

各地の農場には優秀な若手が勤務している。数ある職場のなかで、農場に勤めることを選んだ彼らは、農場や勤務先をどのように見つめ何を感じているのか。今回のリレー訪問では、愛知県の養豚農場(有)マルミファームに勤める稲吉保氏が、福井県でコメを生産・販売している(株)アースワークの榎康信氏を訪問した。

稲吉 グループで活動されているそうですが、どういったかたちでやっているんですか？

榎 自社で作るコメのほかに近隣の農家さん100軒くらいにも栽培を委託しています。一部の農家にはうちで育苗した苗の提供や田植の請負、そのほか肥料や種籾を提供したりもしています。作付面積はグループ全体で約200haくらいですね。

稲吉 養豚の場合は農場で品種を掛けあわせて、出荷するのに都合のよい豚にしたりもしますが、コメの場合もそういったことはするんですか？

榎 うちの農場では技術的にできないですね。民間でやっているところもあります。民間でやっているところもありますが、品種の開発はだいたい国や県の試験場でやっています。その点では畜産の方がいるとできそうです。うちは中間業者を通



リレー訪問 農場に勤める と 夢 誇り

第12回

農場だからこそ営業もする

……の巻

今月のゲスト

稲吉 保 (44歳)

出身：愛知県幸田町
所属：(有)マルミファーム
雇用形態：社員

備考：1962年生まれ。高校卒業後トヨタグループ系のトヨタ工機(株)に勤務、工作機械の製造を担当。1983年、同社退社。1984年、アルバイトとして入社後、正社員に登用される。勤続22年目。現在、農場長。

さず、独自に個人客やスーパーなどに販売しているのですが、品種と栽培方法の組み合わせで商品に幅をもたせて顧客のニーズに応えられるようにしています。

稲吉 というと？

榎 最終顧客は食味・価格・安全性などを総合的に見てどのコメにするか決めるので、それに合うものになっているんです。今は、コシヒカリ、夢ごこち、羽二重などの5品種をメインに扱っていて、栽培方法には、有機JAS、生産JAS、減農薬・無化学肥料、減農薬・減化学肥料、一般慣行栽培の5種類を取り入れています。栽培方法によって価格も変

わかります。僕は営業もしているんですが、売り込む時には、有機JASや生産JASが突破口になることが多いですね。

稲吉 ということは約25種類のコメがあるわけですか。そういえば、うちの嫁さんも品種だけじゃなく、安全性や家族の人数も考えてどの程度の価格のものにするかを選んでいるって言っていました。おそらく売って先によっても傾向がありますよね。

榎 直販のお客さんだけでもいろいろな傾向があります。スーパーさんでも、百貨店クラスなら高いコメでも売れる。逆に地元密着型で庶民的なところなら、高いものより安い方がよかったです。高くても地場産のものなら動くという場合もあります。

稲吉 これだけの種類を毎年一定量供給しているんですか？

榎 前年の売上実績しだいで作付面積は変動します。栽培する圃場の条件の合う合わないもあるので、その割り振りも、その都度調整します。

稲吉 なるほど。ここまできちんとニーズを捉えたやり方をしたら、たしかに売れそうな気がします。

榎 そうなんですけど、店に並んだからといって簡単に売れていくわけでもないんですよ。特にコメは、まず食べてみてもらわないと価値をわかっってもらえない。

稲吉 豚肉なら調理の仕方によるどころもありですけど、コメは基本的に白米で食べますからね。

榎 営業する際には、店に入るにしろ、コメを置いてもらうにしろ、必ず試食販売をさせてもらえるようにお願いしています。こういうことを積み重ねていかないと、信用はなかなか得られない。

稲吉 でも、店舗に入ること自体のハードルがかなり高いですね。そう簡単に入れるもんじゃない。

榎 そうなんです。高いんです。だいたい最初は門前払いですから。オープニングが始まったと思ったら、すぐエンディングみたいな(笑)。

よく言われるのは、「どこか問屋を通してください」というセリフ。でも、問屋を通したら、うちのコメかどうかもわからなくなってしまう。

それはやりたくないんです。
稲吉 そういうところは、生産者がわざわざ入らなくていいと思ってる場所ですよ。その考えが覆ることあるんですか？

榎 簡単には覆すことはできないですけど、でも、覆ったら面白いじゃないですか。

稲吉 たしかに(笑)。

稲吉 「少しでもいいからうちのコメを使ってください」って、しぶとくするわけではないんですが、何

気ない話もしながら何度か通ううちに、「じゃあ今度持つてきて」って言うってくれるところもあります。

稲吉 たくましいなあ。

榎 といっても、そういった営業での苦勞を一番したのはうちの社長なんです。社長はもともと農業は畜産から入ってるんですよ。でも畜産を断念してコメに転換した。最初は、コメを入れたリュックを背負ってあちこち飛び込みで営業したって聞いてます。

