

“持続可能な農産業を実現し、生活者を豊かにする” 産直流通のリーディングカンパニーとして

株式会社農業総合研究所 代表取締役会長CEO 及川智正

「持続可能な農産業を実現し、生活者を豊かにする」をビジョンに掲げ、全国の都市部を中心としたスーパーマーケットで『農家の直売所』を運営し注目されています、株式会社農業総合研究所 及川代表取締役CEOよりご寄稿をいただきましたので、ご紹介します。

はじめに

みなさま、はじめまして。株式会社農業総合研究所の及川智正です。私は大学卒業後、会社員を経て、農業の生産と販売の双方に従事し、2007年に和歌山で当社を設立し、生産者と都市部のスーパーマーケット（以下「スーパー」）等を直接結ぶ「農家の直売所」事業をスタートしました。起業時のエピソードなど、様々お伝えしたいところですが、今回は弊社の事業について、説明させていただきたいと思います。

これまでにない 新しい農産物流通

当社は一言でいうと、「産直流通のリーディングカンパニー」です。物流・IT・決済のプラット

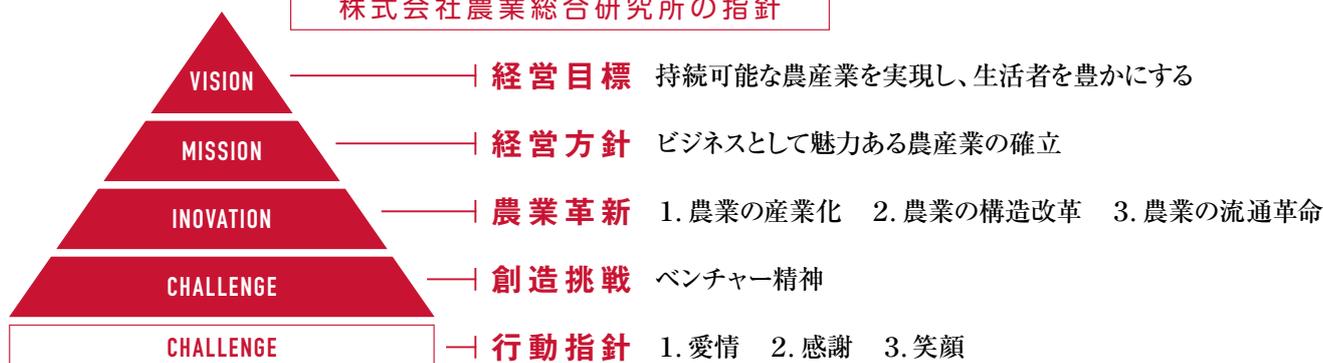
フォームを独自開発し、全国の生産者と小売店（主にスーパー）にこれらのプラットフォームを開放し、「産地直送の顔の見える農産物流通」を実現しました。

創業から9年目には農業ベンチャー初の上場を果たし、11年目には取扱高が100億円を超え、農産物の市場外（産直）流通を手掛ける企業として、業界内外から注目していただきました。現在は、日本郵政やJR東日本、A-FIVEとの資本提携や、日本航空や佐川急便など様々な企業、機関と積極的に提携を行っています。農産業を盛り立てるべく、それぞれの持つリソースを活用し、事業を拡大しています。

ビジネスとして魅力ある 農産業の確立

農業は作って終わりではなく、販売して生活

株式会社農業総合研究所の指針





者に食べていただくまでの仕組みを作ることが重要です。また、すべての生産者が公平に競争しながら続けられる、頑張った人が成長できる農業の仕組みづくりに貢献したいと考えてい

