

# HAL だより

Hokkaido  
Agricultural Laboratory  
for Business Development

夏

Vol. 16  
2009. Summer

北海道農業の未来を拓く広報誌

<http://www.hal.or.jp>

HAL BUSINESS REPORT #2  
ビジネスモデル創造への道 vol.2

The Fellowship  
農業経営モデル紹介メンバーズ・インタビュー  
株式会社 白糖酪恵舎  
代表取締役 井ノ口 和良氏

From北海道農業法人協会  
北海道農業法人協会活動報告

**HAL**  
Hokkaido Agricultural Laboratory  
for Business Development

HAL BUSINESS REPORT #1  
「ギャラリー農窓」での事業展開

MSA  
MSA-ES-609

JAB  
CM024

HAL  
だより  
夏  
Vol.16

発行日 2009年8月25日発行(通巻16号)

発行 財団法人北海道農業企業化研究所 調査・広報部

〒061-0600 北海道釧路市浦臼町オサツケ315番地18  
TEL 0125-67-3333 FAX 0125-67-3322

編集責任者 上野貴之

HAL AGRICULTURAL AWARD

## 第5回 HAL 農業賞表彰式

「HAL農業賞」は、北海道の地域農業を支え、その発展向上をめざして独創的な組織運営を行い、農業生産の技術や加工、流通開発などに取り組む法人およびその活動を指導支援する個人・組織に贈られるものです。

下記の日時にて、第5回HAL農業賞の表彰式を行います。

日時:平成21年10月9日(金) 13:00

場所:ホテルニューオータニ札幌 2階 鶴の間

札幌市中央区北2条西1丁目1-1 電話 011-222-1111



## 特別研究報告書を 発行しました

Special research report ■文責/調査・広報部 中野

HAL財団では「農業分野のビジネスモデル創造を目指して」をテーマに調査研究を進めていますが、その第一弾として「北海道の酪農経営の方向」を発行しました。

今回発行した「北海道の酪農経営の方向」は、道内各地の現地調査、既存のデータ整理、現状の政策の課題・問題点を踏まえたうえで、今後の北海道における酪農経営のあるべき方向性を示したものです。

この報告書が酪農ならびに北海道農業を活性化させ、発展向上に寄与できることを願っております。

### この報告書をご希望される方へ

・報告書をご希望の方には本書を差し上げますが、送料のみをご負担願います。  
下記E-mail又はFAX宛に氏名、郵便番号、住所、電話番号をご連絡ください。  
※ご提供いただいた情報は、本報告書送付の目的以外には一切使用いたしません

なお、冊数に限りがあるため、先着100名様までといたします。

お申し込み・問い合わせ先

財団法人北海道農業企業化研究所 調査・広報部  
TEL 0125-67-3333 FAX 0125-67-3322  
E-Mail info@hal.or.jp

財団法人 北海道農業企業化研究所 (HAL財団)  
URL:<http://www.hal.or.jp> E-mail:[info@hal.or.jp](mailto:info@hal.or.jp)

PRINTED WITH  
SOYINK

R100

資源の保護と環境への配慮を考え、本紙には古紙100%再生紙、インクは大豆油インキを使用しています。



# 「ギャラリー農窓」での事業展開



## 「がんばる！農業法人サポート事業」がスタート

文責/業務推進部 大沼

今年5月、農業と社会を結ぶ窓口としてHAL財団が開設した「ギャラリー農窓(のまど)」では、農業経営における様々な問題の中でも人材の育成・確保を大きな課題のひとつととらえ、具体的なアプローチについてのいくつかの計画を進めています。

7月からは、緊急雇用創出推進事業を活用した「がんばる！農業法人サポート事業」がスタートしています。この事業では、他産業で培った技術やノウハウを持つ職を求めた人材30名を、北海道から事業を受託したHAL財団が雇用し、新たな農業ビジネスに取り組み農業法人や農業法人を含む任意グループ等に対し、最長5ヶ月間、サポート業務員として送り込みます。

