

■ 戦略経営研究会 121st ミーティング 議事録

日 時：2018年4月7日(土) 14:00-17:00

場 所：東京／竹橋「ちよだプラットフォームスクウェア」

テーマ：20周年記念！ 20代の起業家／社会起業家の見る20年後の日本

- 発表者：1. 高林稜さん（株式会社幸陽農舎 代表取締役）
2. 小林峻さん（一般社団法人まるオフィス 理事）
3. 三浦大輝さん（ディグイン株式会社 副社長）
4. 小笠原聡さん（一般社団法人気仙沼仕事創出プロジェクト 理事）

参加者：15人

（財務コンサルタント、金融経済アナリスト、ビジネス研修講師、会社経営、会社員、公務員、税理士、NPO 法人理事長、行政書士、司法書士等）

発 表：

1. 高林稜さん（株式会社幸陽農舎 代表取締役）

当社は「楽しく儲かる農業の創造」をビジョンに掲げています。大学4年生の時に設立しました。

大学の商学部に入ってすぐ学ぶことがないことに気付きました。大学に通うのをやめて、インターン、アルバイトをしていました。現場でビジネスを学びました。アルバイト先にて気付いた点・改善すべき点を企画書にまとめて、経営者へプレゼンしました。しかし、どの経営者も聞いてくれませんでした。さらに、営業をやってみたいと考えました。どこかに環境はないかと探したところ、実家の会社がありました。この会社は埼玉県にあり、土木工事を請け負っています。成功報酬のみで、家業を手伝うことにしました。とはいえ、父と私の2人きりの仕事です。父を自動車で現場に届けた後に、営業に回りました。太陽光発電の伸び始めのころでした。これは実家の会社と親和性が高いと考えましたが、ノウハウがありませんでした。そこで、太陽光発電の会社にお客のふりをして聞きにいきました。その情報で営業を始めました。ガンガン受注することができました。実家の会社は現在、社員10人となりました。そのような中で、土木工事や太陽光発電のお客には埼玉県の農家が多くいました。埼玉県は東京に近いため、就職に困りません。このため、農家を継ぐ人は多くありません。なんとかしたいという思いがわいてきました。

①農家との出会い

実家の土木会社では、農地活用の営業もしていました。農家と直接お話しすることがメインとなります。そこで、後継者のいない農業に気付きました。農業では高齢者の増加と、耕作放棄地の増加が進んでいます。実家の会社は、耕作放棄地の復元や農地管理代行業をビジネス化しました。業績は伸びていきまじや。農家から、いつしか野菜を代わりに作ってくれないかという要望をいただくようになりました。これもうまくいくだろうと予想しました。そこで、農

業に挑戦しました。地域にいるベテラン農家に農業の師匠としてついてもらいました。これなら失敗しないと考えていました。そして、1年後の結果ですが、まったく儲かりませんでした。1年間の利益は6000円です。タネ代、箱代などにすべて消えていきました。しかし、農業の面白さに気付くことができました。さらに、農産物におけるパッケージとブランドの大切さに気付くことができました。消費者にとっては、有機栽培かどうかではありません。慣行栽培でも代々キュウリ農家のものを買います。ストーリーやブランドで買います。やみくもに生産をがんばってもダメということに気付くことができました。

農家は儲からないということを体験し、企業に勤めようと考えていた矢先に、農業の師匠が亡くなりました。トラクターの乗り方、種の撒き方などを教えてもらいました。農産物の売り方として、手書きのコピーとともに、飲食店を何百件も廻ることを薦めてくれた方です。突然の他界でした。たいへんなショックでした。後になって、末期がんの中、農業のことを教えてくれたことを知りました。「高林さんに農業のことを教えるのは面白い。余命を使っても良い。私が亡くなっても、日本の農業に何かを残せるかもしれない」とお話しされていたそうです。

「俺が日本の農業を変えてやる」、「儲かる儲からないではなく、やらなくてはならない」と決意しました。しかし、どうするかはわかっていませんでした。就職活動をとにかくやめて、畑にずっといました。また、農業法人で経営がうまくいっているところにアルバイトに行きました。成功農家での修行です。経営理念、戦略性、設備など学びました。海外の農家にも学びにいきました。

