

第 15 回 農村を元気に、若者と年寄りが
楽しく暮すために

竹谷 裕之（名古屋大学名誉教授）

2010 年 6 月 26 日



農村を元気に、若者と年寄りが楽しく暮すために

早川 皆さん今晚は。時間になりましたので、ただいまより第15回名田庄多聞の会の開催いたします。今日は遠く名古屋から竹谷裕之先生に来ていただきました。「農村を元気に、若者と年寄りが楽しく暮すために」と題してお話を伺うことになりました。竹谷先生を簡単に紹介します。先生は昨年3月に名古屋大学を定年退官されて、その後も特任教授として大学に勤めていらつしやいます。これまで各方面で活躍されています。特に、NHKの「クローズアップ現代」には、ここにあげてあるようなテーマで、2回ほど出演されています。その他、国や愛知県の各種委員を務めていらつしやいます。NHKが主催する「日本農業賞」の愛知県の審査委員長をなさっています。今夜はそこにあるようなテーマでお話をお聞きします。一晩聞いただけですぐに答えが出るようなことではないとは思いますが、これから生きていく上のヒントをもらえたらと思っています。それでは竹谷先生、お願いいたします。

竹谷 ただいま紹介いただきました竹谷です。定年退職しましたが、特任というところで、9時には家を出て働いています。特任の仕事は地域支援を活用した商品開発事業で、これは今の経済危機の中で、地域雇用ということ、農水省や経産省などいろんな省庁が声をそろえてやっています。そのひとつとして、愛知県と名古屋大学もこれに取り組んでやっています。

先ほど紹介がりましたが、ここにあげましたようなタイトルで話をしてほしいと依頼を受けました。実は、これは、非常に難しく、どのように話を組んだらいいか考えあぐねていましたが、一応今日の話は「日本の農業・農村はなぜ元気を失ってしまったのか」ということ、それから、特に、食糧自給率と今の農業・農村はどのように関わっているのか、ということについても話してほしいと注文を受けましたので、そのことについてもお話します。

二つ目は、タイトルとも関係しますが、若い人はどのように今の農業を見ているのか、そのことも話してもらえないか。それと同時に、高齢化が進んでいます。高齢者が高齢化社会の中で生き生きと暮らしているためにどうしたらいいか、という点についてもお話しただけいかという注文もいただきました。

どの問題もことは簡単ではございません。今考えていることをお話しすることで、皆様の役に立てればということをやってきました。

食料自給率

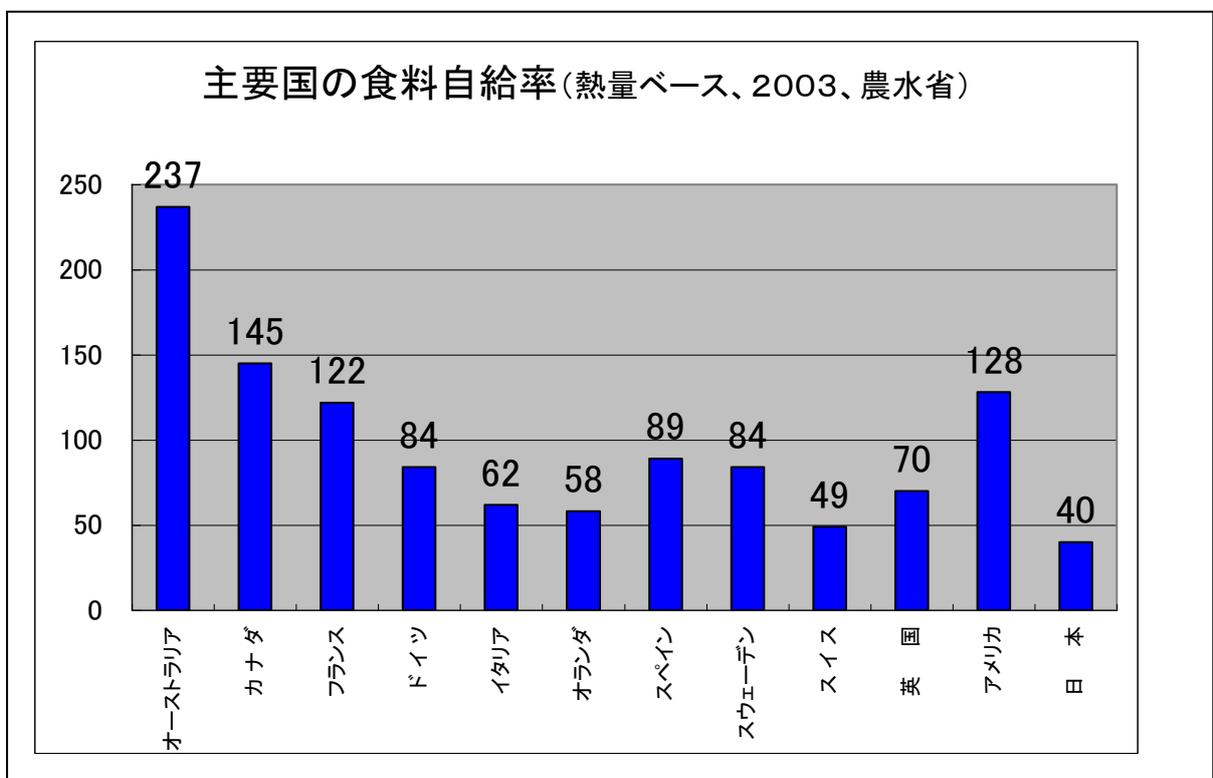
食料自給率ですが、これは言うまでもないことですが、日本は低くて、この図では平成19年度まで示してありますが、カロリーベースで40%くらいです。現政権はなんとか50%まで持つて行くという目標を出しています。前の政権のときは、2000年の目標ということ、45%を出していました。その45%もなかなか達成することがなかった

ものですから、もうちょっと時間を延ばして達成したいということ、5年先送りしていくということでした。現政権の50%も非常にハードルが高いので、やれるかどうか、私は疑問符を打っているところです。相手ががんばらないと出来ない目標だと思っています。

下の図は、食糧自給率を国別に並べたもので日本が一番右端に出ています。

「熱量ベース」と書いてあります。我々は健康を維持するために食料を摂取するわけですけど、その食べ物で熱量(カロリー)に換算して、摂取する全カロリーのうち国内産によるものがどれくらいになっているかが、熱量ベースで計算した食糧自給率です。

この図から分かるように、オーストラリアは237%になっています。オーストラリアは農業大国です。オーストラリアとはEPA(経済連携協定)で2013年末までに自由貿易協定(FTA)を結ばないかというのが、現政権が発表した新成長戦略のひとつになっています。アメリカとは、EPAで二国間のなかで自由度を拡大していくという、これも2013年末までの目標になっています。このように大きく踏み出しているところがありますので、この40という数字が上に行くのか下に行くのか。現政権は上に上げよう、50%という目標を出していますけれど、果たしてそれがうまくいくのか。この辺のところは真剣に見つめていく必要があると思います。



農業所得の減少

農業はなぜ元気をなくしたかという話ですが、元気をなくしたひとつの指標として、この図を見てほしいのですが、日本の「農業粗生産額」と「生産農業所得」の変遷を示しました。「農業粗生産額」はどれくらい農作物を作ってきたかということ。「生産農業所得」は正確には農家所得ではないのですが、これは、粗生産額から必要経費を差し引いて、それに、たとえば借地料とかあるいは農協から借りていて払う利息、補助金などを含めた金額なので、農家所得そのものではありませんが、だいたい農家の所得を表している。

この図を見ていただきたいのですが、1995年がひとつの山をなしています。この時点で「農業粗生産額」が11兆円を超えています。それが2007年には8兆円ほどに減っています。この間に3兆円ほど減っています。「生産農業所得」の方も1995年がひとつのピークになっていて、約5兆円ですが、それが2007年には3兆3000億円くらいまで後退してきています。3割くらい減っています。売り上げも減ったし、所得も3割くらい減った。わずか12年ほどの間にこれくらい減ったことになります。所得が3割減るということは、やはり、農業は通常の努力ではなかなか厳しいなということになってきます。

