





こくさいは くにほんじん ようせい  
**国際派日本人養成講座**  
 伊勢雅臣

2020年5月31日版  
**農家と消費者が支え合う 「和」のフード・チェーンを**

**1. 国際比較で目立つ 「日本の農業と食料の特異な姿」**

農業と食料に関するデータを国際比較すると、日本だけがとび離れた数値を示すことが多い。とりわけ所得水準の高い先進国との比較では、日本の農業と食料の特異な姿が目立つ。『在開津 P193』

農業経済学テキストのロングセラー『農業経済学 第5版』で、「日本の農業と食料」を論じた章の印象的な書き出しです。これが誇張ではないことは、その後続く各種のデータで論証されていきます。

筆頭は自給率です。米や小麦などの穀物の自給率で見ると、日本はわずか24%。アメリカ126%、フランス190%などの食料輸出国は別格としても、イギリス87%、イタリア82%と欧州の平均的な国と比較しても段違いです。さらにシロキタナは、人口超大国の中国、インドですら、それぞれ100%、90%と、ほぼ食料自給を達成している事です。

**2. 穀物輸出が不安定な 国際市場に依存する危うさ**

世界各国が食料自給率にこだわるのは、それが「食料の安全保障」の根幹だからです。食料生産量は現在でも天候に大きく左右され、ひとたび不作となれば、食料輸出国もまずは国内消費を優先して、輸出を減らすからです。

たとえば、ある国が食料生産量100万トンのうち、80万トンを生産し、残りの20万トンを輸出に回しているとしたら、不作で生産量が90万トンに落ちた場合、国内消費は80万トンのまま維持します。輸出は10万トンと半分減ってしまいます。すなわち10%の不作が50%の輸出量減少につながってしまうのです。10%程度の不作は珍しくありません。世界の小麦の最高収量(ヘクタールあたりのkg)は最低収量の1.19倍でした(2010-2017年)。世界全体の平均でもプラスマイナス

**3. 大量生産販売型 フード・チェーンに 圧迫される農家**

こういう状況になってしまった理由はいくつかありますが、その一つが、大量生産販売型フード・チェーンが発展した事が指摘されています。たとえば、このチェーンが日本ほどには発達していないイタリアでは、近隣農家が都市の広場のマーケットに毎朝屋台を出して、朝採れの野菜や果物を売っています。昔ながらの生産者と消費者が直結した姿です。

しかし、現代の大量生産販売型フード・チェーンでは、たとえば多くの農家から食品加工会社がトマトを大量に買い集め、同じ等級を4個単位でパッケージにしたり、トマトジュースに加工したりします。こうして大量生産された「商品」が、スーパーなどに大量に配送され、販売されます。

現在、加工原料用トマトを生産している農家数は5千戸ほどです。一方、加工会社やスーパーの系列ははるかに数も少ないし、規模も大きいので、価格交渉では加工会社やスーパーが支配的となります。

さらに加工会社は外国産トマトの方が安ければ、輸入に代替します。現在のトマトは45%が輸入品で、その半分以上が韓国からです。またスーパー

**4. 「その食材を育てた人の 顔が思い浮かぶ？」**

「みなさんは昨日何を食べましたか、その食材を育てた人の顔が思い浮かぶか」という質問をあげて「高橋H28, 243」

一般社団法人「日本食の通信」代表理事の高橋博之さんが、こう講演会場で問いかけても、手をあげる人が100人中、一人でもいはいい方だ、と言います。それほど我々消費者は、食材の生産者と断絶してしまっています。

スーパーの棚から、トマトジュースを選ぶ時、我々は値段やブランドは気にします。しかし、そのトマトは、どんな人がどんな苦労をして、どんな思いで育てたのか、などと考える事はありません。トマト農家の方も、消費者とのつながりを失って、自分たちが作ったトマトを、消費者がどう味わって食べているのか、全く分かりません。それでは作り甲斐も感じられず、ただ苦勞ばかりの生活です。こういう状態では、田舎で農業をやろうという若者がなかなか出てこないのも当然です。

こうして生産者と消費者が完全に分断されてしまったのは、やはり大量生産販売の行きすぎが原因です。食材はティッシュ・ペーパーと同様の大量生産品となってしまいました。それにより、生産者と消費者がフード・チェーンの両端に引き離されてしまったのです。

