

新・農業経営者ルポ／第49回

ファーミング・エンターテイメント

㈲農マル園芸・㈲アグリ元気岡山
代表取締役

小川博巳

岡山県美作市

おがわ・ひろみ●1962年岡山県生まれ。84年立命館大学経済学部卒業後、時間講師の教職、福祉団体職員を経て就農。92年花の生産直売店「農マル園芸」を設立。97年シクラメンの生産販売に着手し、翌年法人化。04年「吉備路農園」開園。同時に、農業経営者を養成する目的で「アグリ元気岡山」設立。05年には野菜の直売所も新設。グループ全体で売上約７億円、社員26名、パート・アルバイト80名。

ファーミング・エンターテイメント

大学で農業経済を学び、社会福祉団体職員を経て、父から経営移譲を受けた小川博巳。胸中には思索を積み重ねた末に導き出した一つの課題――農業のノーマライゼーション――があった。その理想が結実した岡山県内の農園には、花や野菜の直売所、イチゴの摘み取り園など、多彩な施設が備えられている。来園者が思い思いの時間を過ごす園内には、エンターテイメントに昇化した、新たな農業の姿があった。

取材・文／昆吉則　撮影／編集部

良い商品、良い顧客の良循環を生む直売所作り

高い運賃と決して安くはない値段の生産者直売のコメがなぜ売れるのだろうか。産直の購入者は単に美味しいコメを求めているわけではない。農家から直接コメを買うという関係性や農家の人柄あるいはその背景にある自然や風土に触れる満足を買っているのだ。人々は空腹を満たす食糧の供給だけではなく、癒しや自然や故郷への回帰願望を満足させることを農業に求めているのだ。

埼玉県のサイボクや三重県のもくもく手作りファームなどすでに幾つかの農業アミューズメントも存在する。また観光果樹園は果樹産地の観光名所になっている。現代という「過剰の時代」であればこそ、農業には「ファーミング・エンターテイメント」というべき新しいビジネスジャンルが存在する。

小川博巳（45歳）は、花を主体に野菜の直売とイチゴの摘み取り園を兼ねた農園直売所を経営する。さらにアイスクリームやスイーツのコーナーも設け、それらが相乗効果をもたらし、良質顧客の定着を実現している。そして、自らの農業ビジネスを通して農業・農村だけでなく、教育や社会福祉への貢献ができないかと小川は考えている。

岡山県総社市。街中ではない。ロードサイドの店舗が集まるような場所でもない。㈲農マル園芸・吉備路農園はそんな場所にある。吉備路農園とは別にさらに辺鄙（へんぴ）な場所にもう1カ所、同グループが経営する花と野菜の直売所（英田農園）があるが、そのどちらにも市内だけでなく、岡山、倉敷からもお客さんが集まってくる。12月から5月までのシーズン中の土日は、2カ所の農園の延べで約1haあるイチゴ園は予約だけで入場を制限しなければならない。農園を目指した観光客も多い。

直売所の中心商品は「花」。花に合わせて各種の園芸資材も扱っているが、あくまで花の販売が主体で園芸コーナーの売り上げの7割を占める。もう一つの人気商品は培土。生産直売の品質の高さが高値販売を顧客に納得させられ、物流費がかからないのでさらに利益率が高い。質の高い花を売り、良い培土を提供し、親切な説明もすれば花がうまく育つ。それがまた評価につながる。

花に加えて野菜直売所を始めるにあたって小川は、他の「農家の直売所」との差別化を考えた。野菜直売所のコンセプトは「プロ農家が作った高品質野菜」。そういう人を求めて県内を歩き回った。

青果の価格は高めである。小川によれば県内では3本の指に入るほどの高価格だろうという。生産者には「自信を持って高く売れる品物を作り、それを売ろうよ」と話す。

少なからぬ直売所で、出荷する農家がスーパーの安売りを見て価格をそれに合わす愚に陥っている。まさに量販店の安売り競争に巻き込まれた直売所の生産者による自殺行為だ。量販店との単純価格競争に入ってしまうなら、そも







そも農家直売所の魅力は失われてしまう。そして、安いものを置く店にはそういうお客さんしか来なくなり、その悪循環の中に入ってしまうのだ、と小川は言う。

出荷する生産者の世代は40～60代の専業農家ばかり。他の直売所からすれば圧倒的に若く、生産者としての自負も高い。直売所の委託手数料は生鮮品20％、加工品25％。それに、遠方の生産者の場合は農マル園芸が集荷を行なう。このシステムも他にはあまり無い方式だ。そして、集荷手数料は5％。

直売所が各地にできると、直売所間の委託手数料の割引合戦が始まったりする。しかし、小川は手数料を変えようとは思わない。直売所にとって大事なのは、顧客に選ばれ、それが顧客を選ぶことにつながる店作りに徹することだと考えている。生産者には、こう呼びかける。

「安売りは生産者にとっても直売所にとっても損。近場の直売所で安売りするくらいなら、自信を持って値段を付けよう。他で100円で売るなら吉備路農園は120円で売りますよ」

