有機米を30ヘクタールで生産・販売

関東の有機米農家のコメも集荷・販売

観光農園めざす　(有)古代米浦部農園（群馬県藤岡市）

三つの理念を掲げて有機米や古代米の生産・販売を行っている㈲古代米浦部農園（群馬県藤岡市鮎川三三七、TEL〇二七四-二三-八七七〇）。同社が掲げる理念とは①有機農業をスタンダードな農法にすること、②助成金に頼らない健全経営、③血縁に依らない事業継承、の三つだ。福島第一原発事故後、同社でも風評被害からそれまでの顧客数が半分になるほど大きなダメージを受けた。

厳しい経営を余儀なくされる時期が続いたが、しかしその後の多面的な事業展開や誠実な顧客対応によって、立て直しに時間はかかったものの再び経営は軌道に乗っている。コメ作りにおいても牛ふん堆肥を使った良食味米生産を行っており、浦部眞弓代表取締役社長によれば「販路には困らない」ばかりか、他の有機米農家の販売支援も進めているところだ。

浦部農園のある藤岡市は県南西部に位置し、埼玉県の秩父市とも隣接。関越自動車道の藤岡インターチェンジから十五分ほどのところに本社事務所がある。建物は古民家風で、顧客を招いて様々な催しも行うイベントスペースを兼ねている。樹齢七百年の槐（えんじゅ）を大黒柱としていることにちなみ「宴樹亭」と名付けられている。宴樹亭では頻繁にイベントが催されているが、講演会、料理教室、着付け教室、マクロビオティック食事会、また音楽会なども行われている。安全な農産物の生産にとどまらず、それを用いた食生活への提案まで行っているところが同社の顧客を引き付ける強みともなっている。

同社の従業員は現在五名で、来年の四月には新たに二名の若者が加わる。これまで同社では研修制度を採用し、農業経営をある程度学んだ数年後には独立する形をとっていた。しかし今年の五月、浦部眞弓代表の夫で元代表だった浦部修さんが六十六歳の若さで亡くなった。当初の予定を前倒しする形で、従業員への事業継承を進める方針変更している。同社では五年後を見据え、小黒和馬さん（三十三歳）へ社長職を引き継ぐ方向で運営が進められている。

米づくりは約三十㌶を耕作。全圃場で有機栽培を行う。栽培品種はコシヒカリ、ササニシキ、それに低アミロース品種のミルキープリンセスとさわぴかり、赤米・黒米がある。作付構成はコシヒカリが三分の一、古代米が三分の一、それに大豆が三分の一というバランス。ササニシキは群馬県の産地品種銘柄ではないが、米にアレルギーがある顧客からの要望で栽培を始め、同社の主要品種として定着した。また、販売時には古代米や雑穀のアワ、きび、もち麦などとブレンドして販売しているため、品種名の表示にこだわりはない。

栽培は圃場に大豆を散布し、コメ糠ぼかし、牛ふん堆肥を使用する。また冬場の荒起こしと整地の後は麦の栽培があり、再び耕起、整地作業が入り、田植え後には深水管理による雑草の抑制などほぼ一年中作業が待っている。生育期間中も人力による雑草の除去作業が必要なため、一枚の圃場面積は大きすぎない方がいい、という条件もある。

同社が有機栽培に拘るのは、やはり人体への影響を考えてのことだ。近年、問題が顕在化したアトピー、アレルギー、ガン、精神疾患、その他原因不明の様々な病いが、日本人の食生活と決して関連性のないこととは言い切れないだろう。そして農薬、化学肥料を使わない食材でないと受け付けられない体の人が現に国内には数多く存在しており、「化学物質過敏症」を患う人も少なくない。コメにしても有機JAS米は一時期に比べて取組む農家は減少しており、同社へ駆け込むように有機農産物を求める人はむしろ増える傾向にある。

浦部代表は「国には有機を育てる気がないのではないか」と疑問を持っている。「環境保全型農業は環境負荷を考えるなら本来農薬は一切使わない有機でなければ意味がない。しかし、それを特別栽培まで許してしまった」と話し、日本の有機農法の広がりをむしろ国が抑制している側面があるとみている。

一方で販売に関しては、売り先に困ることはほとんどなかったと浦部代表は話している。有機米生産法人として各種メディアによる宣伝効果やイベントへの出展を通じ、浦部農園の名は良く知られるところとなっている。同社への飲食店や通販会社、または化粧品会社のような美容に係る企業からのアプローチもあり、自社生産分に関しては通年を見通して販路を確保している。むしろ取扱いの要望に対して供給量が不足している状況だ。

そこで同社では関東の有機米農家のコメ約二十㌧を集荷して、販売する事業にも取組んでいる。あくまで実需と生産者の橋渡し的な役割と位置付けて、仲介費用は一切取らない。事務的な費用を考えれば「赤字運営」だという。しかし、「原発事故は有機米農家にこそダメージが大きかった」ことから有機米需要の維持と拡大のため、この取組みを重視している。また、自社以外の有機米も取扱えることから、ある程度のロットを必要とする事業者への販売も可能になった。抹茶カフェ「ナナズグリーンティ」を全国展開する㈱七葉でも使用され、同社の新規事業である有機米専門のおにぎり店「七むすび」でも使用されている。

同社では米穀専門店との商談も随時受け付けており、有機JASの小分け業者の資格があるところへは玄米での販売、その資格を持たないところへは製品としての販売も可能としている。

本社事務所がある「宴樹亭」

浦部農園の精米工場

浦部農園の有機米商品３種

耕起作業中の従業員の佐藤初美さん

浦部眞弓代表取締役

全米販卸の販売動向調査

先行き販売悪化見込む

10月調査　3か月先DI38に低下

全米販はこのほど、組合員卸を対象に実施したコメ販売動向調査（二十九年十月分）の結果をまとめた。同調査は全米販組合員卸を対象に十月二十日～十一月十日に実施、五十三社から回答を得た。

販売悪くなった39％

それによると調査時点と三か月前を比較した米販売数量は、「良くなっている」（一一・三％）と「やや良くなっている」（二八・九％）は合わせて三〇・二％で、「悪くなっている」（九・四％）と「やや悪くなっている」（三〇・二％）を合わせた三九・六％を下回った。傾向値を示すDI値は四八・一で、前回七月調査（四六・三）に引き続いて五〇を下回った。

これを販売先別DI値（三か月前との比較）でみると、小売店向けは大手スーパーが四五・〇、中小スーパーが四四・〇、米穀店専門店が三七・〇、その他が三八・一と揃って五〇を下回り、低調だった。

また、外食産業等向けは中食が五一・九と五〇をわずかに上回ったほか、外食が五〇・五、給食が四九・五とほぼ横ばいだった。

と前回の六〇・〇から悪化が目立っている。

会員卸からは「卸間売買や玄米販売が大幅に減少した」「業務用米の新米切り替えに際し、値上げが通らず販売量が減少した」「新米入荷が遅れてスムーズな切替ができず、販売機会を逃した」などの声が寄せられている。

先行き全般に悪化

次に「現在から三か月後」（三十年一月頃）の販売見通しについては、「変わらない」が三五・八％と約三分の一を占めるが、「悪くなる」（一一・三％）と「やや悪くな