大量生産販売型フード・チェーンは、昭和55(1980)年には2万5千戸ほどありましたが、その後の輸入自由化とともに現在の5千戸ほどに減少してしまいました。加工会社による大量生産、スーパーなどでの大量販売のもとで価格決定権を奪われ、かつ輸入品からの価格圧力が農家の収入を圧迫し、5軒のうち4軒を廃業または作物転換に追い込んだのです。

大量生産販売型フード・チェーンは、加工コストや流通販売コストを大幅に下げ、我々の消費生活を豊かにしてくれました。しかし、農業は食料の安全保障や、環境保全、景観美化などの、お金には換算できない価値を提供してくれています。こういう価値は、利益を行動の目安とする各企業任せでは追求しにくいものです。

現在の日本では、大量生産販売が行きすぎて、これらの非貨幣的価値が見失われています。我々国民も危機意識を持って、現在の仕組みを直す時期にきています。

**5. 生産者から消費者への いのちのリレー**

なんとか、生産者と消費者を直接なげたい、という思いで高橋さんが始めたのが「食べる通信」です。月刊誌に農家や漁師の姿を紹介し、その人々による食材を付録につけるといって、おそろく世界最初の試みです。

その「食べる通信」で会津若松の伝統野菜・小菊南瓜を紹介したことがありました。普通の南瓜より小さく、大量生産もできないので、ついには作付け農家は2軒にまで減ってしまいました。その一人、長谷川純一さん(45)は、「そんな金にならないものを」と言われながらも、作付けを続けてきました。

当時は、ひとりぼっちでした。でも、種がなくなるとしたら、その伝統的な農業もなくなってしまう。それは、種々の存在を認識してほしかう。それは、種々の存在を認識してほしかう。

※これを読めば自然に、日本の文化や歴史に関心ももてるような話を毎週掲載しています。より多くの二世の方や日本語学習者に読んでもらい、少しでも日本に興味を持ってもらえるよう、最寄りの日本語学校や日系団体の掲示板に張ったり、普段は邦字紙を読んでいない兄弟や子や孫などに記事を紹介してください。

(ニッケイ新聞編集部)

**6. 都市の中で農地を取り込む**

大量生産販売型フード・チェーンから抜け出し、消費者への「近道」を模索している動きも様々です。幹線道路沿いの「道の駅」や高速道路のサービスエリアなどでは地域の特産物が売られています。都市近郊の農家がトラックで都会のスーパーに生産野菜を持ち込み、販売する事もよく行われています。

アメリカでは、校庭の一部を畑に変え、地域の農家に教えて貰いながら、生徒たちが農業を体験的に学ぶ「エデュカショナルスクールヤード(食べられる校庭)」が幼稚園から大学まで、4千校ほどにも広がっているそうです。「高橋H28, 2200」。

自ら作物を育てる事によって、農民への感謝と敬意が育つでしょう。小さい頃、こういふ形で農業に親しんでいれば、大人になったら、農業をやりたいという子供も出てくるでしょう。我が国でも少子化で学校のスペースは余裕がなくなっているから、ぜひこうした動きを取り入れて欲しいものです。

**7. 生産者と消費者を結ぶ 「和」のフード・チェーン**

高橋さんがさらに始めたのが、農家や漁師が生産物をネット上で公開し、消費者が直接購入できる「ポケットマルシェ」というサービスです。ポケットに入るとスマホがあれば、農家や漁師がマルシェ(市場)で店をあげ、消費者が購入できるというネーミングです。同種のシステムがすでにいくつもスタートしています。

これは生産者が屋台を出して、市場で直接売るという形式を電子的に再現したもので、現在の大量生産販売で隔てられた生産者と消費者をつなぐ一方法です。

また政策の大ホームランと呼ばれるふるさと納税制度も、生産者と納税者をつなぐ素晴らしい制度です。筆者も先日、対馬市に1万円ほどの寄付をした所、大変おいしい干物セットを返礼としていただきました。「国境の最前線として頑張ってください」とメッセージを送ると、丁寧なお礼のメールまでいただきました。

