

製本企業が農業参入
発足したプロジェクトの
チーム名PROJECT-G
ガーリックの「G」と
主力を担う女性たち



足立 渚沙 さん
兼藤 夢 さん

兵庫県養父市
ナカバヤシ株式会社 兵庫工場

老舗の製本会社がニンニク栽培を始めた。動機は農業を組み入れることで事業の繁栄を平準化。卓抜した製本技術の継続と雇用の安定である。ニンニク生産と本業が好一対の「農業と製本の二刀流」である。農業の新しいかたち。





P19:種ニンニクを植え付ける足立さん P20:左から小谷兵庫工場長、足立さん、兼藤さん、山本さん。小谷さんは現場のトップながらいつも柔和(右上) 二人で植え付け(右下右) 収穫後冷蔵室に保存(右下左) 小谷さんいわく「いつも笑顔で職場を和ませる存在」(左)

出動、PROJECT-G

「良いニンニクはしっかりと形が整っていて、パンパン、プリプリ、プリツという感じですね」

足立渚沙さん(22歳)は1996年生まれ。ここ養父市から20キロメートルほど離れた朝来市で育った。2016年から養父市でニンニクの本格生産に取り組んでいるナカバヤシ株式会社兵庫工場に地元農業高校卒業第一号の農業職として採用された。入社4年目。

兼藤夢さん(24歳)は入社2年目の大阪本社の営業職。大学では陸上部に所属していた。体力には自信がある。1年前、本社に発足したニンニクプロジェクトチームのメンバーとなった。

チームの名称は「PROJECT-G」。ガリリックのGとガールズのGの意味も持つ。

メンバーは、部横断で女性7人、男性1人計8人の若手で構成。研修を兼ね、養父の圃場に来て農作業をすることもある。

兵庫工場で主にニンニク生産に携わるスタッフは男性8人、女性4人。トラクターに乗ったのは入社してからという足立さん。

入社当時のことに話が及ぶと、初めて畝を立てをやった時は、畝がどうしてもまっすぐにつくれず、先輩に叱られたという。

「畝立てが失敗すると、1年間、圃場に来るたびにその失敗作と向かい合っただけで作業することがなくなります」曲がった畝を消しゴムで消してしまうというわけにはいきません

から」と苦笑い。

植え付けたニンニクがどのように育ったかは収穫してみなければわからない。収穫して手に取ってはじめてサイズがわかる。生育のよしあしは皮をむいてはじめてわかる。

ニンニクの営業を担当する兼藤さんも、この結果を見逃せない想いを共有する。「実は、営業している段階では、今年ほどのサイズのニンニクがどのくらい収穫できるかわからないので」と言う。

それでも不安はない。ニンニクの営業もしてみないかという打診を受けた時、真っ先に心に浮かんだのは「嬉しい、チャンスだ」ということだ。

「ナカバヤシに入社して、ニンニクの営業ができるなんて」と眼を輝かせている。3年後には「ニンニクの営業なら兼藤に聞け!」、そう言われる存在になりたいそうだ。

デジタルフォーム営業部での彼女の主な営業先は官公庁や一般企業。印刷や企業の会員事業に係るサービス業務の受注をめざす。

いまはそれらに青果卸、スーパー、飲食店、ホテルなどへの営業訪問が加わったが、ニンニクを営業をした先で印刷物の注文を受けたりダイレクトメールの相談をうけたりと、本来の営業で成果があがることもあるという。

製本と農業の二刀流

そもそのナカバヤシがニンニク生産を手掛けることになったきっかけは、養父市に



製本工程とは別に古文書の修復作業をおこなう(上) 製本工程の一部。いまや国内唯一の製本工場となった(下)

ある兵庫工場で製本業を続けるための「雇用の安定」という課題の解決にあった。

ナカバヤシは1923年に大阪市で新聞雑誌の合本や修理を扱う「中林製本所」として創業した。アルバムや文具など用品の開発生産、印刷、各種ソリューションビジネスと多方面への事業展開があるなか、製本事業

を継承しているのが兵庫工場である。

製本事業は手作業を含む何十とある工程があり、熟練した適材の安定的な確保が重要だ。しかし、主な受注先が図書館や大学であることから仕事は年明けと夏休み期間に集中する。加えて電子化の波で製本の注文はピーク時の6割に減少した。仕事の繁閑を

平準化しなければ製本事業の維持は難しい。こうした製本事業をおこなう工場は、かつては国内に複数存在したが、現在はナカバヤシが残るのみとなった。

生産の想いを伝えたい

国内で唯一の担い手となったナカバヤシにとって、製本事業は祖業であるだけでなく、事業を通じて文化や知の継承を担っているという自負がある。

そこで行きついたのは、製本事業とは逆の繁閑サイクルをもつニンニク事業と組み合わせるビジネスモデルである。1〜3月は製本、3〜7月はニンニク(収穫と乾燥)、7〜9月は製本、9〜12月はニンニク(土づくり、植付け)となる。

現在、養父市内に70ヶ所の圃場を持ち、その面積と収穫高(乾燥前)は2016年と19年を比較すると0.7倍から11.4倍へ、4トンから76トンと拡大した。農地の標高差を勘察し寒地系ニンニクと暖地系ニンニク両方を生産する。

しっかりと辛みと特有な香りが特徴の暖地系金剛純白品種のニンニクは「やぶひこ」、濃厚で甘みのあるマイルドな味わいが特徴の寒地系ホワイト六片品種のニンニクは「やぶひめ」と名づけ、主に、京阪神のスーパー、直売所などに販売する。しかし青森県をはじめとする有力産地のブランドは強力で、常に新たな販路開拓が課題となっている。輸出についても、日本公庫のセミナーなどに

参加して研究中だ。黒ニンニクなどの加工品にも取り組む。

二人が運転するトラクターはニンニクを植付けながらゆつくりと圃場を進んでいく。もと水田の圃場は土壌が柔らかくトラクターの運転も骨が折れる。

種ニンニクがマルチの穴から転がり出て、トラクターから降りた二人が手作業で植付けることもしばしばだ。

農業は努力したら努力しただけ報われるというものではない。猛暑、暖冬という天候の影響一つで努力が水泡に帰すこともある。今年畝立てに失敗したら、次の機会は1年先までやってこない。

それでも足立さんは明日に向かって努力を惜しまない。今は指示を受け、教えてもらいながら仕事をしている。自立したい。それが目標です」と明るい。

養父から大阪に戻れば、再びビルの合間を営業に飛び回る兼藤さんも「現場を知っていると、ニンニクの営業にも気持ちが入ります。足立さんがつくるまっすくな畝、その畝に込められた気持ちをお客さんに伝えたい」とエールを送る。

「もつと良いニンニクをつくりたい」「良いニンニクはどうやってつくられるのかをお客さまに伝えたい」

そうした二人の想いを育んだのもまた、圃場で覚えた手に触れる土の感触ではないだろうか。

(秋岡栄子／文 河野千年／撮影)