計画中の新規事業や経営における様々な課題、また取組みたいけれど踏み切れない新たな企画など、技術やスキルを持つ人材がいなかったため進まない業務を抱えている農業法人は少なくありません。今回の事業では、そういった農業法人に人

材を送り込むことで、マンパワーと併せて経営等のノウハウを提供し、農業法人の経営の多角化等を推進したいと考えています。

この事業の特徴としては、受け入れ希望の農業法人における取組み内容にあらかじめ設定した業務カテゴリに振り分け、一方、求職者については、そのスキルや経験を生かせる可能性のある業務カテゴリに当てはめることで、効果的なマッチングを成立させることです。例えば、新たに食品開発をしたい農業法人には栄養士などの資格を持つ人材、販路を拡大したい農業法人には営業や販売経験のある人材、ブランドを確立したい農業法人にはデザインスキルのある人材などといったようにサポート業務員を送り込みます。

これにより、有用なスキルを持ち職を求めた人材と、経営の多角化などを志向する農業法人を有機的に結びつけることが可能となり、農業経営の安定や円滑な事業展開、さらには農業法人における雇用の創出につながると考えています。

### 第一回説明会・面接会を実施

文責/業務推進部 中田

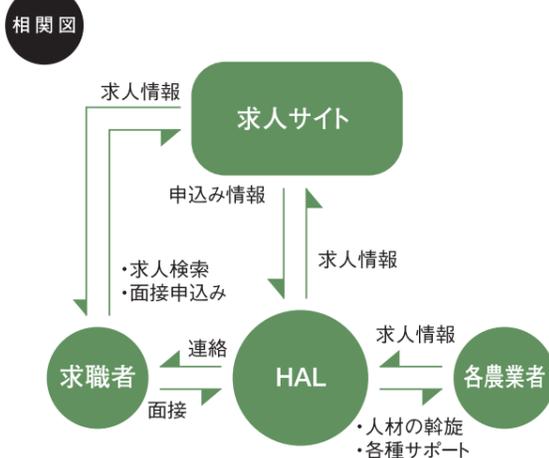
「がんばる！農業法人サポート事業」の第一回の募集では、23名のエントリーがありました。7月28日に行われた「説明会・面接会」には、書類選考と面接によって本事業の求めている人材と認められた12名の求職者と、人材受け入れを希望している農業法人11社17名とが参加。面接の結果、8法人で11名の人材を受け入れることが決定しました。面接会では求職者・法人とも、本事業後の長期雇用を想定した質問が出ており、それぞれの想いの強さが感じられました。

農業分野では新卒ではない求職者と農業法人が集まった面接会の機会は少ないため、このような機会を作れたことは大きな成果であると考えています。また、8月に入ってから求職者募集を継続していますが、既に第一回を上回る数のエントリーがあり、よりよい人材が農業分野で活躍してくれることを期待しています。

## 農業分野での職業紹介事業を準備中

HAL財団では、農業分野人材の育成・確保の課題を側面からサポートするため、現在、無料職業紹介事業の許可を北海道労働局へ申請中であり、早ければ今夏から、求職者への職業紹介事業を展開して行く予定です。

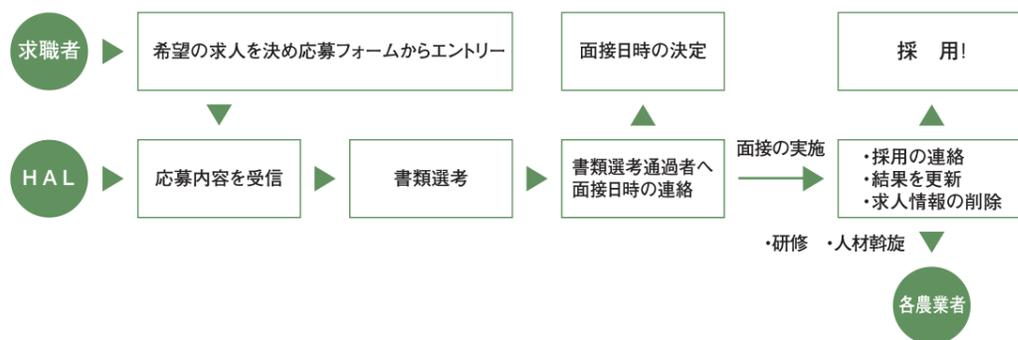
同時に求人情報検索システムを開発し、ギャラリー農窓のホームページ内に設置するための準備を進めています。求人情報検索システムの特徴は左記の通りです。



