

特別企画 駆け上がる地域農業の担い手たち
アグリフードEXPO輝く経営大賞

有限会社 舟形マッシュルーム

需要に合わせて生産拡大する。
新たに拡大した分は翌年から翌々年に
売り切れるテンポで拡大するのがよい。

- ☞ 過去3年間で148%と高い成長率を示している
- ☞ 二百数十社ある取引先の過半数をEXPOを通じて開拓した
- ☞ 加工食品製造や直売所、レストラン開設など、6次産業化の取り組みを通じて地元雇用を生み、地域活性化に貢献
- ☞ バイヤーや取引先などの声を受けて、食の安全や環境保全に取り組み、顧客の安心・安全ニーズに真摯に対応している
- ☞ 「人件費を抑えて利益を生む時代ではない」を実践し、多様な就労環境整備により、高い生産性を引き出している



Data

有限会社舟形マッシュルーム
 代表取締役 長澤 光芳
 設立 2011年
 資本金 5,125万円
 所在地 山形県舟形町
 事業内容 マッシュルーム生産 ハウス面積8400㎡、
 加工品、直売所、レストラン
 URL <http://www.f-mush.com/>

P15: 通常の約10倍の大きさがある「超スーパージャンボ」を手
 P16: 高い品質は人の手によるきめ細かな管理があつてこそ(右) 思索にふける時はこの場所で(左)
 P17: 廃菌床は再発酵処理して完全堆肥に
 P18: 商品はオンラインショップでも販売

**価格維持のため直
 販を決意しスーパ
 ーで実演販売開始**

日本のマッシュルーム界は大手三社が国内生産量の八割のシェアを占める。その一つである有限会社舟形マッシュルームは、普通のマッシュルームの数倍の大きさがある「ジャンボマッシュルーム」の生産をはじめ、加工と販売、レストランの経営も手掛ける。生産量は全国シェアの二二%を占め、年間約一四五〇トを誇る。二〇一八年三月時点の売り上げ高は一億七五〇〇万円、うち加工品が約一億六〇〇〇万円、直売所とレストランが三〇〇〇万円、過去三年間で一四八%と高い成長率を示している。

販売先は量販店や関東以北の中食業、外食産業など、およそ二五〇社を数える。うち三分の二の企業とは、日本政策金融公庫の「アグリフードE X P O」への出展が縁で取引が始まった。現在メインの取引先となっているコストコとも、〇九年のE X P O東京で知り合っている。

社長の長澤光芳氏(六五歳)は、かつて山形県の食品加工会社に勤務、原料課に所属していた。缶詰加工用のマッシュルームを海外からも調達していたことで、マッシュルームの基本的

知識が養われた。国内外のマッシュルーム農場をいくつも視察した経験があり、業界の事情にも通じている。

マッシュルームの生産者となったのは一九八九年。不況のおおりで食品会社を辞め、J A理事を務める傍ら、手探りでスタートをきった。県内でも豪雪地として知られる舟形町では、冬場の収入源としてマッシュルームの生産をしている農家がいた。そんな地元の生産者仲間六人で「舟形マッシュルーム生産組合」を立ち上げ二、三年続けた後、〇一年一〇月、施設を一カ所にまとめて計画的に生産しようと考えた。有限会社舟形マッシュルームの設立である。

当初はJ A理事の立場から全量を農協に出荷していた。だが、日に三五〇キログラム、年換算で一四〇トを全量卸売市場に持って行く売り方では、価格が暴落し、単価も不安定だった。販売先再構築の必要性を痛感した。

このため、〇三年J Aの理事を辞め、みずから営業・販売する決断をした。ただただ、農場を守りたい一心だったという。

まず始めたのが、スーパーを回り、マッシュルーム料理の実演店頭販売をすることだった。月の半分は、茨城栃木、宮城、秋田、岩手など、日帰りできる店舗を車で回り、三年間で一八万

キロメートル走った。そんな中で評判を呼んだのがツナとマヨネーズのマッシュルーム詰め。マッシュルームの軸を取ってホットプレートで簡単にでき、冷めてもおいしいと評判になった。これが当たってからは、一日一〇キログラムに届くかどうかの販売実績が、三〇キログラム、五〇キログラムと売れるようになっていった。スーパリーのバイヤーから定番商品としてオフアーが来るようになり、徐々に取引が増えていった。