平成30(2018)年度では受入金額5千127億円、件数は2千322万件と国民の間に広く普及しています。これも生産者と消費者を結ぶ素晴らしい取り組みです。

ポケットマルシェやふるさと納税制度を可能にしたのも、日本で高度な宅配サービスが確立されているからです。特にクール宅急便は生鮮食品の小口配送を実現した日本独自のシステムです。

さらに食材の細胞を壊さずに冷凍することによって、生鮮食品のおいしさを保てる画期的な保存技術も開発されて、旬の果物や野菜、突然の豊漁などで、一時にたくさんとれた魚を需要に合わせてゆつくり売るといふこともできるようになりました。

【愛豊フーズシステムズ】

こういう動きに呼応して、既存のスーパーなども大量販売から脱却して、地方の特産品を旬の時期に売る、というような地域密着型ビジネスを拡大していった方がいいと思います。また食品加工企業も輸入品を大都市の近くで大量生産する形から、地方の特産品を現地で加工する分散型の生産に移行してはいいかという動きで、地方にも就業機会が生まれるでしょう。

**農家と消費者を分断してきた 大量生産販売型フード・チェーンから卒業すべき時**

「育てたのか、などと考える事はありません。トマト農家の方も、消費者とのつながりを失って、自分たちが作ったトマトを、消費者がどう味わって食べているのか、全く分かりません。それでは作り甲斐も感じられず、ただ苦勞ばかりの生活です。こういう状態では、田舎で農業をやろうという若者がなかなか出てこないのも当然です。」

こうして生産者と消費者が完全に分断されてしまったのは、やはり大量生産販売の行きすぎが原因です。食材はティッシュ・ペーパーと同様の大量生産品となってしまいました。それにより、生産者と消費者がフード・チェーンの両端に引き離されてしまったのです。

大量生産販売型フード・チェーンは、昭和55(1980)年には2万5千戸ほどありましたが、その後の輸入自由化とともに現在の5千戸ほどに減少してしまいました。加工会社による大量生産、スーパーなどでの大量販売のもとで価格決定権を奪われ、かつ輸入品からの価格圧力が農家の収入を圧迫し、5軒のうち4軒を廃業または作物転換に追い込んだのです。

大量生産販売型フード・チェーンは、加工コストや流通販売コストを大幅に下げ、我々の消費生活を豊かにしてくれました。しかし、農業は食料の安全保障や、環境保全、景観美化などの、お金には換算できない価値を提供してくれています。こういう価値は、利益を行動の目安とする各企業任せでは追求しにくいものです。

現在の日本では、大量生産販売が行きすぎて、これらの非貨幣的価値が見失われています。我々国民も危機意識を持って、現在の仕組みを直す時期にきています。

**「和」のフード・チェーン**

高橋さんがさらに始めたのが、農家や漁師が生産物をネット上で公開し、消費者が直接購入できる「ポケットマルシェ」というサービスです。ポケットに入るとスマホがあれば、農家や漁師がマルシェ(市場)で店をあげ、消費者が購入できるというネーミングです。同種のシステムがすでにいくつもスタートしています。

これは生産者が屋台を出して、市場で直接売るという形式を電子的に再現したもので、現在の大量生産販売で隔てられた生産者と消費者をつなぐ一方法です。

また政策の大ホームランと呼ばれるふるさと納税制度も、生産者と納税者をつなぐ素晴らしい制度です。筆者も先日、対馬市に1万円ほどの寄付をした所、大変おいしい干物セットを返礼としていただきました。「国境の最前線として頑張ってください」とメッセージを送ると、丁寧なお礼のメールまでいただきました。

平成30(2018)年度では受入金額5千127億円、件数は2千322万件と国民の間に広く普及しています。これも生産者と消費者を結ぶ素晴らしい取り組みです。

ポケットマルシェやふるさと納税制度を可能にしたのも、日本で高度な宅配サービスが確立されているからです。特にクール宅急便は生鮮食品の小口配送を実現した日本独自のシステムです。

さらに食材の細胞を壊さずに冷凍することによって、生鮮食品のおいしさを保てる画期的な保存技術も開発されて、旬の果物や野菜、突然の豊漁などで、一時にたくさんとれた魚を需要に合わせてゆつくり売るといふこともできるようになりました。

