



株式会社 農業総合研究所
Nousouken Corporation

Company Profile

概要

【会社概要】

1. 代表者: 及川 智正
2. 所在地: 和歌山市黒田17-4
3. 設立: 平成19年10月25日
4. 資本金: 42,000千円
5. 取扱高: 5,200,000千円
6. 従業員: 90名(パート含む)
7. 営業所: 東京(目黒)、大阪(南方)
8. 集荷場: 全国55拠点
9. 登録生産者数: 約5,400名
10. 販売拠点: 全国550店舗
11. 集荷場設置都道府県: 全国20都道府県
和歌山県、大阪府、長野県、千葉県、神奈川県
兵庫県、広島県、埼玉県、山梨県、鹿児島県
宮崎県、沖縄県、奈良県、京都府、熊本県
滋賀県、山形県、栃木県、静岡県、茨城県



【主要御取引先】

阪急オアシス、イズミヤ、サミット、ヤオコー、
ライフ、ダイエー、ピーコックストア、コーヨー
マックスバリュー、いなげや、平和堂、小田急OX、
大手商社等

【受賞】

A-1グランプリ 特別賞受賞
和歌山県ソムリエ認定企業賞 & 激励賞
EOY 2013 ファイナリスト
フードアクションニッポンアワード2014
流通部門優秀賞

【農林水産省】

地域商店街等活性化推進検討委員
6次産業化推進支援事業体

【代表プロフィール】

昭和50年01月02日 41歳
東京農業大学 農学部農業経済学科卒
東京農業大学 非常勤講師
NPO法人日本プロ農業支援機構運営会員

■ 経営陣紹介

堀内 寛 取締役/COO 慶應義塾大学理工学研究科卒業 1973年 2月20日生まれ

- ・住友商事株式会社 入社
- ・ハーツリンク株式会社 設立 代表取締役就任

松尾 義清 取締役/CFO 九州大学経済学部卒業 1975年12月24日生まれ

- ・三菱電機株式会社 入社
- ・株式会社アプレシオ 入社 取締役経営戦略室長

坂本 大輔 取締役/経営企画室長 上智大学経済学部卒業 1978年 5月17日生まれ

- ・株式会社大塚商会 入社
- ・有限責任監査法人トーマツ 入所 公認会計士 登録

澁谷 剛 社外取締役 明治大学経営学部卒業 1963年 9月19日生まれ

- ・大和証券株式会社 入社
- ・楽天株式会社 入社 楽天インベストメント株式会社 代表取締役就任
- ・株式会社ろのわ 設立 代表取締役就任

清野 芳昭 常勤監査役 早稲田大学法学部卒業 1948年 3月29日生まれ

- ・大和証券株式会社 入社

■ 都会でのスーパー内農産物直売所事業



生産者メリット

自由に価格を決定
自由に販売先を決定
自由に好きな生産
収入が高い



生活者メリット

鮮度が良い
完熟で味が良い
生産者の顔が見える
価格が安い

情報のプラットフォーム



物流のプラットフォーム



新しい農産物のプラットフォーム

農家の直売所事業フロー



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation



■ 事業提携先



生産

5400名



集荷

55拠点

【提携先】

日本郵便(株)
神姫バス(株)
(株)パソナ
鴻池運輸(株)
全国JAなど

集荷場
物流
パートナー

販売

550店舗



【提携先】

全国スーパー
農産物直売所
(株)ぐるなび
クックパッド(株)など

販売
パートナー

■ 既存流通との比較

生産者 *ワンストップで様々な流通を選択*

既存流通(市場流通)

価格決定権なし(市場相場・競りにより決定)
出荷決定権なし(販売店不明)
生産決定権なし(指定されたもののみ生産可能)
ロスリスクなし(出荷できないものあり)
収入低い



弊社流通(農家の直売所)

