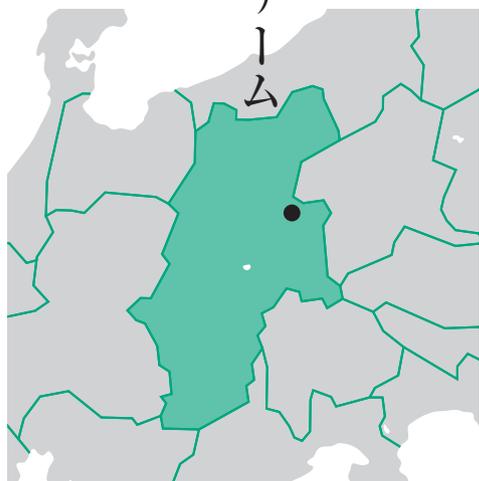


甘利 崇雄さん

長野県小諸市
有限会社アマリファーム

2農場体制で気象災害リスク軽減 かつこいいデザインこだわる社長



経営の成長に合わせ、市場出荷から契約栽培に軸足を切り替えてきた長野県小諸市の有限会社アマリファーム。周年出荷をめざし群馬県に農場を広げたが、結果的に気象災害による減収リスクを軽減する効果があった。夏の高原野菜の大産地にも温暖化の波が押し寄せている。デザイナー出身の3代目社長は土作りと経営改革で未来に挑む。

バトンタッチできず野菜が高騰

——野菜が高騰しています。

甘利 キャベツなどの値上がりぶり
は本当にすごいものでした。一時は
8玉10^キで5000円という高値の
ときもありました。1^キで5000円
ですよ。家庭でとんかつを作ると、
「千切りキャベツの値段のほうが高

いのではないか」みたいな話もあり
ました。

相場は落ち着いてきました。それ
でも平年に比べれば高い状態です。
季節で国内産地が切り替わるので
が、バトンタッチがうまくいって
ません。

農家に見れば、相場が下がる
前にキャベツを出したいから、早め
に収穫して出荷します。買い手側も
店頭の野菜を切らずわけにはいかな
いし、産地側に「小ぶりのものでも買
うからどんどん出せ」と背中を押し
ます。

極端なときにはソフトボール大の
キャベツで出してしまうから、収穫
量は大きく減り、出荷期間も短くな
る。それで品薄感がさらに高まると
いう負のサイクルでした。

——異常気象の影響ですか。

甘利 不作の原因は2024年の夏
の高温と年が明けてからの雨不足で
す。冷涼な長野は夏野菜の大産地で
すが、異常な暑さでキャベツが育た
ない。茨城や静岡、愛知県など長野の
後を受けるキャベツ産地も極端な雨
不足で生育が悪化しました。水分が
なければキャベツは太りません。し
ばらくひっ迫した状態が続くのでは
とみています。

地球温暖化は肌で感じます。妻の
実家がある小諸市で農業を始めたの
が20年ほど前で、当時も今も朝4時
から出荷が始まります。畑は標高
600^メから1000^メ以上なので、
就農当時は夏場でも寒くてフリース
を着込んで作業していました。
今では半袖で作業が可能です。昼

の暑さも全然違います。以前は家に
クーラーがありませんでした。暑く
ても夕方には涼しくなって我慢でき
たのですが、最近はもう耐えられま
せん。

高温以外にもゲリラ豪雨の被害が
あります。畑に強く雨が当たれば土
壌が流出します。レタスなどは雨後
に気温が上昇しすぎると、病気が出
やすくなります。

現在圃場の数は100^ほ近くありま
す。1カ所に集まっているのに比べ
れば作業性は劣ります。しかし異常
気象による被害を考えると、分散し
ていることの利点もあります。

