ISSN 0917-3889

HOKKAIDO REGIONAL AGRICULTURAL INSTITUTE

地域と農業

会　報

第92号
Jan.2014

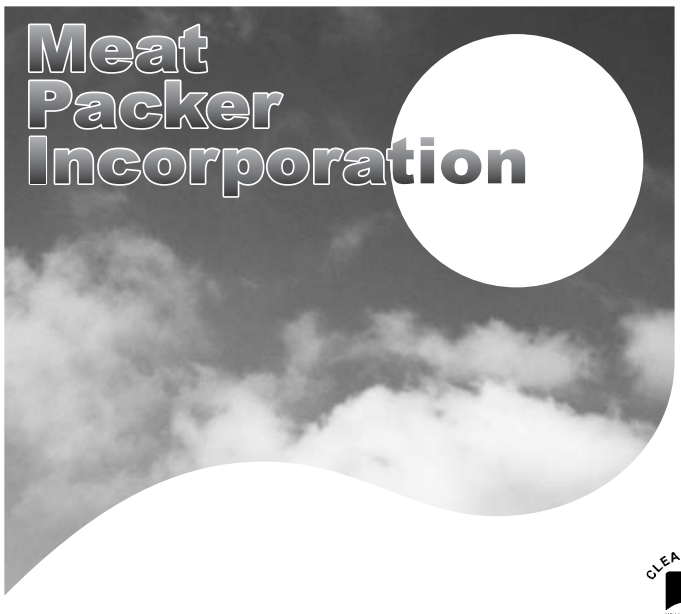
Winter

特集

平成25年度（第28回）農業総合研修会

「ロシア極東地域の農業と食生活」

一般社団法人　北海道地域農業研究所



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。

CLEAN MEAT MPI
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
ＴＥＬ(011)242-4129　ＦＡＸ(011)242-2929

北の大地に挑む 農業教育の軌跡

刊行／「北海道における農業教育の軌跡」刊行協力会
編集／「北海道における農業教育の軌跡」編集委員会
監修／太田原高昭・鈴木敏正

140年を経た北海道開拓の歴史の中で、西洋農業を取り入れた「農業教育」の果たした役割は大きい。

本書は、公益財団法人北農会農業技術コンサルタントチームを中心に、３年越しで企画・調査・研究・執筆・編集されました。高等学校から大学・短大・専門学校等の学校教育をはじめ、実習生・研修生、各農業団体や行政機関による指導等、北海道独特の制度を含むさまざまな農業教育・普及・指導の歴史を体系的にまとめた、他に類を見ない貴重な資料です。

Ａ4判　450頁　上製本
定価3,000円（税込）送料600円

―図書のお申し込みは下記へ―

株式会社 **北海道協同組合通信社 管理部**
☎ 011(209)1003　FAX 011(209)0534

e-mail　kanri @ dairyman.co.jp
※ホームページからも雑誌・書籍の注文が可能です。
http:// www.dairyman.co.jp

地域と農業

Vol. 92

表紙写真：長沼町グリーン・ツーリズム
「京都府同志社小学校」
解散式を終えて
（平成25年８月21日）

提供：長沼町

——目　次——

2　観察（みる）　「待ったなし　でもちょっと待て　TPP」
一般社団法人 北海道地域農業研究所　常務理事　**入江　千晴**

9　特　集　平成25年度（第28回）農業総合研修会
「ロシア極東地域の農業と食生活」
札幌学院大学 社会情報学部　教授　**小内　純子**

39　Essay　女性の発想は農業を変える？
コピーライター　**森　由香**

43　緊急レポート　食材偽装に対する緊急提言
酪農学園大学 農食環境学群食と健康学類　教授　**鈴木　忠敏**

54　会員紹介　雪印メグミルク株式会社　酪農総合研究所
雪印メグミルク株式会社 酪農総合研究所　担当部長　**宇髙　健二**

60　研究報告　中国の玉ネギ生産と産地構造(2)
北海道大学 大学院農学研究院　准教授　**朴　紅**
教授　**坂下　明彦**

64　書　評　『北の大地に挑む農業教育の軌跡』
北海道大学　名誉教授　**七戸　長生**

68　連載No.72　あのマチこのムラ地域おこし活躍中
長沼町の事例
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**

75　掲示板・お知らせ・DATA FILE

観察（みる）

「待ったなし　でもちょっと待て　TPP」

一般社団法人　北海道地域農業研究所　常務理事　入江千晴

一．はじめに

昨年十一月十七日、久しぶりにバラエティ番組「笑点」の大喜利にTPPに関する川柳が登場しました。十一月十七日は将棋の日。それにちなんで、「待ったなし」を頭に付けて川柳を作るという問題です。その川柳は次の通りです。

「待ったなし　でもちょっと待て　TPP」。

将棋の待ったはよろしくないが、TPPは「ちょっと待て」というのです。

この川柳を作ったのは六代目三遊亭円楽さんです。笑点では腹が黒いとか、友達がいないという役回りの円楽さんですが、大学で講義を行うほどの知識人です。円楽さんの川柳に、その通りとうなずいた方は多いと思います。

二．TPP交渉での農産物の「聖域」確保は困難に

平成二十四年十二月、自民党は聖域なき関税撤廃を前提にする限りTPP交渉参加に反対するとの公約を掲げて総選挙に圧勝し、政権に復帰しました。安倍総理は昨年二月の日米首脳会談で聖域なき関税撤廃が前提でないことが明確になったとして三月十五日、TPP交渉への参加を表明しました。そして、七月二十三日、日本はTPP交渉に正式に参加しました。三月の参加表明の際に、「聖域を守る」「日本の交渉力を駆使する」と説明されましたが、過去に日本が関税を撤廃していない品目は農産物だけでも八三四品目に上ります。全ての貿易品目数九、〇一八品目に占める割合は約1割です。TPP交渉で約一割もの品目が関税撤廃の例外や除外扱いになることはありえず、聖域は守れないと誰もが思う交渉に日本は参加しました。

その後、農産物の「聖域」、つまり守るべき品目は農産物五品

目（米、麦、牛肉・豚肉、乳製品、甘味資源作物）という表現に代わりました。五品目の品目数は五八六品目です。いつのまにか「聖域」の品目数は八三四品目から五八六品目へと二四八品目も減ってしまいました。

そして昨年十月八日、与党の西川ＴＰＰ対策委員長がインドネシア・バリで次のように発言します。「五項目の中で関税維持から抜けるものがあるかどうか、品目ごとの検討はしなければいけない。」この委員長の発言はＴＶ映像で報道され、それを見た国民は農産物五品目の五八三品目をさらに絞り込むことだと受け止めました。新聞も重要農産物の一部について関税撤廃の是非を検討すると一斉に報道しました。

バリでのＴＰＰ会合を終えて、与党の各種会合では、西川委員長の発言への批判、懸念が噴出します。委員長はバリでの記者会見について、「真意が伝わっていない」と弁明し、「重要品目以外にも、議論のある品目も多くある。これらを総合的に検証して、党としての意見を申し上げていきたい」と説明しました。別の与党農林幹部も「重要品目は五八六品目だが重要品目「等」を加えると八三四品目になる。北海道の雑豆などは五八六品目に入っていないが、地域では欠かすことのできない品目なので八三四品目をしっかり守っていくことが大事だ」と発言しました。結局、「重要品目等を関税撤廃から除外し聖域が確保できない場合は脱退も辞さない」とした国会決議や与党の決議を再確認して、重要品目等の検証作業入りが承認されます。

その後、西川委員長は十月二十一日のＴＶ番組で「五八六品目以外にたくさん守らなければならないものがある、その検証である」ことを強調したうえで、「検証の結果は公表しない、各国に手の内をさらし交渉上不利に働くのを防ぐ狙いからだ」と説明しました。検証したが結果は公表しない。不安と懸念が残りました。

西川委員長の発言について、一旦は重要五品目の五八六品目に絞り込まれた「聖域」を、小豆など五品目以外の農産物を含む八三四品目に押し戻したと受け取る向きもありましたが、昨年の十二月、シンガポールでの閣僚会合を前にＮＨＫは、日本が自由化率九二％を提示したと報道しました。この報道が正しいのなら、重要品目「等」の八三四品目は七二一品目程度に絞り込まれたことになります。八三四品目に「聖域」を押し戻したとの期待はしぼみ、どうやら国会で野党が批判した通り、八三四品目の「聖域」確保は困難になってきたようです。

三．自由化率とは何か

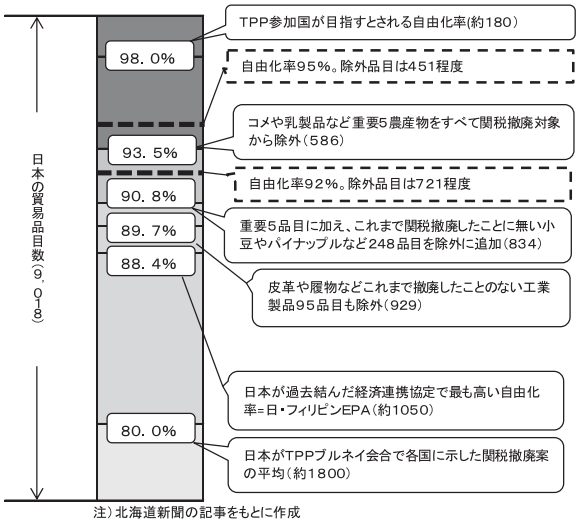
ところで、ＦＴＡやＥＰＡの関税交渉では自由化率という指標が使われます。日本はこれまで、一定期間内に関税を撤廃する品目の貿易額が貿易総額に占める割合をもって自由化率としてきました。貿易額ベースの自由化率といいます。貿易額が少なく貿易拡大が見込めない品目をいくら関税撤廃しても貿易促進にはつな

がりません。貿易額ベースの自由化率は、貿易額の多い品目を意識しながら関税撤廃交渉を行う際に有効です。

対して、ＴＰＰ交渉では貿易額ベースではなく、品目ベースの自由化率が採用されています。品目ベースの自由化率とは、一定期間内に関税を撤廃する品目数の割合のことです。

四．自由化率を巡る交渉の厳しさ

日本が八月のＴＰＰブルネイ会合で示した品目ベースの自由化率の案は八〇％そこそこと言われています。他の国々は九二～九五％の自由化率を提案していて、多くの国が日本にもっと自由化率を引き上げるよう求めたようです。



注）北海道新聞の記事をもとに作成
自由化率と撤廃を免れる日本の貿易品目数

小豆など五品目以外の農産物を含む農産物八三四品目に、皮革製品や靴などの工業製品九五を加えた九二九品目について関税を撤廃しない場合の日本の自由化率は八九・七％です。先にＮＨＫが報道した九二％の場合、関税を撤廃しない品目数は七二一品目程度です。仮に、自由化率を九五％に引き上げるとなると関税を撤廃しない品目数は四五一品目程度となります。農産物の「聖域」八三四品目はもとより、米や麦など農産物五品目の五八六品目さえ守れません。大変厳しい交渉です。

五．貿易品目の総数は国によってバラバラ

しかし、品目数の絞り込みの前に、検証してほしいことがあります。各国の貿易品目の総数（タリフラインの総数）です。日本の貿易品目の総数は農林水産品、鉱工業品合わせて九、〇一八品目でした。そして、農産物の「聖域」八三四品目の関税を撤廃しない場合の自由化率は九〇・八％になります。仮に日本の貿易品目の総数が一〇、〇〇〇品目で、関税を撤廃しない品目が八三四と同数だった場合、自由化率は九一・七％になります。一二、〇〇〇品目なら九三・一％です。貿易品目の総数が増えるだけで自由化率は上がります。国ごとの貿易品目の数がバラバラのままで交渉するなんてありえないと思うかもしれませんが、貿易品目の

貿易品目の総数の違いによる自由化率の試算（品目ベース）　（単位：品目、％）

	①貿易品目の総数	②関税を撤廃しない品目数	③関税を撤廃する品目数 ③＝①－②	④自由化率 ④＝③÷①
日　本	9,018	834	8,184	90.8%
試算①	10,000		9,166	91.7%
試算②	12,000		11,166	93.1%

TPP交渉参加国と韓国の貿易品目の総数（試算）　（単位：品目、％）

	①貿易品目の総数試算（HS９桁） ①＝②÷③	締結済のFTA・EPA名	②同左での長期自由化又は自由化除外品目数 ②	③同左品目の全品目数に対する割合 ③
米　国	10,042	米・チリ	241	2.4%
	10,556	米・ペルー	190	1.8%
日　本	9,018			
オーストラリア	8,000	米・豪	8	0.1%
チ　リ	5,783	米・チリ	133	2.3%
	7,899	TPP(P4協定)	253	3.2%
ペ　ル　ー	7,286	米・ペルー	51	0.7%
ニュージーランド	7,222	TPP(P4協定)	650	9.0%
韓　国	11,647	米・韓	198	1.7%

注）政府公表のTPP関連資料を基に試算。
日本の貿易品目の総数は政府公表の実数。

数は国によって違います。経産大臣は、日本の貿易品目の数は九、〇一八品目であり、米国のそれは約一〇、〇〇〇品目であると国会で答弁しています。そして、日本政府が公表しているＴＰＰ資料をもとに各国の貿易品目の数を試算すると米国の貿易品目の数は一〇、〇四二～一〇、五五六品目となります。豪州は八、〇〇〇品目、チリが五、七八三～七、八九九品目です。ＴＰＰには参加していませんが、韓国の場合は、米韓ＦＴＡの資料で試算すると一一、六四七品目になります。

六．ＷＴＯでは貿易品目の数の違いによる不公平是正を主張

国によって貿易品目の数が異なる問題はＷＴＯ農業交渉でも問題になっています。ＷＴＯ農業交渉の議長案では、各国は有税品目数に一定割合（四％）を乗じた数まで重要品目を指定できます。しかし、各国の貿易品目の数はバラバラ、有税品目の数もバラバラです。

貿易にはＨＳ６桁といわれる世界統一の商品の分類基準があります。このＨＳ６桁で日本の農産物を分類すると一、三二六品目になります。対して、ＥＵの農産物は二、七二六品目、米国は一、七七九品目、カナダは一、四二九品目です。世界統一基準であるＨＳ６桁で分類しても、ＷＴＯに申告している品目の数は各国バラバラなのです。そして、日本はＷＴＯ交渉で貿易品目の数の違いによる不公平是正を主張した結果、重要品目を六％まで指定できるようになったようです。

七．ＴＰＰ参加各国の貿易品目の数の検証が必要

ＨＳ６桁よりも細分化されたＨＳ８桁やＨＳ９桁になると、品目の名称や番号の付け方の世界基準はありません。各国が独自に勝手に名前と番号を付け分類しています。ＴＰＰ交渉では、この各国が独自に勝手に番号を付け分類できるＨＳ９桁の品目数をもとに自由化率が算定され関税交渉が行われています。貿易品目（タリフライン）の詳細を公表してほしいという要望に対して日本政府は「交渉の手の内を明かすことになる」として公表しないということです（日本農業新聞）。確かに、日本の貿易品目の数

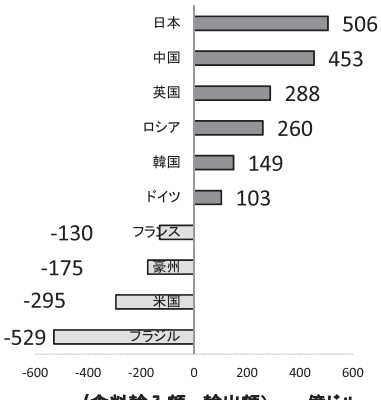
九、〇一八品目は米国よりは少ないものの豪州やニュージーランドよりは多く、ＴＰＰ交渉参加国の中では多い方かもしれません。しかし、日本に都合が良さそうなＴＰＰ交渉では黙っていて、不利なＷＴＯでは異議を申し立てるということでよいのでしょうか。ＴＰＰが二十一世紀をリードする新しい貿易・投資のルール作りを標榜するのであるならば、まずはＴＰＰ交渉参加国の商品の名称や分類、番号の基準を統一し、貿易品目の数を同じにしてから関税交渉を行うべきです。「聖域」の絞り込みの前に検証するべきことがあるのです。ＷＴＯ農業交渉も同様です。日本に重要品目が二％追加されるからそれでいいというものではありません。貿易品目の数が国によってバラバラの状況を放置したまま決めるルールは、平等、互恵の貿易ルールとはいえません。

八．「自由化率」には貿易品目の数以外にも問題がある

品目ベースの「自由化率」には、貿易品目の数以外にも問題があります。日本は関税を撤廃しない農水産品目を多数抱え自由化に後ろ向きの国であるとの印象を与えることです。

しかし、日本は、関税を撤廃しない品目を全く輸入しないわけではありません。一定の数量（関税割当量又はアクセス数量といいます）を設定し、その分までは低い関税を課して輸入しています。農水省の食料需給表によれば、米の自給率は九六％で消費量の四％が輸入品です。牛乳・乳製品のそれは六五％で三五％が輸入品です。小麦になると十一％、でん粉八％、砂糖類二六％と自給率は低く、国内消費量の大半が輸入品です。関税撤廃していない品目でもたくさん輸入しているのです。だから、日本は世界最大の食料純輸入国なのです。

同じ貿易交渉でもＷＴＯでは、農産物の重要品目は関税削減と関税割当量の拡大を組合せて対応します。つまり、関税撤廃や大幅な関税削減を出来ない品目は、低い関税で輸入する数量を増やす対応を取るのです（関税割当量やアクセス数量の拡大といいます）。



主要国の食料純輸入額（2010年）

九．世界最大の食料純輸入国であることを主張できない

それに対して、ＴＰＰ交渉では品目ベースの「自由化率」という指標を基に交渉が行われるため、もっぱら関税撤廃が求められます。世界最大の食料純輸入国である日本の実態を的確に反映する別の指標をもとに日本政府に交渉してほしいところですが、後から交渉に参加した国は、交渉の進め方を大きく変えるような主

張はできません。日本は、「自由化率」の指標で交渉することを承知の上で、ＴＰＰ交渉に参加したのです。

十．国家貿易や関税割当数量などにも留意が必要

とはいえ、ＴＰＰ交渉で関税以外のことが全く問題にならないのかというと違うようです。雑誌「農業と経済」十二月号によると、ポイントは米国の出方です。米国が原理主義的な貿易自由化を要求するならば関税撤廃にこだわるでしょうが、実利を求める場合は別の対応もあり得るというのです。米国は日本が輸入する米の四割強、麦の六割を輸出しています。日本への最大の輸出国です。日本は国家貿易により米麦のアクセス数量を国別に配分して輸入していますが、この国家貿易を止めると米国はカナダやオーストラリアに日本の米麦市場を奪われ日本への最大輸出国という地位を失ってしまうかもしれません。そこで米国は日本への輸出シェアーを確保するために国家貿易の継続を日本に求めてくる可能性があり、その時は、日本に求められる自由化率の水準が低くなるというのです。ＴＰＰでは関税を中心に交渉されますが、国家貿易や関税割当量などにも留意が必要なようです。

余談ですが、米のアクセス数量については気になることがあります。昨年の秋、政府は米の減反政策を短期間に見直しました。米政策の見直しはＴＰＰ交渉とは無関係の旨、農水大臣が国会で答弁しています。しかし、ＴＰＰ交渉の結果、米のアクセス数量の拡大を余儀なくされた場合、「コメのミニマム・アクセス導入に伴う転作強化は行わない」という平成五年のガット・ウルグアイラウンド農業合意実施に伴う閣議了解事項を守れなくなる可能性が高くなります。政府が米の生産目標数量の配分から手を引くことを急いだ背景にはこうした事情もあるというのは考えすぎでしょうか？

十一．情報開示方法などの検証も必要

ＷＴＯ農業交渉と比べながらＴＰＰ交渉を「検証」してみました。ＷＴＯ交渉はＴＰＰよりは情報開示に前向きです。

かつて、インドは東インド会社を通じた交易を重ねるうちにイギリスの植民地となってしまいました。日本もペリーの来航で江戸幕府が開国と関税自主権の放棄を決定しました。昔の交渉は政府関係者だけの交渉が当たり前だったのでしょう。十七世紀の東インド会社によるアジア地域の貿易・交易や一八世紀の日本の開国の経過、戦前のブロック経済、戦後のガットやＷＴＯ交渉において、国民・市民社会への情報提供がどのように行われてきたのかを歴史的に検証すれば、貿易交渉の秘密主義がいかに時代に逆行するものであるかを明らかにできるでしょう。情報開示の仕方について検証が必要です。

参考までにＷＴＯドーハラウンドの開始を宣言したドーハでの閣僚宣言の前文とＷＴＯ農業交渉日本提案から、情報開示に関す

第４回ＷＴＯ閣僚会議　カタール閣僚宣言前文（抜粋）

ＷＴＯ加盟国の拡大による課題を認識しつつ、内部の透明性とすべての加盟国の効果的な参加を確保するよう我々一体となった責任について確認する。政府間の組織であるという政策を強調しつつも、情報の一層効果的かつ迅速な普及や公衆との対話の改善を含め、ＷＴＯの運営を一層透明にするよう約束する。したがって、我々は、国レベル、多国間レベルでＷＴＯに関する公衆のより良い理解を引き続き促進するとともに、自由でルールにもとづく多国間貿易システムの利益を伝えていくこととする。

（2001年11月カタールドーハ）

ＷＴＯ農業交渉日本提案（抜粋）

食料の６割を輸入に依存し、また世界最大の食料純輸入国であるわが国の消費者・市民社会の関心に応えるため、以下の点に貿易ルール上、十分配慮することを提案していきます。

①食料の安定的な供給
②安全な食生活の確保
③食品に関する消費者の選択を可能とする情報の提供
④ＷＴＯ農業交渉に関する情報の積極的な開示・提供（交渉の透明性の確保の観点から、十分な情報開示と必要な意見表明の機会を提供）

（2000年12月）

る記述を抜粋しておきます。

さらに、経産省に復職した中野剛志氏は、グローバル企業が世界中で活動し、資本が自由に世界各国を移動する現代において、貿易自由化が相互の国にとって有益であると証明できる経済理論はないと指摘しました。このことも検証すべき課題でしょう。

