



## CONTENTS

### 2 クローズアップ この経営者！

ホンモノの乳製品を消費者に

―開かれた牧場&工房で地域と交流―

平林 衛さん（京丹後市久美浜町）

### 4 特別企画

平成22年度近畿府県農業法人組織現地交流会  
パネルディスカッション

新しい販路をどう拓くか、次の一手を  
考える

〜どこに、誰に、何を売るのか〜

### 6 特別企画

平成22年度近畿府県農業法人組織現地交流会  
基調講演

「笑い」のビジネス

笑いに秘められた可能性

田中宏幸氏（吉本興業株式会社 執行役員）  
吉本お笑い総合研究所 所長

### 7 私の期待・わたしの提案

農家に生まれたから伝えられること  
を活動の原点に。

西村秋保さん（シニア野菜ソムリエ）

### 8 次世代の声

幸せいっぱい 夢いっぱい

杉田 充さん・智恵美さん（京田辺市）

### 8 農業法人ニュース

編集局から

表紙写真：次世代の声

杉田 充さん（左）・智恵美さん（右）

アップ  
ス  
ア  
ッ  
プ  
ク  
ロ  
ー  
ズ  
この経営者!

# ホンモノの乳製品を消費者に

―開かれた牧場&工房で地域と交流―



海外の牧場を彷彿させるジャージー牛

京丹後市久美浜町 **平林 衛**さんひらばやし まもる (64歳)

府内では珍しいジャージー牛の酪農で知られる(有)丹後ジャージー牧場。親会社の平林乳業にいた時代から大手メーカーに依存せず、牧場経営から加工・直売まで一貫して行い、独自のブランド商品を生み出している。「なによりも消費者とのふれあいを大切にしたい」―代表取締役、平林衛さんの経営モットーだ。

## ジャージー牛で大手に対抗

府の西北端、久美浜湾が一望できる「かぶと山公園」からほど近いところに、アットホームな牧場がある。カウベルをつけた子牛、高原のロツジをイメージした「ミルク工房そら」、そして隣接するテラスからはKTR(北近畿タンゴ鉄道)の列車が見える。「すぐ下の水田には毎年、ナマズが産卵にやってきますよ」。平林さんの口元がほころぶ。

平林家の酪農の歴史は古い。奥さんの文子さん(63)の父・卓さん(86)が、戦後間もない昭和24年、村で初めて導入した乳牛1頭の飼育に始まる。同31年、手づくりの牛乳処理場を構え、営業許可を取得。一家で牛の世話から草刈り、牛乳づくり、自転車での配達まで、毎日休まず働いた。

兵庫・和田山町出身の平林さんが同家へ入り婿に



これまでのイメージを一新させた  
おしゃれな店舗

きたのは昭和45年。そのころは「販路を開拓するため、丹後、但馬のスーパーや小売店、病院詣でに明け暮れた」という。

やがて大手乳業メーカーによる低価格の乱売合戦が激化し、地方の中小業者は軒並み大手の傘下へ。危機感を抱いた義父の卓さんが岡山・蒜山ひるせんの牧場を訪ね、ジャージー種を導入したのは昭和58年。ジャージー種はホルスタイン種よりひと回り小さく、乳量も少なくて割高。だが、栄養価が高くてコクがある。物産展へ出品の誘いがあれば、平林さんはどこへでも出向いて販売した。

## 「ミルク工房そら」オープン

「牛乳は水より安い」とさえいわれるなかで、いかに安全性の高い、本当に美味しい製品を提供できるか。「そのためには地域密着型の経営しかない」。それが平林さんの結論だった。

平成12年、義父・平林卓たかし氏の所有地（1.2ha）を整備し、別法人の「丹後ジャージー牧場」を立ち上げた。当初は敷地内にテントを設け、搾りたての牛乳を販売していたが、オリジナルの乳製品をつくりたいという思いから、同16年、国・府などの補助金を受けて「ミルク工房そら」(約90㎡)がオープン。テント市はおしゃれな店舗に昇格した。

工房では、搾りたての牛乳で、アイスクリーム・ソフトクリーム、プリン、チーズ、乳酸菌飲料、ミルクジャム、スイーツ類を製造している。なかには客の要望がヒントになったものもあり、自慢のふるさと産品「久美浜百珍」

