ISSN 0917-3889

INSTITUTE OF REGIONAL AGRICULTURE IN HOKKAIDO

地域と農業

会　報
第75号
Oct. 2009
Autumn

特集　グリーンツーリズムin北海道
「農村ツーリズムにおける農業と観光産業の連携の可能性」

社団法人　北海道地域農業研究所

札幌駅から徒歩5分

札幌でのご宿泊なら
いつも安心・快適な

ホテルノースイン札幌
北農健保会館へ

1 冬割ツイン・和室プラン 素泊り
1室2名様以上のご利用で お一人様 ¥2,500～

2 Sルームプラン 限定10室
バス・トイレ付のシングルルームでの
お泊まり 朝食付きのお得なプラン ¥5,000～

3 団体宿泊プラン ツイン・和室限定、料金一括払い
同一日に10名以上で宿泊すると冬季基本料金の10%OFF（2,300円～）

・団体宿泊プランはツイン・和室を同一日に1室2名以上でご利用し、合計10名以上の宿泊に適用。
・団体宿泊プランは宿泊ポイントの対象にはなりません。
・ほかの割引制度との併用は不可。

期間 平成21年11月1日～22年5月31日

旅の疲れを癒す 男性専用
サウナ付大浴場を完備

もちろん宿泊者は無料。早朝6時から夜行列車、バスで朝札幌に着いてもご利用できます。
ゆっくり休憩できるレストルームもご用意しております。
宿泊以外の方のご利用は1,000円となります。

ご利用時間 第一部 6：00～ 9：30
第二部 12：00～20：00

ホテル ノースイン札幌
北農健保会館
〒060-0004 札幌市中央区北4条西7丁目
電話ご予約 011-261-3270 FAX 011-261-3298
http://www.hokunoukenpo.or.jp/kaikan/

北の大地を
支える力。

地域に根をはり、全道に広がるネットワーク。私たちは、農業機械・自動車・燃料などの事業を通じて日本の食糧基地北海道の営農ライフラインを支えます。

株式会社
ホクレン油機サービス
●本社／札幌市厚別区厚別中央1条5丁目1番10号
011（892）1551 FAX 011（891）1339

●函館支店／函館市昭和3丁目16番3号 0138（41）1994
●岩見沢支店／岩見沢市4条東15丁目3番地 0126（22）4421
●旭川支店／旭川市永山2条13丁目1番28号 0166（48）1181
●稚内支店／稚内市声問4丁目26番12号 0162（26）2111
●網走支店／網走市字呼人382番地 0152（48）2111
●東天北営業所 ●北見営業所

地域と農業

Vol. 75

表紙写真：キャベツの収穫
南幌町南14線西22号
有限会社豊夢（ホーム）
5戸／120ha
社長　佐々木氏
提供：乃生　賢一

―――目　次―――

2　観察（みる）　新しい政権と農政のあり方
（社）北海道地域農業研究所　所長　黒河　功

6　特集　グリーンツーリズム in 北海道
「地域活性化の旗手グリーンツーリズムが北海道にもたらすもの」
報告 農村ツーリズムにおける農業と観光産業の連携の可能性
北海道武蔵女子短期大学　准教授　松木　靖

22　Essay　食いしん坊イラストレーターの
てくてく畑を歩く　パート３
イラストレーター　すずきもも

27　レポート　ドイツにおける青空市(Markt)の形態と供給産地の特徴
福島大学 経済経営学類国際地域経済学専攻 准教授　小山　良太
准教授　森　良次

42　投稿　亜麻に魅せられた人々－第２回亜麻まつり in 当別に参加して－
フリージャーナリスト　村元　健治

48　現地モニターだより　『持続的可能性・サステナビリティ』を求めて
端野町　和崎　陽一

49　連載No.55　あのマチこのムラ地域おこし活躍中
中札内村の事例
（社）北海道地域農業研究所　専任研究員　正木　卓

55　お知らせ・掲示板・DATA FILE

観察（みる）

新しい政権と農政のあり方

（社）北海道地域農業研究所　所長　黒河　功

農業者個別所得補償制度

わが国の政権選択を賭した衆議院選挙の期間中、各政党が掲げるマニフェストについて、その内容の是非あるいはその実行性をめぐって種々議論がなされてきたが、選挙後は圧勝した民主党農政の柱である「農業者戸別所得補償制度」について議論を呼んでいる。

というのは、まず民主党がマニフェストで掲げた政策である「子ども手当て」、「高速道路無料化」などと同様に、「農業者戸別所得補償制度」も多額の予算を伴うものであることが実行可能性の問題として俎上にのぼっている。

しかし農業関係者がそれよりももっと問題視するのは、民主党が掲げる農業者戸別所得補償制度が、わが国が「米国との間で自由貿易協定（ＦＴＡ）の交渉を促進し、貿易・投資の自由化を進める」という外交マニフェストと対のものとして位置づけられているとみえるからである。すなわち、自由化によって農産物価格が急落したとしても所得補償をすればよいと単純に考えられているようにみえるからである。

この民主党のマニフェストについては、全中を始めＪＡグループの各団体および全国農政連など農業関連の各団体から、「米国の関心品目である米、麦、豚肉、牛肉などの関税撤廃を求めてくることは必定で、わが国農業に破壊的な影響を与えることになり、所得の増大を望む農家や、自給率向上を望む国民を裏切る公約である」として、断じて認められないとする抗議声明が既に出されている。

日米自由貿易協定の実効性

このような農業関係における反応に対し民主党は即、「日本の農林漁業・農山村を犠牲にする協定締結はあり得ない」「米などの主要品目の関税をこれ以上下げる考えはない」と釈明して局面を乗り切ったように装っているが、そうはいかないと見るのが大方のところである。

まず、非農部門はいざしらず、わが国の農産物輸入のうち米国からのものについては金額ベースで既に三分の一を占めており、農産物の自由化こそが米国にとってもっともメリットをもたらす分野であり、それ抜きに協定交渉はあり得ないと考えられ、とくに米国がこのところ規制緩和を執拗に促している牛肉問題がすぐに俎上にあがるのではないかと懸念されているのである。

民主党の外交マニフェストとして、わが国は貿易立国でありそのためには自由貿易を推進すべしという大義名分はそれなりに分かるが、他に先駆けて、なぜいま「日米ＦＴＡ」がことさらに強調される背景や理由がいま少し説明不足ではないかと思うのである。

いずれにせよ、所得補償制度もさることながら、日本農業の国際競争力強化を図るためにどのような政策が必要なのか、それがＷＴＯ上問題なく実施できるようにすることについてなど、もう少し具体的に示すことが必要であろう。

わが国の食料自給率向上問題

民主党が掲げる農業者戸別所得補償制度は、野菜および果樹を除く、すべての農畜産物について、販売価格が生産コストを下回った場合に、その差額分を直接農家に補てんするものであるが、その具体的な制度設計の中身がまだ不透明なところがあることも事実である。

何よりも、その政策の対象となる農家が単に「販売農家」となっており、農産物を出荷するすべての農家と想定されるが、それらをいかに措定して把握するのか不明である。また、日本農業の担い手の性格はまさに多様であるが、それぞれを担い手としてどのように位置づけていくのか、例えば、各種の加算のあり方などについての見通しも不明である。

また、この数年来実施されてきた各種意向調査によると、わが国国民の大半は「食料自給率の向上」を望んでいる結果となっており、

民主党マニフェストにも「主要穀物等では完全自給をめざす」となっているが、自由化によって農産物価格が下落してもコスト補てんすることで自給率向上が達成しうるかの検証がなされておらず、自給率向上への道筋がいま少し見えづらいのである。

ＷＴＯのコンプライアンスと食料問題

さて、わが国が食料自給率向上を国是としながらも、同時に世界の自由貿易推進の旗振りもしなければならない状況にあることは周知の事実である。いずれにしても、現在のＷＴＯコンプライアンスに照らして、国内の農業に対する生産刺激的な政策が御法度の中での自給率向上の問題は、二律背反的な問題を解くようなものであり、ＷＴＯ農業交渉のあり方が至難の業といわれる所以である。

そこでは、農産物は工業製品と同様に「商品」であると前提された議論・交渉がなされているわけである。顧みるとＧＡＴＴ体制からＷＴＯ体制に移行してきた当時の背景が、主として先進国における農産物過剰問題の解消にあり、そのために生産刺激的な措置を一切禁止することを前提とするコンプライアンスが構築されてきたといってよい。

しかしながら、それぞれの国や地域が抱える食料問題など、諸事情を等閑視したＷＴＯ協定のような貿易自由化の拡大は、二〇〇八年の始めに、投資資金が原油および食料の先物市場に流入して世界的な穀物価格の高騰を許してしまったように、現実問題として、地球規模の飢餓問題に何らの歯止めのないことを改めて認識させられた。

このように今後のＷＴＯ協定の交渉のあり方は、こと食料問題に関しては、過剰だけではなく不足の事態をも想定した対応のあり方をも示してほしいのである。

食料の安全保障問題

今年の天候は不順で、農作物の生育は素人目でも分かるような不作に終わっている。このような天候不順が続くとまさしく異常気象の世界に入ったと思わざるをえないのだが、それはまた短絡過ぎであると非難されるかもしれない。しかし異常気象は化石燃料使用による温室効果ガスの大量発生が地球温暖化を招来した結果ともいわれており、食料輸出国といえども天候不順による不作は、今後とも免れない。

また昨今、主要な食料輸出国において、トウモロコシや大豆などをバイオ燃料の原料として転用するなど、バイオ燃料需要が増大してきているが、環境負荷を小さくするという目的の外に、エネルギー価格の高騰に対する代替エネルギーの確保あるいはエネルギー自給率向上を目指すものとして、既に国家的取り組みがなされているとみられるのである。

このように地球規模での天候変動、エネルギー、および食料問題は相互に関連しているのであり、これらを合わせて問題解決の糸口を見いだしていくための議論と国際的な取り組みが必要になっていると認識しなければならないといえよう。

さらに敷衍してみると、果たしてＷＴＯ協定交渉の前提条件あるいは枠組みが、経済効率至上主義ではなく、食料の安全保障および国や地域ごとに異なる社会のあり方やそれぞれの主権をも尊重しうるような、地球規模の交易のあり方という課題についても応えうるものなのかについて、改めて再考すべき時期ではないかと思うのである。

新しい政権が、ＷＴＯ協定交渉のみならずあらゆる国際会議などにおいて、そのような主張、提案をしていくことを期待するのである。

グリーンツーリズムin北海道

「地域活性化の旗手グリーンツーリズムが北海道にもたらすもの」

日時：平成二十一年七月二日
場所：北農ビル（札幌市）

報　告　農村ツーリズムにおける農業と観光産業の連携の可能性

北海道武蔵女子短期大学　准教授　松　木　　靖

1．はじめに

皆さん、こんにちは。北海道武蔵女子短期大学の松木です。ただ今、司会の和田研究部長のほうから若干前振りをいただきましたけれども、私たちは昨年度、北農五連さんから委託を受けて、グリーンツーリズム、それから食育・食農教育などについて、共同で調査研究を行なってきました。北海道代表というか、それを代表してお前が何かやれということになり、今日は私が担当した部分をお話させていただきたいと思います。私自身はそれほど観光とかグリーンツーリズムということを長年研究してきたわけではありません。私自身がこういう問題に興味や関心を持ち始めたのには、大きく二つのきっかけがあります。

一つは、私は「北海道農村生活研究会」に所属して役員をやって

松　木　　靖（まつき　やすし）氏

富良野市生まれ
北海道大学大学院農学研究科農業経済学専攻博士課程単位取得
【職　歴】
株式会社酪農総合研究所研究部研究員
北海学園北見大学商学部商学科助教
現在、北海道武蔵女子短期大学経済学科に勤務（准教授）
北海道中山間ふるさと・水と土保全委員会委員長
沖縄国際大学産業総合研究所特別研究員
北海道農村生活研究会常任理事

【主な著書】
『これからの地域農業と土地改良』（七戸長生編著）北海道農業土木協会、平成２年
『経済構造調整下の北海道農業』（七戸長生・牛山敬二編著）北海道大学図書刊行会　平成２年
『わたしの酪農哲学』（酪農総合研究所編）酪農総合研究所　平成４年
『北海道草づくり百年』（社団法人北海道草地協会編）社団法人北海道草地協会　平成７年
『地域農業再編下における支援システムのあり方』（黒河功編著）農林統計協会　平成９年
『十勝一農村・40年の軌跡』（七戸長生監修・「畑研」研究会編）農林統計協会　平成10年
『地域発展戦略へのアプローチ』（廣瀬牧人・兪炳強・阿部秀明編著）泉文堂　平成13年

います。大学院の時に生活研究というのをなぜかやらなければいけなくなってしまいました。私共が通っていた中札内村から、農村生活について研究してほしいという要望があり、その時に初めて生活問題に携わるようになりました。生活研究に関わっていると、例えば農村女性の活動という形で、直売所をやるとかという、都市と農村の交流事例と接する機会が多くなってきました。また、私は「北海道中山間ふるさと・水と土保全対策委員会」の委員長というのをやっております。キーワードは地域の活性化で、交流事例を体験させていただいたり、また委員には農業と直接には関係のない景観デザイン研究所の方や、観光と食に関する雑誌を出している会社の社長さんがいらっしゃったりして、そういう場で観光や交流に関していろいろな議論をさせていただいています。

