

株式会社日本農業

代表取締役社長
内藤祥平

● NIHON AGRI, INC.

株式会社日本農業のご紹介

基本情報

ミッション	日本の農業で世界を驚かす
事業内容	①農産物の輸出 ②品種知財のライセンス
設立日	2016年11月28日
資本金等	4億4500万円
出資企業	オイシックス、デンソー
従業員数	30名（日本）、20名（タイ）

戦略



生産から販売の一気通貫での垂直統合型フルーツ輸出



海外への品種・栽培知財ライセンス事業

日本農業経営陣



共同創業者 CEO 内藤 祥平

高校時代に自転車で日本を縦断し、農業に魅了される。後、イリノイ大学農学部に留学。鹿児島やブラジルの農場でもインターン。卒業後、マッキンゼーにて農業セクターメンバーとして活動。2016年に当社設立



共同創業者 COO 永田 玲士

慶應大学法学部卒。在学中にブリティッシュコロンビア大学に留学。卒業後、野村証券投資銀行部門でM&A案件に携わる。



マーケティングアドバイザー・ リード 松田拓

現(株)マーケティングデザイン事務所代表。M3、UCC等数々の企業にサービスを提供。近年ではカルビーグラノラ事業（フルグラ）が最も成功した案件の一つ。



社外取締役 松本浩平

現オイシックス・ラ・大地取締役。新規事業開発、事業資本提携、ベンチャー投資、M&A等に従事してきた。



社外取締役 守屋実

現守屋実事務所代表。

新規事業創出の専門家として数々のベンチャーに自ら投資を実行し役員に就任するスタイルでアドバイスを提供。ラクスル等起業。



社外監査役 小田真一郎

1998年4月、日本興業銀行入行。2003年にマッキンゼーに入社し、農業案件を中心にアソシエイトパートナーなどを歴任。ロンドンビジネススクールMBA。

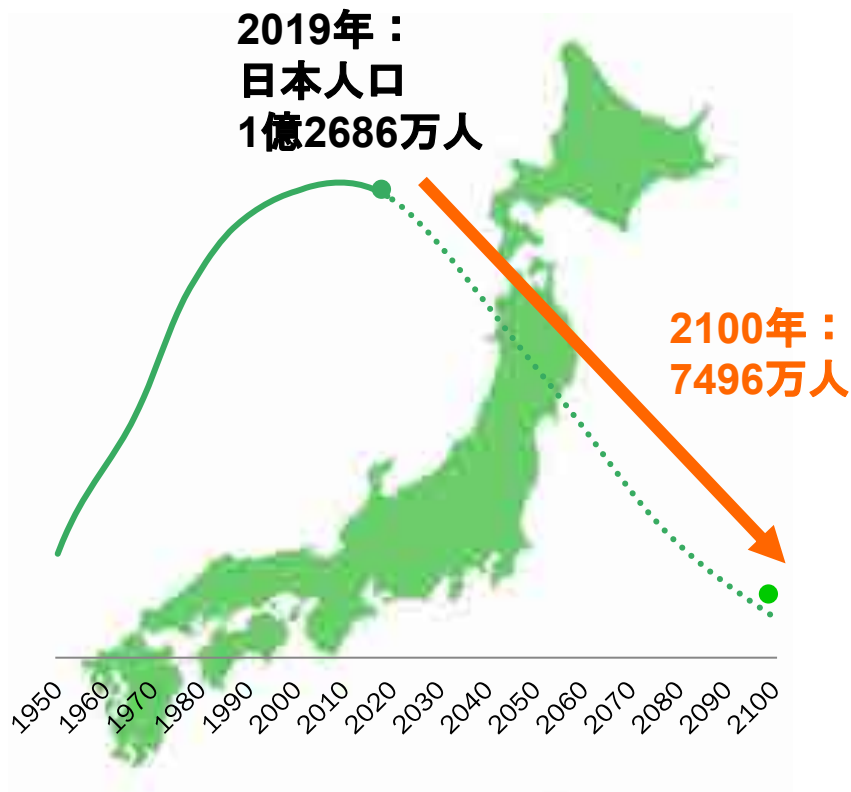
● NIHON AGRI, INC.

