

「食と農」を考える

世界的な人口の増大に伴う食糧危機や食の安全・安心等への関心の高まり、雇用確保の受け皿としての期待などを背景に、今、農業に注目が集まっている。関経連でも2008年に農商工連携調査研究プロジェクトを立ち上げ、農商工連携という切り口で農業の現状と課題を整理し、提言を発表。2009年からは、産業委員会内に食と農専門委員会を設置し、トライアル事業等を展開してきた。その事業内容と活動成果ならびに今後の取り組み・方向性について紹介する。



日本の農業を取り巻く現状

米国やアジア太平洋諸国との間で貿易を自由化する環太平洋経済連携協定(TPP)交渉への参加をめぐる議論のなかで、今後の農業に対する関心も一段と高まっている。なかでも最も懸念されているのが、農産物の関税が撤廃されると、海外から安い農作物などが大量に輸入され、農家の経営が成り立たなくなり、地域経済の停滞を招くとともに、ただでさえ低い日本の食料自給率が一層低下することである。

しかし、わが国の農業は、就農者の高齢化や担い手の不足、耕作放棄地の増加など、従来多くの問題を抱えている。今後の国際環境の変化にか

かわらず、農業の再興・再生に向け、かじを切っていくことは急務である。

このような深刻な状況の一方で、明るい兆しも見えている。中国へのコメの輸出の拡大をはじめ、安全・安心かつ質の高い日本の農産物に対するアジアの富裕層を中心とした需要の増加や、海外での日本食ブームは、わが国の農業にとって国際競争力を強化し、危機的状況をはね返す新たなチャンスである。

また、国内でも、単に農産物を生産するだけで収益を上げることが困難ならば、作物に独自性という付加価値をつけたり、加工して販売するといった経営努力を行うことでビジネスの幅を広げ、収益拡大につなげようという動きが世代交代した若

い農業者を中心に始めている。

2008年の中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律(農商工等連携促進法)の施行に続き、昨年末には、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律(六次産業化法)が公布された。これらは、農山漁村の活性化のため、地域の第1次産業とこれに関連する第2次・第3次産業(加工・販売等)に係る事業を融合させることで、地域ビジネスの展開と新たな業態の創出を行う6次産業化に向けた取り組みを推進するものであり、農業の再興・再生に向けた追い風は吹いていると思われる。

関 経連での取り組み

世界貿易機関(WTO)交渉や経済連携協定(EPA)等で農業が取り上げられているにもかかわらず、経済界は農業の現状をあまりよく知らない。こういった問題意識から、関経連では2008年に農商工連携調査研究プロジェクトチームを立ち上げ、関西における農商工連携の現状と課題を整理することから始めた。官民有識者との意見交換を行うとともに、関西広域において先駆的な取り組みを実践する11カ所の農業現場(農業法人・企業・単位農協等)の視察、30カ所の農業関係機関へのヒアリングを重ねた。

その成果をもとに、農商工連携の成功要件やわが国農業の現状・課題を取りまとめた「農商工連携のさらなる発展に望む」を2009年3月に発表。



4年に一度大阪・関西で開催される食博覧会に近畿農政庁等と共同で「関西を美味しくする会」と銘打ったブースを設置。農商工連携認定事業者が出展した。

農林水産省や経済産業省他、関係各方面への建議を行った。当会が農業関連の提言を行ったのは実に33年ぶりのことである。

また、2009年には、議論・活動を深めるため産業委員会内に食と農専門委員会(委員長:松本恵司・ハウス食品取締役専務執行役員)を設置。企業活動としてすでに農業との連携を行っているカゴメ、キューピー等から取り組み事例を学び、「農業はもうからない」と言われているなか、もうかる・頑張る農業を実現する農商工連携について検討した。そして、委員会では経済界としておのおの企業の得意分野を生かし、農業を支え、農産物の付加価値を高めることが喫緊の課題であると認識。加工から流通・販売まで幅広い業種にわたる企業が委員会に参画している強みを生かし、先進的な農業者・団体等を巻き込み、農商工連携の具体的アクションにつなげる活動を展開することで、「もうかる農業の実現」をめざすこととした。その実行組織として2010年度には委員会内に「食育・農育分科会」「情報・販路開拓分科会」を設置し、各分科会でトライアル事業を企画・実施した。