- 1 求人情報のリストを表示し、そのリストから更に詳しい情報がある詳細ページを見ることができます。
- 2 求人情報は条件検索で抽出できます。(条件:「地域」「職種」「業種」「雇用形態」「給与」「住居」)
- 3 求人情報は新着(直近で登録されたもの)がリストのトップに表示されます。
- 4 個々の求人情報で印刷ボタンを押すと求人票の印刷用ページへ移行します。
- 5 気に入った求人情報をカートに入れ、複数求人を一括で応募することができます。



### 採用までの流れ



本件に関するお問合せ  
TEL 011-200-8383 FAX 011-200-8384 E-mail:info@gallery-nomad.jp 担当:中田

「農窓 トマトフェスタ」を開催

7月30日(木)、ギャラリー農窓でイベント「農窓 トマトフェスタ」を開催し、調理用トマトの瓶詰め加工実演を行うミニ講座と、調理用トマトと有機栽培ミニトマト4種類の販売を行いました。これはHAL財団で新品種開発に取り組んでいる調理用トマトのPRとマーケティング、ギャラリー農窓での物販における集客層のリサーチなどを目的としたものです。

ミニ講座では最初に、調理用トマトの育種を行っているHAL財団のテクニカ

ルアドバイザーの伊藤喜美男が、調理用トマトと生食用トマトの違いをわかりやすく説明。「リコピンなどの栄養が生食用よりも豊富」「収穫時の手間が少ないため低価格での販売が可能」などの特徴を紹介しました。続いて調理用トマトで作ったソースの試食を提供しつつ、家庭でも簡単にできる瓶詰め加工を実演しました。

講座には、農業や調理などに関心を持つ主婦や会社員ら14名が参加。講座修了後には「自宅でぜひ加工してみたい」

「おいしいので友人にも教えてあげたい」と、多くの人が加工用トマトを購入しました。

テスト的に開催された今回のイベントで、調理用トマトに対する消費者の反応の良さを実感することができました。引き続き、さらに多くの方に調理用トマトを紹介する取り組みを展開していきたいと考えています。また、ギャラリー農窓での物販イベントの展開についても、生産者の方々に具体的な提案を行っていきたいと考えています。



ギャラリー 農窓 田まど

ビジネスモデル創造への道 Vol.2

HAL財団が行っているビジネスモデル創造研究をもとに、分かりやすくビジネスモデル創造のステップを解説していくビジネスレポート。第2回目の今回は、道内の農業法人で行っているビジネスモデルを具体的に紐解き、注目すべきポイントを解説していきます。

文責/調査・広報部 上野

地域の連携がカギ

HAL日よりVol.1:6(2007年冬号)で紹介した株式会社もち米の里ふうれん特産館は、地域連携を活かした好例と言えます。地域で築いたネットワークを新たな事業展開に結び付けていく。ここに新たなビジネスモデル構築の鍵があると考えられるからです。風連町(現・名寄市風連町)は、そのほとんどが稲作水田地帯でした。しかし、道北に位置するた

ありませんでした。そのような地域で稲作を続けることはもともと非常に困難を伴うことでしたが、折しも昭和40年代に入り国による減反政策が進められるようになり、その状況下で、地域では休耕田の増加が進んでいたのです。当然、その先には離農という言葉が浮かんできます。

実際に農業を営んでいる人はもちろん、行政など地域全体に将来に対する不安感が広がったことは想像に難くありません。この状況をどのように解決していくのか。これを地域全体の課題として捉え、地域の弱みを強みに変えて活かせる事業展開を目指したのが、代表の堀江氏でした。

昭和50年代に入ると、すでに隣接の名寄市では地域一体となった、もち米生産団地が形成されており、収益性の高い農業経営を実現していました。寒冷の地域でも採算性が取れ、減反の影響を受けないもち米に可能性を地域の若手農業者は期待感を寄せていました。

