SCI Agritech @ インタビュー編

NEWSLETTER

Vol.18
（2024年 2月発行）

アイメック®農法を採用！
フルーツトマト農家さん視察訪問＆インタビュー

茨城県水戸市で「美容トマト」としてフルーツトマトを栽培、販売しているdrop farm(ドロップファーム)様をJICA筑波研修で訪問しました。農業を始めたきっかけや経営理念についてのご講義を頂きました。ブランド化の重要性についても学ぶことができた視察となりました。

- **アイメック®農法**とは…？
元々は医療用として使われていたハイドロゲル製のアイメック®フィルムを培地として使う栽培方法です。フィルムは水分と栄養を保持するため、少量の水でも栽培可能であり、さらにフィルムは細菌やウイルスを通さないため、病気になりにくいという利点があります。

基本情報

茨城県水戸市でフルーツトマトを育てる：
drop farm(ドロップファーム)様

- 三浦綾佳様：代表取締役、広島県出身。販売業でのキャリアを経て、結婚・出産を機に、仕事と両立できる農業を始めることを決意。“クリエイティブ農業”という目標を掲げ、2015年から茨城県水戸市に農場を開設。現在、1haの農場で、フルーツトマトの栽培と、トマトジュースの加工事業も展開している。

インタビュー内容

SCI 農業を始めたきっかけを教えてください。

三浦さん

結婚・出産を経て、仕事と両立するにはどうしたらいいかを考え、農業を選び、25歳の時に始めました。計画がしっかりしていれば、経験がなくても融資を受けられるのは日本の素晴らしいところです。

SCI 農業の技術はどのように学ばれたのでしょうか？

三浦さん

農業は初心者でしたが、アイメック®という先進的な栽培技術と環境制御システムを学び、導入しました。技術の習得が比較的簡単であることに加え、トラクター等も使わずに済むため、女性でも誰でも農業に参入することが可能です。

SCI トマトジュースも販売されていますが、初めから加工も視野に入れていたのでしょうか？

三浦さん

はい、農業は初心者でしたので、「割れトマト」が出ることを想定していました。また、どんなに上手く栽培しても、すべてのトマトが同じ品質には育たないですし、生のトマトはどうしても賞味期限が短いため、ジュースに加工をしています。そうすることでロスや廃棄を避けることができます。

SCI ブランド化の取組について教えてください。

三浦さん

私たちはトマトの糖度を測り、品質ごとに分けてラベル付けを行っています。また、ソーシャルメディアはターゲットによって使い分けています。ブランド力は商品そのものだけではなく、会社や働いている人も含めたものだと考えているので、会社の雰囲気や人柄なども伝わるように発信しています。

SCI 直売所や24時間の自動販売機など多様な取組も印象的です。

三浦さん

自分のアイディアだけでなく、従業員からもたくさん意見をもらって、それをビジネスに反映しています。例えば、働きながら子育てをしていると、スーパーが開いているときに買い物に行けませんが、24時間の自動販売機があれば、良いものを購入したいという人は夜中でも買いに来てくださいます。

SCI 働いている方は女性が多いように感じました。どのようなことを心掛けていらっしゃいますか？

三浦さん

現在は20代から70代の方が働いていて、32名の従業員のうち、男性は5人のみです。毎日8時間働くことができる人を見つけるのは難しいかもしれませんが、週に数日または1日3時間だけ働きたい方々もおり、誰もが働きやすい職場を目指しています。

【後記】トマトそのものの品質を上げることはもちろん、会社が目指したいこと、そこで働く人たちの思いを反映させながら様々な取組をされていることが印象的でした。若くして起業し、毎年困難にぶつかりながらもチャレンジを続けている三浦様の姿に、研修員は多くのことを学びました。

構成・文：技術第1部 小林((株)三祐コンサルタンツ)
インタビュー協力 ： ドロップファーム https://www.dropfarm.jp/