

英国における農業分野の情報化の現状と課題

(海外調査報告)

平成14年3月

(財)農林水産奨励会
農林水産政策情報センター

目 次

はじめに	1
1. 英国の農業の概要	3
2. 英国における農業分野の情報化	5
3. 情報提供の概要	9
4. 各機関における取組み	11
(1)英国政府の情報化政策	11
(2)英国環境食料農村省（DEFRA）	13
(3)民営化された ADAS と「農業診断事業」	15
(4)中小企業局における情報配信サービス	16
(5)地方行政局の情報提供	21
(6)地域におけるビジネスリンクと「アグリウェブ」の活動	22
(7)全国農民連盟（NFU）の情報提供活動	26

はじめに

英国政府は、政府の白書である「モダナイズング・ガバメント」(Modernising Government)で、現政権が取り組もうとしている国民の参加、行政の責任と透明性の向上といった課題に取り組むための政府の方針を明らかにしている。その中で、1章を割いて「情報化時代への対応」を取り上げ、インターネットを利用した行政サービスの改善に取り組んでいくことを宣言している。

英国の農業分野における情報問題を考える場合に、英国農業がおかれている厳しい経営環境を抜きにしては語れない。その一つは口蹄疫および BSE の発生による畜産のダメージであり、もう一つはユーロ通貨とのレートから来る農産物輸出の不振である。

このような状況が政府に農業支援の必要性を認識させ、無料の「農業診断事業」(Farm Business Advice Service)を開始することになった。また、皮肉なことに口蹄疫の発生は農家のインターネット利用を高めたようで、口蹄疫に関する情報を最も早く得る方法がインターネットであったことが普及の大きな理由である。農家はインターネットによって立ち入り禁止区域を知り、自身のその日、その日の行動を決めたようである。

現政権は、「農業診断事業」を 2000 年 10 月から開始したが、このサービスによってこれまで進めてきた「民営化政策」を放棄したわけではない。従来の考え方は民営化、すなわちサービスは有料というように直接繋がっていたが、サービス提供機関の民営化推進は引き続いて残したまま、提供するサービスについては一定部分の経費について政府が負担することで無料にするというものである。

今回の調査は、

- ① 環境食料農村省 (DEFRA) の情報提供活動についての取組み
 - ・ Farm Business Advice Service (農業診断事業)
 - ・ DEFRA e-Business Strategy (電子ビジネス戦略)^注
- ② 民営化された ADAS と「農業診断事業」の関係
- ③ 中小企業局における情報配信サービス
- ④ 地方行政局の情報提供
- ⑤ ビジネスリンクと「アグリウェブ」の活動
- ⑥ 全国農民連盟 (NFU) の情報提供活動

^注 DEFRA e-Business Strategy については、「英国のコンサルテーション」(海外調査報告)で報告することにし、ここでは取り上げない。

について把握することを主眼として行った。

この調査は、当センター調査部長谷口敏彦が「コンサルテーション」、「政策評価としてのピアレビュー」に関する実態調査と並行して行った。環境食料農村省，ADAS，中小企業局，東ミッドランド行政局，リンカーンのビジネスリンク，全国農民連盟では懇切丁寧な対応をいただいたことに感謝する。

＜参考：訪問機関＞

・ Cabinet Office

Centre for Management and Policy Services, Consultation Policy Team

Centre for Management and Policy Services, Peer Review Team

Civil Service College Directorate

・ Department of Environment, Food, and Rural Affairs(DEFRA)

Plant Variety Rights Office / Seeds Division

E-Business Directorate

Central Science Laboratory

Farm Business Advice Scheme

・ Department of Trade and Industry, Small Business Service

・ Government Office for the East Midlands

・ ADAS (Agricultural Development Advisory Service)

・ The National Farmers' Union of England and Wales

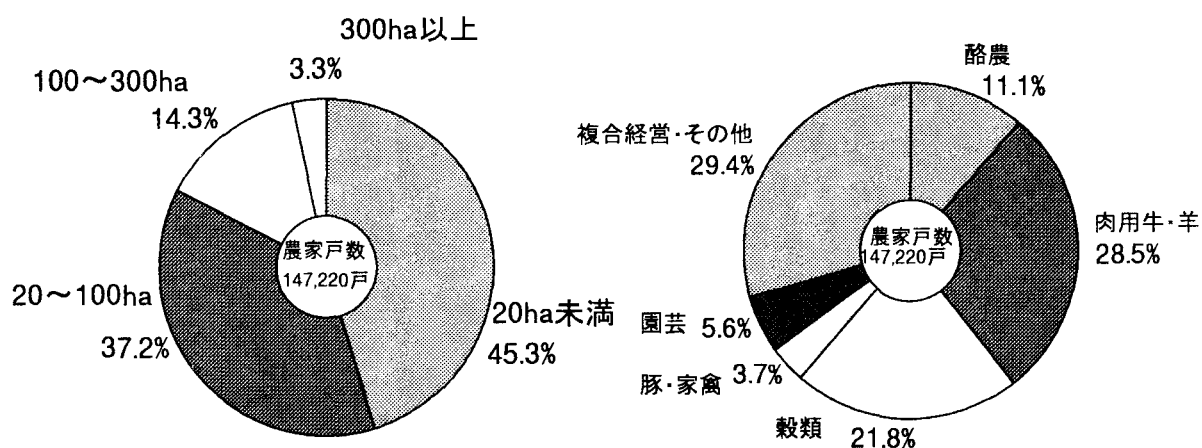
・ The East Midlands Agricultural Business Desk

1. 英国の農業の概要

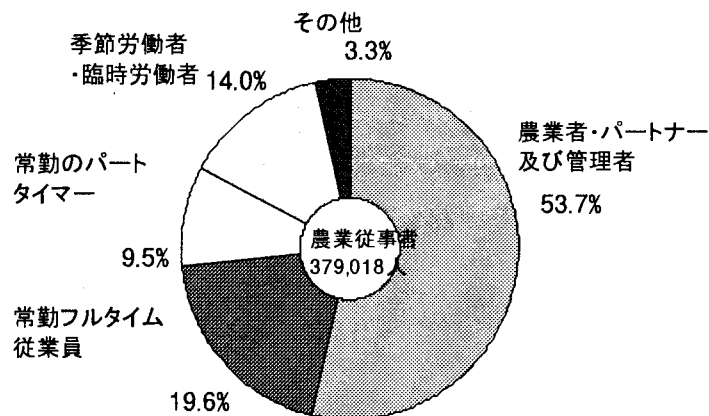
(1) 英国（ここではイングランド）農業の概要を 1999 年 6 月のセンサス結果でみることにする。

農家数は 147,220 戸で、農業従事者は 379,018 人、農用地面積は 9,150 千 ha である。

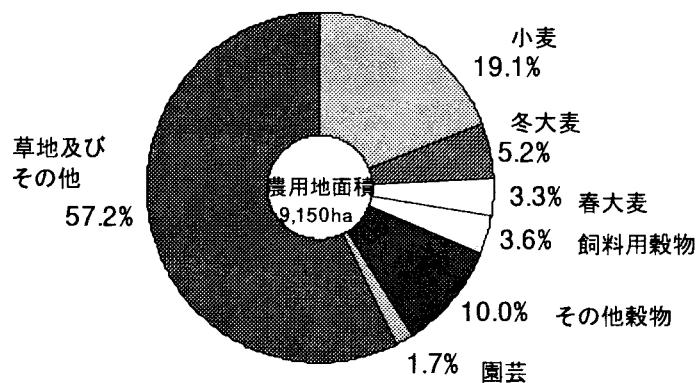
農家 147,220 戸の規模別内訳は、20ha 未満が 66,644 戸 (45.3%)、20～100ha が 54,756 戸 (37.2%)、100～300ha が 20,995 戸 (14.3%)、300ha 以上が 4,825 戸 (3.3%) となっており、20ha 未満の農家の比率が高い。また経営内容別の内訳は、酪農が 16,313 戸 (11.1%)、肉用牛および羊が 41,916 戸 (28.5%)、穀類が 32,024 戸 (21.8%)、豚および家禽が 5,461 戸 (3.7%)、園芸が 8,192 戸 (5.6%)、複合経営およびその他が 43,313 戸 (29.4%) となっている。



農業従事者 379,018 人の内訳は、農業者・パートナーおよび管理者が 203,362 人 (53.7%)、常勤フルタイム従業員 74,169 人 (19.6%)、常勤のパートタイマー 36,005 人 (9.5%)、季節労働者および臨時の労働者が 52,980 人 (14.0%) となっている。



