

■高橋さんにお聞きします

6次産業化を目指す生産者に寄り添う人材として心がけていることはなんですか？



「やはり6次産業化に取り組む農家さんは、意欲の高い方が多い」と語る高橋さん

高橋さんの31歳という年齢、コンサルタントとしてはかなりの若手だ。「変な話、こんな若造が経営のことで能書きをたれても誰が話を聞くんだろう、と私自身が思っていました。」と高橋さんは謙虚に話す。6次産業化の案件でサポートを行っている農家や企業は30軒近くと多忙な日々を送っている。支援先の内訳は、5割が果樹園、4割が野菜、1割が養鶏。6次産業化については、すでに認定された農家が7割、残り3割がこれからだ。支援先のほとんどが、「高橋と言う面白い奴がいるから、一回相談しにいつてみては」と生産者間で評判が伝わり、直々に指名されてきたのだとか。声をかけてきた各生産者と、高橋さんは一体どのよう

にコミュニケーションをとっているのだろう。

「基本的に、私は農家さんのことを否定しません。ダメだと言うと、そこで止まってしまおうので、『まずはちよつと作ってみたら』などのご提案します。」と高橋さん。実際に試作してもらい、結果として周囲の評判が芳しくなければその時点で、ではほかのものを考えましようか、と誘導していく。「いきつ、もどりつ。ちよつと時間がかかりますけれど。」と言いながらも高橋さんがそのスタイルを固持するのは、「農家さん自身に気付いてもらう。」農家さん自ら動いてもらう「ことを念頭に置いているから。ゆえに、バイヤーや消費者の反応を生産者自身が感じ取れるよう、展示会や知人を活用して声の収集に努める。

高橋さんのこだわりは、プレス・リリースだ。生産者が自身でプレス・リリースを各メディアに発信することで、取材に来てもらうチャンスを獲得するという。自分でおもしろいと言うのでなく、第3者からおもしろ

と評価されて初めてブランドは確立する。その評価を積み重ねるためのプレス・リリース。農産物そのものだけでなく生産者の哲学や姿勢、キャラクターを出せば、生産者の名前自体がブランドとなる。そうしてステイタスが上げれば、ゆくゆくはプレミアムな加工品までも販売できる力が得られるという。

もともと種苗会社におり、大根1本を作る苦労をよく知っているのが高橋さんの強みだ。農業のつらさを共感してもらえるため、生産者は胸襟を開く。また個人の農家の場合、確定申告書を見せることは、家の所得を全てさらけ出すことに他ならない。大切なのは、この人に見せても他人に言わないだろうと申告書を託してくれるほどの信頼関係を築くことが大切、と高橋さんは心得ている。



今まで冷凍に向きとされてきた軟弱野菜も見事な状態で冷凍に成功。葉や茎がバラバラなままなので、適量を調理にまわすことができる。



加工場では、サラダ用水菜の寄り分け作業中。やまと小町サラダ茄子をはじめ生食用野菜は今ブームだ。



規格外品のため出荷できないなすをジャムに仕立てた。珍しさと甘みを控えた大人の味が好評だ。



特集

専門家の支援で発展する
6次産業化の取組

■お二人が語る農業の今と将来
農家が安心できるために必要なのは
「出口」の確保、そしてステップアップの可能性



商工会議所のセミナー講師をはじめ、組合の野菜をアピール出来る機会は逃さない杉本さん。

6次産業化において、ともすれば新商品や加工品の開発に重きを置きがちだが、**最終的な販売先を事前に定めておくのは何よりも重要である。**野菜で言えば八百屋やレストランといった販売先、いわゆる「出口」の確保は、丸広出荷組合では杉本さんが一手に引き受けている。

「すべて僕が売ります。その点は心配しないでいい」と語り各農家を安心させてくれたのは、自ら農業を営みながらも、組合の代表として日々いそしむ営業活動の賜物だ。また、サポート役の高橋さんも、出口あつての農業だというポリシーに則り、販路開拓に余念がない。そもそも高橋さんは中小企業診断士の資格を持ち、日頃より他業種の人々と交流を

深めている。八百屋やレストラン側から創業相談をもちかけられることも多く、両者をうまくつなぎ合わせるには、双方ともに満足してもらえざるを得ない。関係を目指す。サポーターに必要なのは、やはりコーディネート力。「事業者同士、その方にある人をきちんとつなげていくこと」と、高橋さんは語る。

広陵町の農業について、「10年後のイメージは？」と高橋さんが尋ねたところ、杉本さんは「この組合であれば、今の農家さんの半分は居ませんね……年齢的に不可能でしょう。」と厳しい見解を述べた。それでも、若くして参入する就農者は少なからず存在している。彼らへ期待を寄せているからこそ杉本さんは、5年先には6次産業化を成功させようとする高いモチベーションを崩さない。5年先、10年先、広陵町の農業にどのような選択肢が突きつけられようとも、さらなるステップを踏めるよう、経済面を含めた環境基盤を整える必要があるからだ。今、広陵町を代表する新たな一大勢力となりつ

つある商品、やまと小町サラダ茄子もそのための手段。若き就農者に魅力を感じてもらえる付加価値の高い野菜を積極的に手掛け、同時に広陵町の農業がさらなる発展を遂げることを杉本さんは願ってやまない。そこへ、自らを「寄り添い型」と評する高橋さんが細やかにフォロー。華麗なる連携プレーだ。

正直なところ、当初は高橋さんの必要性を特に感じなかったという杉本さん。しかし多様な事業展開を進める上で、高橋さんのノウハウが必要不可欠だとすぐに見抜いた。農家の人々に理解しやすいよう**上手く説明や伝達ができるのも、高橋さんの魅力だ。**それを受けて、「杉本さんには人を巻き込む魅力があり、それでうまく回っているのです。そんな杉本さんに、私の存在が必要だと気付いていただけたのがありがたいです。」と高橋さんは述べていた。町や人の幸せに心を砕く彼らの存在が、6次産業化の成功を堅固なものにしていく。



Profile-3

杉本 雅照
(すぎもと まさてる)

1958年、畜産を営む家に生まれる。跡を継ぐべく奈良県農業大学校畜産科に在学中、父親が病に倒れたため家業が続かず、やむなく進路を変更。土木業、運送業、農業と幅広く事業を展開する。2004年より農事組合法人丸広出荷組合の代表理事となり、農家の収入向上等を目的として組合の法人化を推進。広陵町の多様な野菜と、料理の専門学校で磨いた腕を活かし、将来は農家レストランを手掛けるのが夢。

Profile-4

高橋 太一郎
(たかはし たいちろう)

1981年生まれ。高橋アグリビジネスクリニック代表、農業経営コンサルタント、中小企業診断士。近畿大学農学部卒業後はタキイ種苗株式会社入社。困っている農家が相談できる場を作るため27歳で独立、農業の知識と中小企業診断士の資格を活かしてコンサルタントに。豊中商工会議所の経営相談窓口で研鑽を積んだほか、現在は近畿大学で非常勤講師を務め、コンサルタントの意義や農家の視点を学生へ伝える。