価格決定権あり(自由に価格を決定)
出荷決定権あり(自由に販売先を決定)
生産決定権あり(自由に好きな生産)
ロスリスクあり(出荷できないものなし)
収入高い

生活者 & 生産者双方にとってメリットのある流通

生活者 *毎日新鮮なものを近くで購入*

既存流通(市場流通)

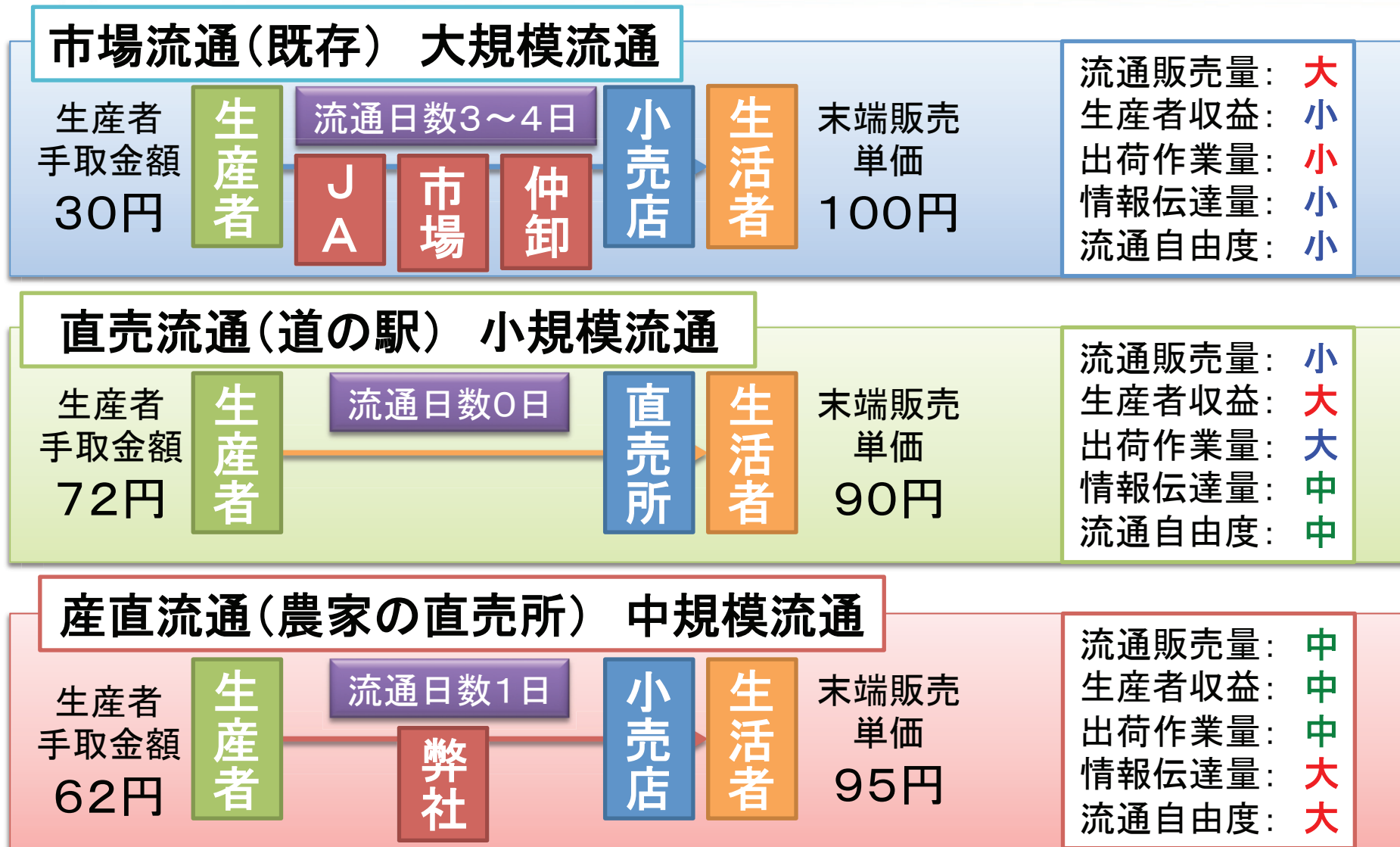
3~4日後に店頭へ(収穫日不明)
未完熟商品(早取り)
生産者が不明(共選出荷)
規格品(流通規格)
価格高い