②マイクロバブルとの出会い

コチョウラン農家に学びに行くことがありました。そのコチョウランは非常にきれいでした。有名なベテラン農家でした。その農家は私に栽培についてなんでも教えてくれました。その中で重要なポイントがマイクロバブルでした。マイクロバブルは水と空気だけです。50ナノミリメートル以下の気泡を発生させます。マイナスの電子が根に吸着します。マイクロバブルに関する研究論文を確認しました。そのすごい効果を理解しました。しかし、業務用のマイクロバブルシステムは一般に400万円ぐらいしました。これは高かったです。また、銀行は融資してくれませんでしたし、行政もサポートしてくれませんでした。

どうすれば良いの？ 自分で作ってみるかと考えました。安くて手頃なマイクロバブルシステムです。研究開発の試行錯誤をしました。そして、独自のマイクロバブル「大豊作ジェット」が完成しました。「大豊作ジェット」によると、酸素濃度は10倍となり、収穫量も増加しました。農薬、化学肥料も少なくて済みます。自分たちで使うだけでなく、「大豊作ジェット」のレンタルサービスを開始しました。導入した農家に大好評でした。順調に業績も伸びました。そのころに、ビジネスコンテストへお応募し、経済産業大臣賞を受賞することができました。この受賞により、銀行からの融資も始まりました。これが、大学4年の時です。当社を設立しました。

その後、「大豊作ジェット」のレンタルサービスは伸び悩みました。農家は上手くいった時は、その技術を他人に伝えません。良い技術は囲い込みます。「大豊作ジェット」のことを誰も他人に伝えてくれず、宣伝してくれませんでした。売上が止まりました。その時、農家に聞

いてみました。「大豊作ジェット」を導入したのは、収穫量を増加させるためではない。マイクロバブルシステムを使っていると卸単価が上がるから」という回答でした。パッケージやブランドが必要であることを思い出しました。

③新しいビジネスモデル

農業と別分野で、衝撃的なことが起こりました。美容業界との出会いです。「大豊作ジェット」を美容室に導入することができました。農業用ですので、音がうるさい、使い勝手が悪いとクレームだらけでした。とはいえ、成果は良好でした。お客の髪がツヤツヤになりました。この成果の原因を調べてみたところ、洗浄力が高く、髪の水分量を調える機能があることを発見しました。「大豊作ジェット」の美容業界への実用化を進めました。美容室に飛び込み営業をしました。しかし、誰もマイクロバブルマシンのお話を聞いてくれませんでした。売り方がわからなくなりました。悩みました。そのような時に、子どもころから通っている美容室へ行ってみました。一発で買ってくれました。販売価格は40万円です。納品後、口コミが拡がりました。有名な美容室への納入もできました。その美容室の経営者からはなんでこんな売り方しているのと言われました。美容業界には材料屋（商社）が存在することを教えてもらいました。どうやったら知り合えるかを考えて、多くの展示会へ出展しました。しかし、意味はありませんでした。ある時、川越市で開催された美容業界の展示会へ出展しました。これが大当たりでした。第1回の開催だったので、お客が少なかったのですが、業者同士で仲良くなることができ、マイクロバブルマシンのパンフレットを持って行ってもらうことができました。収支を黒赤とんとんにすることができるようになりました。

そこでまた考えました。「俺は何のためにマイクロバブルを広めるのか?」、「初心はどこか?」、「野菜はどこに?」と。マイクロバブルマシンを美容室に売って、お金は貰っても、やりたくなくなっていました。生活のため、銀行にお金をお返すためになっていました。美容室に行って、美容師とお客との会話を聞きました。日本の農業についてまったくお話しされていませんでした。その時、カミナリが落ちました。良いものを作る農家を育てるには、それを買う消費者を先に育てるしかないことに気付きました。それからは、美容室に営業に行ったときには、7割方、農業の夢を語るようにしました。そのほうが美容室でマイクロバブルマシンが売れました。経費節減のためにお金お金と考える業界で、農業に興味を持ってもらいました。美容室を農産物の新しい販路にできるのではないかと仮説を立てました。美容室の中でマイクロバブルによる植物の成長効果について実際に見てもらおうようにしました。

④20年後の農業

ストーリー性、ブランド力を強くした農業をつくりたいです。私は体力、アナログが得意ですので、IT、IoT、AIなどと反対に、最先端のアナログを突きつめたいです。アナログで手に職をつけていれば、AIにまねはできません。近い将来、美容から農業へと軸足を移します。

