

往復書簡(後編)

福島県で合鴨農法によるお米の栽培をしている須藤Bond亜貴さん(有限会社すとう農産 取締役)に、6次化商品の開発や販路開拓などについてお話しいただきました。

拝啓 高木 勇樹様

春寒次第に緩み、一雨ごとに春の息吹が立ち込めてまいりました。皆様ますますご壮健のことと存じます。

今日注...3月上旬に執筆の会津は、日中も気温マイナス3℃という寒さですが、日の長さ、強さから厳しい冬もそろそろ終わりを告げようとしているのを肌で感じます。

さて、お返事ならびにアドバイスをありがとうございました。高木様の「需要があるから生産する」のお言葉をいただき、私は意識としてまだまだ「米という素材があるから開発する」プロダクトアウトの域を出していないことを実感しました。

「理念」↓「戦略」↓「企画立案」↓「実践」の順に進むのが理想的な事業の進め方だと思います。

父の理念は「土を命とし。」でした。力強く、人のみならず環境をも包み込む広い視野の良い理念です。そして、そこをベースにアイガモ農法や顧客への産直販売をしていました。しかし、原発の問題で消費者の皆さんが安全性に不安を抱えました。そこで、新たな活路として、「可能な範囲でできるだけ安全な素材を使って、皆さんがワクワクできる食材を提供する」との想いで6次化商品の開発・販売に取り組みしました。

先日、ある商社さんから弊社で開発した「カレーのお米」についてコンピニエンスストアのカタログ掲載のお話を頂きました。「カレーのお米」は減農薬で、カレーに合うようにハーブを調合したお米です。価格等の条件も弊社にとつて厳しすぎず、こちらは数も出せる自信があります。リスクも、瓶詰の商品であるため、瓶を購入する資材的リスク程度のものです。しかし、このお話を進める上で、私の中で心理的葛藤があるのは否めません。それは商社さん、コンピニエンスストアさんが非常に大手であるため、「少量で高品質な物を、産地直送で消費者さんにとつて手

に取りやすい価格で」というスタンスを続けていた先代の父のラインからずれてしまう事です。

現在まで私が開発した製品は、地域の本屋さんや東北の良いものを集めたセレクトショップ、アパレル系のライフスタイルショップで取り扱ってもらっています。そこには顔の見える関係、製品の手触りや生産者の息遣いが伝わる広報力が感じられたため、それほど迷いはなかったのですが、マスマーケットに参入してしまう事が父の築いてきた「信頼」と「高品質」のイメージを崩してしまうのではないかと一度崩してしまつたイメージはもう取り返しがつかないのではないかと不安が先走るのです。私の中で父の影響は大きいので、同じ方向性では経営が難しいと分かっていながら、無意識にそこに添おうとしてしまう点があると気付きました。

ニーズ第一。高木様がおっしゃる通り、そこに回帰すべきだと感じました。経験する前に踏みとどまっていたは、何も変える事はできません。弊社の商品を面白いと思ってくださったバイヤーさんの感覚を大切に、バイヤーさんと更に協議しながら販路を共に作っていく、販路創生の下支えをする、そんなスタンスを創り上げていくことが今の私には必要なことかもしれません。

平成29年3月吉日

須藤Bond亜貴(すとうボンドあき)

1976年 福島県北会津生まれ
2014年 有限会社すとう農産入社

福島大学大学院修了後、ポーランドに渡り、国立アダム・ミツキエビツチ大学日本語講師、メディアエーションズ・ビエンナーレ・アジア・コーディネーターを経て帰国。有限会社すとう農産 取締役、農業女子グループ「みけつかみ」代表。



敬具

拝復 須藤 Bond 亜貴 様

東京では、路地に入ると風に運ばれてくる梅・沈丁花のかすかな香りが、春間近を感じさせてくれる今日この頃です。冬の厳しい御地では、長い冬を耐えた野の花も山の花も、一斉に咲き誇る華やかな春をやがて迎えられるのではと思います。

父君の「土を命とし。」の経営理念はすとう農産ある限り、御社の基本であり続けなければなりません。

わが国には百年以上続く「老舗」があります。この「老舗の経営理念」は現在でも、その企業の経営理念として生き続けています。

私の理解では百年以上前の「経営理念」に普遍性があつたからだと思います。

父君の「土を命とし。」は同じ意味で何百年先にも生き続ける経営理念だと確信しますので御社の経営理念であり続けなければならないと申し上げたのです。

百年以上も続いた「老舗」の勉強をすべてしたわけではありませんが、何故続いたかには共通点があるように思います。

時代・環境を見極め、つまり需要の変化に柔軟に合わせながら、常に「経営理念」の基本と原点との整合性を確認しつつ事業展開をしてきたということです。

「カレーのお米」についての話を進める上で心理的葛藤がある、それは相手が商社、コンビニ大手で、少量で高品質なものを産地直送で

消費者さんにとって手に取りやすい価格で」という、先代の父のラインから外れてしまうからだと言われ、葛藤の背景を分析されています。そして「高品質」のイメージを崩してしまうのではないかと、一度崩すと取り返しがつかないことになるのではと不安を吐露されています。

御社の「土を命とし。」の経営理念を基本に、持続性のある事業展開をしていくにはどうしたらよいか、ここでちよつと立ち止まって、先

ほど申し上げた「老舗」のことに思いを致してみたいかがでしよう。必ず、不安解決のヒントが見つかるはずですよ。

ご上京の折あれば、私やわがスタッフとともに、御社の「不安」をテーマに自由な議論を試してみたいとも思います。

是非、事務局にご連絡ください。

平成29年3月吉日

高木 勇樹（たかぎ ゆうき）

- 1943年 群馬県生まれ
- 1966年 東京大学法学部卒後農林省入省、食品流通局砂糖糖類課長、大臣官房企画室長などを経て、食糧庁管理部長、畜産局長、大臣官房長、食糧庁長官などを歴任
- 1998年 農林水産事務次官、2001年退官
- 2002年 農林中金総合研究所理事
- 2003年 農林漁業金融公庫総裁、2008年同公庫退任
- 2007年 NPO法人日本プロ農業総合支援機構副理事長
- 現在、NPO法人日本プロ農業総合支援機構理事長などの立場から、わが国の農業・農村の活性化、食の問題の解決に向けた活動に尽力

