場からすれば、やはり経営をきちんと見て、経営状態が持続的かどうかを見極め、その積み重ねが食料の安定供給につながると思っています。公庫が全国に支店を持っているのは強みであり、さまざまな業種から得られる情報も利用し、アドバイスやコンサルティングを通じてサプライチェーン全体に貢献できると思っています。

生源寺 品目によってかなり差があり、消費される食品の5割は加工品、3割が外食で、サプライチェーンが複雑なため価格をコントロールするのは難しい。農業、食品加工、外食などの組織の在り方が非常に重要な意味を持つと思います。酪農・乳業は、サプライチェーンの中で生産と加工が極めて緊密にリンクをしています。現状では、コストの価格転嫁を議論できるのは酪農・乳業ぐらいしかないと感じています。では、何もできないかというと、政府が果たす役割があります。コストに関する情報をきちんと発信することです。それを見ながら交渉する。消費者の段階までその情報が行き渡ることです。「これはちょっとおかしい値段じゃないの」という形で、少しずつよい方向



日本政策金融公庫
代表取締役専務 農林水産事業本部長
倉重 泰彦

に修正していく。今できるとすれば、そのあたりがぎりぎりかなというのが私自身の印象です。

倉重 公庫でお役に立てるのは、農林水産事業が中小企業事業や国民生活事業と協力し、3事業のお客様をつないでいくことです。例えば、食品加工、外食、飲食業の方が生産現場を見れば「あ、こういう苦労しているのか」と分かります。農家のほうも、小売りや食品加工業の考えを知る良い機会になります。

環境・経営がシンクロナイズ

司会 環境負荷の軽減で、新しい動きや特徴はありますか。

倉重 お茶を輸出しようとする農家さんの間で有機栽培が多いのは、それが求められているからです。経営の合理性をよく考えている経営は、結果として環境にも負荷が低いことをやっている。環境負荷の軽減と経済合理性がシンクロナイズした状況が生まれつつあり、どちらも達成していただきたい。

司会 スマート農業の定義にもよりますが、新しい技術はどの程度、環境負荷の軽減と経済合理性の両立に寄与できるのでしょうか。



左から司会を務めた石井勇人氏、
生源寺眞一氏、倉重泰彦本部長

生源寺

環境保全と増収は、ある意味ではトレードオフの関係にあります。高いレベルで「二兎を追う」ことを実現するとすれば、まさにイノベーション、技術革新が求められます。「みどりの食料システム戦略」のサブタイトルは「食料・農林水産業の生産力向上と持続性の両立をイノベーションで実現」と書かれています。

倉重

付加価値の高いイチゴを栽培している農家さんを訪問したら「一番やりたいのは収量増だ」と言われました。技術者出身で、高い技術力で自然に換気するなど開放型のハウスで自然に近い形で栽培している。別の事例では、カメラを農場に設置し、消費者にカメラを通じて実際に生産現場を見てもう取組みがあります。それが、直接販売して高い値段で買ってくれることにつながる。流通面でも革命的かなという気がします。

生源寺

情報発信の工夫は今の農業経営者が考えるべき一つのポイントだと思います。SNSなどを使えば、言葉の問題や国境を越えた形で情報を発信でき、農場で作られたものに對する評価が高まる。農産物を自分で直接顧客に販売する場合、ちょっとしたことを書いて（農産品に）添えることによって、つながりができ、リピーターとして確保できる。SNSだけではなく、自然や自身の人間とも接するハイブリッドな発信が効果的かなと思います。

倉重

生産面では、分散している農場を全てスマートフォンで管理し、肥料や農薬の状況を把握し、現地に行かなくても管理できる。そういう技術をうまく使う経営者もいます。

生源寺

スマート農業の技術は、水田農業の用水の供給でも生かされる。水の管理は集落や集落を越えた範囲で共同の営みがベースにあり、大

小いろいろな経営が展開している。この関係というのは恐らく今後とも続いていくと思っています。

司会

家畜の病気、豚熱、鳥インフルエンザなどの課題もあります。防疫だけでなくアニマル・ウェルフェア（動物福祉）など国際的な潮流にも目配りが必要ですね。

倉重

飼養方法自体が問われてきている。施設や管理も持続可能な方向にかじを切る経営者も多いと思います。どこかで病気が出ても、他は大丈夫という管理や施設が非常に重要で、どうすればリスクを分散できるかも考えていく必要があると感じています。

農産物・食品の輸出促進

司会

持続可能性という文脈の中で輸出促進はどうご覧になっていますか。

倉重

公庫のお客様でも輸出に取り組む先が増えており、身近な存在になっています。輸出を特別視せず売り先の一つとして位置付けている経営の方が、かえってうまくいっていると感じます。輸出は、リスクがある代わりにチャンスもある。冷静な判断が常に必要で、われわれ金融機関とし



東京大学・福島大学名誉教授
公益財団法人日本農業研究所研究員

生源寺 眞一 氏

ても、輸出が利益にどう影響してくるのかという目でアドバイスすることこそが、輸出を持続的に続けていくためには非常に重要だと思っています。

生源寺

円安が輸出の後押しになっているという見方がありますが、どちらかというと差異化されたレベルの高い農産物や食品を富裕層に向けて輸出しているので、日本らしさをきちんとアピールし、国内にとどまらず、海外に向けて、農村の栽培の状況や食品に加工されるプロセスなどを発信することも大事だと思いますね。

政策提言を期待

司会

今後の展望として公庫の果たすべき役割や期待は如何でしょうか。

生源寺

一般の国民の皆さんは、農業は厳しい業界だと思っておられるかもしれない。公庫には、新しい取組みを行う事業者が厚みをもって存在することを幅広く伝えていただくことが必要かと思っています。もう一つは、政策の提案があり得ると思います。公庫は融資先と具体的な課題に向き合っていて、その情報が本部に集中・集積されているわけです。農林水産省や政府に対してアイデアを提起していくような役割も果たしていただいているのではないですか。政府とは切り口の違う情報や視点で提案、議論することがあってもいいと、ちょっと期待したいですね。

司会

いかがですか、政策提案機能。

倉重

非常にありがたいお言葉で、個々のお客様に向き合って、経営を支援する事が大事ですが、それを情報として集めてマクロの政策に生かせることができれば、政策金融機関としては非常にやりがいのあることで、職員の励みになると思います。

泉橋酒造株式会社

神奈川県海老名市

酒造りは米作りから。地域連携の「栽培醸造蔵」を掲げて、世界に挑む

神奈川県海老名市で、幕末から酒造りを営む泉橋酒造株式会社は、自社で酒米を栽培し、精米・醸造まで一貫して行う「栽培醸造蔵」として知られる。代々受け継いできた伝統的な酒造りを変革し、世界が注目する日本酒を生み出すようになった同社の挑戦について、6代目・橋場友一氏を取材した。



泉橋酒造株式会社
代表取締役
橋場 友一 氏

名水の地で創業166年 酒蔵6代目の決断

都心への好アクセスによって発展している神奈川県海老名市。駅前には大型商業施設が立ち並び、ファミリーや若者でにぎわっている。一見、ここで酒造りをしていけるのでは信じられない印象だが、街の背景には丹沢山などの山々が連なる。この尾根や沢を源流とする水は、まろやかな名水として知られている。

泉橋酒造があるのは、海老名駅から車で5分ほどの住宅街の一角。この辺りは「海老名名耕地」と呼ばれ、かつては神奈川県

県きつての穀倉地帯だった。

「神奈川県のお酒といっても、あまりピンとこないでしょうね。でも昔は、水が良くて米が取れる村には、だいたい酒蔵があったそうです。」

橋場家は江戸時代からこの辺りで農業をしていましたが、幕末の安政4年（1857年）に初代が酒造りを始めました」と、蔵の始まりを語ってくれたのは、泉橋酒造の6代目・橋場友一代表取締役。大学卒業後は歴史ある酒蔵の後継者でありながら、大手証券会社に勤務していたという意外な経歴の持ち主だ。

「学生時代がちょうどバブル

期だったこともあり、もつと刺激のある仕事があった。1分1秒で大きなお金が動く証券会社は伝統的な酒蔵とは正反對ですから」と振り返る橋場氏が、家業を継ぐ覚悟を決めたのは、1995年春のことだった。

勤務先の大阪で阪神・淡路大震災を経験し、「いざれ継ぐ家業。それなら若いうちに」と心境が変化したのだという。

とはいえ、それまで酒造りについて学んでいたわけではない。実家の酒造りや農作業を手伝いながら、一から酒蔵の仕事を身に付ける傍ら、まず着手したのは会社のホームページを作ることだった。

サイト開設×農業体験 メディア戦略もいち早く

今では多くの企業がホームページを持っているが、1995年当時はまだ珍しい存在だったようだ。

「会社員時代に通信技術の有用性を知っていたので、家業のPRにもきつと生かせると思いました。ただコンテンツが少なかったのも、何かネタになれば『消費者参加型の田植えイベント』を始め、告知したのです」

今という農業体験イベントの先駆けのような取組みである。発展していく神奈川県で、気軽に田植えや稲刈り体験ができる



丹沢山系のまろやかな水で育つ酒米が、うまさの秘密



毎年恒例の農業体験イベント。田植えや稲刈りなどを消費者と共に楽しむ



歴史ある酒蔵を生かして改装された本社兼酒蔵。裏手には橋場家代々の田んぼが広がる

ということ、約70人の参加者が集まり、マスコミの取材もあったという。

このイベントは、現在も250人規模で続いており、泉橋酒造の熱いファンづくりに一役買っている。

「自ら酒米を作り、酒を仕込む」栽培醸造蔵を目指して

こうしたメディア戦略を進めるのと並行して、橋場氏は蔵の伝統を変える大改革に挑んだ。それまで他県から仕入れていた酒米を、自社栽培に切り替えようと試みたのだ。

「せっかく蔵のすぐ裏に田んぼがあるんですから。ここで酒米を作って仕込めば、絶対うまい酒になるだろうと。全く根拠はありませんでしたが、何しろ若くて行動力があつた。酒米を栽培している地方の農協を訪ねて、種もみを買ってほしいと直接交渉しました」と橋場氏は苦笑いする。

折しも1995年は、食糧管理法が廃止された年。何件かの農協が種もみを譲ってくれ、自作の酒米を直接酒造りに使えるようになった。

かくして地場の酒米「日本晴」の

自社栽培を始めたのが1996年から。自社の田んぼだけでは足りないため、翌年には知り合いの農家4軒に協力を仰いだ。この組織が後に、神奈川県農業技術センター、海老名市、J.A.さがみなどとも連携する「さがみ酒米研究会」となり、自社栽培の基盤となっていく。

もちろん米作りには時間がかかるし、栽培・収穫したからといってすぐに販売できるレベルの酒になるかも定かではない。

自ら栽培した酒米で仕込んだ酒を世に出せたのは、2000年のこと。ここで初めて泉橋酒造の信念である「酒造りは米作り」「農業から醸造までを一貫して行う「栽培醸造蔵」という言葉が登場する。

