

## 東北の百姓たち

河北新報記者 佐藤克彦

はじめに

農村部を取材していて感じるのは、農民という言葉がもつイメージが変わり始めていることだ。「物言わぬ農民」「黙々と働く農民」に代わって、陽気でおしゃべり好きな若い農民が登場して来ている。彼らの多くは自分を「百姓」と呼ぶ。

百姓という言葉は、実は新聞では禁止用語になっている。盲、つんぼなどと同じように一種の差別用語として扱われているが、彼らは名刺の肩書きに「百姓」と書き込んだり「オレたち百姓は」と言ったりする。

なぜ百姓と名乗るのか。彼らの話を要約すると次のようになる。

「換金性の高い作物一種類だけを栽培するのは、工業の論理ではあっても、農業の論理ではない。数々の失敗例は、その勘違いによるものだ。農業は自然を相手に、その恵みを全身で受け取るものだ。百の作物を作る腕を持っているのが百姓だ」

そんな百姓たちが農村を変えつつある。百姓たちについて述べてみたい。

### 百姓の共通点

百姓たちの特徴は、まず個性的であるということだ。農業経営にも地域に対しても、一人ひとりが自分流に対処している。これは農

業の現状と無縁ではない。

戦後、何回も「農業は曲がり角だ」と言われ続けて来た。何度も何度も曲がり角を曲がり続けて、今では袋小路に入ってしまった。若い百姓たちは、袋小路に入った段階で農業経営を引き継いでいる。不足している農産物がない現在、国は既に指導力を失い、百姓たちは袋小路の奥で、何にも頼らず、自分の判断で進路を決めなければならなくなっている。つまり、今の農業経営には「これだ」という正解がない。このため、ある者は袋小路を逆戻りし、ある者は壁に穴を開けようとし、ある者は高く舞い上がって空から新しい道を探そうとしている。これが百姓を個性的な存在にしている理由だ。個性的ではあるが、いくつかの共通点を持っている。五つにまとめてみよう。

一つは「農業では大きな金もうけは出来ない」と考えていることだ。農業基本法の柱である選択的拡大と、現金収入の増大を目指していない。例えば、国が勧める規模拡大にも冷淡だ。

宮城県北の百姓は「ある程度まで規模拡大すると、新しい農機具が必要となる。それを買ってまで続けると、借金がかさむだけだ。仮にそこでその農作物が暴落すれば、一番最初に潰れるのは規模を拡大した農家だ。規模拡大は農家潰し以外の何ものでもない」と語る。

現金収入については、秋田県南の農家の主婦が証言してくれた。「三年前まで、誘致工場でパートで働いていた。月六万円ほどになったが、それで食料品を買ったら、残ったのは疲労だけだった。パートを辞めて自給に切り替えた。今では月に五万円分の食料をまかなえる。蔵には米と味噌と醤油がどっさりある。冷凍庫には二年分の

食料がある」と語り「もう何が起きても怖いものはない」と笑った。金余り社会と言われる日本で、こう言い切れる人がどれだけいるだろうか。農業が本来持っている豊かさに気付いたのが百姓だと言えよう。

「農業は自然を守る仕事だ」とか「人間的な仕事だ」と主張する人が増えているが、百姓は「だったら自分でやればいいじゃないか」と反発する。農業に対してそのように考えることは、新しいイデオロギーになることを、これまでの経験で知っているからだ。農業を観念的にとらえることをしない。これが二つ目の共通点だ。

三つ目は、農業への危機感が極めて強いことだ。絶望しているという表現に近い。だからこそ目先の利益に振り回されないし、安易な妥協もしない。環境問題にしても「人類の未来のために」式ではなく「農業を続けたいから」と反対している。都会人が安易に握手を求めれば「環境を破壊しているのは、お前たちではないか」としてべ返しを食らうに違いない。

農業に対して強い危機感を抱く一方で、農業本来の豊かさを知っている。この矛盾して見える感覚の中で、彼らはなぜ農業を続けるのか。それは「農業が好きだから」である。「農業ほど面白い仕事はない」と感じているからである。言い換えれば「面白くなくっちゃ農業ではない」と考えている。これが四つ目の共通点だ。

