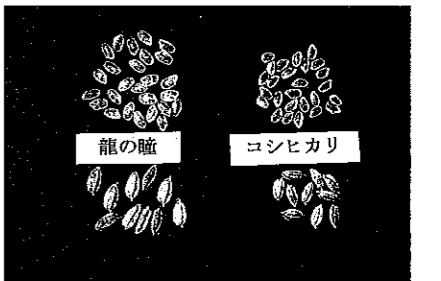


岐阜県下呂市に生まれた「龍の瞳」が地域を支える

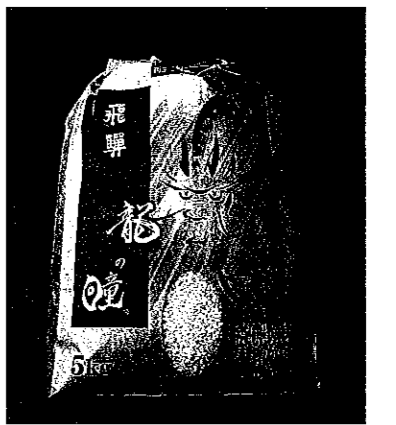
—合資会社「龍の瞳」代表
今井 隆さんに聞く
編集部



今井さんは、実家は農家で、本人は元東海農政局岐阜統計情報センターの元職員だった。同センターに33年間務め、作況調査等の業務などに従事。冷害時における気温、日照、台風の影響など要因分析を行う一方で、個人的に水稻の新品種の研究に取り組んできた。また、企画・広報の担当になった際に、地域の課題・要望について住民にアンケートを実施して、地域の実態を調査した。その結果、地域の年齢構成や、10年後に地域がどうなってしまうかといった問題を目の当たりにしてきた。



粉・精米比較



飛驒「龍の瞳」5キロ袋

5aに拡大し、種籾を増やすことで、本格的な普及に取り組んだ。最初は今井さんを含む、下呂市の1つの生産組合8人で栽培をはじめたが、現在では市内で17生産組合、25ha。さらに全国では115haにまで広がっている。

●世界一美味しい米をつくる

「龍の瞳」の目指すところは「日本一」ではなく、「世界一」美味しい米だ。「龍の瞳」は今のところ、高値で取引されるブランド化しているが、それを継続させるには「素材の良さが大切」と今井さんは強調する。

「龍の瞳」の栽培は、種籾を提供する生産者との契約栽培。「龍の瞳」の高い品質を維持するため、生産者には栽培マニュアルの提供や栽培指導を行い、徹底した栽培管理を求めている。今年度は年2回、穂肥の時期と刈り取りの時

い米コンテストの2007年、08年、10年で日本一に輝いている。

さらに、「龍の瞳」には、「美味しいお米」というだけでなく、「地域を支えたい」という発見者の想いが込められていた。

●「龍の瞳」

「高齢化が進み、担い手はいない。このままでは地域がもたない」との思いを抱えていたのは、「龍の瞳」の発見者であり、合資会社「龍の瞳」（従業員10人）の代表である今井隆さんだ。

「これまで食べた米の中で一番おいしかった」といったアンケートが1400通以上寄せられる。百貨店で、5kg6000円を超す高値で販売されることもある。合資会社龍の瞳（岐阜県下呂市）が商標登録するお米「龍の瞳」だ。水の神である「龍」に、水田環境浄化の願いを込めて命名した。コシヒカリの1.5倍もある大粒で、千粒重が30gを超える。しかも、その味はアンケートにも見られるように、弾力があり、香り、甘みに優れ、とても評判が高い。あなたが選ぶ日本一おいしい

「ない」と即答が返ってきた。今井さんは、「常に需要に応じて栽培している。需要を超えてしまうと付加価値がつかない」と続ける。そのため、現在は下呂市を含む岐阜県飛驒地域に特化して、種籾を配ることとしている。

特に環境には配慮し、低農薬、無化学肥料に力を注ぐ。有機JAS対応の肥料、土壌改良剤2つの使用を義務付け、さらに無農薬を目指し、技術の研究を進めている。このような高品質化を目指す上で重要となってくる品質分析は、管轄の普及組織がサポート。岐阜県下呂農林事務所農業普及課が千粒重の計測や、胴割れの原因調査などを支援している。

「本当においしいお米をつくり、消費者に食べてもらいたい」という生産者の想いが、消費者に支持されている。

●販売戦略

「10kg7000円以上のお米を食べている人口の割合は、全国で1・5%ある。「龍の瞳」はその市場がねらい」と今井さん。高値販売されている背景には、販売戦略がある。順調に栽培面積が広がっていますが、目標はどのくらいですか?という問いかけには



たわわに実る「龍の瞳」の稲穂



生産組合の代表者のみなさん

「龍の瞳」の主な販売先は、一般の顧客が3割強、下呂温泉という地の利を生かした地元旅館・お土産等の地産地消が3割、残りが米屋を通じて百貨店等に販売される。「収益的には、一般の顧客への販売が一番大きいですが、今はまだ「龍の瞳」を広める時期。その他の販路も積極的に活用している」とのこと。

「龍の瞳」の主な販売先は、一般の顧客が3割強、下呂温泉という地の利を生かした地元旅館・お土産等の地産地消が3割、残りが米屋を通じて百貨店等に販売される。「収益的には、一般の顧客への販売が一番大きいですが、今はまだ「龍の瞳」を広める時期。その他の販路も積極的に活用している」とのこと。

●「龍の瞳」は地域のために

海外展開のねらいは、「龍の瞳」だけではない。今井さんの根幹にある「地域をどうにかしたい」という思いがある。そこで重要となるのが「地域のため」には、地域の資源を最大限活用する」という今井さんの理念だ。

そのため、単に海外で「龍の瞳」を売ることが目的ではなく、買って食べる人が、それが作られた場所に思いをさせる、ひいては観光で訪れ、地域が活性化することを期待する。もちろん、このねらいは国内にも当てはまる。

地域内で農工商連携や6次産

業化の取り組みを進めている。合資会社「龍の瞳」は農商工連携の事業体認定を受けており、将来は6次産業の認定も目指している。「龍の瞳」をはじめとする地元の材料を使用し、「酒」「味噌」をはじめ、「ラスク」「米せんべい」などの加工品、さらには「米、水、土鍋のセット販売」等を地元業者に企画、提案。「龍の瞳」を柱に、地域の資源に付加価値をつけることで地域活性化を図っている。

●人に喜ばれる企業に

「儲かる」ではなく、経営の安定が大事。人に喜ばれることを続けていけば、地域になくならない企業となる。それが安定につながる」と経営方針を語る今井さん。10年ほど前に、今井さんの前に現れた「龍の瞳」は、地域を支える大きな柱に成長した。「今までは自分が走り続けてきた」と語る今井さん。今後さらなる発展に向けて、今井さんの理念を継ぐ後継者の育成が課題となっている。そのため農業指導者の人材も募集している。

「龍の瞳」がさらに美味しく、そして世界へ向けて、これからも龍のごとく駆け上がっていく姿に期待したい。