

浜松の農家取材記

浜松市北区豊岡町で主にブロッコリー等の露地野菜を専門に生産・販売する S さんは、6 年前に通販会社を退職して会社を新たに立ち上げて新規就農した。現在、正社員 5 名とパート社員 15 名の会社組織である。農地は、点在する耕作放棄地を借りているため、30 数ヶ所にまたがり、1 ヶ所の平均面積は 30a 程度、合計面積は約 12ha である。同地区は浜松市郊外(中心地から 10km 程度)に広がる農地と荒れ地と宅地が混在する地域であり、人口 80 万人を抱える大都市・浜松という消費地が近い、都市近郊型農業である。出荷先は主にスーパーマーケットで全体の 70% を占め、残り 30% は農協にも出荷している。基本的には地元のスーパーや農協に出荷しており、鮮度の保持、消費者の安心、環境(フードマイレージ)の観点からも地産地消を強く意識している。農協に出荷する場合、規格に合わせることに膨大なエネルギーを費やすことになる。その点相手がスーパーの場合には、規格外になってしまう小さなものを数で加減したりするような調整が可能となり、無駄が少ない。またスーパーに直接出荷することが、流通コスト削減にもつながっている。ただ出荷先をスーパー 100% にしないのは、生産過剰の場合のバッファとしての意味と、また農協との良好な関係を保つためでもある。

食の安全や食糧の確保が見直されている中で、逆に耕作放棄地が増加しているという大きな流れの中にあって、法人組織による農業経営は非常に大きなビジネスチャンスであると S さんは考えている。また、中間コスト削減の可能性がまだまだあるし、販路は探せばあるので何とかなるという発想、そして消費者側の視点で生産者はどう対応すべきかから生まれる工夫(営利企業でよく言う"Consumer Satisfaction"「顧客満足度」を上げるための工夫)は、通販会社に勤務し、これまで農業経験なしに別の世界から新規参入した S さんならではの強味である。今後は規模拡大が一つのカギであり、また機械化して農作業を楽にするという効率化も重要な課題としている。

一方、天竜川の河岸段丘を下った地域の浜松市東区で、マスク・メロンのグリーンハウス栽培を営む K さんは親の代からのメロン農家であり、K さん自身も 20 年のメロン栽培経験を持つ。この地区も宅地化が進んでいるため、住宅地の中にあるハウスといった感じが強く、農村といった趣きは全くない。1000 坪の土地にハウス 8 棟(300 坪)が建ち並んでいて、ハウス別に 10 日毎に定植しているので、常に定植直後のハウスから収穫直前のハウスまでがあり、1 年 365 日休む暇もない。最大の驚きはメロン 1 株ごとの色をうかがいながらすべて手灌水でやっていることである。同一ハウスの中でも南の列か北の列か東側か西側かで微妙な差があるので、均一的なドリップ灌漑システムは使えないとのこと。美しいネットを張らせるために様々な努力をしており、農業生産というよりは芸術品の制作に近い感じがする。売値で 1 個 5,000 円から 20,000 円するこのメロン栽培は、労働集約的農業によって付加価値を高めて高く売るといふ日本の園芸ビジネスの一つの極点と言える。

K さんのお話しでは、メロンは「作ろう」としてはいけない、「育てる」こと。「作る」とは、自分の都合で水やり、肥料、農薬を与える。「育てる」とはメロンの顔を見て何を必要しているかを判断して、それをしてあげる。それがわかるまでに 10 年間かかったとのことだった。こうした職人芸から芸術的なメロンが生まれてくる。



S さんのブロッコリー畑



出荷を待つ保冷庫のブロッコリー



K さんのメロン温室