

# 平成21年度（第24回） 農業総合研修会

日時…平成22年3月9日  
場所…共済サロン「芙蓉の間」

挨拶

社団法人北海道地域農業研究所

理事長 藤 田 久 雄



本日の研修会の開催にあたりまして、一言ご挨拶させていただきます。北海道地域農業研究所は平成二年に設立し、皆さまの多大なご支

援のもと、お陰さまで今年で二〇

年を迎えることができました。現

在の会員数は団体が八〇、JAが

一〇三、市町村が四六、個人が一

〇〇というところで、合計で三二九

会員になっています。市町村会員

が財政難を理由に少ないわけでは

ありません、最近、共同研究で全農家のア

ンケート調査、あるいは地域農業

の現状分析、農業振興の、方向づけなどを依頼されるケースが増えて  
おります。今後他の市町村についてもそのような形で積極的に推進し  
ていきたいと思っております。

ご案内の通り、わが国は現在政治・経済そして農業も閉塞感で一杯  
です。その中で最近の私の心配事、あるいは気になっている関心事が  
二つあります。

その一つは、消費者の食の意識に変化が出ているのではないかとい  
うことです。消費者は食品を購入するにあたってどのような行動を  
とっているか、日本政策金融公庫が毎年実施しています「消費者動向  
調査」の二月の報告を見ますと、食品を購入する際に重要視している  
こととして「安全」というのが一五・六％、それから「安さ」が四三

・二％ということですが。二年前の二〇〇八年の調査によりまずと「安全」が四一・三％ということですから、三分の一ぐらいに減っています。それから「安さ」も二年前は二七・二％でしたが、これが逆に四三・二％に上っているということで、今消費者の志向は「安全」よりも「安さ」を求めているということですが。一言で言いますと、デフレ経済の中で消費者の節約意識が急速に強まっていると。ある著名な経済ジャーナリストの弁を借りますと、「一般家庭では不景気で給料やボーナスが減っているのに、住宅ローンや教育費などの支出は変わらないため、食費を削らざるを得ない。そうすると安全性や国産に拘る余裕がない」という分析がされています。

私共は、北海道産の農畜産物はどれも消費者に対して自信を持って提供できるものと自負しているわけですが、やはりわが国の経済動向を掴むと同時に、多くの消費者に対する北海道ファンをこれからもさらに作る努力をしていかなければならないかなというように考えています。

二つ目の心配事ですが、政府は今月末までに、「新基本法」ができて三回目の「食料・農業・農村基本計画」を策定することになっております。私どもが聞かされているポイントは、戸別所得補償制度の導入。食料自給率を一〇年後に五〇％にする。農業・農村の六次産業化の推進。それから食の安全と消費者信頼確保対策と言われておりますけれども、何と言っても大事なことは、国作りは「農業・農村振興が基本」だということを確認にすることだと思っております。

最近、民主党の中から「もつと農政転換の理念をしめす必要があるのではないか」とか、あるいは「重要なテーマなので拙速な論議は避けるべきだ」「時間不足で現場の意見が反映されていないのではないだろうか」というようなことがあって、「今月末までに決めるのは、ちよつと無理があるのではないか」という延期論が出ていると聞いております。そのことについても、今日の講師の合瀬さんからお聞きできるではないかと思っております。

本日はNHKの解説委員室の解説主幹、皆さんそれぞれテレビで何度もお覧になっていると思いますが、合瀬宏毅さんをお迎えいたしました。プロフィールについてはお手元の資料に詳細が載っていますが、先ほどの基本計画を検討している『食料・農業・農村政策審議会企画部会』の委員でもあります。北海道農業の役割について大所高所からご提言いただけるものと期待しているところです。講師の合瀬様、そしてご出席の皆様にご心から感謝申し上げます。言葉足らずですが開会のご挨拶とさせていただきます。本日は誠にありがとうございます。（拍手）

講演

北海道の活性化に向けた農業の役割

NHK解説委員室 解説主幹 合 瀬 宏 毅

はじめに

皆さん、こんにちは。NHKでニュース解説をやっています合瀬と申します。珍しい名前だと思われるかもしれませんが、九州の佐賀の生れです。いま農業の六次産業化と言われている中で、地域ブランドというのがすごく注目されています。それでいくと北海道という名前はすごく強く、一方で佐賀というとかつて、はなわさんという人がパロディにして歌ったりして、それでようやく名前が知れ渡ったという地味な県です。

そういうところから見ると、こうしたブランド力も強く、農業の先進地で講演をさせていただくことは大変に光栄なことです。

先ほど企画部会の話が出ましたので最初にすこしその話をしたいと思います。去年から一年をかけて議論をすすめ、今年三月に企画部会として、今後五年間の基本計画をまとめるということになっています。とても三月までには議論がまとまらないというような話もあるように

ですが、委員の間で議論がまとまらないわけではなくて、党の意見も入れて欲しいと言うことで、その調整のために決定が遅れるかもしれないと言われているところです。

かつての自民党時代は、まず党の農林部会でいろいろな地域の声を拾い出し、それを企画部会に反映させるとかキャッチボールをしながら、最終的には企画部会のまとめとして政府に答申するというをやっていました。現在の民主党の仕組みでは政府、党の二元化はよくないということになっています。政府が一本化してやるというのが民主党のそもそもの考え方でしたから、農林水産行政については政務三役で最終的には決めております。

困るのはかつての自民党の政調のような組織が民主党にはなく、民主党の中の、特に三役以外の農林水産に関心を持っていらつしやる議員の方に強い不満があつて、全然我々の言うことが反映されていない、少し延ばしたらどうだというふうな考え方があることです。議論の時間が足りないから延ばすんだというよりは、民主党の議員の方々の中

## 合 瀬 宏 毅 ( おおせ ひろき ) 氏



1959年 佐賀県生まれ

- ・ 山口大学経済学部卒。
- ・ NHK 入局後、鹿児島放送局、名古屋放送局などで勤務。
- ・ NHK スペシャル、モーニングワイドなどの制作を担当し、経済番組のプロデューサーを経て、平成12年より解説委員。
- ・ 「食料・第一次産業」を中心とする経済問題担当。
- ・ 農政ジャーナリストの会会長。
- ・ 農林水産省 食料・農業・農村審議会企画部会委員。

に、少なくとも自分たちは「国民の代表だ、いろいろなところの声を吸い取って、それを反映させていくんだ」というふうなことを考えていらつしやる。今後五年間の基本計画に我々の考えが全く反映できないのはどういうわけだという、かなり不満があるということは聞いております。

それを含めて三月以降もやるかどうかということは議論にはなっていないようですが、事務方としては「何が何でも三月中旬に仕上げる」と。そうしないと、後ろに行けば行くほど今度は選挙に近付いてきます。政治色はかなり強まった基本計画になるかもしれません。私たちとしてもできれば三月中旬に上げたいと思っています。

我々委員も、途中から政権が替わって、それまで議論してきたものは一回全部考えるのを止めてください。マニフェストを見てこれに合うように考えてくださいと言われて、相当反発もしたりしたんですが、そういうこともあつて議論が若干生煮えのところはあるかも知れませんが、事務方、特に三役は三月中旬にやるという強い意志を持っていますので、多分仕上がるのではないかと思っています。

### ◇農業がなぜ期待されるのか

今日のテーマは「北海道の活性化に向けた農業の役割」ということです。活性化というのはい体何だということですが、生き生きとした地域づくりという意味なんだと思います。

民主党は去年暮れ、今後日本としてどういう成長を目指していくのか、「新成長戦略」というものを出しました。これは自民党の政策とはかなり違って、その中身は環境・健康・観光というのを柱にした内需型の産業に転換していくんだとしています。これまでのような財政頼みではなく、しかも従来のような行き過ぎた資本主義にいくことなく、第三の道を探っていくんだということです。そうした環境・健康

・観光の三本柱で、二〇〇九年には四七三兆円だったGDPを二〇二〇年に六五〇兆円にしていこうとしています。つまり年率三%で成長する経済を築いていくんだということを発表しております。