弊社流通(農家の直売所)

翌日には店頭へ(鮮度が良い)
完熟商品(味が良い)
生産者の名前入り(顔が見える)
未規格品(選ぶ楽しさと多品目)
価格安い

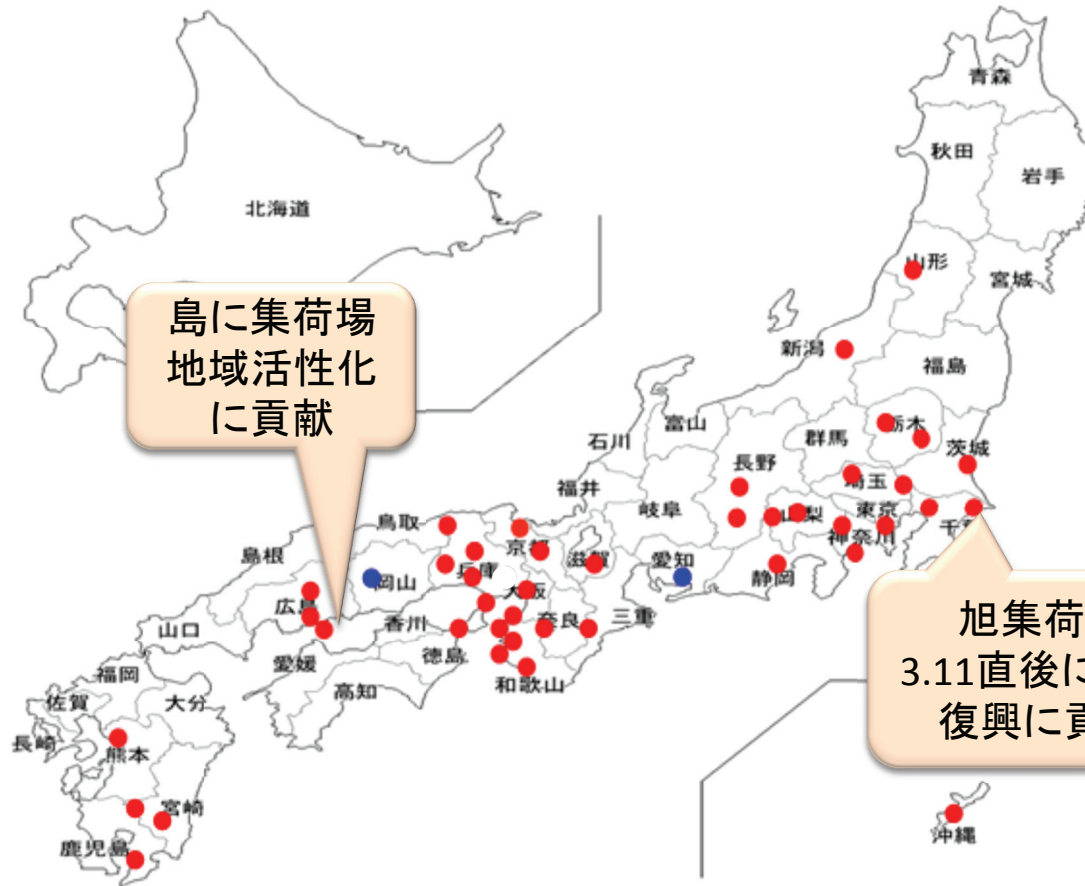
流通価格の比較



「農家の直売所」集荷拠点マップ



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation



島に集荷場
地域活性化
に貢献

旭集荷場
3.11直後に設置
復興に貢献

● 稼働中集荷場 ● 準備or検討中集荷場

《稼働中集荷場》

- 【山形】河北、白鷹、真室川
- 【栃木】宇都宮
- 【茨城】鉾田
- 【埼玉】深谷、上里
- 【千葉】富里、旭、匝瑳
- 【神奈川】湘南、秦野、横須賀
- 【静岡】藤枝
- 【山梨】甲州勝沼、北杜
- 【長野】松本、安曇野
- 【大阪】貝塚
- 【京都】亀岡、京丹後、与謝野
- 【奈良】宇陀、大和郡山
- 【和歌山】紀の川2カ所、御坊、橋本、打田、印南、有田
- 【兵庫】たつの、稲美、淡路島2カ所、丹波、朝来
- 【広島】大崎上島、三原、世羅
- 【宮崎】川南、えびの
- 【熊本】熊本
- 【鹿児島】鹿児島
- 【沖縄】那覇2カ所

その他の事業

農業コンサルティング事業



貸し菜園(都会の農園)事業



直売所支援事業

ホームセンター直売所



高速道路直売所



コンビニ直売所



カタログ販売



■ 新しい事業分野への展開



「創るから食べるまで」農業をトータルグランドデザインする会社



全国50カ所に集積所

農家から直送されてくる野菜は全国の集積所を経由し、翌日にはスーパー店頭専用のコーナー(写真左)に野菜が並ぶ

農業総合研究所 農作物の委託販売

スーパーに進化版「道の駅」

新鮮な農作物を独自の流通網で集荷し、スーパーマーケットへ直送する。農家自ら値付けする仕組みでマーケティングの力を磨き、収入増をもたらすことで急成長を遂げている。

