

シリーズ

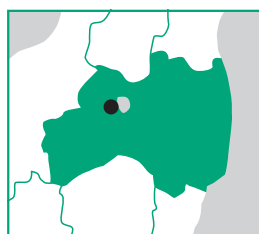
新・農業人



生産のプロが異業種で販売も学び
バランス大切に経営拡大を続ける

TAKAGI FARM

高木 裕哉 さん



TAKAGI FARM
所在地●福島県会津若松市
就農年●2016年
経営規模●リーフレタス50%
従業員●10人



大学で学んだ植物病理学の知識が今も生きている(左) 地域の豊富な水資源が経営の強みとなっている(右)

苦み抑えた「ふんわりふ」

福島県は会津若松駅から30分ほど車を走らせると、大型のビニールハウスが並ぶ農場にたどり着く。この地域では珍しい、リーフレタスの水耕栽培に挑戦する高木裕哉さん(31歳)の農場だ。

ハウス9棟、計50[㎡]で栽培されるリーフレタスは年間を通じて途切れなく出荷され、県内有数の実績を誇る。会津若松近郊の良質な地下水と、独自の施肥調整技術によって生み出される高木さんのリーフレタス「ふんわりふ」は、苦みを抑えつつ、葉先がふんわりと仕上がるのが特長だ。JA、市場、地域のスーパーなどの小売店に販路を分散しながら出荷しつつ、現在は県外からも引き合いがある。

そんな高木さんは会津若松市の農家出身だが、以前は証券会社に勤めていたと聞く。どのような経緯を経て就農し、現在の経営に至ったのか。その経緯をひも解いてみたい。

生産と販売の両軸を学ぶ

10代続く稲作農家の長男に生まれた高木さんは、祖父の農業を間近に見て育った。幼いころから長

男として農業を継ぐよう、たびたび言われながら育ってきたという。

高木さん自身は農業を継ぐことを「おきて」「宿命」と感じ、「中学生ごろまでは就農することが嫌だった」と振り返る。

そんな高木さんが、宿命を受け入れつつ、どうすれば自分のやりたいことにつなげていけるか、という問いを意識し始めたのは、高校生のころだ。以前から病虫害や気象災害で生産が行き詰まる周囲の農家を数多く見てきた高木さんにとって、「農作物が作れないリスク」をなくすことは、避けては通れない研究テーマだった。まずは生産の仕組みを学ぶ必要があると考えた高木さんは、家業の農業をそのまま継ぐのではなく、一度大学での研鑽(けんさん)の道を歩むことを選択した。

進学先では植物病理学を専攻した。育種学、土壌学などの関連分野も貪欲に学び、「どうすれば作れるのか」という生産理論の追究に磨きをかけた。

専攻の勉強の傍ら、「どうすれば売れるのか」という問題意識が大きくなったのが大学3年生のときだった。生産はうまくいくのに、うまく販売できない、価格が付かない――。そんな農家の姿も記憶し

ていた高木さんは、「売れないリスク」についてもなくす必要があると考え、モノが売れる仕組みや世の中のお金の流れも学びたいと考えていた。

現代社会においてお金は、人と切っても切れない関係にある。その金融の視点から、農業を捉えることも重要と考えた高木さんは、大学卒業後の就職先として、異業種である証券会社を選択。2015年、証券会社の営業マンとしてのキャリアを開始した。

差別化が難しい金融商品の営業は「人」勝負だ。配属先では上司から「あなたの魅力で売りなさい」という教えをたたき込まれた。「理論だけでは人は動かない」という気づきを得たことは、当時の自分にとってブレークスルー（突破口）だったと振り返る。

証券業界のプロとしての人生を考えたこともあったが、常に頭の片隅にあったのは「いつ農業をやるか」ということだった。社会人2年目で当時24歳の高木さんには、「若い時期に就農しなければならぬ」という思いがあったという。

誰もが不可能だと思いう逆境から実績をつくりあげれば、それが大きな力になって自分に返ってくる

だけでなく、自分の後に農業界に入ってくる人たちにとっても道筋となることができる。そう考えていた高木さんは、東日本大震災の影響がいまだ残る地元・福島県に戻り、一から就農するという挑戦にやりがいと価値を見いだした。生産を学び、営業を経験し、会津若松の地域気象に理解がある今の自分であれば、大きな失敗はしないだろう、という確信もあった。

周囲は親族含め誰もが反対するなか、妻の茜さんだけは「あなたは言ったことは絶対にやりとおす人」と信頼し、高木さんの決断を後押しした。

データを基に生産を確立

栽培品目は水耕栽培によるリーフレタスを選んだ。ちょっと掘れば良質な地下水が湧く、地元の立地を最大限生かせる品目だ。また、リーフレタスは生育期間が1カ月程度と短い。年間に何回転も栽培できることから、データを蓄積しやすい点も決め手だった。

さらに、市場規模や市況、競合の観点からも、リーフレタスが有望な品目と分析。高木さんいわく、「市況が最も乱高下している野菜が葉菜類だった。なかでもリーフ



ハウス内にはさまざまな環境制御装置が並び(上)データを蓄積し一作ごとに生産を改善する(下)

