

地域と農業

会 報

第 89 号

Apr.2013

Spring

特集 「北海道米
おいしさNo.1」の歩み



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
日本の食料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

●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
●旭川支店／稚内市声間4丁目26番12号 ☎0162(26)2111
●稚内営業所
●網走支店／網走市字呼人382番地 ☎0152(48)2111
●網走支店／北見市南仲町1丁目7番24号 ☎0157(26)3151
●北見営業所

「豊かな大地を包みつつける」



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

地域と農業

Vol.89

表紙写真：韓国淳昌郡「ジャン類祭り」一般社団法人北海道食品産業協議会出店の様子

提供：一般社団法人北海道食品産業協議会



目次

2

みる
観 察

階段耕地に古代の農と食を思う

一般社団法人 北海道地域農業研究所 専務理事 大坂 雅博

11

特 集

「北海道米 おいしさNo.1」の歩み

ホクレン農業協同組合連合会 米穀事業本部

米穀部米穀生産課 課長 駒形 剛

19

Essay

マルチ・ファーマーの女性たち

コピーライター 森 由香

22

会員紹介

社団法人食品産業協議会

「何よりも北海道農業と食品産業との連携が喫緊の課題!!」

一般社団法人 北海道食品産業協議会 専務理事 田中 富重

28

シリーズ

「新北海道農業発達史」の発刊を終えて 第1回
その端緒と発刊の意義

一般社団法人 北海道地域農業研究所 顧問 太田原高昭

32

連載No.69

あのマチこのムラ地域おこし活躍中
奈井江町の事例

一般社団法人 北海道地域農業研究所 特別研究員 西野 義隆

37

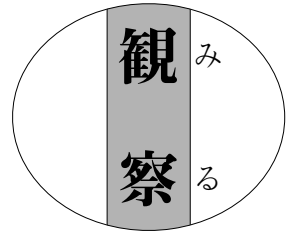
レポート

北海道における農業の6次産業化の実態と課題

一般社団法人 北海道地域農業研究所 特別研究員 中村 正士

46

掲示板・お知らせ・DATA FILE



階段耕地に古代の農と食を思う

世界遺産マチュ・ピチュ遺跡（南米ペルー共和国）旅行記

一般社団法人 北海道地域農業研究所 専務理事 大坂 雅博



写真A マチュ・ピチュ遺跡

■ 下界から隔離された世界 ― 山頂の遺跡

早朝、麓の村からシャトルバスに乗る。標高差が六百メートル以上もあるつづら折りの坂道を三〇分ほどかけて登り、さらに徒歩で約一〇分。細い山道を登り詰めると視界が急に開け、マチュ・ピチュ遺跡の全貌が眼下に現われる。数ある世界遺産の中でも満足度ナンバーワンと評価される感動的な眺めだ（写真A）。

標高二四三〇メートルの山頂には、流れる雲と断崖絶壁の山々を背景に石組みの遺跡が整然と並ぶ。世界中から訪れた人々を魅了するこの遺跡は、急斜面の尾根の上に造られているため、麓からは見えず、一九一一年アメリカ人探検家ハイラム・ビンガムが発見するまで西洋社会には知られることが

なかった。幻の「空中都市」と呼ばれる所以である。

（余談だが、映画「インディー・ジョーンズ」はこの発見者ビンガムをモデルにしているという。）

細い道から市街地域に下りて行くと、狭い石畳道が続く。聖なる広場を中心に宮殿や神殿、美しくカーブした馬蹄形の高塔、邸宅、住宅、倉庫などが並んでいる。すべて花崗岩の切石を組み合わせたもので、石組みの壁はカミソリの刃一枚も入らないほど隙間がないと言われる。この石工技術は現在の技術をも凌ぐもので、過去の地震でも崩れなかった。山の上にもかかわらず灌漑施設が完備されているのも謎の一つで、宗教儀式を目的に最盛期には八百人ほどの人々が生活していたと推定されている。市街の東部には山の上まで迫る階段耕



写真B 遺跡内の階段耕地



写真C 階段耕地 拡大

地（段々畑…写真B・C）が続く、トウモロコシなどが栽培されていたらしい。

■ 地球の裏側 ― 南米・ペルー共和国

ペルー共和国といえば、少し前になるが、フジモリ元大統領の長女が大統領選挙で惜しくも敗れたとの報道を記憶されている方も多いのではないだろうか。国土面積は日本の約三・四倍あるが、人口は二千五百万人と少なく他の南米諸国と同じように貧富の差が大きい。武装ゲリラから逃れた地方の貧しい人々が、首都リマの国有地（低い山の斜面など）にバラックを建てて住み着き、社会問題となっていたが、政府が人々の居住を容認・支援することで落ち着いたらしい。

かつてインカ文明が栄えた地であり、コルテス、ピサロと二一年に独立しているが、リマやクスコなどには、統治していたスペインよりもスペインらしい街並みが残っていると評されることでも有名。日本からの距離はおよそ一万六千キロメートル。地球の周囲は約四万キロメートルなので、

ほぼ裏側に位置し、時差は十四時間ある。

■ 標高で区分されるペルーの国土・農業地帯

ペルーの国土は農業的には次の三つに区分される。

■ 海岸地帯（コスタ・国土の約十二％・リマ市など） 砂漠地域で年間を通じほとんど雨は降らない、平均気温は三〇を超え、日もあり、冬の七、九月でも気温が一桁になることはほとんどない。

■ 高原・山岳地帯（シエラ・国土の約二十八％・クスコ市、プーノ市など） 年間を通じ雨の多い雨季（十一～四月）と乾期（五～十月）に分かれる。日中は高地のため紫外線が強く気温も上がるが、朝晩は一桁となり冷え込む。

■ 熱帯雨林地帯（セルバ・国土の約六〇％・プエルト・マルドナード市、イキトス市など）アマゾン・ジャングル地帯、多湿で平均気温は三〇 近くになる（図）。

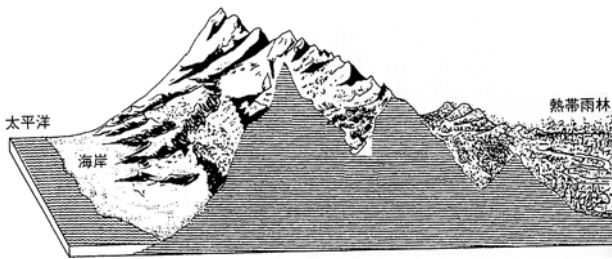


図 ペルーの国土断面図

■ エルニーニョの発生地 ― 地元の漁業にも大きな影響

農業関係者でなくとも興味深い「エルニーニョ現象」はここペルー沖で発生する。この海域では毎年クリスマス頃になると、一時的に温度が高く、塩分が少ない海水が現れる。しかし、数年に一度この現象が六ヵ月から一年くらい続くことがあり、これをエルニーニョ現象と呼んでいる。（逆はラニーニャ現象）エルニーニョ現象が起ると、日本では冷夏、暖冬、梅雨明けの遅れ、日本付近で台風の発生数が減少するなどの傾向がある。

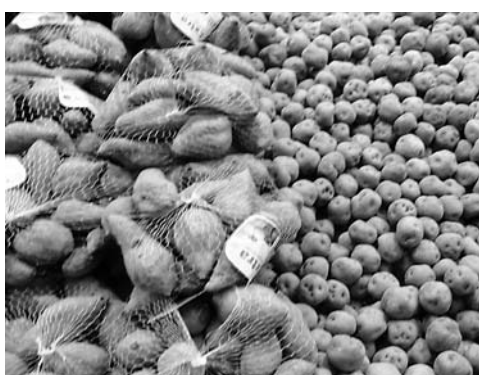
ペルーの人々は私たちと同じように、魚を好んで食べる。エルニーニョやラニーニャによる海水温の変化により、地域によっては漁獲不振で大打撃を受ける一方、別の地域では通常水揚げされない魚介類が大漁となることもある。発生海域にあたるペルー沿岸ではエルニーニョが発生すると、アンチビ（カタクチイワシ）が大不漁となる一方で、この地域では珍しいカジキマグロが市場に出回るそうだ。

■ 本場・原産地のバレイシヨと料理

アンデスが原産であるバレイシヨは地域の気候や目的別に三〇〇種とも四〇〇種ともいわれる在来品種があり、現在も継続して栽培されている。スーパーの売り場ではそのごく一部しか見ることができなかったが、（写真D・E）一見して



写真D バレイショ売り場 ～リマ市内のスーパーにて



写真E 先端がとがった品種と「インカのめざめ」に似た小粒タイプ

芽が深いことなどから、古くからの品種であることが分かる。食味の良さや、肥料を多く必要としないなどの理由から、人々は新しい改良品種よりも在来品種を好む傾向があるらしい。ホテルやレストランの食事にも必ず数点のバレイショ料理が並び、どれも美味しいと感じた。その中でも、本道の品種「インカのめざめ」に似て小粒だが、果肉は白く、甘さよりも旨みを強く感じるイモを皮付きのまま半切りにし、紫タマネギのスライスと共に蒸した料理があった。素朴な塩味だが、素材を生かした美味しさが記憶に残っている。

■ 主食はイモかトウモロコシか？
熱帯気候に属するペルーでは、古来より高地でもさまざまな作物が作られてきた。標高二〇〇〇～三〇〇〇メートルではトウモロコシや豆類が、三〇〇〇メートルを超える場所では多種多様なバレイショや他のイモ類が栽培され、人々の命を繋いできた。

インカ帝国時代の主食がバレイショとトウモロコシのどちらだったのか、研究者の間では説が分かれていたという。トウモロコシは南米原産ではないが、早い時期にアンデスに持ち込まれていたことが分かっていて、統治時代のスペイン人が残した資料ではトウモロコシをインカ帝国における最重要作物と位置付け、主食とみなすような記述が多く残っていたという。しかし、その後の研究でトウモロコシは、三〇〇〇メートル以上の寒冷高地では栽培できず、チチャ（後述）の原料となる神聖・重要な作物ではあったものの、主食として栽培されていたのは寒冷高地でも収穫可能なバレイショ（およびその他いくつかのイモ類）であったとの説が有力となっている。

■ チチャは「どぶろく」 ～昔は巫女が噛んで造った？

インカやペルーはチチャ抜きには語れないと言われる。チチャは日本の「どぶろく」のような自家醸造の酒（国が認めている）で、トウモロコシから造られる。造り方や種類はいろいろあるようだが、基本的には、トウモロコシを水に浸して作ったモヤシを天日乾燥後石臼で粉にし、その粉を数時間煮て土甕に入れ、数日放置して造る。現在ではトウモロコシジュースをプラスチックの容器に入れ、前回のチチャを注ぎ込み、発酵させる方法が多いようだ。私たちが牛乳に少量のヨーグルトを入れて新しいヨーグルトを作るのと同じ原理である。アルコール度数は低く、酔っぱらうことはまずないらしい。一般に高地ではあまりアルコール度数の高い飲料は求められないようだ。

古代の儀式では巫女の唾液で造った「噛み酒」が振る舞われていた記録が残っている。マチュ・ピチュ遺跡にも、みめ麗しい巫女たちがチチャを造り、神に捧げる織物を織るために大勢暮らしていたのかもしれない。



写真F ムラサキトウモロコシ

■ トウモロコシと「チチャ」の特別な存在

アンデス地域は昔からトウモロコシの品種改良が進み、用途別に種類も多い。濃い紫色の品種（写真F）はチチャにも使われブドウよりもポリフェノール含量が多いと聞いた。

また、一粒が二センチメートルもあるジャイアントコーンは、スーパの具や肉料理などの添え物とされる。スナック菓子にも加工されてごく一般的に売られている。この品種は、後述するチチャの里ウルバンバ地方の特産でもある。（この地方でも三〇〇メートルの高地のごく限られた地域でのみ栽培される）日本で栽培しても実は大きくならないらしく、足寄町特産のラワン路に似ていると思った。土壌成分の他に気圧や酸素濃度が影響しているのかもしれない。食感はボンについてさほど美味くはない（写真G・H）。



写真G ジャイアントコーン



写真H ジャイアントコーンのスナック菓子

主食ではなかったものの、古代インカ帝国では標高の低い場所で主に栽培されていたトウモロコシは、灌漑施設が必要なものか、作物だったはずである。また、トウモロコシが多肥栽培植物であることも理解され、家畜糞や下肥が施用され、連作を避ける配慮もされていたことが分かっている。

そんなトウモロコシは、通常の食用とする他に「チチャ」の原料として、特別な意味を持つ作物だったようだ。高地に住む人々が遠く離れた低地に、わざわざ通い^{かよ}作でチチャの原料としてトウモロコシを栽培するほど、当時はチチャを重視していた。一般庶民も飲用していたが、インカ皇帝や地元有力者にとって人々が労働を提供する行事などで、チチャを神にささげ、人々にも気前よく振る舞うことが権威の承認と維持につながったからと言われている。チチャの儀礼的な価値が原料となるトウモロコシを神聖化し、付加価値を高めていたのだ。