活性化の柱の一つに位置づけられているのが農業です。農業での地域振興はリーマンショック以降に言われ始めました。というのも従来の地域活性化策は、工場などを誘致しそこで雇用を生み出すというのが主な方法でした。それぞれの首長さんがいろいろな企業にお願いをして工場を持ってきて、そこで雇用をつくるというのをやってきました。地域としては雇用を作る一番てつとり早い方法でしたし、企業としても財政支援と地域の安い労働力を期待してやってきたわけです。ところが世界経済の萎縮と円高になってこうしたビジネスモデルは破綻してしまいました。地域としても工場誘致による浮揚策が限界にきてしまいました。

代わりに出てきたのが、地域の資源を生かした活性化です。観光や農業を柱とした活性化ですね。観光ということになると、いかに個性のある地域をつくるかということになってきます。では何をもって個

性にするかということ、食べ物とか、そこにできる農産物というのは非常に大きな、他にない物があるわけです。今は、日本中同じような大根とか、同じようなナスとか同じようなトマトを作っていますが、かつてはその地域にしかない京野菜だとか加賀野菜だとかがあります。地域の特徴というのを考えた時に、農産物というのは非常に大きな力になります。

さらに雇用の創出です。地域で農業が大きな産業になれば、例えば法人化したりして大きくなっていけば雇用も生まれてきます。かつてのような安い労働力だけではなくて、そこにある資源をいかに使って地域の活性化、魅力ある地域づくりをしていくかというのが、民主党の中で大きなテーマになっているようです。そうした中で農業というのは期待が集まってきたのだと思います。農業が元気でなければ地域が元気でない。それが先ほどの農業の六次産業化というところに結び付いていくわけです。まずビデオを見ていただきたいのですが、地域の活性化の中で今非常に大きな力になっているのが「食」です。

最近B級グルメによる町おこしというのが全国的にブームになってきているようです。昨日も、あるテレビ局で「地域のB級グルメグラフィック」というのをやっていて、三位に北海道の豚丼が入っていました。

私は二年前に、これは面白いなと思って「スタジオパークからこんにちは」というところで取り上げたビデオがありますので、それを見ていただきたいと思います。

(VTR)

(アナ) ここからは生放送で、暮らしの中のニュース解説です。地域で受け継がれ愛されてきた特産料理で地域おこしをしようという取り組みが、全国で行なわれています。今月初め、そうした料理を集めたイベントも開かれました。合瀬安毅解説委員とお伝えします。

食べ物で地域おこしというのは素晴らしいと思うんですが、これどういうものなんですか。

合瀬 日本各地には、昔から郷土料理だとか伝統料理とかがありますよね。最近はそのに加えて餃子とかラーメンなど、地元で愛されてきた食べ物で地域おこしをしようという、そうした取り組みが増えてきたんですよね。有名な所で言いますと月島のもんじや焼き、それから宇都宮餃子なんです。そうした食べ物を目当てに各地からたくさんの方が集まって来ているんですね。そこで我が町でもやろうということで広がっているんですね。

(アナ) 例えばどんな取り組みがあるんでしょうか？

合瀬 まずはこちらの料理が集まったイベントが先日ありましたので、そのイベントの様子をちょっとご覧ください。

地元で愛されている食べ物で地域おこしをしようという、全国二四の団体が集まって味を楽しんでもらおうということです。いずれも安くてうまいことから、自分たちをB級グルメと名乗って味を競ったんですね。

(アナ) B級のBはB1クラスですね。

合瀬 こちらは青森県黒石市の黒石つゆ焼きそばというものです。

(アナ) つゆ焼きそば？

合瀬 これはソース焼きそばに和風だしを加えたものなんです。焼きそばともラーメンとも言える不思議な食べ物なんです。黒石市では子ども

のおやつとして人気のあつた焼きそばに、昭和三〇年代からだしを入れるのが流行り出しまして、今では黒石市内に三〇軒ほどがつゆ焼きそばで味を競っているというんですね。

(アナ) 長い行列でしたねえ。

合瀬 一方こちらは、兵庫県高砂市の高砂肉天という食べ物です。

(アナ) 肉天？

合瀬 高砂市では、お好み焼きを昔から肉天と呼んでいたんです。特徴は甘辛く煮込んだジャガイモを具として使っているところです。一説ではおでんの残りを使ったのが始まりではないかと言われています。薄目の生地にキャベツやネギ、煮込んだジャガイモや牛スジなどを包んで焼いたと。モツチリしてホクホクとした食感が非常に美味しいと言っていますね。会場には、この他にも各地のおでんとかカレーなど個性的な食べ物並びまして、二日間で二〇万人の人が押し寄せて各地の味を楽しんだということなんです。

(アナ) 素晴らしいイベントですね。スタジオにはないんですか？ ないんですね。そうしますと全国各地に本当にいろんなお料理があるんですね。

合瀬 はい。共通しているのは、いずれも地元の人たちに昔から愛されてきた食べ物なんです。他にもいろんな取り組みがありますのでちょっとご紹介します。今回イベントに集まった主な料理を見てみますと、オムレツにカレーをかけた北海道富良野オムカレー。

(アナ) 北海道らしく牛乳も添えてますね。素晴らしい。

合瀬 それに南部せんべいを鍋に入れた八戸せんべい汁ですね。厚木にはホルモン焼きがありました。鳥取では豆腐に魚のすり身をすり込んだ豆腐ちくわという物が町おこしをやっていますし、久留米ではやきとりで地域おこしをしようという動きが始まっていますね。

(アナ) はい。どれも美味しそうなんですが、こういった食べ物で地域お

こしができるんですか？

合瀬 富士宮やきそばを例に考えてみたいと思います。

(アナ) ついに出来ますか、本物が。

合 瀬 はい。富士宮やきそばというのは、独特な製法で作った麺に肉の代りにラードの搾りかすを加えて、ウスターソースとかイワシの削り粉をかけて、だし粉を加えて味付けしたもんです。市内には一五〇軒を超すお店がありまして、全国から毎週のようにツアーが組まれて年間七〇万人の人たちが焼きそばを食べに来るといってますね。

(アナ) 焼きそばを食べに？ 素晴らしいですね。

合 瀬 ただ昔からこの街で焼きそばが有名だったわけではないんです。市街地を活性化するために始めた活動がこれだったんです。

(アナ) どんな活動だったんですか？

合 瀬 富士宮といえば富士山への登山口の玄関だったんです。しかし最近では人口が減って街が空洞化してきたということが悩みの種だったんですが、そこで歴史のある街並みを楽しんでもらおうと企画を考えていたところ、実際に街並みを調べてみると路地裏にたくさん焼きそば屋があった。この焼きそばで町おこしができないかというふうに変換したわけです。当初は見向きもされなかったんですが、例えば焼きそば音頭というのを市民の人がつくったり：

(アナ) あ、聞こえてきましたよ。焼きそば音頭：

合 瀬 ええ、こういう音頭を市民の人がつくったり、こういう焼きそばマップというものを作りまして、どこでどういふうな焼きそばが食べられるかという地図なんです。

(アナ) すごい、あちこちに町中にあるんですね。

合 瀬 さらに秋田県横手市の横手焼きそばと、焼きそば対決なんていうのをやりまして、全国的にだんだん有名になってきたと。最近では富士宮焼きそばのカップ麺まで出てきたことなんです。活動の中心になっている富士宮焼きそば学会によりますと、運動が始まった二〇〇一年から六年間の間に、経済効果が二一七億円もあつたと試算しているんですね。

(アナ) 素晴らしいですけど、ここまで盛り上がりつつあるというのはどういう理由なんですか？

合 瀬 新たな地域おこしを模索する地域と、消費者意識の変化が上手くマッチしたというふうに言われているんですね。

(アナ) 消費者意識の変化？

合 瀬 これまでは地域振興といいますと企業を誘致したりする方法が一般的だったんですが、企業も海外展開でそうした手法の一つは限界が見えてきたと。一方で地域には歴史的な街並みやそこに積み重ねられてきた人々の暮らしが、地域資源がたくさんあると。これを生かしていこうという動きが始まったと。それに消費者自身も従来の観光だけではなく、そこにある暮らしなど身近な感動を求め始めてきたということが大きいと言われていますね。

(アナ) 身近な感動、深くうなずけますね。こういった取り組みは今後どう発展していくんですか？

合 瀬 いろんな地域でいろんな美味しい食べ物が食べられるということは、消費者にとって良いことだと思うんですね。ただ最近はこの取り組みが流行しているものから、次から次へと新しいものが出てくる。この取り組みが、一時的なブームにならずに息の長い取り組みになってほしいと。それには、流行ったからといって値段を上げてほしくないというふうな消費者としては思いますよね。

