

「青果物輸出産地セミナー」

“アグリカルチャー新時代のベルを“

アグベル株式会社



プロフィール



名前

丸山 桂佑 Maruyama Keisuke



■略歴

現在29歳で2児の父親。

リクルートに入社後、2017年に家業であった山梨市の葡萄農家を3代目として継承。

2020年に果樹生産をイノベーションを起こすべくアグベル株式会社を創業。

■ 引き継いだ現状

2017年に就農した当初の現状

栽培面積

当時は**1,500坪**

房数

当時は**15,000房**

雇用

アルバイトスタッフも**3名**で時給も**900円**で雇用

収益性

既存の販路だと収益性は低かった

■ 起業のきっかけになった課題

就農後に感じた課題

(1)販路の固定化

(2)農業の属人化

(3)生産者負担の出荷形態

+

市場の課題

(1)農業者の減少

(2)生産者の高齢化

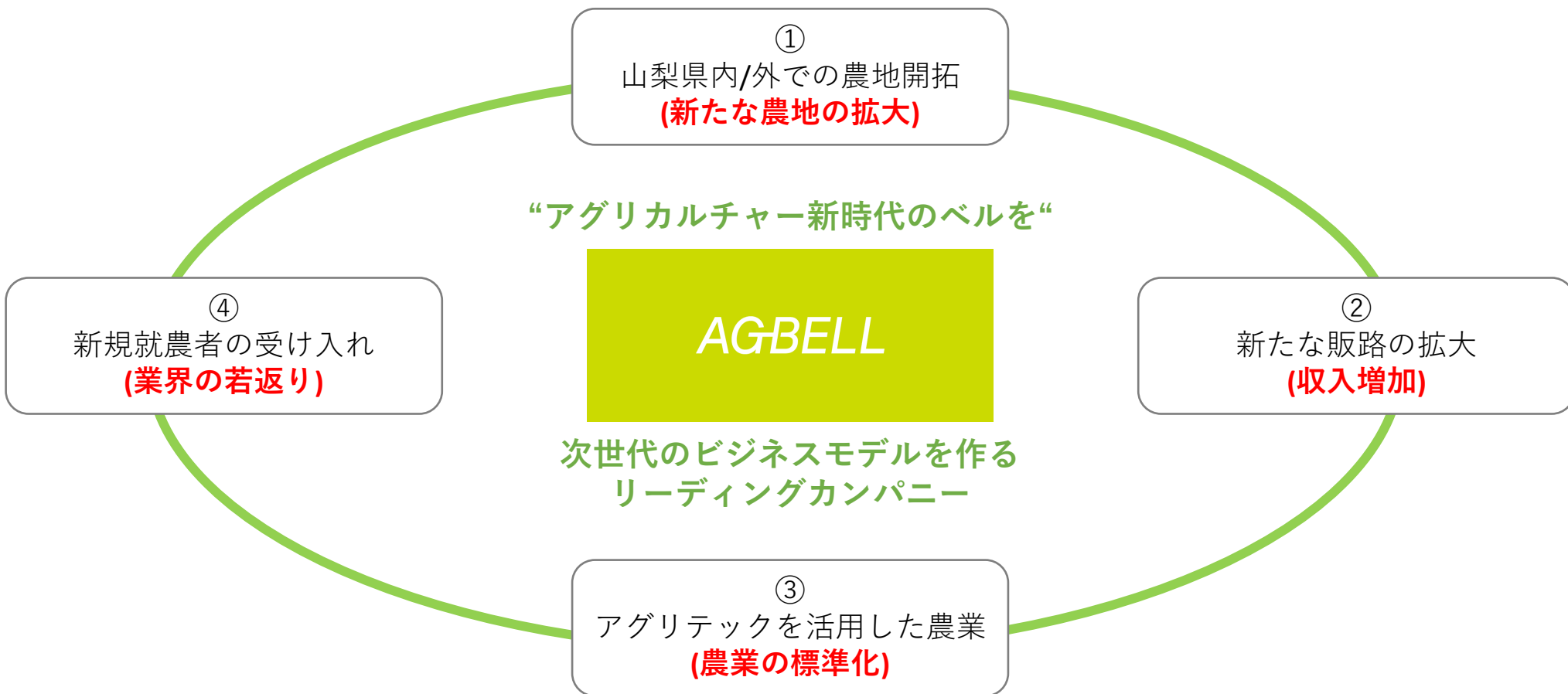
(3)耕作放棄地面積の増加



アグベルが“新しいインフラ”になる



アグベルを中心にし産業を底上げ



■ アグベルの取り組み① | 山梨県内/外での農地開拓

