

中部社研50周年記念連続シンポジウム「中部圏の将来像2040」

第4回

「食と農」の国際化と中部圏の将来像

当財団は、2016年に、前身となる社団法人中部開発センターの創立（1966年7月）から50周年という節目の年を迎えることから、これに向けて、新たな中部圏の将来像を見定め、その持続的成長に向けた諸課題の整理と今後の取り組みの方向性を提起するため、一連のシンポジウムを開催しています。

また、当財団は、中部圏における農業と食品産業の活性化を図るため、2013年度より「中部圏の食と農の未来を考える研究会」を設置し、農業と食品産業に関する先駆的な取り組みなどに関する事例研究を行ってきました。

今回は、第4回としてこの研究会の座長である名古屋大学生源寺眞一教授にモデレータを務めていただき、「『食と農』の国際化と中部圏の将来像」をテーマに連続シンポジウムを開催しました。ディスカッションは、現状認識、課題の把握と対応にとどまらず、未来を見据えたものとなりました。その要旨をまとめましたので、以下のとおり、ご報告いたします。（文責事務局）

日時：2015年10月15日（木） 14：30～17：00
会場：名古屋ルーセントタワー 16階J・K会議室
後援：東海農政局、一般社団法人中部経済連合会、
名古屋商工会議所、北陸経済連合会



モデレータ：

生源寺眞一氏 名古屋大学大学院生命農学研究科教授

パネリスト：

吉田 忠則氏 株式会社日本経済新聞社編集委員
和泉 真理氏 一般社団法人J C総研客員研究員
浅井雄一郎氏 株式会社浅井農園代表取締役
加藤 雅士氏 名城大学農学部教授

I. はじめに：本シンポジウムの構成

生源寺 前半は「食と農」の分野の第一線で活躍している4名の方に、プレゼンテーションを行なっていただきます。

中部圏の農業あるいは食品産業は、日本の「食と農」の縮図といえます。亜寒帯の北海道と亜熱帯の沖縄を除く地域で作られている品目のほとんど全部が、この中部圏でも作られています。さら



名古屋大学大学院
生命農学研究科教授
生源寺 眞一 氏

1951年愛知県生まれ。1976年東京大学農学部農業経済学科卒業。同年農林省農事試験場研究員。1987年東京大学農学部助教授、1996年同教授、2007年同農学部長。2011年から名古屋大学教授。この間、食料・農業・農村政策審議会委員、日本学術会議会員、日本フードシステム学会会長、農村計画学会会長、日本農業経営学会会長などを務める。現在、食料・農業・農村政策審議会会長、日本農業経済学会会長、生協総合研究所理事。

に、中部圏の農業は、都市近郊農業、平地の農業、中山間の農業が組み合わされており、その意味でも日本の縮図といえると思います。このように、日本の農業なり食品産業の課題は、中部圏における課題と重なっています。

そこで、日本全体を視野に入れたお話を、株式会社日本経済新聞社の吉田忠則さんと一般社団法人JC総研の和泉真理さんに伺い、次いで、地元代表として、三重県にある株式会社浅井農園の浅井雄一郎さんと、名城大学農学部に加藤雅士さんのお話を伺います。

後半は、パネルディスカッションを行います。

テーマは、「中部圏の『食と農』の強みと課題は何か」と、「(TPPの大筋合意が進むなど)『食と農』の国際化が広く深く進展する中で、中部圏の『食と農』の役割は何か」です。

このうち国際化については、パネリストの方々はいずれも国際的な視野をお持ちの方ばかりですので、中部圏のお話と同時に、国際的な視点から問題提起をしていただけるのではないかと考えております。



II. プレゼンテーション

日本農業の課題

「聖なるコメ」との決別とその先の農へ

1. 日本農業の課題

吉田 まず、いくつか数値を押さえてみます。日本の食料自給率は低く、およそ4割です。1人当



株式会社日本経済新聞社
編集委員

吉田 忠則 氏

1964年千葉県生まれ。1989年京都大学文学部卒業、株式会社日本経済新聞社に入社。流通、郵政、農政、保険、首相官邸などの担当を経て、2003年から4年間、北京駐在。2003年「生保予定利率下げ問題」の一連の報道で新聞協会賞受賞。2007年から編集委員。

著書に『見えざる隣人』(2009年)、『農は甦る』(2012年)、『コメをやめる勇氣』(2015年)など。

りのコメの消費量は、最も多かった時の約半分にまで減っています。これからは、少子高齢化によって消費総量がさらに減ると見られています。

食料自給率が低いことについて意見を聞けば、たいていの方は「日本の食料問題は大変です。4割って心配です」と答えると思います。しかし、自分で中国産の野菜を買う時はともかく、コンビニや総菜屋で売っている弁当や加工食品の材料の輸入率が高いことを本当に気にしているのでしょうか。

日本では、現在食料が非常に余っていて、飽食の社会に生きていると思います。だから、いくら農政が「自給率が低いから日本の食料問題は大変ですよ」と言っても、たいていの方は、本音では気にしていないのではないかと思います。

しかし、なぜ農業がもうからないかといえば、食料が余っているから、つまり食料問題が解決されたがゆえに、農業経営問題が発生しているということではないでしょうか。

もう少し丁寧になると、例えば文房具のような普通の消費財は、過不足なく供給することが販売戦略上の狙いだと思います。しかし、食料はそれでは困ると思います。全体で過不足ないということは、実際には足りている時と、足りない時があるということです。では、足りない時に何が起きるかということ、3・11の時に突如、コンビニから食料が消えた事例のようなことが起きます。つまり、食料品というのは少しでも足りないと、人々を非常に不安にさせます。

この意味で言えば、食料は常に余っていること、余裕があるということが、国民の心理的な幸福や

安定につながっていると思います。したがって、高級ブランド化したものを除いた一般の食品は常に余剰ということが前提になり、価格には下方圧力がかかります。つまり、農業経営がもうからないのは、実はマクロで見るとある種の必然なのかもしれません。

日本のように世界第3位の経済大国で、外貨準備も世界で2番目に持っているような国は、世界中から食料を買うことができる経済力があるがゆえに、国民は豊かな食生活を維持しています。この結果として、農業経営が厳しい環境に置かれていることを理解するべきではないかと思います。

そのような日本で、それでも農業が成り立ってきた大きな理由が兼業だと思います。メディアは「兼業に依存する農業の悪」や「兼業を助ける農政の悪」のようなことをよく書きますが、実際にはもうからない農業を続けながらも工場や郵便局や金融機関などで働いて収入があるから、家計が成り立ってきた点もあるのです。このような兼業は、あながち否定すべきではないと思っています。

しかし、現在は日本の社会構造が大きく変わってしまい、工場とか金融機関などが次々に人員を減らし、兼業の機会が減り、兼業農業そのものが厳しい状況にあると思います。

しかも、生源寺さんが著書の『日本農業の真実』で記したように、「絶対的なカロリー供給力という点で、すでに危険水域に日本は入り込んでいる」のです。私が「日本は食料がいっぱいあるから、自給率が低くてもいいじゃないか」という結論にいけないのは、現実には耕作放棄が広がっており、この先、食料不足が本当に起きるかもしれないからです。

テレビのディレクターから脱サラして、国立市でイベント農場（東京都の「はたけんぼ」、後述）をやっている人がいます。その彼が、農業をやっている人について感じたことがあります。かつて、農業は誰もが携わっていたので、淡々と真面目にやっていたら社会は評価するという考えが根本にあり、うまくいってもいなくても、黙々と同じことを繰り返すのがあるべき姿だという美学があ

るのではないかと。

また、農家や政治家、それから農水省の方々と話していると、「企業は利益が出ないとすぐに撤退するから、農業参入には反対だ」と、ほぼ共通しておっしゃいます。

しかし、前述の状況を鑑みると、農業は利益を出すという方向に舵を切るべきなのではないかと思います。

2. 新しい取組み

まず、現状の厳しさを象徴しているおコメの世界で頑張っている例をご紹介します。

(1) 石川県「ぶった農産」

革新的な農業経営を以前からやってきました。今、キーワードは6次産業化ですが、農産物を加工したり自分で売ったりするといった工夫を、1980年代からやっています。

最初のきっかけは、「冬は暇だから何かやろう」と、加工を始めたことです。現在、加工で経営を成り立たせています。

さらに画期的なのは、農協や市場を通さないダイレクトマーケティングを始めたことです。宅急便が登場した時、真っ先に利用しました。この辺の革新的な考え方を象徴しているのが、シティバンクが銀座に支店を作った時にすぐに口座を作ったことです。富裕層向けのダイレクトマーケティングで、どういう顧客層をターゲットにどのようなアピールをするカタログが配布されているのかを知るために口座を作ったということです。