しかし、単なる生産だけでは市場への供給過剰になってしまいうことから、すでに出来上がっている流通システムに参入することは事実上不可能だったのです。しかし、その障壁で諦めることなく地域有志が集まり生産組合を立ち上げ、生産から販売までを手がけることにしたのです。

B Business Model



リーダーシップとつながる  
ビジネス

生産から販売を開始しましたが、もち米を含む米の価格低下は予想以上で、収入増にはほど遠い状況でした。そのころ、米どころで有名な新潟県では、生産者が共同でもち米を餅として加工・販売している事例があり、偶然にも業界雑誌で読んだ堀江氏は、そこにチャンスと可能性を見出します。それが、もち米を利用した商品化Ⅱ「もち加工」というアイデアだったのです。先行地域への視察、生産組合での議論などを行いました。合意を得ることはできませんでしたが、生産組合が加工まで手がけることが、ある種の賭けや博打のように思われたのも一因でしたし、なにより個々の家庭の中で新しい事業に取り組みことへの不安感が大

きだったのでしよう。しかし、堀江氏は一軒一軒の農家を説得に回り、平成元年、7軒の農家の参加を得て、ついに念願のもち加工・販売事業をスタートさせたのです。

もち加工・販売は、風連町と交流のあった東京都杉並区役所で注文に成功し、農産加工場在白と杵を持ち込み、新聞紙で包んで発送するところから始まったのでした。マスコミでも取り上げられ、地域での認知度は徐々にアップし、地域住民が年末に親類や知人に送るもちを購入するようにもなりました。そして、さらなる転機が訪れます。それは、パッケージデザインの変更でした。堀江氏が札幌市に住む画家の藤倉氏にパッケージデザインを依頼したことからは始まります。藤倉氏はJR北海道の広報誌などの表紙画を手がけるなど、著名な画家。そして、このパッケージ

が「北の生活産業デザインコンペティション」で銀賞を受賞したことがきっかけになり、売上げが伸び始めたのでした。

説得だけではなく納得が肝心

現在では、道の駅の指定管理者になるなど、順調に業態開発、拡大を続けています。この道のりを筆者なりにポイントをおげ整理してみます。

ポイント1  
地域一体となって  
取り組んだこと。

農作物は、適地適作と言われるように地域性が強く、同様な地域では作物自体ではなかなか差別化を出すことは困難です。しかし、地域一体となり、生産団地化を進め、交雑を防ぐなど、より付加価値が高い生産に心がけ、

地域一体のメリットを事業を通じて地域に還元していることがひとつのビジネスモデルの原点だと言えます。

ポイント2  
点から始め、  
そして地域全体に広げたこと。

当初は、ほんの少数で始めた事業も現在では、地域を代表する産業とも言える状況にまでなっています。風連と言えば、「餅」そんなイメージも出来上がりしました。

一度に大きくするのではなく、できる範囲で事業を考え、徐々に拡大していく。その考えは、商品開発、販路の拡大に活かされ、結果的に地域を牽引する企業になつていったのです。

ポイント3  
説得だけではなく納得

筆者は、実はここ(説得だけで

はなく、納得を得ること)がこのビジネスモデルの鍵になっていると考えています。地域特産を作るには、地域の連携が鍵です。しかし、無理やり仲間に入れても、ギクシャクした関係が残ったり、仕事のモチベーションが下がったりします。この事例でも紆余曲折があつたと聞きます。しかし、それを乗り越えたのは、単に説得するだけではなく、仲間として納得して参加する状態にしていったことだと思えます。そこそが、求められる経営者としての資質なのだと考えるでしょう。

指導者の存在が高品質の  
差別化商品に

地域ブランドの商品が多いなか、高品質な商品をそれまでにノウハウが少ない農業者が作っていくことは非常に困難です。

そのような中、積極的に勉強会や研究会に参加し、ネットワークを広げることが重要なポイントになります。同社の例では、勉強会の会場で、全国チェーンのファストフード会社社長との出会いがありました。ファストフード会社との取引が出来るようになりましたが、徹底的な指導があり、品質・衛生管理の技術力向上に努めました。その結果、同社で製造する商品全体の品質の向上が図られ、高い品質力を評価されより多くの取引先開拓へとつながっていったのです。

