

環境にやさしい 農産物を食卓へ



農業大学生
オオガさん

サステナブルな食品がいいね！



有機栽培農家
ニックさん

有機農産物を扱う小売店・
飲食店の思いが伝わる事例集

この冊子をお手にしていただきありがとうございます。
事例集のお店のホームページをご案内しますので、ご関
心がある方は合わせてご覧ください。

1 (株)あいのう流通センター

<https://ainou.co.jp/>



2  生活協同組合アイチョイス

<https://ichoice-coop.com/>

3 旬楽膳 (しゅんらくぜん)

<http://shun-rakuzen.com/>



4  土の香市場 ハラペコあおむし

<http://harapeko.mie.jp/harapeko/>

5 (株)ヘルシーメイト

<http://www.healthymate.jp/>




6  (株)yaotomi

<https://www.yaotomi831.jp/>

7 自然食品店 わらべ村

<https://www.warabemura.net/>



8  レストラン ペルージュ

<https://perouges.nagoya/>

有機農産物等を扱うお店

東海農政局では、より多くの消費者の方に有機農産物や環境にやさしい農産物に興味を持っていただくため、管内で有機農産物扱う小売店、外食店の方からきっかけや各店の創意工夫、今後の方針などを聞き取り、優良事例集として取りまとめました。

小売店、外食店の皆さんの思いが詰まった優良事例集となっていますので、是非、ご一読ください。

【掲載している事業者】

愛農流通センター、生活協同組合アイチョイス、旬楽膳、ハラペコあおむし、ヘルシーメイト、yaotomi、わらべ村・桜井食品、レストランペルージュ

【お問合せ先】

東海農政局

経営・事業支援部食品企業課（TEL052-746-6430）

目次

小売業

1. 株式会社愛農流通センター 1
2. 生活協同組合アイチョイス 3
3. 旬楽膳（しゅんらくぜん） 5
4. 土の香市場 ハラペコあおむし 7
5. 株式会社ヘルシーメイト 9
6. 株式会社 yaotomi 11
7. わらべ村・桜井食品株式会社 13

外食業

8. レストラン パルージュ 15

一番大切な仕事は、有機農家がつくった農産物を、いかに売り切って利益を残すか。

株式会社愛農流通センター

◆愛知県名古屋市天白区

70年以上にわたる愛農活動を基盤にして、有機農家がつくった農産物を売切ることにも力を注いできた。愛農高校で学んだ卒業生たちが農業で地域を盛り上げるだけでなく、新たな農業後継者を育てることに力も注いでいる。有機農家を支える思いを強く持つ流通組織。



●愛農流通センターの設立の経緯

三重県に本部がある公益財団法人全国愛農会は、「農業で地域を盛り上げて、活性化させること」を「愛農運動」として、戦後間もない1945年から取り組んできた。愛農運動を広げていくためには教育が必要だと考え、1963年に愛農学園農業高等学校（以下、愛農高校）を設立、担い手育成にも力を注いできた。設立当初は先進的な農業を目指していたが、1972年以降は有機栽培を指向するようになった。

愛農流通センターを設立し、初代社長となった池野雅道さんも、愛知県小原村（現在の豊田市）で父の代から愛農運動に携わるとともに、養鶏及び水稻栽培を行っていた。鶏のえさは内容が明確なものを使い、卵の味についても高い評価を得ていたが、農協を通じて出荷する際の価格に納得できずにいた。

また、有機農業に取り組んでいる仲間たちも、納得できる価格で販売できる売先を探すのに苦労していたことから、「農家が直接消費者と直接つながるしかない」と産直販売に取り組むこととした。

農家が一口5万円ずつ出資し、1982年に愛農流通センターを設立、池野さんが初代の社長となった。東京都や大阪府でも愛農組織が生まれたが、農家が中心となり設立したのは愛知県だけだ。

有機農業が理解を得るのは難しい時代だっ

たが、有機農産物に興味を持つ消費者も現れるようになってきていた。

愛農流通センターの基盤には愛農運動があり、現在、代表取締役を務める江端貴さんをはじめ、多くの愛農高校卒業生が同センターの運営を担っている。

「周囲にがんばっている愛農高校卒業生が大勢いるから、僕らもやっつけていける。精神的な支えとしても大きい。」と江端さんは力を込める。また、後継者がいる農家も多いという。

●農家が再生産できる価格を大切に

取引のある農家は約70戸。加工品は約200事業者に及ぶ。仕入は、愛農高校の卒業生や卒業生の紹介先が多い。

農家と年に数回、生産する農作物や面積、出荷時期について打合せを行ってから、契約しており、契約した面積で生産された農作物は全量買取りをしている。

「仕入価格の設定は、基本的に農家が再生産できる価格としています。相場は一切関係なし。こちらから価格を決めることはありません。農家から希望する価格を提示してもらっています。」

