

“農と食” 北の大地から

連載第5回

新しい地場産業を創る 風連町のもち米農家

いまから13年前、「作るだけの農業から売る農業への挑戦」を合言葉に、上川管内風連町のもち米生産農家の有志が加工事業を始めた。地元産の一等米だけを使って多彩なもち商品を開発する一方で、国内有数の外食産業との玄米もちの取引も軌道に乗り、新しい地場産業に成長している。そんな歩みと今後の課題を関係者から聞いた。

年間三千俵を加工 素材の品質に自信

この夏の天候不順が響いて塩狩峠から北の稲作地帯では、平年作の半分程度（4俵/10アール）の収量しかなかった。数年に一度は冷害に遭うのが北限の米の宿命とはいえ、人々の気持ちも湿りがちになる。そんな散々な年だったが、やはり年の瀬はもちの季節。風連町市街地の入り口にある(株)もち米の里ふうれん特産館 堀江英一社長の工場では、三交代制で働く従業員たちがもちの製造に追われていた。ふかした地元産のもち米を枠でつき切りもちや大福もちにする。さらに、無農薬栽培の玄米を米粉用のもちに加工し、大手外食産業のモスフードサービス 穂田厚社長 資本金約1.4億円に納入。工場に併設した直売店や軽食レストランでは、でき上がったもち製品などを販売しており、町内外から訪れるファンも多い。

この「特産館」は一九八九年、町内の農家有志が出資して設立した。地元産

年の瀬を迎えた工場では3交代制でもちの製造に忙しい(写真上)。18種類の道産食材を使った大福もちが人気商品のひとつ(写真下)

転換が進んできた。そんななかで一九八一年、二十戸の若手農家によって風連町もち米生産組合(現在は良質米生産組合の部会)に改組が設立され、産地銘柄を確立したり、うるち米の混入を避けて品質の向上を図る活動などに取り組んだ。堀江さんは、この組合の二代目の組合長をつとめた。

こうした活動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た。一人五十万円の出資、夫婦そろっての参加、自分のあいたは無報酬の三条件を二百人ほどいた組合員に示して、これに心えた七夫婦で「特産館」を設立。「作るだけの農業から売る農業への挑戦」が合言葉で、次のような理念を掲げてきた。

- ① 出稼ぎのない農業と、消費者に生産者の思いを伝える
- ② 農家独自による、昔ながらの枠つきで生産加工販売する
- ③ 風連産の一等米を用いて、添加物は使用しない
- ④ 夫婦による参加を原則として、男性は年間無報酬とする
- ⑤ パッケージは贈答用にも使えるよう札幌のイラストレーターに依頼する

「売る農業」追求し 産地から発信する

稲作の北限地帯に位置する名寄盆地では、かつて主流だったうるち米に代わって、冷害に比較的強いもち米への

多忙な毎日を送る堀江さん19952年生まれは、こう言っている「素材の品質に自信をみせる。そこに、みずから水田を耕して稲を育てる農民としての矜持がうかがえる。十年ほど前には四百俵ほどにすぎなかったものが、今年には「はくちょうもち」を三千俵あまり加工するまで生産量が増えた。今期の年商は一億二千万円が目標という。冬のピーク時にはバ

の一等米だけを昔ながらの切りもちに加工し、付加価値をつけて販売することで、全国の消費者に風連の町をアピールしたい。冬場に出稼ぎに行かなくても済む農村生活を送りたい―そんな思いを込めていた。いまは五戸の農家が合弁経営を支える。「冷涼な気候なので農薬散布を最低限に抑えられるし、多少の害虫被害を覚悟すれば無農薬栽培もできる。それに、大きなもち米産地で栽培するのでうるち米の混入がなく、品質が統一されていることも強みです」