昨年(2009年)の4月末から、福岡県の朝倉市から特命プロジェクトを受けまして、5回ほど調査をしましたので、それをご紹介いたします。農業でいうと、福岡県で一番元気がいいのは久留米市で、次が朝倉市

です。皆さん、博多万能ネギというのを聞かれたことがあるかと思いますが、その産地です。

この図は、朝倉市における「年齢別農業就業人口の推移」で、1995年(青色の線)と2005年(ピンクの線)、およびそれら二つのデータから推定した2015年度の値(黄色の線)も描かれています。縦軸が農業就業人口、横軸がグループ分けした年齢(5歳刻みと10歳刻み)。1995年、2005年とも、50歳から59歳のグループがひとつのピークをなしていますが、これは「主産地を支える担い手層」、つまり朝倉市の生産を支える中心部隊です。もうひとつ、高齢層側に緑の線で囲った年齢グループがありますが、60歳代から70歳代前半にかけてのグループで、この方々は朝倉市にある直売所を支える担い手層です。朝倉市には大きな直売所が2カ所あって、いずれも10億円を超える売り上げがあります。今後、これらの年齢層がどうなるのか推定したのが、黄色の線で示してある2015年の推定値です。

これを見ると、若い層の農業就業人口にはあまり変化はありません。15歳から19歳、20歳から29歳、いずれも200人ほどの就業人口になっています。ところが一番産地を支えている50歳から59歳の年齢層で、1995年で1200人強だったのが、2015年では大きく減つての600人を割るという推定になっています。半減しています。また、直売所を支えている層も高齢化して、1995年では1400人だったのが、2015年には600人強にまで減少すると推定されています。現地でヒヤリングをしましたが、これを裏付けるような現地の意向でした。

主生産物の博多万能ネギも、このように1991年をピークに下がり続けています。ピークには50億円の売り上げがあったのが、2006年には26億円まで下がり、この減少傾向が続いているので、いまは25億円が目標になっています。これもなかなか厳しい状況です。

この図は、「JA筑前あさくら」の農産物販売額の推移です。1996年から2008年まで、2年ごとに、「米」、「麦豆穀類」、「野菜」、「果実」、「花き花木」、「畜産物」について、販売額の推移を示してあります。この図を見ると、「麦豆穀類」を除き、すべてどんどん減ってきています。日本の農業がこういう大きな強い産地でも落ち込みを見せている。それをどう考えていったらいいかという問題です。

米の消費量の変化

ここにも米を作っておられる方がおられると思いますが、これは一人一年当たりの米の消費量です。1985年から2005年までの20年間、年齢別にどう変化してきたか示しています。たとえば、30歳代、1985年では30キロ食べていたのが、2005年には15キロ強まで減少しています。およそ半分に減っている。29歳以下でもそうですし、40歳代でも同じような割合で減っています。60歳以上の年齢層だけは減少が20%にとどまっています。米は主食といいますが、どんどん減っているのが分かります。29歳以下の若い層では年間一人当たり13キロしか食べない。以上が家庭における消費です。もちろん外食することは

ありますから、これプラスアルファが米の消費量になりますが。こういうことで、米の消費が減っていく中で、それでは田圃はどうするのだという問題は、たいへん大きな課題です。

今、平成22年、2010年の農業政策の中では、米所得補償証方式ということで、米所得が補償されています。米粉、主要米などを作ると、助成金が8万円いただける。ただしこれは売り先との契約がないとダメだとなっています。米等でどれだけ売り先が見つかるかですね。若い人が米粉を使った商品をどんどん消費してくればいいのですが、さて消費していただけるかどうか。残念ながら、小麦の方が米と比べグルテンが非常に多いので、小麦の方がパンに向いている。そうすると、米粉商品として何が出来るのか。和菓子をいっぱい作って食べてくれといってもそういうわけにはいかない。米粉米を作れば助成金は増えるのですが、売り先が確保できなければ、約束の補助金が手に入らなくなります。こういう実態が米市場にあります。

農産物価格の下落

この図は、農業生産指数(青色の線)と農産物価格指数(赤色の線)の推移を表したもので、2000年を100にして他の年の値を示しています。1990年代の初頭では、農業生産指数が120前後であったものが、2008年には97まで落ち込んでいます。この間25%くらい下がっています。一昨日、農水省が2009年の数値を発表しましたが、

それによれば、95まで下がったと言っています。こういうことで、農産物価格は下り坂傾向、どんどん減っていく傾向にあります。15年の間に27%下がったことになりました。先ほど言った、農産物の売り上げの減少というのは、実は、農産物価格が下がったことによるわけです。農家は同じだけ作っていても、販売価格が下がっていますので、売り上げが減る、こういうことです。

この図は、一般会計予算と農林水産業関連予算の推移を示したものです。この図で、2000年から2010年までを見てみますと、一般会計予算はジグザグはありますが、この数年間は赤字国債を発行しながら、ともかく、予算は上昇傾向にあります。1995年を1にしたとき、2010年は1.2ほどになっています。それに対して、農林水産業関連予算は、0.7まで落ち込んでいる。2000年以降、一方的な減少傾向にあります。かつて農林水産省の予算は3兆6千億、だとか7千億、だとか言われていました。今は、2兆4千8百億程までに減ってきています。農産物販売価格が下がっている。政府が農業にかける予算も下がっている。一般関係予算が増えているのに農業関係は残念ながら応援の程度が期待通りになっていません。

日本・米国・EUの国内支持の水準

この図は農業白書から引用したものです。白書というものは閣議決定して出すものです。スライドのタイトルは、「日本・米国・EUの国内

支持の水準」となっています。

1995年、今から15年前、WTO(世界貿易機関)が発足しました。世界の8割以上の国がこのWTOに参加しています。人口で見ると90%です。国と国の間の貿易を出来るだけ自由にするということを基準にルールを作りますので、保護水準を下げることになります。細かく言うと、1986年と1988年を基準にして、そのときから2000年までに、たとえば、金額ベースで言うと2割カットしなさいと。日本はその当時、保護水準として5兆円あった。したがって、それを4兆円まで下げるのが国際約束となった。今、2000年からずっと交渉をやっていますけれど、残念ながら妥結していません。

この図で、アズキ色の棒グラフが2000年の国際約束水準、つまり、2000年までに削減すると日本政府が国際的に約束した額に相当します。アメリカとEUについても図示してあります。それで現実の実績はというと、それがこの図の青色の棒グラフですが、日本は約束の水準よりずっと下げて来ている。農業は鎖国だと一時期言われたことがあるのですが、そういうレベルとは全然違った状況で、非常に大きな状況になっています。EUはしたたかです。保護水準は下げてきていますが、その下げる程度については、やはり、域内の農業をしっかり支えるという形の政策をとってきています。

世界の二戸当たりの農地面積

この表は、農家二戸あたりの農地面積を、日本、EU、米国、豪州について示したものです。もともと、これは言うまでもないのですが、アジアの農業とヨーロッパの農業とは規模が全然違います。この表にあるように、日本が1.8ヘクタールにたいして、EUは16.9ヘクタール、日本の十倍です。米国はさらにその十倍、日本の百倍の190ヘクタール、豪州に至っては1900倍の3千4百ヘクタールになっています。これくらいスケールの違いがあります。

たとえば、10アールの農地を非常に集約的に使って、10倍、20倍の生産性を作り上げることが出来るなら、面積のハンディーはそのままハンディーにはならないのですけれど、米を作り麦を作り、日本はヨーロッパの10倍、20倍の生産があるかという、残念ながらそうではない。面積当たりの収量で言うと、日本の方がヨーロッパより低い。日本は10アールあたり520キロ、530キロ行けばいい方で、スペインは720キロか730キロです。面積当たりの収量で言うと、日本では簡単にこの収量を引き上げることは難しい。日本でも1トンほど採れるものに挑戦していますが、それでやっても、この二戸当たりの農地面積の問題は簡単には解決しません。

EUの農業保護

EUはこういうことをやっています。国際約束で農産物価格は下げなくてはいけない。EUの中に入ってくる農産物について、課徴金をかけていた。域内では、これ以下に下がった場合には、EUが農家に対して、助成金を出すというようなことをやりましたけれど、国際約束で下げるといふことを、EUは当然認めております。どれくらい下げているかというのが、この表です。この表のタイトルが「EUの主要農産物支持価格の変化」となっています。支持価格というのは農産物の価格安定のため、一定の水準以下に価格が低落したときに政府が買い入れることによつて維持する価格のことです。軟質小麦というと、8割下げています。下げるだけ下げているというのがこの表で見ただけだと思います。

