

視察6 プーリア州 6次化を手掛ける大規模農場

1. 視察日程等

○日 時：2019年10月17日（木）10：40～14：00

○視察先：アグリナトゥーラ

○対応者：フェデリカ・コラサント氏

○概 要

最初は20haから始まった野菜畑だったが、今では会社の直営で200haまで拡大させた。現在の経営主ジャンカルロ氏は8代目として着任。ブドウや野菜の生産を行う一方で、ワインやトマトソースなどの6次製品の加工まで幅広く手掛けている。



2. 研修内容

<法人の成り立ち>

アグリナトゥーラの経営者は、8代目ジャンカルロ・チェーチ氏。

ボローニャ大学を卒業し、旅行先のドイツにて有機栽培に出会ったことがきっかけで、1988年に父親から譲り受けた20haで農業を始める。そこから有機農業に取り組み、徐々に栽培面積を拡大させていった。

最初は、オリーブと少量の野菜から取り組み始めた。当時は、周囲に有機栽培をしている人がほとんどいなかったため、バカにされることも多く、商売になるかも不安だったそう。しかし、だんだん認めてもらえるようになり、徐々に経営も軌道に乗っていった。そして、今では200haの栽培面積を誇っており、作業員は約30名を雇用している。



会議室には自慢の
商品がずらり！

<施設での生産物>

ここでの商品は、エキストラバージンオイル・ワイン・トマトソースほか野菜の保存製品、農産物はブロッコリー・カリフラワー・ビーツなどの冬野菜がある。

他にも、ポドリッコ牛というブランド牛を25頭飼育しており、この牛は乳の量が少ない種類で、そこから作られるチーズはとても希少価値があるとの話だった。

さらには、屋根や畑の中にソーラーを設置することで電気も自分のところで賄っている。



<栽培に対するこだわり>

まず一つ目に「バイオダイナミクス農法」という方法をとっていること。これは、化学肥料を一切使わないことが特徴とされる。外から持ち込んでしまうと何が入るかわからないという考えから、肥料についても自分の農場から出た堆肥や野菜残さ等を利用することによって、生産—加工—製品化までの流れをすべて同じ施設内で行うことができるよう整備されている。このこだわりは、「大地を健全で健康な環境にして農作物を作っていくため」という当初からの経営理念である。



二つ目に、「自然と調和する」こと。この代表的な例の一つ目は、ワイン。ワインには、例えば酸化防止剤のような、余計なものは加えない。また畑で良いブドウが作れないと、いくら醸造場に持ってきても良いワインは作れない。このため、

草が伸び放題。でもこれが大事だと言う。

ブドウが「健全で良いもの」でないといけないと力説されていた。特に驚いたのが、水やりの方法。基本的に極力水やりをせず、本当に植物（この場合はブドウ）が水を欲している時にしかやらないというスタンス。このタイミングを間違わないためにも「畑が一番の仕事場」と言われているとのことであり、大きく頷ける。

二つ目の例は、トマトソース。ここでは生産から加工まで手掛けているのだが、このトマトの栽培一つにしても日本とは全く違う。日本では一般的に、大量生産のため土に支柱を指し、ツルを延ばして数多く実らせる方法をとる。しかし、ここでは支柱を利用せず土の上に這わせていき、どんどん実らせていく。確かにこの方法は、土に支柱を刺すという人の手による作業は何も加わっていない。加工品のトマトソースの作り方にしても、数量を増やすため通常は100度で加熱し加工していくのだが、ここでは70度が一番トマトの持つ栄養素を破壊しないことを専門の研究者が発見し、かなり時間はかかってしまうが70度で加熱し加工していく独自の製法を取られていた。

これは余談になるが、私自身が一番感心したことは、自然にある木に対する考え方。実際に畑を見学させてもらった時に、畑と畑の間の通路に木が茂っている。作業効率を考えると、伐採したほうが確実にやり易くなるのだが、絶対に伐採しないらしい。なぜなら、もし、その木を切り倒せば、そこに咲いていた花や実がなくなり、動物たちもいなくなることで、生態系を壊すことに繋がってしまうためだという。

<プロモーションのための取り組み>

ここでは、自家商品を提供する取り組みも行われている。しかも、歴史的な建築住宅（まさにお城）を開放しており、その中でいただく食事のなんと素敵なことか。自慢の商品であるオリーブオイルやワインから始まり、野菜を使った何種類もの食事を提供してもらった。その中には希少価値の高い





ポドリッコ牛の乳で作ったチーズもあり、イタリア人はなんて気前がいいのだろうと感動した。今回は3種類のワインを試飲させてもらったが、単にワインの色の違いを楽しんで飲むだけではなく、どういう環境条件で育ったブドウを使っているのか（雨が多い年だったとか、日照りが続く年だったとか）などの背景を味と一緒に伝えてもらうことで、こちらもワクワクしながら飲める要素が詰まっていた。

