

いきものみつけファーム全国交流会 I N滋賀 2014

自立・自活したまちづくり

～誇りあるまちを住民の手で、どう創っていくか～

実施報告

2014年

11月29日～11月30日



- 主 催 いきものみつけファーム滋賀推進協議会・全国交流実行委員会
- 協 賛 株式会社ミールケア 甲信トーヨー株式会社
- 協 力 公益財団法人日本環境協会 東洋ライス株式会社 株式会社サンワイズ
- 後 援 滋賀県 甲賀市 日野町 東近江市 湖南市 近江八幡市 竜王町
グリーン近江農業協同組合 甲賀農業協同組合
滋賀蒲生町農業協同組合 東能登川農業協同組合 湖東農業協同組合
一般社団法人 環びわ湖大学・地域コンソーシアム

■はじめに

「いきものみつけファーム」は、地域の食・農・生物多様性を総合的に学ぶこどもエコクラブの活動プログラムの一つとして、平成23年度にこどもエコクラブ全国事務局と東洋ライス株式会社の共同事業としてスタートしました。

生産者、流通・加工業者、NPO、地方公共団体、大学等研究機関、教育機関など様々な組織の協働による推進協議会を設置し、事業を進めます。

平成24年1月、長野県松本市にいきものみつけファーム推進協議会の第1号が誕生。同年9月に秋田県大仙市、12月に滋賀が活動を開始しました。現在、長野県長野市での4つめの推進協議会以降、山口、愛媛、山梨等で推進協議会設立に向け取り組みが進んでいます。

いきものみつけファーム滋賀では、人といきものの命が輝きにぎわう地域の環境と農地・コミュニティづくりに貢献していく、そのために住民すべての協働を図り、主な取り組みとして、里地・里山の環境教育を通じて、安全・安心で持続可能な地域コミュニティの実現をめざす活動を平成24年から行っています。

今年度の事業として、推進協議会設立3周年を記念として、全国の「いきものみつけプロジェクト」の仲間や滋賀県内の地域の方々と交流、ネットワーク作りを目的に講演会を開催します。

■目次

はじめに	
1. 概要	1
(1) 目的	1
(2) 日時・場所	1
(3) 参加費	1
(4) 主催等	1
(5) 参加者	1
2. 講師・スタッフ	2
3. プログラム	4
4. 記念講演（高野誠鮮さん）	5
5. 私たちの夢プラン～地元からの話題提供と質疑応答	1 3
6. 対談（高野誠鮮さん・金井萬造さん）	1 5
7. テーマ別 4 つの分散会：全国の事例を出し合って～	2 2
8. すずか姫のいきものみつけ米 試食	2 4
9. 「いきものみつけファーム」全国情報交換会	2 4
資料 写真	2 5

1. 概要

(1) 目 的

中山間地域のまちづくりは、資源を活かした農と食の結合、おいしい味作りの開発と流通対応、里山環境と生活様式の提案が重要になってきます。

本フォーラムは、農の未来戦略・多様ないきものが賑わう環境と安心・安全で持続可能な地域づくりの結合に着目してフォーラムを企画しました。

自然・環境を活かした地域づくりと農産物のブランド化の取り組み、地域の自立・自活・実行について、講演と参加スタイルで考える機会とします。

(2) 日時・会場

八日市会場 アピアホール 11月29日 18:30～21:00

甲賀市会場 J Aこうか 本所 11月30日 9:30～12:30

(3) 参加費 500 円（資料代）

(4) 主 催 等

主 催 いきものみつけファーム滋賀推進協議会・全国交流実行委員会

協 賛 株式会社ミールケア 甲信トーヨー株式会社

協 力 公益財団法人日本環境協会 東洋ライス株式会社 株式会社サンワイズ

後 援 滋賀県 甲賀市 日野町 東近江市 湖南市 近江八幡市 竜王町
グリーン近江農業協同組合 甲賀農業協同組合
滋賀蒲生町農業協同組合 東能登川農業協同組合 湖東農業協同組合
一般社団法人 環びわ湖大学・地域コンソーシアム

(3) 参加者

農業者、農業生産法人関係者

まちづくり・自治振興の関係者

食・農・生物多様性・環境教育に関心のある住民

六次産業・J A（農協）関係者、

流通・加工業者、食に関わる企業

研究者、地方公共団体職員（県・市町）、議員（県・市）等

※来賓：八日市会場：日野副町長、グリーン近江農業協同組合常務理事

甲賀会場：甲賀市産業経済部長、J A 甲賀代表理事専務理事

※取材：中日新聞社、地元ケーブルテレビ

八日市会場：約 120 名

甲賀市会場：約 80 名

2. 講師・スタッフ

(1) 講師

	行 事	氏 名	所 属
1	記念講演	高野誠鮮	石川県羽咋市職員 総務省 地域力創生アドバイザー
2	対談	高野誠鮮 金井萬造	羽咋市職員、総務省地域力創生アドバイザー 立命館大学経済学部教授

(2) スタッフ

■いきものみっけファーム 全国実行委員

	氏 名	所属・役職	担 当
1	川村研治	公益財団法人 日本環境協会 事業部長	記録・渉外
2	伊藤治彦	東洋ライス株式会社 専務	渉外・調整支援
3	小崎哲也	東洋ライス株式会社	渉外・調整支援
4	吉田司	株式会社サンワイズ 社長	調整支援
5	丸山寛典	株式会社ミールケア 常務	調整支援

■いきものみっけファーム滋賀推進協議会 実行委員

	氏 名	役 職	担 当
1	岡田和男	会長	全体統括
2	竜王真紀	事務局長・総務部長	企画・事務全般・渉外・資料作成・全体進行

3	井阪尚司	総合プロデューサー 里学部長	企画・渉外・資料作成・ファシリテーター
4	金井萬造	研究部長	渉外・視察・資料作成・対談進行
5	植田栄蔵	食農部長	渉外
6	小嶋毅	事務局庶務	写真・資料作成
7	山下英隆	事務局会計	会計
8	野尻悟司	事務局庶務	庶務
9	堀ノ内一恵	事務局庶務	受付

■地元実行委員

	氏 名	所 属	担 当
1	廣岡いずみ	市民	記録・会場設営・受付
2	釜谷恵美子	市民	会場設営・受付・分散会進行
3	三日月雄介	市民	会場設営、ほか
4	市川ゆきひろ	市民	会場設営、ほか
5	岡崎徳幸	甲賀市環境課	会場設営、広報
6	徳地広樹	甲賀市農業振興課	会場設営、広報、ホームページ
7	西野英治	滋賀県甲賀農業振興 事務所農村普及課	会場設営、分散会進行
8	今村和哉	J A グリーン近江	会場設営
9	河並健太郎	J A グリーン近江	会場設営
10	山内地区	おむすびの会	昼食弁当（おにぎり）

