

＊連載 農業&林業&環境に懸ける『地域経営』②

投資も流通も教育も 純農村ならでは

—日本一豊かな農村を築いた知恵とチャレンジ・北海道士幌町—

福田 志乃 地域経営コンサルタント(地域政策プランニング代表)

「北海道」というと、沖繩と並んで定年後に移住したい地域のナンバーワンか？。一人旅にもグループ旅行にも良いし、壮大な自然を満喫するにも、海・農産物のグルメに舌鼓を打つにも、雪景色やウィンタースポーツを楽しむにも事欠かない。もちろん、列車やローカルバスを乗り継ぎながら、車窓の風景や洋館の風情や港町の文化など、幾つかの街をグルメ&ウォッチングで巡ってみるのもお勧めだ。とにかく、北海道は本州の人間たち、特に都市部の人間たちに現実の慌ただしさを忘れさせ、ある種の「ロマン」を感じさせてくれる。

しかし、その一方で連載初回でも書いたように、北海道といえば「建設工事(で地元)に落ちるお金」そのものを目的とした公共事業・立県(道)のイメージも強い。実際、観光や特産品で生き残りを懸けた「夕張メロン」で知られる夕張市でさえも、財政再建団体に転落することが現実になった。そうした「光」と「影」の対比を併せ持つところがまた、北海道の地域性であるらしい。そこで今年の連載では、筆者は北海道の「光」、

それも全国のライバルたちの追従を許さないような「地域のブランド」を確固と築いている小さな町に赴いた。なぜ、「追従を許さない」とまで評するかというと、輸入品との競争に負けたり、後継者不足で担い手自体が確保できなかったり、全国的に衰退の一途とされる農業や林業で、「豊かに暮らしている」からである。どうして、このご時世に第一次産業が成り立っているのか？ 成り立たせるまでに、どれほどのチャレンジが繰り返されたのか？ 全国の農村や山村が今、学べることはあるか？ その答えを少しでも見いだすため、北海道に向けて飛んだ。

ここで、筆者の四日間の旅のルートをご紹介します。まず、釧路空港に降り立ち、釧路駅から広大な湿原を感じさせる車窓の風景を眺めながら、帯広まで移動。そこからバスで、十勝平野の中心部で自ら「純農村」と豪語する士幌町に到着。取材後、広域都市バスに三時間揺られ、大雪山・三國峠を越えて旭川に行き、そこから、稚内方面に北上する特急列車に一時間乗車して名寄へ。さら

に、名寄からローカルバスに乗り換えて、もう一つの取材先である「森の生活を楽しむ」下川町に向かう……という行程である。

スタートを帯広空港でなく、なぜ、時間や経費を掛けてまで釧路にしたかだが、これは単なる「食いしん坊」の故。筆者が「水揚げ量・日本一」をうたっていた釧路を初めて訪れたのは、十七、八年前のバブル経済絶頂期で、その当時は、サンフランシスコに似せて建てられた、釧路港のフィッシューマンズワーフが全国で話題をさらっていた。港周辺の炉端焼きの店で、海の香りが漂う新鮮な魚介とお酒を堪能した……。しかし、今の釧路は「水揚げ量・道内一」のポジションを維持している。道内のお菓子や土産物が多く並んだフィッシューマンズワーフからは海鮮市場の趣は消えていた。おそらく、釧路で獲れた魚介は、百八十八万人が住む札幌市や全国の大都市に直送され、大量に消費されていくのだろう。釧路の地元にとってもつたない話だと思いがちながら、帯広行きの特急に乗車した。

図表2-1 十勝平野に占める士幌町のシェア

	十勝平野全体	士幌町	士幌町が占めるシェア (%)
耕地面積 (2005年)	257,000ha	15,000ha	5.8
農家数 (2005年)	6,740戸 ¹⁾	414戸 ¹⁾	6.1
農業生産額 (2004年)	2,641億円	263億円	10.0
乳牛飼育頭数 (2004年)	215,000頭	15,000頭	7.0
肉牛飼育頭数 (2004年)	178,000頭	34,000頭	19.1
酪農生産額 (2004年)	1,171億円	158億円	13.5

位 不屈、不屈…で得た「純農村」の地

十勝平野の一市十六町二村は北海道十勝支庁の管轄下であり、広大な農業地帯として名高い。地理的な広がりにとどまらず、市町村合併の議論が一段落した後も(ちなみに、今回合併したのは一

