

》》 農業中心の地方創生をサポート

live tomorrow 株式会社

＜私達がmovegeというサービスを始めた意味＞

「広告+LP」という前近代的なWEBマーケティングに強い疑念と危機感を抱いた私達は、「ノーコード開発やMA、DMPなどの高機能クラウドサービス」+「各種SNS」+「5G」という刺激的な環境において起きるマーケティングイノベーションを確信し、旧来のWEB関連会社を卒業し、新たに未来型マーケティング支援企業としてlive tomorrow株式会社を設立いたしました。

試行錯誤の末私達が気づいたのは、未来型(自立型)WEBマーケティングやIoT技術と農業の親和性の高さでした。即座に「movege」という農家さん応援メディアを立ち上げ、取材やマーケティングセミナー、SNSセミナーを通じ、若い農家さん達とのコミュニケーションを深めていくと同時に、日本の農業が抱える様々な問題、そして未来への課題と希望を「農業の現場」から学んできました。

そして、今私達は確信しています。この国の農業の未来には「危機感」と「希望」が混在している。少なくとも私たちは「希望」を信じて農業の未来に少しでも貢献できるはずだと。

<movegeとは、概念であり手法>

農家のミカタ。応援動画サイトmovege.net(ムーベジネット)は、農業に従事されている皆さんを応援するWEBメディアです。

- 1.農家のコンシューマ直販マーケティングのサポート。
- 2.農家の第6次産業化への取り組みをサポート。
- 3.農家のIoT導入をサポート。
- 4.IT企業の農業関連サービス構築支援。

以上4項目を目的としてlive tomorrow株式会社が開始したWEBサービスです。

＜運営するメディア＞



movegeチャンネル
<https://www.youtube.com/channel/UCyo149wr487yZqlzrOq-8Qg>



Livetomorrow_vege
https://www.instagram.com/livetomorrow_vege/?hl=ja



movege(ムーベジ)
<https://www.facebook.com/movege.net>



movege(ムーベジ)
<https://www.movege.net/>



Roon:農業男子をオシャレにしてやる！

直接農家に飛び込みインタビューをするうちに見えてきたもの・・・

<課題>

- 世代交代に行き詰まり、耕作放棄地・荒廃農地の急増
- 耕作放棄地と新規就農者による借地のマッチングが不安定
- 新規就農者の離農率の異常な高さ
- 栽培手法の自由度を損なわせる流通圧迫
- 大規模化、法人化への躊躇
- 消費者の異常なほどの見た目への執着による廃棄作物の多さ
- スマート農業、第6次産業化などへの政府補助金の不明瞭な配布・・・

<希望>

- 代替わりした若手農家、他業種からの新規就農者による常識の破壊
- インターネットや直売所の普及による直接販売の機会増加
- 上記課題解決による、栽培方法の多様化(慣行農法限定の流通から脱出)
- 若手農家を中心にしたマーケティング意欲の急拡大
- 若手農家を中心にしたITリテラシーの向上→マーケティング、IoT活用に拍車
- 第6次産業化への模索

※第6次産業:農水省が奨励する1X2X3=6次産業、つまり農水産業から加工、販売まで一括で行い、収益率の向上を目指す提案。

私達は日本の農業の未来を信じ、万一足りないものがあるならそこを補いたい。

蜘蛛の巣のように、政府、行政をはじめ、各企業や団体が様々な形で日本農業をサポートしてゆく現在ですが、実際に現場の農家に飛び込み様々な悩みを聞いて初めて見えてくる課題も多くあります。

- スマート農業への参入企業は多いですがIT分野に関しては、現場の声が届かないケースが多く、JAや行政どまりのアプリやシステムが多い。
- コンシューマへのマーケティングビジネスに関して参入企業は多いが、結局はプラットフォームの提供が主で多くの農家はその価値を実感していない。
- 第6次産業化への支援や提案は多いが、現状では実際の農家にそれだけの業務リソースは無い。
- 流通コストが直販への障壁になる。
- 規格外(C品、D品)野菜や果実の多さ(2割以上)とその顛末。(廃棄や超廉価処分)
- ……その他