十二．おわりに

ＴＰＰ交渉は、昨年十二月のシンガポールでの閣僚会合を終え、交渉官による集中的な協議を経て、一月に再び閣僚会合が開催されます。農業では厳しい交渉が続いており、どうやら農産物の「聖域」八三四品目の確保は困難になりつつあります。遅れて交渉に参加した日本は世界最大の食料純輸入国という実態をしっかり主張することもできません。食の安全・安心の基準や国民皆保険制度、医薬品価格のほかＩＳＤなども懸念されますが、情報開示に消極的で、時代に逆行した不透明な秘密交渉が続いています。ＴＰＰ交渉を検証すればするほど、脱退しかないことは明らかでないでしょうか。

最後に、六代目三遊亭円楽さんには遠く及ばない下手な川柳をいくつか載せて終わります。

お・も・て・な・し　それと無縁な　ＴＰＰ

内容が　わかればじぇじぇじぇ　ＴＰＰ

倍返し　とてもムリムリ　ＴＰＰ

ＴＰＰ　脱退するなら　今でしょう

平成25年度（第28回）農業総合研修会

日時：平成25年12月3日（火）
場所：札幌市　北農ビル19階

挨　拶

一般社団法人　北海道地域農業研究所　副理事長・所長　黒　河　　功

長谷川理事長がＴＰＰ全国集会へ参加のため上京中でございますので、代わって開会の挨拶を申し上げます。会員の皆様には年末を控え何かとお忙しい所を研修会にご出席を頂き、心より御礼申し上げます。

今年は春先の低温・日照不足により、農作業に記録的な遅れが出まして、出来高が大変心配されましたが、その後の天候回復もあり水稲は作況指数一〇五、畑作物も地域によって格差はあるものの平年並みだと聞いております。

他方、生乳では取引価格が引き上げられたものの戸数の減少や暑さの影響で牛乳生産量が低迷いたしました。飼料など生産コストの増加もあり、厳しい経営状況にあります。こうした中、ＴＰＰ交渉や米政策の改変がマスコミの報道が先行する形で進み、生産現場には不安と混乱が広がりました。各地の政策の立案とその推進にあたりましては、生産現場の実態・実情を十分踏まえた丁寧な対応が求められると思います。

さて当研究所におきましては、本年度は、北農中央会・各連合会・行政・関係機関から委託を頂きまして、受託研究が一〇件、共同研究が一件、自主研究が一件であり、課題数にしまして合計一九件の調査・研究に取り組んでおります。今後とも農業情勢に的確に対応したタイムリーな調査研究に取り組む所存でありますので、皆様の負託に応える事業を推進してまいりたいと思いますので、引き続きご指導とご支援のほどをお願い致

します。

また今年は、日本と韓国の農業研究者の学術交流二〇周年ということを記念致しまして、『日韓地域農業論への接近』と題する研究書が出版されました。さらに足掛け四年に渡る資料の収集、編纂の結果『北の大地に挑む農業教育の軌跡』も出版されました。これは今、この会場の受付の方で展示しています。どちらも大変意義のある研究書であり、当研究所として出版助成を致しました。ぜひご一読頂きますようお勧め致します。

本日の農業総合研修会には、講師として札幌学院大学教授の小内純子先生をお招きいたしました。小内先生のご略歴につきましてはお手元の資料に記載しておりますが、当研究所の協力研究員として、ロシア関係をはじめ、それ以外の調査研究にも取り組んで頂いております。お忙しい中講師を引受けて頂いた小内先生には感謝申し上げます。

さて昨今におきましては、米やアイスクリーム、チーズ、LL牛乳など、高品質な北海道の農畜産物の輸出拡大に期待が寄せられていますが、これは日本の人口減少が進む中、新たな需要開拓の道とも言われています。しかし現状では価格が高いため、販売先は一部の富裕層に限られ、輸出拡大には日本食の紹介、その魅力の発信の他、輸出先の市場調査と生産販売コストの低減など、地道な取り組みが必要となります。本日は「ロシア極東地域の農業と食生活」と題しまして、小内先生からロシア情勢、極東地域の農業・食品の流通事情、人々の暮らしと食生活・食習慣のほか、今後の極東地域との交流や、北海道農業への期待などについて、貴重なお話を頂けるものと思います。お忙しい中、講師を務めて頂きます小内先生には重ねて御礼を申し上げ、またご参加いただいた皆様に感謝を申し上げて、開会のご挨拶と致します。ありがとうございます。

講演

ロシア極東地域の農業と食生活

札幌学院大学　社会情報学部
大学院地域社会マネジメント科　教授　小内純子

はじめに

ただ今ご紹介に預かりました札幌学院大学の小内です。この講師を打診された時には、調査報告のちょっとした学習会と思って気楽にお引き受けしたんですが、事前に「一三〇人くらい集まっています」と言われてちょっと焦りました。今日は少しでも皆さまのお役に立てるようなお話が出来ればというふうに思っております。

そもそもこの報告は、北海道農産物協会さんの方から地域農研に委託された調査で、名称は「農畜産物の新たな需要創出（輸出拡大）に関する調査研究」に関するものです。二〇一二年～二〇一四年の三ヵ年の調査に協力研究員として私が参加させて頂いたということで企画されたものです。もう一年残っていますが、昨年二〇一二年は八月二四日～二八日まで、サハリン州のユジノサハリンスク市を中心として調査に行きました。今年度は、二〇一三年八月三日～九日まで。沿海地方のウラジオストク市からハバロフスク市へ調査に行きました。

本日はこれまでの二年間の成果を報告させて頂きたいと思います。私の専門は地域社会学なので、まちおこしなどに関心がありますが、あまり経済の難しい話というのはできませんので、現地に出向いて短い期間ですが人々の暮らしを観察することを通して見えてきたことを中心にお話したいと思います。

報告は、①農業の現状と関連機関の取り組み、②小売形態と食料・商品の流通事情、③人々の暮らしと食生活・食習慣という三本の柱で進めたいと思います。

三地域の特徴を最初に押さえておきたいと思うのですが、ユ

小　内　純　子（おない　じゅんこ）氏

＜学歴＞

1980年３月　北海道大学教育学部卒業
1981年４月　北海道大学大学院教育学研究科修士課程入学
1989年３月　北海道大学大学院教育学研究科博士後期課程単位取得満期退学

＜職歴＞

1989年４月　北海道教育大学非常勤講師
1992年４月　札幌学院大学社会情報学部専任講師
1995年４月　札幌学院大学社会情報学部助教授
2003年４月　札幌学院大学社会情報学部教授
2004年４月　札幌学院大学大学院地域社会マネジメント研究科教授（兼任）

＜主な業績＞

・『釧路内陸部の地域形成と観光マーケティング』創風社　2006年（共編著）
・『スウェーデン北部の住民意識と地域再生』東信堂　2012年
（共編著、2012年度地域社会学会・学会賞＜共同研究部門＞受賞）
・『北海道社会とジェンダー』明石書店　2013年（共編著）

ほか多数

ジノサハリンスク市は二〇〇〇年に入ってからここ一〇年間くらい、天然ガス開発等、いわゆるサハリンプロジェクトというものが行われて、急成長してきた都市です。沿海地方のウラジオストク市は極東における経済と物流の中心地と位置づけられます。ハバロフスク市は極東の政治と金融の中心地と位置づけることが出来ると思います。

少し地図で確認しておきたいと思います（地図1）。見にくいかもしれませんが、サハリン州でユジノサハリンクスがここです。ウラジオストクがここで、ハバロフスクがここになります。稚内からはサハリンは非常に近いのですが、札幌を起点に見ると、この三都市は大体八〇〇㎞以内にあるということで、同じくらいの距離にある都市です。ウラジオストク市にはモスクワまで続くシベリア鉄道の最終駅があり、我々はこのウラジオストクからハバロフスクまで八〇〇㎞くらいあるのですが、十一時間くらい夜行のシベリア鉄道で移動しました。なかなか得難い貴重な経験でした。

次に人口規模についても抑えておきたいと思います（表1）。サハリン州は全体で五〇万人くらい。ユジノサハリンスク市には一八万二千人、全体の三七％ほどがここに住んでいます。沿海地方は一九五万人です。ウラジオストク市に五九・二万人ということで、三〇％ほどがここに住んでいます。ハバロフスク地方が一三四万人で、ハバロフスク市に五七・七万人ということで、ここは四割近くが市に集中しています。

地図１　３つの都市の位置

表１　人口、農業比率

サハリン州	人口	49.5万人
ユジノサハリンスク市	人口	18.2万人
GRP（地域総生産）産業別比率	農業	1.0%
沿海地方	人口	195万人
ウラジオストク市	人口	59.2万人
GRP（地域総生産）産業別比率	農業	4.4%
ハバロフスク地方	人口	134万人
ハバロフスク市	人口	57.7万人
GRP（地域総生産）産業別比率	農業	6.9%

GRP（地域総生産）に占める農業の比率は、それぞれ一・〇%、四・四%、六・九%となっていますが、ハバロフスクが農業が一番盛んだということではなく、他のところは鉱工業や商業が盛んということで、こういう結果になっています。何れにしてもそれほど農業が大きな比重を占めている地域ではないということができます。極東の農業の中心のひとつは沿海地方で、もうひとつが、道銀さんが進出しているアムール州になります。

それから極東全体では、人口はかなり減少してきています。一九九一年にソ連が崩壊していますが、前年は八〇〇万人くらいでした。いまは六三〇万人くらいに減っています。これは旧ソ連の頃は、極東に住むといろいろ手当てが付いていたらしいのですが、それが無くなったということも影響しているのではないかと言われています。極東全体でも、特にサハリンの人口が減少しています。

次に、三都市の雰囲気を押さえておきたいと思います。ユジノサハリンスク市はとても清掃が行き届いた都市だという印象を受けました。舗道も広くてあちこちに黄色と緑のツートンカラーのゴミ箱があって、日本だとあまり道路にゴミ箱を置かないというのが普通になっていると思いますが、ゴミがゴミ箱から溢れているということもないのです。朝はオレンジのユニホームと思われるベストを着た方が清掃をしていました。やはりサハリンプロジェクトが始まってから、お金が落ちるようになったということで整備がすごく進んできているのではないかと思います。実際にしばらくサハリンを離れていて戻って来た方も、整備されてきているということはおっしゃっていました。

ウラジオストク市の人口は六〇万人弱ですが、坂が多くて、狭い地域に密集して住んでいるという感じがします。車も多く、特に金曜日の夕方は、帰宅する人と後ほど話しますがダーチャという簡易別荘へ向う人でかなり渋滞する街だそうです。シベリア鉄道の最終駅があるところです。

またウラジオストク市内の公園など方々に写真のような有料

トイレが置かれていて、必ず女性が一人いて、入りたい人はその女性にお金を払います。だいたい高齢の女性なんですが、トイレを掃除して、暇なときは本を読んだりしています。これは高齢女性の雇用を創出しているのだろうかと思いながら見ていたのですが、ウラジオストク市ではそれが印象深かったですね。

有料トイレ

ハバロフスク市は、人口では二万人くらいしかウラジオストク市と違わないんですけれども、平坦で広い所にありますので、すごく雰囲気が広々とした感じがしていました。方々に花が飾られていたり、教会も比較的新しく、美しい街だと思いました。アムール川が流れる地域で、当時はちょうど洪水の時期で、非常に水嵩が増していました。私はたまたま一九九九年に一度ハバロフスクに行ったことがあり、当時はもう一回訪れるとは全然思っていませんでした。

一九九九年はソ連が崩壊して一〇年経っていなかったのですが、その時は本当に荒んだ感じで、新しいものは何もない中古の世界だという印象がありました。それを思うと本当に変わったという感じを受けました。すごく豊かになってきているんだなという印象です。以上が前置きで、どんな所かというところを皆さんにお伝えしてから、最初の柱の方に入っていきたいと思います。

一．農業の現状と農業機関の取り組み

農業がどういうふうに営まれているかというと、ロシアには三つの生産形態があります。一つは農業企業です。これは株式会社などの会社経営の団体で、ロシアの統計をどれくらい信じていいのかわからないということはありますが、二、〇〇〇haとか、そういう大きなものもあるようです。国営のものもあり、元のソフホーズもこれに含まれます。

二番目が農民経営で、販売目的で経営されている個人農場です。フェルメルなどと言われますけれど、これが一番日本の農家に近く、一〇〇haとか二〇〇haくらいあるものも多いようです。いま日本で農業法人などが増えてきていて、そのようなものを想定して頂ければいいかと思います。

三番目が住民経営といって、自家消費を主な目的に経営される農場です。農業企業労働者の住宅付属地経営や都市住民の市民菜園、後から説明しますがダーチャなどという自家消費用のものからなります。そこで収穫されたものが余ると、後から出てきますがバザールなどでも売ったりします。

崩壊後はもちろん農業企業・農民経営を育てたいと思ったと思うんですが、やはり崩壊して農業に対する保護がなくなって

しまったこともあって、農民経営は衰退してしまい、近年は農業企業と住民経営に二極化してきているというふうに言われています。

このロシア農業の最大の特徴は、実はこの住民経営がものすごく重要な位置を占めているという点にあります。これはサハリンのデータ（二〇一〇年）ですけれど（表2）、農業総生産額の約六割がこの住民経営で占められています。日本でいえば市民菜園とか個人の自家菜園とか、そういうものが六割も占めているということです。農業企業が三四％で、さっき言った衰退しているという農民経営はわずか六・五％です。

畜産の方は農業企業の方が四五・三％なんですが、農産物になると六六・二％は住民経営で栽培されています。ですからある意味、自給自足的な所があります。こちらは沿海地方のデータですが（表3）、作物別にみると役割分担があって、農業企業の方は肉とか、卵、とくに穀物（麦、トウモロコシ、米）なのですけれど、九六・四％を占めています。ところが牛乳や馬鈴薯や野菜になると住民経営が非常に強く、多くを生産しています。野菜はキャベツ・人参・キュウリ・トマトなど様々なものですが、ロシアの場合は夏の間は自給野菜を食べて、不足する冬になると安い中国野菜を食べるということになっています。

「ダーチャ」というのは何なのかというと、簡易別荘と家庭菜園の名称です。家から離れた所にあり、元々は六ａ程度を無料で配分されたらしいのですが、今では規模拡大などをして一〇ａとか一七ａとかいう人もいました。元々、旧ソ連時代にコルホーズやソフホーズの構成員が、自分で個人副業的に営んでいた農業生産がルーツだと言われています。非常に多種多様な野菜や果物、花卉などを栽培していて、余った野菜などをバザールで売るケースもあります。近年、一部でダーチャ離れの現象もあると言われていますが、その点については後で触れたいと思います。

写真左はサハリンのダーチャです。右はハバロフスク、元々ダーチャだったんですが、行ってみたら今は一般住宅として利

表2　サハリン州の農業生産形態別農業生産高（2010年）

単位：百万ルーブル、％

		農業生産高総額	うち農作物	うち畜産
農業企業	実数	2,600	1,191	1,407
	比率	(34.0)	(26.2)	(45.3)
農民経営	実数	495	346	149
	比率	(6.5)	(7.6)	(4.8)
住民経営	実数	4,561	3,014	1,547
	比率	(59.6)	(66.2)	(49.8)
計	実数	7,656	4,552	3,104
	比率	(100.0)	(100.0)	(100.0)

資料：サハリン州の社会経済情勢に関する報告書
（ただし、北海道サハリン事務所『サハリン州の概要』より作成）

表3　沿海地方の農業生産形態別の農業総生産に占める比率(%)

	牛乳	肉	卵	穀物	馬鈴薯	野菜
農業企業	25.1	71.5	76.2	96.4	10.1	31.0
農民経営	9.3	3.2	0.3	1.8	8.9	17.1
住民経営	65.6	25.3	23.5	1.8	81.0	51.9

野菜：キャベツ、人参、ビーツ、きゅうり、トマトなど

用しているとのことでした。いずれも年金生活者がやっていて非常にきれいです。サハリンのダーチャの人は五月位に来て一〇月位まではここで暮していると言っていました。花が多いんですけれど、野菜も非常に多様で、温室も二つくらいあって、トマトなども栽培されていました。バーニャというロシアのサウナみたいなものが敷地内にあったりもしました。

一方、農業企業ですが、国営と元ソフホーズの大きく二つに分かれます。写真二段目は国営の新しい農業企業で、非常に国が力を入れています。サハリンのチプリチニー農場と言って、ここの農地は二〇〇haくらいですが、温室が五七棟あって、そのうち二棟はひとつ一haくらいの大規模なものです。見せて頂きましたが、ずっと温室が並んでいて、中でトマトが栽培されています。ほとんど自動になっているようでした。レタスも栽培されています。ずっと機械が動いて来るんですね。だんだん育つにつれて動いてきて、一番端っこのところで収穫をするというような形でレタスの栽培をしていました。直売所も併設されています。このような形で近代的な温室野菜栽培がサハリンで行われていました。

その一方で、元ソフホーズの農業企業はひどいものというか、余り見せたくないんだろうと思うんですが、サハリンで一つだけようやくインタビューをさせて頂きました。女性経営者はここ二五年間くらい設備投資をしていないと言っていました。写真下段左はじゃがいもを掘っているんですが、機械もあるのですが、ピークではないから今は人海戦術でという感じで人が掘っていました。

経営面積は、五、〇〇〇haくらいで、乳牛を約一、二〇〇頭、従業員が一五〇人位いるそうです。牛舎は日本で言えば四〇年くらい前の設備を使っているような状況でした（写真下段右）。除草機が無いということで、草の中に

サハリンのダーチャ　　ハバロフスクのダーチャ

国営農業企業　サハリン／サプリチニー農場
農地200ha・温室55棟

元ソフホーズの農業企業
経営面積5000ha・乳牛約1200頭・従業員150人

キャベツが生えているという感じで、古いハウスなども見せて頂きました。女性経営者はインタビューの間中、国の農業政策に対する批判を延々として、やはり経営は赤字続きのようでした。

穀類とか畜産などの農業企業に、国は手厚く補助をし始めているようですが、元ソフホーズのようなところではなかなか苦戦をしているということがありました。このようにロシアの農業というのは、日本から見れば非常にいびつな感じもしました。

そういう中で我々は、いくつかの農業関係の機関を訪問することが出来ました。まず最初にウラジオストク市にある沿海地方農業・食料局という所に行きました。極東地域というのは基本的に農業の後進地ではあるんですが、やはり中国の影響や東アジアの存在感が増えてきているということで、ロシアも極東重視の方に舵を切り始めているということです。農業の振興も二〇〇六年くらいからかなり行われるようになっていて、沿海地方でも、二〇〇八年から二〇一二年、さらに二〇一三年から二〇二〇年を目指して、いろんな国家プロジェクトに乗っかって農業開発計画や、様々なプログラムが展開してきていました。

特に、最大の関心事は、土地改良、設備の近代化、品種改良、研究交流、それと環境に優しい農業、持続可能な農業というところにあります。

品種改良については次の訪問先の方で説明したいと思いますが、やはり環境に優しい農業とか持続可能な農業ということに関しては、中国の存在というのが非常に大きいようです。先程話したように、冬場はどうしても野菜が足りないので中国産に頼らざるを得ないということなんですが、中国産の安全性に疑問があるということで、いろいろな逸話を聞きました。食中毒にもかかりますし、病院に行くと「中国のミカンにあたったんだねと医者も堂々と言いますよ」ということです。一番驚いたのが、人参を洗ったら色が落ちたということです。要するに見栄えを良くするために色を塗っているということなのでしょうけれど、そういう問題があります。

もうひとつは、中国から野菜が運ばれてくるだけではなく、中国人がかなり入って来て、ロシアの農地で野菜を生産するのです。そしてそれを売る。そうすると、ロシアの政策を全く無視して農薬や化学肥料を多投したりして、地力が無くなった状態でまた違う土地に移って行くということが問題になっています。そのようなこともあり、環境に優しい農業というものに対して非常に関心を示していました。ただ、じゃあ中国はダメかというと、やはり中国なしでは成り立たない。冬は中国産野菜に頼らざるを得ないし、一方では土地を借りてくれて貸借料を払ってくれる。お金を落としてくれる。そして観光客も九割は中国人ということで、中国なしでは成り立たないという矛盾を抱えている様子が垣間見られました。

次に行ったのが、ウスリースク市というウラジオストク市から車で二時間くらいのところにある沿岸地方農業研究所です。

工事中とかで舗装されていない悪路を、日本だと一時間くらいで着くと思われる距離を二時間かかって行きました。

沿海地方農業研究所は、日本の農業試験場のようなところで、先の沿岸地方農業・食料局の局長は、極東農業の心臓部というふうに表現していました。主に品種改良などを行なっていました。農産物や果実を取捨選択して品種改良を行ない、将来的な技術開発が行われています。

一九九一年にソビエトは崩壊していますが、崩壊以降二〇年くらい、土地改良とか品種改良というのはほとんどやってこなかったそうです。それを何とか取り戻そうということで、二〇二〇年くらいを目指して品種改良などに熱心に取り組んでいるようでした。目下の一番の関心は大豆のたんぱく質の含有量を上げることです。日本並にするということだと聴きました。ロシアの大豆一〇〇gあたりのたんぱく質含有量は三八～四〇%くらいなんですが、それを四五%くらいまでもっていきたいということでした。それは日本で輸入している大豆は、遺伝子組み換えの問題があるということで、ロシアは遺伝子組み換えをしていないこともあって、日本への輸出の可能性も大きいということで大豆の品種改良について非常に熱心です。ジャガイモではウィルス性の病気が非常に多いので、品種改良をして強い種子を作りたい。また、米の単収を上げたい、。今は一ha四トンくらいを六トンまでもっていきたいと聞きました。

実際にやっている試験圃場は、ちょうど水害で水浸しになったため見せられないということで、小さな試験圃場を見せて頂きました。米はジャポニカ米もインディカ米を直播栽培しています。

品種改良を二〇二〇年くらいまでにやりたいということで、そのために日本に対しても研究交流とか、技術交流をしたいということを熱っぽく語っていました。「なかなか日本は堅くて情報をくれないが、秘密にしておきたいような情報はいらないからごく普通の生産技術について教えてほしい」ともおっしゃっていました。

