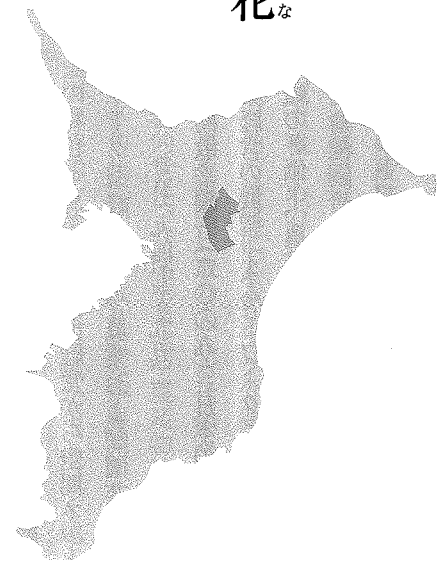


# 大槻 洋光 さん

千葉県  
株式会社 且千花 たちばな

## 企業経営手法を随所に駆使 農地取得して六次産業化



農業に企業経営の手法を取り入れて、積極的に経営展開すれば間違いなく成長産業となることを証明。しかも農業への参入を見事に成功させたのが、株式会社且千花会長の大槻洋光さんだ。「農業経営は面白い」という大槻さんは今、千葉県八街市で観光農場付きの農産物直売所を経営するなど、アイデア豊富だ。

### 異業種交流会でヒント

——経営感覚を取り入れ農業に積極的に取り組めば、農業がこんなにも生き生きするものか、ということを大槻さんは感じさせてくれますね。これはすごいことです。

大槻 「あんなだから、うまく農業経営がやれるのだ」と言われることがあります。しかし、その言葉はまったく

見当外れです。アイデアをめぐらせ、やる気を出せば、農業は誰でも経営的に十分収益を上げられますよ。農業経営って、本当に面白いです。

——これまで訪問販売の仕事など、いろいろなビジネスにかかわってこられ、最後に農業に行き着いた理由は？

大槻 ビジネスが生まれるきっかけというのは、ちょっとしたひらめきなのです。農業に取り組んでみようと思ったのも、たまたま東京江戸川区内の経営者らによる異業種交流会に参加していた時の話し合いの中から生じたものです。

——と言いますと？

大槻 私がそれまでかかわってきた訪問販売のビジネスも健康志向、安全志向の強い商品、具体的には黒酢、

化粧品、医療機器などを取り扱いました。私は販売を引き受ける際に必ず製造する企業と話し合いました。その商品の安全性や自然重視のものだということが納得できれば、販売を引き受けるやり方ですが、農業は、その安全ということと関係します。

——その異業種交流会でのひらめきとは？

大槻 私自身、安全なものへのこだわりもあって、日々、口にする野菜に関しても同じ気持ちを持っていたのです。たまたま交流会での話の中から、小松菜で漬け物をつくるビジネスを思いつき、東京都江戸川区の専業農家を紹介してもらって取り組んでみようと思いついたのです。

ところが小松菜を栽培する畑が必ず要だとか、いろいろなカベにぶつかり

ました。当然、予想されたことです。そのうち千葉県八街市や山武市で有機栽培をしている生産者と出会い、小松菜に似た品種の野菜がつけられることがわかって生産委託し、現在の株式会社且千花のブランド商品として売るきっかけがつかめたのです。

### ブランド品を早く登録

——今、且千花で販売されている主力商品「江戸菜」のことですね。

大槻 そうです。有機野菜の栽培農家は現在もおつきあいしている八人の生産者の人たちが、それらの生産者に野菜のタネを渡してつくってもらい、さらに自分で農業経営に関するさまざまなノウハウを勉強する時期は、苦労が多かったですね。今は大半を自社の農地で生産しています。