コアのある事業領域拡大が  
雇用と地域を守る

同社の取り組みは、最初は地域の農業を守るという、危機感から生まれたものです。しかし、今では地域の農業のみならず、

地域産業全体を牽引する存在となり、雇用の創出、人材の育成など農業を出発点とした加工販売企業に変貌しつつあります。地域産業を牽引し、守る。まさに、地域を守る企業活動を展開していると言えるでしょう。そして、拡大の核にあるのはあくまでも農業という意識。生産者から販売スタッフまでもが、自分たちの仕事は、農業から出発して加工販売という業態につながっている。ということを十分意識している仕事をしているのです。この核(コア)農業のある事業領域の拡大が、同社の成長の鍵だと言えます。

今回は、レシピ公開を行うという大胆な戦略の商品開発の取り組みについてレポートします。



今回の事例から学ぶべきポイント

- 地域連携で事業展開を構築
- リーダーシップをとるキーマンの存在
- 事業展開を無理にしない
- 説得だけではなくメンバー全員が納得して参加
- 連携企業のアドバイスを真摯に取り入れる

# The Fellowship

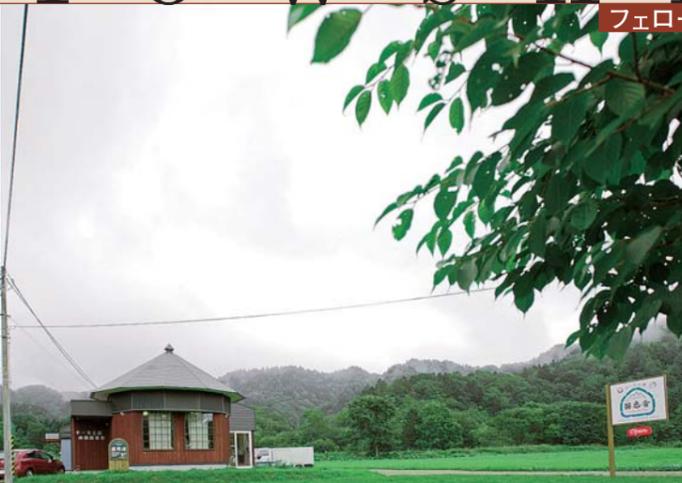
※フェロシップ(fellowship)とは  
仲間であること、友情、協力などを意味する言葉。HAL財団では北海道農業に携  
わる方々とのフェロシップを大切に、それぞれの経験や事例を共有・意見交換  
をすることで、北海道農業の発展に貢献したいと考えています。

フェロシップ

## 地産地消をめざして

白糠酪恵舎のルーツは、地元元の農業青年グループの  
勉強会で平成7年頃からスタートしたチーズづくり  
にあります。白糠での酪農経営は、地形的な条件から  
規模拡大が難しく、加工により付加価値をつけるこ  
とで収益向上を図れないかと考えての挑戦でした。  
また、白糠の牛乳は他地域の牛乳とともに集められ  
て関東に出荷されているため、「地元元の牛乳を地元  
の人に味わってもらいたい」という思いもありました。

僕は当時、農業改良普及員としてチーズづくりの  
勉強会を率いる立場でした。最初にチャレンジしたモッ  
ツアレづくりは、牛乳が固まらず大失敗。本を読み、  
休みの日には全国のチーズ工房を訪ねて研究を重ね



## member's interview VOL.14

メンバーズ・インタビュー

## 新しい食文化の創造を通じて 新たな関係性を創出し、 地域活性化への貢献を図る

農業経営モデル紹介



株式会社白糠酪恵舎  
代表取締役 井ノ口 和良氏

白糠酪恵舎は平成13年、白糠町  
内の若手酪農家(14牧場)らが  
株主として共同出資して設立  
したチーズ工房です。北海道のチ  
ーズ工房は酪農経営の一部門で  
あることが一般的ですが、白糠酪  
恵舎は「チーズの製造・販売による  
収益を配当金として還元する」と  
いう、地域酪農の新たなモデル  
事業を構築しました。また、販売  
戦略として釧路地区4つのチ  
ーズ工房を組織化し、催事出店に  
おける訴求力の向上を果たしま  
した。これらの取り組みが高く評価  
され、第4回HAL農業賞経営部  
門優秀賞を受賞しています。