そこで私達が出来るサポートとは？農業の未来を考えた時、最優先にすべきは？

私達が最初に選択した課題解決

旧来の習慣により消費者に根付いてしまった見かけ重視の消費によって、流通から取り残されたり、最悪の場合廃棄されてしまう野菜や果実。

C品とかD品と呼ばれるこれらの規格外作物を有効に活用し、さらに愛情をもって育てた農家にそれらが利益として還元される仕組みはできないだろうか？

さらに、その取り組みが全国の農家に波及し、その地域地域の創生に役立たないだろうか？そんな、「綺麗ごと」の発想から可能性を模索してみました。

そして、気付いたことがあります。

農家の利益、日本農業の未来を真剣に考える事こそ、日本の各省庁が課題とする様々な問題解決にも近づくという事実。

農水省が掲げる「第6次産業化」「スマート農業」

消費者庁が掲げる「エシカル消費」

各省庁がテーマとする「SDGs」

農水省、環境省が問題と考える「廃棄食材」の解決一案

そして総務省が進める「地方創生」……等々

豊かで平和な未来を目指す時、欠かせないのは食糧問題です

農地は一度放棄され荒廃地となると農地として再生されることはほとんど不可能となります。今、日本にこういった荒廃地がどんどん増えています。理由は簡単で、農業の継承がうまくいかない。という事ですが、その背景は「複雑」です。

しかし一方で、他業種から就農し成果を上げる積極的な農業従事者がいます。耕作地貸借の情報や支援を情報開示の仕組みだけでなく、現場レベルでサポートする事は必須です。

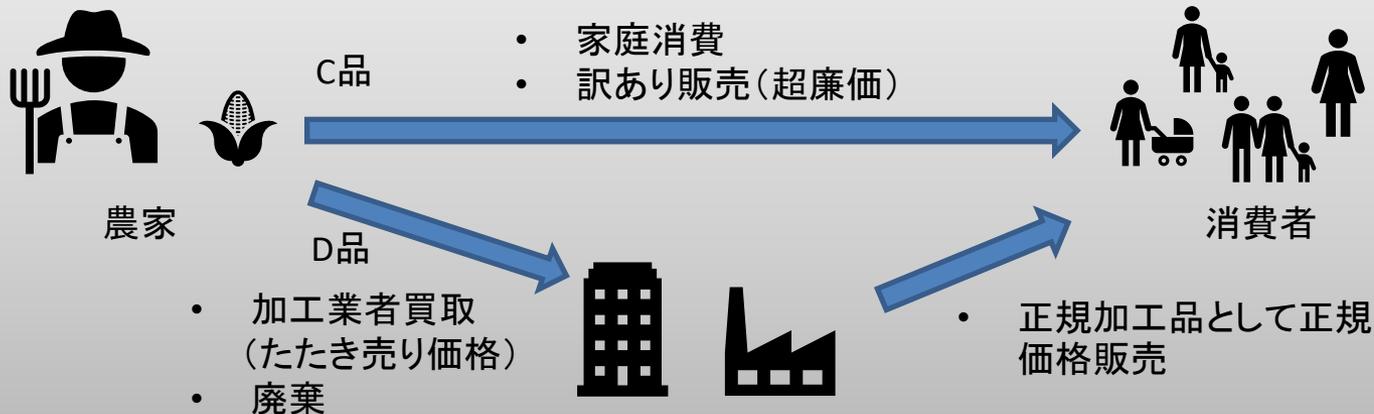
また、新規就農者へのサポートは金銭サポートだけでなく、細かな栽培技術や数値のサポートが必要です。

こういった部分をエリアの若手農家さん達と構築してゆく取り組みも私達のミッションです。



「規格外」と呼ばれる品々も正規品と同じように愛情をこめて育てられています。

<規格外品の現状>



<プロジェクトで目指す流通>

農家グループと私達が共同出資で法人設立
企画・開発・販売



明確に生産者表示された安心できる「農業加工品」を農家の手で販売。

現在和歌山の農家さん達と協議進行中です

＜和歌山農業MBA塾マーケティング部の皆さん23名＞

取材を通じて様々なアイデアや情報を共有し、現在は弊社においてリモートでのWEBマーケティングセミナーを実施、更なる親交を深めてる仲間たちです。

「和歌山農業MBA塾」とは和歌山県が主催する、農業経営への支援組織で、今後の農業の発展を信じ、様々な経験と知識を得ようとする意識の高い、若い農家さんの集まりです。