最後の共通点として、友達が多いことを挙げる事ができる。「どうしたら面白い農業ができるか」を追求する百姓は、そのための情報集めに熱心だ。その結果、全国にネットワークを持つようになっている。海外にまで、その情報網が広がっている例も少なくない。そのネットワークが互いに接触し合い、量的にも質的にも増大

している。その中から、自分に合った農業経営を作り出している。

### 百姓の理想

百姓たちは決して「日本農業はいかにあるべきか」を言わない。「自分の農業はどうあるべきか」を考える。そうして、概ね二つの傾向にたどり着く。

一つは、農業経営の在り方に現れる。百姓たちは、消費者と直接つながろうとする。これはしきりに言われる「消費者ニーズに合った農業」を目指しているからではない。逆に、自分に合った消費者を求めようとするためだ。百姓たちは、自分が育てた農作物を、商品というよりも作品と考えている。画家が絵を描くのと似た感覚だ。自分の作品を理解して評価してくれる消費者を探し出そうとする。彼らのネットワークは、ここでも生きて来る。

消費者の主力は主婦だ。百姓たちは、彼女らの感覚に敏感だ。例えば、子供の健康に頭を痛め、安全でおいしい食べ物を求める母親たちと、じかに結びつく傾向がある。

福島県の会津地方のある村では、農協が中心になって有機低農薬米を栽培している。出来た米は、すべて神奈川県消費者団体に送っている。店頭には一切出さない。農協では「消費者は気まぐれだから、店頭に出すといつ別な米に心変わりされるか分からない。神奈川県消費者の団体は、この米をいつまでも買い続けると約束してくれたので、送ることにした。生産量からしても、それで十分」と説明する。

店頭に出せば、あるいは今よりも高く売れるかも知れないが、それよりも「自分たちの作品である米を分かってくれる人たちに食べ

てもらいたい」という感覚は、これまでの農民にはなかったものだ。友達のネットワークを通じて消費者と直接結びつくこのような農業を、私は勝手に「お友達農業」と呼んでいるが、多くの百姓たちは、こんな言い方を気に入ってくれている。

カロリーベースでの食糧自給率が五〇%になった現在、都会の間が農村に求めているのは、量的な食糧供給基地ではない。極端に言えば、消費者一人ひとりの御用農場である。安全でおいしい食べ物を、知っている人が作ってくれる関係だ。百姓たちは、そのつながりを大事にしようとしている。国家レベルでの農業論は、彼らに通用しない。

二つ目の傾向は、東北特有のものかも知れないが、宮沢賢治への関心の高さだ。

賢治は「われら全ての田園と、われら全ての生活を、一つの大きな第四次元の芸術に創り上げようではないか」と言った。その賢治の理想は、支持者はいたものの、当時の農村の貧困の中では夢物語と見られがちだった。

今は違う。電気、電話、水道など、生活の基本的な部分では都市と大きく変わらないし、農村自体も戦前とは比べものにはならないほど豊かになっている。しかも百姓たちは、農業本来の豊かさを知った人たちだ。地域活動への参加にも意欲的に取り組んでいる。彼らは「賢治の理想は、今なら実現出来るのではないか」と思っている。いや、思っているだけでなく、実現させようと動き始めている。百姓たちが考える理想的な社会とは、賢治の社会だと言えるのではないだろうか。彼らと接して、私も賢治の世界をもっと勉強したいと思うようになった。

## おわりに

日本株式会社の中で、農業は不採算部門であり、農民は窓際族だ。過去の栄光の時代を体験した年配の農民は、窓際族から脱出しようとするが、減反が始まってから農業を継いだ百姓たちは、入社したときから窓際に座らされた。彼らは、窓際からの脱出よりも、その中で何ができるかを考える。あくせく働くエリート社員をよそに、窓際族ならではの可能性を追っている。百の作物だけではなく、地域をも耕し始めている。

百姓の数はまだ少ないが、日本の農業を元気にするのは、国家レベルでの農業を考えない百姓たちしかないのではないかと思う。みなさんの御意見を聞ければ幸いである。