

20170118\_農業ビジネス研究会\_議事録

日 時：2017年1月18日（水）19:00—21:00

場 所：東京／銀座「ルノアールマイスペース 銀座マロニエ通り」

テーマ：ITを駆使した農産物流通プラットフォーム

発表者：及川智正さん（株式会社農業総合研究所 代表取締役社長）

参加者：16人（発表者を含まない）

（NPO 法人理事長、財務コンサルタント、会社経営、農家、会社員、農業系団体、大学生、行政書士、司法書士など）

目次：

1. 株式会社農業総合研究所はどのようにできたのか？
2. 株式会社農業総合研究所のビジョン・ミッションなど
3. 株式会社農業総合研究所の事業
4. 会社が大切にしていること、自分が大切にしていること

発表：

1. 株式会社農業総合研究所はどのようにできたのか？

株式会社農業総合研究所は2007年10月、資本金50万円で設立しました。現在は流通総額、75億円を目指しているところです。昨年6月、東証マザーズに上場しました。農業ベンチャーとしては初上場です。証券市場のカテゴリーは卸会社ですが、在庫はありません。売上げ＝手数料になっています。

大学時代は遊んでばかりでしたが、卒論制作にあたり、農業の担い手が減り、食料自給率の低下を調査研究して、いつかは農業または食料関係の仕事に就こうという思いを持ちました。とはいえ新卒は、半導体工場用ガスの販売会社へ就職し、営業職となりました。営業成績、良かったです。和歌山県出身の女性と結婚しました。奥さんが和歌山県の職員をしていたということ、逆・寿退社をして、和歌山県へ移住しました。そこで、新規就農しました。農業の仕組みが悪いから衰退しているのではないかと疑問を持っていました。とはいえ、実際に農業の現場を学ぶ必要があるのではと考えていたからです。1年間、奥さんの実家のきゅうり農家を手伝いました。つまらなかったです。こんなにつまらない仕事があるとは思いませんでした。営業職の楽しさはお客様とのコミュニケーションです。お客様からの「ありがとう」がない仕事でした。これは、JAへの100%出荷だったからです。誰が食べて、美味しい、まずいと言っているかが見えませんでした。そこで、2年目、独立しました。奥さんのお父さんからハウスを借りて、きゅうりを生産しました。しかし、甘くはありません。まっすぐなきゅうりができないのです。また、できたきゅうりをどこに持っていけば良いかもわかりませんでした。とりあえず、スーパーに持っていってみました。その2年目の年収が40万円でした。これでは生活できません。モチベーションが下がりました。そんな中、子どもができました。奥さんは産休となり。そちらの収入も止まりました。それで、東京に戻ろうかと悩んでいたとき、スーパーから引き合いがかかりました。「きゅうり以外の野菜を作ることはできないの？」「漬物は作らないの？」「サラダは作らないの？」といった具合です。私の作ったきゅうりが売れるようになりました。売上げは地元の農家の1.5倍になったのではないのでしょうか。つまりは、マーケットインです。お客様の要望を入れれば、売れるようになるということです。しかし、きゅうり農家をやりたいわけではありません。農業の仕組みを変えたいのです。そこで、自分の成功事例を地元の農家に伝えました。ほめられました。しかし、「でも、私はきゅうりを作っ

てやっているんだ。誰かに頭を下げてまできゅうりを作る必要はない」と言われてしまいました。しかし現在、それから9年経ってみると、JA や、周辺の農家、自身のお父さんという周りの目があるのでこの言葉になったのだということがわかります。

日本野菜ソムリエ協会の理事長である福井栄治さんからお声がかかりました。協会のグループ会社の運営する八百屋「エフ」が大阪に支店を出すということで、その責任者を任されることになりました。千里中央にて産地直送の八百屋を始めることになりました。始めて1年後、農家だったときは自分で作ったものは1円でも高く売れたかったのに、八百屋で売るのは1円でも安く仕入れたいと考えるようになっていくことに気がきました。立場が変わると、言うこと、やることが変わります。これは、両方やったからわかることです。この仕事を通して、流通をコーディネートしないと農業の仕組みは変わらないという思いに至りました。そこで、自分で農産物の流通を行う会社を立ち上げました。これが株式会社農業総合研究所です。事業計画もありませんでした。気持ちだけで作った会社です。会社を立ち上げましたが、仕事はありませんでした。奥さんには、1年間やってみてダメだったら、会社をたたむという約束をしました。営業はできますので、営業代行コンサルティングを試してみることにしました。販路を見付ける代わりに、コンサルフィーをいただくという契約です。和歌山県のみかんの販路を3つ獲得することができました。しかし、みかん農家はお金を払ってくれません。田舎にはコンサルティングが根付いておらず、情報への対価を支払うという意識がないのです。どうしようと考え、その代わりにみかんをくださいとお願いしてみましたところ、みかんをたくさんいただくことはできました。50箱です。駅前で販売しました。これが噂になり、野菜や果実をあげると、売ってきてくれると認識してもらいました。道の駅、ファーマーズ・マーケットでも販売しました。そこだけでなく、道の駅のような仕組みを都会でもできないかと考えました。しかし、計算すると10億円弱が必要ということがわかりました。また、野菜は肉、魚と一緒にないと売れません。そこで、都会のスーパーを開拓しようとなりました。