周年収入をめざして群馬に進出

——15年ほど前に群馬に進出しまし
た。異常気象対策ですか。



アマリファーム代表取締役の甘利 崇雄さん＝小諸市の事務所で

甘利 当初の狙いは別でした。当時、経営規模の拡大を続け、法人化して従業員が増えました。夏場中心の長野の高原野菜だけでは、冬場の収入に限りがあります。年間を通して安定した収入を得るために、群馬県の高崎と前橋地区に圃場を確保したのです。そこは標高が1000mから1200mなので、長野とは気温も5度くらい違います。雪もほとんど積もりません。

長野以外に栽培場所を増やしたことで、結果的に気象災害のリスクを分散させることになったのは事実です。長野で気象災害があつて生産量が減つても、秋冬作の群馬で減収した分を計画すれば夏秋の減収分を補てんできます。8割を契約栽培で販売するので、リスク分散は大きな利点となりました。

現在は周年で作業、出荷しています。群馬と長野の圃場ではキャベツ、レタス、白菜、長ネギの4種類を栽培していて、4月からは群馬のレタス出荷が始まり、5月に長野の圃場に移って、それが10月下旬ぐらいまで続きます。キャベツは7月から長野で出荷が始まり、11月から4月までは群馬に移ります。長ネギは長野の収穫が7月下旬から11月までで、その後4月まで群馬から出荷します。

いちばんの財産は「土」

——土壌にこだわっています。
甘利 従業員には「アマリファームの財産は野菜ではなくて土だ」と常々言っています。土は1年や2年ではよくなりません。土壌改良のための堆肥作りにもこだわっています。

——堆肥の構成を教えてください。
甘利 堆肥原料には地域資源を使うようにしています。野菜カット工場が発生する未利用分を一次発酵してもらい、それを引き取ります。さらにコーヒー豆の皮、竹炭、わら、山の落ち葉、間伐材を7、8年寝かせたものなどとキノコの使用済み培地や馬ふん・鶏ふんを混ぜてじっくり発酵させます。

10kg当たり1.5tを目安に畑にまいています。多すぎてもだめで、収穫で失われた栄養分を補う程度に抑えるようにしています。豊かな土壌菌が活躍できるような環境を整えるのが望ましい。

長野の高冷地野菜は、昔から連作障害が悩みの種です。土壌消毒していったん土をリセットしてから、再び連作するのが当たり前でした。しかし土壌消毒はコストがかさむし、土のなかのよい菌も死んでしまう。結局はマイナスです。土壌の健康を守るため、できるだけ輪作にする。気

Profile
あまり たかお
1975年生まれ、名古屋市出身。デザイナー関係の仕事をしてきたが、2003年に妻の実家の甘利家で就農した。農業の知識はほとんどなく、当初は屋外の作業が苦手だった。04年に経営が有限会社として法人化され、翌年に専務に就任。15年に義父から社長を引き継いだ。おしゃべりで新しい農業のカタチをめざす。

Data
有限会社アマリファーム
1947年に先々代が長野県小諸市の高冷地で農業を始めた。2004年に法人化。設立当時の売上高は6000万円。20年余り規模拡大を続け、現在は約5億円まで売上高が増加した。従業員は26人。平均年齢は30歳に満たない若い人たちが集まる。半分は東南アジアからの特定技能外国人、半分が日本人で県外からが多い。コロナ禍までは、ほぼ毎年、海外に社員旅行をしていた。「Farm made」というブランドでドレッシングの通販をしている。

象災害に対抗するためにもよい土に改良していくことが大切です。

—— 輪作で何を入れたのですか。

甘利 長野の高冷地で増えているのがブロッコリーです。レタスに比べ管理が容易で栽培コストが掛からない。国の野菜価格安定制度の対象にもなり、需要も安定しています。

ただ、私たちはブロッコリーではなくて長ネギを選びました。連作障害を防ぐし、製品の品質がすばらしい。全国を見渡して、標高1000以上で長ネギを栽培しているところはほぼありません。温度差があるので夏の長ネギとしては最高のおいしさだと思います。2023年からは、群馬特産の下仁田ネギと一般的なネギを掛け合わせた「小諸甘ねぎ」を実験的に栽培し、鍋用に売り込んでいます。

