

## インタビュー

# 次々に新しい葉菜ブームを仕掛ける水耕栽培農業法人 固定観念を持たず顧客の要求にすべて「イエス」から

大熊 正道 有限会社オオクマ園芸 代表取締役



おおくま まさみち  
大熊 正道 氏

- 1949年 三郷市出身
- 68年 杉戸農業高等学校卒業
- 同年 高校卒業後、大熊家として100年以上手掛けてきた家業の農業に従事
- 79年 家業を引き継ぎ、事業主となる
- 81年 ベビーリーフ等の水耕栽培を始める
- 2006年 有限会社オオクマ園芸設立
- 09年 秩父郡小鹿野町に「小鹿野農場」を開設

一流レストランのシェフがつくり出す芸術的な一皿、そこでアクセントとなるのが色も形もさまざまなベビーリーフだ。その葉菜類やハーブ類の若い葉を生産しているのが有限会社オオクマ園芸である。

革新的な農業経営は親譲りという大熊社長が、水耕栽培にチャレンジし始めたのは30年ほど前。小松菜からスタートし、次第にサラダ素材にシフト。大手スーパーチェーンと水菜をサラダ素材として一般家庭に定着させた。その後、ホテルやレストランに業務用サラダ素材の販路を開拓し、シェフ仲間の口コミで「ベビーリーフのオオクマ」の名が広がる。シェフからのニーズに応える形で扱う種類が

増え、今では対応できる商品数は300種類。種さえあればできないものはないと自信を見せる。技術も見学もすべてオープンにし、国内のみならず韓国にも指導に出かけ、農業人の生活の向上や地域の活性化にも力を注ぐ。

「オオクマ園芸の考え方は固定観念を持たず、すべてイエスから。どんなことも否定すればストップしてしまう。ないものはつくればいい」と、大熊社長は語る。

### 30年前に水耕栽培を開始しサラダ素材へ 水菜ブームを経てベビーリーフの生産に

——どのようなきっかけでベビーリーフ生産に取り組みられるようになったのですか。

大熊家は新しいもの好きな家系で、先代の大熊儀一郎はいち早くオート三輪を買って誰よりも早く市場に作物を運んだり、トラックが出れば周りの農家と共同でトラックを購入して出荷したりと今の共撰、共販のはしりのようなことをしていました。また、白菜の苗に熱を加えて出盛り期より遅らせて出荷して高い値段で売るなど、日本の農業を若干変えた人です。農業関係者の中では名も知れ、昭和43年度の明治百年記念第七回農業祭において6名の天皇杯受賞者に準ずるものとして12名（各部門2名）の日本農林漁業振興会会長賞受賞者の一人として顕彰されています。

そんな父ですから農業にはどんなに投資をしてもいいという考え方で、30年ぐらい前に私が水耕栽培を始めたとき、周りからは「小松菜にあんなにお金をかけて」とあきれられても、父は一言も文句を言いませんでした。

たまたま、あるスーパーが小松菜をサラダで食べるパフォーマンスをすることがあり、そのときに水耕栽培と時代のニーズがうまく



マッチするのではないかと感触を得ました。

15～16年前にサラダ素材を手掛けるようになり、本格的に始めたのは10年前くらいからです。栃木や埼玉を地盤とする大手スーパーと水菜サラダを仕掛けたところブームに火がついて、オオクマ園芸グループとして仲間と組んで関東約220店舗に水菜を供給しました。——今では水菜サラダはすっかりおなじみですが、それを仕掛けたのは大熊社長だったのですか。

そうですが、ブームが全国に浸透した段階でスーパー向けの水菜から撤退しました。べビーリーフに参入したのはここ7、8年のことです。——そのころレストランからのべビーリーフ

のニーズが増えてきたのですか。

結果的にべビーリーフにシフトしたということはそのことです。

**業務用の売り込みに力を入れ販路を開拓  
シェフのニーズに応える多品種、多サイズ**

サラダ素材を始めてこれから伸びていく葉菜類をどんどん進めていこうとしていたときに、営業の代行を専門にする仲買業者に出会いました。その会社の奥さんが非常に英語に長けた人で、外資系ホテルやレストランにどんどん売り込みをかけたのです。そうした流れの中で、銀座のレストランの高名なフランス人シェフと出会い、その弟子のシェフたち



4~10種類のベビーリーフやマイクロリーフをミックスしてスーパー等に出荷されている商品例

の間でも「ベビーリーフのオオクマ」の名前が口コミで伝わり、取引先が増えていきました。

2005年にマンダリンオリエンタル、2007年にリッツカールトンが東京で開業し、同年にはミシュランガイド東京版が発刊されました。外資系ホテルやミシュランガイドに載るようなレストランがお客様に多いのはそういった経緯からです。

