

変える・守る・育てる・創る 女だからの経営論

第57回

取材・文 三好 かやの



吉野啓子さん (熊本県・水俣市)

みなまた茶組合 代表
〒867-0116 熊本県水俣市薄原1553
TEL 0966-67-1785 FAX 0966-67-1410
<http://www.fsinet.or.jp/~minacha/>

Profile

よしの・けいこ 1948年岐阜県大垣市生まれ。愛知教育大学を卒業後、東京で17年間手芸や料理雑誌の編集に携わる。90年水俣で茶栽培を続ける幸男さんと結婚。水俣病事件や農業の行く末を考えるようになる。「グローバルな視野で、ローカルに生きる」がモットー。近隣の茶農家と協力して93年「みなまた茶組合」を結成。その代表として活躍している。

バリバリ編集者から茶農家へ

初めて水俣の吉野啓子さん（53歳）と会ったとき、日は既に西に傾いていたのだが、最初に案内されたのは、家でも畑でもなく、海だった――

そこはかつて水銀で汚染された水域を埋め立ててつくられた親水公園。名もない石仏が何体も並んでいた。

「これはね、水俣病の患者さんたちが彫ったもののなのよ」

そうか。水俣病が発見されて40年余、直接被害者の声を聞く機会は少なくなっただけ、患者さんの傷み、苦しみ、悲しみがここに刻まれているんだ。

振り向けば穏やかな海が夕日に染まっていた。水俣病の舞台となった不知火海である。目の前に広がる光景は、「公害の町」とは、あまりにもかけ離れていた。

「いいとこなんですねえ。水俣って」

「そうでしょ」

波打ち際を、啓子さんが、素足でバシャバシャ歩いている。まずは水俣の再生ぶりを私に見せたかったのだ。でも彼女は生粋の「水俣人」ではない。

水俣の水銀汚染地区の埋め立てが完了したのが90年。啓子さんは、奇しくもその年に、祖父の代から70年も続く茶農家の三代目、幸男さんと結婚。翌年水俣へやってきた。

それまで啓子さんは、東京の出版社に勤め、17年間手芸や料理の本を作り続けたベテラン編集者だった。当時の東京といえば、バブル景気の真っただ中、誰もが浮き足立っていた。そんな日々、「どこかおかしい。異常だ」と感じていた矢先、知人を介して幸男さんと知り合う。一方、農家の長男として育ってきた幸男さんも、意識的に「異業種」の人間と交流を広げようとしていた。お互い「自分じゃないもの」を求めてめぐり会ったのだ。

ブランド化するなら、今！

都会のキャリアウーマンも、最初は「何もわからないヨメさん」だったらしい。当時幸男さんをはじめとする茶農家仲間の間で、協同の製茶工場建設の話が持ち上がった。

お茶というのは生葉を摘み取ったらずぐ「荒茶」加工しなければならぬ。どの家も小さな加工場を持っているが、これからは各自バラバラに設備投資しては、大産地に太刀打ちできない。協同の製茶工場が必要だ。

最初は幸男さんの横で話を聞くだけだった啓子さんも、次第に話の内容にのめり込むようになる。

「ハナから『女性に控えて』なんて意識はないので、お茶を出すだけでいい

ところ、私の場合口も出す(笑)。みんなびっくりしたでしょうね」

工場が必要なのはわかるが、経済的なリスクも大きい。これまで通り荒茶を市場へ出荷しても、新たな借金を解消できるほどの売上げ増は見込めない。二の足を踏むメンバーが少なくない中、

「このままじゃダメ。これからどう生き残って、何をつくって、どうしたいかビジョンを描かなければ。新しい事業をひとつ起こすつもりで取り組もう。この機会にブランド化を！」

自称「物怖じしない性格」の啓子さんがこう発言すると、

「反対はせんよ。じゃ誰がやるとね」「私がやります！」

こうして93年、「みなまた茶組合」が誕生。啓子さんはその代表となった。で、幸男さんは以前苦い経験をしている。青壮年部時代、産地化の波を受けて「水俣」と銘打った商品化を推し進めようとしたが、「水俣」公害「有害」のイメージ連鎖がどうしても払拭できず、消費者に受け入れられない。お茶に限らずいずれの農産物にとっても水俣の名はハンディでしかなく、やむなく「熊本産」、場合によっては鹿児島産地名を冠して出荷せざるをえない。そんな時期が長く続いてきたのだ。