3. プログラム

(1) 11月29日〈土〉八日市会場 アピアホール

	時間	プログラム	内容
1	17:00-18:00	会場準備・受付	実行委員で会場準備、受付
2	18:00-18:20	開会	司会：竜王氏
3		代表挨拶	・いきものみつけファーム滋賀の井阪理事 いきものみつけファームにかける想いと 1年間実践した成果を述べた
4		来賓挨拶	・日野副町長とJAグリーン近江役員からフ ォーラムに期待する言葉をいただいた
5	18:20-20:00	講演	高野誠鮮氏より「自立・自活できるまちづく り」地域をブランド化する手法を高野氏の 実践、独自の戦略の講義を受けた
6	20:00-20:40	質疑応答	井阪氏がファシリテーションを行い、会場 の参加者から質問・意見を引き出した。地元 からの話題提供を交えて、高野氏への質疑を 行った
7	20:40-20:45	閉会	竜王氏が翌日の紹介、説明をして終了した
8	20:45-20:55	後片付け	実行委員で後片付けをし、会場を退去した
9	21:15-22:00	1日目反省会 編集会議	1日目の講義の記録内容の要点の整理、 翌日の打ち合わせを行った

(2) 11月30日〈日〉甲賀会場（JAこうか）

	時間	プログラム	内容
1	8:00-9:30	会場準備・受付	
2	9:30- -10:00	開会	司会：山下氏
3		会長挨拶	・いきものみつけファーム滋賀の岡田会長が いきものみつけファームの成り立ちとプロ ジェクトへの想いを述べた
4		来賓挨拶	甲賀市役所産業経済部長、JAこうか 代表

			理事専務理事から推進協議会への励ましの言葉をいただいた
5	10:00-11:00	対談 高野誠鮮氏 × 金井萬造氏	金井氏のナビゲートの元、1 日目の講演からわが町で実践できる対談 「地域のブランド化をわがまちでどのように創るのか」
6	11:00-12:00	テーマ別分散会	① 有機肥料 100% で食味アップ ② 食育と健康を事業化する ③ 命をつなぐ環境学習・いきものみつけ ④ 地域資源を活かした六次産業化
7	12:15-	テーマ別分散会発表	・金井氏がファシリテーションを行い、分散会別意見交換の発表を行った
8	12:30	試食会	・いきものみつけファームでとれた米の試食会とアンケートを記入していただいた
9	13:00-	閉会	
10	13:15-14:30	いきものみつけ全国 情報交換会 (甲賀市役所 ランチルーム)	長野、山口、松本、滋賀、環境協会川村氏のファシリテーターの元、近況報告会を行った

4. 記念講演（高野誠鮮さん）

■60 万円の予算、1 年間で結果を

羽咋市神子原地区は、昭和 40 年代初頭には 1 千人の住民がいましたが、過疎化・高齢化が進み、平成 7 年に小学校が取り壊されました。市の職員として、この地域再生を任されたとき、予算は 60 万円。1 年で結果を出せと言われました。

この地域がここまで過疎化が進むまでに、役所が取り組んだ地域振興策はたくさんありました。まず、どうして役所にできなかったかを考えました。

村のことを真剣に考えている役人が少ない。上司の顔色をうかがい、うまく立ち回ることだけ考えている役人が出世し、力を持っています。責任を一人でとりたくない・とれないから会議を開く・稟議を回す。資料・計画書を作らせます。起業家精神の無い、無難に立ち回るのがうまい人が、決裁文書であがった計画をチェックし、会議で発言力があるのです。その結果、無難で役に立たない計画ができます。「失敗したらどうするか」だけを気

にする人には、創造的な仕事はできません。

成功するまで失敗を繰り返す。PDCA を回す。行動するから「知」が「識」になるのです。経験則がない人、現場に遠い人の意見は聴く必要はありません。

役所には、起業家魂が無い、責任の所在がありません。理念がない、心のベクトルが一致しません。この事業に取り組むにあたって、できない理由をあげるのではなく、できるためには何をすれば良いかを考えました。

■農村はなぜ疲弊するのか

神子原地区の農業所得は平均して 87 万円。この額では、第二種兼業農家が年金を貰いながらしか生活できません。仕事を求めて若い人は金沢に出て行きます。神子原地区には老人だけが残る。その結果、18 年間子どもが生まれない集落ができました。

農業の最大の欠点は、自分の希望の小売価格を設定できないことです。これは、一次産業に共通する問題。自分が作ったものは自分で売るしかありません。農協を通して販売しているので、農家に価格決定権がありません。農協に米は出さずに自己責任で売ることになれば良いと考えました。

農協に挨拶に行ったところ喧嘩になった。それから 2 年で農協の組合長が最大の協力者になってくれました。

これからは自分たちで売ろうと農家に説明をしましたが、納得したのは 3 世帯だけでした。163 世帯は拒否。自分で売ること責任を持つことが必要です。米の売り方を考え、実践しました。

■過疎地の再生

高齢化率 54% の「限界集落」が平成 21 年に 47.5% に下がりました。夫婦の月額収入が 30 万円を超える農家が出てきました。読売新聞北陸版に掲載されたところ国税局から調査が来ました。過疎地に国税局の調査は 3 回も入ったことがありません。平成 21 年には集落に約 8 千万円強が落ちている。今は 1 億円を超えています。

Uターン者は 8 名。他県からの移住者は 13 家族 39 名。農業を主体として生活しています。市の事務費は、60 万円、47 万円、27 万円と下がっています。人件費は別です。平成 20 年にはゼロ予算。お金をかけずにできることがたくさんあります。

■揺るぎない理念

神子原地区でマイナスに見えたものでもプラスに変えることができます。考えたのは、企画・構成・演出・脚本です。最初に猛反対していた人が「賛成」と言ってくれるだけで場の雰囲気が変わる。これが「脚本」だと思いました。

産業構造を変えようとしてしました。今で言う六次化です。当時は 1.5 次産業振興室という名を受けました。ここで事業を行うにあたり、役所の中で決済を回さないやり方を認めても

らいました。やった結果だけを供覧するやり方にしました。役所は、担当者から副市長～市長までがハンコをついて仕事が始められる世界です。「これは危ない」と思われたら、その人は絶対にハンコをつきません。「やってよろしいか」と伺いを立てたら差し戻されるようなことをやり続けました。やった経験が無い人が判断してはいけないのです。波風が立たないことしかできない組織になる。少しでも波風が立ちそうなことはハンコを押してくれないのが役所です。

大事なのは、揺らがぬ理念。あるいは哲学かもしれません。批判されても盤石な理念です。実行・実現を伴わない計画書や印刷物も一切止めました。

役所の中では無謀なやり方を許してくれたのが、池田という直属の上司でした。「犯罪以外なら俺が全部責任をとってやる」と言ったのです。人生の中で一番うれしい言葉でした。そんなことを言ってくれる公務員は一人もいませんでした。

「おまえが失敗したら、俺の評価まで悪くなるから止めろ」「失敗したらどうする。失敗したらおまえの責任にしていいか」という人がいた。成功したら「あれは、オレが指導した」という人もいる。「あれ・オレ詐欺」と言っている。

