

第1回「未来へのことだま」報告書

農大愛好会

はじめに

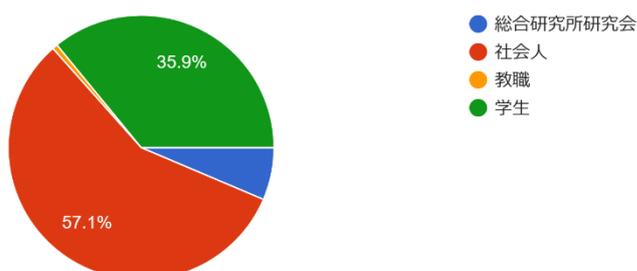
web セミナー「未来へのことだま」は、経営現場の最前線で活躍される経営者から、将来、経営者を志す学生や社会人に向け、経営現場や経営ノウハウを直接伝えていただける貴重な機会の提供を目的として開催された。本セミナーの開催には、「農業・関連企業のイノベーション部会」様や農大卒業生を始めとする多くの方々の協力の基、開催されている。経営者を目指す一農大生として感謝申し上げたい。なお、本学には将来、農林業、食品加工、酒造、造園など多種多様な業種の経営者を目指す学生が多数在籍している。こうした学生が集まり、経営者を目指す学生のコミュニティに農大愛好会がなることで、更なる大学の活性化に繋がることを願う。活動の一環として、今後も「未来へのことだま」は開催していきたい。

エントリー

今回は総勢 156 名のエントリー、当日は約 130 名が参加した。エントリー内訳は社会人が最も多く、全体の 57.1%を占めた。続いて 35.9%が学生となった。総合研究所会員内訳はイノベーション部会所属が 5 名と最も多く、他には農薬部会、事務局の方がエントリーした。

企業の内訳は多岐にわたっており、農業関係企業だけでなく異業種や他大学関係者もみられた。また、農業分野のみならず、食品産業や経営学などの専門分野からの参加者もみられた。今後、このコミュニティが異業種間における新たなビジネスチャンスの形成やアイデア共有の場として活用されていくことを願う。

参加者の多くは Facebook を始めとする SNS を通して本セミナーを知ったことがアンケートを通して明確になった。発信した情報を講師はじめ関係者に共有いただくことが参加者の増大につながると考える。次回開催では、この点を理解し参加者の増加に努めたい。



法人のあゆみ

明治 32 年前田金四郎氏（1 代目）が本別町に入植
昭和 12 年馬鈴薯澱粉工場を創設者から引き継ぎ操業開始（2 代目 美次氏）
26 年前田農産食品合資会社を設立（現前田農産食品株式会社）
45 年前田芳遊氏入社（3 代目・前代表取締役社長）
47 年馬鈴薯澱粉工場閉鎖、畑作専業（16ha）開始
59 年小麦乾燥施設建設（自家小麦の乾燥開始）
平成 4 年小麦乾燥施設増設
11 年前田茂雄氏入社（4 代目・現代表取締役社長）
17 年小麦粉の流通と販売を目的とした、（有）十勝太陽ファームを設立
20 年小麦乾燥施設に調整ラインを増設、生産者の顔のみえる小麦粉を販売開始
22 年従業員 2 名雇用（農の雇用事業活用）

要約

第 1 回「未来へのことだま」では、前田農産食品株式会社（以下前田農産）代表取締役社長の前田茂雄氏にご講演いただいた。前田農産は北海道本別町で従業員数 13 名を雇用し、耕地面積 140ha という広大な土地で小麦やポップコーンを栽培している。前田氏は 4 代目として就農し「私達はお客様と共に種をまき、共に育ちワクワク感動農業を実践します。」を経営理念に掲げ、農作物に付加価値をつける畑作付加価値型農業を実践する。

学生時代は本学農業経済学科で学ぶ傍ら、テニス部に所属し活動に打ち込んだ。卒業論文では①付加価値を高めることの重要性、②労働力不足による機械化の必要性、③生産者情報の公開を訴えたが、現在ではこれらは農業界のトレンドとなっている。また、大学時代に学内で出会った女性が現在の奥様で、現在は常務取締役を務めるなど文武両道の学生時代だったようだ。大学卒業後は渡米し、大規模農業を目の当たりにした。この経験が後に、前田氏の活躍に繋がっている。