農用地面積9,150千haの内訳は、小麦が1,744千ha(19.1%)、冬大麦が473千ha(5.2%)、春大麦が300千ha(3.3%)であり、飼料用穀物が328千ha(3.6%)、その他の穀物が913千ha(10.0%)、園芸が159千ha(1.7%)、草地およびその他が5,152千ha(57.2%)となっている。このように農用地の過半数を占めているのが草地およびその他であって、穀類等を栽培している面積のイングランドの総面積は、わが国の農地面積とそれ程変わらない。



(2) 次に、全国農民連盟（NFU）の資料から英国の農家経済についてみることにする。

① 1999年の1戸当たり純農業所得は、

- ・ 豚および家禽の経営では、2年前の£15,200から£8,000減少した。
- ・ 酪農は、2年間に41%減少し£8,000になった。
- ・ 肉用牛および羊は、2年間に50%以上減少し、£2,500になった。
- ・ 穀物は4年間に80%減少し、£8,500になった。

② 1999年6月までの12か月間にイングランドおよびウェールズの総農業従事者は

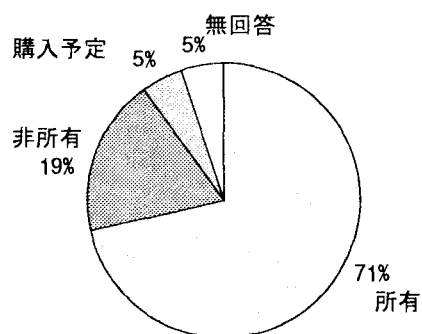
19,544 人、4.3%減少した。

経営部門	減少した農業従事者（人）	減少率（%）
酪農	6,067	△6.7%
穀類	3,436	△6.5%
その他一般作物	4,917	△6.4%
豚および家禽	2,506	△9.7%
肉用牛および羊	1,323	△1.2%
園芸	91	△0.2%
複合経営	1,117	△12.4%
非分類	590	△4.3%

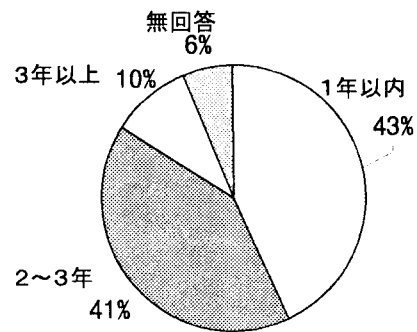
2. 英国における農業分野の情報化

(1) 2000 年春に ADAS が資金提供して実施された **Farmers voice** によると、

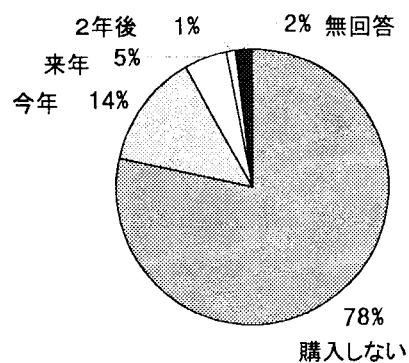
- ① イングランドの農家がビジネス又は家庭利用としてコンピュータを所有している割合は、2000 年春の時点で 71%である。



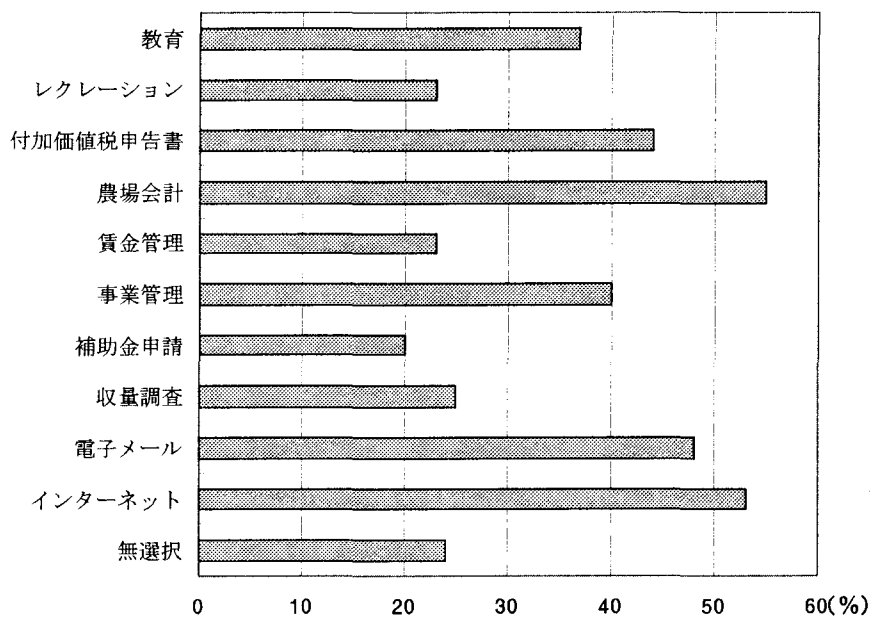
- ② 現在所有しているコンピュータの購入の時期は、1 年以内が 43%、2～3 年以内が 41%で、84%が 3 年以内の購入となっている。



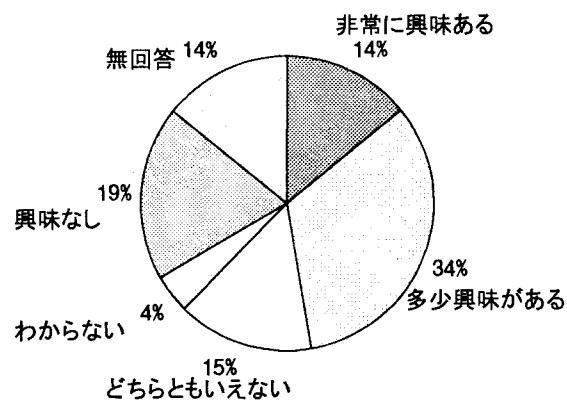
- ③ 現在コンピュータを所有していない農家（全農家の24%）の今後の購入予定は、購入しないとする者が78%と多く、また購入予定であっても今年が14%あるものの、翌年以降は合せて6%しかない。このような状況を考えると、コンピュータの購入に関してはほぼ一通り済んだものと見られる。



- ④ コンピュータの利用に関しては、農場会計、インターネットとしての利用が50%を超えており、次いで電子メール、付加価値税の申告、事業管理となっている。レクリエーションとしての利用は、それほど多いとはいえない。

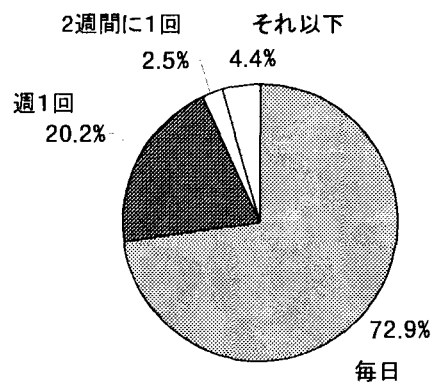


- ⑤ 補助金などの申請をインターネットを使用して行うことに興味があるかとの質問に対して、「非常に興味がある」が14%、「多少興味がある」が34%となっており、ほぼ半数の者が電子的な方法による申請に肯定的である。