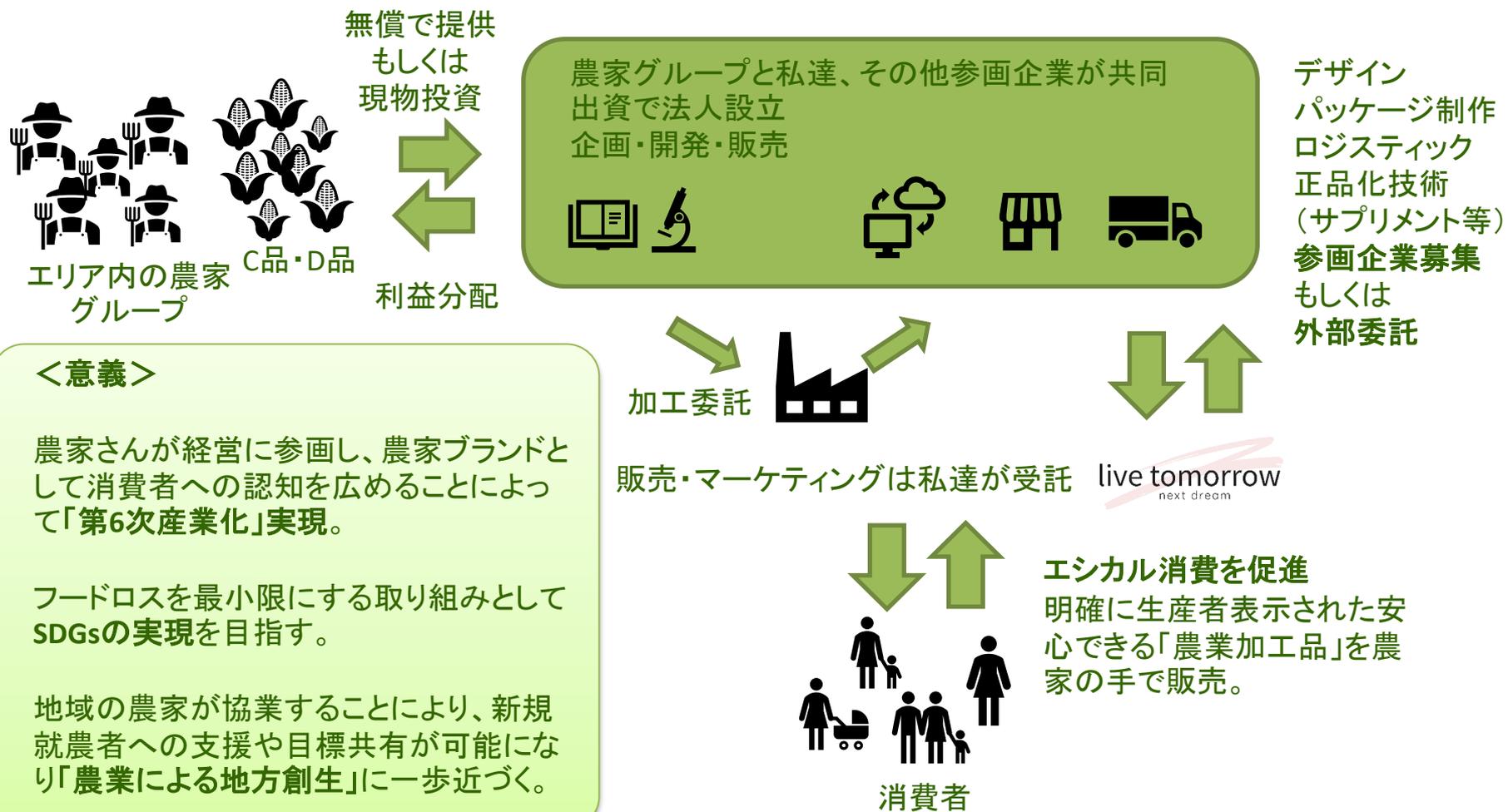
メンバーの皆さんの栽培品種は多種多様で、柑橘類、柿、桃、梨ブルーベリー等の果樹栽培農家さん、特産の南高梅農家さん、葉もの野菜やトマト等ビニールハウスでの野菜栽培や、イモ類やトウモロコシ等の路地栽培等、多種多彩な農家さんのグループです。

但し、多彩であるがために一農家としての第6次産業化へのハードルは高く、スケールメリットを活用し、多彩な加工品をブランド化する為にもグルーピングは必須です。

その為にも、俯瞰的に立案、プロデュースできる私達の存在は不可欠だと確信しています。

トライアルプロジェクト(概要図)

協議中の内容ですので変更の可能性があります



すぐにでも着手したい地域は沢山あります

今、和歌山で実現させようとして取り組んでるプロジェクトは日本の殆どの地域に適応できると思います。

当然、JA様がかなりの努力を重ね農家さんとしっかり諸問題に取り組んでいる地域も多くあります。逆に行政やJAが表面上の支援に終始し、根本的な問題を解決できず苦しんでる地域が多数あるのも事実ですし、そういった地域にも問題を理解し解決への手口を模索されている多くの若手農家さんが多くいらっしゃる事も事実です。