あちこちで、日本から人はたくさん来るけれどなかなか物事が進まないということを言われました。実効性のある研究協力をしたいんだと強く言われました。

グローバルな視点に立てば、ここを中心に一〇〇〇㎞の半径に二億人が住んでいるわけだから、米だって麦だって大豆だって足りない筈だということを、一生懸命力説されていました。

次に同じウスリースク市にある国立農業教育アカデミーというところに立ち寄ることができました。農業の専門学校を統括する学校です。ここにも四五〇〇人位学生がいるそうです。毎年四二〇人分の学費が国の補助により無料になるそうで、それを埋めるように努力をしているということでした。五つのコースがあり、一番人気は獣医で、二番目が農業機械だそうです。ただロシアも日本と同じように、農業は重労働だけど給料は安いということで若い人から敬遠されており、後継者不足です。

何とかやっている人が自信を持てるような農業をにしたいんだということで、一生懸命取り組んでいるようです。ここでもまた若い人たちの文化・スポーツの交流も含めて国際交流をしたいと言っていました。実際に国際交流や国際会議も開いているということでした。環境教育を重視しているんだということも言っておられました。

このようにロシアでは、とにかく遅れている品種改良や新しい技術の導入、農業技術の刷新にものすごく関心を持っているという状況にありました。

二．小売形態と食糧・商品の流通事情

次に二つ目の柱に移っていきたいと思うんですが、どういうふうな形で生産物が消費者まで届くのかというのを見ていきます。

ロシアには五つの小売り形態があります。一つ目がキオスク（スタンド）、写真上段のようなスタンドが街の方々にあって、いろいろ売っている雑貨屋タイプとたばこ専門店とか、牛乳専門店のような専門タイプのものがあります。

キオスクたばこ専門店

キオスク雑貨屋タイプ

マガジン

バザール

特にサハリンに多いような気がしました。小さな窓口から商品とお金を交換するという形です。

二つ目は、マガジンで写真中段左は最新のものです。食料品など様々なものを扱っていたのですが、商品は手に取れないような形が一般的だったみたいです。今はコンビニ形式のものが増えており、日本のコンビニのように自分でカゴに入れてレジに行くというようなものが多くなっています。

自由市場（バザール）は、昔は屋根が無かったようですが、

政策的に屋根を付けなきゃダメというふうになって、屋内か簡易店舗のような形で売っています（写真下段）。住民経営で栽培され余った野菜も売られています。ブローカーのような人が住民経営のところへ買いつけに来るそうです。ハバロフスク人は、その人に野菜を預けて、バザールで売ってもらっているというふうに言っておられました。

次はスーパーマーケットです。サハリンにわりと古くからあるお店の外観です。最近はすごく大きなスーパーマーケットが郊外に展開していて、写真右は大きなスーパーマーケットのチーズコーナーです。品ぞろえは、日本のデパ地下と遜色がないくらいものすごく豊富でした。物資が不足しているというかつてのロシアのイメージからは程遠く、極東で店舗も持っているＶＬマートというスーパーは二万五千点の商品をそろえているということです。

スーパーマーケット

このほかにデパートがあります。元々庶民の買物というのは、マガジンとバザールが中心だったのですが、最近はスーパーマーケットが非常に発展してきて、スーパーマーケットにお客さんが流れているという感じがしました。ただ安全・安心なものを買うために、バザールに行きつけのお店があり、そこの商品なら安心して買えるということで買物に行くということもまだまだあります。ですから、マガジン、バザール、スーパーマーケットというのが日常品を買うための店舗ということになります。

チプリチーニ農場には、一〇店舗ほど直売所があります。多少高いんですけれど、安心・安全ということで、そこのお店には朝行列ができたりするそうです。

以上のような小売り店舗の中で日本の商品が売られているのは、スーパーマーケットとマガジンです。品揃えはかなり豊富で、私は本当に驚きました。ユジノサハリンスクよりもやはりウラジオストクとかハバロフスクの方が多かったです。生鮮食料品というのはほとんどないのですが、日用雑貨とか賞味期限の長い食料品というのがたくさん売られていました。

今日の朝調べたら、一ルーブル三・一円でした。三倍すれば日本円になります。日清のカップヌードルは三六〇円。多くの商品はだいたい日本の商品の価格の二、三倍はするかなという感じで売られていました。ただ、ビールはなぜかそんなに高い感じはしなかったですね。

スーパーマーケットの陳列棚には日本のラーメンの下に韓国のラーメンやカップヌードルが並んでいます。日持ちしますから日本の飲料水も結構ありました。ビールは残念ながらアサヒビールが独占状態でした。今、ロシアの若者はウオッカを飲まなくなり、ビールやワインを飲むようになってきているそうです。

スーパーの日本の商品

左下の写真は大きなスーパーマーケットにある鮨のばら売りコーナーです。また、特設なのか常設なのかはわかりませんけれど、一ヵ所だけ、スーパーの一角に日本語のポスターが貼ってあって、鳥取の柿とスイカ、広島のミカン、産地は不明ですがりんごも置いてありました。スイカは、七、二〇〇円ととんでもない高値がついていました。サハリン訪問時にちょうど北海道フェアをやっていて、その時にスイカが九〇〇ルーブル、二、七〇〇円で、メロンが六〇〇ルーブルで一、八〇〇円くらいで出ていて、全部売り切れていました。それも補助が出ての価格らしくて、実際日本から持って行くとかなり高くなります。私は「これは誰が買うんですか、売れるんですか」と、後から出てくるSENKON社という商社の方に伺ったら、「誕生日とかパーティのお土産に幾つかは売れるけれども、あまりたくさんは売れません」というふうにはおっしゃっていました。今回結構、鳥取県産が眼に付きましたね。残念ながら北海道は、今回は一ヵ所だけ日本国総領事館に「北海道レター」というニュースレターが置いてあったのを見ただけで、北海道はこれからなのかなという感じで、あまり見かけませんでした。

鮨のバラ売り

日本商品が売られているもう一つの形態がマガジンです。ウラジオストック市には最近できた新潟県のアンテナショップの「団欒」という日本製品の専門店がありました。店の規模は三五～四〇㎡くらいなんですが、瀬戸物、洗剤、日常品の消費期限の長い食料品など様々なものが陳列されていました。その他にも街中を歩いていると、日本商品の専門店をみかけました。ウラジオストク市には「こずえ」という店が、二軒はありました。中は全部日本製の商品です。

ハバロフスク市にも「桜」という雑貨店屋があって、こちら

も、ちょっと韓国製品が間違えて混じっていましたがそれ以外は全部日本の商品が店を埋め尽くしていました。「売れ筋はなんですか？」と聞いたのですが、「桜」では、「まんべんなく売れますよ」というふうに言っていました。いろいろな所で聞くと洗剤や紙おむつ、調味料とか焼き肉のタレなどが売れるようです。

以上のような状況をおさえたうえで、まず流通事情はどうなっているのかということを最初に見てみたいと思います。

ユジノサハリンスク市、サハリン調査の時には、「ロシアの流通機構は複雑怪奇」、どこに行ってもそういうお話でした（表４）。道のサハリン事務所だとか、稚内のサハリン事務所だとか、実際にスーパーを出されている稚内市の経営者と、手伝っているロシア人のブローカーの方からもお話を伺えたのですが、「サハリンはもうとにかくどういうルートで日本の商品が入ってくるかわからない。時間は掛かるし、とにかく不透明な部分もあり、法律はしょっちゅう変わる。インフラも整備されておらず、どうしようもなく、個人的なつながりだけが頼りだ」ということです。そのブローカーの方と稚内のスーパーの社長が信頼関係を持って事業を進めていました。ロシア内部にそういう人がいないと難しいよという、とにかく個人的な繋がりが重要ですよということをサハリンでは嫌というほど聞かされました。そのつもりで行ったらウラジオストク市の方はちょっと違っていて、「そういう時代もあったけれどだんだん良くなってきていますよ」と商社の複数の方がおっしゃっていました。もちろんまだまだいろいろ問題はありますけれど、崩壊した頃に比べれば良くなってきているようです。いくつか日本の商品を扱う商社があって、そこで受託してディーラーに流すというような経緯で、日本の商品が流れていくということがわかりました。

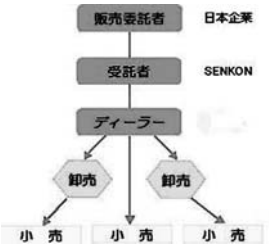
このＳＥＮＫＯＮ社というのは、仙台に本社があるのですが、二〇〇五

表４　流通事情－ユジノサハリンスク市－

・複雑怪奇は流通機構、**個人的なつながりが重要**
①日本の農産物を運ぶルートが確立していない
②店頭に並んでいる日本の商品の流通経路が不明
③通関に時間がかかる
④価格が日本国内の３倍ほどに跳ね上がる
⑤袖の下など流通事情に不透明な部分がある
⑥法律が煩雑な上に頻繁に変わる
⑦冷凍の保税倉庫がないなどインフラが不備

表５　流通事情－ウラジオストク市－

流通機構の近代化の進展
日本からの商品を扱う商社
ex）SENKON 社
本社仙台市
2005年10月31日設立
①倉庫業
②運送取扱業
③物流コンサルティング業
④販売代理業
⑤代金回収業



SENKON 社を介した商品の流れ
資料：SENKON 社の HP

問題点：輸送費が高い、保管・輸送システムが不十分

年ロシアに子会社を設立しました（表5）。倉庫業や運送取扱業などをやっているそうです。むしろちゃんと正式なルートを通らないとスーパーで商品を並べてもらってないというような言い方をしたので、サハリンとは違い、少し近代化しているのかなという印象を受けました。

それでもやはり日本人が社長だとなかなかうまくいかないということで、ＳＥＮＫＯＮ社は賞味期限の長いもの、日用雑貨などは、ＶＬロジスティクス社というロシアの会社の子会社みたいな感じで、社長はロシアの人ですよという形で商品を卸しているということでした。ただ、日本の自治体が持ち込む生鮮食料品などは、先程のスイカのようなものはＳＥＮＫＯＮ社から直接卸すという二ルートです。

むしろ今回の調査では、商品の流れよりは輸送の方が問題だということが結構言われました。非常に輸送費が高い。倉庫がきちんとしていなくて、保管などがなかなか難しい。その方が言うには、ロシアはハードを持っている人が強いからなかなか価格競争が起きなくて、輸送費が下がらないそうです。シベリア鉄道なども輸送費は高いそうです。今はトラックで運んだりもしているそうですが、生鮮食料品は、小型の保冷トラックがあまりないということもあって、ウラジオストクからハバロフスクまでは無理で、商圏はウラジオストクかせいぜいナホトカまでだというふうにおっしゃっていました。そういうような状況で、むしろ輸送を問題視している方が複数いました。

ですから道銀さんの試みというのも、生産することはできるのだけれども、もう一歩その後どうするのか。つまり作ったものを運ぶという、そこの所が結構大きなハードルになるんじゃないかということを言われていました。

これは余談なんですが、鳥取県ウラジオストクビジネスサポートセンターというのは、実はＳＥＮＫＯＮ社が受託しているのです。二〇一一年から鳥取の産業振興機構、県の外郭団体のような感じなんでしょうけれども、海洋センターというウラジオストク駅の隣の非常に立地のいい所にあるんですが、ここが請け負って、農産物のスイカやナシを年に二、三回くらい出したり、鳥取ブランド展を開いたりしているそうです。ですからさっきのスイカや小さなのぼりもＳＥＮＫＯＮ社が配布したとおっしゃっていました。それでちょっと鳥取県が目立つというのもあると思うんですが、そんなような形でやっているということです。ただどのくらいビジネスとして上手くいっているのかというのはなかなか見えてきませんでした。

もう一つ私には誰が一体こんな日本の商品を買うんだろうというのが、素朴な疑問としてありました。

じゃあ日本人が買うのかというと、日本人はそんなに住んでいないわけです。在留邦人数で外務省の統計（二〇一二年）では、ユジノサハリンスクで六八人、ウラジオストクで一〇四人、ハバロフスクで七八人。ということは日本人ではなく、やはり現地のロシア人が買うんですね、二倍も三倍もするものを買う

ということですね。それはやはり日本の製品に対するすごく強い、信頼感があるからです。

ウラジオストクですから、中古車とかですね。ロシアの人は自分で修理をしながら乗るんですけれど、そういうことで長く乗れるとか、或いは、商談で日本に行った時に食べたものだとか、使ったものだとか、そこで接した人の印象から親日的になるようです。日本の製品は値段が高いが質はいいという評価が一般にあります。

ただ、さっきのカップラーメンの写真にもありましたけれど、韓国商品も伸びているようです。特に三・一一で、一時的に日本の商品が入ってこなかった時に、韓国商品に乗り換えた人がいて、それで安いけれど質もまあまあいいじゃないかということで日本商品に戻ってこない人もいるようです。ですから、いつまでもこのような状況が続くかどうかわからないようなところもあります。

韓国製品は、パッケージ面でも日本より良いと言われていて、ロシアの人は色が割とはっきりとしたものを好むらしいんです。韓国もそうですよね。民族衣装とかを見ていても日本と韓国は色の使い方が違うなと思います。あと当然日本語は分りませんから、商品の解り易さという点でちょっと日本の商品パッケージは劣るというようなことをおっしゃっている人がいました。

三．人々の暮らしと食生活・食習慣

ここから第三の柱の方にも入っていきたいと思います。ではロシア人の生活水準はどのくらいなのでしょうか。露国家統計庁データによりますと、名目平均賃金というのがあって、サハリン州で四・四五万ルーブル、沿海地方が二・七五万ルーブル、ハバロフスク地方で三・〇九万ルーブルとなっています。これを三倍して一番多くても一三万円くらいですよね。沿海地方だったら、八、九万円くらいの給料ですよね。サハリンは四・四五万ルーブルで一番高いんですけれども、サハリンプロジェクトで入ってきた人たちが一〇万ルーブルくらい貰うらしいので、平均するとこうなります。実際はこれよりも少ないこともあるようです。

例えば現地案内人や運転手さんに聞いても、むしろ「こんなに貰ってないよ」とか言うんです。学校の先生なんか二万五千ルーブル位だよとか言うんですよね。車って中古車でも二〇〇万円くらいしていて、みんな殆ど、特にウラジオストクは車の所有率が高

表６　人々の暮らしと生活水準

・名目平均賃金（露国家統計庁データ）	
サハリン州	4.45万ルーブル／月
沿海地方	2.75万ルーブル／月
ハバロフスク地方	3.09万ルーブル／月
・低すぎる名目賃金	
①共稼ぎである	
②ダーチャを持っている	
③貯金をしない	
④生活は慎ましい、外食はしない	
⑤統計にあらわれない収入がある	

いですし、家賃を聞いても四人で郊外に住んでも一〇万ルーブルくらいするということです。レストランも結構人が入っているし、これは何なんだろうかというふうに思いました。

サハリンの場合は、高級住宅地では柵があってちゃんと守衛さんがいて中には入れないんです。柵の向こうにお金持ちが住んでいる。住宅地も分かれているくらい二極化しているような状況でした。

これら名目賃金が低すぎるということで、機会があるごとにあちこちでいろいろな人に聞いてみましたが、様々な意見がありました。共働きだから、ダーチャを持っているので食費はそこで補える、あとは貯金をしない。これは最近は変わってきているようですけれども、銀行におちおち預けていられないということもあり、とにかく使ってしまう。家を建てる時も、お金が貯まると途中まで建てて、お金が無くなるとやめて、また貯まるとその続きを建てる人もいるそうです。貯金をしないから、あるだけ使っちゃうんだということですね。

それから、生活が慎ましいということは言っておられました。後から外食も普及してきたというお話もするんですが、私が接したロシア人の方は、自分で作って食べるという人が多かったです。統計に表れない収入があるというのが一番まことしやかでした。例えば、先ほど言ったダーチャで作って余った物というのは販売して収入になっています。白タクもけっこうあるようです。

そういう何か統計に表れないような副収入があるのだろうということは言われていました。今でもどうしてこういう給料なのかということはわかりませんでしたが、統計的にはこのようになっています。

それと、我々の調査に先立ち、ちょうど七月二六日に北海道主催で「ロシア極東販路開拓セミナー」というのがあり、。その中の資料に出ていたのですが、ロシアの各都市部で中間層が台頭してきているという結果が報告されています。この戦略研究センターで言う中間層の定義は、①自動車購入は可能だがマンション購入は難しく、年収三万ドル（三〇〇万円）以上、②マンションまたは新築戸建を購入できる、年収三〇万ドル以上という二つの層の合計となっています。

地域別世論調査結果というのが出ており、それによりますと中間層は二〇一一年度にサンクトペテルブルグが一番多くて二五％、それからモスクワが一九％、ウラジオストクが三位で一八％、四位がハバロフスクと他三都市で一六％。サハリンは載っておらず、ユジノサハリンスクはわからなかったのですが、四位までには入っていないということです。先ほどの平均賃金というのは、都市ではなく州全体ですので、農村部も含めた賃金ということになるわけですけれども、都市部の中に年収三〇

〇万円以上の中間層がもだんだん成長してきているという事がこれで窺われます。

それとダーチャというものが変化してきているということも、生活スタイルの変化の一つと言えるのではないかと思います。崩壊後の混乱期のロシア人の胃袋を満たしたのは、このダーチャだと言われ、生きるための食料の確保というのがダーチャの位置づけだったんですが、だんだん安全な食料の確保のためということがポイントになってきました。その他休息や趣味のため、日本人の市民菜園と同じように、そういうものに変わってきているとも言われています。これも全ロシア世論調査センターの調査結果ですが、実際にロシア全体でダーチャを所有していない人が二〇〇五年の四九%から、二〇一二年には六〇%へ増えているそうです。特に若い世代に顕著というか、先ほどお見せしたサハリンのダーチャを所有している方も、「息子達はもうやらないと言っている。自分の代だけだ」と言っていましたし、運転手さんや現地の案内の方も、「前は持っていたけれど、今はやっていないよ」と言っていました。

我々が見学できるのは年金生活者が所有している所ですが、普通は働きながらダーチャを維持するわけです。種を蒔いたりする忙しい農繁期には、仕事から帰って来てから車で二〇分くらい離れたところにあるダーチャに行って作業をするということで、時間的・肉体的に非常に負担が大きくダーチャ離れが進んでいるということのようでした。

ダーチャの仕事というのはそれだけではありません。だいたい女性の仕事のようですが、時季が来ると冬用のピクルスを作るためにキュウリやトマトを酢漬けにする作業も入ってくるので、それも非常に大変だということも耳にしました。

それから、ダーチャが減っているというのは、ダーチャが一般住宅地に転用されているという面もあるようです。先ほどのハバロフスク郊外でもそうでしたが、都市に人口が集中してくる中で、もともとはダーチャだったものを一般住宅に切り替えている所がありました。ハバロフスクでは工場の中にダーチャがあり、周りの環境が非常に良くないという理由で作られなかったり、ここはもともとダーチャだった所だよという住宅地なども見せてもらいました。要するに、物が豊富になってきていますからお金がある人たちは買えばいいという状況が生まれて、ダーチャ離れが進んできているということです。ただ、ウラジオストクの女性ドライバーの方は「ダーチャ離れというのはお金持ちの息子の話であって、我々はダーチャがないと生活できない」と言っていました。その方は一〇年位前まではダーチャ離れというのはあった。作っても盗まれたり、ダーチャに行くまでの交通機関があまり良くなくて嫌になってやめた人がいたけれど、むしろ今はダーチャ回帰の動きもあるというようなことを言ってました。消費生活が豊かになってくる中でお金が入用になってくると二極化して、ある程度生活水準を維持していこうと思ったら、やっぱりダーチャは手離せないよと言う

層もまだまだいるようです。そう単純なことではないと感じました。

次に「外食の広がり」についてです。基本的に庶民はあまり外食はしないということですが、ハバロフスクで大衆的な日本食レストランの経営者にインタビューすることができました。外食をする人が少しずつ増えてきており、変化を感じるということを仰っていました。このお店は「東京」という名前のお店でしたが、開業してまだ二ヵ月くらいで珍しさも手伝ってか、「深夜一時まで開けていても客が絶えない、予約が絶えないような状況にあるし、お店によってはランチに行列ができるところもありますよ」ということで、外で食べる層というのも増えてきているようです。

では一体、外食した場合どのくらいお金を払うのかと聞いたところ、昼食で二〇〇〜三〇〇ルーブル（約六〇〇〜九〇〇円）。今の日本ではもっと安く、ワンコインで済ますこともできますよね。夕食で一人あたり五〇〇〜七〇〇ルーブル（約一、五〇〇〜二、一〇〇円）くらい、一、〇〇〇ルーブルが限界だということを言っていました。カフェとレストランではランクが違うらしいのですが、地元のカフェではだいたい一〇〇ルーブルあればピロシキとちょっとしたスープを食べられるので、日本食レストランは少し高めであるということは確かです。ただ三〇〇ルーブルくらいまで支払っても昼食を外で食べるという層も出てきているということになりますね。こう見ると、実際の給料はいくらくらいなんだろう、どういう金回りなんだろうという疑問はまだまだ尽きないですね。日本食はイタリア料理に続いて二番目の人気だそうです。一番の人気メニューは巻き寿司で、二番目がラーメン、あとはいろいろなものだと仰っていました。ロシア人には量が足りないのではないかと思いましたが、お昼に寿司などを食べても三〇〇ルーブルくらいでしたね。

日本食レストランというものがどのような感じなのかを見ておきたいと思います。ユジノサハリンスク市で六、七軒でした。日本人シェフがいるお店が二軒、その一つ「ふる里」、もう一つは日本の統治時代のユジノサハリンスクの地名でもあります「とよ原」というお店でした。残りはそこから独立したお店だと言っていましたが、日本人シェフのいるお店の方が人気があるようです。サハリンで地元ロシア料理などのレストランにも行きましたが、この日本料理店が一番混んでいました。

