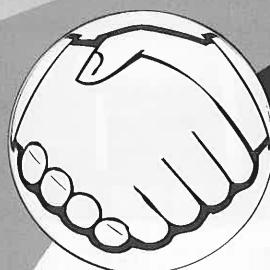


創刊10周年記念・特集 農業と食産業の10年、そしてこれから



2012



農業は、食べる人のため



耕しつづける人へ
農業経営者



1993創刊





農業と食産業の10年、そしてこれから



「農業経営者」創刊10周年の御礼に代えて

「晴れたらいいね」と笑いながら明日に掛ける橋であり続けたい

土を信じる者

創刊の辭に代えて

刊の辞に代えて

を信じしる者

4

して様々な
ましに支え
の節目に当
ます。同時
て、我が一
みたいたと思
本誌が創
は、バブル
という一つ
の一場面を
えます。

方々の物心両面でのご協力と励まれてきましたからです。創刊10年たつて心からの御礼を申し上げ、創刊10年を一つの節目として、「農業経営者」の10年を総括しています。

です。それは、眞に日本の農業を守り国民の食を保障することへの真摯な問い合わせも無く、ただ、既存の農業界あるいはそれと連なる関連業界の利権保護に汲々とするが故のものでした。

同時に、1993年はあの大冷害の年でもありました。それは、歴史的には完全な行き詰まりを示し、破綻寸前にあつた農業界との関連業界に不幸な助け舟となつてしましました。世上では減反政策下での緊急米輸入という失策が批判されましたが、農業界には戦後の食糧難時を思い起こさせ

〔農業経営者〕は1993年5月28日の創刊号発行以来、今年の5月をもって創刊10周年を迎えることが出来ました。

決定 でした

して様々な方々の物心両面でのご協力と励ましに支えられてきたからです。創刊10年の節目に当たつて心からの御礼を申し上げます。同時に、創刊10年を一つの節目として、我が「農業経営者」の10年を総括してみたいと思います。

本誌が創刊された1993年という年は、バブルの崩壊に始まつた「戦後日本」という一つの時代の最終章が、その最後の一場面を演じ始めた年であつたともいえます。

宮沢内閣不信任案が一部の自民党議員の賛成を含めて可決され、その離党者によつて新党さきがけや新生党が結成されました。そして7月の衆議院議員選挙で、保守合同以来始めて自由民主党が過半数を割り、同時に、自民党体制の補完機能を果たしてきた社会党も大敗しました（55年体制の終焉）。その結果、成立した当選経験1回の細川護熙氏による7党1会派による新政権は、プロの政治家やジャーナリストたちには様々に揶揄されつつも、それまでの政権が問題解決を先送りにしてきた懸案事項に答えを出していったのです。その一つが、その年の12月の「米輸入の部分開放の

です。それは、真に日本の農業を守り国民の食を保障することへの真摯な問い合わせも無く、ただ、既存の農業界あるいはそれに連なる関連業界の利権保護に汲々とするが故のものでした。

同時に、1993年はの大冷害の年でもありました。それは、歴史的には完全な行き詰まりを示し、破綻寸前にあつた農業界とその関連業界に不幸な助け舟となつてしましました。世上では減反政策下での緊急米輸入という失策が批判されましたが、農業界には戦後の食糧難時を思い起こさせるような“冷害特需”をもたらしたのです。作物共済金の大盤振る舞いもありました。その年の5月に創刊した本誌も、秋から冬に掛けて一気に読者数を増やし、広告収入も増加しました。それによつて経営の基盤を作つたといつてもよいほどでした。しかし、続くはずもない特需による目先の儲けは、農業界や関連業界の自己改革を先延ばしにさせてしまった結果となりました。

その後の日本の社会は、バブル崩壊後の痛みの中にいるにもかかわらず、相変わらず人々と組織人たちは、政治家や行政あるいは権力者の無策を糾弾するばかりの戦後



農業と食産業の10年、そしてこれから

的・社会批判をしつつ自らの利権に汲々とするばかりがありました。むしろ、その陰で改革に見せかけた官僚の居場所作りが進行した時代ともいえました。

しかし、政治の世界における55年体制（戦後のイデオロギー論争による自己忘却の時代）の終焉とは、同時に国民に対しても自らの責任を問うことでもありました。被害者の顔をしている者を含めて、誰もが批判するその利権の末端に繋がる当事者であり、その利権を求める構造こそが極端となつてることが、人々に自覚され始めてきました。それは、国民は国家あるいは社会や世界に対して権利を要求することで望むべく未来が与えられる時代から、人々が個々人の誇りに基づく責務の自覚において国家あるいは社会や世界は形作られることを自覚する、困難ではあるが本当の民主社会の始まりであるともいえます。それは、義務を果たすから権利を要求する者にではなく、健康な欲望を持ちつつ、自らの誇りを対価としてその責務を果たす者にこそチャンスが与えられる時代なのです。

こうした時代状況の中で、「農業経営者」は経営規模や売上の大小を問題にするのではなく、事業経営者あるいは職業人としての「意思」と「自負」を持ち、また、それがあればこそ「土」に戻し続ける勇気を持つ者の誇りを擁護する雑誌でありたいとの思いで創刊を致しました。権利を求める者ではなく、他者の批判により自らの正当

性を主張するのではなく、「問うべきは我」との自負心を持つ人々に向けて。また、そこで言う「土」とは足元の土であると共に家族であり、仲間であり、協力者であり、何よりも顧客のことである、としました。

同時に、本誌自らもその立場を明確にするために、裏表紙の広告は農産物の買い手企業に限定することとしました。それは、それまでのあらゆる農業誌・紙が「農業あるいは農民の福祉向上」をテーマとするものでありましたが、本誌は「農業は食べる者のためにある」という立場に立ち、その責務を自覚する誇りある「農業経営者」のための雑誌であるという立場からでした。さらに、農業の健全なる発展は、生産資材開発企業を含む生産者サイドだけではなく消費者サイドによる支持こそが最大の条件であると考えるからです。それも現代において大きな機能を果たしそえる、食にかかわる様々な企業を同伴者とすべきであるという立場を示すためです。

また、土や自然の可能性や限界について知り得た科学の知識を否定せず、その共感を含めて過度に情緒的な自然や農業に対する誤解についても冷静に批判的な立場を取り続けたいと考えました。そのために、それに取り組んでいる多くの読者、また協力者たる買い手の業界人に対しても、（否定はしないが）その行き過ぎた有機農産物マーケティングに対する批判的な立場を

取り継ぎました。その延長線上で、現在の農産物の評価や表示の基準を定めるJAS法に関しても、本誌は法を遵守しつつも批判的立場に立っています。むしろ、自然と人間、あるいは自給自足の時代があつたとしたら人々は何をあたりまえのこととも思つたとしても、本誌は「農業は食べる者のためにある」という立場からでした。そうした状況に対し、本誌が農家とメーカーをダイレクトに結ぶ情報サービスのツールでありたないと考えたからです。そして、このサービスについては、業界の変化や新しい情報手段の出現などもあり、本誌としては新たなサービス手法を開発しています。

その後、ご案内の通り、読者を対象としたインフォマート社との提携による読者農産物のB to Bによる営業代行、あるいは本誌だけでなくFAXなどを使った農業資料の斡旋販売や商品情報提供などを開始しております（この場合も読者である特典を設けています）。

こうした本誌の経営的立場は、短期的な立場に反するといわざるを得ないからです。にもかかわらず、S氏を始めとするたくさんの方々が、本誌を見つめ続けてくださっていることを感謝申し上げます。



農業と食産業の10年、そしてこれから

2002年5月1日

株式会社農業技術通信社代表取締役
月刊農業経営者編集長 昆吉則

正義において行つてゐるつもりはありません。むしろ、本誌にとつてそれは、我々がその範としていた優れた農業者たちの「戻し続ける」という経営理念に従つてゐるものなのです。文字通り多数の人々の支援において何度も危機を救われながらも、それが、経営の本質であることを本誌の発行が続くことを通して読者に向けて伝えたいと考えるからです。常に未来への橋を掛け投機を続けながら。

さらに現在、韓国の農業経営者や関連業界との提携や資材調達、オーストラリアなど海外への農業経営展開の可能性なども本誌のテーマとして進めております。その目的は、創刊号で「土を信じる者」として述べた創刊の辞にある精神といささかも変化がないことを述べて、皆様の今後とものご支援とご協力をお願いしつつ創刊10周年の御礼とさせていただきます。

終わりに、かつて共に働き今はここにいないスタッフたちの自己犠牲に満ちた努力が無ければ本誌の継続はあり得ませんでした。彼らこそその間の困難を背負つた人々であり、しかも、その少なからざる人々が今も協力者であり続けてくれることに、現在の社員を代表して深く感謝の意を表します。

55年体制崩壊から今

大泉一貫

「一点突破で元気農業」への異論

10年前の1993年、私は「一点突破で元気農業」という本を出した。当時の私は、国政レベルではなく、宮城県の状況を見ながら農政を判断していた。「一点突破で元気農業」も、宮城県に在住する農家をつぶさに観察する中から生まれたものである。しかしながら、宮城県農協中央会はこの考えを受け入れるものではなかつた。理由はウルグアイラウンド(UR)への考え方の違ひだつた。

「55年体制型」の農協運動

私は、「関税化した方が我が國の稲作維持のために有利」という

判断をし、UR合意を経営展開のチャンスに変えようと主張していました。だが農協中央会の方針は「例外なき関税化阻止」である。宮城県農協中央会の会長は、駒口盛さんという南郷農協の組合長だったが、同時に全国農協中央会の米対策本部長も務めていた。

当時の農協運動は、「族議員」と一体化し、政策決定に圧力をかけ

るという「55年体制型」であった。農民票を背景に、国会議員に踏み絵を踏ませるという剛腕・強者でありながら、自分たちはあたかも「財界の農業つぶし」に対抗する「弱者」というスタンスを取つていた。そこには政府の支援と財政活動を期待するだけで、冷静に議論してできるだけ農民の為になるものを考へ出そうとする姿勢はなかつた。ウルグアイラウンド対策費の6兆5千億にしても、一体どこへ消えてしまつたのかわからないが、本来なら稲作の構造改革のために使うべきであつたろう。

農家の情報が正確に伝わらない

10年たつた現時点での農協のUR運動の社会的評価は、「間違った判断」をし、「農民に不利益を与えてしまつた」ということである。99年の「コメの関税化」への移行時にそのことは明確にされたのだった。

先見性のないリーダーをいただいてしまつた農協の不明といつてしまえばそれまでだが、国は、そ



農業と食産業の10年、そしてこれから

のことには直接ふれず、「情報が農民によく伝わらなかつた」せい、と総括している。情報化時代に情報が伝わらない。そんなことが果たしてありうるのだろうか?

