

# 素材の確かさを食卓に 農畜産物加工で新機軸

ルポライター  
滝川 康治



6戸の共同事業で農畜産物の生産から加工・販売までの一貫経営を創った土別農園。良質のもちづくりに乗り出した風連町の稲作農家。上川北部のふたつの現場を訪ねて、素材の確かさを食卓に届けようとする農民たちの思いを聞いた。



土別農園のミートプラントで行なわれているソーセージの加工作業

## 移動販売車での直売も

すっぽりと雪に覆われた田畑が広がる土別市多寄地区。20年あまり前の地で産声をあげた土別農園は、自給を基本にして、6戸の農家が生産から加工、販売までを手がける共同経営体である。

ここでは、27haの土地に30種類を超える作物を栽培する一方で、常時50頭あまりの繁殖豚を飼って年間1000頭ほどの肉豚を生産し、平飼いの鶏も

600羽ほど飼っている。堆肥をたっぷり投入して、無・減農薬を心がけて農産物を栽培し、豚や鶏は自家配合飼料を中心に与えながら育てる。農園産の加工品には一切の添加物を拒否しており、「食べる人の身になって作る」がモットーだという。

町はずれにある農産加工場を訪れると、冬の陽が差し込むなかで豆腐づくりや味噌の仕込み作業の最中だった。煮えた大豆の甘い香りが室内に漂う。自家用分から始まったという味噌づく

りは、今では冬場の1カ月間に20トンを仕込む。道産大豆を使って丸1年かけて熟成させるので、まろやかな味に仕上がる。実はわたしも、この味噌の愛用者のひとりである。

鹿児島黒豚の血が入った肉豚は8カ月ほどかけてゆっくり肥育させて、上川畜産公社で屠殺し、枝肉にして農園のミートプラントに持ち帰る。包丁を握って10年あまり、精肉作業を担当するのは古市興正さん(52)で、まるで肉屋のような生活を送ってきた。肉の

一部は加工用に回される。農園で生産する加工品は、ハムやベーコン、ソーセージ、豆腐、味噌漬物、トマトケチャップ、マヨネーズ、イチゴジャム、パンなどと幅が広く、「自然食品号」と名づけた移動販売車による引き売りで9割方をさばっている。

この販売車、自然食品店から仕入れたものを含めると100種類以上の商品が載せて、土別市内や名寄周辺のほか、週3回は旭川市内へと出向く。

もう15年間もハンドルの握ってきた

本庄敏文さん(47)は、「直接、反応が返ってくるのが楽しんだし、励みにもなるね。お客さんはほぼ定着している感じだけど、販路づくりを粘り強くやっていくことが大切じゃないかな」と話す。販売車を心待ちにする消費者と出会えたことが、加工部門が長続きしてきた秘訣のようである。

## 自給を基本に共同経営

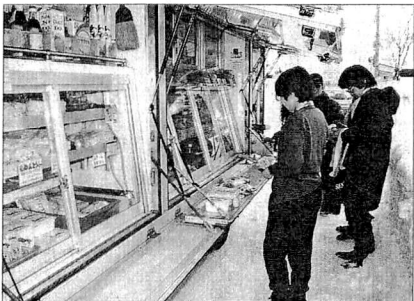
市内各地から若手の稲作農家6世帯が集まり、農事組合法人・土別農園が誕生したのは72年3月にさかのぼる。



道産大豆を原料に、20トンの味噌の仕込み作業

減反政策が始まったところで、農業の将来を語り合ううちに、共同経営にロマンを求めたのだった。法人結成までの約1年間、延べ100回近くも集まって議論を重ねたが、加工や直販はそのころから目標にしていた。「自分たちが作った農畜産物に、自分たちで値段をつけて売りたい」これがメンバーの合言葉であり、夢でもあった。5万円ずつの出資金と個人名義の農地1.4haで法人を設立し、養豚と畑作で基礎づくりをしながら、76年には全員が親から独立して現在地に集まる。

食肉処理と販売の営業認可を得てミ



さまざまな加工品は9割方が移動販売車で売れてしまう(名寄市内で)

「自分たちが作った農畜産物に、自分たちで値段をつけて売りたい」これがメンバーの合言葉であり、夢でもあった。5万円ずつの出資金と個人名義の農地1.4haで法人を設立し、養豚と畑作で基礎づくりをしながら、76年には全員が親から独立して現在地に集まる。