それからウラジオストク市に九軒あります。日本人シェフのお店は「とよ原」がこちらにも二軒あるので、それを二つとカウントすれば三年前にできた「恵比寿」と合わせて三軒ありました。そしてハバロフスクは一〇軒で、日本人シェフはいないということでした。先ほどインタビューした経営者は、「うちのシェフも日本人の料理人の所で修業してきていますよ」と強調していましたので、日本料理は日本人シェフに習って作られているようです。刺身などもあり、我々のために「ふる里」の

ご主人が特別な料理を作ってくれました。ちょうどこの時期、八月はロシアの松茸が出るという事で、松茸料理なども出してもらいました。日本で食べるより大味な感じはしましたが、日本からの買い付けも来ているそうです。

写真上段右ははウラジオストクにある、日本人が経営する「恵比寿」と、左は日本国総領事館がある建物の二階にあり高級な感じの「とよ原」です。「恵比寿」は大衆的な感じで、お客さんは我々以外はロシア人でした。ここに鳥取県をPRする小さな幟が置いてありました。寿司の盛り合わせや蕎麦など、本当に何でもありました。下段右の写真はハバロフスクで食べた焼き魚定食で、美味しかったです。

焼き魚定食

衣を付けて揚げた巻き寿司

左は先ほど言った「東京」という店の寿司で、人気のメニューは「サムライ」という名前の、海苔の替わりにサーモンで巻いたクリームチーズの寿司でした。

写真下段左は「東京」の看板メニューの衣を付けて揚げた巻き寿司で意外と美味しかったです。このようにロシア流にアレンジした料理もありました。値段はやはり日本の二、三倍でした。ここで、唯一「サッポロビール」の名前を見かけました。

日本食レストランや日本料理が増えているから、食材も日本のものを使っているかと言うと、現地産を使っているんですよね。日本食レストランが増えたことが日本のビジネスチャンスになるかというと、そうではなく、やはりコストが合わないということがあるそうです。見本市などで、いろいろと良いものはあることもわかりますが、コストが合わない。ウラジオストクで日本人料理長のいる「恵比寿」と「とよ原」に商談には行くけれども、やはり日本の商品を使ってもらうのは難しいとSENCON社の方は言っていました。「ラーメンのタレだけ卸している」そうです。日本食ブームがあっても、そこからビジネスチャンスが広がるかと言うと、ちょっと難しいだろうという感じを受けました。

以上駆け足で見てきましたが、一〇年前に私が訪れた時と比較すると、二極化の傾向はあるけれども、確実に豊かになってきていると感じました。ライフスタイルも少しずつ変化して来

ています。街でファーストフード店はあまり見かけませんでしたが、郊外の大きなスーパーマーケットの上の階にあるフードコート等には、日本食を含め様々な飲食店があり、そこで家族が食事をするという、そのような外食が広がっていると確信しました。ファーストフード店も好きずきがあり、「全然使っていない」という若者もいましたが、「忙しい時は食べるよ」という人もいて、スーパーマーケット内のマクドナルドのようなファーストフード店を利用する若者も増えています。

先ほど言ったように、ウォッカ離れも進んでいるし、ダーチャ離れも進んでいるということで、少しずつ人々の暮らしが変化してきていると感じました。こうした動きを敏感に把握して対応していく必要があるのではないかと思います。

四．まとめ

それでは、まとめに入っていきたいと思います。五つくらいありますが、今まで話してきたことの振り返りになります。まず一つ目、ロシアの農業というのは我々から見るとすごくいびつな感じがすると何度か言いました。農業企業と住民経営への二極化が非常に進んでおり、農民経営が衰退してきているということは大変問題です。ロシアの政策は、特に大企業と農民経営の方にもテコ入れをするという動きがあるのではないかと思います。

そういう中で品種改良、土地改良、農業技術などへの関心というのが非常に高まってきているということです。そして設備の刷新、農業機械を高度化したいと。日本との人的交流、技術的交流を非常に望んでいました。

「ロシアの農業は大規模と思われているけれど、そうでもない。北海道の農業技術をロシアでもっと生かせるのではないか」と言っている方もいらっしゃいました。そして環境に優しい、持続可能な農業への関心や、先ほど何回も出てきましたように、極東の人口が減っている中で中国人が押し寄せてくるという脅威、そういう危機感も相当あるようですが、中国人はお金を落してくれるという良い部分もあるけれども、そうでもない部分もあり、日本に対しては、とにかく実効性のある交流をしたい、早く人を送りこみたいという要望が一部でありました。

北海道とは気候も似ているので、その点からの北海道農業に

対する期待は大きいと感じました。しかし、一方的な関係というのは長続きしないと思うので、お互いにwinwinの関係が構築できるようなものを、どのように作っていくのかが重要になってくるのではないかと思います。

二つ目です。市場としての可能性はどうなのかということですね。やはり率直に言って、生鮮食料品の大量輸出はちょっと難しいのではないかという印象を受けました。なぜかと言うと、価格が二、三倍も高いということですね。先ほどスイカのお話の時に言い忘れましたが、日本のスイカは七、二〇〇円、その隣で地元のスイカが三五ルーブル、一〇〇円くらいて売られていたんです。また、中国のものは地元のものよりさらに安いらしいです。「日本から持って行くと、価格の六割が輸送料のコスト」という文書も読んだことがありますが、そうすると一部の富裕層しか購入できないことになります。ところが、人口はそれほど多いわけではありません。サハリンで五〇万人、極東全体で六三〇万人くらいですので、そこに大量に売るということは非常に難しいということが、我々調査団の一致した意見です。

先ほど言ったように、日本食レストランも日本産は良いものだという事はわかっているけれども、コスト的には無理だということで、ハバロフスクでも、物は全部モスクワから入ってくると言っていました。最初にウラジオストクで訪れた沿岸地方農業・食料局長が、「日本の業者でスイカやメロンを輸入して売っているところはあるけれども、あくまでもこれはニッチな市場であって、多くの人は中国から入ってきている価格の安い物を買います」と言っていました。所得の高い階層を狙ったニッチ産業にすぎない、その通りだと思いました。ですから勝算はどうかなという感じを受けました。

確かに安心や安全という意識は非常に高いのですけれども、三倍する物を買うための付加価値としては不十分だという指摘も受けました。私たちでもそうです。確かに道産牛は良いとわかっていても、横にオーストラリアやアメリカの安い肉がある場合、道産牛を毎回買うかと言ったらそうではなく、回数を減らしたり、たまには価格の高い道産牛を食べようという感覚であって、安心・安全だけでは三倍の価格差というのはなかなか埋められないと感じました。

それから、これは今日の講演の中であまり言いませんでしたが、食習慣の違いを考える必要があるというアドバイスもいろいろ受けました。例えば北海道の人がアスパラガスを持って行って売ろうと思っても、あちらでは庶民にはアスパラガスを食べる習慣がないということです。ある時、鳥取の柿を売り込もうとした事があったらしいのですが、ロシアでは柿は熟して軟らかいものをスプーンで食べるのが一般的らしく、鳥取の固い柿がスーパーにあっても、固い柿が甘いとは思わないそうです。同様に、ネギを売ろうとした時に、緑と白の部分があるからなかなか売れなかったということがありました。日本に帰っ

て来てネットで調べたところ、確かにロシアのネギは緑の部分がすごく多いのです。白い所が多いのでネギが売れなかったと言っていました。

それから玉ネギとリンゴ。この二つはそこそこ売れると言われました。日本の玉ネギは大きいのですが、ロシアでは小さな玉が調理的に好まれるそうです。しかし、日本の玉ネギはすごく日持ちするということで、高くても結構売れると言っていました。リンゴも同様に、ある程度日持ちするという理由もあると思います。ヨーロッパなどではリンゴを丸かじりで食べるので小さいリンゴが好まれますが、最近のロシアでは農薬の関係でリンゴの皮を剥いて切って食べるということが割と拡がってきているらしく、リンゴは売り込める可能性があると言ってました。ですから、向こうの食習慣にない物を売り込もうと思ったら、試食や何らかのキャンペーンと抱き合わせないとなかなか売れないのではないかという感じを受けました。

日本の商品だけを扱っているマガジンやスーパーがあり、それらが一応経営として成り立っている以上、日用雑貨や賞味期限が長い食品の可能性はあると思います。それは、日本の商品には高い信頼があるからです。「私の祖母はカムチャッカ半島に住んでいますが、そこでお風呂用品は全部日本のものを買っているよ」という人がいました「。子どもが小さい時、紙オムツは全部日本製のものでした」とも言っていました。

例えばトイレの消臭剤も結構売れるんですね。臭いが良いというのもありますが、日本の物は三週間ぐらいもちます。高くても、それだけの期間もてば別に高くはないわけですね。あるいは紙オムツも、赤ちゃんが気持ち良く過せる時間が長ければ別に値段が高いとはならないので、そのような付加価値があると結構高くても売れるのかなという感じがしました。先ほど言ったように、韓国製品の追い上げもあって安穏としていられませんが、日本の商品に対する信頼度は非常に高いということです。

それから価格を少し安くしたらどうかというアドバイスをしてくださった方もいらっしゃいました。つまり完璧な物じゃな

くても良い、多少質が落ちても良いと。スイカは真丸じゃなくても良いし、メロンだってネットが綺麗じゃなくても良い。そこで価格を二倍くらいに抑えるなど、そういう努力をしたらどうかと。日本人は、品質に対するこだわりというのがたくさんあります。ロシアには日本のこだわりに対するいろいろな逸話があるそうです。例えば、日本人がリンゴを作る時に一つひとつ袋をかけるのは驚きらしいですね。「ロシアではリンゴがなったら嬉しいし、虫がついたら吹き飛ばせば良いという感覚なんですよ」と言う方がいらっしゃいました。一方日本では味には関係ないけれど、キュウリは真直ぐじゃないといけない。そういうところで多少手を抜いてでも価格を下げるようなことをしてみてはどうかとおっしゃった方もいます。

稚内との関係で言えば、フェリーの運賃を少し安くして、ロシアから買物に来てもらう。船で日本に来て買物をし、大荷物を背負って帰る方が結構いるそうです。ロシアで売り込むより、日本に来て買ってもらうというような工夫の方が意外と良いのではないかという事を言っている方もいました。ですから、その辺りをどう考えていくかということでしょうか。

三っ目に流通システムの問題があります。サハリンもこれからだんだん変わっていくと思います。先ほど言ったように、少なくとも昨年私たちがサハリンに行ったときには個人的な繋がりが大事で、物流の仕組みはさっぱり分からないと言っていた人がほとんどでしたが、ウラジオストクの場合は、商社を介した流通システムが定着してきていています。もちろん日本のようにスムーズに行かない部分もありますが、かつての混乱期に比べると流通は良くなってきました。関税を通すのも短期間でできるようになってきましたし、ちょっと煩雑ですが手続きさえ踏めば、生魚も輸入できるようになってきています。ただやはり、輸送コストがかかる・倉庫や保冷設備がないというのがむしろ大きな問題だということが今回の調査では非常に印象深かったですね。「ロシアも少しずつ世界標準になっていますよ」という言い方をされている方もいました。

二〇一二年、ロシアはＷＴＯにも加盟しました。ある商社の日本人が仰っていた言葉から「トラウマからの脱却を！」と書きました。これは、ソ連が崩壊して間もない頃、日本の企業はビジネスチャンスだと思い、ロシアの方々と共同で事業をした結果、会社を乗っ取られてしまったという苦い思い出が脳裏にある。今でも日本の企業はロシアに対して非常に悪いイメージを持っています。トラウマになっている。怖い所だというネガティブな評価がありますが、この方は「自分もそう思ってきたんだけれども、実際に来てみたら全然違う現在のロシアの姿をきちんと見て、昔のトラウマは捨てて判断した方がいいですよ」と言っておられました。「日本から来ている人はちょっと勘違いしている。日本人が商談を持ちかけたらロシア人は皆喜ぶと思っている。そんなことはない、日本ほど扱いにくい国はない」と、ロシア人ではなく日本人が言っていました。その例

に出たのが、しじみです。「中国や韓国はそのまま持って行きますが、日本は同じ値段で買うにもかかわらず、L・M・Sに分けてくださいと要求する。そういう日本の商慣行というのは世界標準じゃないんですよ。見下すようなものではなくて、対等なビジネスの相手として見たほうが良いのではないですか」というアドバイスを言っておられる方もいました。

四番目は、ライフスタイルの変化についてです。これまで何回も言ってきたことですが、生活が安定して確実に豊かになってきています。特に都市部では、中間層もいてダーチャ離れや外食の習慣、つまりお金を払って物を買ったり食べたりすることがロシアの中で徐々に広がってきているということです。そういう意味ではビジネスチャンスが広がっている部分があると思いました。

最後になりますけれども、五つ目として、私がこの二年間、特に今年、極東地域の人達は本当に親日的だということにとても驚きました。サハリンは北海道といろいろな関係があるので、サハリンの方には「ウラジオストクやハバロフスクに行ったら、こうはいかないよ」と言われましたが、今回実際に行ってみると大変親日的でした。それは、向こうにいる複数の日本人が、「日本に対する評価は高すぎる、過剰すぎると思う程である」と言っています。日本人に対する評価が高く、ロシア全体としてはわかりませんが、極東は親日的な地域です。しかし、日本人のロシア観で親しみを感じないというのが八二・九％を占めるというデータがあります。これは日本のマスコミにも問題があると向こうの方が言っていました。ロシア問題と言うと、どうしても領土問題になってしまいますよね。その方が言っていたのは、「例えば三・一一でロシア軍は日本の自衛隊が救助に行かない所に行き、地元の人に大変感謝された。それはロシアで放送されたけれど、日本では全然報道されないでしょう」と。そういう部分に加えて、かつてのソビエト時代のイメージや小説のイメージなど、いろいろあると思いますが、非常に親日的な地域なので、我々もロシア観の転換を図っても良いのではないかと強く思いました。もちろん一方でいろいろな問題はあるでしょうけれども、我々はすごく歓待されたという印象を受けました。今後は両国にとって本当に良い関係が築かれるように交流をしていければ良いと思いました。そういう言葉で今日の話を締めたいと思います。どうもご清聴ありがとうございました。

質疑応答

入　江　　小内先生、どうもありがとうございました。先生は社会学を専門とされており、農業者や消費者、生活者の視点から研究活動を続けておりまして、今日もそういった視点から大変貴重なお話をお聞かせいただけたと思います。これから若干の時間ですけれども、質問なり感想なりお受けしたいと思います。最初に、ロシア極東地域への輸出拡大の調査を委託いただいた農産物協会の武田会長がいらっしゃいましたら、感想でも質問でも結構ですのでお話しいただければと思います。

武　田　　ただ今ご紹介いただきました、北海道農産物協会の武田でございます。実は昨年からロシア極東地域の調査研究の委託ということで、地域農研さんにお願いしてまいりました。

その前は台湾、タイ、シンガポール、香港、この地域についての需要創出・輸出拡大の調査研究も委託してまいりました。今回はこういう形で皆さんの前に成果を発表して頂けるということで、我々にとっても大変ありがたいことであります。今後も北海道農畜産物の輸出拡大、農業あるいは農畜産物のグローバル化ということは避けられない事態だと思っておりますので、この北海道農業のため、さらなる調査研究を続けて参りたいと思っております。今日はそういった意味で、ロシア極東地域の一部のことではありますが、こうやって発表させていただき、心からお礼申し上げます。どうもありがとうございました。

入　江　　武田会長、どうもありがとうございました。それでは会場の皆さんからご質問をお受けしたいと思います。発言の際には所属とお名前を仰っていただくようにお願いしたいと思います。それではどうぞ。

中　兼　　道庁の中兼と言います。北海道の農産物をロシア極東に輸出するとなると、値段を今の三倍から二倍くらいまで下げないと駄目だという話でしたが、それはともかく、味の面ではどうなのか。向こうで食べられた物は現地産の物が多いと思いますけれども、現地で食べられた物やスーパーに並んでいる物に比べて、やはり日本産の方が美味しい、北海道産の方が良いよねというように見えたのかどうかが一つ。それからもう一つ、現地の方は遠慮して言わなかったのだろうと思いますが、放射能による日本の商品に対するイメージ低下はあるのか。向こうの日

本人の方から何かお聞きになったかをお尋ねします。

入　江　ありがとうございます。小内先生、二つの質問ですけれども、お願いします。

小　内　ロシア料理は美味しかったですけど、日本から輸入された物は特に食べなかったです。現地のスイカは、よくヨーロッパにあるような水っぽい感じのもので、食べ慣れていない人には日本のスイカの方が美味しいかなと思いましたが、三倍払ってまで味の違いがあるかと言えば、どうかなと思う所はありました。

放射能の問題については、現地の人や案内人、運転手さんから直接言われませんでしたが、放射能という言葉が一回だけ出て来たのが、沿海地方国立農業教育アカデミーの方でした。安全で環境に優しいもの、放射能問題も含めてそれは東アジア全体で考えていかなければいけない問題なのだというお話の時に出てきただけで、特にその事について調査中に言われた事はなかったです。関心がないのかわかりませんが、こちらから話題にしなかったこともあり、特にありませんでした。それによる不安なども聞きませんでした。

入　江　ありがとうございます。その他いかがでしょうか。

橋　本　私は北海道農政事務所の橋本と申します。現地で売っている物の写真を見せていただきましたが、その中にインスタントラーメンの棚があり、上が日本製品で下が韓国製品だったと思います。この価格差というのはどれくらいだったかご記憶にございますか。

小　内　一般的に半分だと言われています。韓国製品は日本製品の半額だということです。カップラーメンだと日本製で三八〇円くらいですが、韓国製だと一九〇円くらいだと思います。

橋　本　ありがとうございます。

入　江　その他いかがでしょうか。

久　田　日本人の持つロシアイメージの悪化に責任を持っている日本のメディアの一角におります、北海道新聞の久田と言います。今日は、現地の写真を交えて非常に面白い貴重な情報をいただきましてありがとうございます。すごく雰囲気が伝わってきました。質問ですが、農業生産は、ダーチャと企業に「二極化」していると何回か仰っていましたが、ダーチャは減っているんですよね。

小　内　そうですね。

久　田　ということは企業がすごく増えているということでしょうか。

小　内　住民経営と農業企業に二極化しています。どちらかというと農民経営が衰退しているということだと思います。住民経営はダーチャだけではありません。ダーチャに、市民菜園や住宅付属地経営も入れて住民経営と言うのです。なお、ダーチャを持っていない人の数が増えているというのは統計的に出ているので、ダーチャは減っているということです。

久　田　では、ダーチャ以外の住民経営は増えているという事ですか。

小　内　そこはちょっと統計的にわかりません。

久　田　もう一つ関連でよろしいですか。ダーチャの非保有率が四九％から六〇％に増えていますよね。これは全ロシアの数字ですか。分母は全世帯数ですか。

小　内　二〇〇〇年位に全ロシア世論調査センターで行ったアンケート調査の結果だったと思います。ロシアは農業統計も含めて信頼できる統計があまりないと言われておりますが、これはアンケート調査ですね。結構大規模なものだったと思います。

久　田　都市住民だけの数字じゃないということですね。

小　内　そうですね。

久　田　農家を含んでいるわけですか。その他はダーチャを持っていないですよね。

小　内　そうですね。その調査対象者の方の比率、ダーチャを持っているかということに対しての比率において、持っていない人が高まったということですね。対象者に農家の方も含まれているので、その数がどうなのかというのはちょっとわからないです。

久　田　都市の住民がダーチャを持っているという率はだいたいこのくらいだと見て良いわけですね。つまり四割くらいが持っていると。

小　内　　ウラジオストクの局長さんに聞いたときは、「ダーチャをやっているのがウラジオストクでは半分くらいだよ」という言い方はされていましたね。それを統計的にくださいと言ったらホームページにありますと言ってはぐらかされ、もらえませんでした。ダーチャのことを何度も伺ったところ半分くらいですよという回答でした。

久　田　　ありがとうございました。

入　江　　その他いかがでございましょうか。

斉　藤　　元地域農研の斉藤と言います。先生のお話、非常に興味深く聞かせていただきました。スライドの二七枚目にあります、様々な農産物に対するロシアの人たちの考えが整理されていますし、これは非常に興味深く見させていただきました。

総括として、「安心・安全だけでは付加価値として不十分」、そして「生鮮食料品の大量輸出は難しい」というところが結論じゃないかと思います。これは農産物協会さんにとって、なかなか厳しいという事だと思います。問題は、このような状況の中でどういう展開をしてここを打破していくかということを考える必要があるということだと思います。

例えば、二〇年前になりますけれども、「香港で農産物を売れ」という事で私も香港に行きました。その時に、中国もそうでしたが、サラダを食べる習慣がなかったんですね。そこに北海道の甘い大きな玉ネギを持って行って、サラダ文化をなんとか根付かせたいという形で展開してみたところ、オーストラリアやアメリカから来ている玉ネギの三倍、四倍の価格でも「同じ玉ネギではない」という評価で売れたのです。こういうような事を、観点を変えて是非この続きとして後押ししていただきたいと思います。

小　内　　どうもありがとうございました。

入　江　　それでは、太田原先生の質問で最後にしたいと思います。

太田原　　研究所の顧問をしております太田原と申します。今日は大変貴重な解説、ありがとうございました。特に最後のまとめの方で、極東地域の「遅いけれども着実な変化」は大変大事なご指摘で、こちらも少し時間をかけて対応しなければならないのかなと思いました。お聞き

したいことは、北海道銀行が大きな農場を極東地域に造りました。あれはどういう役割を果たす事になるのか、現地でどう見られているのか、その辺りについて何かお気づきになられた事があったら教えていただきたいと思うのですが。

小　内　　先ほど少し申しましたが、ロシアでは余っていて使われていない土地がたくさんあるので、土地は提供してくれるそうです。ただ、作ったその後が問題だと聞きました。農場があるのはアムール州なので、そこから運ぶのにお金がかかる、倉庫は無い、どこに売るのかと。先ほど言った物流の問題が大きいのではないかと思います。ロシアは、土地はどんどん使ってくださいと言いますが、その後の手当てというのは全然してくれないらしいです。そのあたりがこれからの問題ではないかという事をたくさん聞きました。