独自ブランドの乳製品はすべて、ホンモノにこだわる



には1日1200人もの客が押し寄せる活況ぶりだ。

平成22年度には、京都市内のハチミツ専門店と連携、中元・歳暮向けに「はちみつアイス」を開発するなど、「年に1つは新商品を出したい」と平林さん。同時に、「たんなるアイスクリーム店ではなく、1頭当たりの乳量と品質向上に努め、牧場ならではのモノづくりでこだわりたい」と強調する。

## 食と農を体験できる場を

現在、牧場ではジャージー牛40頭（子牛を含む）を飼育している。昨春から、人工授精師免許を持つ中国四国酪農大学の卒業生もやってきた。

また、近年の食育推進の動きに合わせて、牧場ではジャージー牛とのふれあい、バターづくり体験など、農業体験学習を行っている。地元の保育園、小・中学生をはじめ、都市住民らの見学会とともに、京都の大学生のインターンシップを受け入れてきた。

子ども向けのバターづくり体験のときには、「牛乳は牛から人への命のおすそ分け」ということを話しています。それを伝えるのが私たちの役目ですから」と奥さんの文子さんはいう。

## めざすは「滞在型の牧場」

家族の結束も固い。文子さんは工房長、3年前に帰郷した長男の学さん（29）は、妻の美智留さん（30）とともに工房で働き、二女の岡本多恵さん（36）はホームページの運営やインターネット販売を受け持つ。最近始めたジャージー牛乳たつぷりのカップチーノは、学さんの提案で評判は上々だ。

平林さんはこれまで、京都中小企業家同友会などにも加わり、異業種の経営者との出会いを通して自らの夢を育ててきた。好きな言葉は「有言実行」。夢を語り、そして実現に向けて努力する。「実行しなければ従業員もついてきませんから」。

今後はさらに、ピザづくり体験やオープンカフェ、地元の野菜などを使った農家レストランも：と構想を描く。「素朴なモノづくりを理解してもらい、ゆつたりと過ごす滞在型の牧場にしたい」というのが平林さんの夢である。



スタッフの笑顔でいつも明るい  
雰囲気店内

### （有）丹後ジャージー牧場

- 設立 平成12年8月
- 資本金 350万円
- 役員 代表取締役 平林 衛さん  
取締役 平林文子さん
- 経営規模 牧場 搾乳牛24頭、育成牛・子牛16頭（パイプライン  
ミルク3台、バルククーラー1台）  
「ミルク工房そら」 アイススクリーム、チーズ、乳酸  
菌飲料、ミルクジャム、スイーツ製造
- 従業員数 12人（牧場管理2名、ミルク工房10名）

# 新しい販路をどう拓くか、 次の一手を考える ～どこに、誰に、 何を売るのがか～

平成22年度近畿府県農業法人組織現地交流会  
パネルディスカッション  
2月9日 ホテルセントノーム京都

○パネリスト

吉本興業株式会社執行役員・吉本お笑い総合研究所所長 田中宏幸氏  
有限会社池田牧場代表取締役 池田義昭氏  
天橋立ワイン株式会社代表取締役・  
有限会社丹波ワイナリー取締役社長 山崎浩孝氏  
株式会社きてら代表取締役 原 拓生氏

○コーディネーター

篠田直明会計事務所所長・税理士 篠田直明氏



2月9日に京都市内のホテルを会場に開催された平成22年度近畿府県農業法人組織現地交流会のパネルディスカッションで、滋賀、京都、和歌山で地域の特色を活かした販売戦略を展開している3法人が、「どのように売上げを伸ばしていくったか」などの経験を紹介し、参加者らと交流した。

●酪農家が作るジェラートが大人気  
池田牧場（滋賀・東近江）

**池田** 酪農家から商売の世界に入って生活が180度変わった。売る努力、消費者に買ってもらうために経営が成り立つのが商売の世界だと、体で知った。14年前に牛舎横の牛臭いところに店を作り、笑われながら出発した。5月の連休にはジェラートを目当てに車が押し寄せ、びっくり。6年後には景色のいい山林に移転して茅葺き民家を移築した農家レストランもオープンさせた。農家として「ここでしか食べられないもの」を提供しようとメニューを考えた。ジェラート販売、農家レストラン、キャンプ場やグラウンドゴルフ場を含め、今では年間10万人に来ていただけるようになり、永源寺地域に人の流れができてきた。今後は農家民宿もやってみよう。