代表理事の斉藤清久さん(54)が苦笑いしながら、こんな思い出を話す。昨年、道がまとめた「北海道農業・農村のめざす姿(本道版の新農政プラン)には、経営多角化の先進事例として土別農園の加工販売が紹介されているから、えらく皮肉な話である。そんな苦勞を味わったり、多額の資金を借りまくったために1億円を超える固定負債に悩まれた時期もあったが、共同の力で乗り越えてきた。

近年は、農産、加工・販売、畜産の3部門で2億数千万円の生産高を維持しており、このうち4割近くを加工・

## 「少量・多品目」が合言葉

「ほどほどの金があれば、それでいい。もうけを追求する農業はよそう」という出発点にこだわっている。

政府売り渡し米などの例外を除き、大部分の生産物は原価計算をして値段を設定するが、一度決めるとそう変えない。一昨年の大冷害では、大豆の価格がひどく高騰した。訪れたときも、「今年の味噌は値段を上げたいところけど、そうもいかないしね(農産部の堀田博美さん)」と、躊躇しているような口ぶりだった。

84年からハムなどの加工場も操業してきたが、建設資金の不足を補うために1口2万円の「手づくりハム債券」を発行して、消費者の協力を募ったこともある。道内外の37人から100万円ほどの出資金が集まったらしい。そんな協力関係を大事にしてきたことも、消費者の農園に対する信頼感につながっているのだろう。



6人の稲作農家は「風連町もち米生産組合」の有力メンバーだ

で、最盛期の12月にはパートの女性30人ほどが立ち働くらしい。わたしが訪れたときには、切りもちの袋詰めが手際よく行なわれていた。

商品名は「雪の里」は「くちようもち」と「たんねもち」の1等米を使って、切りもち（何も入れていない純白のもの、ヨモギ、豆の3種類）と丸もち、大福もちを作っている。

切りもちには6〜18パック入りの4種類。ゆであずきやきな粉も入った「ぜんざい&あべかわセット」、福寿草やスランの球根とセットにしたもの…などアイデア商品も開発した。食べてみると、杵つきのもちがコシがあつて



「ふうれん特産館」の加工場で袋詰めされる切りもち

生産物の販路は、80年代から付き合いのある首都圏の生協をはじめ、共同購入グループや道内外の自然食品店など多岐にわたり、会員制の「士別農園友の会」まである。

「みんなと同じ形で農業をやれば、お化けのような機械を倉庫に山積みにして、100ha以上の土地がないと出来なかつただろうね。それでも6家族は食えてこなかつたでしょう。好きなことをやれてこれたんだから、一番いいんじゃないかな」（斉藤さん）

という言葉から、加工部門を重視して「少量・多品目生産」の共同経営を続けてきた自負が伝わってくる。設立

から23年、事業を軌道に乗せた士別農園の歩みは、農民自身による加工・販売のパイオニア的な役割を果たしている、とつくづく感じる。

悩みもある。目下の課題は、後継体制の行方らしい。

「新規就農者を積極的に受け入れることも含めて、ここ5年ほどの間に今後の方向づけをしていきたい」と斉藤さんが口元を引き締めた。

### 「もち米の里」に新しい風

士別農園から国道40号線を北へ10kmほど行った風連町の市街地に、6戸の稲作農家がつくった「もち米の里・ふうれん特産館」の直売店がある。

寿司屋を改造した店内には、化粧箱に入った杵つきの切りもちなどのオリジナル商品が並ぶ。農閑期の冬、メンバーたちは出来るだけ店に「出勤」することにしており、もちの発送作業や打ち合わせなどに余念がない。

人口約6300人の風連は、北限の米どころである。うるち米の作付けが主流だった町内で、もち米づくりの機運が盛り上がりつてきたのは10数年前のこと。81年には、31人の稲作農家によ

美味しい。

包装紙や化粧箱は、個展を通して知り合つたという札幌市のイラストレーター・藤倉英幸さんのデザイン。ちょっと見るとお菓子が入っているような商品づくりである。化粧箱のなかには稲穂が1本入れてあつて、受け手の心を和ませる気配りを忘れない。

生産した米は農協に出荷するが、メンバーのもち米は倉庫に別積みするほど厳選しているとか。もちろん、商品に添加物は一切使っていない。このあたりに生産農民としての心意気を感じ取れる。

