

地域にこだわってきたからこそ見えてきた

商品を通した持続可能な社会づくり

株式会社杉本商店
代表取締役社長 杉本和英 氏

兼松食品株式会社の製造委託先として、数々のしいたけの CO・OP 商品を製造する株式会社杉本商店は、宮崎県西臼杵郡高千穂町に事業所を構える小さな会社です。従業員 25 人のこの会社は、サステナアワード 2020 の大賞を受賞し、農林水産省の海外輸出優秀事業者としてアンバサダーに認定されました。農水省や Amazon を通して欧米やアジアの消費者とのつながりを探るなど「Think globally Act locally」を地で行く同社代表取締役社長の杉本和英氏は、CO・OP 商品のしいたけこそエシカルな商品であり、その価値を組合員に知ってほしいと願っています。

※本稿は 2022 年 11 月 14 日開催の日本生協連商品本部全体学習会での講演をまとめたものです。

創業以来変わらない 生産者と共にある姿勢

株式会社杉本商店の杉本と申します。このようにわかりやすい格好していますが、私はコープ商品のしいたけをかれこれ 50 年ほど製造している会社の代表しております。本日は皆さんに、弊社が取り組んでおります CSR の事例、地域が抱えている課題をどのように解決したらいいかと、いろいろ取り組んできたことをお話したいと思います。



まず、私たちについてお話をさせていただきます。杉本商店は宮崎県の高千穂町という、雲海や日本神話で知られている場所にあります。実はしいたけの栽培に必要な最低限の水分をもたらしてくれるのは雲海であって、雲海を生むほど一日の寒暖差のあるこの土地でしか作れないものを、この土地の生産者と共に全国へお届けすることを、1954年の創業以来、経営理念に掲げています。この写真の左は 1970 年代の作業風景、右は現在のもので、50 年前はかっぱを着ていたのが、今は上下作業着に変わったくらいで、生産者から仕入れたしいたけを大切に袋詰めして皆さんにお届けをするという作業は変わりありません。

私たちの前には約 650 軒の生産者さんがいます。生産者の皆さんが私たちの事業所に直接持ち



込まれたしいたけを、すべて現金で仕入れ、商品化するのです。ちょうどこの写真を撮影した頃、1974年にしいたけが凶作に見舞われたことがありました。原料であるしいたけが高騰する中、当時、会社を経営していた父や叔父は、生協さんをお願いして価格を見直していただいたところ、今度は大雪に見舞われました。しいたけは大雪の翌年は大豊作になるんですね。それで買取価格が上がったしいたけを大量に仕入れることになったので、生協さんにご協力いただいて全国でキャンペーンを行ったこともあります。

何が言いたいのかと申しますと、生産者から「買い続けること」、これを私たちは非常に大事にしています。今、日本の第一次産業すべてが超高齢化に直面しています。そのような生産者との関係が、ただ商品代金をお渡しするだけで終わってはいけないと思っています。

ふだん山奥で夫婦二人、暮らしている高齢の生産者が、軽トラックを1時間も2時間も走らせて私たちの元にやってくるのです。仕入担当には、お金以外の何かを持って帰ってもらうつもりで接しなさいと指導しています。生産者から見れば自分の子どもや孫とあまり変わらない世代とのやりとりです。そういう思いを持って接することで、生産者の皆さんが、来た時よりも元気になって帰っていく姿を見てきました。また、不定期に行う産地の現場確認は、山間地での見守り活動も兼ねています。私たち杉本商店と新しくお取引させていただく生産者が今でも途切れないのは、こうしたコミュニケーションを大切にしてきたからではないかと思っています。



海外輸出に挑戦し

新たな価値と出会う

生産者さんからしいたけを買い続けるには、当然、知恵を絞って売っていかねばなりません。そこでは日本生協連の商品部の皆様をはじめ、さまざまご協力をいただき商品化しているわけですが、国内市場の縮小の影響を免れることはできません。この対策として、近年、数はそう多くはありませんが、海外にも目を向けてファンをつくろうと取り組みを始めています。

農水省の輸出プロジェクトのアンバサダーとして、当初、日本の伝統的な食材としてしいたけをアピールしていました。この格好ですので、最初は珍しがって話を聞いてくれたのですが、海外の方に響くのは別のところにあることに気がきました。