ほんとうに変えようとしたら波風が立ちます。ずいぶん嫌われました。

社会を構成する最小の単位は一人の人です。自分を見つめなければわからないのです。一人の体の中で、組織同士はけんかをしません。社会を構成する社会ではまあることです。人体に社会や組織の理想を見ました。互いに補い合い、助け合っています。血液はお金です。必要な所に必要な血液がきっちりと行くようになっています。かつて 1000 人の人口があった村が、今では 500 人になっています。害虫駆除の思想では回復できません。リハビリが必要です。痛みがあっても体を動かすことによって血流が始まります。

「哲学＝philosophy」の意味は「愛と知恵」です。肩書きや学歴をひけらかしても愛と知恵が無いのが問題です。哲学を持った役人はほとんどいません。リタイヤした人にはいても、現役にはまれです。

■戦略をたてる

最初に、金沢大学の橋本副学長（当時）はじめ、14 名の教授陣をお招きしてタウンミーティングを行いました。タウンミーティングで町は活性化しませんが、地域の人に「あいつは本気でこの集落のことを考えている」と思っていたくための策でした。

根本治療と対症療法が必要です。

根本治療とは農業の根幹に関わる部分です。流通業態の変革を迫ります。簡単に言うと直売です。

対症療法も併せてやりました。過疎高齢化対策です。農家はあっても人が住んでいません。空き家がたくさんあります。ここに他県から若い移住者を入れようと思いました。この繰り返しです。最低限度の目標は達成しました。まず、戦略を作りました。役所の中には、何とか戦略室がたくさんありますが、ほんとうの戦略はありません。

1) メディア戦略

できる限り多くの人を動かすために「メディア戦略」をとりました。ブランド化が目的。ほんとうに商品を売りたいと思ったら、できる限り多くの情報を流すことです。1個100円のガムを売るためにどの程度の広告宣伝費を使うか、上場企業は考えています。メディアを使って大衆を動かす方法はアメリカのCIAの戦略に学びました。

2) ブランド化戦略

予算が60万円ですから、プロの経営コンサルタントは使えません。ただ、コンサルタントは役に立ちません。プロのコンサルタントに頼んでうまく行った前例はほとんどありません。印刷物を残していくだけです。

どうすればブランドができるのか、書いたものはたくさんありましたが、やったことが無い人が書いたものばかりです。このような書物は信用できません。

自分たちでやるしかありませんでした。どうすればブランドになるか、何回も失敗しながらやってみました。身体を使わないとわからないものだとは初めてわかりました。ノウハウの無いところは他と連携でやりました。

3) 交流戦略

農家に直接お金(血液)が流れてくるようなオーナー制度を実施しました。できるものを全てやってみました。シイタケ、タケノコ、レンコン等です。

■「対処療法」その1

家はたくさんありますが、人が住んでいません。5～10年たった空き家は使い物になりません。4～5年が関の山です。人が住まなくなると家が荒れます。月に1回でも窓などを開ける人が来てくれるなら良いのですが、締め切ったままだと5年ほどで住めなくなります。ムササビが住んでいる家もありました。

遊休地化した農地も荒れてきます。空き農家・農地情報バンクを作り、農家と農地のセットにした制度を作りました。制度を作るにあたって、これまでの空き家対策事業で長続きしなかった例を徹底的に研究しました。成功例で無く、失敗例だけを調べました。それらの事例に共通しているのは「頭下げてお願いして来てもらった」ことでした。これは長続きしません。

ここでは反対のことをやりました。現地見学会は、書類審査に通った人のみにしました。現地見学に来たら、村の人たちが評価会をして決めました。一番高い点数を得た人だけ最終選考として、村の会館に来てもらい「面接」をしました。村の人がぐると囲んで質問し、最後まで揺らがなかった若い家族だけが移住できます。この方式にしたところ、今まで誰一人出て行っていない。

移住者が支払うのは月額2万円だけです。どんなに広い家屋や農地がついていても最大で2万円です。過疎の集落に必要なのは、共同作業を一緒にしてくれる若い人です。農道や水路の管理を一緒にしてくれる人が必要なのであって、腫れ物に触るように扱わなければならない人は要りません。

■烏帽子親制度 その2

次に、お酒が飲める女子大生が泊まれるようにしました。

18年間子どもがいない村は硬直化してきます。高齢の方ばかりになると、新しいことに取り組めなくなります。硬直化した意識を転換するのは「お酒が飲める女子大生しかいない」と思いました。

農山村では家長制度、つまり親父さんの意見が一番です。絶対に親父さんの敵にならないのは、お酒が飲める女子大生です。いつもはおばあさんしかいない集落に若い女子大学生が来ると、内心はうれしくて仕方がないのに「役所がそこまで言うから入れてやっている。本当は反対だ」と言いながら、夜になると晩酌が始まります。

法政大学国際文化部と東京農業大学の学生が来たときに、一献交わしてもらいました。そのとき「今日からお前らはうちの娘だ」と言ってもらいました。

「烏帽子親農家制度」を作ってみました。無料では泊めません。費用がかかります。実費はとってやっていたら、県の薬事衛生課からクレームが来ました。「保健所の認可がいつ下りたか？ お金をとる以上は旅館業法では農家民宿になり認可が必要」。手続きはしませんでした。しばらくしたら、また確認の電話が来ました。「保健所の検査は来しましたか」と聞かれたので「いや。まだ来ていません」と答えると「おかしいなあ」と言うので「まだ申請していません」と本当のことを言ったら怒り出しました。「この子たちのお腹が痛くなったらどうするんですか」「正露丸を飲ませます」。受話器を離していても聞こえるくらい的大声で怒りました。「食中毒を起こしたら、誰が責任をとるんですか」一番言ってはいけない台詞です。責任をとりたくない人の常套句です。「県庁の薬事衛生課が責任をとってくれるんですか」と聞いた瞬間に電話を切られました。二度と電話はないだろうと思っていたら、また来ました。今度は冷静にこちらの挑発にのらずに、すごいことを言って来ました。

「この子たちが、何年何月何日の何時何分頃にここに入って、農家が提供した食材レシピを全部出せ」と言ってきたのです。さらに「なぜ地方自治体が法律を遵守できないか、文書で書いて、県庁に説明に来なさい」と言ってきました。私は行きませんでした。代わりに、新聞記者に事情を話して取材に行ってもらいました。すると夕方、県庁から電話がかかってきた。「烏帽子親農家制度は、不特定多数の人を対象とするものではないので、旅館業法の適用はしません」。かりそめではあっても「今日から、お前はうちの娘だ」と言っている。親子の間に金銭のやりとりがあつてにせよ、宿泊・食事の提供があれば旅館業法違反だと言うのであれば、日本全国に旅館業法違反がある。へりくつだとはわかっているが、