◀釧路全日空ホテルで提供しているガレット

うにするためにも、来年は設備投資をして生産能力  
を上げたいと考えています。

これを機に、新しい熟成庫を作ることも計画して  
います。研究機関と連携して、チーズ熟成技術の向上  
を図りたいですね。ヨーロッパとは条件の異なる日本  
でのチーズ熟成については、データではなく職人の経  
験によるところが大きい。まだまだ研究する必要が  
あると考えています。

よく「チーズ料理の提供はしないのか」と聞かれま  
すが、自社で飲食店を始めるといって考えはありません。  
いいチーズをつくり、それを腕のいい料理人さんや  
愛情豊かなお母さんに調理してもらって、チーズを通  
して多くの人と関係が築けることが幸せだと思っ  
ています。

ました。日本にはイタリアチーズの製造ノウハウがな  
かったので、イタリアまで足を運びました。  
イタリアのチーズを作ろうと考えた理由は、それが  
食材として利用されるチーズだったからです。クセの  
強いフランスのチーズは、少量をつまみとして味わう  
もの。僕たちがめざしたのは「地元で食べてもらう」  
乳食文化をつくる」ということであり、「郷土料理の  
食材としてのチーズ」でした。

## 生産者と共に地元で普及活動

農産物の加工・販売は、「農家の楽しみとして趣味  
的に取り組む」という方法もあります。でも、僕らは  
「どこに出しても恥ずかしくない、いいチーズを作る

## 釧路エリアに新たな食文化を

昨年4月、釧路管内の4つのチーズ工房に呼びか  
け「釧路ナチュラルチーズネットワーク」を組織。月に  
2回、釧路和商市場に共同出店し、年に一度、各工房  
からエントリーしたチーズの外部評価を行っています。  
共同出店すると、自分の工房だけの出店時より  
も売上が下がりますが、催事におけるチーズ全体の売  
上は増えます。数ある中から選ぶことで、お客様は  
より多くのチーズを購入してくれる。チーズ普及のた  
めには共同出店のほうが効果があるのです。

外部評価は東京の輸入チーズ専門店のオーナーな  
どに審査を依頼しています。消費者へのクオリティの  
保証という意味もありますが、それ以上に作り手と

う」と話し合いました。それには酪農家が「足のわら  
じをはくスタイルでは無理。そこで、酪農家は株主と  
して出資し、僕が「責任を持っていいチーズを作って売  
る」というスタイルをとることになりました。

酪農家は、単に株主として出資するに留まらず、  
チーズ普及活動を展開することでも工房を支えてく  
れました。白糠酪恵舎設立の2ヶ月後に、株主らが  
中心となって、チーズの食べ方を紹介し乳食文化を  
育てることを目的とした会「しらぬかチーズ友の会・  
グッチーズ」を結成。地域のイベントでチーズ料理を  
提供したほか、料理講習会やパーティを開き、3年目  
にはチーズを使った料理本も発行しました。「グッチ  
ーズ」の活動は昨年度で終了しましたが、生産者が食  
文化普及を計るこの活動がマスコミの注目を集めた  
ことにより、「白糠にチーズ工房あり」と認知される  
ようになりました。

## 技術力と労働条件の向上を図る

現在、年間12トンのチーズを生産しています。販売  
先の6割は道外の飲食店です。当初は地元での販売  
が中心でしたが、昨年3月にイタリア産モツアレラ  
からダイオキシンの検出されたのをきっかけに、特に  
関東圏のレストランからの注文が増えました。

僕には、もっとおいしいチーズを作りたい、いろん  
な作り方を試みて、みんなが夢中になるようなチーズを  
生み出したい、という気持ちが常にあります。その余  
力を作るためにも、また、秋には3名になる正社員た  
ちに一家の生計を立てられるだけの給料を払えるよ

