

四国における国内外販売を見据えた農業の新しいビジネスモデル ～株式会社JAISTATIONのビジネスモデルから～

私たちの使命は「生産者、お客様、地域が共に満足・発展できる地域発の食事業モデル」を立ち上げること、
そして、「安全・安心・適正価格で美味しい食材」を消費者の皆さまに提供すること。
私たちは地域伝統産業と食材提供をコラボレーションさせた事業形態を創造し、日本の地域を元気にします。



北陸先端科学技術大学院大学でマネジメントを研究していた創業チーム。

公共事業や工場誘致ではない地域の特性を活かした地域振興ができないかと考えた。地域の経済発展には大消費地に商品やサービスを提供し、利潤を循環させる仕組みが必要。そのためには地域の特徴をしっかりと反映した魅力的な商品を作る必要があると考えた。伝統工芸！農業！特産物！地域にあるものを活かし、融合、進化させることを考えた。これらのものを上手くコーディネートし、マネジメントすれば地域からでも十分戦えるのではないか？これが私たちの創業への想いの始まりでした。

ちょうどその頃、大学院の研究室に農業ビジネスモデル構築の産学共同研究依頼がきた。私たちは北陸先端大や地域企業の皆さまと大いに研究・議論し、農業が私たちの考える地域を活かせる方法の一つだと考えるようになった。

平成16年、自ら農地に入り、チャレンジすることを覚悟し、Jaistationを起業。農業はとてつもなく難しい事業、苦難と苦闘の連続から多くのことを学びました。

北陸での経験、そして四国での経験、9年の多くの失敗や教示が大きな力になりつつあります。自らに確固たる進むべき農業や食への道筋も見えてきました。

多くの皆さまのご協力のもと、Jaistationは次の展開へ向けて大きく動き出します。

農と食を中心に組み組める事業から開始しています。
これらの事業の集合体が四国モデル



自社農場での農産物生産事業

こだわりを追求する独自の自然農法で農産物を生産します。当農場の独自農法の確立、若手人材育成や耕作放棄地活用、中山間地農業の活性化を目指します。当農場の特徴は、農場パッケージ化（生産ノウハウ、人材育成、農地管理、機械・資材のシステム化）による他地域での再現性や農業の効率化を目指していることです。

松山市五明農場開園準備中(一部補助金、投資を活用)

☆総務省地域循環創造補助事業

☆アグリビジネス投資組合アグリシードファンド

固定種や原種を中心として味のある昔ながらの野菜を再現します。



地域食材の仕入・卸・販売事業

自社農園、提携農畜産漁業者の優良食材の仕入、卸、小売を行う事業です。

松山市内「サニーマーケット」インショップ3店舗運営中

独自ブランド「四国育ち」の構築

他地域との大型産直の連携を計画中



地域食材を利用した加工品の製造・仕入・卸・販売事業

自社農園、提携農畜産漁業者の優良食材を活用して、独自性のある加工品開発や販売を行う事業です。ネットショップでの販売や海外への輸出にも取組む予定です。

現在、いくつかの商品を試験的に販売。商品の特徴としては大量生産品ではなく、少量生産でも本物を追求した地域性の高い商品。五明農場に簡単な試作品加工場建設中。



プレゼンレストラン運営(計画中)