10数haの水田を作りながら、無報酬で社長をつとめる堀江英一さん

日本のファストフード業界では第二位の売上高を誇る同社は、純和製のモスバーガーを開発し、いまでは国内千五百カ所あまりのチェーン店を展開している。業界首位のグローバル企業、マクドナルドの生き方とは対照的に、うまいものを提供するために食材にコストをかけて品質にこだわり、日本人好みの味を取り入れた販売戦略が同社の特色である。

網走管内興部町で乳・肉製品づくりをやっている、ノースプレインファーム社長の大黒宏さんに「おもしろい仲間がたくさんいるよ」と誘われて、北海道農業者サロンに参加し、そこで同社の社員と知り合ったのが取引のきっかけという。懇談しているうちに「大福でもお汁粉でもいい、風連のもちを

入れた商品ができないだろうか」と持ちかけられた。まだ前出の小さな施設で製造していた時期でもあり、「そんなことが本当にできるのか？」と迷ったが、工場見学に訪れた同社の幹部たちから、「会社の大小にはこだわらない。いい物さえつくってくれば構わない」と逆に励まされて、取引を決断した。創業者が当時社長だった櫻田慧さん（故人）は、七〇年代初めに証券会社を辞めて、自宅近くのプレハブ小屋のようなどころでハンバーガーの開発をすすめた立志伝中の人物。そうした社風にはれた幹部がたくさんいたし、櫻田社長みずから「風連のもちを使え」と社員たちに指示していたらしい。

翌年から本格的な販売に移り、いまでは「特産館」で加工するもち米の三分の一をモスバーガーに供給する。「ファストフード店で甘味系のものがない時代は、日本古来の商品を提供したのが受けたんでしょうね。当時、うちにも玄米の切りもちを好んで買ってくれるお客さんがいて、ちよっと茶色がかった六〜七分搗ぎのものを注文生産していた。でも、モスは無農薬栽培をした、全くとどめられた。米ももちにこだわりました。一晩ひたしても玄米に水が浸透しないとか、（本格生産に）こぎつけるまでなかなか難しかったんですよ」（堀江さん）



併設した直売所には、地元・道産の材料にこだわったもち製品や菓子類が並び、町内外から顧客が訪れる



風連産の一等米だけを使い、添加物を全く使わず、餅つきもちをつくる

最初は、家畜診療所だった施設を加工場に改造して、もちをつくった。「始めたころはファクスが普及していない時代。ポケットベルを渡されたんですが、畑で仕事をしていると鳴り響いて、家に戻って会社に電話するので大変でした。会社まで何回走ったかわかりません」（堀江さん）

商品は「雪の里」と名づけ、切りもちをしゃれた包装紙でくるんだり、「ゼンざいあべかわセット」といったアイデア商品も開発。化粧箱のなかに一本の稲穂を入れて、生産者の心意気を伝えようと工夫を凝らしてきた。九三年には、開店休業状態だった市街地の寿司屋を改造して、念願の直売

活動をすすめていたが、加工場が手狭なために、店舗を併設した工場をつくるのがメンバーたちの夢だった。「我々はベンツやイタリアの洋服を買いたくて会社を始めたわけじゃない」（堀江さん）し、もち米を通じて地域を活性化しなかったで、商工会の人たちと一緒に、隣の名寄市に進出した大型店に立ち向かう複合施設づくりの構想を練った時期もある。

「特産館」の事業が拡大した理由のひとつに、九六年からモスフードサービスとの取引を始めたことが挙げられる。

00万円は各種補助金を投じて、三百坪ほどの新しい「特産館」が完成した。現在の構成員は、堀江英一・喜美江さん、渡辺主税・よしのさん、種田芳雄・町子さん、佐藤勝志・津江さん、泊政市・百合子さんの五夫婦。堀江さんと工場長の渡辺さんの二人が常勤で、残り三人は冬場だけ出勤してくる。