太田原　　先ほど「北海道農業への期待」というお話があったのですが、そういう生産技術についての向こうの期待というのはかなりあるのでしょうか。

小　内　　新しい国営企業は別ですけれども、それ以外のところは北海道の農業機械に対して非常に関心を持っていると思います。ロシアの農業規模は非常に大きいイメージがありますが、意外とそうでもないので、北海道の技術をもっと活かせるのではないかと仰っていました。北海道は気候的にも似ていて、サイズ的にも適合するのではないかと仰っている方もいらっしゃいましたね。

入　江　　ありがとうございました。それでは以上で質疑応答を終わらせて頂きます。小内先生にもう一度大きな拍手をお願いします。ありがとうございました。

以上をもちまして本日の研修会を閉じさせていただきます。地域農研ではこうした研修会や様々な調査研究事業に取り組んでいきたいと思いますので、今後ともご指導ご鞭撻のほど、よろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。

女性の発想は農業を変える？

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ｍｃｍ」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。

◆「農と食に関わる」ことはビジネスにつながるか

人間いくつになっても「初」はあるものですね。二〇一三年十一月、初めてセミナーの講師というのを体験しました。私もメンバーとして所属する農都共生研究会からの依頼で、「6次産業人材育成講座」の九〇分コース。話を聞いたときは「いやいやいや、とんでもない」を何万回も繰り返したのですが、テーマが「パッケージデザインとネーミング」という自分としてはやりやすいテーマだったこと、最初で最後の経験もいいものかと思い、引き受けてしまいました。

どんな話をしたか、いかに緊張したか、というのは割愛させていただいて。参加者の皆さんは約三〇名、その中には、「食と農に関わる仕事がしたい」「生産者と消費者の橋渡しになりたい」と、いまの仕事の拡大や、新たな起業を考えている方も多くいました。年齢も二〇代から五〇代と幅広く、男女もほぼ半々、皆さんとても熱心に耳を傾けてくれました。

このセミナーに農業者の参加はなく、それでも「6次化」に強い関心を持っている一般の人がこんなにいるのだと思いました。ほかの6次化セミナーにも多くの人が参加しているらしいので、「食と農」に関わる人がどんどん増えれば、北海道農業にとっても心強いものになるはずです。ただし、農業への関心や応援をビジネスにつなげることはかなりの難関です。

6次化プランナーとして仕事ができる人はそう多くはありません。農産物を扱う直売や宅配を始めた人もいますが、北

海道の場合はどうしても〝冬〟がネックになります。なんだかネガティブな話になってしまいますが、私自身も「自分に何ができるのか、どう農業と関わっていけばいいのか」と常に模索しています。

そんな五里霧中に陥りそうな時、ぱーっと霧が晴れるような「発想」に出会いました。

◆女性起業家の発想が農業を変えるかも

井口芙美子（いのくち・ふみこ）さんに初めて会ったのは三年前、「おむかえまるしぇ」の発案者として紹介された時です。

「おむかえまるしぇ」とは、保育園で開かれるマルシェのこと。保育園に子どもを預けているお母さんは仕事を持ち、日々の買い物にも苦労しています。そこで、井口さんは知り合いの農家に声をかけ、お母さんたちがお迎えに来る夕方に、保育園のすぐ隣で農産物を販売してもらうことにしたのです。

そこに並ぶのは畑からのとれたて野菜ばかりなので、子どもたちにも安心です。井口さん自身も小さな子どもを抱えて仕事をしていたことからのアイデア。「この人の発想力はすごい！」と感服したのを覚えています。

そんな井口さんが起業したと聞き、帯広へと向かいました。待ち合わせ場所は、なんと「ながいも畑」です。

「いただきますカンパニー」の代表、井口芙美子さん

井口さんが企画したのは、「とかちの畑でおさんぽランチ」というツアー。広大なながいも畑の中を、井口さんが〝畑ガイド〟となって案内してくれます。ながいものことや十勝農業のこと、どんな質問にも答えてくれる、すばらしいガイドぶり。そして、お昼になると畑のすぐ横にテーブルがセッティングされ、十勝小麦パンのサンドイッチ、フライドポテ

ながいも畑を見たことがない人も多く、畑ツアーは好評

ト、黒豆茶、ながいも団子のお汁粉と、十勝ならではのメニューがずらり。そして、畑の持ち主である生産者も参加して、青空の下でランチ＆交流タイムが楽しめます。

　このような畑ツアーや畑カフェを企画し、実行に移すために、井口さんは「いただきますカンパニー」という小さな会社を立ち上げたのです。

「目的は食卓と畑を結ぶこと。消費者の皆さんは、畑の中に足を踏み入れるだけでも感動します。でも実りの時期は、農家の皆さんが一番忙しい時期。私たち畑ガイドが案内することで、農作業の手を止めることなく、生産現場を見てもらうことができます」と井口さん。彼女の発想は、参加する人がみんなハッピーになることを基本にしているようです。

　井口さんは、ながいもの収穫にはかなりの技術を要することや、土の管理の難しさなども詳しく教えてくれます。生産者が作業をしていれば、どんな作業で、何のためにしているかをガイドしてくれます。実際に畑を歩きながら話を聞くと、生産者の苦労が実感として伝わってきます。そして、生産者にとってはふだん通りの仕事をすることが、ツアー参加者の満足につながるので、協力する農家も増えているそうです。

「これからは畑ガイドの養成が課題です」と井口さんが言うように、知識があり、信頼できる畑ガイドがこの企画のカギになります。でも、このような畑ガイドの需要が全道的に広がれば、「食と農に関わる仕事がしたい」という人の雇用につながります。

　畑ツアーと畑ガイドの発想は、地域に貢献しながら、農業観光の新たなビジネススタイルになる。そんな気がしてなりません。

特別にトラクターの運転席に座らせてもらいました

畑を眺めながら食べられるようにランチを準備

◆ハングリーな農業女子も立ち上がった！

　最後にもう一つ、立ち上がった女性たちの話を。二〇一三年一二月、若手女性

農業者ネットワーク「はらぺ娘」が設立されました。「はらぺ娘（こ）」とは、現状に満足しないハングリー精神を持った農業女子ネットワークの意味。なんとも、かっこいいではないですか！

年に一度、北海道農業公社の主催で、全道の女性農業後継者が集まる研修会があり、そこで知り合った農業女子たちが新たなネットワークを立ち上げたのです。

なぜ、ネットワークが必要なのか？農業女子にはたくさんの悩みがあるからです。跡継ぎになろうと自分で決めたのに、後継者として扱われない。技術や経営のことをもっと学びたいのに、会議や勉強会は男性ばかり。女性というだけで活動の幅が狭く、得られる情報も少なく、孤立してしまうというのです。

実際に彼女たちに会ってみるとわかります。農業を自分の仕事として誇りに思っていること。農業の魅力を伝える柔軟なアイデアを持っていること。

女性たちの発想力は、既成概念に風穴を開けることがよくあります。男性中心の農業社会には、穴を開ける余地がまだまだあるような気がします。はらぺ娘の設立メンバーは二五人ですが、道内にはやる気のある女性後継者はいっぱいいます。その力を結集して生かしていけば、北海道農業はもっとすごいことになるはず。二〇一四年がとても楽しみになってきました。

若手女性農業者ネットワーク「はらぺ娘」のメンバー

食材偽装に対する緊急提言

新食品表示法と ホテルメニューの表示

酪農学園大学
農食環境学群　食と健康学類
教　授　鈴　木　　忠　敏

1．新食品表示法に向けた動き

平成二五年六月二八日、複数の法律（①食品衛生法、②ＪＡＳ法［農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律］、③健康増進法）に分かれていた食品表示に関する規定を一元化する「食品表示法」が公布された。この新法は　公布後二年以内に施行されることになっている。

【新食品表示法の特徴】

◇　基本理念

消費者の権利の尊重と自立支援、ならびに小規模の食品関連事業者の事業活動への配慮を明記。

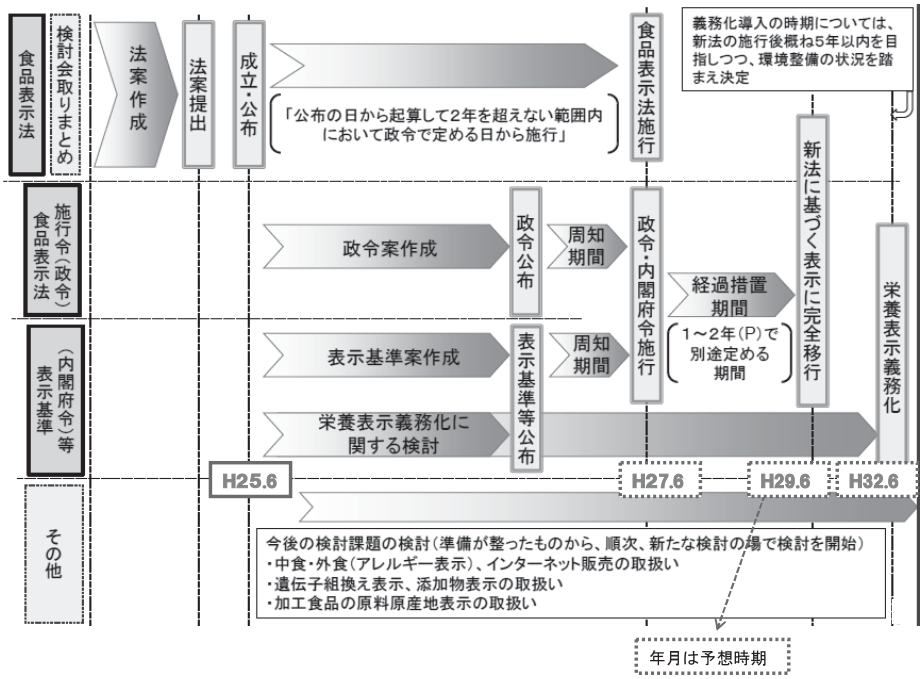
◇　食品表示基準

食品とともに酒類も対象とし、ＪＡＳ法の告示で定められていた個別の品質表示を廃止し、内閣府令による表示基準に一本化する。現行の表示義務の範囲は変わらない。政令および表示基準は、法律公布後一年を目処に公布される。

◇　差止請求権・申出制度の導入

特定商取引法および景品表示法では、内閣総理大臣が認定した「適格消費者団体」には事業者の不当な行為に対する差止請求権が認められているが（消費者団体訴訟制度）、新食品表示

出典：消費者庁



新食品表示制度の施行に向けたタイムスケジュール（案）

法にもこの規定が盛り込まれた。

また、ＪＡＳ法のみに規定されていた申出制度（一般消費者の利益が害されると認めるときは、何人も申し出ることができる制度）も新法に規定されている。

◇　栄養表示の義務化

消費者庁は、現在任意とされている加工食品の栄養表示について、新食品表示法の施行後、おおむね５年以内に義務化の導入を目指すとしており、その時期は環境整備の状況を踏まえて決定されることになっている。

同法は、複雑な食品表示のルールが消費者、事業者の双方にとってわかりやすくなると期待される一方、残された課題も少なくない。

2．ホテルのメニュー表示問題

食材偽装問題で、誤りの内容も不当さの度合いも様々である。意外なことに外食のメニュー表示には、食品表示の規制は適用されない。

⑴　ＪＡＳ法、食品衛生法、不正競争防止法

生鮮食品や加工食品を販売する際には、原材料や産地表示などはＪＡＳ（日本農林規格）法、食品衛生法、不正競争防止法が適用され違反した場合、罰則もある。

食品は全国さらには世界各地から調達され、消費者と生産者・加工者の距離が離れている。また、加工食品は多くが機械化された工場で生産されるなど、消費者からは作り手の顔が見えず、さらに、小売店のセルフ化により売り場での売り手と買い手の会話が無くなり、消費者にとっては食品への表示が店頭で商品を選択するための唯一の情報である。そのため、加工食品の包装や生鮮食品のポップ等の表示には統一されたルールが必要となったのである。

(2) 景品表示法

外食や量り売りの惣菜等は、店舗が加工の現場であると同時に消費者と直に接する場でもあり、各店舗ではそれぞれ個性と特徴を活かした営業を行い、消費者サイドも時と場合に応じて外食や惣菜販売の店舗を選択している。

また、対面販売ではお客様と直接コミュニケーションが取れるのでメニュー以外にも情報提供が可能であり、例えば「本日の焼き魚」というメニュー表示であっても、店員の説明で何の魚なのかが分かり、消費者に不便のないものとの考え方となっている。

ために外食のメニューは三法の対象外で、商品、サービスなどの表示全般を規制する景品表示法（実際よりも著しく優良であると誤認されるような表示＝禁止）が適用される。しかし、その具体的なルールが明確でない面がある。

ＪＡＳ法などを一元化した食品表示法が平成二七年に施行されるが、現状の考え方では外食・中食産業は対象外となっている。

3．景表法はどの程度「実際より、よく見せた」の判断

一連の偽装ではエビと牛肉の表示である。エビは品種によって判断がわかれる。安いエビを高級感のある車エビと偽る表示は不当度が高い。一方、「芝エビはあくまでエビの一種」との意見もある。バナメイエビを芝エビと表記して「優良誤認表示」という基準を満たすかどうかは、不透明である。

ステーキという表示は「一枚の牛肉の切り身」という意味である。細かい肉や脂身をつなげた成型肉や、霜降り部分を増やすために牛脂を注入した肉は「加工肉と表記しないと、景品表示法上問題」と消費者庁はこれまでも同法違反で排除命令を出したことがある。

景表法は、消費者をだます不当な表示を禁ずる法律。単に事実と違うだけでは違反と言えず「優良誤認」にあたるかがポイントである。ブランド名で実際よりもよく見せかけるブランド偽装は、景表法に抵触。ただ、料理の中でブランド食材の占め

る割合が少ないと見なされれば、行政処分にはならない。例えば白ネギと青ネギを使っていた大阪新阪急ホテルの「若鶏の照り焼き　九条ねぎのロティと共に」。「九条ねぎ」と銘打ったことで、どれだけよく見えたかが判断の分かれ目になる。

ただ、岩手県産豚肉を「宮崎県産」とした例などは「大差があると思えない」との畜産の専門家の見方もある。

また、「鮮魚」「自家製」などの表現も問題になった。市販品を使って「フレッシュ」ジュース。ＪＡＳ法に基づく「果実飲料品質表示基準」では、パック詰めのジュースには生やフレッシュなど新鮮であることを示す用語は使えないと決められている（以上、別紙参照）。

４．法の整備や業界指針を

偽装・誤表示など「違法」といえるものから「社会常識的に不適切」なものまで、まとめて発表されている（別表参照）。食品表示の理解不足は、行政側の問題でもあり「法の不備と取り締まりの不十分さ」がある。

ホテル・百貨店のみの問題ではなく、外食や持ち帰りの惣菜等の中食など、あいまいな表現は業界がガイドラインを作るなどして整理し、コンプライアンスを守る体制を整えるべきである。全てをメニューに表示する必要はないと思うが、聞かれた際に答えられるようにしておくなど、サービスする職員一人一人の知識の向上も必要である。

偽装・誤表示という犯罪は、なぜ起きるのか。答えはいくつかあると思います。まず、一番重要なのは他社との競争である。食品は、決して需要が途切れない生活必需品の最たるものである。だから、独占的な商売はできない。多種にわたるライバル関係が生まれるので「他社に勝つために消費者を犠牲にする」。

今回の問題は、ホテル業界特有の背景も内在していると思われる。業界、経営者団体だけではなく、調理師の団体を通じた周知も必要である。メニュー表示の問題だけに、外食・中食業界への影響も避けられない状況にある。

これまでも、食品は問題の発覚を受けて国が規制を強化するケースが続いている。特に、今は食品表示法施行に向けて具体的な基準を検討する時期にあり、外食・中食に対する法的拡大の議論が再燃する懸念もある。

（別　紙）

阪急阪神ホテルにおけるメニュー不適正表示問題について

●「鮮魚」「鮮魚盛り合わせ」と表示したものに冷凍した魚を使用

冷凍した素材を利用したことをもって必ずしも違反とはいえない。

この場合、鮮魚以外のメニューやパンフレットの記載も重要になる。生、朝獲り、浜直送等の記載を行った場合は優良誤認と判断される可能性がある。

ＪＡＳは、冷凍水産物も生鮮としており、解凍表示を義務付けているが盛り合わせの刺身、加熱調理した加工品には表示の義務付けはない。

また、生食用冷凍鮮魚介類という用語は、行政も厚生労働省の冷凍食品規格基準で定義している。

○生鮮食品品質表示基準（抜粋）

（定義）

第２条この基準において、次の表の左欄に掲げる用語の定義は、それぞれ同表の右欄に掲げるとおりとする。

用　語	定　義
生鮮食品	加工食品（加工食品品質表示基準（平成 12 年３月 31 日農林水産省告示第 513 号）第２条に規定するものをいう。）以外の飲食料品として別表に掲げるものをいう。

別表（第２条関係）

３　水産物（ラウンド、セミドレス、ドレス、フィレー、切り身、刺身（盛り合わせたものを除く。）、むき身、単に冷凍及び解凍したもの並びに生きたものを含む。）

○　冷凍食品の規格基準（抜粋）

１　冷凍食品（製造し、又は加工した食品（清涼飲料水、食肉製品、鯨肉製品、魚肉ねり製品、ゆでだこ及びゆでがにを除く。以下この項において同じ。）及び切り身又はむき身にした鮮魚介類（生かきを除く。以下この項において同じ。）を凍結させたものであって、容器包装に入れられたものに限る。以下この項において同じ。）の成分規格

（４）生食用冷凍鮮魚介類（冷凍食品のうち切り身又はむき身にした鮮魚介類であって、生食用のものを凍結させたものをいう。以下この項において同じ。）

●牛脂注入牛肉をビーフステーキと表示

消費者庁が、成型肉及び牛脂注入肉の表示についてＱ＆Ａを公表している。これによ

ると、成型肉についてはステーキという表示を禁じている。

牛脂注入については、霜降り等の表示を禁じているがビーフステーキという表示は禁じていない。しかし、牛脂注入加工肉であることを商品名とともに明瞭に記載することを求めている。

【消費者庁ＨＰ；よくある質問コーナー】

http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/qa/hyoujiqa.html

○よくある質問コーナー（表示関係）

（消費者庁ホームページより抜粋）

Q53　牛の成形肉（※１）を焼いた料理のことを「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示してもよいでしょうか。

※１･･･牛の生肉、脂身、横隔膜等に酵素添加物や植物たん白等を加えるなどして人工的に結着し、形状を整えたもの。成型肉、結着肉、圧着肉ともいわれる。

Ａ．食肉関連事業者や食品の専門家は、牛の成形肉が「生鮮食品」の「肉類」には該当せず、「加工食品」の「食肉製品」に該当し、牛の生肉、脂身、横隔膜等に酵素添加物や植物たん白等を加えるなどして人工的に結着し、形状を整えたものであるということを十分理解できているかもしれませんが、これを「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示した場合、この表示に接した一般消費者は、「生鮮食品」の「肉類」に該当する「一枚の牛肉の切り身」を焼いた料理と認識します。そもそも、牛の成形肉は「生鮮食品」の「肉類」に該当する牛の生肉の切り身ではありませんから、牛の成形肉を焼いた料理について、「ビーフステーキ」、「○○ステーキ」、「ステーキ」のように、「生鮮食品」の「肉類」に該当する一枚の生肉を焼いた料理と認識される表現を用いると、景品表示法第４条第１項第１号（優良誤認）に該当し、景品表示法上問題となります。

Q54　牛の成形肉を焼いた料理のことを「ステーキ」とは表示せず、「ビーフ」、「健康ビーフ」、「やわらかビーフ」、「ビーフ（やわらか加工）」と表示してもよいでしょうか。

Ａ．牛の成形肉を焼いた料理について、「ビーフステーキ」、「○○ステーキ」のように表示すると、景品表示法上問題となる考え方はＱ５３で示したとおりです。

牛の成形肉を焼いた料理について、「ステーキ」の表現は使わないものの、「ビーフ」、「健康ビーフ」などと表示した場合、この表示に接した一般消費者は、牛の肉を用いた料理であると認識します。牛の成形肉は、牛の肉を加工したものであり、「加工食品」としての「食肉製品」に該当します。牛の成形肉は、もともとは牛の肉であったものの、「生鮮食品」の「肉類」ではありません。したがって、牛の成形肉のことを「ビーフ」、「健康ビーフ」などと表現する場合には、「生鮮食品」の「肉類」に該当する肉を用いた料理であると一般消費者に誤認されないように、例えば、「成形肉使用」、「圧着肉を使用したものです。」というように、この料理の食材が成形肉であることを明瞭に記載する必要があります。明瞭に記載するというのは、例えば、商品名と同一ポイントで商品名近傍に併記するなど、一般消費者が当該料理について「生鮮食品」の「肉類」に該当する「一枚の肉」を焼いたものと誤認しないように表示することをいいます。「ビーフ」、「健康ビ

一フ」の文字と掛け離れたところに記載したり、小さい文字で記載したりするような場合には、景品表示法上問題となります。

また、「やわらかビーフ」という表示に接した一般消費者は、「やわらかく調理した牛の肉の料理である」と認識しますから、上記と同様に、この料理の食材が成形肉であることを明瞭に記載する必要があります。

そして、「ビーフ」の真横に、「(成形肉使用)」の替わりに「(やわらか加工)」というように、何らかの加工を施したことを示すつもりで事業者が記載をしたとしても、この表示に接した一般消費者は、「牛の肉を何らかの方法でやわらかく調理した料理」と認識し、成形肉を用いた料理と認識することは困難です。したがって、成形肉を焼いた料理のことを「ビーフ（やわらか加工)」と表示しても、この料理の食材が成形肉であることを明瞭に記載したことにはならず、景品表示法上問題となります。

Q55　牛脂等注入加工肉（※２）を焼いた料理のことを「霜降りビーフステーキ」、「さし入りビーフステーキ」と表示してもよいでしょうか。

※２･･･牛脂や馬脂に、水、水あめ、コラーゲン、植物性たん白、ＰＨ調整剤、酸化防止剤、増粘多糖類等を混ぜ合わせたものを「インジェクション」という注射針が針山になったような機械により、牛肉や馬肉に注入し、人工的に霜降り状の肉質に変質させ、形状を整えたもの。「インジェクション加工肉」等ともいわれ、牛肉に牛脂等を注入した「牛脂注入加工肉」や馬肉に馬脂等を注入した「馬脂注入加工肉」等がある。