町一村の一組だけ)、この十九市町村下では農業を核とした経済・生活圏を一体的につくり上げるため、さらに国際競争に挑むための戦略的・重点的な取り組み、例えば、十勝ブランドの価値向上、バイオマス産業の創出などの実践が続く。そうした勢いがあるせいか、二〇〇〇年と〇五年の国勢調査によれば、マイナス5〜10%に及ぶ人口減少率を示す自治体が少なくないのに、十勝圏全体の人口減少率は1%にとどまっている。また、全道でのシェアを見ると、耕地面積で22%、農業生産額も24%と高く、その農業生産額は一九八四年から〇五年の二十一年間、連続して二千億円を超える勢いで、〇五年には二千六百四十一億円を記録した。また、酪農でも、十勝圏一戸当たりの飼養頭数は〇五年に百八頭になり、欧州連合(EU)諸国の水準に匹敵する規模に達した。「十勝・日本一」を誇る農業関係の指標は図表2-1の通り。

中でも、最初の取材先・士幌町は十勝農業の中核的存在であり、土地利用の約六割が農用地、就業人口の約四割が農業者という典型的な農村だ。特に、「畜産力」にはズバ抜けたパワーがある。

ここまで書くと、「それは、北海道の広大な土地や気候など、特有の長所があるからだ」とつぶやくシラケ気味の読者の顔が浮かんでくるが、筆者に言わせれば、「その土地固有の長所がないところ」など逆でない。その長所をどう見抜き、克服すべきを克服し、生かすべき「原石」を知恵を捻出して生かし切ったか——。それが「すべて」。

なのである。士幌町で筆者が感動したのは、日本最大の農業地帯である十勝平野の中でも士幌町が格別に高い生産性を上げ、自らを「純農村」と言い切るまでに至る、その不屈の道程である。

北海道開拓のブームによって

十勝への殖民開拓は、一八八八年(明治二十一年)に始まり、帯広を基点に十三地域・七万町歩の農耕地が選定・区画され、同時に気象条件に適した農作物の試作も始まった。土地の選定は次第に奥地へ進み、今の士幌町にまで及ぶ。一九〇七年、道の国有未開地については無償貸付とし、所定の期間内に成功すれば無償下付されたことが、北海道に大農場が生まれ育った要因といわれる。

なるほど、北海道の停留所名が「士幌五号」「南町十九号」などと地名が番号制であるのは、開拓当時の殖民区画(直角法で間口百間、奥行き百五十間を小区画)一単位とし、東西を号、南北を線で表した)によるものである。実は、筆者は士幌町や下川町をローカル・バスで移動したのだが、余所者にはどこを走っているのか、目的地を通り過ぎたのかも分からない。号線名の車内放送が延々と続いたため、到着予定時間から現在位置を割り出すなど、時計ばかり気になって、車窓の田園風景をのんびり眺めることができなかつたのだ。

北海道開拓熱は全国に及び、岐阜の十六銀行は開拓融資を目的に美濃開墾合資会社を組織。士幌町(当時の川上村)には岐阜県掛妻・本果の両郡

から募集した四十三戸が一八九八年に入った。それからの活況ぶりは面白い。資料によると、一九〇五年には出荷の九割を占めるほどの十勝名産となった黒大豆が三倍半も値上がり。農家の消費が高まると、肥料や農具や日用品を月二分(2%)くらいの利子を見込んで貸す「仕込み商人」が登場し、農家は雑穀で精算するという特異な商取引が定着している。第一次世界大戦では、日本は直接的な戦禍を受けず、諸外国に大量の物資を送る立場に置かれたため、十勝の農産物は世界市場に進出する機会を得て、「豆成金」が続出し、農家経済は仕込み商人の支配から自立していった。

不毛の地、寒冷地、「貧しさ」のレッテル…

しかし、開拓後の順調な時代は長くは続かなかつた。一九二七年の金融恐慌とその後の世界恐慌で日本経済が大打撃を受けたことに加え、二度の冷害・虫害による凶作で農村の困窮は極まり、救済工事(公共事業)や公益質屋なども、離散する農民の足を止められなかった。折しも、米騒動等に刺激された政府が食糧自給体制の確立を掲げて、強硬なまでに米作を奨励していた時代とも重なり、各地に「土功組合」が結成され、北海道全体で三十万町歩、十勝で六万町歩の田への転換が推進されていた。土幌でも灌漑溝が掘られ、黒大豆に代わる水田耕作が始まっていた矢先だった。

