

土耕から水耕への転換

野菜の一大産地に対抗するため、土耕栽培から水耕栽培に転換し、サンチュやサラダほうれん草といったニッチな野菜で国内有数の生産量を誇るのがアグリプラントグループだ。アグリプラントを中心に三社で組織するグループを率いる福永彰さん（六五歳）は、安定した品質のものを安定的に生産し、取引先へ安定供給することを経営のモットーとしている。その姿勢が取引先から信頼され、さらなる取引先の拡大、規模拡大につながり、二五年前に四五〇平方メートルで開始した水耕栽培は現在三万平方メートルを超える規模までに拡大している。

福永さんが家業である農業に従事したのは、一九七六年、二〇歳の時で、当時はトマトやキュウリを露地で栽培していた。転機が訪れたのは、九五年、三九歳のときだった。父親から経営を引き継ぎ、今後の経営展開を模索していた福永さんは、視察で訪れた九州の野菜産地の肥沃な土壌に衝撃を受けた。「自分の畑の土とは質がまったく違う。この土から採れた野菜には勝てない」と感じ、土壌改良などハンディを克服する方法を考えた

経営紹介

いち早く流行をキャッチし、生産に活かし需要に応える



養液施設を背にする福永彰さん



山口県下関市

有限会社アグリプラント

代表取締役 福永 彰

設立 ● 2001年11月

資本金 ● 300万円

施設規模 ● 32,000㎡

事業内容 ● 施設野菜（サンチュ、サラダほうれん草、パクチーなど）

が、最終的に水耕栽培の導入に行き着いた。

当時、山口県内では水耕栽培を導入している生産者は珍しかったが、「水耕栽培ならば土の力に左右されず、また、リセットもしやすいことから、柔軟な経営展開ができる」と判断した。

一年目はコマツナ、二年目はネギを生産してみたが、それぞれの品目には全国各地に産地が存在し、量でも価格でも産地に勝つことができず将来性を見出すことができなかった。

ニッチ野菜で飛躍

「人と同じものを生産しているはダメだ」と考えた福永さんは、新たな品目を探し全国各地を視察して回った。そんな中、関東で出会ったサンチュとサラダほうれん草に可能性を感じた。当時、西日本で栽培している生産者がほとんどおらず、小売店などで見かけることはなかった品目で、認知度が高まれば西日本でも需要が拡大するのではないかと考えた。

市場の拡大を期待して生産したサンチュとサラダほうれん草だが、生産を開始した当初は、県内における認知度が低く、作っては廃棄

するという状況だった。

売れない状況が続く販路の開拓に苦労したが、飲食店や小売店向けに食べ方も含めた提案をするなど地道な営業を重ね少しずつ県内での認知度を高めていった。安定した販売ができるようになるまでに三年間を要したが、最も大事にしたことは取引先の需要には確実に応え絶対に欠品をしないということだ。

現在、大手焼肉チェーンをはじめとする飲食店やスーパーなど量販店と周年で取引しており、取引先は東は名古屋、西は鹿児島まで西日本全域に広がっている。生産物のほぼ全量を事前に取り決めた価格で、その日の注文に応じて出荷し、配送は全国に低温物流拠点を有する運送業者が新鮮な状態で取引先に届けている。

取引先からのオーダーに迎え、かつ生産余剰を出さない。季節によって変動する需要に対し売れる見込みの分だけ生産する技術は福永さんの長年の経験のたまものだ。たとえ作り過ぎたとしても、安易に市場出荷をすることはしない。今やサンチュ、サラダほうれん草のプライスリーダー的存在となったアグリプラントグループが出荷す

ると市場価格を乱すおそれがあるからだ。

そんな福永さんの生産へのスタンスは基本的に立ち返ることであり、「生産の基本は野菜が健康に育つように日々接すること。そのためにはよく観察することが大事。水耕でも土耕でも生産の基本は同じ」と語る。

次なる挑戦は観光農園

サンチュを中心とした葉物野菜で実績を積み上げた福永さんが次の経営展開として選んだのが観光農園だ。事業地の一つである下関市内日地区は景観のいい中山間地だが、これといった産業がない。イペントではなく産業で人を呼び込み地域活性化に貢献したいと考え、三年前から試験的にイチゴとミニトマトの観光農園を開始している。