ます。

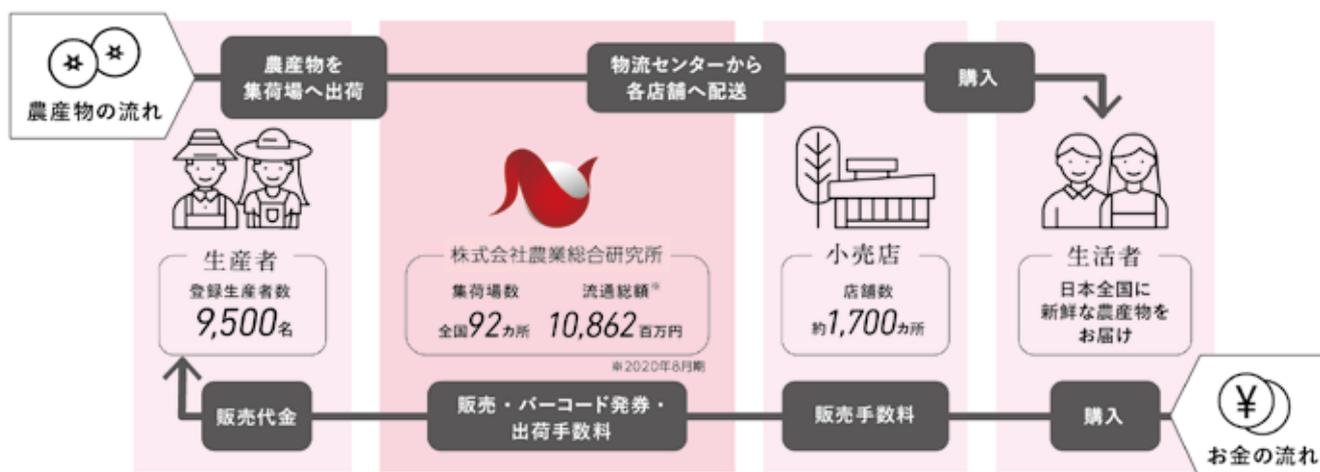
当社のビジョンは「持続可能な農産業を実現し、生活者を豊かにすること」です。

そしてこれを達成するために、「ビジネスとして魅力ある農産業を確立」を実現していきます。具体的には「農業の産業化」「農業の構造改革」「農業の流通革命」の事業化をしていきたいと考えております。

農家の直売所

当社のメイン事業である「農家の直売所」は、

「農家の直売所」フロー（プラットフォームの仕組み）



1 集荷場に商品を持ち込む



2 タブレットに商品・店舗・価格を入力



3 専用バーコードシールを発券



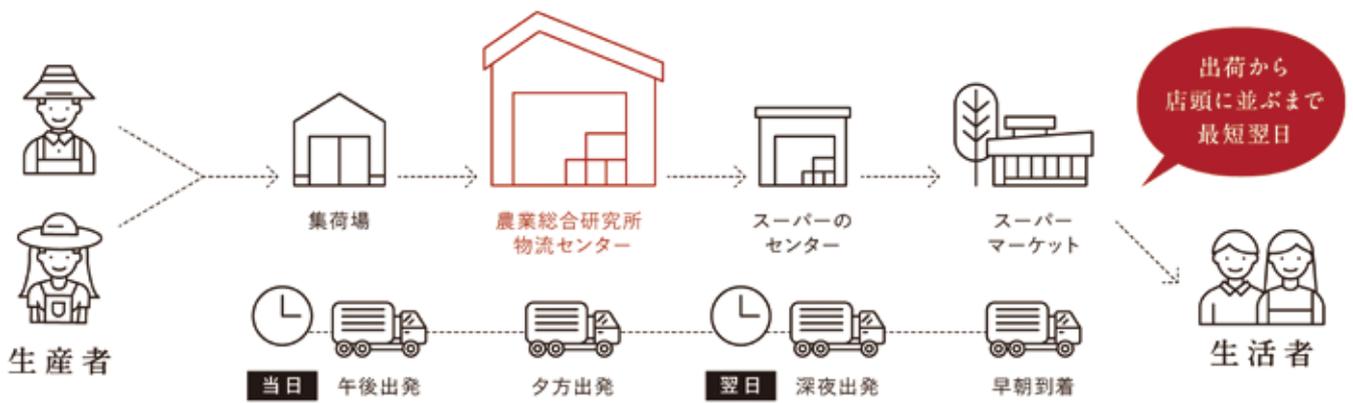
4 袋詰めした商品に専用バーコードを貼る



5 出荷したい店舗の前に商品を置く



6 最短翌朝には店舗に陳列される



生産者のメリット

- 販路拡大による所得増加が期待できる
- 品目・規格・数量など自由に決めて生産できる
- こだわりをもって生産した農産物を“顔の見える”形で生活者に届けることができる

スーパーマーケットのメリット

- 産直コーナーを低コストかつスピーディに導入することができる
- 集客効果による店舗全体の売上が期待できる
- 商品供給、生産者管理、決済業務などの手間を省くことができる

新鮮な農産物（主に、野菜・果物・花・米）を都市部のスーパーマーケットを中心としたインショップ形式の直売所で委託販売するプラットフォームで、生産者が主体的に農産物を流通できる仕組みです。現在、全国約9,500名※の生産者に登録いただき、全国92カ所※に農産物を持ち込む集荷場を設けています。

これらの集荷場から、東京・名古屋・大阪にある当社の物流センターを経由し、都市部のスーパー約1,700※店舗へ最短1日で配送する、物流を構築しています。

（※2021年3月末現在、直営・提携含む）

生産者にとっては農産物を規格にとらわれず自由に生産し、自ら販売価格や販売先を決めて出荷することにより、所得拡大につながり、生活者にとっては、生産者の“顔の見える”安全安心な商品を購入でき、そして、スーパーにとっても他店との差別化など、弊社も含めて、四方良し