—— 市場出荷から契約販売に切り替えました。

甘利 先代までは大半が市場出荷でした。それだと、時々市場価格に連動しているの、売上高は年による変動が非常に大きかった。

私自身は、経営規模が大きくなれば安定が大切だと考え、契約栽培を増やしてきました。

今は地元スーパー、カット野菜業者、外食業者の3本柱で、8割を契約

販売しています。中間業者はさまず、数量、価格とも事前に決めます。

2019年には真空予冷庫を建て、安定した出荷と棚持ちの向上を売りにしています。販売先を一つに絞り込まなかったことで、新型コロナウイルスの感染拡大で外食向け需要が急に落ち込んだときも、他の需要が増えて持ちこたえられました。

—— 価格はどう決めるのですか。

甘利 やはり社会一般の相場があつて、その水準に落ち着きます。26年分からは契約の値段が上がるでしょう。肥料などの生産資材価格が上昇し、卸売市場価格も高騰したことで値上げの機運が高まっています。24年のように暴騰するのは消費者も困るでしょうが、安定して生産するにはそれなりの価格が必要です。メディアでは「高い」という報道ばかりです。作る側の努力や農産物の価値を認めてほしい気持ちは正直ありますね。

農業嫌いにスイッチが入った

—— 当初は農業に後ろ向きなイメージがあつたそうですね。

甘利 名古屋出身でデザイン関係の学校を出て仕事をしていました。農業は職業の選択肢にありませんでした。妻の実家に来て農業を始めた時も、カルチャーショックでした。最初

の1年半ぐらいは身が入らなかった。今思えば損していましたよね。

あるとき、周りを見てみると、みんな農業のロゴが入ったジャンパーを着ていたり、農機のマークの帽子をかぶっていたり、同じような格好なわけです。デザインをやっていた自分に何かできることがあるのではとひらめきました。

そのときにスイッチが入ったように思います。まずは自分や会社の見せ方を工夫しよう。最初は出荷用段ボールのデザインを改め、会社の事務所もこだわりの内装に変えました。「農家の事務所は簡易なプレハブで十分」というのが周りの反応でしたが、大きな取引先の営業マンを呼ぶには見栄えも大切です。農家がなめられたらだめなんですよ。

建設した予冷庫もこだわって木造。少し値段は張るけれど、会社イメージの統一感を大切にしました。格好がいいことも価値です。

—— 従業員のユニフォームもしゃれています。

甘利 せっかく若い人たちが会社に入ってくれるのだから、格好にはこだわりたい。試行錯誤して今は国産のモンベルに落ち着きました。モンベルは生地が厚めで上手に縫製してあります。農業に向いてますね。防水

性、透湿性が優れた一番上のグレードを採用しているの、上下で6万円ほどしますが、それが当社のユニフォームです。

—— これから経営がめざすものは？

甘利 規模は大きくしたい。当面は群馬農場を広げるつもりです。将来は二つの農場の経営を分け、全体を一つの会社が管理するような姿を考えています。社員の数だけがどんどん増えてしまうと、「甘え」が出て逆に効率が落ちてしまう恐れもあります。経営を分ければお互いの競争心もあつてよい効果が期待できます。気象災害がこれからも懸念されるなかで、2本足の経営にすることでリスクを下げられる。

成長した従業員が独立をめざすのであれば、背中を押してあげたい。独立して大変なのは、野菜の売り先を見つけることです。その場合、当社の販売ルートに乗せるという選択肢もあるでしょう。私たちにとつても、供給を安定させるうえで助かります。

生鮮野菜だけではなくて、将来は加工品分野への進出も考えたい。長野の高原野菜はこれからも日本の夏野菜の柱だと思います。その競争力を武器にして多様な強みを発揮したいですね。

(ジャーナリスト 山田優)

