

新・農業経営者ルポ／第144回

農のテーマパークを世に問う 脱サラ「起業家」の冒険



農のテーマパークを世に問う脱サラ「起業家」の冒険

箱根西麓の中山間地に点在する標高差300mの圃場でバラエティ豊かな野菜を栽培するフードカルチャー・ルネサンス。代表の鈴木達也の原点は家庭菜園だ。野菜づくりから料理して食べるまでワクワクとドキドキのネタに事欠かない。創業2年目を迎え、農場は集客力を高めるテーマパーク化を推進し、農と食文化にまつわる体験を売るビジネスモデルに磨きをかけている。

文／清水泰、撮影／加藤祐子、写真提供／フードカルチャー・ルネサンス

「農作業を手伝いたい」顧客が発した意外なニーズ

芦ノ湖から直線距離で6km、眼前には裾野から広がる富士山、眼下に駿河湾を一望する箱根西麓地域。ミネラル豊富な関東ローム層の赤土に箱根山麓の火山灰が適度に堆積し、緩やかな傾斜地をなす。保肥力と水はけを併せ持つ土壌と比較的涼しく寒暖差のある気候から、野菜の適作地として知られている。

クルマで山道を上る途中の我々を鈴木達也が出迎えた。軽トラに先導され、標高550mにある圃場に駆け上がった。ここはもともと牧草地だったが、高さ2mのセイタカアワダチソウが生い茂る遊休地と化していた。5年かけて開墾し、今年から稼働を始めた。

鈴木は現在、勾配のある圃場をうまく活用して年間130品目300品種の野菜を生産し、50軒のレストラン、66人の個人顧客に野菜の定期便を配送している。

グレーの作業着姿で案内する鈴木の両手首には、リストバンドが巻かれていた。聞けば暗がりの中で草刈りしていたところ、深い窪みに逆立ち状態で落ち、両手首を骨折したのだという。取材で訪れるわずか3週間前、4月末の事故だった。

鈴木が「この忙しい時期に」と落ち込んだのも束の間、1週間足らずで現場復帰したが、フルに作業できる状態ではない。見かねた専従スタッフの高橋日菜子が、自主的に自前の軽トラを運転して鈴木への負担を軽減した。怪我の功名はスタッフの自覚促進にとどまらず、新たな付加価値の創出につながった。

「Facebookで怪我したという報告を見て心配した定期便のお客さんの何人かが、自発的に農作業を手伝いに来てくれたんです。最初は手の不自由な私を助けてほしい一心なのかなど思っていたんですが、どうやらそれだけではないようです——」

土に触れること、農作業のお礼とその場で摘んだ野菜を夕食のサラダにして食べることで、一連の行為そのものが彼らにとって立派な「エンターテインメント」になるのではないかと思いついた。

その仮説を鈴木は手伝いに来てくれた顧客にぶつけてみた。農場での各種イベントやFacebookでのやりとりを通じて気心が知れている彼らに「お金を払ってでも農作業をしてみたいですか」と尋ねると、帰ってきた答えは「やりたい」だった。

そもそも鈴木は個人顧客は料理教室の先生や料理好きが高じて野菜づくりにも興味を持つ人が多く、栽培過程を含め食材へのこだわりが強い。とはいえ、自治体の貸し農園など本格的な家庭菜園は管理責任が伴う分、敷居が高い。一方、開墾と多品種栽培を同時並行する鈴木の農場では労働力が不足している。ここにビジネスチャンスがあると考えたのだ。

トム・ソーヤのペンキ塗り

今年5月、仮説検証を兼ねた試みが始まった。農場に来て実際の農作業を体験してもらおう「土にふれる会」だ。事前に作業内容を告知し、集まった参加者に農作業を手伝ってもらおう。試食や土産つきのワークショップとは異なり、もてなしの要素は極力排除した。スタッフと参加者がともに畑の土に触れ、農作業の楽しさ



フードカルチャー・ルネサンス 代表 鈴木達也 静岡県三島市

すずき・たつや 1970年静岡県袋井市出身。大学卒業後、通信インフラ系企業に就職し、SE、営業、プロジェクト・マネジメントに従事。2001年、静岡県三島市に居を構えたのを機に家庭菜園を始める。2015年2月に退職して農業を手段に起業。標高250～550mの中山間地に点在する農地2ha（開墾中を含めると約3～4ha・11カ所）で年間130品目300品種の野菜を栽培。専従スタッフ2名・パート2名を雇用。初年度の年商は1,000万円。



