特集

Facebook

フェイスブックで切り開く農業の可能性

いまやTwitter（ツイッター）やmixi（ミクシィ）などのWEBサイトを通じて、人々が国や地域を越えてつながる時代。中でも最大規模を誇るFacebook（フェイスブック）では、およそ10億人が交流している。その影響はもちろん農業界にも及ぶ。フェイスブックで仲間をつくり、経営を向上させる新たな試みが始まっている。先行例を見ながら、農業におけるフェイスブックの可能性を考えてみよう。

（取材／文　編集部、窪田新之助）

いいね！　コメントする！　シェア

フェイスブックって何？

ネットで人と人をつなぐ

まだ触れたことのない読者でも、フェイスブックという名前は聞いたことがあるだろう。これはインターネットで人と人をつなげる無料のコミュニティ型サービスのこと。といっても、これだけでは試したことのない人には何のことだかわからないかもしれない。もう少し詳しく説明していこう。もちろんすでに使っている人には当たり前のことばかりだろうから、ここは飛ばして次のページへと読み進めてもらいたい。

サークルや仕事などで多くの人と出会っても、大概の人とは普段から連絡を取り合うことは難しい。会わないうちに音信も途絶えがちになり、いつしか疎遠になってしまっていた。そんな体験は誰しも少なからず覚えがあるはずだ。

それがフェイスブックに登録すれば、「あの人はどうしているの？」とか「久しぶり！」といった事態をなくせる。インターネットを通じて、利用者間で文章や写真を投稿して個人的に連絡を取り合ったり、公開された内容を閲覧できたりするからだ。つまり直接会うことなく、その人のいまを知ることができてしまう。

他のSNSと比べて高い信頼性

似たようなサービスにミクシィやツイッターがある。これらは一般的にソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）と呼ばれている。

フェイスブックがほかのSNSと違う最大の特徴は、利用者に実名登録を義務付けていることだ。フェイスブックを利用するなら、まず、パソコンや携帯電話などからアクセスして会員登録（無料）をする。登録事項に沿って自分の実名のほか、原則的に顔写真やプロフィールも記入しなくてはならない。一方、ミクシーやツイッターではあだ名や偽名で登録できる。だからフェイスブックは信頼度が高いとされている。

実名登録が原則のため、フェイスブックの検索機能で連絡を取りたい相手の名前を入力すれば、その人が登録しているかどうかを確認できる。そこで探し出せたら、「友達」を申請する。「友達」として認めてもらえば、以後、互いにコミュニケーションが楽しめる。こうして仲間づくりを進めていく。

国内で2100万人が利用

人に伝えたいことがあれば文章や写真を「投稿」する。それらはすぐさまフェイスブックの自分のページにアップされる。

「投稿」に対しては、仲間内から意見や感想などが「コメント」として寄せられる。「コメント」をするには文字を打たなければいけない。だ、それが面倒であれば「いいね！」というボタンを押すだけで、「投稿」の内容を支持していることの意思表示になる。「コメント」の内容や「いいね！」の回数は常に表示されている。だから自分の投稿にどういう内容の、あるいはどれだけの反響があったのかは逐一把握できるのだ。

具体的な「投稿」や「コメント」は次のページで写真とともに紹介しているので、イメージのわかない方はそちらで見てもらいたい。

ここに書き記したことはフェイスブックの機能のごく一部。論より証拠、興味を覚えたらまずは登録してみることを勧めたい。登録するのも利用するのも無料である。気に入らなければ登録を削除すればいいだけだ。

フェイスブックジャパンによれば、日本だけでも2100万人が利用している。取材してみると、農業界でも想像していた以上にフェイスブックが広がっていることがわかった。中には1000人を越えるような農業について語り合うグループもある。いったい、そこでどんなことが話し合われているのか？　何に役立てているのか？　どんな可能性が広がっているのか？　次のページからケーススタディとして3つの事例を紹介していく。

case 1

同じ作物で全国に仲間をつくる

10月下旬、愛知県豊橋市の柴田隆夫さん（54）宅に、フェイスブックで交流を深めている大成会のメンバー5人に集まってもらった。

大成会とは、愛知県渥美半島の特産であるキャベツについての情報交換と会員の資質向上を目的としたグループ。会員は農家のほか、各種農業関連会社、農業改良普及員、国・県会議員など約70人。あちこちの産地を視察するうちに鹿児島や熊本、群馬、神奈川、茨城など全国にも仲間が増えた。

