

20121128_農業情報総合研究所／農業ビジネス研究会_議事録

「有機野菜の生産・販売の強みとマーケティング ～久松農園の具体的事例から～」

日時：2012年11月28日（金）19:00～21:00

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：「有機野菜の生産・販売の強みとマーケティング ～久松農園の具体的事例から～」

発表者：久松達央さん（野菜農家）

参加者：参加者 25人（発表者を含まない）

（NPO 法人理事長、会社経営、生産者、青果店、会社員、大学教員、研究員、公務員、大学院生、公認会計士、行政書士、司法書士など）

1. イントロダクション

営農の概要

- ・面積 畑 3ha 強
- ・作目 露地野菜 年間 50 品目
- ・労働力 社員 2 名 + 出荷パート
- ・販売先 全量直販
 - 宅配個人客 300 軒/月 70%
 - 飲食店 等 30%

それで、実は私、農業に向いていません！

農業にはどういう資質が必要か。

それは「センスとガッツ」ですが、久松さんにはどちらも無いという

でも、好きだった

去年の震災で会社潰れかけた

向いていない人間でもどう食っていくかと工夫してきたことがいまにつながる

2. 本日のトピック

- ・就農の経緯
- ・有機農業って何？
- ・小規模有機農業の販売

3. 農業を始めた経緯

- ・田舎暮らし志向
- ・自治体の農業体験プログラム
- ・98年、茨城県の農業法人での研修へ

研修で学んだこと

生産ではなく事務仕事を中心

むしろ「有機」の位置付けを俯瞰することができた

ネットワークの重要性を知ることができた

研修で友だちを作る

独立時に決めたこと

多品目少量有機栽培

大規模では勝負にならないことがわかる
一人でやること

「農業は二人（夫婦）でやるもの」というのが新規就農の一般論

夫婦でないと受け入れない自治体もある

それに強い反発

また、普通に農業に転職するつもりだったので、農家的な発想に不思議に思う

「有機の人はいない」

自治体は趣味的、自給自足的な人はいない

4. 有機農業って何？

久松さんは「消費者に安全な野菜」という思いでは生産していない

「有機農業とは生き物の仕組みを活かす農業」と定義している

求める野菜のスペックにたどりつくための有機農業。有機農業（無農薬・無化学肥料）は手段に過ぎない

有機農業3つの神話

- ① 有機は安全
- ② 有機は美味しい
- ③ 有機は環境に良い

① 有機だから安全というわけではない

残留性の高い農薬は年々減っている

レイチェル・カーソンの時代とは違う

農薬の毒性の強いものは減っている

使用法を誤っていない限り残留性は高くない

農薬の何が問題か？

食べる人への影響はマイナーな問題

生産上の問題。生き物の種類と数を減らす

農家が安易に乗っかってても収益につながらない

有機農業≠安全食品産業

- ・ 事実と反する
- ・ 売り方としても下手

②有機だから美味しいというわけではない

野菜の味を決めるのは「時期」「品種」「鮮度」（久松さんの主観的に8割）

この要素が結果的に満たされているから美味しい野菜となる

逆に言えば、有機栽培だけが寄与しているのではない

作物の質そのものの低下

普通の野菜がまずくなっているのではないか

適した時期に、適した品種を育てて、鮮度良く届ける

畑から玄関までが有機農業

③有機だから環境にやさしいかという点必ずしもそうではない

「環境」の中身を考えなくてはならない

農業化学肥料を使わないので「エコ」は短絡的

CO2 排出量の紙マルチの例

環境はトレードオフ。短絡的ではない

※それでは、なぜ有機なのか？

有機野菜は安全な野菜ではなく健康な野菜

健康に育った野菜が美味しい

その遺伝形質を最大限に活かした生産ができていること

有機農業では健康な個体しか生き残れない

健康な個体が美味しい

未病な野菜が美味しいか？

症状が出なければ健康か？

西洋医学では健康の範囲が広い。病気でなければ健康か？

有機農業の特徴

「土のベース」と「健康な生育」が不可欠。ごまかしが効かない

対症療法と根本治療

ヒトの腰痛でいうと痛み止めと体質改善

有機農業には対症療法的手段がない。根本治療しかできない

後からできることが少ないので王道に行くしかない

何が目的の「有機」か？