良い商品と良いお客さんの良循環。それに対して、悪い品物と有難くないお客さんの悪循環というものがある。店はその仲立ちをしているだけだと小川は言う。購買層を特定してあれば、価格を下げること自体がお客さんを裏切ることだと考える。イチゴの出始めから3月初めまでは950円で販売する。しかし、野菜だけでは限界があり、果樹の扱いを増やし、さらに夏場の品薄に対応するために他の産地とのネットワークを広げたいとも考えている。

農業・農村・農民のノーマライゼーション

「農マル園芸グループ」は、資本金6800万円の㈲農マル園芸と資本金8000万円の㈲アグリ元気岡山の2社に分かれている。小川の自宅があり、同社創業の地というべき農場と店舗のある旧・英田郡英田町（現・岡山県美作市）の英田農園。そして、現在の主力直売所であり農園でもある岡山県総社市の吉備路農園。グループ全体の従業員数は、社員26名、パート・アルバイトが80名。グループの売り上げは約7億円である。

小川は2004年の吉備路農園発足に当たり、あえて会社を2つに分社した。新会社に「アグリ元気岡山」と名前を付け、同社に農業を事業として取り組む経営者の養成場所とする目的を持たせた。

「農マル園芸」という社名にも人は





岡山県総社市にある吉備路農園の中でも、大きな面積を占めている「花の生産直売店」。花や野菜苗に限らず、園芸資材や関連雑貨など幅広い商品が取り揃えられている。







農マル園芸では、イチゴ狩りができるイチゴ園も開園している。他県からの来園者も多く、土日は入場を制限することもあるほど賑わう。隣接する直売店では自宅でもイチゴ狩りが楽しめる「イチゴ鉢」も販売されている。

「？……」と感じるかもしれない。そこに小川の「農業で事業を起こそう」と考える理念が示されている。

小川は、時間講師の教職の後、福祉団体での勤務を経て農業を始めた。父親は村で一番働くいわゆる篤農家だった。葉タバコや露地イチゴを作り、乳牛を飼い、72歳の今もブドウを作っている。それで小川を大学まで卒業させてくれた。でも、リスクを背負った個人事業者であるにもかかわらず豊かと言える暮らしではなかった。

立命館大学経済学部で農業経済学を学んだ動機は、真面目に一生懸命に働く父親が、なぜ豊かになれないのかを知るためだ。やがてそれは農家自らが直接販売しないからだと理解できた。農業者自身のマーケティングが行なわれていないからだ。自分で農業をするのなら、生産からではなく顧客あるいは社会に向けてのマーケティングから考えることにしようと決めていた。

小川は職業を選ぶなら「教育」か「社会福祉」あるいは「農業」にしようと考えていた。それが現代であればこそ求められる仕事だと思ったからだ。そして、農業も教育も福祉も環境や社会の中で人を育て、癒し、励ますという共通のテーマを追求する。同時に、これまでの延長線上を辿るだけでは済まされず、そのあり方や人々の意識の変革が求められているという面でも共通していた。

大学卒業後は、時間講師や産休代用教員としての教職も務めた。小川が目指す農業の実践のためにも教育の現場での体験を積みたいと考えたからだ。

その後、福祉団体に4年間勤め、仕事を通して現代の社会福祉のあり方を見つめた。「農マル園芸」の名称は福祉事業で学んだ「ノーマライゼーション」という概念に由来している。

かつての社会福祉では、保護し介護する結果として障害者を健常者や社会から隔離してしまっていた。それは本来の人間社会の姿ではない。障害者と健常者は特別の区別なく社会の中で一緒に生活を営むことが望ましいというのが現在の福祉の考え方である。そうした福祉の形を取り戻していこうという理念や活動を「ノーマライゼーション」という。さらに、障害者が積極的に社会参加できる環境を整備すべきだとされる。

農マル園芸の「農マル」とは、これまでの農業とは一線を画し、「農業・農村・農民のノーマライゼーションを目指す」という同社の理念を示す小川の造語なのだ。

農業は日本の社会の中で、社会一







般とは隔離された特殊な位置に置かれたままにある。経済的にも文化的にも。農家や農村・農業関係者の意識も隔離された世界で生きているかのようだ。小川は、自らの農業ビジネスを通して農業という職業・産業のノーマライゼーション、農村・農民の生活や意識のノーマライゼーションを目指そうと考えた。農業は他のあらゆる仕事と同様の当たり前のビジネスなのだということを示したい。単に利を求めるだけではなく、社会や顧客に必要とされ喜ばれればこそ利益が増大する。しかもそれを私企業としてこそ成立させたい。それが、小川の花をメインにした園芸直売所であり、イチゴの摘み取り園であり、野菜直売所であり、アイスクリームやスイーツのショップなのである。

福祉団体の仕事をしながらも、家の農業は手伝っていた。創業の準備である。90年に大阪であった花博の時、花の卸から花壇花を作って出さないかと誘われた。それが花生産に取り組むきっかけだった。しかし、花の「生産農家」になることは小川の目指す目標ではなかった。