(アナ) いつまでも美味しい、安いであってほしいと。合瀬解説委員がお伝えしました。

二年前にB級グルメを取り上げた「スタジオパーク」をご覧いただきました。今日本各地でこうした食べ物による町おこしが盛んに行われています。先ほど出てきた地図でいいますと、富良野のオムカレーとか、これは卵だとか地元でとれる農産物を使ってこういう料理を作ったわけです。八戸せんべい汁は昔からあるやつですね。行田ゼリーフライというのがありますけれども、ゼリーをフライにしたわけではなくて、ここはかつて足袋を作る工場などがいっぱいあって、工員の人たちがコロッケをおやつ代わりに食べていた。これが昔のゼニというか小判に似ていたものだから、ゼニのフライだということでゼリーフライになったということらしいです。厚木は養豚業が盛んで、ホルモンは割と安い値段で流通するようです。冷凍していない新鮮なホルモンが結構流通するため、シロコロ・ホルモンというのをいくつかの所で出していたんだそうです。これは今年度のグランプリになったそうです。

四年ぐらい前からB1グランプリというイベントをNPOが始めたんですが、瞬く間にご存知のようにあれよあれよという間に大きくなって、最近ではカツパ麺みたいなものもありますし、お取り寄せなどでもすごく人気があります。そこに行つて食べて、町を歩きたいという観光が定着してきたんですね。食べ物で地域おこしの背景には、一つには企業誘致というものに限界がでてきた。二つ目に、地域の資源を生かすという強さがあるんですね。三番目に、こういうものを食べて身近な感動を味わいたいという消費者の変化があるのではないで





しよか。

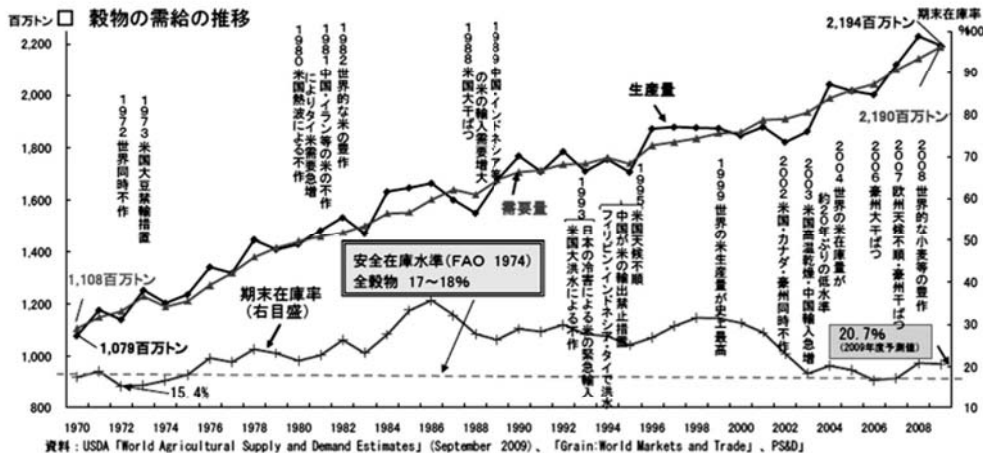
これは資料にないのですが、私は農水省のお手伝いで別の地域ブランドを表彰する「本場の本物」と言う事業の審査員をやっております。そこでご一緒していたブランド総合研究所の田中社長さんが地域ブランドの調査というのを毎年やっていらつしやいます。いつたいどういう地域が消費者にとつてインパクトがあるかというのをまとめ、それを一部ホームページで公開しています。これを見ると、北海道は強いんです。

魅力度ということで見ますと一位に函館市が入っています。認知度は当然京都とか新宿とかが入っていますが、魅力度からすると函館の次は札幌と高い評価をしている。情報接触度、各地の情報に触れた・触れないという話ですが、夕張とかが入ってきています。居住意欲はどこに住みたいかということだと思のですが、これは札幌が五番目に入っていますね。観光意欲、京都市以外は全て北海道、札幌・函館・小樽ですね。では実際に行つたのはどこかというところ、ここは若干弱いところで、北海道は遠いですからなかなか行けないのでしようか、入っていないです。産品購入意欲という所を見ると、札幌の物を買いたい、夕張、函館。非食品になると伊万里、輪島があります。伊万里は焼き物、輪島は多分漆でしょう。ここに小樽とかが入っている。これを都道府県で見ると、魅力度は圧倒的に北海道です。認知度でも二位ですし、情報接触度でも二位です。観光で一位。産品購入意欲でいくと、もちろん食品は北海道の物を買いたい。非食品でも北海道

の物を買いたいというのは何なんですかね。熊の彫り物ですかね（笑）。これで考えると北海道というブランドは相当強いんですよ。これをいかに生かしていくかというのが、今後の戦略上すごく重要なことなんだろうと思います。詳しい調査は一〇万円ぐらいで別途買わなくてははいけないらしいので、もしお求めの方はどうぞ買ってください。

### ◇日本農業を取り巻く状況

今見たように、地域活性化をする上で農業というのが非常に大きな期待をされています。農業が元気にならないとその地域が元気にならないというぐらい、地域にとつては農業の活性化というのが非常に大きな役割を果たすわけです。ではその農業というのをどういうふうに活性化させるのか、これが非常に大きな問題です。農業を取り巻く状況を若干見てみたいと思います。これは世界の穀物在庫量です。一九七〇年から二〇〇八年までの世界の穀物生産量と需要量、それに在庫率を示したグラフです。伸びているのは上の部分、需要量と生産量ですね。人口が増えてきたこともあつて需要がどんどん増え、それに対応するように生産量もずつと伸びてきています。一番下の線、穀物の在庫量なんですが一九七〇年ぐらいからFAOが安全在庫として一八%を上回り、高い時で三〇%ぐらい、二〇〇三年ぐらいまで安全在庫を超えた過剰状態となっています。



農林水産省

### 世界の穀物在庫量

在庫量が過剰となったきっかけ、一つは一九七二年におこった世界同時不作です。それと時期を同じくして、一九七三年にはアメリカがソ連に大豆の禁輸をしました。これをきっかけに世界中で穀物の大増産が始まります。国内内で食料を増産しなければいけないという危機感があったのだと思います。それで世界で大増産が始まって、期末在庫率というのがものすごく増えていくわけです。このグラフから分かるのは三〇年間に渡って安い穀物の時代が続いたということなんです。この過剰状態が、日本の農業、我々の食生活に大きな影響を及ぼしました。世界の貿易体制を決めるWTOもこの過剰状態を前提に組み立てられていきます。

### ◆◆穀物高騰があぶり出した矛盾

世界的には二〇〇六年から穀物高騰が起きますが、原因は二〇〇二年以降の在庫率が低くなってきたことにあります。これには当然いくつかの理由がありまして、一つは今後世界の人口が一〇〇億人近くになることへの不安です。現在世界の穀物生産は二億トンぐらいありまして、これを穀物としてだけ食べる分にはだいたい一〇〇億人ぐらいの食料が賄えると言われています。ところが足りないと言われるのは、人口増加に加えて、食生活が変化してきたことがあります。よく言われるように、鶏の肉1kg作るのに4kg、豚で7kg、牛で11kgの穀物が必要だとされています。そのまま食べれば一〇〇億人が暮ら

せるような穀物も、経済が成長して肉などとして摂取すればどんどん少なくなっていくわけですね。その奪い合いが起きている。さらに穀物が食料としてだけではなくて燃料、バイオエネルギーにも使われるようになってきました。そうした消費の変化を反映してどんどん在庫量が減ってきました。それが二〇〇八年からの穀物価格高騰と食料危機につながったことだろうと思います。

これで浮き彫りになったのは、日本の農業の在り方が極めて世界情勢と矛盾した形になっていたということです。日本の畜産は二兆円ぐらいの生産がありますけれども、基本的には海外の安い餌を前提に作られてきたものです。もう一つは、海外で食料が足りないと言われてきているのに、国内では減反をして農地が無駄に使われているという現状がある。これもこの三〇年間の穀物が安いということを前提にした農業構造だったわけですね。今後それが続けば今のままの日本農業であつてもかまわないんだけど、二〇〇八年からの食料危機を見てみると、これだけ穀物が上り、買い負けという姿も見えてきた。さらにこれまでの食料安保の考え方は、食料輸入を一国だけではなくていろいろな国をつくること、食料安全保障に大きな意味のあることなんだというふうに、経済学者は言っていたわけですが、一旦世界的な食料品価格が上ってくると結局みんな輸出規制してしまう。輸入国としてはこれはたまつたものではない。WTOの仕組みも、基本的には余剰農産物をどう相手に買わせるかということを議論しているわけですから、食料が余っていることを前提に物事がずつと組み立て