「日本の農業で、世界を驚かす」

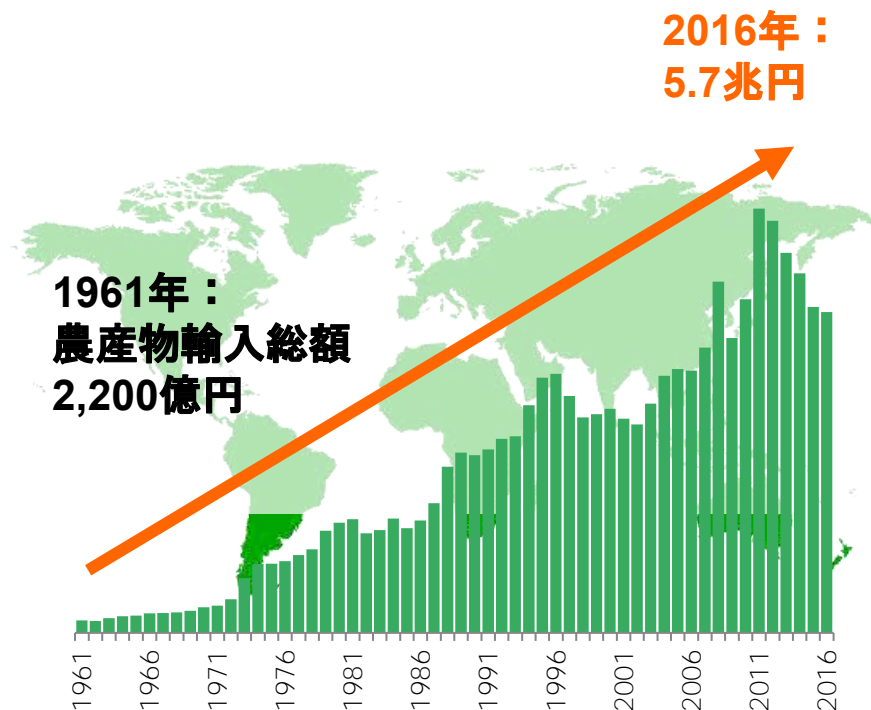


日本の農産業の課題1: ゼロサムゲーム

急速な人口減少



自由貿易・国際競争の波



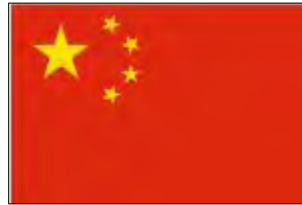
日本の農産物の課題2：知財流出

日本の品種の海外への流出、無断栽培



レッドパール
章姫
とちおとめ
紅ほっぺ...

シャイン
マスカット...