また、経営主のポリシーとして、「実際にここに来て、個々の商品の良さを分かってくれる人にしか商品を販売しない」という強い意志を持たれていた。

まだ知名度が低かった頃は、他の地域で収穫されたブドウと一緒にワインにされ、フィレンツェ産と標記して販売されていたこともあったそうで、辛かったエピソードの一つとして教えてもらったことが印象に残っている。

○質疑応答

(フェデリカさんからの質問)

Q1：有機栽培は日本でも人気があるのか。

A1：オリンピックもあるため、以前に比べると意識は高くなってきている。

Q2：値段のこともあると思うが、やはりどのように作られたものを自分たちが食べているのかを意識することは大切だと思う。

A2：有機栽培はコストがかかる。日本の農業はまだまだ儲かる方向に走ってしまっている。

(研修生からの質問)

Q3：設立当初の従業員は何人くらいいたのか。また、畑は点在しているのか。

A3：31年前は全然人はいなかった。今は、オリーブ・トマト・ブドウの収穫時期が重なっているので30人くらいが働いている。契約をしており、

必要な時に呼んできてもらおう。

また、畑はローテーションして活用している。例えば、トマトを作ったところは、次の年から4年間休ませる。そのローテーションに合わせて人も雇う。

Q4：労働者の人たちは、部類分けされているのか。

A4：そうではなく、〇月～〇月までこんな作業があるから良かったら来てくれないかという風に呼んでいる。

Q5：草刈りや虫の防除の対策は。

A5：一応機械で刈り取る。防除剤は、硫黄と銀を混ぜた防除剤を使っているが、この二つは自然界にある物質なので利用しても問題ないという考え。

Q6：ワイン製造のための設備投資として、いくらぐらいかかったのか。

A6：詳しい金額は分からないが、銀行から徐々に融資してもらえるようになった。

Q7：広めていくためにどんな工夫をしたのか。

A7：ジャンカルロ・チェーチ氏は旅行好きだったため、最初は、作ったものをバックに詰めて、旅行先で売って歩いた。

3. 所感

アグリナトゥーラの経営理念や経営方法を肌で感じて、日本での有機栽培に対する関心の低さを実感するとともに、日本の農業を考える良いきっかけをもらったと思っている。白石町の農業に置き換えてみると、病虫害防止のためにほとんどの農家が化学肥料を使用している。これは、白石町含め日本人が「国産」という標記だけに〈安心・安全〉を求め、特に化学肥料が使われていることに対しては興味関心が薄いという前提で成り立っている。しかし、今後イタリアと同じように、生産者・消費者共に有機栽培に対する関心が強くなった時こそ、日本は本当の意味で〈安心・安全〉を手に入れられるのではないだろうか。

また、有機栽培を付加価値として捉えることも今後重要になっていく。確かにコストの面だけで見ると、人の手が掛かる分が値段に反映される。しかし、今回

の研修で、何故価値が高いのか、その意味を考えることにより、ただなんとなく食べるのではなく、素材本来の味わいを楽しんだり、身体への影響を考えたりと、今までなかなか気づけなかった面に気づかせてくれることを実感できた。

先述したように、実際に農場を歩かせてもらった。すでにブドウの収穫時期は過ぎていたものの、面積の広大さに驚いた。まず畑で栽培されているところを実際に目で見て、その直後に味わえるというのはやはり格別なものであり、これが人の五感に訴えるための手っ取り早い方法だと感じた。ワインやトマトソースは実食後に購入が可能であったため、研修生一同こぞって購入した。正直、私は今までワインが苦手だった。しかし、ここのワインはとても美味しくあつという間に惹かれたため、購入したい気持ちになった。ここには単なる押し売りとは違う、「買いたい」という気持ちを掻き立てる魅力があった。そのことに気づいた瞬間、これが本当に手本とすべきプロモーション力であると実感した。白石町でも直売所などで販売を行っており、「この人が作りました」という名前を（たまに顔も）載せている。しかし、実際に農場に来てもらい、食事を提供するまではしていないため、その食材が育った環境やおいしさまではなかなかアピール出来ない。この手法を、町内の農家でも取り入れることができれば、この施設のように口コミやSNS等で広まっていき、知名度を上げることに寄与できるのではないだろうか。

農家はみな、稼いでいくために知恵を絞る。それは自分の町でも同じであり、農業は競争の世界だと思っている。いかに自分のところの農産物に付加価値を付けるのか、いかに周りに負けないようプロモーションしていくのか。大量生産ばかり重視し、どこにでもあるような商品を作るのではなく、ここにしかない魅力を持つことが今後の農業で生き残る方法だと、アグリナトゥーラを通して考えることができた。