稲吉 農家が営業なんて誰もしていない時期じゃないですか。

榎 まあ、うちの社長が変わっているのかもしれないが(笑)。でも、



今月のホスト

榎 康伸 (31歳)

出所備

身：福井県大野市
 属：(株)アースワーク
 考：1975年生まれ。1993年、靴の小売を行なう(株)靴のマルチに入社、1995年から直営店の店長を務める。1997年、中古車の買取を行なう「ガリバー」に転職、1年間店長も務める。1999年、(株)アースワーク入社。生産から企画、営業までを担当。2006年4月からは取締役も務めている。



ほかでやっていないことを始めて、社長が基盤を作ってくれたから、自分たちが入ってもやりやすい環境にあるんだってというのは、実際営業をしてみて、ひしひしと感じますね。

稲吉 それに、生産段階での難しさもありますよね。うちの農場でも近隣の養豚家を集めて「やまびこ豚」という銘柄をつくって活動していましたが、グループとなるといろいろいな考え方の人がいるわけで、品質を揃えていくことの難しさも感じます。

榎 そこを調整していく面白さもありますが、やはり昔ながらのやり方を変えない人っていうのはいます。その意識を変えるのは難しいですね。それに地域によって生育条件が違うこともあって品質にもバラツキ

はあります。まあ、うちではその対策として最終的に食べる段階でなるべく差が出ないようにしています。

稲吉 そういうこともできるんですか。

榎 コメを生産者ごとに分けて保管しているからできるんです。たとえば、それぞれの水分の状態などをみて出荷後にどう変化していくかを予測します。これをもとに出荷する順番を決める。こういった対応をすることで、多少商品としての品質を安定させられる。

稲吉 なるほど。いろいろなコメがあるとロスが出やすいように思いますが、その辺りの調整はどうしているんですか？

榎 場合によりますが、売り方を変えることもあります。予定していた価格帯で進められないなどになると、店頭にだすものについては特売にすることも提案して値段を下げる。差額についてはこちらが泣くこともあります。

売れないよりは売れたほうがいいですし、値段が下がってお客さんがつくのであれば、PRになっ

たという考え方もできます。

稲吉 前向きですね。

榎 営業に出てみてマイナス思考がよくないっていうのはよくわかりました。落ち込んでも何にもならないですから。それなら提案の内容を変えるとかした方がいい。こういうふうに考えられると気持ちもラクになって、ドーンと構えていられる(笑)。

稲吉 僕は目標に執着しちゃうからなあ。ところで、作る人は自分が作るものに、やはりこだわりがあるじゃないですか。いろいろなニーズがあったとしても、これが最高のコメだっていうような意識はないんですか。

榎 有機だけ扱ったとしても需要は限られますし、高くもなる。今のやり方がベストだと思えます。うちがこだわっているのは、コメ農家じゃなくて生産メーカーだということなんです。社訓にもあるんですが、金持ちや物売り上手は、世の中にたくさんいますが、コメを作る人は減っている。そういった中で、生産者が結束することでできることがあると思うんですよ。僕らが生産から販売までやることで、どういう方法で栽培されたか一番伝えやすくもなります。また逆にニーズを栽培にフィードバックすることもできる。うち

の農場にしかできない強みも見えてきます。

稲吉 体制も整っているようなので、これからも順調にいきそうですね。

榎 それが、出荷できない状況のときに「出せません」と言い切れる力がうちにはまだないんですよ。かといって生産量が足りなくて途中で切らしてしまうと、話はなかったことになってしまう。

稲吉 それは僕も実感があります。量がないと相手にしてくれない。その意味もあってうちもグループを作ったんです。

榎 今は「お願いします」と頭を下げる営業かもしれないですけど、コメを作る仲間が増えて、ある程度の生産力が持てれば、無理なときには無理だと言いつけるようになる。この地域の田んぼをすべてあわせると4000haくらいあるんですが、今はその1割、400haくらいまで規模を拡大していきたい。そうして、こちらのビジョンを強く伝えられるようにしていきたいんです。そうなるかと僕ら自身の価値感も変わるところがあるでしょうし、うちのコメを入れてほしいと強気で出られるようになる。やるべきことは、まだまだ尽きないです。

(つづく)