

米を通して人・自然・夢が交わり幸せを追求する。
数字や金額には表せない喜びを求めて「e5米ニケーション」。

ライスボードのボンニーズ米ニケーション

(株)ライスボード新潟総務部長・米ニケーター 豊永 有

「今年はずまく育つかしら」、「ちゃんとお水をやるよ」なじみの若いお母さんが小学生の男の子のために苗をあらかこれかと選ぶ。隣のはんこ屋のおばちゃんが、「去年は2匹イナゴが来たね。びっくりしたよ。今年は何匹集まるか楽しみだね」と話しかける。

今年もテイクアウト用の味噌汁カップに苗を小分けにして店先に置いた。昨年は約600カップが通行人にもらわれていった。

「越後ぎんむす」のある武蔵野市吉祥寺中通り周辺を散策すると、プランターやバケツで田植えをしている家庭があちらこちらに見受けられる。植えられている苗は私たちが無料配布したものだ。

「越後ぎんむす」は新潟県内の130軒の生産者が出資して経営している「株式会社ライスボード新潟」の直営店だ。

信ずるべきは自分の力と消費者

「株式会社ライスボード新潟」は平成3年、将来の自由化を生き残り、「おいしさと安全と安心」を直接消費者に届けるために設立された。あえて株式会社を選んだのは補助金農業からの脱却を意味している。ライスボードの誕生は各方面にセン

セーショナルであつたらしい。設立発起人総会には70軒が名を連ねていたが様々な切り崩しにあり、妨害・中傷にめげず残った仲間18軒だった。当時、主要食糧は国家による一元管理が建前だった。米業界では自由米・ヤミ米・自主流通米が市場流通を支配していたとしても、米流通に関わるにはやはり集荷免許か販売免許のいずれかの認可が必要だ。農家が集まったからといって自分たちの育てた米を自由に流通させることはできない。そこで、知恵を出し合い特別栽培米制度を利用した。生産者と消費者の仲介代行ならば免許制度に違反しない。食糧事務所の検査を受けることで公的機関からのお墨付きをいただけるのだ。しかも、減反を達成していない生産者は特別栽培米制度を利用できない。自己の利益のためにヤミ米を流している生産者と一線を画せる。法律を遵守していく企業姿勢は私たちに追い風となった。しかし、風が吹くまでには数多くの受難をくぐり抜けなければならなかった。

四季を通じて消費者と取り引きをするには、相応な設備投資が必要になる。低温倉庫・精米設備・顧客管理の電算機器の導入、従業員の雇用など、個人の生産者が負担するのは無理だ。ライスボードは一括で流通の設備投資をすることにより、個々の生産者の負担とリスクを引き受けた。だから、生産者は稲作りに集中できるのだ。生産者が一番イヤがる煩雑な食糧事務所への書類申請。この重箱の隅をつつくような非生産的な書類作りがイヤで特別栽培米制度を利用しない生産者も多い。その気持ちは事務方の私にもよくわかる。平成5年度は生産者35軒分を申請した。一回の書類申請だけで厚さが約7cmぐらいいなった。同じような内容を一年間に何度も提出させられるのだ。書類を提出してもすべてがスムーズに許可されるわけではない。生産地側の要件を満たし地元食糧事務所受理されても、消費者の地元食糧事務所による聞き取り調査で消費者に確認が取れず不可となることも多かった。いまだきの主婦は昼間に確認の電話をしても連絡がつかない。仕事にパート、カルチャースクールと大忙しだ。米は主婦相手の商売なのに、お役所は女性の行動パターンを知らなすぎる。夕方から夜に電話を入れれば100%連絡がつく。平日の5時までに連絡がつく主婦は専業農家と同じぐらい希少なのだ。それで申請が却下ではたまらない。積み重ねた努力が最後で水の泡と消えてしまう。流通許可が下りなければ米が余ってしまい、弱小企業にとっては死活問題だ。新食糧法の施行により後ろ向き申請作業から解放された喜びは言い表せない。エネルギーを前向きな仕事に転換できるからだ。設立当初は隙間産業的要素が強く、法律に縛られ地域に誤解されて出発したライスボード新潟が東京への「越後ぎんむす」出店を実行に移した時は、部分自由化という米戦国時代のゴングが鳴らされた時だ。ライスボードは設立当初から「自分の経営は自分自身で守るしかない」と一貫して主張してきた。その主張が現実になったからだ。国会決議を反故にした国の施策を信じていたオレレンジ・牛肉の二の舞だ。信ずるべきは自分の力と消費者だ。



