

# AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

# 1

2009

## 特集 日本人の米回帰は本物か



特集

## 日本人の米回帰は本物か

### 3 流通サイドからみた米の消費拡大

木村 良

変化する環境のなかで、今後、米の消費はどうなるのか。消費拡大を持続するにはスペシャリティのある商品の開発がカギとなる。

### 7 米需要拡大には安全・安心対策が不可欠

池戸 重信

今消費者が食に対し第一に考えるのは「安全」である。トレーサビリティシステムを導入することも、問題の追跡には有効だ。ただし課題もある。

### 11 米粉パンなどで米の消費拡大を

高橋 仙一郎

米の粒食に加え粉食が定着すれば、米の消費拡大はもちろん、食料自給率の向上にもつながる。米粉を普及させるため「国産米粉ネットワーク」の活動もポイントとなる。

### 15 いまこそ米のマーケティングを

小林 彰一

小麦粉製品の値上がり止まらない今、米に追い風が吹いている。このまま多くの消費者に「ご飯回帰」を持続させるためには米のマーケティングが重要となる。

現地情報

経営紹介

### 19 設備の増強には果敢に

人員計画は慎重に行う／新潟県 情報戦略部

米粉の魅力に早くから注目し3年前に設備投資を行った藤井商店。休耕田の復活の期待もかかるなか、今後の米粉の可能性を聞いた。

農政改革 いま現場では

### 21 集落営農で大規模化し改革を／兵庫県

農事組合法人八幡営農組合代表理事 芦原安男氏

京都支店



撮影：前田 真三  
長野県大町市  
1975年1月撮影

雪の朝

■昨夜は吹雪が荒れ狂っていた。木立を揺すり、窓ガラスを叩き、野面は雪煙に閉ざされていた。いつの間にか風はやみ、淡い曙光が雪野原を染めていた。寒さは厳しいが、静穏な山里の夜明けである■

シリーズ・その他

観天望気

オバマと「変革」 西條 辰義 ..... 2

農と食の邂逅

有限会社ぶどう畑 新開 玉子 ..... 25

フォーラムエッセイ

土地の記憶 藤本 由香里 ..... 29

フォーラムトピックス

マーケットリスクにさらされる日本農業 ..... 31  
牧野 義司

まちづくり・むらづくり

高機能性タマネギ「さらさらレッド」 ..... 35  
岡本 大作

往復書簡 座談会 4

人と自然の共生の時代に向けて、 ..... 39  
環境保全型の地域づくりを考える  
過去に往復書簡に登場していただいた方との座談会  
情報戦略部

シンポジウム

仙台で農(水)食フォーラム ..... 43  
農商工連携にビジネスチャンス  
仙台支店

調査レポート

消費者調査からみた中国の富裕層 ..... 45  
食の安全や健康重視が極めて高率  
情報戦略部

耳よりな話 82

台木は「園の下の力持ち」 後藤 明彦 ..... 47

書評

鈴木俊彦著『協同組合再生の時代』 ..... 48  
青木 宏高

インフォメーション

「第四回業務協力シンポジウム・ ..... 49  
農業融資研修」開催 総合支援部

交叉点

「プロ農業者と学生との交流会イン・米子」開催 ..... 49  
松江支店、鳥取支店

みんなの広場・編集後記 ..... 50

# 観天 望気

## オバマと「変革」

環境、医療、社会福祉などさまざまな分野で変革を唱えるオバマがブッシュの後を継ぐことになった。オバマ新大統領は、アメリカの金融制度の欠陥を引き起こした経済危機を乗り越えるため、ブッシュ政権時代に痛んでしまったインフラストラクチャの改善・整備に大胆な投資を行うであろう。

二〇世紀前半、大恐慌に立ち向かったルーズベルト大統領のニューディールにちなんで、将来、彼はニュー・ニューディールを遂行した大統領として記憶されるに違いない。

ところで、オバマの「チェンジ」がアメリカを変えるのだろうか。ロサンゼルスでは、大統領選と同じ日に「法案R」の住民投票があった。ロス地域の公共交通機関を整備するため、一ドルの売り上げにかかる税を〇・五セント上げるという法案である。税に関する法案の場合は、少なくとも三分の二の賛成が必要となる。

ガソリン価格は少し落ち着いているが、原油の高騰で中・低所得層の公共交通機関へのシフトが起こっている。ロスでは、一年前、運賃がたった二五セントのローカルなバスはがらがらだったのが、今では乗客が増えはじめている。片道一ドル二五セントの電車でも、閑古鳥が鳴いていたものだが、朝夕のラッシュ時には満席で立つ乗客が出始めている。住民はエネルギーを効率的に使うことで温暖化防止に貢献することもよくわかっている。法案Rの賛成票は三分の二を超える六七%強であった。ロスの住民がみずから「変革」を選んだのである。

大恐慌以来といわれている経済危機の中で、昨今日本で行われている税収を現金で環流するという目的を見失った手法はアメリカでは全く人気がない。経済危機だからこそ、「グリーンな仕事」を増やす公共交通機関への投資、エネルギー使用量を減らすプロジェクトや温室効果ガスを減らす投資などで社会のインフラの整備を目指そうとしている。アメリカ社会は今まさに変わろうとしている。



制度設計学者  
西條 辰義

さいじょう たつよし  
1952年香川県生まれ。85年ミネソタ大学Ph.D.、85年オハイオ州立大学講師。86年カルフォルニア大学助教授、91年筑波大学助教授を経て、91年より大阪大学教授。専門分野は制度設計。主な編著書に『地球温暖化対策』（日本経済新聞社）、『実験経済学への招待』（NTT出版）など。

# 流通サイドからみた米の消費拡大

米の生産と消費の間をつなぐ流通段階の卸売業者は、流通の現場で米の消費拡大をどう見ているのか。業界団体の全米販の判断は、米の需要減少に歯止めがかかってきたと見ているものの、ほかの食品にあるようなスベシヤリテイのある米の商品登場が消費拡大のキメ手になる、という。

## 米の環境変化を考慮する必要

全米販は、全国の米穀卸売業者の中央団体であり、現在二〇四会員により構成されています。米は一年一作を基本とした農産物です。米穀卸売業者は、全国二〇〇万近い生産者が生産する五〇〇を超える産地品種米の中から、消費者、実需者の皆さまに満足いただくよう、それぞれの地域性、嗜好、用途などに合わせた米を選択・確保・とう精し、ご購入の窓口となる小売店、スーパーなどへ、ご使用される飲食店などへ、年間を通じて不足なく、安全で安心なお米をお届けすることを使命と考えております。

そして近年では、さらに安全・安心を担保すべく、精米工場への設備投資、人員投入などに積極的に取り組むとともに、皆さまに納得いた

ける価格を訴求するため、流通コストの削減にも鋭意取り組んできているところでです。

現在、農林水産省は政府備蓄米運営の関係から、当年七月から翌年六月を一年単位とした需要実績および見通しを取りまとめ、「基本指針」で公表しています。

今年七月公表された平成一九、二〇年度の需要実績は、昨年公表された見通し八三三万トを約二〇万ト上回る八五五万トとなっています。農林水産省はこの点について「小麦製品を含めた食料品全般の価格が上昇する中で、比較的価格が安定している米に需要がシフトしたため」と分析しています。

この需要見通しは、平成八年から一二年間の実績値を使って推計されていますが、傾向をみる場合、対象期間が長いことよって正確な値

が求められる面もあります。

しかし米政策改革の推進により、米を取り巻く環境は、この一〇年間で大きく変化しており、この環境の変化を考慮する必要はないでしょうか。

図1の農林水産省公表の過去一二年間のトレンドでは、毎年の減少値は毎年八万トと試算していますが、改正食糧法施行を分岐点とした試算では、図2の平成八年から一五年までの減少は八万トと農林水産省の値とほぼ同傾向です。しかしながら、図3の平成一五年からの五年間での減少は四・五五万トと、減少傾向が鈍化している結果になりました。

平成一六年で分けた理由は、一六年以降、改正食糧法の施行により流通規制が撤廃され、流通が原則自由となったことです。もうひとつは、



全国米穀販売事業共済協同組合理事長

木村 良 Ryo Kimura

きむらりょう  
1948年東京都生まれ。慶応義塾大学卒。71年木徳林株式会社入社。92年木徳(株)代表取締役社長。2000年木徳神糧(株)代表取締役社長。07年米穀安定供給確保支援機構理事長、木徳神糧(株)代表取締役会長、全国米穀販売事業協同組合理事長。

一二年前と比べて、違いが著しい米価水準です。

図4のコメ価格センターの各年産加重平均価格での比較では、平成八年産米は二〇五六六円／六〇キロ、同一四年米が一七三九円／六〇キロ、同一九年米が一五〇七五円／六〇キロと一九九八年産では二七％も値下がりしています。

同じく国の小売価格調査でも、新潟コシヒカリは平成八年六一九三元／一〇キロ、同一四年五二九八円／一〇キロ、同一九年四八九六円／一〇キロ、また茨城コシヒカリでは、平成八年五一五二円／一〇キロ、同一四年四四六四円／一〇キロ、同一九年三九七三元／一〇キロとなっております。

こうした価格水準の変化があったことも、当然需要増加の大きな要因であり、単純にほかの食料品全般の価格上昇の影響だけではないと考えます。

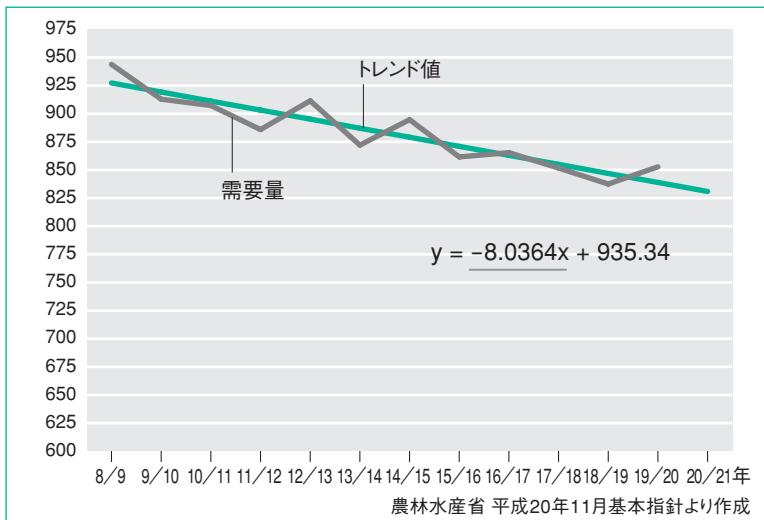
また、総務省の家計調査では、今年一月から六カ月連続（一月一〇四・七％、二月一〇二・一％、三月一〇六・一％、四月一〇一・九％、五月一〇一・九％、六月一〇三・二％）で前年を上回りました。

七月は九一・六％と前年を下回りましたが、八月は九九・五％前年並みと回復しています。今年の暑い夏の早い到来を考えればいたしかたなかったと思います。

ちなみに、今年の七月、東京の平均気温は二七度、昨年の二四・四度に対し、二・六度も高く、大阪は東京以上で、今年は二八・七度、昨年の二五・九度から二・八度高く、非常に暑い七月であったことがわかります。

九月の調査値は、後述する事案もあり心配

図1 過去12年間を基礎としたトレンドによる試算



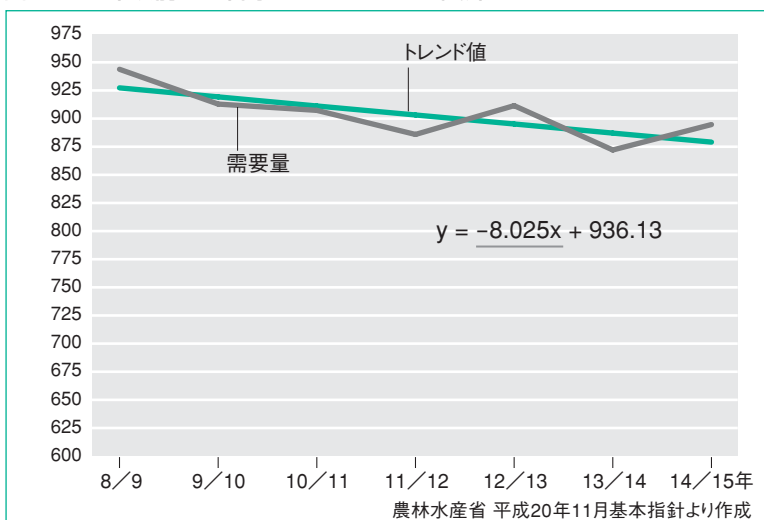
しましたが、九八％とおおむね前年並みとなりました。八月下旬の天候不順により主要産地米のスタートが遅れたことを考慮すれば得心する値だと思えます。

量販店でのキャンペーンも引き続き積極的に家庭用米の販売は好調と、弁当、おにぎりなど中食も堅調と聞いています。

ガソリン価格の高騰によって郊外型レストランなどの一部外食で、やや低下傾向があると聞きました。昨今のガソリン価格の低下によって、その回復を望みたいところです。

二〇年産の出回りが本格化した一〇月の卸売業者の販売数量はおおむね好調だったと聞いて

図2 15年以前の7年間のトレンドによる試算



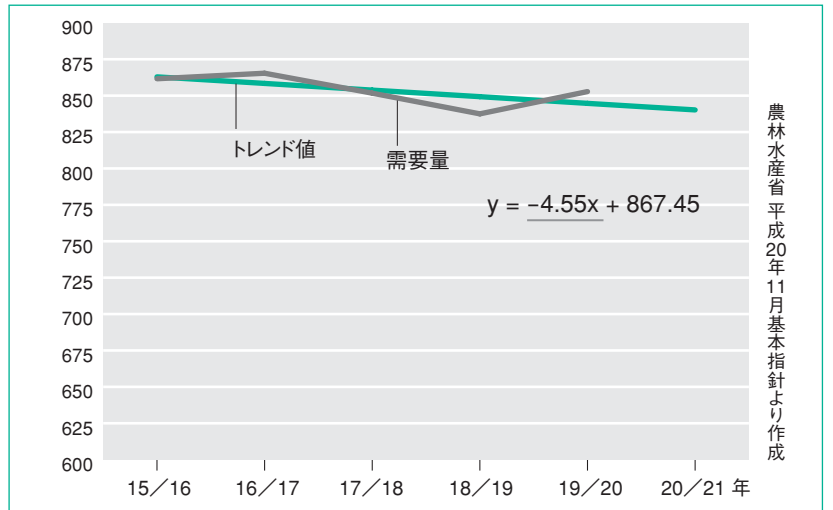
ています。家計調査のデータを見て「米の需要回復は夏までの一過性のもではないか」という声も聞きますが、今後も引き続き期待を持ちたいと思います。

しかし、今後も期待を持ちたいといって安穩としているわけではありません。心配する事案もいくつかあります。

### 事故米事件の影響が気がり

そのひとつが、九月上旬に明らかとなった事故米事件です。まずご理解いただきたいのは、今回の事件は工業用などへの利用しか認められない事故米が悪質な業者によって、食用ルートへ流入

図3 過去5年間のトレンドによる試算



してしまった事件であるということです。

現在の一般の米はほかの食品と同様にJAS法、食品衛生法などの法制度の下で消費者ニーズに即した流通が行われており、過去から現在まで米に重大な食品危害は発生したことはありません。

旧農林漁業金融公庫(現政策公庫農林水産事業)の平成二〇年度第一回「消費者動向調査」(平成二〇年五月調査)によると、「食の志向」として、前回調査(二〇年一月調査)で五位であった安全性が、今回調査では一位となっています。

この時点では、冷凍ギョーザ事件などの影響に

よって「安全性」に対する消費者意識が高まったものと推察されます。しかし今回の事故米事件が米の消費低下を招かぬよう、消費者の皆さまには冷静なご判断、ご理解をお願いするとともに、米にかかわるすべての人は、引き続き信頼される生産、製造、流通に努めていかなければいけないと思います。

もうひとつの心配な事案は、平成二〇年産米の値上がりです。現在、卸売業者の主たる仕入れ先である全国農業協同組合連合会の平成二〇年産販売価格は、国際的な原料価格の高騰による肥料、光熱動力価格の上昇などに対応して、平成一九年産に比べ二二〇〇円/六〇キロ前後値上がりしています。

また、卸売業者におけるの精米の製造段階でも、電力料金や米袋費の値上がり、さらには安全・安心確保のための設備投資の拡大により、コストが増加しております。

### 流通コスト増の吸収も限界に

業界としては、先に述べたとおり、過去に米価が低下する中で、コストの増加を可能な限り経営の合理化により吸収するよう努力して参りましたが、それも限界に近い状況にあることも事実です。

これも旧農林漁業金融公庫の平成二〇年度第一回「消費者動向調査」(平成二〇年五月調査)ですが、「食品値上げを背景とした今後の米消費」として、「パンやめんの値上げ、今後の主食の消費についてどう考えるか?」の問いに対し、「米の消費を増やす」は、前回調査の三三・一%

から今回調査では四〇・八%。「もう少し米が値下がりしたら米の消費を増やす」は、前回調査の一五・六%から、今回調査では一四・六%。「現状のまま」は前回調査の五二・四%から今回調査で四四・七%となっています。

回答者の年代別にみても、すべての年代で米消費増加の機運が高まっていると紹介されています。

しかし、どの業界においても値上げをご理解いただくのは大変なことです。値上げで消費の低下を招く恐れも十分あります。

今後とも、信頼のおける仕入れ先を厳選しながら、良品の精米製品の製造、販売などを通じて、皆さまの理解を得るよう努めていかなければいけないと思います。

### 「米粉」など新規需要米に期待

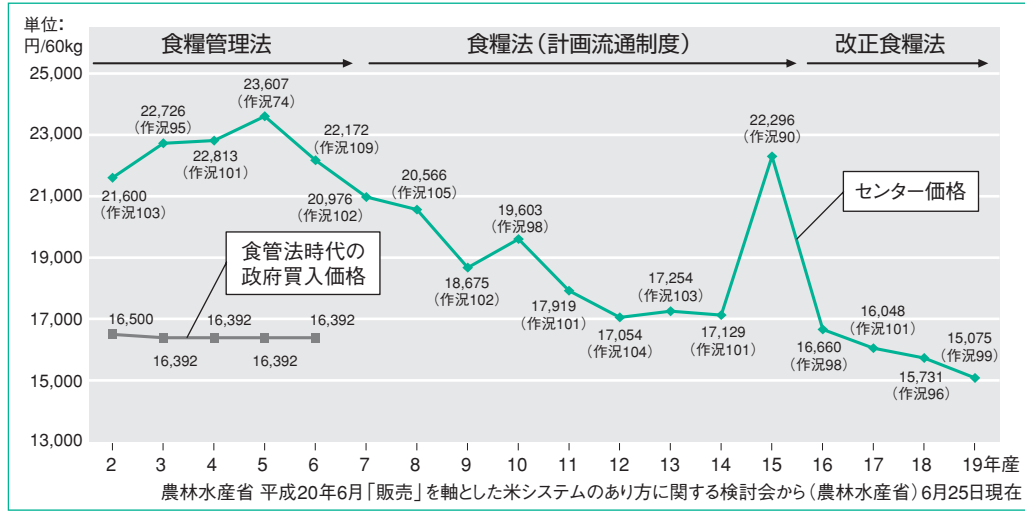
一方で、期待することは、農林水産省が「水田フル活用」をテーマとした取り組みをスタートしようとしていることです。

その中でも、新規需要米は、特に食用米での「米粉用米」は多くの卸売業者の注目するところですし、すでに取り組みをスタートしている社も少なくありません。

多くのマスコミで米粉パンの紹介はされていますが、それ以外にも米粉の特性として、フライにしても吸油率が小麦粉より低く、低カロリーの製品が出来上がることから、フライ用のパン粉、コンビニの唐揚げ粉、揚げパンなどでも使用が始まっています。

米粉の消費は現在の家計調査の値には含ま

図4 年産別の全銘柄平均価格の推移



れるものではないかと思いますが、新たな米需要、それも決して少なくない需要としては引き続き注目していくべきものと思います。

米の卸売業者の多くは、流通業者であるとともに精米製品の製造業者でもあります。現在、多くの卸売業者は量販店の同質化競争に巻き込まれ、製造と販売のポジションの中で、い

に低コストで提供できるかということに腐心し、利益が少ない中で苦勞しているのが実態です。

一方、米はJAS法では生鮮食品群に含まれながら、その特性から多くの量販店の売り場では生鮮食品ではなく加工食品に分類されています。このため農産物として、当然その年々の天候などによる品質、食味の違いがあるものの、消費者からは加工食品と同様に『いつ買っても同質の米』を求められることが決して少なくありません。

しかし、生鮮と準加工といった二つの特性を持つことを考え合わせれば、消費期限の短いほかの野菜などの生鮮食品とは違い、まだまだ創意工夫が出来る要素を含んだ商品でもあると思っています。

現在、米は、差別化が図りにくい商品の代名詞です。つまり米にはほかの食品に見られるスペシヤリティ商品群が少なすぎると思います。

消費者の方々に選ぶ楽しさを提供していません。ほとんどの米はコモディティ商品であり、一部特殊な産地、栽培をうたった商品はありますが、もつとスペシヤリティ商品を望む消費者の方々の期待に応える商品開発に取り組んでいくことが大切ではないかと思えます。

**スペシヤリティ商品望む声も**

消費者の皆さまに、どうしたら『買ってよかった』と感じていただけるようなメニューを提供できるのか、そのためにはどのようなように生産者とタッグを組んでいくのかといった点を、これからの卸売業者は考えていかねばならないと思います。

さまざまな変動要因がある中で、先行きの需

要を見通すことは非常に難しいものです。「米の消費拡大は持続するか」というテーマに関しては、米穀卸売業者の立場としては「続きます」、「続かせます」と断言したいところですが、残念ながら人口の減少などによる長期的な需要減少の傾向を大きく否定することはできません。

しかし、昭和三〇年以降から減少を続けた米の需要が、ここに来て食生活、経済環境などの変化によって、減少トレンドが鈍化しているのではないかと、多くの卸売業者が現場でそう感じています。

とかく米を取り扱う当事者である私たちの方が悲観的に考える傾向にあります。もちろん商売上のリスクを考慮するから、ある面でもやむを得ないところは、ご理解いただけたらと思います。最近の消費者の米への関心の高まりを反映して、米食を中心とした日本食の見直しといったテーマを報道機関などの方々ははじめ大変多くの方々に取り上げていただいています。