ペルーの階段耕地は、インドネシアなどの棚田がただ土をならして作られているのに対して、しっかりと組まれた石垣が土を抑えて崩れない構造となっている。また、別な調査からは、各段は鉢植えの内部のように異なった土層が組み合わされ、保水・排水が万全となるように考えられているという。階段耕地への細かな配慮からも当時の農業技術水準の高さと、主に栽培されていたトウモロコシなどの作物が貴重なものと

して扱われていたことが想像される。

■ チチエリア ― チチャを飲ませる酒屋

十一月から四月はペルーの雨季にあたり、マチュ・ピチュへの唯一の交通機関である鉄道が止まることがあると聞いていた。今回の旅行でも数日前に降った雨で川が増水し、クスコからマチュ・ピチュ村に向かう途中にあるウルバンバ渓谷の村で、一晩待機することになった。

予定外の滞在となったが、この村は今でもチチャを醸造し、旅行者も吞める酒屋（チチエリア）が残ることと有名なオリヤンタイタンボ村だった。チチャをつくる酒屋は何軒もあるそうだが、同行の仲間と見つけたのは、急きよ宿泊先となったリゾートホテルから歩いて一〇分ほどの静かな路地にある。見た目は、ほかの民家と変わらないのだが、入り口に、赤いボンボリのような玉が高々と掲げられている。日本の造り酒屋で新酒ができたとき、軒先につるす「杉玉」や居酒屋の赤ちようちんを連想した。この赤い玉はいつも出しているわけではないらしい。チチャは生酒なので、造り方や呑むタイミングでアルコールの強さは変わる。呑み頃は出来上がったから一週間程度で、その後は舌を刺すような酸味が強くなるらしい。この赤い玉は言わば「新酒ができました、今が呑み頃です」と伝えるための看板なのだ（写真Ⅰ）。



写真Ⅰ チチエリア

ない乳酸発酵のチチャジュースも多く造られていて、こちらはまだ癖がなく呑みやすい。

■こんなに数が多い！ アンデス原産の作物

ペルーを含むアンデス地帯が原産の栽培植物は今も世界各地で人々の食と文化を支えている。それは、アンデス山地の農民が長い歴史の中で多種類の作物・家畜を順化させ、独特な山地農業を作り上げてきたからだ。代表的なものを日本への伝来経過を含めて紹介してみたい。

・イチゴ（莓）

ヨーロッパに持ち帰られた南米産チリ種のイチゴと北米産バージニア種のイチゴが一八世紀にオランダで交配され、現在食べられているオランダイチゴが誕生した。一九世紀にオランダから日本に輸入され、明治時代に栽培が始まる。

肝心の色と味は乳酸飲料

に似ていて、最後にトウモロコシの香りが残るすっぱい飲物で、万人向きとは言えない。アルコール度数は五〜八%程度と思われるが、ここ、ウルバンバ渓谷では殆どアルコールを含んでい

・カカオ

中南米原産。マヤ文明の下で栽培され、ヨーロッパにはコロンブスが持ち込んだ。その後ヨーロッパの王侯貴族の中で贅沢品として珍重され、アフリカなどでプランテーション栽培が行われた。日本には江戸時代にオランダ人によって持ちこまれた。マチュ・ピチュへの唯一の交通手段である鉄道は、かつてこの地域の特産であつたカカオを運び出すために敷設されたと言われる。

・トマト

中南米のアンデスの高原地帯が原産。コルテスによって十六世紀にヨーロッパに持ち込まれたとされる。ヨーロッパに入ってきた当初は有毒であると考えられ、観賞用だった。食用になったのは一八世紀になってから。日本に入ってきたのは江戸時代だが、実際に普及して食卓に上るようになったのは明治以降という。

・サツマイモ（薩摩芋）

中央アメリカ、南メキシコが原産とされている。一五世紀



カカオの実

末ごろスペイン人がヨーロッパに持ち帰り、その後一六世紀末ごろまでに東南アジア、中国に広まった。異説もあるが、一七世紀ごろに琉球から薩摩藩経由で日本に持ち込まれたため薩摩芋と呼ばれるようになった。

・パッションフルーツ

ペルー・ブラジル南部原産。一七世紀にヨーロッパに伝えられ、その後世界中の熱帯で栽培されるようになった。この名前の「パッション」は情熱ではなく「キリストの受難」の意味。花の形が十字架に磔（はりつけ）にされたキリストを思わせることから。日本では「時計草」の名で知られる。

・ズッキーニ

中米原産だが地域は特定されていない。十六世紀にはすでにヨーロッパに持ち込まれていたが、本格的に普及して食用とされたのは二〇世紀に入ってから。イギリス人料理研究家に紹介されて人気が始まったという、不思議な経緯をたどった野菜。日本で普及したのは一九八〇年代になってようやく。

・ピーナッツ（落花生）

南米原産。一六世紀にヨーロッパアフリカへ伝えられ、そ



パッションフルーツの花

の後アジアへも伝播した。日本へは中国から一八世紀初頭に伝来した。

・トウガラシ（唐辛子）

メキシコが原産とされている。コロンブスが初めてヨーロッパに持ち帰り、その後十六世紀中にインド、東南アジアにも伝来した。各地の料理の重要な調味料になっている。

日本には十六世紀にポルトガル人宣教師によって伝来。朝鮮半島には豊臣秀吉の朝鮮遠征の際に初めて伝えられたと言われている。

・タバコ（煙草）

南米アンデスが原産とされる。コロンブスが持ち帰り、世界中に喫煙の習慣が広がった。日本には慶長年間（一五九六―一六一五年）に伝わったという説と、一五四三年の鉄砲伝来時に伝わったという説がある。

・その他

ヤーコン、インゲンマメ、カボチャ、アボカド、パイア、ワタ（綿）などもアンデス原産であることが知られている。



■ おわりに ― 古代の人々の知恵を感じた旅

下界から隔離されたマチュ・ピチュ遺跡は、その立地からピラミッドなどの文化遺産とは少し違っている。人々の生活圏から離れた遺跡は不審者の侵入を拒み、国の管理が行きとどく好環境にあるからだ。古代の姿がそのまま維持保存され、訪れた人々の期待を裏切らない魅力は、当時の人々の暮らしを私たちが鮮明に想像できる魅力でもある。

ペルーではこのマチュ・ピチュの他にもインカ時代の遺跡がいくつもあり、自然とうまく共生していく古代の人々の知恵が伝わってくる。複雑な石組は地震での三次元の振動に耐え、農業には不利な山岳地帯でありながら、標高毎に最適な作物・品種を選んで栽培していた。水が必要とするトウモロコシのために灌漑施設を巧みに廻らせ、地力の維持や病虫害対策などに作物の特性を生かしていたことから、共生するための技術と知識がうかがえる。今、私たちが当たり前と思っている「経済効率を最優先する農業」とは違う価値観がインカの農業にはあった。生産物の加工や標高差を超えた流通（今回は紙面の都合で割愛した）を含めて、これからも地域を守ろうとする現代の私たちに、古くて新しい選択肢を示しているように思えた。

「インカでは餓える者はいなかった」と伝えられている言葉が説得力を持っている。

（完）



写真J クスコ市中心部の広場 標高3,400mにある

（注）写真A B C D E H Jは筆者の撮影による。
その他の写真と図は関係資料から転載した。

「北海道米 おいしさNo.1」の歩み

ホクレン農業協同組合連合会 米穀事業本部

米穀部 米穀生産課 課長 駒形 剛

1 用途別・業態別の生産・販売戦略の推進

北海道の水稲生産は、厳しい冷涼な中で熱帯作物の水稲生産を行うこと、食糧管理制度の中で、収量性と耐冷性に主眼を置いた品種開発と生産の取り組みが進められていました。

しかし、政府米の在庫水準は六五〇万トンにも達し、「ヤツカイドウ米」と言われていた北海道米は特別自主流通米に取り組みと同時に「優良米の早期開発プロジェクト」に取り組み、昭和六三年の「きらら397」の登場を転機にお米の評価は大きく向上しました。

その後、新食糧法に移行し、平成八年の「ほしのゆめ」の

登場、平成一三年の「ななつぼし」の登場など、より食味の高い品種が登場するなど道農政部並びに道総研の育種力を発揮し、次々に高い成果を得てきました。

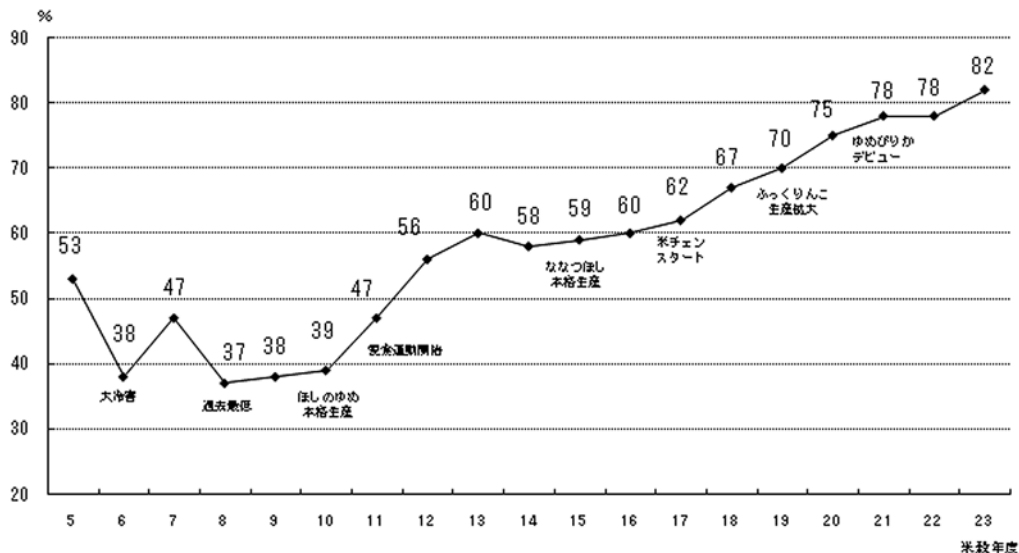
また、こうした良食味米の品種開発のほか、食味の向上に向けた蛋白質含有率の低下に主眼を置いた栽培技術の確立とその普及および米穀集出荷施設の整備や細かな仕分集荷などの集出荷体制整備により、北海道米の評価向上と需要拡大に努めてきました。

そのような中で特に現在の北海道米の位置付けを築くうえで大きな取り組みとなったのが、平成七年の食糧管理法廃止に伴う米流通の変革のなか、北海道米の生き残りに向けて中

■品種の特性

	品 種 名	採用年	系 譜	熟期	品 種 特 性
うるち米	ゆきひかり	昭和59年	母：キタヒカリ×巴まさり 父：空育99号	中早	耐冷性に優れた良食味品種
	きらら397	昭和63年	母：しまひかり 父：キタアケ	中早	炊き上がりの白さと粒感がある北海道を代表する良食味品種
	ほしのゆめ	平成8年	母：あきたこまち×道北48号 父：きらら397	中早	障害型耐冷性に優れ、食味が「きらら397」を上回る極良食味品種
	ほしたろう	平成12年	母：上育418号(ほしのゆめ) 父：空育150号(あきほ)	中早	「ほしのゆめ」に近い良食味の早生品種 上川北部中心で作付
	ななつぼし	平成13年	母：ひとめぼれ×空系90242A 父：あきほ	中早	収量性が高く、「ほしのゆめ」を並からわずかに優る極良食味品種
	あやひめ	平成13年	母：彩×道北50号 父：キタアケ	中早	白度、食味等に優れた低アミロース品種
	ふっくりんこ	平成15年	母：空系90242B 父：上育418号(ほしのゆめ)	晩早	晩生で耐冷性に優れた極良食味品種 道南地域を中心に地域限定で作付
	大地の星	平成15年	母：空育151号 父：上育418号(ほしのゆめ)	早晩	極耐冷性 耐病性 多収の加工用(冷凍ピラフ)品種
	おぼろづき	平成17年	母：空育150号(あきほ) 父：北海287号	中早	「ほしのゆめ」よりも粘り、柔らかさに優れる中アミロース品種 平成18年度より本格作付
	ほしまる	平成18年	母：上育428号 父：空育159号	早晩	直播、移植兼用で耐冷性が強く多収「ほしのゆめ」並みの良食味品種
	ゆめびりか	平成20年	母：札系96118 父：上育427号(ほしたろう)	中早	「ほしのゆめ」に優り、「おぼろづき」並みか、やや優る中アミロースの極良食味品種
	(ゆきのめぐみ)		ゆきひかり(ガンマ線照射による突然変異)	中早	通常品種に比べ胚芽が2倍程度大きい ため、GABA・ビタミンEの含有量が豊富な巨大胚芽品種
酒米	吟 風	平成12年	母：八反錦2号 父：上育404号×きらら397	中早	酒造好適米 心白の発現率が高く、酒母やもろみにおける溶解性が良い 耐病性に優れる
	慧 星	平成18年	母：北海278号(初雫) 父：空育158号(吟風)	中早	酒造好適米 タンパク含有率が低く、千粒重が重く多収である 耐冷性があり、吟風の作付が困難な地域でも作付可能