仕入価格に自社のマージンを加え販売価格としており、年間を通して販売価格に大きな変動はない。不作等で市場価格が高くなれば割

安感から売上は増加するものの、豊作等で市場価格が下がれば売上は減少し、安定した利益確保が難しいのが悩みだ。

「僕らの仕事は、生産や販売のための調整役です。農家がつくったもの、僕らが加工したものをいかに売切って利益を出すかが一番の仕事だと思っています。」

●小売りと卸売をバランス良く

会社としては 40 期目を迎えた。開始当初は小売だけだったが、その 2~3 年後に生協への卸売を開始。生協の規模拡大に足並みをそろえ、売上が伸びていった。

売上は 15~16 年前まで順調で、ピーク時は 9 億 7 千万円ほどあったものの、現在は約 7 億 3 千万円と 2 割ほど減少している。

「理由は明確で、有機農産物がメジャーになり大手事業者が取扱いを始め、また、ネット販売も増えたからで、それまでは競合相手が存在しなかったからです。」

現在は売上の 1/2 が宅配と店舗での小売、生協への卸売が 1/4、問屋への卸売が 1/4 となっている。

この他にも、お客様と農家の繋がりを深めるため、月 2 回のマルシェや収穫体験等のイベントも開催している。

●組織内で 6 次産業化が完結

現在は、前述の小売・卸売のほか、精米工場、食鳥処理施設、パック詰め施設を自社で持っており、瓶詰や菓子などの製造も行っている。「愛農ネット本部という会社を設立し、農家が生産する中で発生する余剰分や B 級品の加

工・販売を行っています。農産物はどうしても出荷量や品質にばらつきがでるため、販売しきれない分が発生します。でも、加工品にすることでロスを減らすことができます。自社で 6 次産業が完結しているのが強みです。」

●有機でやってきた畑を守りたい

愛農流通センターは小売販売からスタートしたが、現在は有機農産物を生産する農家が、後継者不足等のため離農する場合に、土地、施設等を借受け、自社で営農する取り組みも行っており、2 つの自社農場を経営している。

農業が抱える最大の問題は、農業就業人口の減少と高齢化だと江端さんは考えている。

「僕らがいま考えているのは、販売・流通に一区切りつけるということです。それは、販売・流通をやめるということではなく、一次産業・二次産業に直接携るべきではないかということです。」

現在、運営している 2 つの自社農場の運営を通じ、経営や雇用の難しさを感じているが、有機農業に取り組んでいる農家の畑を守りたいという思いも強い。

「売先は増えてきましたが、取引している農家は減少傾向です。更に、生産資材もエネルギーも海外だけに頼ってはいはだめなこともわかってきました。今後とも、自社で一次産業に少しでも取り組めるような組織にしていきたいと思います。また、就農を希望する愛農高校の卒業生と離農予定の農家を結びつけるなど、取り組むべき課題はまだまだあると考えます。」

■株式会社 愛農流通センター

代表者：江端 貴（代表取締役）

所在地：愛知県名古屋市天白区井口

2-903

創業：1982 年

事業形態：有機宅配・卸業・店舗（天白店）



有機野菜の価格には理由があり、決して高くない。 組合員の理解で、有機野菜の取扱割合は 58%に増加。

生活協同組合連合会アイチョイス

◆愛知県名古屋市

生協はどれも同じではないことを、ご存じだろうか？ スローガンやビジョンなどは生協ごとに異なり、アイチョイスは地域でも「安心・安全」へのこだわりが強いことに定評がある。

有機野菜については【有機 JAS】制定以前から、有機栽培の農産物を取扱ってきた。コツコツと全国から集める一方、有機野菜生産者の育成にも着手している。



神谷 清光さん

●「志」が同じ 3 生協から成る「事業連合」

アイチョイスは 2011 年に設立された「生協事業連合」だ。生協は県域・職域で活動が制限されており、広域で事業に取り組む場合には他生協と共同で生協事業連合を組織する必要がある。

アイチョイスの場合、愛知県尾張地区・三河地区、静岡県遠州地区を事業エリアとする「①あいち生活協同組合」、岐阜を事業エリアとする「②生活協同組合アイチョイス岐阜」の 2 生協で 2011 年に事業連合を設立。その後 2020 年に愛知県尾張地区・海部地区・名古屋市の一部を事業エリアとする「③一宮生活協同組合」が参加。あえて店舗をもたないことで、店舗の運営費用がかからず、食品廃棄につながらないことを選択した 3 生協から成っている。