1 標高550mの圃場に設置したセイヨウミツバチの巣箱 2 設置した巣箱から、初めて採蜜をした様子 3 「土にふれる会」で落花生の苗を定植する参加者ら 4 子供たちにもわかるようにスタッフは落花生の生育過程をイラストにして説明した 5 参加した子供らは畑のなかを走り回るだけで大はしゃぎする

と厳しき、季節の恵みの豊かさやありがたみなど、農の醍醐味を共有する。300品種もあれば種まき、定植、土寄せ、収穫など年間を通じてバラエティに富んだ農作業の提供が可能だ。6月には早くも落花生の定植作業を行なう2回目を開催した。

「参加費を無料で始めたのは『プラットフォームビジネス』としての展開を視野に入れ、集客力の向上を重視しているからです。この農場でレストランのシェフと個人のお客さんが出会い、その出会いがビジネスの関係に発展する。イベントに参加すれば、個人客は新たな調理法が学べ、レストランのシェフは新規顧客を開拓できるようなプラットフォームにしたいと思っています」

農場のテーマパーク化、集客力を高めるアトラクションの増設も進む。養蜂家の田中章雄と共同で養蜂プロジェクトをスタート。取材日の早朝、標高550mの圃場にセイヨウミツバチの巣箱が設置され、標高を下った圃場には近々ニホンミツバチの巣箱が設置される。これも圃場が中山間地に点在する立地条件を逆手に取った新たな試みだ。移り変わる季節ごとに周囲の木々や野菜、ハーブの花から採れた蜂蜜を提供するほか、蜂の生態を学ぶ青空教室も開催する。

こうした鈴木が発想から想起するのは、米作家マーク・トウエインの小説「トム・ソーヤの冒険」に出てくる「ペンキ塗り」のエピソードだ。いたずらの罰としてペンキ塗りを命じられたトムは、嫌々ペンキ塗りに取りかかる。そこへ向こうからやってくる友だちを見つけたトムは、口笛を吹きながらペンキを塗り始め、その楽しそうなトムの姿を見て、交代を申し出るがトムに「数年に一度の価値ある仕事だから」と断られてしまう。友だちは自分の宝物と交換にペンキ塗りの仕事を得、それを見た他の友だちも次々に宝物を差し出してペンキ塗りに参加する――。

トムはペンキ塗りの作業を新たな視点で捉え直し、ワクワクする楽しさという別の価値を提示し、友だちもその価値に共感し、喜んで労働力と宝物の対価を支払った。

鈴木もまた、生産者視点の従来農業とは異なる視点で農産物や農作業を捉え、独自のコンセプトで商品・サービスという新しい価値を提供している。定期便はレギュラーサイズが3800円、プレミアサイズが5000円。顧客は鈴木氏の価値に共感しているからこそ、「既存の野菜宅配サービスより高い価格をつけた」（鈴木）定期便を購入し、労働力の提供も厭わない。

農のテーマパークを世に問う脱サラ「起業家」の冒険



6 起業に備えて用意した軽トラと育苗用のハウス。大きな装備はまだ持っていない 7 圃場で生育するレタス。少量多品種栽培のため、異なる品種が並んでいる 8 土地の集約に苦労しているところもある。右側は耕作できない遊休地で、左側は開墾して稼働を始めた圃場 9 育苗ハウスの内部。品種が混雑しないように細心の注意が必要だ 10 少量多品目多品種栽培を支える、品種名の書かれた札。専従スタッフの高橋が女性ならではの細やかな管理をしている

家庭菜園が起業の原点

鈴木とトム・ソーヤの違いは、トムがペンキ塗りを演技で魅せていたのに対し、鈴木は多品種の野菜づくりや農場のエンターテインメント化を顧客以上に楽しんでいること。その理由を説明するには、起業の原点にさかのぼらなければならない。

静岡県中西部で生まれ育った鈴木は、関西の大学を卒業後、東京の通信インフラ系企業に就職。98年に結婚すると、将来の子育てを考え、新居探しを本格化させた。東京郊外でのマンション暮らしも検討したが、阪神淡路大震災でマンション倒壊が多発したことから躊躇していた。