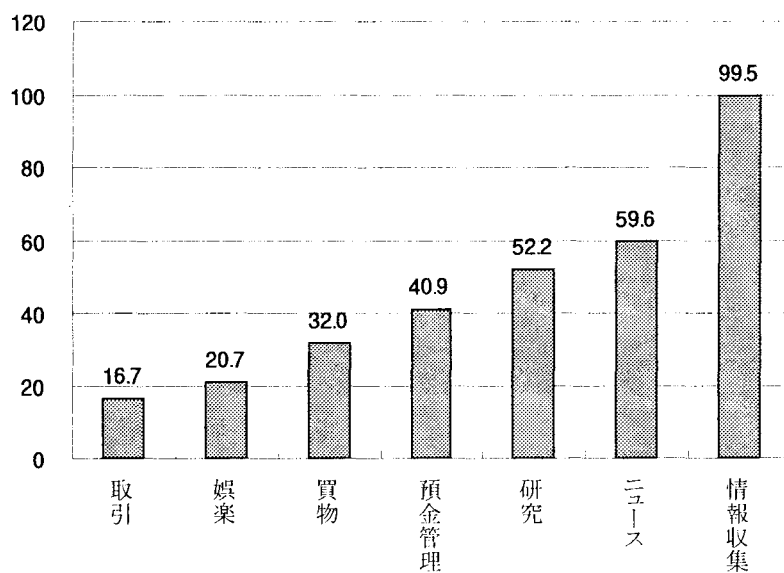


(2) NFU(全国農民連盟)が2001年8月にコンピュータ使用農家1,000余戸に対して行った調査によると、

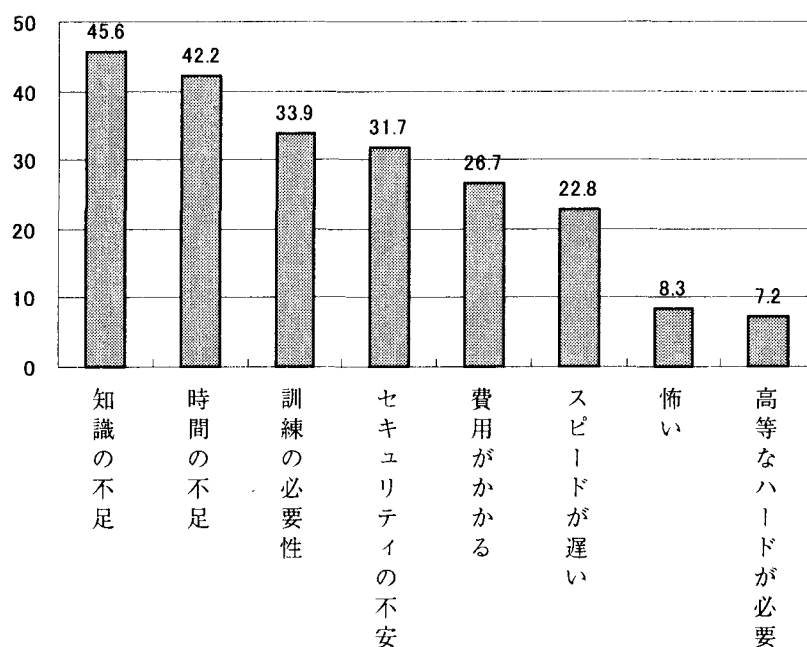
- ① インターネットの利用に関しては、ほぼ毎日利用しているとする者が73%あり、週1回程度の20%を大きく上回っている。これは口蹄疫の発生時期と調査が重なっていることによっても考えられるが、それにしても高い数値であるといえる。



- ② インターネットの利用内容については、情報収集が 100%近くあるのは設問の仕方からして当然であろうが、ニュースもインターネットから得ているとする者が6割に達するのは、インターネットが活用されていることを示すものといえよう。



- ③ インターネット利用上の問題点として、知識の不足、時間の不足、訓練の必要性が高い比率となっている。これは英国に限らない問題であろう。



3. 情報提供の概要

(1) 英国政府の情報化政策

政府白書である「モダナイズング・ガバメント」(Modernising Government)の中の「情報化時代の政府 (Information Age Government)」で「異なる部局に対して同じ種の質問を別々に質問しなくて済むにようする」としている。政府としての具体的な取組みは、政府のポータルサイトとして構築された UKonline であり、情報提供の大きな柱となっている。

(2) 境食料農村省(DEFRA)

英国環境食料農村省(DEFRA)では、「ヘルプライン」を設け、同省所管の全業務に関する情報についての最初の対応窓口となっている。対応時間は、勤務日の 9:00 から 17:00 であり、質問は、電話、ファックス、E・メール、郵便のいずれでも可能である。

DEFRA では、ホームページに関連情報を掲載するほか、特に知らせることが必要と判断された場合は、個々の農家に文書を直接中央から郵送している。この場合は、郵送回数

が増えないようにすることやボリュームについて制限が設けられている。ファックスやE・メールは用いられていない。

また、2000年10月からは、農家の経営経営環境の厳しさを受けて「農業診断事業」(Farm Business Advice Service)を開始している。

(3) 民営化された ADAS と「農業診断事業」との関係

ADAS (Agricultural Development Advisory Service, 農業発展指導所) の前身は、国立の機関であったが、現在は完全に民営化されている。ADAS は自宅から顧客を訪問する職員を支援するための ADASInter@ctive を年間会費等を支払った者に利用できるようにしている。

イングランドで実施されている「農業診断事業」の半分程度は ADAS が請け負っているとのことである。

(4) 小企業局における情報配信サービス

中小企業局 (Small Business Service) は、通商産業省 (Department of Trade and Industry) の一つの部局である。同省が支援しているビジネスリンクを通じて農家を含む中小企業に対し情報提供等を行うとともに、「ダイレクト・アクセス・ガバメント」では、E・メールアドレスを登録した者に規制措置が新しく取られた場合やコンサルテーション・ペーパーが出された場合は、翌日にはインターネットで配信している。

(5) 地方行政局の情報提供

地域単位に設置されている「行政局」(Government Office) には DEFRA の業務を担当する部局 (2001年4月に MAFF の地域サービスセンターが編入された。イングランドに9か所) では、同省所管の政策、法律、公共計画等に関する情報に関して、電話、ファックス、E・メール、郵便による問い合わせがあった場合に回答している。積極的に情報を提供するというスタンスではなく、あくまでも問い合わせがあった場合に対応するというのが基本的なスタンスである。

(6) ビジネスリンクと「アグリウェブ」の活動

地域では、「ビジネスリンク」を通じて情報提供等のサービスが行われている。畜産、穀物生産、食品、漁業に関する法律および規則、これらの製品の輸出、輸入、マーケティング、保全および環境保護、農業および食品産業に関する生産、加工、マーケティング支援補助、省の刊行物に関して、電話、ファックス番号、E・メールにより、問い合わせがあれば、回答している。この中で東ミッドランド地域を対象として積極的に情報を提供しようとしているのが「アグリウェブ」であり、担当者は2名と多くないが、多くの機関・組織からの支援を得て、サービスを実施している。

(7) 全国農民連盟（NFU）の情報提供活動

「全国農民連盟」（National Farmers' Union）は、農業者、アグリビジネス、専門職等会員の性格、ニーズに応じて情報提供を行っている。その中で農業者を対象とした NETline は、一般の者もみることができるインターネットによるニュースレターである。BBC や他の有力なホームページとどのように向き合い、特色を出していくかに腐心している。

4. 各機関における取組み

(1) 英国政府の情報化政策

英国政府の情報化政策は、“Modernising Government Whitepaper”（政府の近代化に関する白書）に示されている。

この“Modernising Government Whitepaper”は、単に情報化を推進することではなく、包括的な政府活動全体としての取組みを表明したものである。そして IT を中心とした情報化を政府が推進していくとしている。

まず、“Modernising Government Whitepaper”は、次のように述べている^注。

- 必要があれば、公共サービスが週 7 日間・24 時間利用できる状態にする。例えば、2000 年末には、誰もが、いつでも NHS(National Health Service)に直接電話をかけ、医療サービスに関するアドバイスを受けることができるようになる。
- 政府は共同アクションをとる。住所変更などの情報を、人々が簡単に、そして電子的に、ワンステップで様々な政府機関に登録できるようなシステムを提供することが含まれる。
- 不要な規制を排除する新しい勢力、そして新たな規制負担を伴う政策を制定する前に、各省は事前に高品質の“Regulatory Impact Assessment”を提出し、内閣府と協議を持つことが要求される。
- 2008 年を目標に、政府との取引関係に関わる情報をすべて電子データで提供できるようにする。
- 新しく“Learning Lab”を設け、改革的な考え方を抑制する規制を解除し、第一線の新しいやり方を奨励する。
- 公共サービス・スタッフに対する金銭的またはその他のインセンティブに関して創造的にアプローチする。例えば財務的およびサービスの改善に貢献したスタッフに金銭的インセンティブを贈る方法などを検討する。
- 政府（Whitehall）内で“提供”に焦点を当てる。Permanent Secretary に各省に政

^注 executive summary からとった。

府の目的を達成させるための能力があるかを問い、達成責任を担うことが可能かを確認する。外部の人間を引き込み、実力のある若手を今までより早く昇格させる。

政府が包括的、かつ統合的であるようにするため、3つの狙いが設定されている。

- 政策立案 (Policy Making) そのものが共同的で戦略的であることを確実にすること。
- サービス提供者ではなく、“公共サービスのユーザー” が焦点にいること。サービスが人々の実際の生活と合致していること。
- 高品質で効率的な公共サービスを提供すること。

