

12の顔で農村を プロデュースする男

栃木県北部に位置する那須連峰。その麓に広がる広大な扇状地が那須野ヶ原である。江戸時代まで荒野が広がっていたというこの地に、1885年（明治18年）、日本三大疎水のひとつに数えられている那須疎水が開かれた。その後、明治政府の殖産興業政策に沿っていくつもの大農場が展開されていった。

澤田が生まれたのは終戦を迎えて2年後のことだった。当時、身を寄せていた分家の家族を合わせると総勢20人の大所帯で、本家としての経済的負担が重くのしかかっていたことは子供ながらに感じていた。

復興期の後も、東京の大学に進学した身内の子弟の学費を工面するため、東京で食堂と燃料店を兼ねた下宿屋の経営をしていた時期があった。店で売られていた炭は実家の裏にある里山の木を焼いたものだったという。農業だけにとどまらず、様々な



生業を身につけながら昭和を生き抜いてきた澤田一族は、いつしか血縁を超え、地域の世話役として農村をリードする存在となっていた。

**稲ワラにチャンスを感じ
水田農業から商事会社の設立へ**

農家の跡取りとして5代目となる

今後の農政の行方に農業関係者のみならず世間の注目も高まる中、農業経営者は時代の変化に対応するビジネス感覚を身につけ、自ら道を切り拓く努力をしなければ生き残れない環境におかれている。今後何をどのように作ればいいのか、市場はどこにあるのか。就農以来、常にこの課題を解決するために、様々な経験と知識を身につけてきた(有)ナスアグリ代表取締役の澤田吉夫は、地域の農村でひとり12役をこなしている。

取材・文／芹澤比呂也 撮影／土井学

12の顔で農村をプロデュースする男



1 2 3 大黒商事の加工場。各地から集められた稲ワラが結束され、山積みされている。厩舎の敷きワラとなる。

澤田吉夫（62歳）は、地元の高校を卒業してすぐに就農。23歳の時に知人の誘いを受けて、(財)鹿沼市農業公社の作業請負を始めることを決める。県の最南端にある公社の圃場と県北部の自作地とは、田植えの季節が半月ほどずれるため、作業日程をうまく組み合わせれば効率的に規模拡大できると考えたからだ。

やがて近隣農家でグループを作り、農業公社の圃場250haを担当するようになる。ところが澤田は、30歳の時に農業公社の請負仕事を段階的に減らしていくことを決断した。現在ではまとめ役の後継者を育てて引き継ぎも終え、完全に撤退している。農業経営のひとつのお手本ともいえる規模拡大路線をあっけなく変更した理由は、一体どこにあったのだろうか。

走馬のトレーニンングセンターが、茨城県の美穂村に統合されて移転するという話を耳にしたんです。その瞬間、これからは稲ワラが商売になるぞとピンとききました」

2300頭の競走馬が収容可能な美穂トレーニンングセンターは、日本中央競馬会の調教拠点として1978年に開設された。澤田は日本最大規模のこの施設で消費される新たな稲ワラ市場に参入しようと決めたのだ。納入業者としての体制を整えるために思い切って会社設立に踏み切った。(株)大黒商事である。ところが事業の立ち上げ準備を進める中で、大きな不安と直面することになった。稲ワラの品質管理の問題だ。

「十分に乾燥させて品質管理を徹底しないとワラにカビが出ることがあるんです。万一カビが出たワラを食べた競走馬が下痢を起こしてレース

封印されていた 江戸時代の農家の多様性

澤田家のようにビジネスマン的な、いわば商人としての感性を持ち合わせた農家は果たして特別な存在なのだろうか。実は歴史専門家の間では、江戸時代の農家の日常生活が読み取れる様々な古文書の発見と解説が進み、これまでの常識が一変してしまう事件が起きている。経営感