私たちとしては、そうした皆さまの期待に応えるよう、創意工夫を図り、消費拡大の活動、日々の販売活動に努めていかなければいけないと思えます。

図4の資料は(財)全国米穀取引価格形成センター入札結果、米価に関する資料などを基に作成

注一 センター価格には、包装代(紙袋)、抛出金、消費税相当額が含まれている。

注二 一九年産のセンター価格は、六月二五日現在の年産平均価格である。

注三 センター価格は一七年産までは、銘柄ごとの落札数量で加重平均した価格であり、一八年産以降は銘柄ごとの前年産検査数量ウェイトで加重平均した価格である。

注四 政府買入価格は一五類一・二等平均の価格(包装代込み)である。

# 米需要拡大には安全・安心対策が不可欠

非食用のものを食用に回した汚染米騒ぎは論外としても、米の需要拡大には安全・安心対策が不可欠。問題があれば積極的な情報開示は当然だが、安全・安心対策にとって、トレーサビリティはさらに重要だ。いわば消費者に至るまでの工程管理がポイントだ。



宮城大学食産業学部フードビジネス学科教授

**池戸 重信** Shigenobu Ikeda

いけとしげのぶ  
1948年福井県生まれ。1972年東北大学農学部卒業。農林水産省食品流通局消費生活課長、独立行政法人農林水産消費技術センター理事長を経て、2005年から、宮城大学食産業学部フードビジネス学科教授。07年宮城大学学長補佐。食品産業HACCP等普及促進事業検討委員会委員長。ISO 22000認定委員会委員長。

## 安全確保に工程管理が有効

米に限らず、消費者はあらゆる安全な食品を求めている。安全な食品を提供するために、製品に対し有害微生物、残留農薬などの厳格な検査・分析を求める声がある。こうした検査などは、もちろん確認的効果があるものの、安全性の確保の点では確実ではない。いわゆる健康な人の中から病人を捜すようなものだ。重要なのは、病人を出さないようにするための管理であることはいまでもない。

そのためには、最終製品からの抜き取り検査による管理、すなわち結果管理ではなく、工程管理が有効となる。

逆に結果管理は、安全性確保の観点からい

くつかの問題を持つ。たとえば、抜き取ったロットがシロでも、隣のロットがクロという検査の精度・確度の問題（たとえば病原性大腸菌O157は数十個レベルで発症するため、高い検出確度が求められる）や、抜き取ったサンプルは商品価値をなくし、犠牲にせざるを得ない問題が挙げられる。

しかし、何といつても結果管理の大きな課題は、すべての危害に対するチェックは実質的に難しいということである。たとえば五〇〇種以上の農薬の検査は事実上不可能である。

また、不幸にして危害が明らかになった場合の原因究明や回収といったアクションにも極めて手間がかかるという問題もある。

こうした状況を踏まえ、現在国内外では、生

産段階におけるGAP（農業生産工程管理）、製造加工段階におけるHACCP（危害分析重要管理点「管理手法」）といういずれも工程管理の代表的手法の導入が進められている。

これらの自主的導入促進については、平成一七年に見直された「食料・農業・農村基本計画」にも明記されているが、その後昨年四月には「二一世紀新農政二〇〇七」において、五年間で全国二〇〇〇産地にGAPを導入する方針が示された。また平成二〇年七月には「HACCP手法支援法（五年間の時限立法）」の二度目の延長がなされた。

## 工程管理には実施状況記録も

ところで、これらの工程管理手法の導入にあ



たつて求められるものとして、実施状況の記録およびその保存がある。

これらは、事故発生時の原因究明などに役立つとともに、次期の管理の改善につなげるための情報解析にも活用できる。また、トレーサビリティの実施にも反映できる。

米は、わが国の基幹食材であり、食料・農業・農村基本法に明記されている食生活指針（二〇〇〇年三月閣議決定）にも「ごはんなどの穀類をしっかりと」のフレーズが掲げられている。

すなわち、健全な食生活実現のベースとなっているが、先頃発生した汚染米事件によってその安全性が注目されることとなった。消費者は、その時々のお食品事件・事故の報道に敏感である。たとえばBSE問題や異物混入事件が多発した後の平成一五年半ばにおいて、食品供給サイドに対する消費者の不安はきわめて大きいものがあつた（図1）。

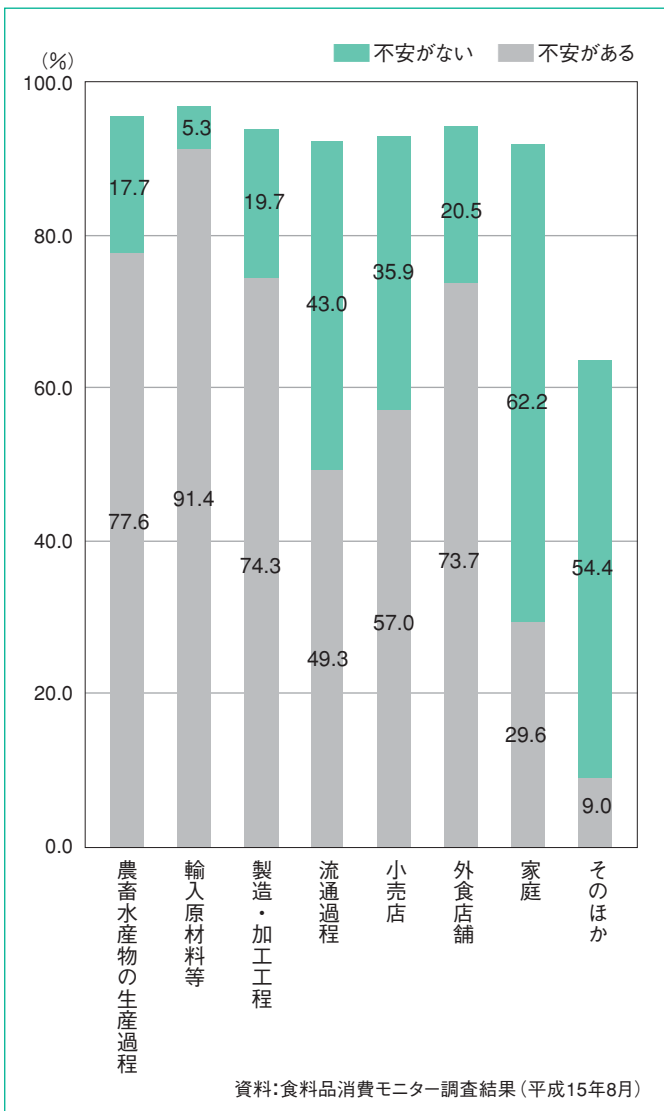
しかし、その一年半後の同様のアンケート調査結果によれば、輸入品を除き「不安」は大幅に減少している。

### 供給サイドの的確な取り組みも

消費者の不安を払しょくするためには、消費者サイドにおいても過度な報道に左右されず冷静な認識ができるよう日常における食育を通じて知識と理解を深めることも必要である。しかし安全性確保に関して一義的責任を負っている供給サイドとしての的確な取り組みが最も重要であることはいままでもない。

汚染米そのものの取り扱いに関しては後述

図1 食品供給の各段階における消費者の不安感



するとして、安全性確保の面で現在、全国二〇〇〇の産地でGAPの導入が図られているが、全国の米産地もこの一環での取り組みがなされるものと思われる。

GAPは、基本的にはHACCPと同様の原理に基づくもので、生産工程において、生物的危害（有害微生物など）、化学的危害（残留農薬など）および物理的危害（石や金属などの異物など）を分析し、チェックシートで確認しつつ管理する手法であり、各現場・作物ごとにPDCA（plan do check action）サイクルをまわして最も適した管理方式を作り上げていくものである（図2）。GAPの利点は前記のとおりであるが、産地全体で同一条件の栽培方法（産地同一ロット）でない限り、横並びのマニュアルに即したやり方

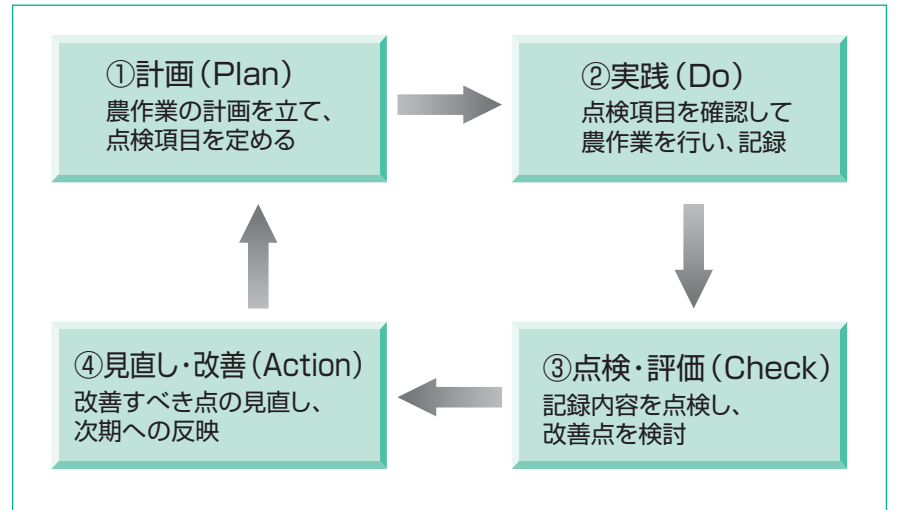
ではうまくいかないという課題がある。高齢化が進んでいる現状の個別農家ごとにいかに独自のGAPを導入していくか注目される。

一方、この手法は生産方法に対する管理手法であり、的確なGAPがなされた場合、仮に第三者認証につなげる仕組みを作ったとしても、基本的には現行の国際標準化機構規格（ISO）の認証と同様、システム認証（生産者認証）であつて、製品認証とはならない。

すなわち、製品を通して消費者や実需者による取り組み努力が伝わりにくい仕組みのため、別途GAP導入の取り組み状況を関係者に積極的に伝える活動が必要と思われる。

おそらく、そのことが、産地でのGAP導入メ

図2 GAPのPDCAサイクル



つながるものと思われる。

## GAP通じ産地同士が認識

また、GAPの取り組みを通じて、あらためて産地の生産者同士が食の安全・安心に対する認識を高める効果が得られることも期待したい。

前記のGAPの最大のハードルは記録に関する負担である。農業という本来自然生態系を活用した技能産業において、開びやく以来このようなシステマティックな管理手法を本格的に導入

したことはなく、現場での戸惑いも少なくない。理想と現場との「ギャップ」を埋めることがGAPの最大の課題という声もある。

しかし、記録は、対外的に客観性を示す観点およびデータを栽培方法などにフィードバックする観点でもきわめて重要であり有効である。特に前者は、トレーサビリティの機能を発揮する点で不可欠となる。

食品のトレーサビリティの国際的定義によれば、対象は「食品」に限定される(図3)が、実際には食品に関連した「情報」とリンクさせることが有効である。

## トレーサビリティ導入に課題も

トレーサビリティの要件として「遡及(そきゅう)」と「追跡」が求められるが、このうち「遡及」は消費段階での事故発生などの場合の原因究明、「追跡」は生産地での事故品の回収などが想定される。

この場合、個別農家ごと、個別ほ場ごと、特定収穫日ごと、のように管理・特定できるロットの単位が小さいほど、異常時にきめ細かな対応が可能となる。

以前、トレーサビリティシステムを導入していた産地において農家レベルでのロット管理情報を把握していたにもかかわらず、生産から流通段階ではかのロットと混載せざるを得ないことがあった。

不幸にして川下で残留農薬が基準値オーバーになった時、遡及はしたものの農家単位までは辿り着かず、産地全体が「クロ」となり、多大な損

害を被ったことがあった。

この場合、もし特定農家レベルまで遡及できたとしたら、産地全体としての「被害」は最小に留めることができるとともに、トレーサビリティを導入していたことに対する高い評価も得られたと思われる。

しかしながら、この例でも、投資効果などを考慮した場合、関係者の合意に基づき一気に個別農家単位に遡及可能なシステムに改善するかとなれば難しい判断となろう。

トレーサビリティ導入の重要性は、「食料・農業・農村基本計画」においても自主的取り組みとして位置づけられているが、導入面での難しい点は、生産段階のみならず販売(外食)までの関係者全員の連携・協力が必要な点である。

皮肉なことに、多段階を経る食品ほどリスクが高く、同システムの機能が有効に発揮できるのであるが、連携などの面で実際の導入は難しくなる。

本来ならば、不特定の関係者間を渡って行く、いわゆる「オープン方式」でも、確実に「遡及」「追跡」が可能になることが望ましい。

しかしそのためには、個々の事業者単位でみずからを基点として「仕入れ元(一歩手前)から、納品先(一歩先)まで」の食品(および関連情報)の履歴情報を確実に管理・把握できるようにしておくことが求められる。

## 記録・管理に負担面も

ちなみに、このことは「食品安全マネジメントシステム—フードチェーンのあらゆる組織におけ

図3 トレーサビリティの定義

生産、加工及び流通の特定の一つ  
または複数の段階を通じて、  
食品の移動を把握できる\*こと

[the ability to follow the movement of a food  
through specified stage(s) of production,  
processing and distribution]

\*「移動を把握できる」：川上方向へ追いかける追跡と、  
川上方向へ遡る遡及の両方を意味

[Codex委員会総会（2004年6～7月での合意）]

る要求事項」の国際規格であるISO22000における要求事項の一つにもなっている。米の場合、安全性の証明という観点とともに、産地や銘柄保証という積極的な信頼確保の観点からもトレーサビリティシステムの導入は有効と思われる。

ただし、前者はGAPなど安全管理制度とリンクするものであり、最も大きな課題である記録・管理の負担面を克服する必要がある。特に、オープン方式の流通形態については導入が難しく、万が一事故が発生した時のリスクを想定した場合、生産から販売の流通経路が特定の者によつて構成される、いわゆる「クローズド方式」のもとで導入することが望ましい。

ところで、今回の汚染米の食用としての利用のようなことは、二度とあつてはならないことである。

### 汚染米再発防止にも活用を

本来、汚染米は、非食品であるばかりか、危害（ハザード）そのものであり、米も含めほかの食品と混ざらないよう細心の注意を要すべきものである。

今回のような事件の発生させないためには、汚染米そのものの移動、すなわち食用への利用やほかの食品への混入がなされず、確実に非食品へ利用され、または確実に処分されていることをトレースできる仕組みを作ること必要かと思われる。

すなわち、本来食品を対象としたトレーサビリティシステムを、非食品である汚染米に応用することを検討することも意義あるものと判断される。

いずれにしても、消費者に対し安心・信頼を確保するためには、積極的で確実な情報管理が不可欠であるが、記録の負担にも考慮すべきであり、特に農業者の実態にも十分配慮することが必要である。

トレーサビリティ制度という観点からみると、汚染米のように消費者の健康に直接影響するもの、産地保証のように積極的な信頼確保を得たいもの、さらには一般の米および米加工品など、それぞれ技術的課題や現場の実態、投資効果による判断の必要性など事情が異なる。こうしたことから、各目的に合った適切な検討が必

要になると思われる。

### 食の安全・安心対策に国境なし

ところで、表示偽装は付加価値が高いものほど発生しやすい。特に、外見などでは判断しにくい品目ほど、自己防衛策として偽和鑑別の検証法をみずから持つておくことが有効である。

検証法としては、書類ベースによる社会的検証もあるが、客観性や説得力の点で科学的検証法が有効である。

現在、これら科学的検証法は、主として公的研究機関において規制手段として開発されている。米についても、DNA判定による品種鑑定や、同一品種であっても無機元素分析による産地判定法が開発されている。

これらの手法は、取り締まる立場で活用されているものであるが、民間ベースでの商取引上の手段としても利用可能なものであり、それによつてみずからの製品のアイデンティティを確立しておくことも有効と思われる。

食の安全・安心対策に国境はない。輸出品が必ずしも危険ということもいえず、高価な国産品でも、安全で良品質のものは海外でも売れる。

安全・安心対策は、これまで「盾」のように守りのツールとして位置づけられてきたところがあった。しかし、むしろ客観的・積極的に安全・信頼を証明し誇示していくことにより攻めのツール「矛」にも成り得る。

すなわち、この分野では「矛盾」はなく、そういう意識を持つかどうかの方が大きな課題といえる。

# 米粉パンなどで米の消費拡大を

米の消費拡大には何が課題か。カギを握るのが新規米粉の技術だ。この技術を活用した米粉によるパン、めん類、洋菓子類などによって粒食（ご飯）に加えて粉食が定着すれば、間違いなく消費拡大につながる。サポートする「国内産米粉促進ネットワーク」の動きもポイントだ。



協同組合 米ワールド21普及協議会専務理事

**高橋 仙一郎** *Senichiro Takahashi*

たかはし せんいちろう  
1943年新潟県生まれ。日本大学商学部卒。66年から食品関係数社に従事。82年(株)新潟グルメ設立。84年ニイガタ首長国連邦運営協議会設立。2000年(協)米ワールド21普及協議会設立。08年国内産米粉促進ネットワーク専務理事。

## 二世紀型の米消費拡大

われわれはいま、「二世紀型の米消費拡大」を促進し、食料自給率も向上させ、次世代を担う子どもたちに日本の「食料安全保障」を大切な共有財産として残すべきだ、ということを実践に打ち出していきたい、と思っています。

「二世紀型の米消費拡大」とは、いったい何なのかと思われるでしょうが、これは、新規米粉の技術をうまく活用して、米粉によるパンやめん類、洋菓子類、さらにはお好み焼きなどをつくり、従来の粒食（ご飯）という食べ方に加え、粉食としても米を新規活用すれば、間違いなく米の消費拡大になる、これこそが二世紀型のものである、という考え方なのです。

これから、新規米粉の技術の深化状況、それを踏まえた新しい米の食べ方などをお話させていただきますが、その前に食料輸入大国でもある日本にとって、かつてない劇的な変化が起きていることに触れたいと思います。多くの国民が「食料」に対する不安を抱くと同時に、関心を持ち始めているのです。

戦後の食料をめぐる状況について、ぜひ、申し上げておきたいことがあります。

昭和三〇年～三五年ごろまで日本の食料自給率（カロリーベース）は、八〇%前後でしたが、その後徐々に下がり続け、平成一八年にはついに三九%と世界最低水準にまで落ち込んでしまいました。食料純輸入国といってもいい過ぎでない日本にいま、未曾有の世界的な食料危機が押し

寄せ、食料需給のバランスが一気に崩れ始めました。食料は「戦略物資」というのが昔から世界の常識とされてきたはずなのに、私たち日本人は、こうした状況に危機感を持たず、平和ボケになっているのではないのでしょうか。

日本は敗戦・占領を経て米国の農産物輸出先となるべく食の欧米化を受入れてきた過去があります。昭和二五年ごろのモノ不足時代、アメリカの余剰小麦の売却先として日本が挙げられ、小麦粉パンが日米相互援助協定(MSA)によって脱脂粉乳とともに日本へ上陸し、日本人の栄養改善、体位向上を理由に半ば強制的に導入されました。

子どもの舌にしっかりと、嗜好として刻み込まれ、人間の味覚がほぼ形成される年齢である

一二歳ごろに小麦粉パンの受け入れ態勢が整えられ、日本人が持っていた食文化は根底から覆されてしまいました。

学校給食の小麦粉パンで育った当時の子どもたちが、大人になる頃からお米の消費が減り始めました。子どもたちが大きくなるにつれて、ますますお米の消費が減り続け、昭和三十七年ごろまでの日本では一人年間一二〇キのお米を食べていたものが、今では約六〇キと半減してしまいました。そして小麦粉のパン食三世の時代に入りコメの消費現象に歯止めが掛からない状況下にあります。

### 小麦粉代替出来る米粉の新技术

こうした中で、幸いにも平成三年、新潟県食品研究所(現 新潟県農業総合研究所食品研究センター)が、うるち米の微粉化技術を開発、従来から和菓子に使われてきた米の粉とは異なる、粒子が細かく、小麦粉の代替に出来る画期的な米粉の技術開発を完成させました。

何よりも、日本人の体質、元来の食文化に回帰できる米を「新規粉体利用」することで、消費者の要求でもある現代の食生活に沿いながら、従来からの粒食(ご飯)に加え、粉食としても新規活用していくことが可能になったのです。

これによって、「二十一世紀型の米消費拡大」を促進し、食料自給率も向上させ、次世代を担う子どもたちに日本の「食料安全保障」を大切な共有財産として残すことが大事です。

米が粉として用途拡大されれば、世界に共通する食料として、小麦とともに地球規模での食

料不足時代に向けて、大きく貢献できます。

そういった意味で新規米粉は今後、極めて重要な意味を持つてくるのではないかと考えています。

この「微細米粉」は、原料となるうるち米を酵素処理し、細胞間結合を弱めた上で微粉体化を行うことにより、小麦粉の粉体特性により近い特性を持たせることを実現したものです。

また、これまでの米粉をより品質向上させた二段階製粉という方式も開発されました。

この二段製粉技術を全国に普及させて、減反を強いられている日本農業を活性化させることが可能です。そして日本の食料自給率向上の突破口となり得ます。

平成六年、日本の食料安全保障を確立すべく普及に向けた諸準備のため、農業生産者はじめ関係者や機関によってプロジェクトチームをがスタートすることとなりましたが、これはまさに、生産者ニーズからの出発でもありました。

### 新規米粉製造でモデル工場

平成一〇年になって、この新規米粉製造のため、モデル工場を国・県の補助事業を導入して新潟県黒川村(現 胎内市)が設置。専門ノウハウを活用すべく民間業者も参加してもらって第三セクターで運営することとなり、その年一二月より稼動し、この技術による新規米粉の供給が始まりました。

平成二二年七月には第三セクター(新潟製粉)を支援し、本事業を全国に普及するため、協同組合「米(マイ)ワールド21普及協議会」を設立して本格的に普及活動を開始したのです。

普及にあたっては、商品開発で一番重点を置いた米粉パンから始めたものの、当然のことながら、あらゆる面で既存の小麦粉製品と比較され、期待、挫折、そして改良・改善、希望という繰り返しでした。

このような中から開発された米粉パンの特徴は①水分含量が多いこと、②エネルギー比較では水分の多い分固型物含量が少ないためカロリー部分も少なく低カロリー食品であること、③タンパク質の栄養価が高いこと、④血糖値の上昇が緩慢であること、⑤加熱特性、⑥副食献立を選ばないなど多くの特徴があります。

冒頭で触れましたが、自給率四〇%(平成一九年)ということとは、六〇%を海外に依存しているわけで、農産物だけを見ても、過度に海外に食料依存している日本の現実があります。

日本の食料自給率の低さは単に農業施策だけでなく、外交や労働、経済などトータルでの施策の結果ともいわれています。

食料の海外依存に警鐘が鳴らされ続ける理由としてはこのほかに、地球規模での水不足の進行も関係しています。輸入農産物の生産には膨大な水が使われているのです。

加えて、輸入に伴う輸送のためのエネルギーと二酸化炭素の削減問題もからみ、日本の食料問題は、価格高騰、量的制約、品質問題からウォーターフットプリント(水の足跡)、フード・マイルと、尽きることがありません。