○四年五月、舟形マッシュルームの名が全国に広まるきっかけとなる象徴的な出来事があった。

東京の老舗ホテルである椿山荘のメインダイニング「イル・テアトロ」のシェフからオフアーがあったのだ。「一日後に使用する大きいマッシュルームを三個探している」という要望に「挑戦する」と答え、厳選したマッシュルームを送ったところ、いたく喜んでもらえ、定番素材として採用されることになった。マスコミにも知れ渡り、「どっちの料理ショー」というテレビ番組でジャンボマッシュルームが紹介されるやいなや、バイヤーから多数の問い合わせが来るようになった。知名度向上の機と捉えてウェブサイトを立ち上げた。

マッシュルームは世界で最も多く

消費され、生食できる数少ないキノコだ。海外ではスライスしてサラダに入れることが多い。キノコの食文化は豊かだが、生食の習慣のない日本では、家庭料理にどう使うかという情報が不足していた。しかし、テレビの料理番組や「クックパッド」などの流行が追い風となり、マッシュルーム料理の



新しいレシピが徐々に家庭に入るようになっていった。

偶然が重なったとも受け取れるが、流通業者から一般消費者へと裾野の広がりを肌で感じるようになってきた。実際に、当初の規模では不足するようになっていく。

○八年、増床の相談に日本公庫を訪れ、同年四月に培養舎を増設した。以降、一〇年、一二年、一三年、一五年と毎年、あるいは隔年で増床し、現在の生産量に達している。「需要に合わせた生産拡大」というポリシーは当初から変わらない。新たに生産拡大した分を売り切るめどがついてから拡大するのがよいと考える。

交流の場であるEXPOで顧客の声聞き開発に活かす

当初は「新規の顧客を獲得する場」として活用してきたアグリフードEXPOだが、近年は現在の取引先とまとめて交流することを出展の主目的としている。取引先との関係維持のため、「あの展示会へ行くと舟形がいるよね」と言われるように今後も出展し続ける。

また、EXPOは商品への評価を聞き自社商品の改良に努める場でもある。実際、バイヤーの声から生まれた加工品も多い。

加工はもともと生のマッシュルームが売れないときのセーフティネットと考えていた。二〇〇五年から地元の学校給食用にマッシュルームの水をを外注で作っていたが、〇七年にそれを自社生産に切り替えた。さらに一

一年のEXPOで取引先からの要望が増えたことから、それに応える形で業務用加工施設を整備した。売り上げに対する加工の割合は年々高まっている。今後は輸出も考えながら、売り上げの二割、約二億円に持っていきたいと考えている。

商品開発は長澤さんみずから手掛ける。最初は水煮一種類だけだったが、レトルトパウチの商品を増やしていく、現在扱う加工品は一四品。料理素材として使えるマッシュルームのソーヤペーストに始まり、ハヤシ、カレー、パスタ、スープ、旨煮、ピクルスなど、和洋中のバラエティーに富んだラインアップがそろろう。

今後のマッシュルーム市場の動向については、「食の外部化が進み、やがて包丁やまな板をあまり使わなくなる時代になれば、スーパリーでは生を丸ごとという売り方は難しい」と予測する。代わって袋詰めしたカット野菜の一素材としてスライスした生のマッシュルームを入れる販売形態が増えるのではないかと、将来を見据える。「マッシュルームを洗ってスライスし、カット野菜とともに袋詰めできるのは、ISO9001 HACCP認証を取得している舟形マッシュルームしかない」と自負している。

一七年五月には農場内に直売所兼

レストラン「マッシュルームスタンド舟形」を開設した。ただ、この店舗経営は、必ずしも積極的に乗り出したものではなかった。マッシュルームの生産棟を増床するために二軒ほどの山林の開発許可が必要となり、そのため地元説明会で、「地元の人がいづでも買えるところがほしい」という意見が出た。

ちょうど県から補助事業を利用して店舗を出さないかと提案され、直売所を併設したマッシュルーム料理のカフェの出店を考えていた。客が来るかどうか半信半疑で、赤字になる可能性も見込んでいたが、地域活性化の一つとして取り組んだ。