きたわけですね。

## ◆◆国内農業の課題

ところが先ほど見ていただいた図のように、今後人口が増える、食生活が向上する、さらに燃料としても使われるということを考えると、余剰ということベースに農業政策を考えるのではなくて、今後は不足ということを前提にした農業政策に切り替えるべきではないかという意見が強くなってきました。これも基本計画で切り替えなければならぬ部分です。その中で日本農業は、余剰から不足になった時にきちんと対応できるような形になっているかというところ、ご存知のようになっていないわけです。米価格の低迷による農業所得の減少、それに担い手不足。加工とか外食産業への対応もできていません。さらに考えると、今後日本の人口というのはどんどん減っていきます。二〇〇四年の一億二、六〇〇万人をピークに、二〇五〇年には九、四〇〇万人ぐらいになるとされています。縮小したマーケットでどうしようふうにしていくんだというのが、非常に大きな課題となってきました。

海外においては余剰から逼迫への中で、大きく農業を取り巻く環境は変わってきている。国内では三〇年間の余剰の間に、日本農業はどんどんダメになってきたわけですね。これをどう立て直すかというのが今非常に大きな課題となっています。

民主党がこの状況の中で出してきたマニフェストですが、五つの柱

の一つに「地域再生政策」という大きな柱があります。その中にいろいろな地域再生政策というのが書かれています。地域主権が大きく位置づけられています。これまでは国が決めてきたものを、権限を全部地域に下ろして地域に考えてもらう仕組みにしようということ。ただやれと言ってもダメですから、今度こそ財源も一緒に出しましょうということですね。

民主党はマニフェストの他に「INDEX」を出しておりまして、ホームページを見ると地域政策の中にいろいろなことが入っております。その中から地域や農業なりに関係のあるところを拾ってみると、戸別所得補償の導入であったり、野菜・果樹等に対する新たな支援措置の確立、資源管理の強化と「漁業所得補償制度」の創設、国家戦略目標としての食料自給率向上。今後一〇年後に五〇%にして将来的には六〇%を目指すというふうに言っています。それから食品のトレーサビリティシステムの導入、農地制度の改革。それから木材、森林分野ですけれども、木材産業の活性化と木質バイオマス利活用の推進、それに農山・漁村の六次産業化というのが書かれています。

### ◆◆新たな「食料・農業・農村基本計画」のポイント

これをベースに企画部会は議論をしてくれと言われておりまして、それをそのまま当てはめるとこういうことになります。今後目指すべき基本計画の中でのポイントは四つあって、農業の持続的な発展、食

料自給率の目標、農村の振興、そして食の安心・安全だと。そこにそれぞれ対応して戸別所得補償の導入であったり、五〇%という自給率目標であったり、六次産業化、それにGAPなどの導入ということを議論しているわけです。多分今後の農業の姿というのは、これまでのような補助金行政から、民主党が言っているように直接支払いというのに転換していくことになるだろうと思います。WTO体制の中でも価格支持から所得支持へとという大きな流れがありますので、今後は貿易をゆがめないような、WTOに合致するような国際化に合わせた政策に変わっていくのだろうという気がします。

所得補償といってもなかなかイメージが湧きませんから、海外の例を見てみましょう。去年の十二月にフランスへ行ってきましたが、その時のVTRがあります。

(VTR)

農家への補助金について聞いてみました。

(フランス国民の話)

ほとんどの人が農家への補助金に理解を示しています。フランス中部の穀倉地帯。小麦畑が広がっています。農家1戸の耕作面積は二〇〇ha。この大規模農家が補助金を受けていました。一九〇haを耕すブノアさん。昨年手にした補助金は八八〇万円。近年フランスの小麦の輸出は、南米の安い小麦に押されています。フランスでは小麦を作る経費は南米より

高くつき、その上この一年で小麦の国際価格は半分に落ちました。ブノア 小麦の価格は、アルゼンチンやブラジルのような経費の安い国に合わせてしまう。だから大変なんだよ。

苦しむ農家を支えているのが国とEUから出る補助金です。ブノアさんの農業収入は五八〇万円赤字でした。八八〇万円の補助金は救いです。金額は毎年国際価格によって変わりますが、去年は1ha当たり四万六、〇〇〇円。一九〇haで八八〇万円となります。フランスでは近年、大規模農家といえども補助金なしには農業を続けられなくなっています。

スイス国境近くのルキュルコ村。美しい自然が自慢です。こうした自然を守るため、農家に補助金が出ています。農家は小規模な酪農を営んでいます。この地域特産のコンテチーズを作る工房。地元の牛乳を使った甘みのあるチーズです。コンテチーズは政府から認証を受け、ここだけで作り高い価格で売ることができます。村は傾斜地や湿地が多く、穀物や野菜づくりには向いていません。代々酪農で生きてきました。

(アナエル・ミシヨウ)さん。父親から六〇haの農地を譲ってもらい、新規就農者として自立しました。昨年のアナエルさんの年間所得は七五〇万円。そのうち四三〇万円は国とEUから出ている補助金です。酪農の収入は三二〇万円。補助金は四三〇万円です。放牧による環境保全に一八〇万円。新規就農者の支援として一八〇万円。その他は酪農経営の補助として七〇万円。

アナエル 補助金で地域の農業が維持されていけば自然環境はきちんと守られ、安全な食べ物も提供することができます。農家への補助金は高いかも知れないけど、僕は社会全体の利益になっていると思いますよ。

環境管理委員から、湿地にも牛を放して土を固めてほしいと頼まれました。牛が入らないと、草花はどんどん数を減らしてしまいます。アナエルさんは

森林が草地に広がるのを防ぐために、馬も放牧しています。環境保全に協力することで補助金が入り、アナエルさんの農業収入も安定しました。都会で暮らす恋人も自然が好きで、二人は将来設計を立てています。フランスでは、多額な補助金に対して国民が疑念を持たないように厳しく管理しています。

農家の補助金を扱う地方の政府機関。この画像は人工衛星から撮影した農地です。農家が申告通りの面積を耕作しているのかどうか、空から監視しています。監視員が直接村へ出かけ、耕作面積や作付けなどを確認します。さらに農家が受け取る補助金の金額も、インターネットで公開することを義務付けています。酪農を営むアナエルさんの補助金も、誰でも見ることができません。政府機関が補助金の内訳を打ち込んでいるからです。補助金の公開は消費者に理解してもらうためであり、農家にもきちんと農業をしてもらいたいという意味があります。

国土と食料を守るために、フランスでは農家への補助金を重視しています。厳しい国際競争の中で、農家が農業から離れていくことを防ぐようしているのです。

補助金制度で重要なのは、農業を救うということが国の将来にどういう意味があるのか。それが国民や地域にどれほどの利益をもたらすのかを理解してもらうことです。農家だけではない、あなた方の将来を保障するものだということを説明していくことなんです。

◆ ◆ ◆  
 去年の十二月にフランスに行つた時のビデオです。

最初のインタビュの部分を取材した所はバリの中心街。モンパルナスタワーの、地下鉄のすぐ下です。農業の補助金なんか分からない

という人たちはもちろんいましたけれども、答えてくれた人は全てが納得していると言っていました。「何で農家にだけ補助金をあげるんだ」という議論が、EUの中で一時高まったことも過去にはありました。EUも面積によつて支払額を決めていましたから、特にイギリスでは王室と貴族にもすごいお金が支払われました。なぜ豊かな王室とか貴族に膨大な補助金を支払わなければいけないのかという大きな反発もあつて様々な改革が行われ、そういういろいろな議論を積み重ねた結果、今は一般の人たちも納得しているのだと思います。

フランスの自給率というのは一二〇%ぐらいですが、かなりの部分を補助金によつて支えられています。番組で取り上げた農家の人たちは、決して特異な農家ではありません。一般的にフランスの農家所得の8割ぐらいが補助金だとされています。これが正しい姿かという議論は別にして、国の姿としてそれだけのお金を出しても農業を守るといふフランスの国としての考え方なんだろうと思います。