会では今年初めから、より密に情報や意見の交換をするためにフェイスブックを使っている。各自が営農上で困ったことや伝えたいことがあれば自由に投稿。会員からコメントを募り、問題の解決や認識の共有に当たっている。具体的にどんな使い方をしているかを知ってもらうため、まずは最近盛り上がったトピックを事例として紹介したい。

大成会

大成会はキャベツの情報交換のため、東三河地方の農家が設立したグループ。会員は約70人。共同出荷や共同購入はしていない。写真は右下から時計回りに柴田さん、大吉さん、森下さん、高瀬さん、松浦さん。

抵抗性コナガの防除試験を早める

コナガがフェニックスに抵抗性を持ち始めたようだ――。10月10日、田原市在住の松浦隆文さん（60）は複数人からこんな情報を得た。会員の反応を見るべく、すぐさまフェイスブックに投稿した。

「フェニックス」とは鱗翅目の幼虫に効果がある殺虫剤。松浦さんいわく「これをやっていれば十分という効果絶大の薬剤」。それなのに、最近では「絶滅危惧種」とも思われたコナガに効かない事態が突発したのだ。

以後の会員間のやりとりは少し長くなるが、臨場感のある内容を具体的に伝えたいので一部抜粋する。

「アファームとフェニックスを混用散布してもコナガ残ったそうです」

「嫦恋でも、今年はコナガの被害が多いと聞いています。農薬メーカーも調査に入っているようです」

「JA職員に聞いたところ、ディアナは芯食いの幼虫、コナガの幼虫、成虫に効果があるのでオススメと言われました。」

「パダン、マッチ、ディアナ、あたりとアクセル、プレオ、トルネードエースとの組み合せが効果ありそう?どちらにしてもフェニックス万能ではなくなりつつある。天候もあるが来期がヤバイ！」

「メーカーはすでに効果試験を初めていますよ。まだ深刻な抵抗性ではないんで。」

「まとめてみるとフェニックス、プレバソン系の効果が、抵抗性のある、コナガに対して、落ちている。当面、有望そうな、薬剤　アニキ＋カスケード　パダン、マッチ、ディアナのどれかとアクセル、プレオ、トルネードエースのどれかの混合　効かせたいタイミングでは150リットル／10a

は、かけたい。」（すべて原文ママ）

松浦さんの投稿を受けてから、このまとめの内容までに丸1日ほどで62件のコメントが寄せられた。その後も各自が気づいたことがあれば投稿しており、現段階では対策として複数の農薬が候補に挙がっている。

さらに一連の投稿を受けて、東三河農林水産事務所農業改良普及課（豊橋市）の専門員、森下俊哉さん（45）は動いた。田原市の事務所にも呼びかけ、害虫を集めて薬剤の効果を確かめる試験を始めたのだ。松浦さんの最初の投稿からわずか2週間のことである。

「フェイスブックでのやりとりがなければ、抵抗性が出たことに気づかなかったですからね。そうなれば試験は間違いなく1年遅れていました」

9月中旬以降、各地で抵抗性を持ったコナガの発生が見られている。普及員が把握していなかった情報を会員がすばやくキャッチしたことで、対策が早まった。

渇水対策では保水材の使用法で情報交換

続いて紹介するのは渇水対策での意見交換。

今年の夏場は極端に雨量が少なく、東三河でも農業用ダムの貯水率が数%になる異常事態に陥った。群馬県の農家から「保水剤がキャベツの植え付け時に効果があるようだ」との情報を仕入れた会員が投稿した。その後のやりとりを一部抜粋する。