●世界トップのワインをめざして  
天橋立ワイン（京都・宮津）



山崎浩孝氏

**山崎** 1995年に北海道ワインという会社から帰ってきて、丹後でワイン作りを始めた。ワイン工場の方が先にあったのだが、丹後にふさわしいブドウ品種を見つけて栽培を広げ、農業法人も設

立した。地元の海から出るカキの貝殻を肥料にして畑に播いてブドウを育て、天橋立ワインとして醸造・販売している。ブドウの絞りかすは近くの牧場の牛に食べさせ、ワイン牛として育ててもらっている。ブランドとしての知名度はまだまだだが、いつかは世界トップのワインに入れるようにがんばっている。レストランに加えて、来年3月には周辺農家とのコラボで農産物博と丹後の素材を販売する店舗をオープンさせる予定。



原 拓生氏

●新旧住民の交流の場として出発した直売所  
きてら（和歌山・田辺）

**原** 「きてら」というのは、「来てください」の和歌山の方言。田辺市で「秋津野直売所きてら」を運営している。出発点は、昭和31年に旧上秋津村が田辺市に合併するとき、村有財産を引き継ぐ社団法人を設立したこと。梅とミカン栽培が中心の中山間地域だが、田辺市内から近い便利な立地にあることから、宅地化が進んでいった。村づくり塾「秋津野塾」を立ち上げて新住民と農家が交流するなかで、平成11年には直売所きてらをオープンさせた。その後、新たに2つの株式会社を設立し、昼食バイキングの農家レストラン、農業体験型の宿泊施設、2つの直売所を運営し、田辺市で一番集客力のある施設となっている。地域に愛されることを一番のコンセプトにしている。

●販路を広げて、売上げを増やす工夫は？

**篠田** 今日のテーマは新しい売り方をどうみつけて

いくか。3社とも何もないところから自前販路を拓いて売上げを作ってきた。農家レストランで月300万円とか。どうやって売上げを伸ばしてきたのか？

### ◆他所との違いをだしてアピールしたい

**原** うちにはミカンの産地だが、大産地の有田にはまったく勝てない。それなら絞ってジュースにして売ろうと。しかし冷凍施設がないので、その年のミカンの出来によって味も毎年変わる。それをちゃんと説明すれば逆にファンになってくれた。『きてら通信』というニュースを作って、地域の様子をこと細かく知らせることがファンづくりにつながっている。

**池田** こちらから売り込みに行ったことはほとんどない。バイヤーの方が「これおいしいからうちでも売らせてな」が基本。季節ごとに30種のジェラートがあるので、添加物を使わない素材のおいしさを追求して、それを訴えている。開発のときに和菓子職人やフランス料理のシェフに協力してもらって、コクがあるのには後口がサッパリした一味違うジェラートをめざした。

**篠田** 山崎さんの天橋立のレストランではおしゃれな食事を出している。女性がすごく喜んでいて。商品づくりのコンセプトは？

**山崎** 地場の素材100%が理想。天橋立は魚も米もお酒も肉もいいたいものがある。ほんとうに恵まれた地域。それをもっともっと磨いていきたい。サービスについてはプロフェッショナルを求めるよりも、「一生懸命」さが大切。レストランを立ち上げるときは値段設定で悩んだ。関西の人は1000円の価格幅でも



池田義昭氏

シビア。ワイナリーの雰囲気でもギリギリ1300円にした。自分の目線で、その値段だけの価値があるのかどうかを見極める。料理については、試食して気のついた点をその日のうちに指摘して改善するようになっている。

### ◆何がウケるか、答えはお客さんが持っている。

**篠田** 売上げを伸ばすのはほんとうに大変。お客がしてほしいことを考えながら商品づくりをしていると思うが、消費者ニーズの把握にどんなことを心がけているのか？

**池田** 直売では、お客さんと直に話せるので、逆にお客さんからいろんなことを教えてもらえる。長野県の塩を使った山塩キャラメルはどうか、とかを覚えてもらった。

**原** お客から見たらサービスは悪いかも。「田舎らしく、とにかく明るくいこう」と指導している。ただ、クレームについては情報をみんなで共有するようになっている。クレームはラブレターだ。

**田中** 1980年頃、NSCという養成所を作った。ダウンタウンやハイヒールなどが育っていった。応募してくる若者たちにはすごいエネルギーがある。スタッフの側も芸人さんと触れあう中で、その気迫とかエネルギーによって教えられ鍛えられる。商品づくりの点では、芸の評価はひとえにお客さんの反応。誰が売れるのか売れないのかは、僕らにはわからない。それはお客さんが決めること。