「ゆきのめぐみ」は平成19年に品種登録されましたが、北海道優良品種には採用されておりません。



■北海道米の道内食率の推移

長期的に取り組んできた『用途別・業態別の生産・販売戦略の推進』です。

その当時は、「北海道のお米は食味のばら付きが大きく使わずらい」との評価が多く、食味・品質の安定化が大きな課題でした。

当時のエースである「きらら397」についても、昭和六三年の品種登場から暫くは非常に高い食味評価を得ていましたが、作付の拡大に伴い品質がばら付き、評価を下げてしまった時期もあり、平成六年から一〇年の道内での北海道米の食率は平成五年の大凶作の影響も重なり四〇%弱と低迷していました。

この「食味・品質のばら付き」という課題の克服に向けて取り組んできたのが、前述の『用途別・業態別の生産・販売戦略の推進』であり、具体的には①広域産地形成、②広域集出荷施設の整備、③蛋白含有率による仕分集荷、④産地指定による供給、の四つの取り組みです。

まず、「広域産地形成」は、当時、農協合併が進む以前の市町村単位で農協があった頃、農協の枠を超えた大きなブロック単位でその地域の特徴を活かした良質米生産に向けて統一した生産目標を設定し、地元の普及センター等と連携し地区全体の品質の底上げをはかるという取り組みです。

例として北海道の米生産の約半分を占める空知管内では、

当時三〇程度の農協がありましたが、管内を四つのブロックとし、ブロック毎の協議会や広域連などを中心に品質の高位平準化に向けた取り組みが進められてきました。

また、「広域集出荷施設の整備」は、農協合併も見据えながら大型の米穀

集出荷施設を地区毎に整備し、施設調製による米穀の品質の向上と均質化をはかることを目的としていました。

その先駆けとして平成八年に上川中央地区の五農協（当時）とホクレンの出資で上川ライスターミナル^(株)が建設されました。この施設は、広域集出荷施設



■上川ライスターミナル(株) 鷹栖工場

のモデルとして、また、当時は北海道に米穀のカントリーエレベーターがなく、その先例としても大きな役割を果たし、現在では、道内に二一のカントリーエレベーターが出来ています。

更に全国的にも例のなかった「蛋白含有率による仕分集荷」にも平成七年から取り組みを開始しました。

これは、農産物検査による等級格付けと合わせ、お米の食味を左右する大きな要素である蛋白含有率により自主的な仕分けを行い、販売ロット毎の食味のばら付きを抑えることを目的としており、また、仕分け毎の精算格差を設けることにより、収量を抑えてもおいしいお米を生産しようという低蛋白米の生産誘導の役割もありました。

平成七年より農産物検査法にある成分分析により試行的に取り組みを開始し、平成九年より「簡易成分分析計」による仕分けも開始、平成一〇年より「簡易成分分析計」を全道的に導入し、本格的な仕分け集荷・販売が始まりました。

また、蛋白仕分と合わせ、玄米品質の指標となる整粒歩合についても、一等の基準となる整粒七〇%以上のうえに八〇%以上の仕分けを設定しました。

現在では、主要品種について、蛋白含有率の仕分けだけで最低三分、多いものは四区分、整粒仕分けも含めると一等が五区分以上に仕分けされています。

このように、「広域産地形成」「広域集出荷施設の整備」「蛋白含有率による仕分集荷」の体制確立に向け様々な関係機関の尽力や生産者の努力なくしては生産力の底上げは成し得なく、また、国や道の予算だけではなく、品種開発や栽培技術の試験研究には、農業団体としての財政支援策を行っている点についても、関係者一体となりスピード感ある成果獲得に繋がりました。

そして、この生産・集出荷体制を活かした販売体制が「産地指定による供給」です。

用途・業態毎の様々なニーズに応じ産地を特定化し、また場合によってはお客様のニーズに合わせた米づくりにも取り組み、顔の見える関係づくりのなかで、お客様が求める品位のお米を安定して供給できる体制を整備してきました。

■ 仕分集荷の品位基準

タンパク	整粒歩合	低タンパク米	一般米	8.0% 以上
		6.8% 以下	6.9～ 7.9%	
一等米	高整粒 整粒 80% 以上	4次 高品質米	2次	9次
		3次	1次	

※「きらら397」、「ほしのゆめ」、「なつぼし」の仕分基準

※「きらら397」についてはタンパク値6.9～8.4%を一般米、8.5%以上を9次とする。

※「ゆめぴりか」「ふっくらんこ」「おぼろづき」においても独自のタンパク仕分集荷を行っています。

これらの四つの取り組みにより、用途や業態に応じ最適な品位のものを大ロットでかつ安定して供給出来る体制が整うとともに、北海道全体では色々な品位のお米があっても、それが「バラツキ」ではなく、「個性・多様性」という商品メリットとして活かす、また北海道の武器にすることが可能となりました。

こうした体制整備は、食糧管理法廃止により、お米の流通合理化が急激に進み、供給ロットの大型化が求められる時代変遷にもマッチし、北海道米は固定的な需要を拡大してきました。

道内での北海道米の食率も行政等と推進してきた「愛食運動」や「米チェン」キャンペーンの効果もあり、平成六年度で道内食率三八%であったものが平成三三年度では八二%、平成二四年度では九〇%となっています。

2 新たなブランド米構想

中長期的に見てお米の全国需給は緩和基調にあり、米価は下落傾向で特に上位の銘柄ほど価格下落幅が大きい状況にあります。

そのため、北海道米と府県産米との価格差は年々縮まっています。

しかし、専業農家が多い北海道は米価下落が直接的に農家経営に響き営農が困難になる一方、価格維持にこだわれば売れ残りが発生し、翌年以降の価格および販売に大きな支障を来すこととなります。

こうした状況を打開するため、①道内食率向上を始めとする需要拡大の取り組み、②産地指定の発展形としてより安定的な取引に向けた早期販売の取り組み、そして③北海道米の新たなマーケットの開拓と価格向上の両立を目指した取り組みであり、この三つ目の取り組みが「新たなブランド米」構想です。

従来の北海道米は品質と価格のバランスの良さで需要を広げてきましたが、「新たなブランド米」の主たるターゲットは、既存の北海道米がほとんど食い込めていない新潟コシヒカリなど高級ブランドのマーケットです。

このため、まずは「コシヒカリ」級の極良食味米の品種開発が必要となりますが、農業団体の予算補助も行いながら、道内の農業試験場で品種開発が進められ、平成二〇年に「ゆめぴりか」が登場しました。

「ゆめぴりか」は、低アミロース良食味系統の遺伝子を組み入れ、適度にアミロース含有率が低く、「粘り」や「柔らかさ」が特徴のお米で、「コシヒカリ」級の食味が十分に期待できる品種でありました。

「新たなブランド米」としてのお米は、既に平成一五年に登場した地域限定品種の「ふっくりんこ」や平成一七年に登場した低アミロース系良食味品種の「おぼろづき」があり、道内を中心に一定の評価を得ていますが、ニッポンを代表するブランド米の確立に向け、『北海道から、ニッポンの米を。』をスローガンに、全道挙げて「ゆめぴりか」のブランド化に取り組むこととなりました。

「ゆめぴりか」のブランド化に向けて、まず課題となったのが「食味のばら付き」を抑える生産体制の構築でした。

前述のとおり、北海道米は、四つの取り組みにより「食味のばら付き」を克服してきましたが、「ゆめぴりか」は、既存の品種がほとんど食い込めていない高級ブランド米需要が主たるターゲットとなることから、ニッポンのトップブランドとして相応しい食味のものを実定的に生産・供給できる体制が必要不可欠となります。

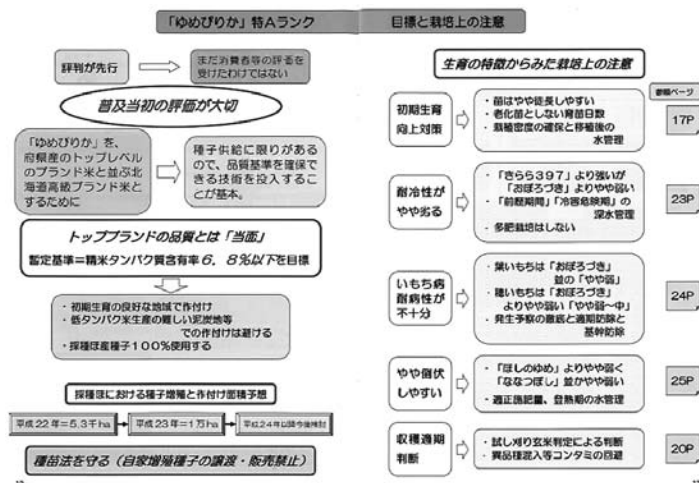
このことから、おいしい「ゆめぴりか」の生産体制を生産者主体で構築していくための

母 札系96118(北海287号)
粘りが強い、低アミロース良食味系統。

父 上育427号(ほしたろう)
収量性にすぐれた、多収良食味系統。

ゆめぴりか
(上育453号)

■「ゆめぴりか」の系譜



■「ゆめぴりか」栽培マニュアル

組織づくりとして、各農協・集荷団体毎に「ゆめぴりか」の生産組織を設立し、それを地区毎にまとめる協議会を設立、平成二十一年一月には、全道各地区の協議会代表と行政や関係機関にて構成する「北海道米の新たなブランド形成協議会」が設立されました。

この「北海道米の新たなブランド形成協議会」を中心に、ブランド形成に向けた「ゆめぴりか」の生産計画の検討および良質米生産に向けた生産・出荷基準の申し合わせ栽培マニュアル等による技術研鑽ならびに販売情勢や生産状況などの情報交換を行いながら、段階的な生産・販売拡大をはかっています。

また、ニッポンのトップブランドとして相応しい食味の

■「ゆめぴりか」の年次別生産実績・計画

	作付計画 (ha)	販売計画 (千トン)
21年産実績	3,000	11
22年産実績	5,300	23
23年産実績	10,000	43
24年産計画	11,000	47
25年産計画	13,000	55

■23年産以降の「ゆめぴりか」の生産目標・品質基準

生産目標	精米蛋白含有率	6.8%以下
品質基準	精米蛋白含有率	7.4%以下を基本とする。(家庭用精米単品向け)



■「ゆめぴりか」米袋デザイン



■ 協議会認定マーク

ものを「ゆめぴりか」として流通させるため、コシヒカリ以上の食味が発揮できる蛋白含有率とアミロース含有率の最適なバランスについて、二一〜二二年米を用い研究機関にて試験分析を行い、合わせて一般消費者をモニターとした食味官能試験の結果も踏まえ、平成二三年三月に生産目標とする蛋白含有率および家庭用精米向けの「ゆめぴりか」の品質基準が設定されました。

生産面においては、当該生産目標と品質基準に達した「ゆめぴりか」の各地区の生産成績を翌年の作付計画に反映し、おいしい「ゆめぴりか」の生産体制整備をはかつており、また、販売面においては、基準をクリアしたお米を家庭用精米「ゆめぴりか」原料として出荷し、米袋には「北海道米の新たなブランド形成協議会」認定マークを付し、ブランド米としての差別化をはかっています。

3 北海道米が目指す将来像に向けて

前述のとおり、現在北海道米は食味とともに取り組みの評

価の高まりにより、好調な販売状況で推移していますが、これを一過性のものに終わらせることなく、今後の諸情勢の中において北海道米の位置付けを確固たるものにするのが重要であるとの認識から、JA系統・連合会では団結と高い志をもって進めるべく『北海道水田農業ビジョン』の策定にあつています。

この中で、北海道米の次なる大きな目標として『名実ともに日本一と評される『米どころ北海道』の実現』を掲げ、具体的には、

① 「おいしい米の大産地『北海道』の実現に向けては生産体制の確保を通じ、ブランドイメージを定着させ北海道米全体の価値を向上させること、

② 需給や作柄変動に左右されにくい多様なニーズに対応した生産・供給体制の構築による持続的な基盤を確立すること、

③ 日本の食糧基地として更なる安定供給力の発揮に向けた体制を確立すること、

これらをもって、将来に希望がもて持続的発展性ある北海道水田農業へ一段階ステージを登ることに繋がると確信し取り組んでまいりますので、北海道の稲作生産者・関係機関皆様の一層のご理解とご協力をお願いいたします。

マルチ・ファーマーの女性たち

コピーライター 森 由香

もり ゆか さん



札幌市の広告制作会社勤務を経て、現在は「企画制作室m c m」で広報・広告に関する企画＆原稿制作に従事。「北海道」と「農業」の情報発信にかかわるべく、道内各地の取材に走り回っている。季刊誌「カイ」編集・ライター、月刊誌「農家の友」編集委員。北海道フードマイスター、農都共生研究会メンバー。

北海道農業には
どんなコピーが似合う？

はじめまして。コピーライターの森と申します。

コピーライターという名称はだいぶ認知されたとはいえ、「どんな仕事？」「何をする人？」と、広告関係以外の方にはよく聞かれます。なかなかズバツと答えられないのですが、「何かを宣伝したい人になりかわって、企画とコトバを考える仕事」という感じでしうか。

