

**Shrinkする農業界で  
GAP活用で  
進化するチームを目指して**

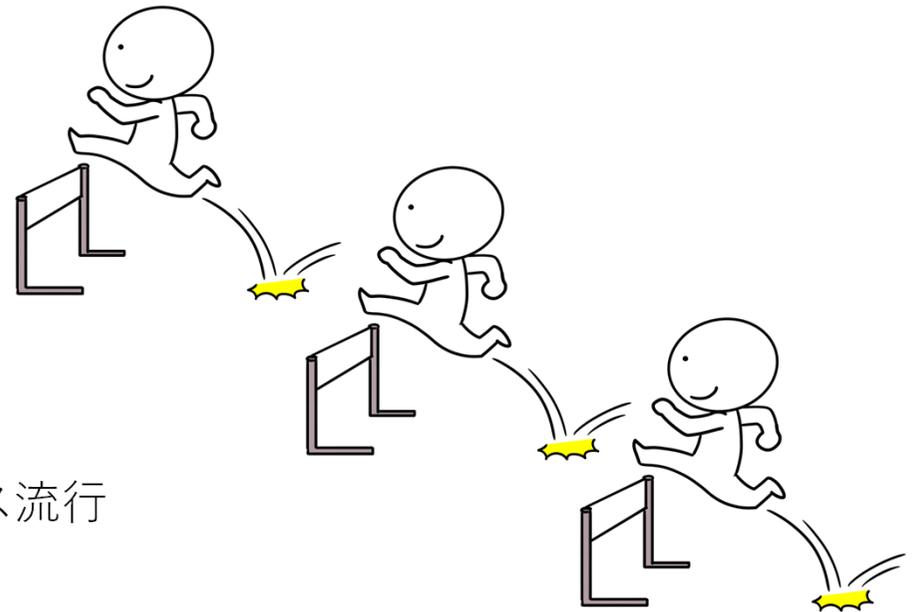
有限会社まるせい果樹園 COO 佐藤ゆきえ

# 有限会社まるせい果樹園について

創業は明治後期 養蚕農家から少しずつ果樹栽培が始まる  
昭和16年に桃の木を植えた口伝が残っており、その後果樹栽培が盛んな福島の主力となる品目を栽培してきた。

観光農園本格的に営業開始 2000年

- 分岐点① 2001年 法人化
- 分岐点② 2005年 3.5haの農地を購入
- 分岐点③ 2011年 東日本大震災
- 分岐点④ 2013年 JGAP認証取得
- 分岐点⑤ 2015年 飲食事業開始
- 分岐点⑥ 2019年 新型コロナウイルス流行



GAP認証取得後 継続的に審査更新をしており、  
売上額は**右肩上がりで継続**しております。

## 分岐点① 法人化

個人経営より税制的に利便性が良かったので法人化



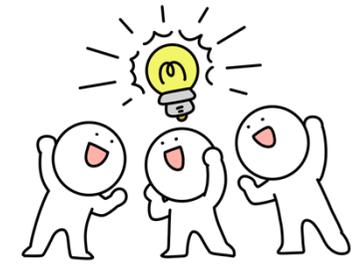
## 分岐点② 3.5haの農地の購入

当時、観光バスの受入に注力していたので、来園者数の倍増を視野に購入

## 分岐点③ 東日本大震災

分岐点②で目指していたものが足元から崩れおち、途方に暮れる





## 分岐点④ JGAP認証取得

福島県の農業の早期復興と**運営体制の立て直しの目的**で取得

現在はJGAP・ASIAGAP・GLOBALGAPの3認証を継続しております。

※会社が成長していく中で**現場をハンドリングするために緻密で合理的な管理が必要なので第三者認証を選択**

## 分岐点⑤ 飲食事業開始

GAP認証取得後、販路拡大が成功し、主となる果実の販売力が上がり、念願だった**「あますところなく販売」**という自社の目標達成のため飲食事業を開始。

多くのお客様のクチコミで1年で行列のできる繁盛店に成長。

主力の「ももパフェ」は1日の販売数が1000杯近くなることもあり、スタッフのモチベーションを上げています。



# 分岐点⑥ 新型コロナウイルス流行

新型コロナウイルス流行をきっかけに、**ネット販売を開始**  
現在、**主力販路の一つの柱に成長中**



## X (旧ツイッター) のフォロワー数9.4万人

- ・1000人以上：ある程度の存在感を持ち、多くの人にリーチできていると見なされます。日常的な発信が影響力を持ち始める数字です。
- ・1万人以上：インフルエンサーとしての認識が強まります。ある分野に特化した影響力を持っている可能性が高いです。

**・10万人以上：かなりの影響力を持ち、幅広い層に情報を発信する力があります。ブランドや企業からの関心も集めやすくなります。**

・100万人以上：大規模な影響力を持ち、業界や国を越えて注目される存在です。



まるせい果樹園におけるGAPの効果

売上に直結

**why?**

- ★基準に添った農場管理の実施
- ★スタッフの自覚と自立心

# Shrink (シュリンク) する農業界

長い時間をかけて作られてきた「農業」という第1次産業の仕組  
**効率化**や**最大化**などの観点で見ると **事業を生み出す絶好の瞬間**

Shrinkは縮小などの意味の他に**圧縮【中身が濃くなる】**という意味もあります。

## **圧縮した農業界で視点を変えて取組**

商流を理解し、細やかな農業の知見を持ち、



リーダーシップ（チーム作り）を目指して努力していくことが

**大切な私たちの課題**です。

ご清聴ありがとうございました。

視点を変える材料として「**コアコンピタンス経営**」「**OODAループ**」の資料を提供致します。興味のある方はぜひお使いください。

# コアコンピタンス経営

自社のコアコンピタンスを **理解** する

コアコンピタンスを **強化** する

**新しい** コアコンピタンスを生み出す

ことを重視します。

またコアコンピタンスを生み出し、維持する役割を担う「**コア人材**」についても **投資や育成** が必要になります。

# コアコンピタンス分析のやり方

①事業と最終製品を整理する

②コア製品の候補を考える

③コア製品を選別する

④コンピタンスを発見する

⑤コンピタンスの書き写し

⑥コアコンピタンス3つの条件の評価

⑦コアコンピタンスを特定する

# コア・コンピタンスの3つの条件と5つの要因

## 3つの条件

- ①広範かつ多様な市場に参入する可能性をもたらすものでなければならない
- ②最終商品が顧客にもたらす価値に貢献するものでなければならない
- ③ライバルには模倣するのが難しいものでなければならない