あえてやったのは理由がある。上下水道・水洗トイレのない土地に一律に同じ法律を適用することの方が不都合です。

■農家に直接お金が落ちる仕組み

オーナー制度にひとひねりしました。外国人がオーナーになるまで国内では広報せずに、外国のメディアが取り上げるまで、情報を国外に流し続けました。AP、AFP、ロイターなどにファックスを流し続けた。

「ガーディアン」が取り上げてくれてイギリス領事館夫妻がなったときに、このことを県内で広報しました。40組募集に100組以上の応募がありました。

内容は単純。年間3万円のオーナー費用に対して、玄米40キロを保証しました。国籍は一切不問。生活雑排水、工場排水が一切入らない山のわき水だけで育てた米のオーナーになりませんか、という内容です。決して安くはないオーナー制度に人が集まる。農家に直接お金が落ちる制度を作るため、できるものは何でもオーナー制度を導入しました。

■学生を地域と結びつける

平成17年4～5月に来た法政大学の2人の女子大学生が大学に戻って烏帽子親制度を報告した。国際文化学部の堀上教授が「平安、室町時代の習わしをかたくなに守り続けている集落というのはここですか」と調査に来ました。ほんとうは4月から始めたばかりですが、「はい。そうです」と答えたところ「ゼミ生・学部生を体験させたい」。夏から泊めることになりました。

学生が農家と直接交渉して、泊めてもらえる家を探すことを条件にして受け入れました。泊めてもらえる農家が見つからなければ集会所に寝泊まりすることになります。そこのお手洗いを見せてもらった学生は、真剣になって泊めてもらえる農家を探しました。大学生は未熟で何も知らないし、農家の戦力にはなりません。せいぜい力仕事の手助けです。「学歴はあっても、山の中じゃ生活ができんな」と言われ続けます。

けれど、未熟な学生を受け入れた農家が成長したから受け入れ続けました。若い男子大学生が入ると、女性の高齢者が元気になります。女子学生が来ると男性高齢者が元気になるのです。

それから、学生はいろいろなアイデアを持っています。棚田に大きなひな人形を作ったのは学生の発想でした。そのアイデアを実行するよう促したのです。

■行列ができたレストラン

棚田のひな人形の間に立って「お帰りに村のレストランに立ち寄って」というチラシを配りました。

オーナーは移住者夫婦です。過疎の村で開店したレストラン。残雪の残る3月3日に創業したレストランにコーヒー1杯のために1時間並ぶ人が出ました。

彼の作るカボチャは1個1万円以上になります。収入は、我々より多いかもしれません。生産・加工・販売までをするからです。リンゴ、ズッキーニ、米、いろんな野菜を目の前で作ります。彼も新規就労者です。ただし、作っている作物は全部自分で加工し、販売します。カボチャからプリン、ケーキなど作ります。

この夫婦が18年ぶりに赤ちゃんを誕生させてくれました。夫婦2人で働いていますから、赤ちゃんがぐずることがあります。近所のおばあちゃんが勝手に入って来て子守をしてくれました。日本から消えてしまった教育力です。他人が家に入って来て、赤ちゃんをおんぶして外に連れ出したら、町では誘拐です。今、都会では近所の子どもが悪さをしているも叱りません。良いことをしても褒めません。近所の教育力が、この土地には残っています。赤ん坊が生まれるたびに高齢化率が下がりました。

■国際ブランド化戦略

同時にブランド化に取り組みました。地域ブランドの作り方について、もっともらしいことを書いてある本はいくらでもあります。あてになりません。実際にやったことが無い人が書く本は信じません。「魚沼産コシヒカリができたのだから、われわれもできる」と思ってやって来ました。

何をやったかと言うと、マネジメント。人工衛星を利用してデータを解析し、食味を調べました。壊さなくてもお米の中身がわかるのです。45センチごとに測定できる装置を作って測定してみました。人工衛星のスペクトル解析です。8つの指標を使って評価しました。ポジティブな方法ではなく、太陽光の反射を使います。アルゴリズムはこちらで作りました。これを「羽咋方式」として実用化しました。羽咋方式による米の食味測定を他地域に売り込みました。行政ビジネス第一号として、南魚沼産の米をで「羽咋方式」で解析しました。最初は「殿様商売」と言っていた新聞も、成功したら2年後に褒める記事を書きました。今は、クライアントが日本全国で20数カ所あります。解析費用は、業者さんの10分の1です。

集落説明会を開いて解析した図を見せ「この赤い部分と黄色い部分の田んぼで採れたお米は、肥料のやり過ぎです。おいしくありません。農協に売りましょう」と言いました。「おいしい田んぼの米はどうするんじゃ」と質問がありましたので「自分たちで高い値段をつけて売りましょう」と答えました。次の日、営農部長という人がやって来て、私の机を叩いて怒りました。「まずい米は農協に売りましょうと言ったというのは本当か」、「本当です。まずいものは農協で売ってもらいましょう。市場へ出しましょう。だって値段は同じです。外観しか見ていませんから。見た目の良いものを一等米として出せば良いのです。私たちはそんなことはしません」。

ブランドを決めるのは作り手ではなく消費者です。作り手が「うちの商品はブランドです」と言ってブランドができることはありません。消費者がブランドだと認める心理構造が理解できない限り、100年かかってもブランドはできません。消費者は、自分が買った

ものを他の人に語りたいのです。「うちのお米は、こういうお米なんですよ」と語る背景を持つこと。これがストーリー性です。

私たちの無名の米をブランドにするには、影響力の強い方が食べた実績があれば効き目があると考えました。消費者が「あれはブランドの米だ」と勝手に思い込むと思いました。天皇陛下・皇后陛下、ローマ法王、アメリカ（米国）大統領を考えました。

前田家藩主の末裔を探して宮内庁に面会に行きました。石川県にゆかりのあることから、親身になっていただき、一食だけは食べていただくことができました。アメリカのホワイトハウスにフェデラルエクスプレスで送りましたが、返送されてきました。アメリカ大使館に直接話をして、大統領一家に米を渡す役割をしてくれませんか、と交渉しました。相手が喜ぶことをするのが交渉です。相手がいやがることは交渉になりません。

アメリカ大使にアプローチしている最中に、ローマ法王が献上品として扱ってくれました。日本の小さな村落と世界一小さい国のかけ橋を私たちがしましょう、と言ってくれました。日本から初めて送られた米の第一号となりました。

■国内ブランドの確立

ローマ法王に米を献上した後、国内から問い合わせがありました。値段を1キロ 700 円とつけました。デパートで一番安い魚沼産コシヒカリがキロ 830 円でした。「安いわね」と言われました。デパートで米を買うのは富裕層です。

高級住宅地からの発注は断りました。高級住宅街とおぼしきエリアから電話があったときは「ごひいきにされているデパートにお問い合わせされてはいかがですか」と答えるようマニュアル化しました。