Ａ.「食肉関連事業者や食品の専門家は、牛脂等注入加工肉が「生鮮食品」の「肉類」には該当せず、「加工食品」の「食肉製品」に該当し、牛脂や馬脂に、水、水あめ、コラーゲン、植物性たん白、ＰＨ調整剤、酸化防止剤、増粘多糖類等を混ぜ合わせたものを「インジェクション」という注射針が針山になったような機械により、牛肉や馬肉に注入し、人工的に霜降り状の肉質に変質させ、形状を整えたものであり、「インジェクション加工肉」等ともいわれるものであるということを十分理解できているかもしれませんが、これを「霜降りビーフステーキ」、「さし入りビーフステーキ」と表示した場合、この表示に接した一般消費者は、当該料理のことを、一定の飼育方法により脂肪が細かく交雑した状態になった牛や馬の肉を焼いた料理であると認識します。したがって、「加工食品」の「食肉製品」に該当する牛脂等注入加工肉のことを「霜降」、「霜降り肉」、「トロ肉」等と表現して、これを焼いた料理について、「霜降りビーフステーキ」、「さし入りビーフステーキ」と表示すると、景品表示法第４条第１項第１号（優良誤認）に該当し、景品表示法上問題となります。

Q56　牛脂注入加工肉を焼いた料理のことを「霜降りビーフステーキ」等と表示すると景品表示法上問題となることは分かりましたが、では、具体的にどのように表示すれば問題ないでしょうか。

Ａ. 牛脂注入加工肉を焼いた料理について、「霜降り」等の表示を行うと、景品表示法上問題となるという考え方はQ55 で示したとおりです。牛脂注入加工肉を焼いた料理について、「霜降り」の表現は使わないものの、「ビーフステーキ」、「やわらかビーフステーキ」と表

示した場合、この表示に接した一般消費者は、牛の肉を焼いた料理であると認識します。牛脂注入加工肉は、牛の肉を加工したものであり、「加工食品」としての「食肉製品」に該当します。牛脂注入加工肉は、もともとは牛の一枚肉を使用したものですが、加工を施すと「生鮮食品」の「肉類」には該当しません。したがって、牛脂注入加工肉のことを「ビーフステーキ」、「やわらかビーフステーキ」と表現する場合には、例えば、「牛脂注入加工肉使用」、「インジェクション加工肉を使用したものです。」というように、この料理の食材が牛脂注入加工肉であることを明瞭に記載すれば、直ちに景品表示法上問題となることはないでしょう。明瞭に記載するというのは、例えば、商品名と同一ポイントで商品名近傍に併記するなど、一般消費者が当該料理について「生鮮食品」の「肉類」に該当する「一枚の肉」を焼いたものと誤認しないように表示することをいいます。「ビーフステーキ」、「やわらかビーフステーキ」の文字と掛け離れたところに記載したり、小さい文字で記載し、一般消費者が視認困難な場合には、景品表示法上問題となります。

●「神戸ポーク」を「霧島ポーク」、他県産の豚を「沖縄まーさん豚」、普通ネギを「九条ネギ」と表示

明らかに産地、ブランドを偽っており、不適正な表示に該当

●ブラックタイガーを車海老、バナメイを芝海老と表示

明らかに品種を偽っており、不適正な表示に該当する。

なお、魚介類の名称については、水産庁がガイドラインを公表しており、和名「シロアシエビ」の一般的名称を「バナメイ」としており、芝海老とは区別している。

【農水省ＨＰ；水産庁ガイドライン】

http://www.jfa.maff.go.jp/j/kakou/hyouzi/meisyou.html

●天ざるそば（信州）と表示

表示が、そば粉が信州産であるという認識を消費者に与えたのであれば、違反の可能性がある。

生麺は、景表法の生麺公正競争規約で決められており、信州そばが定義されている。

○生めん類の表示に関する公正競争規約・施行規則（抜粋）

信州そば	長野県内で製造されたもの 手打、手打式（風）のもの 加水量 ……小麦粉重量に対し 38%以上 良質のそば粉の使用量 ……水分を除く全重量の 50%以上

乾麺はＪＡＳ法の乾麺品質表示基準の第５条で、産地名を表示禁止事項にした上

で、当該産地で製麺した場合は産地表示を認めている。

○乾麺品質表示基準（抜粋）

（表示禁止事項）

第５条加工食品品質表示基準第６条各号に掲げるもののほか、次に掲げる事項は、これを表示してはならない。ただし、(1)に掲げる事項については手延べ干しそば又は手延べ干しめんに記載する場合、(2)に掲げる事項については製めんした地域（以下「製めん地」という。）で包装したものに表示する場合又は製めん地以外で包装したものについて「製めん地・○○」の用語を商品名を表示した箇所に近接した箇所に記載し、「○○」に当該製めん地名を記載する場合（製めん地名を２以上記載する場合には、製品に占める重量の割合の多いものから順に記載する場合に限る。）は、この限りでない。

(1)「手延べ」その他これに類似する用語

(2) 産地名を表す用語

(3) 第３条の規定により表示すべき事項の内容と矛盾する用語

●ストレートジュースを「フレッシュジュース」と表示

ＪＡＳでは、果実飲料品質表示基準第６条で「フレッシュ」という用語を禁じており、果実飲料の表示に関する公正競争規約施行規則第４条で「客観的根拠に基づかないフレッシュの表示」を禁じている。今回いわれているストレート果汁が、市販品を使用したのであれば不当な表示になる。

自店で絞った果汁を冷凍保管したものをストレート果汁としているのであれば、それを使用したものがフレッシュといえるかは、判断が分かれるところ。

【果実飲料品質表示規準】

http://www.caa.go.jp/jas/hyoji/pdf/kijun_10_110930.pdf

【果実飲料の表示に関する公正競争規約】

http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/A-21.pdf

●自然卵に液卵を混ぜて「自然卵」と表示、「自家菜園野菜」「地元産野菜」「小山農園の野菜」などと表示、一部それ以外の野菜を提供

事実に反する表示となる。

●銘柄鶏「津軽鶏」を「津軽地鶏」と表示

地鶏については、ＪＡＳ規格で厳密な定めがある。

これ以外は、地鶏として流通いないので、ホテルが勝手にやった不適正な表示となる。

【農水省ＨＰ；地鶏の日本農林規格】

http://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/pdf/kikaku_62_100616.pdf

●「手作りチョコソース」と表示、仕入れた既製品を使用

基本的にチョコレートそのものを手作りすることは不可能（チョコレート製造には大

型装置が必要）。

手作りとしているチョコレート菓子のほとんどは、業務用のチョコレートを溶かし直して使用している。

店内で手を加えることなく、完成品を仕入れていたということであれば事実とは異なる表示となる。

●既製品を「手捏ね煮込みハンバーグ定食」と表示

これは手作りを意味すると判断される可能性がある。

既製品を仕入れてこの表示をしているのであれば、不適正表示となる可能性がある。

●「レッドキャビア」と表示、マスの魚卵ではなくトビウオの魚卵を使用

直訳すると「赤い魚卵」になりますが、公的な定義は見当たらない。

また、とびっこをレッドキャビアとして販売している卸業者（原料をトビ卵と表示）も存在する。

●一部有機野菜ではない野菜を有機野菜として提供

有機野菜については、有機農産物の日本農林規格で厳密に定義されており、この規格に合致していない農産物は流通しない。

【農水省ＨＰ；有機農産物の日本農林規格】

http://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/pdf/yuki_nosan_120328.pdf

【留意すべき事項】

ＪＡＳ法は、外食について品質表示基準を適用していない。

このため、ＪＡＳ法に基づく表示がなされた食材を仕入れた場合にあっても、そのまま外食としての表示（メニュー）に反映させる義務はない。

しかし、表示する場合は、ＪＡＳ法に従って伝達された名称、産地、原料等の情報に留意する必要がある。

（別　表）

ＪＡＳ法、景品表示法と外食産業

	JAS法（どんな食材なのかを明記）		景品表示法（実際よりも著しく優良であると誤認されるような表示を禁止している）	備　　考
	スーパー等の小売店	レストラン等の飲食店		
冷凍保存された魚を「市場直送の鮮魚」と表示	○ 「解凍」と表示する義務がある	JAS法は、外食について品質表示基準を適用していない。 このため、JAS法に基づく表示がなされた食材を仕入れた場合にあっても、そのまま外食としての表示（メニュー）に反映させる義務はない。 しかし、表示する場合は、JAS法に従って伝達された名称、産地、原料等の情報に留意する必要がある。	○	「冷凍」は鮮度を保つための技術。冷凍した素材を利用したことをもって必ずしも違反とはいえない。 この場合、鮮魚以外のメニューやパンフレットの記載も重要になる。生、朝獲り、浜直送等の記載を行った場合は優良誤認と判断される可能性がある。
バナメイエビを「芝エビ」や「大正エビ」と表示	× 品種の偽装		△ 優良誤認？	安いエビを高級感のある「車えび」と偽ることは不当性が高い（ブランド偽装）。 エビの一種と考えれば問題なし。
牛脂注入肉などの加工肉を「霜降りステーキ」と表示	× ステーキは1枚肉の切り身と定義されている （「加工肉」と表示する義務）		× 優良誤認	成型肉についてはステーキという表示を禁じている。「加工食品」としての「食肉製品」に該当。牛脂注入については、霜降り等の表示を禁じているが、ビーフステーキという表示は禁じていない。しかし、牛脂注入加工肉であることを商品名とともに明瞭に記載することを求めている。 「霜降り」という言葉が優良誤認に該当
外国産サーモンやホッケを「日高産」や「羅臼産」と表示	× 産地名の偽装		× 優良誤認	産地表示は違反。過去にカナダ産ボタンエビを北海道産と表示し、違反とされた例がある。
アカニシ貝やトコブシを「アワビ」と表示	× 品種の偽装		× 優良誤認	品種表示は違反。
サーモントラウを「鮭」と表示	× 品種の偽装		× 優良誤認	品種表示は違反。
太平洋産マグロを「近海マグロ」と表示	× 産地名の偽装		× 優良誤認	産地表示は違反。
市販品の冷凍ジュースを「フレッシュジュース」と表示	× 「果実飲料品質表示基準」で、パック詰めのジュースには生やフレッシュなど新鮮であることを示す用語は使えない		△ 優良誤認？	自店で絞った果汁を冷凍保管したものをストレート果汁としているのであれば、それを使用したものがフレッシュといえるかは、判断が分かれるところ。
「自家製」酵母パンと表示していながら、「市販」の酵母を使う	○		× 優良誤認	「自家製」、「手打ち」、「鮮度」の定義がない
中国産そば粉を利用したにも関わらず天ざるそば（信州）と表示	× 産地名の偽装		× 優良誤認	景表法の生麺公正競争規約で決められており、信州そばが定義されている。
「天然水使用」 と表示	○		○	「天然」の定義がない。水は天然物。

外食のメニュー表示については、提供される商品の種類が多く、その原材料が頻繁に変わることによる表示の切替えが困難であるということ、営業形態が対面販売であり、あらかじめ消費者が店員にメニューの内容を確認できることから、ＪＡＳ法に基づく表示基準による義務付けは対象外となっている。

会員紹介

雪印メグミルク株式会社

酪農総合研究所

「酪農生産への貢献」へ向けて

今回は酪農総合研究所の宇高部長に研究所の紹介をお願いしました。

はじめに

酪農総合研究所（以下、酪総研）の歴史は、昭和五一年三月に雪印乳業㈱創業五〇周年の記念事業として㈱酪農総合研究所が設立されたことから始まります。民間唯一の酪農専門研究機関として「わが国の酪農の発展と酪農民の生活向上に寄与する」調査研究、普及活動を実施してきました。

その後、平成一七年四月に雪印乳業㈱の機能、組織の見直しにより社内研究所となり、平成二一年一〇月には、日本ミルクコミュニティ㈱と雪印乳業㈱の経営統合によって設立された雪印メグミルク㈱の社内研究所として今日に至っています。

時々の情勢によって組織形態は変遷しましたが、創設以来の基本的な理念を保持し「健土健民」の実践に資する調査研究活動の主体性・中立性を堅持しながら、わが国の酪農乳業の振興に貢献することを目的として事業を継承しています。

そして、現在は雪印メグミルクグループの企業理念である三つの使命「消費者重視経営の実践」、「酪農生産への貢献」、「乳（ミルク）にこだわる」の一つである「酪農生産への貢献」へ向けて、自給飼料増産や酪農経営向上に向けた実践的活動を推進しています。

一．基本方針と基本姿勢について

酪農産業に関る幅広い分野の科学的・実践的調査研究とその成果の普及を通して、わが国酪農の発展と食糧の安定的需給に寄与することを基本方針とし、公共性・独立性の高い調査研究活動の実施を基本姿勢としています。

二．取り組み内容について

【調査研究課題】

・酪農生産に間接的に関係するもの

（一）わが国の酪農政策に関する調査研究

（二）わが国の生乳及び牛乳・乳製品の需給と消費に関する調査研究

・酪農生産に直接関係するもの
（三）酪農経営の安定的向上に関する調査研究
（四）国産飼料の生産強化と有効利用に関する調査研究
（五）乳牛飼養管理の向上に関する調査研究
【酪農サポート】
（一）研究成果の普及・推進
（二）経営サポート（経営改善・自給飼料生産・乳牛飼養管理等）
（三）酪農諮問委員会事務局
（四）日本酪農青年研究連盟事務局
【広報活動】
（一）出版・ＨＰ運営・講演・シンポジウム等の開催
（二）酪農と乳の歴史館の活用

三．活動内容について

現在、酪総研では酪農現場立脚型の調査研究を中心とし、自給飼料の生産・利活用「実証圃場」および持続的酪農経営「実証農家」事業を展開しています。

近年、輸入飼料や資材価格が高騰し、酪農経営を圧迫したことや、酪農および肉用牛生産の近代化を図る基本方針（平成二二年制定）において、粗飼料自給率一〇〇％が謳われたことから、改めて自給飼料生産の重要性が認識された背景があり、自給飼料生産に強みを持つグループ会社の雪印種苗㈱と連携し各関係機関のご協力を得ながら、自給飼料の生産強化による酪農経営の安定化を目的に、この二つの調査研究を進めています。

加えて、「酪総研シンポジウム」を毎年開催し、喫緊の課題やタイムリーな話題について情報の発信および討議を行う場の提供や、生乳および牛乳乳製品の需要と供給、酪農制度・政策に関する調査研究、日本酪農青年研究連盟の事務局支援などを実施しています。

四．「実証圃場」の取り組み

「実証圃場」は酪農生産者、団体等の自給飼料生産圃場を選定し、播種作業、植生状況、収量等を調査し、肥培管理および調製利用法等を支援することで課題を抽出し、地域性等の農家環境を重視した中で、植生改善や給与飼料の原価低減、飼養管理の改善や生乳生産費低減、国際競争力のある酪農経営の確立や国土の環境保全、研究成果の地域への波及を目的に調査研究を展開しています。

日本国内の酪農経営における飼料自給率は、平成二三年度にＴＤＮベースで北海道は四八・五％、都府県は一三・〇％、全国で三一・六％となっており、ここ数十年は低下傾向、或いは横ばいで推移しています。

国の政策におきましても飼料自給率向上に向けて動き始めている中、この「実証圃場」の成果を地域へ広く波及させていくことの重要性が一層増している状況です。この取り組みは平成二〇年度より開始され今年で六年目となり、平成二五年度は北海道で四ヵ所、静岡県で二ヵ所の圃場で調査研究を進めています。

（一）主な取り組み内容

・「作溝型更新機械」を活用した草地（簡易）更新
・イタリアンライグラスを活用した草地強害

植物（雑草）の抑制
・冬枯れ抵抗性のあるアルファルファ「ケレス」の普及促進
・耐病性F1トウモロコシ「ビビット」の普及
・冬作ライムギの導入による自給飼料作物の生産増強
・ペレニアルライグラスの導入

実証圃場では、地域の状況に即したテーマで調査研究を実施しており、取り組み事例についてはHPに掲載し随時アップしています。
HPアドレス：
http://rakusouken.net/index.htm

五．経営「実証農家」の取り組み

経営「実証農家」は自給飼料の生産強化とその利活用を原点として、自給飼料生産に影響する土壌管理・植生管理、哺育育成期・搾乳期・乾乳期の飼養管理の改善および経営分析・診断等に取組んでいます。この取り組みは土地利用型酪農および循環型酪農による持続的酪農経営の安定を目指しており、改善経過とその成果を発信し広く地域に普及させ、酪農生産現場への貢献を果たしていくことを目的としています。

経営「実証農家」への取り組みは平成二一年度より開始され、三年間の取り組み期間、二年間のフォロー期間と合わせて五年間の期間となっています。現在はフォロー期間中の大樹町、中標津町の実証農家二戸と平成二四年度から新規に取り組みを開始した興部町の実証農家一戸にて取り組みを実施しています。

（一）推進体制

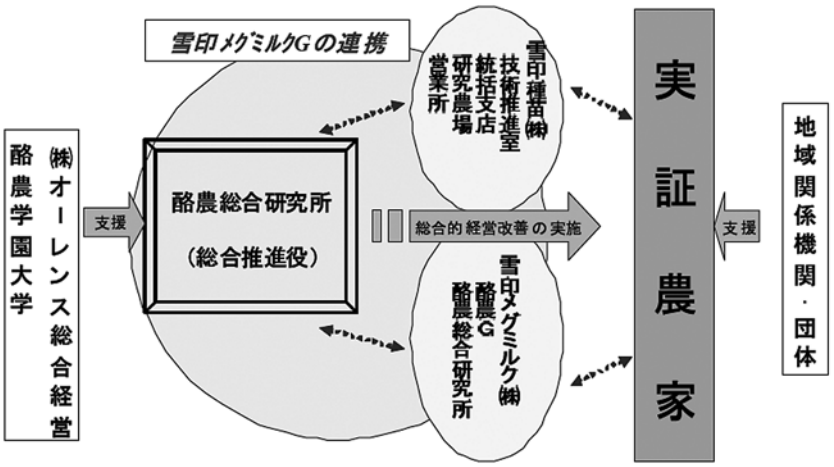
推進体制につきましては、酪農学園大学、㈱オーレンス総合経営、現地関係機関、雪印種苗㈱、雪印メグミルク㈱で推進組織を設置し、各関係機関・団体にご協力いただきながら酪総研が総合推進役として取り組みを展開しています。

推進体制は図の通りとなります。

シードマチックでの播種

5年目のアルファルファ「ケレス」草地

ペレニアルライグラスの草地



経営実証農家の推進体制

し、部門一体となって実証農家のサポートを展開しています。

② 現地検討会

定期巡回や月次の定性・定量データを基に現地検討会（半期に一回）を開催し、草地管理、飼養管理、経営管理の取り組み経過および結果を検証し、実証農家と議論しながら課題の抽出や改善方針の確認等、今後の方向性を決定しています。

③ 定期検討会

現地検討会終了後には事務局スタッフによる定期検討会（半期に一回）が開催され、改善成果の検証や今後の方向性の確認を実施しています。

（二）主な取り組み内容

① 定期巡回

経営「実証農家」では定期巡回（月一回）を実施し、草地部門、飼養管理部門、経営分析部門の三部門でデータ収集・分析や調査・研究を実施しています。草地部門では草地診断や植生調査、収量調査、飼料の栄養分析等を、飼養管理部門ではボディコンディションスコアや跛行スコアの調査、牛体測定や飼養環境の調査等を実施しています。また、経営部門では各種経営データの収集と分析を実施

定期巡回時における植生調査

現地検討会

④　取り組み成果について

実証農家においては草地更新、植生および牛舎施設等の改善が進められ、良質サイレージの生産、乾物摂取量の改善、生産乳量の増加等、目に見える形での成果が上がってまいりました。これらの成果は、平成二四年度畜産関係新技術発表会（平成二五年二月二一日開催）や酪農ジャーナル（平成二五年七月号）への掲載という形で報告させていただきました。

また、先に開催されたＩＤＦ主催の『ワールドデイリーサミット２０１３』においては、大樹町の実証農家の取り組みを基に「植生改善が酪農経営に及ぼす直接的経済効果」と題してポスター発表を行いました。

中標津町の実証農家につきましては、平成二五年十一月十三日に開催された日本酪農青年研究連盟主催の第六五回日本酪農研究会（第五三回農林水産祭参加・平成二六年度酪農経営コンクール）において改善賞・太田賞を受賞されました。

興部町の実証農家については精力的に植生改善を進めた結果、一頭当り年間平均乳量が取り組み一年目で一千㎏増加し、一万㎏を突破するという非常に大きな成果が得られました。また、この取り組みが地域における草地植生改善計画会議設立の原動力となり、まさに実証農家の成果を地域に普及させ酪農生産現場への貢献を果たすことが現実のものとなってきました。

この実証圃場や経営「実証農家」への取り組みが酪農生産者を始め、各関連機関にとって自給飼料の生産拡大の一助となれば幸いです。

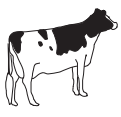
六・酪総研シンポジウム

近年では、世界的に頻発する天候異変や新興国の輸入増加およびバイオエネルギー増産等により輸入飼料の価格は高騰した状態が続いており、国内では飼料自給率の向上が大きな課題として取り上げられています。平成二五年度のシンポジウムでは、「国産飼料を最大限に活かした酪農の再構築Ⅱ～地域の取り組み事例と課題～」と題しまして、昨年に引き続き、草地の植生改善を始めとした自給飼料の生産拡大および品質向上について実際に取り組まれている方々からご講演をいただき、会場の参加者と共に今後の飼料自給率向上へ向けて実践的な討論を実施したいと考えています。

終わりに

酪農総合研究所は、雪印メグミルクグループの「酪農生産への貢献」具現化の窓口として、酪農乳業を取り巻く環境が激しく変化する最中、酪農経営の課題の解決に向けスピード感を持って、現場立脚型の調査研究と酪農サポートの遂行に努めていきたいと考えています。

