

「著名的無名人」 を訪ねて

志の「ピーマン」といった具合だ。残念ながら、志布志のブランド品として取り上げているのは「ピーマン」以外には見付からなかった。

それに、もう一つ重要だと思っただのは、品目ネーミングが掲げられていたことである。すなわち「馬鈴薯」→《南のポテト》、「そらまめ」→《春の宝石》、「紅甘実」→《いずみの甘太郎》と出ていた。

今や日本を飛び越えて、海外にまで熊本のブランドとして、通用するようになった《くまモン》の躍進は凄い。それに匹敵するようなことが、大隅半島・志布志の「さかうえ」から生まれるチャンスを見ていきたい。

(次号に続く。敬称略)

が生まれ育った阿蘇の《つち》とは全く異なる。もちろん、関東の埼玉の《つち》と静岡県掛川の《つち》も全く異なる。北海道の旭川と函館の《つち》も違はずだ。そこでの農業は、その違った《つち》の「利用価値」を知り尽くした者でなければ、事業として成功させることは出来ない。

《つち》を知り尽くすことによつて、農産物のうちの何がそこに適しているのか、適しているとしても、それを育てる技能者がいるのかどうか、むしろそれが決め手である。

ところで、私は鹿児島県のホームページから、一体この県の農産物のブランドは何かを当たつてみた。すると、順不同だが次のようなブランド品が紹介してあった。

南さつまの「ハウスきんかん」、東串良の「きゅうり」、知覧の「さつまいも」、指宿・出水の「そらまめ」「実えんどう」、鹿屋の「スプレーキク」、屋久島の「たんかん」、そして漸く志布

農業は「つちに 結び付いた技能の産物

こうして坂上が行っている元気が推進状況を見ていると、いかにも農業という事業が簡単に行えているように見えるかも知れないが、すでに述べてきたように、それは全くの勘違いであるということである。

すなわち、正に社長の坂上が述べるように「気」と「技」と「経」として「技能者」は居るのかという、この四つをベースに、じつくりと確実に歩みを進め固めていく事業である。しかも、自然の姿は、決して毎年同じでは無い。それを、臨機応変に対応出来るようにするには、長年の経験が必要である。坂上はそのスキルを習得するのに、約20年の歳月を要している。しかも、そうした中で最も重要なのが、農業の基本である、その土地の《つち》を知ることであった。

すなわち、坂上の土地すなわち大隅半島の《つち》と、例えば先ほど挙げた熊本の蒲島知事

州の開発発展の拠点として「志布志港湾」の整備発展が、重要な目玉として取り上げられていた。しかし、特に民主党政権になつてからは、大きく頓挫し今日に至っている。

果たして、アベノミクスは港湾の整備や、産業立地の推進など、僻地の活性化策として、どの程度進められることになるのであろうか。しかし、私はすでに述べたように、この土地柄を見た場合、こういう過酷な場所だからこそ、「農業でこの地域が活性化出来れば」という、夢実現の期待を賭けたくなるのである。

もしも、この志布志の地に今後坂上が始めた農業が本格的に継続し、事業を大きく展開できるようになっていけば、現在3万3千人の地方都市である志布志市が、大隅半島の拠点として、もう一つの鹿屋市と共に、これからの漁業を含む6次産業や、新たなわが国の高齢社会を引っ張る福祉事業などの拠点として、発展していく核になるのではないかと期待している。