もう一つのきっかけは、私は今、女子短大の教員をやっておりますが、その前は北見にあった北海学園北見大学におりました。ここに札幌国際大学に続いて、道内二番目の観光に関する学科ができました。そこで様々な観光分野の先生とか、観光が大好きで研究している友人と、観光についていろいろな議論をする機会がありました。北海道の観光はなっていないだとか、そういう議論を聞きながら、一方で私は、地域への観光の効果という点で疑問を持っていました。

昨年、調査研究をやる機会を与えていただいた時に、私がかねてから思っていたこと―農村地域の観光というのを考えた時に、農業

とか観光産業という垣根で物事を考えていて、地域にとって本当にプラスなのだろうかということを考える―それについて調べたいということで、私のほうで企画を出してやらせていただいたんです。タイトルも農村ツーリズムというふうにしております。グリーンツーリズムというのは政策用語として出てくるわけで、本来は農村ツーリズムなんだと思います。私が農村ツーリズムと言っているもう一つの意味合いは、農村地域の観光の主体は農業者だけではなくて、農村に住んでいる全ての住人なのではないかということです。実はこういう問題意識を持っているんです。

2．農村地域の観光化がもたらす問題

今日お話させていただくのは、農村地域が観光地化するというのはどういう意味を持ち、どういう問題を持つのかということです。その問題解決のためには、農業と観光産業が連携していく必要があるのではないか。ではその方向性はどうなんだということです。

農業サイドからは観光は別の次元の産業と見がちです。私の経験ですが、道内でも有名な代表する温泉地域の町の農業の振興計画に携わった時に、「これだけ旅館があるんだから、地元の農産物をその旅館に買ってもらえばいいでしょう」と言ったら、「農協がうんとは言わない」と言うんです。系統さんの悪口を言うわけじゃないんですが、「決済のサイトが長い?、代金を払ってもらえるかどうか分らない?」、いろいろな理由を言うんです。ではその旅館に入っている食材の農産物は、どこから来るか、という話になる。

北海道の観光地がダメだと言われるのは何故かというと、どこへ行っても同じだからです。カニ食わしてイモ食わしてトウキビ食わして、デザートにメロンを出しておけばいい。東京に行って新聞を見ると、よく広告で出ているのが、「北海道、三大温泉めぐり、カニ三昧の旅、三泊四日、四万九、八〇〇円」。どこに行くんだと思ったら内陸の温泉。内陸ではカニは獲れないでしょう。全部ロシア産のカニですよ。ツアーが安いですから、宿泊費なんかも五、〇〇〇円とかです。札幌市内で小さなビジネスホテルがどんどん潰れているのをお気づきの方はいらっしゃいますでしょうか。あれはエージェントに潰されちゃうんですね。東京から航空運賃付き、スキーのリフト券が付いて一泊二日一万いくらとかのツアーで、旅館に落ちるのが三、〇〇〇円。おまけにカニ一パイ付けろと言われどうでしょう。同じことをどこでもやっているので、地域の個性がない。エージェントの言いなりでは、みんな潰れてしまいますよ。

では観光業者の方はというと、観光業者の方もバカじゃないですから何かやりたいだろうと私は思うのです。だけど農業サイドの人たちは、「あの人たちは別に地元の資本でもないし、そんなこと考えてないよ」と思っている節がある。では観光業者の人が農業に対

してどう思っているか、ちょっと聞いてみてもいいのではないでしょうか、というのが今回の研究です。観光事業者の声を聞いて、こんなふうに問題を解決できましたと話すと格好いいんですけど、まだそこまでいっていなくて、事実を把握する所までということに今日はなろうかと思います。

◇ 農村地域社会の観光地化

農村地域での観光というものを考えた時に、三つの主体が関わってくると思っています。一つはグリーンツーリズム、自分たちも観光というような活動に携わっていこうとする農業者。これは、自分たちが生産している農畜産物を、直売所やファームレストランで六次産業化していこうということであったり、農村景観とかの多面的機能というものを、経済学で内部化すると言いますけれども、所得に結び付けていこうという人たちです。農業者のもう一方には、一般農業者の方がいて観光とは関係がない。特に北海道ですと、

ものすごく大規模化している方がいますから、「そんなことやらなくたって食っていけるよ」という人たちがいらっしゃるわけですね。

もう一つは、観光産業に携わる観光事業者というよりもいろいろな商工業者。土産物をやったりホテルもあるし飲食店もあります。

こういう主体があって、相互に関係性があるというのがこの図です。関係を示す矢印の意味合いが、連携なのか対立なのかによって地域の姿がガラッと変わってくるんです。例えば、私がある地域で「ここでは温泉旅館が何十軒もはなくても、両手では数えきれないほどありますから、それだけあって何万人も来るのなら、そこに食材を提供したら」と言った時に、「あ、そうだね」と言う所は連携という矢印なんですけれども、「あの人たちは商売相手としては信用できない」というのは対立関係なんです。

その関係の問題なんですが、吉田春生さんという方がいらして、美瑛を典型として書いているんですけれども、農村地域社会が観光地化するというのはどういうことかというと、あまり良いことは起こらないよと言うんです。美瑛というのがまさにそうだと。それは先ほどの図でいうと観光に携わっている人はいいんだと。大量の観光客が来ると、グリーンツーリズムをやっている農業者は、体験農園に来てお金が落ちる、あるいは、直売をやっている人、その近辺にある観光事業者、ファーム富田とか拓真館ですね。こういう所はいいでしょうと。

ところが一般の農業者とか一般の住民はどうなの？というと、交通渋滞でズラーッと車があってトラクターが通れないんです。作業用トラクターを通そうと思うと通れないんです。これは別に美瑛だけではなくて、最近元気な田中義剛さんの花畑牧場。中札内村に行くとあの狭い農村部で車の渋滞が一㎞できるんだそうです。

それからもう一つは、生活の場自体が観光の対象になる。つまりそこに住んでいる地域の人たちの生活そのものが観光対象となってしまうことです。京都とかに行くと町並みがきれいだということもあるけれども、「おいでやす」なんて言われて「京都の人って親切だなあ」と思う。私たち気付かないんですが、そこに住んでいる人たちは実は観光対象になっている。でも京都の人たちは、自分たちの所が観光地だって分かっていますから、そこは割り切っています。キャストというふうに言うんですね、ディズニーランドで働いている人たちをキャストって言うんですけれども、要するにキャストになれと。そこで演じるというか、観光地に生きている者として行動せよと言われたりするんですけど、そういう問題が起こってくる。だけどそう簡単には解決つかない。

私は中富良野町の生まれなんです。私たちが幼少の頃は「あそこのおやじさん、変ってるな。みんなが潰してしまった畑をまだ持ってる」というのがラベンダー畑。いつの間にか観光客が来て観光地化してしまった。一時期あそこの近くから若い人が消えました。みんな外へ働きに出ちゃうんです。観光客が来て、自分が仕事をしているのを、指さして見られるのがいやなんですね。これは日本人の悪いクセで、アレアレと指さして「何やってるんだろうね」と言われるので、「やってらんないよ」と見せたくなくなるんですね、自分が働いているところを。こういう問題が起こってきます。

◇ 農村景観の経済的利益の帰属

二つ目には、農業の多面的な機能として含まれる農村景観ですが、富良野とか美瑛というのは農村景観が売り物なんです。全国的には観光目的は一番目が自然、二番目が温泉、三番目が名所なんですけれども、北海道は名所ではないんです。歴史的に浅いので、そういう史跡というものがないんです。三つ目にくるのは「食」なんです。

北海道自体は、自然という時に雄大な天然の自然景観だけではなくて、農村景観も入っているんですね。北海道独特のパッチワークだとか広大な牧場とかが入っています。「食」というところでいう

と、昔から農業と非常に関わりを持っている中の一つです。農村景観というのがあって、富良野とか美瑛とかはこれが一つの売り物になっている、足場になっている。

そこで農村景観というのはどうやって生まれてくるかというと、農業者が農村生産活動をやると、その多面的機能の一つとして美しい農村景観がそこに作られて維持されていく。だけどそこに住んでいる人たちは、その農村景観を美しいとは思っていません。つまりそれは自分の周りにある日常のもの、存在そのものではなくて、そこにいる人たちにとっては、それ自体は経済的価値を持たないものなんです。

ところが例えば観光事業者でもどこでもいいんですが、外に向かって情報発信がされる。「美しい景観ですよ」という形で情報発信されると、それが観光資源化してくる。ところが観光資源化したといっても、これで飯は食えません。京都のお寺というのは外からもちょっとは見えるんですけれども、中へ入らないと本当に見たいものが見られない。門のところで「はい、入館

料いただきます」「はい、拝観料いただきます」といって、五〇〇円や八〇〇円が取れるんですけれども、景観でそれをやろうとすると高さ三メートルぐらいのフェンスで全部囲むことになります。「鹿対策だって二メートルで三メートルはできないよ、しかもあれはちゃんと金網になっているだろう」と言って、行政では多分やってくれません。見ることを制限はできないんです。

ではどうやってそこから経済的利益を生み出していくかというと、景観を対象として観光商品化しなければいけないわけです。例えばビュースポットにレストランを造る。あるいは前田真三さんが撮られた写真のような絵ハガキを売る。最近、富良野・美瑛地域でちょっと問題になったのが観覧車です。いくらなんでも自分の所の施設の入館者が減ったからといって、観覧車が出てくるのはどうかなと思うんですが、観覧車を作っちゃった人がいるのです。そうすることによって経済的利益が生まれるんです。

三重大学の石田正昭さんの『農村コミュニティビジネスのすすめ』という本の中に、こういう文章があります。石田さんがそこで言っているのは、この時に大抵、経済的利益がいくのは「観光事業者と商工業者であって、農村景観そのものを創り出す活動をしている農業者にはいかないよ」ということです。ここで何が起こってくるかというと、農村景観とか食材とかを生み出している農業者の所へは観光の利益はいかなくて、ここで分断関係が起こる。要するに、観光業者は景観をタダ取りしているという問題が起こっている。気づいていない人たちに対してこれを言うのは、寝た子を起こすことになるんですけれども、実はこういう関係というのが成立しているんだと思うんです。

3．問題解決のための農業と観光産業の連携方策の検討

◇ 観光に関わることの意味

観光に関わるってどういう意味を持っているんだろう。それは交流とか対流ということが基本になります。私たち自身一人ひとりそうなんですけれども、自分のことって客観的に分からないですから、自分の良い所って分からないですね。たいてい人間というのは、失敗したこととかそういうことはよく覚えているので、過去を振り返るのがイヤなんですね。学生に就職活動で自己分析というのをやらせるんです。そうするとみんな暗くなっていくんです。「私はこの時に志望校に行けなかった」とか、「これをやったんだけれども結局レギュラーにはなれなかった」とか、嫌なことだけ覚えている。

人間というのはそういう生きものでして、ちなみにクレーム論みたいなのがあるんですけれども、嫌なことがあったという相手はだ

いたい一五～二〇人、良かったなあということを言う相手は四～五人しかいません。だから「悪事千里を走る」。悪い話がいっぱい流れていくんですね。悪い話ばかり聞こえてくる。そういうことですから、自分でやっていることをあまり良く思わないんですね。

ところが外から来て「ここの町は美しい」とか、「あなた方が作っているのは美味しい」とか言われると、わっと思う。それで農村に住んで農業に従事する意味というものが再評価されて、生き甲斐とかに繋がっていく。

私は生活研究とかに携わって、交流の意味というのはそこなんだろうなと思っています。農業が邪魔者扱い、特に水田地帯などに行くと、一九七〇年に米の生産調整が始まってから米を作ると怒られるんですよね。それまでは、豊作になったらみんな喜んでくれるわけです。ところが米が過剰になると、「豊作になった。これで食管赤字がまた何百億円、だから米を作ったらダメなんだ」と。

今度はそれが酪農地帯に波及していって、生乳の生産調整。終いには畑作地帯にいって砂糖が余っている、デンプンが余っているぞという話になって、「何か俺たち頑張ってもダメみたい」となる。ところが直に消費者に接していくと、「いやあ、あなた方には頑張ってほしい」「頑張っていこう」という話になっていく。けれども観光に携わらない人たちには、これが出てこないんですね。そうすると間接的にでも何らかの関係性をここに作ってやらないと、自分の地域が観光地化していって、そこに多くの観光客が訪れて来ることの、自分にとっての意味というのが出てこないと思うんです。

◇ 観光による農畜産物の付加価値形成

そのためには、一つは観光によって農畜産物の付加価値形成というものがなされないと、多くの農業者にとっては観光の意味合いというのは受け止められない。特に北海道の場合には遠隔大消費地に対する移出型産地ですから、消費者との距離が遠い。北海道の農協さんもここが良くないなと思うのですが、地産地消と言いながらも地元を軽視する傾向があります。「先生、学校給食に入れると言っても、うちは四トン単位で取り引きしてるんですよ」みたいなことを、平気で言われたことがあります。それを白菜一玉とか二玉とか言われても困るんですよねと。だから地元の飲食店向けというのは、扱いがずっと少ない。

そこに入っていかないと。これを何とかつくってやらなければい

けないだろうと。坂下先生はこれを擬似的地産地消と呼んでいますけれども、観光客に地元の農畜産物を販売したり、そこの飲食店だとか加工原材料にして利用してもらう。あるいは観光地のブランドを、農畜産物のブランドにという形で。一般の農業者の方にとっても観光というのが、自分たちも農業と関わっているんだと。そこのところを見せてやる必要がある。富良野市さんはそういうところを気づいていて、どうやってそこの経済的な関係をつくり出すかが課題になっているんです。

