

Club BUSINESS FARMERS

CONTENTS

定例セミナー第8弾

全国大会レポート

共同出展レポート

3月の活動・参加申込書

Vol.7 2008年3月1日発行

■発行・編集／(株)農業技術通信社『農業経営者』読者の会 事務局 (担当：長谷川)

〒169-0075 東京都新宿区高田馬場3-18-25 康洋ビル9F TEL 03-3360-2697 FAX 03-3360-2698

定例セミナー第8弾！

「2008年、野菜流通は どう変わるのか!？」

国産野菜は今、過剰なのか？ それとも不足なのか？ 野菜の生産と消費、その流通について、講師・小林彰一氏はまず世間の常識に疑問符をつけた。

「国産野菜」の生産拡大を！

過去10年間で野菜の国内生産は15%、220万t減っている。輸入量が增えたから、国産が減ったのか？ この期間で増えた輸入量は70万tだから、流通量は150万t減ったことになる。実は輸入量で増えたのは、業務・加工用だ。これらはネットで購入から、国内生産の減少量を輸入増の70万tでだいたい補えている。そして国内で消費される野菜のうち、加工品の割合が増えている。つまり、消費量が減ったのではなく、供給量が減った考えるのが妥当だ。

だから、「野菜をもっと食べよう」というキャンペーンよりも、落ち込んだ国内生産量を拡大する必要がある。落ち込みを招いたのは、生産者の「単

価主義」で、マーケットで良い値段が出ないと生産を減らす「縮小再生産」が続いた結果なのだ。

2008年の青果物トレンドは？

「国産志向」が小売・加工・業務用需要者で高まっている。企業は安全のリスクを犯したくないので、国産原材料への強い要望がある。産地はとにかく小売企業と提携しようと進めており、中国産など輸入野菜の「国産への代替」化傾向と、生産団体の需要者との契約取引きが活発になるだろう。

また、地産地消をフードシステムとして確立させる試みが進む。神奈川県では地産地消を学校給食に一斉導入し、富山県では小売業で同様の取り組みを開始した。地域の顧客がどのような野菜にニーズを持っているかを吸い上げ、地域の野菜生産に反映させる仕組みづくりが進んでいるのだ。

さらに注目されるのは、小売業や食品メーカーなどを顧客を持つ中卸業者

の、仲介・斡旋・調整・提案機能を強化する動きだ。小売業や食品メーカーなどのニーズはデストロイビュートーの中卸業者に伝わる。茨城県や宮城県などでは、早々に連携を進めている。

彼らは脱「単価主義」の提案をする。例えば、冷凍ホウレンソウのキロ単価は50〜55円、従来の産地では引き合わない。ところが大規模化や水田転作を進める地域で、密植にして40〜50cmにすれば、反当り5tで25万円になる、手取り金額による経営だ。彼らを通して流通企業と集落営農組織との「連携強化」が進むだろう。

販売面では、スーパーの野菜売場は硬直している。52週の安定供給を徹底させた結果、いつも同じような売場になってしまった。日本の主婦は感覚的で、先週198円だったホウレンソウが、今週山盛りで150円！という売場に反応する。だから、売場に活気があるのは八百屋系のスーパーだ。野菜売場にサブプライズがある。つまりは市場出荷・相場に連動した販売形態が見直されているのだ。

最後に安心・安全。これはもう消費者に浸透している。もつと必要なのは、おいしいから買ってくださいという「おいしさまーケティング」だ。メニューや食材の組み合わせを小売店、中・外食と連携しながら考えることが必要だ。

全国大会レポート

読者100人が全国大会に集結

2月15～16日、テーマ「イノベーションが農場を変える」6人の成功者から学ぶ発想転換のヒント」で開催!!



