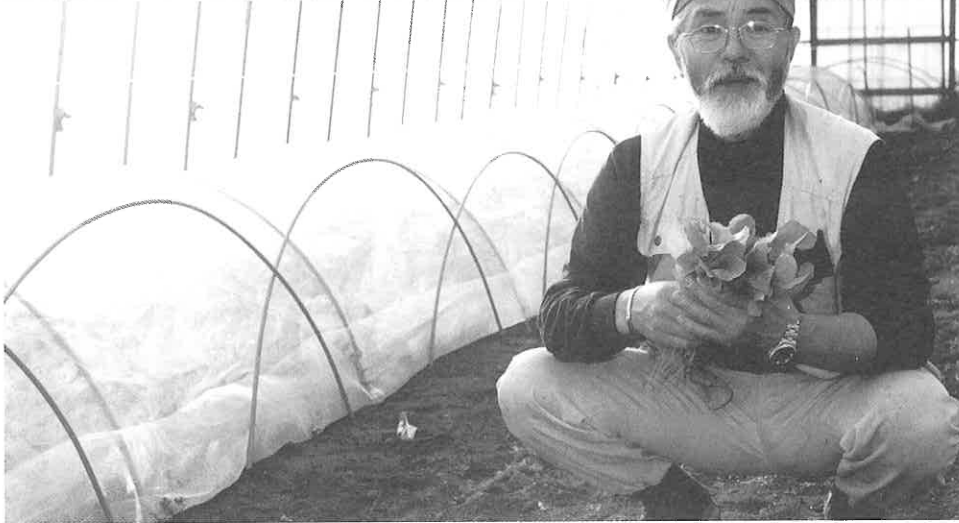


お客さんではなく ファンができる経営

香りの野菜としてサラダ素材として人気がでているルッコラの無農薬栽培ハウスで。国産の種他、外国の種も取り寄せ、試作と顧客の好みを確かめている。無農薬のハウスの土は夏に太陽熱消毒する他、播種時にバーナーで表面を焼き虫や雑草の種を処理する



エコファームネットワーク代表

浅野悦男さん (55歳)

〒299-1122 千葉県八街市四木1595
☎TEL:043-445-4859

【プロフィール】昭和19年生まれ。昭和43年より野菜作りを本格化。独自の有機農業に取り組みながら様々な消費者への産直活動や量販店、外食業と農産物流通に取り組む。生産者と需要者が信頼関係の中で供給していく新しい農産物生産者のネットワーク「エコファームネットワーク」の組織化に取り組んでいる。

浅野悦男さん(55歳)は、落花生と野菜産地として知られる千葉県八街市の農業経営者である。昭和19年生まれ。年をとった父に変わり17歳で高校中退して農業を始めた。麦と落花生そしてサツマイモが経営の中心だった。

青年時代の浅野さんには師ともいべき農業の先生がいた。埼玉県東大宮に住む山田さんという農家だった。その人は、昭和30年代に10kgで3千500円という値の付くサツマイモ(金時)を作る人だった。当時でも、米よりはるかに高いサツマイモである。山田さんは自分の技術を何の見返りも求めずに誰にでも教えるようにする人だった。

基本は「深耕」と「土に返す」こと。山田さんは言った。

「良いイモを作ろうと思うな。良いイモが出来る土を作れ」

エンピ(鍬)で土を2段に起こして反転耕起をした。そして、麦のカラを鋤込んだ。10馬力のトラクタが入るとトラクタ用の鋤を使い、やがてプラウへと変わっていた。

野菜が中心になったのは43年頃から。同時に、浅野さんは無農薬の野菜作りを試すようになっていった。作物によっては使う必要のないものが育つ

ようになってきたからだ。

現在の浅野さんは、2・5haの畑に、小松菜、人参、大根、里芋、落花生、ショウガ、その他、イタリアンレ스토랑などにサラダ素材として需要が出始めているルッコラやコスレタスあるいは茎ブロッコリ等を作っている。その他、自分自身の試し作りだけでなく試作を頼まれて作る野菜も少なくない。売るための作物ではないがエン麦とフェアリーベッチを混播にした緑肥も輪作作物として浅野さんの野菜作りには欠かせない物である。

浅野さんは世間で言うところの「有機・無農薬栽培」農家である。しかし、浅野さんはそう呼ばれることを望んではいない。農水省に「有機・無農薬」という「表示」のための「お墨付き」を求めようとは思わない。有機肥料の利用や無農薬が肝心ではなく、浅野さんにとっての「あたりまえの農業」を実践しているのであり、「良い野菜だから」といって選んで買って貰える野菜を作っているだけだからだ。