私は農林水産政策情報センターの「農業情報委員会」の座長をしているが、国はあらゆる機会を捉えて正確な情報をマルチな手法で提供している。それにもかかわらずなかなか農家には伝わらないとはどういうことだろうか。

その背景には、政・官・業の55年体制がある。

たとえば、今日の生産調整政策（水田農業経営確立対策）でも、奨励金の最大額「7万3千円」は5年限りとされている。にもかかわらずこれが現場へは伝わっていない。逆にいつまでも続くかのような対応すらみられる。

なぜそうなるのかを考えてみると、良心的に考えれば、麦・豆の定着には、5年限りの奨励金では無理だという発想がまずあるのだろう。その上で、5年たつたらまた政治家に働きかけて、「既得権と

のことには直接ふれず、「情報が農民によく伝わらなかつた」せい、と総括している。情報化時代に情報が伝わらない。そんなことが果たしてありうるのだろうか?

しての7万3千円」を守ればいいとする考えがあるのでないか? そのためには現場では予断を持つた情報が農家に流れてしまうのである。

「族化する社会」の構造

また官僚サイドにも未だ政官業の受け皿が存在する。さきに連載で、業界向きの政策から抜けきれないのでいる農水省生産局畜産部の問題について書いたことがある。およそ生物は、常に自らの居場所を作ろうとするものである。居場所づくりには相互の利権調整が欠かせず、お互いの利権を守ろうとして「族」が生まれる。農協中央会が私に期待したのも、「常日頃つきあつてゐる学者」の先生に援護射撃をしてもらいたいという期待であつたろう。農協の「族学者化」してしまった学者は、我が国の農業経済学会には實に多い。多くの学者は大学に棲息している為、たとえ「族化」しても社会から批判されることは少ない。むしろ地域社会では「つきあいのいい先生」「話のわかる先生」として大事にされ

る。

80年代まではそうした関係を築くといつてよい。そうした中での農業経営者も、当然に集落農業や農業中心主義といった「族」から、

しかし公的な場所においてそれ

に専念することは、厳に戒められるべきとされ、「族化」する構造が

社会的に批判されるようになつたのがこの10年であろう。

「消費者に選ばれるものだけが残っていく」

「族化する社会」にメスがいれられた直接的なきっかけは、バブルの崩壊、財政難という現実であつた。しかし80年代の「日本の時代」

といわれた繁栄の中で、我々はあまりにも組織に内閉化しすぎたのではないか? そのことに起因する組織犯罪が頻発し、他方で若者の「個化」が進む一方、それが大企業の倒産によつて団塊の世代まで波及したのがこの10年であつた。帰属意識の希薄化によつて「個へ帰る社会」の端緒となつたと見えよう。

これは昆「農業経営者」編集長の口癖だが、「消費者に選ばれるものだけが残っていく」「消費者に選ばれない農業は必要ない農業」なのである。市場とはそうした厳しさが織りなす世界であり、その厳しさを知つたものだけがのびていく社会である。

またこれも昆氏の請け売りだが、そこには同様の経験をしてきた「目線の揃う」人々の新たな世界が広がつてゐるのである。

「個の時代」が始まったのが21世紀といつてよい。そうした中での農

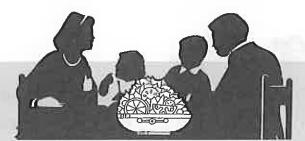
業経営者も、当然に集落農業や農業中心主義といった「族」から、

市場に向かう「個」へと変化を

見せて いる。

農民には自分自身の尊厳の置き方によつて三種類のタイプがあると私は述べてきた。「國家」に、「集落」に、そして「自ら」にとう三つである。賢明な読者は、これらからが「個の時代」であつて、自分に尊厳を見いだす作業がもつとも基本となることに既に気づいている。自分に尊厳をおくるための社会は市場である。

これは昆「農業経営者」編集長の口癖だが、「消費者に選ばれるものだけが残っていく」「消費者に選ばれない農業は必要ない農業」なのである。市場とはそうした厳しさが織りなす世界であり、その厳しさを知つたものだけがのびていく社会である。



農業と食産業の10年、そしてこれから

「農協が倒産する日」の著者・土門剛が語る

農協界の「失われた10年」

筆者が「農協が倒産する日」を上梓したのは1987年、本誌創刊の5年前のことだった。中身はいま読み返してみるとお恥ずかしい内容ばかりだが、タイトルが刺激的だつたせいか発売と同時に飛びように売れた。初刷りの800部はアッという間に売り切れ、増刷に次ぐ増刷で3年ほどの間で7万部も売れ、土門剛の名前が世に知られることになった。おかげで各地に仲間も増えた。

それから15年。その時知り合った
仲間たちは、異口同音に「本の通りになつたね」と言つてくれる。
予告めいたものが、ズバリ的中し
たことを誉めてもらえるのは、有
り難いと思う反面、何とも言えぬ
複雑な心境になることもある。あ
れだけ問題点を農協関係者に指摘
しておいたのに、彼らはなぜ自助
努力で解決に立ち向かわなかつた
のかというセンチメンタルな思い
に耽つてしまふからである。

その著書を世に出して以降、農協にまつわる論評を数多く書いてきた。その都度、筆者が訴えたのは「農協の最大の欠陥は、事業と

運動を混同しているところにあり、しかも都合が悪くなるとすぐに運動論にすり替えたり、時には政治に逃げてしまうことである。この甘つたれた考えを取り除かねば農協組織に明日はない」という一点だった。

農協合併や全農による経済連続合が好例だ。合併や統合がなぜ必要となるのか。当事者たる農協経営者はほとんど考えたことがない。そんなことを考えれば組織内の異

農協合併や全農による経済連続合が好例だ。合併や統合がなぜ必要となるのか。当事者たる農協経営者はほとんど考えたことがない。そんなことを考えれば組織内の異端者として徹底排除に向かうのである。それよりも行政や中央会の指導に従つた方が得策だと実に安易な気持ちから合併や統合を決めてきた。結果は後で述べる通りであるが、農協界にはあまりにも無責任な経営者が多いという証である。

この10年間、農協合併は相当進んだ。政府統計によれば、90年に
は3574あつた農協が、この4月には1056になつた。それで
農協の経営は上向いたかとなれば、否である。というよりもただ数合
わせをやつただけの農協合併だつた。それは合併農協ほど弱体化し

ていることからも十分に立証できる。農協系メディアが取り上げる成功事例も一皮むけば失敗だ。例えば組合員6万人を超える静岡・浜松トピア農協は、農協系メディアがマンモス農協の成功事例と囃し立てたが、実際は合併直後から農家も専業農業者も農協離れを起合併に伴いサービスが低下。兼業農家も専業農業者も農協離れを起こしてしまったのが原因だ。

全農による経済連統合も失敗だつた。この春に第3次統合を果たし、33経済連が統合に参加したことになるが、これまでに統合メリットが出たという声は聞かれない。全農は「統合メリットを生かし、重複業務の解消や生産資材コストの削減など事業の効率化を進める。さらに未参加の経済連に呼びかけ、一層の統合を進める考えだ」とコメントを発表したが、静岡経済連のように統合には参加せずと態度を決めた経済連も出てきた。結果としてホクレン以外のすべての経済連をカバーした統合計画は失敗に終わりつつあるようだ。



農業と食産業の10年、そしてこれから

それどころかすでに統合に踏み切った神奈川県のように旧経済連が所有していたコメ出荷設備を、全農との統合を契機に別会社に移したケースもある。中身が空っぽに近い経済連を統合して何のメリットが期待できると言ふのである。

統合を目前に控えた福島県の動きは決定的だ。5つか6つの有力農協が石油の共同購入組織を立ち上げ、経済連と商人系業者を天秤にかけてきたのだ。農協が全農に反旗を翻す動きともいえる。全農ルートによる資材調達では価格面で商人系業者に太刀打ちできず、農協がやむにやまれず組織防衛に立ち上がったのである。以前ならこのような動きは全農によつて封じられたが、いまの全農にそのような力はないようだ。

この春のことだ。とある会合で経済連の部長クラスと懇談した際、話題が統合問題に及び、その部長が「統合がご破算になることも考えている」と筆者に述べた。このような全農の凋落ぶりは、この10年間の農協界で特筆すべき地殻変

金融面に目を移そう。農協合併がメリットありと思われるるのは信用事業ぐらいではなかろうか。それも無条件ではない。まず農協が「農業」と「協同組合」という看板を下ろすことである。存立基盤たる農家数が激減していくことが目に見えている中で、農協が信用・共済事業を展開していくには、農地所有者を中心とした地域金融機関としてしか生き残れないと筆者は指摘し、それプラス民営化も必要だと訴えてきた。なにより経営者の責任が明確になる。ライバル金融機関との競争に勝ち抜くには、経営の意志決定をスピードアップする必要があるからだ。

法律で明記したのである。つまりことである。これは読みようにヒツつては総合農協体制を否定したことにもなるが、笑ってしまうのはこの法改正の意味を大半の農協経営者が正確に認識していないことである。唯一、認識しているのは中央会だが、眞実を語る勇気がどうやらないようだ。