野菜の美味しさを追求することにある

目指すもの。滋味のある野菜。「しみじみ美味しい」

かみしめていくうちに美味しい野菜

※有機野菜を作る

農業は愛情ではなく技術

野菜づくりの敵

害虫、雑草、病気

たとえば、害虫は物理的に防ぐ。たとえば、防虫ネット

草を防ぐ。たとえば、シートをはる、麦マルチ

太陽熱マルチ処理。熱さで雑草の種が死ぬ

輪作（ローテーション）

にんじんが好きな虫がいついてしまう

にんじんの次はジャガイモ、次は大根というように輪作していく

多品目栽培

巨大な家庭菜園。畝ごとに別のものを栽培する

不均一な環境が多様性を生む

温度・湿度など、わざわざ複雑な環境を作る

一般の流通

見栄え・棚持ち・収量・規格が必要になる

直取引であれば、味・作りやすさを追求できる

病気については、発生したらなす術なし

有機は手間がかかるのか？

病虫害のリスク大。単価に強く影響する

5. 有機野菜を売る

何が目的の「有機」か？

生産者によりそれぞれ

久松農園では野菜の美味しさを目的としている

鮮度良く届けるために直販という選択をしている

土づくりから販売まで

直販のフィードバックにより PDCA を回して全体を最適化

誰に販売しているか把握しているので最後まで責任を持ちやすい

畑をまるごと食べてもらう

畑の都合に合わせることができる

宅配セットのメリット・デメリット

メリット；

- ・場所、規模を選ばない（日本には宅配便の全国網がある）
- ・ネットワークを活かせる（ソーシャル・キャピタル）
- ・需要変動が少ない（売れる分だけ作る）

デメリット；

- ・品ぞろえがたいへん
- ・コンペディターは八百屋
- ・数が頭打ちになりやすい

飲食店（小規模な）への販売のメリット・デメリット

メリット；

- ・高単価。特色を出しやすい。自分が好きでやっていることが武器になりやすい
- ・消費地と近い。コミュニケーション。説明ができる

デメリット；

- ・ロットが小さい
- ・きめ細かい対応が必要

※小規模農業のサバイバル戦略

誰に褒められたいか？

農家仲間に褒められたい？ そういう農家はお客様を向いていない

たとえば、俺のトマトは日本一という農家はどのようなスペックで日本一かを考えているのか

「一級品」の罫

価格だけが競争力なのか？

しかし、小規模農業は競争力が必要

小規模農業が生き残るためには

- ① 安売りの土俵に乗らない
- ② フックは多い方が良い
- ③ ちゃんと丁寧に

- ① 安売りの土俵に乗らない

有機は安くは出せない。狙いどころは高価格、高品質しか向かっていくしかない
展開型よりこだわり型

良い顧客→良いサービス→より良い顧客→より良いサービスのサイクル
自分に合ったお客様を作っていく

- ② フックは多い方が良い

フックは味、宅配、無農薬、義理など
フックが多いのは強い商品

わかってくれる人にだけ？

有機 JAS というフック
小規模農家はこの戦略をとるべきではない

- ③ ちゃんと丁寧に
強い部分に絞り込む
同じ有機栽培でも、たとえばコマツナを冷蔵庫で2週間保存して出荷調整する
農家もいる
鮮度を犠牲に「有機」を活かせるか？
規模によりとるべき戦略の違いがある

無農薬、直販、多品目は面倒で誰も手をつけない分野
この分野が新規参入者のやるべきこと。ニッチで生き残る

年間50品目以上生産

なお、加工品の考え方。加工品参入は売り先があることが前提

6. まとめ

で、いま考えていること
本当の価値は機能性の外にある。・・・のではないか？

「自慢」できる商品を目指す
作り手が買い手に自慢し買い手が他の人に「これ、どうよ？」と自慢できるもの

ものをつくる人は味わうよりも味あわせたい人
「これ美味くない？」と

賞賛は欲しい。が、賞賛のためにやるわけではない

きちんとしたもので、つくる人、食べる人が深く満足し、経済が回る

やる価値がある。やって楽しい。それで成り立っていることが経営の3要素

また、「エコプレミアム」という考え方について
商品の価値を価格だけで見ない。機能だけでも見ない
それだけでは、経済合理性の範囲から抜けることができない

最後に、ともに気に入っている言葉です。

「しなかやに、したたかに」

「経営者の仕事は環境適応業」

(農家のこせがれネットワーク代表、宮治勇輔さん)

「時代に合った経営をせよ」
(上原農園 (17代) 家訓)

以上