畑が違えば味も違う ワイナリーの発想で日本酒を

話は数年さかのぼり、同社が栽培醸造蔵を目指したのは、いくつかのヒントがあつた。

一つは、1990年代に日本酒ブームを巻き起こした漫画だ。造り酒屋の娘を主人公に、幻の酒米を復活させ日本一の酒造りに挑む姿を通じて、日本酒業界が抱

えるさまざまな問題を描いた社会派の作品で、ドラマ化もされた。

「結婚した時、妻がこの漫画を持ってきたんです。まだ酒造りの素人だった私にも分かりやすく、より安全でうまい酒とは…と考えるきっかけになりました。

もう一つが、取引先の酒屋さんが連れて行ってくれた、フランスのワイナリー視察旅行です」

ブルゴーニュやボルドーといったワイン産地では、多くのワイナリーが自ら畑を保有してブドウを栽培し、ワインを醸造している。たとえブドウの品種が同じでも、畑や育て方が違えばワインの味わいも違い、これがブランドの個性になるのだ。

この様子を目の当たりにした橋場氏は「自分の酒蔵でもこれがやりたい」と考えるようになったという。

「神奈川県は新潟県や兵庫県のような歴史のある酒の名産地ではありませんから、あくまでも蔵単独で戦える武器が必要でした。うちの数少ない強みは、丹沢山系の豊かな水があり、自前の田んぼを持っていること。だからワイナリーのように、田んぼや銘柄などそれぞれの米の特徴を生かした日本酒を造れるかもしれない」。

そう分析した橋場氏は、ここから一気に泉橋酒造の方向性を変えていった。

酒米の品質と付加価値を上げるべく、肥料と農薬、どちらも抑えて土壌を改良した。また、季節ごとに遠方から呼ぶ杜氏から、農業系大学で学んだ若手杜氏の育成へと移行していった。

さらには卸だけでなく、蔵の敷地内の直売所や試飲ができるテラス、直営のレストランなどを整備し、消費者と直接つながれる場を増やした。

生産体制の改革から社外に向けた宣伝まで、若き後継者の大胆な采配には、少なからず反発や疑問もあつたという。

「でも、社長である父は案外柔軟に受け入れてくれました。それで2010年に代替わりしてから社史を調べてみたら、実は父自身が若い頃、酒米を栽培したり、神奈川県初の大吟醸を手掛けたりしていた。時代が早すぎて食糧管理法などの規制にかかってしまいましたが「より安全でうまい米や酒を…」と考えたら、やはり同じようなところを目指すことになるんですね」と橋場氏。チャレンジスピリッツは橋場家代々の血筋のようだ。



蔵の壁やラベルに舞う、泉橋酒造のシンボル「赤とんぼ」



米の違いは味の違い。近年の人氣は、端麗な味わいの早稲品種・楽風舞（らくふうまい）

自ら育て、磨き、搾る 手間暇かけた酒造りに脚光

泉橋酒造では、橋場氏の発案で赤とんぼがシンボルマークになっている。

「赤とんぼは田んぼで生まれ育つ虫。無農薬・減農薬栽培の象徴として使っています。全国的には農地の減少で、赤とんぼを見かける機会が少なくなりまして。でもうちの田んぼでは、秋になるとたくさん赤とんぼが舞っている。泉橋の酒は、そういう豊かな環境の中で作っているんだという地元への想いも込めています」

同社が酒米栽培を始めて約30年。米作りをやめる農家から農地を借りるなどの地道な努力の結果、作付面積は当初の0.2ヘクタールから、さがみ酒米研究会と泉橋酒造の合計で46ヘクタールに拡大している。海老名市周辺では耕作放棄された田も少なく、地域の環境保全にも一役買っているのだ。

こうした取組みに應えるように、泉橋酒造の評価は年々高まっている。2015年には人気グルメ情報誌で、希少な栽培醸造蔵としての日本酒特集号の巻

頭に取り上げられ、一躍脚光を浴びた。

「あの時は春の田植えから稲刈り、伝統的なこうじ造りや昔ながらの『生酛造り』の様子まで、じっくりと取材していただきました。愛酒家への知名度・売上アップはもちろん、地元の提携農家さんが増えるなど、うれしい反響がありました」と、橋場氏は顔をほころばせる。

その後もインバウンド需要の高まりや、東京五輪の開催決定といった追い風が吹き、業績は着実に伸びていった。

美しい田んぼで育った 赤とんぼが、世界に飛びたつ

そんな矢先に発生した新型コロナウイルス感染症の拡大は、飲食業界に甚大な影響を及ぼしたが、橋場氏はこれも好機と前向きに捉えた。生産量を制限している間に、古くなっていた機械や倉庫を見直し、蔵を大改修したのだ。

「当社は2006年から『全量純米蔵』として、醸造用アルコールなどの副原材料を一切使用しない、米と米こうじと水だけの純米酒のみを手掛けてきました。

この改修で、純米酒を搾った後に出る酒かすを活用した焼酎、甘酒などを新たにラインアップに加えることができました。エコですし設備の稼働率も上がる、良い投資になりました。飲食店卸の売上が減った分も、家飲み需要でネット通販が伸びた。オンラインの蔵見学や動画付き飲み比べセットの販売など、社員のアイデアを取り入れて対応しました」

その一方でマイナスの影響もあった。コロナ禍直前に本腰を入れ始めていた海外取引だ。アメリカでの商談会を見据えて現地に営業担当まで採用していたのに、対面イベントは軒並中止になってしまったという。

「ただオンライン商談会は盛んに行われていましたから、かえって海外の大手問屋と話ができたという良い手応えもあった。特に期待できそうなのはアメリカ向けですね。うちは小さな蔵で生産量に限りがあるため、東京都や大阪府、福岡県などの大都市圏を中心



蔵史上最高級の太吟醸の開発や、主に海外バイヤー向けの古酒販売など、世界を視野に挑戦は続く

に卸してきたのですが、それがかえってレアなお酒として注目される要因になりました」と、橋場氏。東京港や横浜港、羽田空港にも近いことから、地の利を生かした取引が増えている。

そんな同社では、今後が楽しみな企画が次々に動き出している。「山田錦を20%まで磨きぬいた超高級太吟醸を新発売するほか、数十年物のヴァンテージ日本酒を、バイヤーが直接買い付けできる古酒カウントアの整備が進行しています。

栽培醸造蔵ならではのチャレンジを通じて、うまい酒を届けたい。愛酒家たちが杯を傾けるその時に、赤とんぼが舞う田んぼに思いをはせてくれたら幸せですね」と、敏腕の6代目は語ってくれた。



熊本の温暖な気候の中で野菜ソムリエが育てた「ソムリエトマト」を産地直送している

株式会社レッドアップ 熊本県玉名市

市況に左右されない直販で廃棄ゼロを達成 地域共栄で海外市場も視野に

熊本県北部に位置する玉名市横島地区には、有明海を干拓して造成された土地に広大な畑が広がる。この地で代々農業を営んできた林田家は、3代目の昇氏と裕美氏夫妻の決断によって法人化し、株式会社レッドアップとなった。個人客向けの通信販売、6次産業化の推進、海外輸出と、挑戦を続ける同社の歩みを追った。

こんなおいしいのに規格外 ロス削減と収益向上を目指して

遠浅な有明海は、古くから湾に面する藩・県によって干拓が進められてきた。かつて肥後藩と呼ばれた熊本県でも、加藤清正公治世の頃から400年以上にわたり干拓が継続的に行われ、特に玉名市横島地区は、ほぼ全域が干拓地である。

「祖父がここでカボチャ、スイカ、メロンなどを作り始め、父の代でトマト専業農家に。他の作物に比べれば、需要が安定して利益率も高かったからでしょう。以来70年、わが家はトマト一

筋です」と、同家の歴史を教えてくださいましたのは、現在、株式会社レッドアップの代表を務める林田昇氏と取締役の裕美氏夫妻だ。

トマト生産量日本一の熊本県で、野菜ソムリエの資格を持つ裕美氏もお墨付きの、高糖度でうまみと栄養がたっぷり詰まった「ソムリエトマト」の生産・直販で注目を集める同社。先代まで、収穫したトマトは主に農協に出荷していた。ただ、収穫したトマトの中には、どうしてもキズや形の歪みなどで出荷規格に合わないものが出てしまっていた。

手塩にかけたおいしいトマトが出荷できず廃棄されてしまう

状況に悩んで、2015年からスタートしたのが、消費者と直接つながれるインターネットによる通信販売だった。

農家から「農業経営者」へ意識を変えた2つの学び

日本の農作物は農協を通じて市場に卸される「系統出荷」が一般的だ。生産者が販売先などを考慮する必要がない一方で、商品価格は市場の競りで決まるため、生産者にはコントロールできない。

例えば同じ作物を同量出荷しても、その時々需給や、農協

の規格に合うものを、どのくらい納められるかに収入が左右されてしまうのだ。

農協を介さない場合は「系統出荷」と呼ばれ、契約する条件により平均単価を生産者がコントロールできる一方で、販路の開拓や営業力などが求められることになる。

「自ら作って、自ら値を決め、自らお客様に売る。かつこいし、ちゃんと稼げるぞと子どもたちにも胸を張れる。まさに私が跡を継いだ頃からやりたかった農業ですが、従来のやり方を変えるにはやはり勇気が要りましたね」と、昇氏は振り返る。



株式会社レッドアップ
代表取締役
林田 昇 氏

取締役
林田 裕美 氏



販売法にも一工夫。おまけでおいしさを知り、リピーターが急増



2023年9月に改装した事務所。併せて選果場や加工場も整備した

その隣で裕美氏も「実は私の実家も祖父の代までイチゴ農家でしたが、父は継がずに会社員になりました。農家の大変さはよく知っていたのに、若くして結婚し、すぐに子育てと農作業の手伝いに追われる日々ですから。正直この頃は、農業に前向きに取り組む気にはなれませんでした」と苦笑する。

そんな二人のターニングポイントになったのは、2014年。県の主催する「くまもと農業経営塾（2013年度・第4期）」に昇氏が玉名代表として参加し、新しい農業のあり方について考えるようになったことだ。

ここで単なる生産者ではなく、経営者として農業を考える同世代の仲間と出会い、刺激をもらった昇氏が、裕美氏に勧めたのが、農林水産省の補助事業「女性農業次世代リーダー育成塾」への参加だった。

全国から35人の女性農業者が集まり、月1回の勉強会を計10回。農業に本気な女性たちとの交流に、裕美氏は次第に農業の面白さに目覚めていく。

「ハウスのトマトが真っ赤に色づくのを見て、とてもうれしくなっただけです。甘くておいしくて、

ああ、私は農業を好きになれる、もっと頑張りたいと、その時初めて思いました」（裕美氏）

「訳ありトマト」とリピーター獲得で廃棄ゼロを達成

2015年、外部のECサービス経由で通信販売をスタートし、高品質なトマトの需要が全国からあることを知った夫妻。それでもなお廃棄されるトマトは大量に出してしまう。

このロスを減らす方法を模索する中、同社に強い追い風が吹く。いわゆる「訳あり商品」を、消費者が受け入れるようになったのだ。

「ちょっと傷があるだけで、おいしさは変わらないトマトが安く手に入る。逆に見た目のいいトマトには、プレミアムがつく。消費者がこの二つのパターンを理解し、選択してくれるようになったのが大きかった」（昇氏）