たとえば、北海道産の豚肉をもつとPRしたいとなった場合、道産豚肉では少々力強いので、「クリーン農業+豚肉」で「クリトン」という名前にしたらどうだろう…などと考えるのがコピーライターです。もしも、その方向で決まったら、デザイナーやマーケティングの人たちと次はいかに「クリトン」を広めるかを考えます。

かわいい豚キャラクター「クリトン」を作ったり、CMで「クリトン」が耳に残るようにしたり、「クリトン先生の食育講座」を

開くのもいいかもしれません。ポスターやパンフレットを作ることもあったら、その文章の部分を担当するのもコピーライターです。

そんなことを広告制作会社にて長く続けてきましたが、一〇年ほど前に道庁農政部で発行している「コンファ」という農業情報誌の仕事をする事になり、その頃から「農業」への関心が高まってきました。道内の農業地域を回り、意欲あふれる生産者の皆さんと会うつちに、「こんなすごい北海道農業の魅力をもっと伝えたい」とフリーランスになり、今は農業系コピーライターとして情報発信を続けていま



創刊から5年目を迎える「季刊誌カイ」。サイズはB5判。1シーズンかけてじっくり読める内容を目指している。

す。

さらに、この場をお借りして宣伝させてもらうと、「ホッカイドウマガジン・カイ」の編集の仕事もしています。五年前に創刊した「カイ」は、「北海道を探しに行こう」をテーマに毎号特集の切り口を変え、北海道の魅力を深く掘り下げて紹介している季刊誌です。

四月二〇日発行の春号のメイン特集は「駅」、サブ特集は「オーガニック」です。

雑誌としての知名度はまだなのですが、内容はなかなか面白いと思いますので、もしも書店・コンビニで見かけたら手にとっていただけるとうれしいです。

ググッと農の世界へ

女性農業者との出会い

季刊誌カイでは、「食と農業」に関する記事も創刊以来ずっと続けています。その取材で出会った中村由美子さんは、私をググッと農業の世界へ引き込んでくれた女性農業者です。千歳市の開拓酪農家の四人姉妹の長女に生まれ、後継者となるべく酪農学園大学に進

み、現在は経営者として中村牧場を仕切っています。

いつも驚かされるのは、忙しい牧場の仕事をしながら、数多くの活動に参加していること。最初に取材した時は、石狩管内女性農業者ネットワーク「グググのグ」の会長でした。さらに、北海道全体の女性農業者ネットワーク「きたひとネット」の事務局長、千歳市グリーン・ツーリズム連絡協議会幹事、他にもまだまだ肩書きがあるはずですよ。

仲間と「直売所をやるう！」と決めたら畑作にも挑戦し、農家による直営そば店「駒そば亭」の運営に関り、二〇一三年からは店長も引き受けています。地元の駒里地区はお祭りやイベントも多く、つねに実行委員として駆け回っています。…書いているだけでも、目が回ってきました。

中村さんを動かすものは何か。ひとつは「千産千消」を掲げるように千歳の「食と農」をもっと消費者に知ってほしいという想い。もうひとつは、自身の経営者としての経験から、女性農業者たちが前向きに農業と取り組める「道すじ」をつけたいと思っている



夏の人気イベント「北大マルシェ」で千歳産をPRする中村由美子さん。背後でかき氷作りを手伝う筆者（写真提供：農家の友）

のではないかと思います。

中村さんをはじめ、パワーあふれる魅力的な女性農業者とたくさん知り合いましたが、一方で、北海道は女性にとって厳しい職場環境であることも知りました。女性役員が二名以上いるJAを調べた調査では北海道は一〇JAのうち三JAしかなく、また農業委員の女性が占める割合も二・七%と、全国の中でワーストを争う低い数字です（平成三三年度）。

大型機械を駆使する大規模農業中心の北海道では、男性主導になってしまっているのかもしれない

ませんが、この開放的な風土や道民気質を考えると、私にとっては意外な数字でした。

雑誌「農家の友」の企画で中村さんが若い女性農業者たちと対談した後、「若い子がこう言ったの。農業は女性の地位が低すぎる、こんな思いは私たちの代で終わらせたいって。これはそのまま、私たちが言い続けてきたこととんだけど、まだ同じ思いをさせているんだよね」。いつもはニコニコと朗らかな中村さんが少し悔しそうに話してくれたのが印象的でした。

いい時間を一緒に

手前みそに願いを込めて

男性は一つのこと集中し、女性は一度にこなす「ながら」が得意という話をよく聞きます。農家のお母さんの「ながら」は半端じゃありませんね。農作業、子育て、家事、経理、さらには消費者に目を向けて直売所や加工品作りにも積極的です。

女性農業者が集うイベントで知り合った内藤圭子さんは、安平町でアンガス牛を育て、直売もしている酪農家です。町内の農家のお

母さんたちと一緒に「NPO法人ココ・カラ」を立ち上げ、ますます忙しくなってきた変！と言いつつもイキイキしています。

二月にココ・カラ主催の「味噌作り講習会」があるということで、念願の「手前みそ」を作ろうと安平町へ行ってきました。「使う大豆は安平産で、米麹も厚真町の加工場を借りて作ってきました」という内藤さんの話を聞くと、これはおいしい味噌にしなければと混ぜる手にも力が入ります。大豆と米麹と塩を合わせてよく練り、フィニッシュは空気を抜くために、丸めた味噌玉を力いっぱい樽に投げ込んでいきます。これもまた味噌作り



味噌作りを締めくくる樽への投げ入れ。力強く、かつ愛情も込めることがポイント



NPO法人ココ・カラ代表の内藤圭子さんを囲んで。味噌作りの後のおしゃべりもまた楽しい

の醍醐味で、日頃のストレスとやらも樽がしっかり受け止めてくれます。

ココ・カラの皆さんが場の雰囲気盛り上げてくれる中、知らぬ同士の参加者もいつしか和やかムードに。今後定期的に開かれるという料理講習会に、「また参加したい」という声が続々とあがりました。

生産者と消費者が交流する場はぜひ分と増えました。その時間は、生産者の皆さんが農作業の合間をぬって、知恵を出し合い、工夫をこらして作っているもの。農業という仕事のボリュームと深さを知るほどに、その時間がいかに貴重なものかを感じます。私が取材し書くことでどれだけ伝えられるか、少しでも「つなぎ」の役ができるのか、まだまだ道は遠い気がします。この春から多くさんの出会いを求め、農業の現場へ出かけていきたいと思います。手作り味噌とともに、いい夏を過ごし、おいしい秋を迎えられるように。

一般社団法人 北海道食品産業協議会

「何よりも北海道農業と
食品産業との連携が
喫緊の課題!!」

今回は、専務理事田中富重氏に法人の紹介をお願いしました。

はじめに

当協議会の紹介の機会を頂いたことに感謝を申し上げます。
当協議会は、本道における食品製造企業等の相互の連携強化
をはじめ、人財育成・技術の向上、需要の拡大やその他食品産
業の振興のために必要な事業を積極的に推進し、食品産業の成

長及び発展を図っていくことを目的として、昭和四九年二月に
農林水産省の指導により発足しました。その後、平成二年に社
団法人化を果たし、平成四年には単独の事務所を設置するなど
の事務局体制を整え、一五七企業・団体の会員の参加を得られ
現在に至っております。

北海道における食品産業の特徴

戦前の北海道における主要輸出品としては中国・東南アジア
方面に干・塩蔵魚介類の水産物、欧米諸国には缶詰・魚油（肝
油）、ヨーロッパ諸国には魚粕などが輸出されていました。ま
た、有名ブランドの輸出品としては欧米・東南アジア方面にア
スバラガスの缶詰、欧米諸国には各種の豆類が輸出されてお
ります。

戦後のわが国の輸出品としての主なものは肝油が挙げられ、
その生産量の最も多かったのが北海道でありました。また、北
海道の豆類とその製品としては味噌が全国的な名産品となつて
いました。

これまで、戦前・戦後における国内の食料難の時代には、北
海道が食料基地として多量の農産物・畜産物・水産物の生産増
強が国策として行われてきました。その効率化を追求するあま
りに、畑作地や漁場の荒廃、水産資源の枯渇などの多くの後遺
症が生じることとなりました。

水産物の一例としては、昭和四〇～五〇年には道立水産試験場が開発した「冷凍すり身」は漁獲量が多く低価格のスケトウダラを原料とし、長期保存の蛋白を食料化することにより、国民の蛋白摂取量を５％ほど引き上げ年間八千億円の経済効果をもたらしました。しかしその後の資源管理の不徹底などから濫獲となり、漁場は荒廃し漁船漁業の廃業が続出し現在に至っています。

今日の、北海道における食品産業の特徴を整理すると次のことが言えます。

- i あらゆる種類の食品産業が存在している。
- ii その生産量・生産額ともに大きく各都府県を上回っている。
- iii 製造技術に特徴があり、その技術力が高い。
- iv 食品製造に係わっている企業・従業員の質が高く多いこと。
- v 食品製造業が各地域に点在していることから、地域資源型産業となっていて、地域の雇用の促進や地域経済を担っている。
- vi 原料に食品企業所在地の、農・畜・水産物を用い、原料生産と食品製造業が両輪の軸となっていること。
- vii 加工食品の多くは、地域の内外に移出・輸出されていること。
- viii 原料には特産物が多く、いずれも国内・国外でのブランドとなっている。

以上の様に、整理された概要からみると北海道の気候風土に

培われ、他の都府県には見られない特徴を有しています。

食農連携における当協議会の役割

北海道における総工業出荷額が約五兆一千億円に対して食品産業の総出荷額が約二兆一千億円を占め、地域資源型産業として各地域に点在し、地域の雇用の促進や地域の経済を担っていると言っても過言ではありません。

北海道の食品製造企業は、約二、七〇〇社、従業員数が九二、〇〇〇人と推定され、八六％が中小の零細企業で構成されています。それを束ねる団体として社団法人北海道食品産業協議会が位置しています。

しかし、当協議会は何ら権限も財産も有しておらず、国や北海道等からの財政的な支援を受けていないことから、財政的には脆弱であり組織的にもその基盤が決して安定しているとは言えないまでも、道内の食品業界並びに会員企業を中心に、異業種の交流による新食品開発創出支援事業、販売促進支援事業、人材育成支援事業及び食品の品質管理や食品製造衛生管理等の技術指導等を行い、それらの収入と会費収入によって運営されています。

最近の食品産業を取り巻く環境は大変厳しい状況にあります。それは、輸入食品の農薬残留問題などに加えて、食品の偽装表示問題等が全国的に相次いだことなどから、消費者に対する信

頼の回復が急務としております。

しかし、残念なことに昨年の八月には浅漬けに起因するO・157中毒の発生により、多くの方々が発症し八人の方がお亡くなりになるという痛ましい事故が発生しました（後掲⑪参照）。これらのことから、食品の安全・安心に対する信頼は揺らぎ、現在でも充分に回復するまでには至っていません。

これらのことから食品業界は一丸となって食品製造工程の衛生管理について徹底した対策を実施し、安全で安心のできる食品の供給に努めているところです。

この様な状況の中で、北海道における食品産業の中核団体である協議会に対しての役割や、その機能、指導活動等に大きな期待が寄せられております。

これらの期待に応えるためには、先に述べた事業に加えて大学や公設試験研究機関、関連諸団体、関係機関との連携や支援のもとに、北海道が有する優れた自然環境を基に生産された農畜水産物を原料とする付加価値の高い加工食品の開発並びに製造、その販路開拓を目指し、会員企業と共に創造的な事業活動や経営革新への努力を積極的に推進して参ります。

日常的に主な業務としては、次のことを行っています。

①各種要望・情報などの収集及び調査の実施

食品製造企業及び関係団体や農業生産団体及び農業者の希望について聞き取り調査やアンケート調査を行い、これらを整理

検討して今後の円滑な取引（契約栽培）などの推進や効果的な情報交換の基礎資料の作成。

②個別相談の推進

食品製造企業及び関係団体や農業生産団体及び農業者の双方からの依頼を受けて、相互の交流を図り積極的な取引の推進。

③情報・意見交換会の開催

食品製造企業、農業生産団体が一堂に会しての交流の場を設けて、意見の交換から協力関係の推進。

④食品製造工程衛生管理に係わる微生物研修会の開設

近年、食品の安全確保については、原材料の生産から加工・製造・保管・出荷・消費に至る全ての過程において、微生物に由来する食中毒菌に対して適切な対応が取られております。しかし残念なことにノロウイルスによる食中毒、O・157による食中毒が相次いで発生しています。これらのことから安全で安心の出来る食品の提供体制を



微生物研修

整えることを重点にし、食品衛生法、及び食品衛生検査指針に基づく微生物の規格検査について、基本的な技術を学び、食品を製造する施設において微生物に由来する食中毒事故の危害分析や、食品製造衛生管理の検証ができる専門の技術者を養成することを目的に行っています。