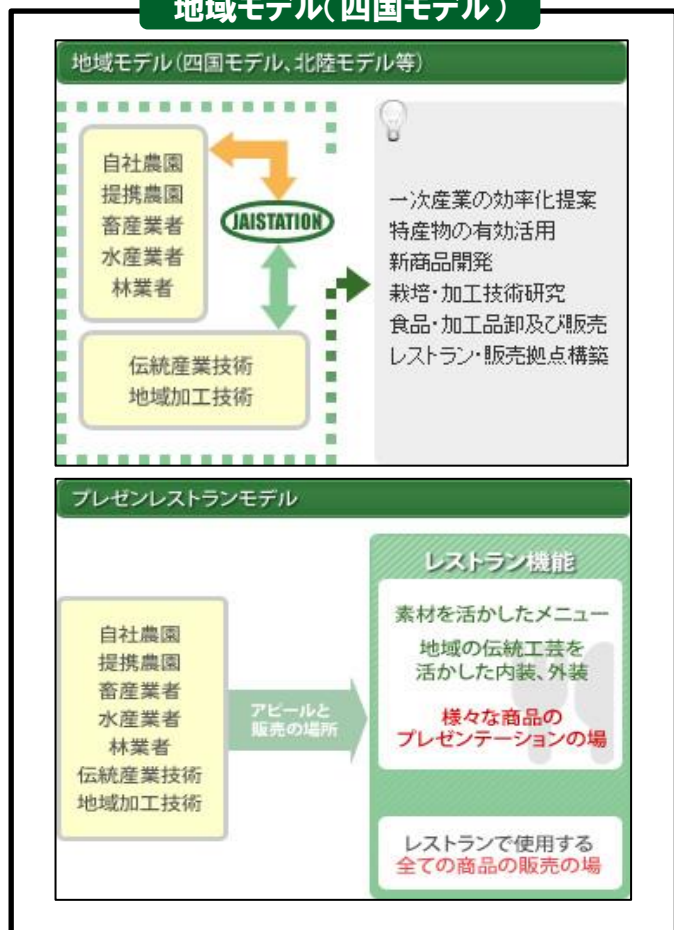
自社農園、提携農畜産漁業者の優良食材や地場産業（陶器、家具等）を活かしたレストラン運営・展開を行う事業です。地域に対応させた多店舗展開を目指します。

ワンストップ機能:食べれる、さわれる、買い物できる、贈答品が送れるレストラン。





地域モデル(四国モデル)