ふたを開けてみると、地元の人よりもより県内外からバイヤーや観光客など、思いの外客を呼び込むことができていた。直売所には定番商品以外にも、スーパーでは見掛けない珍しい品種や、海外産のマッシュルーム商品を並べ、海外ではよくある生のマッシュルームのばら売りなど、販売の仕方も工夫している。

確かな技術と人材に支えられた高い生産性で増床増益

「マッシュルームはグローバル品目で、変化も激しく、それを見越した経

営が必要」という。

世界のマッシュルーム生産国はどれも、栽培の原料や施設を特定の国や企業に頼っているのが現状だ。種はシルバンUSA、アミセルUSAという二社から買うしかない。施設は世界に向けて輸出しているオランダなどから購入している。



わが国で使用する八〇〇〇トンの培地の原料も、約半分は輸入している。舟形マッシュルームでも覆土に使うピートは、アイルランドが八割、オランダが二割の割合で輸入している。

海外への依存度が高いと経営環境の変化に対応できなくなる。培地を

作る技術がなくなるリスクも抱える。原料にしても、施設や培地にしても、輸入したものを地域に合わせ、変化に対応する力を持っていなければならぬ。

その点、舟形マッシュルームはそれができていた。「オーストラリアの農場との付き合いで、適確な情報を得られた」という。情報開示について非常にオープンで、彼らの栽培技術を見て気づいたことを生産開始時に全て織り込み、棚方式、自社培地で、建物を蒸気で殺菌する施設を作った。

品質管理に強くこだわり、無農薬栽培を徹底している。〇九年にはJGAP認証、一六年には加工場で「ISO9001 HACCP認証」、一七年にはJAS認証による有機認証を取得した。また、農業に頼らずに栽培されたきのこの認証である「国産安心きのこ認証」を、マッシュルーム生産者として唯一取得している。

人を大切にする雇用環境整備で地域との共栄をはかる

ていること、培地をみずから作っていること、それに従業員の就業体制を整備していること等がある。

マッシュルームは手作業で収穫する労働集約産業である。労働環境を整え、優秀な人材を集めないと生産性が下がり、二割から三割も収穫漏れが生じてしまうことがある。人手不足の中で人材を確保するため、多様な就業環境を準備している。

山形県は家族の同居率が高い。家族の人数だけいろいろな事情がある。例えば、退職後の高齢者にも、子育て中の女性にも働いてもらいたい。半月だけ働く従業員もいるし、子育て支援もしている。「正社員になりたい」という希望もできるだけ聞く。現に正社員比率は非常に高く、二五人の従業員のうち八〇人が正社員だ。

また、一人の外国人を従業員として雇用している。集落で祭りや法事などがあると全員都合が悪くなるし、残業対応ができる人も必要なのでその対策である。

「もはや人件費を抑えて利益を生む時代ではない」と言い、それを実践する。地元で雇用を生み出す優良かつ象徴的な経営体、かつ地域にとって求心力のある会社でもある。これも受賞理由の一つであるのだ。

(大泉 一貫／文 河野千年／撮影)

特別企画

新春座談会 ♡ 「農と食の邂逅」

脇役から主役へ

女性農業が、 離陸した

本誌好評『農と食の邂逅』に登場のすご腕の女性農業者三人が集結！話題は新たな令和時代を迎え、女性農業者が歩む農業のこれから、将来のすがた…です。農業ジャーナリストであり、本誌レポーターの青山浩子さんも参入し、農業女子会の幕が上がる。



出席者

西岡 智子さん(四九歳)

momofarm 代表
所在地：栃木県大田原市
事業内容：稲作

松本 綾子さん(四九歳)

株式会社人作
所在地：長崎県島原市
事業内容：露地野菜(シヨウガ、ハクサイ)

平山 亜美さん(三二歳)

ウーマンメイク株式会社
代表取締役社長
所在地：大分県国東市
事業内容：施設野菜(養液栽培)
レタス

司会

青山 浩子さん

農業ジャーナリスト

オブザーバー

新井 毅

本誌・日本公庫農林水産事業
本部長

周りの目なんて気にしてられない

青山 西岡さんは跡取り娘で、一四鈴のほ場で米とビール麦をほぼ一人で作っていらっしやる。とても「田んぼ愛」が深いですが、その心はどこにあったと？

西岡 私は稲作農家の一五代目です。子どものころから田んぼの風景や黙々と米作りをする父が大好きでした。父の跡を継ぐと決めていて、結婚する時には夫に「いずれは実家に戻って農業をする」って伝えました。