研修会の内容は、微生物の基礎的な取扱い方法、試薬の調整法、一般生菌数及びデソキシコレートによる大腸菌群の推定試験、グラム染色等に重点を置いています。

研修後には修了証の交付、認定試験の実施を行っています。

⑤食品製造工程衛生管理（HACCP）研修会の開催

本研修会は、食品衛生法を踏まえ、国際基準であるコーデックス規格に基づき、食品製造施設内でのHACCPチームの編成や危害分析の実施、HACCPプランの作成、更にその検証を行うことのできる人材の育成に重点を置いた講座。



HACCPグループ研修

⑥お魚普及講座の開設

北海道の魚介類に関する正しい情報を道内外に楽しくかつ理論的にアピールでき、道産食材の啓発普及、販路拡大、食育等に貢献可能な人材を育成することを目的に、「お魚普及講座」の開催を実施しています。

口座の内容は、北海道周辺海域の魚類、甲殻類、軟体類、貝類、海藻類等の分布、生態、資源量、標準和名、一般成分、原料特性、加工製造法、水産物の衛生管理、表示等。

⑦北海道フードフェアの開催

北海道で製造・加工された食品に特化した出展とし、地域特産品の販路拡大、ふるさと特産品のPR商談機会の創出を目的



フードフェア出展風景



「韓国淳昌郡」

としております。食品製造、加工をサポートする関連産業の商品・サービス等についても、同時に展示を行い、単なる食品展示会ではなく北海道における六次産業化促進を念頭に置いた特色のある展示会としています。

この展示会に来場下さいました全国のバイヤーの方々には、外食・中食産業、百貨店やコンビニ、ネットやカタログを含む流通小売業各食品メーカー等に向けた新しい食材の掘り起こし、本物志向のユーザーへの対応などに、この展示会を活用願うこととしております。

⑧ 北海道加工食品コンクールの開催

地域の原料を使用し、概ね三年以内に北海道において開発された、魅力あふれる加工食品を全道に募集し、応募された加工食品の中から特に優れた商品を選ぶために、選考委員の方々が直接試食し、食味・獨創性・コンセプト・価格・市場性の多岐にわたり評価点を付け、審査し、最優秀の知事賞一点、札幌市



「ロシアサハリン代表部」

長賞一点、食品産業協議会会長賞一点、奨励賞五点について表彰を行うものです。

また、上位の中から全国ふるさと食品全国大会の大臣賞への推薦候補とされます。

⑨ 人材育成支援事業

当協議会に加入している、一八団体が開催する各種研修会や講習会等に対して補助支援を行っています。

⑩ ロシア連邦極東地域及び東南アジア地域における販路拡大事業、並びにプロジェクト支援事業

⑪ 「漬物の衛生規範」に準拠した簡易検査キットの開発及び普及
北海道では、二〇一二年八月に白菜の浅漬が原因で集団食中毒が発生し、厚生労働省はこれを受けて二〇一二年一〇月一二日付けで「漬物の衛生規範」を改正し、漬物類に使用する原料野菜の殺菌処理が義務付けられました。そこで、問題となるのは、原料野菜が入った殺菌処理槽中の有効塩素濃度を測定するためには「ヨードカリ滴定法」を用いて測定するのが最適な方法ですが、その方法はあまりにも煩雑で、時間もかかります。そこで、北海道食品産業協議会では、この「ヨードカリ滴定法」の原理を応用した簡易測定キットの開発を三慶グループに依頼し、このたび、三慶グループではこの「ヨードカリ滴定

法」を測定原理とする簡易検査キット「新マエストロメビウス」(写真)の開発に成功しました。この簡易検査キットは、「ヨードカリ滴定法」という測定原理に基づき、製造現場という環境で、簡単な操作方法で、塩素濃度を測定し、確認し、判断することができる画期的な商品です。北海道食品産業協議会ではこの「新マエストロメビウス」の普及を図るとともに、新しい「漬物の衛生規範」を遵守するための管理者の育成を推進していくことによって、消費者の漬物製品類に対する不信感を払しょく出来ることを願っております。

以上、これらの事業を行うことにより、北海道における食品産業の振興に資すること、当協議会の組織基盤の安定に繋がることを確信しております。

今後は、皆さんと共に連携強化を促進し、北海道における農畜水産物の自給率の向上に努めたく、よろしくお願い申し上げます。



一般社団法人 北海道食品産業協議会

〒060-0042

札幌市中央区大通西8丁目2番地 北大通ビル5階

tel (011) 241-6447

fax (011) 241-6730

URL <http://www.hofia.org/>

表紙の写真は、一般社団法人北海道食品産業協議会に提供していただいた韓国淳昌郡「ジャン類祭り」での出店の様子です。

その端緒と発刊の意義

一般社団法人 北海道地域農業研究所

顧問 太田原 高 昭

一・「北海道農業ベクトル研究会」の発足

四年の歳月をかけた『北海道農業発達史』が完成し、会員各氏への発送も終わり、完成記念パーティまで開いてもらった。ずっしりした本の重さを確かめながら、今は心底ホッとしている。「序言」や「あとがき」に書いたことと重複するが、まず私がなぜこの齢になってこんな大仕事を始めたのかについて書いておこう。



私は一九六一年に北海道大学の教養部から農学部農業経済学科に進学した。当時は意識したかどうか覚えていないが、この年に農業基本法が制定された。そして卒業して大

学院に進んだ一九六三年に道立総合経済研究所から『北海道農業発達史』が刊行された。このことははつきり覚えているだけでなく、この本がその後の勉強の導きの星となった。

『発達史』は崎浦誠治先生がリーダーとなり、当時の道立総研におられた塩沢照俊、三田保正、大沼盛男さんなど私たちの一〇年ほど先輩の方々が参加してつくられた大作である。この方々は皆な故人となられたが、今こうしてお名前を書いていても涙が出そうになるほど懐かしい。私はこの先生、先輩から『発達史』執筆の苦労話を聞きながら、万事を教えていただいていた世代に属している。

そのようなわけで、私はいつしか『発達史』が出てからそろそろ五〇年になる。その続編を書くのは我々の責任だ」と考えるようになっていた。最初に相談をかけたのは、農経同期生の黒澤不二男さんだったが、黒澤さんは言下に賛成して

くれた。きっと同じような思いがあったのだろう。まず同志を集めて研究会を始めようということになり、「北海道農業ベクトル研究会」という名称を考えてくれたのも彼である。

この名称は、藤田理事長が「発刊にあたつて」に書かされたように、単にいつ何があったということをまとめるのではなく、そこから将来に向けてのベクトルを見いだせるような仕事かしたいという願望に発している。ベクトルというのは方向性というような意味であるが、単なる方向でなくエネルギーを伴った概念である。方向と共にそれに向かうエネルギーの所在を明らかにすること、考えてみればたいそうな名前をつけたものである。

ベクトル研究会は二〇〇九年一月にスタートし、二〇一二年三月まで三七回の研究会を重ねた。三年間で三七回だから月に一回は必ず開催していたことになる。それ以降も編集委員会という事で打ち合わせを続けながら、最後の執筆に入った。大晦日のぎりぎりまでかかってすべての原稿を渡すことができた。研究会の庶務を担当した研究所の和田さん、編集委員会を仕切った上宗さん、そして編集の労をとられた北海道協同組合通信社の重堂さんの叱咤激励がなかったらここまでたどりつけなかったろう。心から感謝したい。

二・「農基法世代」が結集した執筆メンバー

さて研究会の構成だが、最初のメンバーは同期の黒澤さん、

一期下の長尾さん、二年上の土井さん、研究所所長の黒河さん、札幌大学の岩崎さん、元北大農場長の由田さんほとんど同年代の人がそろった。「老人クラブ」とか「お友達内閣」などの陰口もあったようだが、これはやはり必然的なメンバーだったのだ。

まず同じ年代であることは、最初に述べた私自身の経歴と重なっているということで、農業基本法制定前後に農業の勉強を始め、農基法農政、総合農政、そして国際化農政の下で北海道農業の研究を続けてきたという運命を共有している。したがって『発達史』の続編を書くという仕事に使命感をもつという点でも共通している。早くいえばこの話を「断れない」人たちなのだ。

それに、『発達史』にならって作目別編成とし、その執筆者を考えると「この人しかいない」ということになる。例外は私だけで、コメも野菜もとうてい専門家とはいえないのだが、私なりに書きたいことがあつて担当させてもらうことにした。ただし当然ながら力量の限界があり、稲作では中央会で米対策を担当した柴田浩一郎さんに、園芸作では飯澤理一郎さん、坂爪浩史さん、杉村泰彦さんの市場論グループに助けてもらった。

畑作は小麥が黒河功さん、てんさいが長尾正克さん、豆類が由田宏一さん、何れもその道の専門家として知られている。馬鈴しょは、若手だがすでに馬鈴しょについての好著がある小林国之さんをお願いした。農業経営学の大家である黒河さ



んと長尾さんには個別作物だけでなく、畑作経営についての総論を書いていただいた。農経出身の同世代で豆を書ける人がなく、物理学の由田さんを無理矢理引っ張り出したのは大成功といえよう。

畜産編では、元酪農総合研究所長の土井時久さんが当然酪農の担当となった。土井さんは蓄積を生かして最大の長編を書いただけでなく、藤田直聡さん、関根久子さん、畠山尚史さんの専門知識を引き出して乳牛飼養、飼料給与の各論を豊かなものになっている。

黒澤さんが、道立農試で故米内山昭和さんと共に一貫して肉牛、養豚の研究を続けてきたことはよく知られている。また専門技術員として普及部門のトップにたち、現在は改良普及協会の会長も務めている。肉用牛、養豚の両編は彼のライフ・ワークとしても読めよう。岩崎徹さんはいわずと知れた馬産研究の大家で著書も多く、全国を探しても馬を書ける人は岩崎さんしかない。

こうしてみると「お友達内閣」どころか、このような余人をもって代え難いメンバーに集まっていたことに深く感謝しなければならない。また地域農業研究所のスタッフの皆さんには、経験を生かした貴重な助言や時には厳しいご指摘もいただいた。私自身としては大学にいただけではとうてい書けないものを書けたという実感がある。

三・TPP参加表明と重なった発刊のタイミング

先輩の『北海道農業発達史』は開道一〇〇年を記念して出版されたわけではなく、もっと深刻な背景があった。これも序言に書いたことだが、当時の北海道農業は一九五五年前後の三年連続冷害などで存亡の危機を迎えており、冷害への恒久対策を求める寒地農業確立対策要求運動が官民挙げて強力に展開されていた。

農林省も北海道に対する特別立法の必要性を認め、そのための根拠となる北海道農業の歴史的技術的特質の研究を道立総研に委託し、その成果が『発達史』だったのである。そしてこの大運動の成果は畑作の「マル寒法」や原料乳の「不足払い法」となって実現した。これは社会科学の研究が現実の政策を動かした身近な好例といえよう。

私たちの共同研究のもう一つの大事な参考書となった本に一九七六年に北海道農業会議が発行した『戦後北海道農政史』がある。この本も先の寒地農業確立対策要求運動の事務局を担った農業会議が、この運動の経過と成果を歴史に残すべく企画したものである。本の内容はこの運動のことだけでなく、まさに戦後農政と北海道農業全般にわたるものとなっているが、あらためて北海道農業の歴史の上でのこの運動の重要な意味を知ることができる。

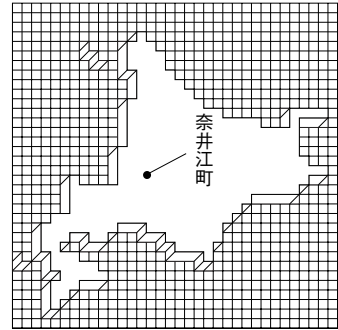
私たちの作業が開始された時には夢想だにしていなかったTPPという怪物が、途中から（菅内閣から）日本社会に重

くのしかかってきた。北海道は知事を先頭としていち早く「オール北海道」とよばれる反対運動を展開し、農協組織がその推進役として大活躍した。私たちもそのための理論構築や講演活動で運動の一翼を担うことになった。作業の後半はその合間を縫って行われたような観がある。

そして発刊のタイミングは、ちょうど安倍総理によるTPP参加表明の時期と重なったものである。『北海道農業発達史』が寒地農業確立運動のさなかに執筆されたのと同じように、この本もまさに北海道農業を守る運動に背中を押されて出来上がった。私たちはそこに歴史の不思議な符合を感じざるをえないが、かつては研究を後押しし要求に伝えてくれた政府が、この度は運動の向こう側にいるという点が大きく異なっている。

TPPに反対し北海道農業を守り抜くための運動は、これからが正念場となる。そのためにこの本が役立つならばこんなうれしいことはないし、もしこの本が北海道農業の方向性とエネルギーを正しく指し示すものであれば、必ずその役割を果たすことになる。関係者がこうした私たちの願いを生かして下さることを心から願っている。

連載



あのマチ・地域おこし活躍中
このムラ

奈井江町の事例

健康と福祉のまち 奈井江町

No.69

石狩平野の北部、空知総合振興局管内の中央に位置する奈井江町の農業にかかるマチおこしを紹介する。

1. JA新すながわ
「ゆめぴりか」生産
協議会に代表される
奈井江町の米作り

今や、中空知の奈井江町は上川や北空知をしのぐ、道内屈指の米どころと評価されている。

第四九回（平成三三年度）北海道優良米生産出荷共励会
・個人の部 第2部 うるち米（六ha以上二二ha未満）
最優秀賞 千徳信行さん
第五〇回（平成二四年度）北海道優良米生産出荷共励会
・個人の部 第2部 うるち米（六ha以上二二ha未満）
優秀賞 山口光一さん
・生産グループの部 最優秀賞
JA新すながわ「ゆめぴりか」生産協議会
（奈井江町・砂川市）