6次産業化というと作物の加工場を作ればそれで済むみたいなイメージも持ちがちですが、それにとどまらず、誰が何を望んで、そこにどうやって売っていくべきかを考えて、経営を軌道に乗せました。

(2) 新潟県「越後ファーム」

社長は、まだ40歳前後の新進気鋭の人です。

彼は脱サラなのですが、もともと都内の不動産会社に勤めていて、社長から「お前、農業やれ」と言われて始めたのがきっかけです。会社の意向で「ちょっと農業でもやってみないか」と言われ



で始めるというパターンは、結構あります。

彼は元の会社にいることをよしとせず、設立したこの会社を独立させ、農業一本で食べています。しかし、最初に田舎に入っていった時には、農地を貸してもらえませんでした。塩をまかれたりとか、「お前に貸す土地はない」と言われたりしました。そうして、やっと見つけた田んぼで稲作を始めても、大きな石をドボンと入れられるなど、非常に苦勞をしました。

同社の戦略の優れた点は、中山間地では効率化ができないので、「絶対にブランド化しないと自分は生き残れない」と考えたことです。そこでシンガポールの伊勢丹に乗り込んで、自社のコメを置いてもらいました。

同社がチャレンジしたのは、自然農法です。つまり、農薬も化学肥料も有機肥料も使わないで済むようにいろいろ努力を積み重ねました。有機栽培と慣行栽培を組み合わせながら、絶対に安売りをしませんでした。売れない時には、安売りせず、おコメを地元の湖に住むハクチョウの餌にしたのです。高い値段で勝負することにそこまでこだわったわけです。

今、ここのおコメは、一番高いもので1キロ5,000円です。東京の日本橋三越の本店でおコメの店舗を開いているのは、同社だけです。つまり、ブランド化に経営資源を集中することで、舞台に躍り出たわけです。

(3) 茨城県「横田農場」

逆に、広い農地なのに、1人しか後継者がいなかった事例を紹介します。現在100haで、このままいけば500haという、非常に大規模な効率化をポイントとした経営です。

そして地元密着もポイントです。いくら低コストで栽培しても、バーンと大量に市場に投入したら価値がなくなります。地元のスーパーや加工業者に限定し、「横田のおコメです」と言って、顔の見える経営を目指しています。

これが、ひとつの生きる道だと思います。

(4) 岩手県「盛川農場」

一旦、苗を作って田植えするのではなく、田んぼにそのまま種をまいて育てる乾田直播という農法で、極めて効率的な方法をとっています。技術的には高いレベルが必要ですが、生産コストを下げることができます。

しかし、革新的な部分はこの先です。水を入れない田んぼに種をまいて、苗が育ってきたらそこに水を入れるのです。それまでは見た目が畑です。

多角経営で麦や大豆やトウモロコシやおコメと、いろいろなものを作っているのですけれども、さまざまな作物を共通の機械で作ることができます。これまで日本では、田んぼと畑は全然違うことになっていました。それを、一本の経営で成り立たせるようにしたのです。これはすごい効率化です。しかし、真の狙いはマーケットのニーズに応じて、



その時に売れる作物を作ることにあります。つまり、おコメにこだわってないのです。市場を見る経営が、稲作で起きたということです。

野菜の世界では、より幅広いことが起きています。

(5) 群馬県「野菜くらぶ」

カリスマ農家と言われています。群馬だけでなく、各地に農場を展開しています。

コメの世界を離れて農業全般で問題を解決した方法は、グループ化です。

作物を、コモディティ化（品質、形状などの差別化特性が無く、どの製品も差がない状態になること。安値競争にさらされやすい）させないということです。たとえば、取り引きしているのは、生協や、らでいっしゅぼーや株式会社（有機野菜・低農薬野菜、無添加食品を定期宅配する企業）など、多くの量を求める上に、比較的高い品質も求める相手です。天候が悪い時にどう対応するかというと、常に情報発信するのです。「すみません。今度の収量は、こうなりそうです」と早めに言うことによって、相手に対応できなくなるようなことを回避します。つまり、ウィン・ウィンの関係を築くために、共通の理念を持つ農家のグループと売り先が結び付くことによって、たとえ天候で収量が不安定になってもお互いに迷惑をかけない経営を実現しているのです。

(6) 京都府「こと日本」

京都だけでなく、全国区になったネギの農家です。

他社と同じようにグループ化をしたのですが、発想が全く逆です。「約束した量は必ず守る」という戦略をとりました。農業の世界では、これがなかなかできません。植物工場ならできるか、というとそう簡単ではありません。ここは、露地栽培でネギを植えながら、それを実現しました。

なぜそれを実現できたかということ、自分の農場では、売り先に契約した量よりも多めに作ります。グループ農家の生産量が足りない時は、自分で補填します。利益を多めに出すことによって一定の損失を吸収できるような経営システムを作っていっ

たわけです。

多めに作っているわけですから、グループ全体として余剰分が発生する場合があります。この場合は、加工することによって、さまざまな形で市場に出していきます。

つまり、天候にあらがう経営が農業で誕生したのです。

3. 新しい農業の姿

食料供給に徹している限り、農産物は生産過剰になります。その中で勝ち残る人もいますが、違う発想も誕生しています。

新しい農業と社会につながるチャレンジが、始まっています。

(1) 首都圏の市民農園「アグリメディア」



露地栽培で野菜を作っていると、農地10a当たり年間数十万円の売上げがせいぜいですが、この会社では1,000万円を経営モデルにしています。

市民農園ですが、フィットネスクラブをライバルと考えています。お客さんの集め方、お客さんのケアの仕方、収穫までのノウハウをもとに、さまざまなイベントを組んで、農業の素人が農場に来たいと思うような体験を作る、つまりサービス業としてビジネスを成り立たせたのです。

農地を守るために、消費者からお金を取って、農家に農地賃料としてお金が落ちるといビジネスモデルを作りたいと彼は思ったわけです。社長が脱サラで農業の外の世界を知っているから、こういう発想が生まれたのでしょうか。

(2) 神奈川県「中山農園」



この方、すごくいい笑顔ですね。彼はある体験農園で、自分がお金を払って農業をやると同時に、その農場が別途持っている販売用の畑をただで手伝いに行くことを10年以上やっています。自分のやっていることをもっと確かめてみたい、自分の腕の上達を確かめたい人のために、この農場では体験農園でお金を取ると同時に、その生徒がほかの農場でただで手伝ってくれます。

体験農園での作業では、頭も体も使います。高齢者のアンチエイジングに、役立つわけです。また、孫を連れてきて、自分の作った物を食べさせることもできるので、高齢者がいきいきとします。農業が、高齢化社会に役立っています。

(3) 東京都「はたけんぼ」

写真では、畑に忍者が現われています。何でしょうか。

ここでは、さまざまなイベントを開いています。こうすることで、農業の風景を守っているのです。たとえば、ここで婚活イベントをやると、非常に評判が良いです。都会のきれいなレストランと違い、みんなが畑で収穫したものを料理したり、バーベキューをやったりする中で婚活イベントをやると、ふだんは無口な男性が黙々とリーダーシップを発揮したりする。女性もちょっとワイルドになっ



て、ガーッと料理を作ったりして、雰囲気が和むわけです。

畑や田んぼという空間は、イベントの際にコンテンツとして力を発揮します。忍者イベントもそうです。畑をキャンバスにしてコンテンツを描き、畑でサービス業をやっているのです。その結果、収益が得られ、農地が守られます。

ここで1つ強調したいのは、これまではずっとプロの農家と食べる消費者という関係でしたが、これからの日本社会にとってひとつの理想は、絵画の世界です。つまり、革新的な芸術家も、商業デザイナーも、膨大な数の日曜画家もいるという状況です。つまり、畑や田んぼという農的な空間に普通の人たちがたくさん入ってくるような状況が理想として考えられる。さらに、日本の食料供給基地としての農地を守る大きな手段になるのではないかと考えています。

その延長線上に、有機農業を素人の人たちがチャレンジするというのもあると思います。有機農業を科学的に突き詰めることで、多くの素人が参加できるようになる、ということです。

