毎日新聞　2011年1月4日（火）
［第3種郵便物認可］

つかんだ信用

皮まで食べられる無農薬レモン

顧客と直接向き合い

ハウスに並ぶ1100本の細い木の枝で、黄緑に染まった実が甘い香りを漂わせている。愛知県豊橋市の果樹園経営、河合浩樹さん(48)が手塩にかけて育てた無農薬レモンだ。「うちで育ったレモンは皮まで食べられる。甘くまろやかな酸味は、どこのレモンにも負けない」と河合さんは胸を張る。インターネットによる直接販売を始めて10年。今では全国にファンが拡大し、顧客リストの登録数は2200人を超えた。

果樹園経営 **河合浩樹さん(48)**

河合さんの家は、祖父の代からミカンを生産してきた。大学で農業経営を学び、85年の卒業と同時に家業を継いだ。同級生からは「大学を出て農業に？」と不思議がられたという。農業の地位を引き上げ、誇りを持てる仕事に、という気持ちは、当時から強かった。

28歳だった90年にミカンからレモンの栽培に手を広げた。ミカンだけでは天候不順などによる出荷価格の波が大きい。収穫期間が比較的長いレモンは、不安定な農家の収益を安定させられる。付加価値で輸入品に対抗するため5年かけて無農薬栽培の方法を確立した。

最大の転機は00年ごろだった。農協経由で3年間取引していた東京の高級スーパーが、突然、納入価格を半額に引き下げた。事前に相談はなく、農協の精算伝票を見せられがくぜんとした。すぐに上京してバイヤーに面会を求めたが「不在」を理由に会えなかった。仲介業者から「最近代わったスーパーの担当バイヤーが、他県産のレモンと変わらないのに、価格が高いと言っている」と説明を受けただけだった。

「これでは完全な赤字。無農薬栽培の手間がどれだけ掛かるか分かっているのか」と頭に血が上った。思えば、スーパーの担当者は一度も農園を見に来たことがない。「彼らが考えていたのは、安く仕入れて量をさばくことばかり。そんな業者に販売を任せていたこと自体が間違いだった」。帰りの新幹線でやけ酒をあおりながら、「商品の価値を分かってもらうには、消費者に直接販売するしかない」とスーパーとの取引打ち切りの腹をくくった。

しかし、暗中模索だった。当時はまだインターネットでの商品取引は緒についたばかり。妻の美奈子さん(44)は「あなたがやりたいようにやればいい」と後押ししてくれたが、ホームページ（HP）作成ソフトを購入し、農作業の合間に写真を撮りためながら、毎日2～3時間をHPの作成に費やすことから始まった。

01年3月に完成したHPは3ページ。表題すらなかった。レモンの栄養成分や料理法など情報量を徐々に増やし、ネット検索で上位に表示されるように工夫を重ねた。注文の電話をかけてきた顧客に無農薬レモンの特徴を1時間かけて説明したこともある。04年ごろからようやく注文が順調に入るようになった。

09年秋からは、地元・東三河地域で特徴ある農産品を生産している農家の有志と共同で情報発信する「豊橋百儂人（とよはしひゃくのうじん）」という専用HPを始めた。「環境に配慮した栽培をしているか」「消費者に積極的に情報発信をしているか」など約120項目で農家をランク付けし、地元農産品をPRする試みだ。近く共同の商品開発も目指している。

河合さんは「今では、全国からレモンを仕入れる顧客から『こんなに甘みがあり、おいしいレモンは見たことがない』と褒められる。スーパーに販売を任せていたころにはなかった経験」と話す。07年には地元スーパーからも「言い値でいいから取引をしたい」と引き合いが来たという。直接顧客と向き合うことで開けた新たな可能性に手ごたえを感じている。

【工藤昭久、写真も】

河合浩樹さんが育てた無農薬レモンはネットを通じて全国にファンが広がった＝豊橋市中原町の河合果樹園で