のプラットフォームとなっています。

農家の直売所の特徴である、ITプラットフォームでは、生産者毎に、日別・月間の売上、各スーパー・店舗毎の売上、スーパー毎の出荷品目や出荷量、店舗毎の立地、他生産者の販売価格や市場仕入れの販売売価等、様々な情報を得ることができます。これらを通じて、生産者はメーカーポジションで考えることができ、努力した分だけ収益を上げることができます。また、専用アプリを通じて、お客様からの「ありがとう」がダイレクトに届く仕組みも構築しています。

そして、物流においては、アウトソーシングと自社センターの活用により、原則翌日の朝までにスーパー店頭へ届ける※、物流を構築しています。このことにより、鮮度と熟度の高い商品の提供が可能となります。

（※一部産地除く）

産直卸事業をスタート

市場流通は地域を拠点に大量・安定供給ができる一方で、生産者の想いやこだわりが店頭で見えにくい面があります。そこで、市場外（産直）流通を担ってきた当社が連携することで、より付加価値を提供できると考えました。

実際に当社のスタッフが、産地に足を運び生産者と対話し、農産物の安全性や品質に関する当社独自のブランドマークを付けるなど“小売店舗で生産者の顔が見える”販売支援を行って

います。この事業を「産直卸」と名付け、2020年10月より本格的にスタートさせました。

「農家の直売所」事業は委託販売事業ですが、「産直卸」事業は当社が生産者等から買い取り、小売店に販売する形となります。「農家の直売所」で構築した物流インフラと、スーパー等の小売店との直口座取引、そして全国の産地ネットワークを最大限に活用し、この「産直卸」事業を加速させていきたいと考えています。



商品の付加価値を見える化（ブランディング）

農総研の卸売商品専用のオリジナルデザインです。POP、パッケージデザインで「商品の付加価値を見える化」します。イメージを統一することでブランドを確立。売り場での一体感が生まれ、お客様の目にも留まりやすくなり、選ばれる商品に。

□ パッケージ



□ POP



□ レシピ



豊作貧乏をなくしたい

どの業界、産業でも相場変動はつきものですが、特に農業はそれに左右されやすく、豊作貧乏、まさに「たくさん作っても、儲からない」という事象が起こります。私たちはこの、豊作貧乏をなくしたいと考えています。例えば、

1. 生産前から需給バランスを管理
=需要に合わせた生産
2. 余剰分は市場へ流通させない
=貯蔵、加工、輸出等にて対応
3. 野菜や果物をより多く食べてもらう
=需要の喚起を行う

など、方法はたくさんあると思います。私たちは、「農家の直売所」をベースに「産直卸」事業など市場外（産直）流通を拡大し、そして、相場価格形成力を高めていきたいと考えています。市場内外を組み合わせるにより、物流、商流、システム等効率化を図り、コスト削減し、青果流通を見える化することにより、公平・公正な流通を構築し、需給を最適化できると考えています。

将来的には市場流通、市場外流通、全ての農産物流通に関わるにより、需給バランスの管理を農業総合研究所が担っていくことを目指しています。

しかしながら、そこに辿り着くまでには、乗り越えなければならないステップがあり、また、私たちだけではできないことであると、認識しています。そのためにも、様々な企業や機関、そして市場等との提携を積極的に進め、農業界を牽引していきたいと考えています。

最後に

ここまで、弊社のビジネスモデルを説明してき

ましたが、設立時のスタート資金は現金50万円だけ、ビジネスモデルなし、仲間なしの何もない起業でした。しかしながら、日本をそして世界を良くしていく為には、農業流通を真剣に考える会社が必要だという考えと、農業を本気で良くしていきたいという気持ちが誰よりも強かったからこそ、今日まで会社を継続することができたのだと思っています。

Passion for Agriculture～農業に情熱を～
私たち農業総合研究所の合言葉です。これからも農業に情熱を燃やし、農業が衰退しない仕組みを、生産者と生活者の皆様とともに確立していきます。

及川 智正（おいかわ ともまさ）



1975年、東京生まれ。東京農業大学農学部農業経済学科卒業。(株)巴商会入社後、結婚を機に和歌山県で新規就農。3年間、きゅうり、ねぎ、米を栽培。2006年、エフアグリシステムズ(株)関西支社長就任。1年間、大阪千里にて青果店を経営。

2007年、農業総合研究所設立(代表取締役就任)。2016年6月、農業ベンチャー初の上場を果たす(東証マザーズ:証券コード3541)。2019年11年より、現職。