「けれど、公害の苦い経験を持つ水俣のお茶だからこそ、安心・安全を打ち出していきたい」

水俣が「事件の起こった地」から「事件を乗り越えた地」として再生していたとき「みなまた茶」は、啓子さんという最強のメッセンジャーを得たのだ。

茶摘みのピークに嫁がない！

「うちの幸男さんは、1年の2カ月間だけ超カッコイ」と啓子さん。他の10カ月はカッコ悪いわけではなく、茶摘みの行なわれる期間は、ものすごい集中力と緊張感がみなぎっているからだ。それだけ4～5月の茶農家は忙しい。茶葉適採時期は3日間に限られており、それを逃すと売上げがガタッと落ちてしまう。まさに真剣勝負の時期なのだ。

結婚当初、啓子さんは茶摘みの作業を手伝っていたのだが、経験も少なく、いつもサブに徹していた。

ところがある年から、5月の連休の一番忙しい時期に、茶畑から啓子さんの姿が消えていた。主力ではないにせよ、茶摘みのピーク時は、家族や人夫たちの昼食やお茶の世話など、「嫁のつとめ」はたとある。そんな時、彼女は「売り場」に立っていたのだ。

「お茶の売上げは、新茶の時期にどれ

啓子さんが開発した「みなまた茶」のラインナップ (左から)

- ①一番茶と二番茶をミックス。安心・安全・安価の三拍子そろった「暮らしのお茶」(100g・500円)
- ②極力農薬を減らして栽培したヤブキタの煎茶「特上煎茶(有作くん)」(100g・1000円)
- ③昔ながらの在来種を無農薬栽培「みなまた無農薬緑茶」(80g・800円)
- ④夏場のヒット商品。短時間で緑茶の味、香りが出るよう工夫された「水出し煎茶(無農薬茶)」(ティーバッグ・5g×20コ・800円)
- ⑤日本茶はあまり飲まないという人には「国産紅茶(無農薬茶)」(100g・500円)

*問屋経由のお茶に比べ中間マージンがない分、「原料は他よりワンランク上」なのが自慢



だけお客さんの前に立てるのかにかかっている。ところが現場は昼間お茶を摘んで夜は寝ずに製茶している。この時期に売れる人がいないから、ブランド化ができない。でも、連休に勝負しないでいつするのっ！」

そんな啓子さんの考え方と行動は、周囲のド肝を抜いたようだ。「これまでの常識じゃ、許されんこつたい」

幸男さんが、笑いながら当時を振り返る。茶摘みの最盛期なのに嫁がない。それでも強行したのは、

「3年先を見据えて、いい結果が生まれると信じていたから。そうでなきゃ、ブランド化できないじゃん」

96年、市内に物産館「まつぼっくり」がオープン。ここで1日に15万円売上げるといふ快挙を成し遂げる。それまで誰もできなかった、ブランド化を目指す、啓子さんは邁進していく。

決め手は在来品種

ブランド化を推し進めるに当たって、確保しなければならないのが、売り先である。東京へ行き、無農薬で売りに出されているお茶を徹底的に買い集め、マーケティングリサーチをした。さらに東京の生協に納品している人と知り合い、その伝をたどって売り込み攻勢をかけた。

「生協が何を望み、私たちが何を強くアピールすればいいか。そういう丁丁発止はお手の物」

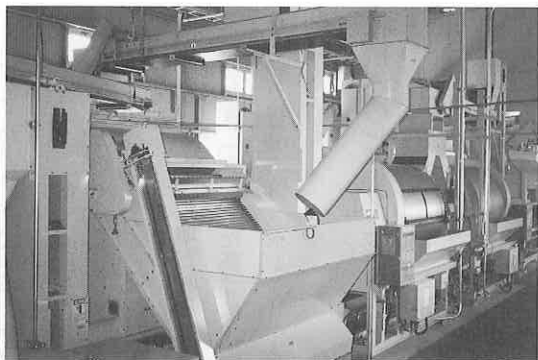
東京の友人の家に泊まり込み、ワープロで企画書を書いて、コンビニでコピーして……そんなビジネス的な対応にも、編集者時代の経験がバリバリと生きた。