正直に「訳あり」だと言えば、それを納得できる人が購入するためクレームは来ない。新たな販売方法として、ECサービス経由の「訳ありトマト」の販売を始めたところ、消費者の需要は高く、長年の懸案だった廃棄も

ゼロになったという。

個人経営にもかかわらず、売上は3千万円を突破し、確かな手応えを得た夫妻は、2015年に株式会社レッドアップとして法人化。翌年には、自社のホームページを立ち上げて、個人客向けの通信販売を行うようになった。

ここで同社が工夫したのは、リピート割やおまけをつけて、購入を一度きりで終わらせない仕組みを作ったことだ。

例えば大玉のトマトを買ってくれた客に、おまけとしてミニトマトを少し同梱する。そうすると次は、ミニトマトがおいしかったからこっちを買おうというリピーターが生まれるのだ。

「ただただ、試行錯誤ですね。どんなサービスや言葉が響くのか、頭をひねってお客様の反応を探ることで業績が伸び、リピーターも増えてきました」と、裕美氏は前向きだ。

直販好調も次を見据えて加工品で販路拡大

通信販売が好調で、同社のハウスだけでは生産が追い付かず、



味だけでなく見せ方にもこだわって、販路を拡大した展示会

近隣農家とも提携して対応するほど業績が伸びていく中でも、裕美氏は次の手を考えていた。より多くの層にトマトの魅力を届けられる、加工品の開発だ。

「夫に『収入の1割を私に下さい。その予算でなんとか製品化してみせます』と頼みました。われながら無謀です」と苦笑しつつも、彼女は本気だった。

ピューレ、ジュース、個包装のケチャップ。思い付く限りの試作を繰り返し、東京の商談会にも出展したという。

「1回目はトマト1箱と、加工品のサンプルを抱えていきましました。そんなやり方では誰の目にも留まるはずがないのですが、味に自信があったので、製品化さえすれば売れるだろうと甘い夢を見ていたんですね。他社の華やかなブースを見てがくぜん

※1: Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Projectの略称。
輸出意欲の高い生産者・加工食品メーカー・商社・行政機関などの6,400社以上が登録
(2022年7月時点)。
※2: GFP会員の中でも特に、GFPの活動(セミナー登壇・商談会参加・地域を巻き込んだ輸出産
地形成など)に貢献した11社をGFPアンバサダー(優良事業者)として選定(2022年7月時点)。



2022年冬、近隣農家のトマトをとりまとめ香港の百貨店に出荷

としましたが、夫は『諦めずに続けよう』と励ましてくれました」(裕美氏)

「農作業はできても、製品化や売り方については何も分かっていませんでした。その部分を補うべく、一緒に頑張ろうと思いました」(昇氏)

周囲の展示を研究し、見せ方を改良しながら三度、四度と参加するうちに、農家が直接、しかも女性が商談に来ているのが珍しかったのか、関心を持ってくれる人が徐々に増えていったという。

当初加工は外注していたそうだが、自社で製造できる設備も整備した。廃棄ゼロなのだから、加工品に力を入れる必要はないのでは…と考えてしまいが「いずれは玉名のトマト農家みんなが潤うような大ヒット商品を作りたいので」と、裕美氏は意気込む。

独自の栽培法でおいしさを増す「ソムリエトマト」

裕美氏が販売や商品開発を担当する一方で、昇氏はトマトそのものの味・品質を極めようと日々努力している。

ビニールハウスを40棟保有し、

トマトを育てる同社の看板商品は、栽培に手間がかかるため取り組む農家が少ない「ソムリエトマト」だ。

皮が薄く酸味が少ない大玉のトマトで、昇氏が創意工夫の末に編み出した独自の「スパルタ栽培」によって生み出されている。

「スパルタ栽培」という名前の通り、同社のハウスではロードローラーを用いて土壌に強い圧をかける。コンクリートのように固く締まった土に、ドリルで穴を開けて植えられた苗は、水や養分を吸収するために、通常の何倍も強い根を張り巡らせるのだ。

「昔から、野菜の糖度を上げるため、枯れるギリギリまで水を少なくするという栽培方法があります。でも私は別のやり方で、たくましく健やかなトマトを育てたいと考えました。イメージとしてはトマトの特殊部隊です。ミネラル豊富な土壌と、光と潮風に鍛えられた、トマトを作りたかったんです」(昇氏)

この厳しい育成環境を乗り越えて実ったトマトのおいしさは高く評価され、2017年の野菜ソムリエサミットでも2回連続銀賞を受賞している。

玉名のトマトを世界に発信 海外向け販売もスタート

法人化によって売上は数倍になり、業績が好調に推移する中、同社では2018年から輸出にも挑戦している。

輸出は未経験だったことから、農林水産省が推進する日本の農林水産物・食品輸出プロジェクト(GFP※1)の訪問診断を利用して、商社とのマッチングを行い、2022年には香港にミニトマトを初出荷。同年、GFPアンバサダー※2に認定された。今後はシンガポール・ドバイなどへの進出を目指している。

玉名のトマトはハウス栽培が基本で、天候に左右されない安定供給が可能だ。皮は薄いが果肉がしっかりとっているため輸出にも適している。今後さらに需要が増えた場合は、同社が旗振り役となつて生産者チームを作り、栽培法や梱包材の開発などを共有して対応する計画もあるという。



スパルタ栽培でたくましく育てたトマトを眺めて、うれしそうな林田夫妻

「私たちは、指導・支援してくれる機関や、農業に本気な仲間との出会いを通じて、より良い農業のあり方を考え、事業を成長させることができました。その感謝を込めて、ノウハウや経験を地域にも還元し、共榮していきたいですね」(昇氏)

昇氏によると、玉名市横島地区は、全国でも珍しく「後継者に悩んでいない農家」が多いのだという。林田夫妻のように、若く意欲的な農業経営者たちが育てた真っ赤なトマトが、世界に広まっていく未来を楽しみにしたい。

✎



指宿やさいの王国は、一部に週休2日制を取り入れ、社宅も完備するなど福利厚生が充実。異業種からの就農希望者も少なくない

株式会社指宿やさいの王国 鹿児島県指宿市

農業をビジネスとして確立させ 日本が抱える課題解決への一翼を担う

2010年、農業未経験の3人で始めた農業が、年間売上高7億円を超えるまでに成長。安全・安心な野菜を周年で生産することをモットーに、業務用野菜に特化した事業展開で農業をビジネスとして確立させている。九州の南端から日本の農業の未来をつくり出している、株式会社指宿やさいの王国・代表取締役の吉元龍馬氏に話を聞いた。



株式会社指宿やさいの王国
代表取締役

吉元 龍馬 氏

薩摩半島の最南端にある鹿児島県指宿市。年間平均気温約18度という温暖な気候と良好な土壌に恵まれ、生産量日本一である

オクラやソラマメなどが広く栽培されている。「薩摩富士」とも称される開聞岳に見守られるように広がる田園風景の中に、若い力で情熱的に農業に取り組む事業者がいる。作付面積約200ヘクタールを誇る株式会社指宿やさいの王国だ。レタスやキャベツなどを中心に、野菜の周年生産を実現させており、1カ月の出荷量は、10トン車で約80台分にもなるという。

同社の特徴は、大手外食事業者などとの業務用取引がメインであることだ。市場への出荷は1割に

も満たないという。そのため、取引先の需要に応えるための栽培を最重要課題として捉えている。

「安全・安心な野菜を周年で生産することが当社のモットーです。お客様へ安定供給し、一年中収益を上げることができる、強い農業経営体を作ることが目標です」と語るのは、代表取締役の吉元龍馬氏だ。

常に「お客様視点」 需要に応える生産体制を

農業においては、「自信を持って作った農産物がどうすればもっと売れるか」など、生産者の視点で考えられることが多い。しかし、吉元氏は取引先の視点で考えている。

「当社の経営は、外食事業者との直接取引がメインなので、仲買人や農協を通じた卸売市場の相場に左右されません。お客様が欲しいものを、欲しい量だけ作るというやり方です」

外食事業者にとって、食材の安定確保は必須だ。また、レストランなど飲食業の場合は定期的なメニュー変更も想定されることから、需要に柔軟に 대응されることも、仕入れ先選定の重要なファクターといえる。そういった取引先の要望を一つずつクリアすることで、指宿やさいの王国は着実に事業を拡大させていった。

2020年からは北海道にも生産拠点を持ち、レタスの周年栽培に向けて環境を整えてきたが、

近年の異常気象の影響もあって思うようにいかず、2024年からは気象の変化に強いブロッコリー栽培に切り替えるという。

「周年で収益を上げるためにはお客様の要望や環境変化に応じた生産をしようと考えました。

ただ、同じ作物でも北海道と鹿児島では同じようには育ちません。気温の上がり方や雨の降り方なども全く違います。異なる環境での生産は容易ではありませんが、双方の技術の改善により、会社全体の技術レベルが大幅に向上していると感じています」

こうした経営判断の早さと柔軟な対応力も、ビジネス感覚を持ち「お客様視点」で野菜を生産する吉元氏ならではの考えだ。



2020年にグローバルGAP認証を取得。より安全・安心な野菜づくりと生産管理を追求すべく、2024年には国際標準の食品安全マネジメントシステムISO 22000の認証取得を目指す

手探りでスタートから利益の出る農業へ

指宿やさいの王国は2010年、吉元龍馬氏と弟の義久氏、後輩である田之畑佑樹氏の3名で事業を開始し、2012年に法人化された。しかし、メンバー全員が農業未経験で、経営の知識も全くない状態だったという。

「船乗りだった父が、知人の勧めで青果の販売を始めたものうまいくらず、借金を抱えてしましました。当時私は父の事業とは関係のない介護業界で働いていましたが、借金を返済するために介護の会社を辞め、あえて農業で起死回生を狙うことにしたのです。しかし本当に何の知識も経験もなく、まずはくわなどの農具をそろえるところからでした」

事業をスタートし、この地域で多く生産されているスナップエンドウやオクラ、ソラメなどを作り始めた。だが、その過程である疑念を抱く。

「素人でしたがそれなりに形になり、スナップエンドウを中心に出荷量を増やしていきましたが、利益が全く残らないのです。そこで初めて、コストを意識するようになりました。」

先輩でもある、隣の大隅半島にある農園の専務にアドバイスを頂き、われわれのような法人経営にとって、スナップエンドウは生産性が低く、人件費がかかり過ぎだということに気が付きました」

そこで吉元氏は、この土地だからこそ年に3回は収穫できる、レタスやキャベツの生産への切り替えを選択する。さらに野菜1個を作るための肥料や、段ボールなどのさまざまなコスト、栽培時間などを見直せば見直すほど収益が上がっていった。

実はこの選択が大きな転機となる。現在はこのスーパーマーケットやコンビニエンスストアでも販売されている「カット野菜」の需要が拡大していくタイミングと一致したのだ。そして、同社の核となる業務用野菜の需要も大きく



