

予約販売で完売の時期も

「口コミのパワーには驚かされます」と目を輝かせ語るのはミニトマトを水耕で生産する中瀬進吾さん(四四歳)だ。中瀬さんは、自ら値段を付け販売することにこだわっており直売で飛躍を遂げた。

農園に隣接する直売所には中瀬さんが作る濃厚なコクとほどよい甘さを兼ね備えたミニトマトを求め、お客さんが後を絶たない。特に、生産量が減る冬場には予約で完売するほどの人気だ。

「決して特別なことをやっているわけではない。当たり前のことを当たり前にやっているだけ」と謙遜する中瀬さんだが、お客さんによりよいトマトを届けるため、生産面での努力は欠かさない。毎朝、トマトの木の状態を確認し、その状態に応じて、それまでのデータ分析に基づき液肥の量を調整する。勘や経験とデータを融合させ、おいしいトマト作りに邁進する。そこが工業にない農業の面白さだと感じている。

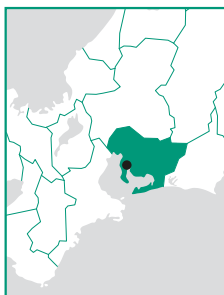
非農家出身の中瀬さんが、農業経営を開始したのは、今から一五年前、二九歳の時だ。大学卒業後に製薬会社へ就職したが、開発期間が

経営紹介

新鮮ミニトマトを市場通さず直売 その時その時の判断を活かした経営



「自分の子どもと同じくらい大切に育てています!」



愛知県知多郡東浦町
株式会社ナカセ農園
代表取締役 中瀬 進吾

設立 ● 2015年3月
資本金 ● 300万円
事業内容 ● 施設野菜(ミニトマト)
URL ● <http://nakasenouen.com/>

長期にわたる製薬の仕事にやりがいが見えなくなった。

そして「自分のやった仕事の結果をダイレクトに感じられる仕事になりたい」との想いが強まり、農業の世界へ飛び込むことを決意、会社を退職した。大学で農学を専攻した中瀬さんには農業に対する憧れもあった。

新規就農者セミナーに参加するなど就農への準備を進める中で、運命を変える出会いがあった。愛知県農業会議の担当者から県内でも有数のミニトマト生産者で、現在、中瀬さんが「親方」と呼ぶ株式会社にいみ農園の新美康弘さんを紹介された。

新美さんはデータを活用して水耕でミニトマトを生産している。中瀬さんも数字やデータの分析が得意で、また、サラリーマン時代の治験データ分析の経験からデータの重要性を理解していたため、この栽培手法にほれ込んだ。

そして、新美さんの下で約一年半の研修を受けながら、独立の準備を進めた。中瀬さんも新規就農者の壁ともいえる土地探しに苦労したというが、新美さんの紹介で現在の東浦町に土地を見つけることができた。紹介された土地は、J

R武豊線と知多半島道路のちょうど中間に位置し、名古屋のベッドタウンとして住宅地が広がる場所だった。

身近な大消費市場に気が付く

二〇〇〇平方メートルのハウスを取得し、トマト生産を開始した中瀬さんだが、就農時から農業の課題が販売方法にあると考えていた。

「生産コストなどを勘案し、自分で値段を付けて生産者の顔が見える直接販売をすれば鮮度の良さも加わって採算がとれるはず」。中瀬さんは、そう意気込んで経営を開始したが、実績がない一年目は大半を市場出荷に頼らざるを得なかった。そして直売はJ Aが運営する農産物直売所で細々と行うにとどまった。

ところが、農業経営を開始して二年目に転機が訪れた。

近隣住民が直接ハウスを訪れてきて「ここではミニトマトは売っていないの?」と聞いた。

その言葉で、中瀬さんは自分の身近に大きな消費市場があることにハッと気が付いた。ハウス周辺は住宅地が広がっていて、トマト生産者は自分だけという環境だ。「これはチャンスだ」と考えた。

中瀬さんは早速、ハウスを間仕切りして簡易直売所を設置するとともにミニトマト直売の看板を掲げた。すると、付近に住む多くの人たちがミニトマトを購入してくれるようになった。スーパーより若干高い値段だが「採りたてでおいしい」「毎日食べても飽きない」と味や鮮度などが評価されリピーターがどんどん増えた。