に支障が出れば、億単位のお金が吹っ飛ぶ世界。求められる品質のハードルが非常に高かったんです」

たかが稲ワラとあなどることはできない。澤田は福島競馬場がある福島県の農家から、どうしたら日本中央競馬会が望む品質になるのかノウハウを学んだ。その結果、納品する稲ワラは昔ながらの手刈りで収穫され、はざかけして天日干しされたものだけを扱うことにした。コンバインで刈り取られた稲ワラは機械の構造上湿気が付きやすく、品質が落ちてしまうのだ。こうして澤田は、農家からビジネスマンとして、売り手と買い手が正面から向き合う世界に身を投じることになった。その後、決して良馬場とはいえないコンディションの中で、危険な障害レースに出走した大黒商事の販路は、地方に広がるまでになっている。



(有)ナスアグリ 代表取締役

澤田吉夫

栃木県那須塩原市

さわだ・よしお ●1947年栃木県生まれ。自作地13haの水田でコメを生産するほか、ハウスでシクラメンなども栽培。30歳の時に競走馬の厩舎で使われる稲ワラと、高炉で使われる工業用木炭を取り扱う(株)大黒商事を設立。同社は現在従業員8名で、年商は1億円。その後、自作米の卸会社(有)ナスアグリを設立してコメの食味検査を始める。息子夫婦と澤田夫妻の4名で家族経営し年商8000万円。2つの会社経営以外に、環境保全隊隊長、日本の水田を守る会役員、コメの検査員、JGAP指導員、那須疎水土地改良区理事、森林組合理事、森林管理士、保護司など12の肩書・資格を持ち、地域のまとめ役として活動中。

覚に長け、商人のように活躍していた農家が多かりの数で存在していたことが確認されているのである。

歴史学者の網野善彦は、年貢に追われて村からあまり外に出ず、貧しい農民が多かったというこれまでの農家像は虚像だったと断言している。特に豪農は日本全国を駆け回り、船による交易や金融業などで大きな富を得ており、いわば「多角的企業家」としての姿が浮かび上がってきたという。また、農家の女性は養蚕・機織の担い手としてだけでなく、製品の販売先と値段交渉までを取り仕切り、大きな利益を家計にもたらしていたと言及している。さらに江戸時代に日本にやってきたイエズス会宣教師ルイス・フロイスの記録からは、妻が夫に高利で財産を貸し付けていたことを物語る箇所を引用している（網野善彦著『日本の歴史00巻 日本とは何か』講談社／ルイス・フロイス著、岡田章雄訳注『ヨーロッパ文化と日本文化』岩波文庫）。実際にこれらの本を手にとってみると、ダイナミックな農家の経済活動が日本各地で繰り広げられていた様子が目に浮かんでくる。

しかし、一体なぜこのような農民・農家像のずれが起きたのだろうか。この疑問にも答えが示されている。日本の農家の生業には様々な分

野があったものの、石高制の中では加工品や工芸品などは片手間ジャンルとして扱われ、まして大々的に商売をする農家の存在を認めるわけにはいかず、公式記録として残せなかった事情があったというのだ。農家の側からも、あえて公にしたくない事情もあった。これは現代とも通じるようで、非常に興味深い。国が政策意図を持って制度をつくるのは当然で、その狙いに沿った現場を中心に記録を残そうとする傾向は、いつの時代も変わらないからだ。

しかし、一点大きな違いがある。江戸時代の方がいい時代だったのではないかと残念に思えること。それはどうやら江戸時代の農家や農村が今より自信と誇りを持っていて、たくましく生き抜こうとする意思が強かったと感じる点である。当時の農民は、お上に言われるままに年貢を納めていただけではなく、地主も小作人もそれぞれの役割を分担しながら、活躍できる市場があったと古文書は語っている。少なくとも、補助金と引き換えに一票を投じたり、地目の変更で土地の値上がりを待つ者はいなかったはずだ。今こそ江戸時代から続く農家の魂で、農村同士がうまくつながる仕組みを作り、「明るい農村」を生み出すことはできないものだろうか……。



4 「そすいの郷」店内に貼り出された生産者別のコメ食味ランキング。上位から順に売り切れていく。5 「そすいの郷」には東京からドライブを兼ねて買いに来る客もいる。6 コメの食味は70点以上を合格としている。7 8 コメの食味計。コメを容器に入れてボタンを押すと1分で計測完了。