一方、この図は、EUの共通農業予算の推移です。折れ線グラフが左上から、年を経るにしたがつて右下がりになっていますが、これはEU域内のGDP(国内総生産)に対する、農業関係予算の占める割合が徐々に減少していることを示しています。しかし、棒グラフに示されているように、絶対額で見ると、徐々に増えています。つまり、農産物価格を下げる、しかし、それに対して農家が悲鳴を上げては困るというので、実質的な援助をしているということ。農家の所得を安定させるために、ギャップがあるということ。直接支払いをしますという援助の仕方です。EUは予算を減らすどころか、むしろ、農業者に対して手厚くサポートしようとしています。

輸出補助金を削減する、市場介入の予算を減らす等、WTOで決め

られたルールを的確に行いながら、他方で、こういう条件不利地域や環境保全には積極的に応援しよう(これらは、国際規律適合的ですから)、ということをやっています。

日本における直接支払い見ますと、中山間地等直接支払制度が、2000年から始まっています。西ドイツでこのような中山間地等直接支払制度が始まったのは1972年です。お隣のオーストリアでも同じ時期に始まっています。日本はそれらと比べ30年近く遅れている。水田畑作経営所得安定制度は2007年から始まっています。農地水環境保全向上対策も2007年からです。ヨーロッパでこういうのが一般化するのには1985年頃からです。ヨーロッパでの直接支払い、あるいは間接支払い等を見ると、日本は20年ほど後追いなのかなと思います。こういうのはタイミングよく出てくればいいのですが、時機を逸した頃に新しい政策が出てきても、受け取る側の農業者の方が様変わりしてしまっている。残念だと思います。

ハンデীর係数化を狙え

さきほど農地のハンデীরについてお話ししました。このスライドは、このハンデীরを国際競争が強まっている中で、なんとか考慮してもらえないかということ、1996年に「農業共済新聞」に書いたもののコピーです。ずばり、直言を書きました。どういふことを言いたいかというと、農業は自然を相手ですから、一定の面積について働きかけると

きに、一方の地域で10倍穫れることはないのも、もし、面積で10倍、千倍というようなことがあるのなら、それをハンデীরとして認めることが、フェアな競争としては必要でないかという趣旨です。ボクシングや柔道の試合で階級制にしている、それと同じような考え方です。それは、試合を試合として成り立たせるためのルールを長い時間の中で作ってきた。ヘビー級とフライ級の選手が同じリングに上がったら、初めから試合の結果は分かっている。同じようなことを人類は考えないと、自由な競争だけでやってしまえば、将来性ということで問題が起こってくるのではないか。

WTOの理念というのは、「グローバルな競争を通じた消費者利益の最大化」というものです。消費者利益、消費者はいいものを安く買うこと、それを理念のひとつとしてWTOは発足した。消費者はそうして安く買えるかも知れないけれど、それでは生産者はどうなるのか。フェアな競争でなく、自由な競争が原理ですから、強いものが勝つことになる。その辺を考えて、ハンデীরを持ち込まないと、国際的な交渉の場合、科学的な情報と数字でもって議論することになりますから、その数字としてこのハンデীরのことを書いたのです。

それでは、誰と競争するのか。たとえば、米を作る。そうしたら、ひとつの地域の中で、あるいは産地間で競争すれば、市場では安くなる。これは国内の同業者との競争。外国の同業者との競争もある。ただ、それだけにとどまらない。「ほかの競争相手」というのがある。

為替レートというのを皆様ご存じだと思いますが、今、1ドル90円

くらいですか。1971年を境に日本の交換レートは大きく変わっていきます。当時は1ドル、360円。1985年で、240円から120円へと、どんどん変わっていった。今、1ドル90円とすると、これは農業者が作ったレートではない。日本の輸出型の産業が作り出している為替レートです。輸出するときにハードルを高くするという形で、円高にしていく。輸入はしやすい状況を作る。たとえば、アメリカで米を作っている生産者、中国で米を作っている生産者は、日本に輸出したい。そのような場合は、円高になればなるほど輸出しやすくなる。360円から90円という、4倍のスピードでもってレートが変わってきましたから、それを駆け上がるほどのエネルギーを持っていないと競争に負ける。これは見えない競争相手かも知れませんが、為替レートでもって国内の農業者は輸出型産業と競争しているのです。今言った様なことを全て考えて「農業共済新聞」に書いたのですが、これを読む人はあまりいません(笑)。

基準作りに自主性を

安全性の問題についても、実は、中日新聞のインタビューを受けて、このような記事になったのですが、ちょうど厚生省が1992年から1993年にかけて、ハーモナイゼーションとすることをやりました。ハーモナイゼーションとは国際間で制度などの調和を図ることをいうのですが、どういうことかといいますと、日本の固有の安全基準は残念なが

ら国際基準と違っている、だから国際基準に合わせましょうというのが、ハーモナイゼーションです。殺虫剤のマラソン、こちら辺でも使われるかも知れませんが、0.1ppmが当時の基準だった。それを国際基準に合わせるといふことで、8ppm、80倍にした。アメリカの基準が8ppmだからそうしたという説明です。ところが、アメリカ人の食べている米の量は日本人の10分の1。そんな実情なのに、なぜ合わせなければいけないのかというのが、私の主張した「基準作りに自主性を」ということでした。

このように、その時々、研究者として、社会に情報を発信しなければいけないと思ひ、いろんなことをしてきました。力がないためか、なかなか、国の政策に反映してもらえません。

ここまでお話ししてきて、日本の農業はなぜ元気を喪失してきたのか、また、自給率を向上させるのはどれほど難しいことか、ご理解いただけたと思います。

これからの農業

その中で、新しい地域興しが求められています。地域の農業にしても、工業にしても、商業にしても、沈滞の傾向が顕著です。地域経済の空洞化が進んできています。ギリシャの経済危機がありました。スペインもこれから問題になりそうです。さらに、イタリアが続くかも知れません。最後はイギリスまで行くのではないかと、ある財界筋の方は見てお

られます。これで経済危機は脱した、これからは上昇だ、と見ておられるとしたら、それはちよつと違うのではないか。もう一回、大きな底割れがあると見ておかなければならない。

そういう時代にあつて、地域はどう生きるか。地域を生かすような産業、雇用場所の確保、それらが環境と調和できるような、そんなことが求められているところに来ているのではないかと思っています。

農業の就労人口は減っていない

このスライドのタイトルは、「若者に魅力ある産業？」となっています。若者が入つてこない、その産業には明るい未来が出て来ない。農業の新規就農者を見てもみますと、2006年は8万人だったのが、2008年には6万人に減少しています。ただし、減少しているのは、40歳以上の壮年層と高齢層なのです。39才以下に限ると、2006年は14700人、2008年は14300人と、ほぼ同レベルを維持しています。この若年層の内訳を見てもみますと、農家の子弟、農家の後継者で農業に就労する人は、10300人から8300人に減少しているのに対し、自分のところは農業をやっていないが、有限会社で農業をやっているところや農地組合法人や農業をやっているところに就職する人は、2006年の3700人から、2008年には5500人へ増加している。農家の跡継ぎが減るのを埋め合わせる形になっている。こういうことで、あまり悲観的になることもない。

このスライドは、名古屋大学の工学部、教育学部、理学部を卒業した卒業生が起業して愛知県の弥富市に「M-easy」という株式会社を作つた例です。

M-easy

- ・2003年弥富で20a借用ハウス野菜＋イチジクで起業
- ・2007年、常滑に拠点移す。
- ・遊休農地1ha借り、野菜・果樹の無農薬、有機栽培に挑戦
- ＋「野菜の販売」
- ＋「有機農業の技術研究」
- ＋「イベントや農業体験」
- ＋「地域の遊休地の開墾」
- ＋「農家のお手伝い」



2003年に20アール借りて、5アールのハウスと13アールの露地で野菜とイチジクを作り始めた。志は非常に高い。2007年に常滑に拠点を移して、そこに使われていない農地が1ヘクタールあったので、それを借りて、野菜・みかんなどの無農薬、有機栽培に挑戦しています。作