1899 年に前田氏の曾祖父母が岡山から入植し開拓が始まる。当時は、1600ha の土地を所有する大地主であったが、戦後の農地解放により 6～8ha にまで減少した。祖父と祖母は戦時中に馬鈴薯デンプン工場を運営するも、製造ノウハウはなく人海戦術で経営していた。前田氏の父である前田芳遊氏（農業経済学科卒）（以下芳遊氏）は農地の大規模化を実現し、耕作面積を 8ha から 70ha まで拡大した。また、トウモロコシ 3 万坪迷路の発案、町おこし等にも努めた。17 年間も続いた芳遊氏発案の迷路イベントは形を変え、現在でも受け継がれている。イベントを通し、今も昔も変わらないことは「交流と出会いの場づくり」であることだ。「唯一生き残ることができるのは、変化できるものだけだ。」というダーウィンの名言

に裏打ちされるように、消費者に提案する農業や環境づくりが、町のこしになっていくと語る。

前田氏は農業全体の課題に関して、人口が減少していく中でさらに少なくなる生産人口で現在と同じ農地面積を支えていく必要があり、本別町では1人あたり現在の6倍の農地を管理しなければならないと訴える。これから先20年を見据え、生産性の向上(土地の集約化、各生産者の規模拡大、ロボット化)、仕組み化(農場 Global GAP、HACCP、ISO)、付加価値の創造(人材育成、地域資源の利用)、顧客づくり(輸出を含め マーケットインさせる)これら4点が重要になってくる。ここ前田農産で行っている事例としてITの活用を紹介する。前田農産ではGPS自動操舵を利用して、誰でもボタン一つでトラクターの正確な直進を可能とし、作業を昼夜問わず行えるようにしている。また、レーザー式生育センサーは、作物の葉緑素をセンシングして目標収量に必要な施肥量を計算し自動的に施肥を調整してくれるものだ。この機械によって耕地全体での生育にムラがなく、どこを収穫してもタンパク質含量など品質を統一できるようになっている。仕組み化については、安全で持続可能な農業を保証する Global GAP、安全な食品加工を保証するポップコーン工場の HACCP を取得している。また、GAP は農業生産管理面では、整理整頓することから見える化を可能にし、誰でも同じように作業を行えるようになっている。「夕礼が仕事の始まり」ということで前日の作業終了時にミーティングを行い、明日の作業スケジュールを全員で共有し、翌朝からすぐに作業に取り組める体制を整えた。

前田氏は中小企業家同友会・農業経営部会に加入することにより、農業の新技术から法人化、GAP、HACCP、6次化、販路開拓、農業環境、農業政策に至るまで、農業だけでなく経営全般について学ぶことができる環境に身をおき、さらに自らの意見を発信し、仲間の意見を吸収することを積極的に行っている。

前田氏は北海道の農業の課題は大きく分けて2つ挙げた。その一つは地域から食文化を作ることだ。地域から食文化を作るためには、食文化を生み出せるように農作物を生産する必要がある。そのため前田農産が行っている事例として、小麦キャンプや収穫体験を実施することで食文化を発信している。また、小麦は育種、生産者、製粉会社、パンや菓子職人など多くの方が携わることによって消費者に届けられるバトン・リレーの作物だとしている。そのため、パン職人の方と一緒に種まきをすることで生産、販売、品質のアフターフォローを共有し、共に食文化を作っているという共通認識を養うイベントや小麦に関わる人全員が孤立することなく集い、さまざまなイベントを通じて交流し、地域が一体化するような活動を実施し続けている。代表例として、5haの圃場にGPSを活用して、ひまわり迷路を作り、先端農業技術であるGPSの凄さを一般の皆さんに体験してもらうイベントを開催している。また、北海道農業の課題である冬季の雇用、仕事の創出についても考えている。働き方改革を含め、雇用の波を解決したいという願いから、前田氏はポップコーン事業を思いついた。アメリカ留学中に見つけた電子レンジでチンするだけで食べるポップコーンの国産化に挑戦したが、初年の2013年は、氷霜のために14tを全量廃棄せざるを得なかった。こ

