

2016年12月号
FP武蔵野グループ



農業におけるニッチ(隙間)戦略

柳沢 志賀子 (AFP認定者)

1、わたしたちの1年間の取り組み

去年11月8日、2年前から運営の協議会に参加していた直売所が町直営で加計呂麻島にオープンしました。

もちろん私たち女性グループの商品も直販させてもらっています。

休校中の加計呂麻島、薩川中学校敷地内にある元給食室を加工場として保健所に申請し、メンバー全員は食品衛生責任者を取得しました。

加計呂麻島産にこだわり、自生している薬草を中心にこだわりの製法でティーバッグにして、町内のみで販売しております。パッケージにもこだわり、加計呂麻島らしい絵を奄美大好きなイラストレーターに注文してオリジナルのパッケージをつくりました。

「ニッチ(隙間)戦略」です。

3月には奄美大島の魅力を広く発信するWebサイト「あまみって」から取材をうけました。その効果かどうかはさだかではないが、売上が少しずつ伸びてきました。

夏には、東京にある離島キッチンというレストランからハーブ茶の注文がありました。

11月には離島キッチン福岡のオープンに向けハーブ茶の注文がありました。

秋には、鹿児島県の東京にあるアンテナショップよりオファーがありました。

出品には、バーコードの取得や食品表示などの細かい指示があり、11月中旬にやっと納品できました。

一つの商品を作るのに、食品表示やティーバックを作る計りも登録が必要なんて知りませんでした。2年に一度更新があります。車の車検のようなものです。

来年も、さらに磨きをかけて品質、安全性に気をつけていい商品を作っていく所存です。

2、オンリーワンを目指す農業

女性の気づきで生活を豊かにする農村女性の起業活動における売上金額は年々増加傾向にあります。

農水省の2015年末調査によると前回調査に比べ、売上1千万円未満の経営体が減少した半面、個別経営では1千万円以上、グループ経営では5千万円以上の経営体が増加しました。とはいえ依然として300万円未満の経営体が全体の半数を占め、二極化の状態です。

- ・売上目標は起業本人が自由に設定
- ・誰もが多額の収入を目指す必要はない
- ・小規模でも基本となる農業にプラスアルファをすることで

生活に豊かさをもたらしたり、地域活性化を呼び込むことが可能

他と競合しない「**ニッチ（隙間）戦略**」が実践できるのも農作物という材料、直売所、加工場といった施設が身近な農村女性ならではの思う。

ニッチ戦略とは、市場の隙間（ニッチ）を狙い、そこで相対的な優位なシェアを得、収益を上げる戦略の事。ニッチ戦略では選んだ事業分野でナンバー1、さらにオンリー1になることが望ましい。

ニッチ市場は、中小企業が生き残る為の戦略のひとつです。

質的低、未知の市場。質的中、差別化市場。質的強、専門化市場。の3つの市場。

3、世界を目指す農業

日本は原則として自由競争に委ねる市場原理主義の考え方で現代社会の発展に貢献。大量生産は私たちに消費財を豊富に供給し、利益追求を目的とした投資は生活を豊かにしました。しかし、経営資源の質と量で勝る大手は海外進出し、グローバル最適化を図り格差を広げ、経営資源の質と量で劣る中小企業は価格競争に明け暮れ消耗戦で擦り減っていきます。

また日本の農業は中間層にあった農産物市場が形成されてきました。しかし日本経済の落ち込みで中間層が減少し、有利な販売を目指すためにはグローバル市場における富裕層や中間層をあてにせざる得なくなりました。輸出が重要な課題です。

T P P（環太平洋連携協定）は**グローバル市場**を目指し、農業も世界が市場になります。現在進められている農政改革はこうした農業を進めようとしています。

しかし、時期アメリカ大統領が離脱をほのめかしています。

4、農業には協同、協働が必要

生産管理、販路開拓に現代文明の利点を十分に活用して収入確保を図っていくのは当然しかし、機械化が進んだとはいえ、農業はひとりではできない。

昔ながらの米作りのやり方は協力して水路などの生産基盤を整備し、田植えから収穫まで地域が協力しあってきた。今は、同じようなしくみをつくって人財確保をしていかなければ、超高齢化時代において続けていく事が困難になるのではないかと考えてしまう。

F Pとして考えてみると
農業体験のロングステイ事業もいいかもしれない。