地域モデルと地域モデルの連携、商品相互物流

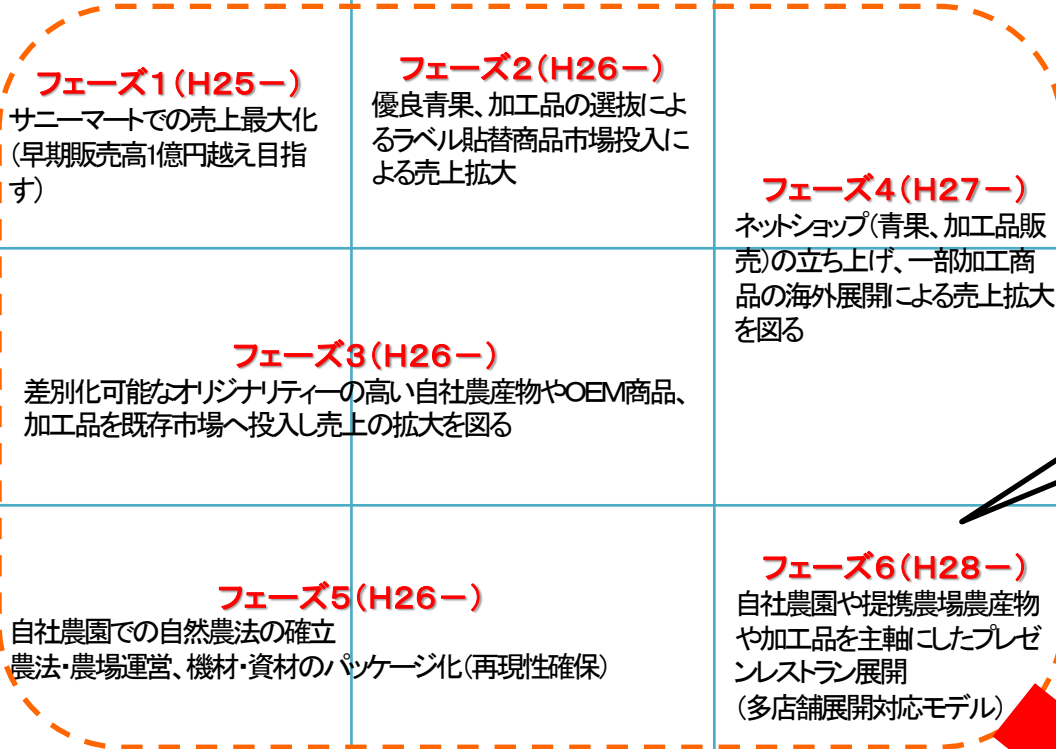


四国の柑橘を東北に、東北のリンゴを四国に！
各地の生産物を都市圏へ共同出荷！リレー出荷！
共同出荷によるアカウントの効率化！収益性向上！

OUR SCHEDULE

既存事業を軸に、四国モデルを早期に完成させ事業を大きく成長させる

市場 製品技術	サニーマート 既存店舗	JA系大型人気産直 ネットショップ	ネットショップ(単独 プレゼンレストラン 海外展開)	四国以外の 地域
受託商品拡充 (青果、加工) 仕入商品拡充 (青果、加工) セレクトラベル 貼替商品拡充	フェーズ1(H25-) サニーマートでの売上最大化 (早期販売高1億円越え目指す)	フェーズ2(H26-) 優良青果、加工品の選抜によるラベル貼替商品市場投入による売上拡大	フェーズ4(H27-) ネットショップ(青果、加工品販売)の立ち上げ、一部加工商品の海外展開による売上拡大を図る	
自社農産物の拡充 自社OEM商品拡充 自社加工品拡充	フェーズ3(H26-) 差別化可能なオリジナリティーの高い自社農産物やOEM商品、加工品を既存市場へ投入し売上の拡大を図る			四国モデルを完成させる
自社農法確立 農法パッケージ化	フェーズ5(H26-) 自社農園での自然農法の確立 農法・農場運営、機材・資材のパッケージ化(再現性確保)		フェーズ6(H28-) 自社農園や提携農場農産物や加工品を主軸としたプレゼンレストラン展開 (多店舗展開対応モデル)	フェーズ7(H29-) 創業の地である北陸又は東北への地域モデルの展開を開始する
地域モデル ノウハウ				フェーズ8(H35-) タイや台湾に農場を作り、日本で生産出来ない農産物を生産・商品相互供給