り方はこだわりがありません。そして、作ったものは自分達で販売する。高齢で自分では販売できないところを一軒一軒回って、それらを集めてきて販売することもやっている。それから「農業教室」。これまで地域のベテランとしてやっておられた方を地域の語り部として、先生として登場していただいて、この図にあるように、子ども達を対象として教室を開く。儲かって、儲かって、とはいえませんが、がんばってやっています。

ギヤル農業

これは若者のもうひとつの例で、「ギヤル農業」というのを聞かれたかも知れませんが、秋田の大潟村に10ヘクタールくらいの田圃を耕作しています。ギヤルの志向をずっとマーケティングしていたのが、この写真にある藤田志穂という方ですが、市場調査の結果を会社や販売店に売り込む仕事をしていたのです。その調査の中から「ノギヤル」プロジェクトを立ち上げ、若い人が農業をやるきっかけを作っています。この方のおじいさんは新潟で農業をやっていた人です。

今の農業はとても厳しく、若者が今声を上げないと日本の農業はいへんなことになってしまうと、仲間を集めて、「シブヤ米」作りや、ギヤルマ野菜収穫ツアー、イケてる農作業着企画など様々な角度からプロジェクトを展開しています。

彼女が見ている、若い人が農業をやらない理由はどんなものかとい

うと、情報発信をやっていないからでないか、若い人が農業に触れる機会がほとんどない、そんなことを言っている。

1960年代から70年代は、3人のうち2人は農村にいた。ところが、今は、4人に1人なのです。そこまで人口構成が変わった。4人に1人ということは目の前に農村風景がないということです。ほとんどの人が農業を知らなく、また、農村にいても農業を手伝うことがない、そういうのが当たり前になっている。ということで、農業を知らない若者が圧倒的に多い。だから、若者が農業に関心を向けられないのだというのが彼女の見るところです。

農業を目指す若者

先ほど話しました、NHKの「クローズアップ現代」、2002年7月に、「農業を目ざす若者たち」というようなテーマで、農業法人を話題に取り上げました。その年に医学部を卒業して医者になった若者を農業法人で雇った、そのような人を取り上げました。彼らは、農地もない、技術もない、資金もない。ないないづくしです。しかし、やる気は人一倍持っている、目標も持っている。このスライドには、「OJTで育てる法人」と書いてありますが、OJTとは仕事をやりながら教える・育てるという方法です。そういう法人があるから、そこに目を向けなければならぬのではないかと、言いました。

先ほど言いましたように、農家の跡継ぎは減っているが、新しく農業

をやりたいという若者もいる。彼らは非農家出身の若者ですから、消費者の目を持っている、都会の目を持っているのです。今どういふものが必要かちゃんと持っている。常識にとらわれない発想があるので、開拓者精神に満ちている。先ほどの名古屋大学の「M-easy」の時も、最初はなんで！というような、びっくりするような状況だったのですが、彼らは開拓者精神に燃えてチャレンジした。たしかに、たいへんで、しかし、必ずどこかになにか新しいものがある、この時期に準備しておけば、というようなものをつままえようとする。そういう姿勢がとても強い。

「若者よ 農業をめざそう」

今年(2010年)の3月27日に、NHKの教育テレビで「若者よ 農業をめざそう」ということで、パネルディスカッションをしました。取り上げたのは、ここに書いてあるように、扶桑農産、M-easy、まごの店・先輩の店。

この「まごの店、先輩の店」というのは、三重県の多気町に相可高校という高校がございます、農業科や食物料があります。その高校生と卒業生がやっている店で、この高校生がすごいのです。最初はおばあさんの店があったのです。それは、自宅で穫れた農産物を直売場に出さずにこの店を出して売っていた。それにたいして、「まごの店」というのは、そういうものを使って、それらを食材として加工して、土日限定でレストランを開いた。今は、名古屋からは1時間くらいかかるのですが、

予約しておかないと食べられない状況です。私も2回ほど行きましたが、2回とも食べられない状態でした(笑)。それくらい大繁盛しています。この店を卒業した高校生が、多気町にある「イオン」で「先輩の店」を始めた。いろんな加工食品を自分達の専用コーナーで売っています。

こういうやり方もあるのですよと、若い人が農業や職業に関わるやり方を取り上げて、「M-easy」のように今まで全く農業と関わりのない人がこだわり農業に入っていて、その結果新しい風を吹かせることになる、そのようなことを紹介しました。若い人を育てる、若い人の視線を入れる、これは農業の中からでなく、農業の外から見るとなりになります。そういう人たちが農業に関心を持って来ている。

農業経営とは

そういう人たちにとって農業経営をするとはどういうことであるか。言うまでもなく、農業とは農産物を作ることですが、その技術面だけで勝負になるわけではない。当然それはあるコストがかかるものですが、出来るだけコストを下げながら、しかも、付加価値の高いものを作っていくかなければならない。経済と技術が総合しながら、中身を決めていくこととなります。一方、作ったものは、必ず、市場に持って行って売るといふことをしなければならぬ。市場が求めていないものを一生懸命作っても、これは、残念ながら自己満足に終わってしまいます。市場が求めているものを作り出すことによって、収益が上がり、「私の経済」

を成り立たせていく。こういう関係の中で経営というものは行われていきます。それらをまとめてみるとこういう図になります。

技術と経済が相談しながら、何をどれだけ作ろうかというのは、経済が決めていきます。市場と向き合いながら、私経済は収益を上げていく。ただし、それですむわけではなくて、環境制約というのがある。食料規制もある。食べ物の安全の規制もあるので、たとえば、有機肥料だということ、畜産堆肥をほとんど加えれば、当然、硝酸態窒素濃度が高くなる。発がん性リスクがあるということ、環境基準がある。したがって、めったやたらに、有機堆肥だからといって無制限にぶち込んでいいものではない。また、単独でやっているのではなくて、地域の中では連携を考えてやっていく必要もある。食料をひとつ作る営みそのものも、これだけのことを視野に入れないといけない。

現代産業社会とその迷い

次に移ります。それは、このスライドにある、「現代産業社会とその迷い」という問題です。この図は、ヘンダーソンというアメリカの女性学者の図を参考にして自分流に書いたものです。彼女の図は四角の箱が積み重なった形になっていますが、私はここにるように逆三角形にして書いてみました。彼女は現代社会は4つのセクターから出来ているとっている。一番上に「私的セクター」、2番目に「公的セクター」、その下に「共同セクター」、一番下が「自然」がある。

上の2つ、「私的セクター」と「公的セクター」は、貨幣経済です。家庭をとつても、あるいは企業をとつても、そこでものを作るときには資材を買い入れて、作ったものを市場に販売し、収入を得る。すべて貨幣が関わっている。「公的セクター」、たとえば、学校に行く場合でも授業料を払っていく。あるいは、そこで働いている人に給料を払う、貨幣経済です。

そうでない部分、3番目の「共同セクター」ですが、これは、たとえば、家族の支え合いなど。誰かを看病した場合、看病された側は金を払うかという、そういうことはない。家族の中ではそういうことはない。地域の中でも、地域でお互いに、そこでやるべき役を引き受けながらやる。これも貨幣が伴わない。一番下の「自然」ですが、当然、我々は自然に支えられている。

これら4つのセクターは上ほど大きい、逆三角形の形で成り立っていると私は描いた。今の社会は上が肥大化して、下の方が尻すぼみになっている。しわ寄せのベクトルになっています。問題が起るとどんどん下に持ち込んでいくという形でことが動いてしまっている。これは非常に不安定な、すぐに倒れてしまう構造です。今の社会は不安定要因が大きくなっているように思えます。

廃棄される洋菓子の量はあらかじめ決まっている

これは、あるファーストフード店で、作った洋菓子をどれだけ捨てる

かという図です。日にちによつてかなり変動があります。売り上げが点線で廃棄数が実線で描いてあります。これを数字で表すと、この表のようになります。平日で平均160個ほど捨てている。それが、土日になると260個ほどになる。セール期間になると340個になる。なぜこういう「捨てる」ということをやるかというと、これは廃棄の目標がちやんとあるのです。フランチャイザーの方から、フランチャイジーに向けて、平日は200個、土日は250個、セール期間は300個捨てなさいと指示が来る。このフランチャイズの店は全国に2300店舗ほど持っていますので、平日で50万個くらいが捨てられている。