4. 今後の日本の農業のミッション

今後の日本の農業のミッションは何かといえば、食料余剰の前提の下で、農業の概念を広げて、収益性を高め、つまり生産基地であると同時にサービス業としての農業を実現することによって、いざという時のための食料基地としての農地を守っていくことではないか、と思うのです。

それは、ますます高齢化が進む日本にとって、重要な話です。ご紹介した体験農園は多くが有機栽培をやっており、それを素人が学んでいます。

世界中の新興国がいずれ経済成長し、豊かな社会を実現していくと思います。今、日本が高齢化社会の中で農業、田んぼや畑で実現しようとしている新しい社会の姿は、新興国にとっても将来のモデルになるのではないかと思います。

都市から農村へ ～地方へ向かう人々～



一般社団法人 J C 総研
客員研究員

和泉 真理 氏

1960年東京都生まれ。東北大学農学部卒業、オックスフォード大学修士課程(農業経済学)修了。1983年より農林水産省勤務。2007年より社団法人JA総合研究所(現一般社団法人JC総研)客員研究員。専門はヨーロッパ農業・農政、環境保全型農業、農業の人材確保。

著書に『英国の農業環境政策』(1989年)、『農業の新人革命』(共著、2012年)など。

1. 都市から農村への動き

和泉 私の調査のやり方は、全国のさまざまな農家を回って、お話を聞くことです。調査対象は女性が非常に多く、大方が農場経営者の奥さんです。

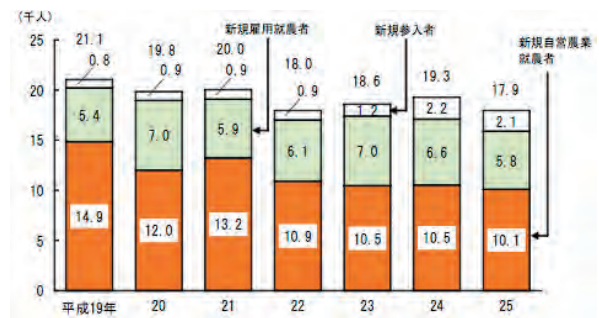
私からは、人の話をします。「農業と人」というとすぐに、農業は人手不足で、高齢化して、若者が来ないという暗い話になりがちです。

また「農村地域の人」という話になると、人口がどんどん東京とか大阪とか名古屋といった大都市圏に集中してしまって、過疎で大変で限界集落で云々と、これまた暗い話になります。

しかし、最近の動きを見ますと、それとは逆に、むしろ都市から農村・農業に人が、特に若い人が向かっています。

今、日本で新しく農業をやる人というのは、毎年約5万人ほどかと思っています。そのかなりの部分は、実家が農家で、自分が定年になったり、実家の両親が農業できなくなったのを機に農業を引き継いだ人たちです。ただし、その比率は、この

農業をやりたい人：49歳以下の新規就農者構成



5～6年間で90%から80%に減少しています。

特に、49歳以下では、実家が農業を行っていない人の比率(上のグラフでは、「新規参加者」と「新規雇用就農者」の両方)が増加し約4割(平成25年の場合、全体17.9千人のうち7.9(2.1+5.8)千人)になっています。

阿蘇で農業をやっている私の友人など、若くて、やる気のある方が農業に入ってきています。

2. 農外から農業に移ってくる人

今どきの農外から農業に移ってくる人は、どんな人たちでしょうか。新規就農者の相談窓口である新規就農相談センターの方の話によりますと、リーマンショックの頃は景気が悪く、就職先がないため、農外から農業に移った人が増えたが、景気が回復した現在の方が農業の人気の高いのではないかとのことです。

そのような若い方たちが農業を志向する理由には、環境・エコ、安心、食べ物などへの関心が結びついたことがあるのでしょうか。また、仕事の中身が年齢とともにだんだん現場から離れていくに



つれ、自分で最初から最後まで何かを作り上げる仕事をしたと思った時に、農業があったということも多いかと思います。

農業を新しく始める際のハードルが大分低くなってきたことも、背景にあると思います。例えば、農業を全く知らない人が農業をやりたいと思った時に、インターネットや相談窓口など、いろいろな形で情報が得られるようになってきました。農業を始めるための最初の研修時や、農業経営を始めた時に、年間150万円の「青年就農給付金」という国からの給付金もあります。

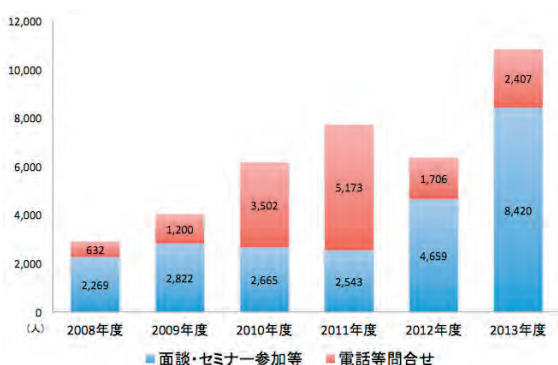
もちろん、新しく農業をする時の課題は、相変わらずあります。農地の入手、農業をやるための技術の習得、作物の育て方などです。施設や機械を買うためのお金も重要です。

30代前後で農業を始めた男性も多いです。一回社会人になった上で、やはり農業をやりたいと始める方は、強い動機があり、社会人として学んだ経験が生かせるため、成功する人が多いようです。

3. 農村に住みたい人・農村と交流したい人

次に、必ずしも農業をやりたいわけではないが農村に住みたいという人が、農業をやりたい人以上に急速に増えています。

農業をやるやらないとは関係なく農村に住みたい人



上のグラフは、NPO法人ふるさと回帰支援センターへの相談件数ですが、年々増加しています。さらに、2014年度の数字は2013年度の倍くらいというほど、非常に関心が高まっています。中部圏ですと長野県や新幹線ができた関係か北陸各県の

人気が高いです。

昔は「農村に住みたい」という人には、定年後に夫婦でのんびり田舎暮らしをする定年帰農組が多かったのですが、現在は半数が40代以下と聞いています。

こういう比較的若い人たちの移住希望のキーワードに、「安全」、「安心」があります。子どもの教育に良い、家族で一緒にご飯を食べられる、などの点を期待して、農村に移住しようと考えています。

しかし、夏の一番涼しく、緑にあふれて気持ちの良い時に、長野県の山の方に住みたいと思うのは構いませんが、秋も、雪深い冬も、春も現地に行き、どんな所で、どんな人たちが住んでいて、どんな生活ができるのかをイメージせずに移住してもうまく行きません。市町村のパンフレットの最初のページにある「家族3人で来たら1年間100万円あげます」という支援策だけ見て住んでみたが、実は何があるか分からないというのが一番よくありません。

移住希望者にとって最大の課題は、仕事と住まいです。

昔の定年帰農の場合は、年金収入があって、家の裏で野菜でも作るという形でしたからなんとかなりました。しかし、現在のように40代以下が多くなると、子どもを育てる世代なので、仕事がないてはいけません。しかし、地方で家族と食べていける仕事がないというのが、大きな問題です。

もう1つの住まいも、大きな問題です。田舎には一見空き家がたくさんありますが、持ち主からすれば盆暮れには帰り、仏壇を守る必要があります。また、賃貸の場合、トイレの水洗化などの費用がかかり、実際に使われてない家と住みたい人とのマッチングがうまくいってないというのが実態です。ただし、新しい法律ができ、空き家を活用する方向に向かっています。

ほかに、移住まではしないが、農村と交流したいという都市の人も増えています。農作物の直売所に行く人や、首都圏から約1時間の所にある市民農園（クラインガルデン）に滞在しネギを作る

ような人も増えています。

4. 都市から農村への動きに対して

私は、農村らしさを作るものは、農林水産業であり、その周辺の自然や環境、そしてコミュニティであると日頃から考えています。都会とは違い、隣人とおつき合いは煩わしい一面、最も大切なコミュニティです。農村の生活を都市並みに便利にするよりも、もっと農村らしさを作るべきです。そのためには、農林水産業をきちんと見つめていかなければいけません。

次に、農業は、人材も就農ルートも収入源も多様です。ある専業農家の方は、「農家は5本柱を持てばいい。1本100万円ずつ売ればいい」と教えてくれました。2つの農産物を1種類100万ずつ売る。それに、加工と、太陽光パネルのような再生エネルギーと、食育・体験・民宿・レストランなど、5つの柱を持てば農家は十分に経営しているはずであると言う趣旨です。