◇ 農村景観保全活動

もう一つは、農村計画からの保全活動に対して、観光事業者が費用負担とか維持活動に協力してもらえるかどうかということが、ポイントになってくるのではないか。それを意向調査でやってみたらちょっと面白いんじゃないかということで、私が観光と農業の関係に疑問を持っていた我が実家がある地域でやってみようと。

それは何故かというと、グリーンツーリズム以前に商工業者によって農村地域が観光地化してしまった典型だろうと思うからです。富良野では国土開発ですね。堤さんに頼めば何とかなるんじゃないか。あるいは倉本聡さんに新しい脚本を書いてもらえば何とかなるんじゃないかと。こういう形で観光振興をやってきたわけです。それで、どんどん観光客が入って来て、やはりそこには農業者の方の

今後の利用意向

地元食材利用率

地元食材利用メリット

それに対する戸惑いとか反発が出てきたのです。こういう地域がこの問題の典型なのでしょう。

◇ 地元農畜産物の利用実態と評価

まず、地元の食材の利用についてどうかというと、これを高いというか低いというかは、人の持つ判断なんだろうと思います。六割以上地元産を使っていますよという人が四割、低いのかなという感じもします。宿泊業・飲食業に限っていうと五割ぐらい。今後はというと、増やしたいあるいは現状維持。どちらかというと増やしたい。こういう意向です。増やしたいのは、何故かというと、食材の利用メリットは新鮮さ、安全、それからこの地域イメージで集客力と販売力の向上を期待する。こういうことになります。だから地元で飲食店さん、それからホテルさんとかは農村部にいるわけですから、ここで野菜とかいっぱい採れている新鮮な食材を提供したい。

今北海道観光の一つの流れとしてオーベルジュというものですけれども、レストランをメインにした宿泊施設が増えて

地元食材利用の要望

います。意外な所に進出してくるんですね。日高にもポンとできました。何でそんな所に？　というと、海があって新鮮な魚介類や地元の新鮮な野菜を使って、フレンチの修行をした人が、ここで私が理想としているような料理を提供して泊っていただく。だから温泉がなくてもいいんですね。旅行雑誌『じゃらん』でいうと、いま北海道で一番人気が高いのはフラノ寶亭留です。定山渓と支笏湖を中心にして食とかリラクゼーションを主体にしたホテルを運営する、第一寶亭留グループの系列です。

地元食材にどういう要望があるのかというと、一つは生産面で有機農産物を作ってほしいというのが五割以上です。次に通年供給体制をとってほしい。北海道ではちょっと厳しいところがあるんですけれども、もう少し何とかならないだろうかということです。

それから地元食材の多様化。富良野・美瑛というのは、北海道農業の縮図。というのは何でも作れるところです。何でも作れるから特産品がない、そういう所でもあるんですけれども。実際に農業者の方と連携してやっている方に具体的に書いていただくと、特定の農業者の方に頼んでいろいろな食材を作ってもらっているんです。こういう方がいらっしゃって、こういうのをもっと地域的にやっていくということです。後は、直接買えたらいいよねという話です。

景観保全に必要な資金の一部を提供する

清掃や道路の草刈りなどの作業に参加する

農業者の観光事業への評価

◇ 農村景観保全活動への協力

それから景観保全の話になるんですが、「どうでしょうね」と尋ねると「草刈りとかの作業に参加していいよ」という人が、八割ぐらいいるんです。条件によってはという人もいます。景観保全に必要な資金の一部を提供する。これはかなり図々しいことを聞いているんですが、さすがに「積極的に」という人は八％しかいないんですけど、条件によってはという人が六割ぐらい。これはどんなことを意図しているかというと、農家の人だけでは農村景観の保全に関してちょっと危ないだろうという場合があるんですね。それは離農跡の廃屋とかが結構悲惨なことになっている地域が多いということです。富良野とか美瑛は少ないんですけれども、道東・道北のほうへ行くと目立つのがサイロ跡。ブロックを積んで、あるいはコンクリートで固めた小さなサイロですが、農家がいなくなって、朽ち果てていくんです。最後に屋根だけ落ちちゃってるんです。その処理を買った農家にやれといっても、そんなお金をかけてはやれない。だけどそれを景観という形で地域で何とかしようという時に、どこかに基金みたいなものがあれば。そういうものを武器に処理できるんじゃないか、みたいなことです。

もう一つ、農地・水・環境保全向上対策が二〇〇七年から始まるわけです。それは地域ぐるみの活動なんですけれども、農業者だけではダメなんですね。条件として農業者以外の人が参加するとある。仕方ないからってどこがやっているかというと、「私はここの活動に参加します」ということで、土地改良区の方とか行政の方に入ってもらって何とかやっています。そんなことをしなくたって、そういう形で商工業者に入ってもらってやれるのではないかと思うんですね。

◇ 農業者の観光事業への評価

農業者の観光事業をどう評価しているかというと、全体にプラス評価です。七割の人が地域の観光にプラスなんだと考えています。農業者の方もグリーンツーリズムを使って、ペンションをやったり直売所をやったり体験農園をやることが、地域にとって観光の魅力づくりにプラスになるように考える。商工業者ができない活動に限定するというのは低いんです。

宿泊業の人というのは全体的に肯定的です。「この人たちはいいよ」と言うんですけれども、飲食業の人はちょっとライバル視しているところがあるんですね。競争相手が増えるのがイヤなんですね。自分たちでできない活動を限定という割合は高い。それでも四分の一ですが。競争相手が増えるのはちょっとまずいと感じているようです。

地域内における連携活動の意向　（単位：%）

	農業者	商工業者
観光スポットや特産品のPR	83.3	70.7
観光に関する情報交換	80.0	75.0
地元産農畜産物の提供・仕入れ	76.7	81.9
イベントの開催	76.7	72.4
地元農畜産物を利用した特産品開発	76.7	62.1
地域内周遊ルートの設定	60.0	60.3
経営する施設間の連携	56.7	62.9
地域の自治活動	56.7	69.0
旅行代理店と提携した集客活動	46.7	56.9

連携活動によるメリット　（単位：%）

連携によるメリット	農業者	商工業者
地域の観光や農業の情報発信	3.89	3.50
観光や事業の情報入手	3.63	3.29
イベントやPRによる集客力向上	3.62	3.49
農業への理解者の増加（食材や農業に関する理解の深まり）	3.43	4.11
特産品の開発など	3.15	3.61
農畜産物の有利販売	3.44	
安価な地元産食材確保		3.54
農畜産物の販路拡大	3.41	
地元産食材の安定確保		3.86

◇ 地域内における連携活動の意向

どんなふうに連携した活動を望むのか、グリーンツーリズムをやっている農業者の方にも聞いたんですけれども、農業者の方はPR活動と情報の交換という形で、情報発信とか情報に関することに関心が高い。商工業者の方の関心は地元の農畜産物の仕入れと情報活動で、農業者とはズレがある。ただ全体には一緒にやっていきたいねという意向が高いです。

ではそういう連携した活動に対しての評価はどうなっているかというと、表は回答をスコア化しているんですが、メリットとして農業者はやはり情報に関すること、あるいはイベントとかPRによる集客ということがくる。今回の結果で私が意外だったのは、商工業者で一番評価しているところが、「食材や農業に関する理解が深まる」。ですから商工業者の方は農業者と連携することによって、自分たちの使っている食材、あるいは地域の農業に対する理解を深めていきたいと考えている。ところが農業者の方は、農業者に対する理解者が増えてくれるだろうというポイントが低くなっている。地元の食材の販路拡大・安定確保に関しても、農業者は自分が直売などをやっている人だというのもあるんですけれども、商工業者よりも評価が低いということで、ちょっとズレはあるんだということが分かってきました。まとめていくと、連携の可能性は高いよねということになります。

4．観光事業者の農業に対する意識

◇ 観光活性化への農協への期待

農協さんに対してどう思っているかというと、グリーンツーリズムに取り組んでいる農業者の四割は、「農協には期待していませ

農業者の農協への期待

商工業者の農協（農業者）への期待

ん」ということです。これには訳もあるのですが、例えば直売をやっている人は農協に頼んでも直売するわけではないので。でも分らないですよ、直売所も北見だと「母さんの朝市」というのがあって、これは農協の女性部なんです。東川農協さんは女性部がスーパーと連携してそこの直売コーナーをつくっているんです。直売でも農協は関わっていけるんですけれども、低い。ところが商工業者、観光事業者では、農業者も含めた連携した観光の魅力づくりというところで、七割の人が期待していて高いんです。何か一緒にやっていきたい、あるいは農協さんに期待する人が多い。

連携の可能性が高いのですが、いくつか課題がありそうだなと思うんです。一つは農村景観保全活動に多くの商工業者は協力してもいいよと言っているんですけれども、実際に参画してもらうことになると全員は出ては来ないだろうと。農村景観というのは、ご説明したようにタダ乗りできる資源なんです。そうすると、そこに協力しなくても、別にその農村景観を利用して商いができるという話になってしまうと、タダ乗り者、フリーライダーというのが出てくるんです。一方でフリーライダーがいながら、一方で志がある人には費用負担あるいは労働的な負担を求めるということは、ボランティアなので難しいんです。ですから、やるとしたら、協力してくれる人に経済的なプレミアムが発生する必要があります。それは何かというと、商工業者には地元の食材を使いたいという所が多いですから、そういう人たちに対して要望に応えるような形で食材を提供していくという提携関係が必要なんです。

もう一つは商工業者間の意識差で、宿泊業というのは連携意識とか評価が非常に高いです。比べると飲食業はやや劣ります。宿泊業者がというのは、どちらかというと富良野は通過型の観光地なんで

す。ホテルとかもいっぱいありますけれども、宿泊者のランキングでいうと下の方になります。道内ツアーがだいたいどんなことをやっているかというと、札幌に入ってきて朝、「旭山動物園号」というＪＡＬとかＡＮＡのバスが出ます。そして午前中は旭山動物園にいて、美瑛・富良野を見て帰る。ひどいのになると東京から稚内に入るんです。稚内市へ行くと夜カニを一ハイ食べさせてくれます。それが今度、バスに乗って延々と南下してくるわけです。そして美瑛・富良野と旭山動物園に行って、そこには泊らずにやはり札幌に来ます。何故かというと、北海道に来たら「すすきの」に行かなければいけない。本当なんですよ。定山渓なんて今、大変ですから。みんな札幌市内に泊りたいって言って仕方ないから、「じゃあ晩飯は食べていただかなくて結構です」ということで、ツアーバスが旅行客を「すすきの」に六時くらいにポンと置いて、「一〇時にここに集まってください」ということをやる。朝食だけだと大して代金は取れないので、温泉地は大変だと思います。そんな感じになって、なかなか思うようには泊ってくれません。

そこで、もっと地域の中で見て回るポイントをたくさん作って、これだけ回ったらさすがに泊らないと無理でしょう、みたいな形で滞在型に持っていきたいという意識が宿泊業者にはあるんですけど、飲食業の場合には別に通過型でもいいんですね。ということで意識差があるんだと思います。

◇ 農協に期待される役割

こういう連携を推進していく主体はなにか、自治体・行政なのか、商工団体なのか、農協なのかということです。この時に農協に期待される役割は大きいと思います。それは何故かというと、先ほどの農業者は農協に期待しないけれども、商工業者は農協に対する期待が高いという違い。この違いが何で起こってくるかというのを考えてみると、これは農業者が作っている農協という組織と、商工業者が作っている商工会なり観光協会という組織のメンバーシップの違いなのだと思います。

農協という組織はクローズドシップで閉じている。もちろん、ＪＡ共済とかＪＡバンクの推進対象となる准組合員さんという便利な存在がいて組織の中に入れていけるのですけれども、本家本元本業の農業生産に関わるところは農業者でないと正組合員になれませんから、そこのところの情報はクローズですね。だから飲食店をやっている人やホテルをやっている人は、そこに入っていって情報が取れないから、そこで自分たちで連携したい相手がどこにいるとか、自分たちが仕入れたい野菜を作ってくれそうな人、あるいは作っている人がどこにいるか分りません。

ところが商工に関する組織はオープンで、グリーンツーリズムに取り組んでいる農業者の方もそこに入っていけるんです。入ってい

けるから、自分でそこで情報が取れるので困らないわけです。

それを観光なんだから商工がやれば、観光協会がやればといっていても、それでは絶対にそこから先取れない情報があるんです。そうするとその情報を集約する場として農協さんが間にちゃんと立ってあげないと、地域の農業がどうなっているのか、どんなことができるか、どうやって連携できるかという情報が商工業者に入っていかないということがあります。

それからもう一つは、地元の食材の提供とか利用という物流の機能ということですが、例えば通年で供給していくということになると、どうしても貯蔵が必要になります。こういう時に低温貯蔵庫だとかCS貯蔵庫だとか、こういうものを持っている農協さんがそれを上手く使って、やってやらなければならないし、通年供給できる形での農協さんの組織化力とか部会とかへの働きかけというものが、必要になってくるんだろうなというふうに思っています。

これから、ということなんですけれども、一〇日に現地に来いとか言われていて、富良野でこの話をしつつ関心のある方を核にしながら、こういう形をつくっていければいいと考えています。

食いしん坊イラストレーターの

てくてく畑を歩く

パート3

イラストレーター
すずき　もも

夏はまだかなぁ？と思っているうちに終わってしまった今年の夏。この気候の変動には誰もがどうしたのだろうとつぶやいていました。自然環境がどんどん崩れていく様は、特にこの四〇年あまり年々加速され、そして今年はこんな天気になってしまったのです。今、始まったことじゃないですね。

