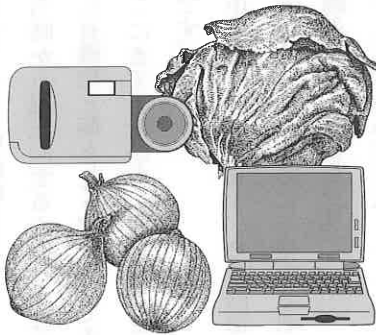


読者が語るインターネット活用術

「67歳のデジカメ」活用の威力



世間で言われるほど、インターネットは活用されているのだろうか。特に農業生産の現場にいる人たちに役立つ情報は収集可能なのか。また最近、農家の産直ホームページも増えてはいるが、本当のところ成功しているのか。結局のところ、インターネットの本当の価値はユーザーにしかわからない。そこで、本誌読者の中でインターネットを活用している方々に直接インタビューして、その楽しさ、利便性の如何について語ってもらうことにした。

●メル友との出会い

今回お話を伺った谷澤民夫さん（東京都あきる野市）は67歳。今まで取材した方の中で最もパソコンやインターネットを楽しんでいる印象を受けた。

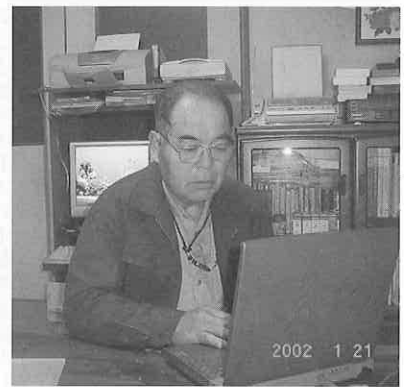
「どこかで名刺を渡した方から栽培についていきなりメールで質問を受けました。72歳で家庭菜園をしている人らしい。何度かメールをやりとりしていくとご近所さんだとわかったのですよ。彼はメル友です」

インターネットの広がって狭い世界を堪能している谷澤さんは、現在ホームページ作成に奮闘中だ。「今、index.html（ホームページの表紙）がなんとかできたところで、今から写真を貼りつけて、ハウスでロククウール栽培しているトマトの成長日記をつくる予定です。もうデジカメで撮った画像の準備はできています」

自分で直売をするためのホームページかと思っただけが違うらしい。

「運営委員会の会長をさせてもらっているJAの直売所（秋川ファーマーズセンター）のホームページを作っています。自己流パソコン術で荷が重く難儀ですが、マニュアルを見ながら何とかやっています」

パソコンをはじめたのは5年前。



パソコンに向かう谷澤民夫さん

今では自宅に歴代のマシンを3台並べているという。そもそものきっかけも面白い。

「東京都農業会議常任会議の席で経営改善のために農家にパソコンを導入しようという話になった。しかし、私を含め常任会議委員の誰もパソコンを使ったことがない。言い出しておきながら委員の間ではこういうことは若い人にまかせたらいいとの空気が濃厚にあったのですが、年甲斐もなくその話に自分が飛びついてしまったのです」

●インターネット情報と現場の矛盾

話を聞いていくと、その後の上達ぶりは目覚ましい。

「まずは、ソリマチの農業簿記をつけはじめました。それから、全農アピネス/アグリインフォ (<http://www.apinets.com>)

agri.zemoh.or.jp) に入会して新規登録農薬を中心に情報を収集し、近くのJAにその農薬を求めていくと『そんな農薬は置いてない』とそけない返事が返ってきた。JAにも生産者が自前で情報を得られる現実を知っておいて欲しいし、若い者からの注文ならまだしも私のような年長者でも得られる情報なのですから」

聞いてみると、そのJAでは全農アピネス/アグリインフォを使っている職員がほとんどいないらしいかった。

資材の購入については、日本農業システム (<http://www.nou.co.jp>) やホームセンターのコメリ (<http://www.w.komeri.com>) 等を活用して、今までより安く仕入れられたという具体的な成果もあった。

●直売所の悩み

自分の生産のためにだけでなく、直売所の改革のためにもITツールをうまく使いこなしている。秋川ファーマーズセンターには近隣の120名の農家が出荷・販売しているが、品質にバラツキがあつて困っていた。特に、直売所の看板商品であるスイートコーンについての問題が多いのが悩みだった。スイートコーンは、皮をむくまで中身の状態がわからない