二〇〇七年、夫の仕事の関係で静岡に住んでいたのですが、夫には単身赴任してもらい三人の子どもを連れて栃木県・大田原の実家に戻って就農しました。

ご先祖さまたちが知恵を絞って続けてきた田んぼ。次のバトンを息子に渡せるようにするのが私の責任です。

田んぼには可能性しかないと考えていて、パティシエの妹とアイデアを出し合って、米粉で焼き菓子を作って販売したり、使っていない蔵をリメイクして宿泊施設にしたり、田んぼで日本酒を楽しむワイナリーならぬマイ(米)ナリーツアーを構想したり。食とエンターテインメントを融合させることにも力を入れています。

田んぼの魅力を伝えたいんです。

青山 松本さんは農業の盛んな長崎県・島原半島のシヨウガ農家に嫁いで二五年になります。現在、野菜一〇種を六鈴で生産。野菜ソムリエの資格を持ち、野菜の魅力を伝えようとマルシェなどで積極的にPRもしています。

また、一昔前の農村地域では休まないのが当たり前とされているところが多かったです。日曜日を休日にしたんですって？

松本 一九年前、子どもが小学生になったとき、毎週日曜日にソフトボールの試合があったので、思い切って日曜を休みにしてしまいました。

「うちの嫁が、日曜日ば休みにした。もううちはずぶれるばい」とお義父さんは最初、周囲にもらしていませんでした。でも、人の言葉も周囲の目も気にしてはいられない。

食は命をつくるものだと思います。食べ物が良かったら元気になるし、逆に悪かったら病気にもなるんじゃないかな。私はみんなの心も体も元気にする食べ物を作っている。すてきな仕事をしてるんだから「いまに見とけよー」って思っていました。いまでは規模拡大もできて、お義父さんも日曜日には休んで、好きなことができて楽しそうです。

青山 平山さんは新規就農者で、四年前、大分県・国東市で一億円を投資して農業に参入、水耕栽培でレタス生産を始めました。「ウーマンメイク」の社名通り、役員、従業員も全員女性で、従業員が働きやすい体制づくりに取り組んでいますね。

平山 創業から人を雇用してスタートしており、キッズルームやシャワールームなどを完備し、作業シフトも従業員に合わせるなど、働きやすい環境を整えています。

いま、労働力の確保、とくに若者を確保するのは大変です。コンビニの方が時給は高いですよ。それにクローラーが利いたところでの仕事に比べると、農業ハウスの作業は、特に夏場がきつい。二〇代はすぐにダウンしてしまう。でもそういう子たちでもできるように仕事を考えていかないと、憧れて働きに来てはもらえないと考えています。

ネットワークが 大きな力になる

青山 農業に取り組み際に、欠かせないものはないですか。

西岡 ネットワークですね。たとえば、異業種のネットワークでは口にしたことが、形になりました。

酒米を作り始めて二年ですが、自

分の作ったお米のお酒が飲みたいな一つて、いろいろところで騒いでいたら、酒蔵さんが「造ってあげるよ」って、手を挙げてくれました。それで、マイ(米)ナリー構想が進みました。

また、大田原はとても星空がきれい。星空と農産物を楽しむイベントをやったらすてきなあと考えて、その想いを声に出したら地元の人企業さんが手伝ってくれました。思



西岡智子さん

いもよらない方向からの助けでした。小さな種から大きな花が咲くのがネットワークだと思ふ。

松本 そうですよ。私も、いつも周りの人が助けてくださっています。脇役のショウガを主役で舞台上に上げたいと思つて、二〇一三年からショウガの加工を開始したんです。朝から一七時まで畑仕事で、二〇時から加

工をしていたんですがママ友たちが手伝ってくれて。みんながワーワーやって、加工が終わった後もご飯食べながらみんなでワーワーと。

青山 終わってもまだやるんですか。

松本 はい(笑)。ショウガの商品化も、こうしたいって口に出したら、他の人がパツパツと紹介してくれて。本当に人から人へと——。毎日どんちゃん騒ぎで食べるから太ってしまっただけ、とても楽しかったし、ありがたかった。