造田は拓殖銀行からの融資と道庁からの補助金に頼った結果、土幌土功組合は不況と凶作により

大きな負債を抱え込むことになる。「不毛」といわれた土地を開拓した耕地は、各農家が努力した甲斐もなく抵当流れとなり、拓殖銀行や土功組合の名義となったり、転売されたり、荒地化していった。組合所有の水田は、一九二九年には二千町歩もあつたが、三五年には千町歩を割り、四二年には五百町歩となり、四五年には僅か二百町歩にまで激減。結局、土幌の農業は「寒冷」という気候条件には勝てなかつたのである。殖民開拓が開始された当時、この五十年後の「結果」(貧しい村)を、想像した者はいなかつたろう……。

一九五四年、村は農林省から「農村建設計画樹立村」の指定を受け、「どん底からの這い上がり」ともいうべき新たな農村再生の道を探り出す。当時の計画で目指したのは、寒冷な気候に適した作物、つまり現在の十勝の特産物であるジャガイモへの大転換。さらに土地改良を施して畜産に力を入れ、荒地化した土地を再開拓して百二十戸の入植を図り、無電灯地帯を解消して医療施設の整備を急ぐことだった。

農村工業の確立Ⅱ「生産から加工・販売まで」

風土に適したジャガイモの生産は軌道に乗ったが、作物が大量生産されても有利に販売できなければ貧しさからは脱却できない。そこで、土幌農協は、「農作物を生産するだけでなく、加工から販売に至る過程を農民自身が担い、付加価値を創ること、他産業と同じ所得を得られる」との驚

くべき経営理念を打ち出した。なぜ驚くかといえ、この理念は今日でも農業関係者の誰もが掲げるほど本質的であるし、付加価値を農民自らの手で創るなど実行するには難しいし、ましてや、当時の他産業と同じ所得を得るといった高過ぎる目標を掲げているからだ。

土幌農協は、当時では五百万円で建設可能だった小規模な澱粉工場を選ばず、大規模で効率のよい欧州の澱粉製造方式を採用した。当時で建設資金一億二千万円(農林業資金九千万円の借り入れと自己資金三千万円)を掛けて建設し、一九五五年には「合理化澱粉工場」の経営に踏み切った。さらに六二年には、工費二億八千万円を掛けて建設した雪印乳業(株)の工場で、インスタント食品である「マッシュポテト」の生産が始まった。道内では、同工場の誘致合戦が繰り広げられたが、土幌農協と役場の熱意や経営手法(原料確保と供給は農協、商品の製造と販売は企業という分担方式)が評価されて勝利した。

この「賭け事」とも思える大胆な投資が、六四年の東京オリンピックを契機に日本人にとつて外国の食文化が身近になり、ジャガイモは、カレーライスやポテトチップスなどの「食用」としても火がついて高騰した。以来今日に至るまで、土幌農協は、町内に建設したジャガイモコンビナートや道外(関東・関西)に整備したジャガイモ加工施設等を一体的に管理・運営し、生産・加工・販売をトータルに行う「農村工業」として、他の

追従を許さない確固たる地位を築いてきた。そして、この「農村工業」を地道に支え続けるのが、安定した原料供給を約束する近隣の五つの農協であり、協同でジャガイモを生産し、協同で出荷する。地域(組織)間連携の仕組みなのである。

流行の「地域ブランド」をどう考えるか?