そして5つの主要目的が設定されている。

- 政策立案：短期的な圧力に反応するのではなく、意味あるアウトカム（成果）をもたらす政策を制定するよう、前向きになる。そのために
 - ― 新設の CMPS(Centre For Management and Policy Studies)を通して、Best Practice（最高の実施例）を普及させる。
 - ― Ministers や公務員の共同トレーニングを実施する。
 - ― 各省で Peer Review を実施する。
- 対応のよい公共サービス：サービス提供者側の便宜性を考慮したサービスではなく、市民のニーズに合った公共サービスを提供する。
 - ― 共同的作業の妨げとなるものを、地域のパートナーシップ、ワンストップ・ショップ、その他手段で排除する。
 - ― 社会の様々なグループのニーズに関わり、それらに対応する。
- 質の高い公共サービス：効率的で質の高い公共サービスを提供し、月並みなサービスに満足しない。
 - ― 中央および地方政府の今後5年間に及ぶすべての公共サービスをレビューし、誰が一番適したサービス提供者であるか見極める。
 - ― すべての公共機関に対して新しいターゲットを設定する。ターゲットは公共サービスの質と効果の改善を焦点におく。
 - ― 実際のパフォーマンスを念入りに観察し、サービスが失敗している場合は干渉し、成功している場合は組織に管理する自由を与える。この二つのバランスが取れているようにする。
- 情報化時代の政府：市民やビジネスのニーズに応えるために、新しい技術を駆使し、技術的發展に遅れをとらない。
 - ― デジタル署名、スマートカード、ウェブサイトおよびコールセンターなどを含む調整された、政府機関を横断する IT 戦略を開発する。
 - ― 電子サービスに関するターゲットと進捗状況を照らしあわすベンチマークを設

定を設定する。

- 公共サービス：公共サービスに価値をもたらし中傷を避ける。
 - ― Civil Service をモダナイズ化し、業務管理方法を改善する。女性、少数民族、障害者が十分に代表されていない状況に取り組み、モダナイズ能力を上げる。
 - ― 公共セクター雇用フォーラムを創設し、主要な人を集結させる。

モダナイズ・ガバメントの具体化の一つが、UKOnline である。UKOnline は、政府のポータルサイトと政府と産業界、任意団体、消費者グループが協力して 2001 年 2 月に発足させたもので、900 の政府機関のウェブサイトがリンクされており、2005 年までにすべてオンラインすることをねらっている。このポータルサイトの運営は内閣府の e-Envoy Office が担当している。

(2) 英国環境食料農村省(DEFRA)

農場診断サービス (Farm Advice Service, FAS) は 2000 年 10 月 10 日に開始されたもので、政府計画である「農業行動計画 (Action Plan for Farming)」を実施するための具体的な手段の一つである。FAS は、当時の農業漁業食料省 (Ministry of Agriculture, Fisheries and Food, MAFF) と通商産業省 (Department of Trade and Industry, DTI) 傘下の中小企業局 (Small Business Service) が共同で農業界の代表の意見を入れて策定されている。

1946 年に ADAS の前身である国立農業指導所 (National Agricultural Advice Service, NAAS) が設立され、農業者に対して普及指導を行ってきたが、1987 年に民営化を前提とした「実行機関」(Executive Agency, すなわち ADAS) に移行して以来、農業者に対する無料のサービスは廃止された。農業者は、EU の政策や補助・融資に関する質問は、地方行政局に問合せれば得られたとのことであるが、政府側から積極的に農業者に情報を提供し、農場経営を改善するためのサービスは行われて来なかったようである。しかし、口蹄疫、BSE の発生、EU 通貨との交換レート高によるポンドの上昇で英国農業の競争力は低下し、農業支援対策を講じる必要が生じ、FAS が開始されることになった。

NAAS が民営化を前提とした「実行機関」の ADAS に移行されたことにより、農業普及指導のための地域の拠点はなくなっていた。このため、このサービスは、中小企業の指導を行っていたビジネスリンク (Business Link) を活用して実施されることになった。FAS が継続して実施されていて、ある時点 (2000 年 10 月) から通商産業省傘下の中小企業局に吸収されたというものではない。したがって FAS は中小企業局の事業として展開されて

いるように表面的には見えるが、DEFRA がこの事業実施のすべての責任を負い、経費も DEFRA が負担している。ビジネスリンクは、農業者とのコンタクトポイントであり、それ以上の意味はないようである。

それでは、具体的に農場診断サービス FAS をみてみよう。

サービス対象者（農業者）は、地域のビジネスリンクに連絡をとり、ビジネス・アドバイザーの予約を取る。するとビジネス・アドバイザー（農業・園芸などの経験を持つ認定されたアドバイザー）が、対象者それぞれのビジネスの初期解析を実施する。この解析を行うためにアドバイザーは対象者の農家を半日訪問する。対象者が携わっている経営を今後改善すべきか、多角化すべきか、もしくは中止すべきか、対象者が決定できるようにビジネスの「健康診断」を行う。その後半日かけて対象者と話し合い、結果を踏まえて「行動計画」(Action Plan)を作成する。この行動計画を実施するため今後役立つその他のサービス、資金等に関する情報を提供する。行動計画の実施決定数か月後にアドバイザーは進捗状況を確認するために1,2回農家を訪問する。必要に応じて行動計画を修正し、更なる協力を提供する。しかし、2日間という短い解析期間のため、農家を取り囲む環境などを考慮した評価判断がされていないという懸念事項も指摘されている。

なお、口蹄疫で家畜の処分を余儀なくされた農家に対して、再建のために特別サービスが提供されている。このサービスではアドバイザーが3日間の訪問後、「再建プラン」を作成する。プランが合意されたのち、プランの進捗状況を確認するため、2日半の訪問が計画されている。サービスの内容は一般の対象者とあまり変わらないが、期間が長く、専門家によってサービス対象者を取り巻く環境要素の評価も行い、今後の選択肢に対する影響について検討することになっている。

FAS によって提供されている情報は、行動計画を実施するために対象者が活用できる様々な組織に関する情報になる。技術的および専門的なアドバイスなどはしていない。サービスの対象となる農業者は、①労働時間の75%以上を農業に費やしていること、②CPH 番号を所持すること、③英国内の農家であることが条件であるが、労働時間の75%は「1. の英国の農業の概要」からも分かるようにこのサービスを受けようとする農業者にとっては高いハードルとはなっていないようである(DEFRA 担当官の判断)。また CPH (County Parish Holding) は、コミュニティの一員であることを示す認識番号程度であるとのことである(DEFRA 担当官談)。この二つの条件は厳しい要件ではなく、制限をかけるという趣旨はないようである。

このように英国（イングランドおよびウエールズ）においては、約1年前に開始されたこの無料のサービスは、深刻な英国農業事情を反映して開始されたもので、そこで提供さ

れるサービスは行動計画の作成，すなわち「経営改善計画」を作成することを支援することである。サービスの本体は経営改善計画の作成であり，そして提供される情報は，経営改善に必要な補助・融資等がどこに行けば得られるかといった組織の所在に関する情報で，技術情報のようなきめ細かさが求められるようなものは含まれていない。しかし，英国においては農業経営環境の厳しさに対応するため，無料のサービスが開始され，また口蹄疫で全面的な経営転換を図らなければならない農家に対してはサービスの期間もサービス内容もより充実したものが提供されるようになっている。このように，事態の打開を図るために，一旦有料化したサービスを無料の「公的サービス」に戻したことが注目される。英国でのこのような動きは，公的サービスがどのような事態・事情の場合に実施される必要があるかを判断する上で貴重な経験と資料を提供するものといえる。

(3) 民営化された ADAS と「農業診断事業」

ADAS の前身は，National Agricultural Advisory Service (NAAS) である。職員は正規が 1,300 人，臨時が 100～150 人いる。正規職員のうち 600 人が農場コンサルタント (Field Consultant) である。農場コンサルタントは自宅からコンサルタントに出かけ，平均して 1 人当たり 25～30 戸の農家を顧客としている。

コンサルタント事業は，1987 年から有料になった。当初顧客の 70% を失うのではないかと心配したが，20% が離れただけであるとのことである。1997 年から完全に民営化され，現在の形態になった。

