

スーパー読者の
経営力が選ぶ

あの商品この技術

36

品質で顧客の心をつかみ、
おもしろおかしい農業を

都市近郊型農業を実践する荒川一幸氏は、経営委譲をきっかけに直売へ着手する。折しもパソコンの普及時期と重なり、ネット販売を通じて顧客層の拡大も図られた。

とはいえ、荒川氏は販路や販売量の増大にも足元を見失わない。品質に重点を置いたその経営手法は、状況がいかに変化しようとも最後まで貫いた。



茨城県古河市

荒川一幸氏

【経営データ】

- 売上金額／3,600万円（2006年）
- 面積／水稲6.4ha、畑作20ha（ソバ20ha、大麦12ha、ジャガイモ8ha）。ソバは、熱海や兵庫、宇都宮などにあるそば屋と直接契約。ジャガイモは、カルビーポテトとの契約栽培。
- 労務構成／夫婦とアルバイト2名。ジャガイモの収穫時期にはパートを6名。



荒川氏は、トラクタをはじめ、田植機、コンバインと基本的にすべてクボタ製を愛用する。「クボタは腕のいい技術者がいるので離れられない。応急処置ができるところがいい。普通は壊れたら部品を取り寄せてといった具合に時間がかかるが、それでは間に合わない。そんなところで融通の利くクボタと付き合いしている」



◀▲水稲の収穫に使用するクボタ製コンバイン「エアロスター／AR70」。キャビンのないタイプだが、これについて荒川氏は「キャビンはいいようで悪い。異物が入ったときに手で取れず、一度降りなければならぬ。そういう意味でキャビンは壊れる原因ともいえる」と話す。また、農業高校の出身でもある荒川氏は、エンジンをばらしたり、機械の実技をちょっと勉強しただけと謙遜するが、「以前はコンバインなんかも農閑期に全部ばらして整備していた」と語る。そのおかげかコンバインを引き取ったユーザーが「荒川さんのなら大丈夫」と耐用年数を過ぎてから3年ほど長く使用できたという。

顧客をつかんで離さない 食味への追求が第一歩

「おもしろおかしくできる農業がしたい。別に大規模じゃなくてもいい。いい仕事をして、いいお客様と密接な付き合いをしていければそれでいい」

茨城県古河市に広がる26haの面積で農産物の生産から加工、直売まで手がける荒川アグリワークサービスの代表、荒川一幸氏は、自身の経営スタイルをこう語る。この姿勢が垣間見えるものにコメの生産手法がある。

農業の世界では収量信仰がまだに根強く残っていたりもするが、荒川氏は食味重視で追肥の実施を避けている。

「イメージするのは子どものころに食べたコメ。6〜7俵ぐらいしかとれなかったが、おいしかった」

今日では10a当たり7〜7俵半の収量を確保しているというが、それでも周囲の生産者からすれば少ない。追肥による理由のほか、やはり食味の兼ね合いから窒素肥料を抑えていることがその要因だが、荒川氏は窒素肥料を減らした分、購入した有機肥料を活用することでイネの生命力を引き出すだけの栽培管理に努めている。

そんな荒川氏が作るミルクークイーンやコシヒカリの食味値は84〜82。毎年安定してこれぐらいの数値を残しているという。客観的な数値は消費者への訴求効果も高いといえるが、

「本来は食感」と成分表示の食味値を前面に押し出すことはしない。食味への追求を前提としたうえで、人と人とのつながりを大切にしながら販売するのが荒川氏のポリシーである。

「お客様には、自分のところの味を知ってもらえたらいいなと思ってやっています。魚沼のようにはなれないが、気に入ってもらえるお客様を取り込んでいければそれでいい。売り込みが好きじゃないというのもあるが、無理に販売する気はない。『おいしい』と思ってもらえたら、お客様は離れない」

ネットを通じた顧客開拓には バランス感覚が必要

生産・加工されたコメなどは、荒川氏の妻、正代さんが得意のパソコンを駆使して販売する。

そもそも直売を始めるようになったのは90年代初頭までさかのぼる。近隣の生産者が開いていた直売所でのコメの販売が出发点となった。とはいえ、当時は農協出荷が中心で直売は微々たるものだったという。

ちょうどそのころ、荒川氏は経営

委譲を受け、パソコンを導入する。これが直売を拡大させる転機となった。

その後、正代さんと共に地元の農業改良普及センターでパソコンの講習会に参加する。往時を振り返り、荒川氏は次のように語る。

「妻が意欲的に取り組んでくれたおかげで2000年ぐらいにホームページを開設することができた。自分とは例えば、勉強する気はあったが、一度画面を真っ黒にしてからすっかりやる気をなくした(苦笑)」