ちなみに、取引相手は、ポテトチップはカルビー、ポテトサラダは味の素、コロッケはニチレイ、フライドポテトはホクレンなどいずれも一流企業である。なるほど、「マヨネーズの消費を増やしたい味の素」とはポテトサラダで……といったストリートな提携は、一般人も分かり易い安心感があつてうなずける。

しかし、そうした大手の流通下では、「十勝や土幌のジャガイモ」といった名前が市場に出ない。そこで、「今流行の、地名等による地域ブランドづくりをどう考えるか?」と尋ねてみたところ、「通販を活用しても、ローカルな会社が限定百貨を売ることがどんなに困難か……」「先人たちの闘いや失敗の連続を振り返れば、地域名を売ることよりも、農民全体の貧しさの克服こそが大切だった」という実に「重い」答えが返ってきた。

農協は「農村地域を経営する会社」

「親の眼差し」で組合員を見守る

そこで、ここから先は、土幌町の豊かな農村経

営(地域経営)の真髄に迫ってみたい。

土幌町の農村経営は、全国の他地域と同様に、町の農協が担う。しかし、全国横並びの農協たちと抜本的に違う点は、①先述したような東洋一の巨大アグリコンビナートを、農協自らが経営していること②組合員の暮らしも農協の経営も真に豊かになっていること——だろう。ちなみに、組合員の貯蓄額は、「農家一戸当たり平均一億円!」と囁かれる(実際は農業への平均投資額を差し引き「貯蓄額・平均五千万円」が正しい数値のようである)。いずれにしても、六十歳以上になっても働きたい(生計のため、働かなくては……)という組合員は少なく、老後は厳しい現場を早く引退し、趣味や旅行で余生を楽しまたいという考え方が一般的なのだ。働ける限り働く」という働き続けることが生き甲斐のようになっていく日本人にすれば、何とも健全で羨ましい生き方が、土幌町では実現されている。

この「リッチさ」の背景には、もちろん一流企業との事業提携といった地域経営戦略もあるが、実は、それ以上に「農協は親の眼差しで、組合員にやかましく本音を言う」というユニークな方針の存在が大きい。具体的には、冷害に備える意味での「備荒貯金」であり、まだ共済制度がない時代に土幌町で発案された仕組みだ。組合員は儲かっているが、強制的に収益の5%を天引きされる(貯金させられる)。

「それならば、どこの農協でもやっている」と

の声が聞こえてくるが、土幌農協との相違は、

「教育費が必要だから」「設備投資をしたいから」といった切実な理由でも、「備荒貯金」はそう簡単には下ろせないところにある。今度「そこまですら個人貯蓄に口を出すのは過干渉」との批判もありそうだが、土幌農協は過去の不況・凶作、借金、抵当流れ、離村……の経験振り返り、組合員にはこう叱咤、説明している。「どんな理由であれ、借金から始める農業(や生活)はするな。95%の収入の範囲で乗り切れ」と。「資金を持つたら持たずで限りなく夢を追う人。経営感覚に乏しくすぐに借りる人。優れた経営感覚を持つた人。土幌農協は、そんな子どもたち(組合員)の一人ひとりの農業経営と生計に心を配る親みたいなもの」だと。

そんなワケで組合員の貯金が増え続け、今や日本一豊かな農村になってしまったというのだから、何とも冗談めいた話でもある。そうすると、「そんなに貯まるなら!」と、意気込んでこの手法を真似た農協もあるそうだが、組合員に「下ろした」と責められて駄目とは言えず、上手いかないのが現実というもの。どうやら、土幌農協と組合員の間には、苦難の道程を乗り越えたからこそ生まれ築かれた「強い信頼の絆」がありそうだ。だから、土幌農協では、各農家にファクスを設置して春耕期や収穫期には気象情報を配信し、組合員自らが農作業計画を立てて経営感覚を持って動ける支援をするなど、きめ細かな組合員向けサ

「ピスにも余念がない。「一人の百歩ではなく、百人の一步でもなく、百人の五十歩、百歩の歩みを目指している」「一人ひとりの組合員が、農家のオジちゃんではなく、農業経営者であつてほしい」……と何気なく言われた農協幹部の言葉の端々から、チーム重視の農協の経営哲学を十分にうかがうことができた。