2. 小林峻さん（一般社団法人まるオフィス 理事）

大学には学びを感じませんでした。ずっと、ETICでインターンをしていました。社会起業家プログラムの事務局も務めていました。東日本大震災が発生し、仙台に向かいました。そこか

ら、気仙沼など沿岸部へ行き、ボランティアを行いました。その当時は、ここまで気仙沼にかかわるとは思っていませんでした。いったん2011年6月、東京に戻りました。それまでに避難所を回り、現場の空気感に触れていたのも、もやもやが残りました。東京でできることをしていましたが、2011年9月、大学に休学手続きを行いました、また、就職先が決まっていたのですが、それも断りました。ETICの「右腕派遣」で飛び込みました。そして、2013年3月、気仙沼に移住しました。「すべての人のやりたいを最大化できる環境づくり」という思いからです。

ETICの「右腕派遣」は経営者グループのお手伝いを行います。少しずつ、気仙沼でご縁をつなげていきました。2013年からは、渡辺謙さんプロデュースのカフェ「K-port」の立ち上げにかかわりました。交流の空間をつくりたいと考えました。K-portの初代店長となりました。その後、より人が集まる次の展開のため、「一般社団法人まるオフィス」を設立しました。

気仙沼はアイデンティティの強い地域です。最近、人口は65000人を切りました。大震災以降、1万人弱が流出したことになります。仮設住宅にはまだお住まいの方々います。老人の独居や経済的体力のなさが原因です。気仙沼だけでなく、沿岸地域の生活再建は遅れています。一方、かさ上げ工事や区画整理、住宅の再建が進んでいます。気仙沼の産業は、漁業が盛んです。気仙沼湾は良港です。漁船が入港、係留しやすいです。しかし、漁業は右肩下がりとなっています。

「まるオフィス」の事業は4年目に入りました。スタッフ9名のうち6名が移住者です。ミッションは「気仙沼に関わる若者の「活動人口」を増やしたい」です。気仙沼市の「2025年問題」は、高齢者率40.7%。後期高齢者率23.6%と予測されています。気仙沼は人口減少も問題ですが、人口バランスが悪くなっています。生産年齢初期の世代が少ないです。このため、持続可能性を削いでいます。移住業界が盛んになっていますが、若者の奪い合いになっています。移住以外でも気仙沼にかかわれるようにしたいです。地域は撤退戦に突入しています。そこに暮らす人の「残したい」という思いだけが、地域を残す鍵になります。考える場をつくり、つなげていく必要があります。

まるオフィスの事業は次のとおりです。①種まき事業。「じもとまるまるゼミ」と言います。小中高生を対象にしています。地域協育の生態系（エコシステム）をつくることを目指しています。具体的には、漁師のところに行って、お話を聴いて、体験します。気仙沼のかっこいい大人を見てもらっています。生き抜く力を育むとともに、力をふっと抜ける拠り所を提供しています。②マッチング事業。「気仙沼市移住・定住支援センター」と言います。移住希望者の暮らしの総合窓口です。WEBサイトを運営していますが、ページビューが増えています。1年で10名ほどの移住がありました。地域を知る交流会・イベントを開催しています。また、東京でもイベントを開催しています。漁師に東京に来てもらって、テーマ型ワークショップを行っています。移住はブームになっています。しかし、移住は手段でしかありません。移住をしようがしまいが、気仙沼を楽しめるようにしたいです。唐桑町への移住者には女子が多いです。メディアにも取り上げられています。移住の先にある「しごと」が本丸と考えています。地域を一見すると仕事はありません。しかしそれは、ちょっと誤りです。地域にも面白い事業があ

り、面白い経営者がいます。それが伝わっていません。また、経営者は自信を持っていません。手さぐりですが、「しごとカフェ」を開催しています。仙台にて、気仙沼の経営者が熱く語るイベントです。経営者との距離を縮めていく必要があると考えています。③応援事業。「気仙沼市担い手育成支援事業」と言います。地元先輩のお話を直接聴く機会を提供しています。また、林業の課題をみんなで考えたりしています。また、「ぬま大学」も開催しています。やりたいことをプロジェクトとして形にしています。