委員会ではこのような活動に加え、2009年に'09食博覧会・大阪への共同出展や、社員食堂における地場農産物活用セミナー、全国農業協同組合中央会(JA全中)、日本経済団体連合会との共催による農商工連携セミナーなどを開催。広域的な農商工連携について積極的なPR活動を実施した。

次ページからは、「食育・農育分科会」「情報・販路開拓分科会」の2つの分科会の活動とその成果について詳しく紹介する。



ミスト農法を通じ、安全・安心な作物の安定供給をめざす妙高ガーデンのハウス施設を見学。(新潟県妙高市)

食育・農育分科会

明日香村アグリプログラムの取り組み

食育・農育活動を展開するにあたって

食育・農育分科会(分科会長：石橋善光・クボタ機械営業総括部長)には8企業が参画。分科会活動は、参画企業の中ですでに食育・農育活動を展開している企業の事例を検証し、メンバーの見識を深めるところからスタートした。そして、圃場を使い農作業も行う食育・農育プログラムを実践することを目標に掲げ準備に取り組んだ。取り組み内容の詳細を検討するにあたっては、公益財団法人すこやか食生活協会等がまとめた農林水産省補助事業の提言「事業の成果と今後の食育推進のための提言—平成21年度食育先進地モデル実証事業を終えて—」を参考にした。

奈良県明日香村との出会い

分科会での議論を通じ、プログラムには「関経連の強みを生かし、複数企業が参画することで、ファミリー層を対象に多角的かつ厚みのある働きかけを行う」「継続性・広がりの可能性を模索するため、自治体等と連携し、地域の取り組みとして定着することをめざす」といった要素を盛り込むことで一致した。プログラムの成否を左右する連携パートナー選びについては、食と農専門委員会の活動の一環として、本誌で2009年7月号より続けてきた「楽食楽農」コーナーの取材(2010年7月号P.19参照)を通じて出会った奈良県明日香村役場および真弓集落営農組合(以下、明日香村関係者)に賛同・協力を得られたことで大きく前進した。

分科会では、本取り組みを「明日香村アグリプログラム」と名づけ、明日香村関係者と実践内容についての検討を開始。明日香村圃場や中之島で精力的に意見交換を重ね、実施に至った。

プログラムの目標として掲げたのは次の3点である。

1. 真弓集落の保有農地において、参加者が地元農家と一緒に土づくりから収穫までの農作業を展開することで、農業の大変さや栽培した農作物の価値を認識する。
2. 健全な食生活の実現、食文化の継承がはかれるよう、自らの食について考える習慣や、食に関するさまざまな知識を身につける。
3. 集落営農組織の活性化をはかり、担い手となり得る人材の育成に取り組む。

当会はもちろん、明日香村関係者にとっても食育・農育プログラムへの取り組みは今回が初めてであったこと、準備期間が短かったことを考慮し、対象を食と農専門委員会参画企業の家族に限定してプログラムの参加者を募集。松本委員長ご夫妻ほか、大人18名、子供(幼児～中学生)14名を含む約40名が参加した。

明日香村アグリプログラムの概要

6日間、全6回のプログラム中(表)、参加者の平均参加回数は4.3回。回を重ねるごとに参加率は高まり、プログラム開始前の予想を上回る結果となった。参加者の満足度の高さは、参加者および関係者に対して分科会が行ったアンケート調査の結果からもうかがえる。参加者からは「夏の農作業は想像以上に大変だっ



た。農家の方々のご苦勞を思いながら、大切に野菜を食したいと思った」などの意見が多数寄せられた。

明日香村関係者からも「手探りではあったが、農業や農家の現状を伝える場として一定の効果があつた」等、プログラムを評価する回答が多かつた。その一方で、「天候の影響もあるが、野菜の管理不足から生育が遅れた」「無農薬にこだわつたが、見た目が悪く、参加者が理解しているか心配」といった声もあつた。さらには「参加者に対し、より積極的にコミュニケーションを取っていくべきだ」との前向きな提案もあつた。

