



株式会社アースワーク 代表取締役

松浦助一

福井県大野市

1961年、福井県大野市生まれ。高校卒業後、岩手の牧場で1年間働き、家業の農家を継いで肉牛飼育を手がけるが、牛肉の自由化問題や相場変動の不安から畜産を断念。87年より無農薬有機米栽培を始め、93年に「アースワーク」を設立。アースワークブランドのコメ、真空パック入りの里芋などを家庭へ直接販売するほか、量販店、生協などに納入している。

新・農業経営者ルポ／第27回

農家こそ、生産メーカーになるべきだ

「日本の農業の世界には不思議なことがたくさんあるんですが、そのひとつが農産物に生産メーカーがないことなんです」アースワークの代表取締役を務める松浦助一は、大きな目をぎよろりとさせて言った。

「例えば、車でも電化製品でも、どんな商品にも、必ず生産メーカーというのがありますよね。でも、農産物の場合、生産メーカーの役割を担っているのは都市部の問屋です。そこで農家から集めたコメに、〇〇印の〇〇米みたいな名前をつけて売る。でも、そのコメの生い立ちをきちんと知っているわけではない」

コメの流通・販売をめぐるシステムへの疑問から松浦が立ち上げたのが、無農薬栽培のコメを中心に、その生産から販売までを手がける会社「アースワーク」である。アースワークでは、コメのほかに、無農薬米を使った餅や日本酒、地元の福井県大野市産の里芋なども手がけ、その売り上げ総額は3億に達している。

自宅の隣につくられた事務所を訪ねたとき、松浦は営業の仕事でかきまわっていて不在だった。事務所はOA機器や書類であふれ、スタッフが端末のキーを打つ音や、ファックスが紙をはき出す音が響いていた。目をつぶると、都会のオフィスと錯覚しそうだった。しかし、少し遅れ

農家こそ、生産メーカーになるべきだ



■日本の農業の問題のひとつは、生産現場と消費者との接点がないことだと言われる。その典型的な例が、農産物には本当の意味での生産メーカーが存在していないことだと、(株)アースワークの松浦助一は指摘する。コメの本来の生産者であるはずの農家が、加工メーカーへの原料販売業者の立場に甘んじて、自分たちが本当に売りたいと思う商品を消費者に売ることができない。そんな状況に風穴を開けて、売りたいものを、自分で売るためのシステムをつくりあげた松浦の仕事ぶりを見つめる。



◀(左・上) アースワークは元旦以外、休業日はなし。でも、職場にびりびりした雰囲気はないように見える。「もし土日が休みだと、金曜日にスーパーから注文が来たとして、商品を送るのが月曜日、相手に届くのが火曜日になる。それでは相手にしてもらえません」と松浦氏

資材屋から 農業経営に進出

て事務所に戻ってきた松浦の風貌は、億単位のビジネスを動かす経営者というより、土臭く、豪胆な迫力に満ちていた。腕は丸太のように太く、笑い方も豪快だ。アースワーク(大地の仕事)という言葉がびったりくる感じの人物だった。

松浦の実家は、もともと1・8haの兼業農家だった。だが、最初から起業しようといった具体的なビジョンがあったわけではなかった。高校を卒業した松浦は、岩手の牧場で1年間働いた。牧場の体験に触発された松浦は、実家に戻ると黒毛和牛の繁殖を手がけることにした。その一方で、水田耕作やタバコ栽培も行い、さらに工場で夜勤のアルバイトをするという忙しい日々だった。

「私のいた農業高校では、年間300万をとれる農業を目指せということとを、よく言われました。それもあって、自分の生活していく分くらいは早く稼ぎ出したいと思っていました。ただ、自分の中に漠然としたユートピアへの憧れみたいなものはあった気がしますね。庭に入るとニワトリがいて、ウシがつかないであるみたいな素朴な光景です」

そのユートピア実現を目指して



▲日々の作業日誌はすべてデータベース化されている。スタッフや使用資材など、すべてについて細やかなトレーサビリティが可能である



▲アースワークの圃場はすべてナンバリングされている。データベース化するためだ

か、松浦は徐々に牛の数を増やし、黒毛和牛の繁殖にくわえて、ホルスタインのオスの肥育を行った。また、近隣農家からの水田耕作依頼を受け付けるようになり、数年後には年間1000万近い売り上げを達成する経営を達成していた。

そんなとき畜産業者の間で受精卵移植という新技術が話題になった。黒毛和牛の受精卵をホルスタインに入れて産ませるといふ、いわゆる代理母の技術だ。この技術が普及した

ら、黒毛和牛であるというだけではだめだ。松浦は、これからは自分で作ったものを自分で売らなくてはダメな時代が来ると感じていた。

同じころ、巷では牛肉・オレジンなどの農産物自由化問題が騒がれていた。本格的に肉牛を続けていくには畜産用の設備投資も必要だった。しかし、この不安定な状態で肉牛を続けていくのには大きくなりすぎがあった。悩んだ末、松浦は肉牛の飼育を止め、今後はコメ一本に絞ってこうと決めた。

コシヒカリは工場で作るもの!?