「いまだに渇水が続いていますが、ゲインウォーター（保水材）使われた方は感想を教えてください？」

「定植後の、しおれに大きな違い！断水時のつなぎに、有効！　今年は、使うべき！とのこと。」

「使い方は、50リットルの水に1本入れて、1枚1リットルでよかったですかねー？　もちろん定植直前にやるのかな？」

「定植の数日前でもOKだそうです。効果は、約2週間だそうです。」

「200倍のトレイ／0・5リットルでもいいようです！農薬との混用はOKのようですが、プレバソンは2日前が基本ですから……」

「根鉢の辺りの環境が良すぎて、根が外に伸びようとせずに根張りが悪くなるのを心配したけど、2週間位で効果が切れるなら大丈夫ですね」（すべて原文ママ）

このように彼らは普段から気になることがあればすぐに投稿する。ほかにも機械の修繕や税務調査への対応、各種研修会の案内などが日々話題に上る。

多様な人材がそろう意味

冒頭に書いたように、大成会には多様な職業や能力を持った人が各地にそろう。この点について松浦さんは次のように語る。

「人はそれぞれ能力の限界があるし、すべて覚えられない。機械や農薬など、詳しい分野は人それぞれ異なる。だから要は目次というか、多種多様な人たちと交流することが大事だと思っている」

そうした多種多様な人たちがいるからこそ、フェイスブックを通じてよりよく学び合えているようだ。農業改良普及員でもある森下さんは「フェイスブックでたくさんの意見を聞くと、正解は一つではな

柴田さんのフェイスブックのページ。自分の顔写真などで読んでもらう人を増やす工夫をしている。

い、考え方は色々とあるというのがよくわかりますね」。また、高瀬哲二さん（40）は「ちょっとした質問を投稿すると、こんなことでもわかっているようでわかっていなかったなと論されます」

筆者が「ベテランばかりが教えることになるのではないですか」と問いかけると、柴田さんが次のように答えてくれた。

「一方的にベテランが出しっぱなしになるわけではない。自分があやふやにしていたところがはっきりすることはあるんだよね」

全国各地に会員がいることにも意義がある。10月16日に台風が来襲した際、「台風被害どうなのですか？」「どんな薬使いますか？」という投稿があった。これに対し、〝台風銀座〟と呼ばれる鹿児島県指宿市の大吉枝美さん（38）は元看護士らしく次のようなコメントを寄せた。

「この度は台風被害お見舞い申し上げます。指宿の台風被害後の薬剤散布が参考になればと思い投稿します。台風後に出来る手当をします。家の場合ですが……ダコニール１０００倍＋カルシウム資材で散布　人間が怪我をした場合と同じ考えかたで　ダコニールで消毒した傷口にカルシウム資材でカットバンをしてあげるイメージです。去年はこの対策でのりきりました。」（原文ママ）

柴田さんのフェイスブックでの写真の使い方。順を追って説明しているのでわかりやすい。

地域によって集められる情報は違う。多方面から情報を得る環境をつくることで経営を発展させているのだ。

彼らが強調するフェイスブックのもう一つの利点は、日常的に情報を交換したり、それを閲覧したりすることで、実際に会ったときに話し合いがスムーズに進むこと。大成会は年に10回ほど視察や会合を用意し、各地のメンバーが久しぶりに顔を合わせる。そんなときでも議論の土台はフェイスブックですでに築いているので、限られた時間内で濃密に語り合えるという。

議論を活発にする「いいね！」や「コメント」

最後に会員の閲覧を増やして、議論を活発にするコツを柴田さんの投稿に見た。

柴田さんは投稿する写真に文字を書き入れる。そこには喜怒哀楽を表現した自身の顔写真も投稿の内容に応じて添付する。また、得意とする機械の修理法の手順や試した薬剤の効果を時系列で伝えるのに、複数の写真を並べるなど、人の関心を引くための工夫を凝らす。

フェイスブックの閲覧者を増やす点では、柴田さんは「コメント」や「いいね！」の回数が大切と思っている。フェイスブックの機能として、閲覧者が投稿の内容を支持する「いいね！」というボタンがある。何度押されたかは常に表示されている。最初に紹介した抵抗性コナガのやりとりが盛り上がりを見せる中、柴田さんはこんな「コメント」を寄せた。