冬場はイチゴを生産し、夏場は同じ養液施設でミニトマトを生産するという全国的にも珍しい取り組みにチャレンジしている。イチゴとトマト、それぞれの収量が最大となる最適な栽培時期はまだ試行錯誤中だが、生産は安定してきており、今年からは施設面積を七〇〇〇平方メートルに倍増し、本格的に営業を開始する予定だ。

また、栽培を始めてみてイチゴやミニトマトといった果菜は経営面から葉物野菜との相性がいいということが分かった。果菜と葉物野菜では必要とする養分が違うため、葉物野菜で使用した液肥をリサイクルしイチゴやミニトマトの生産に活用できるのだ。観光農園にかかる資材費を削減することができ、経営面で大きなメリットとなっている。

持続的な経営発展へ

アグリプラントグループの労働力は、そのほとんどがパート従業員だ。福永さんの考える最適な農業経営は生産から販売、労務までを事業主が一元的に管理する家族的経営であり、正社員の雇用には消極的だ。下関市の市街地からほど近い立地にあるため、人手の確保に苦労したことはないが、子育て世代の若手を確保するため、火曜、土曜の完全週休二日制を取り入れ、労働時間もパート従業員の事情に合わせて柔軟に対応している。

今後、経営を持続的に発展させていくための課題として三つ考えていることがある。一つ目は新たな品目作り。高齢者の離農により作り手不在の品目がでてきており、

地域の担い手として、その受け皿になりたいと考えている。イチゴとミニトマトはその一環だ。

二つ目は自動化による作業の効率化だ。スマート農業に全面的に賛成しているわけではないが、人とロボットの役割分担を見極めて、ロボットができるところは積極的に自動化を進めたいと考えている。現在、工業専門学校との共同開発により選別ロボットの開発に取り組んでおり、実用化も視野に入ってきた。

三つ目は長期的な課題として考えている葉物野菜の本格的な輸出だ。以前、試験的に香港への輸出に取り組んだことがあるが、付加価値を付けることができず、現地での売れ行きは芳しいものではなかった。少子高齢化が進む日本において経営を次の段階にステップアップさせるためには輸出の取り組みは不可欠と考えているが、日本ブランドの葉物野菜を広めるためにはもう少し時間が必要と感じている。

二人の息子がすでに経営の軸を担い、経営承継も考えはじめた福永さんだが、やりたいことはまだまだ尽きそうにない。

(情報企画部 西山大也)

伊藤 武範 さん

福井市

株式会社アジチファーム代表取締役

国内で生産した長粒種米を麺やパンに ベトナムでは日本米を現地生産し販売



ベトナムの米粉麵・フォーを直営レストランで提供している農業法人が、ベトナム米(インディカ種)の福井県内での栽培を増やしている。一方、ベトナムでは福井育ちの日本米(ジャポニカ種)を栽培し、現地で販売しているほか、東南アジア諸国への輸出を計画している。その経営戦略を担っているのは、情報通信のコンサル出身者だ。

国内でベトナム米を生産

——長粒種のインディカ米の種もみをわざわざベトナムから持ち込み、福井県内を中心に栽培しています。なぜですか。

伊藤 アジチファームは、福井市内にある直売所兼レストラン「越^{えつめん}屋」で、ベトナムの米粉麵・フォーや米粉

パンを販売しています。二〇一六年にフォーを提供し始めた時は、麺はベトナムから直輸入した乾麵を使っていました。

当時から六〇鈔を超える水田を耕しているながら、日本米の米粉を使わなかったのは、日本米で作るフォーは、うどんのようになっておいしくないからです。ベトナムに五年もいたことのある私としては、「本場のフォー」を提供しなかったのです。麺はもちろん、スープも牛や鶏、魚からだしをとる本格的な味にこだわりました。おかげさまで大好評でした。そこで、インディカ米を日本国内で栽培して米粉に加工し、フォーを作ることにしたのです。

——どのくらいの面積で栽培していますか。

伊藤 初年度の一七年にベトナムから持ち込んだ種もみを二〇㌔に作付けしたところ、収量もよく品質のいいインディカ米が取れました。翌一八年には一〇鈔に作付けし六〇㌔、一九年には一五鈔に作付けし九〇㌔収穫しました。二〇年は二五鈔に作付けする予定です。アジチファームは子会社化した農場を含めて水田が約一一五鈔ありますから、その約二割にベトナムから取り寄せたインディカ米を栽培している計算になります。