日本では、かつて消費は「美德」とされ、輸入もまた「美德」と考えられていましたが、すでに世界では通用せず、むしろ食料輸入にたよる日

本が「迷惑な存在」といわれ始めました。食に關する世界の情勢は今年に入つて一変してしまい、日本人の食の常識が、世界では非常識となつていくことを私たちすべての日本国民は、まず認識すべきです。

## 粉食利用で自給率向上を

このようになつてない食をめぐる急激な変化に今、日本で唯一生産余力があり、全国の多くの農家の方々が生産拡大を切望して来た『お米』こそがまさに救世主なのです。

日本の自然条件に最も適し連作障害もなく、反収も多く、栄養素にも大変恵まれているという「お米」の粉食利用こそが「二世紀型の米消費拡大策」食料自給率向上の突破口となります。そして食料安全保障、食料主権国家の確立に向け、日本国民にとって必要不可欠な最重要穀物として『お米』の増産態勢を促進し、新規米粉の原料米として本格的に取り組んでいくべきと考えます。

この新規米粉普及の現状としては、製粉技術に關してはほぼ確立したといわれております。また、米粉パン、洋菓子類、めん類など商品開発も一様のレベルに達しており、小麦粉と同様の加工食品が可能となりました。

また調理用としても、従来の小麦粉よりむしろ使い勝手もよく、吸油量が少ないため、健康面からも関心が高まり家庭用に普及し始めました。すでに全国の学校給食への導入も急速に拡大してきています。

さらに、外食産業でも郊外レストランやコンビニ

二業界でも拡がりを見せ、全国各地の専門店・大手パン業者・スーパー業界での導入が進んでいます。

特筆すべきは、農家の方々が個人であるいはグループで自家製粉機を設置したり、委託製粉をしてそれぞれが生産したお米を使つて、パンやお菓子を作つて販売する方々が増えていることです。ただ、普及や定着に向けてはまだいくつかの課題があります。

まず第一には、価格の問題です。生産者（農家）、製粉加工業者、商品製造業者、販売業者、各段階毎の流通経費がありますが、それぞれ既成概念を変えて取り組まなければ解決はむずかしいと考えます。

製粉加工段階での仕入原料米価格は、現物弁済米での調達が現状では最安値となりますが、この価格でも小麦粉との価格差を圧縮していくにはきびしく一キロ六〇円をめざしたいところかと推定されます。

生産農家での出荷価格として「再生産」を持続していくには反収一〇万円は……との声を多く聞きます。しかし、現状の加工用途米はキロ一〇〇円前後をベースに、コスト削減、多収穫米導入等生産者段階でも知恵を出し合った上で交付金での調整が必要かと考えます。

商品製造段階での仕入価格帯としては、現状（平成二〇年一月値上後）の小麦粉の実勢価格は強力系キロ一五〇～一七〇円、中・薄力系キロ一四五～一六五円が上限とされている中で、パン用米粉でキロ二八〇～三五〇円（ただし、ここは各社の事情によって幅があります）と推定されます

が、出来得ればキロ二〇〇円をめざしたいものです。

ただ、国産米による安全・安心を求める消費者側からの受け入れに向けて環境も醸成されつつあり、価格差に対してはあと一歩というところかと推定されます。

## 米粉パン技術指導の体制を

第二に、米粉パンの製造技術に対する指導体制の確立が急務です。

これは、洋菓子類、めん類、調理用に対してはレシビ対応で大丈夫ですが、米粉パンは、製パン方法でいくつかのポイントがあり、レシビ対応だけでは十分でないため、パンの専門業者の方々に對して、講習会なども各地で始められています。

第三には、製粉工場（設備）の設置です。小麦粉は基本的には輸入が前提のため、港に超大型製粉工場を設置しスケールメリットを追究した産業とも云えます。

しかし私たちが一五年余の草の根普及活動で学んだ事は、全国の農業生産関係者（個人・単協・自治体など）のだれもが異口同音に「地域で採れた米を粉にしたい」との強い希望があることでした。

このため、原料米の供給システムは、農水省食糧部を中心に「新規需要米」として生産調整の旗手として、各種施策が急速に促進されています。そしてこれと連動して製粉工場などの設置に向けた支援策も打ち出されていますが、「関係者」の連携が前提となっているため、出口部分である米粉製品製造事業者、販売業者との連

米粉でいろんな米粉食品が  
出来ちゃいます！

米粉商品名	米粉は油の吸収が少なくヘルシーな食材！ 米粉の使用状況等	小麦粉に 変わる米粉の割合
ヘルシーな 米粉天ぷら粉	天ぷらの衣に米粉を小麦粉と同じように使用 油の吸収を抑えカラット揚がるのが米粉の特徴！ 米粉は油の吸収が小麦粉より少ない性質があります。	100%
ヘルシーな ホワイトソース	鍋に牛乳500g、米粉50g、コンソメを加え混ぜる。に鍋を火にかけ弱火で15 分程度温める感じでホペラ等でとろみがつくまでゆっくりと混ぜる。とろみがつい たら塩、コショウで味付けし、最後にバター20g程度を風味付けに入れる。	100%
お好み焼き	米粉を使用した生地に、キャベツ、豚、長いも、ネギ、生薑、ダシ、水、醤油等を適 宜加える。	100%
クレーマーな たこ焼き	米粉を使用した生地に、豚、長いも、ネギ、生薑、ダシ、ガラスープ、たこ、水、醬 油等を加えて作る。	100%
コロケなど	小麦粉に変わり米粉をまぶし、溶き卵をくぐらせパン粉をつけてフライに！ 米粉は溶き卵をはじかずきれいにパン粉が付きます。	100%
マドレーヌ	米粉100%（微細米粉）にバター、全卵、砂糖、ベーキングパウダー、食塩を加え る。（小麦由来なし。）	100%
クッキー	米粉100%に卵、バター、砂糖等を加え、小麦粉のクッキーと同様に作る。	100%
シュークリーム	シューもクリームも小麦粉を一切使わず米粉（微細米粉）を主原料に作る。シュー は、油、水、米粉、全卵等、クリームは、牛乳、砂糖、全卵、米粉を加えて作る。 （小麦由来なし。）	100%
シフォンケーキ	米粉100%使用でしっとりシフォンケーキが作れます。	100%
しっとりな ロールケーキ	米粉100%使用でしっとりロールケーキが作れます。紫黒米を使えばよりしっとり 真っ黒なケーキに、20%玄米米使用でグリーンのケーキになります。配合率で色 の変化が	100%
種	米粉（上新粉）を主原料にグルテン等を加える。高アミロース米（アミロース30% 以上） を使えばより種加工適性が良い。	80%
ピザ	米粉パン用クラストは、米粉パン用メックス粉を使用し、米粉パンと同様にこね上 げ生地を作る。具を適宜トッピングする。発酵は少なくてよい。	80%
調理のとろみつ けに！	片栗粉の代わりに米粉（微細米粉）を使えばとろみ付けに！ 翌日になってもしっ かりとろみは残ります。（片栗粉は時間と共にとろみがなくなります。）	100%
ジャーマン ポテトグラタン	米粉100%使用のホワイトソースをベースに生クリーム、スライスポテト、ベーコンを 加え、その上にチーズを乗せて焼く。	100%

2008.10 CAP、N作成者・森田

携にまで結びつけるにはハードルが少し高過ぎる  
との声も聞きます。

そのほか、地域内や自分たちで作った米で、パン  
やお菓子を作りたいと普及センターや自治体の  
関係者に相談しても、現場では米粉事業、米粉  
製品の製造技術指導者など詳しい経験者・指導  
者が少なく、相談するところがありません。

また「的確なアドバイスやサポートする人たち  
も周囲に見当たらない」、あるいは、「グループで試  
作品を作ったが、とても販売できる商品力のあ

るパンにはならなかった」という実体験から、「事  
業として本格的に取り組むため一定期間専門  
家による徹底した技術研修を受けたい」との声  
も多いです。

### 課題解決に向けネットワーク

また、実際は「米粉入りパン」にすぎない程度  
の混入割合のパンを「米粉パン」と表示するなど  
新規米粉は産業としては創生期を迎えた段階  
であり、共通した米粉の規格や技術水準・技術

の指導体制が確立されていません。

そこで、さきほど述べた三つの課題の解決に向  
けた諸活動を含め新規米粉を産業として育て  
ていくために、原料米供給（農業者）、米粉の加  
工、米粉商品製造・販売、開発、マーケティングま  
で現場で提起されているさまざまな問題を解決、  
サポートしていくネットワーク組織として、「国  
内産米粉促進ネットワーク」を米粉に造詣の深  
い方々が集まって九月にスタートしました。

「国内産米粉促進ネットワーク」略称CAP・  
N（キャップネット）では、関連団体との連携・相  
互補完、情報交換を図るとともに、次のような  
事業を推進しています。

- 情報の収集・提供とセミナーなどの開催
- 新規米粉食品などの製造技術講習会
- 米粉パン技術者の養成
- 事業計画、事業組織化、管理運営のトータ  
ルサポート
- 新規米粉の商品開発、市場調査、流通チャ  
ネル開発などのサポート
- 副原料などの共同購入の推進
- 米粉製粉機械、製パンなど関連機器の紹介  
——といった事業です。

これらを積極的に推進してゆくべく活動を開  
始しています。

経済効率優先による農村の疲弊・地球規模で  
食料、環境の危うさが増すいま、日本の食と農  
業を守り、次世代を担う子どもたちに「日本の  
食料主権」というかけがえのない共有財産を残  
していくことが、現代の私たちの責務でもある  
事を認識したいものです。

# いまこそ米のマーケティングを

輸入小麦粉の価格上昇を通じてパンなどの値上げが続く中で、割安感の出てきた米へ回帰する動きが起きている。米が主食の世界で復権するチャンスだが、そのためにも米のマーケティングが重要になってくる。その場合いかにたくさん買ってもらうか、そして食べてもらうかだ。

## 家庭で「ご飯回帰」現象

米が政府の干渉から外れたいまも、米農家は管理時代の後遺症が残っている。いまだに少しでも高く売りたい、どうやって高付加価値販売をするか、ということのみに関心が向くという重篤な症状を呈しているのだ。一方で、自由販売時代が来たのだから、安くしたら売れるだろう、という市場原理もいまは昔。現代の消費者はそれほど単純ではなく、また貧しくもない。

米は、今や一般食品であり、しかも「ご飯」の原材料である。だからいま、「米のマーケティング」を考えると、そこに必要なのは、「いかに高く売るか」ではなく、「いかに、たくさん買ってもらうか、たくさん食べてもらうか」という意識へのシフト・チェンジである。

それは農産物一般にいえることでもあり、また一方では一般食品ならすでに実践していることなのだが、意外にも米販売などの世界では、時代を先取りするような動きになっていない。

米にいま、「神風」が吹こうとしているのかもしれない。というところ、えっ、どういうことかと思われる方もおられようが、国際的な穀物高騰のためパンやめん類など小麦粉製品の値上がり止まらず、家庭における「ご飯回帰」現象が起きているのだ。

実際、毎日食べる主食についての消費者調査では、米の値下がりを機に「パンやめんに代えて米の消費を増やす」という米回帰派が四一％に上ったという。（農林漁業金融公庫「現政策公庫農林水産事業」、五月実施、全国の二〇～六〇代の男女二〇〇〇人を対象としたインターネット調



流通ジャーナリスト

小林 彰一 *Syoichi Kobayashi*

こばやししょういち  
1949年長野県生まれ。早稲田大学文学部心理学科卒。  
(株)農経企画情報センター代表取締役。「農経マーケティングシステムズ」主宰、情報紙「新感性」編集・発行。  
著書に「日本を襲う外国青果物」(家の光協会)、「レポート青果物の市場外流通」(家の光協会)、共著に「野菜のおいしさランキング」(晩声社)など。

査)。この調査を根拠に、「今後の価格動向次第では、長らく続いていた日本人の米離れに歯止めがかかり、ご飯食回帰が起こる可能性も」という見方が示されている。小売店の現場でも、それを裏付ける現象が起きている。この秋、スーパーや生協で新米の売れ行きが好調だ。店頭価格は前年に比べ五<sup>キ</sup>ロ当たり一〇〇円程度高いが、売れ行きは「前年を上回っている」との回答が多く、八割の店で一〇～二〇%もの売り上げ増だという。（日本農業新聞調査、一〇月下旬）。

また、「ふりかけ」や「のり」といった「ご飯の友」の売り上げも伸びており、前年同期を二割上回るケースもある。輸入小麦の高騰でパンなどが値上がりし、米に追い風が吹いている、節約志向が広まり外食を抑えて家庭で食べる内食傾向が強まった、などがバイヤーたちの分析だ。「ご飯に



追い風が吹いている。これで「安心…」などと思っ  
たら大間違い。そんな風まかせ、運まかせでは、  
いったん逆風が吹いたらひとたまりもない。

実際、「米回帰現象」の原因といわれる、外食利  
用頻度の低下による内食回帰傾向は、単に消費  
者の生活「不安感」によるものであつて、外食産業  
側の巻き返し戦略や、金融不安などが一段落す  
れば、揺り戻しがあるのでは、との観測がある。

また、「パンから「ご飯へ」という説についても、す  
でに業界関係者の間から疑問の声が呈されてい  
る。ペーカリーの来客数は確かに一〇%前後の  
落ち込みを見せているといわれるが、製粉各社の  
販売量実績はほとんど変化なく、値上げした分  
だけかえつて収益を上げている(バンニューズ社調  
べ)。二一年の春先には麦価の値下げも確実視  
されるなど、パン業界だつて黙つてはいない。

米への需要が動き出しているいまだからこそ、パ  
イを逃がさないため、米のマーケティングのあり方  
を整理し進むべき方向性を定めておきたい。いく  
つかのポイントごとに考えてみよう。

### 米購入で「リピーター」どう確保

まず、地産地消など直売の見直しが一つだ。

全国的な地産地消運動の展開で、各地の直売  
所の売れ行きはいい。米についても、地域によつて  
は、地域内生産量の三割、四割を直売所で販売  
するようになった事例もある。そんな地域での  
課題は、買い物に訪れる消費者をいかに何度も  
足を運んでくれる「リピーター」とするかだ。

その点で興味深いのが米の「顧客管理」だ。成  
功している米穀店が採用している「米びつ管理」

を参考にすることだ。

会員制度などの形式をとり、家庭の家族構成  
を掌握して、一日の平均的な消費量や家族の料  
理の好み、遠足、運動会といった消費が増えるイベ  
ントなどを考慮し、「そろそろ買いどきですよ」「つ  
ぎはこの米はいかがですか」といったアナウンスを  
する。配達や配送なども考えてあげたいところだ。

また、コストをかけ、手のかかった特別栽培米や  
有機米などは、高く売らなくてはならない、とい  
う意識があるから、都市への出荷・販売を考  
えよう。しかし、地方においても地域内には「ごだ  
わり米」にお金を出す消費者は少なくない。とく  
に最近では、地産地消意識の高まりもあつて、「地  
元ブランド米」に対する需要がたかまつている。

全国各地どこでも一つや二つはある「地元ブラ  
ンド米」で、顧客管理できたらそれが継続的  
な「有利販売」が可能になる取り合わせだ。直売  
は、消費者を顧客に持ったつもりでも、消費者側  
からは選択肢が数限りなくある。

「安心・安全」にあぐらをかかず、消費者に対  
していかにステイタスとサービスを提供できるか  
である。単純な顔の見える関係だけでは、消費  
者をつなぎとめられないことを認識すべきだ。

二番目としては、「業務用米」などで用途別  
提案をすることだ。

いま一時的な内食回帰現象があつても、米を  
含む農産物は家庭用より外食・中食分野が着  
実に伸びているという事実は紛れもない。業務  
用は、単純に「ご飯」として食べさせるのではな  
く、井やおにぎり、カレーや寿司などの形で消費  
者に提供される。

また、地域内で生産されるすべての品種や等  
級の米が、「ご飯」としておいしいわけでもない。

### 米の特性に応じ用途別提案も

しかし、それらの米の特性に応じて、用途が提  
案できれば、それなりにおいしく食べられる。こ  
の用途別提案は意外に重要だ。

典型的なのは、日本人ではあまりおいしいと  
感じないカリフォルニア米やタイ米も、用途さえ  
間違わなければ、それなりに売れる。

郊外型レストランの「デニーズ」では、カリフォル  
ニア米の、粘りが少なく、香りや味を吸収しやす  
い特性を利用して、米をチリペーストなどで煮込  
んだ米国南部料理の「ジャンバラヤ」、「チキンジャ  
ンバラヤ」を販売している。タイ料理の「カーオ  
パツ」、インドネシアやマレーシアの「ナシゴレン」  
には、タイ米のバサバサ感と香りが不可欠なのだ。

また、ハウス食品では、新潟県妙高市で栽培さ  
れた粘り気の少ない中粒種を、「カレー」にピツタリ  
の米・華麗舞」として、カレーのルーと組み合わせ  
販売している。丸美屋の「究極の麻婆米」、ホクレ  
ンのチャーハン用「大地の星」も同じコンセプトだ。

北海道産の「きらら」の三年米の水分の少な  
さが、ちょうど牛井の汁とよく馴染む、というの  
は業界で有名な話だ。調理方法や食べ方に合っ  
た「専用品種」や、業務用特化の産地づくりとい  
ったテーマが控えていることは、いうまでもない。

三番目が「ブレンドのプロ」と連携することだ。  
単一銘柄・品種だけで勝負できる米は、実はご  
く少ない。だからすべての米をおいしく食べても  
らうためには、「ブレンド」技術が不可欠なのだ。

そこに米穀専門店によるプロのワザが必要になる。

低アミロース米を二五%混ぜると、粘りとツヤが出て若干、軟らかくなるなど、ブレンド米は米穀専門店の技術のみせどころだが、この分野は生産農家はシロウトだ。そんなプロたちと、地域レベルで連携していく必要があるだろう。

コメ消費の減少傾向が続く中で、「ひと味違ったお米を食べたい」という消費者の要求は底がたい。そんなニーズをつかんでいるのが、日本米穀小売商業組合連合会(日米連)が認定する「お米マイスター」の認定米穀店たちである。

「こだわりのたまごかけごはん」は、コシヒカリをベースにした硬めの味わい。たまごやしよゆをからめても粒が引き立つようにしたものだが、「お子さん大好きオムライス」などもある。

「お米マイスターのえんむすびわざヒカリ」は、青森産つがるロマンをベースに、粘りすぎず硬すぎないというおにぎりに求められる点を重視した。「江戸の米蔵等米」は、コシヒカリをベースに一等米だけを使い、味を調整している。「穂の舞」は、コシヒカリにミルキークインを加え粘りを出したものである。すべて、ブレンドを楽しむ消費者に対するコメ屋としての商品提案である。

## コーヒー店でも米粉加工品

四番目としては、「米粉加工品」の分野にどう対応するか、という点がある。

政府が米粉増産の方針を打ち出したり、学校給食分野で米粉パンが半強制的に採用されるなどの官のサイドでの動きがあるが、民間レベルではすでに企業努力が始まっていて、実用化への

方向に向かいつつある。

製パン大手の山崎製パンでは二年前から、米粉パンを大量生産するために必要な結着剤の試験研究に余念がないが、すでに店頭販売レベルではさまざまな動きがある。

コーヒー販売のスターバックスは、コーヒーには米粉ケーキが合うとアピールして、昨年夏までに全国七五〇店舗で米粉を使った「ロールケーキ」の販売をしている。

米粉を製造・販売するレベルでの技術革新も進む。コメ卸大手、木徳神糧の「米粉ファイン」は、パンや揚げ物など用途を提案することで、売れ行きは前年比二〜三割増の勢いだ。

群馬製粉の「リ・ファリース」は、アレルギーの人にも食べられるケーキ用米粉で、洋菓子作りで使う薄力粉の代わりに使える。製めん用の米粉「丁麵」もある。加藤粉体技研のめん用米粉「エンパウダー・オリュン」を使い、小林生麵が製品化したのが「お米のラーメン」「お米の平うどん」などだ。こうした状況に対して、生産側としては、どう原料供給するか、それとも製造加工までの分野をも考えるのかはテーマ含みである。

ただし、国産米が対応をもたつくと、現状でもタイなどから輸入されている米粉調整品(米粉に砂糖やスターチを混ぜたもの)が増えるだけ、ということになる。

五番目としては、家庭用需要の定着と拡大のために、という問題がある。

売れ始めた家庭用の米であるが、この需要を逃がさずさらに拡大するための方策を考えなくてはならない。届けてもらえれば買える、安心・

安全が保証されれば買う、炊いてあれば買う、という需要もあるのだ。

田植の前に新米の年間購入予約を受け付ける、パルシステム生協連合会の「予約登録米」が二〇〇八年産で一万ト(玄米)を初めて超えた。申込者数は、昨年の一万人から一四万人に急増した。

食の安全問題が相次ぐ中で、生産者の顔の見える産直米のニーズが高まっていること、毎月自宅に配達してもらえるとという便利さも消費者の心をつかんでいる。

生産・販売側としては、米をたくさん買って欲しいが、米は重量的に重い。無くなったらすぐに欲しくても、重さゆえにためらう消費者には、宅配システムをからませるのがいい。

## いろいろな米を少しずつ

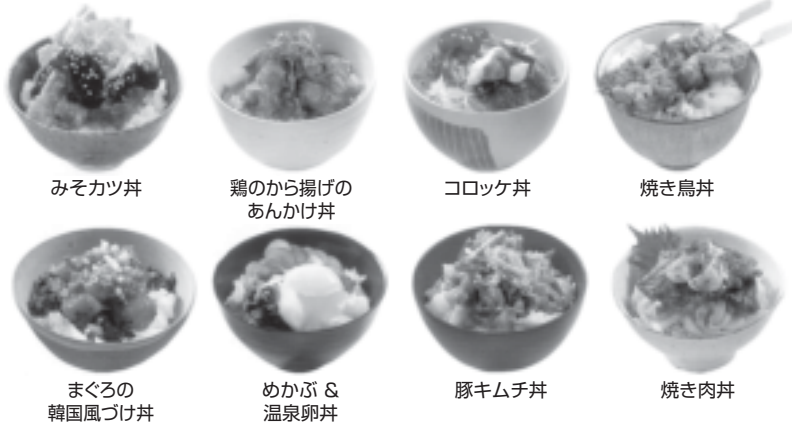
もつと販売数量的に米を軽くする、という発想もある。米販売で、一キ以下など小分けした商品の売れ行きがいい。「いろいろなお米を少しずつ食べ比べたい」という消費者のニーズを満たすため、スーパーからの商品化要望が強い。