## 2. 株式会社農業総合研究所のビジョン・ミッションなど

株式会社農業総合研究所のビジョンは、持続可能な農産業を実現し、生活者を豊かにすることです。農家は「野菜や果物は儲からない」と100%同じことを言います。これは、「ありがとう」を言われていないからです。農業は心と胃袋を満たす大切なものです。日本から農業がなくなるといけない仕組みを作る必要があります。ただし、株式会社農業総合研究所は生産者ではなく、食べる人を幸せにする会社です。ミッションは農ではなく農産業＝ビジネスとしての魅力ある農産業を築くことです。慣行農法、有機農法など多様性があっても良いです。しかし、会社はビジネスをメインとします。農家ではなく、「農業経営者」とお付き合いし、育てていきたいです。農業は、お米、野菜、果物、花を作る仕事でしょうか？ そうではなく、食べてもらうまでをコーディネートするのが仕事です。この見える化ができる会社を作りたいです。持続可能な農産業の実現には、有能な人材の投入が必要です。しかし、日本の農業をどうにかしたいという熱い想いを抱いた人は農業界に入ってきません。それは、今ある農業に魅力ないからです。だからこそ、ビジネスとして魅力ある農産業をつくる必要があります。この魅力とはお金とともに、素敵な大人になれること、成長できることです。この両輪を回していくべきです。イノベーション、農業革新を起こします。つまり、農業の産業化です。農業でがんばっている人が伸びていく仕組みです。現状、農業に向いていない人が農業をしています。農業をやらせるべきではないです。がんばっている人に、人やお金が集まる仕組みを作ります。このためには、他の産業と同レベルの意識が必要です。この農業の構造改革のためには、「ありがとう」のキャッチボールができるようにはなりません。

漬物、サラダ、冷やし中華などの専用きゅうりを作って売っていました。これはきゅうりで

はなく、農家のアイデアを買ってくれたのではないのでしょうか。農業の流通革命も必要です。全農の流通が悪いわけではありません。選択肢がないことが悪いのです。もはや、大量流通大量販売の時代ではありません。昔のままの流通だとリスクがあるのではないのでしょうか。たとえば、市場のニーズではなく、集出荷場の稼働率を上げるために生産するというのも起こります。これは流通に競争がないからです。農産物創造ベンチャー企業へと発展します。リスクを背負って、創造していきます。

### 3. 株式会社農業総合研究所の事業

株式会社農業総合研究所は都会のスーパー内での農産物直売所事業を行っています。860店舗に展開しております。今後、すべてのスーパーに農家の直売コーナーを設けたいです。約6,000名の農家と提携しています。農産物を株式会社農業総合研究所の集荷場に持ち込んでもらいます。集荷場まで車で30分圏内が対象になります。空き倉庫を借りて集荷場にしています。販売シールは農家自身で作り、売りたいスーパーも選べます。株式会社農業総合研究所は委託販売を行っており、自社のトラックで運送します。物流のプラットフォームを自前で持っているということです。農産物は鮮度が命です。出荷の翌日にはスーパーにお届けできます。運送コストは低価格になっています。全農ですと、いったん卸売市場を通しますが、株式会社農業総合研究所は自社のトラックで直接スーパーに納入できるからです。また、ITの活用もしています。販売シールについてはスーパーごとにバーコードが違いますが、一つの発券機でできるようにしました。また、スーパーのレジの販売情報を生産者に伝えています。NTTドコモと連携し、農家へタブレットの貸出しも行っています。これは販売の見える化です。農家は好きな価格で販売できます。さらに、スーパーの販売状況をリアルタイムで把握できるようにすることを計画しています。

既存流通との比較をしてみましょう。JAだと、自分で好きなものを作れません。JAが引き取ってくれないからです。そういう場合は廃棄していました。株式会社農業総合研究所であれば、自分で好きなものを作ることができます。売れ残りのリスクはありますが、美味しければ、形が少しおかしくても売れます。生活者と生産者の双方にとってメリットのある流通になっています。生活者にとっては毎日、新鮮なものや、あけび、たもぎだけなど珍しいものを近所で購入することができます。JAの流通だと難しい完熟の美味しい野菜も購入することができます。「ありがとう」を届けるためのデジタル化を進めます。

さらに、流通価格の比較をしてみましょう。道の駅は利益率は良いですが、手間がかかります。株式会社農業総合研究所は道の駅より利益率は低いです、手間がかかりません。一長一短です。こういった選択肢の提供が重要です。

今後、農家の直売所、集荷拠点を全国に展開していきます。地域によってはJAとも業務提携しています。地方銀行との業務提携も進めています。業績の推移は右肩上がりです。和歌山県から東京に進出した効果は、良い人材が獲得できたことです。海外への流通の仕組みも検討しています。情報を収集して、各地の農業をサポートしていきます。当面は20,000の生産者との契約、2,000スーパーへの出店を目指します。

### 4. 会社が大切にしていること、自分が大切にしていること

最後に、会社が大切にしていることです。「社会に貢献すること、関わるすべての人間が幸せにすること」、「ビジネスであること、会社が継続すること」、「会社を語ること、会社の夢と目的を共有すること」です。農業ベンチャー初の東証上場を目指します。60歳までに取扱い高1兆円を目指します。農林水産大臣にもなれるようにします。

農業はカッコいいビジネスにすることができます。資本金50万円からでも上場できるので。ベンチャーといえば、ゲームではなく農業としたいです。また、自分が大切にしていることです。「進んでリスクをとること」(起業家と企業家の違い)、「相手と競争すること」(モチベーションの維持、仮想敵をつくる)、「自分を信じること」(プラス思考で自信を持つ)、「夢を語ること」(夢を語り仲間を増やす)です。感性を練磨し続け、型にはまらない自分をつくります。

農業に情熱を！ パッション・フォー・アグリカルチャー！

以上