

同伴者たち 11

武蔵野精米店 専務取締役 高橋信一氏

生産者と直結、自主基準に基づく 低農薬・有機米を独自集荷し販売

新食糧法の施行は精米店にはまさに青天の霹靂である。しかし、その中から、あるべき生産者と消費者の仲立ちを模索し、安定経営を実現して来たお米屋さんがある。東京・武蔵野の武蔵野精米店の高橋信一氏である。有機低農薬栽培の基準を打ちだし、これに共鳴する稲作生産者と直結し、安全でおいしい米を独自に集荷・販売すること、日本の稲作を守り、健全な米流通の実現を目指す。

私が現在のような方法で米を売ること考えた背景は、新食糧法の施行による、われわれの立場という問題もあります。が、新食糧法になろうがなるまいが、ミニマムアクセスで自由化されつつある外米が、当然のことながら今後どんどん入ってくるということなんです。日本の米がダメになるという危機感ですね。しかし、直接の原因は平成5年の大不凶のパニックでした。

凶作の年に将来を見据えた

当時月間で70俵ぐらしか売っていま

せんでしたが、どんどん売上げは伸ばしていたんです。その時、卸さんがもう対前年比100%しか供給しません、というわけです。比較的いい卸さんでしたが、直近の伸びていた数字はまったく見えてくれませんでしたからね。

あの当時、うちは対前年比で150%づつ伸ばしてました。それも一切チラシも入れないで訪問販売ですから、一軒一軒インターホン押しながら顧客を獲得してきたわけです。そこに前年対比100%とはなににごとだ、よくそんな事がいえるものだという気持ちですね。

幸いにして、たまたまうちは前年に低



温倉庫を作ったんですよ。いい産地のいい米を、まあ半年ぐらいストックしておこうというぐらいいの感じで作ったんです。結局それが効を奏したわけです。あのパニックの年には平成5年の5月までに4年産の米を倉庫に全量(750俵近く)を入れていました。おおよそ3ヶ月分のストックです。

そのときにもいろいろ考えましたが、新米の時期になると、お米屋さんで売っている米より、産地から送られる縁故贈答米の方がだんぜんおいしい。同じ県のものでないかな、と考えたんです。

それで、いまは食味分析機があります。そのときは自分の舌しかありませんから、自分の味覚を頼って同じ県でもこのがうまいというように選んだら、たまたま有機栽培している生産者が多かったですよ。それで、自主的にうまい米を作っている生産者はいらっしゃいます。そのときに、私の方からの生産者に対して

条件として一つの基準を作っていました。

いつの時代も農業は、農業者と、彼らとともに歩む同伴者たちとで成り立ってきた。村には鍛冶屋がいたし、カツギ屋のおばさんもいた。冷害をともに泣き、豊作をともに喜んだ。しかしいつの間にか、農業者にも農業にかかわる業者にも、そんな同伴者の観念は希薄になってしまった。現代の「同伴者」と呼び得る異業種の経営者や職業人の言葉を伝えたい

たわけです。うちが売っている米に対する私なりの保証基準です。過去5年間は有機栽培で化学肥料は一切投与していません。か、「農薬毒薬」を使用していないとか、どういう堆肥作りをしているか、要するに牛糞を使うとか、鶏糞を使うとか、微生物に見合うような土作りをしているか、ということですね。

たかはし しんいち 昭和32年生れ。明治大学農学部卒。平成2年に脱サラで家業の米屋に入る。平成5年、新食糧法施行など業界の大激震の中、みずから生産者と結び付く産直方式に取組み、生産者と共同で良い米作りを模索。東北・北関東の稲作農家を中心にして現在産直の低農薬・有機栽培米の組織的販売を実現。生産者と消費者の相互理解のもとつく安定した米流通販売を組織して来た。

実際は、薬とか糞を投入している方が多かったですね。そういう作り方ですと、反当りの収量は当然落ちる。その経済性の悪さをどうカバーするか考えたわけです。

当時、農協が渡す仮渡し金とそこからわれわれ流通業者に入る価格差が平均して3500円ぐらいいりました。その3500円の差をお互いに1500円づつ

歩み寄ったって、相互にメリットは出るわけですよ。

もちろん生産者は、差があるなんてことも知らないような状態で、米の値段も知らずに農協に1万9000円で買ってくれ、2万円で買ってくれという世界だったわけです。一年半ぐらい経ってから余ったから分配するよ、ということでも1000円とか500円とか農協が戻すというような世界ですね。