なぜこういうことをするのか。廃棄すると、それは当然、損失になります。材料費が無駄になる、廃棄の処理費用がかかる、製造のための労務費が無駄になる、このような損失があります。一方、「品切れコスト」というのが、店舗を経営していく中で必ず出てく。これは何かというと、まず「追加注文のコスト」。あらかじめ作っておけば追加注文のコストはみなくてもよくなる。それから、「販売機会の喪失による損失」と「顧客喪失による損失」。これらは、たとえば、お客さんが店に入ってきたときに、あそこは品薄で選ぶことが出来ないとなると、販売機会が失われて、そして、お客が他の店に行く。それらによる損失です。

破棄コストと品切れコストを比べると品切れコストの方がずっと大きい。あらかじめ廃棄の目標を立てて廃棄していかないと損をするということ。親会社の方は閉店間際でもお客さんが店に入ったら、10品以上選択できる条件を作っておきなさいと指示する。初めから200個

捨てるという目標は客を確保するために必要なこととなる。利益を上げるための無駄を作り出している。

栄養のバランス、家庭での廃棄

「食の不安、農の不安はどこから」ということで、今までお話ししてきたことをまとめみますと、このスライドのようになるかと思えます。

まず、見えないということがあります。生産や加工が見えない。自給率40%ですが、それらがどこでどのように作られているか見えない状況になっています。幕の内弁当ひとつを取り上げても、あそこには2百数十の材料が使われていて、それがどこからどのように来ているかはとても追跡できない。

今は、消費者が家庭で消費する食品は8割が加工食品になっている。さらに信頼できないのは、食品事件でいやというほど見せつけられました。行政も出来るだけ問題が表面化するのを避けたい。これをなんとか、もとのようにできないのか。信頼、協同といったような目標を掲げて取り組みをやつていくと、元氣が出るのでないか。

当然、食料ですから、健康な身体を作る、あるいはすくすくと子どもが育つというような、全体として、タンパク質、脂質、炭水化物のバランスがとれていることが必要ですが、このスライドにあるように、日本人は脂質の摂取が多くなっています。タンパク質、脂質、炭水化物の理想的な栄養バランスは、この図の正三角形のように、タンパク質が13%、

脂質が25%、炭水化物が60%ですが、今の日本では、脂肪過多の方に偏っています。

このスライドの右の図は、供給されるものと摂取されるものをカロリーで示したものです。この図から供給量の方が摂取量を上回っています。つまり、供給されたものが全て摂取されるのではなく、捨てられていることを示しています。我が国では、世界の食料援助量(約730万トン)の約3倍に相当する、約1,900万トンの食品が廃棄物されています。このうち、家庭で廃棄される量は1,070万トンです。非常に考えさせられる問題です。

地域資源データベース

あと時間も少しになりましたが、私たちがやっている仕事にこういうのがあります。このスライドのタイトルは、「地域資源データ：例」となっていますが、地域にどういう資源があるかということです。我々のところには13名の調査員がいます。皆様、プチヴェールという野菜をご存じないかも知れませんが、これは芽キャベツとケールを掛け合わせで作った野菜で、静岡のマスダ農産が作ったものです。それを名古屋市のある地域のJAで作りましたので、そのデータベースを作りました。このデータベースをもとに、売り込みます。この辺りでは有名でないかも知れませんが、愛知県では朝倉というトビーフステーキ。誰でも知っている。外食産業、外食レストランです。サラダバーを初めてはじめたの

が、この浅倉さんです。ステーキには通常プロツクリーが付けてありますが、本店に、2月の末だったので、プチヴェールを持ち込んだら、その場で即これで行こうとなった。あるだけ持って来てくれと。この野菜は11月から収穫して2月下旬まで採れます。癖がなくて、誰でも食べられて、緑が非常に鮮やかです。ステーキが本当においしく見えてきます。今年になって、作付け計画を出してもらって、昨年の2割増しくらいの作付けになりました。

名古屋大学が関わったのは食品分析の分野で、プチヴェールの食品分析をやりました。収穫が終わって、食べられるところは全て出荷して、その残りを分析したら、青汁よりもいいという結果が出た。それまでゴミとして、処理料を払って捨てていたものが、利用できることが分かった。今は、プチヴェール以外のものにもチャレンジしようとなっています。

作ったものをどういうところに売るかというと、先ほどは外食レストランの話がありました。結婚式場とか、高級レストラン(一食1万円以上払わないと食べられないようなところ)とか。高級レストランのシェフのこだわりは、地元産を使いたいということだったので、地元の情報を集めて、それを持ち込むということをやっています。これはひとつの例ですが、ジビエ、ジビエというのは主にフランス料理での用語で、狩猟によつて、食材として捕獲された野生の鳥獣のことをいいますが、そのジビエ料理をメインディッシュにしているところには、猪や鹿の肉を持ち込んで売る。

こういうふうだと、当然、いつの時期にどんなものがとれますよとい

うことをデータベースにして、レストランとか結婚式場に持ち込んで、売り込みのお手伝いをする。この地域で、どの時期に何がどれだけ、それを誰が作っているかのリストを作ることで、商売のチャンスが手に入る。商品開発を多く手がけるようになってきています。

これはこの名田庄のあきない館のホームページから取ったものですが、写真はアマチャズルだと思いますが、ここには、成分や作用や適応できる病気も載っています。こういうものがあるのなら、積極的に押し出していくといいと思います。うちのチームであれば、ここからいろんな製品を考えてするのではないのでしょうか。

各地の取り組み

地産地消というところで、愛知県では、「いいともあいち運動」というのをやっています。「いいとも愛知」になろうよと。消費者も生産者もいい友達になつてやりましょうと、680団体くらいが加盟しています。一番大きい団体が1万人くらいいます。農協や生協がほとんど入っています。この運動の推進店が各地にあつて、東京の八重洲側に、ハントクカフェというのがあります。そこでは知多半島のお酒と魚と野菜を売り出しています。これも愛知県の「いいともあいち運動」のひとつです。東京にいても愛知県のものが手に入るという広がりを作り出しています。

このスライドは、三重県の勢和村での取り組みを紹介したものです。これは、立梅用水という用水を管理している土地改良区の人が始めた

「あじさいいっぱい運動」です。最初は、何でそんな馬鹿なことをやるのかと、非難ごうごうでした。用水路の脇にあじさいを植え始めたので、それは土地改良区の仕事でないというわけです。しかし、2年、3年、5年とたつと、見事な景観ができてきました。もう2万本ほどになっています。今の時期、名古屋からずいぶんたくさんのお客さんがみえます。

地域支援はいろんな形で考えられます。これは家庭の生ゴミを処理し堆肥を作っているところですが、ゴミを資源にすることになります。この写真は、中山間の谷地田のところで、放置された水田を「田圃の学校」にしているところです。小学校の生徒さんが総合学習でここに来るといふようなことで利用しています。こういうふうにして、地域の中に人が入ってくる状況を作っています。それから、これは別の例ですが、用水路にはけこう落ち葉が入っているので、それをかき集めて水分を切つて腐葉土をつくっているところです。地元の食材を生かした調理教室はどこでもやっていますが、この写真は、「まめや」という地元の転作の豆を生かした豆腐料理を、ずいぶん色々ありますが、それらをつなげているところです。豆腐からいろんな食品を作つて地域興しに勢和村は今が多気町に合併されていますが、ここでは自主的な自発的な組織が、清和の里をよくするといふことではがんばっています。

農業の六次産業化

最後に問いかけたのは、こういうことです。

皆さんは、農業というと一次産業と思つてしまわれると思いますが、農業が一次産業であるというのは、コーリン・クラークという学者が昔定義したことであつて、今の農業は一次産業という言い方よりも他の言い方の方がいいのではないか、ということですよ。