の問題の解決のため、2014 年秋、アメリカ最北端のポップコーン農場にて栽培を学ぶ。さらにナーサリーを訪れて品種を探し、水分、固さ、色艶、乾燥、ロス率、ストレス、作業手順、機械の調整、残渣の処理、などのあらゆることを学んだ。それにも関わらず、翌 2015 年はポップコーンが割れ、茎葉が倒れるなどした。この原因の 1 つは寒さであることが分かったため、対策として生分性マルチを張り保温対策を講じた。もう 1 つの原因は加工工程での過剰な乾燥であることが分かったので、水分対策としてポップコーンを規格外コムギと混ぜ合わせて乾燥する「穀物混合乾燥方法」によって、湿度を一定に保ち、割れとカビを防いだ。その後コムギとポップコーンを完全に分離するラインも自社に導入した。そして 2016 年には、国産として初の電子レンジポップコーンが誕生し、北海道知事賞を受賞するに至った。発売初年の 2016 年には 8 万個を売上げ、翌 2017 年には卸売業者や販路に力を入れた。2018 年には HACCP や G.GAP を取得することにより生協関係の販路も獲得した。昨年度(2022 年)には合計 86 万個を売り上げ、今年度(2023 年)は 100 万個に到達する見込みである。また、ミリオンポップスマイルプスマイル PJ2023 と題してアメリカにも輸出する予定のようだ。アメリカ人の 1 人当たりの年間ポップコーン消費量は 40 ℓ もあり、世界最大のマーケットに日本らしい味付けで挑戦する。輸出を視野に入れ Japan-Wasabi(信州わさび) 味を 2024 年に発売予定だ。また、地元の子供たちのキャラメル味への熱いリクエストに応じて、十勝ミルクキャラメル味も 2023 年 6 月に発売予定である。新しいフレーバー作りは北海道酪農学園大学との共同開発のもと行ない、「私たちが分からないところは人とコラボしながらいいものを作ろう」というスタンスで活動している。2024 年からは「ご当地シャカシャカ」と称して、各地の名産品とコラボしたフレーバー(紀州の梅カツオなど)にも多数挑戦していく。また、モンスターや野球チームなどの他コンテンツとのコラボパッケージは既に展開している。Amazon でも販売しており、レビューを通して消費者の声が聴けることが利点だという。

その他の活動として「NUFFILD」というものを紹介する。これは農業を論じ、地域農業に貢献したいが見通しが持てない、という人におすすめのスカラシップ制度である。2016 年に前田氏が日本人初となる世界カンファレンスに参加、その後、前田氏を含む 4 名の農業者で「NUFFILD JAPAN」を設立した。世界農業の先進的事例を現地で学ぶことで、自身の課題解決や地域産業の発展に寄与する人材を育成することを目的としている。世界中に農業者のネットワークを作り、日本と世界の農業者を繋いでいくのが NUFFILD JAPAN の使命である。前田氏がカンファレンスで聞いた印象的な言葉”if you want abnormal results you have to act abnormally”、思い返せばこれは、榎本武揚の「冒険は最良の師である」と同じことではないだろうか。

最後に「農業はバズってはいけない」と前田氏は語る。これはブームは山も大きい谷も大きい、そうなるとう農業の生産力と販売のリンクが難しくなってしまうという問題があるためだ。最初の一步はなんでも小さくがセオリーだという、そのため、最初の工場は自分たちの DIY で設け、事業の拡大に伴って新規工場を建設していった。このようにじわじわと

伸ばすための計画づくりが重要だ。ポップコーン事業のゴールは「北海道十勝ポップコーン」のファンづくりで、終わりは無い。また、小さな町から 100 万人との関係を農産物を通して作り上げる、それこそが、地域農業の持続性の強化、働く充実感、雇用増加から十勝本別町に住む充実感につながっていくのではないかと強調した。

Q&A

【農大愛好会→前田茂雄さん】

Q1. 前田さんにとっての経営者とは何ですか？

顧客や地域を創造し、継続カイゼンする者、働く人にとって働き甲斐のある環境を作るリーダーであること。

Q2. 未来の経営者に伝えたいことは何ですか。

楽観的に構想し、悲観的に計画し、楽観的に実践し続けることを伝えたい。しかし、構想や妄想は他を知ることから始まるので、私含め、多くの出会いから上記を創造していければいいと思う。

Q3. 東農大出身でよかったことは何ですか。

- ・学生時代部活などを通して多くの仲間ができたこと。
- ・とにかく出会いが最高であり、社会人になってからも付き合える仲間がいること。
- ・社会に出てから農大出身の人に会う機会が多く、農大出身だと聞くと「行動派でイイやつ」だと思ってもらえること。
- ・嫁ができたこと