12の顔で農村をプロデュースする男



10



9

9 圃場を囲むように里山が広がる。ここも澤田の作業フィールドだ。10 長男の浩孝（36歳）は6代目。妻とともに花き生産を担当する。12 13 750坪のハウスで栽培されているシクラメンなどは、フラワーショップの(株)日比谷花壇などで販売されている。高級路線で勝負しているが次の一手を模索中。



13



12



11

コメの食味追求を掲げて 地域をつなぐ

鹿沼市農業公社の250haの作業請負からは完全に撤退したとはいえ、澤田は栃木県の南北の協力関係を作り上げて後継者を育てていた。引き継ぎを終えた澤田はこう語る。

「若い頃から農政に振り回されず楽しい農業をやりたいと思っていました。そのためには補助金ばかりに頼らず、利益を出す努力をしなければなりません。規模拡大もひとつのやり方ですが、協力し合うことで事業の成長を目指す方法は、ほかにもたくさんあるはずですよ」

大黒商事の次に立ち上げた(有)ナスアグリでは、自作地のコメの集荷・販売に加え、4年前から地域のコメの食味検査を始めた。食味検査には官能検査と分析検査がある。官能検査は試験官が実際に試食した時の感覚をもとに評価し、分析検査は測定器によって分析する。コメの粘りに関係しているアミロース、窒素肥料の量によって反応するタンパク質、食味を最も左右する水分、コメの鮮度の目安となる脂肪酸化度が測られ、総合的に評価された結果が点数化される仕組みだ。

コメの検査員資格を持っている澤田はもちろん、仲間の農家は食味を

高める栽培技術に磨きをかけてきた。地域を挙げて「そすいのミネラル米」という新ブランドを作り、生産者仲間たちは農産物直売所「そすいの郷」などで販売している。「そすいの郷」では全国でも珍しい取り組みを3年前から始めている。統一ブランドの基準を満たした上で、各生産者ごとに食味計で測定したコメの数値を、消費者に公表しているのである。取材当日は十数名の生産者が出荷していたが、売り場の棚には生産者全員の名前と数値が一覧表で張り出されていた。当然、上から順に品切れになっていき、東京など遠くから買いにくる客も多くなったという。店舗に在庫がない場合は30名の登録生産者の指名予約もできるようになっていたが、中には消費者から生産者に連絡が入り、直接取り引きが始まってしまうケースもあるらしい。こうなると生産者は店舗への出荷をやめて、運営コスト分を顧客と折半する形となるため、店舗運営上は課題となっている。

いずれにせよ、こうした新しい動きが出てきた背景には、澤田がナスアグリで食味検査事業を始めたことが影響している。ちなみに食味検査料は、JAに検査を依頼すると1俵あたり500円で、その他手数料と諸経費が別途かかり合計1268円

也。一方のナスアグリは1俵あたり350円で、袋代がかかるほかは手数料もないため、合計470円になる計算だ。検査費用を安く設定したこともあり、ナスアグリが運営する検査場は現在7カ所にまで増え、検査実績は9000俵に達する。今年さらにもう1カ所新設される予定だ。体制を整えるため、6代目となる跡継ぎの浩孝（36歳）も検査員の資格を既に取得済み。圃場を集約して規模拡大を目指すのではなく、食味という消費者ニーズに応えようとする生産者の検査ニーズを集約して事業化したわけだ。生産者からサイバズ業者へ。見事な展開である。

こうした独自路線を貫く事業スタイルの原点は、やはり大黒商事を立ち上げて未知の稲ワラ市場に参入した時の経験が生きているのだろう。

エコや環境をアピールする農家は多いが、ただ言葉で唱えて公の制度に乗っかるだけでは効果は少ない。これからの農業経営には、一般企業を取り組んでいるようなCSR（企業の社会的責任）の感覚で、地域社会や自然環境そのものに具体的に働きかけることが重要になってくる。特に郷土に愛着がある農家の取り組みは、むしろ自然な感情でもある。ビジネス感覚を身につけるといことは、決して計算高くなるという