して大きな刺激になる。それが品質向上につながる  
と考えています。

実は今、釧路エリアに乳食文化を広める取り組み  
として「ガレット」の普及に取り組んでいます。ガレッ  
トはフランスで食べられているクレープ。その材料は  
そば粉、卵、チーズ、ハム、海産物などで、すべてこの地  
域にある。ですから、釧路の新しい郷土料理にふさわ  
しいと考えたのです。

農場やチーズ工房、飲食店などに声をかけ、今年1  
月、釧路全日空ホテルの総料理長の楡久幸氏を代  
表に「それいけ！北のガレット大作戦」(通称「北のガ  
レット会」)が発足しました。現在、管内5つの飲食店  
でガレットを提供しているほか、プロ向け・一般向けの  
ガレット講習会などを随時開催しています。また、7  
月〜8月には、和商市場でテイクアウトのガレットも  
販売しました。

釧路エリアのあちこちでさまざまなガレットが作ら  
れ、多くの人が訪れて味わう。そのような新しい食文  
化の様を想像すると、わくわくします。地域の多く  
の人たちと一緒に夢を描き、誇りを持てる文化の創  
造を試みることで、自分が少しでも貢献できる  
のであれば、大変嬉しいと考えています。

## 株式会社白糠酪恵舎

所在地:  
北海道白糠郡白糠町中茶路  
設立:平成13年4月  
代表者:井ノ口 和良  
資本金:1,000万円  
従業員数:  
正社員2名、パート・アルバイト6名  
(平成21年8月現在)  
売上高:5,169万円(平成20年度)

## 北海道農業法人協会活動報告

文責／事業開発部 岩井

北海道・東北農業法人WEEK2009in北海道レポート!



グループディスカッションの様子

江別麦の会代表 片岡弘正氏

有限会社伊豆沼農産 社長 伊藤 秀雄氏

有限会社菱栄協栄水産 代表取締役 佐藤 勝氏

# 「農〇(まる)連携力の未知なる可能性」

- 開催日時 平成21年7月9日(木)、10日(金)
- 開催場所 京王プラザホテル札幌(札幌市中央区北5条西7丁目)
- 主催 北海道東北各県の農業法人協会、社団法人日本農業法人協会
- 共催 日本政策金融公庫 札幌支店・帯広支店・北見支店 農林水産事業、北海道担い手育成総合支援協議会
- 協力 北海道中小企業家同友会札幌支店農業経営部会
- 後援 農林水産省北海道農政事務所、北海道

「北海道・東北農業法人WEEK」は、各地の事例研究や情報交換を通じて交流を深め、農業経営のより一層の活性化に資することを目的として、毎年各道県の持ち回りにより開催されています。北海道開催となる今回は、7月9日と10日の2日間、総勢155名の生産者や関連企業・団体が参加。「農〇(まる)連携力」をテーマに活発な意見交換が行われ、農業を基軸に広がった「農工商連携」や、「農と都市の連携」、「農林漁業の一次産業間連携」、「海外との連携」など幅広い連携に着目し、

単なるブームではなく、次を担う農業にとっての第一歩とするための、課題認識や方向性の共有が図られる会となりました。

### ■基調報告

「銀聖プロジェクトから見える地域資源と連携の力」  
日高定置漁業者組合「銀聖」プロジェクト委員長 佐藤勝氏  
(有限会社菱栄協栄水産代表取締役)

「銀聖」は体重3.5kg以上の大型の銀毛の鮭のブランドネームですが、これは全体の水揚げの4%程度しか獲れない

い最高級の鮭です。佐藤氏は、獲る漁業、育てる漁業、伝える漁業への地道な取り組みとともに、湧水が湧き出る漁場づくりのための森づくりへの取組などを紹介し、「基幹産業でありながら農業と漁業は連携してこなかった。未来の子どものためにも、国民の食卓を守る観点からも、そして自らの経営の生き残りをかけ、今こそ生産者が手を取り合わなければならない」と、一次産業連携に向けた決意が提起されました。