ある日、三島市北部にある分譲地の広告が鈴木目の目に留まる。週末のドライブを兼ねて夫妻は軽い気持ちで現地を訪れた。

「富士山と駿河湾の眺望を目にしたとき、静岡県人のDNAでしょうか、ここに住もうと決めました(笑)」

新幹線を使えば三島と品川間は40分台の近さで、しかも朝は三島始発の本数が多い。静岡県で生まれ育った妻も、移住に賛成だった。01年、鈴木夫妻は三島に居を構えた。

農業と無縁の生活を送ってきた鈴木だったが、移住を機に自宅近くに2aの畑を借りて家庭菜園を始め

た。同時期にITインフラを農業分野で活用する新規事業を担当することになり、全国の農業者を訪ねては、彼らから学んだ技術や知恵を家庭菜園で実践した。話を聞くうちに興味が増し、畑は40aにまで拡大。栽培する野菜の種類も増え、趣味の域を超えていった。鈴木は当時を「自分の食べたい野菜をつくり、料理して食べる。趣味だからこそ許される採算度外視の贅沢だった」と笑う。

一方、自宅の周辺地域を見渡せば農村地帯が広がっている。女人はだしの栽培知識を持つビジネスマンの視点で観察すると、増え続ける遊休地の問題、売り先を考えないプロの生産者らしからぬ現実が見えた。

三島に定住して10年、3人の子宝にも恵まれた。本業と家庭菜園に精を出す鈴木は移住の目的を果たしたかに思われた。少なくとも妻にはそう映っていた。だが、鈴木は新たな冒険を始めようとしていたのだ。

11年ごろには起業を決意し、来るべき日に備えた。地主との人間関係を築き、目ぼしい遊休地を選んで地図に印をつけ、地主と交渉を開始。固定種・在来種を中心に多品目多品種の野菜栽培を見据え、200品種を超える種の収集に努めた。

妻に起業の意志を告げると猛反対されたが、本気で止めたわけではな

12



11



15



14



13



11 「七十二の季節を彩る定期便」の一例。箱を開けた瞬間にワクワクする内容だ 12 3月中旬に作付けしたジャガイモ。今年は27品種を栽培し、6月の収穫の際は一気に掘り起こす収穫イベント、食べ比べるワークショップの企画を考えている 13 ニンジンの花。固定種や在来種は花を咲かせ、種とりまで行なう。珍しい花は野菜（ベジ）ブーケの素材としても売れる 14 旬を迎えたズッキーニ。同じ品目でも異なる品種が収穫できるよう綿密な作付計画が欠かせない 15 オクラの種子。日ごろ、見ることのできない作物の様子はFacebookで発信し、顧客を楽しませている

い。サラリーマン生活とはまったく違う農家の苦労が夫に務まるか不安だったのではないか。ましてや起業を決意するまでの過程を共有していなかった。そうは言っても「事業に失敗したら、トイレ清掃でもなんでもする」という鈴木さんの覚悟を聞いて、妻が折れた。いまではママ友2人をパートに誘い、率先して農作業に取り組んでいる。

起業にあたって鈴木がイメージしたのは、90年代にブームとなったTV番組の『料理の鉄人』だ。毎回、その場で発表される食材をテーマに、鉄人シェフと挑戦者が料理の腕とメニューの創造力を競う。

「食材がそろっていないと料理できないのが調理人で、食材からメニューを創造できるのが料理人。そういう料理人と一緒に、土づくり、播種から口にするまでの全過程にかかわること。モノとしての野菜ではなく、野菜を育てる畑、野菜を食す美食・健康志向の消費者、食材が育まれる現場を重んじる料理人を巻き込み、野菜づくりに関連したあらゆるコトを売るビジネスモデルです」

農地は地主との下交渉を済ませたうえで、行政やJAを介した定期借地権制度を活用して遊休地を開墾・再生。開墾を終え、間もなく稼働させる予定の農地も現在4カ所、約1

ha
ある。

4年間の準備期間を経て勤めていた会社を退社し、15年2月にフードカルチャー・ルネサンスの屋号で起業した。創業の理念を「健全な食を地域社会とともに育み、次世代に繋げる」とし、「毎日の食卓を楽しく豊かに」をスローガンに掲げた。