さらに、都市から農村に来た人であれば、農業をしながら、デザイナーや画家やITをやるという生き方をすることもありえます。

つまり、受け入れる側も、農業者としてだけ、住民としてだけ受け入れるのではなく、その中間を受け入れるような、「関係機関の連携と役割分担」が必要だと思います。

次に、都市の目線と農村の目線についてです。農村にいる人は、自分たちの良いところがなかなか分かりません。広い所で、きれいな景色で、おいしい地元のものを食べていると都市の人が思うのと、農村の人たちが思う「都市の人が自分たちをどう思っているか」のミスマッチを、交流の中で狭めていく必要があると思います。

最後は、「女性への支援」です。農業への人材という話は、どうしても男性中心になりがちですが、農業就業人口の半分は女性なのです。女性は男性と違い、結婚相手が農家出身だったなどの契機で初めて農業に接します。この人たちは消費者と交流したり、新しい視点で地域を変えていきます。この意味で、もっと女性への支援に目を向け

ていかなくはないと思います。

よく言われる言葉ですが、「若者・よそ者・ほか者が地域をよくする」です。特に中部圏の場合、大きな都市に近い所に場所があって、都市との交流も、都市からの移住も、アクセスのしやすい場所にあり恵まれています。これからは、単に生産の場というだけではなく、住む場所、コミュニティの場所として考えていただければいいと思います。

「食と農」の国際化と中部圏の将来像 ～三重県の若手農業者による

新たな取り組み～



株式会社浅井農園
代表取締役

浅井 雄一郎 氏

1980年三重県生まれ。2002年甲南大学理学部卒業。経営コンサルティング会社等を経て、2008年より株式会社浅井農園の取締役に就任（2011年より現職）。トマトに関する研究開発から生産、流通開発に取り組む。現在、うれし野アグリ株式会社取締役、株式会社AMB取締役、みえ次世代ファーマーズmiel代表理事を務める。

1. 浅井農園

浅井 私は、創業明治40年の株式会社浅井農園（以下、「浅井農園」）の5代目として農業経営を行なっています。東京で5年半サラリーマンをした後、実家に戻りました。当社は100年間植木を生業としてきましたが、市場が10年間で約10分の

浅井農園の特徴

研究開発	農業生産	流通開発
 <p><品種+栽培技術の研究開発></p> <ul style="list-style-type: none"> ・トマトゲノム育種研究 ・トマト栽培管理技術研究 	 <p><競争力ある農業の実践></p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社ミニトマト生産 ・生産者連携による委託生産 	 <p><新たな農産物流通への挑戦></p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社ミニトマト販売 ・こだわり農産物の仕入販売
 <ul style="list-style-type: none"> ・三農大学との共同研究により美味しく多収量のトマト品種改良に取組む ・品種評価および品種の特性を引き出す為の栽培管理技術の体系化 	 <ul style="list-style-type: none"> ・生産性高いオレンジの栽培システム・オペレーションをベンチマーク ・海外の最先端生産性技術と日本の美味しく高品質な栽培管理技術を融合 	 <ul style="list-style-type: none"> ・生産者と消費者の距離を短縮し、新鮮で最高の状態のトマトを周年供給 ・店頭POPや試食会等、生産者のこだわりを直接伝える売り方を実践

1に縮小してしまったので、何か新しいことをやらなければと、8年前にトマトを始めました。

ある意味で新規参入というか、第2期創業です。かつて従業員の平均年齢が63歳でしたが、現在では28、29歳まで若返っており、人数も増えています。

今年、農林水産省の方で、日本の農業の政策の骨格となる食料・農業・農村基本計画が発表されました。私は、食料・農業・農村という言葉が重要であると思っています。

私は、食料ビジネス、アグリフードビジネスをやっています。これは、農業・農村とは視点が全く違います。農業に関連する事柄を一緒にして語るのではなく、「食料」、「農業」、「農村」の一つ一つについて、丁寧に政策を作って、誰がその役割を担っていくか考えるべきだと思います。

浅井農園は、新規参入ということもあって、既成の概念にとらわれずに、自分で作ったものを自分で販売するスタンスです。販売をするとお客様のニーズが把握できますので、それに応えられる商品開発、研究開発をしています。

ここで原点となるのは、マーケティングです。当社の場合、お客様の顔が見えます。誰が、どこで、どんなトマトを、どれだけの量求めているかを積み上げていくことで、当社のような小さなプレイヤーは、ニッチなところで、よい条件で取り引きができます。

アグリビジネスは、情報戦です。いろいろな情報を基に自分たちで商品を作って、ニーズのあるところにダイレクトに届けていくことを考えています。

もう1つ最重要だと思うのが、農業人財像です。当社では、営業部門も開発部門も生産部門も全員、最初の配属では現場をやってもらいます。トマトのことを一人前に理解した人たちが、営業もしていくということです。そして、経営が成り立つことが大事です。また、植物を育てるといことは、科学の領域に関わるものです。

現場、経営、科学の3つを兼ね備えた人財を育成するために、生産農場＝研究農場、全社員が研

究テーマを持つ、常に現場を科学するということを大事にしています。この結果、京都大学の大学院を出た人や三重大学で博士号を取った人が、農業を志して当社に来てくれました。

しかし、そういう人たちに、現場作業を単にやらせるだけだと、多くの仕事が非常に単調です。そこで、アグロノミスト（agronomist；農業者であり研究者である人）という言葉掲げています。

ICT（情報通信技術）の利用などについては、だまされたと思って、とにかく挑戦するのが当社のスタンスです。農業歴40年というベテランは、PDCA（Plan・Do・Check・Actionというマネジメントのサイクル）を回して自分のノウハウ・技術を蓄積していきます。ところが、我々若手は経験がありませんから、営農計画の立案と実行はやりますが、振り返って次のアクションに改善していくというPDCAの後半部分が全然行われていません。暗黙知（言葉にするのが難しい知識）を言葉にしたり、トヨタ生産方式を参考にする過程で気づいたのは、標準化して誰でもできる状態にするためには、ICTの利用は有効ではないか、ということでした。その結果、サイエンスからインダストリにつながっていくのではないかと思います。

2. うれし野アグリ

続いて、2014年9月に三重県松阪市で設立された、うれし野アグリ株式会社の紹介をします。

うれし野アグリ社の事業背景

三重県内 間伐材

松阪木質バイオマス利用組合

うれし野アグリ社

木チップ

地域バイオマス資源由来の木チップの燃焼による熱エネルギーの供給

バイオマス蒸気および工場排熱を利用した高収高トマト栽培施設

社製油剤

- 県土の3分の2が森林の三重県において、辻製油㈱より早く地域の間伐材を活用して植物油脂製造における熱源として利用してきた。
- 植物油脂製造工程から発生する排熱を活用し、施設園芸における熱源利用の可能性、バイオマスのカスケード利用の新たなモデル構築に挑戦する。

この会社は、地元で植物油脂の製造をしている辻製油株式会社（以下、「辻製油」）の子会社として設立され、農業生産法人である浅井農園、三井物産株式会社、さらに後からイシグロ農材株式会社（現イノチオアグリ株式会社）も加わって、4社で経営をしております。非常に新しい面白いモデルで、昨年1年間で見学者数が2,000人を越えました。

辻製油が、5年ほど前から三重県の間伐材の木材からチップを作って、それを燃焼させて作った蒸気を用いて油を搾っています。化石燃料を使わず、CO₂を削減しています。さらに油を搾った際の熱によって、95度の熱湯が出ていますが、この熱をトマト栽培の温室に送っています。その後、残った約50度の温湯をバイオマスボイラーの余熱に回し、エネルギーがずっとクローズドな中をループしています。これは、バイオマスエネルギーのカスケード利用（熱を高温から低温に応じて多段階に利用すること）であり、新しいと思います。

実は、本日オランダのバルケネンデ前首相が視察にいらっしやっています。オランダの施設園芸の技術は、我々も当初から指標として注目していました。端的に言えば、オランダではトマトで面積当たり半分の時間で4倍の収量を挙げています。ただし、それが即、世界で競争力があるかという話は別です。あくまでも限定された技術において、生産性が高いということです。

我々は良い部分だけを指標にして、それを日本のマーケット、アジアのマーケットに合わせてい

く方針です。これは、うれし野アグリだけでは、とてもできるものではありません。大規模化による生産性向上や、日本の工業・商業の技術を結集して、現在日本の20年先を行くといわれているオランダを追い越すようなシステム構築をしたいと考えております。