Q4. 農大生に求めること・期待することは何ですか。

大都会の東京で農業の勉強をするとは？意味があるのか？と思っている人は、是非 OB、OG を頼ったらよいと思う。多様な研究素材が全国や世界にちりばめられているのが東農大の強みである。また、大学は利害関係ない仲間をつくる場。切磋琢磨できる仲間をつくってほしい。「冒険は最良の師である」という東農大創設者の言葉の通り、自分をアウェーに置くことも自分の成長には必要だと思う。

Q5. 農家の後継者にアドバイスをお願いします。

農家は俗に自営業の一種であり、自ら営む者が農業者である。外部要因（親、政策、地域、価格コントロール不可なことなど）に文句を言わず、内部要因（自分、家族、スタッフ、今ある物、金、情報）を深掘りし、自分の未来を切り開いてほしい。そのためには情報と実践が必要である。ナフィールド国際農業奨学金制度は未来の食を守る農業者育成のプログラ

ムである。是非、利用してほしい。

Q6. 前田さんにとっての「未来へのことだま」を教えてください。

ステーブジョブズも言っている“Connecting dots“という言葉のように、今最大限取り組んでいることや出会いの点は将来ラインにつながっていくと考える。そして、「未来のことだま」は、不思議なご縁となる。

【講演の参加者→前田茂雄さん】

Q. 前田さん自身の新しいことに挑戦するにあたって、大事にしていることやモチベーションはどこから来ているのか。

新しいことを挑戦するにあたって第一に考えることがお客様にどうしたら喜んでもらえるかということ。私が作っているキャラメルポップコーンは、レンジでチンするだけで出来る。キャラメルをレンジでチンするお菓子メーカーは今まで見たことがない。無謀なことではあるかもしれないが、お客さんにとっては楽しみになるのではないかと考える。また、経営者はどんな時でも卑屈な顔をせずに、ポジティブな発想を持つことが大切である。それが、お客さんを楽しませることに繋がる。

Q. どのような経緯で、モンスターとのコラボが実現したのか。

最初はモンスターのことを知らなかったが、地元の子供たちがモンスターに熱狂していることを知った。地元の子供たちに農業を築いてもらうためにも、自分事の何かで感じてもらいたいという思いから、モンスターとのコラボを実現した。

Q. 商品がバズったときには生産拡大をさせるのか、させないのか？

私は、生産拡大をさせる気である。同じ地域で土壌分析を行い、これくらいの積算運動があれば商品がちゃんとできると決めたところで委託栽培をすることで生産拡大は可能である。しかし、過去に生キャラメルが流行ったとき、三年間は何億と売れたが、次第に衰退していき、売上は9割に減少した例がある。売れないのはとても悲惨なことであり、ここで無理に売ろうとしても事故が発生するだけである。ここで大事なのが、細く長い食文化を作り、長いスパンで考えていくことである。

所感

第1回「未来へのことだま」は約130名と多くの参加者様迎え、本愛好会の第1歩を皆

様に見守られながら踏み出すことができた。御講演頂いた前田様のお話を全員が傾聴し、自身の生活、考え方に影響を与えることができたのではないかと感じている。特に先を見据えた考え方や地域貢献に努力を惜しまないという点に関しては、本愛好会において最も重点を置いていきたいところでもあり、本愛好会の活動をより活発に、そしてより皆様の身近な存在になるためのヒントを得る大変貴重な経験であった。地域を盛り上げていく、地域に貢献するといった活動は巡り巡って自身に返り、結果として周りから応援されるような経営者になれるのではないかと感じた。異なる業種においても地域に根付いた経営をしている企業は存在しているが、ここまで行えるのは「農業」という形だから実現できたのではないのかと思う。また、本愛好会初の活動ということもあったが、進行の遅れや講演者様、参加者様への配慮が欠け、ご不便をおかけしてしまったことを十分に反省し、次回への課題として改善できるように誠心誠意取り組んでいく。そして、第2回「未来へのことだま」はより多くの参加者を迎え、満足していただけるよう本愛好会内にて議論を重ね、唯一無二のイベントとして成立するように努めていく。

引用・参考ホームページ

- ・ 前田農産食品株式会社ホームページ
https://www.co-mugi.jp/smp/freepage_detail.php?cid=306&fid=1&
- ・ 一般社団法人全国米麦改良協会ホームページ
<https://nihon-mugi.jp/contents/specialmovie/meda/>