先輩農家や取引先との出会いから多くを学び、従業員と共に歩みを進めてきた

伸び、栽培面積を拡大していった。「需要に応える」という同社の指針はこのころから定まっていた。

人脈を築き知識を蓄え成長へと導く

法人経営において不可欠であるコスト計算を先輩農家に教わった吉元氏は、昼は農業、夜はビジネスの勉強という日々を3年ほど送ったという。

「分からないことは何でもインターネットで検索して解決しました。それでも分からないことは、販売店やメーカーに直接聞いていました」

とにかく、知識を持つ人に教えてもらうのが確実である。経営に関しても基本的には同様だが、普段から先輩農家や取引先とのコミュニケーションを大切にすることで、ノウハウや最新の情報を得ているという。

現在、同社の取引先には全国に多店舗展開する大手外食事業者がいくつも名を連ねている。そこには、取引先との信頼関係を構築できているからこそその開拓方法があった。

「ほとんどは知人のつながりです。お客様がさらに他のお客様を連れてきてくれて、その方が

求める条件をわれわれがクリアしていく。その繰り返しです」

こうして着実に実績を積み、事業を開始してから5年間で、当初の目標に掲げていた年間売上高2億円に到達した。未経験からの参入でこれほどの急成長を成し遂げられた理由は、未経験故に柔軟な考えができたからだと言う。

「今こそ農業経営体の法人化もよく聞くようになりましたが、当時は農業をビジネスだと捉える人は少なかったと思います。周囲の人には『苦労する』と言われていましたが、私には『農業はこういうものだ』という考えが無かったのです。だから、一般の会社のようにコストを意識して、きちんと利益を出せるように試行錯誤しながら、一心不乱に取り組みました」

強固な組織を築き効率化や輸出にも挑む

13年目を迎えた指宿やさいの王国は、コロナ禍での足踏みはあったものの年間売上高7億円まで順調に伸び続けた。堅調の理由を吉元氏は次のように語った。

「ビジネスの基本を押さえているからだだと思います。取引先で需要があるものを栽培すること

スマート農業にも積極的だ。農業高校の生徒にGPS車速連動型肥料散布機を用いた実習事業なども行っている。右はキャベツの自動収穫機



が大前提です。そして生産性を高めるために良い人材を雇用する。良い管理者を置くために業績を上げて必要経費を捻出する。優秀な人材を採用するために給与水準を引き上げるなど、雇用に関しても見直しました」

同社では、一部に週休2日制を取り入れ、社会保険、労働保険の完備や社宅の提供など福利厚生を充実させている。さらに年に数回、従業員や近隣の農家、取引先などを招いてバーベキューや食事会を実施し、コロナ禍の前までは社員旅行も行っていた。農業分野では珍しい待遇に思えるが、人材確保のためには当たり前に対応だと吉元氏は語る。

また、人材の確保と同時にスマート農業にも積極的に取り組む、業務の効率化を図っている。作業時の体への負担を軽減することで、多様な人材が農業に携われるようになることを目指している。腰をかがめて重いキャベツを収穫するのは重労働だが、これまで手作業で行っていたキャベツの収穫を自動化する自動収穫機や、施肥と耕耘を同時に行えるGPS車速連動型肥料散布機などを導入している。さらに、導入したスマート農機を自社だ

けでなく、近隣農家に使用してもらうことで、地域の農業の活性化にも貢献している。

加えて、販売面においても意欲的に展開を続ける。海外展開している大手の総合ディスプレイストアへはキャベツを納入。さらに、業務提携している運送会社を通してタイにサツマイモを輸出している。同社は、グローバルGAP認証(国際基準の農業生産管理)も取得している。

日本の農業の課題を解決し次世代につなげる

農業をビジネスとして確立させ、さらに高みを目指す吉元氏だが、農業の未来については、技術の固定化と環境整備の遅れを指摘する。「農業において経験則も大切なことではありますが、固定観念が強過ぎると感じています。ただ、家族経営が多い農業は脆弱な基盤の上に成り立っているケースが多く、労働力が限られ、技術の更新も行われにくいのです。」

受発注や納品管理はすでにファクスを使うなどアナログな部分が多く、資材や農薬の価格変動についてメーカーからの情報共有が遅い。スマート農業に関しても、農機

の導入コストや情報不足などの問題があり普及しきれていません」

国は、省力化を支えるスマート農業や農作物の輸出、障がい者が農業分野で働き手として活躍する農福連携などを推進している。

「私たちはすでにスマート農業や輸出に取り組んでいます。特に福祉については、今後農業が支える部分だと考えています。障がいのある方々にも、しっかりとした収入を得る場をつくるのが、介護の仕事も経験した私自身の目標でもあります」

吉元氏が次に考えているのは、地方の農業の活性化と就農人材の育成だという。

「農業ビジネスで地方の農業を元気にしていきたい。その一つとして考えているのが福島の復興です。2024年から、浪江町と双葉町において100ヘクタール以上の農地で農業をやる」と計画しています。

さらに、鳥取と島根でのプロットリー栽培を計画中で、地方の農業の活性化につなげていきたいと考えています。

また、今は外国人材の受け入れや、企業が



吉元龍馬氏(左)の弟である専務取締役・吉元義久氏(右)は販売を統括している

外国人材を受け入れるための支援に携わり、タイで農業の指導にも当たっています。今後少子化が進む日本で農業を継続的に運営していくためには、海外の人材活用は必須になると考えています。日本で就農できる人材を育てるため、賛同してくれる企業と一緒に、10年以内に海外に学校をつくりたいと思っています」

自社だけに留まらず、日本の農業を持続的に発展させるために利益を出して経営していくこと。そのために人材を育成し、地方の農業の活性化や農福連携にも取り組む。これにより、地域課題や日本全体の社会課題の解決にも貢献できるはずだ。日本の農業を支える礎が、薩摩半島最南端の地からつくられている。

水沢町で育まれた伝統と革新 「抹茶」が導く日本茶の新たな展望

三重県四日市市では古くから、「かぶせ茶」が作られている。1962年創業の萩村製茶は、かぶせ茶の生産から抹茶の原料となる「てん茶」へと主軸を移し、一貫生産体制を築くとともに、輸出にも取り組んでいる。世界へ抹茶の魅力を伝え、日本茶の未来を切り開く、取締役・萩村浩史氏取材した。



有限会社萩村製茶
取締役
萩村 浩史 氏

お茶の種類

- 煎茶** ごく一般的な緑茶と言えばこの煎茶。日光を遮らずに摘んだもので、渋みの中にうまみがあります。
- 玉露** お茶を収穫する前に20日前後覆いを被せて栽培することで、渋みを抑え、うまみを生かした最高級品です。
- かぶせ茶** 玉露とほぼ同じ高級品で、覆い期間が1週間～2週間のものをいい、玉露に近い風味が楽しめます。
- てん茶** かぶせ茶の新芽を蒸した後、揉む工程は挟まず乾燥させた抹茶の材料です。
- 抹茶** 「てん茶」を石臼でひき、粉末状にしたもの。茶道やお菓子の素材としても用いられます。



静岡県、鹿児島県に次いで全国3位の日本茶の生産量を誇る三重県。日本茶の中でも、新芽の生育中に黒い幕で覆う被覆栽培という方法で作られる「かぶせ茶」は、日光が遮られることで生まれるうまみや甘み特徴だ。三重県はこの「かぶせ茶」の生産量日本一を誇っており、その北部、鈴鹿山脈の麓に位置する四日市市水沢町は、古くからかぶせ茶の産地として知られている。

この水沢町で製茶業を営む萩村製茶は、約120ヘクタールの経営面積、製品ベースで年間370トン、荒茶生産量や規模において県下最大級の生産規模を誇り、現在は抹茶の原料となる「てん茶」を

主力としている。2016年に開催された伊勢志摩サミットでは同社の抹茶、かぶせ茶が振る舞われ、高い評価を得た。

同社では、もともと地域の特産品としてかぶせ茶を栽培しており、数々の賞を受賞している。

「高級茶として知られる『玉露』というお茶がありますが、玉露とかぶせ茶との大きな違いは被覆の期間です。かぶせ茶でも手間をかければ、玉露と遜色ない味を出せるのですが、販売する側にとつては玉露の次にあるのかかぶせ茶、という立ち位置に見えてしまうのです。

30年ほど前から徐々にかぶせ茶の売上が低迷しつつあり、か

ぶせ茶の在庫が消費できず困り果てたことから、より需要があり、抹茶の原料となるてん茶にシフトしていきまし」と語るの

は、取締役を務める萩村浩史氏。てん茶とは、かぶせ茶の新芽を蒸した後、乾燥させて茎や葉脈を取り除いたもので、それを石臼でひくと抹茶となる。萩村氏の父である社長はここに着目した。

萩村氏は、大学卒業後、横浜へ茶の修業に出ていた際に、社長から「てん茶をやるから戻ってこい」との連絡を受けた。1996年、実家に戻りすぐに家業に入ったが、当時三重県内でてん茶を栽培している茶農家はいなかったため、「てん茶に関しては教え

てくれる人もいなくて、まさに五里霧中で作っていましたね」と萩村氏は振り返る。

一貫生産体制で 自社の抹茶が誕生

同社がてん茶にシフトした背景には、水沢町の恵まれた環境もあった。

「水はけの良い扇状地である水沢町は、水がきれいな土地です。きれいな水が流れている所では、きれいな色のお茶ができるって言われています。抹茶には美しい色が求められますが、水沢町のかぶせ茶の色は、玉露の主要産地である京都からも必要とされて



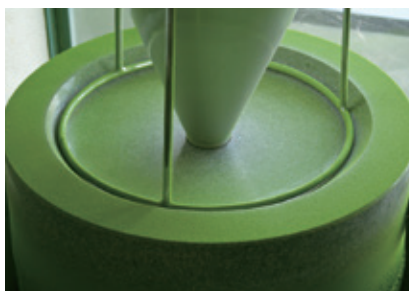
鈴鹿山脈の麓に美しく広がる萩村製茶の茶畑。三重県最大級の規模を誇る

いましたので、てん茶作りにも向いていると考えたそうです」

さらに、萩村氏は石臼を導入し、てん茶作りだけでなく抹茶製造もスタート。栽培から製品化まで自社で行えるようになった。

この成功には、萩村製茶が一貫生産体制を築いていたことが影響している。同社は、生葉（摘採した直後の葉）を蒸して乾燥させる荒茶加工だけでなく、選別や焙煎などの仕上げ加工、袋詰めやティーバッグ詰め、さらに販売まで一貫して行っているのだ。

「一般的には、茶農家さんが手がけるのは荒茶加工までで、その先は仕上げ加工の間屋さん、販売問屋さんに分かれています。しかし、弊社はもともとかぶせ茶の仕上げ加工を行ってきたという経緯もあり、一貫生産体制への