初日のパネルディスカッション。左から木村慎一氏（サンアップル醸造ジャパン）、渡辺郁夫氏（古ヶ崎空塾）、木内博一氏（和郷園）、米倉誠一郎氏（一橋大学イノベーション研究センター）、財部誠一氏（経済ジャーナリスト）、佐藤彰一氏（米シスト庄内）、松浦進氏（あさくみ農産）、鈴木誠氏（ナチュラルアート）。



基調講演の米倉誠一郎先生、読者にハッパをかけて頂きました！



20代からも積極的な発言が飛ぶ、第一次産業ネットの星野雄平氏。



分科会で講演する(株)ナチュラルアート代表・鈴木誠氏。



ウクライナで大豆栽培を！分科会 Made by Japaneseの木村慎一氏。



盛り上がりしました、懇親会！



総会司会の財部誠一氏と談笑する本誌編集長



2日目、まずは和郷園を視察。本部内視察の後、冷凍工場、リサイクルプラント、農場を視察。



午後には柏みらい農場に移動してプラウ、レーザーレベラー、ジャガイモのプランターの実演会を体験

2月15～16日、千葉・幕張に全国から読者100人が集結、第1回全国大会が開催された。基調講演は一橋大学イノベーション研究センター教授の米倉誠一郎氏。親しみやすい口調で産業のイノベーションを農業に引寄せて解説する講演に、会場が聞き入った。

続いて農業界でイノベーションを実践してきたゲスト6人による分科会。参加者は2人を選んで参加した。そしてゲストと財部誠一氏の司会によるパネルディスカッション。20～60代の参加者から積極的な挙手が続き、世代を超えて農業経営の課題を語った。

共同出展レポート

セロリ、サツマイモ、ズッキーナ… 農業経営者がバイヤーに売り込む！

2月20日から22日の3日間、東京ビッグサイトで開催された「第42回2008スーパーマーケット・トレードショー」にて、読者の会が共同出展を行った。同トレードショーは食品スーパーなどの流通業者を中心に、来場者が7万人を超える大規模な専門展。会場は終始熱気に包まれ、読者の会のブースを訪れる関係者の流れが途絶えることはなかった。

「地元の農産物ブランドフェアに出展したことはあるが、こんなに人が多いのははじめて」と驚くのは、埼玉県本庄市でつづぶ農園・和菜を営む鈴木美穂子さん。若いメンバー4名で野菜全般を栽培する同グループは自家採種の野菜に力を入れ、トレードショーでは固定種野菜をセットにしたケースを売り込んだ。「特に関心を示してくれたのは、野菜で新しい特徴を出したい」と考えている地場スーパーや個人レストランの経営者。ふだん生産の現場に立っていると、バイヤーや消費者と話をする機会が少ないので、会話す

るだけで大変参考になった。「3日間でも一人で多くのファンを増やす」という目標は達成できたのでは」

共同出展のおもな目的は農産物の売り込みであるが、市場が何を求めているのかをリサーチする手段としても有効だ。サツマイモ、ケールなどの契約栽培を中心に展開する鹿児島県の農業生産法人有坂上芝園の迫伸也さんは、新しい販路を求めて出展。それと同時に

「今後は現在の品目だけではなく、他の作物に取り組みたいと考えている。そこで市場は何を求めているかを知るために、様々な食品関係者と話をするのは絶好のチャンス。今回はいろいろな情報が集まったので、次の方向性作りに活かせよう」と成果を振り返る。反省点はトレードショー前に参加した展示会で試食用のイモダングが全部なくなってしまうこと。「もっと持ってくればよかった」と口を尖らせるが、それでも鉢の中でそり立つケールのインパクトは、来場者の目を引いていた。

一方、試食品で大勢の人を集めていたのは、愛知県の横地愛菜園が出品したセロリ。生産者の横地幸夫さんの愛娘二人が店頭に立って、自家製ボカシ肥料による甘みのあるセロリのPRに努めると、通過する者がひっきりなしに手を伸ばした。「私みたいなおじさんがPRするよりいいでしょう」と笑う横地さんの思惑が奏功し、連日、スーパー、卸、加工メーカーと多くの名刺交換を果たした。

「ドレッシングメーカーから製品の原料として使えないかと相談されるなど、新しい販路の発見もあった。セロリの評価もおおむね高く、いくつか好感触の企業も。感想としては思い切っ

て出展してよかったなど」さらに今回の出展を幅広く活用していたのが、(株)八丈あした葉の垣内直彦

さんだ。八丈島で名産品・あした葉を生産する垣内さんは、昨年10月にJ Aと共同で新しい加工工場を立ち上げたのを機に、より露出度を高めようと出展を決意。あした葉の茶やタブレットをPRしながら、積極的に他業種のブースも巡回し、「実際に売り出しているあした葉寒天のように、あした葉とコラボレーションできる原料がないか、ヒントを捜した」と貪欲な姿勢を見せた。また出展した理由は自社製品の売り込みだけではなく、「地元の仲間からは展示会の雰囲気を見て来いと言われてきた。できれば来年は八丈島の名産ブースとして大きく出展するつもり」と先の展開も見据えている。