——時流に乗っただけでなく、品質的にも優れているからそうしたホテルやレストランから注文が入ったわけですね。

商品の珍しさと私が変わっているからでしょう。一流のシェフたちは、とにかくこだわっています。料理に使う素材のオーダーも色やサイズなど要求のハードルが高い。ある意味で特殊で変わった人間の周りは同じような人ばかりが集まるものです。「大熊は変わっているから、ないものはつくってしまうだろう」と。注文を受けたら必ず「イエス」と答

え、納期に間に合わせる。その積み重ねで、常時60~70種類、対応可能なのは約300種類、サイズ違いのアイテムを含めれば1,000種類を超えるようになり、これが強みになりました。

今、料理の世界はフレンチやイタリアンなどの垣根がなくなり、日本の食材も入るような多国籍の時代になってきています。そこがシェフたちの腕に見せどころで、「こういうベビーリーフはできないか」と注文がくるわけです。

——ベビーリーフをつくるには、コツがあるのですか。

芽が出たらすぐに摘むという発想でいいと思います。何も難しく考えることはありません。あとはニーズの対応力と仕掛け方です。

あるホテルから、1,500人のパーティーがあるので長さ3cm、幅2cmのベビーリーフを3種類、1,500枚ずつというオーダーが入ります。それをきちんと指定された日に納品す

る。この対応力です。

同じ葉菜でも葉が1 cm未満のもの、1～2 cm位のもの、3 cm位に伸びたものそれぞれが商品です。バジルを例にとれば、マイクロバジル、カクテルバジル、ミニバジル、となるわけです。バイオレットクインやレッドピリカラなど本来の名前ではなく私がネーミングしたものも数多くあります。一般的にはお浸しで食べるベガナと呼ばれる葉菜もスプリングリーフと名付けてサラダで使ってしまう、そういう遊び心が重要なんです。

全国各地から農業ビジネスのアドバイザーとして招かれると、よくある質問が「水菜は何cmですか」というのです。何cmセンチだっていいんです。固定観念を持ってはだめです。

今の注目は包菜です。焼肉店で肉を包んで食べる野菜はサンチュやサニーレタスが一般的で種類がある店でも3種類ぐらい。それを15～20種類の野菜で包んで食べてしまおうと、赤坂の焼き肉店で仕掛けたら大成功。女性客に大人気で、テレビや雑誌で取り上げられ、ブームになっています。ベビーリーフの次は10～15cm位の大きさの色とりどりのキャベツなど、やや大きな葉がトレンドになると思います。

**マイクロリーフは希少性で高収益  
小さい葉は回転率が高く多品目栽培が可能**

——ベビーリーフ栽培をビジネスとして成功させた秘訣はなんですか。

野菜はキロ単位で取引されるのが一般的で



最低でも60種類のベビーリーフが無農薬で安心・安全・安定して水耕栽培されているハウス内の圃場

す。水耕栽培を始めた当時、土耕栽培の小松菜はキロ150円でも高く、それが水耕栽培だと400～500円、当然高いと言われました。それがあったので、ベビーリーフを始めたときに種が高くて手間もかかりキロ1,000円でも赤字なのに、「何でそんな値段で売れるの」といわれる値段で売っていました。しかし、今は種類の多さや対応力というオオクマの優位性で他よりも高い価格で取引されています。

最初のころベビーリーフを安く売ったのは経営的には失敗であったと思いますが、それがあったから今でもお付き合いが継続していると考え、先行投資であったと思います。

特にベビーリーフよりも小さい1 cm足らずのマイクロリーフを30種類も扱うところは日本全国でも他にはなく、グラム110～220円でキロなら11～22万円ということになります。早いものでは3日で商品にしますが、小さくて手間は非常にかかります。高いと言われたときには、栽培や作業の様子などを見学してもらえば納得してもらえます。

——現在の圃場の規模はどのくらいですか。

坪数で約2,000坪です。例えばキャベツですが、使う種の量はあの広大な孀恋のキャベツ畑に匹敵する数ではないでしょうか。同じ種1粒で収穫されるのは、孀恋では大きなキャベツ1個ですが、うちは10センチ足らずの葉が1枚です。小さなところ（直径1.5cm）に30粒落として10日で商品にします。狭い場所で効率よく何回転もすることができます。

コストのベスト3に入る種代は、海外から取り寄せられるものは直輸入で低く抑える努力をしています。輸送費や通関手続きなどの経費を含めて、ものによって国内で買う5～10%ですみます。極端なものでハーブ類のルッコラの種は国内だと1リットル1万2,000円～1万3,000円で流通していますが、イタリアからの直輸入だと500円です。スペインの野菜、カーボロネロ（黒キャベツ）も国内では1リットル10万円するところが直輸入なら5,000円です。

——従業員は何人くらいですか。

私たち夫婦と長男の家族3人とパートさんが15人前後です。パートさんもフルタイムではなく、午前中で終わりです。単純作業なので生産性を下げないためには一日3～4時間がちょうど良い時間だと思います。