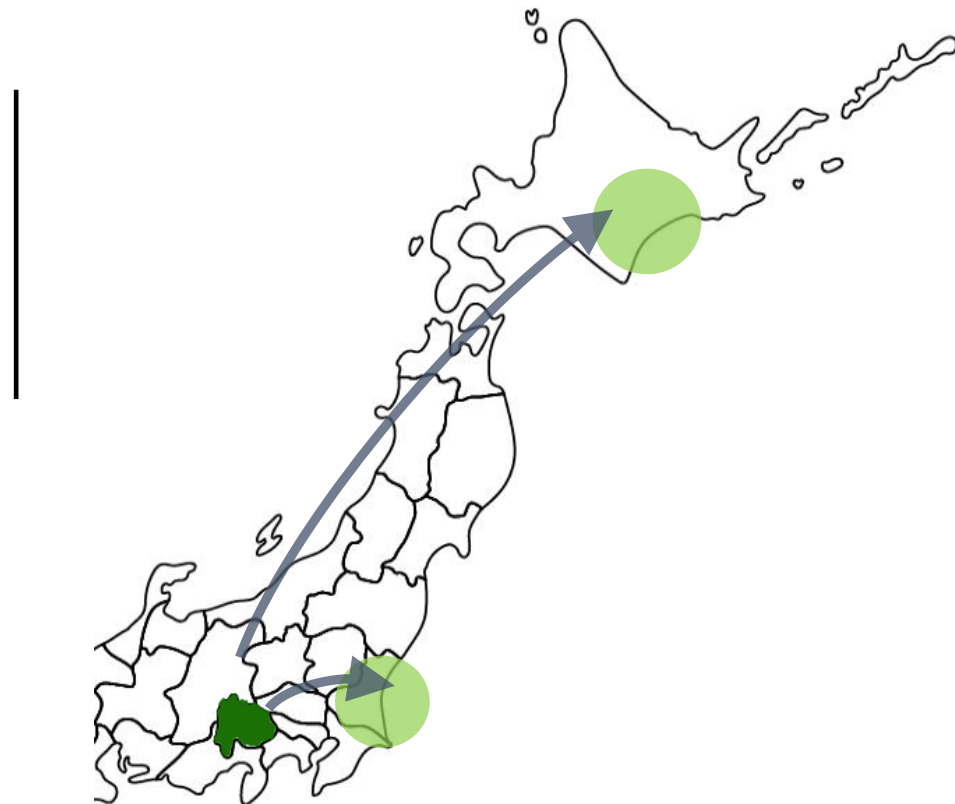
山梨県内の耕作放棄地を農地に。

*1年で**約6,000坪**を耕作放棄地から農地に。



山梨 + 茨城・北海道で農地開拓。

5年後には**約7倍**の農地を目指す。





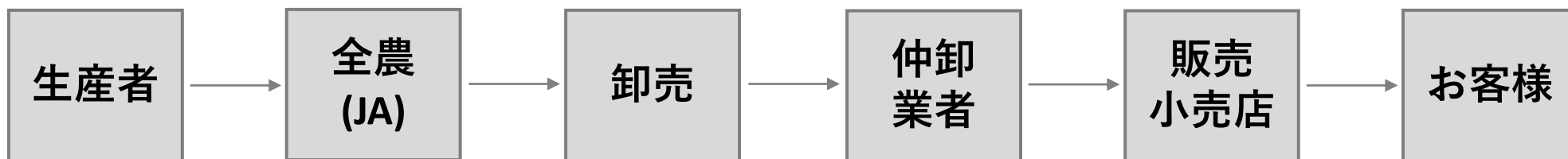


■ アグベルの取り組み② | 最短で届けるための独自販路の開拓

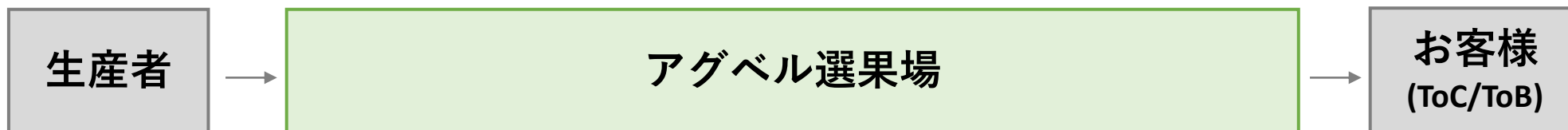
従来の販路とは異なり **新たな販路を提供**

＊ 民間の選果場は **日本初**

【従来の販路】



【新たな販路】



アグベルの業務範囲

■ ぶどう輸出に向けた強みとこだわり

近隣農家と連携した輸出ロット確保



- 輸出するぶどうの約6割は運営する選果場(参画農家)から仕入
- 40-50戸の農家と密接に連携、残留農薬等の基準を満たす栽培を担保

現地ニーズへの細やかな対応



- 自社オリジナルのパッケージを制作、見た目の上でも差別化
- QC(クオリティ・コントロール)専属スタッフを配置、海外で好まれる品質の確保を追求