和 歌山県紀の川市。山あいにあるこの町にはお昼すぎになると、収穫したての野菜や果物を詰め込んだ軽トラックが集まる建物がある。集まった人々は井戸端会議をしながら、トマトやキュウリなど取れたての野菜を袋に詰め、次々に出荷している。

30年以上、キュウリなどを作っている田村雄二さん(上の写真)もその一人。「鮮度にこだわり、朝収穫した野菜だけを出荷している。お客さんが喜んでくれるので楽しい」と笑顔を見せる。こ

から送り出された野菜は、翌朝には全国のスーパーマーケットに並ぶ。

農家自ら値段と売り先を決める

こうした農作物の集積所を全国で50カ所運営するのが、農業総合研究所(和歌山市)だ。同社は「サミット」や「ピーコックストア」など大手スーパー23社の480店の青果売り場に専用棚を持つ。そこで、約5000の契約農家が収穫した野菜を販売している。2015年8月期の流通総額は35億円を超える見

込みで、続く2016年8月期は50億円に到達しそうな勢いだ。

農家は通常、収穫した野菜を農業協同組合へ納めており、価格は市況で決まる。一方、農業総合研究所の流通システムでは、売価は農家が決める。同社の及川智正社長は「農協の仕組みは安定供給の観点からみれば素晴らしい。ただ、製造業のように売れ行きを見ながら商品や価格を試行錯誤する楽しみを、農家にも知ってもらいたい」と話す。その受け皿として、農業総合研究所

は全国のスーパーと交渉し専用棚を設置。自社で物流網を持ち、出荷の翌朝には店頭と並べられるようにした。

一般的に農協経由では収穫から店頭と並ぶまで3~4日かかると言われており、それに比べると鮮度が高い。農業総合研究所の専用棚を置くサミットの担当者は「夏場は野菜の供給が足りないで助かる。珍しい野菜もあり、品ぞろえの幅も広がる」と言う。

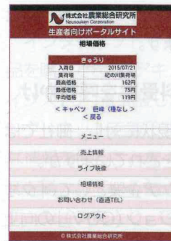
農業総合研究所は販路を提供するだけでなく、野菜を買い取るわけではない。そのため農家は売れなければ収入にならない。その点でも値付けは重要だ。