葉脈を取り除いたてん茶を石臼でひいて抹茶に。1分間に50回転、1時間でわずか40gほどしか作れない

移行は比較的スムーズでした。

仕上げ加工には専用の機械が必要ですが、導入すれば誰でもできるというわけではなく、蓄積したノウハウがあつてこそ細かい仕上りの調整ができるのです」

また、品質管理を徹底するため、生葉の保管コンテナを地下に設置している。水分量や温度など、鮮度保持を重視している同社ならではの設備だ。

栽培技術を基にした一貫生産体制は、自分たちの手で加工販売まで行えることに加え、品質管理や業務効率化、コストの圧縮という意味でも、同社の大きな特長であり強みとなっている。

日本茶の躍進を背景に 海外基準の生産を開始

この10年間で日本の緑茶の輸出量は大幅に増加し、輸出先の国や地域も拡大している。農林水産省「茶をめぐる情勢」（令和5年8月）によると、2022年の緑茶の輸出額は219億円と過去最高額を記録。その輸出先は全体輸出量の約34%を占めるアメリカを筆頭に、台湾、EU・英国と続く。

萩村製茶は2010年より抹

茶を中心に、業界ではいち早く輸出事業をスタート。きっかけは、取引先である販売店からの「海外に出せるような栽培体制を築いてほしい」という依頼だった。

だが、その実現のためには、日本とは大きく異なる厳しい規制の壁を越える必要があつた。

「輸出用のお茶には農薬の使用に関する厳格な基準があるので、まずそこをクリアする必要がある。日本ではきれいな緑色の茶葉が好まれる傾向があるので、国によって好み異なることに苦労しましたね」

国によって農薬の使用に関する基準が異なるため、その基準に合致するような栽培体制を確立する必要がある。

同社ではアメリカ、台湾の残留農薬基準のクリアを必須としている。他にも、ドバイや東南アジア主要都市への輸出のために、豚由来の肥料を使わないよう考慮しているほか、ハラール認証も取得している。

こうした管理基準や認証取得方法については、事業運営と並行してゼロから学んだというが、萩村氏にはベースとなる知識があつたことも支えとなった。

「大学では化学を学んでいた

ので、農薬や化学物質に関してはある程度の知識がありました。この成分は残やすい、残りにくいといった点も理解しやすかったですね」

現在は自社農園の栽培分は全て無農薬で、厳しい基準に従って生産されている。契約している生産農家にも協力を得て、海外向け・国内向けと分けて栽培するよう徹底しているという。

品質と信頼性を高め 輸出強化の取組みへ参画

さらに萩村製茶は業界内でもいち早く、2015年にJGAP認証、2017年にはASIA GAP認証を取得している。食品安全、環境保全、労働安全、人権福祉、農業経営管理などの項目について、第三者機関による審査が行われるものだが、この取得に当たっては苦労だけでなく、意識を新たにすることが多かったという。

「GAP認証は、農家としてやるべきこと、あるべき姿を定義しています。他の農業と比べてお茶は施設ありきの部分が大きいのので、負担は大きいですが、輸出に取り組む上では当然のことだったと感じています。例えば、



萩村製茶が運営する「お茶の里 きらら」では、緑茶や抹茶を使ったデザートが味わえる



2015年、伊勢志摩サミットのレセプションに参加。当社の抹茶、かぶせ茶は、2016年の伊勢志摩サミットにて使用された

乾燥施設の小型ボイラーを取り扱うために必要な資格などは、それまでは外部の機械屋さんを持つていけばいいと思っていましたが、自社で取得すべきものだとなりました」

自社農園と工場、保管冷蔵庫それぞれのGAP認証を取得後、萩村氏はさらにJGAP指導員、審査員の資格を取得している。より知識を深め、自社の実務へ役立っているのはもちろんのこと、対外的な信頼性を高めるためだ。このような品質管理に対する取組みが高く評価され、同社の抹茶、かぶせ茶は「三重ブランド」に認定された。

2018年には、三重県が産地からの直接輸出の拡大を目的にスタートさせた「伊勢茶輸出プロジェクト」の参画事業者に出選された。ベトナムやアラブ首長国連邦をはじめとした海外の展示会への参加を通し、商品開発やプロモーションに携わっている。

「実は、展示会で商品を展示しているだけでは、単発のお祭りで終わってしまうのではという懸念がありました。しかし、このプロジェクトではバイヤーやシェフなどを招致してイベントを開催することで、現地のバイヤーたち

との密なつながりが広がっています」

同プロジェクトは、2025年度の輸出額として2億円超を目標に置き、精力的に展開を続けていく予定だ。

お茶の魅力を世界へ 伝道師としての挑戦

伊勢茶輸出プロジェクトで出向いた先で現地の人に抹茶を試飲してもらおうと、「こんなにおいしい抹茶は飲んだことがない」といううれしい反応が多いという。

「抹茶味の製品は口にしたことがあるかもしれませんが、抹茶そのものを飲むことは、恐らく日本以外の国ではないと思います。メキシコで抹茶をたてて出した時、目を潤ませながら『おいしい』と言ってくださる方が何人もいらっしました。僕はスペイン語も英語も話せませんが、『お茶がその方に語りかけてくれる』と思っています。」

いかにおいしく出せるか、を考えながら集中して抹茶をたてていると、伝わるものがあるんですよね」萩村氏はその体験をきっかけに、より正しい作法で「本物」の抹茶を提供するために茶道を学び、

茶名も受けている。

「日本人の心が込められた茶道を極めることで、より深くお茶の素晴らしさを届けたいのです」

また、伝道師として、日本茶インストラクターの顔も持つ。

NPO法人日本茶インストラクター協会の三重県支部長を務めていた時期もあり、伊勢志摩サミットで呈茶したのもその頃だ。現在は地元の小学校にお茶の入れ方を教えるに行くなど、日本茶になじみのない世代にも日本茶の魅力を伝えている。

萩村氏が今、思うことは、抹茶の自由な楽しみ方が広まってほしいということだ。「伝統文化ゆえ、日本ではどうしても『古き良き』という冠がついてしまいがちですが、海外の人々の反応は日本の若い世代にも通ずるものがあるのでは」と話す。

「海外の人たちにとつて、抹茶は新しくてかっこいいもの。カテキンやテアニンなどの成分が含まれる、スーパーフードとしても注目されています。」

伝統的な作法は大切ですが、本物は伝えていきたいですが、楽しみ方は

人それぞれでいいと思っています」抹茶が世界中に広がり、日本でも新たな楽しみ方が増えていく。そのうねりを先導できるのは、日本茶の伝統を知る萩村氏だからといえる。

世界的な日本食ブームや健康志向の高まり、抹茶がお菓子や飲み物の「MATCHA」フレーバーとして広く認知されてきていることも、それを後押しする。

「農業全体に言えることかもしれないませんが、次世代につないでいくために大切なのは『心』、それだけだと思います」

日本に宿る「おもてなしの心」相手を思いやる心」という神髄さえ忘れなければ、時代の流れに合わせて少し形を変えることがあってもいい。萩村氏の言葉から、日本茶が世界へ、そして次世代へと広がりがゆく可能性を確信した。





高橋鉸工業株式会社（東京都江戸川区）

ヘラ絞り

ヘラ棒1本で金属板を自在に成形する
進化し続ける手練の技に職人魂が光る

打楽器のティンパニからペット用の食器まで、
実に多様な製品を手品のように作り出す。

金属を思う通りに加工するには、

力だけでなくヘラ棒を巧みにコントロールする繊細な感覚が求められる。

AI（人工知能）にはまねできない技により、

絶えず新しいものづくりに挑戦し続ける高橋鉸工業の14人の職人集団は、
創意工夫に富む町工場の良き伝統を体現している。

—— 簡単に見えて実は難しい
鮮やかな手並みは職人技 ——

ヘラ絞り加工の歴史ははつきりしない。高橋鉸工業の高橋雅泰代表取締役は「中世ヨーロッパで始まったと言われていますが、確かなことは分かりません」と言う。動力を使う今の形で日本に伝わったのは戦前である。

分かりやすい映像にできるので、テレビ局が時々取り上げる。東京都江戸川区にある同社も度々紹介された。旋盤に似た絞り機に材料の金属板を取り付けて回転させる。それに職人がヘラ棒を押し付けて、型に合わせて金属板を徐々に曲げて設計図通りの形に仕上げる。

例えば照明器具のかさの場合、円い金属板がヘラ棒によって見る見る形になっていく。一見簡単そうだが、実は難しい。ヘラ棒を両腕で持ち、高速回転する材料に負けないように力を入れて押す。同時にヘラ棒を巧みに操作する職人技が必要なのだ。

職人筆頭でもある高橋氏は「材料の金属は生き物のようなものです」と言う。鉄、銅、アルミ、真ちゅうなど材料によって、まづ硬さが違う。加工中の感触も



ガスカートリッジジャケット(左)や仏具の宝珠(右)など取り扱う製品は幅広い。独自性を追求し、常に新しい手法や新製品の開発に取り組んでいる



1949年の創業以来、一貫してヘラ絞り加工に専念し、事業展開している

いろいろだ。「ステンレスの場合には、スプリングバックといってパンと戻る性質があるので、それも計算に入れて絞らないといけない」

もうすぐ完成だと気を許して、ヘラ棒の送り加減を誤ると、材料が割れてしまう。ものによっては、切れた材料が反り返って手を切る恐れもある。

材料の厚さや作る製品の大きさ、形状も考慮しなければならぬから、加工条件の組み合わせは数え切れない。高橋氏は「結局は、手の感覚でやる仕事なのです」と語る。

「手仕事はなくならないが」「進化させることが大事」

最近、3Dプリンターのように入力すれば、自動的に製品を作る機械がある。生成AI(人工知能)も急激に進歩している。いずれ手仕事のヘラ絞りはなくなるのだろうか。

「私もそういったものに仕事を相当取られるのではないかと心配しました」。高橋氏も注目している。実際、大学の研究者から、職人の体に多数のセンサーを付

けて、加工中の動きをデータにしてAIで再現する研究を持ちかけられた。

しかし金属の種類、板厚、形状が異なれば、道具もその使い方も変わる。また職人による違いもある。「やはり実用化は難しいと思いますね。うちでやっている仕事は大丈夫でしょう」

同社にも自動絞り機がある。形や寸法が同じ物をたくさん作る用途に使う。CNC(コンピュータ数値制御)だが、微妙な調整が要るので、図面にある製品の寸法などの数値をただ入力すればよいわけではない。「自動絞り機は同じ物を1万個でも作れますが、金属の特徴などを知るヘラ絞りができる職人ではないと使いこなせません」

手仕事のヘラ絞りがなくならないとしても、高橋氏は現在の技術をそのまま守っていけばよいとは考えていない。「新しいことに絶えず挑戦し続けなければ駄目ですよ」と言い切る。

「今は金属だけでなく、プラスチックも絞れます」。ある取引先が「これは絞れますか」と、プラスチックのサンプル材を持ってきた。早速やってみたら可能だった。「ヘラ絞りに適したプラスチックもあるんです」

クもあるんです」

厚さ0.2〜0.3ミリメートルのペラペラの金属板も板に挟んで、割らずに絞る方法も、高橋氏は自分で考案した。

「まだ見ぬ素材はいっぱいあります。道具や加工法もいくらでも工夫できる。昔ながらのやり方にとらわれていては駄目です。変化を先取りして自分たちで進化させていくことが大事です」