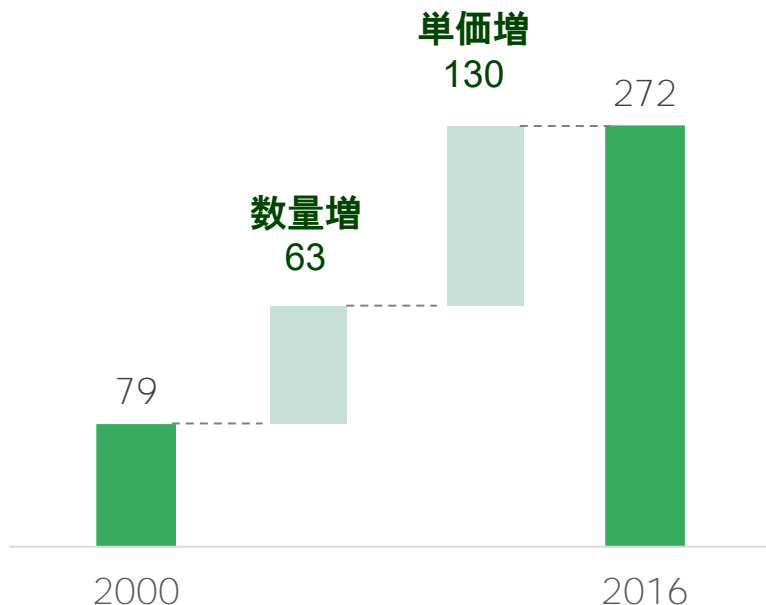
韓国や
中国で
品種改良



日本の農産業のオポチュニティ

外部環境：

アジアのフルーツ消費金額の成長（\$bn）



内部環境：日本の農産業の優位性

競争力ある品種

- 研究機関に加えて、個々の農家が品種開発に着手
- 長い年月をかけての品種開発は日本人の性に合う

栽培技術

- 生産に対する農家の理解レベルが高い
- やるべきことをやる、農業栽培は日本人の性に合う

政府のサポート

- 農業の産業化は政府にとって一丁目一番地の課題であり、サポートが期待できる

出所：FAOSTAT（平均単価は総額（ドル）を総量（トン）で割って試算）

我々の事業

日本の農産業の課題

ゼロサムゲーム

知財流出

我々の事業

農産物輸出事業

知財ライセンス事業

我々の事業展開

モノの輸出で販路・ブランドを作った上で、知財の輸出で利益を作る

Step1:

農産物輸出で販路・
ブランドを作る



Step2:

知財の輸出で利益を
取る。販路もカバー

農産物輸出事業：

バリューチェーン一気通貫の輸出用流通をまずはりんごで構築



- **輸出用高密度植自社園地**

自社で園地を保有、輸出用小玉リンゴの生産に特化

- **契約栽培**

農家に輸出用小玉リンゴ生産方法を伝授し輸出用リンゴを農家から直接受注し、自社栽培では足りない分を確保



- **輸出用選果**

輸出に特化した設備を運営し、海外顧客の注文に柔軟に対応できる体勢を構築



- **輸出・販売**

各国に駐在員を派遣し、小売店に営業（タイ語・インドネシア語・中国語のネイティブ）

- **ブランディング**

自社ブランドESSENCEを立ち上げ、タイ・インドネシアで日本産リンゴ輸出ナンバーワン



農産物輸出事業の実績： 創業三年間で「りんご×アジア輸出」で成果

	弊社日本産リンゴシェア			日本産市場規模 (4年CAGR)	一人あたり年間 りんご消費量 ⁽¹⁾
	2017	2018	2019		
台湾	0.4%	2.0%	5.3%	21,446t (+3%)	7.6kg (約30個)
香港	3.3%	7.7%	10.5%	6,366t (+18%)	15.8kg (約63個)
タイ	40.0%	46.1%	41.8%	1,145t (+65%)	2.2kg (約8個)
インドネシア	27.6%	83.7%	87.4%	150t (+100%)	0.6kg (約2個)
フィリピン	9.7%	46.0%	43.3%	77t (+25%)	1.4kg (約5個)

市場成熟済、
シェア獲得
フェーズ

市場未成熟、
市場拡大
フェーズ

注記：(1) 全世界のりんご。りんご1個=250gで計算。

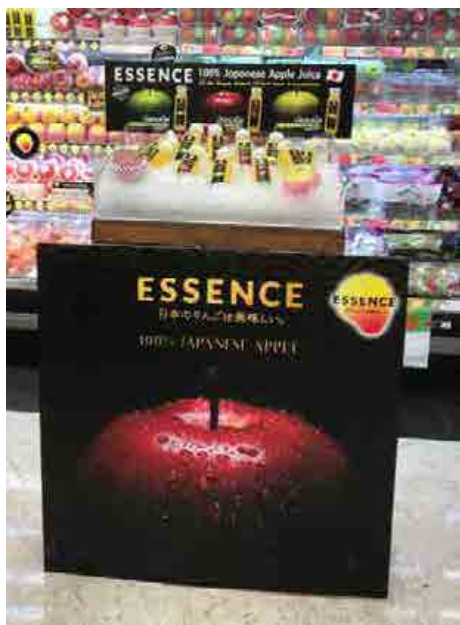
● NIHON AGRI, INC.

タイにて弊社ブランドESSENCEがマーケット成長を牽引

Apple export from Japan to Thailand :
Tons; 2015-2019 actual



市場拡大戦略：コンサインメント戦略



コンサインメント販売とは？

- プライシングが自由
 - 棚の装飾が自由
 - +
 - SKUが自由
 - サンプルングが自由
 - 消費者データが取れる
 - 小売店のマージンが低い
-
- - オペレーションの複雑性が高い