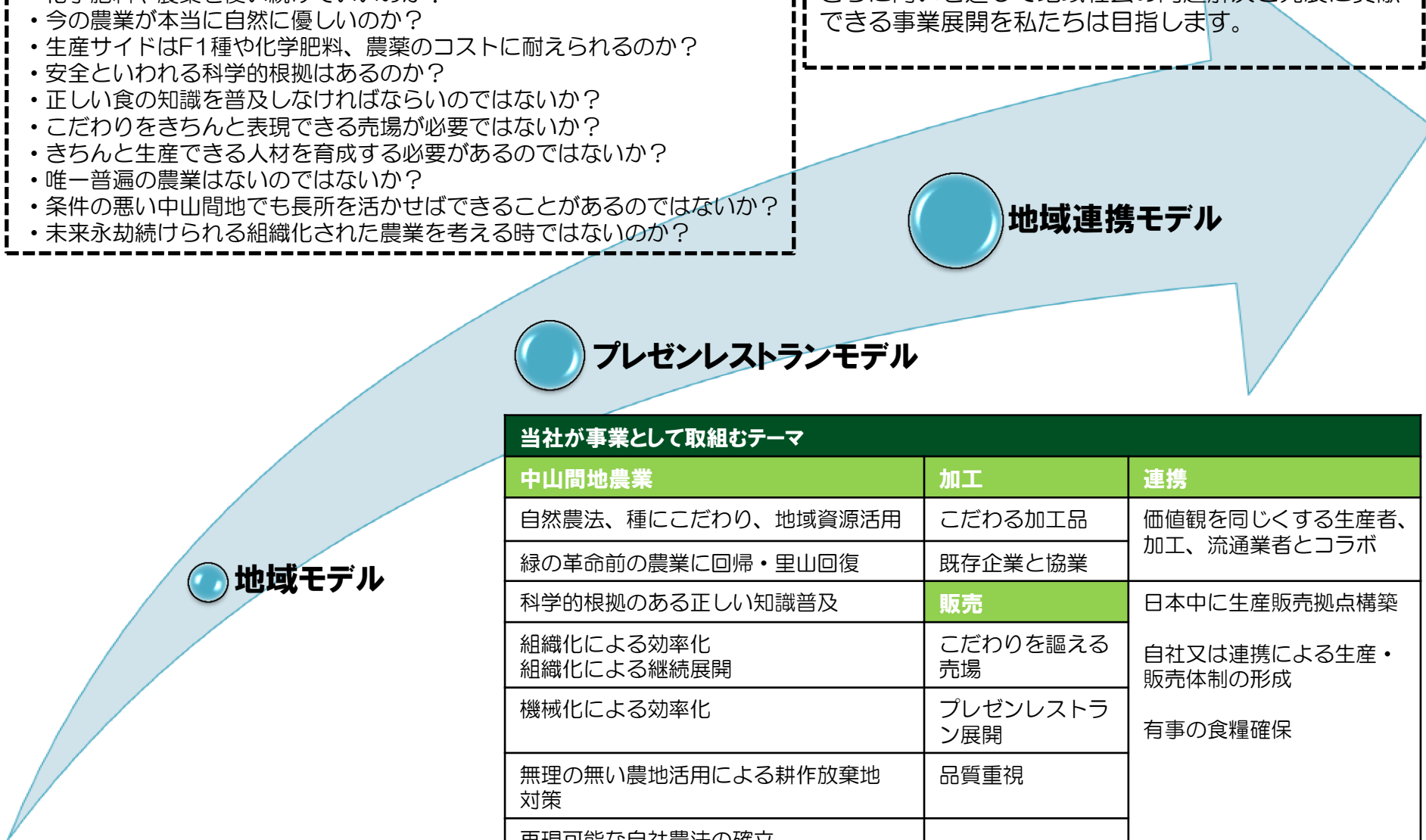
OUR DREAM

Jaistationの問い続けねばならないテーマ！ 私たちが日常食べている食材は本当に安全で安心なのか？

- F1品種や、遺伝子組み換え農産物を食べ続けて大丈夫なのか？
- 化学肥料や農薬を使い続けていいのか？
- 今の農業が本当に自然に優しいのか？
- 生産サイドはF1種や化学肥料、農薬のコストに耐えられるのか？
- 安全といわれる科学的根拠はあるのか？
- 正しい食の知識を普及しなければならいのではないのか？
- こだわりをきちんと表現できる売場が必要ではないのか？
- きちんと生産できる人材を育成する必要があるのではないのか？
- 唯一普遍的な農業はないのではないのか？
- 条件の悪い中山間地でも長所を活かせばできることがあるのではないのか？
- 未来永劫続けられる組織化された農業を考える時ではないのか？

私たちはこのテーマを追求しながら売り手、買い手、世間よしの三方良しの事業展開を目指します。

一次産業の経営と技術を研鑽することで、お客様が満足し元気になり心から喜んでいただける食材提供を、さらに商いを通じて地域社会の問題解決と発展に貢献できる事業展開を私たちは目指します。