私の参加する「北海道スローフードフレンズ帯広」では、近自然学の研究者山脇正俊氏による「近自然セミナー」が、毎年道内のどこかで行われています。五年ほど前に初めて聞いた、『近自然学』という言葉に未来を感じ、私も毎年聞くチャンスを得てきました。毎年同じような講義を聞くことになるのですが、フレンズの代表である湯浅優子さんが「同じ事を毎年聞くことで自分がどこまで理解できているのか確認できるでしょう。話しを聞き、それを実践できてこそであって、話しを聞けば済むことじゃないのよ」と。ハッと目が覚めた思いでした。話しを聞くことで知識は増えても活かされなければ、何度聞いても解ったことにはならないのですね。湯浅さんのこの言葉はいつでも、どの場面でも思い出しています。何事も知っているだけでわかったようなことってたくさんありますが、思うだけじゃなく思いを形にするべく、行動すること、動くことが何事も大事なのだと思います。

ところで、そもそも「近自

すずき もも さん

東京生まれ、北海道育ち

・広告を中心としたイラストレーション制作、出版、雑貨企画、執筆など仕事は多岐に渡っている。
・食の世界に足を踏み入れ、パンに焦点を絞って立ち上げた「だい好きパンの会」は今年で13年目を迎え、小さいながらも充実した活動を行っている。
・スローフードに生活のテーマを置き、「北海道スローフードフレンズ帯広」のメンバーとしてスローフード・スローライフの実践を試みている。
・いつか自然豊かな場所で本や絵を描きながら、野菜や花を育てて暮らすことを夢見つつ、夫と娘の３人暮らし。
・だい好きパンの会　事務局長
・北海道スローフードフレンズ帯広　事務局

◇著書

「さっぽろおさんぽ日和」（北海道新聞社刊）
「おさんぽ日和　さっぽろ近郊　のほほん旅」（北海道新聞社刊）
「パン好きの毎日」（ソフトバンククリエイティブ）2009年４月
「大好きほっかいどうのパン屋さん」（北海道新聞社）2009年８月22日（北海道新聞社）

然学って何？」と思われたでしょう。この近自然学の講師として毎年スイスにいらっしゃる山脇正俊氏の著書『近自然学』の一節から抜粋すると次のような事です。

「～地球環境（人類を含めた動植物が生きていくのに相応しい環境）と共生共存することはできないのか？地球環境とともに我々人類も持続できないのか？できる！というのが『近自然学』の答えである。それどころかほんとうの豊かさを実現することが、環境負荷を減らしそれが人類の持続にも寄与するのである。つまり、我々の豊かさと地球環境とは対立するものではなく、逆に一体ともいえる～」とあります。

この考え方を聞いて、スローフードの理念にも通じる所があり、食べ物すなわち畑そして天気、そして地球環境（私たちの普段の生活環境も含む）はすべて繋がっているのだと再確認しました。食べ物だけを考えても足りないし、環境のことだけでも足りない。すべては同時にどの人にも、どの動物、植物にも繋がっていることなのです。その繋がりが見えなかったことが今まで環境を悪くし、生きにくい世界を作ってきたのかもしれません。気がついた所から始められる事をさらに考え、小さくても行動することが必要だと毎年、この近自然を聞きながら感じます。

近自然学のことにちょっと熱が入ってしまいましたが、八月の末に北海道産の小麦を

応援したいと書き上げた『大好きほっかいどうのパン屋さん』（北海道新聞社刊）が当初の予定より二ヵ月遅れでようやく出版されました。

この本はもっと北海道産の小麦を知ってもらいたい、またその小麦を使ったパン屋さんを知ってもらいたい、とイラストと文で綴った本です。取材は昨年の十月頃からスタートし、パン屋さんはもとより小麦生産者や小麦の育種に関わった方々も紹介しています。なので、原稿を書きながら、今年の麦（麦だけじゃないですが）の生育状態にドキドキした私です。

北海道新聞社刊
2009. 8 . 22

生産者でも何でもない私がドキドキするのもおかしいのですが、道産小麦の本の取材でお会いした方々、知り合いの農家の方々を思い浮かべると、七月は祈るような気分でした。「今頃収穫時期だけれどどうなっているのだろうか?、粒はちゃんと入ったのだろうか?、病気や穂発芽してはいないだろうか?」などなど天気予報を見るたびに心配をしていました。七月と八月は収穫の大事な時期。ここでお天気がよくないといけない、なのに長雨が続いて、じめっと。新聞にも一面でその状態を伝える記事が多かったので、見てはため息の七月でした。もっとも生産者の方々、その関係の方々にはほんとうに苦しい年になったのではと思います。

小麦の育種の取材の中で新しい品種が生まれるまでの時間が何年も、時には十数年かかることも聞きました。その膨大な時間の中でたくさん生まれた新品種、その中で最も良いものが選ばれて新しい品種になるのです。小麦を蒔いて育つまで、もちろん一年に一度しか育てられない訳ですから、一年ごとにそのように育つのか、病気に対してどうだったのか?、どのくらいの粒がついたのか、などさまざまなデータを分析していくのです。このような話しは一般の生活者にはあまり聞く機会はありません。私たちが「ハルユタカ」のパンっておいしいよね」とか、「キタノカオリはモッチリしているから角食に向くね」などと気軽に言っていたけれど、おいしい小麦の誕生には長い時間をかけて、たくさんの人たちが関わっているのだと知りました。

また、育種をした所でいい品種ができても、今度は畑でちゃんと実るのか試験栽培を行う農家が必要になってくるのです。研究者と生産者がともに力を合わせて、数年の試験栽培を経て私たちが味わえる。そんな畑の向こうにまだまだいろいろな人たちの手があることを感じました。

北海道産の小麦は今年、来年と新しい品種がたくさん作られるようになります。秋まき小麦の代表の「ホクシン」はその後継種の「きたほな

み」に、また超強力粉として期待の高い「ゆきちから」、春まきには新しい「はるきらり」が次世代エースとして控えています。

その小麦の用途として今後、期待が高いのはパン用の小麦粉という事です。

今年の七月に帯広市で行った「十勝ベーカリーキャンプ」というツアーに参加してきました。十勝は北海道一の小麦生産地ですが、パン用の小麦を作る農家がほんとうに少なかったが、最近では作ってみたいという生産者が増えてきているようです。また、それに伴い学校給食や家庭でも地場の小麦で作ったパンをという声が大きくなり、開催されたということでした。

北海道立農業試験場
「はるきらり」の説明

前田農産

ツアーの一日目は本格的にパン用小麦に取り組む前田農産さんと道下農場さんや小麦の品種改良圃場の北海道農業研究センターを訪問しました。

前田農産さんでは栽培している小麦の「はるきらり」と「春よ恋」の小麦粉を使ったそれぞれのバケットを用意してあり、その食べ比べなども行っていました。どちらもすごく個性的で品種の特徴がよくでています。「はるきらり」は弾力があり切り口がつぶれず、ちょっと水分が少ない感じの淡白な味わいでバゲットらしいといえばバゲットらしい。

バゲット

「春よ恋」はモッチリしていて切り口がつぶれてしまうのと、バゲットにしては歯切れが悪いけれど味わいは甘みがあってとても日本人好みの小麦。バゲットじゃなく角食や菓子パンなどしっとりしたパン向きです。きっと、二つをブレンドしてお互いの長所を引き出せたら、国産小麦には難しいといわれているバゲットも美味しく焼き上がるような感じがします。

本の取材中、江別製粉の佐久間さんにお話を聞いたときに、これからはブレンド技術を向上させて、バゲットに合う粉、角食に合う粉などなどというように作っていくのが品質の安定もできていいのだと思う。と話していました。

また「キタノカオリ」を選抜して作ってきた元北海道農業研究センターの桑原さんにお会いしたときもお話の中で、

小麦のブレンドの話しをされていました。パン用の小麦の需要が高まる中、ブレンド技術で安定して出せる事が北海道産小麦の未来を明るくする事なのかもしれません。一方で品種ごとの特徴を生かしてパンを焼きたいという方もいます。同じ小麦でもワインのように毎年その気候変化で味が変わり、いつかそれを楽しむ時代も来るのかもしれないね。というパン屋さんもいて、どちらもありだなぁと思った私です。

　ベーカリーキャンプの話しから少しずれてしまいましたが、生産している小麦をすべて自前で販路を持っているという道下農場さんの圃場でお話を聞き、研究センターの圃場では普段入ることのない研究施設の小麦畑には、たくさんの品種が並びとても興味深かったです。

　このツアーには東京からもたくさんの方が参加していてびっくりしました。また、二日目、三日目は東京から来たパンの職人さんによるパン職人のためのプロ向け講習会が開かれました。私は二日目のお昼まで見学させていただき、その鮮やかな手つきに見とれてしまいました。

講習会

　参加者に後で感想を聞いたら「とっても勉強になった」と話していました。おいしい小麦があるのだから北海道のパンが日本一美味しくなればいいなと思う私です。それには職人を育てていかなければならないですね。

　このベーカリーキャンプは帯広市の初めての試みだったようですが今後も続けていくようです。北海道の各地で地元の小麦で地元の人たちのためのパンを美味しく作るお店があってほしいです（『大好きほっかいどうのパン屋さん』ではそんな願いも込めて・・・）。

　麦だけの話しではありませんが一般の生活者が畑に関わりを持つ、そのことで農産物を身近に感じることができ、ほんとうの意味での地産地消を知る機会になるのではと思います。

　どの食べ物も、様々な人たちの手を通して私たちの所にやってきます。そのことを知るためには畑に行くことや生産者の方々と知り合うことが一番解りやすいのです。いまでは生産者の直売所がたくさんあるし、畑には行けなくても少し探すと顔が見える生産者と取引している八百屋さんもあちこちにできて、入り口は広がっています。知っている人が作った食べ物は大事に食べたいし、畑の風景と一緒に味わえるような気がします。その感覚が「繋がる」ことなのだと思います。

ドイツにおける青空市（Markt）の形態と供給産地の特徴

― バーデン・ヴュルテンベルク州、ルードヴィヒスブルグとバルトキルヒ ―

福島大学　経済経営学類
准教授　小山　良太
准教授　森　　良次

はじめに

二〇〇九年度より農林水産省の新事業として、「仮設型直売システム普及事業」通称マルシェ・ジャポン・プロジェクトが実施されることとなった。これは、パリ市やニューヨーク市など大都市において行なわれているマルシェ（marché、青空市、朝市）を日本の都市部において設立し、新たな農産物の流通形態を創設することを目的としている。広い意味での地産地消や食農教育の普及、生産サイドにおいては新たな販路の拡大とそれに対応した販売型経営モデルを創設するというものである。しかし、この事業主体をみると、全国事業者は「株式会社ぐるなび」、マルシェ運営者も「株式会社ＴＢＳテレビ」（東京）、「森ビル株式会社」（東京）などであり、ヨーロッパに広範にみられる「市（いち、フランス＝マルシェ、ドイツ＝マルクト）」の形態とは大きく異なる。実際、二〇〇九年十月十二日に福島市駅前広場で実施されるマルシェ・ジャポン・キャラバン福島においても、ぐるなびのマネジメントの下に地元の農産物生産販売関連企業が農産品、加工品、土産品等を販売するという計画になっており、近郊農家の直売市的な性格は有していない。

小山　良太（こやま　りょうた）氏

生　　年：1974年東京生まれ
最終学歴：北海道大学大学院農学研究科・博士（農学）
専門分野：農業経済学、協同組合学、地域政策論

◆主な委員　福島県米需給情報検討会議・会長（2006年～）
日本軽種馬協会基金運営委員会・理事（2006年～）

◆主な業績　「経営所得安定対策と集落営農の課題」『東北農業経済研究』第25巻１号（通巻50号）、東北農業経済学会、2007年８月、pp. 17－26。
『競走馬産業の形成と協同組合』日本経済評論社、2004年６月、220頁。

森　良次（もり　りょうじ）氏

生　　年：1968年岐阜県生まれ
最終学歴：京都大学大学院経済学研究科・博士（経済学）
専門分野：ドイツ経済史

◆最近の業績　「前三月革命期バーデンの小営業政策と「社会問題」」『商学論集』（福島大学）第75巻第１号、2006年、69－93頁
「シュバルツバルト時計産業の危機と時計工の存在形態－バーデン小営業政策の歴史的基盤の解明－」『西洋史研究』新輯第37号、2008年、55－85頁

フランスやドイツにおけるマルシェやマルクトは幾つかの類型があると思われるが、大きく分類して、大消費地近郊における広域的な青空市（パリやフランクフルトなど）、地方都市とその近郊農家による市、産地市などがある。その発祥は、ドイツを例にとると、中世以降、教会広場（Dome platz ドームプラッツェ）とそれに並列する青空市広場（Markt platz マルクトプラッツェ）において行なわれ、週末の礼拝や地域コミュニティーの「場」として機能してきた。大都市においては観光客も含めた運営形態も存在するが、多くは地域住民と近郊農家の結節点として存立している。運営主体は、公益的な性格を有するマルクトの運営委員会であり、出店者（農家、農産物加工業者、小売業者など）を選定し、「市（いち）」全体を運営している（参考文献[4]）。これらと比較して、日本のマルシェ・ジャポンは、デパートにおける物産市的な性格を有しており、地域コミュニティーや広い意味での近郊（地域）農業との関係性が極めて希薄である。

そこで、本報告では、ドイツの地方都市及び農村観光地域におけるマルクトの視察調査を実施し、その現状と特徴を把握する。その上で、日本での欧州型の青空市の展開可能性について若干の考察を行なう。二〇〇九年七月二八日から八月十日まで、ドイツ連邦共和国、バーデン・ヴュルテンベルク州、ルード

