

地域の人・もの・環境を 活かした農村産業

農村経営研究会 2016年第4回定例会

▶2016年11月17日
(東京都)

講師：伊藤秀雄氏
(農業生産法人(有)伊豆沼農産 代表取締役社長)

農村経営研究会は2016年11月17日、第4回定例研究会を開催した。事務局長の昆吉則は、講師として招聘した伊豆沼農産(宮城県登米市)の伊藤秀雄氏を次のように紹介した。

「伊藤氏はまさに農村経営者だと思ふ。ないものねだりをするのではなく、あるもの探しをすることによって、地域の人々に自信を持たせる活動をしている。そのうえで、伊豆沼の食文化や風土を活かし、都市の子どもたちや訪日外国人の迎え入れをしている」

伊藤氏は、「地域の人・もの・環境を活かした農村産業」と題し、伊豆沼農産の事業を紹介しながら、なぜ農村産業が必要だと考え、どんな産業を構築しようとしているのか報告した。

なぜ農村産業が必要なのか

伊藤氏は、農村経営に似た概念を「農村産業」と呼んでいる。伊豆沼農産の事業活動を通じて発想した言葉である。

伊藤氏は1988年の創業時、農業を産業化しようと「農業を食業に変える」を理念として掲げた。それから28年経ったいま、手がける事業は多岐にわたる。稲作と養豚のほか、

ハム・ソーセージなどの食肉製品加工業、惣菜、アイスクリーム、パン、酒類の製造・販売、レストラン運営、自社製品と地域農産品の直売所の運営。主力のブランド商品「赤豚」は香港への輸出もしている。

このような事業を展開するなかで、伊藤氏は外の力を使った経営に力を入れてきた。黒豚の産地の鹿児島にあえて赤豚を売り込んだり、香港に輸出したりすることによってメディアに取り上げられる機会を増やした。都市から地元へと情報発信することで地元の人々の自信や誇りを取り戻すことができたという。

「食業」がビジネスとして成立すると、04年ごろからは次第に「農村産業」への関心が高まっていった。

伊藤氏が考える「農村産業」は、人・環境といった農村ならではの資源のなかに価値を見出して農村に人を呼び込み、それをビジネスとして成立させようというものだ。そこに着目した理由はこうである。

農村が資本や能力を持つ外部の人たちに負けない点は、農村ならではの人間関係だと確信している。農村で生まれ育った自分たちこそ、人の価値を活かした産業を最初につくることができると考えた。たとえば高齢者は竹とんぼの先生やしめ縄の先生になることができる。これは産業

にするだけではなく、高齢化や人口減少が進むなかにあっても、地域の高齢者が豊富な知識と技術を活かし、生きがいを持って、元氣よくはしゃいでいる。そんな地域づくりを目指している。

また時代の変化を受けて、農村から都市にものを運ぶのではなく、都市から農村に買いに来てもらう、ものを売るといふ時代から感動を売るという時代にシフトしていかなければならないと考えようになった。「国産の農産物を買いたい」と言う人でも、実際には輸入品より価格が高ければ買わない人が多いのが実情だ。農業者は「農業、農村を守れ」というのではなく、都市の人が共感できる「食料、環境を守ろう」といった言葉に変えて伝え、農業や農村の価値を理解してくれるサポーターをつくるべきだと考えるようになった。

さらに自然に恵まれた伊豆沼を活かしたいと考えた。伊豆沼は世界的な湿地に関するラムサール条約に登録されている。この条約は湿地の「賢明な利用(Wisely Use)」を提唱している。湿地の生態系を維持しつつそこから得られる恵みを持続的に活用するというものだ。伊藤氏はこれに賛同し、地域の環境を活用しようと考えた。