独立採算を目指さねばならぬ経済事業は問題がありすぎる。とにかく園芸分野はよほどのことがない限り再建はおぼつかないのではないか。マーケット原理が左右する野菜が好例だ。農協系のシェアは50%にも満たない。いまも有力園芸産地では農協離れを起こす農業者が絶えない。プロ農業者もアマチュア農家も同列に扱う悪しき農協イズムが最大のガンなのだ。これだけ農業がボーダーレスになつてもこのイズムを改めようとしないどころに農協組織の眞の病巣があるようだ。

それだけではない。リストラが叫ばれながら実行されていなかつた。ともかく職員の数が多すぎる。

全中でさえ事業量に比して3倍は多いとその過剰ぶりをレポートしたことがあった。その負担がすべて組合員にかかっていることを農協役職員は肝に銘じなければならぬ。ともかく生き残りには血の出るようなリストラが求められているが、農協には自らのイニシアティブでリストラ断行する意思がみられない。残念なことである。

どのメディアも指摘しないのが共済事業の行き詰まりだ。いまや農協事業を支える唯一の収益源だが、農協が倒産する日の地雷源になりかねない。不況の進行で共済の解約や見直しが急速に進行しかねないからだ。原因は組合員の兼業先収入の減少にある。兼業先の企業の撤退やリストラが続出して共済掛け金を払おうにも払えないのである。場合によっては生活防衛のため共済解約が続出するという非常事態も心配されている。

その共済の解約動向を筆者は絶えずウォッチしているが、経済の悪化で解約ラッシュが統けば、それこそ筆者が著書で予言した通りの結果を迎えるかもしれない。



農業と食産業の10年、そしてこれから

創刊号読者に聞く 「農業経営者」と私の10年

(インタビュー・三好かやの、加藤さちこ、榎田みどり、牧瀬和彦)

老兵は去るのみ。されど…

高松 求さん

茨城県牛久市女化町51
☎ 0298-773-0202

昆さん、10周年おめでとう。よくやりました。
ご苦労様です。

この10年、「農業経営者」を通して、本当にたくさんの生産者の方に出会うことができ、嬉しい限りである。

また異業種の方と出会えたのも大きな収穫で、外食産業の武内智さんには刺激を受けた。「私はタケノコを見に来ただんじやありません。人を見にきたんです」と、私の畑にやつてきた彼の考え方ふれるにつれ、「市場へ出せばそれでおしまい」ではない、つくる者と受け取る者の間に生まれる緊張感を感じた。

かくいう私は、高松家の養子である。家に入ったとき、既に養父は亡く、直接会ったことがない。それでも家に残された緊張感、記録、日誌などから常にその存在を感じていたし、それに導かれてここまでやつてきた。もしかすると「人を育てる」「口を出さないこと」ではないだろうか。口出しせずとも一人前にやつていける空気を、家に残していかなければ……。老兵は黙して語らず。それでいて、子どもや孫たちを中心の中から支えていく存在でありたい。

私も歳70を過ぎ、そろそろ引退しようと考えている。老兵は去るのみであるが、昆さんには、ますます頑張っていただきたい。

農業は情報産業のかたまり

四万騎農園 兵藤 保さん

茨城県新治郡千代田町上土田102
☎ 0124-0299-591-2038

私は毎朝、日経などの数種の情報紙に必ず目を通す。農業というものは技術にしろ流通にしろ、情報産業のかたまりだと私は思っている。とくに規模拡大が望めない日本では、付加価値、情報価値が勝負だ。しかし、いまの農業専門誌を読んでも何も分からない。それより経済の動きを見ていれば、おのずと農業でも何をしたらいいか見えてくる。

「農業経営者」が創刊された時、やつと価値ある専門誌が出てきたと思った。しかし時代の変化は速い。御誌であつても、取り残されてしまわないよう、時代の流れを常に意識してほしい。この10年間、私自身も変化についていくのが精一杯だった。価格で外国産と張り合つても勝てるわけがない。どうやつたら自分の作ったものをコストに見合つた価格で買つてくれるか。世迷言だけ言っていても消費者は買つてくれない。

これからはもっと淘汰が進むだろう。さらに高品質化し、価値あるオンリーワンで生き残ろうと思っている。本質的なものを訴求するしかない。思いつきやモノマネではダメだ。マスクミも安易に使わない。消費者ひとりひとりの納得と満足をもらつしていくことが大事だと思つて

いる。



農業と食産業の10年、そしてこれから

水田地域で畑作野菜経営の確立を

飯鉢藤夫さん



山形県東田川郡藤島町八色木平田97

☎ 0235-64-5598

水稻主体の経営のため、この10年は本当にぐるぐると環境が変化してきた。そのなかで、「農業経営者」は創刊号当時から読み続けていた。「農業経営者」や各地の研修会への参加を通して、いろいろな人と知り合うことができ、自分の経営戦略に生かしてこれたと思う。

水稻主体のこの地域で、加工用バレイショの契約栽培を中心に、田畠輪換による畑作野菜経営の確立をめざす「藤島町土を考える会」という生産組織がスタートして、今年で4年目になる。集落を越えて集まつた仲間で始め、当時は地域でも異端視されていたが、最近では集落のなかで同じような動きが生まれたり、私たちに作業を委託する人も出てきた。県の応援も得ることことができた。素晴らしいメンバーに恵まれたおかげで、私も農業に対しても前向きな姿勢がとれるようになつた。

なにごとも、物事をやるには4~5年のスパンが必要だと思う。『農業経営者』という言葉にしても、10年前は聞かなかつたのが、創刊から5年ほどたつ頃には普及センターやマスコミが使うようになつていて。また昆編集長のコラム「江刺の稻」は、自分がいつも思つてることを言葉にしてくれていて、毎回共感しながら読んでいる。

自分の築いた経営をどう譲るか

白川猛史さん



北海道河西郡芽室町中伏古5線30-3

☎ 0155-65-2711

「農業経営者」を長く購読しているが、時には「ああ、こういう考え方やこういう人も居るのだな」と感じながら読んできた。また、畑作の農業資・機材の情報には北海道では扱っていないものが多くあり、とても参考になつていて。

「この10年間」と言つてもずいぶん昔のようにも思えるがすぐ最近の様な気もする。現在51歳だが、30代の時とも40代の時とも仕事に対する感覚も変わってきた。30代の時は「どうやれば儲かる経営ができるか」がいつも頭にあつた。40代は「(持続できる) 楽になる経営」を目指してきた。持続可能な農業経営とは、経済的に持続するということ、肉体的(労働時間や労働負荷)に継続できることとの二つの面を持つていると思う。農機具も更新し処理能力の高い物に替えた。畑の中を走れるクローラ・フォークリフトを入れたり、トラクタをキャビン付きにしたのもこの10年の間だ。

これまで農業は良くなるという思いでやってきたが、やはり経済がどうあろうが、人は食べなければ生きていけない。最後は自分の農業に対する自信や誇りをちゃんと持つていれば、時代は変わつても消費者はついてくる。

「農業経営者」は、農機具の紹介など、現場で使える情報に興味を持っている。これからはさらにつれて技術面で10年先を見通す議論の場をもつと設けてほしい。例えばイネの直播技術に我々は注目している。研究機関の話ではなく、農家の実践レベルのそうした話題を取り上げてほしい。

農業者としての自信と誇りを持ち続ける

(農) 黄金崎農場 木村慎一さん



青森県西津軽郡深浦町船作字堰根155

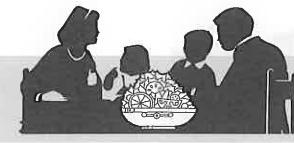
☎ 0173-75-2122

欧米並みの規模拡大と機械化によるコスト低減で海外に負けない農業をやろうと、農場を450haまで広げ27年間頑張ってきた。だが残念ながら、経済の低迷や海外農産物の増加に太刀打ちできず、いま新たな方向転換を迫られている。

ひとつは、この広大な規模を生かし、大手メークーと合弁会社を作り、マイクロチューバー技術の種イモの生産、販売を始めた。もうひとつは、日本は米国などと違つて、都市と農地がそれほど離れていない。この近郊農業が観光や子供たちの教育、福祉の現場として、これから都会の消費者を引っ張つてくことができる。直売所や体験農場を作り、消費者との交流に力をいれたい。

これまで農業は良くなるという思いでやってきたが、やはり経済がどうあろうが、人は食べなければ生きていけない。最後は自分の農業に対する自信や誇りをちゃんと持つていれば、時代は変わつても消費者はついてくる。

「農業経営者」は、農機具の紹介など、現場で使える情報に興味を持っている。これからはさらにつれて技術面で10年先を見通す議論の場をもつと設けてほしい。例えばイネの直播技術に我々は注目している。研究機関の話ではなく、農家の実践レベルのそうした話題を取り上げてほしい。



農業と食産業の10年、そしてこれから

作ればいい時代から自分で売る時代へ



西村昭教さん

北海道空知郡上富良野町東2線北21
☎ 0167-45-9163

この10年の稲作経営を振り返ると、やはり一番大きな変化として印象に残っているのは、国の稲政策が市場原理に転換したことである。また、減農薬や低農薬など安全志向が強まつたことも、10年前とは大きく変化したことだと思う。

経営という視点でいえば、以前は国の価格政策のなかで、生産を主体に考えていればよかつたのが、今は販売を主体にした経営展開をしていくかが求められるようになった。それまでは、ただ作って農協に出せばよかつたのが、自分で消費者の求めるものを作つて販売しなければならなくなつた。私自身、以前は水稻主体で野菜生産はわずかだつたのが、野菜のウエイトが上がり、粗放的経営の作物と集約的経営の作物のバランスをとりながら、作業の平準化を図るようになつた。農通インフォマートを通じて、野菜の直売も始めた。