全景を紹介します。南にバイオマスボイラーがあり、辻製油の植物油脂製造工場、そこに併設されている井村屋株式会社のような工場があります。ここで熱を使った後に、残りの熱がトマトの施設の方に運ばれてきます。

これがトマトの写真です。



3. みえ次世代ファーマーズmiel

最後に、みえ次世代ファーマーズmiel（ミエル）の話をしてします。これは三重県の取り組みですが、同種の動きが全国的に広がっています。

三重県には、基幹的農業従事者が約35,000人います。しかし、88.2%が60代以上、49歳以下の方はわずか4.4%、1,500人しかいません。しかも、地域別に見た場合、すでに100人以下となっている地域もあります。これは、「誰と誰と…」と名前を挙げていけるような少なさです。2年前にmielを発足した時がちょうど20年ごとの伊勢神宮の遷宮の年でした。次の遷宮の時に現在60代以上の方が引退すると仮定した場合、88%の人たちが担っていた農業を誰が担っていくのかと問題提起して、三重県の若手農業者がグループを結成したのがmielです。

三重県の農業に関する基本計画は、今見直しさ

うれし野アグリ機の全景



れています。1,500人に減った農業者を35,000人に増やす施策は作れないが、その若手1,500人を地域の中のリーダーとして、10人、20人雇用してグループを結成すれば、農業者35,000人以上の価値を生めるのではないかと提案しています。

みえ次世代ファーマーズmielは、緩やかな連携の中で若手農家が集まって、生産技術の向上や、トマト部会などでノウハウなどをオープンにしています。農作業におけるノウハウなどの暗黙知を、管理のために形式知化することは、たいてい誰もがやっています。しかし、それを1人でやるのではなくて、管理フォーマットを統一し、それを三重県の農業研究所の연구원のご厚意で比較・分析してもらいます。こうして初めて、おのおの強みや課題が見えてきます。人のデータを見るからには、自分のデータも出すということで、データをオープンにしているわけです。

お互いの農業経営をいろいろな形で見て、お酒を酌み交わすことで、ひとりではなくて生産者が連携し、集合知として切磋琢磨^{せつさくたくま}して、これまでの何倍ものスピードでイノベーションを起こしていきます。こうして競争力が向上し、海外との競争に打ち勝つだけでなく、国内の生産性も上がって、良い物を安く食べられるようなことにもつながっていくと思います。何もしなければ、農業が衰退していくのは目に見えています。そこで何かアクションを起こして、新しいパラダイムに攻めていきたい。そういう意味での攻めの農業を、目指していきたいと思っています。

日本の食の世界的な広がりの可能性 ～ミラノ万博における発酵食文化の 国際交流事業の報告を中心に～

1. ミラノ万博でのイベント

加藤 日本の食が世界に広がる可能性がどれだけあるかについて、発酵を切り口に考えていきたいと思っています。丁度、ミラノ万博で発酵食文化紹介のイベントをしましたので、その報告に沿って説明します。



名城大学農学部
教授

加藤 雅士 氏

1964年愛知県生まれ。1987年名古屋大学農学部農芸化学科卒業。1989年同農学部研究科農芸化学専攻修了。1992年3月東京大学大学院農学系研究科博士課程修了。1992年名古屋大学農学部助手、2004年同大学院生命農学研究科助教授、2007年同准教授。2010年名城大学農学部教授。専門は応用微生物学。醸造・発酵食品のグローバル展開に関する研究会の座長なども務める。

ユネスコで日本食が無形文化遺産に認定されたことで、海外でも非常に日本食に注目が集まっています。最近、イタリアとフランスに行きましたが、非常に日本食への関心が高まっているのを実感しました。

また、日本酒も、国内消費量は低迷していますが、輸出量は右肩上がりです。ただし、海外では日本酒に対する間違っただ認識もたくさんあります。

折しも2015年に開催したミラノ万博が「食の万博」であるのを好機として、公益財団法人中部圏社会研究所主催により、ミラノ市の中心部にあるスイス商工会議所でイベントを行いました。

そのイベントでは、まず私が愛知の発酵食品の魅力を紹介する基調講演を行い、パネリストの方々によるプレゼンテーションの後、パネルディスカッションを行いました。



2. パネリストの紹介

パネリストは、浅井信太郎氏、アンドレア・ペッツァーナ氏、マルコ・マサロット氏の3人です。



浅井信太郎氏は、株式会社まるや八丁味噌の社長です。社員をクビにしない、70歳を超えても働きたい人は働きなさいという経営理念をお持ちです。愛知の発酵食の代表

ともいえる八丁みその作り方を始め、原料や作り方のこだわりを説明しました。八丁みその特徴は、時間をかけ、熟成させておいしいものを作るということです。「千日熟成」という方法で非常に長い時間をかけ、シンプルに豆と塩を原料として作っています。



アンドレア・ペッツァーナ氏は、食科学大学栄養科教授です。イタリアのスローフード協会の創始者からご紹介いただきました。スローフードは、伝統的で質の良い食材・

料理・ワインを守ると同時に、消費者に食育を進めていく活動でもあります。プレディシオ計画という、小規模な生産者を支援し、伝統的な生産方法を守る計画も推進しています。これは、日本の農業の将来とも関係が出てくるのかもしれません。

また、発酵食を食べることにより体内のバクテリアが増え、消化がしやすくなるなどの研究結果が出ています。スローフードの活動では、伝統的な食物が体に良いことを、このような科学的根拠に基づいて展開することが大事だということです。



マルコ・マサロット氏は、IT関係の方ですが、日本を何度か訪問し、日本食に対して非常に造詣が深く、日本酒にも興味を持ち、欧州で日本食・日本酒とその文化の普及

に携わっています。例えば、イタリアでは、日本酒はアルコール度数が高く、食前や食後に飲むブランデーのようなもので、食事とともに飲むワインとは違うと誤解されているとのこと。そこで彼は、純米酒、吟醸酒というさまざまな日本酒と洋食の組み合わせを紹介し、実際にイタリアの食文化に日本酒が溶け込むように配慮しています。

3. パネルディスカッション：

日本の発酵食とスローフード

その後、「日本とイタリアの美味しい発酵食とその未来」というテーマでパネルディスカッションを行いました。



コーディネーターは、林基就もとつぐ氏です。名古屋の出身で、アジア人として初めて

イタリアのソムリエの賞を総なめにした人で、イタリアワインの造詣が深く、ミラノ万博の日本館のサポーターもしていました。



ディスカッションでは、日本の発酵食が、欧州のスローフードと共通性が高いということが分かりました。日本、イタリアの発酵食品は両方とも、原料を選んで、じっくりと時間をかけて作ったものがやはりおいしくて健康にもよいのです。

地中海食が健康に良いと言われていますが、イタリアの人は日本食に興味を持っています。それは、西洋の食べ物は脂肪分のうま味ですが、日本食は「だし」などのように脂肪とは別のうま味がある点です。これが、低脂肪で健康的であり、健

康的ながらおいしいというところが、さらに健康につながっていくのではないかと注目を集めているのです。

なお、決して大規模生産を否定しているわけではありません。小規模生産で付加価値の高いものもあり、大規模生産で安全で安いものもあるということです。その中から、消費者が考えて選択すべきであるという意見などが出ました。



4. ワークショップ「日本食の試食」

議論だけでなく、実際に皆さんに食べていただくということで、ワークショップを行いました。

イタリアで、初めて和食でミシュランの星を獲得したミラノの「IYO」という店のシェフである市川晴夫氏に来ていただき、実際に手巻きずしの実演と試食をするイベントを行いました。非常に現地の方の関心が高かったです。普通、すしとい



えばにぎりずしですが、今回は手巻きずしを提案しました。皆さん喜んで食べながら、自分でも作ることができる手巻きずしに興味を持ったようです。

名古屋文化短期大学准教授の山田実加氏は、お菓子の面から発酵食を促進されています。実際に愛知の発酵食、みりんやみそを使ったスイーツを提案して、イタリア人に試食してもらいました。スイーツ好きなイタリア人も、日本の発酵食を取り入れた新しい味に関心を寄せつつ、堪能していました。