浅野さんにしてみれば、もともと健康で美味しいと言える野菜を育てるために「あたりまえ」のことをしてきたに過ぎないことなのに、あえて「有機の生産基準」を作り、基準に外れた物に対しては罰則までを付ける必要があるのだろうかと思えるからだ。



本誌執筆者新海和夫氏が呼びかけた農産物直売所「元気村」でコスステラスを販売する浅野さん



茎ブロッコリ（スティックセニョール）。収穫手間がかかるので面積は広げられないが、1株で4パック位の収穫ができるため、1パック130円位で出荷できれば通常のブロッコリより収益が上がる

さらに浅野さんは、「有機栽培」の基準に合えば安全で美味しい農産物が

できるかのような誤解を産むことに危惧を感じている。「有機」だから安心で美味しい野菜ができるわけではないからだ。例えば、化学肥料であれば有機肥料であれ、使い方を間違えれば同じように硝酸態窒素含有濃度の高い野菜ができてしまう。それが本当に安全なのか？美味しいのか？

浅野さんは、有機肥料を使った場合のチッソ吸収過多を抑えるために、カルシウムやケイ酸を効かせる施肥技術、あるいは堆肥やぼかし肥作りの工夫など、様々な試行錯誤を重ねてきた。何度も全滅の体験をしながら作り上げてきた病気や虫への対応策もある。ただ単に家畜の糞をやって農産物を掛ければ健康で美味しく安全な野菜ができるわけではないのだ。経験の無い農家に無責任に有機栽培を勧めたりしたらずぐに経営破綻してしまい、さらに

彼らに「嘘」を付かせることになるだろうというのだ。

それは流通の都合のために「有機農産物」という「売れ筋」の商品を差別化するものではないにしても、農業の本質とは関係のないことだし、消費者に本当の農産物を提供し伝えることにもつながらないと考えているのだ。

浅野悦男さんは自分の作物のことを「有機・無農薬栽培」とは言わない。量販店のバイヤーなどに「その方が高く売れるのに」と言われると、

「確かに、自分は農産物を使っている。でも、自家採取以外の種子は、多分、消毒されているよ。それでも『嘘』にはならないの？それに、うちの畑のすぐ脇では農産物をタッパー使っている。それを拒むことができますか？」と。

毎年、10 a 当り6 t 入れるという堆肥。これが文字通りの「完熟堆肥」というのであろう。材料は漢方薬の工場から出るイチヨウの葉やレイシ（サル

ノコシカケ）の加工残渣、友人のレストランから出る厨芥、豚糞、鶏糞、ゼオライト、いくつかの発酵補助剤、その他諸々。工場で一次発酵されてから持込まれた葉草やプラスタックのドラムに入った厨芥は悪臭を放つが、

3年間切り返しを繰り返した堆肥は、山林の下に積もった土の様な匂いであり、性状もサラサラの状態だ。

さらに、成分では窒素で4、リン酸が8、加里が3か4くらいになるよう計算して作っているという有機のぼかし肥は、蠣殻石灰、魚腸血、骨粉、うずらの糞、カニガラ、卵殻、鶏糞、豚糞、イチヨウの葉、レイシのしぼりかす、ゼオライト、ネッカリッチ（木酢液）キラグリーン（発酵促進材）等々。様々な資材を使うのでコストはかかる。これなら、カルシウムや各種の微量元素も十分に効かせることができ

る。病害虫防除にも工夫がある。害虫対策には防虫ネットはもちろん、各種のフェロモンを利用し、草焼き用のバーナーの火で土壌表面をあぶり虫の卵を焼殺す。これは雑草の種を処理するにも有効だ。ビニールハウスの土壌は夏場に水を張って太陽熱を使つての消毒

もする。木酢液や唐がらしを浸け込んだ焼酎も使うという。

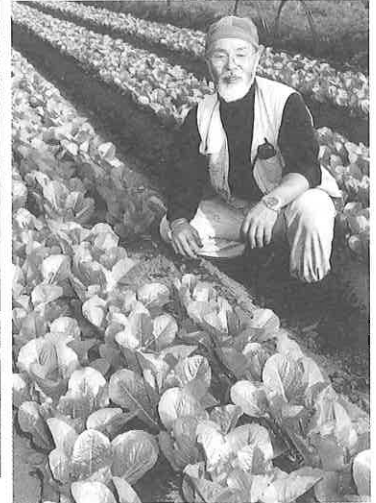
エン麦とフェアリーベッチを混播にした緑肥を使う輪作も連作障害を防ぐ重要な技術だ。フェアリーベッチは里芋の連作障害に対して有効だそう。