農水産物輸出プロジェクトのGFP(優良事業者)アンバサダー認定式 出典:農林水産省ホームページ

海外に出回っているしいたけのほとんどが中国産で、日本の原木しいたけのような旨味や食感を感じられません。弊社のしいたけは中国産と比べて価格は6倍くらいするのですが、バターソテーにしたり、マッシュルームの代わりにオムレツの具にするなど、使い方もさまざまで、「こんなに歯ごたえのあるしいたけは食べたことがない」「旨味がすごい」という声をいただき、次に「これはどうやって作っているのか？」と聞かれるわけです。

木の切り株から出た芽を 15 年かけて育て、原木として利用するというサイクルを片言の英語で説明すると「Wow! Sustainable!」と驚かれます。初めの頃はサステナブルの意味が分からなくて、たぶん、おいしくてことなのだろうと思って帰ってきたのですが、自分たちの周りの人たちとやってきたことは「サステナブル」なのだと気づかされました。

簡便さが重視される日本では、食材でしかない しいたけが注目される機会はなかなかないのですが、一歩海外に出てみると、今まで見えてなかった価値が見つかりました。海外での評価が新たな需要を生むかもしれないと思うと、ちょっと光が差してきたような気がしました。

従業員の幸福度を高める

「幸せQCサークル活動」

超高齢社会の担い手不足は農業だけに限った話ではありません。事業がサステナブルであるためには、関わる人間にもサステナブルが保障される必要があります。経営者としては頭の痛い問題でしたが、まず、従業員の待遇を見直しました。

弊社の従業員の 8 割は地元高千穂の女性です。商品は全国で供給されているのだから、その担い手である従業員の給与も全国並みにしようと思い、希望者全員を正社員にしました。また、定年制も見直し、希望者が働き続けられるようにしました。

しかし、それでも第三者に従業員の意識調査をお願いしたところ、結果は平均以下でした。待遇だけでは従業員を幸福にできないのなら、どうしたらいいのか。このままでは駄目だと思い、幸福度の「見える化」を研究されている宮崎産業経営大学の出山 実(いでやま・みのる) 准教授にご協力をお願いしました。CO・OP 商品を製造する私たちは、これまでもQCサークル活動に取り組んできました。今年はこの幸福度版として「幸せQCサークル活動」に取り組んでいます。自分たちの職場の幸せを、他者のモノサシではなく自分たちのモノサシで測っていくことが目的で、私自身、この取り組みに手ごたえを感じています。



海苔の養殖の廃材を

しいたけ栽培施設の材料に

次に生産者支援の取り組みをご紹介します。

下の写真は、有明海の家産の海苔の養殖に使ったポールの束です。海の中で 8 年も使用すると耐久性に問題が出て交換しなくてはなりません。使い終わったポールは産廃として処分費用がか

かるので、どうにかならないかと、輸出プロジェクトで知り合った海苔の生産者さんから連絡があり、港に行くと、ポールが山のように積んでありました。

どうしたものかと思い、しいたけの生産者さんに相談したところ、しいたけ栽培のハウス（植菌した木の置き場の人工ほだ場）の資材に使えるのではないかという話になりました。折しもロシアによるウクライナ侵略が始まり、さまざまな農業資材が値上がりした時期です。こうして水産業でいらなくなった資材を使ったハウスを休耕田に作ることになりました。また始まったばかりの取り組みですが、廃材の有効活用という意味でアップサイクルできたと思います。



福祉事業との連携が 農林業の課題解決の一助に

弊社が生産者支援を当たり前に行っているのは、「地域と共に、『ここでしか作れない』を世界へ」が杉本商店のパーパスであり、生産者さんと共に働くことを創業以来の経営理念として掲げているからです。私たちは、この土地で生産されたものをすべて現金で買い取るというビジネスモデルにこだわり、地域の経済循環を担ってきた自負があります。

このサイクルは、持続可能な農業と、持続可能なビジネスの両輪がないと成り立ちません。前者の喫緊の課題が高齢化した生産者の後継者問題であり、なんとか新たな担い手を招き入れることはできないかと頭を悩ませてきました。

そんなある日、日之影町の社協の方が、障がい者の就労移行支援事業所に仕事を出してもらえないかと相談に来られました。どんな仕事が考えられるか、社内で従業員と相談したところ、しいたけの軸を取る作業ならお願いできるのではないかという話になりました。ただし、生協さんに商品を出す以上、加工場の管理レベルが一定の水準以上でなければなりません。事前に確認しに行ったところ、衛生管理のレベルは菓子製造ができるくらいのものでありました。そんな場所で、仕事がないからと障がい者の方たちは正月用のしめ縄などを作っていたわけです。