『農業経営者』は創刊号から読み続けている。そのときどきの農業情勢の課題が取り上げられていて、非常に参考になつた。自分自身が考えていることの裏付けにもなり、この方向でいいんだという自信にもつながつた。先導的な役割を果たしてくれたと思う。技術面から販売面へと内容は広がつてきたが、今の経営者が求めているテーマをタイムリーにどちらてていると思う。

若き農業経営者たちが語る 10年目から逆算した今日、 はじめの一歩

(インタビュー・三好かやの、榎田みどり、関朝之、牧瀬和彦)

すべての野菜を自らの手で



清水誠市さん

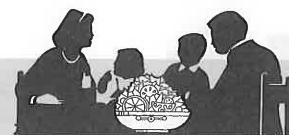
埼玉県和光市白子3-11-21
☎ 048-462-0987

あつという間の10周年、おめでとうございます。

私の知る限り、農業機械等の価格を表示しているのは、「農業経営者」のみである。そして、経営と技術と商品を常に追求している姿勢は他にはないのではないかだろうか。10年前と違い、輸入野菜の激増で、経営のセンスが問われる時代になつてきた今、益々貴誌の存在価値が出てくるよう思う。

千葉県で「現代版の引き売り」ともいうべきスタイルで、自らの野菜と仲間の米や果物を自家用トラックで販売している新海さんの記事（1996年2月号・通巻15号）が、今でも脳裏に焼き付いている。私の場合、直売はまだ経営の中の数%にも満たないが、いずれは大黒柱にしたいと思ふ。少ないながらも自らのメッセージをダイレクトに伝えることが出来るお客様に宅配している。

この10年は、本格的に自分が経営の中心となりつつあつた時期もあり、従来の慣行栽培から、独自の有機栽培に切り替えを進めてきた時期とも重なつていて。もっと独自のノウハウを積んで、いづれは自らの手ですべての野菜を直接自らの手で販売していきたい——創刊当時の基本姿勢を忘れずに、より多くの製品情報と人の情報を期待している。



農業と食産業の10年、そしてこれから

情勢の変化に左右されない準備を



木村くろうえもん農場 木村 充さん

山形県鶴岡市矢馳甲 17
☎ 0235-22-4824



小笠長造さん

滋賀県草津市北山田町2556-3
☎ 077-564-2037

産直にウエイトを置いた経営を



(有)田中ファーム 田中雅人さん

秋田県南秋田郡大潟村西3-2-11
☎ 0185-45-2086

お客様と直接ふれあう関係を築く

10年後の日本の農業情勢を考えたとき、キーポイントは大きく2つあると思つて。ひとつは、後継者の変化。今までのような血縁による世襲制ではなく、非農家出身の新規参入が、今後さらに進むだろうと思う。富山県をはじめ、西日本や北陸では今でもかなり進んでいるが、今後は私達の地域でも、どんどんその方向に進むだろう。そのための準備を今から始めなければならないと思つて。

もう一点は、円のレートが今後下がることを考えて、円安になつても経営が続けられるように、農業資材など経営要素の自給率を上げること。今、米ぬかを使った有機栽培を一部でやっているが、低投入で持続型の栽培モデルや技術を、今のうちに準備しておかなければならぬと思っている。

もともと日本は、加工貿易で食べてきた国なのだから、製造業が衰退すれば、国としての食い扶持がなくなる。円レートが180円を越えたら輸入農産物コストもアップしていくだらう。また、中国のWTO加盟後、元のレートはどう動くかも不透明で、元が強くなれば世界の穀物需給が逼迫するのは目に見えている。自分たちが食べるコメくらいは自分たちで作れるようにしておきたいと思う。

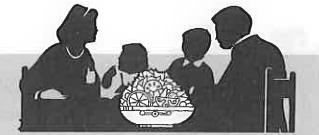
10年後の日本の農業情勢を考えたとき、キーポイントは大きく2つあると思つて。ひとつは、後継者の変化。今までのような血縁による世襲制ではなく、非農家出身の新規参入が、今後さらに進むだろうと思う。富山県をはじめ、西日本や北陸では今でもかなり進んでいるが、今後は私達の地域でも、どんどんその方向に進むだろう。そのための準備を今から始めなければならないと思つて。

10年後も相変わらず百姓をしてるんだろうと漠然と思う。私の息子が小学校5年生なので、10年後は20歳になり、親子で経営をしているだろう。コメと野菜の複合経営で、今は8対2で野菜の収益が多いが、10年後にはコメが野菜と同じくらいの収益になつてくるのではないか。

今現在7町歩のコメを作っているが全部産直で、売り先も一般家庭、レストラン、医療給食、食堂といろいろあり、7町歩でも足りないくらいだ。野菜も産直販売の率が高まつてくると思ふ。野菜は市場に出荷しているが、メロンなどは一部町内ぐるみで産直をしている。それが徐々に、40軒で1億2~3千万の収益を上げるようになり、個々の経営も伸びてきた。特にうちは栽培面積も広いので、産地としてのお客さんに加え、小笠農園のお客さんも確実に広げていきたいし、広がつていいだろうと思つて。そしてメロンだけではなく、ダイコンなどの野菜も産直の方にシフトしたい。

今年の11月から農作業場を新築することに伴い、敷地に店舗的なものを併設する。今年建てて10年後になれば、そこそこ顧客も増えるので穀物需給が逼迫するのは目に見えている。自分が食べるコメくらいは自分たちで作れるようにしておきたいと思う。

私は、秋田県大潟村であきたこまちを生産しているが、メインは直接家庭に届ける宅配である。自分たちの将来像としても、ダイレクトマーケティングを主体にし、家族経営の中から出来る規模を守りながら、品質を向上させ、お客様と直接ふれあうことができる関係を構築していくと考えている。



農業と食産業の10年、そしてこれから

離島に貴重な情報をありがとうございます

上地勝也さん



沖縄県島尻郡北大東村中野2-1-5
☎ 0980-2314367

私の住んでいる沖縄県の北大東島は、沖縄本島から東へ約400km、人口560人の離島である。農業資材や機械に関する情報に乏しいこの島で、サトウキビ栽培を手がける私にとって、「農業経営者」は貴重な情報の宝庫である。

昆社長とは、92年、沖縄仕様のプラウの開発と普及に尽力された、スガノ農機熊本営業所の福原豊さんを介して出会った。以来10年、「農業経営者」を通して本当に全国のたくさんの生産者に出会うことができた。

特に99年2月、「有機物循環農法研究会」のメンバーをはじめとする一行23名が、北大東島を訪れ、互いに親睦を深めた研修会のことは忘れられない。

北大東島は全国的に見ても特殊な地域で、気候も土壤も面積も作目も異なるが、各地の生産者の土づくりに取り組む真剣な姿勢や、経営者としての考え方には、共感するところが多く、おおいに励みになつた。

これからの中10年、私自身もまだまだ規模を拡大させていきたいし、法人化も目指したい。できれば誌上でもっと「中古農業資材・機械」の情報を紹介して、会員相互で活用できるようになれば、各自の生産力アップにもつながるのではないか。今後の展開に期待している。

努力した人がよくなれる時代に

野菜くらぶ 澤浦彰治さん



群馬県利根郡昭和村赤城原844-12
☎ 0278-2417711

これから10年先の農業は、農業だけでは語れない気がする。というのは、様々なことが動いているからだ。中国や為替・日本の老齢化問題や少子化による人口の減少。数年後には貿易赤字に転落してしまう可能性も出てきた。そんな

諸々のことを考えていくと、お客様にちゃんととした産物を届けるためには、農業のことだけを考えていってはできないような気がする。

その対策として農業は、もう少し公開されたり産業になつてもいいと思う。たとえば、外部の人が農場の株を持って農場の経営に参加するとか、そういうことは十分に考えられる。

みんながよくなるということは、これからはないと思う。努力した人がよくなれる時代になつてくると思う。栽培努力はもちろんだが、誰

に対しても農業をしているかということだ。今ま

では対象とする人がいなくても、口先だけで消費者のためだとか言つて成り立つてきたが、ものが有り余ってきて、誰のために自分たちが農業をしているのかということを、眞の意味で認識しないと成り立たなくなる。誰のために作つているのかということを見据えた農業をしていくことが、作る者としての自信でありプライドだと思う。その為には農産物も本物志向のものを一部でもいいから自立販売で直接に消費者のお宅に届ける仕掛けも考えていいきたい。

農業者が減っていく中で、作物別に生産の会社組織化していくだろう。作業の受託のビジネスも専門化していくかもしれない。そんな中でも「つらいばかり」なのではなく、「みんなで楽しみながら」できる農業を目指したいと考えている。

みんなで楽しめる農業を目指す

長門茂明さん



北海道勇払郡厚真町鹿沼82
☎ 01454-2-2045

農機具メーカーで6年間勤めた後、就農して7年になる。サラリーマンと農業経営者とでは、個人にのしかかる「自分が自分たちを守らなければならない」というプレッシャーの度合いが桁違いだ。そのプレッシャーに立ち向かいながら、逆に「自分がやった結果がそのまま報われる」喜びも感じながらやつてきた。

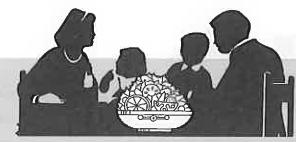
近隣の農家を見ていても、この10年で高齢化、農地余りの現象が顕著に現れている。私が就農した当時、頑張っていたオヤジさんの世代が、雪崩を打つよう

りリタイアしつつある。これから10年を考えると、最悪10分の1になつてゐるかもしれない。

そんな状況の中、自分の経営をどのように組み立てていくのかということを真剣に考えなければならないのだが、現状は今の自分の足もとを固めることでいいばいなのも現実だ。

地元で種れた農産物をできるだけその地元で消費していくことが、作る者としての自信でありプライドだと思う。その為には農産物も本物志向のものを一部でもいいから自立販売で直接に消費者のお宅に届ける仕掛けも考えていいきたい。