「自社ブランド品を始める」「斬新な加工で独自性追求」

製品開発も際限がない。同社の工場はおもちゃ箱みたいに多彩な製品であふれている。

打楽器のティンパニの胴、さまざまな照明のかさ、公園などにある大きな丸時計の枠、仏具の宝珠と、いちいち数えたら切りがないほどだ。

高橋氏は2022年4月に、前からやりたかった自社ブランド製品の製造販売に乗り出した。タカハシ・シボリ・カイハツを略して「TAS H I K A」と名付け

た。「コロナ禍で売り上げが3分の1近くまで落ちた過去最悪のどん底で、ピンチはチャンスと、思ってたのです」

今のところ、キャンプ用品が中心である。「これです」と見せてくれたのは、燃料ガスを詰めたガスカートリッジをすっぽり覆う銅製のジャケットである。

ヘラ絞りで成形した後、表面に細かくたたいてつけたつ目が美しい。小売価格は3万円(税込み)である。「キャンパーはこだわりますから、この手の物はうちの直売サイトで100個売り出しても、30分足らずで完売です」。これはキャンプ用品の人気ブランドである「ネルデザインワークス」との共同企画で、両者のロゴを付けている。



高橋絞工業株式会社
三代目(代表取締役) 高橋 雅泰 氏



江戸川区から2022年度「技術功績表彰」を受けた吉田弘志工場長(左)。高い技術力を持つ職人の手からさまざまな製品が生み出されている

ティンパニの製作工程



■金属板のカット
金属板を丸く切り出して、絞り機に取り付けます



■ヘラ絞り
ヘラ棒を押当てて丸みをつける「ヘラ絞り」を行います。ティンパニは、特に力加減が難しく、職人の高い技術力が求められます



■焼きナマシ
硬化した品物に熱を加え軟らかくする「焼きナマシ」をして、再びヘラ絞りをを行います。この工程を4回繰り返します



■原型の完成
原型が仕上がった後、うろこ模様をたたき出し、皮を張り部品を付けてティンパニが完成します

「TASHIKA」はどれもユニークな加工に特徴がある。例えばチタン製のキャンプ用ランプのかさやガスカートリッジジャケットだ。チタンは加工しにくく、火であぶりながら絞る。あぶると表面に、油滴のような鮮やかな青色の模様がでる。「一つ一つ発色の仕方が変わるので、所有する方には、唯一無二の物になります」

さらにペットの犬猫用の皿で画期的な製品を2024年の発売に向けて準備中である。「まだ企業秘密なのですが、ペットの健康に良く、当たればキャンプ用品より大きいでしょう」と期待する。

2024年1月にはレーザー切断機を導入する。半額を公的な補助金で賄うが総額5千万円

の投資だ。「これで板にいろんな模様を切り抜いて絞ることもできます。誰もやったことがない面白い製品を作れると思うと、今からワクワクしています」

失敗を認める人材育成法 常に挑戦し続ける町工場

自社ブランド品のおかげで業績は盛り返したが、高橋氏の狙いは他にもあった。「工業品ばかりだと、若い人はつまらないのです。自分たちで新しい物を作れば一生懸命やるし、売ればさらにやる気が出ます。だから自社ブランドはどうしてもやりたかったのです」と語る。

同社は総勢16人で、職人は高橋氏も含めて14人である。82歳

と79歳の大ベテランの下は50代、53歳の高橋氏と江戸川区から2022年度「技術功績表彰」を受けた工場長の吉田弘志氏も入る。あとは40代以下で、最若手は28歳の2人である。

技術の習得は時間がかかる。「図面を読んで、型を作り、材料の板取り、道具の選択をして、どんな金属でも正確に製品を作れるまでには10年、いや10年でも足りないかもしれない」

同社は1949年に創業して、高橋氏は3代目である。1988年に高校を卒業して別の会社で修業した。「モンキー(レンチ)を持って来い」「何ですか」と尋ねたら「お前、バカか」と雷が落ちた。下手な物を作れば、ヘラ棒を持って追い回されるといふ手

荒さだった。「今なら大変ですよ」と高橋氏は笑う。「厳しかったのは期待されているからです」と感謝する。覚えた一心で毎日やったことをノートに書き留めた。5年で戻ると、難度の高いティンパニを作れる腕前になっていた。

今、高橋氏は社員の失敗を認め「初めからうまくできるわけではない。失敗は次の仕事の糧になる」と励ますそう。人材の育成法も昔の流儀にはとられない。ものづくりの面白さを次世代に知ってもらうため、工業高校からインターンシップの生徒を毎年受け入れている。

常に新しい試みに挑戦して、たくましく生き抜く町工場の伝統がここにある。

鉄道や車がない時代に築かれた「人同士が近い町」に
多彩な人材が集い、発信し、また人を呼ぶ

尾道「空き家再生プロジェクト」

〆坂の町〆の空き家再生に取り組むNPO法人と、空き家問題に悩む自治体。

柔軟な連携体制が奏功し、移住者が急増している広島県尾道市。

多くの課題を抱えつつも人を引きつけるこの町の取組みを、

官・民・移住者それぞれの視点から追う。



シリーズ Vol.16

まちから、
むらから

広島県尾道市



推計人口: 128,599人

世帯数: 64,327世帯

主要産業: 造船業、食品加工業、
観光・宿泊業

2023年10月31日時点

瀬戸内のほぼ中央、広島県東部（備後地方）に位置する尾道市。瀬戸内屈指の良港として北前船が入港するなど、人・もの・経済・文化の集積地として古くから栄えた。海と山に挟まれた斜面地に寺社や家々が密集する独特の景観は数々の映画やドラマ、文学の舞台にもなっており、国内外から多くの観光客が訪れる。

外から見て、気が付いた 尾道の魅力と、空き家化のリスク

広島県尾道市は、海と山に挟まれたごく限られた平地や斜面地に、多くの寺社や小さな家々が密集する様子から〆坂の町〆と呼ばれている。戦火を免れた歴史ある町並みがそのまま残されており、2015年には〆尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市〆として日本遺産にも認定された。

その一方で、尾道駅から2キロメートル圏内の中心市街地には多いときで500軒以上の空き家があり、建て替えが難しい歴史的建造物も多い。

急な坂に細い路地。鉄道や車が普及する前に築かれた、コンパクトで人同士が近い町並みが現存しているのだ。「それが尾道の魅力でありリスクでもあります。高齢化が進む中、坂の上の古民家が不便さゆえに空き家になり、壊されていくのが惜しかった」と語るのは、NPO法人尾道空き家再生プロジェクト代表理事の豊田雅子氏だ。

尾道出身の豊田氏は、進学を機に大阪に出て、大学卒業後は旅行会社に就職。添乗員として世界中を巡るうちに、独自の文化や歴史を大切にしたい海外のまっすぐに魅了される。そして



特定非営利活動法人尾道空き家再生プロジェクト
代表理事

豊田 雅子 氏

故郷の尾道には、日本では数少なくなってしまう歴史的景観がまだ残されていると気が付いたのだ。

2002年にUターンした当時から積極的に市のまちづくり活動に参画し、いつか魅力ある空き家を手に入れたと考えていた豊田氏は、2007年にある情報を耳にする。かつて富商が建てた別邸で、わずか10坪ほどの広さながら、随所に職人技が光る凝ったしつらえの歴史的建造物が、取り壊しの危機にあるというのだ。

この物件（旧和泉家別邸）を購入した豊田氏は、古い味わいを残しつつ10年がかりで再生。現在は、随所に見られる贅を尽くした装飾や多様な曲線を持ち、スペインのサグラダ・ファミリアを連想させることから〆尾道ガウディハウス〆と呼ばれている。建築好きの間で尾道散策の目玉となっているこの家との出会いが、全ての始まりだった。

豊田氏の取組みのユニークな点は、



尾道ガウディハウス(左)やみはらし亭(右)は、尾道空き家再生プロジェクトが守った名建築。2013年には共に国の登録有形文化財にも登録された

空き家になつたる物語や再生のプロセスを、インターネットやSNSで随時公開していることだろう。見捨てられかけた古い家が生まれ変わっていく様子を発信し、時には改修作業をイベント化することで、多くの市民や学生、専門家をうまく巻き込みながら、空き家再生を進めているのだ。

「最初は、自分と大工である夫だけでセルフリノベーションするつもりでした。しかし、その記録としてつづっていたブログに、想像以上に大きな反響があり、自分も空き家を再生してみたい、尾道に行ってみたいというコメントが100件以上届いたのです」(豊田氏)

尾道での空き家再生というコンテンツがこんなにも人を引きつけるの

かと驚きつつ、豊田氏は考えるようになる。「この100人全員が尾道に来てくれたら、100軒の空き家がよみがえるのではないか」。現実はあるが単純な話ではないが、どうせなら本気でやってみようと、NPO法人尾道空き家再生プロジェクトを立ち上げたのが2008年のことだった。

PRと公的サポート 官民が得意分野を分担

豊田氏が率いる尾道空き家再生プロジェクトの挑戦に、尾道市も反応する。「尾道市でも空き家と入居希望者をマッチングする『空き家バンク』事業を展開していました。しかしなかなか成果が上がらない中、尾道ガウディハウスの再生に向けた取組みが話題となったのです。

空き家問題を解決したいという思いはわれわれも同じ。特に難しい斜面地での取組み事例ですからぜひ協力すべきだと、2009年には空き家バンク業務の委託契約を結びました」と、自身も尾道出身で尾道市政策企画課の奥忠直氏が振り返る。

尾道空き家再生プロジェクトは空き家再生を通じ、尾道での暮らしと空き家の魅力を発信する。同法人の運営施設や空き家バンクホームページを窓口にも、物件所有者と借り手候

補者をつなぎ、再生のアドバイスなどにも柔軟に対応できるのが強みだ。

一方で尾道市は、移住者を制度面でサポート。創業支援補助金の利用相談や、育児・教育・就業など暮らしに関わる案内を行う他、実際に移住した後も定期的に交流会を開いて、移住者の不安や要望に寄り添っている。

こうした連携の結果、同法人を通じて空き家バンクのマッチング数は約160件に上り、より簡易なサポートを含めれば、200軒以上の空き家が新たな活用法を得たという。官民それぞれが得意な分野を担当することで、移住のハードルを下げ、末永く定住してもらえる良い流れを構築しているのだ。

尾道の魅力を発信する プレイヤーが自然と集まった

市と同法人が連携を始めてから約15年。尾道市は広島県でもトップクラスの「移住者」に選ばれる町」となっている。

コロナ禍によるリモートワークの普及や都会離れ志向もあり、尾道市への移住者は大幅に増えている。市の窓口を通じた2022年度の相談件数は千件を超え、移住者数は73世帯120人となった。東京都とその



尾道市企画財政部 政策企画課
政策企画係 主事

奥 忠直 氏

周辺からの移住者が多いことも、同市の特徴だ。広島県が東京・有楽町に開設した移住相談窓口「ひろしま暮らしサポートセンター」とも密に連携し、移住希望者に対応している。

