

第2章

「瑞穂の国」幻想を捨て、
スマート・テロワールを構築する

「瑞穂の国」 幻想を捨てる

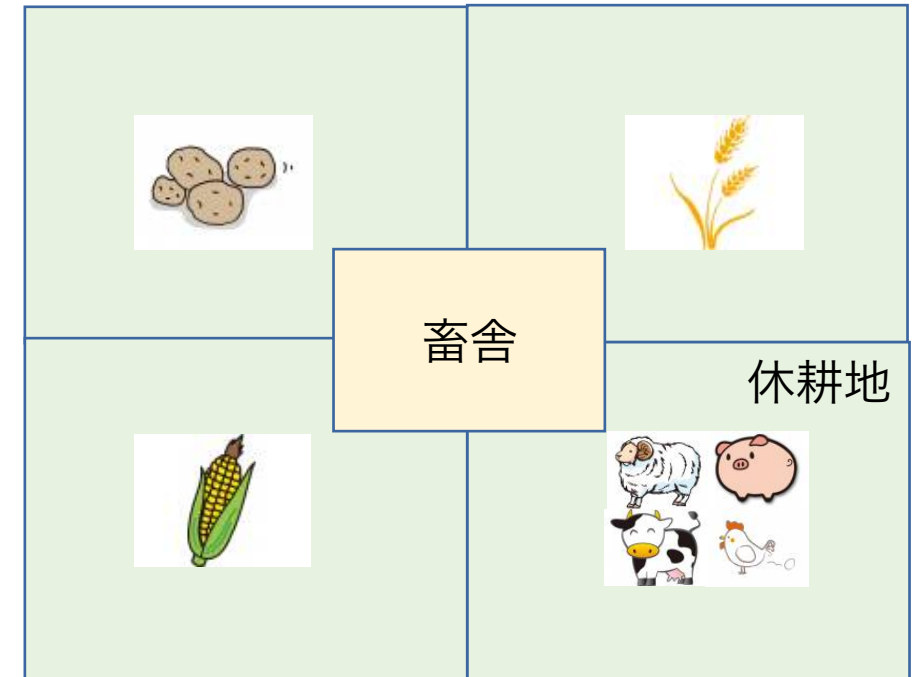
コメを食べない「瑞穂の国」

- コメ消費量は継続的に減少
 - 1960年120kg/年・人→2014年60kg/年・人
 - 水田が過剰になり休耕地や耕作放棄地が増加した
- 小麦の消費量は減少していない
- 食生活の西洋化で畜肉、油脂の消費が増加した

過剰になった水田をどうするか

- 農水省の提案
 - 飼料米の生産
 - 水田でトウモロコシと大豆を交互に栽培する「田畑転換」
- スマート・テロワールの提案
 - 水田の完全畑地化を熱烈推奨
 - 穀物の収量が「田畑転換」の二倍になる
 - 穀物を原料とする食品加工場を招致することができる
 - 水田は休耕期間がなくなる
- 水田の完全畑地化
 - 水田、畑作、畜産、水産の食料生産システムができる
 - 地域の食料自給率が高まり自給圏が構築される
 - 地域自給率50%、国内他地域からの移入30%、輸入20%を目指す