ヴィヒスブルクおよびバルトキルヒにおいて視察・調査を実施した。調査メンバーは、小山と森良次であり、小山科研「農村コミュニティーの再生と農業協同組合の統治形態に関する研究」と森科研「十九世紀ドイツにおける中小産業経営の発展とその制度的基盤に関する研究」の合同調査である。

1．ドイツ農業と調査地の位置

ドイツは欧州有数の農業大国であり、ジャガイモ、トウモロコシ、ビートといった畑作物、酪農畜産などが盛んに行なわれている。牛乳、豚肉はEU加盟国一位の生産高となっている。畑作、酪農、畜産は全域的に行なわれているが、地域的にみると南東部のバイエルン州では、ビール原料となるホップ生産が盛んである。フランスの国境沿いのエリアでは、ワイン原料となるブドウの生産が盛んである。今回訪問したバーデン・ヴュルテンベルク州は、ドイツ南西部、フランス国境沿いの地域であり、比較的日照時間が長く、温暖な気候であり、ブドウ生産、ワイン製造が振興されている。また、文化圏としてもフランス、イタリアとの関係がつよく、食習慣も他文化を抱合した地域である。

図1のようにバーデン・ヴュルテンベルク（Baden-Wü

rttemberg）州はドイツの南西部に位置し、スイス、フランスと国境を接している地域である。ベンツの本社所在地であり自動車産業で有名なシュトゥットガルト（Stuttgart）を州都として、その近郊に工業地帯と農村部が広がる。今回調査を実施したルードヴィヒスブルク（Ludwigsburg）はシュトゥットガルトの近郊都市であり、通勤圏内に位置する。シュトゥットガルトは五〇万人の都市であり、日本でいうとトヨタ自動車を抱える名古屋のような地域であるとのことである。ルードヴィヒスブルクはその衛星都市であり、約八万人の市であり、農家数は一、八〇六戸、三・二万haの農地面積を有する。

もう一方のバルトキルヒ（Waldkirch：森の協会）はシュバルツバルト（Schwarzwald：黒い森）に位置する中山間地域である。急峻な山々が連なり、傾斜地を利用した牧畜が主である。その一方で、ブドウ生産ワイン製造の歴史も古く、平地では畑作や露地野菜（イチゴなど）などが日本農業と比較すれば大規模に展開している。

2．マルクト広場と青空市

ドイツにおける青空市（Markt・マルクト）は市内中心部（地域によっては旧市街）に位置するマルクト広場（Marktplatz）において行なわれる。マルクト広場は、教会および教会広場（Dome platz）と隣接しているケースが多いが、今回訪れた両地域では共通の「場」となっていた（図2）。広場の中心には塔と泉が設置され、かつては生活用水として利用し井戸

図2　ルードヴィヒスブルグのマルクト広場の模式図

端会議的なコミュニケーションの場として機能していた。祭事やイベントなど様々な行事を行なう場でもある。また、内外国人観光客向けのインフォメーションセンター（注[1]）もマルクト広場に設置されているケースが多い。

青空市は地域によって異なるが、毎週、土日や月水金など週一～三回程度の開催となっている。その都度、マルクト広場に仮設店舗を設けて運営している。店舗は移動販売車やテント形式など様々である。業種・業態は生鮮果樹・野菜が最も多く、次いでパン屋、精肉（ハム・ソーセージなど）、鮮魚、加工食品（オリーブなど）、ワイン販売など多岐にわたる。観光地では、土産品店なども参加しているが、今回の調査地には存在しなかった。

写真1はルードヴィヒスブルクのマルクト広場を通常時と開催時で比較したものである。塔を中心として、およそ四〇店舗が軒を連ねている。通常時は、学生や地元の人々、広場前に市役所があるためその関係者などがいる程度で閑散としていたが、マルクト開催時は、大変にぎわっていた。マルクトは朝七：三〇ごろから始まり、おおよそ昼ごろには解散する。この時間内に新鮮な食材を求めて、大勢の人々が集まってくる。調査地は、地方の農村部であったため、社交場的な雰囲気を残しており、年配の方々が談笑したり、カフェを楽しむ姿が印象的であった。

写真１　ルードヴィヒスブルグのマルクト広場（左：通常、右：開催時）

ドイツでは各地域でこのようなマルクトが開催されている。二〇〇八年九月に実施した福島大学海外調査実習（注[2]）では、マインツ、リューデスハイム、エアフルト、ベルリン、ライプツィヒ等を視察したが、マルクトの開催はほぼ同様の形態をとっていた。

3．バルトキルヒにおける農業とスローシティ

バルトキルヒは、観光・景勝地であるシュバルツバルト（黒い森地方）中心近くに存立する（前掲図1）。黒い森地方のフランス側の入り口の環境都市として有名なフライブルク（Freiburg）から鉄道で二〇分、北東に約二〇㎞に位置する市（Stadt）である。かつては、オルゴールの生産、宝石磨きで有名な地域であった。現在は、スローシティ（Slow City または Citta Slow）（注[3]）として有名な地域であり、環境、市民参画、交流、観光などをキーワードとしたまちづくりを実践している。ドイツで二番目のスローシティであり、スローシティの評価基準である、①環境保全、②市民に便利な街のインフラ、③都市計画、④地域産物の利用流通促進、⑤観光・保養客へのもてなし、⑥市民の意識、⑦景観の質を地域づくりの柱としている。

表1より、バルトキルヒの農業（市中心部）をみると、二〇〇七年統計で農家数は九〇戸、総経営面積は一、二八五haであり、一戸平均一四・三haとなっている。一九七九年との比較では、農家数はマイナス三七・五％と減少しているが、大規模層は堅調であり、中間層の減少がみてとれる。一方で耕地面積は維持されているという特徴を有している。

表2は、バルトキルヒとルードヴィヒスブルクの農業経営の重心（二ha以上経営）を示したものである。中山間地域のバルトキルヒでは、放牧型畜産とDauerkulturbetrieb（果樹）の割合が高い。一方で、都市近郊で平場のルードヴィヒスブルクでは、果樹経営が半数を占め、また平場の畑作およびその複合経営が存在している。後述するように、ドイツのマルクトはこのような地域農業構造の相違をベースに成立している。

耕地の利用状況（二〇〇七年）は、農地（畑）二八・六％、牧草地五四・八％、果物（樹園地）十一・二％、ワインぶどう畑五・三％となっており、一九七九年の農地（畑）二九・九％、牧草地六五・三％、果物（樹園地）一・四％、ワインぶどう畑三・二％と比較すると、山間地の傾斜部を利用した放牧型畜産から、高収益の果樹、ワインへと転換している状況がみてとれる。写真2のバルトキルヒ市内ブッフホルツ（Buchholz）の農村風景をみると、中央の丘陵部に牧草地とぶどう畑が並存す

表１　バルトキルヒ市の規模別農家・耕地面積

	1979	1999	2003	2005	2007
	経営規模（戸）				
合計	144	115	108	92	90
２ha 未満	22	22	23	19	18
２ha 以上10ha 未満	63	44	38	31	30
10ha 以上20ha 未満	48	32	27	23	25
20ha 以上50ha 未満	11	15	17	14	12
50ha 以上	－	2	3	5	5
Landwirtsch.genutzte Flache（LF in ha）	経営面積（ha）				
合計	1,273	1,282	1,383	1,349	1,285
２ha 未満	20	.	17	15	14
２ha 以上10ha 未満	326	246	225	191	182
10ha 以上20ha 未満	658	451	389	331	354
20ha 以上50ha 未満	269	443	508	414	340
50ha 以上	－	.	245	398	396
１戸平均	9	11	13	15	14

資料；Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2009

表２　農業経営の重心（２ha 以上経営）

	バルトキルヒ			ルードヴィヒスブルク	
	2003	2007	構成比	2007	構成比
合計	108	90	100.0	1806	100.0
畑作物	2	5	5.6	344	19.0
園芸	4	3	3.3	109	6.0
Dauerkulturbetriebe	25	20	22.2	875	48.4
放牧型畜産	61	54	60.0	125	6.9
加工型畜産	1	1	1.1	14	0.8
農作物複合経営	13	6	6.7	145	8.0
畜産複合経営	－	1	1.1	34	1.9
農作物・畜産複合経営	2	－	－	160	8.9

資料；StatistischesLandesamtBaden－Württemberg,Stuttgart, 2009
注）Dauerkultur は、果物、葡萄、あるいは種苗栽培のように、多年にわたり土地を使用する輪作以外の農耕のことを指し、そうした農業をする経営を Dauerkultubetrieb という。果樹の永年作物のこと。

写真２　バルトキルヒ市内ブッフホルツ（Buchholz）の農村風景

注）丘陵に牧草地とぶどう畑が並存する

表３　農地（畑地）における栽培作物　（単位；ha、%）

Anbau auf dem Ackerland	1979	1991	1999	2003	2007	2007割合	Verand. 2007/79
農地合計	380	324	308	347	367	100	−3,4
穀物	212	162	137	147	119	32,4	−43,9
豆類	−	−	−	−	−	0,0	0,0
畑野菜（キャベツ、芋）	30	9	2	1	1	0,3	−97,0
園芸作物	31	51	115	158	185	50,3	490,6
油肥作物	−	−	−	−	−	0,0	0,0
飼料用作物	98	70	43	32	28	7,5	−72,0
休閑地	8	30	10	9	35	9,5	319,4

資料；Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2009
注）穀物は Triticale（ライ麦の一種），Weizen insgesamt（小麦の一種），der.Winterweizen（秋播小麦）が多い。

る光景がみられる。手前の畑には花卉・野菜、奥にはジャガイモ、トウモロコシなどの畑作がみられた。

有機農業経営（二ha以上）の取り組みをみると、全体では七七戸・一、三三四haであり、八五・五%の農家が有機農業に取り組んでいる。

表３から畑地における栽培作物をみると、園芸作物（全三二二haのうち、サラダの葉・葉物野菜類の総称一五八ha、イチゴ二三一ha、アスパラ五二ha）、穀物（小麦、ライ麦）が大部分を占める。園芸作物が大幅に増加しているのが特徴的である。後述するマルクトではサラダ用野菜など多種

表４　バルトキルヒの畜産の推移　（単位；戸、頭、%）

	1979	1991	1999	2003	2007	Verand. %2007／1979
牛もち農家	103	73	65	56	49	−52,4
頭数	2,186	1,683	1,406	1,226	1,101	−49,6
乳牛農家	94	53	26	19	14	−85,1
乳牛	663	601	337	268	238	−64,1
雄牛農家	×	48	36	38	32	×
頭数	×	292	164	172	165	×
豚もち農家	113	77	46	35	18	−84,1
頭数	1,335	712	558	341	211	−84,2
馬もち経営	18	10	13	16	15	−16,7
頭数	25	26	61	51	54	116,0
羊もち経営	6	17	18	17	11	83,3
頭数	29	284	292	239	240	727,6
養鶏農家	95	71	42	41	29	−69,5
数	13,376	1,304	831	737	492	−96,3
産卵鶏をもつ経営	94	69	42	41	29	−69,1
数	4,829	1,185	831	734	490	−89,9

資料；Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2009

多様な農産物が販売されており、これをターゲットとした農業生産が展開していることが伺える。

表４は、バルトキルヒの畜産農業の推移をみたものである。全体的に減少傾向にある。特にドイツ畜産農業を特徴付ける養豚経営の減少と中山間地域の加工型畜産の代表格である養鶏が大幅に減少している。今回の調査では畜産経営に関する調査を実施しておらず、正確な要因は把握できていないが、ドイツにおいても小規模かつ兼業機会を持たない中山間地域農業の存立は困難な状況にあると推測される。

４．バルトキルヒのマルクト（青空市）

バルトキルヒのマルクトは産地市としての性格と、地方都市とその近郊農家による市としての性格を併せ持つものとして考えられる。バルトキルヒ市は、そもそも純農村的なエリアと都市・工業的なエリアが合わさって構成されており、面的には農村のウェイトが高い。一方で、国際的に有名な黒い森地方という観光資源を有し、観光客との交流も盛んであり、ドイツ国内においても有数の滞在型観光地・保養地として位置づけられている。また、スローシティとしての地域認証を取っていることからも、地域住民や農業者の協働による地域づくり運動が根付

写真３・４　バルトキルヒのマルクト（全体と青果物店）

いている地域でもある。

写真３・４はバルトキルヒのマルクトであり、左は全体写真、右はそのうち青果物店である。全体写真中央に塔がみえる。その下に泉があり、これがマルクト広場の中心となっている。東西に延びた広場となっている。通常時は、広場両側に各種小売店、専門店が並び、数軒のカフェ、銀行なども存在する。マルクト開催時はその内側に三〇数軒の露天が設営される。訪問時は土曜日であり、この他水曜日と週二回の開催となっている。開催時間は午前八時から正午過ぎまでとなっている。平常時は人も疎らであった広場に、この日は延べ数千人規模の来客があった。地域の住民のほとんど全てが来場しているのではないかと思われるほどの状況であった。また、この日はバルトキルヒ市内への移動に鉄道（二駅間）を利用したが、鉄道内も平時の閑散とした雰囲気から混み合った車内へと変貌していた。

図３のようにバルトキルヒにおけるマルクトは合計三二店舗で構成されており、そのほとんどが野菜と果実を扱う青果物店である。他には、花や飾り物を扱う店、その場で食べるハンバーガー等を扱う店、マルクト広場奥には、肉屋、チーズなど加工食品店が設置されている。パン屋が多いのも特徴的である。ドイツでは、毎朝焼きたてのパンを食する風習が残っており、どんな地方農村においても地元のパン屋が必ず存在する。早朝