● 地域モデル

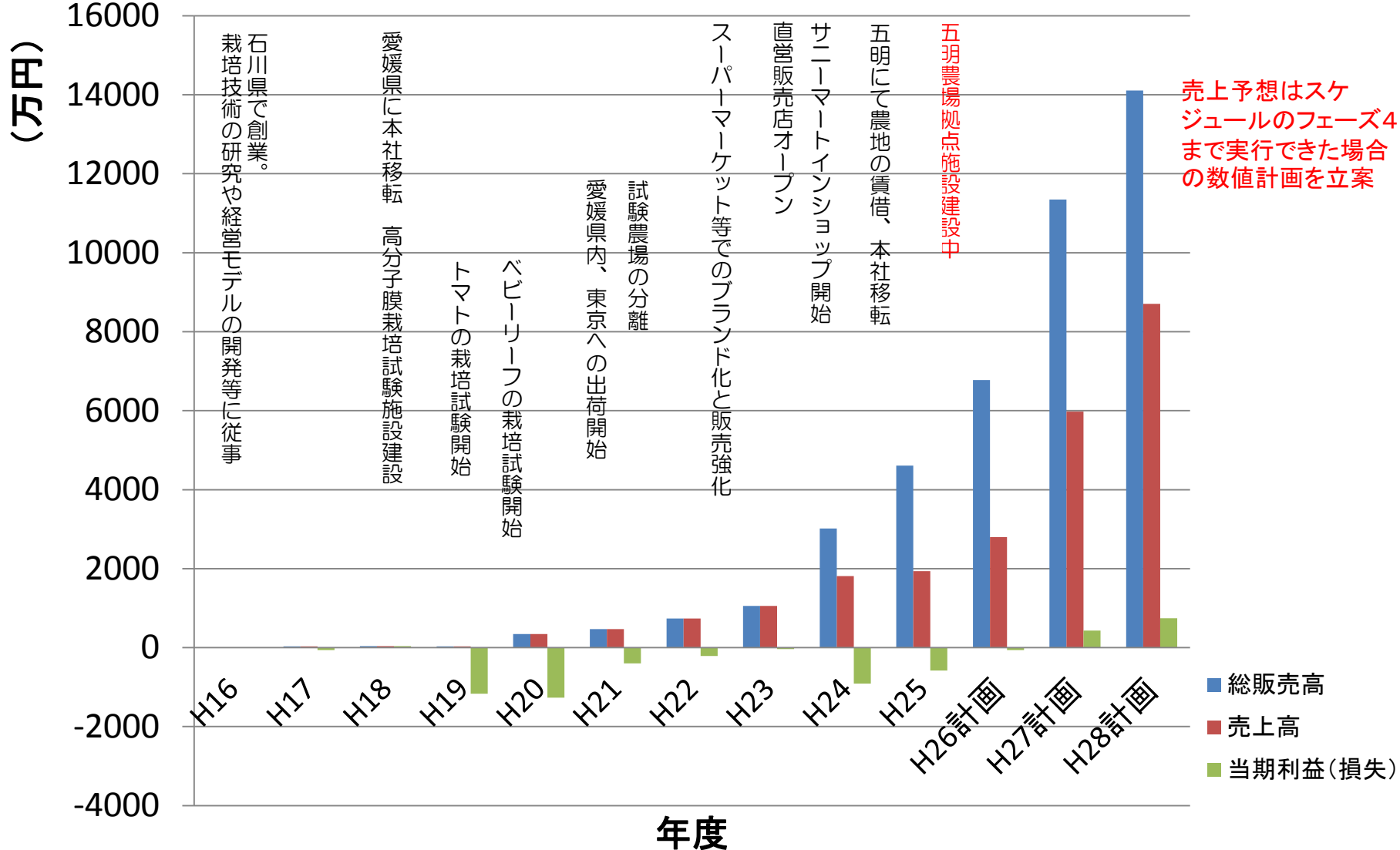
● プレゼンレストランモデル

● 地域連携モデル




当社が事業として取り組むテーマ		
中山間地農業	加工	連携
自然農法、種にこだわり、地域資源活用	こだわる加工品	価値観を同じくする生産者、加工、流通業者とコラボ
緑の革命前の農業に回帰・里山回復	既存企業と協業	
科学的根拠のある正しい知識普及	販売	日本中に生産販売拠点構築
組織化による効率化 組織化による継続展開	こだわりを謳える売場	自社又は連携による生産・販売体制の形成 有事の食糧確保
機械化による効率化	プレゼンレストラン展開	
無理の無い農地活用による耕作放棄地対策	品質重視	
再現可能な自社農法の確立		

FINANCIAL PROJECTION

創業から現在までの経営の推移と今後の見通し



これまでの取組(石川時代)