**篠田** 芸人はいつもお客に向いているということだ。企業もお客が何を望んでいるかをつかむことがすごく大事。

### ◆連携とネットワークから次の一手がみえてくる!!

**篠田** 人と人とのつながり、地域との関係、ネットワークづくりに関してはどうか？ 企業の成長とは人の成長でもある。一人の力ではなく、組織の力と



篠田直明氏

なって企業は成長していく。うちはそこでもっている。地域のなかで異業種の方と一緒に運営しているのが一番のメリット。それぞれの人のネットワークをうまく重ねながら広がっていくことに役員はつねに気を遣っている。観光という視点ならいろんな業種を巻き込んでいける。

**山崎** 関西という地域は農業、農産物に関して非常にいいものを持っている。関西がそのことをアイデンティティとして自覚して、食や農業のブランドとして国際的にも評価を高めていくことが必要だ。

**篠田** 最後に、今後の展開方向、課題について。  
**原** うちには地域の課題解決のための法人なので、農業を続けながら地域が生き残っていけることが最大のミッション。関西空港を窓口日本に訪れた人が、京都・大阪を観光した後、和歌山でうまいもんを食べて帰っていただけのようにしたい。

**山崎** 従来の農商工の連携に加えて、観光の「観」、環境の「環」を含めて、農商工観環の連携をすすめて、世界で輝ける天橋立地域にしていきたい。

**池田** 儲けて従業員に給料を払って、税金も払うのがビジネス。利益を上げてこそ、従業員も地域も存在できる。地域の自然と風景、それとスタッフを大切にしていきたい。

**田中** 笑いとは一見関係ないような異業種の人たちと、新たな展開をしていきたい。47都道府県に入り込んでいって、笑いが世の中に必要なもんやということもわかってもらえらる事業を展開していきたい。

**篠田** 農業と健康、農業と自然、農業と笑い、笑い、健康、こうしたことを商売につなげていく。そういう視野で考えると、いろいろおもしろいことが出てくる。「おもしろくて元気やったらいいな」といって池田さんの言葉を最後に紹介してお話を閉じたい。

# “笑い”のビジネス 笑いに秘められた可能性

平成22年度近畿府県農業法人組織現地交流会  
基調講演

吉本興業株式会社 執行役員 吉本お笑い総合研究所所長  
田中宏幸氏



「笑いのベンチャー企業」吉本興業のユニークな経営から、農業法人が学ぶことは何か？ 吉本興業株式会社執行役員、吉本お笑い総合研究所所長である田中宏幸氏が、「笑いに秘められた可能性」と題して基調報告を行った。

## ●吉本にとってタレント一人ひとりがブランド

お笑いの世界では「何を言うか」ではなく、「誰がそれを言うか」が大事。同じことを言っても、あの人が言うから面白いと。つまり、吉本にとってはタレント一人ひとりがブランド。しかし、そのブランドは最初から存在しているわけではない。私は以前、明石家さんまのマネージャーをしたことがあるが、彼がここまで偉いスターになるとは正直思っていなかった。それがどんどん上がっていった。成功するタレントには物語りというカストーリーがある。どんな服を着てどんなしゃべり方をしていただけでなく、どうやって歳を重ねてきたのかまでテレビには映るからだ。

## ●吉本の仕事のベースはマネジメント

マネージャーの仕事は単なるスケジュール管理ではなく、そのタレントの一番いいところが出るように仕事の取捨選択をしながら、タレントの値打ち、ブランドを上げていくこと。タレントにとってはメディアだけでなく、コマーシャルも大事な仕事。電通が好感度調査を詳細にやっているが、タレ

ントの好感度が高くなってコマーシャルで使ってもらえると、「世間から認められたかな」とマネージャーとしてはうれしい。

最近のコマーシャルでは、「人ごとじゃない、自分と同じや」という意味での「わがこと感」が大事にされている。たとえば友近。彼女はそんなに美人じゃないし、スタイルが特別ええこともない。「私も友近レベルやな」と普通の女の子が思ってくれるのがいい。それで友近のDHCのダイエットのコマーシャルが当たった。

吉本は、勝谷誠彦さんや和歌山大学教授の足立基浩さんなど、学者や文化人もマネジメントしている。足立先生は男前というだけでなく、実際に和歌山に住んで、ブラクリ丁に関わっているので地域再生のことを語らせると説得力がある。同じことを慶応の先生が言っても魅力がない。タレント性は人さまざまだが、ハツとさせるようなキャリアの違和感がない。