1987年、「特別栽培米制度」が施行され、生産者が直接、消費者にコメを販売することが認められるようになった。肉牛飼育を手がけていたときから、自分で作ったものは自分で販売まで手がけたいと考えていた松浦にとっては願ってもなかった。

しかし、ダイレクトメールでの直接販売は急激には伸びない。一方でコメ屋などの業者に卸してはいたものの、その要求される量に恒常的に応えるのはプレッシャーだった。要求に答えられないと、いやおうなく他のコメをブレンドされた。

「ある米問屋の人は『コシヒカリは工場で作るものだ』とまでいって

ました。コメの世界とは、そういう世界なんです。結局、あきたこまちとか、コシヒカリというのは加工メーカーの商品名であって、本当の意味でのブランドではない。でも、自分が一生懸命作ったコメを、そんなふうに使われたくはありません。そこで玄米で問屋に卸すのではなく、自分のところで精米してパッケージングし、販売先も自分で開拓して出荷する方に力を入れました」

とはいえ、まだ家族経営の自営業者であった松浦にとって、それは大仕事だった。当時は本格的な精米機械も持っていなかったため、家庭用の精米機を8台並べて精米を行った。昼は田植え、夜は精米、そのあとトラックで配達という超多忙な日々が続いた。2t車で2日で大阪を3往復するのも当たり前だった。

「しんどかったけれど、30代前半だったからそのくらいの体力はあったし、最大限頑張ればそのくらいできるんだというのは自信になりましたね。そのくらいしないと、世間の人には認めないし、田んぼも貸してもらえません」

91年には松浦は22haほどの田んぼを借り、売り上げも1億を目標に据えていた。ところが、そんなとき松浦は交通事故に遭った。やっと田植えが終わった時期の早朝、赤点減し

ていた交差点に入ってしまった。ほかのクルマと衝突したのである。頭を打ち、あばらを2本折り、40日にわたる入院生活を余儀なくされた。

この事故を契機に、松浦は自分一人で行うことには限界があると悟った。退院すると早速、本格的な精米プラントを導入し、93年、「地球の仕事」という意味のギリシア語に由来する名前の会社「アースワーク」を立ち上げた。

生産者が生産メーカーになる

会社を立ち上げた時点で、松浦の方向性ははっきりしていた。冒頭でふれたように、生産メーカーの存在しない農産物の世界で、生産メーカーを目指すことだった。

「私は、お米の生産者こそ生産メーカーになるべきだと思うんです。ところが、現状では、お米の生い立ちも知らない加工メーカーが生産メーカーとなって商品名をつけている。本当の意味でのメーカー（生産者）であるはずの農家は、加工メーカーへの原料供給業者としか見なされていません。いわば日本酒の桶売りと同じです。でも、小さな蔵元が自社銘柄の吟醸酒や純米酒を造って独立しているように、私も小さくてもメーカーとして仕事をしたいと思っ

農家こそ、生産メーカーになるべきだ

◀アースワークは研修生や実習生の受け入れにも力を入れている。「生産から流通、販売まで、すべてにかかわれるのが農業の面白さ」と松浦氏は言う



◀アースワークでは里芋のころ煮や餅などの加工にも取り組んでいる。これらはギフトセットとして販売されている



▶商品には、すべてアースワークのロゴが入っている。「生産者の顔の見える農業」を目指したいという願いどおり、袋の上で松浦氏がほほえんでいるものもある



たんです。コシヒカリとか、あきたこまちといったブランドの感覚がなくなるというのは無理だとしても、福井に行ったら、アースワークのコメがあるとと言われるようにはなりたいですね」

