

## 農福連携と6次産業化への チャレンジ

小 山 実  
(株式会社ミツバハーベスト)  
代表取締役社長



弊社は、東証1部上場企業の株式会社ミツバ（本社；群馬県桐生市）の100%子会社である株式会社ミツバアビリティの100%出資で2018年3月に群馬県桐生市に設立しました。設立の目的は農業を通じて地域の経済振興、雇用創出、特に高齢者、女性、障がい者の活躍の場の提供を第一義とし、農業の生産、加工、販売をすべて行う、いわゆる農業の6次産業化を目指しています。なかでも障がい者雇用に関しましては、農林水産省の唱える「農福連携」に呼応して地域の特別支援学校及び関連施設、団体と協調して積極的な活動を推進していく予定です。

設立に遡ること2年、親会社ミツバは、自動車電装品（ワイパー、パワーウインド、スタータモーター、ホーンなど）を国内外の自動車メーカーへ納入する製造業でしたが、新規事業開発の一環として農業に着目し、ミツバ関係会社課を中心としてグループ関連数社を横断したプロジェクトチームで調査、研究を進めて参りました。この間、さまざまな野菜の栽培が検討組上に上りまた農法についても調査検討を行い、まずは生産効率、経済効率の高いミニトマトを革新的な某ベンチャー企業とタイアップしてサンゴ砂礫培土による水耕ハウス栽培に着手することとしました。農業用地は、桐生市内に約3,000坪の遊休農地を取得し整地し、手始めに400坪のミニトマト栽培用ハウスと関連施設を建設しました。

初年度は、2018年8月に栽培ハウス内に約3,500株のミニトマト苗をサンゴ砂礫に定植し、またハウス外の圃場には、ニンジンやジャガイモなどを土耕栽培で定植しました。この年の夏は少雨、異常高温に悩まされ、ニンジンは発芽せずほぼ全滅し、またハウス内は連日40℃を超える温度となり大変に心配な状況でした。何しろスタッフは社内公募で応募してきた素人社員2名と未経験のアルバイト要員で営農を開始したものですからわからないことだらけです。県の農業指導センターの方々に農場に来ていただき、直接の指導を度々仰ぐこととなりました。また、ゲリラ豪雨にも悩まされ、ハウスおよび付帯施設が浸水し、全員で水を掻き出す作業に追われることもありました。これは傾斜地の低い位置にハウスを建設したことが原因であり、これも設計段階で素人集団には考えが及ばなかった事象です。

どたばたではありましたが、10月初旬には、幸運にも高糖度（平均9度）のトマトが収穫でき、グループ各社の社員食堂で販売を開始、また豊洲青果市場にも出荷を開始しました。トマトは

各方面から高評価をいただき少しほっとしたところでした。ところがそう簡単には事は進みません。青果市場でのセリの値段は、全国各地からの入荷量などにより大きく変動します。こちらの想定した価格の半分程度の日もあります。これでは、到底採算ベースには届きません。1か月ほどで市場出荷をあきらめて、農場直売と特定仲卸業者、近隣の飲食店への販売へシフトしていくことにしました。食味、糖度には自信があったのでブランド戦略を構築していこうとした矢先、今度は、苗の状態が何故か悪化してきました。直径10ミリ以下のミニミニサイズのトマトしか採れなくなり、当初想定した4か月半程度の収穫期間と平均70キロ/日量に全く届かず12月末に第1作は終了を余儀なくされました。

これは定植時の幼苗の管理に問題があったようで、第2作では苗業者とも連携をとり万全の体制（のつもり？）で2019年1月に定植をしました。順調に生育は進み予定通り3月初旬に収穫を開始しました。4月、5月は収穫量も70キロ/日量を上回る日が多く順調で食味、糖度もまますででした。また5月初旬には、障がい者雇用の準備として、近隣の特別支援学校から高校2年生2名を課外実習として1週間受け入れました。計画通りと思っていた矢先、またまた不測の事態。5月下旬に予期せぬ異常高温（北海道でさえも40℃を記録）が発生しその対応に手間取り苗の状態が悪化、6月以降収穫量が激減し、7月末に第2作は終了しました。

今度こそその意気込みで8月下旬に第3作を定植、新たな挑戦としてミニトマト新品種2種類を追加で植えました。糖度10度以上、日量70キロ収穫、ブランド化による高付加価値を標榜して栽培に励みました。ところが10月下旬に収穫を開始しましたがやはり思ったように食味、糖度が上がりません。幹は太くしっかりとして、果実は大玉でつやも抜群ですが何故かあまりおいしくありません。この原因は良くわかりませんが、11月中旬の4段目あたりから食味、糖度は回復し事なきを得ました。また、11月には2週間、前記の高校生2名の課外実習2回目の受け入れを実施しました。

1年半、3作の経験で物申すレベルにありませんが、工業製品と異なり結果（生産品）に影響を及ぼすパラメータが不確実で多すぎて因果関係を突き止めることが大変難しい、という当たり前の結論が現状です。自然環境を相手の農業は簡単でないことを痛感しています。ただしここで諦めずに、製造業を出自とする弊社としましては、科学的アプローチを継続して農業生産における最適解をもとめて努力を継続していきたいと思っています。

最後に今後の事業展開ですが、ブランド戦略、6次産業化の取り組みとして、農林水産業みらい基金へ応募、補助金確保による事業拡大及び事業安定化を図りたいと考えています。その手始めに2020年4月より地域の飲食店組合と連携し飲食店向けにミニトマトを始めとした生鮮野菜や加工食材のルート宅配サービスを開始する予定です。また地域自治体と連携して観光交流センター等の施設への出品やふるさと納税の返礼品採用等により、地元産の農産物として知名度の向上を図り、地域活性化の一翼を担って行きたいと考えております。