■ アグベルの取り組み② | 独自販路から見据える2次産品開拓

様々なブランドとのコラボレーションにより、
そのまま食べる以外の選択肢(2次産品)を提供する機会が増加

2次産品 HIO ICE CREAM



▼ 2次産品のメリット

1. 加工することにより葡萄を**年中楽しめる**
2. 贈答品のイメージで食べて頂く機会が少なかったが**手に取って食べて頂く機会が増加**
3. ロスをロスのままに終わらせないことによって**収益の増加**

1次産品



AI解析会社と協業：5年後のテックビジョンを作成

高品質なぶどう生産を作れる生産技術のマニュアル化



1年後

匠の技をデータ化 + 蓄積

成長過程を圃場別に毎日画像で収集

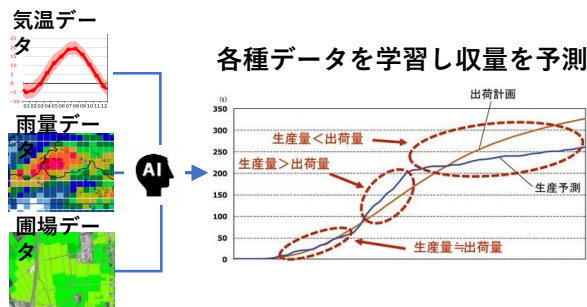


活
用
例

- AIで病気予知・等級診断
- A品を育てる栽培技術の確立

3年後

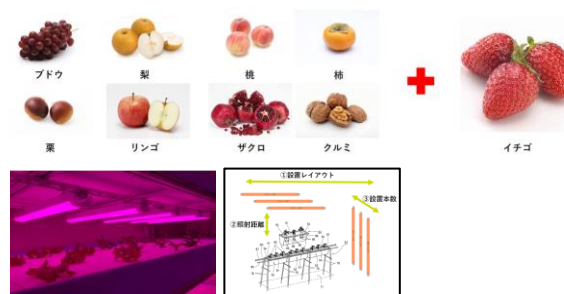
データ解析を活用した
収量予測



- 栽培条件を踏まえた収量予測
(予測情報を元に経営判断)