それだけではない。口コミで評判が瞬く間に広まり、売り上げが急伸したのだ。中瀬さんは当時は振り返って「他の市町からも、直売所に来てくださるお客さまが増えました。これは思いがけないことでした」と話す。

ハウスを次々に拡大

簡易直売所を設置した翌年には需要に生産が追い付かず、ハウスを増設、経営規模を二倍の四〇〇〇平方メートルにした。その後も「商品を切らすとお客さんに申し訳ない」との想いで、増え続ける需要に対応するため、数年置きに規模拡大を実施。今では就農当初の五倍に相当する一万平方メートルまで拡大している。

お客さんの反応を感じられる直売所は励みになる反面、プレッシャーでもある、と言う。「お客さん

は正直で、トマトの品質が落ちると、途端に客足が鈍ります」と語る。

農産物は時期によって品質の良しあしがあり、天候にも左右されるため、「その日その日の品質を正直に正しく伝えることが大事」とお客さんとのコミュニケーションを重視した。これが評判となり人から人へとつながり、面的な広がりとなった。

このような努力が実を結び、二〇一七年に新設した自社の直売所には人が絶えることがなく、生産したミニトマトをほぼ全量直売所で売り切る。

今後の展開は時勢により判断

現在の販売方法は、翌月の収穫量を予測し、毎月一日午前九時から翌月一カ月分の予約を受け付ける。生産量が予測通りであれば、当日の販売は予約分で終了。生産量が予測を上回っていれば、当日分として直売所で売り出す形だ。

予約受け付け開始日の午前中は電話が鳴りっぱなしの状態で、昼前には予約が一杯になる。収穫量の多い夏場は、当日販売も出るが、冬場は予約分の販売のみで、当日販売はほとんど出ない。そこでお客さまサービスのために、当日販

売の有無を、毎朝ホームページで情報配信することも始めた。

七、八年前からインターネット通販も開始している。直売所での販売を中心とする中瀬さんにとって、全国のユーザーにトマトを届ける唯一のツールだ。ネット通販は口コミほどの爆発力はないが、評判がじわじわと広がる。ネット通販は贈答用を専門としているため、価格を通常価格の二倍としているが、人気は伸び続け、受け付けを休止する時期もあるほどだ。

さて、今後の経営展開を聞いたが、まだ明確なものはないとのこと。「未来のことは誰にも分からない」と考える中瀬さんは、中期計画を立てることはしない。あくまでもその時その時を大事に、状況を見極めて経営の舵をとる。

水耕栽培の可能性を追求し、他の作目にもチャレンジしたいという想いもある。一方で、まだまだ需要に追い付いていないミニトマトを増産したいという想いもある。いずれにしても、販売はお客さまへの直売を中心にしていく。「生産物を自ら販売することに農業の大きな可能性を感じています」と語る中瀬さんだ。

(情報企画部 西山大也)



山田 和男さん

農業者と酒造会社で農商工連携 酒米とう・精と地酒ブランド化主導

山口県萩市
萩酒米みがき協同組合代表理事



山口県萩市の一四の集落営農法人

と酒造会社六社をつなぎ、酒米の生産からとう・精、そして醸造までスクラムを組んで行う全国でも珍しい協同組合を組織した。オール萩の日本酒ブランド化も主導するなど、組合は今や地域の要となりつつある。その中核リーダーとして、まさに地域を変えようと活動している。

酒造会社からの相談が契機

——萩酒米みがき協同組合は酒米の生産者と酒造会社を結び付けたユニークな農商工連携プロジェクトを行うため組織されましたね。きっかけは何だったのですか。

山田 二〇一五年ごろ、地元の萩市内の八千代酒造という酒造会社から醸造用酒米のぬかを削ると、精に関

する相談を受けたのが最初です。

話をいろいろ聞いてみて、これは何とかしたいといけないと思うと同時に、うまくすれば、地域の酒米生産者にとっても、連携するいいチャンスになるぞ、と思ったのです。

——具体的には、どんな相談話だったのですか。

山田 八千代酒造は酒米生産の自社農場を持つほどですが、地元山口県内に醸造用米をとう・精する工場がないため、北九州久留米市の農協系の専門工場に委ねていた、ということです。

ところが往復の輸送コストが掛かる上に、その工場では産地米と自社の酒米が混ざって品質が安定しないなど、課題が多かったようです。

——なぜ、農業者の山田さんに話が

来たのですか？

山田 萩市内には酒造会社が多いので、農業者の皆さんと酒米の生産受委託の形で手を携えることが可能であり、醸造用の酒米に関しても、一緒にとう・精工場をつくって協力し合えるのでないか、ということでした。