4圃式循環型農法の概念図



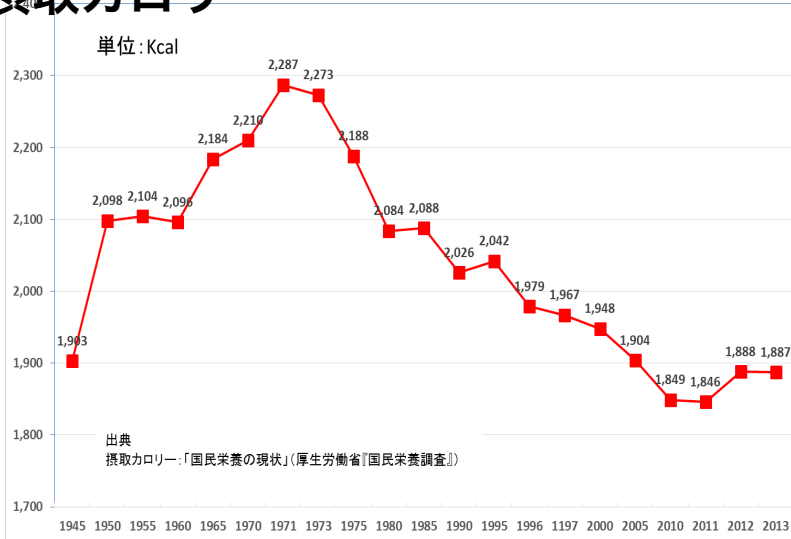


スマート・テロワール
日本の明日の農村

「瑞穂の国」から「五穀豊穡の国」へ

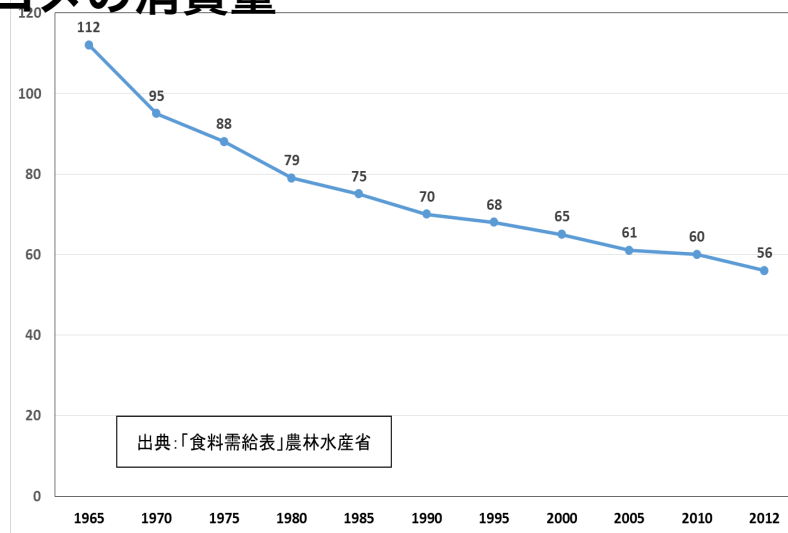
摂取カロリー

一人一日当たり摂取カロリーの推移



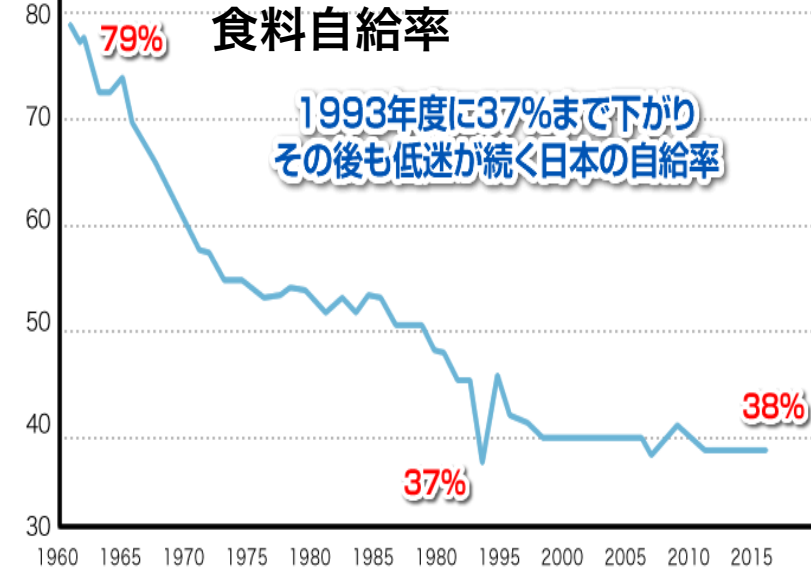
コメの消費量

米の消費量kg/人・年



(%)

食料自給率



供給カロリー構成比 (kca/日・人)