〈表 明日香村アグリプログラムの概要〉

日程	プログラム内容
8月22日(日)	・オリエンテーション ・農作業(除草・耕耘・肥料・種蒔き)
9月12日(日)	・クボタによる菜園教室 ・農作業(畝立て・種蒔き・定植)
9月23日(祝)	・収穫(サトイモ・ナス等) ・ハウス食品による食育研修
10月17日(日)	・農作業(追肥・水やり・間引き他) ・不二製油による食育研修
10月31日(日)	・明日香村まるごと体験ウォーク(村の行事に参加) ・収穫(赤かぶ、春菊等)
11月14日(日)	・収穫(サツマイモ、サトイモ、ホウレン草等) ・伊藤ハムによる食育研修

※各日おおよそ9時スタート、13時半終了

プログラムの評価と今後の方向性

明日香村というやる気のある連携パートナーを発掘

できたこと、4社による食育・農育研修を行うことで多角的なアプローチを実現できたことなどにより、プログラムは当初の目標をおおむね達成できた。これに加えて、受け入れ側である明日香村関係者に次に向けての手ごたえを感じていただけたことは大きな収穫であつた。

しかし、プログラムが地域行事として定着するには、PDC Aサイクル(plan-do-check-act cycle)を回しながら継続していくことが重要である。また、水平展開をはかるには、ノウハウ等を取りまとめ、パッケージ化することも検討すべきである。さらに、今回の反省点として「食育・農育研修を行う企業の立ち位置が不透明」といった意見も聞かれたことから、継続に際しては、「CSR」「販売促進」「社員の意識向上」など、取り組みに対する企業の目的を事前に把握し、共有化をはかる必要がある。

今後は、近畿農政局等を交え、プロジェクトの継続や拡大策について議論を深める予定である。



ハウス食品によるカレー粉の歴史・効能等に関する食育研修

石橋 善光 食育・農育分科会長



明日香村アグリプログラムに実際に参加し、農作業の大変さや、農作物は天候の影響を受けやすいこと等をあらためて認識させていただきました。今回のプログラムの成功要因の一つは、われわれ企業側だけでなく、明日香村役場、真弓集落営農組合を含め、皆が同じベクトルに向かって協力し合つて進められたことであつたと思います。

今後、このようなプログラムの水平展開を考えるにあたって、役場や集落の方々のご理解がないとうまくいかないことを実感しました。連携するパートナー探しは難しいですが、やる気あるパートナーを選別していけば、本取り組みは広がりを持てると考えています。

情報・販路開拓分科会 3つのトライアル事業

トライアル事業選定にいたるまで

情報・販路開拓分科会(分科会長：田中秀幸・ロック・フィールド執行役員・購買部長)には14企業が参画した。メンバー企業は、食に携わる企業、すでにグループ会社・子会社等が農業参入している企業、食や農にかかわりの薄い企業、と多岐に渡っていた。

分科会では、まず食に携わるメンバー企業3社から商流に係る課題等について学んだ。その後、各府県の農政担当部局から、比較的ブランド力の高い認証野菜や伝統野菜を中心にその現状や課題、行政の取り組みなどをヒアリング。こうしたリサーチの結果や分科会での議論をふまえ、「関西農産物リーフレットの作成・配布」「アンケート調査」「ビジネスマッチング」をトライアル事業として展開することとした。

関西農産物リーフレットの作成・配布

「関西農産物リーフレット」(右写真)は近畿農政局、2府4県(滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県)の協力のもと作成した。大消費地に近い関西の特徴を生かし、各府県が今後生産・販売等に力を入れたい一押しの伝統野菜などにスポットをあてて紹介している。

この事業は、関西という広域的な視点で作られた農産物のPRツールや、消費者に届きやすい媒体・PR手法がないという問題意識に基づき実施したもの。リーフレットは2011年1月に完成。コンビニエンスストアのレジ付近へ設置するなど、メンバー企業のさまざまなネットワークを活用し、15,000部を消費者に配布した。

関西の飲食店を中心としたアンケート調査

農産物の流通ルートには、卸売市場で売買される「市場流通」と市場を通らない「市場外流通」がある。



コンビニエンスストアでの設置例

近年、生産者自らが価格を決められることや仲介の手数料が不要であることなどから、生産者と小売業者・量販店他との直接取引、直売所やネットによる生産者から消費者への直接販売といった市場外流通の割合が増加傾向にある。