農家で今年取れた米は、来年の12月にならないと金になりません。それまでに農協の仮渡し金もほとんどが資材費ですとか諸経費で消えてしまうわけです。

農薬使おうが使うまいが農協は同じ様に買いますから、自分の健康も環境汚染も、地力の低下もなにも意識しないで作っているわけです。

それに、生産者にはコスト意識というものがほとんどなかったんです。最低コスト、つまり原価ですが、お米を1反当たり作るコストは大体1万2000円ぐらいなんです。収量が大体8俵ぐらいです。生産者の考えは農協の仮渡し価格がいくらだから、私たちにいくらで買ってもらえるんだらう、というだけです。お米の値段というのは消費者が決めることだということが全く分からないんです。それを分らせるというか、そこから米作りを考えてもらうことが大変なんです。

消費者と生産者の情報交換が大切

うちではお客様のクレームが一件でも

入ればすぐ生産者に電話します。実はこういうお客様がいて、去年の味と今年の味が違うよ、とか月を追うごとに食味が落ちてくるよとか。異物が入っていたんというところはうちの問題ですけど、うちでは低温倉庫ですから食味が落ちるわけではないんで、しかもどんなに長くても2日で完売できる量しか入れていませんから、生産者も分かるわけです。

クレームが入った場合、翌年価格を上げてくれという生産者はまずいませぬ。

私は、どこの県のもので生産者が作ったものをそのまま売ります。他県で新潟のコシヒカリよりもっとうまい米を作っていますよ、ということも教えていくわけです。間違った新潟コシヒカリ神話をなくしていきたいですからね。

話を最初の取組みについてもどしどし話さ、とにかく、どういところから始めるのか全く分からなかった。どうすれば自分の考えに共鳴してくれる生産者に会えるのか分からないわけです。

一番最初はうちが取引している袋屋さん、規格の30kgの袋を注文したときに自分の考えを伝えて相談に乗ってもらったんですが、そのときに紹介して頂いた福島の生産者がたまたまともない人だったんです。

いまでも酒飲むと冗談を言い合うんですが約3年前、53歳のときにお会いしたんです。とにかく感覚が若いんですよ。当時36歳の私より全然若いんです。私が考えてきたことを投げ掛けたら、全くそのとおりだ。私もそういう米屋と付き合いたいんだ、といってくれました。

それで、消費者にも米作りのことをもっと知ってもらいたい。農閑期にお邪魔して体験イベントのようなものが出来ないうらうか、と相談したら、いいですよ。そんなわけで去年も今年も8月のお盆明けぐらいのときですが、うちの畑でジャガイモを作るからということ、今年は4軒の米屋でバス2台、総勢63名の客を連れて行きました。

この福島の生産者に巡り合えたのがよかったんですが、それから青森、秋田、新潟を外して福島より北を回りました。こちらから米を売ってくれとは絶対に言いません。生産者の中にはうちの米が最高と思っている人は多いですから。そういう生産者はよりよい米を作る意欲の無い、前向きな努力をしない方です。

そういう方にはいろいろ聞いて行くわけですが、もし冷害になったときにはどうしますか、水の管理はどうしますか、肥料はどうか、稲餅が発生したらどうしますか、という具体的な栽培方法についての考え方を聞きながら疑問をぶつけて行きますと、だんだん雲行きが怪しくなってくる。

つまり、深く掘り下げて自分の稲作を考えている方と、そうで無い方は分かるわけです。それともう一つの判断基準は生産者からの要望ですね。

米屋が産地に来たということだけで「買いに来た」ことは分かるわけですが、買うに当たってこうしてほしいという生産者の要望が出て当たり前ですよ。その内容や出し方です。大体この二つのことで姿勢が分かれます。

最初の年は100人ぐらい接見しまし

た。その後、業界紙に取り上げられて紹介されたり、テレビに出た後では全国の生産者から問い合わせがありましたね。その後に御さんと手を切って自分で集荷まで動き始めたわけです。

生産者も顧客も自分で見つけてきた

武蔵野精米店

昭和36年6月、信一氏の父である高橋秀雄氏が、6年勤めた響南町の親戚の店からのれん分けの形で独立。資本金300万円、従業員2人を入れて5人でやってきた。100坪の土地に住居用向の店舗を構える。51年に建て替え。63年に手に入れた32坪の地続きの土地に平成4年の9月、低温倉庫を導入。40周年を迎える来年には、10tの地下倉庫を2基建てる計画がある。