	1965	1980	2010
コメ	44%	30%	24%
小麦	12%	13%	13%
大豆	2%	2%	3%
野菜	3%	3%	3%
果実	2%	2%	3%
畜産物	6%	12%	16%
魚介類	4%	5%	5%
砂糖類	8%	10%	8%
油脂類	6%	12%	14%
その他	12%	10%	12%
合計kcal	2,459	2,562	2,458

食料自給率推移

	1965	1980	2010
コメ	100%	100%	98%
小麦	28%	10%	8%
大豆	42%	23%	26%
野菜	100%	98%	77%
果実	87%	74%	33%
畜産物	47%	23%	16%
魚介類	109%	97%	60%
砂糖類	31%	27%	26%
油脂類	33%	22%	3%
その他	68%	32%	22%
合計	73%	53%	38%

人こそ農村の最大の資源



農村の三つの資源

- 人、耕地、森と海
- 人が最も重要な未利用資源
 - 都市中心の中央集権構造が農村の人を未利用資源にしている
 - 農村が地域主権の自給圏に生まれ変わることによって人が活躍できる
 - 自給圏内で生ずる困難を自律的に解決する
 - 自給圏内の消費活動と生産活動を連携する循環型経済へ食と農を再構築する
 - 食を都市に頼らず、農村部の中で消費と生産を行う
 - 海外原料の商品と競争する

人という未利用資源の活用はどのようにして可能か

- 農村部に生きる人は政府の施策に依存せず自らの地域の将来を自分で描く
- 地域の行政も中央集権ピラミッドから抜け出す努力をする
- 地域住民が賢い消費者になって自給圏構築に参加する
- 自給圏の外から元気な人を呼びこむ
- 地域自給圏の30年先のビジョンを掲げて共有する

人が交流する場をデザインする

- 隣人同士が協力しあって暮らしをつくる社会を持続させる
- 中心市街地の再生・再開発→シャッター通りに賑わい
- 電線の埋設、木造の統一感ある家屋の建設

加工食品メーカーと競争する



食料過剰時代の対応が日本と欧州の明暗を分けた

- 日本は円高を追い風に食品加工業が食品原料の輸入に邁進し自給率を継続的に低下させ、農村を衰退に追い込んだ
- 欧州は米国農産品との厳しい競争を繰り広げて、伝統的な欧州食産業を再興した
 - イタリア発スローフード運動
 - もっとも美しい村運動

国産表示から産地認証制へ

- 欧州の食産業の特徴
 - 原料素材の農法と加工プロセスに厳しい基準を設け、品質維持に特別の努力を求める
- 日本でも2014年産地認証制度→地域ブランドの確立
- 輸入原料による加工食品（国産表示品）は並品（コモディティ）化する
- 地域ブランドの確立に必要なこと
 - 地域内の加工業者と原料生産者との連携
 - 地域の消費者がサポーターになること

供給者主導でなく消費者主導の経済システム



農工連携が市場システムのジレンマを解決する

契約栽培

- 生産者と加工業者の間で予め価格と数量を契約してから栽培を始める
- 不作に備え生産者は契約量の130%に相当する播種をする
 - 不作の時
 - 加工業者は市場価格が上がっても契約価格で購入できる
 - 加工業者は市場で供給量がタイトでも契約量を優先して購入できる
 - 生産者は余剰が出ても高価格で市場にて販売できる
 - 豊作の時
 - 市場価格が下がっても契約価格で取引される
 - 余剰は市場で販売する
- 生産者も加工業者も経営が安定する
 - 気候変動による豊作不作に影響されない経営が可能に
 - 品質改善や生産性改善に集中して取り組む環境が整備される

契約栽培のメリット

- 生産者は規模を追わなくても価格変動リスクを回避できる
- 加工メーカーがマーケティング戦略を駆使して販売してくれる
- 生産者は品質に集中できる→収量増加、歩留まり増加
- 地域にあった育種法、栽培技術を追求して地域ブランドの競争力を拡張する