ヤマタネは九〇〇㌔入りの「米(まい)すたい」を四月に販売した。秋田産あきたこまち、魚沼産コシヒカリなど五種類を、スーパーからの少量規格に対する要望で商品化した。店頭では六八〇〜七八〇円前後だ。

米卸会社の大和産業も、イオンを通じて小分け商品を取り扱っている。イオンが昨年からは四五〇㌔と九〇〇㌔入りの袋。四五〇㌔入りは秋田産あきたこまち(三八〇円)、魚沼産コシヒカリ(五五〇円)など全八種類だ。

### 新米で味わうお手軽丼

とれたての新米に、おかずをのせるだけ。  
さっと作っておいしく食べる、元気印のお手軽丼です。



これら「いろいろなお米を食いたい」「精米後の商品を早めに食べきたい」という客の声に込められるのは、小売業や卸業者しかできない発想だ。食べる回数が減るからこそ、おいしいコメだけを食いたい人もいる、という現実もある。

家庭で食べる「ご飯」のうち、米で買って炊飯して食べる機会が減っているが、電子レンジで温めて手軽に食べることができ「バック入りご飯」の市場は拡大している。生産量は一〇年前の五倍だ。電子レンジの普及や調理の簡便化志向を背景に、単身世帯の増加、核家族化、高齢化などがその要因だ。食品メーカーは、これら「ご飯

を買う」人たちに標準を合わせ多様な商品を入。〇九年度予測で一一万四〇〇〇ト、約六三〇億円のマーケット(無菌包装米飯とレトルト米飯)の争奪戦は、激化の様相を呈している。

六番目としては、消費者には具体的なメニュー提案をする、ということがある。

消費者が米を買ってくれない、だから消費者拡大運動を、それには食育や自給率向上を訴えれば…、そんな発想はもうやめにしたい。消費者は便利でおいしければ、まだまだ米を消費するのだ。

農水省の「めざましごはんキャンペーン」のキャッチは「Have a rice day!」(いっ一日を朝ご飯から)だった。JA全中では、米消費拡大のために「ごはんちゃん」なるキャラクターを作った。

しかし、それだけでは効果は期待できない。いかに米にまつわる商品の売り上げ拡大をするかを競い合っている民間に、報奨金や補助金、リテイルサポート(小売店支援)の形で使うほうがよほど効果的だ。

永谷園が力士の高見盛や元気な青年がお茶漬けをうまそうに食べるCMのほうが、どれほどご飯を食べさせる効果があるか。各コンビニで競い合つて商品開発してきた「おにぎり」は、すでに三〇億個を超えたという統計もある。

### 米のおいしさ提案がポイント

コンビニ業界に「米消費拡大」を推進する国や団体が「感謝状」を出したという話は聞いていない。

消費者は、そんな食育とか健康とか自給率とか「有り難い」提案では動かない。動かされるのは具体的な「おいしさ提案」でしかない。

「ご飯を食べてほしいなら、ご飯をどうやって何と食べればおいしいか」という提案をしなければならぬ。そこにチョイスを与えることだ。

「ご飯の宣伝は、「おかず」の宣伝と共にある。場合によっては、そのおかずの宣伝だけをしてもいい。お茶漬けの宣伝は、それだけでご飯を食べる宣伝になつてははずだ。

そんな発想をすると、あらゆる丼物や混ぜご飯の仲間、カレーや寿司もご飯が無ければ成立しないメニューであることに気がつく。

昨秋、スーパーでの新米販売が順調だったのは、多くの店舗で「新米で味わうお手軽丼」といったメニュー提案をしたからだ(写真参照)。

この提案が秀逸なのは、丼(またはおにぎり)という具体的な「お勧めメニュー」を、同じスーパー内で売られている惣菜類とクロスMDで提案したことである。「みそカツ丼」「鶏のから揚げのあんかけ丼」「コロッケ丼」「焼き鳥丼」など、「丼(またはおにぎり)」を提案することで、自動的に新米を買ってもらえるのだから…。

生産現場からも、そんな発想の商品がようやく出てきた。昨年夏、中元需要を見込んで、大分県の漁業者グループが米農家と連携して「鯛めしセット」を売り出した。鯛を骨ごと煮込んだスープと煮た半身の鯛、それと近隣の農家の特別栽培米二合(脱気包装)をセットしてある。これらをすべて炊飯器に入れてスイッチを入れるだけで、まるで土鍋を使った本格的な「鯛めし」の食味が味わえる。

消費者に対する具体的な米消費提案とは、こんな連携と発想で行なわれるべきである。

米粉に熱い視線が注がれている。背景にあるのは小麦価格の値上がりと、米粉にむけた国内対策の後押しである。小麦は今年、政府は二度も売り渡し価格を引き上げた。原因にはオーストラリアの干ばつやアメリカの水害などの世界的な不作がある。そこに原油の国際価格の高騰がかさなった。一方で、注目は米粉の国内対策である。政府は新たな水田農業対策に米粉の生産振興を促進する約四五〇億円の前算を計上した。

三年前、いち早く増産態勢を整備して米粉の製造販売を手がけている会社がある。休耕田が増え、米粉に水田農業復活の期待もかかるなか、米粉の可能性を聞いた。

### 農工商が動き出す

「米粉は魅力ありますね」。株式会社藤井商店社長である藤井順一さんは、冬にはめずらしい越後の暖かな陽射しを浴びた社長室で上着を脱ぐと、確かな口調でそう答えた。室内のそこかしこには十数体の旅客機のミニチュアが置かれた不思議な社長室である。

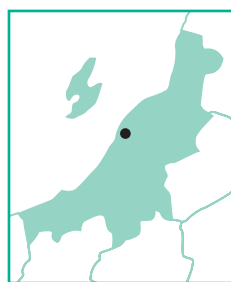
「米粉の気流粉砕機を新しく導入しました。三年前ですが、七億円の前算投資です」。気流粉砕機

## 経営紹介

# 設備の増強には果敢に 人員計画は慎重に行う



藤井 順一さん



新潟県西蒲原郡弥彦村  
株式会社 藤井商店

- 社長 ● 藤井 順一
- 創業 ● 1947年(昭和22年)5月
- 事業内容 ● 主食用米、米菓用原料米、米菓用穀粉、味噌醸造用原料米、ビール醸造用米、飼肥料、油脂用糖、酒造米委託搗精(以上加工品目) 食品加工、販売他
- 資本金 ● 2000万円 売上高 ● 120億円 従業員 ● 100人

というのは一日四八トの生産能力をもつ最新鋭の米粉の製粉機である。しかしながら、現在、一日二四トの稼働しかしていないと、藤井社長は苦笑する。理由は簡単で、まだそこまでの需要が伸びていないからである。消費拡大には、小麦との価格差がネックになっている。

しかし最近、米粉分野では農工商がそれぞれ米粉開発に乗り出している。食品メーカーもスーパーマーケットやコンビニも積極的に動き始めてきた。先ごろ開催された農林水産・食品分野の技術交流展示会「アグリビジネス創出フェア二〇〇八年」では、農商工連携から開発された米粉食品も目立ち、農業生物資源研究所が米粉専用の水稲優良系統の「esp2」を紹介した。財団法人日本穀物検定協会の萩田敏さんのデータは、米粉のもつ水分浸透性の特質がケーキ、天麩羅に好適と指摘する。パンやめん製品が全国に普及している。市場形成の動きが徐々に、そして確実に広まりつつある。

### 特定米穀の一角を集荷

藤井商店の創業は昭和三二年。現社長は父親の後を継いだ二代目である。創業は鶏卵の集荷販売業。



上：ロボットアームが機敏に動き、作業効率を高める  
下：本社事務室を挟んで、道路沿いに自社ブランド米を販売

三年後の二五年、飼料、油脂、農産物（主に菜種）の集荷販売。三七年から特定米穀、いわゆる屑米の集荷販売を開始する。ちなみに屑米というのは、主食米が精米される過程で選別されて除かれる未熟米や破砕米の呼び名で、おせんべいやおかきなどの原料米になり、味噌やビールなどの醸造用の副原料として使用される。昭和四一年、営業品目に米、雑穀を加える。昭和五〇年、名称を株式会社藤井商店に改め、米菓用、醸造用、酒米用の原料米製造。その後、主食精米を加えて、文字通り、米を取り扱う「総合商店」となる。これが藤井商

店の概略的な沿革である。現在、藤井商店は全国で発生する特定米穀の約一〇%を取り扱っている。「新潟県は菓子王国です。せんべいやお菓子のシェアで約六割を占めています。身近に屑米を求めている需要がありました。幸運でした」と謙虚に語る藤井社長だが、無論、そこには血の滲む努力と創意はいうまでもない。「帽子をかぶってください」と藤井社長に促されて工場に足を運ぶ。入口でスリッパに履き替えると、清潔で塵ひとつない床の先に最新鋭の気流粉碎機の威容があった。機械化された工場内部は、作業員が

はもう一つ、旅客機のリース事業が加わる。「中国で聞いた話ですが、五日間の旅行に二日半は移動だそうですね。時間を短縮して距離を短くすることです。人は近くなるとうれしいものです。近いというのは人間を幸せにします」。そこに事業チャンスがある。現在、二機の旅客機を所有し、広大なブラジルの大空をビジネスの舞台にしている。そのとき一瞬、燃料である石油の将来を疑問視するこちらの心を見透かされたように、「人類は叡智（えいち）によって克服します。技術革新で解決しますよ」と。藤井社長は「楽

少なく、微かに機械音が響いているだけである。「先ずは機械に投資してきました。機械がやれることは機械でやる。この方針で、極力人を増やさないようにはしてきました」。徹底したオートメーション化の道を突き進んだのである。別棟の工場内では、ロボットが動き回る。「設備の増強は果敢に、人員計画は慎重に」。藤井社長はこれを先代から受け継ぎ、経営の基本に据えている。

### 視野を世界に広げる

藤井社長のすすめるビジネスにはもう一つ、旅客機のリース事業が加わる。「中国で聞いた話ですが、五日間の旅行に二日半は移動だそうですね。時間を短縮して距離を短くすることです。人は近くなるとうれしいものです。近いというのは人間を幸せにします」。そこに事業チャンスがある。現在、二機の旅客機を所有し、広大なブラジルの大空をビジネスの舞台にしている。そのとき一瞬、燃料である石油の将来を疑問視するこちらの心を見透かされたように、「人類は叡智（えいち）によって克服します。技術革新で解決しますよ」と。藤井社長は「楽

観的ですかね」と相好を崩しながらも、次代を見据えた経営者の強い意志をのぞかせた。小麦の世界的不作が、米粉にブームの火をつけたが、藤井社長はこう強調した。「一過性で終わるようなことにはいけませんね。そうさせないためには国策が必要です。いま、国の支援が重要なのです」。藤井社長の頭の隅には、世界的な人口増加に起因した食料の危機意識が常時宿っている。社屋の一角に稲荷神社が祀（まつ）られている。「お稲荷さまは稲の使者です」と説明する藤井社長は、「米は昔から捨てることはありません。雨具や屋根や燃料や肥料にして先人に利用されてきました」と楽しそうに語り、「食は一生の仕事です」と真剣な眼差しで言葉を継いだ。工場群の一隅に誘われた。暮れなずむ夕闇のなかに沈む建物のシルエットを指して「洗米廃水を発酵させてガスをつくり、ボイラーの燃料としています」。そう言っただけで笑んだここにも、米があった。工場の屋上ではソーラーパネルから電力補充をする。無駄を省いて、世の人の役にたつ。社名の商店にふさわしい商人魂の息使いである。

# 集落営農で大規模化し改革を

農事組合法人八幡営農組合 代表理事 芦原 安男氏 あしはら

集落営農こそが大規模化の近道で経営改革も可能——兵庫県加古川市八幡地区の六集落すべての農家六四二戸が大同団結した八幡営農組合は設立五年後の平成二三年までには特定農業法人に格上げし、さらに基盤強化をという計画だ。芦原代表理事は国の補助金も必要だが、むしろ自立が重要だという。

## 全集落・全員参加にこだわる

八幡地区は、神戸や大阪などの企業に勤めながら、代々引き継いできた農地を耕作している兼業農家が多い土地柄です。

農地は区画整理した農地もありますが、実施したのが三〇年前ですから一枚当り三〇アしかありません。所有者の違う小さな田んぼを一枚にしたので、一枚の田んぼを何人もが別々に作業することもありました。

まして全体の平均となると一枚当り七ア、一戸当りの所有面積が

五〇アしかありません。それでも、三〇年前は米一俵一万数千円で、まだ儲かっていたので、個人各々で機械を買っていました。

しかし、いまはみんな歳をとって不耕作地がどんどん増え、農業を続けている人でも七〇歳くらいになつていきます。そのうえ、米の値段が下がってきたので、機械の買い替えをどうしようか悩むのですが、先祖代々の農地を手放すことができないばかりか、農地を手放すことには抵抗がある人もいました。

みんながそう考えるようになった時、「この際、集落営農組織を作

ろう」という話が出たのです。最初はなかなかまとまらず苦労しましたが、やっと平成一四、五年に全六集落のうちの五集落でもつて、まず集落ごとの営農組織が生まれまし

た。形だけの集落営農ではなく、本当にみんなで話し合つて運営する組織にするため全員参加にこだわつて説得し、最終的に全戸に加入させました。

各集落で集落営農組織はできたのですが、面積は八〇畝から二〇畝まで大きな差があり、平成一六年になつて補助金が減ったこともあって、二〇畝の小さな集落が苦し

くなつてきました。そこで平成一六年に五つの集落営農組織と、組織化ができていなかった集落の農家全戸がうまく集結し、最終的に八幡営農組合ができました。

組織固めのため平成一七年五月に農事組合法人化しました。さらに平成一八年四月には認定農業者に認定されました。しっかりと形になったのは、正直いつて、このころからです。

設立したところは機械も倉庫も何もなかったもので、資金調達にまづ力を入れるべきでした。しかし、組合員全員・同額出資が重要でした



経営概要



代表理事 荻原 安男氏

農事組合法人 八幡宮農組合

[設立]	平成17年5月
[所在地]	兵庫県加古川市八幡町船町16番地
[組合員]	代表/荻原安男 常時雇用者数/5名
[組合戸数]	642戸
[出資金]	942万円(組合員各1万円+JA兵庫南300万円)
[事業内容]	農地面積/330㌃(組合員保有総面積) 経営受託/(借地) 水稲45㌃、麦80㌃、ほかに大豆、そばなど 作業受託/(水稲の耕運、田植、収穫等) 35㌃ 食堂(風雅亭)

ので、出資金を一戸一万円と小額にしたため、農協出資三〇〇万円を加えても出資金が九四三万円しかありませんでした。

さらにその上に、米価下落も止まらない時期でのスタートになってしまったので苦勞しました。そのため、農協から借入れしてしのぎながら、四〇〇〇円/三〇<sup>キ</sup>でも採算が取れるようになることを目標として、効率化と付加価値取り込みのため、考えられる限り、いろいろなことをやってきました。

たとえば機械と倉庫に関しては兵

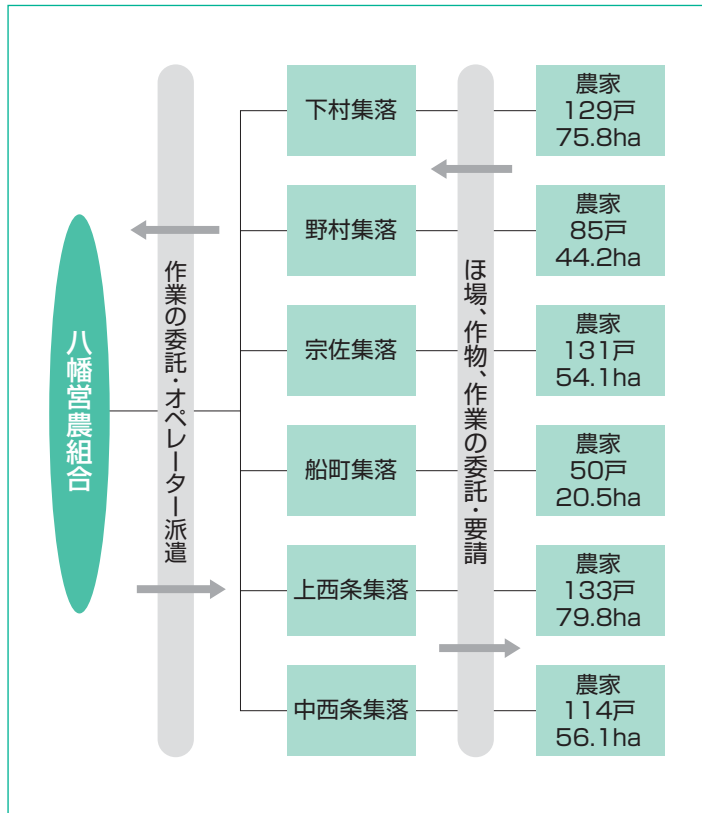
庫南農協からリースで借りてフル稼働させています。トラクターは三年間で一四〇〇時間稼働していて、タイヤが擦り切れるまで使っています。

また、事務所や工場は自前のもので持っていますので、農協の遊休施設を貸してほしいと言って借りています。

経営受託する農地の借地料に関してはタダ、また不耕作地で荒れた土地を農地に戻す場合には逆に手数料を取っています。

米・麦以外の作物も積極的に栽培しています。組合員と競合しな

八幡宮農組合作業対応図



いように気をつけており、気苦勞、それに制約などもあります。いまはソバ・さつまいも・にんにくなどを栽培しています。

付加価値ある生産物を意識

ただ、われわれが意識したことは、栽培するだけではなくて、生産物に付加価値をつけることでした。例えばソバは麺やそばだんごに加工した上でそば屋に販売していますし、「八幡厄神そば」として商標登録のお願いもしています。

他にも、そばから蕎麦かりんと

う、さつまいもはスイートポテト、にんじんはにんじんケーキに、コロケも普通のものを作るのではなくて、焼きコロケにするなど、できる限りいろいろなものを試験的に作り、そして売ってみて、付加価値のついた加工品を増やしています。

農協の直売所の中に「風雅亭」という食堂も作って、加工した食品を直接売り、消費者などの反応など手応えを探っています。

加工しない野菜も、農協の直売所での販売、組合員のツテを頼ってのスーパーマーケット、ホテルへの販

売と、直接販売先を広げています。

うちの組合員はみんな兼業農家ですから、いろいろなツテや人脈ネットワークがあるのです。いいツテがあると、すぐ私が飛んで行って交渉しています。

自分たちの力だけでは限界がありますから、いろいろなノウハウを持つている外部の方との連携にも力を入れていきます。

## 大学など外部との連携も

農協・普及センターからの支援を受けるだけではなく、神戸大学、近畿中国四国農業研究センターと連携を深めています。

神戸大学とは特に結びつきが強くなつてきて、二人の学生さんが卒論をここで書きました。大学と連携するというのは意外なところで役に立つもので、たとえば大学が研究のために組合員にアンケートを取るとみんなの本心が出てきます。これがいいのです。

皆さんの注目も集めているようで、農林水産省はじめ、北海道から沖縄まで一〇〇以上の視察チームがきました。行政も協力的で、ほ場整備のためのパイプライン工事、さらに未整備地の整備などを進めてくれています。

損益は機械のリース料の負担が重いので、平成一九年度まで赤字が続いてきましたが、期間が経過したため平成二〇年度からは黒字化する見通しです。

こちらから組合員に農地を貸してくれとは言わないことにしていますから、まだ自分で耕作している組合員はかなりいます。しかし、信頼されてきていること、そして、組合員の年齢が高齢化してきたために、経営受託している農地は米四五畝、麦八〇畝まで増えてきていて、常時雇用者五名の体制となりました。

現在ある機械で一七〇畝までは対応できるかと思っていますが、当初想定した面積は超えてきているので、機械の能力を増強するか、または常時雇用者の中から独立した人を傘下の農業者として再委託するかとか、いろいろ検討しているところです。

南九州大学農学部が「これがこれからの農業だ」と言つて、うち就職して普通にオペレーターをやっています。北海道の函館出身の人もいます。人材が揃ってきました。

設立してから五年を一つのメドと考えていて、設立五年後の平成二三年までに体制を整えて、特定農

業法人に格上げさせたいと思つています。

ただし、そのために克服しなければならぬ課題はたくさんあつて、いろいろな取り組みを行っています。

具体的に、組合はほ場の数が非常に多くて、経営受託しているほ場だけでも一二〇〇カ所もあり、さらに組合員全員の分を合わせる五〇〇〇カ所もあるのです。

## 農業履歴をパソコン管理

こんなに多いと若い人でも覚えられません。対策として、まずほ場一つ一つの肥料・農薬の投与履歴などの情報を地理情報システム(GIS)管理によって地図と結び付けて、パソコンで管理します。

さらに、各ほ場に小型カメラを設置して時々刻々のほ場別状況情報を加えて、各々のほ場の刻々の状況をパソコン上で逐次把握できるようにする予定です。

これなら、誰でも一目でわかるようになり、効率が飛躍的によくなるだけでなく、さらにいろいろな取り組みができるようになります。

機械にもすべて衛星測位システム(GPS)機能をつけて、ほ場管理と組み合わせパソコン管理できるようにします。

また栽培品目も積極的に増やしている、この管理も重要です。事業部門も農業の作業受託・生産だけではなく、付加価値取り込みのために加工、販売、食堂運営と幅を広げていますから部門別収益管理にも取り組んでいます。

日本は戦争に負けてパン食に変えられてしまいました。その結果食物の輸入が増えてしまい、トラブルが増えていきます。やはり日本人には日本で作った食べ物を食べさせたいと思うのです。

国の補助金はわれわれ農業者にとつて非常にありがたいと思つています。しかし、ばらまきではなく、真の農業経営や環境保全に意欲的に取り組む者に対して、新技術の導入や経営支援を目的として補助してほしいと思います。こんな補助金があるからこのようにしてくださいということではなく、農業者が取り組もうとしていることを支援し、育てていくという発想が大事だと思つています。

## 補助金頼みでは自立無理

行政機関の役割は重要ですが、農家も補助金頼みではなく、自立した経営をめざさなければいけません。補助金は多い方がいいように





写真上から順に  
 ● 水稲収穫後、大麦栽培前の耕起作業  
 ● 作業場の清掃を手伝う地元中学生  
 ● 秋になると、大忙しの事務所  
 ● JA兵庫南の農産物直売所内にある風雅亭

思ってしまう。しかし多いとついでに甘えてしまつて、自立した経営ができなくなかなかねません。補助金の多寡よりも、自分で経営に成功して喜びを感じるこのほうがはるかに大切です。