「こんなに、盛り上がっているのにいいね！少なすぎ――！　でも、皆さんのリアクションに力付けられて、また投稿しようと言う、気持ちになります。コメントしていただけたら、素晴らしいのですが、せめて　いいね！のリアクションはしてあげてください」（原文ママ）

フェイスブックはあくまでも情報交換の手段。それをいかに使いこなすかは会員の心遣いや努力にかかっている。

大成会は活動を盛り上げるため会員を募集中。

『農業経営者』の読者のみなさん、キャベツ農家のみなさん、一緒に情報交換しましょう！

case 2

北海道農業に追いつくために

千葉県成田市でニンジンを専作するキャロットＦａｒｍ代表の瀧島敦志さん（41）は、畑作に関する知識や知見を得たいと思ったら、以前は農業改良普及員や農業者の集まりである土を考える会の会員に聞いてきた。それがフェイスブックの登場で会員との関係が深まったほか、新たな仲間づくりも進展。収集できる情報が量、質ともに飛躍的に向上した。

31ものグループに参加

主に農機について知るためにフェイスブックを使っている瀧島さん。

瀧島 敦志

1972年、千葉県成田市生まれ。日本自動車大学校を卒業後に自動車業界で勤務。その後、就農。

自宅のパソコンでフェイスブックのページを開くと、そこには共通の目的でやりとりをするグループの名前がズラリと並んでいた。「これらが僕の知恵袋」。聞けば、農業について情報を交換するグループだけで31に参加しているという。

たとえば北海道の農機販売店が立ち上げた「僕らの農業広場」では、農機について詳しい農業経営者がそろっている。だから営農のことで悩みがあれば、ここで相談することが最も多い。

最近、写真（25ページ参照）のような投稿をした。近いうちにフロントヒッチを購入しようと調べたら、ザウターとヒーバというメーカーを発見。なじみの農機具屋に尋ねたら、「２・５ｔＰＴＯ無し」での具体的な値段を提示された。写真で「諭吉」という文字の前にその金額がある。ただ、ＰＴＯは要らないのではないか？　揚力はもっと低くていいのではないか？　そんな悩みから、グループのメンバーに意見を募った。

早くも2分後、北海道で農業資材などの輸入代理店も営む畜産農家のＡさんから「その仕様ならまだ安いのありますよ。」とコメントが返ってきた。

別のメンバーは、ツイードベルクという欧州のメーカーを紹介してくれた。聞いてみたら、自分の目的にかなったフロントヒッチを扱っている。さらに、グーグルで検索してもそのメーカーのホームページを探せなかったので、質問したら、アクセス方法まで教えてくれた。

そうしたら先ほどのＡさんが同社のフロントヒッチを販売しているという。値段を聞くと、なじみの農機具店に注文するよりもずっと安かった。これで必要となったときに購入するルートを確保できた。

ほかにも購入目的で実演機を持ってきてもらう際、事前にフェイスブックに投稿して、機械や作業のどこを見ておけばいいのか教えてもらったりする。農機関連以外でも幅広いグループに参加している。

パソコン画面にある「イルカー!?」というグループが気になり、聞いてみた。これは名前のとおり、自分が使わなくなった物品を欲しいとする人を探す。売りに出されるのは農業資材だけでなく、オートバイやネズミ取り、板状の通信機器のタブレットまでと何でもあり。逆に欲しい物品がある人が「ナイカー!?」と呼びかけることもある。不正な売買が行なわれないよう、管理者5人が入会の際に個人審査をしているとい

う。

台湾の農業グループにも入っている。フェイスブックには翻訳機能がある。正確には訳してくれないが、おおよその意味は取れる。翻訳機能を利用して彼らのやりとりを見ていて、日本との違いに刺激を受けるという。

「日本の農業は進んでいるなって思っていたが、やっぱり向こうのほうが外から来るものをどんどん受けている気がする。向こうのほうが頭が柔軟で、ある部分では負けているんじゃないかって思う」