共励会での度重なる優秀
賞受賞

『千徳氏の米づくりでは、
「奈井江町の高品質な米生産」

を目的とする徹底した基本技術
の励行をみることができる。

また、減農薬に積極的に取り
組むことで、地域のクリーン農

業に対するモチベーションの維
持に貢献しており、その牽引役
となっている。さらにTIAの
一員として試験展示ほを設置し、



仲間とともに技術研鑽に励んでおり、このことが地域全体の米作り技術の底上げにも大きく貢献している。

…奈井江町の典型的な粘土質土壌にあり、透水性不良によるほ場作業の制約を受けざるを得ない条件下において、さらに平成二十一年の冷害、平成二十二年の異常高温のような気象変動の中で、このように安定した実績を残したことは称賛に値する。

…（以上、第四九回北海道優良米出荷共励会最優秀賞受賞者現地調査報告より）と、最大級の賛辞を受けている。

また、食べ比べ審査で美味しさを競う米・1グランプリINらんこしの第一回大会（平成二十三年一〇月）において、千徳さんは準グランプリに輝いた。



JA新すながわ「ゆめぴりか」生産協議会
平成二十一年から販売が始まった、ブランド米「ゆめぴりか」。全国でも、高い評価を得ており、JA新すながわで「ゆめぴりか」の生産に取り組むのは、ほ

とんどが奈井江町の農家とのこと。「ゆめぴりか」は良食味米としての品質を維持するために、タンパクの含有量を、出荷基準以下にしなければならぬ。そうすると、当然、「出荷できる米」と「出荷できない米」が出てくる。奈井江町と砂川市にまたがるJA新すながわは、「出荷できる米」の割合が、全道で実質的にトップで、しかも、それが出荷開始の平成二十一年から三年続け

基準品の出荷比率

平成21年	全道...10.7%	新すながわ...45.2%
平成22年	全道...4.2%	新すながわ...26.4%
平成23年	全道...27.2%	新すながわ...67.6%
（奈井江町 まちの話題 web版）		
平成24年	全道...25.4%	新すながわ...35.2%

JA新すながわ「ゆめぴりか」生産協議会の生産技術等にかかる主な活動

- 2月 講習会（中央農業試験場、空知農業改良普及センター中空知支所、ホクレン岩見沢支所米穀課）
施肥面談
- 6月～7月 栽培講習会（空知農業改良普及センター中空知支所）
産地訪問視察
- 8月 圃場視察
現地研修・全体会議

JA新すながわ「ゆめぴりか」憲章に掲げる米作りへの姿勢（項目の抜粋）

- …
- 3. 「高品質・良食味」の維持、向上のための栽培基準10カ条
- 4. 「高品質・良食味」の維持、向上のための収穫・出荷基準6カ条
- 5. 「高品質・良食味」の維持、向上のための品質基準5カ条
- …

とのことなのである。

この実績は「JA新すながわ「ゆめぴりか生産協議会」に代表される奈井江町の水稻農家の米作りへの情熱の成果なのである。

『奈井江の生産者はみんな職人気質。いい米、うまい米を作りたいという思いをみんな強く持っているんだよ。』

『ゆめぴりかの前から、特栽培たんぱくの取組を続けてきたから、ゆめぴりかで他の産地がコケても、うちらはできるんだ。』

『今の若い連中はすごいよ。科学的根拠をちゃんと理解して実践している。』

(以上、「JA新すながわ「ゆめぴりか」生産協議会初代会長山口光一さん、広報ないえ二〇一・七」)



良質米作りのために

別表の「JA新すながわ「ゆめぴりか」生産協議会の生産技術等にかかる主な活動」に見られるように六月の試験ほでの栽培講習会の他、二月に空知農業改良普及センター中空知支所の解説のもと、座学で前年度の稲作の分析、当年度の対策、留意



雪米の蔵～ゆめのくら～

点など詳細な講習会が開催されている。

また、これら生産者の米作りを支えているのは、奈井江町のケイ酸資材及びいもち病対策の補助であることも見逃せない点である。

奈井江町には米穀乾燥調製貯蔵施設、JA新すながわライス

ターミナル「中心蔵」が平成二二年に、米穀貯蔵用利雪低温倉庫「雪米の蔵～ゆめのくら～」が平成二二年に完成し、米の調整、貯蔵をする施設が整備されている。

すべてはおいしい米作りのために。

2. メロン生産組合の活動と小学生の応援

組合の設立

奈井江町の誇るブランドである北海キングメロンは、主要作物の米の減反対策として、高収益作物の導入を図るべく、昭和五六年に六戸からメロン生産組合を発足し、奈井江町の稲作に次ぐ作物として生産されてきたJAが合併し、砂川市の集約的作物であるミニトマト等に単収的な有利性から取って代わられつつあり、最盛期に比べ、奈井

江町では作付け面積等が半減している状況にある。しかし、産地・夕張に味で真つ向勝負との発足当初の気概は後継者たる2代目にも脈々と受け継がれている。

栽培

奈井江町でのメロンの栽培は「夕張メロンの父」といわれる笠松美紀男さん（元農業改良普及員）を招いて、赤肉メロンの採用やほ場の改良など、技術を高める努力を重ねてきた。さらに、消費者が求める安全安心に応えようと、北海道の低農薬・低化学肥料の農産品に認められる「YES!クリーン」を獲得。病気に負けない苗を育てるために、ほとんどの生産者が接ぎ木で栽培している。

ないえメロン生産組合 平成24年度活動報告及び平成25年度事業計画

組合活動を通じて技術、モチベーションを高めるメロンの生産者は、先輩と若手の間、同世代の仲間の間で切磋琢磨し、技術とモチベーションを高めあっている。（別表組合の活動参照）

重点目標

土づくり及び生産、販売技術の向上
堆肥の投入、土壌還元消毒の推進等
生産技術指導
共励会の実施
個人面談の実施
販売戦略の確立と安定出荷による有利販売
販路の充実と宣伝活動の強化
検定委員会の負担軽減と格付けの均一化
選果場の効率的運営
10a 当たり粗収入120万円以上

『経営を考えると、高く売れて欲しいという思いはある。だけど、自分のメロンを食べた人から「美味しかった」と言ってもらえるのが嬉しいよ。手間がかかる作物だけど、やめるつもりはない。これからもやっていくよ。』（ないえメロン生産組合杉本副会長・広報ないえ二〇一二・八）

『メロンは、天候に左右されやすい作物なんだよ。大雪でハウスがつぶされたこともあったし、台風が飛ばされたこともあった。病気が流行ったこともあったしね。』若手ががんばっているよ。糠消毒を積極的にやったりね。彼らは、技術を高めようという意識が高いんだ。』（ないえメロン生産組合鈴木会長・広報ないえ二〇一二・八）

奈井江小三年生 地域を知る学習

（町内の奈井江小学校と江南小学校は平成二四年度をもって廃校となり、新しい奈井江小学校に統合された。）

平成二四年、奈井江小学校は、町の特産品メロンを題材に「地域を知る学習」をJA等に依頼し、三年生（二七名）が「ないえメロン生産組合堀副会長から学校で授業を受け、暑いハウスの中を見学させてもらった後、メロンの種類、作り方、生産量、出荷先、農家戸数、加工などについて様々な質問を堀さんにぶつけた。

PRチラシ作り

学習後、子供たちは自発的にメロンをPRするチラシを作り始めた。色鉛筆のカラフルな色づかいとともに、「今がしゅん

ですよ！ 甘くておいしい！」と、アピールたつぷりの言葉が躍るチラシが出来上がった。

チラシを出荷箱へ

後日、子供たちは選果場を訪れ、出荷されていく箱にPRチラシを入れていった。「お客さんが自分たちのチラシを見て、買ってくれるといいな！」と期

待に胸を膨らませていた。子供たちは、翌週には「道の駅」ハウスアルビ奈井江で観光客へチラシを手渡すPR活動も行った。

札幌のスーパーから感謝状が届いた

『奈井江産「北海キング」メロンを販売したところ、箱の中に。さんのすてきなポスター

が入っていました。早速店頭に貼りました。お客様には大変好評です。（すこく上手ですね）
北海キングメロンはお陰様で果肉も甘く、お買い上げ頂いたお客様には大変好評です。全国送りもたくさんありました。以上、お礼と報告をかねて写真も同封して送ります。また来年も宜しくね』（以上、札幌マルコストアー東苗穂店青果担当者さんからPRチラシをつくった子への手紙）
奈井江町に、メロン生産農家に心強い味方、メロン販売大使たちが誕生した。



取材後記

米についても、メロンについても、生産者の方々が互いに切磋琢磨し、消費者に美味しい商品を提供したいという情熱と、生産物に対する深い愛情を持っているという点が共通している。そして小学生の地域を知る学習での活動などに見られるように、農業を取り巻く町民の理解が深く、応援が素晴らしいマチであると感じた。

一般社団法人 北海道地域農業研究所
特別研究員 西野 義隆



北海道における農業の 6次産業化の実態と課題

- 道委託調査のアンケート結果から -

一般社団法人 北海道地域農業研究所

特別研究員 中 村 正 士

はじめに

農林漁業の6次産業化が新聞や雑誌を賑わせている。政府は平成二三年一〇月に「食と農林漁業の再生基本方針」を決定し、その中では再生のための七つの戦略の一つとして農林水産業の6次産業化が掲げられている。周知の通り、「6次産業化」は、決して目新しい発想ではなく、今村奈良臣東大名誉教授が「梅栗植えてハワイに行こう」で有名な大分県大山町で一八年前に「農業の6次産業化」路線を提起したことに始まる。大山町農協の直売所の調査から生まれた発想で、一次産業と二次、三次産業を有機的につなげる意味で一＋二＋三＝6次と言っていたが、その後一×二×三＝6次という路線に改めたとのことである。掛け算だと一次が0になれば全て0ということで、本業である農業生産の重要性が強調された。語呂合わせはともかく、生産者がより生産物の付加価値を高めるため、加工や流通を手掛けたり、加工・流通業者が生産者と連携を強める努力は必ずしも新しい試みではなく、「農商工連携」という発想は以前からあったが、新しい発想で生産物だけでなく自然環境や地域の知恵・経験などを活用し、農村の活性化や雇用創出をする戦略の一つがこのたびの農林水産業の6次産業化と考えれば良いだろう。

実態調査の背景とアンケートの実施方法

農林業センサス二〇一〇年によれば、道内で農産物加工や直売、レストラン、民宿など関連事業を行っている経営体は約六、五〇〇に上る。道農政部は今後の6次産業化に対する施策の参考とするため、こうした道内における経営体の実態を調査することになった。調査では6次化に取り組む生産者の事例の聞き取りやアンケート調査を実施し、その結果の紹介や事業者による意見交換をする参加型のセミナーを中頓町、北斗市、網走市で開催した。ここでは、アンケートの結果から6次産業化の実態について簡単に紹介したい。

「6次化認定事業者」^注やホームページ、雑誌などから八一〇件の北海道内の事業者リストを作成しアンケートを郵送し回答を得た。有効回答数は二三で約二八%の回答率で、この種のアンケートとしては比較的高い回答率であった。質問は「組織の概要」や「6次産業化部門の現状」、「ホームページの活用状況」、「現状の課題と今後の展望」など二三項目で、ほとんどの項目は選択式である。配布対象の事業者はほぼ全道的に分布しているが、特に道央と道北、十勝に多くの事業者が分布している。回答者の地域的分布については、図1に示すようにほぼ全道に広がっており、バイアスについ

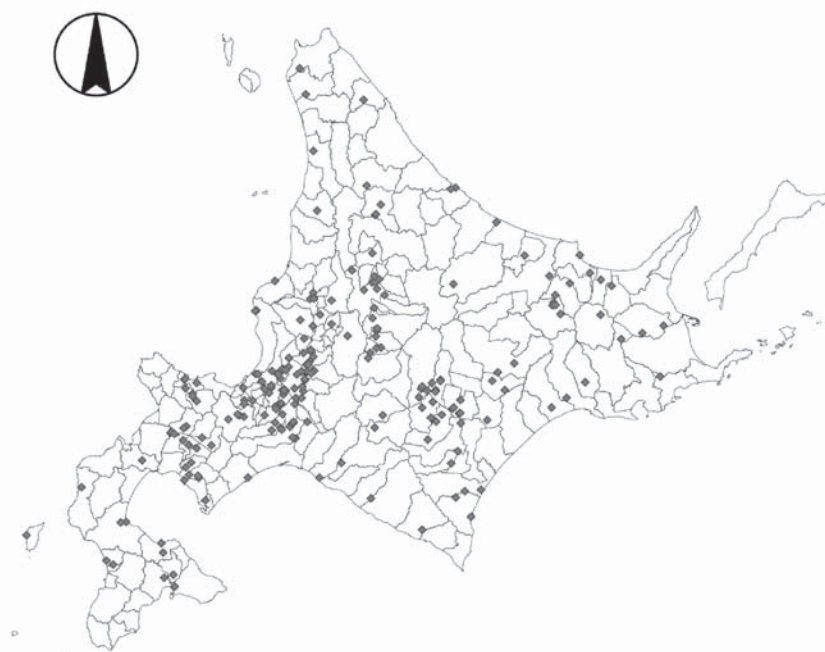


図1 アンケート回収者の地域分布

ては特に問題とはならなかった。

注) 「6次化認定事業者」…6次産業化法に基づき農林水産物などの生産・加工・販売を一体的に行う「総合化事業計画」の認定を受けた農林漁業者で、加工・販売施設の整備等に対する補助などが受けられる。