そこで契約農家にタブレットを無料で配布し、出荷した野菜の売れ行きやほかの契約農家が付けた価格、店舗別の前日の売り上げ状況などの情報を配信している。契約農家はこれらの情報を参考にして、どの店舗へいくらで出荷すべきかを考える。

また、各集積所には大手スーパー各社に対応した値札印刷機が用意されている。契約農家は野菜を袋詰めして値札のシールを貼り、そのまま店頭と並べられる状態で出荷する。

契約農家数や取扱高が増えているのは、同社の流通システムが農家の経営やマーケティングの力を磨き、収入増に直結するからだ。

千葉県旭市でキュウリやトマトを栽培する小島農園の小島正之氏によると、農協には小さかったり、色が悪かった



契約農家に配布するタブレットには相場情報のほか、前日の売り上げデータが届く

DATA

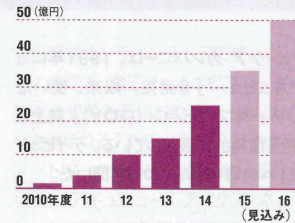
農業総合研究所

2007年設立

本社	和歌山県和歌山市黒田17-4
資本金	4200万円
社長	及川智正
売上高	8億9000万円 (2015年8月期見込み)
従業員数	80人(パート含む)
事業内容	農家と小売りを結び農作物を販売

来年度には50億円を超える見込み

● 農業総合研究所の取扱高の推移



りといった規格外の農作物は納入できなかったという。それに対して農業総合研究所の販路では、自分で出荷する野菜や価格を決めることができる。

小島氏は「たとえ形が悪い野菜でも味には自信がある。2個よりも3個袋詰めの方がお得感があって売れるなどノウハウもたまる。値付けが正しかったかドキドキしながら、毎日売り上げを確認している」と言う。

売り上げの65%を農家に配分

農協ルートでは、農家は売価の30%程度が収入になる。農業総合研究所の場合、農家の取り分は65%で、残りを同社とスーパーで折半する。同社は販売手数料を低く抑える分、店舗開拓や物流の請け負いを通じた手数料で稼いでいる。

最近では近隣で収穫した農作物を販売する「道の駅」の存在感が高まってい

る。「我々のビジネスは道の駅を全国に拡大して、農家の手間を省いたもの」(及川社長)と表現する。

農家にとって道の駅では農協よりも取り分は多いものの、納品や売れ残りの回収など手間がかかる。また、観光客など遠方から来る購入者が多く、売れ行きが週末に偏りがちだ。農業総合研究所は売れ残り品の回収を代行するなど、道の駅のデメリットを解消し、農家の販路を全国に広げようとしている。

農家の値付けは市場価格よりも10%ほど安い傾向にあるが、農家の取り分が多いため収入は高くなる。例えば小島農園は、農協だけに出荷しているときと比べて年間の売り上げが200万~300万円増えたという。

日本の農家を取り巻く状況は厳しい。農林水産省によると、2014年度の農業就業人口は226万6000人。5年間で60万人減少し、平均年齢は66.7歳と高齢化にも歯止めが効かない。「若くて優秀な人材に農業に興味を持ってもらうためには、高い収入が不可欠。農家からスターを生み出して若者を引き付けたい」(及川社長)。

及川社長がこう考えるのは、自分にも農家の経験があるため。ガス機器の商社で営業マンとして働いていたが、結婚を機に妻の実家である農家でビニールハウスを借り、キュウリ作りを始めた。ただ3年しか続かず、2007年に農業総合研究所を起業した。「営業は努力すれば数字が上がると、また努力しようとする。農家は数字とは無縁で面白みがあった」(及川社長)と振り返る。

今後は集積所網を拡大し、2万の農家の農作物を2000店で扱えるようにすることを目標とする。さらに、集積所を海外にも配置することで、海外の新鮮な農作物を日本で売るルートの開拓も考えている。(西雄大)