これは仕事ををお願いするしかないと思って外に出ると、小規模ながら、しいたけのほだ場がありました。ここで栽培したしいたけをどうしているのか聞くと、支援事業所の利用者（障がい者）のご家族に買っていただいたり、バザーで売ったりしているとのことでした。

しいたけの生産者が離農してしまう一番の理由は、高齢になって、しいたけの栽培に使う木の伐採ができなくなることです。木を切るのが危ないのなら、杉本商店で用意しようと思って3,000本ほど原木を注文したのですが、生産者からあまり引手がなく、約2,500本が会社の

倉庫に山積みになっていました。そこでこの事業所の方に、「原木を全部用意するので栽培しませんか」「栽培したいだけは全量買い取ります」と提案しました。

正確な作業が得意な障がい者の方たちなら、高齢な生産者にはできなくなった駒打ち（原木にドリルで穴を開け、しいたけ菌を培養した木片を打ち込むこと）ができますし、繁忙期の作業を分担することもできます。新しい担い手が生まれただけでなく、従来の生産者の負担が軽減しました。何より、生き生きと仕事をする障がい者の姿に、多くの方が元気ももらいました。



生協の組合員にも エシカルな商品だと知ってほしい

折よく、この事業所に作業を委託していた軸無しいたけが、関西地方で人気があるからといって、CO・OP商品として扱っていただけることになりました。今、日本でも増えているビーガンの方にとって、原木しいたけの旨味成分はなかなか替えの効かないものだと聞いています。また、切り取られた軸も、出汁や粉末の原料としてメーカーさんに買っていただき、捨てるところがまったくないのがこの干しいたけです。

杉本商店から就労移行支援事業所にお支払いする作業費は、キロ当たりで決まっていて、弊社従業員の作業工賃と同じです。就労支援事業所はしばしば工賃の低さが問題とされていて、この事業所もそれまでは県内でも工賃は下から数える方が早いくらいでしたが、今では上位に位置し、やりがいのある仕事ができる事業所として障がい者福祉の関係者から注目されるようになりました。そして、施設の方に本当に喜ばれたのは、賃金の向上より利用者さん達にやりがいを与えて、みんながイキイキと働き出したことだとお聞きしたときは胸が熱くなりました。

仕事を委託する事業所の数も増えてきました。CO・OP商品が林福連携を支えていることを是非、多くの方に知っていただきたい。たくさんの方に支えられ、また支えてもいる本当にエシカルな商品だと思います。

さまざまな出会いの中で、Z世代の若者と話す機会もありました。彼女彼らはシンプルに「これを私が買って、どうなるんですか？」と聞いてきます。「あなたがこれを買って、この地域の障がいを持っている人が笑顔になります」と言うと、納得して買われます。なにか物事の価値観が変わってきているなど感じますし、生協の組合員さんにも同じような気持ちであってほしいと思います。

地域にこだわってこそ見えてくる 持続可能な社会のあり方

地方の現場から見ていると、本当に社会を持続可能なものにしたいなら、他者を打ち負か



す競争ではなく、性別や年齢、言葉も文化も違う人たちとつながって新たな価値やイノベーションを生み出す「共創」社会にシフトチェンジすることが必要ではないかと感じています。

本日いくつかの取り組みをお話しましたが、その歩みは決して順調なものではなく、失敗や挫折もありました。それでもチャレンジを止めなかったのは、このままでは近いうちに私たちの日常が続かなくなる日が来るという強い危機感があったからです。

特に、日本の農林水産業は、今はなんとか「買える」状態にありますが、10年後も同じかという、とても難しいように思います。私たちが試行錯誤しながらここまでやってこれたのは、その節目・節目に出会いがあったからです。私たちが「どうしよう?」と思ったとき、その話を聞いてくれる人たちがいました。その人たちがいなくなってからは、どうにもならないのです。

日本で農業や水産業が営まれているということは、ただ原料が作られているだけでなく、その土地の自然や人、社会にも価値があり、それは金額にはなかなか反映されないものだと思います。生協の皆さんが扱っている商品には使用価値だけでなく、それが作られた背景も含めて価値を持っていることを組合員さんにお伝えいただきたい、そのために私ができることがあれば、いつでもお声がけいただきたいと思っております。