「耕畜連携」の資源循環型&環境型農業

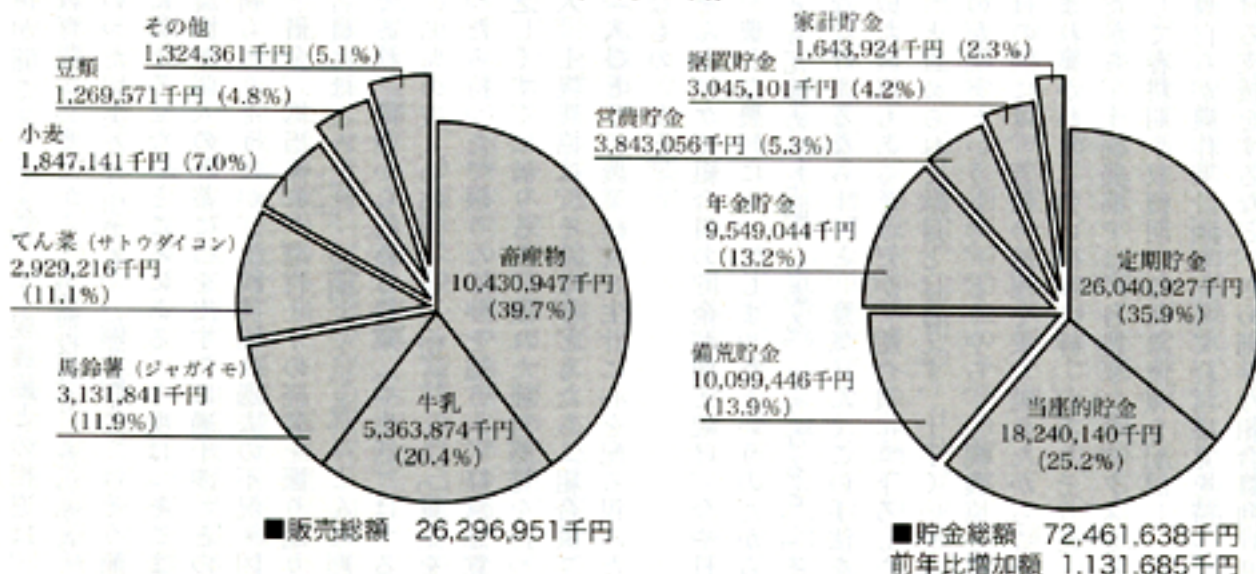
土幌農業の特色は、図表2-1(3頁)で示したように、ジャガイモを核とする「農村工業」と並んで、日本で二番目に多い肉牛を飼育する畜産にもある。そもそもは、一九五〇年代に寒冷地に適した農業への大転換として、ジャガイモと同様、乳牛を中心とする酪農に力を入れたのが始まりである。

当時、酪農の導入は、すぐに二つの大問題に直面した。一つは、雌雄の比率は確率的に五対五であるため、雌の子牛は乳牛にできて、雄をどうするか……という点。二つ目は、牛から毎日大量に排泄される糞尿の処理である。そこで前者の解決のために、一九七三年、町は十八〜二十カ月の雄の子牛の商品化(土幌のチルド・ブランド)に踏み切った。また、当時はジャガイモの大量生産で畑作農家でも肥料の購入が大きな負担となっていたこともあり、後者解決のために牛の糞の堆肥化の模索を開始する。しかし、それらの事業化に向けては、さらにさまざまな課題が浮上した。具

体的には、農協等の組織が応援しない限り、資金やノウハウ等の面で、個人の酪農家が雄の子牛の飼育も品質管理もできない現実。また、牛の出す糞尿についても効率的・経済的に堆肥化しながらかつ、それを畑作農家に効率的に分配していかなければならないことなど。そうした諸々の課題を一石数鳥に解決するため、土幌農協は畑地地区の「ど真ん中」に肉牛肥育センター(十八カ所)を建て、組合員には施設をリース方式で貸す「耕畜連携」方式を確立したのであった。その理念や手法はまた、今日、日本社会で叫ばれる資源循環型&環境型地域づくりの先駆けともなった。

地域経営コンサルタントとしての筆者が感銘したのは、その素早い行動力とともに、これらの二大新事業が縦割りの個別事業としてでなく、総合的・一体的に進められた、その「現実的な計画立案能力」と「プロデューサー的手腕」。これこそまさに、地方分権下の行政や公的機関に求められる能力である。目下、土幌町は牛の糞尿すべてを電気と熱エネルギーに変換・利用する最新の高度なバイオガス・プラントシステムを実験・導入中だ。今は三地区それぞれ異なる会社のシステムを入れており、将来的に全町に普及させていくという。筆者もプラントの現場を見学させてもらったが、酪農地域特有の鼻をつく臭いなどまったくなく、懸命に努力し走り続けてきた日本の農村の姿とは、「こうした。夢の展開」が限りなく続くものなのだ」と、改めて充実した気持ちになった。