いかにも経験主義的というべき技術は、土壌や肥料の知識に照らし合せながら浅野さんが実践の中で検証してきたものだ。すでに浅野さんは、安易には勧めないが、自分の指導に従えば誰でも有機栽培に取り組めるノウハウを確立しているという。当然、手間もかかり、ほとんどの作物は大量には作れないのだが。

プロに出会えるプロになれ

浅野さんは、彼自身にとつてのあたりまえな農業をし、そして何より顧客に選ばれるに足る野菜を作ろうとしてきた。それが作れるだけの農民ではない農業経営者・浅野悦男たる所以なのである。

「自給自足で生きよう」というのなら自己満足でもよい。でも、農業が仕事なら、一人でも多くの人に食べて欲しい、答えが戻ってくることを望むのなら、人から売って欲しい、俺に売らせろと言われるような野菜を作らねばだめだ。買ってくれと頼まねばならない



イタリアンレストランなどで引合が多いコスレタス。これから有望な野菜だ



友人のついでで手に入れた福井の大野の里芋を試作する。大野芋の名前では売れないが、土は違っても出来は上々

イモを出荷しなければ

ならないのに火事で消防に出なければならぬことがあった。荷造りは中途で止めざるをえなかった。後の作業を父が引き継ぎ、イモを詰めて出荷した。すると翌日、電話が入った。

「イモが違う」

イモは同じでも、俵の詰め方が違っていたのだ。その人は俵を開けただけで浅野さんの仕事ではないと判断した。作って出荷する人の考え方や気持ちの俵の詰め方に現れる。売っているのはイモだけではないのだ。

事情を話して理解して貰った。そんな風に自分を見抜いている、見つめてくれている取引相手がいることに気付かされ、そしてそれに感激もした。

Kさんは必ず浅野さんのイモを買い、だから他の人は手を出さなかった。それを知らぬある業者が浅野さんのイモを夜のうちに持って行ってしまったことがあった。

すでにお客さんにも話を付けてあるKさんは、日頃イモの品質チェックに使うナイフを持ったまま、その業者を

市場中追っかけ回してしまった。それが警察沙汰になり、Kさんはクビになってしまった。それ以来Kさんには会っていない。

農産物の価格というものはただ競売で競り合って値段が付くだけではないのだ。買う人はそこまで考えて買ってくれている。プロの目に答えられる物を作ろうとする者だけが、プロの買い手に出会い、そして教えられ、また、伝え合えるのだ。農家はプロに出会わなければ駄目なのだ。また、出会う努力が必要なのだ。

そんな様々な出会いの中で、浅野さんは単なる「顧客」ではなく「ファン」になってくれるお客さんや取引先がいることを知った。そのことの有難さが身に沁み、またそれが仕事への励みになった。もちろん、それだけの評価を受け、そう思われるに足る自分にはかない何かを持つてることが前提だ。

物を買うのならソニーでなければ、ホンダでなければ駄目だという人がいる。彼が好きなソニーやホンダやトヨタが良いかどうかではなく、それでもソニーやホンダやトヨタを買う人のことだ。サッカーのファンは会社を休み、あるいは会社を辞め家族を投げうってまでもフランスに応援に行ってしまう。そこまではいかずとも、そんなファンになつてもらえるだけの何かを持

てる自分になる。農家でも産直や引き

売りをしてみればそのことに気付くはず。個人の主婦だけでなくスーパーのバイヤーや経営者のなかにも、そういう思いで支援してくれる人がきつと出てくるものなのだ。



エン麦とフェアリーベッチを混播にした緑肥。浅野さんの畑では輪作目的の緑肥の面積が一番多くなる



様々な材料を混ぜ、3年間切り返しを続けた堆肥は山林の下の堆積物を思わせる匂いと状態になっている



量販店のバイヤーなどが訪ねてくると、ぼかし肥の材料のサンプルを見せてその意味を説明し、それを理解して買ってもらうようにしている

農業に限らずファンを持たぬ経営者は挫折しやすいのではないかと。それに甘えてはいけないが、どんな経営者も単なる顧客でなくファンや支持者に助けられた体験を持つものである。ファンといえる顧客や支援者の励ましが、困難や逆境や孤立の中にいる彼に勇気を与え、意欲を沸き立たせるものだからだ。横並びの意識を越えた、新しいことに取り組む者にとってはなおさらそれが必要なのだ。

