

野菜は一年に一度の「作品」

「独自の販路と物流を持つ」
ベジタブルワークスの取り組み

「自分たちが作った野菜は一年に一度の『作品』なんだよ」

こう話すのは、北海道虻田郡真狩村でベジタブルワークス株式会社の代表取締役を務める佐々木伸さんだ。(写真 i)



写真 i ベジタブルワークス代表取締役の佐々木伸さん

真狩村は羊蹄山麓の村で、様々な作物が育てられており、特に国内産ゆり根はほとんどが真狩で作られている。佐々木伸さんが代表を務めるベジタブルワークスは真狩村で農地

面積150ヘクタールに野菜のみを生産、販売しており、農業を行う会社としては職場環境や独自の物流・販路を持つなど先進的な取り組みを行う会社である。

独自の販路と物流が可能にする！

新鮮な野菜を三日でお客様のもとへ

ベジタブルワークスの大きな特徴として独自の販路と物流を自社で持っていることがあげられる。佐々木さんは四代続く佐々木農園を継ぎ、ベジタブルワークスを開業した。

継いだ当初は面積も2ヘクタールと小さく、従業員も少なかったが、佐々木さん自身で営業を行い、販路を広げていくことで、現在、夏は関東六都県に、冬は北海道に野菜を出荷している。

独自の物流を持つきっかけはコストを抑えるためだった。佐々木さんは「僕が農業やり始めて、経営が上手くいかない貧乏な時があったのね。どうやったら高く売れるか、コストを抑えられるか考えたときに、まず目に見える物流を考えた。十五、六年前でも僕にとってはコストが高かったのね。」と話す。

その時に佐々木さんから2トントラックを購入し野菜を運んだのがきっかけで、面積が増えるにつれてトラックも大きくなり、現在

は10トントラック4台とトレーラー1台を使用している。使用して自社の製品を運んでいる。

通常JAを介した販路ではお客様にお届けするのが一週間後になる。佐々木さんはそれを「変じゃないか」と感じたという。ベジタブルワークスでは三日後にはお客様の手元に届けられるよう高サイクルで回している。実は北海道で食べるより関東で食べる方が新鮮なのだ。(図 i 参照)

そのようにして育てた作物は現在、関東ではオイシックス・ラ・大地株式会社やパルシステム生活協同組合連合会、生活クラブ連合会、株式会社成城石井などの企業に、北海道では生活協同組合コープさっぽろやイオン北海道株式会社などに卸している。

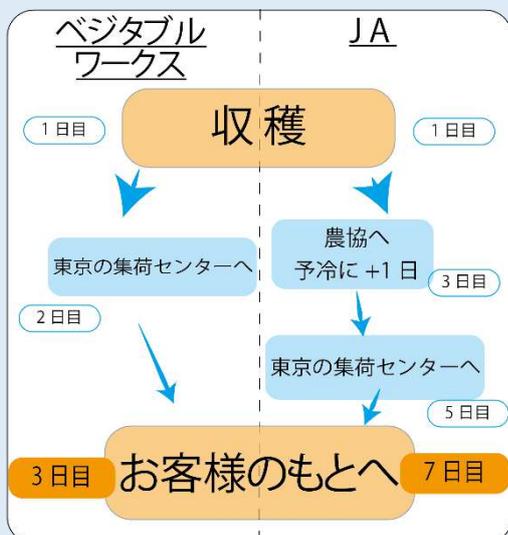


図 i ベジタブルワークスと JA の物流、掛かる日数の比較

また、物流コストを抑えるためには小型の野菜を育てる必要があります、現在はブロッコリー・雪下になんじん・グリーンアスパラ・さつまいも・二年ねぎ(越冬させる固定種の一つ)、そして試験的に雪下大根を育てている。雪下になんじんや雪下大根、二年ねぎなどは一年を通して出荷できるようなシステムを構築している。(図 ii 参照)

ブロッコリーをメインで育てる強みとは？

ベジタブルワークスのメインで育てているのはブロッコリーである。ブロッコリーは外で収穫されるが、販売までの過程で製氷施設が必要となる。そのような施設を持っているのはJAくらいで、個人で製氷施設を持っていることは競合相手がいないため強みとなるという。

加えて本州とはブロッコリー出荷の時期が異なるため、ベジタブルワークスが販売するとき、ライバルは北海道のブロッコリー農家である。たとえば先ほど挙げた生活クラブなどの企業では70〜80%をベジタブルワークスで占めるなど、競争相手がいないという強みを生かし販売している。