愛知の発酵食、調味料なども現地に持ちこみ展示して、試してもらいました。その中で、みりんはイタリアの人は初めて口にした人が多いはずですが、飲んでみると「どこで手に入るんだ？」という話も出るほど、大人気でした。今はあまりアルコール飲料としては飲まれませんが、江戸時代までは日本でもみりんは飲むものでした。米からできた砂糖無添加の甘いアルコール飲料がイタリア人の口に合うことが分かったのも大きな収穫でした。

5. 日本食の展開

約4時間のイベントでしたが、途中で帰る方もなく、大盛況のうちに終わることができました。発酵食や日本食に興味を持つ人が集まり、日本食のポテンシャルを感じました。

また、スローフードというキーワードで、根底でつながる日本とイタリアの発酵文化という関係も認識されました。

最後に、本物の日本食が知られることで、日本食の魅力が世界に広がっていくと思います。

日本の醸造発酵業は零細企業が多く、単独では世界進出が難しいので、公的な支援が必要ではないかと思っています。輸出による利益増加があれば、企業体力が増強され、好ましいと思います。

また、国産原料を用いた醸造加工品を通じて、国産の農産物の需要がさらに高まって、その中で純日本産のブランドづくりも考えていくことができれば、さらに農業との結び付きも深くなってい

きます。

また、日本食を食べてもらうだけでなく、日本食が現地の人々の食の中に融合することによって、日本食の広がりがさらに深くなっていくと思います。

今後、中部圏の発酵産業と農業が相乗的に発展していくことが期待されると思います。

Ⅲ. パネルディスカッション

テーマ1.

中部圏の農業・食品産業の強さと課題

生源寺 ディスカッションに移ります。最初は、中部圏の農業・食品産業の強さと課題、つまり特徴についてお話を伺います。

まず、私なりの理解を申し上げます。

中部圏は、品目の構成、立地条件も含め、日本の農業あるいは食品産業の縮図といえます。私は、中日新聞社が主催し、40歳以下の若い農業者を対象にする「中日農業賞」の審査委員長を十年ほど務めております。その中日農業賞の上位入賞者の方々は、本当に多彩です。コメ、野菜、果樹、畜産、お茶、花と、実に多彩です。また、農作物加工やそば屋さんを営む農家もあり、肉屋を営んでいる肉牛農家もいます。本当に幅が広く、こういう面でも、日本の縮図といえると思います。

中部圏の強みを言いますと、大きな市場があり、アクセスが良いことが挙げられます。名古屋はもちろん、静岡市や浜松市のような政令指定都市や、金沢などの市場が域内にあるだけでなく、域外の京浜、阪神の大市場にもアクセスが良いのです。愛知の醸造文化が発展した背景にも、江戸時代の大都市だった江戸と大阪に品物を供給することによって、発展した面があると思います。

ただ、どんな品目でもあるとか、市場が近いことが、ある意味ぬるま湯になり、新しい品目や市場への挑戦といったことが弱くなるのではないかと少し気になります。

農業と製造業との良い関係が存在するのも特徴です。早くから多彩な製造業、モノづくりの産業

が非常に発達しています。これは東海の自動車関連産業に限ったことではなく、北陸でもさまざまな製造業が発展しており、兼業農業を支えてきた面があります。

製造業が盛んなため、農家が農地を貸しやすいことも指摘できます。あまり知られていませんが、中部圏の平野部は大規模な水田作の法人経営・組織的経営が早くから発達しました。愛知県の安城市や豊田市、先ほど紹介された「ぶった農産」のある北陸にも早くから大規模経営が展開しています。

もう1つ、モノづくりの企業による農業のサポート、あるいは食品産業と農業の連携がこの地域の特徴として指摘できます。7～8年前にトヨタの生産方式を応用した農業の改善の動きが始まったと思いますが、先駆的な取り組みが進んでいると言えます。

加藤 醸造・発酵の観点から話します。江戸時代に、この地域で江戸向けの酒の生産が多かったのは、より大生産地である灘や伏見より海運的に運びやすかったためです。また、酒かすをうまく利用してできたのが、今の「ミツカン酢」です。この酢も江戸時代には、千石船を使って江戸との間を行き来したと言われていました。酢が安く大量に江戸に入って、江戸前の魚と一緒にになった結果、できたのがにぎりずしだと言われています。水が漏れないような船大工の加工技術と、お酒づくりの入れ物がうまく発達したことに関係しています。

このように、当時から醸造業などの産業と農業の関係も深かったのです。

現代でも、醸造会社が実際に酒米を作るとか、さきほどの八丁みそで地域の豆を使うなど、醸造業と地域の農業との結び付きが深いと思います。

浅井 いろいろな企業と連携できる点において、この地域は恵まれているといえます。

また、特に東海地域は気候に恵まれています。冬の日射量が多く、年中温暖です。台風がよく通過しますが、全国の農家の友達に聞いても、環境が安定している点が恵まれているといえます。

また、東西どちらの市場も狙えますし、名古屋

の市場は価格競争が厳しいものの、農作物のマーケットの点でも恵まれています。

逆に、農業者自身があまり危機感を持ってない点が課題です。

生源寺 全国の若い農家仲間と情報を交換するというお話は、これまでほとんどやられなかったことで、非常に印象付けられました。

さて、私も兼業農業は農家の合理的な環境適応の結果だと考えています。ただ、このままの形で良いかというところかなり疑問ですが。

吉田 それについては、中国を例に考えると良いと思います。中国のように、ある国が発展段階を迎えると、都市と農村で大きな格差が発生してしまっていて、社会に非常に不安定なエネルギーがたまりまいます。タイで、常にタクシン派と非タクシン派が争うのは都市と農村の争いであり、政権が不安定になっているのも、その例です。

日本の兼業農家を中心とするシステムは1970年前後に完成されたと思います。当時、田中角栄がいて、太平洋ベルト地帯に集中していた工場を内陸も含めて日本中に展開しました。それによって日本は、高度成長の過程で極めて幸いにも、都市と農村の格差とか社会的な分離が起きずにテイクオフでき、極めて幸せな高度発展を遂げたと思います。現状だけを見ての兼業農家批判が多いのですが、歴史的には評価すべきシステムだったと思います。

ただ、90年代以降、地方から工場がなくなり、バブル崩壊に伴って地域金融機関の劇的なリストラが起きました。農協の数もかつて10,000あったのが、現在、全国に700しかなく、農協の職員に聞くと忙しくてしょうがないといいます。つまり、兼業機会が失われつつあります（ただ、愛知県周辺は景気が良く、あまり感じられないように思います）。逆説的ですが、農業は専業で利益を出さなければいけない、という社会に日本はなってきたのだと思います。

しかし、別の可能性があるのかもしれませんが。数年前から、都市部での新規就農が増加しています。これもまた逆説的ですが、都市部ならとりあ

えずアルバイト先は確保できます。だから、非常に大変ですけれども、都市で農業をやりながら生計を立て、その中で技術とか販路をつかむということができます。

もしかしたら、兼業の仕組みはバリエーションを変えながらも、社会の中にやっぱり生き残るのかもしれない。

生源寺 中部圏の農業は、コメ中心の地域もありますが、特に東海地域のようにさまざまな品目がバランスよく栽培され、コメに傾斜してない地域もあります。

吉田 安倍総理が、息を飲むほど美しい棚田の風景を守らなければいけないと言うのですが、昔の人たちは別に風景を美しくしようと思ったのではなく、食料が必要だから山の中までどんどん入っていったわけです。

膨大な数の極めて小規模の稲作農家が全国で発生し、米価から始まって補助金システムに取り込まれてしまい、財政負担で守られています。したがって、稲作経営でも先ほどお話しした「ぶった農産」の佛田氏のような人はいますが、野菜とか畜産とか政府のバックアップがないところから概して優れた農業経営者が生まれている気がします。

しかし、中小企業も含めて日本が厳しい試練にある中で、政府は稲作農家が大変であると、コメを作って家畜の餌にしてくれれば所得の9割を保証する、高齢の小規模農家の生活を依然財政で負担するというのです。

何とか、この状況から抜け出し、生産者が市場で何を必要とされているかを自分で探し、何を作るべきかを考える農業の世界に脱皮するべきではないかと思います。

生源寺 和泉さん、農村に戻る、あるいは新規で農業に取り組む若い人あるいは女性にとって、この地域の良さや課題が何か、お話し願います。長野や北陸の人気の高いということですが。

和泉 長野県は東京から近く、県そのものが受け入れに対して非常に細やかで、JAの営農指導もよくやっています。こういう受け入れ態勢が以前からあったのは大きいと思います。

同様に北陸は新幹線ブームと所得水準が比較的高いこと、家が広いなどの点があるかと思えます。山梨など、首都圏に近いところにも行きたい方が多いです。

中部圏は多くの作物が作れるといえます。北陸のある県の方が「北のものでも南のものでもうちの県が境界。だから何でも作れます」と言っていました。

また、この地域の農家の人は、自分のビジネスをやるといふ、良い意味で商売っ気があります。ある県では、補助金を使わないで農業を発展させる会から、多くの法人が誕生したと聞いています。自分で生き抜いていくというコンセプトが、中部圏の農業を強くしているのかなと思います。

テーマ2.