すると、バイヤーから「売って欲しい」という電話が来ました。デパートは生産者に強いが、顧客に弱いのです。いかにして頭を下げて買いに来させるかです。

日本で一番高いお酒も造りました。720 ミリリットルで 33600 円。石川県内では試飲会を一切やりませんでした。有楽町にある外国人記者クラブに持って行きました。最初から、外国人に受ける味を狙って作りました。ワイン酵母を使って発酵させたのです。日本酒がワインに近づいただけで「ワインのような高級酒ができた」と勝手に書いてくれます。海外の記者が褒めることで、国内でブランドが生まれます。外国の記事で褒められると、すぐに日本航空のエグゼクティブクラスの指定酒にされました。

■農家だけで作った会社

「米を作ったことのない人間に米が売れるか。売れたら何でも聞いてやる。会社でも立ち上げてやる」と言われていたので、「約束だから会社作ってくれ」と言ったら拒否されました。失敗を恐れています。売れなかったら売れるようにすれば良い、倒産したらまた立ち上げれば良い。やる前から失敗することを考えるのではなく、成功する方法を考えれば良い。マイナス思考の人間はどうすれば成功するかでなく、失敗したことだけを考えます。

会社を立ち上げる時、会議を 45 回やった。地区には「賛成」「反対」「無関心」がいるのが当たり前です。反対・無反応いるのが当たり前。

ある人が「もう会議を 45 回もやった。パチンコで 2 万円すった。ここは、2 万円すったと思って 2 万円ずつ出資しよう」と言ったら反対意見が無くなりました。農家だけで出資した会社ことができました。社長の決め方もおかしかったです。誕生日の一番早い人でした。役所、農協の資金は一切はっていません。

会社の設立の時、かつてけんかをした農協の組合長が「本来は、農協がやらなければならないことを役所がやってみせた」と、数百人を前にして挨拶しました。今、147 世帯が出資する、資本金 700 万円、年商 1 億数 1 千万円の会社に育っています。社長以下、11 人の従業員が働いています。読売新聞全国版でブランド米と掲載されました。新聞社の購読者が、消費者が投票で決めたブランドです。「にぎやかな過疎」を目指しています。

■自然栽培に取り組む

自然栽培の野菜・穀類は腐らずに枯れます。農薬・肥料、人工のものは一切使いません、奇跡のリンゴの木村さんが作った農法です。遊休地を使って自然栽培を始めると大きなトノサマガエルを始め、生き物だらけになりました。田んぼの中で、何かが何かのえさになる関係ができています。この農法の田んぼにはイノシシが来ません。葉が鋭いから鼻先をいれたら切れるからです。嵐が来ても倒れません。自然栽培の推進に農協と役所が協働しています。外部資材を入れない作り方を、日本方式として世界に売り込むべきです。国内で競争するのでなく、ライバルは世界です。

5. 「私たちの夢プラン～地元からの話題提供～」と質疑応答

■ふるさと羽咋市への思い～女性の活躍から～

井阪：羽咋市ご出身の方が会場にいらっしゃいます。ふるさと羽咋への思いはいかが？

女性：離れて 30 年経つ。お話を聞いて嬉しかった。ふるさとを思い出します。

高野：うちの地区はなぜやらないと聞かれる。「住みたいですか？」「あんなところは厭だ」「住みたいと言われるまでやっていいですか」

内子町の見学をすると

「私は年収 3800 万あるが、それ以上の人いますか？」

シイタケ 900 円の商品、ダミー商品だと言われた。

農家の奥さんたちの意見を聞いて、つくっていった。家庭でも調理するのは女性でしょう。ですから、加工するのは女性。販売するのも女性。働く人たちの意見を聞いて作らなければうまくいかない。

■東近江地域の事例紹介と質疑～夢を形に自立・自活へ一歩踏み出す～

井阪：夢をカタチにされた方々に紹介していただく。高野さんの講演の質疑とあわせて、自給圏への手がかりをつかんでいただければ幸い。

- (1) 池田さん（池田牧場・香想庵：ジビエ料理など）（地域資源を活かした古民家レストランを経営、ジェラートやシカ肉を提供し、ジビエ料理の店としても有名。県外客も多い。）

池田：牛乳を捨てなきゃならない時、生産者と消費者の距離が遠かった。近くするため直接販売した。ジェラートを開発販売。値段は本当に高いが、気持ちをくんで買ってくださった方々がいてくれた。消費者に近付けてよかった。

行政、一生懸命やってくれないからついていけない。

「命をつなぐ」 有害で駆除された鹿肉をつかってレストランでジビエ料理に。匂いと油、頑張ってクリアした。

金井：鹿肉美味しかった。大阪とも連携。地域の産品をつかう

- (2) 福井 さん（JAグリーン近江：日野菜）（日野菜の原産地である日野町を中心に日野菜栽培を進め、地元商店組合との連携でドレッシングやふりかけなどの商品開発も展開する。）

福井：日野で日野菜を加工品作っています。農協職員です。特産物として製造と商品開発をしています。農業の現状は真摯に受け止めなければと思いますが、熱い思いの者もいること。

日野菜を1万円の商品にするには、他の商品へのヒントもいただけたら。

井阪：日野菜の紹介をする。

- (3) 松瀬さん（松瀬酒造：ブランド酒「松の司」）（無農薬、有機肥料の米作りからこだわりの酒造りを進め、ワンランク上のブランド酒に育て上げた。）

松瀬：20年前から無農薬で竜王町で生産。特定なお米が手に入らなくて地元の農家に頼んでつくってもらっている。契約栽培です。

自然栽培の内容がよくわからなかったなので、また勉強したい。

- (4) 三添さん（農業委員・研究会：食の安全と食育推進）（地元野菜を学校給食に提供するとともに、食育の出前講座を行っている。）

三添：農業委員をしています。羽咋で直接お話し聞けなかったので、今回は感動しました。生産者の声をまとめてみて、食育の大事さを感じている。

(5) 野村さん(あいとうふくしモール：地産地消とモール化)(食材とエネルギーの生産・加工・消費を地元でまわし、障害者の社会参加にもつなげている。これに関わる3つのNPO法人が事業をモール化し、自給圏モデルを構築しようとしている。)

井阪：あいとうふくしモールの紹介をする。

■質疑に応えて～自然の摂理にかえて「微生物の多様性」から出発～

高野：外部資材つかわない、農協で教えている。木村さんから直接だったが、一回で100人以上、今は10回くらいにわけてやっている。

作付け農地を選ぶ場所は、3年以上の遊休地が望ましい。急には無理だが・・・。

栽培方法をマニュアル化・電子化してある。事務局にあるので問い合わせで・・・。

国内間競争やめませんか。国内に敵はない。高い技術を持っているのに売れていない。トップテンに日本が入らないのは何故か。ここを考えてほしい。ジャポニックと名付けている。自然栽培をやってる農協は他にない。最初は猛反対された。