さらに2023年には尾道市役所近くのシェアオフィスで「尾道市移住定住コンシェルジュ」のサービスが開始された。業務は民間のスタッフに委託し、仕事や住まい選びなどについての相談対応や各種支援機関の紹介、情報発信など幅広い業務を行っている。

尾道空き家再生プロジェクトによる空き家の再生物件も20件を超え、「みはらし亭」や「あなごのねど」といった新たな名所が誕生している。官民が柔軟に連携し、きめ細かな受け入れ態勢の整備が進んでいることが、尾道市における移住者増加の要因と言えるだろう。

「まちづくりのキーマンである豊田氏や私のような、もとより地縁のある人間だけでなく、遠方から来た人の心も

つかむ引力が、尾道にはあります。そして地元の人々にも、新たな出会いを歓迎するおらかさがある。きつとこの町が、港や街道を行き来する多くの人と共に栄えてきた土地柄のためでしょうね（奥氏）

「空き家再生の取組みや空き家バンクをきっかけに尾道に移り住んできた人たちは、その後も多くの人たちが空き家再生活動に積極的に関わってくれています。私自身ですが、こういう町や家での暮らしを不便に感じず、あえて楽しもうとする意欲があるのでしょうか。移住者の中にはイラストレーターやデザイナー、料理人など、実に多彩な人材がいて、尾道の魅力を世界に発信する次の「プレイヤー」になってくれているんです」（豊田氏）

移住者自身が伝えるリアルな暮らしぶりや実感が、また新たな移住者を呼び入れる。そんな好循環が、尾道にさらなる魅力を生み出している。

一軒の古民家との運命的な出会いが 尾道に新たな価値を創出

かくして空き家を地域資源と捉えるようになった尾道には、空き家をリノベーションし、移住・創業する新たな人材が集まっている。

近年では、しまなみ海道を活用したサイクルツーリズムの盛り上がりで、

海沿いにはレンタサイクルショップやサイクリスト向けの宿泊施設が増加。尾道駅周辺の商店街や斜面地では、昔ながらの店が現役で頑張る姿と、古い建物を再生して生まれたおしゃれなカフェやショップが混ざり合う。

そんな駅周辺のにぎわいから少し離れた路地裏で、カフェと一日一組限定の閑雅な宿を営む「水尾之路」を開いたのは、移住者である岡本美穂子氏とパートナーの村上章裕氏だ。

東京でアパレル会社に勤めていた2人は、リーマンショックなどを経験しそれまでの働き方・生き方に疑問を抱き、地方移住を考えるようになる。尾道を選んだのは、村上氏の故郷という地縁あつてのことだが、現在のような宿を営むことになったのは「空き家バンク」への登録を通じてこの古民家と出会ったからだ。

「元は裕福なお茶屋さんの別邸だったそうです。築80年以上ですが、前に



水尾之路

村上 章裕 氏 岡本 美穂子 氏

住んでいた方が丁寧に暮らしていたらよかったこともあって、特に客室にしている2階は素晴らしかった。2010年に初めて内覧した時、窓からさーっと光が入って、その明るさと美しさに感動したんです。絶対にこの家がいい、尾道にしようと思った（岡本氏）

由緒ある邸宅に運命的なものを感じた2人だったが、当初は自分たちの住まいに加えて小さなカフェなどを営める程度の広さの物件を探していた。取得するための予算も事業計画も全て見直しとなり、数年間ビジネスホテルの支配人、副支配人として働き、経営ノウハウを習得しながら資金をためたという。

2016年、念願がなつて物件を取得し、まず1階でカフェを開業。宿として営業を始めたのは翌春のことだった。以来、知る人ぞ知る尾道の隠れ宿として、水尾之路は年々評価を高めている。

白いしつこい壁に、磨き込まれた梁や柱。部屋に置く備品の一つ一つに至るまで美意識が溢れる空間を「本当にいい人に引き継ぐことができました」と、尾道空き家再生プロジェクトの豊田氏も絶賛する。

「心からほれ込んで暮らすわが家にお客様を招いておもてなしをするには一日一組が限度。でも最近では、ここに泊ま

るために尾道を訪れてくださる方もいるんですよ」と、ほほ笑み合う岡本氏と村上氏。船を運ぶ水脈に乗って人・もの・文化が集まった尾道に想いを寄せて名付けた「水尾之路」という宿は、いま尾道に新しい価値をもたらしつつある。

幸いにも戦災に遭わず、残された歴史ある町並み。しかし、住民の高齢化が進む中で、徒歩でしか入れない細い路地や急坂での暮らしはますます難しくなるだろう。

だがここには尾道を愛し、行動・発信する人々が集まり、官民協働で築いたネットワークがある。これらの取組みが、唯一無二の魅力をどう磨き上げ、守り継いでいくのか。まちづくりや空き家問題に悩む国内外から、尾道に熱い視線が注がれている。



建築当時の付まいを生かしつつ、リノベーションされた水尾之路の客室。移住に憧れる人が宿泊しつつ、移住の相談をして帰ることもあるという

ここに
この人
あり

第12回

小泉製麻株式会社 取締役会長

植村 武雄氏

官僚から神戸の名門企業のトップに 起伏に富む人生を「天の声」と達観

神戸の名門小泉製麻の植村武雄取締役会長(78)は、官僚を経て経営者になり地元経済界に地歩を築き、社会的な仕事にも携わってきた。うらやむべき成功者に見えるが、行くところ必ず難問に直面した。植村氏は「天の声」と受け止め、ひるまずベストを尽くして今に至っている。おごらず、真つすぐ、随所に主となる生き方を貫く。



小泉製麻株式会社
取締役会長

植村 武雄 (うえむら たけお)

1945年兵庫県芦屋市生まれ。東京大学法学部卒業後、運輸省(現国土交通省)入省。官僚として経験を積み、42歳の時に小泉製麻株式会社入社。以後、幾度もの苦難を乗り越えながら経営改革に手腕を発揮する。1992年同社取締役社長に就任、2015年からは会長を務める。経営に携わる傍ら、経営者としての豊富な経験と見識を生かし、学校法人甲南学園監事や神戸商工会議所副会頭などを歴任。

小泉製麻は創業133年の名門企業である。前社長で現取締役会長である植村武雄氏は、神戸経済同友会代表幹事や神戸商工会議所副会頭などを歴任した。地元経済界の有力者の一人である。さらに官僚出身といえば、堅苦しいイメージが思い浮かぶが、実際には形式張らず、何事も自分の言葉で率直に語る人物である。

「この会社に入った時は、『役人をしていた妙な奴が、落下傘で降りてきて

大胆で無茶苦茶なことを言いよる』とみんな思ったのではないですか。宇宙人みたいなのが来たよね」

1987年、運輸省(現国土交通省)の自動車業務課長を最後に、20年間の官僚生活に終止符を打ち、小泉製麻に入社したのは42歳の時である。

当時、本社社屋は木造の洋館で古色蒼然としていた。「暗い雰囲気でしたね。木製の机といすを使っていて、それも工場の営繕係が作ったこつい物でした。

「随分、悩んだ」が 興味あった民間の仕事

植村氏の小泉製麻入社は、いくつかの事情が重なった結果である。同氏は

また営業用の車もなかった。レンタカーを使うルールだったのです。今どき営業が車なしでは無理だろうと言ったほどです。旧弊な企業体質は、カルチャーショックだった。

先々代の社長だった小泉徳一氏の女婿である。夫人は3姉妹の二女で、小泉家には跡継ぎがいなかった。徳一氏から植村氏の次男である康史氏を養子に迎えたいという話が先にあった。

植村氏は運輸省の仕事に精励し「大いにやりがいを感じていた」。しかし課長職も経験して、役所の仕事を一通りやりきったと思った頃、「義父から示唆があったのです」と言う。小泉製麻を手伝ってもらえないかとの打診である。



1890年(明治23年)、兵庫県荒原郡都賀浜村に日本最初のジュート工場を建設。日清戦争の特需により、麻糸生産が拡大する

だが当時の小泉製麻は、祖業のジュート(黄麻)紡績が縮小を続け、それを補うために手掛けた脱繊維の事業もうまくいっていなかった。名門企業で安穩にというわけにはいかない。

東京の生活に慣れた夫人は神戸に戻ることに賛成ではなかった。「息子を養子に出すにしても、小泉家といえ小泉製麻でしたから、事業が安定して続かなければ意味がない」。あれこれ「随分、悩んだ」そうだ。

結局、「民間で仕事をしてみたいという気持ち」が勝って踏み切った。父親の植村光雄氏は戦前、住友本社に入社して、戦後、財閥解体に伴い日本建設産業(現住友商事)に移り、1977年に住商の社長になった根っからの商社マンである。「父親からもいろんな話を聞いていたので、民間企業の仕事にもともと

興味があったのです」

実は植村氏は官僚にならなければ、住友電工に就職するはずだった。灘高校を卒業して東京大学法学部に進み、結果的に国家公務員コースに乗っていた。「特に何か志望がないなら、公務員試験を受けておかないとあかんと思って受けたのです」

住友電工の入社試験も合格したが、面接で「公務員試験が受かったら、そこらを選ぶかもしれません」と正直に話した。父親の光雄氏から「そんなことを面接で言うものではないぞ」と言われたが、「隠さなかったのは、今でも正しかった」と思っている。

光雄氏も住友本社の入社面接で冷や汗をかいた経験を、1980年の『財界』臨時増刊号(財界研究所)で述べている。「君は高等試験司法科をパスしているのに、なぜ受けたのか」と問われ、「力試しのつもりで受けました」と不用意に答えて、突っ込まれた。どちらも適当に誤魔化すことができない性格のようだ。

転機も難題克服も 「天の声」の導きで

小泉製麻に入って神戸に戻った植村氏は、次男の康史氏が大学に入り20歳になるのを待って、小泉家に養子に入る話をして同意を得た。こうして康史氏は小泉姓に変わり、8年前に植村氏

の後を受けて社長に就任して、小泉製麻の経営を引き継いだ。

役所から民間企業に移るのは、大きな転機といえる。植村氏は「たまたまですね。人生はそういうものじゃないかな。思い切ってこの会社に入らなければ、公務員をそのままやっていただしよう」と振り返る。40代初めで課長という立場は、「役所を辞めるぎりぎりのタイミングだった」と言う。

小泉製麻に入ってから経営改革、そして阪神・淡路大震災からの復興と、息つく暇は無かった。紆余曲折を経て、植村氏には思うことがある。

「不思議なんですけど、『天の声』みたいなものがあって、後になってみると、何かそういうものに導かれたように思えるのです。人生には、『天の声』というのか、何か見えざる力が働いているような気がしませんか。小泉製麻に入ったのも『そんな気がします。何かよく分からないのですが』と言う。

「ちょっと違うかもしれませんが、塞翁が馬のような感じもありますね」。禍福はあざなえる縄の如し、幸不幸や良いこと悪いことは、表と裏のように密接に関係している。苦労したことが、後に良い結果につながることもある。

人はそれぞれ異なる人生を歩む。さまざまな分岐点で、自分の意志で進路を選ぶのだが、来し方を振り返って考えると、どうしてこうなったのか不思議

である。「天の声」は、その一つの解になるのだろう。天の声の差配だと思えば、何事も全力を尽くすほかない。人事を尽くして天命を待つという考え方にも通じる、ある種の積極主義とも樂觀主義ともいえる。