ADAS では，ビジネスの解析，今後の傾向，ニーズなどを考慮した総合的なビジネスおよび技術的アドバイスを提供している。コスト削減のためにインターネットを駆使しアドバイスを提供している。穀物だけではなく，果物・野菜・花などの園芸作物，また飲食品に関する衛生問題，環境などについて広くコンサル事業を実施している。

コンサル事業の基盤となっているのが，ADAS の研究センターで行われる研究である。研究センターはイングランドおよびウェールズ内に 9 か所にある。

また，情報面からコンサル事業をサポートしているのが，ADASInter@ctive である。ADASInter@ctive は ADAS の農場コンサルタントを支援するために開発されたものであるが，社外の者も年間 £300 か，もしくは ADAS の事業に £200 以上支払った者は利用することができる。ADASInter@ctive は，3 段階の構成になっており，1 段階は，誰でもがみることができるもの，2 段階は会費を支払った者のみ，3 段階は ADAS 職員のみとなっている。現在は，二つ目の段階の情報についての農家の利用は多くないが，時間が経てば広がっていくものと考えているとのことである。ADASInter@ctive と並んで

globalfarmers（3か月前に買収した）と一緒に運営していくことを考えている。年間会費の£300は高いものではないとのことであった。

ADASと農場診断サービスとの関係については、ADASの担当者によると、イングランドで展開されている同サービスのうち半数程度をADASの農場コンサルタント（ファームアドバイザー）が実施していること、東ミッドランドでは、ADASは7つのコンサルタント会社のうちの一つに過ぎないこと、入札に当たっては実施できるサービス内容を表明することが求められること、ADASが半分程度しか引き受けていないのは、同事業に割ける人的資源がなかったことであるとのことである。

農場診断サービスを希望する農家は、ファームアドバイザーを選べるとのことである。3日間の訪問サービスが終わっても引き続いて金を支払ってでも指導して欲しいと希望する農家が相当数いるとのことである。インタビューした担当者は、それに要する経費は政府が持つべきで、現状では財政的に余裕のあるビジネスリンクでは経費を負担しているが、そうでない地域では農家負担になっているとのことである。農家は、経済的に行き詰まり、自殺者が多いとのこと、担当者の発言もうなづけるように思われる。

（4）中小企業局における情報配信サービス

前々政権時代に内閣の主要ポストでなくなったMAFF担当大臣（DEFRAの幹部職員の話では北アイルランド担当大臣相当であったとのことである。）は、地域サービスセンター（イングランドに9か所）は維持したものの、より現地に近く、数の多い普及所のような事務所は維持できなかったようである。農業経営の環境が厳しさを増す中で、「農業診断事業」を開始する必要があったが、MAFFはそのための手足となるものを持っていなかった。SBSが積極的に出て来たのでも、政府の方針によって農業を含む中小企業対策が「一元化」されたことによるものでもない。

SBSに対する聞取調査においては、①「農業診断事業」については、DEFRAが責任を持って運営していることはウェブ上から分かるものの、SBSがどのように関与しているかが分からなかったのをそれを把握することと、②「農業診断事業」実施の窓口になっているビジネスリンクの運営実態を把握すること、③ユーザーの要望に応じて情報を提供しているダイレクト・アクセス・ガバメント（Direct Access Government）の運営実態を把握すること、を目的とした。

「農業診断事業」については、SBSは窓口に過ぎないことは、既に述べた。ここでは、先ずダイレクト・アクセス・ガバメント、次にビジネスリンクについて述べることにする。

(ア) ダイレクト・アクセス・ガバメント (Direct Access Government)

インタビューの結果は、次のとおりである。

i) 運営に関する一般的な事項について

SBS が運営するダイレクト・アクセス・ガバメント (Direct Access Government, DAG, 直訳すれば「政府への直通路」となる。) は、事業者に対して法律や規則に係わる情報と申込書などの書式をインターネット上で提供している。

DAG のウェブサイトは運営開始から約 4 年経過している。そしてその「ユーザー登録事業」(User Registration Service, URS)は、DAG サービスの一つの要素として 18 か月前から開始されている。

ホームページには、「トピック」ごとに情報をカテゴリー検索できるページや、「関連政府機関」ごとに情報を検索できるページがある。また政府機関のホームページなどに数多くリンクされているので、DAG から直接政府機関にアクセスすることも可能である。また DAG にユーザー登録をすると、新しい規制措置がとられるごとに、また新しい「コンサルテーション・レター」が出されるごとに、その旨を電子メールで配信されるサービスを受けることができる。すべての情報を受信することも可能であるが、必要に応じてユーザー自身に関係のある分野のみを配信してもらうように選択することが可能である。この登録はホームページに電子メールアドレスを入力するだけで可能である。

ユーザー登録を行わなくても、「What's New」のページには、新規に発行された文書がリンクされており、利用することが可能である。無数にある情報から無駄なく必要な情報を提供することを狙いとして SBS が開発したものである。

2001 年 8 月に更新された新しい DAG は、52 の省庁 (Department と Agency) にリンクし、その中の約 3,000 の文書にリンクされている。

DAG の原型は、1997 年に国税庁 (Inland Revenue) が税金に関する情報を提供する目的で開始したサービスで、2000 年に今の SBS ができたときに移管されている。

現在の DAG には、2 つエキストラ (extra) がある。そのうちの一つは新しい法律や規則を制定するときに実施されるコンサルテーションに関する文書を掲載することである。コンサルテーションをインターネットに載せる場合は、SBS としては必ず 90 日は最低でも載せなければならないとしている。

DEFRA のコンサルテーションに関してはすべてリンクされている。コンサルテーションに出す文書は、SBS の IT 関係者 5～6 名と、その他部局の約 40 名が各政府機関に連絡をとり、「一般の人にも分かるようにすること、複雑なものにしないようにすること、もっと簡単にするようにすること」を繰り返し求めている。

もう一つのエキストラでは、新しい規制が出来たり、変わったりしたときにそれを E・メールで配信している。一般の人は政府にあまり自分の情報を与えないので、E・メールのアドレスを登録することによって、何らかの変化があった場合には、規制が出た翌日には E・メールで連絡が行くようにしている。担当者によれば、「現在はシンプルなシステムであるが、もっとユーザーから情報を得られれば、E・メールアドレスだけではなく、どんな仕事をしているかとか、どの辺に住んでいるか等、色々情報を与えてくれる人に対してはそれなりに見返りがあるシステムを作って、バランスを整えてやっていきたい。」とのことで、システムの発展を考えているようである。

DAG のホームページへのアクセスは、1 週間に 5 万件のヒットがあり、E・メールを登録している者は 11 月の調査時点で約 1,700 人である。特にマーケティングをしていないとのことであるが、7 月時点の 1,000 人から 700 人増加したことになる。

ii) ユーザー登録事業について

以下は、当センターがユーザー登録事業に関して行った質問に対する SBS 担当者の回答である。

DAG を構成する「ユーザー登録事業」(User Registration Service, URS) は、商業ウェブサイトで現在行われている「プッシュ」サービスに似たものである。このコンセプト自体は、消費者が受け取りたいと思い、そして受け取って欲しいと思う情報を、消費者に確実に受け取るようにさせる方法の中で一番優れた方法である。消費者の目の前のコンピュータ画面に情報を送ることである。ユーザーに情報が更新されていることを知らせるために E・メールを利用することも、かなり一般的に行われている方法である。この種のサービスは、SBS の DAG サービスのユーザー (ビジネス社会) が所有する必要がある法律情報を配布するには理想的だと思った。

E・メールをユーザーに送付することができるシステムの開発を決定すると、次のステップは、そのシステムを実行できる体制づくりであった。通商産業省がある IT 企業とこのサービス開発を委託するための契約を行った。その IT 企業とは、The Central Computer and Telecommunications Agency(CCTA)であり、ウェブサイト開発分野では広い経験を持った会社である。CCTA が DAG サービスの本体を作った。そして本プロジェクトを進め、本サービスの実際の展開については Softech という別の IT 企業と委託契約を結んだ。SBS

は CCTA と定期的にプロジェクトの展開についての会合を開き、そして SBS が重要なインプットを行い、このウェブサイト事業は形を成して来た。

ユーザーが事業に登録するプロセスは、DAG のウェブサイトの扉ページからアクセスできる。URS にユーザーが入って行くと、初めての登録かあるいは登録済みデータの修正かどちらかを行うよう求められる。ユーザーがはじめて登録を希望してその選択肢を選んだとすると、登録フォームへの記入を求められる。それにはある種の個人データも含まれる。名前、住所、会社名、E・メールアドレスの記入を求める。実際に必要な情報は、E・メールアドレスだけであるが、他の情報はサービスを利用する個人のタイプ、あるいは会社のタイプを知る上で有益な指針である。

