

# 海外農産物輸出に「個」で挑む



有限会社多田自然農場  
(遠野市)  
代表取締役

多田 克彦

## 社長の責任

岩手県遠野市。標高450メートルの深山の地に有限会社多田自然農場がある。

1989年、遠野市役所を辞して会社を設立。遠野の風土を深く読み、農業生産・製造・加工・流通・販売、というカタチを作った。このモデルは「ユニクロ」である。そして、ここまで歴史を作り発展してこれたのは、人財力である。発掘、育成し、挑戦させる姿勢を常に意識してきた。

社長は全責任を負っている。時代の構想力を描く。そのため現実社会を見て経済・経営の分析をするアナリストでなければならない。常に仮説を立てて実行し、結果を検証する。現場に立て！現場で考えよ！現場に解あり！なのだ。私は1年を通じトレードショー、商談会に必ず出て「即断即決」の決済をして市

場を形成していく。これはパッション(情熱)の問題である。相手方もその熱さを感じて取引開始となる。

## 社長の意思と会社の使命

会社の決算書は社長の意思だと思っている。会社の規模はみない。従業員1人当たりの売上高と利益率を常に意識している。トヨタは1人当たりの売上高8000万円、ソニーは7000万円、シャープは4400万円。わが農場は正社員1人当たりの売上高がシャープに並ぶところに来ている。

私はビジネスモデルを求め、トヨタの北九州工場と岩手金ヶ崎工場をよく見て「トヨタの生産方式」を勉強した。トヨタの強さは人間というものを深く研究していることにある。私はトヨタから学んだことを自社の生産工程

に取り入れ、毎日農場で実践中である。1日のスタートは副社長の徹底した掃除と在庫管理、モノづくりはジャストインタイムであり、サプライチェーンの構築が独自の発展を作っている。借入金なし。キャッシュフロー経営。これからの付加価値づくりのモデルは「信越化学」である。農業を先進国型産業にする使命がある。

## 海外展開

海外へ自社の商品を輸出するきっかけは6年前、銀行が主催する商談会だった。台湾台中市にある株式会社裕源の謝社長と出会ってからである。1ヵ月後、謝社長は私の農場に社員5名を連れて来られ、「こういう環境でつくられる商品は必ず美味しく体にいいはず」と語り、商品を輸入したいと申し出があった。

特に気に入られたのは農場自慢の「遠野アルプスチーズ」だった（現在のこのチーズはJR東日本の豪華列車「四季島」だけに提供している）。1年に2回は台中市「裕毛屋」で多田自然農場フェアを実施し、私は店頭立つ。

台湾で輸出のトレーディングを行い、次にアメリカ市場に挑んだ。初上陸したのは、アメリカ西海岸サンフランシスコの南下にあるサンノゼだった。ここはシリコンバレーと呼ばれ、GAF Aと呼ばれるIT企業が集積しているところである。ここで1週間の催事に挑んだが、3日間で完売する状況になった。私はここで決意した。「アメリカに乗り込み、全米で展開するぞ」。ロサンゼルス、シカゴ、ニューヨーク、ニュージャージー、毎月アメリカのどこかでプロモーションと販売を行ってきた。回数を追うごとにアメリカでの人脈ができ、時代はおもしろくなってきた。シンガポールはその勢いで「ドンドンドンキ」に乗り込んだ。パンパシフィックホールディングスのドンキホーテである。

### 「遠野」のストーリー性を核にして

海外で売ろうとするなら、やらなければいけないことがある。日本の商品はわんさかある。ただ並べて「いらっしやいませ」と声をあげただけでは売れない。遠野の山奥にある

小さな農場が牛を飼い、牛乳を搾り、その日のうちに手づくりでこんなにおいしく、素晴らしい商品をつくっている…、このストーリーがとても大事なのだ。

今年の商品のテーマは「午後のアフタヌーンティ」、そして「グルテンフリー」。小麦粉にはない米粉の魅力を伝える商品を輸出し始めた。現在取り組んでいるのは中国。上海と



米カリフォルニア州サンノゼのミツワマーケットプレイスサンノゼでの催事の様子

大連のカフェ市場への参入とその後のイギリス、EU市場を見据えている。中国は日本と異なる経済発展をしている。スマホと情報リンクし、スピードを上げて新しい市場を形成している。釜石港から上海向け輸出を白金運輸と相談して実現したいと思っている。

### 社長の目指す方向性

なぜ海外輸出なのか。理由ははっきりしている。日本では名目GDPが1990年から2020年にかけて16・5%増加した。しかしアメリカでは3・5倍、中国に至っては53・6倍の急拡大である。上海の人口は3000万人、大連は800万人。花巻空港から上海便が飛ぶ時代である。ロサンゼルスでプロモーションスタッフを雇用すると時給3000円支払わなければならない。経営者はどこに目を向けるか、とても大事である。

人口減少、コロナ禍の日本、岩手、遠野。トップリーダーはこのことについて、どういう手を打っていくか。

失敗するリーダーはこれを「問題」だと考える。しかし乗り切っていくリーダーは「機会」と捉える。

「群れず、馴れず、怯えず、ひとりでも考える精神」で農業という産業ビジネスモデルを転換していく。