	平成16年	平成17年	平成18年
全体 (経営)	<p>設立記念パーティー</p> 	 <p>北陸電力とメビオールとともに高分子膜を利用した養液栽培に関する共同研究を実施(和多農産にて)</p>	<p>高分子膜栽培試験では、どの野菜についても分析結果で抜群の高栄養価高糖度を記録。トマトは糖度10度を超える。基礎研究を終えて、量産化技術の検討に入る必要性がでてくる</p>
生産	 <p>北陸電力、ジャパンフラワーコーポレーションと冬季無加温小菊栽培実験開始(和多農産にて)</p> <p>北陸電力と養液栽培技術の共同研究実施の検討に入る。従来の水耕栽培を超える技術の研究を検討。</p>	 <p>露地、小松菜ハウレンソウ栽培試験。 高分子膜栽培や大王照射実験開始。金時草、トマト、小松菜など</p>	
加工	<p>若手農業者グループとタイアップした試験的産直。最終的には農協出荷との兼ね合いで継続出店は断念した。農協所属農業者と手を組む難しさを知る。</p>	 <p>北陸経済連合会北陸STC事業部の実用化助成金に採択。高分子膜栽培でできた高栄養価金時草を使用して加工品試作。加工には莫大な量の高分子膜栽培の金時草が必要で保留中。</p>	
販売		 <p>冬季無加温の寒菊栽培に成功。ジャパンフラワーコーポレーションへ出荷。</p>	

これまでの取組(愛媛移転後)

	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年
全体経営	<p>松山市に高分子膜仕様の100坪出荷ベース試験温室建設(自社設計)</p> 	<p>松山市に高分子膜仕様の150坪出荷ベース試験温室建設(自社設計)</p> 	<p>ブランド化を目指し四国育ちマークを商標登録</p> 	<p>四国の高級スーパーサニーマートからベビーリーフが高く評価され温室はベビーリーフ栽培に特化。トマト、ミニトマト、ベビーリーフの栽培方法が確立される</p>		<p>愛媛県より経営革新の認定を受ける</p>	<p>松山市より認定農業者の認定を受ける</p> <p>農業法人協会入会</p>
生産	 <p>大玉トマトの出荷ベース栽培技術確立試験開始。1000株定植。平均8-10の高糖度実現。</p>	<p>大玉トマト、ミニトマト、ベビーリーフの栽培を通じて2仕様のハウスの機能性を試験し、栽培品目に応じた温室建設ノウハウを身につける</p> 		 <p>栽培技術を研究してきた実験農場は農地法の問題から分離独立</p>	 <p>松野町農林公社に栽培技術の実験的な移転。経営哲学の異なる企業体への技術移転の難しさを知る。</p>		<p>農地法改正により、農地の賃借が可能になり、地元からの強力なプッシュのもと松山市五明地区に農地賃借</p>
加工	<p>テレビ愛媛の夕方ニュースでも特集枠として取り上げられる</p>	<p>トマトやベビーリーフの美味しさが高く評価され全国紙や地方紙に掲載される</p> 		 <p>愛媛県地域密着助成事業の一環でベビーリーフ専用ドレッシングを試作。提携先企業のコスト高により継続困難</p>		<p>23年7月スーパーエビーシー空港店横にJaistation Mercato(70坪)、9月1日サニーマート衣山店に四国育ちとなかまたち(7坪)オープン!</p>	
販売	<p>試験的に栽培した農産物の出荷開始。当初は試験との併用で出荷量が不安定なため地元直売所へ出荷。</p> 	 <p>東京明治屋広尾店に定期的に出荷。</p>		 <p>ラベルデザイン-新ベビーリーフは配合により5種類の商品化。サニーマートやスーパーエビーシーの人気商品に！ブランド化を図るために積極的に試食販売を実施。高級層小売飲食店に販路を絞る</p>		 <p>サニーマート衣山店のインショップが好調なことから24年3月には久米店、24年12月には森松店にインショップを開店。小売4店舗体制になりサニーマートとの強固な関係を構築</p>	