シェフやスタッフとともに成長を続ける農場へ

最初の顧客は東京都内にあるレストラン『Bistro あおい食堂』。加賀田京子は、かつて『料理の鉄人』で鉄人に勝利し、当時の鈴木に強烈な印象を残した女性オーナーシェフで、コト売りにかける思いや今後の展開などに共感して顧客になってくれた人物だ。

続いて鈴木が口説いたのは三島市内にあるレストラン『Gawa Mishima』だ。オーナーシェフの小川正道に使ってもらおうと収穫した野菜を無償で配送し続けた。8品種のオクラを届けた帰り道、小川から「お宅の野菜を仕入れたい」と連絡が入った。いまでは年に数回、畑を巡って野菜が育つ姿を楽しんだ後、小川のレストランでその野菜を使った料理を楽しむイベントを共催している。

この2軒のレストランからの紹介、Facebookでの情報発信、定期

農のテーマパークを世に問う脱サラ「起業家」の冒険



16 Bistroあおい食堂（東京都世田谷区）の加賀田京子シェフとgawa Mishima（静岡県三島市）の小川正道シェフ 17 静岡県内のレストランのシェフらが落花生の植え付け作業を手伝いに来園した 18 来園したシェフには畑を歩いてもらって詳しく説明する。新たな食材を発見してもらうこともある 19 20 21 鈴木が発信するFacebookに登場する料理の数々。旬の食材を家庭でどう調理したらいいのかを紹介するだけでなく、鈴木自身が野菜づくりから料理するまでを楽しんでいる様子が伝わってくる (19) カモミールティーとフェネルのハーブティー、(20) かつお菜のおひたし、(21) 各種ニンジンの素揚げ

便ユーザーの口コミを通して、昨年秋以降、レストラン・個人とも顧客数が一気に増加した。創業2年目の16年度は初年度の2倍、年商2000万円を目指している。

5月には新たに佐伯勇を専従スタッフに加えた。佐伯はギニア出身の元駐日親善大使でタレントのオスマン・サンコンの長男で、東京から沼津出身の妻と三島市に移住。ギニアにある約5万坪の遊休地で「アフリカの人々に農業を営むための技術を伝承したい」という父の夢を実現しようと、開墾して有機農業に取り組んでいる農場を探していたところ、鈴木木の存在を知ったという。

スタッフが増え、第1期の決算を終えたことから法人化を決断。会社のホームページも立ち上げ、情報発信力を強化する方針だ。

収益基盤である、二十四節気七十二候にちなんだ「七十二の季節を彩る定期便」は、1年間の実績を踏まえて内容を改善した。レストランからは、ジャガイモ、ニンジン、タマネギの三種の神器と葉物を切らないこと、素材丸ごとでも料理できる小型の野菜を求めるニーズもあった。「300品種の栽培マネジメントが行き届き、スタッフの総力で思い描いた商品を表現できたとき」のうれしさは格別だと鈴木木はいう。

また今期は「エディブルフラワーや食用菊が欲しい」といったレストランの個別リクエストに応える専用の畑を稼働させる。野菜の生育状況を画像で確認できるので足を運ぶ必要はないのだが、シェフが農場を訪れる機会はむしろ増えている。

雄大な富士をバックに、農の醍醐味を体感できるフードカルチャー・ルネサンスは、さらなる成長の可能性を秘めている。

たとえば、最大の現代病ともいわれる心の病だ。メンタル不調による休職や退職は企業の生産性を低下させるばかりか、医療保険財政を悪化させるなど社会的損失も大きい。企業の健保組合と提携し、土に触れるイベントを定期開催したり、野菜の販売チャンネルとして活用できれば、組合員、企業、農場の三者にメリットがある。プラットフォームビジネスの発展形ともいえる。

行政の補助金を得て既存農業の末席に加えてもらうのが、いわゆる新規就農だ。一方、世の中に新たな価値を提供して顧客から対価を得るのが起業で、事業の成否は顧客が握っている。もともと先達のいない起業という名の冒険に訓練はつきもの。両手首の骨折をビジネスチャンスに変えた鈴木木には、冒険を続ける資格がある。

(文中敬称略)