農産物直売の「北総大地」店で自慢の新鮮野菜を説明する大槻さん

Profile

おおつき ひろゆき

一九四二年東京都生まれ。六七歳。根っからの苦労人で、遊びごとほやらず仕事に興味という。小さい時からさまざまな仕事にかかわり化粧品セールスを頼まれたり予想外に好成績を記録。それを機に健康食品などの訪問販売ビジネスにかかわった。今は農業経営が面白く、七〇歳までは続けるという。妻暎子さんが旦那社長で、自身は会長。息子一人。

Data

株式会社旦那花  
一九八二年に前身のサンコープロダクツ株式会社を設立。三年後に株式会社旦那花に社名変更し、現在に至る。本社は千葉県八街市。東京都江戸川区に東京支社。資本金〇〇〇万円。パートナータイマー含め従業員七五人。自社農地二五畝。借地二五畝の計四〇畝だが、五カ年計画では自社農地の倍増を検討。地域雇用で高齢者雇用めざす。

——農業生産法人となり農地取得などを通じて、みずから野菜生産にかかわるまでは、旦那花は有機野菜栽培の生産農家に生産委託し、漬け物などの加工、そして販売だけを行う形だった？

大槻 企業だったので、自分の農地を取得できず、最初はやむなく生産を委託し、加工などはこちらがかかわっていました。言ってみれば農商工連携です。経済産業省や農林水産省が農商工連携を政策に打ち出すかなり以前から取り組んでいました。しかし、

農地取得で自社生産するようになってからは、レストランなど二〇〇〇社に新鮮な「江戸菜」野菜を業務用食材として販売しています。

——大槻さんのビジネス展開のすごさは、小松菜とは種類の異なる「江戸菜」をいち早く商標登録してブランド化したところですね。

大槻 農業も企業経営と同じで、先手、先手でさまざまな手を打つことです。この「江戸菜」は株式会社旦那花のオリジナル野菜です。

経営者の勘で、「これはいける」と判断し、商標登録しました。だから、誰も同じものを出荷できない、ある面で独占的な商品です。

——ブランド化のポイントは何？

大槻 ほかの野菜との差別化するため減農薬野菜として「ちばエコ農産物」の認定を取得したこと、計画生産で数量に不足状態を出さず信用を確保すること、根と外葉を外して見た目をきれいにするのは当然ですが、それ以上に洗浄には細心の注意を払い、洗浄後は冷蔵車と保冷車で納品するように徹したこと、価格に関してもいっさい値上げせずに一年中、「価格一定」を貫くこと——などです。

——販路開拓でも苦労されたとか。大槻 そこが企業家として発想の重要な点です。訪問販売などで培った

営業セールの経験をもとに、サンプルの「江戸菜」を持ってレストランなどの外食企業を一軒ずつ飛び込みで営業に伺います。お客さまに販売先を紹介していただく場合もあります。今は業務用食材としてホテルやレストラン、惣菜メーカーなどと直接取引し自社便で毎日配送しています。

### 市場流通に頼らず販売開拓

大事なことは市場流通に頼らないこと。取引は法人向け業務用の野菜が九〇%以上で、自分たちで開拓した取引先です。二八〇〇社ぐらいにまで増やしたいですね。

——そこが一般の農業生産者と違う点ですね。一般の生産者は自作の野菜が市場流通の需給関係に振り回され安値に泣かされたりします。

大槻 せっかくなつくった農産物を市場流通でコスト割れなどにしてしまうのはバカらしいことです。企業経営の発想からいけば考えられないことです。農業が主導的に価格をきめるばかりか、収益をあげる努力をすべきです。

——大槻さんの今の取り組みは、第一次産業主導の六次産業化ですね。

大槻 当初は農商工連携でスタートしました。しかし、農業生産法人を取得し農地取得に弾みがついてからは、

第一次産業の農業を中心に第二次産業の加工などにかかわり、そして第三次の業務用の営業取引、さらに農産物の直売所経営で仕上げです。最初から最後までかかわることがビジネスの発想です。市場流通といった他人任せではリスクを伴います。