東京・武蔵野の武蔵精米店



本誌8号経営者ルポにご登場頂いた笛木氏の米専用袋。栽培基準が明記してある。

その当時でお会いたしたのは500〜600人

程ですね。それと、ライスボードの研修会での講演依頼があったのを皮切りに、稲作経営者

全国会議や米価審議会からとか、力のあがる集荷業者からの講演依頼が増えまして、そんなこんなで仕事にならないぐらいに忙しくなりましたね。お陰様で今は生産者を捜す手間は無くなりましたね。現在、うちでは21グループ約50名の生産者と取引させて頂いています。北海道を除いて東北全県、関東は千葉、神奈川、群馬、北陸は新潟、富山、南に下りて滋賀、愛知、それと長野ですね。



顔写真とプロフィールが店の外から確認できる。ここのお米を作っている人は武蔵野では政治家なみの知名度である。

産地にこだわらず 良い米を消費者に

いま私は3つのグループに参加していますね。一つは全国組織のオリベッティ経営研究会で、これは米穀店経営研究会というんですが、現在全国で850店舗あります。東京は2つに分かれています、23区と区外で私は区外のほうですが、ここは会員が三十二、三名おります。もうひとつは私のような考え方を基調にしてやって行こうとしている小売店7軒のグループ。すべて都内です。まだ考えをひとつにするところまでは来ていませんが。それと、この武蔵野だけの4軒のグループがあります。

私がお米をひく場合には、この3つのグループに対して、同じお米は一切紹介致しません。競合とかの問題がありますので必ず振り分けて行きます。この形でやって来ています。

それから、いま有機とか低農薬・無農薬がブームですが、消費者も確かな目を持つてもらいたいわけです。

ですから、うちではお客様が、「この前の米が欲しい」といつてきてても、逆に「そういう買い方をしないで下さい」という気持ちで接していきます。いろいろなどころでおいしいお米を作っている生産者はいます。そういう広がりをお消費者に知ってもらいたい。

福島のこの生産者はこういう考えで、米をこうして作っているんです、千葉のこの農家の家族はこういう人達で、こんな工夫で作っています、というように生

産者のパーソナルな情報をお客様に手渡していくことで、その米の価値が自然に上がっていくんですね。

農協のB級米がA級米になりうるんです。確かにおいしくなければいけません。それがそれはブランドではないんです。お客様が自分の舌でおいしさが分かるようになれば、もう私は心配しなくていい米をいい状態で売っていますから。そこに行くまでは消費者自身もブランドでなくて自分の舌でおいしいお米を食べ分けられるようにしてほしいわけです。そのためにも、いろいろな産地のおいしさの違いを知って頂きたいですし、新潟だけじゃないことを実感してもらいた

い。生産者にも自分の米がどういう評価を受けているかを知ってもらうことが必要ですから、売れていない米の生産者を東京に呼びまして、実際に車に乗せて一緒に配達して回るわけです。店には生産者のプロフィールが写真入りで展示してありますからね。

そのとき、普段言われないようなことを消費者が言うわけです。最初は遠慮があるものですが、いつもどうもなんて具合ですが、だんだんはつきり言うようになってきますからね(笑)。

炊き上がりはいいんですが、つて疑問形で言わたりしますよね。そうすると冷めてもおいしいお米を作ろう、ということを考えるわけです。私がものを言ってもストリートには伝わらないでしょう。これは実際に食べているお客様から言われるんですから違いますよ。

私はだいたい年2回から3回は必ず生

産者を回っています。生産者にも出来るだけ出て来なさいっていうんですが、本当に出て来るから大変です(笑)。

今、400gづつ、16グループの米18サンプルに番号をつけて各生産者に送っています。年末までにそれぞれの米の評価を返してもらい、そのデータを生産者に戻すわけです。他の人が作った米を食べるという事もあまりないでしょうし、誰の米だか知らないわけだから、興味あるデータが集まるはずですよ。

いま、野菜の宅配も始めているんですが、これは需要は多いですが全く利益になりませんね。それで生産者に協力してもらって毎月決まった日を作っているものを出してもらって、店で市を開こうかと考えているんです。

東京の近郊でも野菜は作っていますので、ちよつと違うもの、珍しいものがないですね。たとえば漬物とか各地の名産品などでもいいですね。

先日、店先に農家から頂いた自家製の漬物を大皿にのせて出したら、しばらくしてこの間の漬物譲ってくれませんかというお客が来ました。もう一人の生産者の場合は大きな油揚げを50枚持つて来まして、これは宮城の生産者ですが、「ササニシキを買ってくれたお客にだけあげてください」ってね。おかげで売れない米が50袋売れました(笑)。

どこにでも良心的にいい米作りをしている生産者がいて、そのいい米を出るだけ安く売れることも出来るということを知ってほしいと思いますね。

(構成)西田真一