この事業連合の名称がアイチョイスであり、商品開発・企画・仕入・配送など、共同購入事業全般を担っている。

アイチョイス商品部係長の神谷清光さんは、「組合員の中心は、子育て中や家族の健康を願う主婦。『有機農産物』に対し、意識が高い組合員さんが多くいらっしゃいます。

3 生協は地域に密着する生協として、安全・安心な商品を組合員の代わりに探し、ジャッジし、提供しているという自負があります。全国に小さな点としてちらばる有機栽培生産者をつなぐ共同物流を実現したことでコストを下げ、毎週買える価格で提

供しています。」と説明する。

●生産努力の“見える化”と買いやすい価格

有機 JAS 認証が制定された 2000 年以降、認定マークを付けた有機農産物を少量ながら扱うようになった。

仕入先は全国にあるが、すべての農家と直接取引しているわけではない。アイチョイスグループの職員が常に全国を回って、生産量や取扱量などの調整を行っているが、すべて同様に対応をするのはハードルが高い。特に有機農産物については、必要な量を信頼できる農家から仕入れ、注文のあった必要量を届けてくれる帳合先(特定の卸売業者)との連携が必要となる。

物流に帳合先が入ると、数量の調整役の役割を果たし、発注した側は余分な在庫を持たないことがメリットとなる。しかし流通経費に転嫁されて価格が上昇することから、できるだけ農家に負担をかけない独自の取り決めを行い調整している。

そのため、一般市場価格に左右されない、安定した価格で組合員に提供できるのだ。

「有機農産物の加工品は目にするようになりましたが、有機農産物はどこでも購入できるというわけではありません。組合員に配布する商品カタログでは有機 JAS・農薬不使用(認証を取

得していないもの)・化学肥料不使用・特別栽培以上・ネオニコチノイド農薬不使用・ゲノム編集されていない作物などが一目で分かるように、農産物それぞれに表示しています。」

現在、有機農産物と農薬節減の野菜の割合は、キノコ類を含めて野菜全体の 58%。毎週扱う全 95 品の農産物のうち 55 品が該当する。内訳は 20 品が有機 JAS 認証、35 品は農薬不使用となっており、今後は 70%以上に増やしたいと考えている。

なお、組合員向けのカatalogの青果物欄では、有機農産物が最初に掲載されており力の入れ方が伝わってくる。

●有機栽培の現実を伝えるのも仕事

「生協の現在の仕組みは、農家さん泣かせの面があります。カatalogを作るのは 1ヶ月前で、それ以降は変更ができない。出荷したくてもサイズが小さかったり、見栄えが悪かったりということもあるし、良いできだと思っていたら直前にゲリラ豪雨に遭い出荷できないこともあります。代替商品をご用意できることもありますが、有機や農薬不使用の商品を急に出荷できる生産者は非常に少ないのが現実です。」

こうした状況に向き合っていくには、どうしても組合員の理解が必要になる。神谷さんは組合員向けのリモート勉強会で、「生産者の方が農業に意欲をもって取り組んでいるように、組合員の方も温かい目で、『支援する』という気持ちでご購入いただければうれしいです。」と呼びかけている。それに対して組合員からも次のような反応が寄せられていた。

「注文した野菜が届かない時は残念に思い、

自分で買いにいけば手に入るかもしれない、生協を止めようか迷ったこともありました。でも、収穫できなくて残念な気持ちは作り手の農家さんだっただけで、自然を相手に生産する野菜や果物なのだから、収穫できないことがあったり、大きさが様々になったりするのは仕方ないと、今日改めて気づきました。」

伝えることで、組合員の理解も深まっている。

●楽しく、稼げる有機栽培のために

生産現場で生産者と日々接する神谷さんは「有機農産物を生産している農家の方は、生産から販売まで自分でやる人が多い。そうせざるを得なかったという面はあるが、野菜作りはプロでも、実際に販売まで上手くできる人は多くない。農家は生産に専念して、販売については商売が得意な人に任せようようにしていった方が良いと思っています。」

一方で、有機農業の今後の可能性には、期待も持っている。

「有機農業はもうからないというイメージがありますが、やり方次第だと思っています。有機栽培で丁寧な土づくりを行い、生産効率の高い農家さんもいます。こうした知見もアイチョイスには貯まってきているので、これを広めることも役割ではないかと思っています。2年前から熊本県に「有機の学校」を開校し有機栽培を学べるカリキュラムを組んでいます。生産者が良い野菜づくりに十分な時間を掛け、アイチョイスのようなプラットフォームを介して必要な人に届ける…こうしたサイクルを太く強くしていけば、有機農業の世界はもっと楽しく、誰もがやってみたい仕事になると信じています。」