図表2-2 土幌農協の経営データ (2005年3月31日)



図表2-3 小学校の食農体験「大地クン」
(引率者の研修記録より抜粋)

◆使用原材料費合計＝84,373円(うち、レトルト袋は1枚当たり15円×401枚＝6,015円)。牛すね肉40キロ(44,940円)。ニンジン20キロとジャガイモ34キロとタマネギ40キロのうち25キロ分は学校農場から持参
◆出来上がり量＝レトルトカレー甘口200パック、辛口200パック、製品価格計105,000円
◆感想・反省＝肉は高学年が、ピーラーを使っての野菜の皮むきは低学年が担当。皮むきに時間がかかる。ピーラーや包丁でけがをした低学年児童7人。高学年が野菜をゆで、ルーをつくる。午後からは低学年が袋に野菜と肉を詰め、高学年がルーを入れ、職員がシールする。レトルト殺菌釜に入れ終了。2日後、レトルトカレーの受け取り。

補足だが、土幌の農村経済を牽引する農協の経営実態を示すデータの一部を図表2-2で示す。紙面の関係で筆者の解釈は避けるが、これらのデータから、いかに農協が会社経営的に農村全体の収益を上げているか、いかに組合員や農協自身の農民資本をベースに自立的な地域経営を行っているかが明らかだろう。

農村を担う次世代の感性を育む

徳育、智育、体育よりも「食育」

このように見てくると、次に読者の関心事になるのが次世代の農村の後継者の話ではないだろうか。土幌でも少子化が進み、小学校八校のうち六校が複式学級になった。地域によっては、一クラスの子が十人を割る学校も出始め、小学校の統廃合の話も浮上する。しかし、広大な十勝管内は「へき地」にも位置付けられ、統廃合すれば子どもたちが毎日五、六以上離れた学校に通うことにもなり、今は町には統廃合を進める意志はない。

また、近年は飽食の時代となり、土幌町の家庭でも食生活や食習慣が変質してきた。そこで、「地域の基幹産業である農業を理解し、生産する喜びや食の大切さを身体で学んでもらおう」と〇四年から開始されたのが、食農教育「大地クン」だ。これは、町営の超専門的な食品加工研修センターを活用した小学校の総合学習プログラムで、さすがに「純農村」。みんなで調理して食べて終わるのではなく、農産加工工場のカレー(レトルトパック入り)やアイスクリーム(カップ詰め)など、必ず加工して「製品化」することを目的とする。さらに、学校農場で生産した野菜を使ったり、農協青年部と一緒にしたり、原材料費や出来高(個数、製品価格合計)まで算出したり……といったユニークさもある。参考までに、ある小学校

全学年児童三十二人が二グループ(二日間)に分かれてピーフ・レトルトカレーをつくった研修の記録(抜粋)を図表2-3として掲載するが、何とも楽しく微笑ましい光景が浮かんでくる。同センターには専門の職員が三人いて、普段は土幌産チルド肉製のソーセージや、ナチュラルチーズ等をつくっている。そこで、施設が空く時間帯を小学校の総合学習や地元農業高校の実習や町民の生涯学習に開放したところ、専門の機器・設備を使って本格的に実践できる楽しさに予約が殺到。今では施設の年間スケジュールの約二百日間が、こうした「食農体験学習」で埋まっている。

農業後継者、新規参入…

それでは、土幌町の実際の農業後継者は、どうなっているのだろうか。

町では、農家の三分の一の若者が後継者となるが、大学や専門学校を卒業してすぐに継ぐ者、数年は他の職業を経験してリターンする者、農業を離れたく出て行ったものの職に就けなくて戻って来る者など、その就業意識はさまざまだとか。

また、北海道土幌高等学校という、農業や農産物生産の基礎を学ぶアグリビジネス科(定員四十名)、農産物の安全や食品加工・製造、流通・販売を学ぶフードシステム科(定員四十名)、高校卒業後のプラス二年の特別専攻科から成る農業専門校がある。だが、想像に反して、当校に土幌町の農業後継者が通っているわけではない。そ