農業者が減っていく中で、作物別に生産の会社組織化していくだろう。作業の受託のビジネスも専門化していくかもしれない。そんな中でも「つらいばかり」なのではなく、「みんなで楽しみながら」できる農業を目指したいと考えている。



農業と食産業の10年、そしてこれから

食産業人 この10年間の私と事業革新



スガノ農機(株) 常務取締役営業本部長 菅野 充八さん

農機メーカーは生産者によって育てられ、生産者は消費者によって育てられる

インタビュー：青山浩子

プロフィール：1964年生まれ。1917年に北海道上富良野町にて創業したスガノ農機(株)の創業者、菅野豊治氏を祖父に持つ。スガノ農機は、土中の物理性を改善する製品に特化し、特に創業当初から生産しているプラウは、日本における市場の約8割のシェアを占めている。充八氏は現在、常務取締役営業本部長として営業部門を統括する。

農業が畜力の時代からトラクタに変わった。それとともになって農業機械メーカーの事業も拡大してきた。当社も「造れば売れる時代だった」と聞いている。

私はいまから9年前、28歳で入社した。約10年前というと、日本のバブル経済が崩壊した後だが、農業に関していえばその頃もまだバブルの真っ只中にはいたのではないかと思う。

バブルとは金銭的なことだけではなく、農業関係者の心の持ち方もそうだ

ったように思う。つまり幻想の中に安住して、現実をみつめてこなかつたということだ。

だがいまはどうかというと農業のバブルも崩壊した。生産者も農機メーカーも存続の危機を迎えている。

これまで農機メーカーも「人は食べ物がなければ生きられない。だから国内の農業が縮小しても農業 자체はなくならない」と信じてきた。私自身は、農業の衰退・崩壊はイコール、国家の衰退・崩壊だと考えている。つまり日本の農業を衰退させてはいけないと思っている。がしかし、「業界」がなくならないと思うのは慢心でしかない。それに気づいた生産者は、生き残りのための道を探っている。農機メーカーも

またしかりだ。

これから、農業機械の市場規模は確

実に小さくなるだろう。現在、全人口の約7%が農家人口といわれているが、そのうち60歳以上が5割を超えるという。しかもその農家の多くには後継者がいない。それを考えると、今後10年先か15年先かはわからないが、いま60歳以上の人が引退すればそれだけ農家戸数は減る。市場規模も当然小さくなつていくだろう。

某大手機械メーカーの担当者は「このままで売上は、毎年確実に下がる」と危惧している。当社が取引している大手メーカーは、いずれも大胆な構造改革を行つてている。

当社の場合、プラウという特殊な機械に特化してきた。ユーザーは北海道に関しては比較的多いが、府県のなかでは全体の農家の1%に満たない。だが幸いにも、府県でプラウを使用している方は専業で意欲の高い農家が多いため、これから予想される兼業農家の減少の影響をまともに受けることはまぬがれそうだ。

また「値引きをしない（掛け値を設定しない）」「農業機械を売るのではなく、農業のやり方（耕法）を売っている」と



農業と食産業の10年、そしてこれから

いう独自の営業姿勢を貫きつつ、志の高い農業経営者との交流を深め、彼らから多くの叱咤激励を頂き、彼らと共に生き残ることができると信じている。

だが、当社が安泰なのかというと決してそうではない。彼らにとつて必要とされる企業でありつけなければ存続できないと思う。そのためには、より多くの農家から当社に対しても要望が寄せられるような仕組みをつくり、こちらがそれに応えられるような企業姿勢で臨むことで、当社も発展できると考える。

ではどうすれば生産者から必要とされる企業たりうるのだろうか。私は、農業のなかだけでそれを考えるべきではないと思う。生産者はあくまでも消費者のほうを向いてものづくりをしている。となれば、我々も生産者だけを向いて仕事をするのではなく、消費者のことまで考えた上でビジネスを開拓していくなければならないのではないかと思う。

食べるものが足りなかつた時代は、プロダクト・アウト、つまりできたものを売ればそれでよかつたし、現に作れば売れていた。だがいまは、マーケット・インの市場に変化した。消費市場も成熟し、食べるるものも山のようにある。そのなかで消費者に選んで頂き、

喜んで食べて頂けるものを作ろうと切磋琢磨することで生産者は育つ。

これまで、農業にはそうした関係がなかった。消費者の多くは本当に自分のほしいものを要求してきたわけでもなく、生産者は消費者によって育てられないままここまで来た。「消費者ニーズ」といわれてきたものは、実は中間の流通業が作ってきたものだ。必要以上に細かい規格が消費者ニーズといわれ、そういう商品をつくるために、生産現場の機械化が遅れたという背景もある。

生産者は消費者によって育てられる存在であり、農業機械メーカーは生産者によつて育てられる。この連鎖が大切である。他産業ではすでにこうした関係が成り立つてゐる。その意味では、農業は他のすべての産業より遅れていらざるを得ない。

農機メーカーも生産者も自己努力はしてきたが進歩が遅い。農機メーカーも生き残りとさらなる発展に向け、営業部門にかかわらず、企業組織全体を「商品が売れている」から「商品を売つていく」という方向へ、意識改革・構造改革を図るべき時期に入つたといえる。これは農業生産者においても同じことが求められているのではないだろうか。

松山(株) 常務取締役・貿易部長 青柳 正さん

必死に生き残りをかける農家と共に歩んでいく

インタビュー：青山浩子



プロフィール：松山(株)は1900年創業の農作業機メーカーの老舗。全国に先駆けて開発した小型トラクタ用スキに続いて、プラウ、ロータリ、掘取機などを開発、販売してきた。青柳氏は松山に入社して48年。このうち17年間は、北海道の現場を歩きながら営業をしてきた。現在は貿易部長として、輸出入の業務にあたっている。

畜力の利用により田畠を耕うんしてきたスキが、昭和30年代に2・5～5馬力の小型パワー・ティラーハと変わり、日本農業の機械化の幕開けとなった。その後10年を待たずして近代化農業の時代に突入し、構造改善事業のもと、輸入による40馬力の四輪トラクタの時代になつた。

日本経済の発展と共に、農村の労働力は他の産業へと流出し減少の一途をたどつた。しかし、工業技術は世界に誇る水準となり、農業機械も小型で高機能なトラクタ、田植え機、コンバインなどが商品化され、機械化農業が実現した。

受益者（生産者）、流通業者、メーカー共々発展を遂げ、当社もその渦中にあつた。

いまから10年前、それまでの歪んだ成長によつて日本のバブル経済は崩壊したが、農機業界は大きなダメージもなくその後も成長した。

高度経済成長を経るなかで日本人の食も変化し、米余りが進んだ。そして、生産調整がウルグアイ



農業と食産業の10年、そしてこれから

ラウンド交渉妥結によつてさらに強化され、転作は本作へと変わつた。

これは業界にとつてマイナスばかりではなかつた。水田の畑地化のため新たな作業機の需要が生まれたからだ。

だがここ2、3年で変化が生じてきた。

高齢化による離農、後継者不足で自給的農家と販売農家（專業農家）の二極化が進み、また農産物価格の低迷から生産者が機械に投資しにくい状況になつた。

つまり、将来への展望がつかめなくなつた。その影響は農機メーカーにも及んできた。

こうしたなか、これから10年を見据え、当社は2つの方向性を打ち出している。

一つは、当社の核ともいえる「土壌の維持管理」技術の重要性をあらためて見直し、ユーチャーに訴えていくことである。

土地は、土の性質が以前とは変わってきた。長い間耕してきた

安定農業が可能な技術、作業機を提供していただきたい。

それに際し、利用していただく農家に「メリットがある」と感じてもらえる機能を備えた商品に仕上げることが不可欠だ。生産者も必死で生き残り策を探つているからだ。

もう一つの方向性が、規模拡大を進める専業農家への対応。

つまり、精度の高い作業を効率よく処理できる作業機の開発だ。これは低コスト農業の確立に欠かせない条件となる。

こうした作業機は、欧米の農業では利用されているものの、日本では改良なくしては北海道の一部を除き、活用できる可能性が低い。

日本版の商品を作業機専門メーカーとして開発し、商品化する使命があると当社は感じている。

ただ、耕作農地の集約化の現状を見ると、規模拡大を図ろうとする農業者の期待に添えているかといえば疑問である。

離農、あるいは後継者不在で放棄されている農地は年々増加傾向にあり、日本の農業の持続的な發

展を願う農業経営者、また国民にとつて非常に残念な事態である。

一日も早く国、自治体、JAなどが所有者の信頼のもとで管理委託できる組織づくりをし、農地を

集約化できる基盤が構築されることを望みたい。

ところで、国際的な見地に立つてみると、厳しさに立ち向かっているのは日本の農業だけではないと思われる。

厳しい環境のなかで生き残りのために努力している他国の農家の姿を目の当たりにした時、日本の農業も今一度ハングリー精神をもつて臨んでいかなければならぬと常々感じる。

日本の農業はいま、輸入品の安さにとくろく自信をなくしがちだが、これからは生産から消費までをトータルでとらえた展開が重要なキーワードになるのではないかと思う。

たとえば、日本の気候と風土で育てた食材をふんだんに利用したおいしい日本料理を腕のいい調理師によって料理し、それらを外国人から来た観光客に低コストで食し

てもらう。この人たちが自國に帰国した後でも食べたいと思い起これせるように仕向けていけば日本

の農産物の需要を高めていくことにつながるだろう。

国際化が進展する社会において、これは非常に大きなチャンスではないだろうか。

さて、当社は今年創業100周年を迎えることができた。これはひとえに取引先の皆さま、当社の商品をご利用いただいているユーチャーの皆さまの多大なるご支援の賜と深く感謝している。