エコトピアネットワーク

下に示した浅野悦男さんが主催する「エコトピアネットワーク」の農業経営者に向けた「呼び掛け文」を見ていただきたい。そこに、農業経営者・浅野悦男さんの農業と農業経営に対する

理念が込められている。

浅野さんは、自分を育ててくれた神戸市場の人々だけでなく、様々な産直や契約栽培、あるいは生産者のネットワークでの野菜流通に取り組んできた。多くの感激とともに苦い失敗も経験した。

個人のお客さん、市場の仲買業者、スーパーや外食業の経営者やバイヤー、そしてレストランや食堂の調理人たち。沢山の人々に出会ってきた。そして、お金を貰える仕事として自らの理念に従い、しかもそれを理解し、自分の生産物を望んで買い求めてくれる人たちとの関係を作って行くことの難しさをつくづく感じてきた。同時に、どこにも小数はあっても浅野さんや理解し、浅野さんの野菜を欲しいと言いつつ、売らせてくれという人々がいた。

自分の野菜は農水省の「有機農産物」だから選ばれるのではない。この作り続けてきた土、この栽培技術、そして何より美味しいと思うから、浅野さんの野菜だから買ってくれるお客さんや取引先との関係を作りたいと考えているのだ。さらに、同じ思いの各地の農業経営者たちがネットワークを組み、自らの責任で顧客の求めに答えられる基準を作り、情報を正しく伝え、顧客取引先との納得の中で選ばれる野菜を作って売る仲間作りをしていこうと考

えている。それが「エコトピアネットワーク」なのだ。

すでに、これまで続けてきた自分たちの流通チャンネルの仲間もいる。さらに、自ら営業し顧客との関係に責任を持って係わるにしても、生産者である農業経営者たちが日々の取引事務に時間をさくのは馬鹿らしい。理念を理解し、その事務を受け持つて貰う受け皿も用意ができた。

浅野さんたちが作る、いわゆる「有機・無農薬栽培」では生産数量に限界があるしコストもかかる。それ以外にも、すでに浅野さんの作るコスレタスやルッコラをもっとたくさん供給して欲しいという注文もある。あくまで安全と安心、なにより品質において顧客に求められ、量産も可能な野菜を仲間の中で生産・供給する準備もして

いる。

食の文化の無いところには農業は育たない。良い買い手がいないと良い農家は育たないのだ。そして同時に、今、優れた農業経営者がいなければ、土や自然を正しく消費者に伝えることはできないのだ。浅野さんに共感する読者は連絡をされてみるとよい。(昆吉則)

環境保全型農業を目指すエコトピアネットワーク

豊かな自然と美味しい農産物を作ることを目的として自然の教えをもとに土作りを基本とする農業を目指す農家ネットワークの名称、地区、エコトピア○○○○○○○○(個人) エコファーム○○○○○○○○

「エコトピアネットワーク」の参加できる農家の条件

1. 参加する農家は全て目的に忠実であること
 2. 結果は全て己れの責任として処理すること
 3. いかなる理由であれ他の盟友に迷惑をかけること
 4. 偽りは全てを無にする。このことを念頭に置くこと
 5. 知識、技術、情報は全て共有のものとする
- 上記の条件を十分理解し納得出来る農家であれば誰でも参加することが出来る

「エコトピアネットワーク」のモットーと約束事

1. 農産物の販売は買って下さいではなく、売って下さいをモットーに
2. 流通は主に外食、個人、全て、オーダー制による販売とする
3. 受発注はFAX通信を基本に個人、品目、どこに行う
4. 価格は全て、品質、価額、こだわり等評価の上設定する
5. 売上金の決済は個人毎に指定金融機関に振込する
6. ネットワーク運営の経費として売上金の5%を差し引きそれに当たる
7. ネットワーク運営上必要と認める事項に要する経費は全て運営費より負担する(事務費、会議費、接待費)
8. 会計報告は年度末に書面により報告する
9. 事務局としてエコトピア、ヤチマタがそれにあたる
10. 事務局手数料は全員の協議で採決し運営費の中より支出する

事務局 エコトピア・ヤチマタ 浅野悦男

エコファーム・アサノTEL(FAX) 0434454854