品川ナンバーの車が来た。東京からも来るんです。

いきものみつけ、生き物の多様性が重要です。

本物は、腐らないで枯れる。微生物量全く違うからだ。

目に見えない微生物の多様性まで考えて取り組む。木村さんが編み出した。「日本人が考案。特許ないから」

井阪：明日の分散会で、安心安全につなぐ議論をしてほしい。六次産業化、バイオビジネス、海外に事業展開を目指す内容もある。

明日よろしくをお願いします。

6. 対談（高野誠鮮さんと金井萬造さん）

■成功するまで失敗を続ける

金井：今年、高野さんのいらっしゃる石川県羽咋市に2回調査に入って、現地の様子を見せていただいた。羽咋市の神子原地区の方々の様子、買い物客はどのような場所からいらっしやっているのか、聴いてきました。私は、能登半島に30年ほど前から入っています。羽咋市の隣に七尾市というところがあります。そこで30年前から地域興しをやっています。そちらに行っても、高野先生の様子を聴かせていただきました。

最初に、高野先生は59歳でいらっしゃいますが、これまでの人生でどのようなことを経験

されてきたか、お聞かせいただきたいと思います。東京では科学ジャーナリストして業績をあげていらっしゃいましたが、故郷でお寺さんを継ぐことになり、お坊さんの勉強をされたということです。市の臨時職員として雇用され、コスモアイルを 41 歳ころに仕上げ、50 歳ころに農業関係部署に配転されました。そこで、地域活性化に関する重要な仕事をしています。50 歳以降、農業に関わる仕事に携わる前にどのようなことをされていたかについて補足などを含めてお話ししていただきます。

高野：30 歳近くになり故郷に戻ることになりました。町のことを批判する人は山ほどいました。良いところは何も出てこないのです。青年団体と一緒に「町のギネスブックづくり」をしました。町の良いところを探して、記録しました。日本人には身近なものを過小評価する傾向があります。自分たちの身近にあるものは、良いものはないと思い込んでいます。ところが、Uターンして地元の町に帰って来たら、町の良い所がたくさん見えました。18 歳から大学に行って、帰ってくるとテニスコートを 1 日借りても 60 円しかかからない、良い所が山ほど見えるんです。でも、地元は自分の土地を悪く言うばかりです。まず、他の地域からよそ者呼んで地域の良いところを褒めてもらえば良いと思いました。

公務員は組織を大事にする。何がおきるかという、地域から住民が消えて行っているのに役所は残る。地域から農家がなくなっても農協だけは残る。非常におかしな状況になっています。役所は「役に立つ所」と書きます。役人は「役に立つ人」のことを言う。地域社会の役に立たない役所・役人がいる。おかしなことになっています。「役所に染まりたくない」の思いだけでずってやって来ました。役所の内部にしながら、役所の問題をずっと見続けていました。役所はできない理由だけを言います。「できない」という言葉は僕にとって火付け役なんです。

地域資源、シーズを探しました。良い物がいろんなところにいっぱいあるんです。活かそうとしないだけです。最初に見つけたのが UFO の古文書です。江戸時代の古文書に「怪火」と書いてありました。これを見つけて UFO の町を作ろうと言ったら、周りは猛反対です。12 名の青年を集めて、外堀作戦、外から攻めました。商工関係、商店会を味方につけて、反対派に迫りました。最後は外電を使いました。AP、AFP、ロイターなどに情報を流し、ウォールストリートジャーナルに書かれました。南米最大の新聞にも書かれました。議会を動かして、やっと予算がついて「宇宙と UFO 国際シンポジウム」を開いて、45200 人を集めました。25000 人の人口の町に。さらに、当時の自治省から 56 億 4000 万円の予算を引っ張ってきて、宇宙科学博物館を作りました。

宇宙科学博物館を作るとき、業者さんに無理難題をお願いしました。「本物のロケットを持ってきてもらえませんか」「ほんとうに使った宇宙カプセルを持ってこられませんか」「ほんとうの月の石を持ってこられませんか」。「できない」と言いますでしょう。プロの業者ができないということをやりたいと思いました。うれしかったのは、当時の市長が一部上

場している企業より、私の言うことを信用してくれたことです。3ヶ月間アメリカに行って NASA から 100 年間無償で借りるという契約を取り付けてきました。月の石、月面探査車などいろいろなものを借りることができました。ロシア宇宙局から本物のロケットを6基買いました。

「できない」と言われるとやる気がでます。「できない」のなら「どうすればできるか」を考えれば良いのです。「失敗したときのことを先に言う人」の意見は絶対に聴いてはいけません。「失敗したらどうするんだ」と何回も言われました。簡単です。成功するまで失敗を続ければ良いのです。失敗したことが無い人は挑戦しない人です。失敗して初めて学ぶことができます。自転車の練習をして、初めて補助輪を外したときと一緒です。一回転んで練習を止めたら、一生自転車に乗れるようになりません。転びながら体で覚えたことが身につきます。これが「識」なんです。「知」は、やってみて「識」になります。もともとは仏教用語です。「知識」の「識」は体を使って覚えたことを言います。

地域活性化もやってみるまでわかりませんでした。やってみたからわかったのです。できない人は「失敗するから」と言います。「どうして失敗するとわかるのですか、あなたは予言者ですか」と言ってすごく怒られました。

金井：昨日からすごいお話をお聞きして「高野さんだからできることだろう」という声もたくさん聞きましたが、そういうことでなく、高野さんから学ぶべきことを掘り下げて行きたいと思います。高野さんが活躍された時代には3つの特徴があります。一つが「情報化」、もう一つが「ローカルとグローバルなものと結びつけ展開すること」そして「競争から連携・協力・ネットワーク」。高野さんは、この3つをととても上手に使っていることがわかります。科学ジャーナリストとしての知見であるとか、経験は真似できないことですが、21世紀になって加速した動きをうまくとらえていらっしゃる点は、参考にさせていただくことができると思います。

■転換点

金井：高野さんを講師にお招きするにあたって勉強会をしました。自分の目で確かめることが大事だと思い、羽咋市にも2回行きました。配布した資料には、同行した学生の感想文を掲載してあります。柚木君が会場に来ているはずです。

柚木：10月下旬ころに見学に参加させてもらいました。直売所を見せていただきましたが、勉強不足で行ったせいもあり、第一印象としては、変わったところがあるように思えませんでした。商品が豊富にあるとは感じましたが、特別な秘訣のようなものがあるかどうかわかりませんでした。その後、本などで勉強すると、そこまでにもって行く行動力が大事だったと思いました。

金井：そういった感想が昨日のアンケートでもたくさん書いていただきました。レールが敷かれると動き出すけれど、最初に行動を起こすことが非常に重要だという意見・感想を多くいただきました。

この10年間で、地域は大きく変わっています。六次産業化も発展して、いろいろな成果をあげています。JAさんの取組も盛んです。これからさらに発展を続けるには何がポイントになるかを考えたい。羽咋市を2回ほど訪ねさせていただきました。行政やJAに対する批判もお聞きしましたが、現地では非常に楽しく、うまくやっています。神子の原の直売所ではご婦人方が加工食品を作って楽しく売っていました。開店すると周りの市町村からもたくさんの人が買いに来ます。ヒアリングしてみると「良いものがたくさんある」という回答です。「農家の方とお話ができる」という声もあります。非常に明るい場所になっています。小規模な地域ではありますが、高い付加価値のある商品をたくさん販売していました。作って売っている方が明るいことも感じました。