登録が終了すると、ユーザーはどのトピックスに関心を持っているのかを選択する。現在は特定の情報を受け取ることができるのは、約 20 分野である。これらの分野はさらに分かれており（1 分野について 15 のトピックス）、ユーザーは情報を受けたいトピックスに登録することもできる。従って、もしユーザーが雇用機会の均等（**Employment and Equality**）に関連した問題に関心がある場合、彼はその分野に登録してこれに関係したすべての情報を受け取れることもできるし、あるいは「雇用機会の均等分野」の中の個々のトピックスに登録もできる。個々のトピックスとは、仲裁裁判（**Arbitration**）、身体障害者（**Disability**）、人種差別（**Discrimination**）、教育（**Education**）、雇用の権利データ表（**Employment Right Factsheet**）、雇用平等企業対策（**Equality Industrial Action**）、日曜の商業行為（**Sunday Trading**）、商業組合（**Trade Unions**）、研修（**Training**）である。本システムの長所は、ユーザーが欲するだけ具体的に出来、結果として、そう望むだけの細かい情報が受け取れることになる。

ユーザーが登録可能な適切なトピックスおよび分野のリストについて検討したとき、他の省庁（**OGDs**）のユーザーが現在要求している情報の種類について、**OGDs** に意見を求めることが適切と考えた。これら省庁から彼らがふさわしいと考えた分野およびトピックスのリストを得た。URS 登録フォーム上に現在あるマスターリストを書くのに用いたのがそれらのリストである。このようにこのプロジェクトに取り組むことによって、SBS は URS のコンテンツをユーザーの特定ニーズに合っていると思われるやり方で構成することができた。

ユーザーは登録フォームに記入が終わると、そのページの送信ボタンを使って CCTA に登録フォームを送る。CCTA はユーザーを登録し、そのデータベースに個人情報を追加する。そしてそのフォームは Softech にパスされる。Softech はユーザーの希望する分野とトピックスをユーザーデータベースに追加する。この作業が終わると、ユーザーに登録が

無事終了したことを知らせる E・メールが送られる。

登録したユーザーが受け取る情報は、主に DAG のウェブサイトに掲載されているコンテンツがベースであり、情報を E・メールで送るプロセスは次の方法で行われる。他の省庁のウェブサイトにあるコンテンツを DAG のウェブサイトに加えるが、まずウェブサイトに掲載すべきと思った資料を探すと、その資料の URL を SBS のサイトにその資料のタイトルと簡単な説明を添えて掲載する。これにより、ユーザーがリンクにフォローすることを選択した場合にどんな資料にリンクされているのかを知ることができる。URS 登録フォーム上の分野およびトピックスが、DAG のメインサイト上でミラーしており、この二つは本システム内でリンクしている。従って、本サイト上の特定の分野／トピックスの下で外部の資料に新しいリンクがタイトルと記述子をつけて追加されると、その内容を URS システムが探知する。そしてこの内容をその特定の分野／トピックスに登録したユーザー全員に E・メールで送信する。

ユーザーが最初に登録する際に様々な個人データを尋ねている。この情報は、Direct Access Government のウェブサイトをもどのようなユーザーが利用しているのかを知る指針として利用するだけである。主に、これらユーザーは小規模事業者であり、SBS のターゲットである。彼らは新しい規制すべてについての情報を望んでいる。また、学生、教育関係者も研究目的で利用している。

(イ) ビジネスリンク

ビジネスリンク (Business Link) に関するインタビュー結果は次のとおりである。

ビジネスリンクは、昔からあるもので、イングランド内に現在 45 の事務所がある。45 の事務所は、公募し、入札によって選定されている。完全に民間であるのは 3 つの事務所である。ほとんどの事務所は、地域の商業組合などビジネスリンクとして応募してきたところである。確実に実施しなければならないのは「ビジネスアドバイザー」によるサービス提供であって、そのサービスの基準を満たしていることを要件としている。それ以外のサービスについては、各ビジネスリンクの自主性を尊重しており、SBS からあれをやれ、これをやれというような口出しはしない。

ビジネスリンクは、それぞれが独自の口座を持ち、独立採算制をとっているの、ある面では民間組織であるが、一方では SBS から運営費の 25% が資金提供されているので、民間と公的機関のパートナーシップともいえる。

地域に合うように情報を編集・提供し、地域に理解させるのがビジネスアドバイザーの

仕事である。National Business Link のホームページがあり、全体的に、全国的にカバーする部分もあるが、地域性というものは大切であり、地域のレベルで対応していかないと、確実にすべてが最善に改善されないと思っている。

(5) 地方行政局の情報提供

ノッティンガム市にある東ミッドランド行政局（Government Office for the East Midlands, GOEM）の「農村チーム」（Rural Affairs Team）には、管区の行政機関がどのような情報提供活動を行っているかを調べる目的でインタビューを行った。

結論的に言えば、積極的な情報提供活動は行われていない。農業者等から問い合わせがあれば、どこに行けばその情報が得られるかを教えることに尽きるようである。アドバイスについては、絶対に行わないと公言する背景として、Disallowance(却下)制度の問題があるようである。色々なイベントなどに関しては、中央政府から Press Notice が出たり、自身で Press Conference をやったりすることはしているようである。

次は、主なインタビュー結果である。

インターネットや E・メール、FAX とか、ニュースレターで農家に情報を提供しているかとの質問に対して、「第一に、基本的に情報を流すといったことはやっていない。自分たちの役割は、質問があった場合、適当な人たちに回すことである。」とのことである。

RDS（Rural Development Service）については、その内容は News Shot として流したが、その場合は自分達が直接やるのではなくて、Mailing Agency に頼んだ。今でもインターネットには載っているが、すべて郵便で送っている。

色々なイベントなどは中央政府から Press Notice が出たり、自分達が Press Conference をやったりするが、ただ一つ問題なのは、記者の人たちは自分たちの興味のあることしか書かないことだ。例えば地域の農業を推進しようというイベントをやるので大臣が来てオープニングをするなら、興味を持ってきて、記者会見をしてやりましょうといってくれて、もし他におもしろいニュースが出てくれば、それを脇に避けてしまう。

公務員皆は、Media Awareness Course に通わなければならない。メディアに対してどう対処するかを学ぶことになっている。しかし、ここにもシティテレビがあるが、口蹄疫のときは興味を示したが、それ以外は農業に興味を示してくれない。

自分達のところにきたら、当然どこに行けばいいか教える。自分達は絶対にアドバイスはしない。農家というのは、IACS というのに詳しいので、多分どこに行けばいいか知っ

ている。使えなくなった農家の建物をどうするかという事業計画 (Scheme) は emda がやっているの、こういうときは emda に回している。自分達がどんなにそのプログラムの内容を誰よりも知っているとか分かっていてもアドバイスはしない。その各分野においては専門家ではないので、それなりの知識がない可能性もあるからだ。間違ったアドバイスをしてしまったらとんでもないことになるからである。

訴えられる可能性があるのと同時に、EU から 50% なり、100% の補助金が出ているときがあるが、もし EU の役人が、英国がそれを正しく行っていないと判断した場合は、そのお金を少しずつカットすることがある。これが Disallowance (却下) で、そういう恐怖もある。決められた時期までにターゲットを達成すること、その時期までにそれが行われていないと、もしかしたらお金が出ないかもしれない。その時期までにきちっと支払いがなされていないとお金が出ないかもしれないという恐怖を抱えている。この Disallowance というのは、EU の監査官 (Auditor) がたった 2, 3 回訪問しただけで、決めるものである。したがって、どこが悪いとか、ここが悪いとかを探して、2, 3 回の訪問なのに何百万ポンドというお金をストップされることがある。非常にこわい状況である。

(6) 地域におけるビジネスリンクと「アグリウェブ」の活動

アグリウェブ (Agri-web) は、東ミッドランドの農家および園芸家を対象に開発されたホームページである。アグリウェブのサイトは、穀物、羊、根菜類、園芸、農機具・農場施設、農業経営多角化、有機農業、肉用牛および乳用牛、家禽、豚に分類区分され、情報が提供されている。

