

■ 戦略経営研究会 152nd ミーティング 議事録

日 時：2023年6月3日(土) 14:00-16:40

場 所：Zoom

テーマ：見沼たんぼで「とうがらしファーム」

～コラボや体験をとおして耕作放棄地を有効活用～

発表者：サカール祥子さん（合同会社十色 代表）

参加者：11人（コーポレート部門職、会社経営、大学教員、会社員、研究員、公務員、税理士、NPO 法人理事長、行政書士、司法書士等）

目次：

1. 十色の立上げと理念
2. 事業の二本柱
3. 十色とうがらしファーム事業
4. 十色とうがらしファーム事業のビジネスモデルの現状、そして、将来

発表：

1. 十色の立上げと理念

2021年、女性3人で農業を始めました。私は東京農業大学出身です。大学時代、見沼たんぼで農業福祉の実習をしていました。子どもが生まれ、保育難民となりました。いろいろ探して、福祉事務所で農産物販売をする仕事を見付けました。ここは子連れで出勤ができました。その後、農福連携NPOに勤めることにしました。そこで、一緒に農業を始めることになる2人と出会いました。3人とも海外とのつながりがあります。1人はハンガリー人と結婚、1人はネパール、タンザニアでボランティア、1人はフランスでワーキングホリデーです。

拠点は見沼たんぼです。さいたま市から川口市にわたっており、面積は1260haです。都市近郊に広大な農地が保全されています。見沼たんぼという名称ですが、今、田んぼの面積は全体の5%です。街の真ん中にぽっかり農地があります。市民や福祉系、環境系のNPOなどの力で保全活動をしています。

なぜ非農家の女子3人で就農したか次のとおりです。見沼たんぼの遊休農地をなんとかしたい、いろいろな人で活用したいと考えたのですが、NPOだと借りづらいです。農家はNPOをボランティアと見ているからです。しかし、農地は必要です。そこで、農業法人設立を決意しました。私以外の2人はダブルワークでしたが、コロナの影響が大きかったです。リモートワークとなり、人と会うことがなくなりました。しかし、畑に行けば、人と会うことができます。コロナが思いを再確認する機会にもなりました。3人で理念を共有しています。「十色がつなぐ4つのこと」としてまとめました。人と人をつなぐ、自然と人をつなぐ、食べる人へ安心をつなぐ、そして、農地を後世へつなぐです。これまで続けてきた農の営みを受け継ぎ、農地を活用することで守っていきます。畑での栽培期間中、基本的に農薬、化学肥料は不使用です。例

外としては、麦です。赤かび病の病原菌は人体の健康に害が出る可能性があるので、農薬を使用しています。とはいえ、環境とのバランスを見ながらですし、化学合成農薬は使っていません。

## 2. 事業の二本柱

事業の二本柱は農業体験事業、十色とうがらしファーム事業です。前提条件として、新規就農者として農業をはじめるときはないないづくしからです。農地がない、売り先がない、作業場がない、設備がない、スキルがない、そして、お金がないです。しかも、支援もほとんどしてもらえないです。課題を1個1個打破しながらいくしかないです。解決できないこともあります。解決ができなくても、突き進んできました。

農業体験事業は、子どもの時から障害のある人も農業体験できるプログラムを開発したことがきっかけです。障害者以外の親からも参加したいという要望をいただきました。また、体験事業プラットフォームを運営する企業からもオファーをいただきました。一般からのお申込みもいただくようになり、少ない農地でも収入源とすることができています。ベテラン農家さんを講師に迎えることで、自分自身のOJTになります。反面、サービス業的側面が大きく、PR（プラットフォーム、SNSの活用）の必要性があります。新規就農者は有機農業や農的暮らしなどが動機付けになる場合が多いです。サービス業的側面は農業とずれている分野です。このため、収入を得ることができるのがわかっているにもかかわらず、踏み出せないことが多いです。

田んぼ体験は年間2000人以上が参加しています。年4回の連続企画です。田植え、草刈り、稲刈りなどです。どういう作業、苦労があるかを通して体験してもらいます。農作業だけでなく田んぼの周辺環境も楽しんでもらいます。田植えだけでなく、泥遊びや蛙を捕まえたことも思い出になります。田んぼは良い思い出のあった場所となります。リピーターが多いです。子どもが大きくなるごとに、詳しくなっていくます。他の子どもに教えてくれることもあります。親子ペアで参加費を設定しています。集客はプラットフォームを活用しています。以前は、野菜づくり体験も行っていましたが、対応できる人数が少なくなります。また、収穫のタイミングをはかるのが難しいです。雨が降ると畑に入れなくなります。なので、お米になりました。このほうが集客には向いています。お米のことを子どもに知ってほしいというニーズにマッチしています。子ども向けは堅調です。

大人向けとしては、ビール麦体験があります。ビール会社からオファーがありましたが、ビール麦の生産は儲からないです。利益のためには面積が必要ですが、そのために農地を増やすのは難しいです。さいたま市や川口市などではクラフトビールの醸造所が増えています。去年は4社とコラボして、みんなでビール麦を作ってみんなで使うことにしました。それぞれの醸造所でラリーができます。今年は6社とコラボします。リピーターは喜んでくれています。NPOと連携し、埼玉県の昔の品種「ゴールデンメロン埼1号」を栽培しています。異業種とのコラボを進めています。

農業体験事業の今後の展開として、インバウンド向け商品の開発中です。埼玉県はインバウンドに力を入れています。アメリカの大学生と田植えを行いました。選んでくれた理由は東