瀧島さんが目標とするのは北海道の農業。フェイスブックでこれまでには考えられなかった人々とつながることができた。「北海道に随分と近づけたし、知識も詰め込めた」

情報を集められるのは、他人に与えられていることの裏返し。父親の秀樹さんはニンジンづくりで瀧島方式と呼ばれるまでの栽培技術を確立している。暇をみては2tトラックに乗り、土を考える会の会員宅を1週間や2週間もかけて巡った。そこで得た多くの知見はいま、敦志さんに受け継がれている。親子にわたっての蓄積が、フェイスブックで新たな情報を収集するのに役立っている。

定期的な友達の整理と相手を尊重すること

ただ、多くのグループに参加しているとそれだけ手間も増えそうだ。それでも上手に使いこなしていくコツの一つは、「友達」を定期的に整理することだという。「友達」の申請があっても、すべては認可しない。あくまでも実際の友人か、自分が目的とする情報の交換ができる人だけを選ぶ。

「友達」となった人であっても、「投稿」に対して「いいね！」を押さなかったり、コメントを寄せなかったりすればフェイスブックでの縁を切っていく。自分のホームページやブログの閲覧数を上げるため、フェイスブックの投稿欄からそれらにリンクできるようにしている人にも注意している。あまりに宣伝目的でフェイスブックを使っていることが目立つなら、「友達」から削除する。

「きちんと整理していかないと、本当に絡みたい人が見えづらくなってくる。それでは本末転倒ですからね」

もう一つのコツは、「コメント」で人を傷つけないこと。「面と向かって話しているのと違い、文章でニュアンスを伝えるのは結構難しいですからね」。あらゆる人が閲覧できる中で恥をかかせたり傷つけたりすれば、その相手はコメントするのに及び腰になってしまう。フェイスブック内で論争になって一人だけが悪者になり、それが原因でグループから追い出されたり、抜けたりすることがある。それでは本来の目的である情報の交換を低調にさせてしまいかねない。

さらに以上のことよりも気をつけている、というより禁じていることがある。それは自分の所在場所を明かさないこと。フェイスブックには自分の現在地を表示する機能があり、誰でも見られる。さらに家族と一緒に某所にいると書き込めば、自宅には誰もいないと言っていることと同じ。泥棒に仕事を与えることになってしまう。

開かれた場だからこそ、どんな情報を、誰と、どのように交換していくのかが問われている。

瀧島さんのフロントヒッチに関する投稿とそのやりとり。

Facebook

case 3

まずは対話を楽しもう

ケースタディの最後は青森県弘前市でリンゴと加工品の生産をする水木たけるさん（38）。水木さんの寄稿を紹介する。

まずは当方の状況に軽く触れます。僕が就農したのは１９９７年。当初から経営改善のため農協出荷から個人向けの直販へとシフトするつもりでした。そのためトラックを準備して横浜まで販売に出向いたり、現地でチラシを配ったり。20歳そこそこの社会経験もろくにないなりに工夫をしたんです。

その工夫の一つがインターネット販売。当時、コンピュータで作成したデータをカラー印刷できるワープロ程度にしか思っていなかった。ある人から指南していただき、ＷＥＢサイトを立ち上げて販売を始めたんです。そうしたら毎日コンスタントに受注が舞い込むようになりました。

それからインターネットを活用した個人宅配に力を入れました。今ではネット宅配事業で大成功……となれば良かったのですが、世の中はそう簡単に行きません。その辺りは機会があったらまたいつか話します。

そんな流れで、かなり前からネットは日常的に使ってきました。仕事の合間を見ては掲示板やブログをのぞいたり書き込んだりと。それがきっかけで全国の生産者との交流が広がりました。今では近所の友だちとおしゃべりを楽しむように、日常的に全国の農家仲間とやりとりをしています。

みなさんのその日にあったことや普段考えていることに触れ、議論したり、学んだり。そんな感じでみなさんとワイワイやって楽しんでいるのが僕のフェイスブックの使い方です。