アースワークのコメ作りは、発芽の段階から通常の稲作とは違う無農薬栽培の手法が特徴である。生産するコメのランクに応じて、酵素散布を行ったたり、苗と苗との間隔を通常の2倍以上とるといった独自の方法が細かく取り決められている。そして、このようなコメ作りを積極的に評価してくれたのが量販店であった。量販店とのパイプが強まるにつれて、以前からの取引先である米問屋との間に軋轢が生じてきた。結局、松浦は2003年に、それまで年間5000俵近い売り上げがあった関西の問屋との取引を止める。

現在、アースワークのコメを扱っている量販店の店舗数は90店舗に上る。売り上げとしては量販店が50%、家庭への直販が約25%、そのほかが生協など通販業者や酒屋となっている。加工メーカーへの原料販売業者ではなく、アースワークのコメを提供するメーカーとして自立するという松浦の願いは10年かけて、ひとつの達成を見た。

松浦の経営方法の特徴は、データ

に基づいた徹底したマーケティングである。現在、松浦が生産している商品は、生産品質のランク順に挙げると、JAS有機無農薬米、無殺菌酵素栽培米、夢ごこち、減農薬減化学栽培コシヒカリ、一般栽培コシヒカリの5種類である。アースワークでは、それぞれの出荷先での売り上げを集計し、どのコメが、どの販売先で、どのくらいの販売量があるのかを分析している。

「量販店での売れ筋の価格帯は何か、その価格帯にあたる商品は何か、生協ではどうか、通販ではどうか。そうしたデータを把握することによって、どの商品をどのくらいの規模で生産すればいいかが、おのずと明らかになってきました。それを栽培面積に落としていくと、だいたい400haあればカバーできるという計算になるんです。現在は委託分もすべて含めて170haなので、まだ先は長いのですが、何をすればいいか、その枠組みがはっきりしたので、あとはやるだけです」

だれのためのトレーサビリティか？

アースワークのコメをアピールする上で、松浦がもっとも重視しているのが、資材の統一と農薬の使用を極力減らすことである。



▲精米ラインを入れるまでは、家庭用の精米機8台を並べてフル稼働させて精米を行っていた



▲無農薬栽培用の中耕除草機



▲200ha近い圃場を扱っているのに機械類がきわめて少ないのは、基本的に、品質に関係ない部分はアウトソーシングしているため

その栽培方法もランクに応じて変えている。最高ランクのJAS有機無農薬米では苗と苗の間隔を通常の2倍とる、中耕作業を行う、酵素散布を何度も行うといった、きめ細かな栽培方法がとられている。水田の委託栽培分についても、除草薬の使用は1回だけ、予防剤は使用しないなど、コメの種類によって細かいガイドンスが行われている。

また、とくに気を遣っているのがトレーサビリティだ。

「うちではスタッフには、タイムカードの代わりに詳細な作業日誌をつけることを義務づけています。コンピュータのシステムをつくり、そこに作業内容、使用した機材や資材、作業した圃場の番号などを細かく打ち込んでマスター化できるようにしました。問題があったときは、いつ、誰が何を使って、何をしたかが、簡単にトレースできる。ただ、委託分については、そこまでできないので、それが今後の課題です」

一方で、松浦は中間業者がトレーサビリティの大切さを声高に言うことについては疑問を唱える。

「中間業者が生産履歴を明確にしましょうなどと言っていますが、お客さんがいちばん知りたいのは、商品価格の信憑性です。一方、私たち生産者が知りたいのは、この農産物が

問屋でいくらになり、店でいくらで売られているか。その辺は秘密にしておきながら、〈生産履歴を明確に〉などといった意味がない。価格のトレーサビリティがなければお客さんにとってのメリットはありません。中間業者のいうトレーサビリティは彼ら自身の身の保全のためにあるようなもので、末端のお客さんのことは考えていません。それを考えているのは、末端ユーザーとつきあっているスーパーくらいです」

松浦は「本来、流通とは生産者と消費者の双方に利便をもたらすためのシステムであるはず」という。流通のおかげで、お客さんは商品を安く買えるというのが正しい流通のあり方である。しかし、現実にはまったく逆のことが起こっている。