直接支払いのメリットは、農家に直接お金を与えるわけですから、所得の下支えの効果が高いということです。しかも関税とか見えない形ではなく農家一戸一戸にお金をあげますから、補助の額が見えやすいということなのです。しかも所得を支援することによつて、当然農産物は安くなります。つまり競争力が上がるといわれています。四番目はWTO対策です。

一方ではデメリットもあつて、一番大きな問題は誰にどのくらいあげるかという支援対象と支給額の調整が難しいということです。今回



民主党は、戸別所得補償を受ける対象を生産調整に参加する全ての農家としました。私は、今後の農業の競争力というのを考えた場合、一定の大規模農家に絞らざるを得ないと思っただけですが、いずれにしても対象を広げれば広げるほど一人ひとりに対する支援額や効果は少なくなってきました。かといって絞れば政治的に反発を招きます。これをどうするかです。もう一つは、財政負担が大きくなりがちなことです。EUでも農業補助金は年間予算の半分ほどにふくれあがって、これをどう押さえるかが大変な問題になっています。

## ◇変わり始めた消費者意識

いずれにしても農家としては、国の支援ばかりに頼ることは出来ません。では消費者とどう向き合っていくかと言うことです。消費者のニーズがどこにあるのかという点について少しお話ししたいと思います。

この図は国内の食料供給の全体像を示したものです。食品産業は一般に八〇兆円産業と言われていますが、農業に落ちてくるお金は八兆円。十分の一に過ぎません。農産物は漬け物や総菜など様々な加工品や外食産業に利用されますが、この残りの九割を何とか農村とか地域に持つてこれられないかというのが、六次産業化の大きな目的でしょう。では今の消費者はどういう食生活をしているのでしょうか。総務省が行っている家計調査などを見てみますと、年々外部化支出つまり外

食だとか調理食品のウエイトが高まっています。深刻なのは、单身世帯ほど外部化支出が大きくなっていることです。二人以上の世帯では外食費が一八%ですが、单身世帯では三五%です。反対に内食型支出家の中で調理して使うものの支出は、二人以上の世帯だと生鮮肉には家計の九%が使われていますが、单身世帯だと三%ぐらい。魚介類は二%ぐらいなんです。单身だと焼いたり煮たりするのは大変ですし、後片付けも大変です。深刻だというのは、今後日本の人口が減っていく中で、单身世帯が増えてくると言われているからです。人口減少の中で女性の社会進出はますます増え、单身世帯も増えると、外部化支出のウエイトは高くなる一方だと言われています。

これを個人がとる栄養素として見るとどうなるかを見た図がこちらです。昭和二二年を基準にして比較すると、肉は四・五倍。油脂も三・五倍ぐらい摂取していることになりました。減ったのは、炭水化物でこれは七〇%にまで減少しています。米をそれだけ食べなくなつたと言いうことでしょう。

こうした食生活の変化は健康へ大きな影響を与えています。指摘されているのが、生活習慣病の問題です。四〇〜七〇歳代の男性では、可能性のある人も含めると現在二人に一人がメタボリックシンドロームだと言われています。肥満は糖尿病だとか心臓病だとか様々な病気への波及が心配されており、国民的課題だと言われているのはご存じの通りです。

たとえば我が国の二〇代以上人口一億四〇〇万人のうち、糖尿病が

強く疑われる人が、現在八九〇万人で、可能性として否定できない人が二、二〇〇万人ですから、かなり大きな割合を占めています。食生活が変化してくると寿命もそうですけれども、健康状態に大きく影響してきます。

## ◇◇変わり始めた消費者ニーズ

こうした状況を背景に強くなってきたのが、消費者の健康志向です。いまの私たちの食生活は海外からの輸入急増を基本に作られてきました。そうした意味から言えば、一九七〇年代からの安い穀物の時代が、今の我々の食生活をつくったとも言えるわけです。いずれにしてもこれだけ脂質が増えてくると、消費者は健康問題に強い関心を抱きはじめています。確かに七〇年、八〇年代の消費者ニーズというのは、自宅でご飯を食べることより食の外部化、外にご飯を食べに行くことで、豊かさを感じる時代だったのかもしれない。家族揃ってみんなでレストランで食事をするというのが、高度成長時代の一つの豊かさのシンボルでもありました。一方で九〇年代になると、すでに外食の種類や量的には行き渡るわけですから量から質への流れがますます強くなってきます。そうした中で健康・安全・安心というのがコンセプトになってきます。

## ◇◇食の不安と報道

外食産業の中には、二〇世紀は厚化粧の時代だったと言われる方がいます。かつてはどんな物でも、濃い味付けをすれば何とかなつた。ところがこれだけ健康問題に関心が高まってくると、薄い味付けにせざるを得なくなる。つまり二一世紀は薄い味付け、素顔の料理の時代になってきたというのです。確かに漬物などでも、かつてはタクアンとか塩の強い保存食の漬物だったものが、塩分を控えようと言うこともあつて浅漬けなどの漬物に人気が集まってきました。保存食としての漬物から、野菜の新しい食べ方として漬物を食べる人が出てきたというのです。そうすると、これまではどんな物でも強い味付けさえすれば良かったわけですが、薄い味付けにする分、農作物そのものの味が問われてくる時代になつたということもできると思います。総菜などが国産に回帰してきたのは、一つはそういうことです。健康意識とともに、安全、安心志向が強くなってきたことも最近の特徴です。安全安心への関心が高まってきた背景、食を取り巻く状況が急速に変わってきたことがあります。現在私たちが食べているものの六割が海外から入ってきて来て、しかもどこで誰がどのように作つたのか極めて分かりにくくなっています。しかも大量生産・大量流通ですから、どこか遠くで起きた事件事故がたちまちのうちに自分の食卓に直結します。

最も象徴的だったのが、二〇〇〇年に起きた雪印乳業の集団食中毒



事件ではなかったでしょうか。大阪工場から配達された加工乳から発生した食中毒では、アツという間に一五、〇〇〇人の患者が出ました。かつてミルクブランドは小さい規模でしたから、せいぜい工場の周辺にだけ配っていました。ところが海外農産物との競争もあり効率化するため、工場は集約され、一つの工場で広大な流通範囲を受け持つことになりました。このため一旦事故が起きたら、影響は広範囲に広がります。

鶏インフルエンザでも同じだったと思います。京都で鳥インフルエンザが発生したとき、浅田農産は事態をかくして卵を出荷していました。卵の回収で分かったのは、生鮮食品の卵が広範囲、東北地方にまで流通していたと言うことです。生卵の状態で食べるのは大阪周辺だけだったんでしようけれども、ゆで卵にして弁当のおかずになれば少し長く使えます。かつては東北の人が京都の卵を食べることなんてなかったのですが、現在のように大量生産・大量消費の時代になってくると、たちまちのうちにどこかで起きた事件が自分の食卓の問題になってくるということです。

三番目には、技術の問題です。遺伝子組み換えだとかクロロゲンだとか先端技術が食卓に入り込んできました。科学的に見ると確かに安全ではあるだろうけれども何となく気持ち悪い。消費者にとつては「何となく」が重要なんですね。はつきりと分ければ対応の仕方もありますが、食品の場合は安全だけでも確信を持って安心できるのかという、グレーの部分がすごく多いんです。これをどう判断するかがすこ

く難しい。消費者としては健康志向のなかで、少しでもリスクのあるものは排除したいという意識がある。

しかも食を巡る状況が変わってきているのに、自分の感覚はどうかという点と良く分からなくなっている。最近の若い人たちは腐っているかどうかを自分の鼻で嗅いだしません。表示で「賞味期限切れだわ」と言つて全部捨てていく。それは自分の感覚が鈍ってきたという裏返しでもあるんでしょう。かつては農産物を生産する場と、食卓が近かった。農家の人が少し見た目は悪いけど食べられるんだとか食べられないんだとか教えてくれましたけど、今そうしたことを学習する場はほとんどありません。農産物の情報というのが消費者にほとんど伝わらない状況の中で、消費者は自分で判断する力も失っていきまそういところ突然ポツと「実はこういう物が〇・〇ppm含まれていた」なんて言われると、たちまち大きな問題になる。こういう状況の中で、どういう農産物なり農産加工品を出していけばよいのかというのを、農家や食品会社は考えなければいけない時代になったということです。