講師を務めた伊藤秀雄氏

伊豆沼農産の経営理念には、こうして生まれた「農村産業」の考え方が掲げられている。

「私たちは、安心できる農業・食を基本に、地域の『人』『もの』『環境』の価値を再発見し、最もふさわしい『産業』を創造し続けます」

どんな産業を構築するのか

「農村産業」を生み出すために、まず地域の価値を見出す場を設けた。伊藤氏が発起人となって設立した「NPO法人新田あるものさがし」の活動のひとつ「しゃべり場倶楽部」がそれである。いま地域にあるもののなかに価値を見つけていう、まず自分たちが自分の地域はこんないいところだと気づこうというものだ。老若男女問わず、1回1人1時間、高齢者なら昔の話、仕事をしている人なら仕事の話、若者なら将来の話を発表する。これまでの70

人分はすべてDVDで保管しているという。

「このDVDは、地域の最大の宝。地元のこととは知っているようで、あらためて聞いてみると思いがけない面白い話が出てくる。ほかの地域でもぜひやってほしい」

昨年から、食の文化祭という取り組みも開催している。地域の各家庭料理を一堂に会し、地域の食文化を引き継いでいこうというものだ。各家庭の女性たちが腕を振るい、地域の人が地酒と一緒に楽しむ場になっている。

伊藤氏は、地域の人々が自分の地域の価値に気づき、自信を持てば、人に話したくなり、外から人が来て交流が生まれ、それが産業になる可能性があると考えている。ただし、過性のイベントでは産業にはならない。

「継続するためには、儲からないまでも採算がトントンのビジネスとして成立させなければなりません」

農村の価値をビジネス化する取り組みは、伊豆沼農産の事業をベースに、少しずつ実現しはじめている。伊豆沼農産に隣接する場所に設けた「ラムサール広場」はその拠点となっている。

広場に建てた「都市農村交流館」ではまさに人が活かされている。前

述の竹とんぼやしめ縄づくりができる高齢者たちが先生となり、都市の子どもたちに教える場として活用されている。このほか広場には、「生ハム体験工房」や、食農体験ファームがある。また周辺の自然を利用した遊び「ネイチャーゲーム」も企画している。

地域との連携も深め、登米総合産業高校の高校生と協力して地元の乳酸菌を使った「乳酸発酵あまざけ」という商品を開発した。前述の食の文化祭に出品された料理は、地域の食文化として外に発信するために伊豆沼農産のレストランのメニューとして提供する予定だ。

現在、新たに「農村産業」として立ち上げようとしているのは「食農教育」というコンセプトの事業である。都市の子どもたちに命の大切さを伝え、地域の高齢者の活躍の場を広げる。これまでも伊豆沼農産では地元の小学4年生に「田んぼの学校」という稲作の実践を提供してきた。

伊藤氏の呼びかけもあり、宮城県では20年までにすべての公立の小中学校で食農教育が導入される。昨年は東京の子どもたちのモニターツアーを実施した。遠距離という課題があるため方法を模索中だ。また来春には食農体験ソムリエ協会を立ち上げ、資格制度をつくることも計画中

である。

「都市の子どもたちへの食農教育を『農村産業』の核としていきたい。トントンでできるビジネスに発展できたら、その方法を公開していきたい」

研究会の参加者からは、「しゃべり場倶楽部」や食の文化祭、食農教育の運営方法や詳細について質問があった。

また研究会のアドバイザーの松尾雅彦氏からは、レストランと食肉加工製造についてアドバイスがあった。日本の食生活が、稲作文化の食から欧米風の畑作文化に移行するなかで、豚肉を主力とする伊豆沼農産のレストランをさらに美食に磨いていくことが重要だと話した。また加工品は品質が上がればコストが下がるといふ仕組みを解説した。検査で基準を満たさないロスを減らすには、検査のタイミングよりも前段階で原因を見つけ、プロセスを改善するという考え方である。

昆は研究会の最後にこう締めくくった。

「松尾氏が語った畑作文化の食生活に応じた作物をつくったり、伊藤氏のように農村の風土や暮らしをビジネスにしたりする人たちが増えてきた。農業・農村はこれからどんどん変わっていくだろう」（平井ゆか）