平山 私も同じ。女性農業者や、異業種の集まりなどにも積極的に参加しています。

農業界も他の業界も人材確保の悩みは共通していますが、そこから人材共有なども始まる人が多いのです。

たとえば、ユズの生産をしている方にお会いして、収穫に人手がいると聞いたとき、ちょうどウーマンメイクでは収穫量が少なく。お手伝いできると言ったら、「じゃあ、来てよ」って話がまとまりました。

新井 口にしたことが形になるという点がすごく重要ですね。それは、男性に比べて、女性の長所というのかな、コミュニケーション能力の高さですね。皆さんはやりたいこと、思っていることをうまく発信して、同じ想

いを持っている人とつながっている。だから、新しい取り組みができ、事業が成功しているでしょう。みなさん、自信を持たれているから輝いて見えます。

西岡 一人で種を一生懸命まいても、花が咲かない。埋めるのを忘れていたということもありました。でも、周りで頑張っている友だちや農業仲間がいると勇気付けられ、自分もやろうって思います。

青山 農村を持続可能なものにするには、新しい取り組みとともに、新しい人が地域に来ないといけませんね。

平山 やはり農村には保守的なものが残っています。そのなかで、どうしたら外から、とくに若い人が来て、居ついてくれるかが大事だと思います。

新井 頑張っているヨソモノ・ワカモノは結構、農村地域にいらっしゃるけど、途中でちよつとつまずくと一人で立ち直り方をみい出せず、士気を失いがちです。そんなとき理解して助けてくれる地域のキーマンの存在が重要なのではないのでしょうか。

西岡 大田原にはキーマンたちがいっぱいいます。おじちゃんたちの飲み会をのぞくと、キーマンが見えてきます。

松本 見えてきますね(笑)。

青山 キーマンが応援してくれると、

すごくスムーズに運びますね。

西岡 先日、私の家で新規就農した若者とお茶をしていたとき、篤農家の親戚のおじさんが来て、鉢合わせしたんです。

おじさんに「この子、新規で頑張っていて、地域に根づいてくれる。大切にしなきゃね」と言ったら、おじさんも「それは当たり前だ」って、車に積んであった栄養ドリンクを持ってきてくれました(笑)。

青山 栄養ドリンクですか。

西岡 これを飲んで頑張れと。

松本 一つのOKサインですね。

西岡 うわさがうわさと呼んで、ヨソ



松本綾子さん

モノとの壁ってできる気がするんです。だから壁をつくらせない(笑)。農村って結構狭いので、あの人がこうだと言ったらこうだ、ということに

なるんですよ。

松本 それ、あるある。

青山 すごいんだよと言ってくれる人をまず探す。お友達になつておくのが大事ですね。

西岡 他にもやり方があるんだろうけど、私がやれることはそのぐらいしかないと思っています。

平山 私もよそ者ですが、当初、要領がつかめず朝早くから作業していたら、散歩がてらに「これ飲みながらやりよ。頑張っちゃんな」と言つて、栄養ドリンクをくれた人がいました。

青山 栄養ドリンクは全国共通の重要アイテムですね(笑)。

新井 お話を聞いて、地域へ入るには、つなぎ役として間に入る人の存在や平山さんのように頑張っている姿を示すことが重要ということが改めてわかりました。

意欲を持てば すごく面白い仕事

青山 職業としての農業の魅力はどんなところになりますか。

平山 どの業種より可能性がすごくあると思います。大企業に入ってしまったら部署がいっぱいあって、個人がやる仕事はほんの一つの工程にすぎません。

農業は作るだけじゃなくて、営業、

経理、商品企画、デザインも、すべてできるんです。農家レストランなどへの展開も見えてくる。意欲がある人だったら、すごく面白い仕事です。



平山亜美さん

私が農業に入るきっかけは、国東の生産者から「道の駅」をつくるという構想を聞いたことです。道の駅を拠点とし、農業や地域を活性化しようとするもので、面白いと思った私は、道の駅や農家レストランへの視察に同行、そこで農業のさまざまな形を知り農業自体に興味がわきました。「道の駅」をつくっても、農産物が安定供給されないとお客は来ないと思いい、じゃあ、自分たちで生産するところから始めようって決めました。