だが、これまでの100年の歴史ではなく、「新100年」の元年として再出発していく所存だ。

経済のグローバル化は当社にとっても避けて通れないことだが、企業の継続的な発展を図ることもまた不可欠だ。

そのためには、ユーチャーの方に満足していただける商品を低コストで届けられるように仕上げ、きめ細かいサービス、アフターケアを営業活動の基本として、社員一丸となつてビジネス展開を図つていただきたいと思う。



農業と食産業の10年、そしてこれから



カルビーポテト株 総合企画グループ取締役

松本 淳さん

馬鈴薯産業の近代化は、流通業者の役目

インタビュー：加藤さちこ

プロフィール：1956年7月25日横浜市生まれ。1979年中央大学法学部法律学科を卒業し、カルビー㈱に入社。1980年、カルビーポテト㈱設立とともに出向。情報システム等の企画関係に従事する。1985年、カルビーポテトの100%出資中国子会社設立とともに出向。副董事長兼総経理を務める。2000年3月、同出向解除により、カルビーポテト営業部に復帰。2001年9月カルビーを退社し、カルビーポテト取締役に就任。

1990年代を振り返ると、農業方面については飛躍するチャンスがありながらそれができず、悔いの残る10年だったと思う。第1のエポックメーキングは79年、ポテトチップスが爆発的に売れ、原料の馬鈴薯の生産が間に合わなくなつて商品に欠品が出た頃だ。私たちが米国のポテトチップスを真似して日本でも製造を始めたころ、日本の馬鈴薯はまだ生食用と飼料やデンパン用に限定された用途しかなかつた。そこで私たちはその中間のゾーンとしてデンパン比重が高く、加工しやすい馬鈴薯の品種を導入し、生産者とともに米国の技術を学びながら生産体系を確立していくた。

だが、当時は互いに契約栽培の関係に慣れておらず、工場の担当者は工業製品を買うように農産物を買おうとして生産者の反発を買い、また端境期には、契約栽培でありながら価格が高い市場に出荷してしまう生産者もいた。そのため互いのコミュニケーションの調整役が必要となり、1980年に設立されたのが馬鈴薯の流通専門会社、カルビーポテト㈱だ。この80年から80年代後半にかけては、生産者の栽培技術、生産力、所得がもつとも向上した時だったと思う。

1990年代を振り返ると、農業方面については飛躍するチャンスがありながらそれができず、悔いの残る10年だったと思う。第1のエポックメーキングは79年、ポテトチップスが爆発的に売れ、原料の馬鈴薯の生産が間に合わなくなつて商品に欠品が出た頃だ。私たちが米国のポテトチップスを真似して日本でも製造を始めたころ、日本の馬鈴薯はまだ生食用と飼料やデンパン用に限定された用途しかなかつた。そこで私たちはその中間のゾーンとしてデンパン比重が高く、加工しやすい馬鈴薯の品種を導入し、生産者とともに米国の技術を学びながら生産体系を確立していくた。

だが、当時は互いに契約栽培の関係に慣れておらず、工場の担当者は工業製品を買うように農産物を買おうとして生産者の反発を買い、また端境期には、契約栽培でありながら価格が高い市場に出荷してしまう生産者もいた。そのため互いのコミュニケーションの調整役が必要となり、1980年に設立されたのが馬鈴薯の流通専門会社、カルビーポテト㈱だ。この80年から80年代後半にかけては、生産者の栽培技術、生産力、所得がもつとも向上した時だったと思う。

大していた97年、今度はポテトチップスの売れ行きに陰りが見え始め、原料の馬鈴薯が売れ残った。消費は一巡し、需要はもう伸びないと予想された。これが第2の転換期だ。ポテトチップス用の原料の増産というカルビーポテトの役割もそこで終わつたのである。

しかし、すでに30万トンに見合う倉庫や生産者の畑の体制を作つてしまつた。カルビーの原料の購入量が減つても、契約栽培を結んでいる生産者の所得を落とさないためにはどうしたらいいか。それにはカルビーを離れて、スーパー生食用やポテトサラダやコロッケの加工用といった新たな需要先に馬鈴薯を供給する専門商社となり、馬鈴薯の消費を拡大することが必要だつた。

しかし、その方向に舵を切ろうとしていたにもかかわらず、本業の製品開発や営業に投資が傾けられ、その後10年間は農業への投資が格段に減つてしまつた。冒頭に語ったように、そのツケでいま第3の大きな転換期を迎えることになつたのである。

90年代後半から、ポテトチップの消費は回復し、新商品「じやがりこ」もヒットした。まあ、これでいけると自信を持つ振り返つたら、今度は期待していたところが年間30万トンまで生産量が拡

耕作放棄や高齢化の問題は、機械化や作業の共同化である程度の成果を上げ、府県でも馬鈴薯は安定した経営ができる作物になってきた。だが、補助金のついた他の作物への転換などもあり、水面下では着実に馬鈴薯離れが始まっている。

これは非常に悔やまれることだ。家庭食の外部化が進んで、馬鈴薯の加工需要はどんどん伸びている。いまがビッグチャンスなのだ。足りない分は輸入する動きが始まり、加工用の3割は米国の乾燥馬鈴薯や冷凍馬鈴薯など輸入品に奪われている。

我々も組織の壁を外して、用途やニーズごとに产地、工場の担当者がチームを組み、独立採算制にしようと考えている。産地の担当者に権限を落とし、産地の問題はできるだけ早く解決すべきだ。

しかし国内の生産者も、今以上に高品質で多収の技術を磨き、用途に合わせた生産ができるないとやはり売れないとだろう。だがこの技術の工場は、もう個人の力だけでは成し遂げられない。相当な投資と組織力が必要だ。米国には「ポテトボード」という業界のネットワーク的な連合組織がある。加工業界や生産者が資金を出し合つて世界の最先端の技術を研究し、それを現場に還元する。欧米ではワイン



農業と食産業の10年、そしてこれから

者が一体となって商品開発や栽培技術革新を行う仕組みができている。

日本の生産者にもそれだけの能力がある。反収3割増、所得倍増は夢ではないと確信している。またいつでも平準に農作にできる生産体制、万年豊作を私どもでは目指している。馬鈴薯産業を近代化するのは、我々流通業の役目だ。我々のパックには5000戸の生産者がいる。カルビーとしては、最大の加工メーカーという社会的責任もあり、日本版ポテトボートを設立する計画だ。

さらに将来は、流通業者、加工業者など数社が提携し、畑から出てきたものを無駄なく使い切る高度な利用体系を確立したい。航空会社の座席のような売り方だ。畑はすべて登録し、土壤診断も行う。すべての畑をモニターできるようにして、用途ごとにピタッと合わせる画期的なシステムをITで作ろうとしている。研究機関とつなげれば、オンラインで生産者からの問い合わせにも応えられ、技術的なフォローもできる。そうすれば海外に勝てる。

「農業経営者」には、素晴らしい農業経営者の方をご紹介いただいている。今後もこの媒体を通じた生産者や技術者との交流が、私たちがやろうとしていることを支えてくれると期待している。



ワタミフードサービス(株)商品本部長・(有)ワタミファーム社長

武内 智さん

生産現場からお客様の口に入るまで責任を果たせる農産物、食べ物を供給する店を作りたい

インタビュー：榎田みどり

プロフィール：(株)すかいらーく、(株)平成フードサービス副社長を経て、昨年11月からワタミフードサービス(株)商品本部長、及び(有)ワタミファーム社長。平成フード副社長時代、農・漁業者との直接提携を進め、有機農産物など高品質食材にこだわる居酒屋チェーン「北海道」を展開。直営農場での農業体験を社員教育に取り入れるなど、食と農をつなぐ場としての外食産業の新しいスタイルを追究。北海道有機認証協会理事である。

10年前の外食業界を振り返ると、今と大きくちがうのは、以前は外食が今ほど産地に入り込んでいなかつたことだ。产地に足を運んでも、産地側では、直接取引に対する拒否反応や不信感が非常に強かつた。JAに話を持ち込んでも、全く受け入れてもらえたなかつた。

当時は、知り合いを通じて数人の提携農業者ができた程度で、農業者とかかわるきっかけをどう作ればいいかわからず、その壁を越えるのに非常に時間がかかった。私の場合、北海道の道府県職員が「関東での外食の流通事情を農業者のセミナーで話してほしい」と声をかけてくれたのがきっかけで、北海道の農業者とのつき合いが始まったが、その頃はまだ、外食やスーパーの人間が農業者の前で話をする場すらなかつた気がする。

その後、平成フードサービスは、有機農産物を使った居酒屋チェーンの展開を始めたのだが、実は、私は最初から有機農産物を扱ったかったわけではない。セミナーに私の話を聞きにきてくれた農業者たちが、限りなく有機農業に近い農業をやっていただけだ。自分の作ったものに自信を持つていて、直接販売したいと思つていた人たちだから、当然だつたかもしない。

要するに、枝豆が大豆になることも知らない社員が、ただモノを買付けてくるだけでは有機農産物を扱つていても意味がない。トマトなら、1段目、2段目はまだ味が乗らないことを知つていて、「今は出始めですが、もう1週間すれば味が乗りますよ」と説明できることのほうが、「有機です」と宣伝するよりずっと



農業と食産業の10年、そしてこれから

と大切なことだ。

外食業界では、この点が全く欠落していた。10年間、私はそのことばかりやつてきたわけで、そのなかのひとつに有機農業という存在があつたというだけのことだ。ワタミフードサービスでは、現在、「減農薬・減化学肥料栽培」からJAS有機認証の農産物へと食材の切り替えを進めている。また、今年、(有)ワタミファームを設立し、千葉県に自社農場を開設した。ここは有機農産物の生産と、社員教育の場で、すでに社員が向で農作業している。社員が生産現場を知るには、農業者の話を聞くだけではなく、実際に農業を体験することなしに話は始まらない。土の問題、有機物の循環の問題、認証問題に真正面から取り組もうと思つている。