イノベーション・トライアングル

プロセス・イノベーション

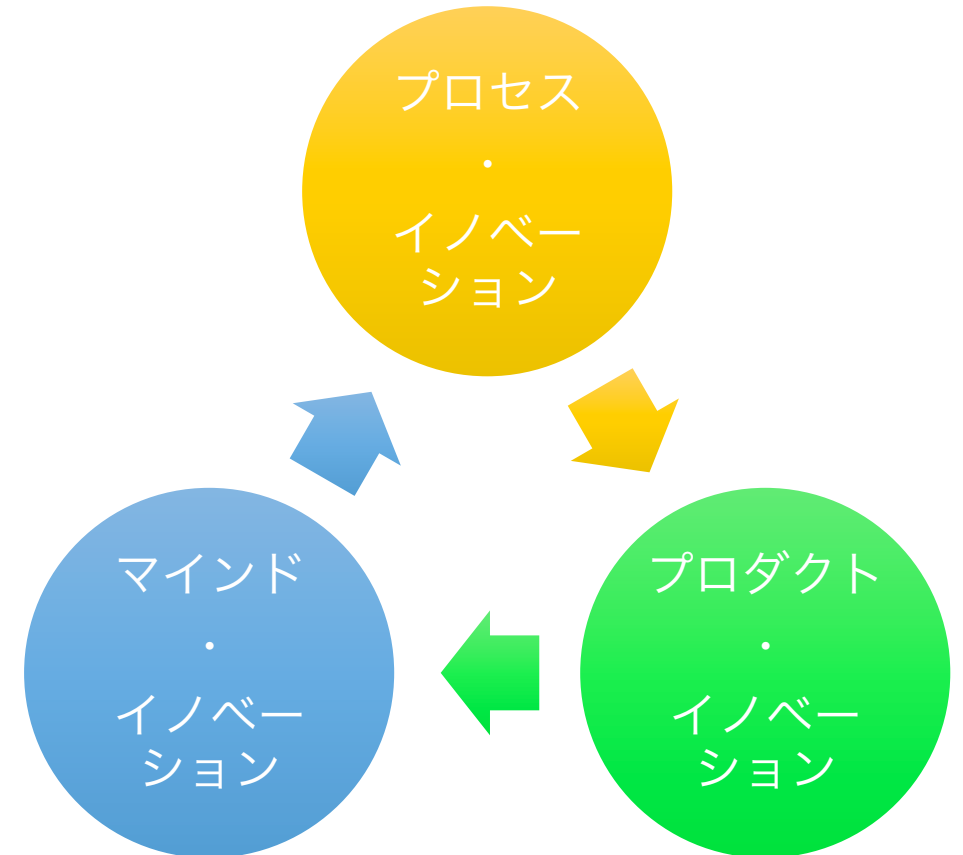
- 自給圏内の種子から消費までの全プロセスを連携させる
- プロセス連携→種子・製品品質、サービス品質向上
→収量増加・コストダウン・生産性向上・鮮度向上