リンゴで確立したEconomicsは他品種・他国へも適用可能

次は、さつまいも



なぜ、芋？

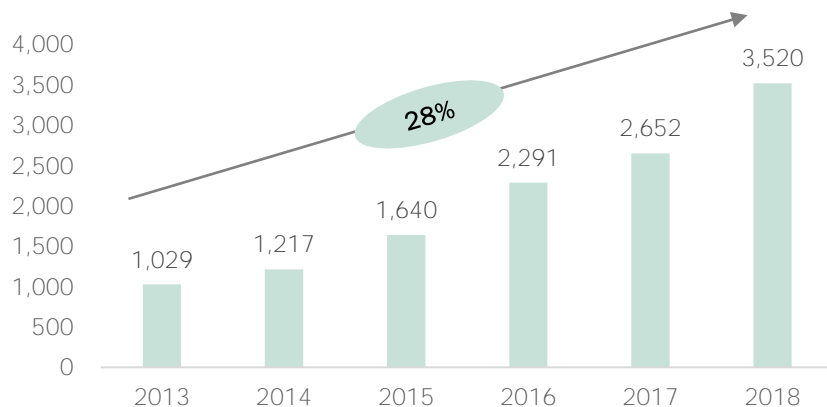
需要

- ✓ アジアを中心に、需要が急気に高まっている
 - 従来流通しているベトナム産はパサパサ系、日本産のねっとり系が人気を博している
 - 焼芋機導入に伴う、焼芋のおやつ化としての浸透
- ✓ ESSENCEブランドの活用による新たな需要創出



(参考)
バンコクにある焼芋スタンド

日本産さつまいも輸出量 (トン)



供給

- ✓ リンゴで確立したEconomicsの適用
- ✓ 貯蓄技術等の必要性による芋屋の存在の必要性等による、一気通貫を成し遂げる意味

今後の輸出における品目展開

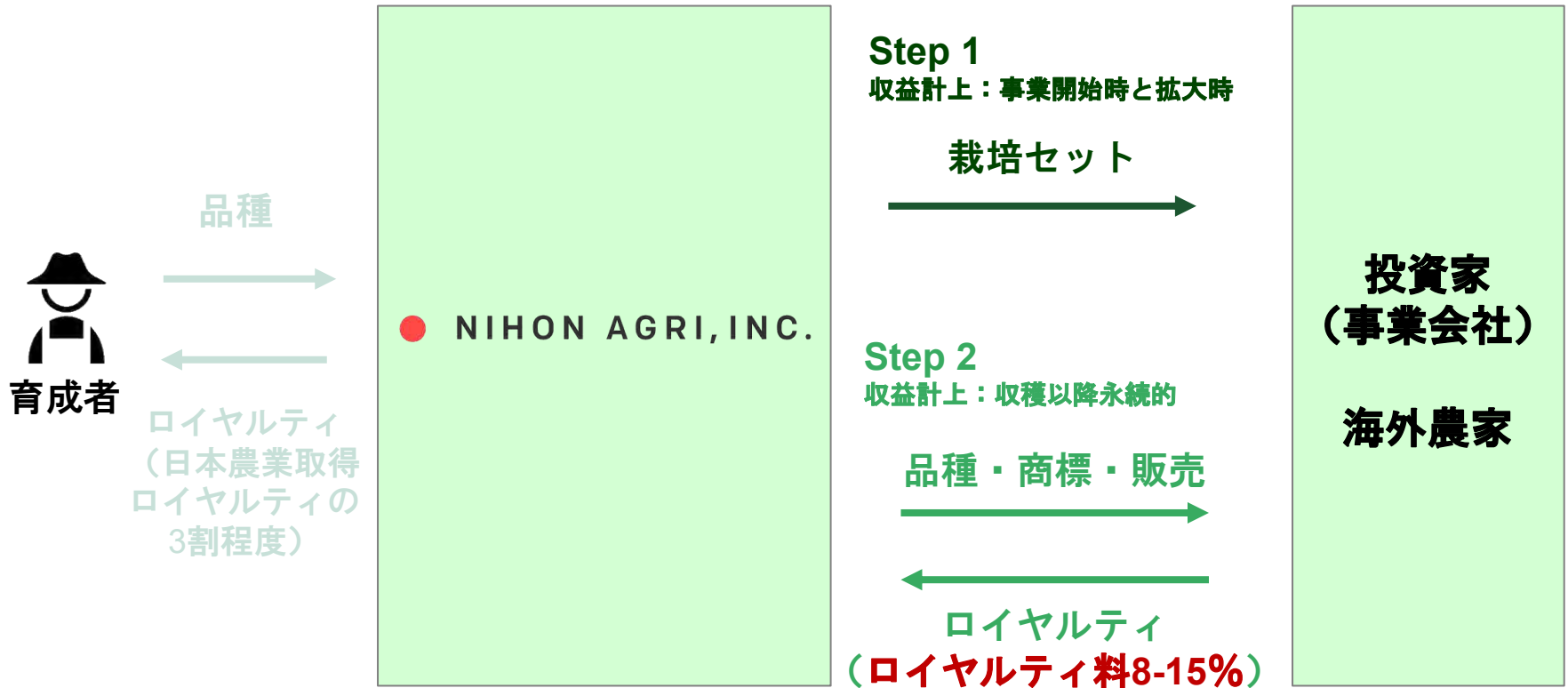
(億円)