独自の販路と物流がつかないだ周囲の農家との協力関係

ベジタブルワークスでは育てていないが、販路や物流を活用している野菜がある。それはゆり根やとうもろこしだ。ゆり根を育てる農家は小規模な所が多い。ゆり根は真狩村の特産であるが、育成が非常に難しいにも関わらず、JAに卸すと個人販売よりも手数料の負担が大きく、市場価格が低い年は農家の手取りも少ない。そのため、佐々木さんが周囲

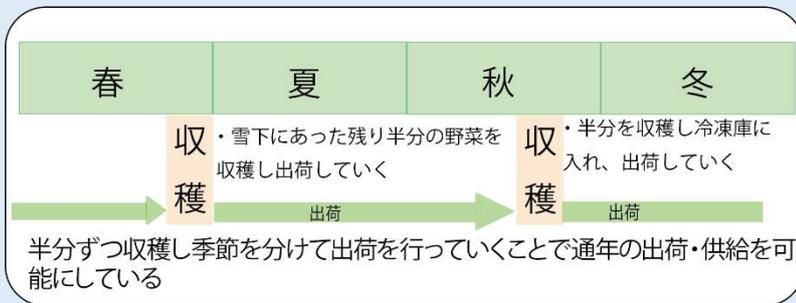


図 ii 通年出荷を行う仕組み

のゆり根農家に頼まれてベジタブルワークスの販路と物流を活用し、安く運んで高く売ることを実現させた。また、とうもろこしも加工や販売をベジタブルワークスが担当し、『北海道のとうもろこし』という商品(レトルトとうもろこし)を無印良品で販売しているという。

現在ベジタブルワークスで育てているさつまいもや二年ねぎ、雪下大根はお客様の欲しいものかどうか見極めているところだそう。売れそうであったら他の農家に栽培をお願いしたいと考えており、いきなり「作って」とお願いするのではなく、ある程度のノウハウと見通しが立ってから引き継いでもらいたいと考えているようだ。

「多品目作るとリスクにも繋がるので専門職を作りたい。作る人と売る人は分けて、違う作物で切磋琢磨していければいいと思ってる。」

佐々木さんはベジタブルワークスでもブロッコリーを中心に取り扱って、他で雪下になんじんなども取り扱っているが、多品目は作りたくないという。

「専門職を作れば農家って生き残るのよ、(農家は)作るのは超絶上手だから。作るのでも売ることには専念できないから、ベジタブルワークスが売するためのスキーム作りをする。農協は個人の特徴を出しにくく、市場価格に左右されやすい。自分で作ったものならば鮮度や品質の保障をして責任を持ってお客様に届けたい。これが第三者の手に渡るとどうしても責任が軽薄になってしまう。」

しかし「ベジタブルワークスに限ってはそうしたくない」と話す。プレイヤーが減るのは嫌だ、切磋琢磨はしたい。けれども、同じ作物では敵になってしまう。だから、別の分野で、別の作物で競い合って、より良いものを作っていきたい。それなら皆生き残ることができる。佐々木さんは今後の農家の在り方についてこう語る。

「ビジネスでは高く買ってもらって、高く売るのが一番難しいけど本来そうあるべき」

それではベジタブルワークスはどのように野菜の価値を保って販売しているのか。

安く買って安く売るのは最悪な方法であり、誰でもできる。安く買って高く売るのは搾取であり誰かを泣かせている。高く買って高く売るのが一番大変だが、従業員や会社を守りながら長く続けていくなら本来そうあるべきだと佐々木さんは考えている。

「自分たちが作った野菜あるじゃない？一年に一回しかできない作物ってさ、言い方を変えれば「作品」よ、かっこよくいえば作品とかに近い。しかもそれが天候に左右されるようなものなので、工業製品とも違うしよ？それを中間の業者を通して高い価格でお客様に届けるのは僕の真意じゃないんだよね。安

くは売りたいくない。だから中間点を模索する必要がある。」と語る。

ベジタブルワークスでは特別栽培基準で野菜を作っているため、それをしっかりと評価して野菜を見てくれる担当者を見極めて販路を広げてきたという。そのように評価してくれる場所は野菜を高く販売し、従業員にも高い給料として戻ってくる。そのように、「作品」である野菜の価値を守りつつ、従業員を守ることに、どちらも可能にしているのだ。