### ■事例報告

「農業」から「食業」、そして、「農村産業」創出「オンラインワン産業の構築システムを目指して」  
有限会社伊豆沼農産社長 伊藤秀雄氏(平成20年日本農業賞大賞受賞)

伊藤氏は宮城県農業法人協会会長(社)日本農業法人協会副会長を務めており、「農業」(＝生産)から「食業」(＝販売を含む)へという発想の転換から農村産業の創出につながる社会システム構築に挑戦

されています。

鹿兒島や香港を舞台とした「伊達の純粋豚」の販売・情報戦略を通じて登米・伊豆沼地域の知名度を高める一方、地域を挙げての環境保全や「あるもの探し」による魅力づくりに取り組み、都市住民の誘導を図る活動を展開しています。

検査による農産物の品質維持、商品販売情報の国内外からの逆輸入、地域住民の参加による集客や農村産業創出、これらには有機的に経営及び地域活性の循環サイクルを形成しており、原動力としての伊豆沼農産の役割に大きな示唆をいただきました。

### ■事例報告2

「小麦がたぐ連携力」春まき小麦栽培技術の確立と活動の歩み  
江別麦の会代表 片岡弘正氏(平成20年日本農業賞大賞受賞)

片岡氏は、パンへの適性が高く評価されている春まき小麦「ハルユタカ」の初冬まき技術構築に尽力され、平成20年日本農業賞大賞を受賞して

います。

「ハルユタカ」は1985年(昭和60年)に開発されましたが、病気に弱く、手間がかかることから敬遠されていました。そこで平成4年、時期を早めて積雪直前の11月に種をまくことに挑戦し、初年度から、北海道の春まき小麦の平均約200kg/10aをはるかに上回る643kg/10aと、実に3倍の収穫量となりました。

平成10年には、麦の生産振興を図るため、生産・加工・流通・消費・研究などに関わる各分野の交流を深めることを目的に「江別麦の会」が発足、ラーメンを主体とした麺用とパン用小麦粉の用途開発を開始。少量ロットの製粉機や、讃岐うどんの手打ち技術にヒントを得た製麺機の開発など、ハード面での環境づくりも進み、地場約20店舗、100種類ものレシピに及ぶ「江別小麦めん」がブレイクしているという報告をいただきました。

### ■グループディスカッション

今回のセミナーを総括する



「農〇(まる)連携力の未知なる可能性」に関するグループディスカッションでは、14のグループに分かれ、それぞれの取組や考え方について意見交換を行いました。

多様な連携への無限の選択肢への果敢な挑戦への決意とともに、相互理解や信頼に拠って立つ「消費者」との関係づくりを促す「農消連携」が、多くの班からの共通点として見いだされました。また、連携を調整する人材の不足への指摘も多く、マネージメント役としての法人協会の役割についても提起されました。

## 協会活動TOPIX

### ■のぶし経営塾

7月28日(火) 女性の集い「職場でのコミュニケーション～効率良く仕事をするために」  
講師:あかん遊久の里「鶴雅」CS本部長 小山あき氏 主催者:釧路中部地区農業法人会

8月11日(火) 「経営統合とビジョン・戦略」  
講師:密印乳業株式会社 専務取締役 北海道本部長 川成 眞美氏 主催者:北海道酪農生産者ネットワーク

8月27日(木) (仮)「農地法の見直しについて」  
講師:農林水産省経営局 主催者:上川管内農業法人ネットワーク

■学生向けアグリビジネス体験研修の受入れ  
8月10日(月)～9月19日(土)

■国内外視察研修  
11月～1月で調整中

■新・農業人フェア(札幌開催)  
12月12日(土)

## 会員(平成21年7月31日現在)

- ◆会員…295法人 ◆賛助会員…4法人
- ◆サポータークラブ会員…27法人

### 平成21年5月以降サポータークラブ入会分

- ・福田経営センター株式会社
- ・株式会社パソナ 札幌
- ・ホームマック株式会社
- ・株式会社損害保険ジャパン
- ・株式会社農業技術通信社「農業経営者」