れは、後継者になると決めた若者にとっても、酪農に関するだけで、北海道には北海道大学や帯広畜産大学や酪農学園大学(札幌市)といった多様な選択肢があるからだ。土幌高等学校では、道内を中心に全国から農業を純粋に学びたい学生たちを受け入れ、あくまでも農業が豊かな風土の中で「農業で生きること」「農村で暮らすこと」を全身で経験し考えてもらうことを狙いとしている。

また、「儲かるから」と土幌町の農業へ新規参入を図るのは難しい。その理由は、高度な機械化による家族経営が一般化し、土地の大規模化・集積化が進んだため、余剰の土地が皆無なことにある。たとえ、後継者がいなくて農家をやめても、離農者が土地を抛出さずれば農地所有権を交換分合し、土地は近隣農家にすぐに賃貸できてしまう。その結果が、町では農業従事者は減少傾向にあつても、耕地面積は増加し続けるという統計値にも表れる。新規参入希望者が土地を自力で購入し、最低一億円の初期投資で畑作を始め、土幌固有の生産・加工・流通システムに乗ることは、個人では不可能に近いのだ。酪農にしても個人の起業・経営は困難で、まずは農家に住み込み、技術や経営を学び、酪農団地から施設をリースしながら自立していくしかない。

取材を終えて「土幌農業にプロの生き方をみる

こんな豊かな土幌町にも、バブル経済全

盛期には、ゴルフ場やリゾート開発の「おいしい話」が持ち込まれたという。しかし、数十年の苦勞の末、一九六〇、七〇年代に「農村工業」の在り方を模索・確立した町は、もはや単なる「儲け」に価値を置かなくなっていた。七〇年代には、先々の町長が「母胎から楽土まで」を町の理念として掲げ、以来、産業も教育も福祉も「町民全員が豊かに生き尽くせる。農村づくり」に邁進してきた結果の姿が、今の土幌町と言えるだろう。

地域経済活性化の手法や理論ではなく、「地域が何で生きるかの強い決意こそが、地域経営実現の基盤」と八年にわたって本誌の連載で訴え続けてきた筆者にとって、土幌町は、農業の流通・販売の手法や自立的な農村としての成功事例を超え、「農村として生きる様」や「農業一筋に生きる精神」を伝えてくれる優れた町だった。経営感覚なしで投資し過ぎた結果、財政が破綻し、それすら「頑張った結果。投資なくして生き延びる道はなかった」と言い訳するのは対照的だ。地域が生きたこととは、「投資」と「結果」の地域経営の責任が問われることなのだ。土幌町の姿から改めて教えられた気持ちである。読者も、手法でなく、そのチャレンジし続けた「覚悟の重さ」(結果を出す責任)を学んでいただければと思う。地方分権下、今から自立に向けて新たにスタートするにも、この「覚悟」が第一歩だと言えるだろう。しかし、一見、豊かな土幌も決して安泰ではない。ここ数年で、米国に代わってブラジルの大豆

が国際市場を支配したように、今では日本への農畜産物の輸入緩和もあり、国際競争下で打ち勝たなくては生産地としてすら生き残れない現実がある。市場でも、あまたの農産物や牛乳や乳製品が溢れ、もはや国内市場の購買能力も「頭打ち」の状況が続く。農業を取り巻く競争が国内外で熾烈化するにつれ、真に日本社会で問われているのは、「食育」や「食の安全」や「長寿社会の健康」といった、もはや一つの地域、一つの生産企業、一つの販売市場だけでは解決し得ない課題——「日本の農業全体」が何をどう生産し、創り、国民にPRし、売るか……という「農業&食」の一体的な政策なのである。しかし、これまで経済優先、利益一辺倒で走ってきた日本の企業界も一緒にになり、多業種の企業(加工・製造分野、健康・保健分野、肥料等の化学分野、堆肥化やエネルギーの環境分野など)や消費者を相手に、どこまで政策的(理念的)に議論できるものなのか。

こうした課題に、「純農村」を築き上げ、多くの企業とも提携し、目下、資源循環型農業に取り組む土幌がどう一石を投じられるかに、筆者は期待したいに思っている。自立に向けて頑張る町村の「価値」は、自らが力を付けて発信し国民的な議論を築いていかなければ、経済一辺倒の国民の画一的な意識も、中央からの無駄な補助金削減よりも交付税の一律削減を先行するという「中央優先」の三位一体改革の歪んだ改革も、変えられそうもないのだから……。