

幸	を	見	す	農
せ		え	る	業
		る		ビ
		化		ジ
				ネ
				ス
V	O	L	12	

# 世界第2位の輸出国 オランダの未来志向

視察のため、人生で初めてヨーロッパに行ってきた。訪れたのは英国、ドイツ、フランス、オランダの4カ国。結論から言ってしまうえば、農業でことさら学ぶことはなかった。逆に言えば、日本の農場の技術水準は畑作でも畜産でも、他の先進国と同じか、個々をみればそれ以上だと確認できたことが収穫だった

## 知と知をつなぐ

「農と食のシリコンバレー」と形容されるが、何も大層なことをしているわけではない。単純にいえば、知の最前線にある大学とその研究ネットワークのブランド化である。

ワーゲンゲン大学という農業研究で世界的に有名な大学がフードバレーの中心にある。その大学が呼びかけ、研究者、企業、公的機関をまきこんで食ビジネスの未来を一緒に創造しようと集めたのが「フードバレー・ソサイエティ」というゆるやかな会員制の組織だ。

この組織のキーパソンは実は、学者でも官僚でも企業の研究者でもない。ソサイエティが雇うコーディネ

ーターの女性30人ほどだ。彼女たちの仕事はいわば御用聞き。「こういう商品を作りたい」「こういう研究をしたい」とメールで投げかければ、「こんな先生がいます、こんな企業があります」と紹介してくれる。そうして知と知をつないだ結果、期待感が吸引力を生み、世界中から企業や情報が集まってくる。

何より驚かされるのは、訪問者のリクエストになんとしても応えようとする個々人の姿勢である。私のような一介の農業経営者が日本から訪れても、世界的な研究をしているワ

ーゲンゲン大学の教授達が、「どうしたらもっとお役に立てますか」「我われの持っている知識をどんどん使ってください」という態度で会合に臨んでくれた。私の関心、要望に応じて独自のプレゼンテーションがしっかりと準備されており、どの会合も時間どおりに目的が果たされる。未解決の問題があれば、ミーティング



11月、サイレージ化したデントコーンの梱包作業を行なった。サイロール®という自社ブランド名で販売。鹿児島県の畜産農家より、肉質・乳質が向上すると、栄養価の高さを評価されている。



(有)さかうえ代表取締役。1968年鹿児島県生まれ。24歳で就農。コンビニおでん用ダイコンの契約栽培拡大を通して、98年から生産工程・投資・予算管理の「見える化」に着手。これを進化させたIT活用による工程管理システム開発に数千万円単位で投資し続けている。現在、150haの作付面積で、青汁用ケール、ポテトチップ用ジャガイモ、焼酎用サツマイモなどを生産、提携メーカーへ全量出荷する。「契約数量・品質・納期は完全100%遵守」がポリシー。03年、500馬力のコーンハーベスタ購入に自己資金3000万円を投下し、トウモロコシ事業に参入。コーンサイレージ製造販売とデントコーン受託生産管理を組み合わせた畜産ソリューションを日本で初めて事業化。売上高1億6000万円。08年から食品加工事業に進出。剣道7段。

## 坂上隆

Takashi Sakane

後にフォローのメールが入ってくる。

かといって予算がフンダンにあるわけでもない。対応してくれたコーディネーターの女性は、ベビーカーのある自家用車を使って、次々と手際よく会場場所に連れていってくれた。あらかじめ、幼稚園の子供の迎えがあるからと途中の旅程からはタクシーが手配されていた。昼食はサンドイッチのランチボックスが用意される。サンドイッチ片手に若い研究者と議論を戦わせたり、新しいプロジェクト立ち上げの方法論について教わったりもした。

フードバレーという食の未来を創ってこういうという理念を皆が共有

し、等身大の働きをしている。そこに参加すれば何か起こりそうな希望が存在するのだ。

### ☑与えられた役割を果たす

私は「日本もオランダに追いつこう」という結論を導きたいわけではない。農業、そして食品産業として見ても、やっていることに大差はないし、個々の商品でみれば日本の方がずっと上のような気がする。日本の学者の研究レベルも世界水準であるだろう。今のところ、ちょっとしたボタンの掛け違いで、日本が遅れを取っているようにみえるだけに過

ぎない。

だがその掛け違いで、オランダは米国に次ぐ世界第2位の農産物輸出国、日本は最大級の輸入国となった。日本では学者なら学者だけが集まり、学問が産業とつながるかどうかは関係ないという雰囲気がある中、オランダでは「オランダ人が世界の農業をリードする！」という意識が、受付の事務員レベルからトップ研究者まで行き渡っている。農業・食産業の発展に、自分に与えられた役割の中で貢献したいという気概と謙虚さがある。

日本人に必要なのはただ、思考方法を未来起点にすることではないだ

ろうか。

年に一度開催される「フードバレー会議」の今年のテーマは、「食産業の将来は食べながら肥満を解消する商品開発。それが飽和しない未来市場だ」。いまや肥満は先進国だけでなく、新興国や発展途上国でも共通する課題である。これを解決する方向性を示す場をつくることで、オランダは食市場の将来においてフラッグシップをとっていく。

私は日本の農業界にも、こうした世界の旗振り役を果たせる実力と素養が備わっていると確信している。

そのためにもどう思考の転換をすればいいか、次号で考察したい。