からの営業であり、家事の近代化、台所機能の分化の中でパンは専門店で購入し食するという形態が成立したとのことである。肉、チーズ、パン屋は移動販売車による販売であり、車体にはWaldkirch Markt platzの文字が印字してあり、マルクトでの商売が経営の柱になっていることを伺わせた。

写真4は青果物店の状況を示している。葉物野菜から果実までドイツの食卓を彩る素材が揃っている。通常の八百屋なみのアソートメントである。表5をみると、野菜類は二六品目三五種類、果物五品目、卵といった品揃えとなっている。このうち野菜類のほとんどは自家製であり、果物はイタリア、フランスからの移入品と青果物卸売市場から仕入品で賄っているとのことである。この青果物店は前掲写真2で示したブッフホルツ(Buchholz・バルトキルヒ市内から五㎞)に存在し、マルクト開催時に移動販売にくる。二〇haの畑地で露地野菜を生産しており、雇用型の農業経営を行なっている。マルクトでの販売では経営者(女性)と販売担当者の二名が出役していた。マルクトへの出店は運営委員会に申請し、許可を得れば、誰でも参画できるとのことである。その場合、25€/一区画/一回の出店料が発生する。価格は、スーパーに比べ高いものと安いものが存在するが、鮮度という付加価値分が上乗せされている印象であった。一方で、閉店間際には、数品をまとめて1€で販売するなど柔軟な価格決定がなされている様である。売

図3　バルトキルヒにおけるマルクトの俯瞰図

表5　マルクト青果物店の取り扱い品目

かぼちゃ	コールラビ	イチゴ
大根	ベリー	あんず
レタス6種類	しょうが	うめ
玉葱2種類	ニンニク	バナナ
ネギ	唐辛子	メロン
ニンジン	ミニトマト	
セロリ	トマト2種類	卵
根セロリ	キュウリ	
ブロッコリー	はつか大根	
カリフラワー	パプリカ3種類	
小玉葱	なす	
キャベツ	ズッキーニ	
パセリ		

注）写真4の青果物店の店頭調査

写真５・６　産地製造ワイン販売（左）とハンドメイドの表記（右）

れ残ったものは、生鮮品は従業員で食し、加工可能なものはジャムなどの商品にするとのことである。

バルトキルヒのマルクトで特徴的だったのは産地加工農産物の展開である。写真５・６は産地製造ワイン販売（左）とハンドメイドの表記（右）を示している。このワインセラーは前述したブッフホルツでワインぶどうを生産し、ワイン製造を行い、現地で販売している。マルクトの際は移動販売を行なっている。ワイン以外にも自家製のベリー類など果物の販売と他の自家製品、ジャム、トマトソース、ビネガーなども販売していた。

おわりに

ドイツにおける中山間地域に位置するバルトキルヒの農業は一九七〇年代の粗放的な放牧型畜産から加工型畜産、園芸品目の導入といった複合型農業への道を辿り、近年ではワインぶどうの振興、加工製造販売の展開といった六次産業化へとシフトしている。都市部と農村部の結節点、地産地消の空間としてマルクトが機能しており、マルクトでの販売を目的とした少量多品目の生産がマルクトでのアソートメントを担保している。聞き取り調査を行なったマルクトへ出店していた農家は二〇haの露地野菜経営であり、地域の平均一四haよりは大きい農家で

写真７　ブッフホルツでのジャガイモ収穫風景

あった。写真７はブッフホルツにおけるジャガイモ収穫風景である。大勢の労働者の手作業により収穫が行なわれていた。近郊の住民がバスで運ばれ収穫を行なっている様子である。

以上のように、農村における加工製造過程の内部化は雇用機会を創出し付加価値の域内滞留を可能とする。また、地産地消を恒常的に行なえる場としてのマルクトは、言い換えれば社会経済システムとしての機能を果たしている。雇用の場としての農業、農業関連産業の存在は、域内人口の維持を可能としている。ドイツの農村部、特に南部において、人口流出は極めて低い水準にあるとのことである。さらに、バルトキルヒでは黒い森という地域資源を背景に滞在・体験型の観光・交流を推進しており、交通手段の改善（無料共通パス）や自治体間の連携などを行なっている。これ点については次号掲載予定である。

また、ドイツにおけるマルクトの存立構造に関して考察してみると、ドイツでは大資本による食品スーパーが全国的に展開しており、日本のそれをはるかに上回る水準である。しかし、生鮮食品に関しては鮮度管理、流通管理（保冷、パッキングなど）が日本に比べ劣っており、スーパーの野菜類の品質が悪いという認識がドイツの中間層以上に広がっているとのことである。一方で、マルクトは取れたて、新鮮を売りにしており、消費者の安心感を担保している。さらにバルトキルヒでは市をあ

げて環境保全型農業を推進しており、安全の面でも消費者に訴求できる。ドイツにおけるマルクトそのものの位置づけ（新鮮、安心、地産地消とそれに見合った価格設定）とバルトキルヒではさらに安全を付加しながら農産物の域内市場を形成しているのである。これによって、小規模、零細、中山間地域といった不利な条件を克服し、地域経済の活性化、域内人口の保持を可能としているのである。

日本におけるマルシェ・ジャポン・プロジェクトとドイツにおける社会経済システムとして位置づくマルクトでは根本的な構造が異なっている。市（いち）の運営形態の相違のみならず、その背景にある地域農業の構造自体の相違、具体的にはドイツ中山間地域農業でみられた多就業構造の農業経営形態の存在なくして、恒常的かつ経済システムとしてのマルクトの存立は不可能である。マルクトへの直売、その延長上にある加工製造過程の内包化なくして、地域に根付いたマルクトの展開は有り得ず、日本においても点的に存立する直売所や運動としての地産地消の枠組みを超えた展開が求められる。

【注】

1.）ドイツのインフォメーションセンターは全国各地に設置され、赤字に「i」の記号が目印となっている。設置場所は、多くは駅周辺かマルクト、ドーム広場のどちらかに設置されている。ルードヴィヒスブルクではマルクト広場の内部に存在していた。

2.）森良次ゼミナール［二〇〇九］を参照のこと。

3.）環境情報普及センター「環境情報提供システム（ＥＩＣネット・Environmental Information & Communication Network）」http://www.eic.or.jp/によると、スローシティー（CittaSlow）は、イタリアの小都市、オルヴィエト市、キアンティ市、ブラ市、ポスティアノ市など、スローフードに力を入れる街が、「質」「多様性」「感性」「楽しみ」といったスローフードの理念をまちづくりにまで広げようと一九九九年に結成した小都市が発信する率先運動である。グローバリゼーションがもたらす標準化、効率化によって失われている街の個性や固有の文化、生活のリズムを守る、または再び呼び起こす、という考えがこの運動の根本にある。参加できるのは、人口五万人以下の街で、登録後に「スローシティ憲章」に則ったまちづくりを自らに義務付ける。スローシティの度合いを測るための評価基準も設置され、環境保全のほか、市民の意識や観光、景観など多岐にわたる。現在イタリアをはじめ、スイス、クロアチア、ドイツなどから約一〇〇の自治体が会に加盟しており、他のヨーロッパの国々、アメリカ合衆国、日本などからも参加の問い合わせがあるという。

【参考文献】

〔1〕大江靖雄『農業と農村多角化の経済分析』農林統計協会、二〇〇

三年。
〔2〕クロードセルヴォラン著、是永東彦翻訳『現代フランス農業―「家族農業」の合理的根拠』食料・農業政策研究センター国際部会、一九九二年。
〔3〕是永東彦『フランス農業構造の展開と特質』日本経済評論社、一九九三年。
〔4〕高木亜紀子・鶴田佳子「パリのマルシェの空間形態による類型化：市場空間の形態に関する研究その1（都市の空間分析、建築計画I）」学術講演梗概集、二〇〇七年、pp.一〇〇九―一〇一〇。
〔5〕中林吉幸「ドイツ及びECの農業政策とドイツの農業経済の変化：ドイツ南部農家の調査結果から」『農業経済研究報告』二七、東北大学、一九九四年、pp.七五―八六。
〔6〕森良次「シュバルツバルト時計産業の危機と時計工の存在形態―バーデン小営業政策の歴史的基盤の解明―」『西洋史研究』（三七）（六四）、二〇〇八年、pp.五五―八五。
〔7〕森良次「前三月革命期バーデンの小営業政策と「社会問題」」『商学論集』七五（一）、二〇〇六年、pp.六九―九三。
〔8〕森良次ゼミナール「海外フィールドワーク実習報告―旧東独・エアフルトでのアンケート・聴き取り調査の検討を中心に―」『信陵論叢』Vol.五一、福島大学経済学会、二〇〇九年、pp.一九九―二一四。
〔9〕山崎光博「ドイツにおける「農家で休暇を」事業に関する研究」『明治大学農学部研究報告一三七』、二〇〇三年、pp.三五―八三。
〔10〕Gunther Aschhoff・Eckart Henningsen著、関英昭・野田輝久翻訳『新版ドイツの協同組合制度―歴史・構造・経済的潜在力』日本経済評論社、二〇〇一年。

投稿

亜麻に魅せられた人々

―第2回亜麻まつりin当別に参加して―

フリージャーナリスト　村元健治

偶然に札幌のど真ん中で見つけた亜麻の花

日本農業新聞の北海道版に「亜麻祭り」の予告記事が出ていた。

七月五日(日)、当別町の旧東裏小学校グラウンドを会場に、亜麻の花（畑）の視察、フォーク曲の「亜麻色の髪の乙女」の歌唱コンクール、亜麻栽培の歴史の展示等があるらしい。

小学生の時に、近所の農家のところで、亜麻を見て以来まったく見ていない。

懐かしくて見てみたいという欲求と、フォーク曲の「亜麻色の髪の乙女」の歌唱コンクールも、大好きな歌だけに、魅力的で是非とも取材を兼ねて行ってみたいという気になってきた。

そう思っているうちに、祭りの前日に、札幌駅北口の傍にある「女性プラザ」前の街頭花壇の中に、青色の可憐な花を偶然、見つけた。直感的に亜麻の花ではないかと思った。近づいてよく見ると紛れもなく亜麻の花そのものだった。

どうして、この場所にこの花が栽培されているのかと一瞬、考えたが、そういえば昔、この場所は「帝国製麻会社」という会社があったところだったことを思い出した。

「そうか、そのことを忘れないように

というか、そのことを偲ばせるヨスガとして誰かが植えたんだ」と合点した。そう思うと余計に、明日の亜麻祭りには是非とも参加せねばならないという気が一層してきた。

※この亜麻の花は、札幌市内にある「亜麻とホップのフラワーロード」の会（代表　走川貴美）の人達の手で植栽されたもので同市内の数箇所で植栽されている。

青色の可憐な花達

祭りの朝を迎えて、朝食も簡単に済ませ、七時半過ぎ我が家を車で出発した。一時間弱で目的地の会場に着いた。会場の傍には、昔、懐かしい風情をかもし出している旧東裏小学校の校舎が佇んでいた。

その傍には、祭りを盛り上げるイベントとして、地元で取れる農畜産物などを販売する出店が六～七店ほど立ち並び、祭り参加者に声を掛けていた。

それらの店で販売されている農産物は、いずれも新鮮で市価より格安で販売されていたので早速アスパラ、ブロッコリー、新ジャガイモなどを購入した。

この後、亜麻の歴史などの展示パネルなども見たかったが、肝心の亜麻の花というのは午前中にしか咲かないという極めてはかない命だと聞いていたので、すぐ花見に参加する視察バスに乗った。

五分ほどで亜麻畑に着いた。畑一面に亜麻の花が咲き乱れているかと思いきや、残念ながら、それほどでもなく三分咲きという感じだった。

一ha強もあろうかと思うその亜麻畑は、大した広さと感心した。畑を全体的に見渡しても花は、あまり目立たなかったが足元に目を移すとひっそりと結構咲いていた。屈んで花をよく見ると直径一㎝ほどの薄ブルー色の丁度、園芸種の「ネモフィラ」に似た感じの花が風に揺らいでいて、なかなか可憐な風情だった。

まさに「亜麻色の髪の乙女」の瞳のようだった。

この圃場の亜麻の花は、後ほどの栽培

組合長の話によると、後二～三日で、満開を迎え畑一面が真っ青に染まるそうだ。そして午前中にはかなく命を終える花たちは、その後一斉に散って地面をこれまた真っ青に染めるという。

残念ながら、そのような光景を今回は見られなかったが、いつかはぜひ見てみたいと思った。

亜麻を愛する人々によって四〇年振りに復活された同町の亜麻

視察バスに再び乗って、会場に戻った。

次は肝心の亜麻栽培そのものについて関係者に話を聞くということで、栽培組合長さんに会いたいと思い、事務局に紹介してもらった。

大塚利明さんがその人だった。㈲大塚農場の代表取締役で北海道農業法人会議の副会長でもある。

その大塚さんは、今回の祭りの実行委員会の委員長でもあつた。

祭りの真最中の大わらわの状況で恐縮ではあったが、少し時間をいただいて亜麻栽培の経過を聞いた。以下、その内容の概要である。

大塚さんを中心とした生産組合の人達が、当地に亜麻を復活させたのは、今から九年前の二〇〇〇年の時だという。まさに同作物が当町から栽培されなくなってから、なんと四〇年振りの栽培だったということから、まさに劇的な復活だった。