5年後

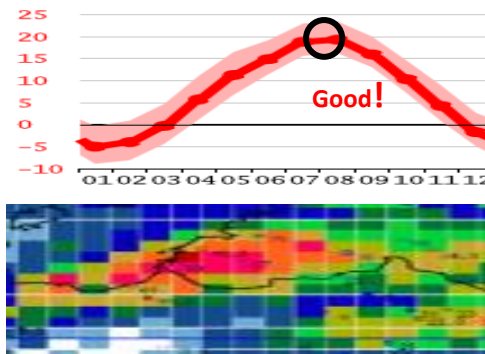
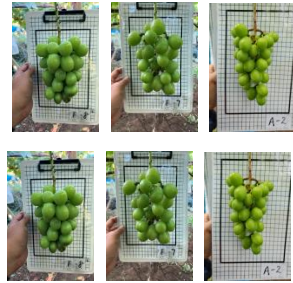
最先端のフルーツ専門
研究機関を目指す
ぶどう以外の栽培に応用



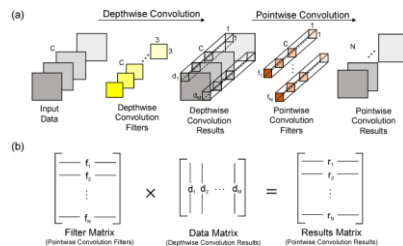
- 高品質なフルーツ栽培技術の
パッケージ化
“誰でも安定的に栽培できる
技術体系の確立”

直近の取組事例（摘粒箇所を自動判別）

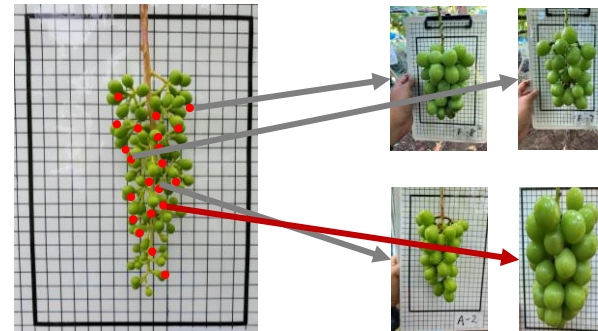
長年の経験と勘が必要となる摘粒技術を誰でも習得できるように



適切なタイミングを予測

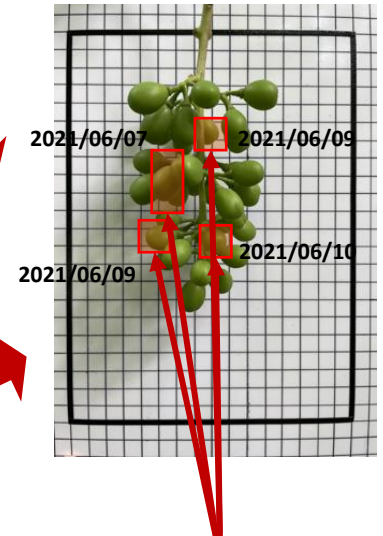


熟練の技術・正確な成長記録・土壌情報・
気候情報を最先端の画像解析AI技術を用いて学習



どこを敵粒すると
どのように育つかを予測

Good!



