

参加者の声 Vol.1

ヤンマー サウスアメリカ

2016年度に本事業のビジネスマッチングの取組に参加したヤンマー・サウスアメリカ。日本国内でも有名な農業機械メーカーである「ヤンマーホールディングス株式会社」のブラジル現地法人で、サンパウロ州で日系農業者に対する野菜移植機の紹介を行った。



会社名： ヤンマー サウスアメリカ
Yanmar South America Industria de Maquinas Ltda
所在地： ブラジル・サンパウロ州インダイアトゥーバ
創業年： 2007年
資本金： 95百万レアル（約19.3億円）
売上高： 255百万レアル（約51.6億円）*2020年度
事業内容： 農業機械、建設機械、発電機、船用/産業用
ディーゼルエンジンの販売、サービス
従業員： 160名

ヤンマーホールディングス株式会社は、1957年に初の海外子会社「Yanmar do Brasil」をブラジル・サンパウロ州に設立し、その後ディーゼルエンジンの工場も開業した。しかし、2000年以降、ブラジルの景気悪化に伴い、現地の会社にトラクター部門などを事業売却。2007年にヤンマー・サウスアメリカを新会社として設立し、2012年頃に現地の景気が安定してBRICsへの期待が高まったことから、ブラジルでの事業を拡大した。

ヤンマー・サウスアメリカは、すでに農業者自身が必要な大型農業機械をそろえていると考え、「ヤンマー製を新たに買う」という提案では、伸びしろがないと判断。そこで、現地の葉野菜農家やコーヒー農園が、苗を手作業で植える作業に注目した。機械化できず、人手を要するため、景気が好転すれば、農地に労働者は集まりにくくなる。そして、労働者は、植えた苗の数だけ賃金が支払われるため、精度は気にせず、早く多く植えられてしまう状況だった。そのため、「移植機」を導入することで、働き手不足の解消し、歩止まりを向上させることができるはず。そう考えて、野菜移植機を日系農業者に知ってもらう機会として、本事業を通してデモンストレーションを行った。

現地での活動

- 2016年度事業の現地視察（商談会）に参加
- 日本製の小型野菜移植機と、小型トラクターに装着する畦（あぜ）立てインプレメントを日本からブラジルへ輸送
- ▷ 2016年9月：ブラジル・イビウナ農協で試験運転
⇒作業負担が小さく、移植精度も高いと評価
⇒モニターとして貸与
- ▷ 2017年1月：ブラジル・モジダスクルーゼス市でデモンストレーション
⇒50名以上の生産者に紹介
- ▷ 2017年2月：ブラジル・サンパウロ市でデモンストレーション
⇒南米4ヵ国の日系農業団体の代表に紹介



成果

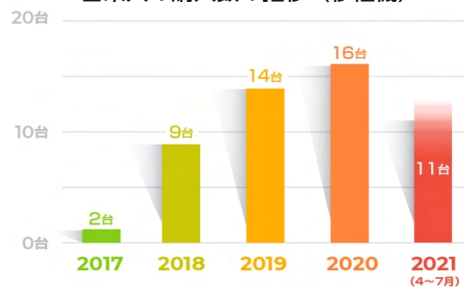
デモンストレーションで紹介した野菜移植機を初年度に2台販売
その後も日系農業者が継続して購入(合計52台、約4700万円)

よかった点

- ・日本の農林水産省からの委託事業のため、現地での信用度が高かった
- ・デモンストレーションのために、「カタログ」ではなく「実機」を運べた
- ・日系農業者に知ってもらえる足がかりになった
- ・オピニオンリーダーが購入を検討し、モニターとして貸与した結果、口コミが効率的に広がった

事業参加後の展開

日系人の購入数の推移（移植機）



移植機の売上げ全体の50%が日系農業者である。

見えた課題 / 今後の展望

- ・当時、現地で取り扱っていない製品だったため、保証や部品の交換などアフターサービスについての疑問が多かった
- ・日本の土に合わせた農業機械のため、デモンストレーションをしながら試行錯誤した
- ・商談時にコンセプトを理解してもらうことはできたが、導入までに1年以上かかった
- ・現地スタッフの商品理解度を深め、さらに販売を促進していきたい