ワタミは平成フードサービスに比べると野菜の取扱量が多く、価格帯も低い。それでも、ワタミの価格帯で有機食材のメニューを提供することは可能だと思つている。有機農産物でも、安くしようと思えば安くできる。実際、有機農産物を使うようになつてから、農業者の協力体制のおかげもあるが、ワタミの野菜単価は下がつた。

規格を緩やかにすれば、単価はある程

度下げられる。たとえば、玉レタスは1個2kgのものも買う。大根も1kgではなく、出荷を1週間遅らせて、1・1kgにして出してくれと頼む。同じ1本120円でも歩留まりが高くなる分、価格は安くなる。会社としては、ゆるやかな規格に対応できる体制づくりが必要になる。メニューも柔軟性を持たせる。同じ「葉

もの」なら、サラダにはレタスではなく水菜だって使える。そういうスタンスで商品開発をしていく。あとは、流通・資材コストをどうすれば下げられるか、農業者と一緒に考えていくことが必要だ。

10年後にできるかどうかはわからないが、私の仕事の集大成としては、生産現場からお客様の口に入るまで、従業員がきっちりと説明できる農産物、食べ物を供給する店を作りたい。結果として、ワタミの安い単価設定のなかで、若い子たちに、知らないうちに有機野菜を食べさせてしまうことができればいい。それで國內の自給率が上がつたり、国内の農業界や外食業界に波風を立てられたらいなうと思っている。そして、「こんなふうに作っているよ」と自分で発信できる農業者と一緒に事業を展開するなかで、日本の農業が見直されるようになればいいなと思う。



(株)インフォマート 代表取締役

村上 勝照さん

生産者は実績を積み、 ここから卒業を

インタビュー：加藤さちこ

プロフィール：1965年6月16日生まれ。1984年3月山口県宇部商業高校卒業、同年4月山口県信用農業協同組合連合会に入会、昭和63年4月建設設備関連の会社に就職。1998年2月(株)インフォマート設立、代表取締役社長に就任(現任)、同6月「FOODS Info Mart」サイトを立ち上げ。2002年2月日経ネットビジネス賞「BtoB特別賞」受賞。同年4月1日現在、売り手会員2300社、買い手会員2500社、合計4800社。

1998年にインフォマートを立ち上げる前、建設設備関連会社の営業にいた私は、百貨店で何か新しい企画をやりたいということであり合いに相談をし、不況でも売上が落ちにくい食品がいいだろうと、催事の関係者を中心で話を聞いて回っていた。

1996年ごろは物産展が流行り出して、バイヤーは地方のこだわり食品を欲しがつていたが、売り込みはあつても本当に欲しい商品がないという。一方地方の売り手もなかなか販売先が見つかなくて困っていた。

小売に限らず外食関係者からもそうした声があり、この双方のニーズを結び付けるビジネスをしようと思いついた。

しかし、このインフォマートを私は「産直ビジネス」とは考えていない。規模も流通も関係なく、「売りたい」「買いたい」という純粹に商売をやりたい人を対象にしている。だからナショナルブランドの大手メーカーもいれば、生産者個人もいる。

また農産物だけに限定したり、



農業と食産業の10年、そしてこれから

有機にこだわったりすれば、狭いマーケットになつて、辻褄の合わないことも起きてくる。オープンなマーケットで、「こだわらないこと」がこだわりだった。

会員になりたいという問い合わせは、生産者が一番多い。しかしそこから先が進まず、なかなかスマーズな商談ができない。

そこで「農業経営者」と提携し窓口になつていただいた。思つた以上にやる気のある生産者、いいものを作つている方がたくさんおられた。

5月でこの農通インフォマートも1周年になる。こちらも摸索しながらやつてきた部分があるが、これから1年はもつとマーケットを大きくして生産者に還元したいと思つている。

最初はスポットの取引が多かつたが、いまは年間契約も出てきている。バイヤー側にはできれば、「いま使つていてる食材」の新しい取引先としてこのインフォマートを毎回使っていただきたい。そうなれば長いお付き合いができる、生産者もその需要に合わせて生産を

拡大したり、計画的な作付けができる。

成功事例もたくさん出ているので、今後はそれをもつと外部にアピールする。この農ぶらんどを丸ごと棚に並べたいという所も出てくるだろう。

そして5年、10年先を考えたとき、この農通インフォマートから、自分で売り込む営業力をつけた生産者を「卒業生」として送り出したいと思っている。

そのためには、産地から消費地への視察ツアーナーを考えていく。自分が作つた農産物がどのようにスーパーの棚に並んでいるか、レストランでどんなメニューになつてているのか、実際に現場に行つて、見て、食べて体験していただきたい。そうすれば、「やっぱりオレの作つたものは評価されている」と自信がつく。

残念ながら生産者はまだ自己満足の世界にいる。「オレの作ったものは絶対に売れる」と吹いたところで、現実に売れていなければならぬ。しかし卖れた実績があり、その事実を自分の目で

自分で営業できるようになる。実際にバイヤーは、売れていると聞くと欲しがるものだ。

インフォマートの生産者数はいまの規模でこれ以上はあまり増やさない予定だ。「卒業生」を送り出して、また新しい人に入つてもらえればいい。そして「卒業生」に農通インフォマートのコンサルタントをしてもらえば、もつといろんな提案ができるようになるだろう。

ネットを使うことで、一人一人のバイヤーに語りかけ、売込むことができる。すると返事が来てサンプルを送り、商談が進む。これはリアルな昔ながらの商談と変わらない。

だが、ネットを使うなら、単に同じ広告文句を1000人にいっぺんに送ればいいと勘違いしている人が多い。それではただのDMと同じで返事はこない。

1日3人でも、一人一人に合った内容の提案をすれば、2人は返事が返ってくる。そのため買い手の情報を売り手に公開している。インターネットを使うメリットはそこだと思う。

「文句があるなら電話してこい」と堂々と書いてある方が消費者は喜んで買うだろう。それで電話が身近に感じられることが大切なと思う。



農業と食産業の10年、そしてこれから

10年を顧り見て、10年先を想うとき、改めて問う

自分の畠は自分で診断せよ!!

関 祐二

「村にいて 村をどう超えるか」

長い歴史の中で農家・農民という階層は、周りから与えられるものだけに反応する習慣が身に付いていると良く言われる。

確かに自らの発想や創造で経営の道を切り開いている人や、そういうふうに努力している人は少ないかも知れない。

しかし、これは他の業種・業界も同様ではないかと思う。

ただし、農業の場合は家と畠の往復だけでも生活が成り立つてしまうことが怖い。

もつと言うと、その方が田も畠も荒れずに良い暮らしができるのかも知れない。

農家をダメにした農協 指導員をダメにした農家 そして土はダメになった

迷いが生じてきているように感じる。

私は典型的な不面目農家であり、田畠の仕事より世間を歩く方が向いているのかも知れないが、そんな自分のここ10年来の活動が、農村社会に必要とされてきたことで自信も生まれてきた。

もう何年も前になるが、本誌に「村にいて村をどう超えるか」というテーマで農業経営者が紹介されたことがあった（編集部注：1996年8月号・通巻18号「農業経営者ルポ」）。

自分もそうした生き方ができた

会合、実演会、展示会…

「農業経営者」の課外授業

—写真で見る10年—



1993年10月24日、茨城県美浦村と牛久市で行われた「第1回田んぼ畦ぎわ勉強会」では、高松求氏に使用している機械について講義していただいた



1996年3月7日、東京都高田馬場のBIGBOXで行われたシンポジウム「府県における畠作野菜経営の可能性」では、本誌読者をはじめとする約120名の参加者が意見を交換した



1997年12月16・17日の両日、「野菜の生産と流通が変わる」というテーマで、茨城県美浦村・スガノ農機㈱でパレイショ関連機械の実演会を、土浦市のホテルゑびすやで講演会とシンポジウムをそれぞれ行い、本誌読者を中心に約140名が集まった



大冷害の翌年の1994年2月5、6日の両日、茨城県美浦村と土浦市で行われた「第2回『農業経営者』セミナー・不作の後に問い合わせ直す田づくり・土づくり」には、全国から90人を超す農業経営者を含め、総勢140人近い参加者が集まつた



農業と食産業の10年、そしてこれから

「営者」と共に何をやつてきたかを思い起こしてみた。

この農業界では、生産の基礎は土壌だとか土づくりだとか言うが、それぞれの現場についての具体的な話となると、指導機関の担当者でも声が小さくなってしまった。

このことに何か改善策を講じたいというのが私の思ひだつた。

現場に役立たない技術指導者。「農業トレーナー」不在の状況はどうして生じたのだろうか？

少なくとも戦後の食糧不足の状況にあつては、皆が腹を空かし、農家も普及指導員も真剣であつたと聞いている。

私はその後の高度成長期に起きた変化をこうとらえている。

まず、農家が社会の中で単なる第一次産業の労働者としてしか位置づけられてこなかつたので、作り上げた農産物を販売するにも、売る努力や能力を農協にとつて変わられてしまつた。

また、農業資材の仕入れにおいても、なぜその資材が必要で、どんなメーカーがあり、流通はどう

なつてゐるかなどと、ということを考えを及ぼすこともなく、単に共同購入は有利だという感覚しか持てなくなつてしまつた。

このように販売も仕入れもなく、社会とのつながりが完全に途絶えた農家にとって、時々自分の畑に顔を見せる農業改良普及員や農協の指導員との話は、うざ晴らしい絶好の機会となつた。