農業経営で成功するためには大規模化が必要という考えには同感です。しかし日本の風土の中で個人が大規模化するには大変な時間がかかるし、その経営者に何か

あつた時には代わりはいません。規模にしても今の米価では二〇〇〇で法人化しても成り立ちません。もつと大きな規模が必要です。

### 集落営農で大規模化進む

その点で、集落営農組織は一気に大規模化と効率化を実現する最良の策だと思つていますし、そうならなければならぬのです。

個人農業は他の産業の三〇年前

の状況のままです。規模が小さいままではできず、大規模化して初めてできる改革がたくさんあります。そこに取り組んで示しているのです。

組織を運営するのに強力なリーダーシップは必要だとは思いません。これまでも、組合員みんなの意思で組織が動くようにしてきました、その上でいい方向に進んでいます。

私が引退して、今いる三〇代の従業員に継がせても何の問題もあ

りません。その人たちが理事や組合員たちを動かしてやりやすいようにすればよいのです。

一〇年も二〇年もやつてマンネリ化するよりはいいし、六四二戸みんな考えればよいのです。ここはまとまりがいい。私自身専業農家でも大地主でもなく、ただのサラリーマン兼業農家で、農業を始めたのは実質的には退職後なのです。

(聞き手 大橋文雄 京都支店)

来客者には  
時間を惜しまず  
疑問に答える  
作る人、食べる人の調和が  
玉子さんの直売所である

農と食  
の邂逅

新開玉子 さん

福岡県福岡市  
ぶどう畑 代表取締役

農家直売所は、今日では全国に広がった。大規模なところでは数十億円を売り上げる。アメリカから発達してきた農産物直売所は、地域社会づくりの核となり、食文化のセンターになった。そしてなにより、地域住民のコミュニケーションに大きな役割を果たしてきた。博多駅から車で二〇分。ぶどう畑と呼ばれる直売所にも一〇年の星霜が流れた。



筑後市出身。赤いエプロンに紺の法被がトレードマーク。福岡県地域おこしマイスター、福岡県指導農業者。ぶどう畑は日本農業賞「食の架け橋賞」、毎日農業記録賞など各賞受賞。



右上:新開家のぶどう畑では鶏が放し飼いに

右下:売上げ3億円を目標にしている店舗

左:タアツアイの食べ方をお客さんに説明

## 気づかされた農業の魅力

農産物直売所「ぶどう畑」は博多駅から南に車で二〇分ほどの住宅街にある。店の前には一〇年前のオープンと同時に植えたぶどうの木が枝を広げている。この店を切り盛りしているのが店長の新開玉子さん(六三)だ。

「このタアツアイはどうやって食べるの?」「一度ゆでて、ハムやベーコンと炒めると簡単でおいしい。和風が好きならお揚げと煮てもいいし」。一人のお客さんが新開さんと会話を始めると、瞬く間に人が群がってきて会話の輪が広がる。まるで磁石のように人を集める力を持つている。

そんな新開さんから「結婚した頃は農業が嫌いだ」という言葉が出た時、にわかには信じられなかった。夫の康善さん(七〇)と見合い結婚したのが二〇歳。「福岡県内の農村部から博多に来たのにあまりにも田舎でがっかりした」というほど田畑がどこまでも広がっていた。

「主人も私もせっかくやるならいいものを作ろうという思いは共通だった」と農業に励んだが、朝から晩までの力仕事、嫁としてのつとめは楽なはずがなかった。「何度泣いたかわからない。隙あらば逃げたいと思っていました」という。

農業の対する見方ががらっと変わったのは子どもが生まれ、同じ幼稚園に通う母親たちと会話するようになってからだ。「農

家は家も庭も広い。家の前に広がっているぶどう畑で子どもたちが嬉しそうにはしゃいでいる。その姿を見てお母さんたちが『うらやましい』と言ってくれた。農家が持っているものを農家以外の人は何も持っていないことに気づいた途端、素敵な職業に見えてきたんです」。

## 都会の人の心を耕したい

直売を始めたのはいまから三〇年ほど前だ。新開家ではぶどうをメインに米、野菜を作ってきた。ぶどうは周辺の農家と共同出荷していたが、都市化によって農地が次々消えていき、共同出荷できなくなった。個人で売れるようになると「おいしい」「贈答用に送ってほしい」という注文が入るようになった。そこで女性農家五人で「みな月会」というグループを作り、各自の作った農産物を持ち寄って直売市を開くようになった。「みんなそろって見合い結婚で、『農業は頑張らなくてもいいから』とごまかされて結婚した口(笑)。一緒にみそを作ったり、しめ縄を作ったり…と頑張りました」(新開さん)

そのうち誰からともなく「自分たちの直売所を持ちたい」という声が上がってくるようになった。周りの人に話すと「こんな都会で野菜を売って誰が来るのか」とあきれられた。それぞれの家族も大反対だったが、新開さんはあきらめきれなかった。「このあたりは都市化が急速に進み、農業が衰退していったでしょ。すると川が汚れ、田んぼにゴミが



捨てられるようになった。食生活も乱れた。環境汚染やモラルの低下は農業の衰退と関係があるんじゃないかと思ったのです。開いていくばかりの農業と都市と距離を埋めたい。そのためには農業を残してほしいという人がいなければだめ。都会の人の心を耕すための場所は直売所だと思ったんです」

## 一〇年越しの構想がついに現実に

新開さんの義父が所有している土地が道路に面していて直売所には適していた。

その土地を借り、補助金に頼らず自力で建物を建てようと銀行に駆け込んだが、新開さんの名義の財産はなく、「担保もないのに貸せない」と断られた。「さすがに心がくじけた。女に生まれたことも後悔しましたね」。そんな新開さんに助け船を出したのが長男だった。「お父さん(康善さん)に建ててもらったら? 困った時に助け合うのが夫婦でしょ?」。結局、建物は康善さんが建て、五人のメンバーもこれまでの直売活動で貯めてきた「へそくり」を供出して備品をそろえた。構想一〇年、計画を始めて二年半。一九九九年にようやくオープンしたのが「ぶどう畑」だ。

午前十一時の開店前からお客さんは店の外で待っている。講演などで月に三、四日は地方に出かける以外、新開さんは必ず店に立ってお客さんの相手をする。料理方法を聞かれれば答え、贈答用にしたいといえれば一緒に品定めをする。

八〇坪の店内には九州全域から集めた農産物、加工品、人気の手づくり惣菜がところ狭しと並ぶ。「都会の人に農業を応援したいと思ってもらうためにはそれなりの商品を置かなければダメ」と、これまで知り合った意識の高い農家に運んでもらったり、宅配便で送ってもらう。方針があわない農家とは関係を切ることもあるし、「もっと伸びてほしい」と思う農家には、わざと競合商品を置くこともある。

お店も品物も洗練されている。野菜は山

盛り陳列せずに適量だけ並べ、少なくなればスタッフがバックヤードから持ってきて補充する。野菜のパッケージもとても丁寧だ。田畑で収穫した「命」を大切に扱いたいという気遣いがあちらこちらに見える。「うちの店に来てくださる人は値段が安いとか高いとかは言いません。しかし買い物にかけてはプロ。だから私たちもプロが作った商品をおくようにしているのです」。

一方で消費者への教育も怠らない。「開店時間をもっと早くしてほしい」という人も多いが、生産者がその日の朝収穫した農産物を持つてきたり、トラックなどで遠方から運んでくるには一定の時間がかかることを説明すると理解してくれるという。「消費者は農家の仕事を知らない。知らないからダメなのではなく伝えればちゃんと伝わる」と新開さんは断言する。消費者を募って生産現場をバスで巡るツアーも組む。地域の小学校、幼稚園の子どもたちの農業体験の先生も買って出ている。「直売所ができたことで農業のもつ役割、可能性がわかってきました」と新開さんは実感している。

## 農村女性の思いを代弁

ぶどう畑の二階は研修施設になっている。消費者を対象として講演会も行い、地域住民の勉強会などに開放している。同時にここは、生産者の意識向上のための研修場所でもある。

一九九二年に福岡県の農業指導士にな



### 有限会社 ぶどう畑

福岡県福岡市  
南区中尾2-1-1

右ページ:店を切り盛りする一方、夫の康善さんと米、ぶどう、梅栽培(全体で1.8ha)に精を出す。

左ページ:新開さんを見るとどの子どもも笑顔になる。地元の小中学校で食育のことも教えている。

つた新開さんは、指導的立場にいる女性農家と会う機会が増え、ヨーロッパ視察研修などにも出かけた。視察先で農家宅に泊まると、農家が自分の仕事に自信を持って

いることに驚かされた。「彼らは「自分が作ったジャガイモです」って堂々と出してくれるのに、私たちは刺身や肉をわざわざ買ってきてお客さんに出す。日本の農家は自信や誇りを取りもどすことから始めるべき」。こう痛感する新開さんは視察に来る農家、親しくつきあっている農家に農業が持っている可能性の大きさを説いている。二〇〇三年には農水省の食料・農業・農村政策審議委員会に立候補して見事選ばれた。委員を務めた二年間に四〇回以上上京し、農業現場の生の声を伝えてきた。

オープンから一〇年目にあたる今年、ぶどう畑は農業生産法人を立ち上げた。「五人の女性もそろそろ年。将来のことを考えて法人として農地を管理し、私たちは無理のない範囲で楽しい農業をしたい。年相応で関わり方を変えられるのも農業の魅力だから」と話す。立ち上げた法人は、ぶどう畑の出荷農家だけではまかなえない野菜の生産もする。

ぶどう畑では農業や家庭菜園に関心のある消費者に、作物の作り方を指導する「ぶどう畑農業塾」を開催してきた。新たな法人では、農業塾で経験を積んだ消費者が担い手になる計画を立てている。将来的には農業高校を卒業したやる気のある若者の受け皿にもなりたいと考えている。

ぶどう畑の定休日である日曜日は、康善さんとともに農作業に汗を流す。「彼女には休みがありません。私以上に農業に夢中。いまでは私が里に帰らせてもらいたいくらい」と微笑む。休み返上の奮闘を康善さんは心から応援している様子だ。

実は、直売市時代から一緒に頑張ってきた新開さんの親友がぶどう畑のオープン日を迎えることなく病死した。「苦労だけ味わって亡くなった親友のことを考えると、もっともっと頑張ろうと思える」と話す。新開さんの行動力や歯切れのいい発言は、多くの農村女性の思いを代弁したものであり、彼女たちへの励ましでもあるのだ。

文／青山 浩子 写真／河野 千年

五歳まで私が育ったのは、ほんとうに山奥の小さな町だった。熊本県上益城郡矢部町の一部、浜町。石橋の中央から水が放水される、布田保之助の作った通潤橋（昔は「肥後の石工」の題で教科書にも載っていた）のある町だと言えば、ピンと来る人もいるだろうか。位置的には、人吉と高千穂峡（宮崎県）の中間くらいにあたり、九州の南の真ん中、海岸から一番遠いところにある山間の小さな町。白糸台地と呼ばれるこのあたりは本当に水の便が悪く、農産物ができないばかりか飲み水にも不自由するほどだったという。そこで、この台地に水を引くため、工夫に工夫を重ねて作られたのが通潤橋というわけだ。

\*

この町にある農業高校で、母は国語の先生をしていた。もともと父の実家が近隣の土地にあり、父と母はこの農業高校で出会ったわけだが、結婚すると父が転勤になり、しばらくは別居結婚の形で母が一人で私を育てることになった。まだ赤ん坊の頃には校門のすぐ傍の家に預けられ、休み時間ごとに母がお乳を飲ませにきたらしい。

私が少し大きくなると、母は高校の同僚の女の先生たちと共同で一軒の家を借りた。記憶があるのはここらあたりからである。崖の上の一軒家で、一階に私たち親子が住み、二階には同僚の女の先生が二人住んでいた。

女友だち三人で一軒家を借りて住む。そのうちの一人には小さな子どもがいる。まるで少女マンガにでもありそうな設定だが、これが小さい頃



評論家

藤本 由香里

## 土地の記憶

私の生活だった。崖の下には妙見の櫓けやきと呼ばれる大櫓と共同の水場があり、町の女性たちはここで洗濯をしていた。昼間は製材所で働くお父さんのいる家に預けられ、その家のお姉さんと一緒に

# Forum Essay

## Profile

ふじもと ゆかり

一九五九年熊本生まれ。東京大学教養学科卒。明治大学国際日本学部准教授。八三年から筑摩書房で編集者として働くかたわら、ミック・女性・セクシュアリティなどを中心に評論活動を行ってきたが、〇七年末退社。〇八年四月から現職。各マンガ賞の選考委員のほか、雑誌・新聞などにミック評や時事コラムを執筆している。著書に『私の居場所はどこにあるの？』少女マンガが映す心のかたち（学陽書房）、『快樂電流』（河出書房新社）、『少女まんが魂』（白泉社）、『愛情評論』（文藝春秋）など。

お弁当を届けに行つては、木が回転刃で削られていくさまを見ていた。山間の村では林業が産業の一つの中心だったのだ。

\*

もともと、近隣の土地に父の実家があったと書いたが、その頃には父の実家はすでになく、その傍らの三岳村で、伯父が無医村の医者をしていた。実際、開業して数一〇年、周囲数十キロにわたつて一軒の医者もなかったのだ。そこで伯父はもう六〇年近く、診療所を続けてきていた。なかには治療費を払うことができない人もいて、朝、「お金の替わりに」と、畑で穫れた野菜が置いてあることもあったと聞く。

昨年、その伯父が脳梗塞になつて診療所を閉め、

お墓も熊本市内に移すというので、一族が皆、久しぶりにその家に集まった。その時、伯父がこの地で診療所を開いたのは、村の人のたつての願いがあったからだと知った。その父である祖父が、先生になり学校を作ったのもまた、「村には学校が必要だ」という村人の総意を受けてのことだったという。その先生の息子が医者の免許を取ったというので、村の人たちが、「村に残つて村の医者になってくれ」と頼みに来た。だが、お前はどうか自分の意思で決めていい、それぞれの場合のメリット・デメリットは……と箇条書きにした祖母の手紙（祖母は合理的な人だった）が残っている。そして伯父は、故郷で医者になることを選んだ。

つまり村では何代もかけて先生をつくり医者を作ってきたわけだ。そしてその積み重ねの上に私がある。それはありがたいことでもあり、またどこか不思議な感覚を呼び覚ますことでもあった。この日の会合には村の人たちもやってきてくれ、帰りにはこの土地の田んぼで作った、本物の有機・無農薬のお米をもらった。

\*

ほとんど神話的なまでの話で、書きながら自分でも、「いったいいつの時代の話なの？」と思えてくるのだが、この土地の記憶が、自分の中で一番信じられるもの、自分を支える力の源泉となつていく気がする。「ルーツ」を持つことのありがたさというのだろうか。

お米を炊いて食べてみた。故郷が再び、自分の血肉になつていくのを感じた。

# マーケットトリスクにさらされる日本農業 原油・穀物高止まり、円高で農産物輸入脅威

経済ジャーナリスト  
牧野 義司

米国発金融危機のあおりで、日本農業はグローバルなマーケットリスクにさらされる度合が強まっている。異常高騰した原油や穀物が反落しても依然高止まり、円高で割安な海外農産物の輸入リスクが増え、さらに銀行の信用収縮が農家経済を委縮させるリスクなどがそれだ。外的要因に振りまわされないようにするには日本農業がリスクを克服する力をつけるしかない。

## 想定外のこと が次々と発生

「今回の米国発の金融危機は、震源地ニューヨーク金融市場が世界のマネーセンターであるだけに、波及度合がケタ外れだが、想定外のこともいろいろ起きている」

大手商社の幹部はこう述べているが、想定外の出来事の一つは、今回の金融危機でニューヨーク市場の株価が急落した際、本来なら株価と連動しないはずの国際商品市場の原油や穀物の先物価格にも影響が出て、連動して値下がりがしたことだ、という。

確かに、これまで株価が下落しても商品先物は逆に値上がりすることが多く、それを見越して投資ファンドや年金基金がリスクヘッジの形で投資していた。ところが投機マネーが国際商品市場に入り込んでくると、株価と連動することがなかった商品先物価格がむしろ、これら投

機マネーの動きに左右された。そして株価下落に合わせて原油や穀物の価格も大きく影響を受けて動くようになってきたのだ。

その商社幹部によると、米当局が投機マネー規制に動き出したことが影響している。原油や穀物の値上がりを見越して投資していた投機マネーがいら立ちを強めたところへ激しく株価が下落したため大きく動揺、そこで国際商品市場から資金逃避した面が強いという。

しかし、それ以上に決定的だったことが別にある。米大手保険グループが国際商品市場向けに開発した商品指数が投資家人気を呼び一時、投資ファンドの資金が商品市場に入っていた。ところがその保険グループの経営危機表面化で、資金が商品指数投資に不安を抱いて逃げ出し、あおりで一気に大豆、トウモロコシなど穀物商品の先物価格下落を誘発した、という。

とはいえ異常高騰していた穀物価格は原油価

格ともどもピーク時から比べて大幅下落した。当然、輸入の飼料穀物に頼っている日本国内の畜産農家にとってはすごく朗報のはず。

## 穀物下落に畜産農業者浮かぬ顔？

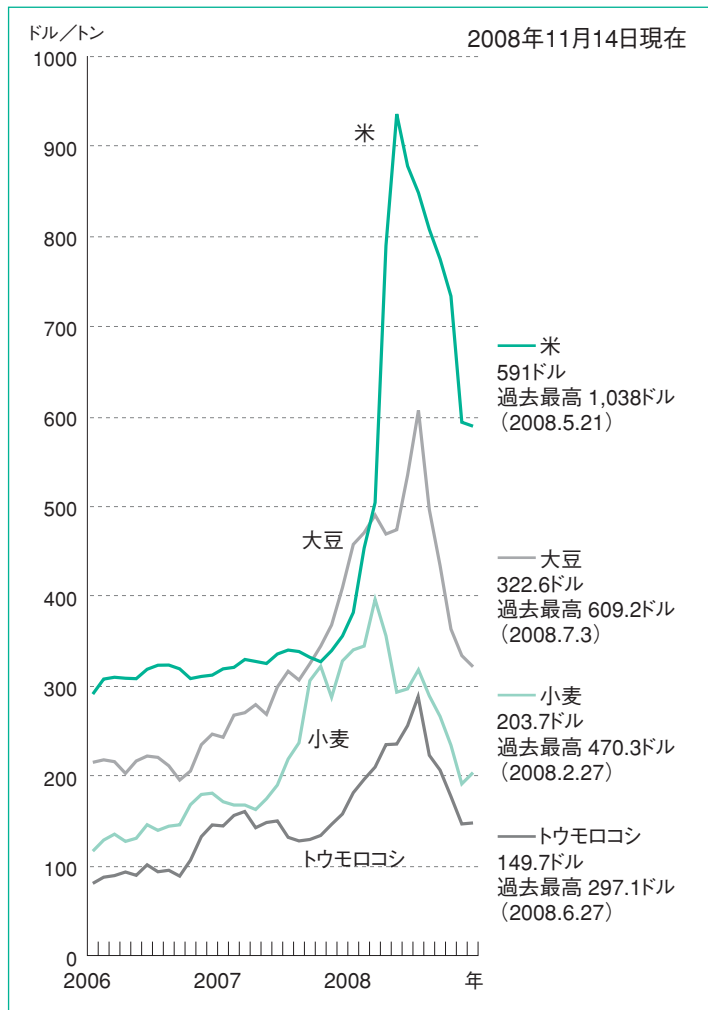
ところが、宮城県内のある畜産農業者の反応は意外にも違って、浮かぬ顔なのだ。

「ピーク時の半分ぐらいいにまで値下がりましたものもあるが、下がってもレベルそのものが依然として高く、高止まりしている。とても素直に喜べない。実需とはまったく関係ない投機マネーが思惑で穀物市場に入り込んできている。これを抑えない限り、われわれは常にリスクと背中合わせだ。グローバルな価格動向に振り回されているのは畜産経営はやつていけない」という。

この畜産農業者が言うとおりだ。これまでも国内の農業者は、輸入に頼らざるを得ない燃料油や飼料の価格の動向に注意を払っていたが、今



主要農産物の国際価格の動向



(小麦、トウモロコシ、大豆は、各月ともシカゴ商品取引所の第1金曜日の期近価格である。米は、タイ国貿易取引委員会公表による各月第1水曜日のタイうるち精米100%2等のFOB価格である)  
 注1:各月第1金曜日(米は第1水曜日)に加え、直近の最終金曜日(米は最終水曜日)を記載  
 注2:米以外の過去最高価格については、シカゴ商品取引所の全ての取引日における最高価格

ほどではなかった。むしろ子牛価格がどうか、あるいは肉用牛の価格がどうかといった目先のところに関心があつた。

ところが、いまや畜産農業者にとっては、コスト面で比重の高い輸入飼料価格の変動幅がケタ外れに大きくなると、いや応なしに無関心でいられなくなつてきたのだ。

はつきり言つて、農業者が国内のさまざまな市況だけに注意を払つていれば済む時代は、とうの昔に終わつてしまつている。裏返せば、グローバルなマーケットのリスク、とりわけ価格変動のリスクにさらされる確率がますます強まつてきているのだ。今回の米国発の金融危機がもたらしたグローバルリスクの脅威は、日本国内の農家経済

にずしりと重くのしかかつてきていることだけは間違いない。

グローバルリスクは為替にも

今回の米国発の金融危機が引き起こしたグローバルなリスクは、原油や穀物の国際商品市況にとどまらない。為替変動にも及んでいる。

米国の大手投資銀行五行のうちリーマン・ブラザーズを含めて三行が破たんし、残る二つもまるで駆け込み寺に逃げ込むかのように、銀行持ち株会社の傘の下に入つてしまつたが、この米国中枢の金融システム崩壊で、世界最強の基軸通貨といわれた米ドルへの信認が大きく弱まり、今やドルは急落し、対日本円でのドル安、円高が

進んでいる。

米国に投資で入り込んでいた外国資本のマネーが一転、ドルを売つてほかの国へ資金逃避した結果だ。こと日本円に関しては、経済のファンダメンタルズ(基礎的な諸条件)はさっぱりよくなく景気は後退局面に入つているほどだが、皮肉にもドル安の裏返しで円高となつているのだ。

もちろん、日本の投資家らが日本国内で低金利の資金を調達し円売り、ドル買いによつて海外の豪州などの高金利通貨に投資する、いわゆる円キャリー・トレードも無縁ではない。今回の金融危機で海外金融商品投資を手仕舞い、円を買い戻す動きに出たため、円高になつたのである。