## 5つの要因

- ①模倣可能性 (Imitability) : 競合他社にとって模倣することが難しい
- ②移動可能性 (Transferability) : 広範囲で多様な市場に応用できる
- ③代替可能性 (Substitutability) : 他の技術で代替することが難しい
- ④希少性 (Scarcity) : その技術が市場で不足 (scarce) している
- ⑤耐久性 (Durability) : その技術は長期的に市場の要求に耐えられるか

# コア・コンピタンスの特徴

いくら使っても消えない

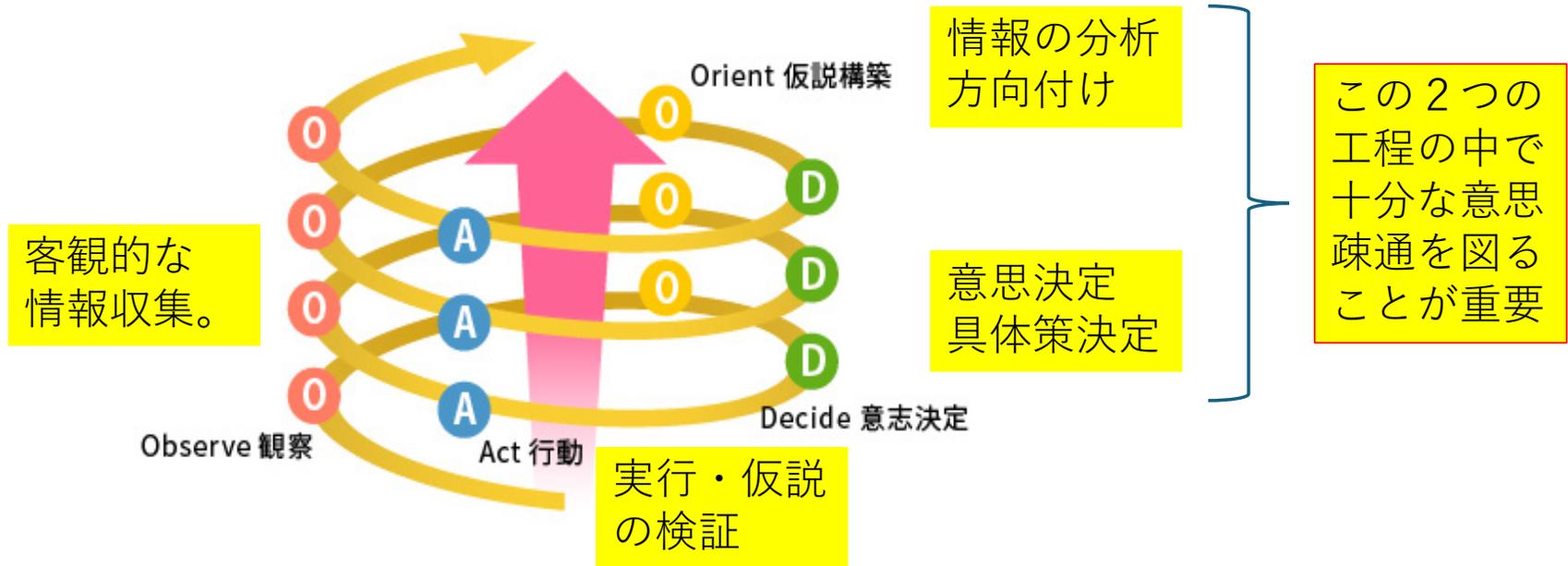
利用され共有されるたびに強化されていく

既存事業同士を結合させる接着剤になる

新規事業を創造する原動力になる

コア・コンピタンスやコンピタンスは、使うことによって磨かれ強化されます。また高度化したコア・コンピタンスは様々な製品に応用できるので、新しい事業を次々と生み出せます。

# OODAループ



OODAループとは、あらゆる分野で適用できる一般理論 (grand theory)、考え方、思考法です。「みる・わかる・きめる・うごく・みなおす」の英語の頭文字からOODAループと呼ばれています。

OODAループは、人間であれば誰もがこなしている五つのプロセスです：

- ・みる(見る、観る、視る、診る) :知覚 Observe
- ・わかる(分かる、判る、解る) :認知 Orient
- ・きめる(決める、極める) :判断 Decide
- ・うごく(動く) :実行 Act
- ・みこす/みなおす(見越す、見直す):フィードフォワード/フィードバックループ

OODAの中で、とくに重要なのは！！

「Orient(仮説、状況判断)」

OODAループは迅速で正しい **意思決定を繰り返すことで状況をどんどん改善** していくものだからです。

そしてそのためには、「Orient(仮説、状況判断)」のフェーズで

「いかに **過去や他社の判断の誤り** に **気付いて反映** させることができるか」

が**大きなポイント**となります。

「Orient(仮説、状況判断)」の段階がどんどん改善されていけば、

それだけ **正しい意思決定** をすることができる