中山間地域と相性がいい

——ものすごい伸びですね。

伊藤 需要が多く、足りないぐらいです。三、四年後には、全国各地の生産者にも助けてもらって一〇〇〇鈔

に作付けし、五〇〇〇〜六〇〇〇㌔の市場をつくる意気込みです。それに、インディカ米は、中山間地域で栽培するのに適していることが分かったのです。福井県内で作付けする際、私たちは日本のジャポニカ米と自然交雑しないように、隣接地に大規模は場のない中山間地域を選びました。これが正解でした。中山間地域ではイノシシなどの獣害に遭うのが常ですが、インディカ米を作付けした水田では獣害がないのです。インディカ米のイネの茎は太く長い。イノシシは太い茎が嫌いで寄り付かないのです。インディカ米の作付けは、中山間地域と相性がいいのです。

広がる長粒種の米粉需要

——フォー以外にもインディカ米の



福井県内で生産したインディカ米の米粉の販売コーナーにて、代表取締役の伊藤武範さんは福井市黒丸町の越穂屋で

需要を広げないといけませんね。伊藤 いろいろ試しています。米粉にしてフォローの麺の他、パン生地にも練り込んだところ、よく膨らんで、おいしいパンができました。うちでは焼いたパンだけでなく、米粉パンの冷凍生地も販売しています。ピザ、クレープ、ラーメン、それにケーキ用などにも用途を広げています。国産インディカ米の米粉を練り込んだラーメンタイプのパスタは、うちの人気商品です。製菓用のミックス粉にもインディ

カ米の米粉を使用しています。今年一月には、わずかですが台湾に輸出しました。現在、レストランのある越穂屋の後ろに、新しい食品加工工場を建設中で、五月には稼働させます。米粉の年間処理量は現在一〇ト余りですが、新工場では二〇トの米粉から、フオーやパスタ類、パン生地、スイーツ類を生産します。——米粉ではなく、お米そのままの需要はどうか。伊藤 インディカ米は、「ごはん」と

しての需要も伸びています。チャーハンやカレー、おかゆにして食べる、日本米よりずっとおいしい。技能実習生として来日しているベトナムやタイの若者に人気なんです。——そもそも米粉はグルテンフリーです、インディカ米はジャポニカ米と比べて食物繊維が多いことが知られています。大腸まで消化されずに届く食物繊維が豊富で、ビフィズス菌を増やす健康にいい食材として注目され始めています。——インディカ米を国内で栽培する

Profile

いとう・たけのり
金沢市生まれ。四四歳。金沢大学工学部卒業。一九九九年NTTコムウェア株式会社就職。ベトナムで情報通信会社を立ち上げるため二〇〇八年から五年間駐在。帰国後、金融専門の外資系通信会社を経て、一四年に貿易会社「TA V I S T O R Y」を設立し代表に。一六年春からアジチファームの経営に参画し、一八年一〇月から代表取締役。

Data

株式会社アジチファーム
社名の「あじち」は福井の方言で「分家」や「よそもの」という意味もあるが、創業者である善元孝司会長（六八歳）の屋号。二〇〇九年に株式会社化。現在は水田七六畝、麦大豆・ソバ三〇畝、合わせて一〇〇畝以上の大規模経営体。農産物直売所とベトナム料理のレストラン「越穂屋」二店も経営。資本金二九〇万円。売上高約一・五億円。従業員はパート含め四〇人。ベトナムに日本米を生産する合弁会社を一七年に設立。

ライバルはいないので。伊藤 小規模栽培の生産者はいますが、外国から持ち込んだ品種を大規模に栽培しているところは聞きません。ベトナムから種もみの輸入に制限はありませんが、日本国内にいない菌が検疫で見つかる場合もあり、安定的な輸入が難しいこともあるようです。

中山間地域での栽培に適していますし、国内需要も増えているので、全国各地の農業者にインディカ米を作付けしてもらいたい。うちが自家採種した種もみを供給します。

ベトナムで福井米を栽培

——一方で、ベトナムで福井産のジャポニカ米を栽培していますね。

伊藤 福井県内でインディカ米を栽培し始めたのと同じ二〇一七年から、ベトナムで日本のジャポニカ米の栽培を本格的に始めました。

ベトナムのハノイに住んでいたとき、日本産米を食べたかったけれど、日本からの輸出コストが掛かり、ものすごく高かった。それなら、ベトナムで日本米を現地生産してみようと思ったのです。