事業の実施主体はどのような経営体か

アンケートの回答者は農家が七九%、非農家は二一%であった。また、事業を行っている経営体の組織形態は、表1の示したように、個別農家が全体の四四%と最も多く、つづいて農家の株式会社や生産法人などの会社形態が二八%、非農家の株式会社が一〇%であった。農水省が調査した『6次産業化総合調査』（平成二二年度）によると、全国では個人農家が八七%を占めていたが、今回の調査では法人化された組織による事業の取り組みが目立っている。

表1 組織形態別の事業実施主体数

	組織形態	件数	割合(%)
農家	個別農家	95	43
	株、有限、農業生産法人	62	28
	任意集団	11	5
	農事組合法人	4	2
非農家	株式会社	21	9
	個人	11	5
	その他法人	8	4
	その他	3	1
	任意集団	2	1
	行政	1	0
	農協	0	0
	無回答	5	2
	合計	223	100

事業内容の主流は加工・販売

「農畜産物加工・販売」、「農畜産物産直・直売」、「農家民宿」、「観光農園」など一〇のジャンルを掲げて選択（複数回答）してもらった結果が図2である。「農畜産物加工・販売」が九一件で最も多く回答件数の四一%占め、道内の6次産業化は加工・販売が主流となっている。続いて、「農畜産物産直・直売」が六八件で三〇%、「農業体験」五七件二六%となっている。若干件数が減るが「農家レストラン」、「観光農園」、「農家民宿」がほぼ同数で十数%を占める。この質問は複数回答であり、

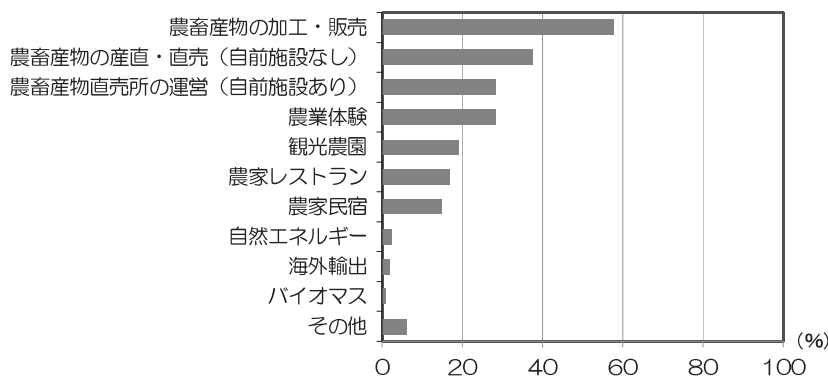


図2 6次産業化の事業形態の割合

注) 割合(%)は回答者数(223)に対する値

実際にはレストラン経営と農産物加工を同時に手掛けたり、民宿とレストランを経営しているケースなど兼営しているケースが多い。件数は僅かであるが「海外輸出」や太陽光発電などの「自然エネルギー」を事業として行っている例もあった。どの程度、事業の兼業があるかを聞いた結果が、表2である。四四％が単一事業であるが、残りの五六％は二つ以上の事業を手がけており、中には六つの事業を兼営している例もある。

表2 6次化産業化している業態数

	件数	割合(%)
1業態	88	44
2業態	57	29
3業態	21	11
4業態	17	9
5業態	10	5
6業態	5	3
合計	198	100

事業開始からの年数は一〇年以上前が多い

前述のように農業の6次産業化が国の政策に取り込まれたのは最近であるが、アンケート結果からも生産者は以前から農業生産以外の事業に

表3 事業の開始年次

開始年次	実数	割合(%)
31年以上前	9	4
26～30年前	7	3
21～25年前	30	13
16～20年前	35	16
11～15年前	53	24
6～10年前	37	17
4～5年前	11	5
3年前(2010年)	6	3
昨年(2011年)	12	5
本年(2012年)	9	4
無回答	14	6
合計	223	100

取り組んでいたことが読み取れる。表3は、事業開始からの年数を聞いた結果である。「十一年～十五年前」が最も多く五三件(二四％)に上り、次いで「六年～十年前」が三七件(一七％)である。「一六～二〇年前」と「二一～二五年前」を合わせると二九％に上り、ここ数年で、事業を開始したのは十数％に過ぎない。

事業を行っている

農家の規模

回答者の七九％を占める農家の経営規模を聞いた結果が図3である。図から見て取れるのは、一〇〇haを超える生産者がいる一方、一ha以下の面積の農家もあり、各面積規模層に事業者が万遍なく分布していることである。事業の取り組みは農家の経営規模に余り依存しないようであり、大規模農家は大きな事業、小

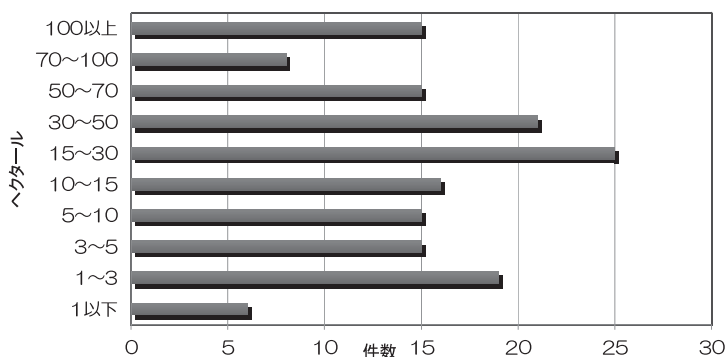


図3 規模別回答者農家数

規模農家は小なりの事業形態があると言える。

資本金の規模は

事業に取り組むに当たり、生産者が最も悩むのは資金の調達であろう。平成二四年度に「6次化ファンド法」が施行され、一定の条件を満たした事業者に対して、投資する制度ができたが、アンケート実施時点ではまだ仕組みを構築中であった。

アンケートでは事業者の資本金について尋ねており、約半数が無回答であった。残りの半数の回答結果を表4に示した。おそらく回答がなかった大半の事業者では、個人農家では会計上の資本としても明確な区分もなく、事業を行ってきたというのが実態だと思われる。この表から、四六%が三〇〇万円未満の資本金で、次いで「五〇〇万円、一、〇〇〇万円」が二三%、「一、〇〇〇

表4 資本金の階層規模別件数

資 本 金	件数	割合(%)
300万円未満	47	46
300万円～500万円未満	7	7
500万円～1,000万円未満	24	23
1,000万円～3,000万円未満	13	13
3,000万円～5,000万円未満	6	6
5,000万円～1億円未満	5	5
1億円以上	1	1
合 計	103	100
無回答	120	

万、三、〇〇〇万円」が一三%となっており、比較的規模が小さい。この調査では、事業者からの聞き取り調査も実施しており、その結果から、規模や事業の収益見通しなどから融資が得られず非常に苦労した例や融資が得られても使途に制限が多いなどの問題を挙げる事業者が多かった。また、担保設定のいらない少額の融資が小規模事業者からの要望として多かった。

事業を始めた動機

事業を始めた動機について聞いた結果が表5である。「経営の多角化・安定化」、「消費者との交流」、「所得の向上」がほぼ同じ割合で四五～四八%を占め、少し割合が下がるが「地域起こしの一環」が続く。農産物加工事業者の動機ということになるが、「規格外品の有効活用」も回答者全体に対して二六%を占めかなり高かった。

表5 事業取り組みの動機

主な動機	件数	割合(%)
消費者との交流	105	47
経営の多角化・安定化	106	48
所得の向上	101	45
地域おしの一環	79	35
規格外品の有効活用	57	26
趣味・生きがい	47	21
先進地・事例視察	47	21
その他	20	9
無回答	2	1

注) 割合(%)は回答者数(223件)に対する値

事業開始時の苦労

事業化を始めようとする生産者にとって、既存の事業者が事業開始時にどのような苦労があったかは知りたい情報の一つであろう。アンケートの結果は図4の通りである。最も苦

労した点は「集客（PR）方法」と「販路開拓」で約四〇％を占め、つづいて「資金調達」、「労働力・人材不足」、「商品開発」が約三〇％であった。集客（PR）や販路拡大は最も重要な課題であるが、資金的な問題もあり、小規模な事業者にとっては十分な取り組みができないことから、関係機関との連携や支援方法が検討される必要があるだろう。

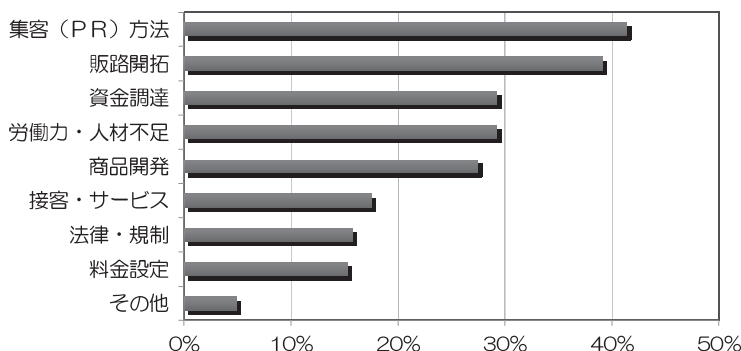


図4 6次産業化事業開始時特に苦労した点（複数回答）

注）回答者総数（223件）に対する割合（%）

事業の黒字化まで期間

事業を開始してから黒字化するまでの期間を質問した結果が表6である。まだ黒字化できていないとの回答が四八％に達しており、前述した事業開始からの期間が一〇年以上の事業者が八割近くを占めることと合わせて考えると、

事業化の難しさを示す結果であった。黒字化を達成した事業者では三年が最も多いが、平均すると四・一年であった。

主なPR方法とホームページなどの活用

PRをいかに費用をかけず効果的に行うかが6次化事業での収益向上のポイントの一つと考えられるが、事業者はどの

表6 6次産業化事業黒字化までの年数

年数	件数	割合 (%)	黒字化未達成を 除いた比率(%)
1年	16	9	17
2年	10	5	11
3年	32	17	34
4年	4	2	4
5年	18	10	19
5年～10年	14	8	15
10年以上	1	1	1
黒字化未達成	89		
無回答	39		
合 計	223		

黒字化するまで平均年数 4.1年
現時点で黒字化している事業体における平均値

ような媒体を利用しているかを聞いたアンケート結果が図5である。最も多く利用されていたのがホームページ（HP）

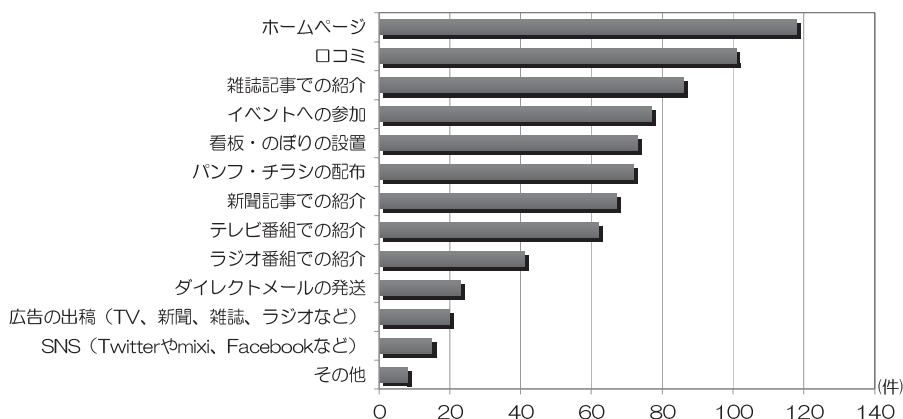


図5 主なPR方法（複数回答）

表7 ホームページとSNSの活用状況

活用状況	実数(件)	比率(%)	未作成を除いた比率(%)
十分に活用できている	14	7	10
概ね活用できている	48	24	34
どちらともいえない	35	18	24
あまり活用できているとはいえない	46	23	32
作成していない	56	28	
無効・無回答	24		
合計	223	100	100