私達は、様々なソリューションの手法を経験値として習得し、そういった新しい農業を目指す小規模若手農家さん達と一緒に問題解決、その後の農業復興に取り組んでゆく覚悟です。

具体的に次に着手したい地域は、

1. 兵庫県丹波地方
 2. 兵庫県淡路島
 3. 熊本県
 4. 大阪府
- 等です。

関連企業の皆様にお願ひ

是非私達とご一緒に日本の農業の未来を担う若い農家さん達への応援をして頂けませんか？

農業は国の柱です。そういった意味でも、各行政や団体、企業でも色々な取り組みや提案がなされているのは事実です。

しかし、農家さんが口を揃えて言われるのは「農家の現状を把握しなさ過ぎる」という実情。スマート農業や第6次産業化といったテーマは何年も前から話題になっていますが、実際に農家さんに提案されるIoT化への企画や、アプリケーションは全く農家の現状を把握されないまま構築され、それに伴う補助金だけが……

日本の農業には素晴らしい伝統があり、引き継がれてきた技術と新たに見出される技術の融合には目を見張るものが数多くあります。

日本の主力輸出産業にもなり得る、農業、そして第6次産業化によって生み出された農業加工品分野の未来を見届けて頂けませんか？

ロジスティック、パッケージ、専門研究(サプリメント等)、そして資金面等、サポートして頂けることを心よりお願い申し上げます。

補足資料



※agriboy's agrigirls' は私達のアパレルブランドです。

第6次産業化

農林漁業の6次産業化とは、1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、農山漁村の豊かな地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組です。これにより農山漁村の所得の向上や雇用の確保を目指しています。

(農水省HPより)

[農林水産省 農林漁業の第6次産業化](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html)

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html>

規格外農作物

規格外野菜とは、市場で定められた規格にあてはまらない野菜のこと。野菜は市場で流通させるために、大きさにはS・M・L、形や品質や色にはA・B・Cという分類がされ、重量や傷の有無などの規格が存在する。規格に合わないものは規格外野菜として、味は規格品と変わらないにもかかわらず、そのほとんどが商品として出荷されずに廃棄処分されており、その量は生産量全体の2割にもなる。

[農林水産省 規格外野菜への意識](https://www.maff.go.jp/j/study/syoku_cost/pdf/data03_5.pdf)

https://www.maff.go.jp/j/study/syoku_cost/pdf/data03_5.pdf

耕作放棄地・荒廃地

総務省の発表によれば、1995(平成7)年に約256万人だった農業従事者は、2018(平成30)年には約145万人。約20年の間に約43%減少したことになる。

平均年齢も59.6歳(1995年)から66.6歳(2017年)と7歳も上昇しており、減り続けているばかりか、高齢化に拍車がかかっている。これから高齢によるリタイアが相次ぐことは必至で、農業従事者を少しでも増やしていくことは喫緊の課題とされている。

[農林水産省 耕作放棄地の発生防止・解消等](https://www.maff.go.jp/j/nousin/tikei/houkiti/)

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/tikei/houkiti/>

新規就農者離農率の異常な高さ

「農業労働力の確保に関する行政評価・監視－新規就農の促進対策を中心として－」によれば、全国にある都道府県農業会議のうち、18の団体を対象とした調査を行ったところ、農の雇用事業の研修生の離農率が35.4%だったことがわかった。調査対象となった1591人の研修生のうち、564人が離農したことになる。

原因は様々あるが、就農後の技術支援、経営支援などのサポート不足が大きな原因となっていることは明らか。

[農林水産省 農業担い手の動向](https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h26/h26_h/trend/part1/chap2/c2_1_03.html)

https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h26/h26_h/trend/part1/chap2/c2_1_03.html

農業加工品

農業加工品のイメージとすれば、ジャム、ジュレ、スイーツ、ジュースなどが一般的ですが、最近では含まれる成分の分析が進み、様々な商品へと生まれ変わりを見せています。

化粧品やサプリメントなどもその代表的な製品で、生産者の顔が見え、その生産過程が明確な素材が使用されている製品は確実な需要が見込まれます。

マイナビ農業 農家を作る加工品(例)

https://agri.mynavi.jp/2020_12_13_141979/

エシカル消費

消費者庁が提案する「論理的消費」の事で、消費者一人一人が様々な社会問題を考え、その解決の糸口となり得る消費を目指すこと。

根本はSDGsで、地方創生や地域の活性化に関連する消費も重要な要素となっている。

消費者庁 エシカル消費とは？

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/about/



ありがとうございました。