### 農業生産法人取得では苦勞

——大槻さんは企業経営経験があるので、農業生産法人取得が大事だと？  
大槻 経営規模拡大に伴って生産委託ではまかない切れなくなる、との判断が当初からあり、農地取得を決意しました。ところが、そのためには農業生産法人であることが必要だとわかって、二〇〇五年に法人取得するまでは言い知れない苦勞がありました。企業の農業参入をどんどん進めるべきなのに、そこが大きなカベですね。

——当時、どういった苦勞が？

大槻 株式会社とか有限会社であっても、過去三年間、農業者と同じ仕事をしている必要があります。しかも、売上高の五〇%以上が農業関係という制約をクリアしてはならないのです。

企業が農地取得後に転売したりすると農業生産に影響が出るため、それを避けるための規制です。しかしわれわれのように農業生産に意欲を示

す企業にとつてはここがネックです。企業の農業参入意欲をもっと評価してほしいですね。

——晴れて農業生産法人になってからは農地取得も意欲的に？

大槻 最終的な認可は、且千花が「江戸菜」というブランドで帝国ホテルなどに業務用で納入している直販の実績が販売力という点で評価の対象になったようです。

法人認可で農地取得できるようになったのはうれしかったですね。五年前には八街に一一畝の農地を取得しました。その後、農地を買い進め、今では野菜生産のトータルの耕作面積は四〇畝に及んでいます。ハウス栽培は一三〇棟です。

### ユニーク農産物直売所も経営

——ところで、且千花という名前の由来は何ですか。

大槻 いい名前でしょう？ 実は、私が訪問販売で全国を歩いていた際、京都のお寺でお坊さんにたまたま書いてもらった言葉なんです。且は明日や未来という意味があります。「且千花」で明日に千の花が咲くという意味になります。語呂もいいし、使わせていただきたいとお坊さんに申し上げたら、「いいですよ」とお返事をいただいたのです。

——ぜひ、お聞きしたいのが農産物直売所「北総大地」についてです。六次産業化の仕上げ部分ですね。

大槻 一種の農業生産者のアンテナショップです。市場流通で安く買いたたかれるよりも、有機野菜の栽培農家などの人たちが、自分たちで利益を確保できるようにと、顔の見える旬の野菜を直売する店をつくらうと考えたのです。

且千花の「江戸菜」をはじめ自社生産品のほかに、農家のみなさんの販売コーナーを設け、自由に売っていい場所を提供しているのです。ただし条件をつけています。

——と言いますと？

大槻 三五人の農業生産者が出品していますが、B級品や自分の農地で出荷できなかった残り物などはご法度です。そして売らんかなと安値で売ることもしません。

味で勝負してください、と言っていきます。経営サイドの且千花はその代わり、販売手数料一五%プラス還元ポイント代一%、シール代各一%の計一七%をいただくやり方です。おかげさまで、なかなか繁盛しています。今年二月にスタートしたばかりですが、初年度の取り扱い目標は六千万円です。

——その考え方はすばらしい。大半の直売所のビジネスモデルと違って「北総大

地」には企業経営者の発想がありますね。

大槻 そう言っていたくとうれしいです。農業生産者は失礼ながら市場流通を優先するため、一般の直売所には市場向けで余った農産物を直売所に置くというやり方が目立ちます。企業経営者の立場で言えばそれはダメです。

「北総大地」では旬の新鮮な自慢の野菜を売るビジネスで臨んでいます。

——直売所「北総大地」のそばには観光農場もつくっていますね。

大槻 ビニールハウスなどを設置し、ナスやトマトの収穫体験をしてもらえるようになっていきます。将来的に貸し農園も提供したいと思っています。農業の面白さを知っていただきたいのです。

### 農業にはビジネス感覚が大事

——最後に、今の農業の現場の生産者へのアドバイス。

大槻 日本の農業は行き詰まっているという話をよく聞きますが、私は信じられないですね。私自身、やることがいっぱいで困っているほどです。

要は、企業家の発想で農業に取り組むことです。ビジネス感覚が大事です。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)