こせがれネットワークやＡ－１グランプリ、農業ドリームプランプレゼンテーションなど活動のフィールドが広がりました。農外分野の方とのかかわりも増えましたが、名刺交換の際、「フェイスブックで登録させていただきますね」という挨拶になることが非常に多い。そこから交流や取引が始まり、地域の活動や業務がにぎわっていくことを次々経験しています。

今やフェイスブックは単なる仲間との交流の場という本来の機能を超えた。自分をアピールする名刺の代わりだったり、社会活動の事務局だったり。あるいは、ご注文の依頼や相談窓口だったり、商談会場だったり、そのための会議の場になったり。すでに新しい社会のインフラとしての機能を獲得していると感じます。

インターネットの活用というと、どうしても販売とか集客とかいうことを期待されるかもしれません。ただ、僕はまったくそういう使い方はしていません。リンゴ園のフェイスブックページを作成して、アマゾンで購買できるようにしています。残念ながら反応は今ひとつですが。

他人とおしゃべりを楽しみたい人がいくら集まっても、簡単に農産物は売れない。そんな直接的な効果を狙うのではなく。まずは農業について楽しい記事を書く、ファンの方々と交流すればいいのではないでしょうか。時間がかかっても、良い結果に結びつくはずです。今後はそんな使い方をしたいですね。

水木 たける

青森県弘前市でリンゴの生産・販売を行なう「あっぷりんご園」を経営。2012年の「A-1グランプリ」では、茨城県下妻市の遠藤健二氏とタッグを組んで「Small Excellent Farmer's Alliance フルーツプロジェクト」のビジネスプランを発表。Best Dreamer賞を受賞した。

Facebook Facebook Facebook Facebook Facebook Facebook Facebook Facebook

アンケート 私たちはここに注意しながら使っている！

農業に携わる人たちがフェイスブックをどう利用しているのかをつかむため、本誌は読者を対象に自由記述のアンケートを実施した。その用途を一覧表にしたのでご覧いただきたい。

具体的な課題解決のための情報交換に使う傾向が強い一方で、やりとりをする相手同士が気持ちを奮い立たせるという心身的な効果もあるようだ。三重県四日市市の山原忠彦さん（50）は「投稿からはその人の農業への思いが感じられ、自分の意欲向上に役立つ。例えば朝早くや夜遅くまでライトを点けて、トラクターの作業風景や機械の修理、改造などを紹介する記事を読んでいるとワクワクする。自分も誰かの役に立てばと思い投稿している」

業種を越えた相互理解に

新たな使い方についても提案があった。

一覧表で示したように、千葉県柏市にある農業生産法人沼南ファームの橋本英介さんは「きまぐれオレンジの会」という非公開のグループに参加する。クボタの農機具の良し悪しを語り合うサークル。北海道のユーザーが立ち上げたものだが、こうしたグループを農業資材メーカーが設立したら面白くなると主張する。「ユーザーがメンテナンスの情報などを共有する事で、そのメーカーの付加価値も上がるのではないだろうか。クボタはメンテナンスの講習会を開いているので、フェイスブックでのグループもサービスの一環として考えてもらいたい」

北海道富良野市の鎌田桂壱さんは、飲食店や消費者との相互理解にフェイスブックを活用できないかと思案している。自身は今まで注文を断ったことはないが、農業は自然相手なので不作で応じられない事態はあり得る。その場合、工業製品ではないのですぐに生産できるはずもない。また季節商品があることにも考えが及ばない業者もある。互いの理解不足を解消するために、フェイスブックを通じて飲食店や消費者と農場が日ごろから連絡しあうことは大きな意味があるとみている。

「どんな手段にでもコミュニケーションが一番大事ではないでしょうか？」

情報を受発信する際の注意点

便利さの裏に注意すべきこともある。

神奈川県藤沢市の㈱みやじ豚宮治勇輔さん（35）は、自身のページを誰でも閲覧できる設定にしている。経営者が公人であり、いつでも自分の発する言葉や情報は人目に触れるものであるという考えから。だから誹謗中傷やマイナス発言は書かない。「お客さんは商品の品質の良さ悪さよりも、好き嫌いで選ぶ傾向がある。だから、人に嫌われるような人間であってはならないし、人が嫌がることは書かない」。埼玉県入間市の上原農園の上原隆介さん（34）も「必要以上に汚い言葉を使ったり、煽ったりすることは避けている。無用な敵を作らないことはもちろん、書き込みは自分の品性も見られるものなので」