## ●笑いを笑いで終わらせないベンチャー精神

テレビ番組はもとより、DVD、CD、映画などのコンテンツを作って売り込むのも吉本の仕事。そのため制作会社も持っている。これからはオンデマンドでの配信が増えていくだろう。タレントグッズ、キャラクタージェッツ、お土産品も販売している。妙に売れているのが、北海道の「白い恋人」のパロディ商品、「面白い恋人」という大阪土産のお菓子。吉本は100周年を迎えるが、昔からけったいなこと、新しいこと、面白いことに

チャレンジしてきた。結構、吉本にはベンチャー精神がある。

47都道府県に一人ずつ契約社員を雇ってエリアマネージャーにするプランを最近発表した。笑いをコミュニケーションのツールとして、日本の地域を元気にしていくことを手伝いたいと本気で考えている。

## ●笑いに秘められた可能性をさらに追求

吉本お笑い総合研究所では、京都のファーマフーズというバイオベンチャー企業、チョコレートのグリコと提携して、「笑いと健康プロジェクト」を進めている。人は笑うことによってストレスが解消され、免疫力が向上する。鬱病にも笑いは有効だと思う。笑いは副作用のない薬だ。でも科学的裏付けが少ない。そのための実験をしたり、木屋町で「GABA立誠寄席」を定期的に開催している。

東京の高齢者の方をいくよ・くるよが京都観光に迎えて案内する企画があった。うち3人は車椅子だったが、翌日東京に帰るときには2人が車椅子から立ち上がって歩いた。うそみたいなホントの話。笑いの効果だけではないにしても、ドーパミンが出て元気になった。

このように笑うことによって高齢者を元気にできないか、各地の老人介護施設でも「笑い」を取り入れてもらうとうとしている。いろんな方と協力しながら、笑いを使って、人や地域を元気にしていきたい。このあたりは農業にも通じる気がしている。

# 私の期待・わたしの提案

# 農家に生まれたから 伝えられることを 活動の原点に。



シニア野菜ソムリエ  
西村 秋保さん

昭和46年、私は京都府長岡京市の筍農家の長女として生まれました。実家はかやぶき屋根で土間にはかまどがあり、母が毎日火をくべてご飯を炊く姿を見て育ちました。昭和7年生まれ父は農家の長男で、夜明けと共に田畑で仕事に励み、夜は居間でゆっくりと晩酌するのが唯一の楽しみでした。25歳で会社員の夫に嫁ぎ二人の息子を育て、親の苦勞を知った今改めて両親に感謝しています。

農業は自然相手、長年の経験や知識、毎日の地道な世話が必要で簡単にできないことはよく知っています。私自身、農作業に関する知識は、父や兄の足元にも及びません。しかし早朝から懸命に働く農家の大変さを幼い頃から見ていたので、少しでも手伝えることはないかと思い、8年前から大原野にある自宅のガレージで実家の筍販売を始めました。ホームヘルパーをしながら1日でコンテナ4杯ほどの筍を販売しましたが、もっとお客様に野菜の魅力や食べ方を上手に伝える方法がないか。と考えていたやさき、近所のJAで偶然見た雑誌に「野菜と果物の魅力を伝える資格「野菜ソムリエ」」の記事を見つけました。ピンときた私は、この資格をとれば、実家だけでなく農業をしているすべての人の役に立つチャンスがあるのではと、すぐに勉強して資格をとりました。勉強するほどに気付いたことは、農家が当たり前にわかっている、とうぜん生活者も知っているだろうということ、知らない人が驚くほど多く、またその情報を知りたい人が世の中にたくさんいる、ということでした。

野菜ソムリエとして初めての活動は、息子が通う小学校のPTAで地元産の野菜料理教室。その他にも米粉を使ったレシピ作りや野菜教室など小さな活動が続けた結果、3年後には大手スーパーのホームページで旬の野菜レシピ連載や、料理本を書く仕事を頂くまでになりました。私のような子育て中の主

