

前回・前々回の続きでA1グラ
ンプリのプレゼンです。お客様に野
菜の一番美味しい「旬」を理解して
いただくことで安定供給されない商
品への魅力を感じていただく、そし
て野菜を産地や生産組合ではなく生
産者個人の名前で区別していただ
く。そのために個人生産者には芸術
品のような野菜を生産してもらおう。

「芸術品」とは感動・喜び・衝撃・
爆笑・愛といった触れ合った人の心
を揺さぶることのできる「作品」の
ことです。だから食料としてではな
く、嗜好品としての扱いを受けるべ
きなんです。生きるために食べる
野菜ではなく、楽しむために食べる
野菜が嗜好品だという定義です。

「農家の台所」では、この嗜好品を
売るために絶対不可欠な「語り部」
を育てています。今流行りの野菜ソ
ムリエさんとの違いは、生産者個々
のデータの質、そして量です。その
ために語り部は研修として生産者
のお手伝いを毎週することで生産者と
触れ合います。

残念ながら現在「国立ファーム」
が仕入れ、販売している農産物の価
格は1・2倍から2倍です。まだま
だ嗜好品としての野菜を求める需要
を喚起できていないからです。

今は語り部が生産者を語る舞台
をコツコツ増やしている最中です。

「農家の台所」はもちろん、高級ス
ーパーやデパ地下でも野菜や加工
品・惣菜の売り場をお借りして語っ
ています。この語り部から「国立ファ
ーム」ブランドを構築して販売店舗
と量を徐々に増やし、嗜好品として
の野菜の需要を高めます。

多分、「農家の台所」が10数軒、
デパ地下や高級スーパーの青果売り
場に「国立ファーム」の常設売り場
が10数軒、デパ地下の惣菜売り場に
「農家の台所」の惣菜・弁当のテナ
ントを数軒出店して、年商が30億円
位になった頃には、機会があったら
欲しいという潜在需要がで上がり
ます。すると市場の仲卸さんたち
にお得意さんから「国立ファームの野
菜を仕入れたい」というオファーが
来るようになります。そして仲卸さ
んが仕入れ交渉に来てくれる事にな
ります。そこで仲卸さんの流通を利
用させていただくことで嗜好品野菜
の実需要を一気に10倍以上にするの
です。

嗜好品野菜の供給は一気には増え
ません。市場原理として実需要が一
気が増えれば価格は高騰します。そ
して嗜好品野菜の価格は2倍から5
倍以上になるのです。ネガティブな
農業生産者は「たとえ一時的に高騰
したとしても、すぐに下がるんだ
よ!」とおっしゃるんでしょうが、

「上がる」ではなく「適正価格」にな
るので下がりません。現状が
オカシイ! が基本思考なんです!
数百円で贅沢な思いができる数少な
い嗜好品なんですから。

そして将来、農業生産者に相撲の
ような序列が生まれるべきなので
す。序の口から幕下までの安心で廉
価な食糧を担う80%の生産者と、十
両から前頭の付加価値があり前者の
価格の1・5倍から2倍で取引され
る高価な食料を担う20%の生産者、
そして横綱・三役クラスの楽しむた
めに購買される価格が2倍から5倍
以上の超高価な嗜好品を担う1%の
篤農家が頂点に君臨するピラミッド
型の序列という構図を描きます。

お金と名誉とヤリガイを得ること
のできた1%の横綱・三役級農業生
産者が生まれれば、勝つために門を
叩く入門者も増えるでしょうし、現
在は序の口や幕下でキツイ稽古に耐
えている生産者たちにも希望を与え
ることになります。そして農業が魅
力ある力強い産業に生まれ変わるの
です。

やっとプレゼンの全容をご説明で
きました。プレゼン時間の15分でこ
れができていけば、僕が1000万円
もらっていたと思うんですが、今の
農業界ではまだまだ夢のような話な
んでしょうね!

国立ファーム株式会社

高橋
がなり
の

アゲツのオサ
田

~早く「虎」に変わるんだ!~

第27回

ブランドはあと2年で創り上げる!そして需要を喚起して値を吊り上げる!