

最近では毎週全国の篤農家さんにお会いしています。失礼な言い方になりますが、日本全国どこにでもいらっしやるんですね、篤農家さんは。200万人の農業生産者がいるとすると、1%が篤農家さんだとすれば2万人いる計算になります。

なにかにカリスマ篤農家と呼べるような有名な篤農家は片手で数えられるほどの人数しかいません。業界の発展とスタープレーヤーの人数は無関係ではないはずですよ。

篤農家の皆さんは土作りにこだわりの持っています。緑肥系の堆肥の土はあっさりした砂に近い味、厩肥系の堆肥の土はしっかりとした土のイメージそのものの濃い味がします。後味は全くなく3分後には口中でジャリツとする以外は土を食べた感覚はなくなりません。ちなみに、土壌消毒剤を使用した土を舐めると口に入れた瞬間に身体全体から拒否反応が起り吐き出しています。さらに水を飲んでもしばらくは化学合成物の嫌味が残っていました。

畑の土がそれぞれの篤農家さんで千差万別なのは僕の舌で確認しました。当然そこで育つ作物も千差万別になっています。さらにはその土地から選択されている品種も長年の経験から選択されているんですから、土地と品種と生産者の違いで同じに見

える作物でもピンからキリまであるはずなのに、なのなのですが、スーパーでは例えば『ニンジン』として無差別に売られてしまっています。たとえ生産者の似顔絵と県名・氏名を入れて売られたとして消費者はそれを元に購買の選択をしているのでしょうか。スーパーは選択されたくないはずですよ。商品の仕入れ・管理が面倒になりますし、1人の生産者の作物に需要が増えれば、需要と供給の関係でその作物の仕入価格が上がってしまうからです。だから、国立ファームは安心・安全のための生産者表示でない、商品差別化のために生産者表示をしたいんです。作物が、そして生産者が差別化されるようになれば、あとはマスコミを利用してもらってまず数人を有名にするプロジェクトをすることでカリスマ篤農家が誕生すると確信しています。

農業改革を謳う国立ファームの切り札は農作物の差別化以外にはありません。有機だとか減農薬などといった付加価値の区別ではなく、日本人の大多数が顔と名前と作物を知っているカリスマ篤農家をプロデュースして、その作物が通常の作物の数倍の価格で売れるようになれば、国民が憧れる百姓の頂点が誕生することになるんです。大リーガーのイチローと同等に扱われる百姓です。

そしてその下に篤農家が続き、その下に一般の百姓というピラミッドとすることが、自由競争社会に適合して発展する農業業界を作ることになると考えています。

しかし悲しい現状があります。就農調査研究事業報告書で「農業に関連して思い付く有名人」というアンケートを学生中心に1400名からしたところ、1位が田中義剛さんで171人、2位が高木美保さんで166人、3位がTOKIOで62人とその後も芸能人が続き、やっと同率10位で僕と無農薬りんご農家の木村秋則さんが6人、20位で永田農法の永田照喜治さんが4人という、生産者にとつて惨憺たる結果でした。いかに篤農家の認知度が低いかということ。今の農業はビジネスとしてアピール不足であるという現状を痛感します。

なので、今進めているプロジェクトがあります。「国立ファームが自信を持つてお勧めする篤農家百選」リスト制作プロジェクトです。マスコミが篤農家をもっと気軽に取り上げていただける様に、マスコミにとって利用しやすい篤農家のキャラを前面に押し出したリストを制作して誰でも観覧できるように、国立ファームのホームページで徐々に紹介してまいります。お楽しみに！

国立ファーム有限公司

高橋がなりの

アゲツのオサ

~早く「虎」に変わるんだ!~

第19回

ヤッパリおかしい! カリスマ篤農家のいない農業界