本来、円高は日本の通貨が相対的に強くなるのだし、輸入サイドにとっては、円の対ドルレートが高くなつた分だけ、輸入品に対する円の支払いが少なくて済むため、輸入依存度の高い原油や穀物には割安感が出る。だから、円高は、悪い話ではないのだが、その高進スピードが速いため、国内の農業者にさまざまな問題を投げかけるリスクが発生しているのだ。

とくに、国内農業者に円高がプレッシャーとなるのは、周辺のアジア諸国からの野菜などの農産物輸入にとつてプラスに働くため、商社や食品加工会社が輸入量を増やし、あおりで農業者にとつては逆に競合要因となるリスクだ。

とくに、国内の農業者にとっては、中国産冷凍ギョーザ事件をきっかけに、中国からの加工食品のみならず冷凍した野菜などの安全性に問題がある、として、一気に日本国内で食品、とりわけ農産物の国産回帰の動きが進んだ。生産現場

では、担い手の高齢化と同時に後継者が不足することに加え、耕作放棄地が増える現実があり、国産回帰を素直に受け止めきれない動きがあったが、それでも大半の国内農業者にとっては間違いなく朗報だった。

そんな情勢下で、円高が進み、周辺国から農産物が価格メリットがある、という一点だけで、どっと輸入されると、国産回帰の動きに対応して野菜などに生産を特化していた農業者の出鼻をくじくことになりかねないのだ。

まだ農産物の輸入急増といった形での際立った動きにはなっていないが、グローバルな為替変動がリスクとなっていくことだけは確実だ。

## 高くても国産の食料品買う

ただ、ここで興味深い調査データがある。内閣府が一月に公表した「食料・農業・農村の役割に関する世論調査」結果が、国産回帰の動きに対応して生産力強化に踏み出した農業者にとってはバックアップ材料となるのだ。

それによると、「外国産より値段が高くてもできるだけ国内でつくる方がいい」が五一・五%、そして「米など基本的な食料は国内でつくる方がいい」が四二・四%で、九三%強の人たちが国産回帰を歓迎している。逆に「外国産の方が値段の安い食料は、輸入する方がいい」というのはわずか三・一%だった。

調査は九月中旬から下旬に全国五〇〇〇人の男女を対象に行われている。米国発の金融危機が火を噴いた時期だが、それに連動したドル安・円高の動きを踏まえても判断は同じなのか、

あるいは中国の冷凍ギョーザやその後のメラミン牛乳で浮かび上がった安全性の問題が回答判断にどう影響しているのか、定かではない。

しかし国内の消費者が、円高メリットを生かした大手スーパーなどの輸入食品の安売りセールに見向きもしなければ、農業者にとってはフォロワーの風となる。

農林水産省も二〇〇九年度予算で食料自給率向上政策の一環として、大手スーパーの一部で国産食料品を買ってくれた消費者にはポイントを与え、まとまった金額になれば還元セールスにつなげるプロジェクトを計画している。

ところが、水をさすわけではないが、日本農業の現場に不利となりかねない景気後退リスクが重くのしかかっているのだ。

内閣府が同じく一月に公表した七―九年度の国内総生産(GDP)は実質ベースでマイナス〇・一%となり、四―六月期に続き二・四半期連続のマイナス成長を記録した。与謝野経済財政担当相は記者会見で「景気は後退局面にある」との判断を示したが、金融危機の震源地の米国、それに欧州も同じ七―九月期がマイナス成長なので、世界同時不況に陥りつつある。

しかも、それが長期化するリスクもある。国際通貨基金(IMF)が一〇月に公表した〇九年世界経済改定見通しでも主要先進国は軒並み下方修正し、マイナス成長になると見ている。

マイナス幅は米国が〇・七%、ユーロ圏が〇・五%、日本は〇・二%だ。

また、一〇月後半から二月中旬にかけて発表になった国内主要企業の九月中旬決算結果で見

ても、米国発の金融危機が实体经济に想定外と思えるほどの大きな影響を与えている。

とくにトヨタ自動車など大手自動車メーカーは米国など海外を中心に売れ行き的大幅ダウンによつて減益決算となった。年度後半の減産を余儀なくされ、派遣工の人たちの雇用調整もやむを得ない、という。業績好調だった業種がこの厳しい決算内容なのだから、ほかの主要企業の決算も推して知るべしだろう。

こういった中で、日本国内でも家計消費の財布のヒモがぐんと締められれば、果たして「値段が高くても食料は国産農産物で」という調査結果が持続するかどうかだ。それに、国産品か輸入品かということよりも米や畜産物、水産物、野菜などの生鮮および加工食品の国内での消費動向そのものが農業者にとって気がかりだ。

国内農業者に押し寄せるグローバルなマーケットのリスクは、まだある。

米国の金融危機の影響で、日本国内の金融機関も直接間接に影響を受けている。とくに、東京株式市場での株価下落で、メガバンクなどの金融機関が取引先との持ち合いの形で保有していた株式の含み損リスクにさらされている。さらに取引先企業の倒産などで不良債権増が経営圧迫要因になっている。

## 景気後退で信用収縮の懸念も

問題は、国内農業者にとって、これら金融機関が貸し渋りなどの形で信用収縮に動き出す可能性が出てくるリスクがあることだ。

メガバンク、みずほ銀行の杉山清次頭取は日



畜産現場は市場変動に苦しむ（写真は本文記事とは関係ありません）

経新聞とのインタビューで「農業や製造業など内需振興につながる分野に融資の力を入れる。農業は食の安全の問題もあり重要。担い手が集まって農業法人をつくってもらい、そこに貸し出すやり方がいいのではないか」と述べている。

メガバンクがこういった融資姿勢を貫くならば拍手喝采だろう。

とくに日本農業がグローバルなマーケットリスクにさらされて、経営面で苦境に立たされるリスクが大きい中で、金融機関が内需主導の日本経済を志向して、融資面でもリスクをとりながら、生産農家、さらには農商工連携で新しい需要の掘り起こしに取り組み農業者や商工業関係企業に先行投資をするならば、道が開けるのは間違いない。ところが、ある地銀幹部は「正直なところを言えば、株価の急落に次ぐ急落で保有株の含み損処

理が大きい。時価会計の凍結問題がはつきりすれば一時的に損失計上回避できるが、それを除いても融資には慎重にならざるを得ない」という。

### 体質強化に取り組むしかない

その地銀関係者はさらに「農業者向け融資に關しては、地域にかかわっている関係上、当然融資課題のだが、担保主義から抜けきれない中で生産物を含めた担保設定をどうするか、悩ましい。だから、政府の緊急経済対策での信用保証枠拡大がわれわれにとっては、重要なポイントになる。メガバンクがどこまで本気でリスクをとられるのか聞きたいところだ」という。

米国発の金融危機をきっかけに、グローバルなマーケットリスクにさらされる国内の農業者の現実には以上のようなものだが、では、こういった対応策があるのだろうか。事態の打開や乗り切りはどうすればいいのだろうか。

東北大学大学院農学研究科准教授の伊藤房雄氏は「異常に高騰していた原油や穀物価格が反落したと言っても、中国を含めた新興国の潜在的な需要が強いため、グローバルな経済が正常化に向かえば原油などの上昇圧力は再び強まる可能性が高い。となれば、たとえば輸入飼料に依存する国内の畜産農業者は、食物残さなどの活用で独自に競争力をつけるのも一つだ。要は、外的要因に振りまわされないような日本農業の体質強化に取り組むしかない」という。

伊藤氏の指摘するとおりだ。グローバルの時代、マーケットの時代には、農業者も状況に流されず、外的要因に真正面から向き合う努力が必要に

なってくる。

その点で、穀物高騰時代を早くから想定して食物残さを活用し、経営的にも見事に増収増益決算を実現している福島県二本松市の肉用牛飼育の農業生産法人有有限会社社エム牧場の村田淳氏の経営手法が一つのヒントになる。

村田氏は「大変だ、大変だと言っているだけじゃダメだ。いろいろ考えて行動を起こすしかない」とし、徹底したコストとの闘いを極め、行き着いた先が食物残さの活用だった。そればかりでない。パソコンを使って肉用牛の数値管理もしっかり実施している。マーケットの動きにも敏感だ。要は取り組み姿勢が違うのだ。（詳しくはAFCフォーラム十一月号経営紹介を参照）

### 自給率引き上げ論議必要に

最近、いくつかの農業の現場を見て歩いてみて、独自にビジネスモデルを構築し、「農」を「農業」という産業に変えていつている成功事例も目にする。日本農業は捨てたものでない。

そういった意味で、グローバルなマーケットリスクをネガティブに受け止めるのではなく、それを克服する枠組みづくりを農業の現場でそれぞれがつくり出していくしかない。

その際、グローバルなマーケットリスクに対応するには、食料や飼料など原材料の輸入依存度をどこまで減らせるかがポイントとなる。そうならば当然、国内での自給率をどこまで引き上げることかという食料の安全保障にもつながっていく。そろそろ真面目に、かつ本格的に議論していくことが必要になってきた、と言えないだろうか。

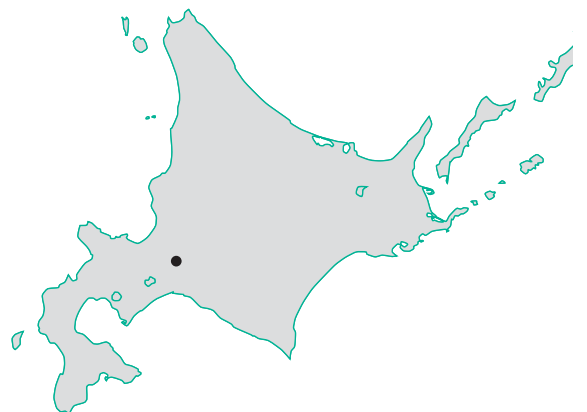




## 高機能性タマネギ「さらさらレッド」 農十産、学、官連携しオンリーワンの 地域ブランドをめざす

有限会社植物育種研究所取締役社長  
栗山商工会議所地域資源活用委員会委員長

岡本 大作



北海道栗山町は、札幌市や新千歳空港から約一時間の道央圏に位置し、夕張山系から蛇行して流れる夕張川のおかげで肥沃な農地が広がっています。栗山町の主要な産業は農業であり、特に水稲、タマネギ、種子馬鈴薯<sup>ばいしょ</sup>を中心としています。タマネギは栗山町の基幹作物ですが、北海道のタマネギ生産量に占める割合は3%未満であり、物量では主要産地に対抗できない状況にあります。

競争力のある産地をめざすには生産量でトップになるか、あるいは小ロットで地域の優位性を活かした農産物のブランドを確立する方法が考えられます。

### 血液さらさら「効能」に着目

北海道のタマネギは、栽培面積、生産量とも国内の五〇%以上を占めていますが、用途別な

どの差別化がほとんどされていません。豊作の年には五万トという膨大な量が廃棄されてしまいました。近年は輸入品との競争だけでなく北海道内の産地間競争も激しくなる中、交配育種によって新品種を開発し、生産地を限定することで差別化しています。さらに加工により付加価値をつけ、地域ブランド化をはかり、競争力を高めようという試みを紹介いたします。

血液さらさら<sup>①</sup>に代表されるタマネギの効能が近年、注目されています。タマネギには、抗酸化性、抗変異原性、高血圧・動脈硬化の予防、紫外線防御、アレルギーの抑制効果などが認められ、それらの効果はフラボノイドの一種であるケルセチンによるものが大きいと報告されています。ケルセチンはタマネギのほか、多くの野菜や果実などにも含まれていますが、タマネギに含まれるケルセチンが最も多く、吸収が良いとされています。

そこで、食に関するニーズが多様化する中、新しいコンセプトのタマネギとして、高機能タマネギの開発をめざしました。機能性成分であるケルセチンを非常に多く含むタマネギ品種ができれば、明らかな差別化になるのではないかと考えました。国民の三〇〇万人が生活習慣病および予備軍といわれる中、美味しくタマネギを食べ、健康食品のように効率的に機能性成分を摂取しようというものです。

これまでのタマネギ品種が収量性、貯蔵性、そのおいしさといった流通からのニーズに対応して育種をしてきたのに対して、機能性成分というこれまでにない育種目標を付加して、平成二年から有限会社植物育種研究所中心となり、北海道大学、北海道農業研究センターの協力を得ながら基礎研究をスタートしました。

最初に着目したのは一般に流通しているタマ

## profile

**岡本 大作** おかもと だいさく

1968年広島県生まれ。北海道大学農学部農芸化学科卒。種苗会社勤務を経て2003年(有)植物育種研究所を設立し取締役社長となる。博士(農学)、北海道大学大学院非常勤講師。交配育種による品種改良を行い、農産物に高付加価値をつけ、オリジナル品種として地域特産化を目指す。栗山商工会議所地域資源活用委員会委員長。

有限会社植物育種研究所  
北海道夕張郡栗山町中央2丁目45  
0123-72-5680

(有)植物育種研究所 <http://www.ikushu.com/>  
さらさらレッド <http://www.sarasarared.com/>

### 栗山町タマネギプロジェクト

栗山町タマネギプロジェクトとは、町長をリーダーとし、農業者・商工業者・行政・大学が連携して、栗山町の基幹作物であるタマネギに付加価値をつける取り組み。

具体的には機能性成分を多く含む新品种「さらさらレッド」を町内事業者が参加し、種子生産、栽培、加工・流通までを一貫して行う。

産地にお金の残る仕組みづくりを目指している。「さらさらレッド」は平成20年に栗山町の地域資源に認定された。

## 三〇〇以上の品種集め分析研究

そこで、世界中から三〇〇以上の品種を集めて分析を行い、高含有の品種・系統を明らかにし、交配によって遺伝性を確認しました。また、北海道農業研究センターにおいて育成された系統から国内では最もケルセチン含量の高い組み合わせを明らかにしました。

ネギに含まれるケルセチン含量です。タマネギはケルセチンを多く含むといわれながら、実際の含有量には産地や品種によって大きな差異が認められました。



新品种は「さらさらレッド」という商標を取得し、平成一八年から栗山町で試験生産・出荷しています。

「さらさらレッド」のコンセプトは、オリジナル品種を自分たちで管理することで、オンリーワンをめざすことです。

わが社は種苗会社であるため、本来は種子を多く販売したほうがビジネスになります。しかし、多くの農家がバラバラな品質で生産しても長く続かないでしょう。

大きな市場を狙うのではなく、われわれが間違いなく取り組めるマーケットサイズで、長く高



上:タマネギは栗山町の主要な農産物  
下:オリジナル品種の「さらさらレッド」  
右:飲みやすく機能性に優れたオニオンドリンク「Dr.Onion」

付加価値を維持できる方法を模索し、地元、栗山町の特産品にしようと考えました。栽培を栗山町に限定し、生産者が集まってさらさらレッド生産組合を組織していただきました。

種子はわが社から無償で提供し、独自の栽培レギュレーションに従って生産された収穫物を全量買い上げる契約栽培を行っています。

種子代や収穫物のコストを計算し、「さらさらレッド」の取り組みを理解していただける小売店に販売しています。

ここでこだわったのは、種子生産から農産物の生産、加工、販売までを一貫して取り組むとい

## 栗山町タマネギプロジェクト

- ・高機能性タマネギを科学的データの裏づけにより、生産から加工、販売まで一貫して行うことで、高付加価値化と地域ブランドの確立を目指す
- ・品種、栽培、加工技術、機能性の計4段階で付加価値を高めて競争力をアップさせる

2005 → 2006 → 2007 → 2008 → 2009 → 2010



### 品種開発

高機能性タマネギ品種「さらさらレッド」  
赤タマネギで見た目にも特長

北海道農業研究センター  
(有)植物育種研究所

### 加工

町内で加工

- ・オニオンドリンク
- ・加工による周年供給
- ・雇用創出

北海道立  
食品加工研究センター  
(有)植物育種研究所  
食品メーカー

## 地域ブランドの確立

リーダー栗山町長

### 生産・販売

生産の標準化、安全とトレーサビリティ

- ・商標によるブランド化 栗山全農産品へ波及
- ・料理教室、町民向け講習会
- ・計画生産、計画出荷による
- ・売り先の見える栽培+収入の安定化
- ・輸入品、産地間競争に対抗

生産者

### 機能性研究

機能性の科学的な裏づけ

- ・機能性を高める加工技術の開発
- ・町民モニター健康調査
- ・機能性成分の吸収を高める食品組み合わせ
- ・加工品に含まれる機能性成分の調査

北海道大学  
食品メーカー

支援：栗山町、栗山商工会議所

うことでした。これまでのタマネギ栽培ではそれぞれの過程で途切れてしまい、生産者と消費者がつかない傾向がありました。

また、農産物の価格は一般的には市場で決められますが、「さらさらレッド」は産地のコストを

積算した上で、みずから価格を決めて出荷しています。現在は生産量が限られるため、全国の百貨店、高級スーパーを中心に販売しています。

町内では、直売所で販売されるほか、飲食店でも新メニューを開発して利用いただいています。

また、料理教室や料理コンテストを開催したり、メタボが気になる町民に毎日食べていただくモニター調査をして、町おこしにもつなげています。

生産者にはできるだけ小売店に足を運んでいただき、消費者の意見が生産にフィードバックできるようにしています。

ある町内の生産者からは「これまでは自分たちが生産したタマネギがどこでどのように販売されているか分からなかったが、自分のタマネギが百貨店で販売されているのを見てやりがいを感じた」と言っていました。

また、小売店からも、最初は「機能性のタマネギなんて売れるのか」と言われましたし、単価が高いので「普通のタマネギを多く買ったほうがまし」とまで言われました。

しかし今では小売店からお客様に丁寧に説明していただくことを続けた結果、収穫物が予約で完売の状況です。

### 人気で完売、いまは予約制

そこで、現在ではシーズンの前に注文を取らせていただき、予約生産(オーダーメイド)をしています。三年間の販売で、消費者や小売店からも信頼され、栗山町の農産物をもっと紹介してほしいという要望を数多くいただいています。

このような取り組みは、次第に、「さらさらレッド」を栗山町の特産品として大きく育て、地域ブランドとして確立していくという動きにつながっていきました。町長をリーダーとして農+産+学+官が連携した「栗山町タマネギプロジェクト」が立ち上がり、町民が一丸となって地域ブランド



若手生産者も入り、成果も上々

化に向けて取り組む体制となりました。その結果、「さらさらレッド」は中小企業庁の「地域資源・全国展開プロジェクト」において、栗山町の地域資源に認定されました。

加工品を開発するに当たり、規格外品を有効利用することでの収益アップ、商品の周年供給、青果と加工品の相乗効果、地域で付加価値向上と雇用創出を掲げました。

通常、野菜の規格外品は極端に単価が安いですが、加工原料とすることで規格外でも七割以上の単価を達成しています。また、青果がいくらかでも北海道で栽培する場合、九月から六月間しか販売できません。残りの半年は販売す

るものがなく、機会損失になってしまいます。そこで、「さらさらレッド」本来の特性を残し、機能性にこだわった商品の開発をめざしました。タマネギは健康に良いというイメージはかたまり浸透しています。しかし心掛けて毎日食べ続けるのはかなり大変です。

そこで、手軽にタマネギが摂取できるドリンクの開発に着手しました。素材の風味を残して無理なく飲める味、特に辛味と苦味を抑えるという科学的な機能性の評価を検討していたところ、キッコーマンおよび日本デルモンテと連携させていただくことになりました。

これによってオニオンドリンク「Dr. Onion」が誕生したのです。ドリンクは加工事業の第一歩であり、今後は、商品を増やしていく予定です。

種子は農産物のスタートです。そのため、品種改良によって最も上流である種子に競争力をつけることは非常に大切と考えています。

### 地元にお金残る流通システムを

しかし、品種の差別化だけでは、高付加価値なブランドを形成することは困難です。生鮮野菜の小売価格は出荷価格のおよそ四倍にもなるため生産地でいくらか工夫をしても、マーケットに与える影響は小さい。

そこで単に農産物の品種開発と種子の販売を行うだけではなく、種子生産から栽培、加工、流通に至るまでの過程を一貫してプロデュースする取り組みが必要です。また、それぞれのステップで付加価値を高めて、取り組み全体で競争力を持たせます。

一般的に日本の農産物生産は、流通を第一に考えたシステムを取っています。日本中、一年中、高品質な農産品が安定供給されるようになったことは大きな成果だと思います。消費者にとっては「外れ」の無い商品が入手できますが、反面、流通や長期貯蔵に耐えられるように品種改良され、同品質・同規格・同サイズなどの大量生産方式に合う商品ばかりになり、消費者が真に求めている農産物が手に入りにくい状態になってしまっているのではないのでしょうか。

そこには個性がありません。シェアナンバーワンをめざす産品ではなく、消費者のニーズに対応したオンリーワン産品の開発とそれに伴う新たな流通システムの確立が必要と考えます。

「栗山町タマネギプロジェクト」においても、産地に雇用を生み出し、地元にお金が残るような農産物流通システムを作り上げることが生産地には必要だと強く感じています。

新品種開発による「さらさらレッド」タマネギ特産化の取り組みは、前例のないことの連続でした。

最初は全員が半信半疑でしたが、若手生産者を中心にある程度のリスクを負ってでも一緒に取り組んでくれる人が増えてから、成果が出始めました。

今後はいかに付加価値を保ちながら、また品質を落とさないように生産量を増やしていくことが課題です。平成二一年度は約二〇〇トンのさらさらレッドを生産し、加工品のラインナップを増やしていく予定です。これからも地域で連携しながら競争力のある産地をめざします。



往復書簡 ● 座談会

# 人と自然の共生の時代に向けて、 環境保全型の地域づくりを考える

環境問題が世界的な話題になっている今、自然環境に配慮した環境保全型農業に注目が集まっている。里山・里海を守り、さらに人は共存していけるのか。環境保全の新たな道を探る。(座談会は二〇〇八年一月一五日に実施しました)

■座談会出席者(敬称略)

二〇〇八年七月〜九月に登場  
あん・まくどなるど

Anne McDonald

一九六五年カナダ生まれ。プリティツシユ  
コロンビア大卒。現在、国連大学高等研究  
所いしかわ・かなざわオペレーティング・ユ  
ニット所長。著書に『カナダの元祖・森人  
たち』(清水弘文堂書房)ほか。

農林漁業金融公庫 総裁(九月末退任)

高木 勇樹

## 農業者のプロ意識に衝撃

高木 近況を教えてください。

まくどなるど 金沢を拠点にして生活しています。最高にいいところです。プロの農業者に出会い、意識の高さに驚かされることも多いですね。どんな仕事でもそうですが、プロ意識のある人は仕事への姿勢が全然違います。