スーパー、三越などのデパート、Aコープと多岐にわたり、地元の人たちの贈答品としても定評がある。設立から十三年の歳月が流れ、地場産業としてすっかり定着した半面、多額の負債をどう償還していけるか、という課題をかかえている。「どうすれば身の丈に合った会社になるか？」と考えるし、百姓もやめたくない。そこがきびしいところです。一番大変なのは衛生管理。加工して消費者の口に直接入るわけで、その神経の使い方は半端じゃない。従業員の体調が悪かったり、少しでも傷があつたら入室させません」（堀江さん）

外食産業と提携し 玄米もちの開発も

この大福や菓子類は、もち商品の客足が遠く夏場の販路を確保するねらいもある。製品の主な販売先は、モスフードをはじめマックスバリュなどの

製造作業を取材させてもらったが、入室前に白衣や帽子・長靴の着用、手洗いと手の消毒はもちろん、空気シャワーも浴びなければならぬ。平端じゃない理由がよく分かった。

良質米にこだわり 多彩な製品を開発

現在販売している製品は、切りもちや誕生もち、大福もち、おはぎ、各種もち菓子など、もち米を使ったものはなんでもござれ、の感がある。東京で菓子職人をやっていた年配の人が「ぜひ、北海道で働きたい」と応募してきて、菓子部門を切り盛りする。ハス・カップやメロン、トウモロコシ、ヨモギなど十八種類におよぶ、こだわりの道産食材を餡と皮に混ぜてつくる、色とりどりの大福も人気がある。

課題山積みのなか 農にこだわり挑戦

「特産館」の功績のひとつは、地場産業を興して新しい職場を開拓したことだろう。パート中心とはいえ冬場で百人



昨年完成した「特産館」の前に勢ぞろいした5戸の構成員たち

などトレーサビリティのことがよくいわれるけれど、我々にしてみれば明日にでもやれること」と胸を張る。

三年前、もち米の作付け日本一の岩手県紫波町で開かれた記念式に出席したことがあるが、そこで挨拶にたった大手食品メーカーの代表が岩手の米ではなく風連のもち米を評価した。意外な展開に驚いたものの、誇りに思った。そんな佐藤さんが、稲作の将来を考えるとき不安になるという。

「外を見まわすと何でもありの時代に」
 なった。(もち米の価格低迷など吹雪が止むのか、それとも強くなるのか。止まない吹雪もあるかもしれない。)
 施設の建設で生じた多額の負債を返していくには、生産コストを下げて利益を上げなければならない。従業員の待遇向上も求められるだろう。
 昔と違ってメンバ―の農場で生産したもち米を直接買いつける方法もあるが、「地域が良くなれば我々も良くなる」との思いから、あえてホクレンを経由して高くなった米を購入しつづけてきた。このやり方だと、

現在は一万三千円/俵ほどのもち米を二千円から五千円高い値段で買い取ることになり、当然、その差額分が製品コストにはね返ってしまふ。

「きびしい時代になつてきたから(自家産米の直接購入を)否応なしに検討せざるをえなくなるかもしれない、と個人的には思います。でも、町や農協、地元の人たちなどの支援を受けてやってきた事業という経緯が

あるので、そうはしたくないし……」
 と佐藤さんが悩みを漏らす。そんなジレンマを抱えながら、生産がつづく。多忙な地場企業の経営者には苦勞が絶えない。年商一億円を超えても、社長の高江さんは無報酬なのだとか。が、これ以上会社を大きくして利益追求に走る気はなく、身の丈にあった仕事をやっていこうと考えている。

「農にこだわり、一般的な店とは違う、ここにくると米のことがすべて分かる館にしていきたい——それが大きな課題ですね。道北は何もないところが素晴らしいのであって、こうした館を創ったからには周辺の仲間とネットワークを組んで、小樽や富良野などは違った良さを発信していきたい」と、今後の目標を見すえている。

米づくりにこだわり、百姓だからこそやれる加工事業に乗りだしてから十数年——「足のわらじの道を選んだ人たちの挑戦がつづく。」

■「もち米の里」ふつれん特産館

風連町西町三三四—二番 01655-332332、
 01655-33411
 8)。http://www.motigome.com