## ◆◆減り続ける日本の人口

今後の農産物生産を考える上で、もう一つ重要なのは人口減少でしょう。二〇〇五年には一億二、七〇〇万人いた日本の人口は、二〇五〇年には九、五〇〇万人になります。もちろん若い人たちが五人も

## ◇地域資源をどう生かす？

六人も子どもを産んでくれたら状況は変わると思いますが、どうもそうはなりそうもありません。近い将来外から人材を受け入れるか、そうでなければ人口は減っていきます。こういうことを考えて、今後は農業の展開というのをやっていかなければいけないのかなと思います。

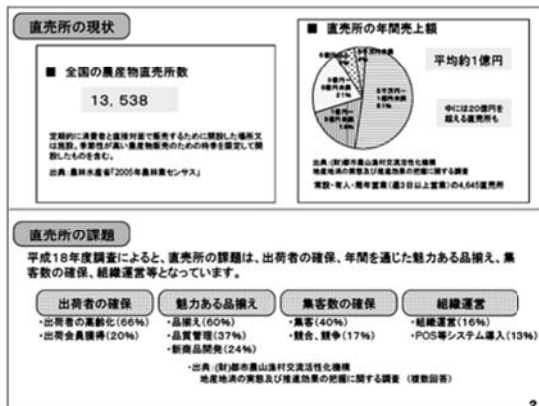
さて今後の地域振興をどう展開すればいいのかです。そこにある地域資源の活用、最も典型的な例が直売所でしょう。いま地域で最も元

気なのは直売所と言っても過言では無いほどどこも賑わっています。地域の特徴のある農産物をいかに揃えるかが、人気の秘訣だと言つて良いと思います。この他にも地元資源を使ったさまざまな取り組みが各地で始まっています。

例えば鳥獣の肉です。最近東京ではフランス料理店でジビエ料理を出すところが増えてきました。ジビエというのは狩猟で仕留めた野生鳥獣の肉を使った料理のことを言います。北海道でもエゾ鹿の利用が進んでいると思いますが、都府県でも駆除したシカ肉やイノシシを料理に利用できないかという取り組みが増えてきたのです。鳥獣被害はどこも悩みの種でして、以前はその利用がなかなか進みませんでした。ところが、二年前に「鳥獣被害特措法」というのができまして、例えば村の中で駆除した野生生物の食肉処理施設を造る時には補助が出るように

なりました。それを利用して、最近では鹿肉料理だとかジビエ料理などを村の中で出して観光資源にしているとところもあります。私が取材したのは長野県の大鹿村ですが、村に聞いてみると最近では地元ばかりでなく東京からそれなりの注文がきて、村以外からも駆除した野生生物の処理を行っていると言うことでした。先ほど紹介したB級グルメではありませんけれども、地域に行つたら地域にしかない物を食べたい。そうした消費者意識に対応した取り組みが注目を集めているという事ではないでしょうか。

話は変わりますが、私は北海道の人に輸出への取り組みを考えても



### 地域資源の評価と活用の有無

例えば、地域資源のうち自然環境・景観、生物・生態系の項目では、4割近くの市町村で一級といえるものがあると認識している。一方、地域資源が地域活性化にはあまりうまく生かされていないため、活用方法や環境整備が急務と考えている市町村も4割にのぼる。

○地域資源の評価 (%)

|                                | 一級といえるものがある | 二級といえるものがある | 三級といえるものがある | 無回答 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-----|
| 1) 自然環境・景観、生物・生態系              | 37.8        | 51.2        | 9.5         | 1.5 |
| 2) 自然の中でのレジャー環境(スキー、キャンプ、海水浴等) | 13.0        | 46.5        | 39.0        | 1.5 |
| 3) 歴史遺産、伝統文化、お祭                | 32.6        | 53.3        | 12.6        | 1.4 |
| 4) 観光、文化、スポーツのイベント             | 13.6        | 58.6        | 25.9        | 1.9 |
| 5) 観光、文化、スポーツ関連の施設、温泉、テーマパーク   | 15.5        | 52.4        | 30.4        | 1.7 |
| 6) 地場産業、伝統工芸                   | 16.4        | 42.7        | 39.4        | 1.5 |
| 7) 特産品(たべもの)、伝統料理              | 20.3        | 51.4        | 26.9        | 1.4 |

○活用の検討が急がれる地域資源の有無 (%)

|           | 全体   | 北海道  | 東北   | 関東   | 甲信越  | 北陸中部 | 近畿   | 中国四国 | 九州沖縄 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| (1) 特についで | 53.2 | 54.9 | 52.6 | 58.6 | 56.3 | 55.8 | 53.1 | 46.3 | 47.8 |
| (2) ある    | 40.6 | 38.1 | 39.5 | 34.4 | 40   | 39.5 | 40.6 | 46.3 | 47.1 |

資料：内閣府「生活者の視点からの地域活性化調査」等。調査対象は、各地域の農産物販売促進センター(平成18年度)の一級と二級とを調査された。全国の人口20万人以下の市町村1497を対象にしたアンケート調査から集計。541自治体から回答。

らいたいと思っています。ここで輸出を取り扱ったVTRを見てくだ  
さい。

(VTR)

千葉県町田市にある日本最大の中古車オークション会場です。皆さんは高級車を買いたい外国人バイヤーです。日本車は新興国の富裕層の間で高い人気を誇っているからです。

「世界中で経済もいろいろ良くなったんじゃないですか。だから金がある人は良い車に乗りたいんです」。

スリランカ出身のラマガヤケ・ジャガットさんです。アジアやロシアの富裕層を中心に、毎月およそ二〇〇台を輸出しています。この日一番の目当ては、今月新車登録されたばかりの高級四輪駆動車です。少しでも早く手に入れたらというマレーシアの企業経営者から注文を受けました。

「ほとんどの装備が入っていて、車の中ではこれが最高のグレードになっ  
ていますね」。

午前九時半、競りが始まりました。モニターに車が写し出されると、買いたい人は手元のボタンを押します。金額が上がっていく、最後まで押し続けたい人が落札する仕組みです。ジャガットさんが狙っていた高級車の競りが始まりました。新車の価格はおよそ五五〇万円。六〇〇万円を超えても価格は上がり続けます。

「やったー」。

落札価格は新車価格を大幅に上回りました。マレーシアの顧客が支払う金額は、関税や輸送費などを含めるとおよそ一、八〇〇万円にもなります。そ

れでも日本で買ったという事実が、富裕層にとってはブランド価値になるのだと言います。

「新車よりも高くても、お金を払って手に入れたというお客さんが増えていますね」。

一方日本人の業者からは、外国人バイヤーの参加で相場が上がったという声が出ています。

「一年前に買った車が五〇万円だとすると、今は同じ車が六〇万円です」。新興国富裕層のメイドインジャパンに対する信頼度の高さは、高級食材にも及んでいます。農林水産物の輸出額は、この三年でおよそ一・五倍に増加。その六割はアジアの新興国が占め、中でも高級食材の伸びが目立っています。去年六%の経済成長率を記録した香港。金融資産一億円以上の富裕層は毎年一〇%以上増えています。香港では今、日本のある高級食材が人気を集めています。最高級の和牛ブランドで知られる佐賀牛です。価格は一〇〇gおよそ六、四〇〇円。去年佐賀牛をメニューに加えてから、店の売り上げは二〇%増えました。

「和牛には特別な価値があるので高いとは思いません」。

今後、需要の拡大が見込まれる佐賀牛をより多く仕入れたい。香港の商社や一流レストランのシェフなど一八人が、先週佐賀牛の産地を訪ねました。この日はおよそ二、〇〇〇頭の牛を飼育する県内有数の大規模農家を視察しました。輸入商社の社長ジョン・クワンさんです。この半年で佐賀牛の輸入量をおよそ三倍に増やしています。佐賀牛の中でも最も高価で僅かしかとれない部分の肉を、安定して仕入れるのが視察の目的です。クワンさんが注目しているのは、牛の生産履歴を詳しく把握できる仕組みです。安全性をPRすれば、和牛のブランド力をさらに高めることができると見込んでいます。