ことではない。求められている価値をわかりやすく見える形で提供できるように、ほんの少し気を配るといふことだ。澤田が取り組んでいる事業は、常に「誰に」「何を」「どうやって」「いくらで」提供するかという基本的なビジネスメソッドを守っているように映る。

多角的な事業展開の先にある メイド・バイ・ジャパニーズ

過日の本誌定例セミナーに参加した際、多収米品種「みつひかり」の話を知った澤田の行動は早かった。その翌日には澤田から本誌編集部に電話が入った。種苗メーカーの紹介とともに、地域の仲間に減反選択制のもとでそれに取り組むことの経営的意義を伝えてほしいとの依頼である。みつひかりを地域の仲間と契約栽培したいというのだ。

みつひかりは三井化学アグロ(株)が開発したハイブリッド米で、「みつひかり2003」「みつひかり2005」の2種類がある。栽培適地は関東以南だが、「2003」では13〜15俵あるいはそれ以上収穫できる。しかも、今なら特定の外食向けにいくらでも売れるという。価格は21年産では1俵1万1000円。種子代はキロ5000円程度だが、これなら1万3000円でコシヒカ



15

14鍋掛南部地区環境保全隊の隊長として、地元小学生や取引先社員の農業体験教室で大忙し。1516トラクタはいずれも年季が入っている。30年近く前に製造されたトラクタも現役。修理を重ねながら大事に使っている。17三輪の乗用水田除草機。18除草部は丈夫な手押し式の部品を取り付けて改造した。



14



18



17



16

12の顔で農村をプロデュースする男



20



19

19 地域のまとめ役として、仲間たちを集めて研修会を開くことも。写真は本誌編集長を招いての講演会の模様。20～23 東北新幹線の那須塩原駅からほど近い場所にあるアウトレットモール。店内の農産物直売コーナーには、澤田の声かけで集まった生産者の商品が並ぶ。澤田自身のコメも人気商品だ。



23



22



21

りを9俵取るよりはるかに利益が多い。しかも、販路も決まっているのだから今時こんな良い話はない。澤田が検査員であることも、品種表示の上で仲間の助けになる。さらに澤田は、より食味の高い「2005」で、独自の商品開発や外食店舗向けの営業も考えているようだ。さらに澤田はJGAP指導員の資格を持ち、自らの農場もJGAP認証を取得している。数多くの肩書きや資格のすべてが事業に活かされていくのである。

食味計で85点満点中84点を出したこともある澤田のコメは、地元の直売所やネット通販のほか、東京にある中食チェーンにまとまった量を販売している。さらにその取引先が海外出店を計画していることから、効率良く商品を卸せる海外圏場を物色するために、近く海外出張の予定も入っている。澤田がメイド・バイ・ジャパニーズの仕掛け人として世界を股にかける日は、そう遠くないかもしれない。

憧れの職業としての 農家の底力

今後は農村を担っていく人づくりにも注力していきたいという澤田。子どもたちの環境教育の実践や、都会からの訪問客を迎え入れたりしな

がら、世界で見聞を広めつつ地域の相談役になりたいという。

やりたいことはまだまだ沢山あるが、やはり気になるのは孫のことだ。

最近夕方遅くまで野球に夢中になっている小学6年生の将弥君は、澤田家にとって7代目となる大切な跡取り候補である。彼を見る度に澤田は少年だった頃のことを思い出す。当時、日本ではまだ3台しか輸入されていなかった大型トラクタを運転する祖父の隣でワクワクしていた。澤田の記憶には残っていないというが、おそらく手入れが行き届いた裏の里山の今と変わらぬ姿が目に入っただけに違いない。今年の夏は里山に小さなベンチを並べ、地元の子どもたちに森の楽しさを味わってもらいたいと考えている。そして澤田は、突然顔を崩してこう言った。

「実は最近になって、私が何にも言わないのに、孫が自分から言ってくれたひと言が本当に嬉しくて……」

その一言とは、

「おじいちゃん、ばく農業継ぎたいなあ」

日本全国、地域によって農家が置かれた環境は様々である。しかし、このひと言を胸に刻み、日本の偉大な農家のDNAを信じ、挑戦する心を持ち続けてみてはどうだろうか。

(文中敬称略)