高木 そういう農業者も日本にだんだんと出てきていますね。

まくどなるど 初めてそういう農業者に出会ったのは一九九二年頃です。九二年から全国を歩き始め、北海道の旭川の農業者と出会いました。有機農法をやっているグループでした。すごいシヨツキングな出会で、彼らはみんな名刺を持っています。片面は日本語、片面は英語で、「トマト

ファーム」とか「オーガニックレイ」とか、英語で格好よく書いてあるんです。

自分の農業に対してプライドを持ち、非常にプロ意識が高い。だからこんな仕事をしてると胸をはって名刺を差し出してきたんです。経済的なことも考える実業家であり、自分の農法にこだわり、さらに環境のことも考える。こういう誇り高い農業者が日本にいるんだなと感激しました。

それまでは、戦後の開拓で失敗に終わったところなど、どちらかというと挫折の暗い雲が重くのしかかっているような集落から日本の農業を見ていましたから衝撃的でしたね。

高木 有機農業というのは、手間ひまかかって、あまり規模を大きくできないといわれていますが、技術がきっちりしていれば、ある程度大きく

でも対応できるんですね。だから、統計的にいうと、結構大きな農家が有機をしつかりやっているんです。

## 自然と農業の共存が課題

まくどなるど 韓国で国連のラムサール条約、湿原条約の会合があつて、そこで私が在籍するオペレーティング・ユニットが、金沢大学の中村浩二先生と一緒に発表することになっているんです。

日本の里山、里海のフレイムワークを湿原保全にどれくらい当てはめられるかどうか、そのポテンシャルについて日本の事例を挙げ、中国、韓国をはじめとしたアジアの研究者と一緒に考えたいと思っています。ケーススタディは、石川県の加賀のほうの鴨池の湿原です。

もう一つは、今まで住んでいた宮城の田尻とい





うところですが。実際、久しぶりに宮城に行ってみました。湿原が、ラムサール条約の登録地になったことだけではなく、周りの田んぼに有機農法が普及してきたと地元の方が言っていました。一歩とか、広々としたほ場ですから、規模拡大しながら、きちんとした環境保全型農業になりかけているという証拠になっていると思うんです。

**高木** ということは、渡り鳥が来やすい。

**まくどなるど** 今は五〇〇羽しか渡っていないんですが、それでもやはり夜、湿原に戻ってくるんです。

**高木** すごい。舞い下りてくるんですね。

**まくどなるど** 落雁は、もう何ともいえない風景です。

景です。本当にきれいです。

生き物と農業の共存はなかなか難しいところもあって、自然は敵であるという考え方の時代もありました。また、人間が自然を支配しようとする時代もありました。

でも、現代では技術を開発したおかげで支配や戦いではなく、どう共存できるかという仕組みを考える方向に向いてきました。いい時代になりつつあるなと感じています。

**高木** 人間はいろいろな試みをし、科学技術がどんなに進んでも自然をコントロールすることはできないということに気づいた。何度も自然のほうからメッセージが来るわけですよ。

科学技術の限界というのも今やわかってきた。長い時間をかけて自然には勝てないということを学習してきたのかもしれない。

**まくどなるど** 人間は少し謙虚になりつつあるかもしれないですね。二〇二〇年を振り返って見たとき、一五年くらい前に、「自然界に配慮した農法を普及し、促進しなければいけない」と言ったら、農業関係者の会合では、「何を言っているんですか」「農業は遊びじゃないよ」と言われました。そのころから比べるとやはり随分感じが変わってきたと思います。

**高木** 日本全体が自然に配慮した農業に変わっていくわけではありませんが、変化はやはりあると思います。川にホテルをよみがえらせる運動をしているところでは、村全体、住んでいる人たちが皆で協力して活動しています。農業者だけではなく、農業に関係のない方々も協力して、ホテルの住む川を実現しようとする。そういう

活動が、人間のいろいろな意味での豊かさにつながっていると現実を感じるから、みんな行動をするのだと思います。

**まくどなるど** 私は環境保全型農業は環境保全型地域づくり結びつかないといけないと思うのです。農業者が第一責任者になり、それを支えていくコミュニティも環境に対する意識を持つように育っていくというのが理想ですね。

前に宮城県の松山町(現大崎市)に行ったときは、一ノ蔵酒造と、一ノ蔵に米を出荷してくれる酒米研究会のグループが環境保全型農業をとるに考えようとしていました。非常にいい地域ネットワークで、彼らは、農業をよくしていくことによつて、地域も強くするという考え方でした。

### 地域の条件を配慮した政策を

**高木** やはり価値観が変わってきていますね。

**まくどなるど** さんは江戸時代のことでも恐らく研究されていると思いますが、あの時代の人たちは、「環境保全型」が当たり前でした。科学が発達していなかったからかもしれませんが、自然というものは調和せざるを得なかった。人間と自然というのは、共生して初めて自然の恵みを生かせる。これはもう当たり前の考えだったと思います。江戸時代は環境保全型の仕組みだったと思うんです。

鎖国をしていたということもひとつの要因かもしれません。むだにせずなんでも還元していくんです。江戸城にはたくさんの方が住んでいて、昔は肥料というのは、もちろんイワシなどもありましたが、人間の排泄物もあるんですね。

それを荒川とか江戸川とか、川を使って郊外に運んで、肥料になって、そこで野菜がつけられる。そして江戸の町に供給される。

そういう循環が当たり前のことのごとく行われてきました。

まくどなるど 私は、環境歴史学で徳川時代を少し研究しましたが、欧米の環境歴史学の中で、徳川時代は一つのモデルのケーススタディになっています。また、高く評価できるのは、日本人が研究熱心であることです。すでに徳川の時代でも、土壌学とか、農学の研究は洗練されていたんです。

歴史的に見ると日本には欧米型の科学が明治時代以降入ります。「こっちの研究のほうが優れているのかな」と思ったのでしよう。欧米型の思想、科学の色が強くなってくるんです。

欧米型のものもあつてもいいと思うんですが、日本には何千年かけて実生活から生み出した知識と知恵があつたから日本は今日まで来られたと私は思うのです。欧米のものが入ったのは、すべての歴史の中ではたつた「一秒」に過ぎないかもしれない。

高木 徳川時代というのは、結構立派な農学者がいたんですね。よくいわれる二宮尊徳もその一人で、あの人は全国に経験から生まれた農業の技術を普及していったわけです。だから、二宮尊徳像は各地に残っていますね。

まくどなるど 考えてみれば、そうですね。徳川時代は、旅人の規制は結構厳しいし、社会規制もあつた中で、日本全国歩いて、そういう本物のフィールドワーカーがいっぱいましたね。

高木 それから、「藩」が独自の農業をやったり、藩主の考えもあるんですが、特色のある農業を発展させましたよね。

まくどなるど 私は、日本を北海道から沖縄まで旅していて感じるんですが、オンリーワン政策は無理ですね。日本列島すべてを視野に入れ、一律の政策をあてはめるのは難しい。流水が流れてくるような北海道の雪国もありながら、南に行くとも珊瑚礁やマングローブもある。もう全然生態系が違います。

もう少し地域条件も配慮するような政策ができたらいなと思うんです。



妥協ではない、  
「ほどほど」「ぼちぼち」が大事

高木 そうですね。日本は明治維新からずっと、欧米先進国に追いつけ追い越せで一生懸命やってきて、それなりに追いついた。そして、さらにそれ以上を目指してやってきた。だけどよくよく足元を見たら、いろいろなものを失ってしまったというところに気づき始めているのではないかと思うんですね。

今、農業の政策も一律ですよ。北海道から沖縄まで、いろいろな条件が違うにもかかわらず、

大きな政策は国が一律に決めて、それに従わせる。これが、いろいろな意味で矛盾になっている。米の生産調整一つにしても、こういう時代になっても、なおかつ生産をコントロールする。これが、農業者のいろいろな知恵とか工夫を殺し、やる気を失わせてしまう。

まくどなるど 地方から日本を眺めていると、国と地方がどういいう役割をお互いに果たせばいいのか考えることも多々あります。国はアドバイザーになれたらいいなと思います。地方にはもう少し人材育成をしないと、いけないなと思うところもありますね。地方の格差を感じることもあります。

### 持続可能な地域づくりへ

高木 もう一つ大事なことは、里山をだれが支えていくのか。基本的には農業、漁業が基本だと思ふんです。そうすると、今後さらに検討の必要があると思いますが、里山ビジネスを確立しないと、一定の所得が上げられないと、そこに住む人も来ない。

まくどなるど なるほど。

高木 県や国の支援も必要ですが、永久には支援し続けられないわけですから、立ち上がりの五年とか一〇年とかでいいんです。里山が保全されるためには、それがビジネスになることが必要です。

まくどなるど そうですね。残念ながら最終的にお金は必要だと思います。農村で暮らして、そこで収入を得られるかどうかは大きな課題です。専業農家の人は、本当に尊敬します。

**高木** 国や公共団体はあくまでもサポートをすることが目的で、農業者たちの能力を發揮できるようにするべきですね。

まくだなるど 誤解を招きやすい発言ですが、今の里山、特に高齢化がかなり進んでいる地域で見ると、年金制度がひつかるんです。今、年金制度が行き詰まりつつありますね。長期間で見ると、年金制度を当てにして里山保全という考えは、ちょっと問題です。老後は年金生活を当てにしながら農村で暮らそうという、シルバー人口を対象にしたような、団塊の世代に向けた一つの政策があるようですが、私はどうも、ちょっと引つかる。年金制度が空になってしまった場合はどうするんでしょうか。

**高木** 高齢の農業者がいろいろな知恵や経験をそこで生かして、ビジネスをつくり出して、年金プラスアルファでやれば一番いいですよ。利用保全というのは継続することが大事です。一時期利用保全して、その世代が亡くなったらだめになるというのは、システムとしては非常に問題がある。

まくだなるど 日本だけではなくて、カナダもそうですが、やはり対策が弱いんですよ。「まさかこんなことが起きると思わなかった」というのではなくて、多数のシナリオや仮説をもう少し立ててもいい。

実はわれわれのプロジェクトの里山、里海エコシステム調査の中にも、シナリオづくりの部分があるんです。政治家、行政、研究者、民間企業などいろいろな人たちを集め、シナリオづくりをやってみようと話しているところです。

**高木** そこに住む方が本当に受け入れて、それを生かせるようなものではないと、シナリオは結局絵にかいた餅になってしまう。その里山の利用保全を、続けていく人、そこに住んで、または住まなくても通ってでもやり続ける人たちが、そしてまたその次を継ぐ人たち、そういうシナリオでない。



農業者の能力を  
發揮できるようにすべき

まくだなるど そうですね。自然の生き物調査とかモニタリングと同時に、私が強くお願いしているのは、そこに住んでいる人々を対象にした社会科学あるいは人類学の調査です。人間がいるから、里山、里海みたいなものができてきたから、里山、里海政策づくりは、ちょっと無理があると思うんです。だから、人間が暮らしていくための里山、里海保全では、暮らして行くためには何が必要なのかを考えなければいけないかもしれないですね。ひよっとしたら、すべての保全は不可能なのかもしれません。カナダのへき地もいろいろ回ったりしているんですが、カナダと比べると日本はある意味で非常にぬくもりのある社会です。どの地域も隅々まで全

部カバーしようとするんですよ。

**高木** 日本にも「ぬくもり」が薄れてきているという人はいます。いわゆる都市と地方の格差ということですね。最近ではぬくもりを取り戻せというのが日本の共通の認識になっていると思います。

まくだなるど 今までのぬくもりをそのままつなげようというのは限界があると思います。循環型というか、持続開発可能な地域づくりが大事です。そうすると無理をせず「ほどほど」「ぼちぼち」がやはり必要だと思っただけ。大きな夢を抱えながら、ぼちぼち、しつかり、一歩進むことですね。農業とか漁業とか林業は、地道にやるべきだと思います。

**高木** 最後になりますが、まくだなるどさんはこれからどんなことをやっていきたいですか？

まくだなるど 単純なことで、やはり自然環境に配慮した環境保全型農業、林業、漁業をもう少し結束できたらいいと思います。普及だけではなくて、第一次産業ネットワークづくりはもう少しやる必要があるのではないかと考えています。第一次産業もやや縦割り社会になっています。たとえば林業という活動によって、それが農業にどういう影響を及ぼしていくのか、人間活動によって、漁業にどういう影響を及ぼしていくのか、相互の関係についてももう少し考えたい。そして、もう少しネットワークづくりができるような仕組みがつけられたらいいと思うんです。オペレーティング・ユニットの里山、里海のアセスメントからみなさまに貢献できたらと思っています。

# 仙台で農(水)食フォーラム 農商工連携にビジネスチャンス

■ 開催日 二〇〇八年一月一四日(金)  
■ 会場 仙台国際ホテル

農業と商工業の現場が手を携え農商工連携を進めればビジネスチャンスはさらに広がる。日本政策金融公庫仙台支店農林水産事業主催の「農(水)食フォーラム」に参加した農業関係者らは、「チャンスあり」と手応えを感じたようだ。

冒頭の主催者あいさつで谷川浩道政策公庫常務がまず「夢を語り合うだけでなく、みなさんが技術や人材、マネージメント・ノウハウの面で連携し、互いにいい意味でのリスクをとっていけば、道は必ず開ける」とメッセージ発信した。

## 国内には資源が眠っている

続いて行政当局も同じようにチャンス活用のメッセージを送った。まず農林水産省東北農政局の宮坂巨局長が「国内にはさまざまな資源が眠っているのに、なかなか活用されていない。農商工連携でオンリーワンを」と語れば、経済産業省東北経済産業局の根井寿規局長も「地域づくりの目線で第一次、第二次、第三次の産業が連携することが重要だ」と産業連携によるビジネスチャンスの創出を訴えた。

さしい発酵農業に力を注いだところ意外な成果をもたらした、という。  
具体的にはふん尿のたい肥化などに際して有機物の循環や発酵などのシステム化に努めた結果、酵母牛や作物に害虫を寄せ付けない「グリーントップ」、たい肥が燃料になる「バイオマスパークナー」といったユニークな商品開発に成功し、いまや年間一〇〇〇人の人たちが見学に押し寄せるとほどのビジネスモデルをつくり上げることができた、という。

これに関連するビジネス成功事例を紹介したのが新福氏だ。

## リサイクルでWIN・WIN

新福氏はいま、野菜などの農業生産をベースに大規模な経営展開しているが、同時に、野菜生産の過程で出てくる規格外の野菜、それに市街地のホテルやレストラン、スーパーなどで出る生ゴミを総合的に加工してバイオマス複合変換施設で液体肥料などに変えて商品化している。この中に前述の國分氏が取り組んだ食物残さの肥料・飼料化も含まれているが、新福氏は、その肥料化をさらに発展させ外食大手企業との間で二〇〇七年に「循環型食品流通リサイクルビジネス」で提携し、そのレストランの食物残さを加工した肥料で野菜を生産しレストランの調理用に供給するシステムにつなげ、(プラス、プラスに作用する)WIN・WINの関係にしている、と述べた。  
参加者の強い共感を呼んだのは新福氏のメッセージ。  
「農業の現状は耕作放棄地が増え、生産規模

こうしたメッセージに込めるかのように、國分農場有限会社社長の國分俊作氏(福島県)、株式会社一ノ蔵会長の櫻井武寛氏(宮城県)、そして有限会社新福青果社長の新福秀秋氏(宮崎県)の三氏がそれぞれの成功事例を紹介し、フォーラム参加者の関心を誘った。

このうち國分氏は、「環境にやさしい発酵農業を——規模拡大だけでは生き残れない」というテーマで、古くからある発酵技術を活用した食物残さの飼料化、ふん尿のたい肥化によって地域社会と共存共栄する「有機循環型社会システム」を実践している事例を紹介した。

國分氏は当初、養豚からスタートしたが、一九七五年から肉用牛飼育に切り替え現在、一〇〇頭を飼育している。しかし畜産の規模拡大だけでは生き残れないことに気がつき、環境にや



農(水)食フォーラムの会場は関心が高く満員の盛況ぶり

が小さく所得も低いため将来展望が見えず空洞化が起きている。だが、私から見れば農業は巨大で魅力的な産業だ。発想の転換さえすればビジネスチャンスがいっぱいある」

さらに新福氏は、地域や集落の農地の一括買い上げあるいは借り上げを行えば効率的で生産性高い農業が実現できること、勘に頼る「カンピユーター」をコンピュータ化させることで畑ごとの施肥管理ははじめ生産物の納品や物流の管理までが可能になり、いわゆる「農業の見える化」を積極的に進めれば、十分にビジネスにできると熱っぽく語った。

この二人とは対照的な櫻井氏は、國分氏ら農業者と違う商工サイドの酒造メーカー経営者で、

逆に無農薬や減農薬の酒米を確保する必要性があつて農業参入したユニークな存在。

## 二次主導の六次産業化も

櫻井氏はフォーラムで「私たちが当初、農業参入したときに酒米生産農家から『自分たちの分野を荒らす気か』と強い反発を受けた」という。しかし櫻井さんはその際、農業への参入は農家との間で原料米の生産契約を結び無農薬や減農薬・減科学肥料の米をつくってもらい農商工連携をはかるためのもの、酒造メーカーの一ノ蔵としては、無農薬の酒米でつくった付加価値の高い酒をアピールするのが狙いだ。みなさんと一緒に六次産業化をめざそうと訴えたら、やつと理解を得たそうだ。

この六次産業化は、本来は、一次産業の農業主導によって二次産業の製造業分野で農業サイドが農産物加工を行い、さらに三次産業の販売流通にまで手を伸ばして収益をあげる考え方だ。櫻井氏の場合、逆に二次産業が軸になって一次産業の農業に働きかけ、農商工連携し「二ノ蔵ブランド農産物」を直接販売するやり方だが、生産から加工、販売まで関与し地域に一つの産業基盤、生活基盤をつくるのが出来た意義は大きいと述べた。

櫻井氏が「無農薬で生産履歴がはっきりしているわが社の酒は海外でも高い評価を受け、いまでは二五カ国に輸出している。地産地消がブームになっているが、うちの場合の『地消』は地球の『地』だ」と述べ、参加者の拍手を浴びた。

この三氏の成功事例紹介のあと、東北大学大

学院准教授の伊藤房雄氏をコーディネーターにして「農商工連携で活気ある町づくりを考える」というテーマでパネルディスカッションが行われた。

パネリストとして、石巻魚市場会社社長の須能邦雄氏、みやぎ生活協同組合副理事長の沼倉優子さん、そしてベンチャー企業への投資を行っているチャレンジ・ジャパン・インベストメント株式会社の橋上保隆氏が加わった。

## ベンチャーキャピタルも支援可能

須能氏は「われわれの場合、流通の部分がまだ弱い面があるが、農商工と同様、漁業も商工との連携がますます重要になっている」と述べた。また、沼倉さんも「消費者は一次産業に無関心になりかねない部分があるが、食品偽装などの問題が出てから無関心でいられなくなっている。ただ、農商工連携や異業種連携は地域おこしにつながるのには間違いない」と述べ、消費者の立場からも連携強化を支援する姿勢を見せた。

一方で、橋上氏はパネルディスカッションを締めくくる形で「ベンチャー企業を見てきた立場から言えば、事例紹介の三社とも強いリーダーシップのもとに選択と集中という経営理念に沿ってしっかり経営されているのは素晴らしい」と述べた。

橋上氏はフォーラム冒頭の講演で、「ベンチャーキャピタルとして、資金提供や経営サポートを通じて中堅・中小企業の支援・育成をしてきたが、農商工連携でアクティブに活動している企業もベンチャー支援の対象になりうる」とし、言外に意欲的な農商工連携企業も視野に入れていくことを明らかにした。(経済ジャーナリスト 牧野義司)

# 消費者調査からみた中国の富裕層 食の安全や健康重視が極めて高率

日本政策金融公庫農林水産事業では中国（上海、北京）の富裕層および台湾、香港の中間層以上の男女四〇〇〇人を対象に、食に対する志向や日本からの輸入食品に対する購買行動などに関して消費者動向調査を実施しました。

## 一 「健康」志向九一%、「安全」八五%（図1）

日常の食品購入でどういったことに比重を置くか、という質問に対し、中国では健康に配慮した「健康志向」が全体の九一・一%、食の安全を重視する「安全志向」が同じく八五・二%で、それ以外の美味しいものを食べたい「美食志向」の四九・七%、価格の安さに比重を置く「経済性志向」の三三・五%などほかの質問項目を大きく引き離し、非常に高い結果となりました。同じ質問に対して台湾で「健康志向」が全体の八一・三%、「経済性志向」が七一・四%、「安全志向」が六五・六%、香港で「健康志向」が八〇・六%、「安全志向」が六九・六%と、中国同様、強い「健康」「安全」志向を示しました。

過去に国内で実施した同じ調査では、日本の消費者の「健康志向」が三五・〇%、「安全志向」が四一・三%だったことから見れば、中国のこだわり強さは群を抜いています。

また、今回の調査時点は今年七月ですが、今年九月に中国で表面化したメラミン混入問題（甘粛省の乳児がメラミン入りの粉ミルクを飲んで腎臓結石になったという報道）の後では、中国の

富裕層消費者の食の「健康」「安全」志向がさらに強まっていると想定されます。

## 二 日本からの輸入食品に関心高い（図2、3）

日本からの輸入食品を購入したことがあるか、という質問に対し、中国では六八・三%が「購入したことがある」と回答し、日本の食品に強い関心を示していることがわかりました。

これに対して、日本の食品を「購入したことがない」と答えた三一・七%の人たちのうち、購入しなかった理由のトップが「日本が嫌い」六〇・六%、「価格が高い」が四三・〇%、さらに「近くに日本からの輸入食品の店がない」が三〇・六%、「本場に日本産であると信頼できない」が二五・八%などと続いています。

台湾、香港では日本からの輸入食品を購入したことがある消費者が九五%を超えています。中国に比べて親日度の高さを象徴してか「日本が嫌い」と回答する消費者は圧倒的に少なかつたものの、価格、販売チャネル、食品表示などの課題は共通しており、日本から食品を輸出する際のヒントが浮き彫りになりました。

## 三 中国などで日本食「おいしい」イメージ弱い（図4）

日本産の食品に対するイメージを尋ねたところ、中国、台湾、香港とも「見た目がよい」「高級感がある」「品質がよい」点で評価が高かったものの、「おいしい」については評価がわかれませんでした。中国では地元中国産が「おいしい」四六・一%に対し、日本産は二九・八%、また台湾では地元台湾産六四・七%に対し日本産が三七・〇%と地元産評価が圧倒的に高い結果でした。一方、香港では、地元香港産三二・〇%に対し日本産四八・九%と、唯一、地元産よりも日本産の評価が高い結果となりました。味覚については食文化の違い、古くから外国食品を受け入れる素地があったかなど、歴史的な要因によるところも大きいと思われる。