インタビュー



「日系農業者の印象について」

ヤンマー サウスアメリカ

副社長 中川 文夫さん

—— 日系農業者と他の農業者の違いは何ですか？

私がお会いした日系農業者の方は総じて、合理的で経営感覚が非常にしっかりしている人が多かった。だから、移植機を持って行っても、同じ労力を使って歩止まりがよくなって、売上げが上がる、という計算、理解が非常に速いです。コンサパティブで、導入後のアフターサービスなどの質問も多く、ロジックと費用対効果がないと、なかなか認めてもらわないというのがありますね。ラテン系の農業者は楽観的で、知り合いや人のつながりで購入するケースが多いが、日系人はシビアな印象。優しくていい人たちなんですけど、商売となると、ビジネスライクです。



—— 効率的な方法を提案できると、次につながりやすいですか？

そうですね。日系農家さんは、例えば、農法とか、いつも新しいものを探しています。一番感じたのは、土壌に関する意識が高いということ。

ヨーロッパ系の中南米農業者は、ブラジルは非常に広い国土で土の養分も豊かだから、連作障害が起こりにくいと言う。連作障害が起きてもあらゆる方法を行って、とりあえず作る。日系の中南米農業者は、土が劣化していくことや連作障害が起こっていくと土を休めるし、土壌診断も定期的に行います。

—— そういった意味では、日本人が日本でやっている農業と近い感覚ですか？



日系人は日本から来ているので、日本の農業と同じです。基本的には日本の農業の拡大版をやっている。おじいちゃんの代から始めて、お父さんの代、孫の代までちゃんとやっているのが、日系農家さんの特徴だと僕は思いますね。

おそらく、日本は土地が小さいので、集約農業で、特に若い方々は起業家的な理念を持った農業者が多い。日本の若手の担い手農家と言われている人たちと、日系の中南米農業者は感覚が近いですね。現地は、競争が激しく、移民して与えられた土地が限られていたので、差別化として、ブラジルに無かった作物の集約農業化や土壌劣化を防いで安定した作物の再現性・再生産をしていかないと生き残れなかったんだろうなと思います。



—— ありがとうございました！

インタビューア－：石山千華

事務局コメント

- ヤンマーサウスアメリカがちょうどブラジルで農業部門を再開したいというタイミングだった
 - 日系農業者とのネットワークを有する本事業を通して、事業拡大に繋げる機会となることが期待された
- このような背景で、実際に農場で機械を動かして、デモンストレーションを行いました。紙や映像で見ただけでなく、実際に動いているところを見て、さらに使ってもらうことで強いインパクトが与えられます。
- ちょうど機械の試験的な輸出がされたタイミングも重なり、こういった機会を作ることができました。一方で本事業の貢献はあくまできっかけにすぎず、継続して機械が売れているのは企業の努力に他なりません。多くの苦労をされながら現在の販売状況にたどり着いているのだと思います。それでもこの事業でのデモンストレーションがひとつの契機となったと言っていたことは、事務局として喜ばしいことです。さらなる事業展開を願っています。

編集後記

中川さんに話を伺う前は、成果があがっているのは現地に子会社を持っているからだと思っていました。インタビューでその考えは覆りました。「この事業に参加したからと言ってお客さんがわんさか買ってくれるわけではない。汗水流して、コミュニケーションを取っていかないと、なかなか売れないと思います。現地商談会がきっかけになったし、モチベーションになったのは事実です」という言葉が印象的でした。本事業に参加する前の準備や、参加後の農業者へのアプローチに、情熱と時間をかけていらっしゃると思うと強く感じました。

調査をしていたからこそ、現地の農業者に「移植機」に需要があることを知ったヤンマーサウスアメリカ。中南米日系農業者の、困っていること、知りたいことは、この事業のセミナーに参加いただくことで、日本にいながら現地調査もすることができます。ヤンマーサウスアメリカは課題をクリアにして、独自のデモンストレーションを繰り返し行い、認知度を高めています。今後もヤンマーブランドが中南米に根付くことを願っています。



インタビュアー
石山千華