松本 農業には可能性がいっぱい広がっていて、アイデア次第で収入につながると私も思います。生産から

販売まで、さまざまな場面でお客さんの顔を見られるので、そこが一番すてきな仕事かなと思っています。

西岡 農業は癒やし産業だと私は思うんです。本当に、土は人を癒やすと思つています。

この間、マルシェでお米を売っているとときにお客さんに「いま、どんな地球環境が変わっていく中で、植物を植えることが人のできる唯一の地球に対する恩返しなのよ」と言われて、農業は人はもちろん地球も癒やす職業で、やっぱり私は尊い仕事をしているんだと自信がわきました。

新井 農業はソーシヤル・ビジネスです。そこそこのもうけを出して、持続可能な形で継続していくのがたぶん一番いい形だと私は思う。そういう事業に何が重要かといったら、やっぱり想いです。やりたいことへの強い想い。皆さんはその想いが強く、やりがいを持って行動されている。

青山 では今後、何をしたいかなど、強い想いを聞かせてください。

平山 生産者としておいしい野菜を作るのが一番大切なんです。若者も女性も憧れるような農業を実現していきたい。そのためにはやはり、働きやすさが重要です。これを変えていけさえすれば他の業種と変わらぬ職業として認められていくんじゃない

ないかと、私は思っています。
農業の魅力を発信していく役割を担おうとすごく考えています。

次の休みは 農村へ来て体感して

松本 私は、家族と協力して農家レストランと海外からのバックパッカー専用の宿泊施設を整えたいです。自然に触れて、おいしいものを食べ

てもらおう。「日本の島原は面白いよ」ってSNSで広がって、世界中のバックパッカーが集まってくれたらいい。心を病んだ子にも来てほしい。一

週間ぐらい居ると、表情が変わってくるので、やっぱり土の力はすごい。農作業をしたらって、農業の楽しさを広げていきたい。堅穴式住居みたいなのを造って、かまどと、五右衛門風呂を用意して、それで世界の綾子ママになりたい(笑)。

西岡 私も農泊に力を入れたい。田んぼは米を作るためだけの場所ではないことを伝えて、人と田んぼの関係を近づけたい。それには農村に足を運んでもらって、体感してもらおうことが一番です。

青山 農泊などで田舎で過ごす魅力を知ると、たぶん、休日の過ごし方が変わるんじゃないかな。

平山 いま、食を抑えてまでしてディ

ズニerlandに行きたがる。求めるところがそっちに行ってしまう。だからドイツニerlandを超えたいって話す農家さんがいました。

西岡 たとえば、親子の会話で「今度の休みはドイツニerlandか農村か、どっちがいい？」って親が聞く。子どもは悩みながらも「今度は農村かな」って答える(笑)。そんな会話が日本中の家庭であつたらうれしいな。

新井 ヨーロッパでは休暇を農村で過ごすことは当たり前です。日本もそういうふうになるべきだと思います。

その意味で、インバウンドは重要です。昨年のラグビーワールドカップでは、イギリスやフランスなどヨーロッパの人が多く来日し、長期滞在する人も大勢いました。私は、農泊をビジネスとして実施できる体制にして、ワールドカップでやってくる人たちに農村に泊まってもらいたかったんです。残念ながら間に合わなかったけれど。

西岡 ヨーロッパ並みの長期はとれないかもしれませんが、日本もやりにくければ、二週間とか一カ月ぐらいいなら、休めるんじゃないかな。四季折々どつぷりと農村で休日を過ごしてもらいたい。二泊三日程度では伝えきれないことを、都会の人たちに

たくさん伝えたいんです。

平山 農泊をやっている農家さんは国東にもいます。

松本 全国に仲間がいますね。

西岡 じゃあ、ドイツニerlandに倣って、パスポートをつくつたらどうか。全国の農家がつながって、どこにでも農泊してもらえる年間パスポート

トをつくりましょう。

松本 すごくいい。

平山 すてきですね。

青山 手始めに、この三地域でやりましょうか。

西岡、松本、平山 栃木、長崎、大分、年間農泊パスポートですね。

(本誌編集部/文責 河野千年/撮影)



左から、青山浩子さん、西岡智子さん、松本綾子さん、平山亜美さん、新井毅