高野：自分で作ったものを自分で加工し、値段をつけて、売りましょう、と言ったとき、最初は猛反対を受けました。「売れ残ったら誰が責任をとるんだ」この一点です。農協は値段は安くても全量を引き取ってくれる。役所がそんなことを言いだして、売れ残ったら誰が責任をとってくれるんだ。他の商品にそんなものがありますか。自分で作った商品が売れ残ったら役所に買い取ってもらうようなものが。そんな商品一つありません。何を甘えているんですか。自立自活していないのです。補助金も役所の支援も要らない。十分にやって行ける、と言えることが本来の自立・自活です。

自分たちで加工して販売できる場所を作ろうという提案に賛成したのは169世帯のうち3世帯だけでした。あとは全部反対です。それが変わってきたのは、米がキロ700円で売れ始めてからです。「みなさんで売りましょう。会社を作りましょう」と言う「そんな偉そうなことを言うのなら、役所で米を売ってみろ。売れたら会社作ってやる」と言った人がいました。JAを通すと1俵1万3千円で米を売っていた時代に4万2千円で売りました。それを2年連続でやりまた。3年目に「売れたから会社を作ってください」と言ったのですが、約束は反故にされました。

「赤字になったらどうする」「倒産したらどうする」「米が売れなくなったらどうする」マイナス思考のことしか言わないのです。赤字になったら黒字にすれば良いのです。小学生でもわかります。どうすればうまくできるか、うまく行くかを考えない・言わないのです。会社を設立するときに、数ヶ月かけて45回の会議を開きました。普通なら会社を作るのは簡単です。登記の手続きなど1週間でできます。45回の会議をやって反対意見が無くなったのです。東山さんという農家の方が発言されたのです。「今日、パチンコで2万円負けた。今日、みんなパチンコに負けたと思って1世帯2万円出資しよう。150世帯が出せば300万円の会社ができる」とおっしゃって賛成が得られた。希望に燃えての出発ではありませんでした。あきらめての出発です。ところが、最初の年から黒字になりました。平成19年

7月7日に創業して、12月には数千万円の黒字です。うまく行き始めたら、一番強く反対した人がテープカットのときに「これは私たちが作った会社です」と言って中を案内しています。人間はそういうものです。うまく行き始めると「あれはオレがやった」と言い始めます。これを「あれオレ詐欺」と言います。集落全体の意識は簡単には変わりません。地域の中には「賛成」「反対」「どっちでもよい」が必ずいます。100%うまく行くことはありません。全世帯賛成することはありません。

金井：最初に賛成してくれた3人は、どうして賛成したのでしょうか。

高野：集落の一番人望の厚い人に賛成に回ってもらったのです。集落のキーマンを最初に説得しました「このままでは集落は消える。今、立ち上がりませんか」とこんこんと説いて納得してもらいました。

金井：日本は失敗に厳しい社会。海外は失敗に寛容。失敗を乗り越える情熱が大事です。

高野：直売は仕入れ商売ではありません。自分で生産して販売するから赤字になるはずはありません。経験が無い人は、不安でささいなことを心配をするのです。商売が下手な公務員でも米が売れた、とやって見せた。やってみせて、やってもらう。成功体験でやる気をだしてもらう。昨日まで農家だった人が、いきなり会社の社長です。今、社長以下11名の従業員が働いています。今では立派な経営者です。すごい経営者だと思っています。体験から人を変えることができます。机上では学べません。

■女性の活躍

金井：直売所では、農家のご婦人が朗らかで、明るくて、楽しそうに対応していらっしやったのがすばらしいと思いました。

高野：最初に裏で、奥さんだけを集めて作戦会議を開きました。「私たちがもうけて、父ちゃんをハワイに連れて行こう」という看板を作って。男はだめなんです。口ばかりで何の役にも立ちません。直売所の設計は全部奥さんにやってもらいました。男性からは「俺たちの意見が入ってない」と言われました。

レジを打ち、おにぎりを作り、配膳し、売っているのは女性です。働いているのは女性です。中で働かない男が口を出して直売所を作ったら働き手である女性にとって使い勝手の良くないものができます。行政が作ったものはたいていそうでしょう。男中心に物事を考えているから非常に使い勝手が悪い。中で働く人のことを考えて作らないのです。直売所は全部、奥さんがたの意見で固めました。ほんとうに切り盛りして回していくのは女性です。地域の女性が元気にならない限り地域の元気が生まれません。精米所などは男性が操

作しますから、男だけの意見で作ります。地域活性化の鍵は女性です。女性が元気になれば地域は元気になります。

■戦略を立てる

金井：戦略を立てることが重要だったかと思います。ブランド戦略・メディア戦略・交流戦略について、お話しをいただきたい。

高野：知・情・意が人を動かします。人は知らないものは買いません。人は目と耳から情報が入り、心が動かされると行動に駆り立てられる。これが人間の行動規範です。一部上場の企業は、CMを垂れ流しています。それを見て・聞いて心が動かされて買ってみようかという気分になります。ほんとうに買って欲しいなら、いかにして情報を入れるかを考えなければなりません。

次に地域ブランド戦略です。私には経験がありませんからものすごく悩みました。そして、経験の無い人の本は読まないことにしました。考えているうちに、人は人にあこがれると気づきました。「あの人は良い鞆を持っているな。同じものを持っていたいな」と思います。無名の農作物をブランド化するためには、影響力の強い人が継続して召し上がっていらっしゃるものにできれば、消費者はブランドものに違いないという意識を持ちます。影響力の強い天皇皇后両陛下、ローマ法王、米国大統領を候補として、羽咋の米を食べていただくよう画策しました。ローマ法王の献上品になってからブランド価値がついたのです。

良い商品は、頭を下げても買ってもらえるわけではありません。頭を下げても買にくるように仕向けました。ローマ法王の話しが広まってあちこちから「買いたい」という電話が来ました。富裕層が住むと思われる地域から問い合わせを受けても、直接は売りませんでした。「先ほどまであったのですが、売り切れました。デパートにお問い合わせいただいてはいかがでしょうか」と答えました。実際には在庫があったのです。すると、デパートから電話が来ます。「在庫がないが、少しなら残っている」と言って売りました。

それから「ノベルティ戦略」を作りました。レクサスや家などの高額商品を買った人に米をプレゼントすることにしたのです。能登信用金庫に 300 万円以上の預貯金をした人には 5 キロの米をつけました。高額商品とセットにすることで、高級な米であるというイメージづくりになります。

何が一番効果があったか、測定することはできませんが、お米の 85% は予約されています。直売所に並ぶのは 15%。12 月になったら米はありません。

■質疑

金井：地域の中で、方針とか戦略がはっきりしていれば確信を持って動けるということであつたかと思います。私たちが学べることが多いお話でした。

次に会場からの質問を受け付けます。

林：キーマンは行政にも、JAにも、地域の金融機関にもいるかと思います。この組み合わせはパターンはいろいろだと思います。地域のキーマンはどのあたりから探し出すべきでしょうか。