「だから、私たち生産者がお客さんに安く商品を提供できる方法を提供しなくてはならない。根本的なところが、おかしいんです」

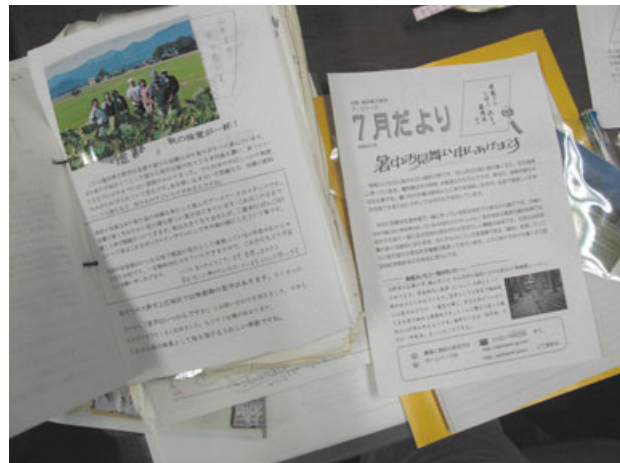
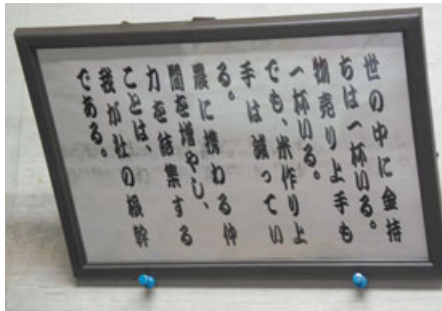
もっと「作る人」を！

アースワークで力を入れていることに、農業体験実習がある。数日単位の体験だけではなく、担当管理圃場でのコスト管理から自営農業者として自立するためのサポートまで、本格的な営農を目指す人のための学びの場を提供している。

農家こそ、生産メーカーになるべきだ



事務所に掲げられている松浦氏のモットー。「いいものを作る力さえあれば、流通システムがどんなに変わっても対応できる」というのがアースワークの哲学である



▲10年以上前から通販先への請求書につけて送っている月報。いまでは多い月で1500枚送る。「請求書だけが送られてくるのって、いやなものですよ」と松浦氏

「私は農業の面白さというのは、生産から、流通、販売まで、すべてを扱うことができる場所にあると思うんです。そういう業種というのは、なかなかありません。そこを魅力と考えて農業をしてみたいと思ってくれる人が来てくれるといいのですが、まだ、なかなか伝え切れない」

それでも農業のいちばんの基本は、やはり「作ること」にあると松浦は強調する。

「売るのが上手な人、資金力のある

業者はいっぱいいます。でも、作れる人がいなくては大げなんです。いものを作る能力があれば、どんなに流通が変わろうと、業者が変わろうと対応できるんです。だから、作る人の育成は、これからの農業の必須条件です」

松浦は今では9人の社員を抱え、以前に比べると、「作る」という現場と距離が出てきている。このため、まわりからも経営者・営業マンというイメージで見られがちであるとい



田中 真知

【筆者プロフィール】
1960年東京生まれ。作家・翻訳家。1990年より1997年までエジプト在住。著書に『アフリカ旅物語』（北東部編・中南部編、凱風社）『ある夜、ヒラミッドで』（旅行人、凱風社）『グラム・ハンコック』『神の刻印』（凱風社）、『惑星の暗号』（翔泳社）など。

う。しかし、松浦は言う。

「本当は、私たちだって作ることに没頭できればいい。しかし、現状では作っているだけでは販売業者の言いなりにならざるをえない。自分たちが作りたいものを作って売るのは、自分たちが販売力をつけるしかないんです。でも、自分が〈作る人〉か〈売る人〉かと聞かれれば、もちろん〈作る人〉でありたい」

数年前から、松浦は海外の農業事情にも目を向けはじめ、ウルグアイやチリなどの農場の視察に頻繁に出かけている。

「海外でビジネスをしようとする本格的に考えているわけではないのですが、もしやるとしたらどうしたらいいか、輪郭はだいたい見えました。私は、消費者が外国のコメが安くていいというのだったら、それはやむを得ないと思います。選ぶのは、あくまで消費者ですから。ただ、そこ

でも基本は〈作る能力〉だと思っんです。それさえあれば、かならず僕らの出番はある。それが私が外国に行って確信したことです。もともと、これまで協力してくれた人たちのこともありますので、50歳までは400ha達成のために頑張ります。そのあとは、んー、まだわかりません」

8年ほど前、アースワークの活動ぶりが雑誌に取り上げられた。その際、「忍たま乱太郎」で有名な漫画家の尼子騒兵衛氏が、松浦を漫画のキャラクターで書いてくれたという。尼子氏のペンになる野良着姿の松浦は、今もアースワークのホームページを開くと見ることができ。稲穂をバックにG I Fアニメでやんちゃに暴れ回る彼の姿、それは松浦が、いつまでもこうありたいと望んでいる自分自身の姿にほかならないような気がする。（敬称略）