——話を聞いた結果、酒米生産の農業者にとっても酒造会社との連携につながるのでは、進めようかと？

山田 そうです。瞬間的に、ぜひ実現してみたいと思いました。

というのは、当時、私が代表理事を務める集落営農法人むつみを含めた阿武萩という周辺地区の集落営農法人で酒米「山田錦」の高品質生産のため、「あぶらんど萩」「山田錦」指導強化プロジェクトチームを立ち上げ、栽培指導を行っていたので、渡りに船

だったのです。

——地区全体で酒米生産に特化する、というのも珍しいですね。

山田 当時、国の主食用米の生産転換方針が出て飼料米や酒米、加工用米にどう取り組むか、地区で議論していました。その結果、萩市には酒造会社が多くあることから、収益の見込める酒米生産に特化しようと思ったのです。

一時は出資額めぐり難航も

——では、話もほとんどん拍子に？

山田 萩酒造組合に加入する酒造会社六社と話し合ったところ、いずれも酒米のとう・精工場ニーズが強かったため、とう・精工場設立という総論には賛成でした。

ところが酒造会社は互いにライバ



酒米のとう精工場で構想を語る山田和男さん

ル同士なので、共同事業体にするための出資割合をどうするかなど各論になると、全くまとまらず難航したのです。

——壁にぶつかってしまった？

山田 出資額をめぐり、各社の資本金規模や醸造量の多さに比例すべきだという意見があり何回話し合っても平行線でした。

——どう決着をつけたのですか？

山田 最後は居酒屋に集まってもらい、気分をほぐしてもらったところで、私から「酒造会社も集落営農法人

も一律一〇万円の出資とし、発言権や議決権は平等にする。足りない部分は補助金などを模索し、まずはスタートだ」と提案したら、全員が「よし、それで行こう」と。

——よくまとまりましたね。

山田 オール萩の高品質の酒米で味のよい、こだわりの日本酒を造ろうという点については一致、しかも農業者と酒造会社が連携するのは、全国初の事業ということでムードも盛り上がっていました。後は、私がいまの背中を押すだけだ、と思ったの

です。

それに、集落営農法人は当初、参加数が一二法人と多かったのですが、結束しやすい理由があったのです。

——と言いますと？

山田 酒造会社六社の酒米生産ニーズが全体で何と約五〇％分もあることが分かったのです。農業者の側に、一気にやる気が出ました。なにしろ販売先は確定しているし、酒米の値段が主食用米よりも割高でしたので、酒米生産に特化しようという気持ちが強まったのです。

新ビジネスモデル目指す

——農商工連携のまとめ役なのに、意外なお話ですね。

山田 過去に私が見た農商工連携事例で、事業の雲行きがおかしくなると商工業者がいち早く撤退し、最後は農業者や農業生産法人が残されて借金で苦しみ損をするケースがあったからです。

——となると、最悪の事態を避けるため、この萩酒米みがき協同組合の結成に当たって事前に何か対策の手だてを？

山田 もちろん、そんな心配を最初からしていたわけではありません。ただ、緊張感が必要でしたので出資方法を含め事業スタートで合意した際、私から「もし初年度、運悪く赤字を余儀なくされたら、とう精受託料

Profile
やまだ かずお
山口県生まれ。六一歳。山口県むつみ村立吉部中学卒業後、トヨタ自動車の豊田市高岡工場に就職、一九七六年に実父の急死で実家の農業に携わる。むつみ村議員を経て、市町村統合後の萩市でも市議会議員を在任特例で務める。八八年にトラクターなどを活用しての農作業請負法人を七人の仲間と創業し成果上げる。集落営農法人むつみを組織化、その後、山口県農業法人協会会長にも就任。

Data
萩酒米みがき協同組合
山口県萩市に本拠。山田和男代表理事。二〇一七年に創設。当初はむつみ集落営農法人など二法人と澄川酒造場など酒造会社六社が出資参加。その後、集落営農二法人と農協が追加参加し出資金総額は二五〇万円。農商工連携をビジネスモデルに主力酒米「山田錦」に生産特化。一九年度は五四％で作付けた一九四％の酒米を組合工場でとう精。オール萩の日本酒ブランドで売り出すのが目標。