アランの言葉に感銘 「要は弱気になるな」

入社して、企業イメージの刷新を図るコーポレートアイデンティティ(CI)などのコンサルタントをしていた加藤邦宏氏に、「小泉製麻は古いので、社名を変えようと思うのですが」と意見を求めたことがある。これに対して「今は変えない方がいい。まずは経営のシステム、仕組みから変えるべきです」と助言された。指導を受けて、どんぶり勘定の経営を改めたり事業計画をきちんと立てたりして経営改革に取り組んだ。その加藤氏から、フランスの哲学者アランの言葉を聞いて、心に残った。

アランの『幸福論』(神谷幹夫訳、岩波書店、1998年)にある「悲観主義は気分によるものであり、樂觀主義は意志によるものである」という言葉である。これは「気分任せで生きる人はみんな、悲しみにとらわれる」と続く。

「アランの言葉にグツとききましたね。気分は大切ですが、いろんなことを気分だけで考えてはいけません。要は弱気になるな」



紡績時代から培った技術と知識は、現在の化成品の開発製造へと引継がれている

るなということですが」

サントリーの創業者、鳥井信治郎の「やってみなはれ」も好きな言葉で、社内の空気をかき立てるために、社員にこう語る。「これは『やってみなはれ。やらなければならん』で、やらないうえ。やらなければならぬ。いいの、悪いのと考えてばかりいては駄目だ。まずやってみよう、うまくいかなければ、止めればいいんです」

ようやく乗り切って 阪神・淡路大震災に

「社員に小泉製麻に誇りを持ってほしい」と思う植村氏は、「我々は創業時、100%ベンチャービジネスだった」と話す。近江商人の小泉新助が、イギリスの商社と共同出資で1890年(明治23年)に会社を設立。建設したレンガ造りの日本初のジュート(黄麻)紡績工場は、神戸における民間による近代工業の幕開けを告げる先駆けだった。しかし100年を超す時間が退嬰的

な会社に変えた。植村氏は、不採算事業を整理する一方、前向きな事業として工場跡地に「ROKKO23(六甲ヴァントワ)」を建設した。古いレンガの外壁を生かした同施設は1991年に開業し、92年に植村氏は社長に就任した。

ところが「何とか乗り切ったと思ったら地震ですよ」。95年1月17日午前5時46分、阪神・淡路大震災に襲われた。就寝中である。「ドンと下にたたきつけられるような衝撃で、飛び起きました。最初ミサイルでも落ちたかと思いました」。外を見ると、あちこちに火の手が上がっている。一つは会社地区の方向である。

「危ないから」と夫人に引き止められたが、徒歩30分ほどの距離を急いで駆け付けた。着いてみたら、六甲ヴァントワや本社社屋は全壊である。飲料容器などの包装材の工場などは地方に



1991年、ROKKO23(六甲ヴァントワ)開業。阪神・淡路大震災により被災し、本社地区の建物など24棟が倒壊

あって助かったが、神戸の同社の施設35棟のうち24棟が倒壊した。

役立った元官僚の経験 業績は見違えるように

「ショックではあるけど、自然災害だから仕方がない」と吹っ切れた気持ちで、早速、残った建物の一角に「対策本部」を設けた。電話が不通だったが、口伝で社員が続々集まってきた。幸い全員無事だった。

役立ったのは官僚時代の経験である。役所との折衝や関係方面との調整、支援策などの情報収集、復興計画作りと、フルに発揮した。2年後にボウリング場のある「グラウンド六甲ビル」を中小企業金融公庫(現日本公庫)などの融資で再建。5年後には六甲ヴァントワの跡地に新たに商業施設「サザンモール六甲B612」を開業した。

顧みると運輸省でも「修羅場までいかないが大変でした」と言う。入省早々、成田空港問題、さらにロッキード事件の後始末。1980年には初入閣の塩川正二郎運輸大臣の秘書官を務めた。塩川大臣は最初の記者会見で事務方の用意した紙にない「関西国際空港建設」をぶち上げた。大騒ぎになり、植村氏も大変だったが、「いい大臣でしたよ。勉強になりました」と語る。ちなみに塩川氏は自著の『ある凡人の告白』(藤原書店、2009

年)に「私の運輸相就任は、『関空をやれ』との天の声でしたな」と記している。

現在は「会社の仕事は社長以下に100%任せています。ただ取締役なので役員会に出席して、新商品開発や新市場に出るような案件には、長い人生経験に基づいて助言しています」と語る。収益力は入社当時と比べると見違えるように良くなった。ただし「古い保守的な遺伝子が残っていて、主体的に提案する積極性がまだ弱い」と、これからの一層の奮起を期待する。

兵庫県功労者表彰などを受賞しているが、勲章は「もらいません。前に声をかけてくれた時にお断りしています」。はなから関心がないのだろう。いかにも、てらいのない植村氏らしい。

F



2000年には、神戸本社地区総合開発事業として 商業施設「サザンモール六甲B612」をオープンし、同3階事務所棟に本社事務所を移転。2020年には創業130周年を迎えた



ご意見・ご感想

第29号「株式会社ノースブル」の記事を拝読し、菅原社長の酪農・畜産業界の未来を変える熱い思いに感銘を受けました。当社に対しては、当行が上場を目指す地域企業向けに開催している「IPO経営人材育成プログラム TOHOKU」にて上場のノウハウ等を習得していただいたほか、日本公庫との協調融資による全国的な商流構築に向けた支援を行っています。今後も日本公庫と連携することで、一次産業も含めた当地宮城の課題解決や地域活性化を目指していきます。

株式会社七十七銀行 執行役員地域開発部長
茂田井健太郎 様

第28号の「世界へ飛び立て 海外展開に挑戦する中小企業」を拝読し、輸出志向の産地の形成や輸出志向の事業者の育成に向けて、勇気づけられました。輸出を契機に、もろみに米焼酎の吟醸香を添加するという新たな製法を開発した事例は、日本酒の進化だと感じますし、米の輸出の事例は、旺盛な海外需要に対して、量をまとめる機能の重要性を示しています。「海外って面白い!」というワクワクが広がっていくことを期待しています。

独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)
茨城貿易情報センター 所長
吉田雄 様

第28号に掲載された「世界へ飛び立て 海外展開に挑戦する中小企業」を拝読し、改めて中小企業の底力を感じました。新型コロナウイルスの感染拡大を契機に多くの中小企業がインターネットを活用した「越境EC」にチャレンジされていると聞きます。本号には「海外ビジネス支援パッケージ」のご紹介もありましたが、地域金融機関との

連携を含め支援者の総力を結集することで厚みのある支援に、また海外需要を取り込もうと果敢にチャレンジする事業者の後押しにもつながるものと思います。私は、本誌とともに日本公庫千葉支店国民生活事業の担当者から紹介された「小規模事業者の海外展開事例集」に興味深く拝見しております。その時々の方勢に沿ったテーマにて特集されていますので海外展開支援に従事されておられる商工団体の皆さま、ぜひご覧ください!

木更津商工会議所 中小企業相談所長
関本一成 様

第29号「スタートアップが導く新たな未来」を拝読し、新たな発想と挑戦する姿勢に感銘を受けました。とりわけ人材不足に対しAIやロボットを活用する取り組みは、日本が抱えている社会課題に一筋の光明が差したのではないのでしょうか。また「未来に残したい日本の伝統 美濃手すき和紙」で当所会員事業所が、美濃和紙をちょうちんや和傘だけでなく、アクセサリとしてオリジナル商品を展開し海外に市場を広げている事例が紹介されました。スタートアップと伝統産業、一見真逆に見えるビジネスも時代の潮流と顧客のニーズを読んで変化に対応していくことが重要だと感じました。日本政策金融公庫と連携を一層深めていき、こういった企業を1社でも多く支援していきたいと存じます。

岐阜商工会議所 中小企業相談所長
鬼頭貴士 様

第29号の特集「スタートアップが導く新たな未来」を拝読させていただきました。

地方創生を目指す、インバウンドに特化したオンライン観光サービスを展開する「WAmazing株式会社」の課題解決に取り組む様子は、同じ女性として素晴らしいと思いました。私どもが住む松阪市は伊勢神宮の手前にあります。松阪牛だけでなく、他にも古き良き時代の建物や歴史があり、これを活かして伊勢神宮に行かれる方々にも少し足を延ばしてもらいたいと日々思っていました。まさに彼女のアイデアはローカルな商売人には及ばないことなので、ぜひ賛同したいと思いました。

松阪商工会議所 副会頭
中村久仁子 様

第29号の「スタートアップ」スペシャルレポートを拝読しました。紹介されている4社の代表者の業種はさまざまですが、社会的課題を成長のエンジンに変換して成長できる強い創造力と解決力。ミッション実現のために賛同する協力者との出会い。掲載されていない困難に対しても情熱と冷静さの両面で挑戦する情景が感じられ、将来、自社だけでなく、日本経済のけん引者になれると期待を抱いています。さて、当庫と日本政策金融公庫は、創業に関する協調融資・CLO等、積極的に連携しております。その他、9月の当庫と日本公庫4支店(下関支店・山口支店・岩国支店・浜田支店)との事業承継支援に関する覚書締結により、10月に起業家・大学生を中心に約80名参加いただいたPRイベントを開催。感動のフィナーレで終わることができました。今後も管内の地域経済に貢献する取引先を多く支援できるよう、日本公庫との連携を深めていきたいと考えています。

西中国信用金庫 地域サポート部 部長
開道晴基 様

『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。

宛先

日本政策金融公庫 広報部
『日本公庫つなぐ』編集担当

FAX
送付先

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。

シリーズ 地域と生きる 第20回



写真提供／小千谷市にぎわい交流課

新潟県小千谷市、南魚沼市ほか
お ち や ちちみ えち ご じょう ふ
「小千谷縮・越後上布」

“雪中に糸となし、雪中に織り、雪水に^{そそ}洒ぎ、雪上にさらす。雪ありて縮あり…”。越後魚沼地区の暮らしぶりを詳細に描いた江戸時代の書物『北越雪譜』(鈴木牧之著)に、雪があつてこそ生まれるとうたわれた麻織物・越後縮。その歴史は古く、奈良正倉院にも保管されているほどだ。後に行政区が分かれたことなどから、「小千谷縮・越後上布」と呼び分けるようになったが、いずれも国の重要無形文化財に指定されユネスコの無形文化遺産に登録されている。^{ちよま}苧麻の繊維を紡ぎ、^{いざりばた}居座機という手織機で織り上げるなど、完成までには60もの工程があるが、その仕上げに行われるのが「雪ざらし」だ。雪が固く締まる快晴の日を選び、反物を雪上にさらして漂白する。雪が解ける際の水蒸気が布目を通して、白地はより白く、色柄はより鮮やかになるという。やがて最上級の夏の着物となる反物が純白の雪原に広がる光景は、越後の長い冬の終わりを告げる風物詩でもある。

 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。

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

日本公庫つなぐ

検索