

新・農・業・人

この人この経営

アスパラでわが道を拓く 仲間と切磋琢磨し 100年続く農業へ



アスパラマル株式会社
代表取締役 吉見 雅史

導入した選果機の前で、自慢のアスパラを手に

川の跡地の田圃から

「生まれ育ったこの地で、僕は生き残る」

田圃たんぼのなかに並ぶアスパラガスのハウスを案内しながら、吉見雅史さん（44歳）は決意を語る。現在はアスパラ3畝と水稲20畝の2部門を経営している。アスパラの規模は県内でもトップクラスだ。

田圃たんぼは山間地にあり縦に長い。昔、川だった地だという。田圃を掘れば、ごろごろと川の石が出てくる。あぜ道には、掘り出された漬かけ物石ほどの大きな石や手のひらに乗るくらいの大きさで角が丸く削られている石が転がる。

川の跡地で、粘土質の土壌の圃場は本来アスパラ栽培には適していない。アスパラは湿害に弱く、根は横にも深さにも1m以上にまで達するためだ。そのため、吉見さんは独自の工夫を重ねてきた。

吉見さんは、大学卒業後、外の世界を経験してから家業を継ぎたいと福祉関連企業に就職。2007年、31歳で就農し家業のユリ科の花き生産と水稲経営を継いだ。そこで初めて経営状況を知り、「目が飛び出るくらいびっくりした」という。

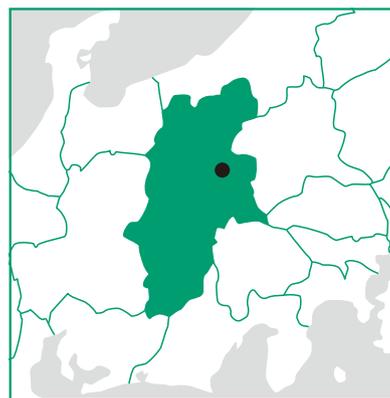
「うちの農業、こんなに儲かってなかったのかって知り、思わず『えー黒字じゃないじゃん』って心のなかで叫んでいました」と笑うが、当時は家業の農業しか知らないため手だてを思いつかず悩んでいた。

そんなとき、将来の日本の農業を支える20〜30歳代前半の若い農業者が中心となって組織されている4日クラブに入会、年下の新規就農者たちに出会う。皆、工夫を凝らし活発に活動していたという。その様子に「農業で、僕ならではの道を拓いていけばいいと気がつき、ワクワクしてきました」

吉見さんは、事業を変える決意をする。山間地ゆえ、水田はこれ以上増やせない。ユリ科の花も時代に合わない。ならば高収益の園芸作物をやるうとアスパラを選び、4年目から本格的に着手した。アスパラを選んだ理由は三つだ。

一つ目は、小売りからの引き合いが強いこと。鮮度の良さをアピールでき輸人品との競争を意識しないのでよい。自宅と圃場が近いので、毎日収穫ができる。二つ目は、重量野菜ではなく、近所の主婦が昼間の空いた時間に手伝えると考えた。三つ目は、花のハウスなど既存の資材を再利用できたことだ。

所在地 ●長野県長和町
 設立 ●2015年
 事業内容 ●アスパラガス、水稲
 経営規模 ●アスパラガス3ha (ハウス85棟
 2.6ha、露地0.4ha)、稲作(20ha)
 資本金 ●700万円
 売上高 ●水稲 3500万円、アスパラガス
 3100万円(2019年5期)
 URL ●<https://asparamaru.com/>



ハウスと露地栽培

アスパラは多年性で、一度定植すると10年くらい植え替えをしない。管理をきちんとすれば定植後3年目くらいから毎年、収穫することができる。

まず、水田を流用するに当たり、アスパラ向きの土壌に改良した。土は深さ40センチメートルまで掘り起こし、石を丁寧に取り除いた。堆肥は、牛ふんと自家水稲のもみ殻、長野県の手キノコメーカーから取り寄せるキノコの菌床を発酵させる。さらに、水田経営の強みを生かし、有機マルチとして自家水稲のワラを敷く。

生産面では、ユリ科の花の栽培経験が生きる。アスパラは同じユリ科のため、とくに、春先の凍霜被害対策の知識を応用することがで

きた。アスパラは朝晩の寒暖差で甘さが増すが、寒すぎると凍ってしまう。そのため、毎日アスパラの様子を確認し、夕方にビニールシートを二重にかけるなどきめ細かく対応する。規模拡大は計画的に1年に30アールずつとし、10年かけて3畝にした。

このような工夫の結果、高品質なアスパラの安定生産を実現した。吉見さんのアスパラの特徴は、太く、柔らかく、甘みが強いことだ。

現在では、ハウスと露地を組み合わせて、出荷体制が3ヶ月まで、半年間切れることがない。ハウスのアスパラは、春取り後に収穫休止期間を設けた後、夏と秋に収穫する。ハウスの収穫を休止期間には、露地のアスパラを収穫する。遮光して育てるホワイトアスパラは、春取り前の4月中旬〜5

月中旬まで収穫する。

この体制にしたのは、従業員の周年雇用が一番の理由だったという。10人の従業員がアスパラと水稲の生産に従事しているが、社会保険労務士に相談し、1年間の変形労働時間制を取り入れ、夏の繁忙期は毎日作業をしてもらい、1月の1カ月は休みにしている。

太さ10規格を1時間

半年間、商品を切らさないことが契約販売に有利に働き、主な販路は地場スーパーとの直接取引とJA出荷となっている。また、県内の有名リゾートホテルでは、レストランの食材とされるほか、お土産としても販売される。

今後は、規模拡大とともに機械化を進める予定という。今年、選果場を整備した。整備前はすべて手作業で選果していたため日量400キログラムを夕方までかかっていたが、機械化することで、長さを26センチメートルに統一、太さを10規格に1時間で仕分けられるようになった。出荷調整が困難で規模拡大に二の足を踏んでいたが、25年までに年間32トンの収穫、売上高4600万円まで伸ばしたいと、規模拡大への想いを語ってくれた。

栽培技術に関しては、長野県農業改良普及センターに指導を仰いだ。さらに、影響を受けているのが、同じ信州で活躍する農業経営者である。2018年に日本農業法人協会が開催した「次世代農業サミット」の実行委員になり、多くの若手農業経営者や篤農家と接する機会を得た。レタスを生産し農業

経営者の育成にも熱心な有会社トップリバー代表の嶋崎秀樹さんからは「経営では数値を見ることの大切さ」を教わった。若者がこだわりの高原野菜を生産・販売する株式会社ベジアーツ代表の山本裕之さん他3人と協同し、地元スーパーとコラボして『信州育ち』のブランドで生産物の販売を開始した。「部門は違っても、めざす方向性が一緒なんです」と吉見さんは目を輝かせた。

2015年、法人化を果たすが、「この長和町で100年後も続く農業のモデルをつくる。その決意表明です」と断言。今後は、他県産地と連携した周年出荷の実現など、アスパラマルルのビジネスモデルの確立をめざす。

吉見さんが舵を取るアスパラマルルの航海は、これからも続く。

(情報企画部 城間綾子)