の「**プログラム**」当たり単価を引き上げるので、「了解してほしい」と言いました。

酒造会社は北九州への輸送コスト負担を考えるとこの事業化効果が大きいのか、受け入れてくれました。

——生産者も文句なしでしょう？

山田 農業者は酒米の安定生産・販路確保に加えて、農閑期冬場のとう精工場での臨時労働は収入増なので、大満足でした。

そんなことから、二件の集落営農法人が加入を申し入れ最終的に一四法人に、そして地元のあぶらんど萩農協も「議決権は不要。応援の形で出資参加したい」と言ってきたのです。関係者みんなが盛り上がりましたよ。

——出資総額は最終的にどれぐらいになったのですか。

山田 集落営農法人一四法人と酒造会社六社で計二〇〇万円、応援参加の農協の五〇万円を合わせ二五〇万円です。とう精工場用地は農協が提供してくれ、とう精の機械二基は金融機関からの融資により購入しました。

——酒米の生産ニーズが五〇鈴分と

いうのは、大きいですね。
山田 萩酒米みがき協同組合スタート後の事業計画では二〇一八年度に四四鈴の酒米を作付けて、とう精受

託量は一五八トでしたが、一九年度に酒造会社からの要求に応え酒米生産を五四鈴に拡大、とう精も一九四トに増量しました。

新組合にとっては、実質的には一九年度産米の新酒醸造がスタートです。で、今冬はとう精、それに醸造に大忙しでした。

——それが今回の農商工連携の全容ということですか。

山田 萩市内の集落営農法人一四法人それに地区農協が加わって、同じ市内の酒造会社六社のために酒米生産、そして醸造用の酒米をとう精、酒造会社も連携しておいしい日本酒醸造を行う、という大掛かりな事業連携は間違いなく全国でも例のないものです。

私たちは、このビジネスモデルをベースに、萩の酒米「山田錦」の高品質生産に磨きをかけ、オール萩の日本酒のブランド化を目指します。

オール萩の日本酒ブランド

——プロジェクトリーダーとして、こういったオール萩の日本酒のブランド化を目指そうとされているのですか。

山田 最終判断は、酒造会社の皆さんがどう連携してスクラムを組まれるか、それにかかっていますが、事業

連携する限り、オール萩をキーワードに存在感のあるプロジェクトを展開したいですね。

——具体的にはどんな取り組みを？

山田 これからはマーケティングや営業も大事で、ストーリーをどううまくつくるかだと思っています。

そこで、米づくりに関しては、一〇年ぐらい前から高品質の特別栽培米を作って評価を得ているほか、一八年度には食の安全や環境保全に取り組み、JGAPの認証農場の資格も得ました。これらもアピールしようと思っています。

——オール萩の日本酒のブランド化もポイントですね。

山田 そうです。これが最重要ポイントです。そこで、萩の高品質の酒米で造った酒造会社六社の日本酒を六本入りセットにして、萩の名産ぐい飲みちよこをつけ、オール萩ブランドで販売する計画です。

——アイデアマンですね。

山田 萩市は、吉田松陰が幕末の志士を多く輩出している歴史ある地域です。その農業生産者と酒造会社、が、歴史に新たな一ページをつくるような地域の夢づくりを目指したいのです。

オール萩ブランドの日本酒を全国、そして海外に積極的に売り出し「県

外貨」を稼ぎ出したいですね。

ビジネス化へのチャレンジ

——集落営農法人むつみでは、過去に農業機械の活用でビジネス化して成功されている、と聞いています。ビジネス化の感覚が素晴らしいですね。

山田 農業機械の活用というのは、農業者がトラクターや田植え機などの機械を自前で買おうと、資金負担が大きく機械貧乏になりかねないので。そこで、七人の仲間で法人化して機械を一括買い上げし、それを元にした農作業の請け負いをビジネス化したのです。

どの農業者からも喜ばれた上に、私たちもビジネス化で機械の稼働率は上がり、利益も出てプラス効果が大きかったです。

——その発想が、山口県農業法人協会会長の仕事にもつながっている？

山田 農業のビジネス化、法人経営化は大事です。

私たちの周辺には現在、大小二五九の集落営農法人がありますが、生産者の高齢化など課題は多いため、それらを克服するビジネス化の取り組みが必要です。

今回の農商工連携プロジェクトも、まさにその一環です。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)