「さすがは和牛だなと感じました。これから先この牛を仕入れることができると思うとても嬉しいですね」。

香港ではステーキ以外の食べ方はあまり知られていません。クワンさんは

セイロ蒸しなど、日本独特の食べ方を取り入れ販路の拡大を図りたいと考えています。

「すでにマカオへの販売ルートもできました。これから先どんどん広がっていきましょう」。

### ◇輸出の可能性をどう考える？

リーマンショックもあつて、去年は輸出額が落ちましたけれども、また景気は持ち直してきました。資源の制約はありますが、今後中国をはじめインド、ブラジルなど新興国が再び経済成長を達成し、世界経済が復活してくるのは時間の問題のような気がします。その時に日本の農産物の強さというものを認識して、輸出というものに取り組む準備を始めておいた方がいいと思います。

以前「おはようコラム」で取り上げた話に中国への牛肉の密輸出とというのがありました。確か函館港かどこかだったと思うのですが、北海道から中国に向けて牛肉の密輸出をしようという人たちが警察に捕まったことがあります。現在中国はBSEの発生を理由に、日本からの牛肉の輸入は認めていません。ただ密輸出でも分かるように、相対の量の牛肉が中国に向けて輸出されています。ベトナムや香港を経由して入っていると指摘する人もいます。北京の高級料理店ではこつ

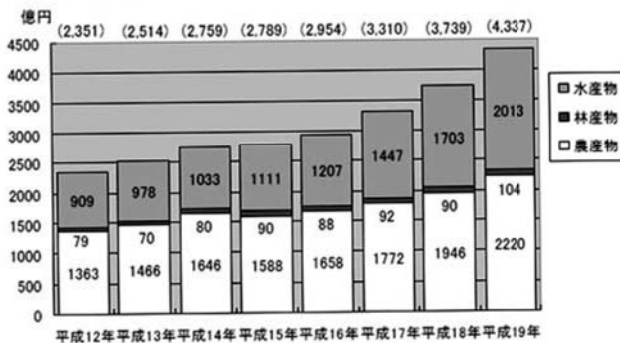
そりと和牛の肉を出しているという話も聞きます。逆に言うと、それだけニーズがあるということなんです。それは牛肉だけに限らないと思うんですね。

安全・安心な日本の農産物というのは、中国の富裕層などの間で需要が伸びてくる可能性があります。いまは中国は日本の農産物の輸入はほとんど認めていませんが、消費者からの強いニーズがあれば入れざるを得なくなってくると思います。中国だけではなく、東南アジアの今後の経済発展のことを考えると、この地域は相当大きなマーケットになる可能性があるがある。

輸出に力を入れて心配されるのは、逆に日本側の農産物の関税引き下げも要求されるのではないかとことだと思いませんか。しかしそれほど心配はいらないのではないかと思います。

これはWTOが大詰めに来たときに、いつたい米の輸入価格はどうなるのか私が自分で計算して

○ 我が国の農林水産物等の輸出額の最近の推移



(注1) 農産物については、たばこ、アルコール飲料を、水産物については、真珠をそれぞれ除いた金額。

(平成13年についてはコメ支援に係るコメの輸出額を除く。)

(注2) 平成19年の我が国の農林水産物の輸入額は、7兆8,839億円。

(アルコール飲料、たばこ、真珠を除く。)

みたものです。海外から入ってくる米は現在、SBSで1kgだいたい一〇〇円ぐらい、現在はもう少し高い値段で入ってきているかも知れません。現状ではこれに七七五%の関税がかかっていますから関税を上乗せすると四四一円となります。国産の米はkg当たり二〇〇円くらいですから、これだと入ってくる恐れはありません。ではWTOが妥結したらどうなるのかです。米を重要品目にするると関税は二〇〇%、価格は三六三元。一般品目でも二〇二元です。先ほども言いましたように日本の米は現在kg当たり二〇〇円くらいですから、例え一般品目となっても十分競争できる範囲ではないでしょうか。日本のコメというのは価格下落でそれだけ競争力が付いてきましたし、安全安心と行ったブランド力から言ったら、逆に輸出できるかもしれません。今後の世界情勢を考えると、私は決して輸出というのは考えられないことではないと思います。

もう一つは戸別所得補償でセーフティネットを張りましたから、輸入が急増して価格が極端に落ちてもこれで農家の所得を守ることが出来ます。そういうことも考えて、多分これから東アジアとのFTAとこののを考えていかなければいけないと思うのです。FTAなどには絶対反対だという声を聞きますが、本当にそれでいいのかという気はします。

## ◇変わる消費者・変わらない産地

最後にもう一回国内に戻ります。最近「シンプル族の反乱」という本が話題となっています。これによると最近の若い人たちは物を買わなくなったり、自動車より自転車というようにものにこだわることが無くなった一方で、本物指向が強まっているというような事が書かれています。

総務省が「心の豊かさか物の豊かさ、どちらを重視しますか」ということを聞いたアンケートでも、一九七六年から物の豊かさよりも心の豊かさが増えてきているように感じます。そうした人たちに、今後の生活で特にどのような力を入れたいかというのを聞いた結果、「レジャー・余暇生活」「所得・収入を増やしたい」に次いで「食生活を充実させた」というのが三番目、そういう人たちが三〇%ぐらいいるのです。食生活が豊

### シンプル族の食

#### ✓自然食品志向が強い

買うのは生協や農協、直接農家から取り寄せる場合も多い。旬の野菜を取り入れた献立、シンプルな食事、和食、添加物の入っていない食器を選ぶ。出来合いは使わない。

#### ✓土鍋や重曹も使う

ウエッジウッドなど有名高級食器には感心無し。日本の陶磁器を好み、現代作家による食器や、骨董品が好き。

#### ✓贅沢だが実は経済的

外食は控え、その分高級食材を選ぶ。自ら調理をすることでコストを切り詰める。

時代は地産地消？

かになつて食へのこだわりが少なくなっている一方で、野菜そのものの味をシンプルに味わいたい。旬の野菜を食べたいという若者達も増え、少しずつ食に対する考え方が変わってきているのかなという気がします。

### ◇◇北海道農業のメリットをどう生かす？

こういう中で北海道農業のメリットをどういうふうに生かすかという事です。やはり日本最大の生産地ですから原料供給基地としての実力を発揮してもらわなければなりません。そして地域ブランド力の強さ。今後海外に展開していく場合には、北海道という名前のブランドは相当強い。これをどう生かしていくかと言うことを戦略をもって展開した方がよいと思います。それから食文化の発信。いま海外から沢山の観光客が北海道を訪れているわけですが、素材だけを出すのではなくて、北海道にしかない料理を食べてもらう。自分の国に帰って北海道の物を輸入したいと思わせることが必要ではないでしょうか。かつて日本人がヨーロッパに行つて、美味しいワインに触れて輸入を始めたように、北海道にきた観光客に、北海道の食品を輸入してもらうようにしてもらわなくてははいけません。それには北海道らしい食文化というのを発信しなければいけないだろうと思います。最後ですが、やはりこれだけの食料生産地ですから、輸出というものに取り組んでもらいたいということです。



地域の活性化というのは、地域の主産業である農業が元気でないとなかなかこれではできません。北海道はその余地が十分あると私は思っています。ぜひその実力を発揮していただいて、活気のある地域というのをつくっていただきたいと思います。私の話はこれで終わります。

(拍手)

## 質疑応答

和田 ありがとうございます。限られた時間の中で、非常に分かりやすく動画を交えながらご説明をいただきまして、思わずのめり込んでしまっております。若干お休みも思ったのですがお時間もないものですか、引き続き折角の機会ですから質疑の時間を若干いただければと思っております。今日は農業者の方もご出席ですし、行政あるいは農協関係者もご列席です。それぞれ非常に厳しい農業情勢の中で、合瀬さんのような農業への応援者もいらつしやるんだということとを改めて感じたわけです。特に食料・農業・農村政策審議会の委員でもあられますし、農政の方向付けをされる一役を担っている方ですし、また新政権の政府与党の農業に対する考え方もご紹介いただきまして、まだ少し頑張ってみようかなと思つた方も多数おられると思つています。