93年度の販売高は2600万円ほどで、郵便局や農協の「ふるさと小包」にも指定されて、住民にも重宝がられているようだ。昨年は念願だった法人化を実現させて、有限会社になった。今シーズンは、ギフト用を中心に450俵分に相当するもちの販売を目標にしている。

「いろんな人と交流できて、百姓だけやっていたら一部に限られていた人脈が広がった。価格を抑えるために、『北海道のもち米は知名度が低い』なんて悪口を言われてきたけど、卸業者

つて「風連町もち米生産組合」が発足し、3年後には全農のもち米生産団体の指定を受けた。

産地銘柄の確立や、うるち米の混入を避けて品質の向上を図るといった活動を進めて、今では組合員数が約110人、作付け面積で約1400haという道内有数の「もち米の里」に成長した。

こうした一連の取り組みのなかで、何か物足りなさを感じた人たちが、もち米の加工を志向していく。

ひとり50万円の出資、夫婦そろつての参加、当分の間は無報酬の3条件を組合員に示して、89年、それに応えた7夫婦で設立したのが「特産館」である。メンバーの中心は40代で、もち米生産組合の役員歴のある人がほとんどだ。

「付加価値をつけて販売しないと、稲作農家として生きていけないのでは」と思うようになった。そこで、自分たちで昔ながらの本物の切りもちを作つて、多くの人に食べていただく、全国の消費者に風連のもち米を知ってもらおうと、特産館の創設を思い立つたんです。

のところに商品を置いてくると、けっこう好評だったんです。（もち加工によつて）食べる人の反応がすぐ返ってくるし、いい米を作ろうという自信にながつていきますよ」（堀江さん）

直売店はメンバーたちの溜まり場でもあり、町内外の情報を交換したり、もち米の将来について議論を交わすことも多い。現在の加工場は手狭なため、もちを作る工程が見えるような、店舗を併設した工場を年内に建設する計画もあり、意気盛んである。

### 販路開拓が大きな課題

メンバーたちの努力の積み重ねで少しずつ実績を伸ばしてきたが、目下の最大の課題は販路の開拓である。

これまで道産もち米は、混米のためのペースに多く使われたり、食味評価を抜きにして、加工時の便利さだけで判断されてきた面が強いという。その壁を乗り越え、良質のもち製品を生み出していかねばならない。

「限られた人口の町で店舗販売には限界があり、（生産が集中する）11〜12月以外に工場をうまく運用して、周年営業できるような形をどう展開できるか

代表の堀江英一さん（42）が、仲間たちともち米加工に乗り出したころの心境を振り返る。

それは、冬場になると、本州に行ったり、町内の建設業者や商店で現金収入の道を求めた生活を断ち切る選択でもある。農業のなかでも何かと優遇されてきた稲作農家の人たちにとっては、かなり大きな冒険だったに違いない。

### 厳選した良質米を使う

「これは我々の教科書なんです」と、営業部長の佐藤勝さん（45）がカビだらけになった切りもちのパックを見せられた。

88年暮れ、特産館の設立に先立ってメンバーたちは新潟の加工グループを視察する。そこは3戸の農家が切りもちを作り、年間1億円の販売高を上げていた。パックは、そのグループの商品で、記念に残してあるのだとか。道内のもち米団地にあつて先駆的な試みは、こうして始まった。

町役場の近くに、もちの加工場がある。町の資金援助と農協の協力を得て、家畜診療所だった施設を改造したものでしようね。地場の穀物や野菜類を加工し、それも含めて動かしていく道も考えていきたい」

もち米生産組合長も務める種田芳雄さん（44）がこう語り、今後の展開に向けて知恵を絞っていた。

昨年夏から秋にかけて、直売店の一角を産直コーナーにして、町内の農家に提供する試みをやってみた。20戸ほどの農家が野菜などを持ち込み、メンバーたちは代金の回収に携わつた。それをヒントに、ここを産直や通信販売の中継点にできないか——といった道も模索している。大手メーカーが価格破壊を進めるなかで、薄利多売では太刀打ちできない。それだけに、品質の高い商品を作り、粘り強くアピールしていくことが決め手のようだ。

すぐ近くには、長年にわたつて加工を手がけ、地道に販路を開拓してきた士別農園の貴重な実践もあるだけに、先輩たちを訪ねて体験談などにじっくり耳を傾ける計画も練っている。

そんな試行錯誤や「もち米の里」に賭ける熱意のなから、上川北部の特性を生かした加工や販売の道が、少しずつ開けていくのだろうか。