働きやすい環境への変化―通年でも働ける農園へ―

現在のベジタブルワークスの従業員数と作付面積への拡大にはあるきっかけがあった。

佐々木さんが若いころ、農業は夏だけ行い冬はスノボ三昧で過ごしていたという。

「ある年、バイトに来てくれた同世代の女の子がいて、その年『10月いっぱいバイトは終わりです』と言ったらその子が泣いたのよ。もうちょっと働きたかったって言ってくれた。ああ、もっと一緒に働きたいなと思って。」

その後、冬の仕事をするように始めたため、面積も必要になり、冬も働きたいという従業員がさらに増え、面積も増え……と雪だるま式に増えていったそうだ。

ベジタブルワークスは通年で働くことができ、ニセコのひらふ地区で普段働く人が夏期だけ働くことや、パートタイムの週一回三時間だけ働くことも出来るなど、柔軟な働き方を可能にしている。加えて、このあたりでは時給も高いことから働きたい人が集まる場所となっているようだ。農業は毎日大変というイメージを覆すような柔軟な働き方である。

子育てをしながらでも働きやすい職場へ

佐々木さんは現代の核家族化が進む中で働いている間に子供の面倒を見るのは会社であるべきと考えている。例えばこの前佐々木さんご夫妻と幼い子が三人いる女性で一週間出張する機会があった。その時は子供も東京に連れていき、東京デイズニールランドに行って子供と遊びながら仕事もしたという。大変だけれど、会社が従業員の生活を守るべきと佐々木さんは繰り返し言う。

「子供が小さくても働ける環境を渡すことができれば、その従業員もパフォーマンス高く働いてくれるし、評価されていると思ってくれる。」

さらにお店で売るときに用いるPOPには子供が野菜を食べている写真を使用すること



写真 ii 建設中の加工場

もある。ベジタブルワークスの野菜を買うターゲットの多くは女性であり、子供のいる主婦も多い。その時に子供が美味しそうに食べる写真はそれだけで安全・美味しいというイメージを与えやすい。そのためには、佐々木さんは自分たちもその安全・美味しいを体感している必要があると話す。

今後自宅の隣に加工場(ラボ)を作り、その中に事務所と託児所も設置する予定だ(写真ii)。さらにその隣には四十名が住める寮も建設の予定である。従業員が多国籍なためキッチンには大きな食堂の一つの他に複数用意し、彼ら自身の宗教や文化に合わせた食事もとれるように考えているという。

食品ロスを無くし、全てを使えるように

現在小樽の加工場に依頼して加工品を作っているが、引き受けてもらえない限界量を超えてしまったようで、自分たちで商品を作る加工場を家の隣(ラボ)に造ることにしたそうだ。

「僕たちは生産もできるし、物流も持っているし、加工もできるし、売ることもできるから、六次化を超えてるのね。」と佐々木さんは話す。元々加工は捨てるものをゼロにするために始まったものだ。

「加工場は厳密にはラボに近い。ここで実験的に作ったものをテスト販売して、反応を見て売れそうなら(作る量を)増やしたいんだけど、その時は加工会社に委託して相互関係が保てた方がいいじゃない。」

この新しくできる加工場で無駄なく使いきるために、ブロッコリーや雪下にんじんの新商品も生まれてくるだろう。

人手不足だけじゃない2024年問題

「店の裏を見てみて、パレットが沢山積まれているいたら、それは非協力的なお店ってこと。そこではモノを買ってほしくない。」と深刻な問題であるパレットが返ってこない問題について話してくれた。

来年に迫った2024年問題も人手不足だけが問題ではない。容器に載せた商品を機械

で効率よく運搬することが時間短縮のためには求められるが、スーパーなどの店舗がパレットや容器を返却しないと手卸になってしまい、コストが非常に高くなる。そのうえ古パレットを横流しして販売する店もあり、問題の根は深い。

「パレットをすぐ返さない店だっけわかったら取引はできないって強烈に忠告する。皆ももつと忠告すべき。パレットには商品代も含まさってるよって。それをもつたいたいと思っただけで消費者もそういう店では買わないようにして行って、ちゃんと協力的なところが残るように変わっていかないといけない。」

これらの課題解決には、消費者も農家や普段の生活でこういった問題に目を向け意識を変えていく必要がある。

「JA(農協)とはもう一つの選択肢でありたい。」独自の物流と販路を開拓し、周囲の農家の選択肢となりつつ、従業員を守る働きやすい職場環境も作っている佐々木さん。

農業に関わる多様な問題がある中で、農家の在り方や働き方も大きな変化を求められているのかもしれない。

(文責 北海道大学文学院人間科学専攻
修士二年 上村優貴乃)