【愛豊フーズシステムズ】

こういう動きに呼応して、既存のスーパーなども大量販売から脱却して、地方の特産品を旬の時期に売る、というような地域密着型ビジネスを拡大していった方がいいと思います。また食品加工企業も輸入品を大都市の近くで大量生産する形から、地方の特産品を現地で加工する分散型の生産に移行してはいいかという動きで、地方にも就業機会が生まれるでしょう。

**25年万博準備加速に期待感 関係新設で開催地大阪**

【共同】2025年大阪・関西万博が開催される大阪では、管内開発促進に伴う万博新設を歓迎する声が上がっている。新型コロナウイルスの感染拡大で準備の遅れが懸念され

こうした新しい技術と生産・販売システムの革新により、我が国は大量生産販売型フード・チェーンを卒業し、生産者と消費者が直接繋がって、互いに感謝し合う「和」のフード・チェーンを作ることができるといふ形なら、農業や漁業に取組む若者が増えていくでしょう。これが食料自給率を高める道にもなります。

弊誌1162号「5Gで自然豊かな地方暮らし」[A]では、今後の情報通信技術の発達により、地方においても、都会と同水準の教育、娯楽、医療サービスを受けられるようになる、と指摘しました。これに、「和」のフード・チェーンの発達が加われば、地方でも就業機会が生まれ、地方が本来の元気を取り戻すでしょう。

(文責 伊勢雅臣)

リンク

A. JOG (1162) 5Gで自然豊かな地方暮らし 5Gが仕事、教育、娯楽、医療を地方にもたらす、自然豊かな暮らしを復活させる H TTP://BLOG.JOG-NET.JP/ 202004/ARTICLE/4.HTML

【参考文献】お初め度 ★★★★★ 必読 ★★★★★ 専門向け

・在開津典生他『農業経済学 第5版』★★★★ 岩波書店 RO2

・沖大幹『世界の水危機 日本の水問題』★★★★ 高橋博之『都市と地方をかきまぜる』「食べる通信」の奇跡 (KINDLE版) ★★★★★ 光文社新書 H28

・高橋博之『だから、ぼくは農家をスターにする』「食べる通信」の挑戦 (KINDLE版) ★★★★★ CCCメディアハウス、H27

・農林水産省総合食糧局「生産から消費に至るフードシステムの現状について」H1706

・株式会社愛豊フーズシステムズ「次世代の冷凍技術」プロトコル

結とは

「大阪・関西万博だが主催は日本国全体。大臣には各府庁との調整や規制緩和に手を発揮してほしい」。松井一郎大阪市長は17日、井上信治万博相にこう求めた。早く万博相に日程調整を「早急」に会うよう求め、吉村洋文大阪府知事とともに、準備を巡る具体的な協議に臨みたい考えだ。

「国際派日本人養成講座」  
 発行人=伊勢雅臣 (文責)  
 Mail: ise.masaomi@gmail.com  
 Twitter: https://twitter.com/ise\_masaomi  
 無料購読申込: 取消: http://blog.jog-net.jp/

「育てたのか、などと考える事はありません。トマト農家の方も、消費者とのつながりを失って、自分たちが作ったトマトを、消費者がどう味わって食べているのか、全く分かりません。それでは作り甲斐も感じられず、ただ苦勞ばかりの生活です。こういう状態では、田舎で農業をやろうという若者がなかなか出てこないのも当然です。」

「育てたのか、などと考える事はありません。トマト農家の方も、消費者とのつながりを失って、自分たちが作ったトマトを、消費者がどう味わって食べているのか、全く分かりません。それでは作り甲斐も感じられず、ただ苦勞ばかりの生活です。こういう状態では、田舎で農業をやろうという若者がなかなか出てこないのも当然です。」

「育てたのか、などと考える事はありません。トマト農家の方も、消費者とのつながりを失って、自分たちが作ったトマトを、消費者がどう味わって食べているのか、全く分かりません。それでは作り甲斐も感じられず、ただ苦勞ばかりの生活です。こういう状態では、田舎で農業をやろうという若者がなかなか出てこないのも当然です。」





