

「女性目線で農業振興を ～ アグリファッションからのチャレンジ」



▽2018年1月26日(金) 大正農業者トレーニングセンターにて、異業種から農業の世界に飛び込んだ株式会社アグリファッショングループの橋爪恒雄さんと橋爪理恵さんに、創業・起業に至るまでの苦労や喜びなどをお話しいただきました。

アグリファッショングループは、十勝ガールズ農場をはじめとした新規就農者支援や観光農業事業などを展開し、農業をビジネスとして捉えることで、十勝農業の新たな可能性を切り開く会社を目指して活動しています。ファッションは流行という意味ですが、つきつめれば「文化」や「ライフスタイル」を指す言葉です。農業を意味する「アグリ」と合わせ、農業の文化やライフスタイルという意味を込めてアグリファッショングループを設立しました。

女性の社会進出

女性の社会進出といっても、外に出て働くことに限らず、人と関わりを持ち、自分の立ち位置を持つことが大切だと思っています。男女ともに自分自身の人生を持つ必要があって、たとえば、子どもを育てるときでも、誰かの所有物ではなく、家のものでもなく、自分が自分として子どもに関わっていくこそが大切なのではないかなと思います。

マーケティング

なぜ「女性目線」なのか

いま首都圏にある企業のマーケティングの主役はほとんどが女性です。一般的に、食に携わる割合が多い女性が、家庭において消費決定権を持っていますので、必然的に女性目線の商品開発が必要となるわけです。

少人数の世帯が増えている中、大きな力ボチャや大量のイモはなかなか売れなくなってきています。家庭で調理しやすい小さな坊ちゃん力ボチャ

や加工野菜がよく売れています。

消費地に出向き、現地の女性と直接お話しすると、市場が何を求めているのかが分かります。そういった市場活動を行いながら、ニンジンをわざと密集で植えて早く収穫し、バーニャカウダーにも使えるマイクロ野菜として、東京の飲食店に販売するなどしています。

苦あれば楽あり

「地元」にとけ込む

事業立ち上げ当初は、なかなか周囲の理解を得られずに苦労しました。3ヘクタールの土地で農業ができるはずがない、採算が合わないだろうと多くの人に言われました。観光融合型農業を目指していること、女性の新規就農者を増やし、十勝の農業を支えたいという思いを訴えたところ、まず農水省の許可をいただき、農業委員会や見守っていてくれた地域の方々が「いいよ」と言ってくれました。それで農地を買ったことができ、事業を始めることができました。



これまでに地域の人たちに助けられながらも、新規就農の厳しさ、難しさを自覚しています。今後もアグリファッショングループとしての次の事業展開を考えながら、十勝の農業振興に貢献したいと思っています。

十勝ガールズ農場

十勝ガールズ農場は、2016年4月に設立されました。農家の嫁でも後継者でもない20代の女性3人が、新規就農者の経営モデルとして実践を続けています。

約3ヘクタールの土地で、スイートコーンやジャガイモ、カボチャ、アスパラ、ホースラディッシュ(山わさび)、パクチーなどを栽培しています。また、栽培だけではなく、農業体験や景観ガイド、マルシェなどを通して、消費者と生産者をつなぎ、農業の魅力を発信することを目指しています。

そのほか、冬の間は、トマムのリゾット地で、農場で育てた13種類の色つきジャガイモを使ったカラフルポテトフライやポテトサラダ、坊ちゃん力ボチャの器に入れたパンブキンスープなども販売しています。