それは、六次産業化ということですよ。なぜそういう言い方をするかということですが、先ほど、農業の売り上げが減ってきているといいました。消費者が食料に支払っている金額は減らないのです。つまり、農業者の手取りは減つても、他の全体の食料産業の規模はあまり変わらないということですよ。そうすると、食料産業の中で、農業イコール一次産業という定義を与えない方がいいのではないかと。農業とは、農産物の生産のみでなく、生産から、加工、販売、サービス提供までの全てを意識した経営とすべきでないか、ということになります。

「所得Ⅱ(価格－費用)×生産量」ですが、価格には、「おいしさ」のほか、なにかプレミアを付けて価格が上がるようにする。また、費用は、コスト削減が絶対的目標ではない。販売するときも、規模拡大でいくのか限定販売で行くのか。このように、所得に関わる項目で、いろんな選択肢がある。自分はこの選択肢で販売するののかという、そのことを明確にする必要がある。

たとえば、これは兵庫県での例ですが、皆様方ご存じのコウノトリで

有名な豊岡。農水省が全国で調査した結果、豊岡の米は全国平均の1.2倍で売れている。正確に言えば、1.2倍でも買ってくれる人たちを探して売ったといえる。いろんな消費者がいて、コウノトリが住めるような生態系を保全するのなら、応援しましょうと。

山村からの魅力発信

このスライドは、かつて新聞に書いたもので、「山村からの魅力発信」となっています。これは、愛知県東部の旭町を取り上げたものですが、旭町は愛知県では知名度ワースト2。全く知られていない地域です(今は豊田市となつて合併されています)。その旭町でも奥まった地区の築羽地区での取り組みです。鉄道は走っていませんし、工場はないし、若い者もいない、ないない尽くしのところですよ。しかし、今、都会の人が何を求めているか一生懸命考へて、かつて自分達が食材にしていたものをすべてリストアップした。それを、たまたま、名古屋市であったイベントに出したところ、すぐに人気が出て売り切れた。そのあと、お誘いがかかつて、そこに常設店を設けることになった。それをきっかけに、販売チームだとか、流通チームだとか、いろんなチームを作つてがんばった。今山村でがんばる道として何が必要か。それはお客様が見えていることです。いいものを作ったから売れるというのではない。

あとひとつだけ紹介します。これは岐阜県の明宝村というところの例です(明宝村は今郡上市に入っています)。ここはトマトの産地です。

トマトは産地ですから市場に出荷しますが、規格外品がでるので、これを生かして売れるものにするため、手作りケチャップにチャレンジした。起業したのが1992年。現在従業員は19名で、販売が2億6000万円になっていきます。元気な女性達です。こういうふうに売れるとなるとトマト農家にとつては弾みになります。ここで考えているのは、とことん手作りということ。自分達の一番の財産はこれだと。生活改善から始まったので、自分達が支えられるお互いの関係をベースにして、主婦の技を最大の資源にしてがんばっていけば、地域が元気になるのかな。そのことを教えている。今は、レストランを経営していますし、いろんな加工食品を開発して販売を伸ばしています。置かれた条件をしっかり見つめれば、下り坂にあるように見えていても、そこに手がかりになるものがあるのではないか。

これで私のつたない話を終えます。ありがとうございました。

講演後の質疑応答

米の消費

早川 初め日本の農業の実態について説明があり、なんだか暗い気持ちになりましたが、後半、色々がらばつておられるところの話は楽しく聞くことが出来ました。最初のところで、若い人が米を食へなくなつたという話がありました。あれはどうしてなのですか。

竹谷 若い人たちが米を食へなくなつてきているということですが、実は、お年寄りも食へなくなつてきているのです。若い人だけでなく、日本人そのものが食へなくなつてきているのです。たとえば、戦前で一番多かつたのは1937年(昭和2年)で、このときで、一人一年で130キロ近く食べていました。戦後で一番多かつたのは、1962年(昭和37年)で118キロです。その当時、カロリー取得で望ましいのは、タンパク質であるとか、脂質であると言われていたときです。米を一生懸命食へざるを得なかつた時期です。

これは世界的にもいえることですが、横軸に所得をとつて、縦軸に摂取カロリーをとると、必ずこういう風に寝るのです(＝最初、所得に比例して増加している摂取カロリーが、所得がある程度多くなると、それほど増加しなくなる)。この寝てくるのは、年間所得が、1500ドルから2500ドル、ここまでは腹一杯食へたい。途上国で言いますと、所得が増えてくると、どんどん食に対する需要が増えてくる。このようなところでは、たくさん作ることが目標になる。農業政策としては、増産政策となる。ここまで来ると(1500ドルから2500ドルのところ)、食料の転換が起こります。今まで米・澱粉質であつたものが、肉類や果樹や野菜などに代わつていく。今の中国はここに近づいている。沿海部はすでに超えています。この点を超えると視点が変わってきます。健康志向、ヘルシーというものです。米国で言うと、1985年。いままで、ビーフを食べていたらハッピーだったのが、チキンに明け渡すようになる。ヘルシー志向です。

日本で米の消費が減るというのは、日本ではすでにここを超えていますから、米よりも他のものになってきている。それは若い者が他の世代よりより早く反応するからで、お年寄りも含めて全体がこのような傾向になる。したがって、もう一度、米を食えましょうと言っても、それはなかなか難しい。米をいっぱい食べてくれれば、転作もなくなるかなと思うかも知れないが、残念ながらそうはいかない。いままでの人類の食習慣、行動パターンからいって、そうはならないということです。

早川 この頃、学校などで食育ということをいいますが、ああいうことで米の消費が増えることはないですね。

竹谷 米と健康の関係が別の角度から明らかにされて、米を食べればもつともつと健康になるよ、というようになれば、健康志向から米の消費は増えるかも知れない。先ほど、日本人の脂質・タンパク質・炭水化物の摂取に関する三角形をお見せして、日本人は脂質に傾いていると言いましたが、もう少し米を食べた方がいいですよというのが、厚生省の見方です。ですから、われわれはもつと米を食べた方がいいのです。毎日一杯くらい余分に食べた方がいい。しかし、それ以上に増やすというのは、ちよつと考えにくいですね。

食料の自給率

参加者 A 食料の自給率が40%と、日本はたいへん低い。一方、オーストラリアなどは200%を超えています。これは国策という観点から

はどんなことなのでしょう。日本の経済成長と関係あるのでしょうか。

竹谷 今の質問に対してまず答える必要があるのは、農業者の視点でものを考えるのか、国全体の視点で考えるのか、入り口で考えなければなりませんが……

参加者 A 出来れば両方で。

竹谷 農業者の視点からすれば、もつともつといろんな分野からのバックアップや支援が必要となるのですが、国全体から見るときに、ここを元気づけたときに、国民の声全体をどれくらい反映することになるのか、国全体の所得がどの程度増えるのか、等を考えてみると、食料産業全体が大きくなっていくにはいいですが、残念ながら、そうではなく、全体として景気に影響されずにほぼ一定なので、そのことから農産物だけを取れば、雇用を増やし所得を増やす、そういうことにはなりそうにない。期待感とは別に、厳然たる事実として確認しておかなければならない。

農業は一次産業でない

農業は一次産業でないと、私、言いました。それは食料だけでもものを考えるのではなくて、さきほど食育ということも話題になりましたが、教育分野から農業を考える、観光から考える、あるいは、グリーンツーリズムの観点からも考える。そういう風に、農業・農村が持つ

ているいろんな資源を生かしたときに、食料産業としての農業・農村だけでなく、そうでない分野の面が見えてくると思います。ひとつひとつ見直していく、そういうことが必要でないかと思えます。

かつて、高度経済成長のときは、企業を引っ張って来て、その企業に就職することで、地域の雇用が拡大し職を増やすということが各地でなされましたが、今のグローバルゼーションの中では、日本の中でそういうことが出来なくなりまして、特に、1980年代以降は、一次下請けだけでなく、二次下請けも、外国に持つて行くことになってしまいました。そうしますと、地域は、従来の、企業に来てもらってそれで雇用を作り出していくという、選択が出来なくなっている。それに加えて、少子化という問題もあります。

こういう厳しい現実を考えると、これまでの発想を変えて、農業・農村が健康産業に寄与できることはないか、観光産業についても同様で何か寄与することはないか。そういうことから雇用を考える。