レタスなら安定して栽培できる自信があった。だからこの品目で安定的に出荷することができれば、きつとうまくいくと思った」。証券会社勤務時代に習得した「チャートを見る」技術が、この品目選定の場面で力を発揮した。

就農後は高温や日照不足に悩まされた。「水耕栽培には、明確な栽培マニュアルが存在する。とにかく自分で一度、マニュアルどおりにやってみて、そこから外部環境の変化に軌道修正していくことが重要」と語る高木さんは、大学時代に学んだ植物病理学の理論と積み上げる栽培データを基に、試行錯誤する日々が続いた。徹夜で作業や分析をする日も珍しくなかった。そのような地道な取り組みを数週

間、数カ月単位ではなく、現在に至る数年間にわたって続けることで、作を重ねることに安定した品質、収量のリーフレタスを作れるようになっていった。

ブランド化で販売を拡大

最も苦労したのは「どうすれば売れるか」だった。高木さんの初めての出荷は厳しい結果となった。直売所に出したリーフレタス30個は5個しか売れず、市場に出した分も価格は現在の10分の1しか付かなかつた。それでも高木さんは、初めて自分の商品が売れたときは「農業を始めて以来一番うれしい瞬間だった」と当時の思いを語る。

就農1年目の冬は、証券会社での教えを生かし、ひたすら取引先



妻・茜さんのサポートのもと、今後の経営を模索する

のもとに出向いた。豪雪の日にも取引先の訪問を惜しまなかった。次第に、「菌を食いしばってがんばってるな、応援してるよ」「高木くんが作ってる野菜なら買うよ」と取引先から声を掛けられるようになっていった。就農2年目には、どうにか販売が軌道に乗るようになっていった。粘り強く営業に取り組み一方で、高木さんは付加価値を付けて売る必要性も感じていた。着目したのはマーケティングだ。小さい子どもにも安心して食べてもらいたいという自身の思いを起点に、独自の施肥技術で、苦みの少ないふんわりとしたリーフレタスに仕上げた。その魅力が訴求できるブランド名を付けたいと考えていた。

商品化するに当たり大事にしたのは女性の視点だ。妻の意見を積極的に取り入れつつ、地域の女性にアンケートを実施。複数の候補から、最も人気のブランド名に絞り込んだ。付けたブランド名は「ふんわりふ」だ。子どもにもわかりやすい、平仮名で優しい語感とした。ブランド名は商標登録し、包装の見た目にもこだわった。

また、高木さんは祖父から常々「子どもが食べられるものを作りなさい。子どもが食べられれば、その子の親も手に取るし、祖父母も買ってくれる」と言われていた。かつての祖父の教えが、商品開発につながったと振り返る。

その後のコロナ禍では、清潔なイメージのある個包装商材への需要も追い風に、順調に販売を拡大。就農当初のハウス3棟から、現在の9棟へと経営規模の拡大を実現した。

すべてに通じるのは「バランス」

高木さんには昔から大切にしている信念がある。それは「バランス感覚」だ。自分の得意分野だけに頼るのではなく、苦手分野を一つずつなくすことを心がけてきた。どの分野のこともバランスよくできる

ようになれば、自分の人生の選択肢が広がり、それによって自分を高めることができる考えるからだ。植物病理の仕組みを学んだことも、証券会社の営業職として就職したことも、高木さんにとって「できないことを埋めていく作業」だった。

さらに、証券会社の経験を持つ高木さんは、みずから価格決定権を持つことが、これからの農業にとって重要と考える。取引先が提示する価格にそのまま従うのではなく、さまざまな経営努力や情報収集をしたうえで、農業者側が価格交渉の主導権を握ることが重要だという。

交渉においては、単にこちらの主張を通そうとするのではなく、相手にも何かしらの価値を提供することを常に意識している。「スーパーに置く商品のポップを代わりに作る」などのちょっとしたことでいい。その人のために動いたことが、いつかこちらにも返ってくるというのが高木さんのモットーだ。

今後当面の展望として高木さんが掲げるのは、リーフレタスの増産と新規事業の立ち上げだ。リーフレタスは、福島県内にとどまらず隣のスーパーからも声がかか

っていることや、小売業界のニーズとして個包装商品の引き合いが強まっていることを背景に、増産を検討中だ。新規事業はリーフレタスとシナジー効果のありそうな品目を中心に、情報収集を続けている。リーフレタスに次ぐ第二の収益の柱をつくるべく、当面は新規事業の種まきの期間との位置づけだ。

事業の拡大に当たっては、高木さん一人の対応では限界がくると認識している。10名の従業員を雇用する高木さんの農場では、高木さんなしでも現場が回るよう、作業の権限委譲に取り組んでいる。例えば栽培管理については、高木さんが従業員に週数回要望を伝えるのみで、あとは従業員の裁量で決定できる仕組みとしている。ある程度熟練した従業員には信頼して現場を任せるスタイルで、高木さんはさらに経営の高みをめざすことに注力していく方針だ。

自身の若さを強みと捉えている高木さんは、自身が成長することが、従業員の育成にもつながると語る。あらゆる可能性を追求する高木さんの飽くなき挑戦は、まだ始まったばかりだ。

(農林中金総合研究所

宮崎 俊亨／文 今井 卓／撮影)