栽培しているところは、ハノイの南東約一〇〇キロメートルにあるナムディン省です。ベトナムの米どころ

と言われている地域です。現地の農業法人クオンタン社と設立した合弁会社「INAKAYA」(アジチファームが五一%出資、伊藤武範社長)が栽培を担当しています。

暖かいベトナムでは二期作が可能で、二月種まき〜六月収穫と、七月種まき〜十一月収穫と、年に二回栽培できます。一六年夏、一・五畝の水田に日本から持ち込んだ「コシヒカリ」「あきさかり」「日本晴」など五品種を試験的に栽培してみました。粒は小さめ、単収は少なめですが、香りのいい米ができました。

特に、福井県で生まれた「あきさかり」がベトナムの気候にも合っている、今では現地生産の主力品種になっています。冷めてもおいしく、おにぎりや寿司飯にも適しています。

本格的に作り始めた一七年は二〇畝、一八年は二〇畝、一九年は二六〇畝に増やし、八〇ト収穫しました。二〇年も同じ規模で栽培するつもりです。農地は合弁相手の現地農業法人が確保してくれずし、彼らは米作りのプロ集団なので、栽培技術の問題はほとんどありません。

現地販売が基本で輸出も

——ベトナムで生産したジャポニカ米は現地で販売するのですか。

伊藤 首都のハノイ市、中部のダナン市、南部のホーチミン市などにあるスーパーや飲食店向けに販売しています。ベトナム各地に数多く進出している日本料理店も、もちろんお客さまです。最近ベトナムにも増えているコンビニでは、おにぎりや小袋入りの精米として売られています。

精米の小売価格は一キロ三〇〇円相当です。日本から輸入した日本米は一キロ九〇〇円ぐらいで売られています。おいしい日本米が安く手に入るというので人気です。

飲食店では、寿司飯として使われているほか、おにぎり用としての需要が増えています。おにぎりは日本の食文化ですが、一人暮らしの若者が増えているベトナムの都市では、ファストフードとして受け入れられつつあります。中に入れる具は日本とは違い、梅干しなどではなく、ハンバーグだったり鶏肉の天ぷらだったりしますが。

——ベトナムで作ったジャポニカ米を日本に逆輸入する計画はないのですか。

伊藤 考えていません。関税だけでなく、さまざまな障壁があるからです。せつかく低コストで作ったジャポニカ米も、日本の市場で売る時には桁外れに高くなってしまう。そ

のかわり、オーストラリアやフィリピンなどに輸出しようと計画しています。同じジャポニカ米ですが、日本産と比べてベトナム産の方が、価格競争力があります。

ベトナムとは前職から縁

——そもそも、ベトナムとの縁はどこから始まったのですか。

伊藤 私の前職からお話ししなければなりません。一九九九年に大学を卒業し、NTTコムウェア株式会社に入社しました。二〇〇八年にNTTコムユニケーションズ株式会社に転職後、ベトナムに情報通信会社を立ち上げるプロジェクトに携わり、五年間駐在しました。

帰国と同時にヘッドハンティングを受け、外資系の金融専門の通信会社に移りました。そこを二年で辞め、ベトナムの商材を主に扱う貿易会社「TAVISTORY」を設立し、一五年ごろ妻の実家のある福井県あわら市に帰ってきました。

そのことが地元の新聞に載ったところ、アジチファームのオーナーの義元孝司さん(現会長)から連絡がありました。「変わったやつがいるな」と思われたのでしょう。義元さんもベトナムで米作りを計画するなど、海外志向の強い方です。

——ウマが合ったのですか。

伊藤 最初はアジチファームが経営している農家レストランを手伝うことから始めました。宣伝の目玉としてフォアを一杯一〇〇円で提供することを私がチラシに載せたところ、お客さんが殺到し完売しました。

これはいける、ということになって、フォアをレストランの定番メニューとしました。そして、アジチファームの経営に参画することになり、メニューや価格設定の見直し、店のデザインの変更なども手掛けてきました。

私が心掛けていたのは「本物志向」です。フォアの麺は当初はベトナムから輸入した乾麺、今は福井で栽培したベトナム米を米粉にしたものを使っています。さらにフォアのおいしさを決めるスープも本場の味と同じです。

問題は製麺機です。ベトナムから輸入した製麺機は大きく、しかも性能がよくない。よりコンパクトで、誰でも使いこなせる製麺機を、大阪のメーカーと共同開発しました。新工場稼働させます。いずれ製麺機を外販します。そうすれば、本物のフォアのレストランが全国に展開する時代が来ると思っています。

(ジャーナリスト 村田泰夫)

