

[報告 7]

地域農業の応援団〈一粒の会〉

6 次産業化に不可欠なヒューマンネットワーク

石川 伸（㈱おとうふ工房いしかわ代表取締役）

当社は、国産大豆をつかった豆腐を製造している。直営店は、東京から大阪まで 14 店舗。豆腐の飲食店も経営している。国産大豆しか使わない豆腐屋ということでは、日本で最も事業規模が大きく、年間大豆使用料は 2,000 t。

全国に豆腐の企業は 1 万 4,000 社あり、事業規模は 6,000 億ともいわれる。およそ 5 万 t の大豆が豆腐用に加工されているが、その 9 割が輸入大豆であり、国産は 1 割でしかない。

国産大豆は高タンパク・高ショ糖であり、日本の伝統的製法であるニガリをつかった豆腐づくりに合っている。現在の日本で一般的となっている輸入大豆と石膏でつくる豆腐よりも、はるかに高品質の豆腐ができる。私が国産大豆の豆腐づくりに取り組み始めたのも、ニガリをつかった本当においしい豆腐をつくりたいと思ったことがきっかけだった。

最初は、産地や品種を問わず、問屋からただ単に国産大豆を仕入れていた。それが、平成 8 年（1996 年）に地元農家とのつながりができたことを機に、直接仕入れをするようになった。そして、生産者の顔が見えて初めて、豆腐の元となる大豆や農業のことが視野に入ってきた。

平成 9 年（1997 年）からは、岩手県玉山村農協（現 JA 新いわて）との直接契約、平成 14 年（2002 年）には全農大分などの支援を得て JA 大分宇佐との契約栽培仕入れを開始。平成 19 年（2007 年）には、北海道江別市の農家と直接取引を開始。新品種「ゆきぴりか」に限って、先決め価格（60kg1 万円）で軒先渡し、さらに全量買取りをしている。

平成 16 年（2004 年）には、JA あいち中央営農部と大豆の実需者である当社、それから小麦の実需者、行政や農政局など関係団体、さらに地元の小売や生協などが連携して、〈一粒の会〉を結成。それまでの販売契約は、JA と経済連、経済連と問屋間の契約であり、生産者と実需者の間には、顔の見える関係がなかった。顔の見える関係ができることにより、農家の生産意欲の向上、効率化、やる気につながる。実需者にとっては、生産者の特定、栽培履歴の管理、安心感が得られる。JA にとっては、生産面積の拡大、団地化、組合員と JA の結束という効果が現れる。〈一粒の会〉は、JA という組織を上手に使って、生産者・実需者・消費者の三者すべてにメリットがうまれる場となった。



それと同時に、地域の農業をもう一度元気にしていきたいという思いもある。今、JA あいちの管内は、トヨタ自動車の本拠地となっている。専業農家は非常に少なく、兼業農家がほとんど。兼業農家は、水稻だけで大豆・小麦はまったくやらない。けれども、土地は手放さない。トヨタが工場を拡大することがあれば、一夜にして億のお金になる可能性があるからだ。戦前、この地域は畜産と農業のバランスが非常に取れたところで、農業では先進国といわれるデンマークに非常に近かったという。農業は町の顔だった。そんな姿を取り戻したい。

一時期、JA あいち中央管内で生産農家を特定して、エルスターというリボ欠大豆をつくってもらっていたことがある。その農家の方が、こんなことを言っていた。「栽培に手がかかって面倒だから、やめようと思って、農協に断りにいこうとしたんだ

けど、そのとき、“エルスター最高ですよ”と言う石川くんの顔を思い出した」と。そしてさらに、「うちの子どもが、“お父さん、この豆乳おいしいよ”と言ったとき、“それはオレがつくったエルスターの豆乳だぞ”と自慢した。そんなことを思い出したら、農協に行く足が止まってしまった」と。

農商工連携では、こんな想いが一番大事なことでないかと思っている。