雪融け水を湛える新潟県塩沢町の水田で「田植え体験ツアー」。生産者・販売者・消費者の「顔の見えるつき合い」が「米ニケーション」



「バケツ田植え教室」に集まった消費者。田植えの方法とイネの生育について生産者が説明する。東京・吉祥寺「越後ぎんむす」にて

生産者からの押しつけは無粋

「越後ぎんむす」では去年から「バケツ田植え教室」が恒例の行事となっている。バケツプランターに植えて家庭で育てる手軽な稲作りだ。なぜ、バケツ田植え教室なのか。当初私は生産者と消費者が直接関係し、中間をバイパスする方式が農家組織の生き残る最良の方法と考えていた。しかし「越後ぎんむす」で生産者と消費者の仲介役を体験して考えを改めた。生産者・販売者・消費者の三者関係の確立こそが既存流通にできない農家組織の生き残りの方法なのだ。

ライスボードは農家が集まった会社だが、流通業者に他ならない。このことを生産者自身がしっかりと理解しなければならぬ。「俺が作ったものがいちばんおいしい」的な生産者側からの一方通行の世界では三者関係の確立など遠い夢のまた夢なのだ。もちろん生産者への思い入れは必要だ。それは唯我独尊の生産物至上主義ではない。思い入れと同時に頭の中では醒めた感覚でいなければ。

たとえば「越後ぎんむす」のおむすびに豊浦町の渡辺富江さんをおむすびした「おらがむすび」がある。まんまるのいかに田舎風のおばあちゃんのおむすびだ。これは販売者の私たちがイメージを膨らませ、消費者に向けて演出したものだ。都会に住んでいる消費者には田舎への憧れを抱いている人が多いが、それは現実の田舎の生活臭ではない。

メニュー構成に頭を痛めていた頃

「俺の家のおにぎりをやれ」と生産者からよく言われた。「ありがたいが商品としては使えない」と答える。すると「生産地交流に都会から来た消費者は最高においしいと誉めてくれる」という。それは田舎の空気とともに農作業の合い間に食べる、プラスチックアルファードされた非日常的な環境がおいしいのだ。都会の日常生活の中で商売する消費地のメニューには不向きだ。

まわりくどくなつたがバケツ田植えも同じなのだ。吉祥寺周辺の消費者へ田舎風を発信する。そこでは生産者側の押しつけは無粋だ。手軽に日常にとけ込めることが望ましい。

バケツ田植えの発想は、学生時代に植木屋でアルバイトしていた体験からだ。その植木屋は宮内庁御用達で、皇居内の田圃の手入れをするのもあった。皇居の田圃は一畝ほどの面積だったと思う。コンクリート枠で四方を固め、水道の蛇口から灌水していた。人工環境水田だった。それと同じように、吉祥寺の家庭にもバケツ水田を作ることができる。瑞穂の国の住人が、都会生活の中で米を育ててみる。こんな素敵なお仕事はない。育て方は新潟から農家が駆けつけ基本だけ講習する。後は実践で学んでいく。今年も失敗してもいいのだ。来年がある。

「下ジョウを放そうと思うのだけど、水はどれぐらい入れたらいいの」思いがけない質問が飛んでくる。こんな質問は販売者にとって無上の喜びだ。消費者が毎年レベルアップしているのが手に取るように伝わってくる。こちらも負けてはいられない。5月には3年ぶりに田植え体験ツアーを企画した。前は参加者が6名しかいなかったが今回は56名。スタッフを含め70名近くになった。ツアーは手頃な日帰りにし、田植え方法も最低限のみをレクチャー。各自思い思いに田植えを楽しんでいただいた。男の子たちは田植えそっちのけでヘビをつかまえ、女の子はあぜで花輪を編んでいる。

お父さんはビデオ撮影中。都会の個人主義らしく植え方もまわりは一切気にせずバラバラ。共同作業に慣れた生産者にはドキドキものだ。しかし、無理して型にはめる必要はない。割り切りが必要なのだ。

人・自然・夢の「米ニケーション」

私たちはライスボードの活動を「米ニケーション」と命名し目標としている。「米」と「コミュニケーション」を掛け合わせた造語だ。米を通して人・自然・夢が交わり、幸せを追求する。数字や金額には表わせない喜びが「米ニケーション」だ。そしてそれは単に交流だけを意味するのではない。6月下旬には私たちの酒米を使った特別純米酒が醸し上がる。和牛の生産者が自分の育てた牛を食べているという話は聞いたことがないが、米の生産者も飲む酒はナショナルブランドの醸造用アルコール酒というのが普通だ。そこを自分が丹精こめて育てた米で地元の蔵に醸してもらって一杯やる。これも「米ニケーション」なのだ。

ライスボードがこんな発想を始めたのは、農家至上主義をやめてからだ。消費者側の私たちを仲間に入れて、異業種交流し摩擦を起こした。消費者と販売者が生産者と交わることは、食糧管理の太平の世から稲作生産者の眠りを覚ます黒船なのかもしれない。



とよなが・ゆう／1964年2月東京都生まれ。東京農業大学卒業。井関農機(株)に勤務後、93年4月、東京から新潟県見附市に移住。その後、新潟県の稲作経営者が集まって設立した(株)ライスボード新潟直営のおむすびとお米の専門店「越後ぎんむす」(東京都武蔵野市吉祥寺本町2-23-1 ☎0422-21-4700)の責任者に