京の近くでできるからでした。企業向けの商品も開発中です。Web 業界をターゲットに想定しています。Web 業界はコロナの影響もあり、人とのふれあいの機会が少なくなっています。ちょっとしたことが聞きづらい雰囲気になっています。相談するのが遅過ぎて、慌てるという問題も生じています。コミュニケーションがなく、人間関係が打ち解けていないからです。そこで、農業体験です。一緒に身体を動かして、つながりを強くすることができます。

### 3. 十色とうがらしファーム事業

実績ができると、農地を借りてほしいというオファーが出てきました。面積が増えると作物に悩みます。たとえば、里芋は見沼たんぼに合った作物です。しかし、重いです。保管場所も必要です。作るのは簡単ですが、作った後がたいへんです。保管場所がないと、採ったら売り切る必要があります。また、里芋を洗わないといけないので、そのための作業場も必要です。売上げも1反で10万円ぐらいです。そこで、いろいろな作物を試してみました。その中で、とうがらしを見付けました。新規就農者でも始めやすいです。エンターテインメント性もあります。見沼の歴史にもゆかりがあります。海外にはいろいろな品種があるので、国際交流もできます。そして、卸せるほど生産している人が少ないということもあります。

実は3人とも辛いものが苦手です。初めは辛くないとうがらしを探しました。たとえば、ビキーニョです。スパングルスはカラフルですが、辛いです。生で食べることができ、食感を楽しめします。シャクツとしてジューシーです。辛味の中に甘みもあります。生とうがらしの需要があることも知りました。

とうがらしは中南米が原産地です。メキシコでは紀元前6000年ごろには食べられていました。大航海時代にヨーロッパに渡り、その後、世界に広まりました。十色のとうがらしがテレビに取り上げられると、いろいろな国の人 comes。バナアツ、モーリシャス、クルド、中国だと四川、湖南などです。

とうがらしの品種は3000種以上あるとされています。激辛ですと、ハラペーニョ、ハバネロ、ジョロキアなどです。日本にもいろいろな品種があります。伏見とうがらし、万願寺とうがらし、弥平とうがらしなどです。品種の保全が行われています。在来種は80種ぐらいあります。

十色とうがらしファーム事業1年目(2021年)、13種のとうがらしを栽培しました。数々の失敗をしました。草がぼうぼうになってしまったり、ユンボがはまったりしました。その中で、激辛サポーターづくりのためにクラウドファンディングを行いました。2年目(2022)、失敗が身になりました。生産技術が向上しました。本格出荷を開始できました。新宿伊勢丹の青果売り場で世界のとうがらしを販売しました。しかし、作り過ぎて大量廃棄のピンチになりました。ここでまたクラウドファンディングを行いました。加工品を作り、展示会にも出展しました。卸先のシェフや発酵ジンジャーエールの醸造所とコラボも行いました。城北埼玉中学・高等学校ともコラボし、黄色い柚子胡椒を作りました。

その他の面白い取組みは、芝浦工大システム工学授業における企業の課題解決プログラム、おふろCafe utatane とコラボした「とうがらし風呂」、JUASt (JAPAN UNITED AMBASSADORS FOR SPIRITS AND TEQUILA) とコラボした「メキシコとうがらしの苗付け体験と畑でテキィラやメス

カルを飲みながらバーベキュー交流」です。

#### 4. 十色とうがらしファーム事業のビジネスモデルの現状、そして、将来

現状は生とうがらしを卸業者、飲食店、個人に販売していますが、600kg の余剰が生じています。これからは余剰分について加工業者・福祉施設とコラボして加工品とし、生とうがらしとともに卸業者、飲食店、個人に販売します。将来は提携農園にノウハウ提供、委託を行うことを考えています。生産したとうがらしをまるまる買いたいというニーズもあります。しかし、見沼たんぼは農地が細分化されているため、大量生産は難しいです。そこで、提携農園にお願いすることとしたいです。提携農園は海外にもほしいです。

3年目（2023年）は約50種の栽培を行っています。機械を導入し、計画的に生産、加工、販売に向けた第一歩を踏み出しました。十色とうがらしファームの農地40aのとうがらしを全部採り、全部売りたいです。

スタートアップ企業として取り扱われたいです。農業、畑だけを見ないようにしています。マルシェだけだと販路が限られます。B to Bの支援がほしいと考えて、ビジコンに出ています。そこからスタートアップへの支援を活用しています。売ることに力を注ぎたいです。

さいたまヨーロッパ野菜研究会へ参加しています。種苗会社、農家、シェフ、メーカー、卸業との意見交換をし、物流拠点を使わせてもらっています。農福連携も行っています。これは働き手の問題でもあります。とうがらしには収穫の人手が必要です。収穫の機械化が難しいからです。とうがらしの生り方は品種それぞれです。収穫のプレをなくしたいと考え、東京農業大学とAI活用などの研究で連携しています。有機JAS、GAPの取得も進めています。2023年3月、S-GAPを取得しました。有機JASの取得も準備中です。台湾、香港の市場では、日本の農産物が高いとは言われなくなりました。輸出の際の付加価値のために取得をします。

最後に、十色とうがらしファーム事業の課題です。売り先、物流、作業場、人材などの課題があります。飲食店など直接販売の希望はありますが、少量での取引になります。安定的な販路がどこにあるか模索しています。たとえば、少量多品種の有機農家との連携も考えています。どこまでできるか？ 物流が鍵と考えています。

以上