本格的に農業に取り組み始めたのは95年からである。農業を始めるにあたり、父から経営移譲した。小川は、今でも地域で一番若い「農業後継者」ということになっているが、自らは農業後継者だという自覚は無い。父の生産した農産物を売る「農業」とは違う。マーケットから逆算して自ら販売する商品を作る農業の「会社」を創業したのである。

考えを実証したシクラメンの生産販売

小川が農業を始めた当初、父親はブドウを作っていた。そのブドウ園でのブドウ狩りはシーズンになると英田農園の一つの人気商品になっている。しかし、小川はブドウには手を出さなかった。取り組んだのはシクラメンの生産・直売だった。生産技術を学ぶために各地の生産者に学んだ。福祉団体職員との兼業の時代だ。技術だけでなく経営者として優れたシクラメン農家から学ぶことも多かった。

やがてシクラメン栽培に自信をつけて、いよいよ事業の開始である。最初から市場に頼るつもりはなかった。小川が始める以前から母親がブドウや野菜を売るために無人の直売所を作っていた。お金を入れる箱と品物を並べただけの小屋である。それを有人の店舗にした。そこは単なるお店ではなく、小川の農場をお客さんに開放するという形をとり、お客さんを農場に迎え入れた。販売の



①


②


③



④


⑤

①吉備路農園内にあるフルーツカフェ。農マル園芸で生産したイチゴを使ったアイスクリームも販売されている。②③岡山県内の生産者から集荷した農産物・加工品も直売されている。④農マル園芸で生産したイチゴも、ほかの生産者の農産物とともに販売される。⑤農マル園芸の人気商品にもなっている培土。



主体はマリーゴールドなどの花壇花そしてシクラメンである。

最初の直売所のある旧・英田町の農場は国道沿いではあるが、中山間の辺鄙な場所である。始めた当初には、「人口3700人の英田町で花屋をやって成立するのか?」と言われた。はじめから地元の人を商売の対称にはしていなかった。むしろ、小川はそのロケーションが望ましいことだと考えた。

そんな辺鄙なところであればこそ、車で通りかかるたびに見かけるきれいな花の咲く店と農園が目立つのだ。それゆえに様々なメディアが紹介してくれた。そして、客を裏切らない品物。一度買ってくれたお客さんは品質で評価してくれた。小川の狙い通りだった。野菜ではなく花を扱う直売所であることでコンセプトと客層が選べた。

そんな形で始めた、販売すること、顧客との関係から逆算する農業経営を小川はこう語る。

「全ての人をお客さんにするつもりはありません。ここに品質を求めて来ていただくお客さんを裏切らないことが肝心なのだと思います。お客さん自身が参画して面白がれる場所。そして価値のある品物とサービス。花に始まって、イチゴを始めても、常に直売所は安さではなく、新鮮で価値のあるものを目指さなくてはいけませんよね」

英田町の農園の成功をベースにして、98年に法人化した。

04年12月、総社市内に総面積3・8haの吉備路農園を開業する。投資額は2億円掛かったが、すでに単年度では黒字が出るようになった。その設立にあたっては、当時の村長さんが骨を折ってくれた。小川の語る農マル園芸の事業を通した地域起こしに共感してくれたからだ。

花の直売所とイチゴのハウスに加えて、05年の10月からは野菜の直売所も始まった。小川はスイーツのカフェテリア増設に合わせて施設のリニューアルを考えている。

いつまでもブームは続かないし、2匹目のドジョウもいない。事業が拡大すればこそ競争相手も出てくる。コンセプトが違うとはいえ、すでに過剰出店の調整過程に入っているホームセンターもある。ホームセンターなら扱う商品の多様化ができるが、園芸専門店はそうもいかない。

花苗や資材の園芸専門店でありながら、イチゴの摘み取り、野菜の直売所、アイスクリームなどを売るカフェテリアまでを展開するのは、それによる経営のシナジー（相乗）効果を狙ってのことだ。

花も野菜も摘み取りイチゴもスイーツも、良いものであればこそ安さで競争はしない。その直売所のコンセプトは変わらない。

農園が高齢者のデイサービスの場に

吉備路農園の店先にはたくさんのベンチが置かれている。天気が良ければそこに、近隣の高齢者らが日がな一日腰を掛けている。農園の店舗が高齢者のためのデイサービスの場所になっているのだ。何を買うわけでもなく、季節に合わせて変化する展示してある花を、そしてそこに遊ぶ子供たちを眺めて癒されるのだろう。農園が花と人を、そして人と人を結びつける場になっているのだ。

ガーデニングがブームになり、都会でもたくさんの花が植えられたマンションや住宅が目立つようになった。これも社会が豊かになってこそのことであろう。その一方で、豊かさというより過剰がもたらす社会病理が人々に癒しを求めさせる。

できたものを売る農業から、時代や顧客が求めているモノやコトを売るために作る農業。小川はそんな農業に取り組んでいるのだ。

（文中敬称略）