しかし、パートさんの力がないと成り立たない仕事で、彼女たちにも自分たちが会社を動かしているという思いは浸透しています。特に募集もせず、友達の前で集まってくるので家庭的な雰囲気です。

---

### 秩父で試験的に種の生産を開始 適材適所で栽培が理想

——今後の事業展開についてお聞きします。

デトロイトという葉脈が赤い葉の種が世界中で逼迫していて日本にあまり入ってこないんです。ならば、自分のところで種を取ろうと秩父の小鹿野町でベビーリーフ栽培と併行し、試験的に種づくりを始めました。

知事から埼玉県内でやって欲しいと要請を受け、夏に夜温25度以下のところを探したところ小鹿野町に土地が見つかりました。私も知りませんでした。小鹿野は日本で一番晴天率が高い場所で雨を嫌う種取りには適した場所です。省エネ型のハウスにしたので、燃料費も安くてすみました。将来的には、瀬戸内海の島あたりで大規模に種取りをせずには自分と自分のグループに種を安く供給できる体制をつくる構想があります。

——日本の農業というのは、自分の土地を耕すというイメージがありますが。

それだと生産性が上がらないんです。今回のTPPなどはビッグチャンスではないでしょうか。足腰の強い農業者を育てて自給率を上げるには、ある程度の力のある農業人に補助金を集中的に出すべきです。それが生きた補助金の使い方だと思います。日本には農業者が多すぎるというのが持論です。ある程度グループ化して、1グループの売上が1億円を超すぐらいになれば日本の自給率は上がると思います。秩父に出て行って、日本の農業はまだまだ可能性があると感じています。

夏の高温が栽培の大敵であることや環境的なことを考えれば適地適作がいいわけですね。冬はハワイで夏はサハリンとか、極端に言えばそういうことです。実際に最近の力のある水耕栽培農業法人は、冬は沖縄の宮古島で、夏は栃木県の鶏頂山や山梨の八ヶ岳で生産するという形を取っています。

## 地域貢献と農業人の生活向上を願って 国内外で農業ビジネスのアドバイザー

—植物工場など農業ビジネスに参入を考えている会社も増えていると聞きます。

サイドビジネスで植物工場を考えている上場企業が増えてきて、アドバイスを求められることが多くなりました。

珍しい業種では岡山県にある年商3,500億円のパチンコ屋さん、そこが2010年からアグリビジネスに参入して地域の農業にとっても貢献しています。水耕栽培と言ったら「オオクマ」の名前が浮かんだので、ちょっと見てくれないかと相談を受け、岡山まで行ってきました。水耕栽培がうまくいかなかった原因は簡単なことで、要は酸欠状態だったのです。

山口県では自動車販売と建材で県内年商ナンバーワン企業がアグリビジネスに参入しますが、私も力が入っていてノウハウをアドバイスしています。

広島県でもアグリビジネス参入を検討している地域の優良企業があって、意見を求められました。やる前から悩むようならやめた方がよいのではないかと言いました。規模にもよりますが、水耕栽培はインシヤルコストが非常にかかるので、細かいことを考えすぎると難しくなるでしょう。

兵庫県では、国の補助金を利用して大規模な水耕栽培の植物工場建設に向けて動き始めています。これは補助金を使うので、地域の生産者が手を挙げるのが前提になります。

また、最近韓国からの見学が多いですね。韓国では、LEDを使った植物工場を国策で進めています。ロータリー活動の関係で韓国にも知り合いがいるので、3社ぐらいアドバイザーをしていて、韓国にもいきます。日本

にはLEDを使った植物工場が非常に多いと思われています。しかし、実際には大学や行政の一部研究機関でやっているだけで、一般的には普及をしていません。LEDを使ったのでは、とても採算が合わないと思うのですが。韓国では、生産した野菜の日本への輸出にも積極的に取り組んでいます。

—日本ばかりでなく韓国でもアドバイザーで活躍されているわけですね。

うちは技術も見学もすべてオープンで、壁はつきりません。アドバイザーとしての出張は交通費も含めてすべて無償で、その分をそれぞれ地域の農業振興の貢献にまわしてほしいと伝えています。日本でも韓国でも農業人が少しでも豊かになることが、農業で飯が食えている私の農業に対する恩返しだと思うからです。

—最後の質問ですが、好きな言葉はありますか。

「開拓」と「一期一会」で、最終的に大切なのは人との出会いと人間関係だと思います。

—小さな葉っぱ1枚1枚が商品という発想に目からうろこが落ちる感じでした。農業も他のビジネスと同じように、発想の転換と仕掛けが重要であることを知りました。

本日はありがとうございました。

### 有限会社オオクマ園芸概要

設立	2006年
資本金	300万円
売上高	8,000万円
従業員	15名（パート・契約社員含む）
事務所	〒341-0025 埼玉県三郷市茂田井588
電話	048-952-2915
取引店	三郷支店