このホームページ開設をきっかけに直売の比率は年々高まっていく。現在では農協出荷がなくなり、直売8に対して契約取引が2という状況になった。ここに至るまでにネット販売の果たした役割は小さくなくかつと荒川氏は言う。その一方で、いい教訓となる出来事があった。

「同一法人から2t、3t、3tと続けざまに注文が入ったことがあったが、支払日になっても入金がない。後日、連絡してみると倒産したと言われた。個人としか取引する気はなかったが、そのときはたまたま在庫があったので出荷したらこういうことに。農家は慣れていないから狙われやすいのかなと思った」

こうした信用問題もあり、「タダで使える営業マンには最初は抵抗があ

▶コメの搬送では、以前は1t車2台と2t車1台の3台で対応していたというが、荒川氏の両親が引退してからは2t車2台にレザーコンテナとグリーンコンテナを積載して作業している。



◀乾燥機はすべて金子農機製。使いやすさを統一したかったので同じメーカーにしたという。パーナード循環タイプが4台に、遠赤外線タイプが1台。受託作業をしている20~30aの生産者に1つずつ割り当てるような具合で使用している。「コメには遠赤外線がいいが、反対にソバは量が少なかったり、水分が多いと皮がむけるのでよくない」



▲2007年に導入したばかりのクボタ製6条田植機「NSU67」。「有機肥料の側条施肥と除草剤の散布が田植えと同時にできるため、作業効率が良くなった。ただ、肥料の粒状が大きいため側条施肥機との相性が悪く、予定量が落ちなくて苦労した」



◀ソバの収穫に使用するクボタ製コンバイン「AX85」。運転席から作用部が目視できないため、同部を照らし出すライトを取り付けている。また、ソバの実がタンクの上部に詰まらないよう選別盤から出てきた実が1番昇降機からタンクへストレートに落ちる具合に改造が施してある。「メーカーに頼んでもやってくれないので自分でやった。改造は、農家間のネットワークによる情報交換から生まれることが多い。そうした仲間がいるかどうか重要になる」



◀大麦とソバの播種に使用する小橋工業製10連プランタ「ND24-10」。「大麦とソバを輪作するので、大麦へのソバの混入を抑えるため、大麦の播種幅を狭くしている。この機種だと鎮圧ローラーが駆動軸として作動するため、8月の土が乾燥した時期にソバを播種すると、土をローラーで引き込んで種子が落ちなくなるのが欠点」

った」と荒川氏は語る。しかし、ネット販売を通じて顧客が増えたことも事実である。

「今の経営者には営業はもろろん必要だが、同時に見極めや几帳面さが求められる。このバランス感覚が経営を大きく左右する」

顧客との交流会で より密接な関係を築く

荒川氏は、顧客との交流の一環として自身で作った農産物で料理を振る舞う「和味会」を開いたり、ソバの生めんやもちを年に1回、無料還元したりする取り組みも行なっている。かつて農協や市場に出荷していたところは生産者側に強さがあつたという荒川氏だが、今となっては立場が逆転している。しかし、それはしごく当然のことである。

「『ありがとう』ございました」と何の違和感もなく、素直に言えるようになった。昔はべこべこしていなかったが、今はそれでは通用しない。お客様には態度も影響するし、従業員に対しては会社の看板を背負っているんだから態度が大事と常にあいさつするよう言っている」

こう語る荒川氏は、社会情勢の変化に順応し、食味（品質）への追求を続けることでこれからも顧客の心をつかんでいく。

（永井佳史）



◀丸山製作所のハイクリアランスブームスプレーヤ「BSA520」。ノズルは、2006年施行のポジティブリスト制度に伴ってドリフト低減タイプにすべて取り替えてある。「多少の風でも大丈夫。これができるて助かっている」



▲藤見鉄工所のポテトハーベスタ「FPH-CA」。油圧を使用する巻き上げタイプのシュートは2006年に取り付けた。それまではコンテナローダーを使用。いずれも同社に依頼して製造してもらったものである。「ジャガイモでは打撲痕にいちばん神経を使う」



▶ロータリーハロ一はいずれも小橋工業製を3台所有。



▲ジャガイモの培土作業では、大豆用の5連培土器を改造して作った3連タイプで作業していく。「いろいろといじくって尾輪を外し、培土羽根の角度を変えられるようにした」。羽根の角度を調整することで、霜よけや早期萌芽、緑化対策を実施しているという。

