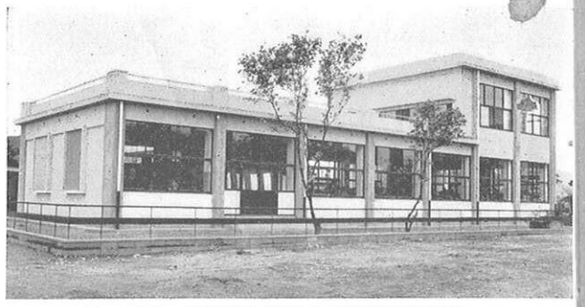
■県政フラッシュ■

阿蘇久住の高度開発をめざす九州地方開発審議会阿蘇久住部会の初の現地部会は、5月31日の現地視察に続いて、6月1日県議会議場で関係者約百名が参加して開かれ、充実した論議が交わされた。

現地のもようをつぶさにしるため、寺本知事は菊池郡を巡視した……■



スマートな社会保険八代出張所も完成

国体料理の講習会が各競技開催地でひらかれた。

越冬ツバメを守つた熊本市泉ケ丘小学校へ農林大臣賞が……

よい子たちの愛鳥大会

愛鳥週間にちなんで、五月十四日熊本市内のデパートで愛鳥大会がひらかれた。

当日は、巣箱や愛鳥ポスターのコンクールの入選者や、野鳥保護の功績学校、愛鳥学校などが表彰された。

その後、愛鳥劇やコーラス、映画などがあつて、終日よい子たちの楽しい愛鳥の集いで賑わつた。

無くしたい病気の不安

千丁村でも国民健康保険

八代郡千丁村では"国民皆保険"の呼びかけにこたえて、村をあげて国民健康保険の実施に拍車をかけているが、この村では今まで結核要注意者や成人病の患者が保健所の検診のたびに沢山発見されてきた。又、昔からの習慣で、病気にかゝつても医療費は盆と正月にまとめて払うので家計に無理している世帯が大半である。

こういつた不安から解放されるためにも村の国民健康保険をという声が村の人たちの間から起り、部落座談会が活潑に開かれている。役場でも説明会に力を注ぎ、きたる七月一日を期して発足することになつている。

（広報課　保険課）

＜部落座談会のひとこま＞

—第一線の人びと—
No. 6

県営牧場……高本隼人さん
草地改良……大滝典雄さん

牧場はわが家

＜高本さん＞

阿蘇郡一の宮町にある豆札県営牧場は草地放牧利用施設として九州唯一のもので、二五〇ヘクタールの放牧地と四〇ヘクタールの牧草地が拡がつている。この牧場のネライは、若令肥育素牛の育成。こゝで育つた牛は天草や宇城、玉名方面に売渡されていくがそれが年間一四〇頭に達する。現在、県有の牛二十一頭部落所有一二八頭の他、馬も多く放牧されている。この牧場で、これらの家畜の世話や施設の営繕などの蔭の役割を預つているのが牧野管理人だ。高本隼人さんは、奥さんと子供二人で牧場で暮しているが動めてからもう四年目。だから牛馬の一寸した動作からもその日のコンディションがわかるという。朝六時前に起きて牧草地の牛、馬を放して水を飲ませるが飼料を食べている状況をよくみて病気をしてないか等調べたり牧場内をひと廻りして牧柵や土堤の点検をする。昼間は牧柵の補修や家畜の外傷の治療をしたり、発情したものの種つけ等の用事で三キロ離れた部落まで下りて行く。家畜の飼料には相当気を使つているが、風雨や雷の強い時は事故のないように対策も一苦労という。

草地改良の騎手

草地改良は畜産振興の大きなポイントだが、阿蘇が集約酪農地域の指定うけた三十年頃からこの対策は本格化して現在では良質のしかも収穫度の高い草種が普及して部落の人からも非常に喜ばれている。例えば一番多い草種がHワンライグラス、レッドクロバー、ラジノクロバー、ホワイトクロバー（ももせ草）など。

＜大滝さん＞

こういつた草地改良の研究と普及に地味な活動を続けている人に県農業試験場阿蘇分場（阿蘇町）の大滝典雄さんがいる。大滝さんは二十八年頃から試験場でいろいろの牧草試験をやつて阿蘇の草原に適する草種を選定しているが、その情熱はすばらしいものがある。

（広報課）

読者寄稿

☆……共同出荷・販売について私はこう考える……☆

"生産だけが農業ではない"

＜鶴田源志＞

量産への努力を……

大消費地が次々に中央市場制に変り、スーパーマーケットが続出する現在、消費地の要求する最低要求量も次第に多くなつてきた。そのうえ大消費地に遠い熊本は、輸送面で貨車及び大型トラック単位としなければならぬことから考えると「一品種一系統十ヘクタール」は戦前のことであり現在では百ヘクタール位の集団産地は最低線だという。せめて五百ヘクタール位の集団産地が必要となり、しかも"系統列車"を走らせ得るだけの量産が必要となつてきたのである。

品質の均一化を……

各産地の競争が激化している今日、少しでも品質の良いものが勝つのは当然である。

その為、私たちの組合の生産部では"配合統一肥料"の"強制施用"や、味を良くする為の"肥料試験"或は"先進地の技術の吸収"等をはかつて品質の均一化と糖度を「一度」引上げることを目標に努力している。「量産」と「品質の均一化」は共同販売の基礎条件であるといえよう。

信用を確保せよ

現在の農産物の流通面では、競売制が一般にとられている関係上「実質価値」+「信用」が「市場相場」となつて現われている。

昨年の末、熊本みかんの最上品が東京市場で箱八百円に売れた時、同じ日に山口みかんは同じ場所で二千五百円、最低品のクズ物が熊本みかんの最上品と同値であつた。

この事からみても「実質価値」+「信用」が価格に如何に影響しているかがわかるのである。

その為の計画出荷、規格の統一、品質の厳選は勿論必要なことであるが、買う人の身になつて出荷する誠意こそが信用獲得の根本であるまいか。

販路は自ら開拓せよ

他の企業では、市場の調査や消費動向の綿密な調査或は宣伝による新たな消費の盛り上げなどを盛んに実施する上に企業が盛り立つているが、農業面ではこの努力が甚だ少ないのではあるまいか。

先進県ではこのことにも着目し、愛媛県の如きは夏みかんだけ、しかも東京だけに一千万円の宣伝費を使つているという。私の組合の販売部でも、ほんのマネごとではあるが三十一年以来宣伝を行つてきたが、その効果のあがつたのは予期以上であつた。これからの農産物の宣伝は更に県で一本化して、強力に行いたいものである（筆者は田浦柑橘組合長）