これらの各項目に対して、アドバイス&ガイダンス、伝言版、ケース・スタディ、ファイナンス、FAQ (よくある質問)、研修、イベント、リンクなどの情報が掲載されている。農家はこのサイト内でどこに行けばどのような支援を受けることができるかが迅速に分かるようになっている。また電話や書面上の問い合わせも受け付けている。適切な組織や支援に案内するだけでなく、地域で開催されている研修プログラムやイベントの紹介なども行っている。

アグリウェブを運営している東ミッドランド農業ビジネスデスクは、2001 年 2 月 19 日に農業者に対する情報提供を一元的に行う窓口として開設され、ビジネスリンクで農業分野を担当していたグループがこの地域の農業ビジネスを助けるためにインターネットで情報を提供しようと始めた。しかし、すべての農家がインターネットアクセスを持っているわけではないことから、電話でも質問を受けている。

サービス開始から 9 月末までのヒット数は 16 万 3,625 である。東ミッドランド農家数

は 15,715 戸（1999 年農業センサス）であるので、農家一戸当たり平均では 10 ヒットということになる。地域レベルの情報提供サービスを行っている日本の第三セクターに比較してヒット数は多いのではないと思われる。

当センターがアグリウェブに注目したのは、農業分野を専門に扱うホームページとして開設されていること、そのホームページが見やすくなるよう心がけて作成されていることにある。2001 月 1 月に検討されたホームページの設計の考え方はそのことを示すものになっている。また読み易さ、分かり易さを主眼に編集しているとのことで、当初立ち上げるときは外注したが、その後の更新はすべて内部の二人が行っているとのことである。そのことによって統一性と分かり易さを達成しているとのことである。

このアグリウェブには、東ミッドランド開発公社（East Midland Development Agency, emda）、田園庁（Countryside Agency）、DEFRA などが活動資金を提供している。またこれらの組織のほかに情報提供を行うことによって活動を支援している組織も協力者として位置付けられている。

東ミッドランド農業ビジネスデスクによるサービスはすべて無料で行われている。農業アドバイザーによる 3 日間の農家の経営改善計画である「行動計画」の作成のためのサービスを受けたかどうかにかかわらず、有料のサービスを受ける能力がないと認められる場合に訪問指導を含めていろいろな質問に対する回答サービスが受けられるようになっていいる。この農業ビジネスデスクでは、農業アドバイザーの協力によって作成された「行動計画」やバランスシート、販売高を検討して無料サービスを実施するかどうかを決めているとのことである。体力の弱い農家に対する指導としての機能が期待されている。

農業ビジネスデスクに寄せられた質問は、2 月 29 件、3 月 49 件、4 月 42 件、5 月 40 件、6 月 28 件、7 月 74 件、8 月 63 件、9 月 76 件で、設立以来 7 か月間で 401 件の問合せがあり、処理されている。6 月の農繁期は問合せが落ち込んだものの、総じて順調な伸びを見せているとのことである。質問処理件数の目標は 18 か月間で 1,170 件であるが、現在のところ目標達成は難しいものではないとみているようである。回答内容はコンピュータとハードコピーの両方で保存されており、新たな質問があった場合、誰にどのような回答を行ったかが瞬時に分かるようなシステム設計になっている。同一人が電話等で質問してきた場合、過去の質問回答の内容をみながら回答するようになっているとのことである。これはそれほど驚くことではないかも知れない。

この組織について注意しなければならないのは、この農業ビジネスデスクは 18 か月という期間限定のサービス提供機関であって、面会者に言わせれば、緊張感のある、しかし

身分不安定な職であるとのことである。更に言えば EU からの補助金を受けるために地元負担金を集めなくてはならず、これも課題の一つであるとのことである。これらの質問回答処理件数と回答を受けた者からの評価が 18 か月後もこのサービスを続けるかどうかの判断材料の一つになるとのことである。そして評価を実施するために「顧客サービス評価表」(Customer Service Evaluation Form)が 2～6 か月後に質問者に送付されている。2～6 か月と幅があるのは、回答した内容が効果を発揮するまでに要する期間であって、質問内容によって異なるとのことである。

英国では公的サービスが改善されたといわれるが、このサービス改善の要因として、組織の存続が期間限定になっているなど不安定なものになっていることが挙げられるのではないかと考えられる。もう一つがエクセレンス・モデルによって民間会社と公共機関が同時にそのサービスの良し悪しが比較され、公表されることである。これについては別途述べたいと考えているが、機関のトップにとってサービスの改善に真剣にならざるを得ない仕組みとなっていることも見逃せない。

以下は、地域の農業者等に対して説明するためにアグリウェブの担当者が作成したものである。参考までに収録する。

i) アグリウェブおよびアグリデスクについて

アグリウェブは、農家、栽培者、園芸関係者、そしてこれらセクターに関与している者が事業の支援、補助金、そして研修に関する情報にアクセスするためのゲートウェイを提供するものである。補助金や事業サポートという形でさまざまな種類の援助があり、それらは、地域や地元そして国の機関から得られるが、このサポートにアクセスすることは、とっつきにくいのではないと思われる。

アグリウェブは利用しやすくなるように開発されたものであり、農家の問い合わせに役立つ、有益で参考になる情報にアクセスできるようにもなっている。また、ブラウズしたいと思う他の有益サイトにもリンクしている。

アグリウェブは E・メールを利用して問い合わせることができる機能を持っている。電話あるいは手紙の方がよければ、その連絡先についても掲載している。この組織は、すべての問い合わせに対して速やかに、正確に回答することを目標としており、必要な場合には適切な援助ソースを案内する。意見交換フォーラムを本サイトに組み込んでいるので、これにより、ある特定の問題あるいは題材について農業関係の他の人々と話すことができる。

ii) 東ミッドランド・アグリビジネスデスクおよびアグリウェブの普及計画

競争について言えば、英国には複数の農業関係のウェブサイトが運営されていることである。プロジェクトは特に東ミッドランド・アグリビジネスのためのものであるので、これらの英国のサイトが原因で著しく苦戦していることはない。実際のところ、私共は www.agri-centre.co.uk に対する相互リンクを提供してきているので、他のウェブサイトが役立っていることが証明されている。アグリセンターの目的は、インターネット上で英国の農業情報の主要情報ソースとなることである。競争が起きるとすれば、おそらく次の組織からと考えられる：NFU, DEFRA, emda, 田園庁, CLA。しかしそれらすべてがアグリデスクとアグリウェブをサポートしている。従って脅かされるようなことはあり得ない。反対にそれらは顧客になると見込まれる者をアグリデスクに紹介している

運営委員会 (Steering Group) は、田園庁, NFU, DEFRA, SBS, emda の代表で構成されており、年に 4 回の割合で会合を持ち、進捗状況報告を受け、将来の対策を検討する。このグループの付託事項は同サービスが顧客のニーズをどの程度満たしているのかを監視し、サービスの改善および変更を提案することである。

(目標)

- ・ 東ミッドランドアグリビジネスデスクとアグリウェブのチラシ。
実施状況：2000 枚のチラシが作られた。これらは東ミッドランド地区の農家や栽培者に、NFU, DEFRA, CA, CLA, emda, 東ミッドランドの Business Links, そしてさまざまな催しや会議を通じて配布されて来ている。現在、アグリデスクの問い合わせ者一人ひとりにチラシが送付されている。
- ・ 東ミッドランド地域向けの NFU 地域ジャーナル誌の中で宣伝。
実施状況：2001 年 4 月号の中で、1 または 2 頁のカラー広告（半頁は無料）
- ・ 宣伝広告営業マネージャーの Chris Easom と会合し、東ミッドランド向けの NFU 地域ジャーナルの中で将来のマーケティングについて議論すること
実施状況：2001 年 8 月 21 日に会合を開催
- ・ Farmers' Weekly Supplement ウェブサイト・ガイドの中に広告。
実施状況：2001 年 9 月
- ・ 東ミッドランド地域のローカル紙にプレスリリースを行う
実施状況：継続中
- ・ 地方ラジオ局にニュース発表
実施状況：継続中
- ・ ダービシャー・ルーラル・ヘルプラインと話し、顧客の利益になるように共同作業を行う方法を検討する。

実施状況：2001 年 8 月末まで

(普及戦略)