摘粒すべき実と
タイミングを判定

オリジナル品種で日本の知的財産を守る

品種による差別化

AGBELL

品種開発

生産

流通

小売

消費者

統合バリューマネジメント

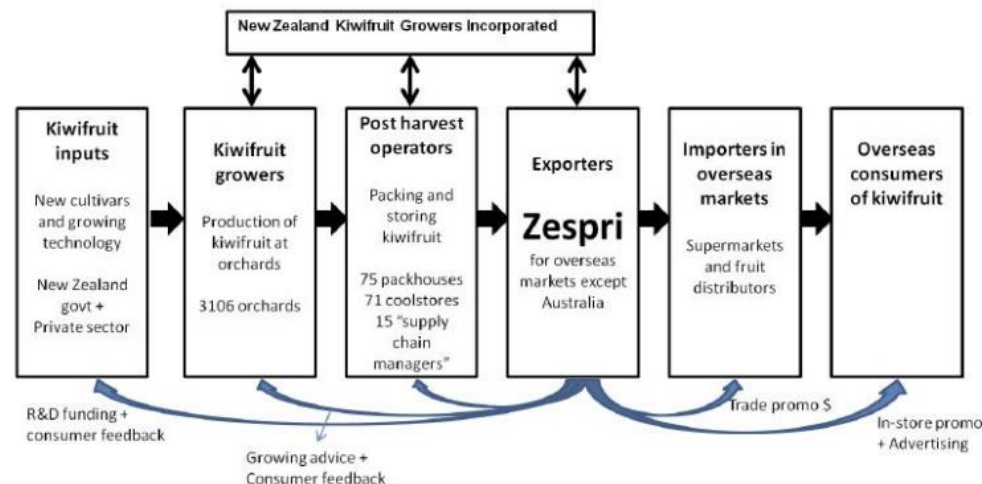
ぶどうのゼスプリを目指す

Zespri (NZ)

キウイの農協が民間化。ブランド化による**単価維持機能**を果たして農家の経営を安定化。
研究開発・生産・流通・プロモーションを一気**通貫**で取り組むZespriモデルを構築。



Exhibit 4 New Zealand Kiwifruit Export Supply Chain



Alvarez, Jose B., and Mary Louise Shelman. "Zespri." Harvard Business School Case 511-001, December 2010. (Revised January 2012.)

ブドウの特性を加味した独立支援により、新規就農者を拡大

背景

- ブドウは、植木から収入発生までのリードタイムが3~4年存在
 - 新規就農者の確保・定着が特に困難な品目

2020年夏に1名



支援内容

- 独立までの収入を保証(アグベルで雇用)
- 独立に向けた支援
 - ✓ 独立するまでに生産技術を伝授
 - ✓ 耕作放棄地から農地した土地を提供
 - ✓ 既存農家さんと関係値構築支援
- 独立後の支援
 - ✓ アグベル向けの販路を提供し”出口”を整える

2022年春に5名



アグベルにとっても高品質商品の取り扱いが増え、Win-Winの関係を実現

GFP取組の一環で、輸出に興味のある大学インターンを受入



東京農業大学
国際食料情報学部
矢ヶ部 音羽さん



東京農業大学
国際食料情報学部
小林 勇介さん

葡萄畑でのジベレリン処理(種抜き)