今、我々が特任チームでやっていることのひとつに、外国からお客さんと呼んでくる、インバウンド・ツーリズム(呼び込み観光)とありますが、たとえば、外国の客さんは、京都には来てくれる、東京には来てくれる、しかし、知多半島の田舎には来てくれない。これを呼び込むというわけです。それでは、さて、知多半島に呼び込むにはどういう仕掛けが必要か。今でも地元と相談してやっています。知多半島は酒蔵が多いところですから、そこに案内するというのもひとつのアイデアです。水洗トイレ、ウォッシュレットのイナックスがつくった「世界のタイ

ル博物館」が知多半島にあるのですが、ここ案内して、世界のタイルの歴史を見てもらう、こんなこともあります。こういう風に、その地域にあるものを色々巡ってもらい、そこにあるものを外国人の目で見るかどうかという価値があるのか。たとえば、アメリカ人なら何に関心を持つのか、中国人ならどうか、そういうのを情報として収集する。そして、それぞれの国民性にあった旅行コースを作ろうとしています。こういうことをしないと客さんは増えてこない。

食料産業は安定しているので、そのことをしっかり理解して、農業サイドの方では今までの視点を改めて、今までにない方面に活路を見いだしていく。さきほど、農家レストランの話をしましたが、農家レストランは、今、非常にはやっている。さらに、医療だとか、福祉だとか、観光だとか、そういう面からも寄与することがあるかも知れない。何かこれだという視点を持てば、そこから情報を集めて、中からだけでなく外からの目によつても情報を集め、力を合わせて取り組んでいく。

愛知県には仏壇を作っているところがあります。これは漆を使ったすばらしい技術です。この技術を、一番モダンなチタンだとかガラスに応用する。ガラスに漆を塗るなど考えられなかったが、ガラスに漆を塗ると、乾きのいい非常に美しいものが出来る。私どものチームは去年の9月から動いているのですが、これはお手伝いした例です。ちよつと発想を変えてみると偉大な発見があるかもしれない。

組織作りと外へのアピール

参加者B すごく参考になるお話を聞かせてもらったと思っています。

名田庄は田舎で知名度も低くですが、特産物もあるし、いい食べ物もあるし、小さい組織も多分たくさんあると思います。それらをみんなあまり知らない。情報が全体に伝わらないので、うまく地域の中で活性化していかない。小さな団体がそれぞれ持つておられるものを、中心になつてそれを広げていくような組織があると、もつと元気の出る地域になつていくのではないかと思うのですが。

たとえば、さきほど、「まごの店」・「先輩の店」の話がありました。すごいことをやっているなと思いました。この辺りでは、水産高校で魚の缶詰を作ったり、他の高校では野菜を作ったりしていますが、それが先ほどのような「店」にはなっていない。多分、情報を上手に伝えることが出来ないからだと思うのです。中心になつてやっていくそういうものがとても難しいと思いました。そういうことが出来る人材を見つけてやっていけばいいのではないかと思います。今、おつしやっていたようなちゃんとした組織があると、民間の人も巻き込んで、上手にアピールして、やっていけると思うのですが、そういうところが弱いと思うのです。そういう人材を見つけてやっていけばいいのじゃないかと思えます。

竹谷 非常にいい問題提起だと思います。今の時代、メディアの力はすごいので、取り上げられるかと取り上げられないか、非常に大きい。

たとえば、「みのもんた」のテレビ番組がありますが、あれに取り上げられるかどうか、出るとなると、量販店は前日から発注をかけているのです(笑)。それくらいメディアの力は大きい。ただし、1週間くらいしか続きません。メディアを使うということは、メディアの人の目線が必要だからです。つまり、メディアは何か新規性がないか、そこを見ている。一番煎じではメディアは取り上げてくれません。外からの目が絶対必要です。メディアの目ではそういうことです。

マーケティングの手法で、フリーパブリシティというのがあります。ただでコマーシャルするといったことです。メディアに取り上げてもらえれば、ただで宣伝してもらえるところというのですが、ということは、メディアに取り上げてもらえるような内容を自分達が持てるかどうかになります。同じようなものであっても、表現の仕方ひとつで、非常に印象に残ったりします。「気づき」をしていただくような、アイデアが必要です。地域の人たちが力を集めて、たとえば、高齢者に向けた、高齢者に特化したアピールを考える。

自分に取つていいことはもちろんですが、相手にとつてもいいことかどうかという目線を持たないと、元気をもらう手立てにはならないように思います。

お客様は待つては来てくれない

早川 この国道を南に下がると京都の大原に出るのですが、そこに野

菜のマーケットがあるのです。有機野菜と表示があり、結構高い。あれほど高いのがどうして売れるのかと思うくらい高い印象があるのです。それは大きな消費地があるからだと思うのですが、この辺りには大型の消費地がないのは決定的な要因でないでしょうか。先生のさっきのアイデアの話ですが、大きな消費地がなくても、アイデアだけで勝負できるのでしょいか。

竹谷 お客様は待つても来てくれません。来なければ、こちらから出掛けていきますよ、というのでないと。先ほどの話の中では触れませんでした。名古屋市内まで1時間半か2時間くらいの距離にある酪農家がそこでとれた牛乳でアイスクリームを作っています。とれた牛乳の一部でアイスクリームを作って、付加価値を付けて販売している。そのアイスクリームは、いろいろアイデアがあって、辛子の入ったアイスクリームとか。これは一度やったら止められないような味です。この農園は、愛知県の教育ファームとしても動いている。教育ファームというのは、小学生や中学生、高校生を受け入れて、農業について様々なことを体験してもらおうような試みです。田植えはもちろん酪農もそこに入っています。これら子ども達の親御さんも受け入れてやっています。

さらに、自分達で車に乗って販売に行くのです。その奥さんが持つて行く。暇なときは、息子や親父さんも運んでいる。このアイスクリームの売り上げだけで700万近くあります。お客さんを求めて行く。イベントの時などは、必ずみんなアイスクリームをほしがるので、自分達のところにあるじゃないかと、売りに行く。待つてはだめです。待

っているのももちろん、そうでないところは出掛けていつてつかみやすよという積極性です。ここは、ご主人、奥さん、長男の家族経営ですが、みんな得意とするところを担って、互いにパートナーとしてやっている。

先ほど大原の話が出ましたが、京野菜は伝統野菜ですが、いろいろ認証も受けて全国野菜です。京都産のカブラで漬けている千枚漬は、京都産だけのカブラなら多分3ヶ月はもたないと思います。あとの9ヶ月はよその産地のものやっているとします。要は、どういう風にしてブランドものを作るかということです。京都野菜でがんばっている石原さんのミヅナ。これは一軒一軒料亭と話をしているのです。どのサイズのものかほしいのか、10センチか15センチか。それに合わせて播く時期を変えて収穫している。お客さんが見えている形で、注文生産する。彼がさらにチャレンジしているのが、イタリアン野菜です。100種類ぐらいやっています。いくつかのイタリアンレストランが、国内産の、できれば地元産のイタリアン野菜に関心を持っていて、契約して安定供給してもらえないかという要望が非常に強い。石原さんは儲けてはいないですよ。銭金の問題以上に、お客さんを喜ばすことが私の生き甲斐ですと言っておられる。自分達は食っていければいいと。相手が何を求めているかを非常にきめ細かに、アンテナを高く張ってやっておられる。

安定調達と集荷の多面化

参加者C 私は農業を一生懸命やっていますが、これでは肥料代も出

ないとか、全く儲からないとか、愚痴ばかりなのですが、たとえば、農協にプロッコーを出しても、お店で150円で売っているのが、生産者では30円くらいにしかなくなっていません。そんな愚痴ばかりですが、先生のお話を聞いて、これは何かしないといけないと思いました。しかし、これはやはり自分一人では出来ない、みんな、名田庄の方が力を合わせてやれば、何かいいことがあるかなと思いました。ありがとうございました。

竹谷 昔は、だいたい、農家の売り渡し価格の倍で小売店では売るといふことだったので、残念ながら、農家の方の価格がどんどん下がってきています。実は、小売店の価格はあまり下がっていません。それは統計で歴然と出てくるのです。結局、力の弱い方に負担がかかって、生産者の方の値が下がっている。そうすると、小売店や流通業界は集荷の多面化という方向にむかいますので、国内だけで調達していたのが、安定調達ということで中国とか他の国になっていきます。