東京都八王子市の豊永久幸さん（31）は「共通の友人がいる場合でも、直接面識がない方から、メッセージなしで友達リクエストだけ来る事がある。気持ちは嬉しいのですが、困ることがある。リクエストを送る時には、一言添えていただきたい」

受発信する内容にも精査が必要だ。長野県飯田市にある㈲沢柳きのこ園の沢柳幸弘さん（40）は「GAP圃場での動物や服装に不備がある写真を載せるなど、意外な落とし穴にはまっているのを他社のページで見かけるので注意が要る」

埼玉県熊谷市妻沼小島にある遠藤ファームの遠藤友章さん（36）は「飲食店が有機や無農薬に関して「いいね！」を乱発していると感じる。飲食店の農業に関する無知でF1種子や無農薬などに関しての誤解が多く、最近のホテル・デパートの誤表示の原因を垣間見る気持ちだ。インターネットの普及で個人が情報発信をすることが多くなった今日、フェイスブックも含めて情報発信に責任を持たない人が多くなっている。自分で情報を再度吟味することが大事なのではないか」

農業に携わる人たちにとってもフェイスブックは欠かせないツールになりつつある。上手に使いこなすにはマナーに気をつけるだけでなく、自身が情報を精査する力を身につけることが求められる。

アンケート結果

回答者	主な用途など（すべて原文のママ）
長野県飯田市の㈲沢柳きのこ園代表、沢柳幸弘さん（40）	最終的に消費者とつながることを目的に、個人名でのアカウントを取得して、使用するとどうなるのかを検証している。今後は法人か通称アカウントでの利用に展開したい。他のホームページ（HP）を見ると、連動しているところもあり、フェイスブックだけでなく、HPにおけるコメント用、ブログ誘導用などが個人アカウントでは実施していくことが望ましいと思う。
神奈川県藤沢市の㈱みやじ豚代表 宮治勇輔さん（35）	主な目的は活動履歴とイベントの案内や新商品の紹介。例えばイベントの集客はメルマガで、楽しそうな場面はフェイスブックで、そして申込みはWEBサイトという流れにする。フェイスブックは情報のストックには適さない。あくまでも情報発信のツールとして、アーカイブはブログに残す方がいい。ブログには書きにくい、パーソナルな部分を書けるのもいい。ただ、ほとんどは農業に関することを書く。とりとめもないことはほとんど書かない。
三重県四日市市の山原忠彦さん（50）	フェイスブックは本名を登録とする原理のため、名刺交換をした方（会社）を検索して、その後もつながりが持ちやすい事がいい。また、その後のやりとりでその会社やその人の意気込み？が見えるので参考にしている。相手の方の友達や書き込みレスのメンバーが見えるので、どの方面に明るいのかも分かる。自分の知識範囲や交友範囲などの狭さを実感するのも確か。農業関係で言えば季節ごとの各地の作物の情報が多く集まる。同じ作物なら地域や土質、気温などで作業の体系などの違いが良く分かる。前回の台風などでは皆さんの対応策が参考になった。また、各地の被害状況もTV報道以外に農家の視線での投稿も多いので、今後の市場相場などを予測するのに役立つ。
埼玉県入間市の上原農園、上原隆介さん（34）	主な用途は情報収集と情報公開。具体的には、友人たち（農業関係者多数）が日々アップする投稿を見て情報を手に入れたり、コメントしたり。また、自分の情報（野菜の情報や自分の考えなど）を流したり、ブログ更新の情報を記載してみたり。ほかには疑問に思っていることを書き込み、他人がどういう考え方をしているかを聞いて、自分の判断材料にする。
岩手県花巻市の㈲アグリ・プロ・ジャパン、高橋章郎さん	情報収集に欠かせないツール。国内外の農業技術や生産、加工などが、どのような状況で進んでいるかをリアルタイムで閲覧できるのが非常に刺激的。自分の立ち位置が今どこなのかを把握できる。フェイスブックの良いところは、自分で「友達」申請をしないと情報が集まらない点。専業農家はほんの一握りだからこそ、良い技術や情報は共有してお互いが切磋琢磨しながら共に成長したい。