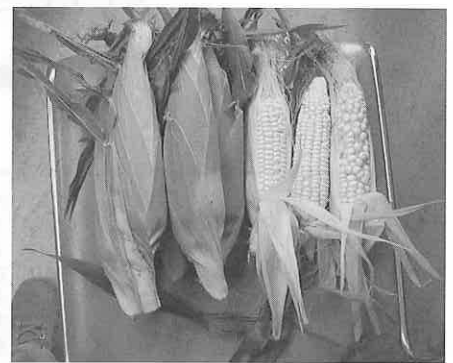
い。歯こぼれや熟期の判断ミスによる早どりなどが納品時の外見からわからないからだ。つまり、自宅で皮をむいたお客さんからクレームが来てはじめて不良品が判明する。また、スイートコーンは、比較的栽培が容易なため新規就農者が多く出荷していたのも原因の一つだ。

「親類なら、この前送ってもらったスイートコーンはいつものに比べてよくなかった、と気軽に言ってくれれば、消費者は遠慮して皆が皆クレームをつけるわけではない。言ってくださるのは氷山の一角と考えれば、品質問題は本当に大きい」

●生産者のプライド VS. デジカメの証拠

直売所の会長である谷澤さんが、販売商品の品質を上げるために考えたのがデジカメの導入だ。クレーム品の写真をデジカメに保存して、メールや出力を直に問題があった生産者に送ることにしたのだ。また、検品時に判明した不良品の写真を保存しておいて、店頭には並べないという水際の処理をする。当り前のことのようにだが、問題は農家のプライドと関係があるようだ。

以前は、モノが良くないといったところで、誰もが一国一城の主であ



谷澤さんがデジカメで撮ったスイートコーンの写真。不良品か否かが一目瞭然

る各生産者にとって、屈辱的な返品をすぐには納得してもらえなかった。「どうして他の人のが良くて俺のがダメなんだ」となる。意外にも、専業農家よりも定年後新規就農してこられた方の対応の方が逆に難しかったようだ。最初はプロ生産者の方から学ぶ姿勢で取り組むが、2、3年もすると結構上手にできるようになって自信も出てくるからだ。

「前職ではそれなりのところまで出世した方々ですから、あなたのスイートコーンは売り物にならなかったと後で報告したところでそう簡単に『あ、そうですか。出直してきます』とはいかないんです」

どうしても納得しない場合は、皆に名前を公表する手段に出たという。それが、今では証拠があるので「縁に置いときますから取りに来てくだ

さい」と言えるようになった。プライドより証拠、デジカメの威力はすごい。

ご自身は「煙たがられる存在だと自他共に認めている」とおっしゃるが、直売所経営の将来を考えてのことだ。

●直売所生き残りのための意識改革

「開設したはじめのうちは、めずらしくて賑わっていたが、今では近くに他の直売所もでき、スーパーでも同じような試みをしていたりして、私の直売所は全然珍しい存在ではなくなってきた。品質を上げてお客様にご迷惑をかけなければよいという言い方をする人がいるがそれでは甘い。100%自信のあるモノしか持つてこないことが生産者としての責

任ではないでしょうか。スイートコーンは皮がついているので100%とは言えないかも知れないが、それを言えるようにするのがプロとしての生産者の技術であり、それでも良くないモノを選別するのが生産者としてのプライドであると思います。ホームページを出せるのはそれからです」

谷澤さんは、直売所の競争と淘汰の時代を見越し、まだ持つていけば何でも売れる気分を取り組んでいる会員に対し、「67歳のデジカメ」という強烈なツールを使って生産者の意識改革に挑戦している。

お話の最後に、でもやっぱりデジカメを使って楽しいのは「孫の写真を撮って編集すること」とおじいちゃんの顔ものぞかせてくれた。

(浅川芳裕)



秋川ファーマーズセンター
〒197-0814東京都あきる野市二宮811
TEL: 042-559-1600
営業時間: 9:00-17:00
年中無休 (正月三が日は休み)