婦でも今いる場所で自分ができることをした結果、野菜を売る人と買う人、双方の役に立つことができただのです。でも最初は、家業を手伝うという小さなことがきっかけでした。たとえ生産に直接関わらなくても、自分の力で農産物を手伝えることが日本の食を支える底力になるのではないかと私は考えます。なぜなら世界でも品質の高い日本の野菜や果物は求める人が多く、その情報やストーリーを知りたい人が世の中にはたくさんいるからです。食の安心、安全が求められる今、生活者に畑や作物のこと、生産者の思いを誰よりもわかりやすく伝えられるのは農家の家族だからこそできると思います。初めは個人活動でも、グループや集落、市町村に輪が広がれば、日本の農業を支える縁の下力持ちになるのではないのでしょうか。



## 京都伝統野菜京筍を使った 京筍とかしわのおかか煮

フライパンと麺つゆで作れ、ご飯によく合う簡単京筍料理。お弁当のおかずにもぴったりです。

調理時間 約18分 1人分(158kcal)

### \*\*\*\*\*【材料(2人分)】\*\*\*\*\*

(材料)	(分量)	(調味液)	(分量)
京筍(水煮)	小1本(100g)	麺つゆ(3倍濃縮)	大さじ2
鶏もも肉	100g	酒	大さじ1
かつお節	1パック(3g)	はちみつ	大さじ1/2
木の芽	お好み	水	100ml

### \*\*\*\*\*【作り方】\*\*\*\*\*

1. 京筍は穂先3cmを切り、穂先は縦4~6等分、下部は厚さ5mmのいちよう切りにする。
2. 鶏もも肉は2cm角に切り、皮を下にしてフライパンに入れ、強めの中火で両面軽く焦げ目を付ける。
3. 全ての〈調味液〉と京筍を加え、蓋をして中火で5分煮て蓋を取り、強めの中火で汁気が少なくなるまで混ぜながら煮る。
4. 火を止めてかつお節を加えて混ぜ合わせ、器に盛ってお好みで木の芽を手のひらでたたいて散らす。

【レシピ・撮影】 シニア野菜ソムリエ 西村秋保



杉田 充みつるさん・智恵美ちえみさん（京田辺市）  
**幸せいっぱい 夢いっぱい**

オーストラリアの新婚旅行から帰ってきて1週間目。幸せっぱいの2人は共に京都府立農業大学の卒業生。

充さんは卒業後、親父さんとトマト、お茶、米に取り組んできたが、一年半前に親父さんが亡くなり後を継いだ。「厳しい時代だからブランド力をつけていきたい。親父の気持ちを引き

継いで、仲良く楽しく農業をやりたい」

智恵美さんは卒業後、神戸のトマト農家で学ぶほどの「トマト好き」。それだけに「トマト農家に嫁に来たのは二重の喜び」という。

夢いっぱいの2人、これからが楽しみである。



杉田 充さん(左)・智恵美さん(右)

**農業法人 ニュース**

**近畿府県農業法人組織現地交流会**

農業経営は最新と伝統のコラボレーション？

2月9日～10日、京都市内で、近畿府県農業法人組織現地交流会が開催され、近畿府県各地から100名を超える農業法人の経営者や関係者が集まりました。

10日は、京の伝統野菜である九条ネギの生産・加工を行う「こと京都株式会社（京都市）」と「淀苗」で知られる野菜苗の生産を行う「有限会社山田農産（久御山町）」を視察。

参加者は、完成したばかりの「こと京都（株）」の加工工場で、最新の衛生管理システムを完備した生産ラインを見学。農業の6次産業化がさげられる中、商品開発から生産、加工、販売を一貫して行う企業経営の実態を体感しました。



また、(有)山田農産では、ピークを迎えたトマト、キュウリ、トウガラシなど夏野菜の苗づくりの様子を見学。温暖な気候と河川が運んだ砂質土壌などの地の利を最大限に活かした伝統的な淀苗生産について、説明を受けました。

●**農業者年金**●  
**女性農業者の皆さん、あなた自身の年金を！**

**編集局から**

◆この度は、3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震で犠牲になられた方々に、謹んで哀悼の意を表し、心からご冥福をお祈り申し上げます。

テレビでは津波に飲み込まれる家屋や農地、津波で流される漁船、その後、大量の瓦礫の山が映し出された。地震や津波で被害を受けた方々をはじめ、農業者、漁業者のみならずには、可能な限りの支援を受けてもらい、一日もはやく、生活の再建、復興に立ち上がってほしいと願うばかりだ。

発行/2011年3月

発行者 **京都府農業会議**（京都府担い手育成総合支援協議会）

〒602-8054 京都市上京区出水通油小路東入丁子風呂町104-2 京都府庁西別館内 TEL.075（441）3660代