

【農は国の本なり】

第1部・越えろトヨタショック〔2〕 <流通革命>国に反旗 コメ宅配

2009年1月3日

パソコン画面を見ながら、女性社員らが忙しく注文を受ける。見渡す限り水田ばかりの秋田県大潟村。ここから「あきたこまち」や米の加工品が全国に5万人いる個人会員、約5000軒のレストランや量販店などの事業者届けられる。



1987年、村で米作りをする涌井徹(60)らが設立した株式会社「大潟村あきたこまち生産者協会」。精米や炊飯加工工場などをもち、平均年齢35歳の社員約110人。食の安全を裏付ける研究員を置き、毎年数人を定期採用している。

「生産、加工、販売の三本柱があって、初めて農業が産業として成り立つ」。涌井がそう考える原点は「自分たちが作った米は、自分たちで売る」との思いだ。

大潟村は64年、食糧増産の国策で琵琶湖に次ぐ大きさだった八郎潟を干拓してできた。「大規模営農ができる」と夢を抱き、新潟県から移り住んだ涌井もその一人。だが、入植から間もなく日本は米余りに転じ、逆に減反を強いられた。

収穫前の“青刈り”も強制され「米を作るために入植したのに話が違う」。国策へ、反旗の連帯が広がった。

当時は国の管理に従い農協に出荷するしかなかったが、宅配便を使って消費者に自分の米を直接届ける「産直」という方法を考え出した。受注など専門部署を設置し、雇用の幅が広がった。



5万人の会員からの注文をさばく「大潟村あきたこまち生産者協会」の受注センター＝秋田県大潟村で

県や農協は村から米を出さないよう出入り口で検問し、宅配業者に圧力をかけて配送を止めた。地元では「ヤミ米派」と悪者扱いされたが、闘いがニュースで知れ渡ると、応援の声とともに全国から注文が集まった。「自由に米を売る」という流通戦略が、逆境の中で企業経営の土台になった。

白米だけの販売から、無洗米を開発。営業先のレストランでは、社員が炊き方のアドバイスをした。販路拡大とともに、加工商品もアレルギー対応食品、とぎ汁を再利用した飲料酢など健康機能がある商品作りにも広がり、50種類に増えた。

「消費者のニーズに対応する」を旗印に、年商60億円に成長。東京、名古屋、大阪、福岡、札幌の5カ所に支店と営業所を置き、

さらに事業拡大を図る。

「国はこの40年、生産を減らすことしか考えてこなかった。なぜもっと違う発想ができなかったのか。日本で最大の職場があるのは、農業だ」

雇用創出に自信を深める涌井が願うのは、都会と農村との人の流動化。「高齢化で人手の減っていく農村に人を呼ぶネットがあれば」。そうなれば、全国の農地を基盤に若者100万人の雇用も夢ではない、と考えている。＝文中敬称略

【大潟村】国が852億円をかけた八郎潟干拓事業で1964(昭和39)年に誕生。全国38都道府県から589人の入植者が集まり、15ヘクタールずつ農地が割り当てられ、稲作中心の大規模営農のモデルになった。人口3300人。広さ1万7000ヘクタール。

【減反】国が1971年から、生産過剰を抑えるために続ける制度。減反に奨励金を出し麦や大豆への転作を促した。大潟村では入植者の多くが反発し直接販売。農協を通すなど販売ルートに制約がある自主流通米に対し「ヤミ米」といわれた。

Copyright © The Chunichi Shimbun, All Rights Reserved.