エア・ウォーター㈱農業戦略部、小林伸太郎さん	個人としての回答。業務や情報交換にフェイスブックは活用はしていない。 家族のみがアクセスできるフェイスブックページを作り、家族が写真や動画を載せ合い、コメントし合う形でだけ活用している。家族以外はアクセスできない。他人のページにアクセスして、「いいね！」のクリックや「コメント」をしたことはない。
千葉県柏市の農業生産法人沼南ファーム、橋本英介さん	クボタの農機具の良し悪しを語り合うため、北海道のユーザーが作った「きまぐれオレンジの会」という非公開のグループに参加している。セールスマンや整備士の批評は禁止。公平な立場で所有する機械（ヤンマーキセキJDファーガソンNH等）とクボタを比べるのはOK。北海道の農業者の機械に関する知識は凄い物があり、農機の整備の経験が少ない素人の自分には勉強になる。先日もこのグループに壊れたパワクロのベアリングの取り外し方について投稿したところ、何人もの方から的確なアドバイスを受けて無事に自分で修理できた。これも立派な経費節減。
北海道富良野市の鎌田桂壱さん	フェイスブックを始めて１年目。普段会う機会が少ない友達との交流や情報の交換に使う。今後はフェイスブックによる新規開拓をしたい。
ヤンマー㈱の伊勢村浩司さん	会社では社のフェイスブックを通して、「プレミアム食材」や「プレミアムマルシェ」などイベントの情報発信をしている。幅広く、一般の消費者様と生産者様の接点を創造する機会を作るお手伝いをすることで、メーカーとしての社会貢献を実施。また、個人としても農業生産者のフェイスブックに参加したり、自分のウォールで食・農業関連の情報を発信したりする。これは広く農業者の課題を理解し、何かの形で貢献したいため。それから「農と食」「農と福祉」「農と教育」「農と健康」など身近なテーマに関して、共感を得られる仲間と連携するため。
埼玉県熊谷市妻沼小島の遠藤ファーム代表、遠藤友章さん（36）	私と妻の共通アカウントで遠藤ファームという屋号にしてファンページを開いている。フェイスブックなどの情報発信は、ほとんどを妻が書いてアップする。フェイスブックの割合としては少なく、アメーバブログの方が宣伝効果は高い。フェイスブックは友人らとのやりとりが中心。飲食店との連絡にも使うことはあるものの、電話の方が早くて使用頻度も高い。
東京都八王子市の豊永久幸さん（31）	用途は生産現場の様子を消費者に伝達すること。 また、離れた場所で頑張る仲間に自分がいま何をしているかを伝えることで互いの励みにする。ほかにはイベントへの出店時の宣伝。
岩手県花巻市の盛川周祐さん	フェイスブックはipadでほぼ毎日チェック。写真や動画の端に出ている背景までくっきり見れて助かる。出来るだけ「いいね！」ではなく「コメント」をしたいと思っている。機械の情報などでは「うーん」とうなる。
群馬県太田市の㈲ユニーク工業、羽廣保志さん	弊社はホームページ（HP）に農機具のカスタマイズ計画のリンクを張っている。HPの新着情報として、フェイスブックを利用中。ここから問い合わせで欠品パーツや農機具修理の問い合わせが来ることがある。それからグループページは非常に便利。例えば両毛ものづくりネットワークという中小企業のグループに所属している。資料作りはページ上で行う。原案やレイアウトなどを作るに当たってそれぞれがスキルを活かし、データのアップロードやダウンロードを繰り返し、グループページで資料が作成できる。このグループページの活用こそがフェイスブックの一番素晴らしいところ。信用できる仲間たちとの10を超えるグループページに参加している。