日本の農業の国際化について

生源寺 TPPの大筋合意について、中部圏は、ほかの地域と比べて比較的冷静な印象があります。影響を見極めた上で、必要な施策を講じるという論調がマジョリティのようです。これは、この地域が農業県であり、モノづくりの地域でもあることによると思います。モノづくりのかなりの部分は海外市場を想定して取り組んでいるため、プラス・マイナス双方を見た上で、全体としてのベネフィットを生かす方策を考えていく姿勢がベースにあると思います。

93年のウルグアイラウンドの実質合意の後、1年間に1兆円、何に使うかは後で考えるという「対策」が決まりました。TPPに対する施策については、このようなことが繰り返されてはならないと、私自身は考えております。

ウルグアイラウンド当時のEUの取り組みは日本としても学ぶべき点があると思っております。多くの国からなる地域ですので合意形成が大変難しかったのに、落としどころを作るために、積極的に改革を前もって用意したと記憶しています。

和泉 EUは上手にウルグアイラウンドという外圧を使って、農業の課題を解決しようと非常に激しいことをやりました。EUにとって当時の問題

は、生産過剰や、アメリカとの農産物をめぐる対立、肥料や農薬を大量に使用する農業を補助金で支援したため環境破壊を進めたことなどでした。EUは、同ラウンドをきっかけに、肥料や農薬を使用してもあまりもうからないような補助金にしつつ、農家にとって必要な補助金は維持するというのがEUの立ち回り方だったと感じます。

同じ意味で、日本も長期的に農業の課題は何か、それは構造的なものか、コメの余剰なのか、労働力不足なのかと検討し、どうしても実現したいことを先に決め、そこに交渉の結果を落としていくべきです。

守るべきものは何なのでしょう。EUは農家への1ha当たり2~3万円の補助金は絶対に譲りませんでした。ただし、国民が理解するように、環境保全や気候変動という位置づけに変えましたが、農家保護自体は譲りませんでした。そういう政策の幹を彼らは守っているとは思いますが。

輸出に関しては、10年前と比べ、どの農業関係者も輸出という選択肢を頭の中に持つようになっただけでも、ずいぶん変わったと思います。しかし、単純に単品、1つの産地、未加工の生鮮品などを考えている点が、不十分です。例えば、生鮮品は検疫や流通などのハードルが高いことを考慮していない点です。

輸出は総合ビジネスです。ある農産物があったら、それに加工品を付け、流通システムを改善し、日本に来る海外の人に食べてもらい、海外の日本食レストランに置いてもらうことをしなければなりません。さらに、器、厨房機器などとセットで輸出促進すべきです。イギリスの紅茶が日本に入ってきた時、紅茶だけではなくティーセットも入ってきました。さらに女王陛下が優雅に飲んでいるイメージに憧れて日本人は紅茶を買ったわけです。そのように、日本食材の輸出も日本の総合的な戦略が必要だと思います。

生源寺 浅井さんは、既にアジアでの展開も考えておられると思いますが、ご自身の経験などを踏まえてお話いただければと思います。

浅井 当社の場合は、ミニトマトについて、香港、

シンガポール、マレーシア辺りへの輸出をここ3年くらいしてきました。面白かったのですが、あまり価値を生んでないと感じています。

国内に比べ輸出の方が販売単価の方が少し低いのです。日本でも売れるが、将来のために海外でも挑戦をしようという感じで実施したのですが、トマトの場合だと空輸で送らないといけないので、1キロ当たり200~300円の空輸コストをかけ、現地の流通コストも加えると1パック500円とか600円という値段になりました。それでも売れてしまうのですが。

課題として言えるのは、セントレアの利用料がほかの空港より高く不利な点です。関西国際空港ですと、生産者と流通業者と空港が一緒になって、農産物の輸出の協議会が数年前から立ち上がっているという話も聞いています。

もう1つの課題は、各県が海外で物産展などをするけれども、各県PRなどの意味のないことをやるし、出展条件が低いので、まともな営業をしても低い会社に引きずられるというインポーターの話を書きました。

話は変わりますが、先週、香港とシンガポールで本格指向の日本食レストランチェーンを展開している会社の社長が当社を訪問しました。その方がわざわざ三重県まで現場を見に来たのは、差別化したいからだとのことでした。先ほど中国人が経営しているレストランの話を書いたのですが、他店と差別化するために、本物の日本人シェフが日本の文化を伝えながら、産地までシェフの方が足を運んで食材を調達しているとのことでした。当社は植木もやっているんで、門松を香港に30対も送ってほしいと言ってきました。

メイド・バイ・ジャパニーズという形で、日本の農業者が直接現地に出向いて向こうで生産をするという話は、特にASEANを中心に、日々舞い込んできます。そういうチャンスは日本の食文化が向こうに定着するとともに、農業者にとっても新しいチャンスではないかと思っています。

生源寺 加藤さんからは発酵食品を中心とした食品の輸出という観点からお話いただければと思

います。

加藤 最近、イタリアとフランスのスーパーなどでは、日本食は非常に人気があるようで、特にみそに関しましては健康食みたいな取り扱いを受けているようです。そういうところで自然食としての日本食が注目されていると思います。

課題としては、たとえば日本酒が必ずしも日本で作られたものが売られているわけではなく、中国で作られた低質の「日本酒」などが、日本酒としてアジア、ヨーロッパで流通していて、「日本酒って、あまり美味しくないな」という印象を与えてしまうという、マイナスの影響もあります。

ただ、これは^{もろほ}両刃の剣で、日本酒に目を向けた人たちが本物を味わう機会があれば、良いものが認められる機会とも言えます。

日本の原材料を用い、日本で作られたものをきちんと売ような体制ができるといいです。ブランドづくりが大事だと思います。

生源寺 地中海食と比べて和食については、健康に良いとするエビデンスが少ないようです。栄養学や医学で、このあたりの研究を進めるような動きはあるのでしょうか。

加藤 栄養学、薬学、ひょっとしたら医学でも、エビデンスは結構たまっていると思います。

ただ、イタリアを中心として地中海食の良さに関しては、科学的なエビデンスが非常に蓄積しています。それに比べれば、日本が立ち後れている部分があるのかもしれませんが。今後、産業界も含めて共同して研究を進めていくことは大事だと思います。

生源寺 輸出という観点でいいますと、欧米の先進国、それから成長著しいアジアがあると思います。

欧米市場も大事ですが、アジア、特に東南アジア、南アジア辺りまではお米を常食にしている、発酵食品がごく普通の食品として食されており、日本の農産物や食品が、日常的な食べ物として定着する可能性があると考えられる人が多いと思います。食文化的に近いので抵抗なく食べられるということです。逆に珍しいものをたまに食べるという食

べ方もあるかもしれませんが。

アジアの経済成長が順調であれば、量的にも日本食はかなり展開できるのではないかと、という考え方について、中国にいらっしゃった吉田さんにコメントをお願いします。

吉田 中国と東南アジアは分けた方がいいと思います。13億人のうち富裕層や中間層が何億人という、バラ色の中国マーケットに対する期待が広がってしまっています。しかし、TPPでも関税の話ばかりが報道されますが、本質的な問題は植物検疫です。

日本と中国の食品の貿易関係を説明します。日本から中国に輸出している食品は、中華料理の食材がほとんどなのです。ホタテやアワビなどの海産物は、中国がもともと必要としていたから、国内に入れています。ほかの食品はクリ、ナシ、リンゴ、コメ程度です。コメは植物検疫が厳しく、^{くんじょう}燻蒸施設を中国の担当官が日本に来て特定します。それは全農のパールライスという子会社が横浜に持っている所だけです。