ここでバトナツチをさせていただいて、私どもの研究所長の黒河の進行で質疑の時間をとらせていただきたいと思ひます。先生、もう少しお願いいたします。

黒河 ありがとうございます。黒河と申します。よろしくお願ひいたします。さすがにNHKの情報が一番集まる所におられる方だなと思ひましたけれども、要領良く切り取つて我々にお示しいただいたのですが、何か質問があるうかと思ひます。早速受け付けたいと思ひますので、挙手をお願いいたします。お名前とできたら所属をお願ひします。どうぞ。

渡邊 渡邊といいます。元北海道新聞社の記者です。二点伺いたいのですが、合瀬さんは新しい基本計画の委員なんですが、学識経験者として入つていらつしやると思ひます。

北海道の農業は規模が大きいか本州と違ふと思ひますが、中央から見て北海道農業に本州と違ふ画一的な政策ではなくて、北海道はこういう政策が必要だということを、合瀬さんはどんな点で北海道農業に必要な農業政策はどんなものを農家に人は求めているか、どんな認識を持つておられるのかということ。

もう一つは、今日の話は「北海道の活性化に向けた農業の役割」というタイトルですけれども、そこにそのまま入れますと、北海道農業の活性化に向けた農協の役割ということで、農協の役割について何

も触れられなかったのですが、今かなり中央の政界も変わっていますので、これから農協の役割も変わってくるのではないかと思うんです。今までの問題点、それから特に北海道農業の中における農協の役割をどんなふうな捉え方をしているか、簡単に教えていただきたいと思えます。

合 瀬 北海道に絞った政策でいうと、北海道農業が今どういう課題があるのか、これが分からないとなかなか発信できないと思うんですね。そういう意味からいくと、北海道の地元の人たちのほうがこういう政策が必要なんだということをまず農水省に要求していかねばならないのではないのでしょうか。ただ私の狭い知識の中で考えると北海道のような原料生産地域ほど所得補償というのは重要だと思えます。なぜ土地利用型農業に所得補償が必要なのかですが、今の日本の農業の状況を考えると高い所得の農家の方もたくさんいらっしゃいます。年収二、〇〇〇万円、三、〇〇〇万円の農家の方は結構いらつしやるんです。ところがそういう農業は、だいたいが畜産であつたり契約生産の野菜農家であつたり、土地依存型でない農業が多いです。今一番苦しいのは、米とか小麦とか土地利用型の農業です。ところがこうした穀物の生産は、加工用としてだけでなくエサなど様々に加工できる、まさに基本となるべき作物です。だから先ずは土地利用型から戸別所得補償をやるというふうに私は理解しています。

それともう一つ、今回の基本計画では六次産業化というのが大きな

柱となっています。北海道が原料供給型農業で、付加価値を付けることが課題だとすると、六次産業化というのは、北海道に最も必要な政策かもしれません。

二番目の質問の農協の役割ということなんですけれども、私は北海道の農協は全国から見ると比較的良くやっていると思っています。台湾に長芋を輸出している帯広の川西農協だとか、冷凍の枝豆を作っている中札内農協だとか、付加価値を付けた販売に努力しているところがたくさんあります。そうした地区は農家の所得も増えています。かつてのように需要よりも供給が少なかった時代は、農協は農産物を農家から集めて市場に出すだけである程度の手数料が稼げました。ところがこれだけ物が豊富になって、海外の農産物との競争になってくるといかに消費者に買ってもらえる物を作るかが重要になってきます。そうした時に必要なのは消費者のニーズを的確につかみ、商品に反映させるマーケティング力です。それができる農協にならなければいけないだろうなと思います。

確かに農産物をただ農家から集めて、市場に流すだけの農協も少なくありません。リスクを生産者に押しつけ、自分達は手数料で稼ぐと行つた農協ですね。例えばそうした手数料を止めて、農家からの買い取り制にしたりして、農協も一定のリスクをとって商売をする。また農協は自分たち同士が競争をしないよう地区割りをしていたりしますが、そうした事を止めてお互いに競争をしながら自らを厳しい環境に置くことも必要なのではないでしょうか。



ただ農協には良い農協もあれば悪い農協もありますので、一括りに議論するのは危険だと思います。農協の最も大きな役割は、組合員の所得を最大化することですから、これからマーケティング力をいかに磨いていくか。地元の人の作った物をいかに高く販売してあげるのか。そこが本来の農協の役割だと私は思っています。

黒 河 ありがとうございます。それでは最後に合瀬さん「北海道農業のメリットをどのように生かすか」ということで締めくくられましたけれども、一番の原料農産物生産地帯であり、専業農家が一番いるというような北海道的特色がかなりあつて、今の民主党の米中心の戸別所得補償だけでは北海道農民たちにはまだまだ不足ではないかと思うんですが、もつと専業地帯における政策というものを育てる



というか、マクロ的に国の農業生産力を高めるといふ形で結び付けるような、専業農家を力強くやっつけていけるような政策が欲しいという期待はすごくあるわけです。せつかく食料・農業・農村の審議会企画部会の委員ですので、北海道農業について、「こういうものを育てるためにはどういうものが必要であるか」というあたり、ご意見がありましたら述べていただきたいと思っています。

合 瀬 農業は一つの事業ですよね。そのためには経営という視点をもつた農家をどう育てるかということだろうと思います。先日の企画部会のテーマは担い手をどういうふうに確保するかということでした。事務局から出てきた素案では、家族的農業の育成確保、集落営農の育成確保、法人経営の育成確保と並列して三つ書いてありました。「三つ並列ですか？」という質問をしたところ、家族農業も集落営農も法人経営も、みんな同じだということお答えでした。

しかし私はそうじゃないだろうと思っています。基本的にはこれからの地域を引つ張っていくのは法人経営。もちろん家族農業でも結構だけれども、それならば経営という視点を持った農家を増やすことが重要だと申し上げました。

何かあつたら国の責任だとか、農協の責任だとか、人の責任にばかりするような農家ではダメだと思います。経営を取り巻く状況を自分なりに考えて、いかに自分の経営をつくっていくかということを考えられる農業をつくらなければダメでしょう。

しかも、民主党は農業で新たな雇用を作ると言っているわけですから、できれば法人経営が増えるような支援の仕方にしてほしいと思っています。

黒河 事情は大体分かりました。ありがとうございます。他にご意見はございますでしょうか。最後におねだりしますけれども、北海道農業に対する期待を報告していただいて大変有り難いんですが、簡単に東京から見ても北海道農業に欠けている条件というか、これは踏ん張って欲しいというあたりを述べていただいたほうが、我々としては後々のために非常に参考になると思いますので、ぜひお願いいたします。

合瀬 私は最後の部分で食文化の発信が重要だと言うことを申し上げました。北海道には沢山の美味しいものがあります。例えばチーズですが、北海道にはチーズを使った料理がどれだけあるでしょうか？

以前東京で乳製品のシンポジウムをやったときに、東京の料理家の方がチーズの消費拡大のために沢山のチーズ料理を紹介されていきました。東京のいろいろのシェフの方が創作チーズ料理というのをお作りになって、「こういうので食べたらチーズの消費が伸びます」とやっているわけです。では「地元に応じたどんなチーズ料理がありますか？」と聞いたら、誰も答えられない。

例えば初乳を固めて牛乳豆腐のようなのがありますよね。あれを番組で一度食べたのですが、結構美味しかったです。北海道は牛乳・チーズの生産圏なのに、消費は多いかといったら必ずしも多くないです。本来であれば、そこに行けば一番美味しいチーズが食べられるとか、チーズの美味しい食べ方を教えていただけるものですが、ここは牛乳を搾るだけ。もし自分たちは牛乳を搾るだけが仕事で、消費拡大を考えるのは雪印や森永の仕事だと考えていらつしやるのだしたら、大きな間違いだと思います。

地元の人でも食べてない筈はないと思うんですよ。地元の人に一番美味しい食べ方を教えてもらって消費者はそれを自宅でも実践する。そうして消費は伸びていくのではないのでしょうか。少し厳しい言い方をしましたが、認識不足だったら教えていただきたいと思います。

黒河 ともでもありません。確かにおっしゃる通りに、北海道の素材は良いのですが食べさせ方が下手なんです。これは自覚しております。良いご指摘をいただいたと思います。最後のお言葉は、我々北海道人に対する応援の言葉として受け止めて、我々も頑張りたいと思います。今日はどうもありがとうございました。(拍手)

和田 それでは、これで北海道地域農業研究所が主催する農業研修会を終了させていただきます。どうもご静聴ありがとうございます。(拍手)