上述の目標を定めた日程までに完了し、その結果、問い合わせ数を増加すること。

iii) アグリウェブ・プロジェクトの成功基準

東ミッドランド・アグリビジネスデスク向けのインターネットサイトとして効果的な存在となり、アグリウェブ・プロジェクトのコミュニケーションと運営条件をサポートする。

このサイトはターゲットとする視聴者のために魅力があり、参考となり、そして操作が簡単でなくてはならない。また **Partner/Steering Group** のサイト、そして関心が持て、価値のある内容を持ったその他のサイトに適切にリンクできなければいけない。

このサービスは、農家や栽培者に援助を与えるすべての機関へのアクセスを提供することを追求し、また、複数機関と共同で開発を行う。この共同関係により利用できる最大範囲の支援に顧客がアクセスできるようにし、そして提供したサービスが必ず顧客の様々なニーズを満たすようにする。

このプロジェクトは非営利的であるので、成功のベンチマークを定義することは簡単ではない。しかし次の事項はベンチマークとして認識されていることである：

- ・ 東ミッドランド・アグリビジネスデスクについてターゲット視聴者の中の認識と理解を高める
- ・ アグリビジネス・デスクサービスについてビジネスリンク・インターネット上で宣伝することにより、その利用者数を増加する
- ・ コミュニケーション技術の利用を促進・奨励すること。そしてこのコミュニケーションメディアの利用をさらに発展させるために、東ミッドランド地域内の現行の利用状況に関するマーケット情報を得ること。
- ・ サイトの性能を最大にすること：使用可能時間、利用可能性、処理速度、エラーがないこと、つながらないリンクがないこと
- ・ 人的資源、通信費用、印刷費用の軽減
- ・ P R および賞品やマスコミ報道により、価値を売り込むこと
- ・ 他の農業機関、サプライヤーそして契約請負者との関係を構築すること
- ・ 7 日間、24 時間使用できること

(7) 全国農民連盟 (NFU) の情報提供活動

全国農民連盟 (The National Farmers' Union of England and Wales, NFU) が行って

いる情報提供サービスとしては次のようなものがある。

① **NETlines**

毎週農業に関わる各分野でのニュース，また農業に関わる政治の動きなどをまとめたニュースレターがメンバーに配信される。

② **Call Centre Solution,**

Call Centre には毎年 140,000 件以上の問合せが電話，ファックス，電子メールで来る。それに対して弁護士およびその他専門家がアドバイスを提供している。特に雇用，運輸，馬，賃借に関わる法律に詳しい者（パネルメンバー）が待機している。

③ **NFU Professional**

サービスの対象者は，**NFU Professional** グループであって，農家を顧客とする業者向けにサービスを提供している。農業コンサルタント，獣医，不動産関連，会計士，学校その他教育機関，農業・園芸関連製造者などが所属している。

NFU Professional Member に対するサービス：

- a) 農業に関する専門的な情報が掲載されたメンバーズ・オンリーのホームページへアクセス可。
- b) 隔週刊行物，**NFU Professional Journal**，**NFU Business**，**NFU Regional Journals** などの情報誌
- c) 150 の法的，技術的，および行政問題に関する報告書や情報シートの無料オンライン注文システム
- d) 契約書や条項などの無料テンプレート
- e) 異業者および同業者との交流を広げるためのセミナーや会議
- f) 地域で開催される **NFU** 会議への出席
- g) **NFU** 提携の **NFU Mutual** 保険およびその他金融支援
- h) 提携会社のサービス（例：電話代，クレジットカードの利率，メーカー）の割引

④ **NFU Countryside Member** に対するサービス

- a) メンバー専用の **Country Online** ホームページへアクセス。（農業に関わるニュースをリアルタイムで提供，オンライン・フォーラム，チャット，オンラインの案内広告，毎週行われるアンケートに投票，また懸賞などの情報が満載）
- b) 月刊紙 “**Countryside**” 農業，野生生物，園芸，植物などに関わる情報，その他日常生活に役に立つ情報などが満載
- c) 800 以上の様々な題目（地方の法律，家畜に関する情報，企業に関する情報，マーケティング方法など）に関するガイドブックを無料で提供。
- d) ヘルプライン，初期的なアドバイスが受けられるヘルプライン。実務的なアドバイスを専門アドバイザーが提供。地方の生活に関する質問，アドバイス，相談等幅広い問い合わせに対応。

- e) 契約書、条項、合意書などの無料テンプレート。
- f) ヘルプライン以上に専門的な支援が必要な場合、専門家を紹介。
- g) NFU Shop として、クリスマスやその他商品をオンラインで発売。NFU メンバーには特別割引などのサービスが提供される。

これらのサービスのうち NETline の担当者にインタビューをしているので、主なものを紹介する。

NETlines の開始は 1 年半前。既に Farmers' Weekly という雑誌社が作っている非常にいいホームページがあった。NFU 自体もホームページを持っていたが、NFU には政策担当が 100 人以上おり、彼等が色々なニュースをまとめて書いていた。非常にむずかしいものであったので、情報を簡単に伝えることが必要になってきた。農家にその週に起こったことを簡単、簡潔にまとめてインターネットで説明していく、そのヘッドラインを説明していくという意味でネットラインという名前がついた。

インターネットを利用する人たちは、ブラウズする。ネットサーフしたい人たちは、大きな情報を欲しいとは思ってない。インターネットに入る理由は、簡単にパッと見ることができると、簡単にまとめたものが必要である。Farmers' Weekly は、経費もかけ、スタッフも沢山いる。雑誌は週刊であるが、インターネットの方は毎日更新されている。NETlines も毎日更新する必要がある。

何をニュースとして載せるのか、どういう基準で決めるかについては、ユーザーのフィードバックは受けているが、基本的には担当者で決めている。2 つか 3 つくらいは大きなヘッドラインを入れて、中心になるニュースを選んで載せる。現在では、口蹄疫、それからフランスがいまだにイギリスの牛肉を輸入禁止しているなど、大きなニュースを持ってきて、その他にそれほど重要でもないようなものをいくつか載せることによって、ニュース自体を面白くまとめている。しかし、それだけでは、生き生きしたニュースにならないので、どういうトレーニング、セミナー、ミーティングがあるかを載せている。特に口蹄疫の関係では、この産業をどうやって助けていくかというミーティングが沢山あるが、メンバーの方たちに参加してもらえるように必ずミーティングがある週にはそれを載せるようにしている。

3~5 年前に NFU が出した出版物などを見ると、NFU が何をした、NFU がこうしたという記事が沢山出てくる。自分たちはこのようにしないように非常に気をつけている。というのは NFU が何をやったかではなく、農業で実際何が起こってるのかを教えて欲しいという意見が多いからである。自分達も NFU の職員であるので、当然何か成功したときには載

せたいが、そのバランスには非常に気を使っている。

NFU には、2 つウェブサイトがある。1 つは NFU Dot of Dot UK、1 つは NFU Net。NFU Net の方はメンバーしか見られないようになっている。農家のメンバーはこちらに入ったり、又は両方見たりする。もう 1 つ、誰でも入れる方は、できるだけシンプルにまとめ、あまりタイトルを強く押し出さないようにしている。ハードコピーと違ってインターネットの場合、もっと情報が欲しい場合、ハイパーリンクできる。農家が沢山の情報が欲しい場合はハイパーリンクするといい。ニュースに関して簡単にまとめたものだけでいいという場合は、それだけを読めば済むことができる。その意味ではインターネットの方がとても便利である。

一般新聞との違いを出すのがむずかしいが、日刊紙は毎日新しい情報を提供している。そういうことも踏まえて、簡単、簡潔にまとめるということである。新聞はそこにすべてを載せなければいけないが、インターネットは簡単にまとめて、その後ハイパーリンクで詳細を載せることができるので、インターネットはそういう意味で強味がある。

インターネットは効率的であるが、現段階に関しては Multi-fax の方が効果的だと思う。ほとんどの農家は 50 代以上であるというのがまず第一で、そういう意味でインターネットのアクセスを持っていないというのも理由の一つであるが、大きなニュースがあった場合、インターネットは載せればいいだけで、見たい人は見るだろうと済ますことができる。しかし、FAX の場合、送料の問題があるので、2 ページくらいに簡単にまとめなければならず、読みやすい文書にする必要がある。もう一つは農家の人はインターネットで情報を得ようとする、例えば息子の部屋に行ってコンピュータをオンして、色々なボタンを押して、モデムが遅かった場合、それがいつになるかわからないという状況である。それでインターネットに入った人でも、10 人のうち 9 人がそれをプリントして読むことになる。今は FAX の方が明らかに効果的だと思う。