今後も、酪農乳業の関係者の皆様方と共に課題解決に向けて努力していく所存ですのでご助言、ご指導の程、宜しくお願い申し上げます。



酪総研シンポジウム

と　き：平成26年１月31日（金）　13：00～17：00

ところ：第二水産ビル　８階大会議室　札幌市中央区北３条西７丁目

国産飼料を最大限に活かした酪農の再構築－Ⅱ

――地域の取り組み事例と課題――

１．開　　会　　13：00

２．講　　演　　13：15

１）「酪農総合研究所の自給飼料生産拡大の取り組みについて」

雪印メグミルク株式会社　酪農総合研究所長　田　中　二三男

２）「牛乳の価値－インスピレーションのその後－」（仮題）

千葉県香取市　酪農家　長　嶋　　透

３）「『土』『草』『堆肥』作り」

北海道大樹町　酪農家　太　田　福　司

４）「JA における植生改善の取り組みについて」

JA 道東あさひ　営農センター長　小　島　友　喜

３．意見交換　　16：20

座長　雪印種苗株式会社　研究開発本部長　高　山　光　男

４．閉　　会　　17：00

※参加無料、定員200名

※参加を希望される方は HP 掲載「参加中込書」にて、FAX でお申込みください。

HP ; http : //rakusouken.net/index.htm　　FAX　011－704－2417

※定員になり次第、参加申込みを締め切らせていただきます。

以上

中国のたまねぎ生産と産地構造(2)

北海道大学大学院　農学研究院　准教授　朴　紅
北海道大学大学院　農学研究院　教　授　坂下　明彦

4 短日照地域のたまねぎ生産 ― 雲南省

1) 短日照地域でのたまねぎ生産

たまねぎ生産における短日照地域は、台湾、中国の西南部の雲南省と沿海部の福建省、広東省、広西壮族自治区と海南省が該当し、面積的には二〇万ムー～三〇万ムー（一・三～二万ha）である。

作型をみると、播種が八月上旬～中旬の二〇日の間、定植期が一〇月一〇日前後、収穫期が三月上旬～四月上旬であり、春たまねぎの産地である。

品種は、在来種が赤たまねぎであり、一九八〇年代にアメリカ産の黄たまねぎを導入している。なかでも、「早玉」(Early Grano type)と「勝早玉」(Granex type)がメインとなっている。栽培面積が比較的少なく、収量も中日照地域より低いため、価格は高く設定されている。ただし、品種的には、水分が多く、保存が効かないというデメリットがある（一・六ヵ月～一・七ヵ月）。

前者は、さらにTexas Grano、Texas Early Grano502、Early Grano502PRRなどに分けられるが、このタイプの品種の特徴は、鱗茎が大きく、コマの形をしていることである。中国では「佛手牌」や「太陽牌」という名前で商標登録をしている。台湾では、「早玉」たまねぎが作付面積全体の二〇%を占めている。福建省では一九九〇年代半ばに「早玉」を導入し、現在では玉葱の作付面積の五〇%を占めており、単収は一〇a当たり二、三三三～二、六六七kgである。

後者の「勝早玉」にはGranex、Granex33、Granex429、Granex 2000、Yellow Granex Immproved PRR、Henry、s Specialなどが含まれている。これらの品種の収量は、「早玉」より高く、台湾ではたまねぎ作付面積の八〇%が「勝早玉」であるという。「勝早玉」品種の特徴は、「早玉」との類似点が多いが、鱗茎が大きく、楕円形をしており、前者より鱗茎が固いという。

近年では、外来種と在来種を掛け合わせる品種改良が行われ、福建農業大学のアモイでの短日照たまねぎの栽培試験により、Equanex(H)、Sivan(H)、Granex429(H)、Granoble、Dessex(H)、Tropicana(H)、Gladalan Brownなどが代表品種として普及され、収量は在来種より高くなっている。また、白たまねぎのPrimeroとDeko(H)は乾物含有量が高いため、乾燥たまねぎの加工に向いている。

台湾、広東省で生産されたたまねぎは主にインド、日本に輸出さ

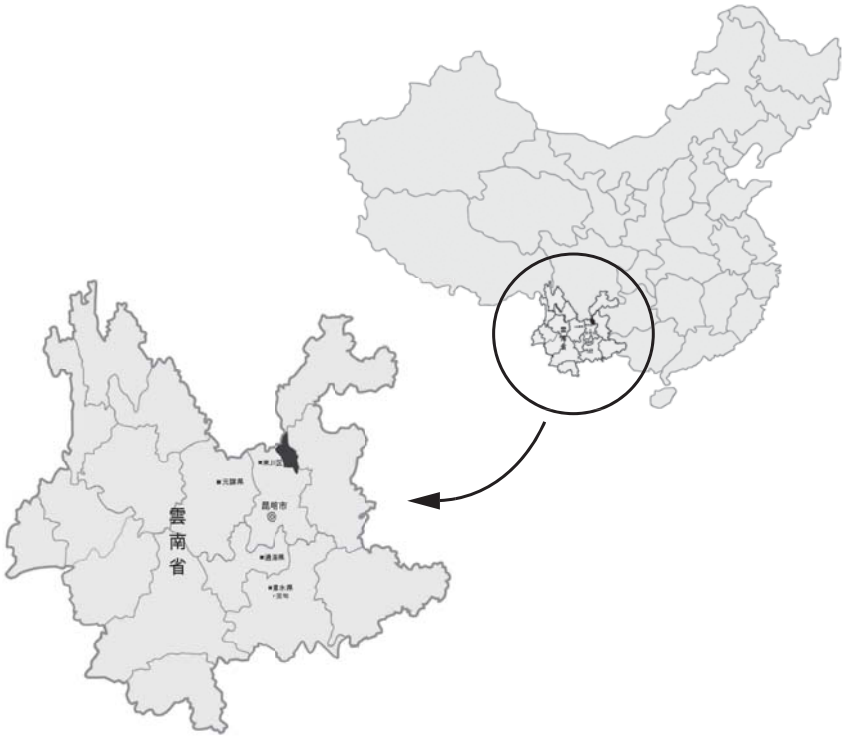
れ、香港、マカオ地域や国内の華北、東北地域にも出荷されている。福建省では毎年およそ二万トンのたまねぎを黒龍江省、遼寧省、吉林省、河南省、河北省、北京と香港に移出しており、輸出は少量ではあるが、日本がメインである。

2）春たまねぎの主産地雲南省

以下では、短日照たまねぎのメイン産地である雲南省について、二〇一三年一〇月に雲南農業大学園林園芸学院で行った聞き取り調査にもとづき、その生産実態を詳細に紹介したい。

雲南省のたまねぎ栽培の歴史はわずか一〇〇年であり、一九〇〇年代初めにフランスが「滇中越鉄道」（滇中は雲南省、越はベトナム）を建設し多数のフランス人が雲南省に移り住み、たまねぎを持ち込んだことが始まりであるという。以降、一九三〇～一九四〇年代の日中戦争期に東北地域から大量の避難民がなだれ込み、東北のたまねぎも導入された。そうした前史の上で、一九八〇年代に雲南省が思い切った農業構造再編を行い、その結果大規模な野菜産地形成が行われ、その中でたまねぎ栽培が増加をみせる。

栽培面積は、前号の表1では一・一万ha（『農村統計年鑑』二〇一〇年版により試算）、前号表4では一五～二〇万ムー（一～一・三万ha、中国農業科学院での聞き取りによる）となっているが、雲南農大の推定によると、二〇〇〇年代初期では多い年でもおよそ六、七〇〇ha（一〇万ムー）に過ぎず、その後、特に近年ではたまねぎ



雲南省のたまねぎ産地

の市場価格の変動の激しさや物流の未整備などの要因から産地の縮小がみられ、現在の作付面積は四、七〇〇～五、三〇〇haの水準にある。

現在のたまねぎ産地は、省の中部、省都の昆明市の周辺を中心としており、中北部の海抜の低い「乾熱河谷」(hot-dry valley)地域と滇中の高原盆地の冷涼地域の二つに大別することができる。前者は金沙江上流の支流である龍川江流域に位置しており、代表産地は元謀県である。後者は山間地域に位置しており、代表産地は通海県、建水県と昆明市東川区である。

3) アメリカ黄を中心とした元謀県

元謀県は冬の期間が短く、乾季と雨季がはっきりと分かれており、年平均気温は二一・九度、年間の日照は二、六七〇時間、年間降雨量は六一三㎜である。たまねぎ栽培面積は一、三三三ha(二〇一二年)であり、品種はアメリカ黄たまねぎ(「太陽牌」)がメインであり、単収が高いため(九・八トン／一〇a)、栽培面積の七〇%、九三三haを占めている。在来種の赤たまねぎも残存しており、栽培面積はおよそ三三三ha(二五%)である。単収は一〇a当たり七・五トンである。生産時期は、播種が七月下旬～八月中旬、定植が八月末、収穫期が一月下旬～三月中旬である。このため、元謀県は中国でたまねぎの収穫期が最も早い地域である。特に中国の旧正月に合わせた出荷が多いため、価格の設定が高く、農家の出荷価格は一袋(二五kg)当たり五〇～六五元(二～二・七元／kg)であり、市場の小売価格は一kg当たり五～六元である(二〇一二年)。ただし、アメリカ黄たまねぎはF_1品種であるため、種苗会社からの種子購入が前提となるため、生産コストは高くなる。種子一〇〇g当たりの価格が二四〇元であり、ムー当たりの必要種子量が三〇〇gであるため、在来種よりムー当たり七二〇元の種子コスト増となる。元謀県のたまねぎ生産の特徴は、生産農家が一〇〇ムー(六・七ha)以上の大規模農家に分布していること、出荷価格の設定は高いが価格の乱高下も大きいため栽培面積の増減が激しいことなどがあげられる。栽培面積が縮小した二〇〇四年の作付面積は二〇一二年の半分程度であった。販売先は、国内のほか、輸出も行っており、主に日本、韓国、ロシアなど一六ヵ国に輸出している。二〇一二年の冬から二〇一三年の春にかけては二三万トンの輸出実績を持っている。

4) 赤たまねぎの高原盆地

つぎに高原盆地の産地であるが、主要品種は在来種であり、通海県と建水県では「通海赤たまねぎ」、昆明市東川区では「東川赤たまねぎ」を栽培している。在来種のため、種子は農家が自己採種を行っており、種子コストは掛からない。栽培面積は、通海県はこの一〇年間一、三〇〇～二、〇〇〇haで比較的安定している。建水県は二〇一一年の栽培面積が一、八一二haであり、昆明市東川区はおよそ一、三〇〇haである。農家の栽培規模は零細であり、一戸当た

りの平均規模は一・三～二ａである。この中で、昆明市東川区では二〇一一年より「南菜北運」（南部の野菜を北部に運搬する）という国家プロジェクトによる物流の整備が進められた結果、一三～二六ha規模の農家が続出しており、たまねぎ生産の主要な担い手になりつつある。販売形態は「青田買い」がメインであり、農家の出荷価格は元謀県と比較して安価であり、kg当たり一～一・五元である。生産量の七〇％が省外移出であり、主に沿海地域、東北三省、華北地域である。昆明市東川区のたまねぎは、国内のほか、近隣のベトナムにも輸出している。

これらの産地の中で最も歴史が古く、比較的農家の経営規模が大きいのは建水県の面甸鎮である。面甸鎮は建水県東部の山間地域に位置しており、総面積三三、六六〇haのうち農地面積は三、二九四ha（九・八％）に過ぎない。農業人口は三・六万人であり、一人当たりの耕地面積は九・二ａであるが、一戸当たりの家族構成を三人とした場合、一戸当たりの耕地面積は二七・六ａで比較的規模が大きいと言える。この地域の年間降雨量は七八〇㎜、無霜期は三〇五日であり、亜熱帯地域に属している。管内には濾江河が流れて、土壌は適湿の砂質土であるため、たまねぎ栽培に向いている。面甸鎮は一九八四年に雲南省の「無公害Ａ級たまねぎ栽培重点地域」に指定され、以降、産地形成のために気候と土壌条件に適合する「宝剣」、「宝豊」（アメリカ赤たまねぎと在来種の掛け合わせ品種）などを導入し、全ての農家がたまねぎを栽培するようになった。産地形成の初期には、農家は経営面積の一部をたまねぎ栽培に当てていたが、売れ行きが好調であるためたまねぎ専業農家も現れ、最近では借地により規模拡大を行う農家も続出している。面甸鎮全体のたまねぎ作付面積も一九九〇年代の七七〇ha程度から二〇〇七年には九三〇ha、二〇一一年には一、〇〇〇haの規模にまで拡大している。これは建水県全体のたまねぎ作付面積の五五・二％を占めており、地区レベルの紅河州においても最大の産地となっている。一ムー当たりの平均収量は三・五トン（五・三トン／一〇ａ）であり、二〇一一年の生産量はおよそ五二、五〇〇トンである。近年では、市場のニーズに合わせて、在来種の赤たまねぎのほか、白たまねぎ品種も導入し、前者は主に南部の沿海地域の各省（主に広東、広西、浙江、上海、山東）へ、後者は北方地域、とりわけ東北三省に販売している。二〇一一年の作付面積のうち、赤たまねぎが五三〇ha、白たまねぎが四七〇haとなっている。収穫期は三～四月であるが、販売形態は「青田買い」がほとんどであり、主に山東省の仲買人と加工業者が買い付けに来ている。加工業者が買い付けるのは主に白たまねぎであり、山東省へ運搬した後、二次、三次加工を行い日本と韓国に輸出しているという。

（つづく）

書評

『北の大地に挑む農業教育の軌跡』

公益財団法人北農会 農業技術コンサルタントチーム内
「北海道における農業教育の軌跡」編集委員会編

〈評者〉 北海道大学名誉教授 七戸長生

基本的な観点

本書は、北海道の開拓が始まってから、「日本の食料基地」としての地位を築くに至った現在までの約一四〇年間に及ぶ農業教育の流れを、細大洩らさず、網羅的・体系的に整理した大著である。その端緒は、明治初年の開拓使の官園での実習教育に源を発するが、その後はさまざまな時代画期を背景にして、全道各地で農業を発展させる原動力としての人材育成のための教育が繰り広げられた。その足跡を足掛け四年間にわたって克明に辿り、多くの文献・資料に当って編集・整理してきた同編集委員会の皆さんに対して、深甚の敬意とお祝いを申し上げたい。また、この種の出版物の刊行が極めて困難な情勢下にもかかわらず、所期の上梓を達成された同刊行協力会の皆さんに対しても心からの祝意を表するものである。

ところで、近年の一般的な風潮からいえば、農業教育に対する関心はさほど高くはない。さらにそれが一〇〇年以上の長期間にわたる歴史を綴ったものであるということになると、「是非とも、今すぐ手に取って読んでみたい」という気持ちになる人は、意外に少ないかもしれない。「何となく堅苦しく、高級過ぎてなじみにくい」というのが、率直な感じであろう。しかし「激動の時代」といわれる現代の様々な難問に直面して、その打開に頭を悩ましている人ならば誰しも、この当初の、とっつきにくさ、喰わ

当研究所の会員である公益財団法人北農会、農業技術コンサルタントチーム内の編集委員会による「北の大地に挑む農業教育の軌跡」が昨年一〇月に発刊されました。

北海道農業の黎明期から今日までの農業教育が、多彩な執筆陣によって四編構成で整理・解析されています。本道農業教育の貴重な記録であり、これからの農業を示唆する意義のある出版であることから、当研究所として出版助成をいたしました。

北海道大学名誉教授七戸長生氏（当研究所の元所長、顧問）に本書の紹介と、この出版の北海道農業にとっての意義を解説していただきました。

なお、本評は北農八一巻第一号（二〇一四年一月発行）にも同時掲載されています。

株式会社北海道協同組合通信社発行・販売
（TEL 011－209－1003）
2013年10月刊　A４版　448頁　上製本
表紙カバー２色刷り
定価3,000円（本体2,857円＋消費税）送料600円

ず嫌い、を乗り越えて、ここから真剣に学び、考えていくことが求められている課題があることに気づくに違いない。それは、それぞれの時代画期の要請に応えて、いかにして「有為の人材」が育成され、世に送り出されてきたか、という観点である。

いくら情報化の時代だと言っても、ネットで安直な検索をどんなに重ねても、今後五年先、一〇年先に優れた手腕を発揮する能力を秘めた人材を発掘することはできない。と言ってこのまま成り行きまかせで必要な人材は確保できるのか。それは不可能だろう。もしそうなら、今、大急ぎで考えなければならないのは、そういう人材をこれからどうやってつくり、どうやって確保するか、であろう。その時に頼りになるのは、少々回り道のように見えるが、過去五〇年、一〇〇年の歴史をひもといて、先人達がどのような努力を重ねて、それぞれの時代に即応した人材を育成したか、その足跡を真剣に辿りながら、現代にマッチしたあり方を具体的に考えることであろう。そういう自前の思索と検討の有力な素材を提供してくれているのが本書である。少々堅苦しいとか、苦手だとかゼイタクなことを言っている場合ではない。

本書の構成と概要

本書は全体で四四八頁に及ぶ大冊であるが、次の四つの編から構成されている。まず第一編「北海道農業教育の概要」では、北海道農業が形成されてから、今日のように目ざましく展開するまでの一四〇年を、農業形成期（一八六九～一九二〇年）、農業再編成期（一九二一～一九四五年）、農業転換期（一九四六～一九七〇年）、そして農業高度展開期（一九七一～現在）、の四期に分けて、それぞれの時期の農業教育の発展の特色を辿り、さらに各時代画期に打ち出された農業教育の基礎理念や、各種の教育活動

の特色が追跡されている。続く第二編「北海道農業教育の系譜別のあゆみ」は、教育推進の中心を担う「学校教育と施設教育」について代表的な一七の組織の展開系譜を辿りながら詳述し、次いで各種の研修事業や研修施設で展開された農村青年を主な対象とする研修ならびに生涯学習の教育について一四の事業を取上げて詳しく紹介している。さらに農業確立に多大の貢献を果たしてきた農業試験場をはじめとする研究機関や農協系統組織、さらには農業改良普及制度などの農業技術指導について七つの組織活動の系譜を取上げて検討し、近年の農業担い手育成のための活動や農業教育担当者向けの教育活動なども幅広くとらえて紹介している。したがって第一編の歴史の流れを縦糸とすれば、第二編ではそれぞれの地区や組織のニーズに応えて展開された農業教育のさまざまなジャンルの活動が、横糸のように実にこと細かく、細大洩らさずに追跡されていて、農村における幅広い人材育成・確保の概要が、まるで戦国絵巻のように繰り広げられている。

そして第三編では、この絵巻物のような編成に「血のかよった肉声」を盛り込む形で、主要な組織・機関における指導者の回顧や感想、そしてそれらの指導者の薫陶を受けた、かつての研修生だった農業者・農村指導者たちの回顧や感慨、が収録されている。この総数六六人に及ぶ「肉声」の部分は、まさに本書の圧巻ともいうべきものである。そこでは人材育成の根底にある一期一会の「人と人との出会い」がいかに大切であるかを如実に物語っていると同時に、それを今日の時代状況に即応した形で確保するには、どのような工夫が必要となっているか、を深く考えさせてくれるものとなっている。

つまり農業技術の指導・教育はいかにあるべきか、という点に関して、それぞれの事例は当然に時代的な特色（制約）をもっているが、作物の栽培にしても、家畜の飼養にしても、基本のキから真剣に、そして誠実に学ぶことが必須であり、同じ世代の若者が親元から離れて、多くの若者達と合宿状態で競い合って修練を積むことが、彼らの狭い見聞と技能をいかに画期的に拡大し、農業の未来に対していかに有望な希望をもたらしてくれるか、を誠に雄弁に語っているのである。

さらに第四編では、主に第二編ないしは第三編で扱った文献・資料を活用する形で、農業の歴史と教育の歴史を網羅するトピックスを紹介し、編集担当者の「執筆余話」もそれぞれに含蓄に富む形で紹介されていて、第三編で与えられた感動の余韻を一層強く伝えるものとなっている。

本書が示唆するもの

さて与えられた紙幅が迫ってきたので、以下では本書によって

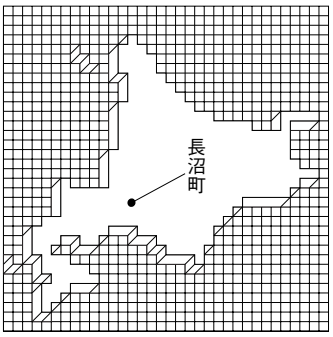
觸発された、今後の北海道の農業教育の展開方向を示唆する論点として、さしあたり次の三点をあげておきたい。

まず第一に、農業という産業の特性として、特定の地区範囲に密着する形で進められる生産活動（作物栽培といい、家畜飼養といい、特定地域の農地にへばりつかざるを得ない）の制約を、いかにして打破するかという課題があげられる。これは、農業者の視野の狭さをもたらすばかりでなく、他地域、他産業の人達とのコミュニケーションの不足、ひいては自己主張や宣伝力の不足となって、はねかえってくる。このことは、しきりにグローバル化が叫ばれているさ中においては、何としても克服しなければならぬ課題である。したがって求められている人材は、作物栽培や家畜飼養のスペシャリストのレベルにとどまるものではなく、高度のスペシャリストであると同時に、広い視野と組織化能力を持ったゼネラリスト（加工、販売や組織運営の能力）が必要であり、海外を含めた主要な地域についての情報に精通していることも望まれる。実は、本道の農業形成期から農業再編成期にかけて「新しい農業」として注目された酪農の先進農家の多くは、そのような能力を備えたリーダーだった。そして彼らの畜舎に住み込みで働きつつ学んだ人たちの各地における活動の足跡こそ、この課題解決のヒントになろう。

第二に、これからの農業の主流が家族総働きの労作経営から脱皮していくとしたら、「雇う、雇われる」社会関係や、チームワークが重視される組織関係に対する適応能力が必須となる。旧い全寮制の合宿教育には、この点でのメリットもあったと考えられるが、新しい時代に即応した研修体制としては、例えば各地で活躍中の酪農ヘルパー制度をもとにした新しい展開方向があるのではなかろうか。