若い指導員が少しでも間違った話をすると、それをあげつらうような態度をとり、現場の話など恐ろしくて二度とできないといった強迫観念を彼らに与えてしまつたのだ。

こうして現場に怯える指導者と、それを低次元で茶化す農家は離れていた。

「実践土壤学セミナー」

その結果、実際の圃場では土に関する疑問、質問、相談がどんどん増加していった。

そこで、私は「農業経営者」と

共にこの10年の何回かにわたり、土について正面から取り組んでみようというテーマで「実践土壤学



1998年8月22~26日に北海道帯広市で行われた第29回全国農業機械展示会（十勝博）では、「作る事、買う事、そして共有する事」と題した連続講演会を行つた



1998年6月26日に茨城県結城市で「府県での高品質玉ねぎ栽培の機械化と新しい生産・流通・消費の創造」をテーマに行われた「経営実験プロジェクト第1回研究会」



1997年11月20、21日の両日、東京都立産業貿易センターで行われたJF食材・產品フェア'97では、「健康な“土”に育つ健康な“食べ物”が私たちの“あたりまえ”です」のテーマのもと、本誌読者と共同出展した



1999年2月4日、経営実験プロジェクトとして、液体マルチの実演会を茨城県稻敷郡・波多野忠夫氏圃場で、検討会を土浦市の東武ホテルでそれぞれ行つた



1999年1月27日、東京都池袋の東方会館で、シンポジウム「食べる人のために農業と食産業が共有すべきもの」を開催、100名以上の人々が業種を越えて集まつた



1998年11月20~23日に神奈川県のパシフィコ横浜で行われた'98ジャパンフードサービスショーでは、「21世紀の農業と青果流通を考える」というテーマで伊藤忠商事㈱と共同出展した



農業と食産業の10年、そしてこれから

農業と食産業の10年、そしてこれから

これは農家にとっても、農業関連業界の人にとっても、農林行政の人にとっても、そして食を提供する人にとって必要なことであつた。また、その人たちに理解されうる内容で実施してきた。

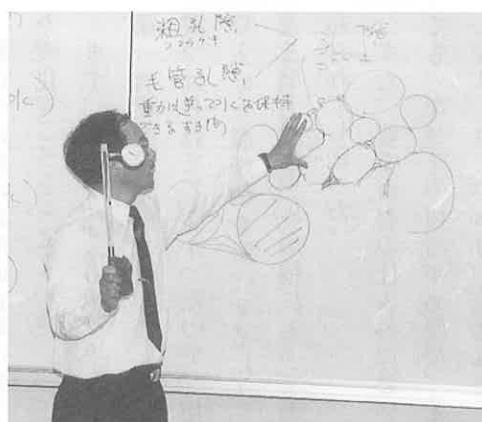
勿論、今までにこのセミナーに参加してくれた人の数はわずかではあるが、自分としてはこの路線は間違つていなかつたという確信を持つてゐる。

この実践講座の主旨は、農家であれ誰であれ、最終的な判断をするのは自分自身であることを伝え、自分で判断するための基礎知識を提供しようというものであつ

セミナー」を実施してきた。

これは農家にとっても、農業関連業界の人にとっても、農林行政の人にとっても、そして食を提供する人にとって必要なことであつた。また、その人たちに理解されうる内容で実施してきた。

勿論、今までにこのセミナーに



1994年5月26、27日に千葉市の雪印種苗(株)で行われた「第1回実践土壤肥料学セミナー」で「土の中の水」のはたらきを講義する関氏。手にしているのは、土壤溶液をリアルタイムで計ることができる大起理化工業(株)のpFメータ

た。

何事においても基礎知識なくしては様々な場面で判断することは無理であるし、高度な難しい話では通用しないことがあるので、「農業の道具としての土壤学」というタイトルで実施してきた。

そのコンセプトは、知識も農業経営の道具であり、使えるとすごく便利、使うほど上達する、ないよりある方が儲かるというものであつた。

農業改良普及員や農協の指導員にもこのことは理解して欲しいと思つてゐる。

さて、この10年で土に関して変わつたことは何か。

巷ではそれが有機栽培であつたり、JAS法による使用資材の限定などと言われている。

これからの10年の課題

この実践講座の主旨は、農家であれ誰であれ、最終的な判断をするのは自分自身であることを伝え、自分で判断するための基礎知識を提供しようというものであつ



1999年9月3～9日の日程で、イスラエル農業経営視察ツアーを実施。9月5日からハイファ市で開かれたアグリテック'99と現地のハイテク農場を見学した



1999年7月9、10日と2000年7月7、8日の2年にわたり、北海道農業機械フェア（土を考える会）で「食べる人のために」をメインテーマとしたパネルディスカッションを開催した



1999年3月9～12日に千葉県の幕張メッセで行われたFOODEX JAPAN '99に出展。テーマは、「育てる人、運ぶ人、売る人、調理する人、食べる人。農業は私たちみんなのもの」



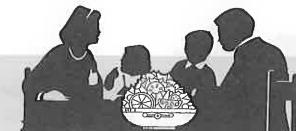
今年の2月26～28日に行われたインターナショナル・ギフト・ショーと、3月5～8日に行われたスーパーマーケット・トレードショーでは、農通インフォマート会員の商品が展示された



2001年11月22～25日に行われたジャパンフードサービスショーの「JFインフォマート」ブースには、本誌読者を含めたインフォマート参加者が「出店」した



1999年11月18、19日と2000年11月21、22日の2年にわたり、「有機・無農薬」を越えて「食の安心」をどう消費者にアピールしていくかをテーマに、JF食材・产品フェアに出展した



農業と食産業の10年、そしてこれから



圃場での土壤断面調査の実習

企業が直接農業に踏み出そうとしていることへの支援や、有機農産物の再利用のこと、農産物の売り手と買い手を引き合わせ、その関係を発展させること等、果たせる役割は無限であると考える。

現段階でも減農薬で安全・安心な農産物ができるということなどは食べ物として当然であり、このことを付加価値と称して有利販売してもよいとは思うが、本当はそれは食べる人への“おまけ”でな

いしさ等を改善していくために、土はどうなっているのかを注視する必要がある。

この課題こそ、今からの5年、10年後の私たちの仕事であると言える。

実はもつと食の安全、安心、おいしさ等を改善していくために、土はどうなっているのかを注視する必要がある。

ルすれば、そこにできる作物も望んだものができあがる、そのためには有機という考え方が強いが、それは正しい捉え方とは言えない。

最後に再び社会的視点で見てみると、農村社会を牽引してきた地主階級がいなくなり、多くの細分化された階層ができた戦後日本の農村は、それに代わるとされた農協や農村行政の担当者のリードにはついていかなかつたということが言える。

つまりこれから10年に私たちがやるべきことは、自分の責任が強く問われたり、失敗した場合の始末を自分でどうできるかに尽きるのではないか。

ければならないし、そうすることができる人がこれから時代に必要とされるのだと私は思っている。

「農業経営者」が主催・参加したこの10年の主なイベント

掲載年・月号(通巻)	開催日	タイトル	場所
1994年1月号(4号)	1993年10月24日	第1回田んぼ畦ぎわ勉強会	茨城県美浦村／牛久市
1994年3月号(5号)	1994年2月5・6日	セミナー第2回「不作の後に問い合わせ田づくり・土づくり」	茨城県美浦村／土浦市
1994年6月号(6号)	1994年5月26・27日	第1回実践・土壤肥料学セミナー	千葉県千葉市・雪印種苗株
1994年9月号(7号)	1994年8月24～26日	全国農業経営者交流会	北海道帯広市・十勝博会場
1996年4月号(16号)	1996年3月7日	シンポジウム「府県における畑作野菜経営の可能性」	東京都新宿区・BIGBOX
1996年6月号(17号)	1996年7月30日	第2回農業経営者のための実践土壤学セミナー	茨城県美浦村
1996年8月号(18号)	1996年11月6日	講演会「どうなる農協・日本農業」「アメリカ向け米輸出を企画する理由」	東京都千代田区・科学技術館
1997年4月号(22号)	1996年12月16・17日	実演・シンポジウム「野菜の生産と流通が変わる」	茨城県美浦村／土浦市
1997年12月号(26号)	1997年11月20・21日	JF食材・產品フェア'97	東京都立産業貿易センター
1998年2月号(27号)	1998年2月4・5日	経営実験プロジェクト発足準備会	茨城県牛久市・高松農場
1998年8月号(31号)	1998年6月26日	経営実験プロジェクト第1回研究会	茨城県結城市
1999年10月号(33号)	1998年8月22～26日	第29回全国農業機械展示会(十勝博)併催連続講演会	北海道帯広市
1999年1月号(36号)	1998年11月20～23日	98ジャパンフードサービスショー	神奈川県・パシフィコ横浜
1999年3月号(37号)	1999年1月	シンポジウム「食べる人のために農業と食産業が共有すべきもの」	東京都豊島区・東方会館
1999年3月号(37号)	1999年2月4日	経営実験プロジェクト「液体マルチによる無農薬栽培米の生産と販売」	茨城県稲敷郡／土浦市
1999年5月号(40号)	1999年3月9～12日	FOODEX JAPAN'99	千葉県・幕張メッセ
1999年9月号(44号)	1999年7月9・10日	第22回北海道農業機械フェア併催パネルディスカッション	北海道上富良野市・土の館
2001年1月号(60号)	1999年8月20日	田畠輪換による畑作野菜経営創造のための経営実験プロジェクト	山形県藤島町・鶴岡市
1999年11月号(46号)	1999年9月3～9日	アグリテック'99 イスラエルハイテク農業経営視察ツアー	イスラエル国
2000年1月号(48号)	1999年11月18・19日	JF食材・產品フェア'99	東京都立産業貿易センター
2000年9月号(56号)	2000年7月7・8日	第23回北海道農業機械フェア併催“農”と“食”的未来を創る円卓会議	北海道上富良野市・土の館
2001年1月号(60号)	2000年11月21・22日	JF食材・產品フェア2000	東京都立産業貿易センター
2002年1月号(72号)	2001年11月22～25日	2001ジャパンフードサービスショー	神奈川県・パシフィコ横浜
2002年4月号(75号)	2002年2月26～28日	第53回東京インターナショナル・ギフト・ショー2002	東京ビッグサイト
2002年4月号(75号)	2002年3月5～8日	2002スーパーマーケット・トレードショー	東京ビッグサイト