但し、以前の栽培は繊維用の栽培だったが、復活させた亜麻は種子用（油糧）だという。

種子には、現代の私たちの食生活に不足になりがちなｎ－３系脂肪酸に分類さ

れる良質な脂肪酸である「αリノレン酸」が豊富に含れているということもあって、近年の健康ブームにも乗って、一躍注目されるようになったという。

製品としては種から搾油された「亜麻仁油」だが、サプリメントとドレッシングがそれぞれ製造販売されている。それら製品の製造・販売を担っているのは、実は生産組合の大塚さん方ではなく、別の組織である加工会社と販売会社が、それぞれ担当するというように機能分担というか、連携しながら行っているという。

いずれにしても、生産組合としての正式のスタートは、一昨年の二〇〇七年だが、その生産組合の組合長でもある大塚さんは、最初から関わってきており、それだけに亜麻にかける意気込みも大きいものがある。

その大塚組合長も、種子用栽培は全くの初めてのことだったので、大変苦労したという。これら種子用の栽培は、世界的には北米などが先進地だそうだが、全く初めての作物故、栽培方法などが判らなかったためカナダから資料を取り寄せ、翻訳しながら試行錯誤を繰り返して取り組んできた。

「当初はわずか反当り一五kgほどしか取れなかったものが、八年経った去年は最高二〇〇kgも採った人もいた。平均でも一二〇kgにもなった」と語る。

現在、組合員は全部で八人。その栽培面積は八haになるそうで道内一だそうだが、これは同時に全国一でもあるそうだ。しかも注目されるのは、この面積が全国の八割にも達するというから驚きだ。

いかにマイナーの作物であるかということがお判りだろう。

栽培上の苦労としては「登録農薬がないため農薬が使えないこと。したがって、無農薬・無除草剤での栽培となって、たいへん手間隙がかかる。しかし麦・大豆の機械類が使えるので、その面で新たな投資はかからない」という。

反収も徐々に伸びてきており、今後もさらに伸ばせる見込みもあることに加え、組合員もこれら亜麻栽培を輪作体系の一環として位置づけて取り組むようになって、今や経営的にもほぼ定着しつつあるとともに欠かせない作物の一つにもなってきている。

他方、前記したように組合員が栽培した貴重な亜麻の種子を心待ちにして製品に作り上げ、それらを宣伝・販売する人達もいる。それと同時に見逃せないのは、同町の亜麻の歴史を振り返って、その足跡を後世に伝えようという人達もいることである。

亜麻を復活させた人々

そこで、次に、生産者である大塚さん方を支えたというよりむしろ取り巻く人達が、それぞれの立場から、いかに同町の亜麻復活に尽力を果たしてきたかについて紹介しよう。

まずは大塚さん方が作った貴重な亜麻の種を買い上げて製品に仕上げる部分を担っているのが、札幌の苗穂にある㈲亜麻公社である。

既に記したように、健康にもたいへん良い亜麻の種子から絞った亜麻仁油を製品化し消費者に届けて行きたいという願いで、㈲亜麻公社は、その生産者を当別町に求め、その白羽の矢を大塚さんに当てたのである。

他方、そのできた製品を宣伝・販売するのは、札幌の西町にある㈲ウイズユー・コーポレーションである。

このように正に、生産者・加工業者・販売業者の三者が、それぞれ連携・機能分担をしながら取り組むというスタイルをとっている。

いうまでもなく、一人の者がこれらの役割を全て担うというのは、現実的にいろいろの面で困難である。やはり機能分担して取り組むことが適切である。

これら三者の連携した取り組みは、実は二〇〇六年に北海道経済産業局の支援を受けることにもなり「北海道亜麻ルネサンス」プロジェクトとして位置づけられたこともあって極めてスムーズに事が進んだのである。

同町の亜麻栽培の復活に貢献した人として、もう一人紹介したい人が地元「当別新聞」の編集人である清水三喜雄氏である。

自分の娘さんの名前に「麻子」と名づけたくらい麻に関心のあった同氏は、当別町には、かって亜麻が栽培されていたのみならず、亜麻工場まであったことを突き止め、そこで働いていたことのある二人のおばあさんを訪ね、その貴重な体験談を聞きだすという取り組みをされた。

そして、それら体験談を後世の人達、とりわけ次代を担う子供たちに是非とも伝えて行きたいという願いで、創作民話「亜麻の花咲く村」を創り上げた。

このように清水氏は、当地の亜麻の栽培の歴史を掘り起こし、それを次代に伝えていくという役割を果たしてきているといえる。

以上のように、同町の亜麻の復活に関わった主な人達を紹介してきたが、このように様々な分野の人達が、「かってあった亜麻をもう一度、甦らせたい」という熱い願いの下、連携・奮闘した結果、物の見事、四〇年ぶりにその夢の実現に

こぎつけたということである。

亜麻色の髪の少女がチャンピオンに輝いた歌唱コンクール

大塚栽培組合長の話しを聞いた後、旧校舎内に入り、亜麻栽培の歴史パネルをはじめ、清水氏が制作した民話に添えられた原画（当別町教育委員会委員長大澤勉氏制作）を見たりして亜麻栽培についての知識を深めた。

十一時からは、今回の祭りのメインイベントでもあるフォーク曲「亜麻色の髪の乙女」の歌唱コンクールがあるということで特設舞台に移り一番前に陣取った。

このコンクールは、今年初めて開催するというもので、主催者の人達の意気込みは大変なもので、コンクール審査委員長に同曲を歌ったグループサウンズ「ヴィレッジ・シンガーズ」のボーカル担当の清水道夫氏をコンクールのためにわざわざ東京から呼ぶというものだった。

全部で八人の出場者がいたが、結局、札幌からきた小学六年生の、まさに「亜麻色の髪の少女」がものの見事、初代チャンピオンに輝いた。

昔、同グループのファンだったと思しい（実は筆者もその一人）元青年男女も多数、集まり大いに盛り上がった。

当別町で九年前に四〇年振りに蘇った淡いブルーの亜麻の花は、その花を愛する人達の手で、今や少しずつその数を増やし続け、それに伴う人々の様々な繋がりがそれこそ『花の輪』のように広がりつつある。

（元北海道農業会議職員・

平成二一年七月九日記）

現地モニターだより

『持続的可能性・サステナビリティ』を求めて

端野町　和崎　陽一

このたび地域農業研究所からモニターとして、現地の様々な情報を発信する役割を委嘱された端野町で畑作を営んでいる和崎と申します。まず、私と地域の仲間が取り組んできた「端野町農業情報研究会」の活動について紹介しましょう。この組織は平成六年設立、現在一五〇名の会員で、おもにＰＣ簿記研修と作物別経営分析の二つを柱に活動しています。

経営改善策の具体化には、農業経営簿記記帳の実践が第一歩だと考えられますが、今自分が新たに「一からパソコンで簿記をやってみよう！」と決断したとしても、一人だけでは行き詰まり、その先へ進むことが困難な場合も考えられます。下手をすると「自分だけバージョン」の経理の仕方？になっているかもしれません。

しかし、地域に相談できる先輩や仲間がいれば、共に考えることにより適切な仕訳の方法や考え方・効率的な営農経営計画等への改善策・糸口がみつかる可能性が生まれてくるのです。

将来の経営像を見いだすためにも、簿記記帳データを「基礎」に置き、経営改善策の具体化・農業経営者としての自覚と想いを大切に、仲間と共に創意工夫をこらしながら、それを実践してゆくことが何よりも重要であり、さらに加えて地域社会と連携しながら多角的な行動をしてゆくことが、この厳しい農業情勢の中で、ますます必要不可欠な農業経営者のあるべき姿だと考えることができます。

また、平成七年度より行われている作物別経営分析では、コスト削減へ向けたメンバー間の技術情報の交換、さらには地域の指標データとして分析結果をまとめ、各関係機関に向けた提言・情報の発信へと発展させてきました。とくに品目横断が実施されてからは、周りからの関心度も高くなっています。

一方、農業分野特有の問題として、大雨・降雹等の自然災害等の危険性を常にはらんでいます。安心して農業経営に取り組むことができ、どんな時にでも、家族経営を基本に地域全体が連携し解決していくためにも地域農業の環境整備が不可欠です。その一環として「食料づくりを地域全体で育んでいく」という意味からの食育も推進していかなければなりません。

私たちが取り組んできた組織活動を、地域農業という視点で考えてみると、個人はもとより仲間との活動として、「目標を明確に持ち、行動力と判断能力を広げていくこと！」は、時代の流れを見通し、解決策を探る上でも意義があり、①仲間と共に行動できる身近な組織、②世代を超えた交流＆連携体制、の中での双方向の情報交換こそが、地域づくりや担い手育成にもつながると考えることができます。今後とも**「しなやかな持続＝サステナビリティ」**をモットーに、地域元気力アップ！を目指して頑張りますので、皆様との交流・連携、情報交換を大いに期待しております。

連載

あのマチ
あのムラ・**地域おこし活躍中**

No.55

中札内村の事例

―農協が取組む販売・加工事業への新たな挑戦―

中札内村の概況

中札内村は、十勝平野の中心地である帯広市の南部に位置し、人口四、〇七五人、総面積二九二・六九平方㎞の村である。最近の人口動向では、村が帯広市から二八㎞の距離にあり、車を用いれば四〇分程で到達することから、人口減少下にある中で帯広市のミッドタウンとして開発が進み、本州からの移住もあり人口はほぼ横ばいとなっている。

中札内村は、日高山脈の麓に位置しているため、総面積の約六五％（一九、〇二八ha）が山林で、村の中央を十勝川の支流である札内川が流れ、村内を二分した形となっている。村の北側は帯広市、東側は大樹町、西側は日高山脈をはさみ新ひだか町、新冠町と接している。

一九〇五年（明治三八年）に、中札内村の西札内に上丸弥次郎が入植してから、村の基幹産業は農業となっている。現在の村域は、一九四七年（昭和二二年）に、隣接する大正村（現、帯広市大正）から分村して確定している。気候は内陸性の気候で融雪は四月中旬であるが、五月上旬になっても雪の降ることもある。初霜は十月上旬、根雪は十一月下旬、積雪寒冷単作地帯で圃場期間は一七〇日程である。

直近の農林統計によれば耕地面積は七、一八〇haである。経営耕地の地目は全て畑地であり、内訳は普通畑五、八九〇ha、牧草地一、二九〇ha、樹園地二haである。

中札内村農業の特色は、北海道の畑作農業の中心地である十勝管内の他市町村にみられない中小家畜の比重の高さ、それを生かした地力還元システムの構築、「有機農業の村」宣言である。さらには北海道における農業生産法人設立の先駆的取組みがある、一九五〇年代後半から進められた「全村法人化運動」による農業法人の設立である。また、近年では第五の作物として「大豆枝豆」に注目し、付加価値を付けた商品の開発、中札内村特産品としてブランド化に力を入れている。そして、常にその取組みの中心的・主導的役割を担ってきたのが、ＪＡ中札内村なのである。

ＪＡにおける販売・加工事業の展開

ＪＡ中札内村は、一九四八年（昭和二三年）に設立されている。現在の組合員数は、正組合員二二三名、准組合員五九一名、農家戸数は一七三戸と純農村地帯に位置する小規模な総合農協である。

前述のように、中札内村農業の特徴は、農協を中心とした組織力にあるといえ、生産組織の確立には小組合運動から始まり、法人化、共同化、生産団地化、部会制度、機械銀行、機械センター、澱粉工場、肥料・飼料工場、農産物加工工場設置など、ＪＡを中心とし組合員総意の試行錯誤の中で事業が展開されてきた。

特に近年、力をいれている農協事業として、販売・加工事業

写真１　ＪＡ中札内事務所

がある。「農協事業は地域で生産された農畜産物を、可能な限り付加価値をつけ、消費者に販売することである」という、農協全体の意識を統一し事業が展開されている。農協の全職員は、部署に関係なく、物を売る姿勢を身につけるため、直売所での販売を一週間経験し、消費者との交流、商品知識の向上、挨拶の仕方、態度や言葉遣いなどを学んでいる。また、職員のアイデアを生かした商品開発、販路拡大の努力をしている。

ＪＡ中札内村は、これまで原料生産中心に販売を進め、地域の特色でもある組織力を生かし作目別部会を設置し、組合員自らが意識と行動によって作目別事業の利潤を追求するシステム農業の展開を積極的に図ってきた。そして、それを基礎とし鶏卵の洗選卵販売、ブロイラーの加工販売など一定の加工販売の道を拓いている。現在では、生乳は「よつ葉牛乳」、鶏卵は「有限会社中札内たまご」、ブロイラーは「株式会社中札内若どり」などに引き継がれ、専門性を駆使した事業体に発展させている。

そして、今、農協による加工販売事業として全道・全国の注目を集めているのが、「大豆枝豆」の加工販売事業である。中札内村は、小麦、てんさい、豆類、ばれいしょに次ぐ第五の農作物として枝豆生産に力を入れ、窒素凍結による冷凍枝豆を主力に枝豆を利用したカレー、ようかん、アイスクリーム、焼酎など十七品目を製品化へとつなげている。

以降では、第五の作物として作付けが拡大している「大豆枝豆」を利用した、中札内村農協における加工販売事業の取組みを紹介するとともに、ＪＡによ

写真２　枝豆の加工品

る新たな地域おこしへの挑戦をみていく。

枝豆による新たな加工事業への挑戦

中札内村における枝豆生産の始まりは、一九九二年（平成四年）に遡る。地域の新たな作物として四八戸の農家によって二三ha作付けされたのが始まりである。当時は、豆刈り機と定置型サヤもぎによる出荷で、一日当たり一〇haが限界であった。