第三に、一定の地区に立地して、希望にあふれる農業を築くには、個々の農家・農場の成長・発展が望まれるが、同時に追求されなければならないのは、どのようなムラを作るか、つまり、開拓初期以来の散居制の作りから脱皮して、営農面では従来のとおり散居制をとりつつも、生活面では密居制的な居住区画制を採用するといった折衷方式をとることが考えられよう。こうして、在来の深刻な過疎化に悩むムラの状況を一変させて、地域産業社会の都市生活に勝るとも劣らないムラを築くには、どういう仲間と、どのような社会生活を組織することが求められるのか、広く社会的な意見のやり取りを存分に駆使できるコミュニケーションを展開する能力も重要な課題となろう。これは、農地制度の改編とも無関係ではないと思われる。これらの課題は、とうてい単一の人材育成組織では十分に展開できないと思われるから、さまざまな組織や地域での緊密な連繋・分担が必要であろう。

連　載



あのマチ　このムラ・**地域おこし活躍中**

No.72

長沼町の事例

―緑と水と光のふるさとへ―

一・はじめに

長沼町は、札幌へは西に車で約五〇分、新千歳空港へは南へ三〇分程にあり、面積の七割を田畑が占め、稲作を始め北海道で穫れる野菜の殆どを生産している農村地帯である。有名な観光スポットや大きなレジャー施設があるわけでもないこの小さな田舎町に年間四千人前後の小中高校生が全国からやって来る。大きなホテルや旅館はなく、子供たちを受け入れるのは長沼町の農家である。一軒につき三、四人に分れ、食事や寝起きを共にし、農家の生活を体験するグリーン・ツーリズム、長沼町では九年前から修学旅行生の受け入れを行っている。

（道道札幌夕張線を長沼町市街へ）

（長沼町のグリーンツーリズムの受け入れ状況）

（回数・人数）

区　分		平成17年度		23年度		24年度		25年度		26年度予定	
農家民宿	修学旅行	1	154	24	3,929	22	4,035	20	3,704	19	3,537
	一　般	1	11	4	21	5	18	3	76		
農業体験		7	860	7	1,314	6	1,045	4	480		
計			1,025		5,264		5,098		4,260		

二．修学旅行生たちの生の声、帰宅後の便り

修学旅行生のファームステイの前と体験したときの生の声を以下に紹介する。

「ホームステイや農業は一度も体験したことがありませんが、どんなものか今からとても楽しみにしています。迷惑をかけないよう頑張ります。」（ある女子中学生の自己紹介より）

「これ小豆です。いつもスーパーに並んでいるものとは、何か感じが違う。これ、たぶん美味しいと思う。おじさん、今晩これ食べたい。」（農作業体験で小豆を収穫した女子小学生）

「店に並んでいるものを東京では当たり前のように食べていたけど、収穫するのがこんなに大変なことだとは知らなかった。東京へ戻ったら多分感覚が変わると思う。」（農作業体験で長ネギの収穫をした男子高校生）

「トマトがなっているのを初めて見た。美味しくするためにいろいろな工夫をしているんだね。」（農作業体験でミニトマトを収穫した男子高校生）

「ジンギスカン見たのも食べたのも初めて。メッチャ、美味しい」（夕食での女子高校生）

「今までこの野菜を食べられなかったけど穫れたて新鮮だと食べれた」（夕食での男子中学生）などなど。期待と不安が未体験の感動に変わっていく様子がうかがえる。

また、生徒たちからの帰宅後のどの便りにも、優しい笑顔で最初の緊張をほぐしてくれた長沼のお父さん、お母さんへの感謝、長沼の空気のおいしさ、都会のどこか排他的な建物だらけの景色と違いどこまでも続く田畑しかない風景、夜の暗さや手の届きそうな星に感じる郷愁めいた安心感、農作業は大変だったが充実感があったこと、収穫した野菜などを共同調理し、大勢で食べる食事の美味しさ、家族との賑やかな楽しい団らん、たった二日間前後のつきあいが愛おしく、その時に戻れるなら時が止まって欲しいとの思いが綴られている。そしてどの子たちも自分のステイ先が最高だったと言っている。また、親が感謝している。学校も感謝している。

こんなうれしいことは無いですよね。これじゃあ、長沼の農家さんたちは修学旅行生のファームステイ受け入れを止められる訳がない…。体が動く限りは…。

なぜ、修学旅行生たちがこうも感動し感謝しているのだろうかと考えたとき、彼らのもう一つの言葉が見つかった。それは慣れない農作業が上手に出来ず、ミスばかり繰り返しても、ミスを許してくれ、

（ファームステイ受入式）

丁寧に何度も分かりやすく教えて貰ったという「感動」の言葉であった。都会の子たちだけではないかも知れないが、恐らく、他人に親身になって接して貰った経験があまりないのだろうなと、推測される。子供達にとって、身近になかった人のあたたかさというものが、長沼の農家さんたちには当たり前のことであるが、魅力となっているのであろう。

（はいっ　チーズ！）

三．長沼のお母さんたちの気持ち

長沼町のグリーン・ツーリズムは修学旅行生にすこぶる評判が良い。

受け入れる側の姿勢を長沼のお母さん代表として、農家民宿・ファーム「こまたに」（駒谷作江）の駒谷保子さん（指導農業士）に話を聞いてみた。

（ファームステイ先での食事）

―家族構成は？

「夫（六六歳）、息子（三七歳）夫婦の四人家族です。一昨年主人から息子に経営移譲をしました。」

―ファームステイの受け入れは、保子さん夫妻だけでやられているんですか？

「私たちは畑へ連れて行ったりし、食事はお嫁さんが担当してくれており、分担作業でやっています。」

（ファームステイ先での食器洗い）

―ファームステイの受け入れは、いつまで出来そうですか？

「とにかく楽しいので元気なうちはやりたいと思ってますし、息子たちも続けてくれると思っています。」

―楽しいというのは、具体的にどのような点にそれを感じますか？

「都会からこの田舎に来たわけですから、見るもの、聞

（お別れ）

（農作業体験で指導する駒谷保子さん）

くもの、感じるものがすべて新鮮なようで、何にでも喜んでくれるのが自分のことのように嬉しいのです。私たちが日ごろ当たり前のように思って見過ごしていることを逆に教えてもらうことがいっぱいあるんですよ。また、子供たちからは都会の流行のお話しや消費者がどんなものを求めているのか教えて貰っています。別れるときは、泣き出す子もいて本当に感謝してくれて、帰ってからも手紙をくれます。ある進学校の子が来たときなんか、主人が「お前らが官僚になったら、この長沼のこと、北海道の農業のことを頼むぞ」としきりに言ってました。帰ったら、長沼のことを思い出して欲しい、長沼の応援団になって欲しいとみんなが思っています。」

―生徒たちにはどのような方針で臨んでいらっしゃいますか？

「私たち農家の普段の生活を体験して欲しいと願っています。ですから、我が家ではお風呂も内風呂に入って貰っています。子供たちを長沼温泉に連れて行ってあげているファームもあり、仲間の子から「お前たちも温泉に来いよ」と携帯で誘われた子がいたんですけど、うちの方針を説明し、わかってもらいました。また、親御さんが言わないような躾についても遠慮なく言うようにしています。」

―修学旅行の時期は決まっているので、忙しい時期に重なることもあるのですか？

「例えば五月の田植のシーズンとかですと、うちは米を作っていないので、率先してファームステイを受け入れるようにしております。農家の間で融通しあって段取りするようにはしていますが、農繁期と重なるのは仕方がないと思っています。子供たちが喜んでくれることの方が嬉しいし、やりがいを感じています。」

―農作業体験での生徒たちは労働力とは期待していないと思うのですが、農作業体験をして貰う上でのご苦労は？

「今は定型的になっていますが、何をして貰うか悩みました。当然、過重な作業とか危険な作業をして貰う訳にはいかないのですが、農作業の大変さを知ってもらいたいし、そこから生まれる食べ物の大切さを知って欲しいと思っています。収穫作業したばかりの野菜を食べたら、おいしさも倍増しますし、何よりも長沼の印象を心に留めて帰って欲しいと願っています。」

―ファームステイ受け入れで、改善したいと思う点などはありますか？

「ファームステイ前に世話をする子たちのプロフィールなどが送られてくるのですが、家族構成などもっと詳しいものにして貰えれば、対応の仕

方もいろいろ出来るし、さびしい思いをさせることもないと思うのですが…」

（個人情報保護法などを理由に学校によって扱いがさまざまであることが産業振興課グリーン・ツーリズム推進室桃野主査から説明された。）

―生徒たちのまた来たいという声もかなり多いと聞いていますが…

「本当に大勢の子がまた絶対来るからねと言って帰ってくれます。長沼は遠いですから、私たちは社会人になって自分のお金で来てねと言っています。」

ファーム「こまたに」には、『思い出ノート』と称し、ファームステイした子たちの写真、プロフィール、感想文、帰宅後の手紙、親や学校からの感謝のお礼などを綴った資料が厚さ一〇㎝ほどのファイルに九年分、二冊半保存されている。

四．修学旅行にファームステイを取り入れる学校側の狙い

学校によっては全員が同じメニューではなく、海外旅行とかいくつかの選択肢がある中から生徒がファームステイを選択する学校もあるという。では、学校側がファームステイを取り入れる目的はどこにあるのだろうか。ある中学校から長沼町グリーン・ツーリズム推進協議会に届いた礼状を紹介する。

『…生徒にとって、学校から離れた農家において、新しい人間関係のもとで体験活動をできたことは、生徒自身の目を社会に向けさせていただいただけでなく、これからの自分を見つめる良い機会になったと思います。また、この「ファームステイ」の活動を通して、社会で働くことの厳しさ、挨拶や礼儀の大切さ、他者への思いやり、人に感謝する気持ち、自己の適性や自己の新たな発見など、大きな影響を受けたことと思います。

この「ファームステイ」での体験活動を活かし、生徒たちがさらに成長していけるような教育活動に励みたいと思います。有難うございました。』

五．長沼町のグリーン・ツーリズムの現状と課題

日本においてグリーン・ツーリズムは、バブル経済が崩壊し、手当たり次第のリゾート開発への反省、農山村の多面的機能への着眼から平成一四年に農林水産省グリーン・ツーリズム研究会の「中間報告」にグリーン・ツーリズムを政策として提起されたのが端緒である。

長沼町においては、ＧＡＴＴウルグアイ・ラウンド農産物自由化交渉及びプラザ合意による円高のために農産物の輸入が進み、農業を取り巻く環境の閉塞感を打破したいと、ヨーロッパ型に学び、農産物に付加価値を付け、直売など消費者との距離を詰め、農村の景観、生活、空気、農作業を売りにしようと考えたのである。

長沼町のグリーン・ツーリズムは、町と農協で平成一五

年に「長沼町グリーン・ツーリズム研究会」を立ち上げ、特区認定の申請など制度作りに取り組み、平成一七年度より受入が始まった。修学旅行が多いのは、たまたま第一弾が修学旅行で、評判が人気を呼び、今では二年先の予約まで埋まっており、お断りしている学校もかなりあるという。ファームステイ受入農家の戸数は長沼町の農家戸数約八〇〇戸のうち平成二五年度において旅館業許可取得者は一五二戸となっている。需要との兼ね合いから二〇〇戸程度欲しいところだが、近年、若干減少傾向となっている。

修学旅行が入っているときは、大事な生徒さんたちに何かあったら大変と、役場の産業振興課グリーン・ツーリズム推進室が二四時間体制で携帯電話を持ち待機している。最近は、食物アレルギー、動物アレルギーを持つ子も多く、事前の聞き取り調査で受入先を決めているという。「うちの子にはこれを食べさせて下さい」と、冷凍食品を送ってくる親御さんもいるという。

長沼町では、修学旅行受入時に温泉優待券やジンギスカン割引カードを農家に配布し、商工会、町民も一体となって、グリーン・ツーリズム事業に参画、協力している。

六．長沼町オリジナルのグリーン・ツーリズムに向けて

グリーン・ツーリズム事業の効用、期待として、農家の収入増、地元経済の活性化を第一に挙げる向きがある。しかし、前出の駒谷保子さんは、「単に収入を上げようと考えるなら作目を増やすなどした方がいい。それ以上の充実感が修学旅行生の受入にはあるんです。」と言い、ＪＡながぬま大和田営農推進係長は「お問合せのあったファームステイをした学校や農業体験をした道内の学校が長沼の農産物を買ってくださっています。農協全体の販売事業の中での金額は小さいですが、中には学校祭の催しで使われるということで、十万円単位で買ってくださる学校さんもあります。」と言う。前出グリーン・ツーリズム推進室桃野主査は「町内への経済効果は確かにあると思います。年間四千人掛ける平均二泊弱掛ける宿泊料、引率の先生も同様に長沼温泉に約二〇〇人分の宿泊料のお金が長沼町に落ちる訳ですから。でもそれより、何もないこの町に年間四千人の人が訪れてくれる、町民も関心を持ち、町内の美化も進みます。修学旅行生たちは泣いて別れを惜しむほど感謝し喜んでくれますが、実は農家さんたちも生きがいを感じさせてもらっているのです。このことの方が大きいと思います。」と言う。

最後に、今後の展望も含めて、長沼町グリーン・ツーリズム運営協議会駒谷信幸会長に締めていただくこととする。

「私が農協の組合長をやっている時、消費者との距離がいつの間にか離れてしまっているなと感じ、それを縮めるには現場に来て見てもらうのが一番だと思った。農村の景

観だとか空気を直に肌に感じてもらいたい。高校三年生なら高校三年生の孫が毎年遊びにやってきてくれる。毎年新たな出会いがある。何とも楽しいものだ。」

「都会の人にしてみればこの田舎に来ただけでものすごく目の輝きが違う、たった一泊か二泊しかしていないのに来たときのその人と帰るときのその人とは別人、素直になる、優しくなる、人間の原点みたいなものに触れてそういう輝きになるのだろう。見るからに悪ガキみたいなのが悪さをして問題を起こしたことはまだ一人もいないんだから。」

（駒谷会長と修学旅行生）

「全国に長沼の子供たちがどんどん増えていくのが楽しみです。」

「小さな種を蒔いて、それから芽が出て、いろんな農産物が実るということも子供たちにしたら感動で、大都会から来た子たちの目を通して、農業ってこうなのかと我々も再認識したり、あるいは夜は暗いというのは田舎では当たり前なことなのに、都会から来た子は「え〜っ夜が暗い、星がきれい」とかいって驚いている。それは僕たちも忘れていたここの良さだよね。農業の大切さ、あるいは食べ物の大切さ、命を頂いて自分の健康を維持しているということを理解してもらって、子供たちが親になって子供を連れて訪ねてくれるとかいう付き合いが何代も続けてできたら最高の幸せだね。」

長沼町のグリーン・ツーリズムは、町民の今の生きがいであるとともに、将来の長沼町農業のため、北海道、いや日本の農業のために、そして未来の長沼町のために種を蒔いているのであろう。

長沼町のグリーン・ツーリズムは、成功裏に今年一〇年目を迎える。長沼町グリーン・ツーリズム推進協議会では、これから一〇周年記念事業を企画するとのことである。

【取材後記】

ファーム「こまたに」の『思い出ノート』を閲覧させていただくと、何種類ものカラーペンを使って単語ごとに色を変えて書かれた文章や、とにかく絵や記号ががいっぱい登場する手紙が目立ち、記者は戸惑うばかりであった。ただどれも長沼のお父さん、お母さんに向けた感謝、ファームステイの楽しかったこと、食べ物の大切さを知ったことなど、この体験を忘れないで元気に勉学に励んでいくという内容の手紙であった。

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

掲示板

研究会・研修会等への報告者・講師の派遣
（平成25年10月～12月）

○平成25年度農業技術研究会
主　催　日本農業研究所
とき　平成25年10月９日
テーマ　新北海道農業発達史の刊行を終えて
講　演　太田原　高昭
（当研究所・顧問）

○憲法問題研究会
主　催　札幌市山の手九条の会
とき　平成25年10月26日
テーマ　ＴＰＰをめぐる最近の情勢
講　演　太田原　高昭
（当研究所・顧問）

○ＨＩＥＣＯ設立35周年記念国際経済シンポジウム」
主　催　ＨＩＥＣＯ（北海道国際交流・協力総合センター）
とき　平成25年10月28日
テーマ　新時代を迎えるモンゴル農牧業
モデレータ　黒河　功
（当研究所・所長）

○「ロシア極東研セミナー」
主　催　ロシア極東研（ＮＰＯ法人）
とき　平成25年10月29日
テーマ　知られざる旧ソ連中央アジア諸国の素顔 ― タジキスタンでのＪＩＣＡの農業調査から
講　演　中村　正士
（当研究所・特別研究員）

○「ＪＩＣＡ中央アジア農民組織化㈼コース」
主　催　ＪＩＣＡ北海道（札幌）
とき　平成25年11月１日
テーマ　農協の営農指導事業
講　演　中村　正士
（当研究所・特別研究員）

○平成25年度常勤役員研修会
主　催　ＪＡカレッジ
とき　平成25年11月７日
テーマ　農業情勢と農協の運営方策
講　演　太田原　高昭
（当研究所・顧問）

○青森県中泊町農業問題懇話会
主　催　株式会社社長幸
とき　平成25年11月９日
テーマ　農業情勢と農協の運営方策
講　演　太田原　高昭
（当研究所・顧問）

○第18回全道報徳交流集会
主　催　北海道報徳社
とき　平成25年11月15日
テーマ　北海道農業の発展と報徳
講　演　太田原　高昭
（当研究所・顧問）

○「ＪＡグループ北海道農業経営フォーラム」
主　催　ＪＡ北海道信連
とき　平成25年11月18日
テーマ　今こそ考えるこれからの農業経営
コーディネイター　黒河　功
（当研究所・所長）

○青法協学習会
主　催　札幌青年法律家協会
とき　平成25年11月27日
テーマ　交渉参加後のＴＰＰ問題
講　演　太田原　高昭
（当研究所・顧問）

○「平成25年度日本育種学会・日本作物学会北海道談話会」
主　催　日本育種学会・日本作物学会
とき　平成25年12月７日
テーマ　農業における圃場実験の統合解析に関する研究
２段分割法実験の統合解析法について
講　演　鷹田　秀一
（当研究所・次長）

○「平成25年度空知地域６次産業化推進検討会」
主　催　空知地域食クラスター連携体、空知産農産物

ブランド化推進会議、道空知総合振興局農務課

とき　平成25年12月17日

テーマ　6次産業化の現状等について

講　演　中村　正士（当研究所・特別研究員）

◆編集後記◆

●十二月三日農業総合研修会を開催した　道は高品質な本道農畜産物や寒冷地技術等の新たな需要先として「ロシアサハリン州との友好・経済交流」に大きな期待を持っている。このような中で札幌学院大学小内教授を招いて「極東地域の農業と食生活」と題して講演をいただいた。現地の農業の状況、流通の変化、人々の暮らしと食生活、親日的など、庶民を中心に置いた話が印象的だった。また、ロシアは「本気で交流を望んでいる」と何度も強調されていた。将来の一歩に向けて新しい舵取りが必要だ

●二五年産の作柄は雪解け遅れ、春耕期の低温、長雨と心配したが全道的に平年作を確保することが出来た。大きい気候変動が当たり前の時代になってきた。

●最近の企業不祥事は列挙に暇がない。カネボウ、ＪＲ北海道、みずほ銀行、食材偽装、ヤマト運輸など。「真摯さなくして組織なし」客を馬鹿にするな！

●政府はコメの直接支払交付金の減額や飼料用米への支援強化、多面的機能支払いの創設などを柱とした経営所得安定対策とコメ政策の見直し内容を決めた。飼料用米の生産から流通、消費まで課題が多く、生産現場の不安は払拭できない。しかし、主食の生産を自由競争にしていいのだろうか。

●畑作物の直接支払交付金の数量払交付単価が決まった。特にてん菜の基準糖度の引き下げと数量払い単価の引き上げで、作付面積減の歯止めにしたい。

●ＴＰＰ交渉は目標の年内妥結を見送った。情報の開示をすすめ、「妥協ありき」の交渉であってはならない。日本の「強い交渉力」が問われるときである。

「待った」が最善の解決策になることもあるのでは。

（小林　久人）

DATA FILE

関連事項／DATA

札幌学院大学
〒069－8555
江別市文京台11番地
☎　011（386）8111
FAX 011（386）8113

酪農学園大学
〒069－8501
江別市文京台緑町582
☎　011（386）1111
FAX 011（386）1214

雪印メグミルク株式会社
酪農総合研究所
〒065－0043
札幌市東区苗穂町６丁目１番１号
☎　011（704）2131
FAX 011（704）2417

長沼町役場
〒069－1392
夕張郡長沼町中央北１丁目１番１号
☎　0123（88）2111
FAX 0123（88）0888

ながぬま農業協同組合
〒069－1393
夕張郡長沼町銀座北１丁目５番19号
☎　0123（88）2226
FAX 0123（88）4113

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

エーコープ
くみあい　高度化成肥料

くみあい　粒状配合(BB)肥料

稔りある大地とともに
ホクレン肥料株式会社

代表取締役社長　松村　　満

札幌市中央区北４条西１丁目１番地（北農ビル18Ｆ）

ＴＥＬ　代表　(011)222-2444
ＦＡＸ　　(011)232-3597

株式会社 ホクレン商事

代表取締役社長　**松浦　祥文**

本　社

〒060-8550
札幌市北区北７条西１丁目2-6
NSSニューステージ札幌ビル8F
TEL 011-756-3211(代)　FAX 011-709-5640

地域と農業　第92号　Jan. 2014 Winter　発行人　大坂　雅博　編集人　小林　久人　発行所　一般社団法人　北海道地域農業研究所　札幌市豊平区福住1条4丁目13番13号　Tel〇一一（八五九）六〇一〇

メシ、おかわれ！

いただきますますごはんです。

北海道 米 LOVE

北の美食米　ゆめぴりか　ふっくりんこ　おぼろづき

人気を支える実力品種　ななつぼし　ほしのゆめ　きらら397

もち米　きたゆきもち　はくちょうもち

北海道米　検索　www.hokkaido-kome.gr.jp

北海道米販売拡大委員会　北海道米食率向上戦略会議