

前号「消費者に不便をかけて喜びを与える」プレゼン撃沈す!!」の続きです。

前号で「らでいっしゅぼーや」の緒方社長のインタビューが掲載されていましたが、「消費者のニーズと生産者のニーズを調整する能力が流通業者の最大の付加価値である」というニュアンスの発言には大賛成ですが、「芸術家……」の発言には物申したいです。AV時代、社長の僕は社員ディレクターたちに「会社の金で芸術家するんじゃないやねえ！プロの映像クリエイターという確実に利益を出せる映像職人になれ！」と言っていました。その反面、制作者としての僕は3作品に1作品当てればラッキーと思えるような芸術作品創りをしていました。そして大ヒットを当ててくると同時に僕は日本一有名なAV制作者になり、その結果、僕の会社の新社長希望者が激増し、その多くは制作部希望者でした。

制作活動を誰よりも熱心にする人たちの中から選ばれた才能のある一部の人間ですら名誉と経済的評価を得られることがなければ、その業界に若者たちは憧れて夢を持てるはずがありません。

緒方社長の「商売で芸術をするんじゃない」をよく理解している上
で言わせてもらいます。自分のリス

クで芸術品を創りあげた生産者がいるのであれば、商人として彼らを農業界発展のために利用してあげるべきではないでしょうか。彼らが生産者でありながら芸術家として名誉と経済的評価を得られれば、野球のイチローのように若者たちに夢を与え農業界を目指す生産者が劇的に増えることになるのです。その仕組みを創るのは正に商人の仕事なのではないでしょうか。安全な食料の安定供給はJAさんと市場がやってくれますよ。だから国立ファームは自分のリスクで芸術家になろうとする農家さんを応援するためにプロデュース業務をします。

僕の考える「農業改革」の方法論は「農業イメージの改革」に尽きます。イメージが良くなれば全てが変わります。それはイメージの良い業界には優秀な若い力が希望を持って参入してくるからです。そしてそのようにイメージを良くして発展した業界は、スター選手やスター経営者、文字通りスターがいました。

スター生産者は国立ファームが創ります。らでいっしゅぼーやさんはスター予備軍をお育てになり、JAさんは底辺を支えてください。

制作者に序列を付けない業界が成長するはずがないからです。

国立ファームとその他の流通業者

の大きな違いは野菜を食料としてだけ考えるか、食料でありながら嗜好品にも成りうるかと考えるかです。食料なんだから不真面目なことではできない。面白いことはできない、という呪縛をかけられているんです。嗜好品と考えれば、面白いという要素はお客様を喜ばすための必需品です。

そして嗜好品に必要な不可欠なものは「ブランド」です。一部のマニアが品質やデザイン・伝統といった詳細なデータからブランドを創りあげます。そして多くの一般人は詳細な情報を得るために多くの時間を費やさないので、ブランドという情報を元に購買を考えます。婚約指輪はと元いらずティファニーで買えば問題ないだろうという発想です。

国立ファームは「農家の台所」を今後数十店舗まで拡大させ、特選野菜のレストランとしてブランドにします。その間に数名の篤農家がスター農家になり、その農家の野菜が食べられる店として更にブランド化させると、デパ地下や高級スーパーで野菜や惣菜をテナントとして販売されるようになるでしょう。そうなる」とまた篤農家からスターが生まれ、「農家の台所」と「国立ファーム」がブランドとして一般人に知られるようになるのです。

お約束通り、またまた次号で……。

国立ファーム株式会社

高橋がなり

アグリの田

~早く「虎」に変わるんだ!~

第26回

「らでいっしゅぼーや」さん、格下が生意気申し上げます