注) SNS は Social Network Service の略、Facebook や Twitter、mixi など意味している。

であるが、しかし利用はまだ回答者の半数程度（五三％）に止まっている。事業者には選択権はなく受動的な手段ではあるが、「新聞・雑誌などでの紹介」と回答した事業者が三〇％程度と比較的高かった。一方、広告やダイレクトメールなどの手段は事業者の意思で情報発信ができるが、費用の問題もあり回答者の活用は約一〇％に止まった。費用や手軽さから Face book など SNS (Social Network System) の利用が進んでいると予想されたが、結果からは七％程度でまだ利用されていないのが現状である。ホームページや SNS の事業への活用状況を聞いたのが表7である。五割程度は活用できていると答えているが、活用できていない事業者も多く、活用法の指導やHP運用なども今後関係機関による支援が必要と思われる。

主な販売チャネル

主な販売先とそのチャネル数について聞いた回答が、表8と表9である。前述のように6次化の取り組みでは加工・直販や産直・直売が大半であり、その販売先は圧倒的に「消費者」となっており八〇％を超す。次いで「地元小売り業者」、「卸・仲卸・仲介業者」と続くが、三〇％程度と少ない。表から販売チャネル数を一カ所しか持たない事業者が三五

％、二カ所は二一％で、一、二カ所の事業者は約五五％以上に、販売先が非常に限られていることが分かる。

表8 主な販売先（複数回答）

販売先	件数	割合（％）
消費者	122	55
地元小売業	65	29
卸・仲卸・仲介業者	59	26
外食産業	48	22
農協（市場出荷除く）	37	17
デパート	34	15
大手スーパー	29	13
生協	28	13
その他	24	11
食品メーカー	17	8
コンビニ	9	4
無回答	20	

注）割合（％）は回答者数（223件）に対する値

表9 販売チャンネル数

	件数	割合（％）
1カ所	20	9
2カ所	64	29
3カ所	30	13
4カ所	30	13
5カ所	19	9
6カ所	7	3
7カ所	6	3
8カ所	4	2
9カ所	1	0
10カ所	1	0
無回答	41	18
合 計	223	100

現状での事業上の課題

事業者が抱える課題についてアンケート結果を見てみたい。業種共通の課題もあるが、当然、「技術不足」や「原材料確

保」など業種特有の課題もあり、業種ごとに課題を見る必要があるが、ここでは紙幅の関係で全ての業種全体での結果のみを示す。表10に示した通り「労働力不足」や「農業生産との両立」、「販路拡大」、「資金不足」などが課題として上位を占める。表では件数が少ないが、事例調査などの結果からは加工やレストランなどの事業化では「技術不足」や「法制度の制約」は課題として大きいことが明らかとなっている。

アンケートの自由記載欄に書かれた事業者の声の中にも具

表10 現在の課題（複数回答）

項目	実数（件）	割合（％）
労働力不足	69	31
農業生産との両立	64	29
販路拡大が進まない	57	26
資金不足	53	24
集客不足	39	17
コストの増大	39	17
後継者不在	34	15
従業員教育への投資ができない	33	15
販売価格の適正化	28	13
技術不足	25	11
公的支援の申請手続き	21	9
法制度の制約	20	9
生産性が上がらない	18	8
特定の販売先への依存	16	7
原材料確保	14	6
その他	16	7

注）割合は件数／回答者総数（223）

体的な要望や課題が見られる。例えば、「事業開始して間もないので少量加工しかできないが、市場では多量の商品供給を求められるので、少量販売でも対応してくれる卸業者を紹介して欲しい」、「季節変動が大きい事業なので繁忙期はテナトやデッキでのいであるが、店の規模拡大したくても資金の関係で十分な設備は準備できず保健所の許可が下りない」、「個人で加工品開発や販売を考えているが、加工施設を持つ資金がなく、地元行政にも支援策はない」、「加工品の工場建設を6次産業化事業で申請したら新製品の生産でないのではダメといわれ補助が受けられず断念した」など幾つかの具体的な問題点が寄せられている。

事業者の今後の意向

6次産業化を推進しようとする場合、6次化に取り組む事業者の事業に対する今後の展望が気になるところである。これに対するアンケート結果は表11の通りで、「拡大」したいとする回答は一〇%に過ぎない。「現状維持」は三四

表11 事業の今後の意向

年数	件数	割合(%)
拡大	98	44
現状維持	78	35
縮小	14	6
未定	15	7
無効・無回答	18	8
合計	223	100

%、「縮小」が二五%、「未定」が三二%と続き、現状維持あるいは縮小傾向が見られることから、今後前述の事業の課題を十分に検討し関係機関による支援策を早急に講じる必要があると思われる。

まとめ

紙幅の関係でアンケートの全項目は紹介できなかったが、結果を要約すれば以下の様になる。

道内における農業分野の6次産業化の事業は、農産物の加工・販売や「産直」、「道の駅」などや自前の販売施設での直販」が大半を占め、事業を始めて一〇年以上経過している事業者がほとんどである。6次化に取り組んでいる生産者は資金の規模も小さい。また、PR活動や販路拡大も十分に取組まれておらず、集客や販路に課題を抱えている。その他の課題としては、労働力不足や資金不足、技術不足、法制度の制約などが挙げられていた。

今回のアンケート調査で得られた知見が6次産業化に取り組む組もうとする生産者やこうした事業に対する支援を模索している関係機関の方々の参考となれば幸いである。(了)

掲示板

研究会・研修会等への

報告者・講師の派遣

(平成25年1月～3月)

○「平成24年度野幌報徳社冬季研修会」

主催 野幌報徳社・江別報徳会

とき 平成25年1月15日

テーマ 留岡幸助の北海道における報徳思想とキリスト教精神の実践

講演 黒澤 不二男

(当研究所・特別参与)

○「J Aとまこまい広域 フロンティア塾」

主催 苫小牧広域農業協同組合

とき 平成25年1月15日

テーマ 10年後を見据えたJ Aとまこまい広域管内農

業のあるべき姿
講演 正木 卓
(当研究所・専任研究員)

○「平成24年度千歳地区担い手受入れ・指導農家研修会」
主催 千歳地区担い手受入れ・指導農家協議会・道央農業協同組合千歳支店

とき 平成25年1月17日

テーマ 都市近郊農業の展開方

向と課題

講演 黒澤 不二男

(当研究所・特別参与)

○「平成24年度全道農業者年金推進大会」

主催 北海道農業会議

とき 平成25年1月23日

テーマ TPP 参加問題の現段階

講演 太田原 高昭

(当研究所・顧問)

○「平成24年度道央地区地域づくり活性化協議会研修会」
主催 道央地区地域づくり活性化協議会・道央農業協同組合江別支店

とき 平成25年1月23日

テーマ 石狩圏農業の特質と発展の方向性

講演 黒澤 不二男
(当研究所・特別参与)

○「岩見沢市議会議員会研修会」
主催 岩見沢市議会議員会
とき 平成25年2月1日

テーマ 市場経済グローバル化と食料・農業・北海道農業の位置づけ

講演 黒河 功

(当研究所・所長)

○「第99回村づくり・人づくり報徳研修会」

主催 北海道報徳社

とき 平成25年2月1日

テーマ 二宮尊徳の実像と業績の現代的解釈

講演 黒澤 不二男

(当研究所・特別参与)

○「宗谷地域6次産業化推進セミナー」

主催 一般社団法人北海道地域農業研究所・北海道農政部・宗谷振興局

とき 平成25年2月5日

テーマ 宗谷地域における農業6次産業化の推進について

コーディネイター 黒澤 不二男

(当研究所・特別参与)

○「平成24年度士別市農業講演会」

主催 士別市

とき 平成25年2月12日

テーマ 許すなTPP、どうなる新政権の農政

講演 入江 千晴

(当研究所・常務理事)

○「渡島・松山地域6次産業化推進セミナー」

主催 一般社団法人北海道地域農業研究所・北海道農政部・渡島総合振興総合振興局

とき 平成25年2月14日

テーマ 渡島・松山地域における6次産業化の推進について

コーディネイター 黒澤 不二男

(当研究所・特別参与)

○「平成23年度J A研究助成対象報告会」

主催 社団法人J C総研

とき 平成25年2月26日

テーマ 北海道における中山間地野菜産地形成と土地利用型農業の再構築

講演 正木 卓

(当研究所・専任研究員)

- 「平成24年度空知南西部地区農業士・指導農業士研修会」
主 催 空知南西部地区農業士・指導農業士協議会
と き 平成25年3月1日
テーマ 空知南西部農業の展開方向と課題
講 演 黒澤 不二男
(当研究所・特別参与)
- 「平成24年度石狩女性農業者講座」
主 催 財団法人道央農業振興公社
テーマ これからの地域づくりと女性が変わる地域と農村
と き 平成25年3月6日
講 演 黒澤 不二男
(当研究所・特別参与)
- 「平成24年度蘭越町農業研修会」
主 催 蘭越町産業課
と き 平成25年3月7日
テーマ TPPと北海道農業
講 演 太田原 高昭
(当研究所・顧問)
- 「平成24年度旭川農村婦人大学終了式」
主 催 旭川市農政部
と き 平成25年3月26日
テーマ 旭川農村婦人大学の20年
講 演 太田原 高昭
(当研究所・顧問)

『新北海道農業発達史』の発刊・販売について

当研究所は、平成25年3月に『新北海道農業発達史』の発刊をいたしました。

かつて本道開拓以来の農業展開については、名著「北海道農業発達史」(北海道総合経済研究所発行)が広く知られておりますが、それは1960年代までの内容であり、1961年に制定された農業基本法から最近までの本道農業展開に関する記述はないままにありました。そこで、平成21年1月に各分野の専門研究者が集い「北海道ベクトル研究会」を立ち上げ、1960年以降の北海道農業の歴史を整理し編纂に取り組んできました。

出版物の内容は、稲作・畑作・園芸・酪農・肉牛・肉豚・馬産の項目で、A4サイズ、691ページです。

『新北海道農業発達史』の発刊は、当研究所公益目的事業の中の自主研究事業の一つに位置付けており、日頃よりご支援をいただいている当研究所会員の皆様には無償にて配付いたしました。

なお、会員以外の皆様には1冊5,000円(税込・送料込み)で販売しております。

購入を希望の方は、冊数に限りがございますので、お早めにFAX・Eメールにてお申し込み願います。

< 申 込 先 > FAX 011-852-6663
E-Mail office47@chiikinouken.or.jp
< お問い合わせ > TEL 011-859-6010

人事異動

△退任▽

研究部長 遠藤

卓也（1月31日付）

特別研究員 米田

秀雄（1月31日付）

ホクレンへ
ホクレンへ

△新任▽

総務部長 長畑

修平（3月1日付）

△昇格▽

研究部次長 鷹田

秀一（2月1日付）

前 特別研究員

編集後記

●25年度春号の会報をお届けします。
待ちに待った春だ。

最近自然の恐ろしさに驚愕している。自然には尊敬と畏敬の念を持って対応しなければならぬ。その中で私たちは生かされている。

●安倍内閣による経済政策で円安、株高が進み景気は回復傾向しかし、TTP参加問題は危険

な方向に向かっている。経済効果ではマイナスが三兆円、プラスが三・二兆円。三兆円マイナスは正しいと考えるがプラスは来年の消費税値上げや、電力料金、商品の値上げなどで消されてしまう。生産者、消費者に恩恵はない。

●『特集』で北海道米を取り上げた。一朝一夕で今が完成したわけではない。
産官学の力である。本当の仕事を教えられた。今日も道産米うまい。

●「新北海道農業発達史」が多くの関係者の力で発刊された。歴史は未来への羅針盤である。一読願いたい。

●当研究所自主研究課題として引き続き「日本の食料の将来」を取り上げる。会員への政策提言の糧となるよう努力したい。
●プロ野球が始まった。日本ハムの勝利を道民は待っている。
「11」大谷君がんばれ！

（小林 久人）

DATA FILE

関連事項 / DATA

ホクレン農業協同組合連合会
〒060 - 0004
札幌市中央区北4条西1丁目
☎ 011 (232) 6236

一般社団法人北海道食品産業協議会
〒060 - 0042
札幌市中央区大通西8丁目
北大通ビル5階
☎ 011 (241) 6441
FAX 011 (241) 6730

奈井江町役場
〒079 - 0392
空知郡奈井江町字奈井江11番地
☎ 0125 (65) 2111
FAX 0125 (65) 2809

新砂川農業協同組合
〒073 - 0131
砂川市東1条南1丁目1番20号
☎ 0125 (54) 3181
FAX 0125 (52) 9337

一般社団法人 北海道地域農業研究所
〒062 - 0041
札幌市豊平区福住1条4丁目13番13号
☎ 011 (859) 6010
FAX 011 (852) 6663
HP: <http://www.chiikinouken.or.jp>

Meat Packer Incorporation

安全・安心な食肉を
真心こめて
全道6工場から
全国の皆様へ
お届けします。



北海道畜産公社

代表取締役社長 山内 啓二

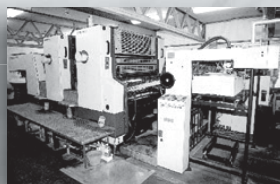
本社 〒060-0004 札幌市中央区北4条西1丁目 共済ビル3階

T E L (011) 242-4129 F A X (011) 242-2929



FUJI PRINT Co.,Ltd.

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

富士プリントはさまざまな印刷に対応

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



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/>

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」J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。

安べも、そのままに。

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。