高野：地域をひっぱるリーダーは地域にいます。そこに根っこから住んでいる人です。他の人は黒子。現実を変えるのはそこに住んでいる人です。私たちができるのは、その気にさせること。やって見せて、ルールを敷くことはできます。実際にやるのは、その地域にいる人です。行動するかしないかです。100年議論しても何も変わりません。

変人・変わり者、ちょっと変わった人がキーマンになる可能性を秘めています。それから行動する人です。行動しない人は相手にしません。身分・地位は関係ありません。知と愛を持つ人。思想・哲学は目に見えませんが、それを持つ人が地域を変えて行きます。

金井：知・情・意が人を動かします。具体的な地域を考えながら知恵を出していくことが大事です。地域が100あれば、100の答えがあります。

会場：短時間で深い話を聞けました。経営コンサルタントをしている人間として反省しています。高野さんは、経験が知識を生むとおっしゃいます。経験をするときの原動力は、さきほどのお話では、役所・農協への怒りであったということでしょうか。

高野：かちんと来ることは山ほどありますが、怒りを原動力にしてはいけません。原動力は人の価値です。葬儀のときに人の価値がわかります。集落のために生きてきた人の葬儀には、集落の人がみんな集まって泣いてくれました。葬儀のときは偽れないと思いました。何かに命をかけた人の葬儀にはその関係者が来て泣いてくれます。

「修行」は「やりながら修正する行動」です。やってみて直すことが修行です。私の行動の原動力の根源は仏教の思想かと思います。怒りに対しては怒りしか出て来ません。最初、農協の組合長とは大ゲンカをしました。2年たったら最大の理解者になりました。だから、農薬や肥料を一切使わない自然栽培農法の指導の会をしてもらっています。理解してもらおうと努力しない人もいます。排除の思想でなく、協調・連携の思想がなければ地域活性化はできません。地域の中で喧嘩ばかりしていたら地域は疲弊する一方です。

中澤：松本から来ました。自然から学ぶことがあれば教えてください。

高野：自然から教えてもらったことは山ほどあります。自然はバランスの中で成り立っています。害虫という虫はいませんでした。木村秋則さんのリンゴ畑には害虫がいません。

虫はいますが、害虫を食べる虫もいます。それぞれの循環の中で畑が成立しています。

7. テーマ別分散会～全国の事例を出し合って～

分散会

第1分散会・・・テーマ：有機肥料100%で食味アップ 参加者20名
話題提供：(株)サンワイズ、いきものみつけファーム滋賀推進協食農部

第2分散会・・・テーマ：食育と健康を事業化する 参加者11名
話題提供：(株)ミールケア、東洋ライス(株)

第3分散会・・・テーマ：命をつなぐ環境学習「いきものみつけ」 参加者18名
話題提供：いきものみつけ寺子屋、甲賀市水口子どもの森

第4分散会・・・テーマ：地域資源を活かした六次産業化 参加者23名
話題提供：長浜バイオビジネス創出研究会、すごいええのう鮎河

まとめ発表

■第1分散会報告

有機100%の説明をいただいた

米糠と米の精との違い、乳酸菌になり、多数生成されて稲に吸収される

成長過程で麹菌とかがかかわって、雑菌の殺菌効果

有機物の分解過程、窒素が多くなるとどうなるかなどの質問

よくわからないのでまた質問したい

岡田会長から 「米の精」は100%肥料なので効果てきめん。食味も良くなる。

土の中で分解している

■第2分散会報告

食育をテーマに話し合い

食育はやってほしい、大切に思っているのだからなかなか発信できない

いきものみつけ、食育をテーマに取り組んでいければ、地域で広がってくる。

地産地消も大きなテーマだ

■第3分散会報告

自然体験型の環境学習が進んできた

生き物や人をつなげるのがいきものみつけ

環境学習をされている方々の意見、親と子の協働作業、減っている。

地域とつながっていく

子供の発達段階と小さなころ、リスクを含めて体験することも

子どもたちが、年代が進むと発表していく機会を増やす、

生命をはぐくむ生産の場、を一致させる「いきものみつけ」の活動の一部

いままでのやり方だと、還元されない部分がある

地域を繋いでいく学校、広がっていくことを理解

ここでの学びを行動に反映していくのが大事

■第4分散会報告

長浜のバイオの取り組みについての質問を通して

六次産業の取り組み、滋賀は多いが次のステップに進めていけない

大学の技術と連立して新しい作物をつくっていった構築したい

コーディネート、行政がプロデュースの必要

2次産業はへっていく

地域の発展を進めていきたい

情報共有必要

■分散会へのコメント（高野誠鮮さん、金井萬造さん）

金井：議論はもっとあるが、まとめて実行委員会で

高野：4分科会それぞれに良かった

自然栽培のマニュアルは自由にコピーしてまわしてください。自然栽培の仲間は滋賀にもいる。本質を見てほしい。

農業って宗教？と思ってしまった。

本質的なところが分かっていない

着目してほしいのは、木村秋則氏の理論、実証したのが強い。ぜひやってみてほしい。その生命力の強さに驚く。

木村さんのリンゴはすっても黒くならない。酸化されない。

人間が食べてもよい米は水につけておくとどぶろくになって良い香りがする。
食べてはいけないものは腐る

本来あるべきものにかえる。オリジンに戻す。仏教の教え。
本質はそこにある。行者になってほしい。論議するより動く人になって、
農業は爆発する。この素晴らしい技術を持つ日本は世界で48位（農業）

足元だけでなく、広く世界を見てほしい。地球を考えてほしい。
リリース　　オリジン　本来あるべきところに帰る
もう一回農業に戻ってほしい

金井：ありがとうございました。
自然栽培の理解、時間かかるのでまた機会を作りたい。
滋賀甲賀は資源が豊か、人も豊かなのでまだまだ発展できる。

8. すずか姫のいきものみつけ米 試食

金芽米にしてもらった滋賀県甲賀市土山町黒川で栽培された米を試食した。
現地の「おむすびの会」の方々に調理していただいた。

9. 「いきものみつけファーム」全国情報交換会

日本環境協会の川村さんの進行で、交流会を持った。
東京都、秋田県大仙市、長野県松本市、長野県長野市、山口県、滋賀県などの「いきもの
みつけファーム」が参加した。

■資料 11月29日の写真(八日市会場)



■資料 11月30日の写真(甲賀市会場)



いきものみっけファーム全国交流会 I N 滋賀 2014

実施報告書

発行 2014年12月

いきものみっけファーム滋賀推進協議会

〒528-0208 滋賀県甲賀市土山町黒川

携帯 090-7966-2262 e-mail ryuoh-mtm@maia.eonet.ne.jp

この事業は、平成 26 年度甲賀市市民協働事業の助成と株式会社ミールケア、甲信トーヨー株式会社の支援を受けて実施しました。