同年には、農家二〇名で「枝豆を作る会」を設立し、枝豆の本格的生産を開始。群馬県松本農機より、手持ち式収穫機を導入し、枝豆品種「さっぽろみどり極早生」を栽培し、帯広市民生協と商品開発を行い協同購入販売を開始した。

一九九二年（平成四年）には、枝豆の加工工場（ＪＡ農産物加工処理施設）を新設し、加工へも本格的に取組んでいった。その後、二〇〇四年までは大幅な増産はなかったが（表1参照）、二〇〇五年に国の補助で一〇億三、〇〇〇万円をかけて加工工場を増設、フランスから大型刈入れ機（ハーベスター）を導入し、一挙に前年の三倍の枝豆の生産をした。

その後、生産量は年々拡大し、二〇〇八年には作付面積三五二ha、生産量一、八八一tまでに拡大。さらに今年は、工場を増設（投資額約二〇億円）していることに伴い、作付面積五六〇ha、生産量三、五〇〇tを目指している。また、作付農家も二〇〇五年から倍以上に増えており、現在は

表１　枝豆生産の実績

年　度	作付面積(ha)	生産量（kg）	生産額（千円）
1992	23	96,096	24,985
93	31	5,797	1,507
94	36	281,955	73,319
95	32	151,200	30,240
96	22	66,000	13,200
97	35	198,686	39,737
98	42	216,078	43,216
99	43	248,755	49,751
2000	43	266,631	53,326
01	30	110,700	19,926
02	42	257,404	47,295
03	44	72,138	15,777
04	51	272,633	50,846
05	137	876,755	167,109
06	218	1,268,136	244,083
07	255	1,133,856	207,606
08	352	1,881,784	341,578

資料）JA 提供資料より作成。
注：2002年からは、「大袖の舞」と「いわい黒」を合算。

写真３　ハーベスターによる刈り取り作業

一〇四戸が枝豆生産に取組んでいる。作付けされている枝豆の品種は、「大袖の舞」と「いわい黒」の二種類であり、前者は薄緑色で甘みがあることが特徴で、後者は暗緑色で濃厚な味わいが特徴であり、たんぱく質やビタミンなどが豊富で、栄養価も高い特徴がある。

加工工場は、新設年の一九九二年から一九九五年までは、「十勝産業」の事業として取組まれていたが、一九九六年からは農協事業として取組まれている。現在、工場で作業する職員は一〇五名であり、臨時職員を含め全て農協職員である。工場の職員には、衛生管理を重視する観点から、全員に食品衛生責任者の資格を取得させている。

工場は、一時間当たり約三・五tを処理する能力があり、ハーベスターを使用し収穫から約三時間半ほどで加工の全工程を終えることができる。加工工程の大きな特徴としては、収穫された枝豆を工場に運び、洗浄、選別、仕上げの段階で枝豆を茹で、塩水で味付けをした後行っている「窒素凍結作業」である。この作業は、最適の時間、茹でてすぐにマイナス一九六度の液体窒素で瞬間冷凍し、枝豆本来のうま味を閉じ込める効果があり、二〇kg単位で七〇〇t貯蔵できる冷蔵庫に保管し、販売加工の都度、取り出すシステムになっている。現在、増設している工場も、同様に窒素凍結を導入しており、約一、〇〇〇tの冷凍倉庫も新設し、一時間当たりの生産能力も三・五tから七tに引き上げられることで、さらに大規模な加工事業へと進展し、枝豆製品の売上高も二〇〇九年一月期で約一五億円、二〇一〇年一月期には二〇億円を見込んでいる。

写真４　液体窒素のタンク

写真５　枝豆選別作業の様子

販路拡大へと導くトップ推進

ＪＡ中札内村では、商品の販路を拡大するため、さまざまな努力を重ねている。現在、全国二六都道府県の学校給食に加工工場で製品化された枝豆、剥き枝豆、いんげんを納入しているほか、約二五〇社と取引をしている。道内での売り先としては、Ａコープ、生協、大型スーパー、道外のコンビニなどでも販売されている。

取引先への営業は、ＪＡ組合長（山本勝博氏）自らが行っている。商談にも積極的に参加し、東京や大阪まで機会があれば参加している。「組合長自身による営業は、職員に販売の重要さを徹底し、取引先には産地のやる気をより強く示すことができ、特に新規の取引先では、販売担当者では相手にされなくても、組合長自ら出向いていくと話ができる場合も多く、トップの姿勢が相手に伝われば、商談が進むことも多い。」と組合長は話す。

二〇〇七年には、組合長自らが先頭に立ち行って来た商談の成果が実り、冷凍枝豆をアメリカに輸出するまでに至った。十勝管内の農産物では長いもに続く海外進出であり、国内の産地間競争が激化する中で、需給バランスの安定化を目的として輸出に乗り出したのである。その後、アメリカへの輸出経験を生かし、香港、ロシアへ組合長自らが現地を訪れセールスを行い、量的には少ないもの国外での販路も拡大しつつあり、販路拡大の挑戦は続いている。

写真６　直売所（道の駅）

おわりに

枝豆は鮮度が命。中札内村の枝豆は、液体窒素で瞬間冷凍することで、鮮度を維持しうま味を閉じ込め、大手居酒屋チェーンをはじめ、道外のセブンイレブンや生協、また海外へ輸出され販路が拡大されている。いまや、全国一の枝豆産地へと成長している。

この取組みの裏には、生産者の努力はもちろんのこと、ＪＡ組合長、職員の努力がうかがえる。特に、組合長自らが営業マンとして全国を飛び回り、職員と一緒に地域おこしの立役者として、リーダーシップを発揮している。

条件的に有利ともいえない地域にあって、いまでは、全国的に「中札内の枝豆は旨い」といわせるまでになった。このことは、生産だけにとどまらず、流通、販売へと消費者まで見つめた地域の人々の努力の結晶といえるであろう。

㈳北海道地域農業研究所
専任研究員　正木　卓

掲示板

研究会・研修会等への報告者・講師の派遣

（平成二十一年七月～九月）

○「水田・畑作経営所得安定対策下における集落営農等の動向に関する研究会」
主　催：農林水産省農林水産政策研究所
と　き：平成21年7月1日
テーマ：北海道における「農地受け皿法人」の実態とその動向について
講　演：井上　誠司
（当研究所・主任研究員）

○「平成21年度地域開発計画管理（A）集団研修」
主　催：独立行政法人国際協力機構札幌国際センター
と　き：平成21年7月3日
テーマ：農協の仕組みと制度
講　義：井上　誠司
（当研究所・主任研究員）

○「JAカレッジ学生科授業
主　催：（財）北海道農業協同組合学校
と　き：平成21年7月3・9・15・21・22日
テーマ：日本農政論
講　義：中出　孝一
（当研究所・主任研究員）

○「札幌大学経済学部特別講義（サービス経済論）」
主　催：札幌大学経済学部
と　き：平成21年7月21日
テーマ：北海道地域農業研究所とは？―北海道農業に果たす役割―
講　演：正木　卓
（当研究所・専任研究員）

○「平成21年度営農企画部門研修」
主　催：北海道農業協同組合学校
と　き：平成21年7月21日
テーマ：地域農業マネージメント推進の多様な挑戦
講　義：黒澤不二男
（当研究所・特別参与）

○「JICA中央アジア有機農業コース研修」
主　催：北海道国際農業交流協会・札幌JICAセンター
と　き：平成21年7月22日
テーマ：北海道における地域農業支援システム
講　義：黒澤不二男
（当研究所・特別参与）

○「第16回日韓中農業シンポジウム」
主　催：華川郡、江原道農漁村研究所、韓国農村観光学会
と　き：平成21年8月11日
テーマ：修学旅行生の受入における地域間ネット・ワークの形成
講　演：正木　卓
（当研究所・専任研究員）

○「上川管内農協監事研修会」
主　催：北農中央会旭川支所
と　き：平成21年8月13日
テーマ：上川農業に求められている農業経営の展開方向
講　演：黒澤不二男
（当研究所・特別参与）

○「平成21年度豆類産地生産流通懇談会」
主　催：全国豆類振興会・北海道豆類振興会
と　き：平成21年9月10日
テーマ：国産豆類の需要拡大の取り組み
コーディネーター：黒澤不二男
（当研究所・特別参与）

○JICA「南東欧市場経済コース研修」
主　催：帯広JICAセンター
と　き：平成21年9月16日
テーマ：北海道における地域農業支援システム
講　義：黒澤不二男
（当研究所・特別参与）

人事異動

退職
総務部長　佐々木正幸（9月30日付）

新任
特別研究員　若尾　和夫（10月1日付）

異動
特任研究員　中山　忠彦（10月1日付）

異動
総務部次長　上宗　辰美（10月1日付）

異動
研究部次長　井上　誠司（10月1日付）

編集後記

○　真夏の衆議院議員選挙。民主党が歴史的勝利を収め、新政権がスタート。農林水産関係の政策は二九項目にわたっている。農業者戸別所得補償を始め、農村集落への支援、国家戦略目標としての食料自給率向上など魅力的な項目が数多くある。しかし、自給率目標では十年後に五〇％、二〇年後に六〇％達成を目標としているが国際的に穀物等のひっ迫が取りざたされている中で妥当な年数なのかどうか。また、新たな農協組織等が活発に設立されるよう条件整備を図るなどの農協の改革も含まれており、どういうことになるのか心配も。

ここは、中国・インドなど経済成長著しい国が、世界の食料不足に備えて国家食料戦略を進めている中で、構造的課題山積している日本農業はどういう方向に進むのか。きちんとした羅針盤を作るよう望みたい。

○　今年より、本研究所では、八人の若手農業者に現地情報などを提供していただくため、モニター制度を創設。今回、北見市の和崎さんから記事の提供をいただきました。ありがとうございます。モニターの皆様からの多くの投稿を期待しております。

○　九月末日をもって本研究所の佐々木総務部長が六年余の勤務を終えることとなりました。長年のご労苦に感謝いたします。北海道共済連から若尾が後任として着任いたしました。会員の皆様、よろしくお願いいたします。

（中出　孝一）

DATA FILE

関連事項／DATA

中札内村農業協同組合
〒089－1395
河西郡中札内村東１条南２丁目14番地
☎　0155（67）2211
FAX 0155（68）3014

北海道武蔵女子短期大学
〒001－0022
札幌市北区北22条西13丁目
☎　011（726）3141
FAX 011（726）3044

福島大学
〒960－1296
福島市金谷川１番地
☎　024（548）8006（代）
FAX 024（548）3180

（社）北海道地域農業研究所
〒060－0004
札幌市中央区北４条西７丁目１番地
☎　011（281）2566
FAX 011（281）2707
HP : http : //www.chiikinouken.or.jp

ホクレン包材株式会社

代表取締役社長　佐藤　裕

本　社　札幌市中央区北4条西1丁目1番地　北農ビル17階
TEL（011）222-3401　FAX（011）222-5394

工　場　雨竜郡妹背牛町字妹背牛414番地の1
TEL（0164）32-2490　FAX（0164）32-3120

FUJI PRINT Co.,Ltd.

富士プリントはさまざまな印刷に対応

当社はお客様の夢を実現するために、
創造力と技術力を常に前進させ続けています。
お客様の夢を当社にお聞かせ下さい。
少しでも夢が現実のものになっていくように
我々は努力します。

デザインから印刷・製本まで
一貫した社内体制で、
それぞれのニーズにお応えします

営業品目

- 定期刊行物 ● 商業印刷物
- 頁物印刷物 ● 記録印刷物
- フォーム印刷物 ● 情報処理加工

附帯サービス

煩わしい印刷物の梱包・発送作業を当社がお客様に代わって致します。

- 封筒入れ ● タックシール貼り
- 仕分作業
- 宅配便・郵便局・コンテナ手配　等

当社は2001年9月3日付で品質マネジメントシステムの国際規格である
ISO9001/2000年版の認証を取得しました

富士プリント株式会社
〒064-0916
札幌市中央区南16条西9丁目
TEL.011-531-4711
FAX.011-530-2549
URL http://www.fujiprint.co.jp/

地域と農業　第75号　Oct. 2009 Autumn　発行人　矢野　実　編集人　中出　孝一　発行所　㈳北海道地域農業研究所　札幌市中央区北4条西7丁目　TEL　〇一一（二八一）二五六六

おいしい北海道、読んでみませんか？

ホクレン情報誌
GReen

定期購読無料

A5版サイズ
年6回（奇数月1日）発行

季節の料理メニュー、北海道産品のおいしさの秘密、産地情報や旬の素材をお届けする通販コーナーなど、おいしい情報盛りだくさんの「GReen」を、ご応募いただいた方全員に無料でお送りいたします。

お申し込み方法

●ハガキの場合
「GReen希望」と明記し、住所、氏名、年齢、職業、電話番号をご記入の上、次の宛先へお申し込みください。
〒060-8651
札幌市中央区北4条西1丁目3
ホクレン広報宣伝課
「GReen」T係

●ホームページからも
http://www.hokuren.or.jp/greenweb/
までどうぞ。
お客様の個人情報に関しましては、厳正なる管理の上、本誌の発送のみに使用させていただきます。

とれたてのおいしさ、そのまま。
育った土のぬくもりも、そのまま。
作った人の気持ちも、そのまま。
私たちホクレンは、おいしさといっしょに
安心への努力も、できる限りそのまま
お届けしたいと願っています。

おいしいも、あんしんも、この大地から。

ホクレン