この調査結果は、日本、中国、台湾、香港で食品や味の交流を行う際のヒントがいくつもあることを示しています。

つまりこの際、各国間で味覚の違いを認識すること、また牛肉など、現在、輸入規制のある品目の中で味が受け入れられるものなどについては、今後幅広く紹介していくといったことなど、さまざまな検討課題が浮き彫りになっています。

（情報戦略部 藤澤典子）

（注）中国の富裕層：年収約六万七千人民元

（約百万円）以上

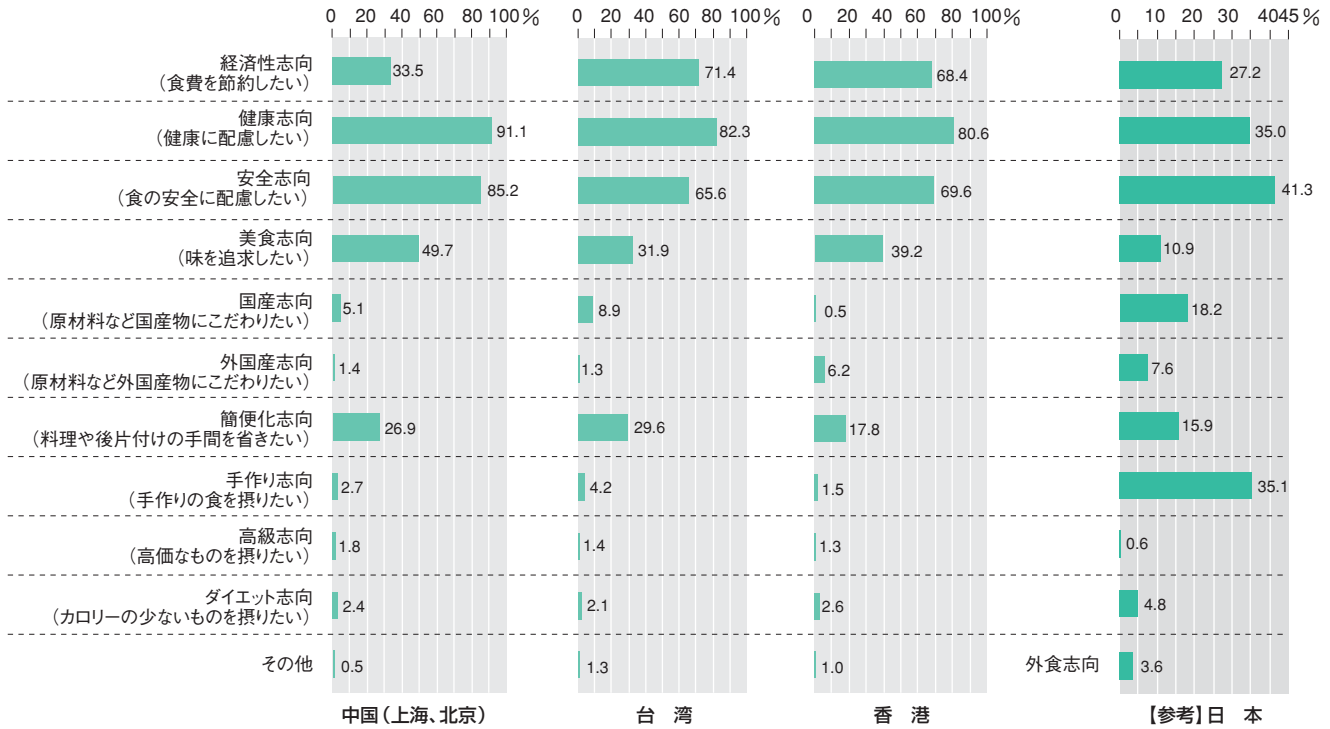
台湾の中間層以上：年収約三六万台湾ドル

（約二六万円）以上

香港の中間層以上：年収約八万四千香港ドル

（約二二六万円）以上

図1 日常の食品の購入重視点(3つ選択)



※農林漁業金融公庫「平成二〇年度第一回消費者動向等に関する調査」より

図3 日本からの輸入食品を購入しない理由(複数回答)

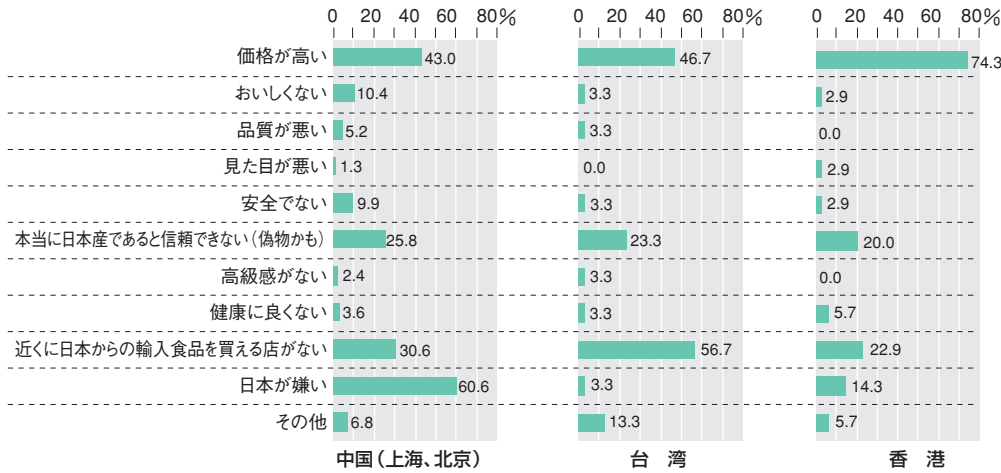


図2 日本からの輸入食品の購入経験

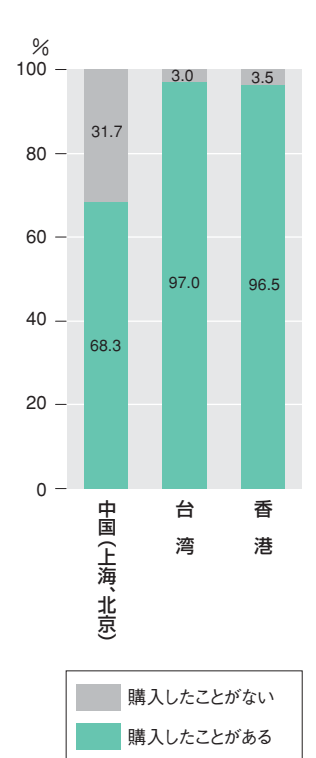
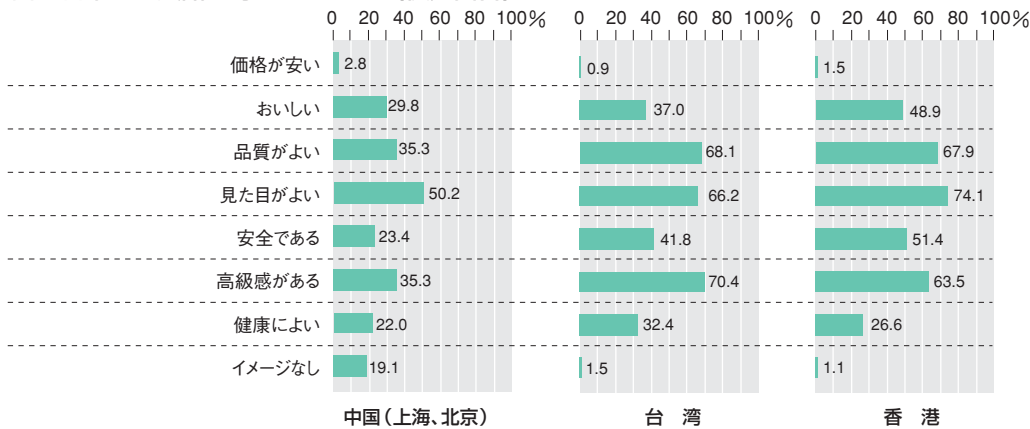


図4 日本産の食品に対するイメージ(複数回答)



# 台木は「園の下の力持ち」

日本政策金融公庫 農林水産事業  
テクニカルアドバイザー

## 後藤 明彦

**果** 樹は一般に接ぎ木で増やすことは良く知られています。稲・麦や多くの野菜のように種子をまいて育てるのではなく、接ぎ木苗を植えて育てます。

接ぎ木苗は「台木」に目的とする果樹の品種の枝(穂木)を接いで作ります。ですから農家に植えられた果樹の幹の地際部から根っこまでは台木で、台木の上が、リンゴの「ふじ」とか、カンキツの「不知火(デコポン)」とかの品種の部分になります。

果樹では、種子を播いても親と同じものは芽生えません。イネでは、「コシヒカリ」の種子を播けば「コシヒカリ」が芽生えます。しかしリンゴでは「ふじ」の種子を播くと、芽生えた実生は親の「ふじ」とは違うものになります。他の多くの果樹でも同様です。これが、果樹を接ぎ木で増やす最も大きな理由です。

台木は単に品種を支えて根つこの役割を果すだけでなく、それ以外にも重要な役割を持っています。

果樹は「モモ・クリ三年、カキ八年」というように、種子を播いてから花が咲き果実が成るようになるまでに年数がかかります。しかし接ぎ木苗から育てると、種子から育てるよりずっと早く花が咲き実が成ります。

台木には、「わい化」や「耐病虫害」といった重要な働きもあります。果樹はイネなどの作物に比べて大きく、収穫、せん定、摘果などのため、重い脚立を運んだり上り下りしたりする危険な重労働が多くあります。



「JM」台木によるリンゴのわい化栽培

このような作業の省力・軽労化のため、リンゴでは樹を大きくしない「わい化栽培」が普及しています。従来の普通栽培では台木としてリンゴの野生種「マルバカイドウ」が使われていましたが、わい化栽培では「わい性台木」を利用して樹を小さくします。温州ミカンなどのカンキツでは古くから台木として「カラタチ」を利用していますが、これも優れたわい性台木です。わい化栽培は、また、普通栽培に比べて、花が咲くまでの年数を短縮する効果もあります。

ブドウは挿し木で増やすこともできますが、多くは接ぎ木苗を利用します。これはブドウの害虫フィロキセラによる被害を防ぐためです。フィロキセラはブドウの根に寄生する北アメリカ原産のアブラムシで、一九世紀の中頃、アメリカからヨーロッパに侵入して各地のブドウ園を荒廃させ、フランスのワインの生産量が三分の一にまで激減したといわれています。一八七五年に、この害虫に強い抵抗性台木がアメリカで発見され、この台木の利用によりフィロキセラ被害は収まりました。

美しい花を咲かせ、おいしい果実をならせる果樹園の中で、台木は、地上部の品種に比べ、目立たない存在ですが、「縁の下の力持ち」ならぬ「園の下の力持ち」として重要な役割を果たしています。

(注)「JM」は(独)農研機構果樹研究所が開発したリンゴ用わい性台木の品種です。(写真提供：(独)農研機構果樹研究所・工藤和典氏)



### Profile

ごとう あきひこ

1943年東京都生まれ。74年東京大学大学院農学系研究科博士課程修了。77年農林省果樹試験場入省果樹試験場栽培部長(独)農研機構果樹研究所リンゴ研究部長等を経て2004年から農林公庫(現日本政策金融公庫)勤務。専門は果樹の栽培生理。主な論文に「カンキツのジベレリン」、編集に「果樹栽培の低コスト・省力化技術」などがある。



『協同組合再生の時代』

鈴木俊彦著



(農林統計出版・税込 1,995円)

一人の百歩より、百人の一步

青木 宏高

(NPO法人「良い食材を伝える会」理事)

一般的には生活協同組合は生協で、農業協同組合は農協と呼ばれる。いずれも協同組合で、漁協や森林組合も同様。スーパーの店舗をもつ生協や、農協のガソリンスタンドもある。共済事業を行っている共済生協や大学生協、住宅生協、福祉生協もある。暮らしに身近な存在である協同組合だが、実態を知る人は意外に多くない。一般企業との違いを問われることもある。

協同組合には出資金を出して加入する。すると運営や活動に参加できる。誰でも自由に資格を得て組合員になれる。現在、協同組合の組合員は三〇〇〇万人を超え、国民の四〇五人に一人が参加する巨大な組織になっている。

本書は、協同組合を理解するにはよい参考書である。著者の鈴木さんは、農家の家庭雑誌である日本一の部数をもつ月刊誌『家の光』を発行する社団法人家の光協会です仕事をしてきた。

家の光誌は大正一四年に創刊され、農業協同組合運動の啓蒙を目的に発刊された。そこで鈴木さんは農業、農村や農協にかかわり、半生を協同組合と歩んできた。

本書の第一部は「協同組合の先覚者」である。日本人が三二人、外国人が一〇人。登場人物の紹介によって、二世紀余の協同組合の流れが容易に理解できる。

また第二部は、協同組合の存在理由や役割である。透明性の高い事業報告や説明責任という企業の社会的責任が問われている今日、「ステークホルダー(企業の利害関係者)の支持を得て、イノベーションの実を挙げ、ガバナンス(企業統治)を通してよりよい社会をつくるビジネスの責任」が求められているが、これこそが協同組合の掲げてきた実践的理念として提示する。

そして協同組合の存在理由を「企業活動と社会的課題の融合を実現させることにある」と明記する。競争社会の生んださまざまな矛盾は、協同組合の行動なくして解決できない。鈴木さんは本の中でそう記述する。

多くの文献を駆使して、「協同組合」をズシリとした重みのある布に織り上げた。協同組合の行く末は、鈴木さんの生涯の「宿題」のようなものかもしれない。

協同組合に携わる人々の心に刻まれた言葉がある。「一人は万人のため、万人は一人のため」である。いま「一人の百歩より、百人の一步」をかみしめたい時代でもある。

F

読まれてます 三省堂書店農水省売店(平成20年11月20日~平成20年12月19日・価格は税込み)

タイトル	著者	出版社	定価
1 食料自給率の「なぜ?」	末松 広行/著	扶桑社	735円
2 食品偽装	新井 ゆたか、中村 啓一、神井 弘之/共著	ぎょうせい	2,500円
3 農地制度 何が問題なのか	高木 賢/編著	大成出版	2,520円
4 週2日だけ働いて農業で1000万円稼ぐ法	堀口 博行/著	ダイヤモンド社	1,575円
5 現代の食料・農業問題 誤解から打開へ	鈴木 宣弘/著	創森社	1,680円
6 食品不信社会	今村 知明/著	中央法規出版	2,520円
7 食品テロにどう備えるか?	今村 知明/著	コープ出版	2,625円
8 誤解だらけの「危ない話」	小島 正美/著	エネルギーフォーラム	1,260円
9 奇跡のリンゴ	石川 拓治/著、NHK「プロフェッショナル仕事の流儀制作班/監修	幻冬舎	1,365円
10 どうする国有林	笠原 義人、香田 徹也、塩谷 弘康/著	リベルタ出版	1,680円

## 「第四回業務協力シンポジウム 農業融資研修」開催

政策公庫農林水産事業は、一月一八日、一九日の二日間、東京都内の新公庫ビルで、第四回業務協力シンポジウム・農業融資研修を開催し、業務協力している民間金融機関から四二機関六〇名の方々に参加いただきました。

農林水産事業は、平成一七年度から民間金融機関の農林漁業金融への取り組みを支援する一環として、業務協力先の民間金融機関向けにシンポジウムや農業融資研修を開催しています。



上：GAPへの取り組みについて丁寧に説明する農業法人  
下：パネラーとの意見交換に耳を傾ける参加者

今回は農業法人への投資とGAP（適正農業規範）について、農業法人に投資する機関、逆に投資を受ける法人、それにGAPを推進もしくはそれに取り組んでいる農業法人をパネラーに、シンポジウムを開催しました。また一方で、農林水産業施策、農業情勢、農業信用リスク情報サービス（ACRIS）、民間金融機関の農業者融資債権を証券化する取り組みについて意見交換をしました。

（総合支援部）

## ● 交叉点 ●

## 「プロ農業者と学生との交流会イン・米子」開催

「プロ農業者と学生との交流会・イン・米子」が一月三十一日、鳥取県米子市で開催されました。「さんいん農林友の会」の主催で、農業経営者と農業に関心ある大学生を集め、意見交換を目的とした催しです。

「さんいん農林友の会」は、日本政策金融公庫松江支店および鳥取支店が融資する農業経営者らで組織されています。

さて、昨年続く第二回目今回のイベントには鳥取大学、鳥取農業大学校、鳥根大学の学生など約五〇名が参加しました。

農業経営者から経営内容について説明があると、学生からつこ



だ質問が飛び出すなど、意見交換も活発でした。

農業経営者にとっては、次代を担う若者たちの考えを直接聞き、マーケティングの参考にできる利点があり好評でした。また学生も同じで、とくに将来農業に従事したいと考えている学生は熱心に農業経営者の話に耳を傾けていました。

意見交換のあとは、農業者から提供していただいた農産物を味わいながら懇親会を行いました。ここでも農場などの様子を映像で紹介するなど、さらに交流を深めると同時に、大変に盛り上がりました。

（松江支店、鳥取支店）



上：出席者が2班に分かれて活発な意見交換会  
下：農産物を味わいながら交流を深める参加者

# みんなの広場

◆一二月号「銀座で環境農業―ミツバチ養蜂通じて銀座の街を元気に」を読んで、本当に驚きました。自宅の軒先にハチがいるだけで大騒ぎするのに、なぜ大都会銀座でミツバチを飼うの？と不思議に思いながら読み進んでいきました。

そうしたら、西洋ミツバチは高いところを飛び、攻撃されなければおとなしいこと、養蜂はその特徴を活かしたもので、しかも近隣の樹木に実をつけたら、また害虫駆除に役立つたりしていることもわかりびっくりしました。

銀座で出来るのなら他の街でも夢のあるプロジェクトにすることは可能です。  
(岐阜県・三四歳・竹中和子)

◆一二月号特集「農業コスト」削減に挑戦のうち飼料米は畜産農家の切り札になるか、との記事を読み課題の多いことがわかった。

アメリカがトウモロコシのバイオ燃料転換政策を打ち出したため、供給不足で飼料価格が高騰、そこに中国やインドの経済成長が加わり、もはや安い外国産穀物や飼料の輸入は望めない。

この際、日本は飼料米の増産に力を入れることが必要だ。食料の自給率を高めると同時に休耕田の有効活用になる。米生産農家は飼料米に関して、生産コストや食用米へのこだわりがあるようだが、その意識改革が必要だ。

早く飼料米生産に着手すべきだ。

(広島県・六七歳・巨幸男)

◆一二月号の「農業コスト」削減に挑戦という特集は、いま、日本の地域農業、個別の生産農家が抱える最大の課題であるコストの問題に踏み込んで世界の専門家の人たちの論文を取り上げており、いずれを読んでも目を開かされる思いです。

農業者の人たちは、この特集の狙いを十分に体得し、かつ論旨をしっかりと受け止めて展開していくことが大切かと思えます。

(千葉県・八三歳・松坂正次郎)

## みんなの広場へのご意見募集

本誌への感想や農林漁業の発展に向けたご意見などを「みんなの広場」でお寄せください。二〇〇字程度ですが、誌面の都合上調整させて頂くことがあります。住所、氏名、年齢、職業、電話番号を明記(匿名をご希望の場合はその旨明記)してください。掲載者には薄謝進呈いたします。原稿の返却はいたしませんので、ご了承ください。

〒一〇〇〇〇〇〇四

東京都千代田区大手町一―九一三

日本政策金融公庫 農林水産事業本部

AFCフォーラム編集部

「みんなの広場」係

(FAX) 〇三―三七〇―二三三三〇でも受け付けます)

## 編集後記

④「日本人の米回帰は本物か」をテーマに特集企画を組んでみました。総合すると「追い風は吹くが米回帰の動きはまだ定まらず」といったところでしょうか。景気低迷による外食離れと内食化の動きはコメ消費にとって追い風とされてきました。が、昨今の急激な景気の冷え込みがどのように影響するのかわかりません。とはいえ、昨秋、これまで聞いたこともなかった銘柄の新米がスーパーの店頭をにぎわせました。業界の方々の努力には頭が下がります。  
(錦織)

④今の社会は何でも早急に結果を出そうとします。でも、あんまくだなるどさんがいうように時には「ぼちぼち」ゆっくり考えることも必要かもしれません。  
(十文字)

④小学生の子どもの宿題でお米の研究があり、親子で取り組みました。

このことをきっかけに、ご飯とお米にお米に関する本や事典がわが家の食卓には登場しています。(小柳)

④先日スーパーで米粉が並んでいました。今月号で米粉のメリットについて勉強になりましたので、米粉を使ったレシピに挑戦したいです。(中嶋)

④流行に敏感な地元元のパン屋さんに、「米粉パン始めました」の看板。いつも以上のにぎわいに、ブームではおわってほしくないと切に願う今日この頃です。  
(内田)

### 訂正

一二月号掲載の「農政改革いま現場では」の記事で、  
有限会社中井農産センターの住所  
【誤】埼玉県吉川市中井一丁目五番地は  
【正】一丁目一五番地  
株式会社くらしの里の住所  
【誤】埼玉県吉川市大字吉六七五―五は  
【正】大字吉川六七五―五  
の誤りでした。お詫びし、訂正します。

### ■日本政策金融公庫 AFCフォーラム

田口 克幸 中嶋 由希子  
錦織 秀一 内田 千里  
小柳 典義 十文字みなみ

### ■編集協力

青木 宏高 牧野 義司

### ■編集・発行

(株)日本政策金融公庫 農林水産事業本部

Tel. 03 (3270) 2268

Fax. 03 (3270) 2350

E-mail info@afc.jfc.go.jp

ホームページ http://www.afc.jfc.go.jp

### ■販売

(財)農林統計協会

〒153-0064 東京都目黒区下目黒3-9-13

目黒・炭ヤビル

Tel. 03 (3492) 2987

Fax. 03 (3492) 2942

E-mail publish@aafs.or.jp

ホームページ http://www.aafs.or.jp

■定価 500円(税込)

■印刷 永井印刷工業株式会社

④ ご意見、ご提案をお待ちしております。

④ 巻末の児童画は全国土地改良事業団体連合会主催の「ふるさとのおんぼと水」子ども絵画展の入賞作品です。

# 日本人の米回帰は本物か



『ぶたさんが日光よくしているよ』川端 恵大 徳島県吉野川市立西麻植小学校

■AFCフォーラム 平成21年1月1日発行(毎月1回1日発行)第56巻10号(701号)  
■発行/(株)日本政策金融公庫 農林水産事業本部 〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-3 Tel.03(3270)2268  
■販売/財団法人 農林統計協会 〒153-0064 東京都目黒区下目黒3-9-13 Tel.03(3492)2987 ■定価500円 本体価格476円