各々の目的で参加し、農産物の魅力を市場に訴えた共同出展。新たな展開を求める経営者は一度参加されたい。



横地さんは積極的にセロリの試食を勧める、甘みのあるセロリにバイヤーも驚嘆。



つづぶ農園・和菜のセット野菜の提案。加工業者、外食など多くのバイヤーと意見交換をした。

3/21 金

会場/株農技術通信社内セミナー会場
時間/16:00~18:00



「草とりは、上手くなつては駄目なんだ」
【講師】高松求氏
(茨城県 農業経営者)

PROFILE●1930年、茨城県生まれ。1947年、茨城県牛久市の高松家への婿入りをきっかけに、本格的に農業を始める。以後、茨城県を代表する農業経営者として多くの人々に影響を与えた。98年には、「『土の力』を引き出す米づくり、『豚の心』を読んだ飼養技術、『地域の教育』を重視した近隣の子供たちへの竹林の開放などユニークな活動」を理由に、山崎記念農業賞を受賞。引退した現在も、指導者として若い経営者たちや業界人、研究者にヒントを与え続けている。

イノベーション(革新)は自らの弱点や問題を見据える者にしか実現できない。「草取りは、上手くなつては駄目なんだ」という高松氏の意図は、習慣に染まり、日常の問題点を見過ごしてしまう者たちへの警鐘である。イノベーションそのものであった同氏の農業経営者としての人生をとおして、経営とは、農業とは、夢とは、何かを問う。

3/11 火 ~ 14 金

会場/幕張メッセ
時間/10:00~17:00

世界の食品・飲料業界関係者が集うアジア・環太平洋地域最大の展示会

FOODEX JAPAN 2008

スーパーマーケットとの取引開拓する専門展。付加価値のある商品や、独自性がある農産物が注目されています。商品力のある農産物で、市場のリクエストに応えましょう!



読者の会では、共同出展参加者を募集しています。
共同出展費…10万円(造作費込・税別)
あるいは営業代行*であれば…出展費5万円(造作費込・税別)

*あなたの農産物を読者の会事務局がお預かりして営業を代行します。出展後、引き合いのあったバイヤーの名刺、問合せ内容をご報告します。

こんな方にお薦め!

- ①自分の商品を直接バイヤーに売り込みたい!
- ②外食・中食、卸、小売の販路を広げたい!
- ③バイヤーの求める商品を生の声で聞きたい!
- ④他の生産者の売り込み方を見てみたい!
- ⑤展示会には出たいが手続きや準備が大変そう…

ひとつでも当てはまる方、奮ってご参加ください。お問合せは☎0120-555-184(担当/並木)まで!

*定員になり次第締切ります。お申込はお早めに!

申込は今すぐ!!

◎参加申込書・資料請求 (FAX専用 0120-410-359)

■参加を希望する項目にして、必要事項をご記入下さい。

商談会 共同出展 営業代行

共同出展費用:10万円【造作費(パネル、POP、配布資料)込・税別】
営業代行費用:5万円【造作費(POP、配布資料)込・税別】

申込	<input type="checkbox"/> FOODEX JAPAN 2008	<input type="checkbox"/> 資料請求
----	--	-------------------------------

定例セミナー 定期購読者(無料) 一般参加(5,000円)※セミナーは事前申込み制です。

月刊「農業経営者」**無料**
定期購読者

申込	<input type="checkbox"/> 3/21(金)高松求氏	<input type="checkbox"/> セミナー終了後の懇親会に参加(18:00~20:00)※会費1,000円
----	--------------------------------------	---

1年購読18,000円(送料・税込) — この機会に年20回以上予定のセミナーに無料で参加できる「農業経営者」定期購読を申込—

お名前	会社名 農場名	TEL
E-mail		FAX
ご住所 〒		

お申込方法/FAX 0120-410-359まで送信してください。(農業経営者HP <http://www.farm-biz.co.jp/> からもお申込できます)
お問合せ/(株)農技術通信社「農業経営者」読者の会 事務局 TEL 0120-555-184

*セミナーへの無料参加は、定期購読1件につき、1名様までです。2名様以上でお申込される場合、2人目より2,000円をいただきます。予めご了承下さい。