そのほかの大部分の食品は植物検疫が極端に偏っています。中国側の検疫が一方向的に厳しいのです。日本は消費者のために安い食品がほしいからほとんどの食品で検疫協定（国際規格に基づき、検疫が非関税障壁でないことを確保する協定）を結んでいます。ところが中国は、ほとんどの輸入食品で、ルールづくりさえしてくれません。だから、日中関係が劇的に改善するか、多くの中国人が日本の食材を食べたいと思うことでもない限り、富裕層のために日本の食材を輸入するために植物検疫を大きく緩和するかという難しい状況です。非常に長期的な課題になると思います。

したがって、中国における開拓はメイド・バイ・ジャパニーズ、つまり「大地を守る会」という有機農業の会社が中国で伸びているように、日本人が中国に行って質の高い食品を作るのが1つの可能性としてあると思います。中国の企業も含めて、非常に歓迎されると思います。

東南アジアについては、インバウンドがチャンスだと思います。東南アジアの人が秋葉原で炊飯

ジャーを買ってくれるのはすばらしいことです。つまり食べ方も含めて向こうに輸出する方法があると思います。日本のコメを単に輸出して、向こうの人が食べ方も分からないで料理して低評価となるよりも、円安によるインバウンドによって炊飯ジャーを買って食べて「やっぱり美味しいよ」となってくれると良いと思います。

日本食のレストランの本格展開が非常に期待されます。世界で既に9万店くらいになっていますが、特に東南アジアに日本のレストランがいろいろな所と組んで現地に展開すれば、食材ありきではなくて、まさにパッケージでの食生活の提案になるのではないかと思います。

和泉 中国については、私もあまり楽観はしていません。むしろアジアのほかの地域、南アジアや中近東などに行くのかと考えております。

欧米では日本食は既に珍しいものではなく、つつあります。たとえば、ロンドンには日本人がやっていない日本食チェーンが3つあります。それぞれ支店が50を超え、100を超えるものもあります。回転ずしやうどん屋、丼屋があります。「Wasabi」という日本食テイクアウトのチェーンが、ロンドンを歩くと至る所にあります。スーパーに行けばすしのパックが必ず売られています。

生源寺 食品産業は家族経営的なものを含めて非常に零細なタイプが多いですが、良いものを作っています。農業も最近は大規模経営のものもあるが、国際水準では小規模です。

こういう小さな経営が輸出なり国際的な対応ということになると、なかなか個別には難しいところがあると思います。その辺りの課題について、ご意見願います。

加藤 発酵食品の海外展開では、積極的に経営者が現地に乗り込んで売り込みを重ねている会社の成功事例をいくつか聞いています。しかし、大手はともかくとして、多くの発酵関連の会社は零細ですので、海外に売り込んでいくのは難しいようです。

ただし、お酒については、岐阜県の高山などで小さい会社がグループを組んで積極的に海外に売

り込んでいます。高山はもともと観光でも、外国の人が多数来るので、うまくいっているかと思えます。

海外でのビジネスチャンスを得るため、JETROなど公的なサポートを利用する動きは増えています。

浅井 私もグループ化や連携が必要だと思うのですが、農業者だけで連携してもあまり意味がないと思っています。

ある食品会社がアジアで自社製品の流通だけでなく農産物の輸出も手がけ、食品業界全体もしくは観光など他業種とも連携する話がありますが、司令塔が不在ではないかと思えます。

マーケットを開拓していく上では、相当きちんとした方が司令塔を務め、みんなが連携することが大事です。

ところで、オランダは、現在、農業関係者から注目され、ここ数年テレビでも取り上げられています。我々がオランダの技術を採用したのも、彼らが積極的に売り込みに来たからです。

オランダは独自の施設園芸の技術を、大学と企業が組みながら、政府も一緒になって進めてきました。そして北米や、最近ではロシア、フィンランドなどに、ハウス（ハード）と技術（ソフト）を一緒に売り込みに行っており、その流れの中で日本でも技術を使っています。

オランダの施設園芸だけではなく、ほかの分野でも欧米の方が進んでいることが多いので、良い品種などを取り入れていくのは、差別化戦略としては重要だと思います。

IV. 結び：パネリスト、モデレータから

吉田 中部圏への提言ということでは、ちょっと逆説的になりますが、むしろ中部圏を超えるべきではないかと思えます。

福岡の農産物を海外に輸出している会社を取材した時に、福岡の農産物だけではとうてい「棚が取れない」という話を聞きました。例えば、旬の時期に香港にイチゴを輸出すると、イチゴが終わっ

た後にその会社の棚がなくなって、韓国品が入ってきてしまうのだそうです。この会社は、その後北海道を含めて日本全国の食材を売ることによって、棚を確保することができました。

すると、今度は香港のバイヤーが「東京の中央卸売市場の（日本産ではない）パイナップルが今日安いから、それを香港に運んでくれ」ということも起きるのです。海外のパイナップルを福岡経由で香港に輸出したわけです。

この例のように、日本人は市町村や県地域を意識していても、海外マーケットが意識しているのは“日本”だと思うのです。そうだとすれば、中部圏の農業関係者にも、若い農家のネットワークができていますから、地域にこだわらず、より大きなスケールでものを考えていくという発想が良いのではないのでしょうか。

和泉 いろいろ言いましたが、日本の農業については割と楽観的です。農業の現場に行くと、浅井さんのような非常に意欲的な若い人がどんどん出てきているからです。私は彼らに期待します。

それに、農業の担い手が減っているのは日本だけではありません。日本で3割減っている時に、オランダは5割、イタリアも非常に減っています。でも、彼らはある程度一定の数を補充すればいいと考えています。農業の生産性を上げるためには規模拡大の必要性があるから、極端に言えば親の世代の農家の半分、子ども世代の農家の数が確保できればいい、というドライな農業政策をやっています。日本は、そういう意味ではウェットで、担い手の数を現状維持したいという理想もあります。

このような農業の担い手が減っている中で、残っている若い農業者は将来を明るく考えているということで、彼らに期待しています。

浅井 農業者同士の連携、農業外との連携をどんどん進めていくべきだと思います。

もう1つは人の問題です。中部圏のすばらしい企業と一緒にロボットの開発を手がけていますが、非常に期待しています。農業は必要な作業量が変動しますので人の確保に苦労します。しかしこれ

は、オランダも一緒です。東欧からの出稼ぎの人を最低でも時給2,500円払って作業させています。オーストラリアでもベトナム人を時給2,500円で雇っているという話を聞いています。世界的に人が不足してくるのではないかと思います。その中で、ロボットを使って、日本独自の農業モデルを今後構築できるのではないかと思います。

加藤 食の観点から言いますと、この地方は手羽先やみそ煮込みなどのB級グルメでは有名ですが、フグや伊勢エビ、ひつまぶし（ウナギ）など、A級グルメにつながるものも多くあります。そういう点がまだ十分に知られていないと思います。

それから、フランスにもあるように、その地域でできたものをその地域で加工してその地域の名前で売っていく、というものも大事ではないでしょうか。本物を知っていただいて、名前も知っていただくということです。

【おわりに】

生源寺 日本全体をふかんした立場からのお話、地元からのお話、非常に貴重なサジェスションをいただきました。おそらく、5年、10年、もっと先を見据えた時、結構参考になるお話があったような気がいたします。

特に若い農業の担い手である浅井さんの取り組みは、物の面、技術的な意味でのイノベーションであるとともに、組織のつながりや経営のあり方、地域との連携などの組織のイノベーションという意味を持つと思います。

もう1つ、私の専門は農業経済学です。産業上の農業が対象ですが、それだけにこだわる必要はありませんね。農業はベースであるべきですが、もっとウイングを広げていくことが可能ですし、また求められていると思います。

最後に一言だけ申し上げます。兼業農家の位置づけや、農村への回帰という流れは多分、短期的・一過性のものではないだろうと思います。

明治以降の日本社会の発展の経過の中で、農村、山村、漁村が日本社会の発展に貢献してきました。

戦前までは、農業は非農業に比べると高い税金を払ってきましたし、生糸とかお茶の輸出で外貨を獲得しましたが、最大の貢献はマンパワーを都会あるいは農林水産業以外の産業に供給してきたことです。

ところが、おそらく今後は、逆に農業、農村が人を受け入れるでしょう。趣味の農業は別として、職業として農業をやる、生産法人に勤める形での就農も含めて、むしろ農業側、食品産業側、あるいはそれを核とするような事業が、人を雇うベースとしてクローズアップされていくような時代に徐々に移行しているのではないかと感じた次第です。