まるオフィスの課題は稼ぐ力の不足です。行政委託に頼った事業になっています。2020年度にて復興予算は終了します。経営が不安定となっています。また、①種まき事業は企業がようやく地元を知ってもらうことに気付いたところです。②マッチング事業は気仙沼出身者を中心に気仙沼に帰りたいというニーズが高まっています。③応援事業は起業へのニーズが高まっています。また、企業から人事的な相談を受けることもちらほら出てきました。

3. 三浦大輝さん（ディグイン株式会社 副社長）

仙台出身です。東日本大震災当時は高校生でした。ボランティアをしていました。大震災が「当たり前が当たり前ではない」ということに気付く契機になりました。大切なものは「食」であると気付きました。大学浪人の時に、1年間、九州を旅しました。起業するために東京農業大学に入学しました。

大学生の勢いを必要とされて、DIGINの副社長に就任しました。ミッションは「メシあがれを、ソウゾウする」です。食の多様性を継続できる世界を実現します。ビジョンは「個と集の最適化による個の繁栄」です。バリューは「消費、生産、物流、販売のプロ集団」であることです。

DIGINの事業は次のとおりです。①流通の最適化です。既存の流通は市場流通です。デメリットとしてはこだわり流通に対応できないところです。また、ネット販売などC to Cは物流コストがかかります。DIGINの流通は、ヤマト運輸に独自便を依頼しています。コストの最適化ができます。また、こだわり農家の流通促進、食品ロスの削減、流通の簡略化、付帯業務の軽減もできます。②商品のクオリティの向上です。農家へストーリーの聴き取りを個別に行います。③攻めの売り場作りです。スーパーなどでは、バーコード貼りなどのバック業務に時間をとられています。作業量の40%近くになります。このため、店舗では並べるだけになってしまっています。DIGINではバック業務の代行を行い、上記でヒアリングした農家のストーリーも提供します。④受発注の統合と管理です。受発注の取りまとめを代行します。

20年後を見据えて、物流の本来のあるべき姿を模索しています。全国流通網を構築します。農家の味方になりたいです。

4. 小笠原聡さん（一般社団法人気仙沼仕事創出プロジェクト 理事）

気仙沼仕事創出プロジェクトは気仙沼の水産加工品の東京圏への販路開拓とこれができる人材の育成を行っています。被災した気仙沼の水産加工会社は、大震災後、流通からはずされました。現在も大震災前の状況に戻っていません。このため、新しい販路が必要です。でないと、気仙沼で雇用が生まれられません。大震災からの1年で気仙沼から5000人が流出しました。

そのうちの半数が10代、20代です。これは雇用先がないからです。ミスマッチが起きています。これでは街の活気が戻りません。販路開拓を行い、雇用先をつくる必要があります。食を通じた地域活性化を目指しています。

気仙沼仕事創出プロジェクトの主な事業は、①水産加工品の定期購買事業「買おう！Made in 気仙沼」、②高校生を対象とする実践的なマーケティング講座「気仙沼フードマイスター講座」です。いずれも気仙沼の水産加工会社にご協力をいただいています。①定期購買は1口2万円です。年4回、水産加工品が届きます。現在、第5期を進行中です。59口のお申込みをいただきます。ロータリークラブの会員や経営者のみなさんにお申込みをいただいています。②気仙沼フードマイスター講座は気仙沼の東陵高校で開催しています。こちらも第5期を実施しました。マーケティング基礎知識のレクチャーを行うとともに、気仙沼の水産加工会社の経営者にお話しをいただいています。その後、水産加工品のターゲットを選定し、ターゲットに沿った水産加工品のアレンジレシピ（一手間加えるレシピ）を考案し、調理、試食、プレゼンテーションを行います。アレンジレシピは定期購買に同封するとともに、気仙沼を知ってもらうために東京で開催している「気仙沼を食す会」にてご提供しています。

気仙沼仕事創出プロジェクトは、今後も東京圏の販路開拓を継続します。主なターゲットはロータリークラブの会員です。また、東京で出来ることとして、商店街での販売を視野に入れています。課題としては、気仙沼フードマイスター講座です。東陵高校の都合にて、第6期の開催に黄信号が灯っています。次の一手を検討しています。このプロジェクトへ参加することにより、若者の成長機会を提供することにもなっています。気仙沼への奉仕が自分の成長、自分の住む地域への奉仕につながります。

以上