品目	市場規模		日本生産量	世界で生産されている主な日本品種	輸送性	主な競合
	(既存市場)	(既存市場+中印)				
リンゴ	1,401	26,310	1,991	ふじりんご	◎	NZ産、アメリカ産
サツマイモ	1,389	21,279	2,187	--	○	-- (新規市場開拓)
葡萄	1,023	18,001	1,181	巨峰 シャイン	△	豪州産、チリ産、米国産、ペルー産、中国産
梨	443	8,609	991	和梨	△	南アフリカ産、韓国産、豪州産
柿	40	1,692	614	甘柿	△	韓国産、NZ産

注：既存市場とはタイ、インドネシア、香港、台湾、マレーシア、フィリピン、シンガポールを指す

知財ライセンス事業：

日本品質栽培セットを国内、海外の農家及び投資家に提供



栽培セット： 日本農業が提供するもの



高品質、高収益な栽培方法とは？：りんごとメロンの例

りんご：従来の丸葉栽培



反収3倍の高密植栽培



メロン：海外での量産型露地栽培



高品質を求めた日本式「一木一果」



参考：品種の流出による機会損失は年間数千億円に上る

品種	開発年度	海外での年間生産金額	ロイヤルティ収入の機会損失の金額
フジりんご	1947	4.8兆円	3300億円
巨峰	1937	4.5兆円	3100億円
シャインマスカット	1988	1.6兆円	1100億円
デコポン	1972	8500億円	600億円
紅はるか	2010	5100億円	360億円
紅ほっぺ	1994	1700億円	100億円

注記：年間生産額は、巨峰・フジりんご以外はグローバルぶどう・いちご・オレンジ生産額に対して日本における該当品種がそれぞれに占める割合を掛け合わせて試算。逸失額は生産額の7%程度をロイヤルティ収入として得られると仮定し試算。

Next Step 1: りんご圧倒的日本一



- 高密植栽培事業の拡大
- 選果場を買収し日本一のりんご屋に
- 東南アジアで自社棚を大幅に拡大
- ブランディングの強化



Next Step 2:
他品目展開
(輸出)



Next Step 3: 知財ビジネスの スケール



農業関連会社が上場する意義：

IPOを通して「農業も儲かる」というメッセージを出していき、より多くの人々の農産業への参加を促す

①「農業は儲からない」というイメージを払拭

対投資家

- より多くの資金、リスクマネーの流入
- 農業の大規模化、効率化の後押し

対世間

- 収益化が可能な事業であると理解し、農業参入増加
- より優秀な人材が集まるような産業にする

対海外

- ディフェンシブ産業である農業における日本のプレゼンスを高める

②機動的な資金調達を可能とする

調達手段の多様化

- 市場からの株式資金調達が可能となる
- 株式以外でも、社債や融資における調達可能規模も拡大

調達金額の拡大

- 知名度向上（開示を通じた他者の農業企業に対しての理解力の向上）
- 一定程度の規模と収益化が上場の前提として、より多くの資金が集結

現在の課題と日本農業が考える解決策

農地所有適格法人の上場が
実質的に不可能

農地所有条件の見直し

農地集約化＝大規模化の
難しさ

農地管理、耕作放棄地の
データベース化、及び
農地譲渡条件の見直し

大規模資金調達の難しさ

政府が先導を切り、政府系
ファンドを通して民間資金
流入を促す