1農家あたりの経営規模が小さく、産地と大消費地が近い関西は、地元レストランや料理店などの飲食店と小さなロットで直接取引する市場外流通が発展する素地を多く含んでいる。今後、生産者と飲食店の直接取引の可能性を探るには、飲食店の実態やニーズを把握することが不可欠である。しかし、生産者や消費者を対象にした農産物に関するニーズ調査等はさまざまな機関により多数行われている一方で、飲食店に対する同様の調査はほとんど行われていないことが判明した。

そこで、分科会では、2月2日から8日にかけて、関西を地盤とする約130の飲食店を対象に関西の農産物に関するアンケート調査を実施。結果、回答した飲

食店の7割が生産者からの生鮮野菜の直接仕入れは未経験であること、その理由として、「生産者との出会いがない」「安定した仕入れが難しそうだ」などをあげる飲食店が多いことがわかった。

新たな試みを取り入れたビジネスマッチング

生産者の販路開拓・拡大をめざし、近畿農政局や地方自治体、地方銀行等による農業生産者と飲食店や食品加工業者、グリーンツーリズムをはじめとする観光業者等々とのビジネスマッチングや展示商談会は数多く開催されている。参加者からは、普段接点の少ない業種の方に出会えるとの評価の声がある一方で、参加企業・団体が多分野すぎて焦点がぼけ、商談が成立しにくいとの指摘も多い。分科会ではこういった問題点を解決し、参加者の満足度も商談の成約率も高められる新たなビジネスマッチングのスタイルを模索。その検討結果を実証するトライアル事業として、近畿農政局、近畿経済産業局との共催、農林中央金庫大阪支店の協賛により、関係者約130名が参加したビジネスマッチングを1月25日に開催した。今回のビジネスマッチングの特徴として次の2点があげられる。

- ①出荷業者、仕入れ業者双方の情報収集・ニーズ把握に力を入れ、事前にマッチングを設定。
- ②相対だけでなく、仕入れ業者2者、出荷業者1者といった3者でのマッチングにもトライ。

マッチングには、明日香村アグリプログラムにご協力いただいた明日香村役場をはじめ、個人および営

農集団の生産者等14団体の出荷業者と、ロック・フィールドやがんこフードサービス、帝国ホテル大阪、ハウス食品、ぐるなび加盟店のオーナーシェフといった仕入れ業者10社が参加。「他社との差別化につながる食材を仕入れることができそう」というオーナーシェフ、「新たな販路開拓につながった」という出荷業者など、参加者からは喜びの声が多数聞かれた。

並行開催した講演会では、岩田弘三・ロック・フィールド社長、石割照久・嶋石社長、米村栄一・まんてん堂専務の3名からそれぞれ異なる立場で、農業・食のブランディング戦略を中心に自身の取り組みについて発表いただいた。

今回のアンケートやマッチングからは、出荷業者と仕入れ業者の出会いの場の構築や双方のニーズ・シーズのデータベース化、出荷業者への経営やマーケティングに関する教育・研修などが必要であることがわかった。「もうかる農業の実現」に向け、食と農専門委員会では、このような事業や施策の必要性を近畿農政局へ提案していく。

(産業部 加宮義隆)



活気あふれるマッチング会場。会場隅には新鮮な商材が所狭しと並べられていた。

田中 秀幸 情報・販路開拓分科会長



本分科会の3つのトライアル事業により、既存の農業を取り巻く環境や仕組み等についてさまざまな角度から問題提起ができたのではないかと考えています。

特にビジネスマッチングでは、出荷業者、仕入れ業者、双方の要望事項を事前に収集したことや、業態の異なる仕入れ業者2者と出荷業者という3者間でのマッチングを行うことで、出荷業者のスケールメリットの確保や規格外農産物等の活用をはかり、生産ロスの低減を試みました。ここにさらなるマッチングの可能性を見いだせたのではないのでしょうか。今回参加された出荷業者は意識の高い生産者の方が多かったと思います。今後は普通の生産者の方々も参加できるよう、マッチングの仕組みを構築していくことが重要です。それが農業の底上げや活性化につながると思います。