生産者は競争せざるを得ないものですから、一人で競争できる人は一人で競争すればいいですが、そうでない人は仲間を集めてやるということになります。昔だったら作って農協に持って行けば何とかなるといふことがありましたが、今は、これがスタンダード(標準・基準)ですよというのではありません。農協に今の量販店と対等に渡り合う力はないので、やっぱり、専門用語でいうと、「流通チャネルの多面化」ということになる。農協もひとつの取引先ですよ、・・・もひとつの取引先、契約先もひとつの取引先と、いろいろになるので、流通のチャネルを自分が

どういう風に組みそのマネージメント(管理・経営)能力を問われることになりま。

それだけたいへんな世の中になっているのですが、高いハードルを乗り越えてがんばっていく必要があると思います。でも、そのハードルを乗り越えて、夢を実現していく人も少なからずおられますので、できないことではない。

農業は知識集約型産業

参加者D 私、3年前ほど前に、まだ主人が定年になる前に、こちらに帰ってきて農業を始めたのです。有線放送で「農村を元気に、若者と年寄りが楽しく暮すために」という演題を聞いて、今日ここに来ました。3年前に帰って来たときは、けっこう張り切って帰ってきたのです。農業はたいへんだとは思っていたのですが、さっきおっしゃっていたように、農協に出しても、収益が全然上がらないし、正直言ってだんだん落ちこぼれた状況でした。「農村を元気に」という言葉だけで来ました(笑)。正直、ほんとうにそれだけなんです。また元気にやっていたりかなと思ってきました。幸いにも主人が定年で4月から帰って来まして、主人と一緒にやり始めました。さっき流通の話がされましたが、やはり流通が大事だと感じています。そういう意味の勉強をしないとイケないと思っています。とにかく、がんばりたいなとは思っています。

竹谷 昔、竹中一郎が「農業は知識集約型産業だ」といいましたが、つ

まり、農産物を作るのに、もちろん作物を播く時期を知っておかなければならないし、土壌のことや病害虫の知識もいるし、気象についても知っておかなければならない。いい農産物を作る一人前の技術者でなくてはいけない。それだけでおしまいではなくて、今度は経営ということと考えると、市場のことが分からなければならぬ。市場とどういう風につきあっているか、はたまた、政策もいろいろ出てくるので、その政策についても熟知していなければならぬ。補助金の情報なんかもそうです。

そういういろんな情報を自分に引き寄せて、うまく使える能力を持ち合わせていなければならない。だから、そこで出来る人というのは、相当の能力を持っていなければならない。隣の人がこうやっていたからこうするではだめです(笑)。隣の人はこうやっているけれど、自分はこうするのだ、くらいでない。それくらい頭を働かせてやる必要があります。

土地を守る

参加者D 最初、畑を守りたいという気持ちはいっぱいあったのです。草ぼうぼうになって、畑が畑でなくなってくるのがすごく寂しいという気持ちがありましたので、帰ってきたのはこの畑を守ることとおじいちゃん、おばあちゃんがたいへんな思いをしているので。農業経営をしていこうとか、それで生計を立てていこうというのではなかったの

です。そんな状況で農業に関わったのです。考え方をかえて楽しくやっていきたいなと思っています。

竹谷 先ほどの言い方は、少しハードルを高くしすぎたかも知れませんが(笑)、年金のある方は農業収入で生活を支えるようなことはいりませんので、その分ハードルが低くなるかも知れません。農業を楽しむというのがどつかないと、たいへんだ、たいへんだだけでは、何のために農業をやっているのか分からなくなるので、やっぱり、これでよかったというのが最低限必要と思います。

仕事と手応え

早川 名古屋大学の若い人が常滑で「Measy」という会社を立ち上げてやっているという話がありました。ああいうところに来る若い人は、いわゆる、変わっている人なのか、あるいは普通の若い人なのか(笑)。

竹谷 ゼミで先生が、「農業はけっこうたいへんだけれど、やってみると面白いかもしれんぞ」と言ったのを聞いて、農業というのは身近にあるのだなあという気持ちで入ったのです。初めから、すごい理想に燃えていたのではなく、ちょっと覗いてみるかというくらいの気持ちで始めたら、自分が一生懸命になればその分作物は答えてくれるということが分かってきて、手応えを感じたのです。若い人にとって、手応え感というものがこの頃あまりなく、自分がやったことが形になって帰ってく

るといのが、とてもやり甲斐になるのです。今の中学、高校、大学はとてもバーチャルな世界で、そこでは生きていくという実感がかけていたのに、それに対して、初めて現場に触れたという、感動・感銘が彼らを駆り立てて、一応、農業で生きていくかというところまで持つて行った。

こだわり生産はやりませんが、それだけではだめだということで、販売はするし、他の人たちの応援はするし、いろいろ手を広げて行って、本当の意味でのやり甲斐というのは、社会の中でつかむべきものだとということまで来ていると思います。

大地の上に立つたときに、自分は生きていくという実感が持てるかどうか、このことが厳しい中でも、耐えて乗り越えていくモチベーションになるのではないだろうか。

早川 今は、そういう感じが普通の職業では、なかなか得られるチャンスが少ない。そういう意味では、農業は今の産業とは逆というような感じがするのですが。

竹谷 農業をやっているも儲かるというようなことはなかなかないが、それでは、他の産業でそれ変わる自分の生き甲斐が見つかるようなものがあるかという、そういう時代でもない。私のところに相談に来られる若い人がおられます、耕作農地がいっぱいあるので、自分を生かせるものを作りたいのですが、どうしたらいいのですかと。これは、3年前に建設工事、公共事業がぐーと減って、会社が人員整理をし始めて、自分の未来がないというのでの業に飛び込んでこられた方の相談だ

つたのです。1年間農業大学校で研修を積み、技術的に何とかやれるかなと、放置してあった土地に入って、つまり地代ゼロで、トマトを中心に始められました。

そういう人たちを見ると、自分が食って行ける分はもちろん最低限ほしいのだけれど、それと同時に、今の建設会社で手応えのある仕事はなかなか出来ない。今は就職氷河期の再来と言われていますが、若い人たちは希望したところに入れない。そういうことでは、厳しさはこの世界に行ってもそうかわるものではない。農業の場合、手応え感というのは確かだけれど、経営力をどう付けて行っていくかということは、一朝一夕にはいかなないので、やはり、ある期間にわたってトレーニングをしながら力を蓄えて努力していくしかないのです。しかし、可能性のある世界ではないかと思えます。けっこう若い人たちが扉を叩き始めているという、実感があります。

私がやっている講義で、植物工場の受講生は、みんな、中小企業の社長さんだとか、役員の方々が来られるのですけれど、社員を食わせる仕事がないので、どうやったらいいのかということ、関心を向けられてこられます。そういった人と話していると、現実の経済社会の厳しさというものは、農業に劣らず、いろんな産業でもありと感じます。農業以外で培ったものを農業分野に持ち込んだら、これ、また、新しい風を吹かせることが出来るかも知れない。

たとえば、大分県の三重町というところで、建設会社の副業としてやり始めた、トルコキキョウの栽培・販売している「サン・フローラ」という

会社ですが、これは全くの素人ではじめて、今は、15人ほどが働ける状況まで持って来ているところです。もちろん試験場とかいろんな所の応援もあるのですが、どういう風に取り組んでいくのかという、その戦略と目標をきちんと掲げて、目標を絶えず見直しながら、ひとつひとつ詰めて、努力していくとその道はあると私は思っています。

早川 あと話は尽きないと思いますが、時間が来ましたのでこの辺で終了としたいと思います。皆様、先生に、拍手で感謝の意を表したいと思います(拍手)。

資料

一・参加者(27名)

植茶英男、岡カネ子、小川宗一、奥泰子、小西克信、治部ひろみ、
治部猛、嶋田利裕、団ミチ江、堂脇馨、土岐直彦、中谷純子、
中野英二、中野岩二郎、中谷真一、早川栄子、早川真理子、
早川和美、福本千枝子、堀口治子、正木慶子、森本小夜美、
弥永雅代、山口孝志、山本幸子

二・発言者

参加者A(60代、男性)

参加者B(50代、女性)

参加者C(60代、女性)

参加者D(50代、女性)