- ・ 実際に葡萄畑にお招きしてレクチャー後に作業を実施



起業塾ツアー生との交流

- ・ 新規就農新規生も交え、未来の輸出プレイヤーのネットワークを構築



白百合醸造(ワイナリー)見学

- ・ 六次産業を手がける白百合醸造に協力いただき、一次産業以外の葡萄産品も直に体験

■ 新規取組/就農を検討している方へ

新たな取組は、誰のどんな課題を解決しているのかを熟考し
産業の未来視点でどれほどインパクトがあるのかで判断

目的：新しいインフラになる

└ 課題 A)：日本の就農者の高齢化と人手不足

└ 解決 A)：新規就農者支援

└ ■ 課題 A-1)：新規就農者の参入障壁

└ ✓ 現状：経験や勘頼りの農業になっている

└ ■ 解決 A-1)：テクノロジーによってマニュアルを作成

└ ◆ 課題 A-2)：膨大なデータがないと精度が上がらない

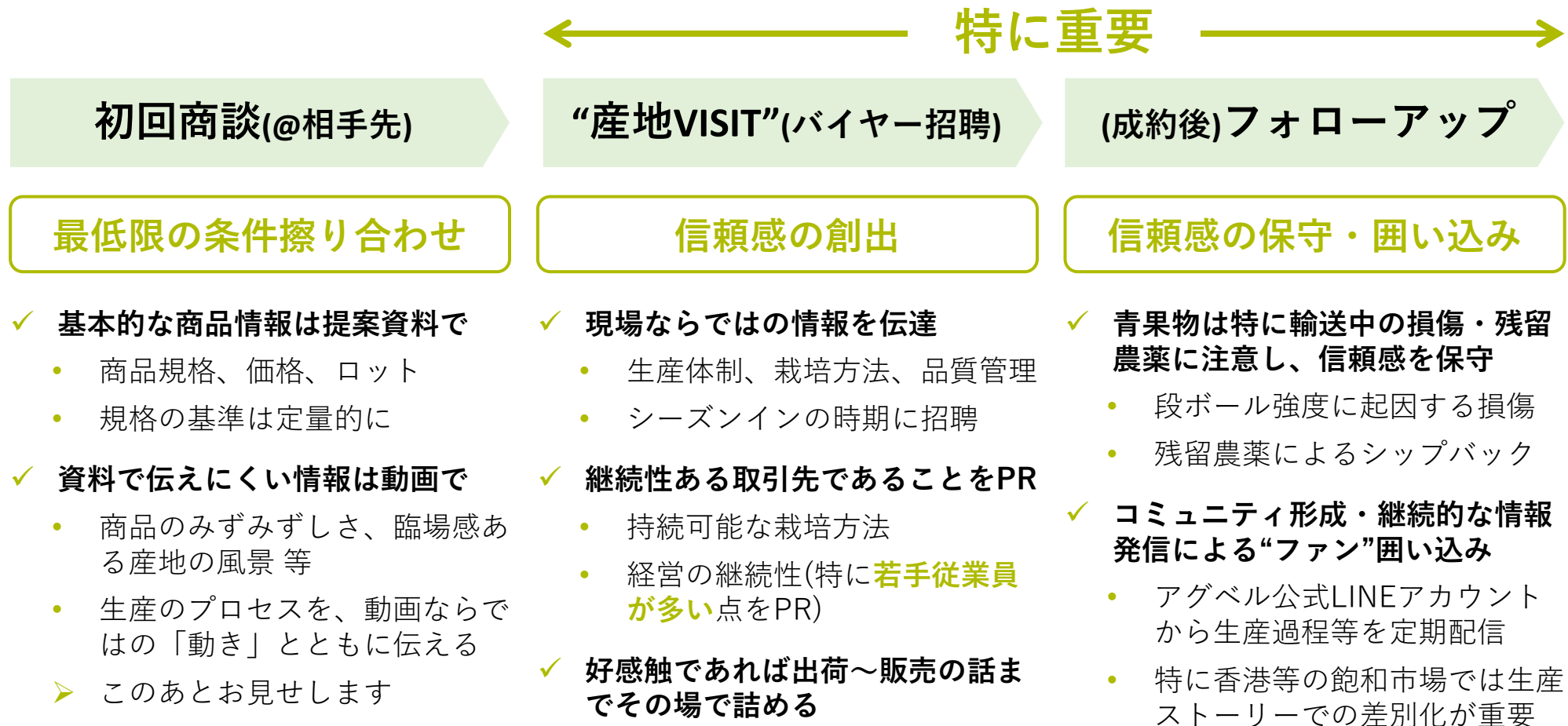
└ ◆ 解決 A-2)：品目の垣根を超えて果樹農家全体がデータを活用

➤ 足元の課題に対して深掘りして、取組み内容を広げる。

チャレンジに抵抗感のある人を巻き込み**GIVEし続け**成果を残すことが肝心

■ 青果物商談のポイント ～取引継続に向けた”勝ちパターン”

資料ベースでの商談よりも、動画活用・産地VISITが有効 また継続取引に向けては成約直後の対応こそ重要



農業に新時代の鐘を鳴らす

AGBELL