しかし、いくら交渉が巧みでも、肝心の商品が良くなければ、商談は成立しない。啓子さんの商談を有利に推し進めたのは、水俣の茶畑に残されていた「在来種」の木だった。

静岡等の大産地が、優秀品種「やぶきた」への転換を推し進めてきた一方、積極的に産地化を進められなかった水俣には、品種名も定かでない昔ながらの「在来」が数多く残されていた。安全をキーワードに商品開発を進める以上無農薬は外せない。しかし、リスクも大きい。

「無農薬に踏み切れたのは、在来があったからです。挿し木で増やす木の根が横に張るのに対して、在来は直根が長くて深い。だから強い」

在来品種で無農薬。これが東京に近い狭山や大産地の静岡との差別化をはかる切り札となった。95年に生協との取引がスタートした当初、年間1トンだった出荷量も、今では10トン近くに伸びている。



荒茶工場は、98年4月に完成。これだけの巨大なラインを2人で稼働できる。

軽量で日持ちのするお茶は、産直にもピッタリ。ネットを通じて個人宅配の顧客も着実に増えている。こうして啓子さんは「みなまた茶」のブランド化を成し遂げたのだ。

私はコーディネーター

98年4月には、念願の新荒茶工場も完成。煎茶、グリ茶の2ラインがあり、1時間に500キロの生茶を加工することができるよう。広さ856平方メートルの広大な工場は、コンピュータ制御、2人で稼働できるので、茶摘みの時期の省力化も図れる。あまりの設備の立派さに、私がボーゼンとしていると、すかさず、

「これは製粉工場。今度はパン工場がほしい」

生葉を小麦とすれば、荒茶は小麦粉、製品はパンである。現在最終的な加工を施す仕上げは、別工場に委託しているのだが、いずれは自前の工場で仕上げたい。目下農協や行政に向けて、それこそ「何百枚も」企画書を書いていくが、相手の腰は重い。

さらに「みなまた茶組合」の組織そのものも、今転換期を迎えている。たしかに新工場は近代的だが、商品のシール貼り、発注の伝票処理等は、ほとんど手作業の「家内製手工業」状態。なんともちぐはぐなのだ。宣伝、営業、コピーライト……一人で何役もこなしまくる啓子さんの負担も少なくない。ブランド化が軌道に乗った今、新たに専属スタッフを雇うなど、本格的に企業化を進めたいが、それには資金が必要だ。各農家から茶葉を買い上げる値段を下げねばならず、なかなか踏み切れない。

「厳しく、利益優先のシステムを」「いや、もっと生産者優位に……」「あんたは甘い」

このところ、啓子さんと幸男さんの間でそんな押し問答が続いている。妻が進もうとすると、夫が引く。いつの間にか、立場が逆転していることもある。

「2人はまるでやじろべえみたいですね。落ちないようにバランスをとり

合いながら、頑張っている。」「だから、ぜんぜん先に行けんのさ」と、幸男さんは苦笑い。

水俣病がもたらしたハンディ、ひっそり残されていた在来種、高まる水俣再生の気運……さまざまな要素が複合的にからみ合って、みなまた茶のブランド化が実現した。本人は「私は単なるコーディネーター」というけれど、これらの要素を有機的に結びつけた啓子さんの功績は大きい。

そもそも「東京に疲果てた」啓子さんが水俣へやってきた当時、ここまでお茶にのめり込むなんて思ってもいなかったはずだ。

ところが今、水俣の歴史やお茶について語らせたなら、右に出るものはいない。次から次へと熱い言葉があふれ出てくる。啓子さんの話を聞いていると、誰もが水俣を好きになる。しかも異邦人の視線も心得ているから、そのメッセージはちゃんと相手に届く。元編集者だからだけではない。ちゃんと「想い」があるから届くのだ。

大産地の攻勢、中国茶の脅威……今でもちっとも気の抜ける状況ではない。組合組織の拡充と、仕上げ工場の設立という新たな目標もある。販売先だけでなく、地元にも説得せねばならない相手はたくさんいる。啓子さんの「丁丁発止」はまだまだ続きそうだ。