プロダクト・イノベーション

- 新品種開発
- 新製品開発
- 製品多様化
- 副産品開発

マインド・イノベーション

- 市場経済→互酬経済
- 利己→利他、孤立→共生
- 消尽型社会→循環型社会
- 地消地産



「スマート・テロワール」の概念図



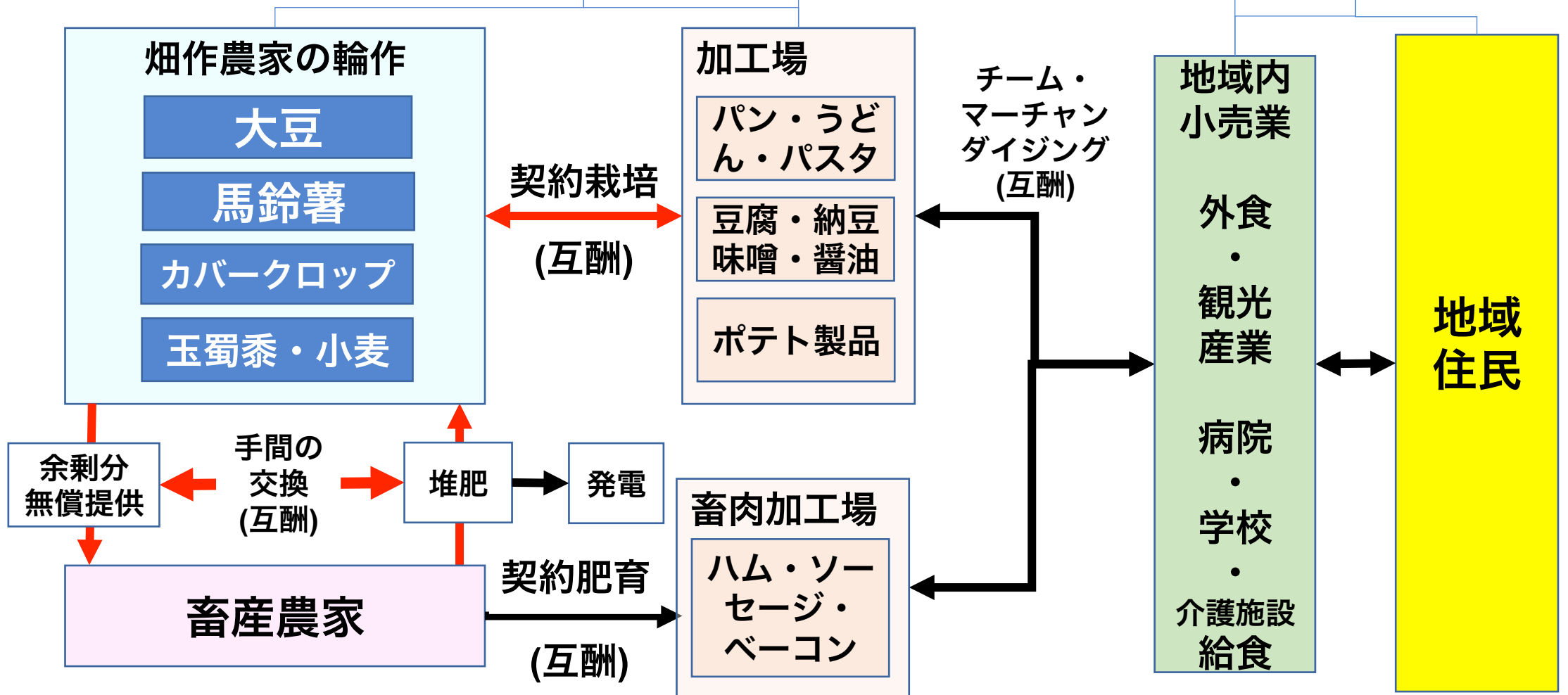
スマート・テロワール
日本の明日の農村
地消地産
美食革命

耕畜連携

農工連携

工商連携

地消地産
美食革命



プラットフォーム

エクステンションセンター

大学

地方自治体

農業試験場

地域内物流

地域スマート・テロワール協会

クラウド・ファンディング

スマート・テロワールへのビジョンを描く



ゾーニング（土地区分）の重要性

ゾーニングは自治体の広域連合が共同して取り組む

- 広域連合＝風土、文化、歴史によって統合される自治体連合
- 山形県の場合は置賜、庄内、村山、最上の各地域が広域連合となる
- 福島県の場合は浜通り、中通り北部（福島市など）、中通り中部（郡山市など）、中通り南部（白河市など）、会津の各地域が広域連合となる
- 広域連合の取組は電力の自給から取り組むと進めやすい

水田エリアのゾーニング

- 農村部の水田の50％は畑地や草地に転換する必要がある
- 水の流れに従う＝水利による判断
- 中間山地の傾斜地は畑地に好適

畜産への取組

- 耕畜連携
- 農産物の収量は継続的に増加する→余剰畑地の拡大→放牧地への転換

ゾーニング事例

- 大豆の消費量100万t→70％自給、反収300kgとする→23万haの畑地が必要→4年輪作（1作は草地で休耕）→92万haの畑地が必要
- 30年計画で収量増加見込みを30％とする
- 余剰水田の3分の2にあたる60～70haを畑地に転換し、残りを草地に転換する