

生産者との生産会議



農業を成功させるためには、農業特有の感覚を掴むことが重要。①『農業の時間の流れを自分のモノに』（例えば、雨天の前日にタネを播く、水環境が良い）②『農業は自分の考え方に合わせてくれない』（経費構造、収穫高、相場など。しかし、「汗、努力、工夫」により理想に近づけることが面白い！）③『自分の力で適地適作に』（圃場の再設計が可能）。

農業は、「担い手不足」「高齢化」など厳しい環境で、最近では就業、農業参入などブームであるが、この①から③をよく認識していないと途中で挫折してしまう。それとも一つ大きな問題は、農家にしろ、その他生産団体も、販売の壁にあたり立ち止まるケースが多い。つまり、栽培は土や自然と向かい合うが販売には競争もあり、ヒトを相手に説得、納得、合意を経て初めて自己完結である。そのため、「担い手育成総合支援協議会アドバイザー」（県が任命）として、「マーケティング方法や販売プラン、それに合わせた生産手法をアドバイスしています。」

その一つ、松野町では、1997年ミカンに代わる高収益事業として「梅」の生産が始まりました。しかし、安価な中国産との競争激化で価格が低迷し、品質は良



一次漬した梅を「土用干し」している松野町の加工場

いのに和歌山の加工メーカーへ安く買取られていました。この資源を生かすために、県内でしかも松野町産（農業）で売ろうと企画しましたが、顧客ニーズにマッチするためには、加工技術に加え、レシピ（仕様書）の商品設計が必要で、これを実現するため、現在の一次加工場に相当な設備投資を行い常時雇用も必要です。これには、レシピを利用しOEMで和歌山みなべ町の老舗加工技術を活用することがBESTと考え、旧知の南紀梅干

農家の食ビジネスと地域活性化

Angle
アングル



愛媛県担い手育成
総合支援協議会アドバイザー
鎌田 秋吉

（株）と組むことで解決しました。この商品化の進行過程で、県内の大手スーパー（商業）と何回も味・量目・価格などで折衝を重ね合意に至り、同時に、「愛媛県産には愛がある」のブランド認可（県ブランド戦略課）が下り、ここに「農（松野町）、工（南紀梅干）、商（大手スーパー）、官（愛媛県）」の連携が出来上がりました。売れ行きも安定しており、後は栽培技術の向上や生産量の拡大により農家手取り増収につなげ、町の活性化を目指しています。また、今治市玉川の龍岡地区の「マコモタケ」は、07年から松山市内のホテル、料理店に業務用として販路開拓しました。一般にまだ知られていないため、業務用から開拓し認知度アップさせ、一方で地元直売所での販売などで中山間地域の振興にも取り組んでいます。

最後に県内15人の仲間と「環境にやさしいえひめ農業の発展をめざすネットワーク」を組織し、落花生、ネギ、ナス、冬瓜など多くの野菜を栽培しています。親から譲られた田んぼを守るため、週末は真っ黒になり農作業で汗を流しています。



マコモタケ