■生活協同組合連合会アイチョイス

代表者：大宮 隆博（理事長）

所在地：愛知県名古屋市南区薬師通 1-14

創業：2011 年

事業形態：生協事業連合（宅配）



いま農家が出荷できる野菜をそろえることで、結果的に、旬の最もおいしい野菜が店頭に並びます。

旬楽膳 ◆愛知県一宮市

5 店舗を抱える愛知県最大のオーガニックスーパー。有機認証を求めず、独自のランク付けで栽培状況を消費者に提示している。全国の生産者とながらみを持っているが、最近では、地場の若手生産者も大切に育てている。



今尾 幸造さん

●有機農産物をメインに据えた店舗づくり

旬楽膳は愛知県内に 5 店舗を持つオーガニック&ナチュラルフードストア。愛知県を中心に 3 業態 83 店舗を運営する大型スーパーマーケット「株式会社カネスエ」が母体となっている。今尾幸造さんは 2000 年の準備段階から関わり、2001 年に最初の店舗を立ち上げた。

「旬楽膳をはじめる前のカネスエにいた頃、有名ホテルのシェフに『おいしい野菜がある』と有機野菜の存在を教えられ、その時はじめて知りました。『じゃあ、一度売ってみるか』と仕入れてみたものの、全然売れませんでした。有機農産物と慣行農産物を並べても説明しにくい、売りにくい。両方が混在している状態では売れないと実感しました。」

旬楽膳の立ち上げが決まってから、さまざまな有機農業者とながらみを持っている農業者とともに全国の産地を回って、有機農業を学びつつ準備を進めた。

「旬楽膳をはじめるとき、『野菜は有機をメインにする』というコンセプトは決めていました。最初の頃は慣行栽培や特別栽培の野菜もありましたが、今は 9 割以上が有機農産物です。当初は生産者に有機 JAS 認証を求めていましたが、今は求めていません。」

その理由として、「有機 JAS 認証制度は、事務的、金銭的に生産者にはハードルが高いと感じる。」ことを挙げた。「有機農業を目指す生産者にとって、負担が少なく取り組みやすい認証であるなら意味がある。」とも話す。

現在、旬楽膳の店舗では独自の基準で、栽培状況を消費者に分かりやすく示している。有機 JAS 認証を求めなくなったことで、仕入農家の幅は広がっている。

旬楽膳の当たり前

1 野菜・果物はほぼ有機農産物だけ!

有機 JAS 農産物及び栽培期間中に化学合成農薬、化学合成肥料を不使用の野菜・果物を販売します。

2 「夏には夏の」「冬には冬の」が基本。

ほぼ有機だから、その季節にできないものは扱いません。

3 形や大きさは揃っていません。

畑には大きなものも、小さなものもあります。なるべく全部いただいています。

旬楽膳の野菜・果物には栽培方法等がわかるように、値札の右上に色で表示をしています。

- 有機 JAS 農産物又は、栽培期間中に化学合成農薬、化学合成肥料を使用しないで栽培したもの。
- 栽培期間中、化学合成農薬、化学合成肥料を減らして栽培したもの。
- 収穫後に防カビ剤や防腐剤を使っていないもの。

●一番旬なものが並び売り場づくりを大切に

農産物の仕入は、大きく分けて 2 つのルートがある。全体の 7 割程度は全国 37 の法人・グループ・生産者から直接仕入っており、残りの大

部分は有機農産物を扱っている大きな業務用卸会社から調達している。創業当時から、業務用卸会社には自社でできないところを補ってもらっている。

今尾さんは通常のスーパーマーケットの商品構成や売場を一度忘れるよう、7人の社員と160人のパートナー(パートタイマー)に伝えている。時期を考えずに、「きゅうりがなくちゃだめ」「トマトが必要」と考えていると、きゅうりが100本売れたら100本発注することになるが、今農家が出荷可能な旬の野菜を並べることが大切で、無理して出荷してもらうことをしなくてよいと説く。

「結果的に旬の時期の最も良い野菜が店頭にも並ぶことになる。売場の構成は年中変わるけれども、お客様に良いものが届けられるわけだから、お互いに良いと思います。」

●ふぞろいのススメ

最近、スーパーマーケットの売場の平均面積は500~600坪にまで拡大している。そのような状況では、お客様の目に触れないものが売れないのは当然のことだ。気づいてもらうにはどうするか。

「そのため、『ふぞろいなものを揃えよう』というのが、今取り組んでいること。いろいろな大きさの野菜が混在している状態にしておかないと、良さが見えないのではないのでしょうか。」

産地できれいにパッケージングしたものばかりではなく、バラで出荷してもらって、店舗で並べたり袋詰めしたりするものがあるというのが今尾さんの考えだ。それは生産者の労力削減に直結する。

「慣行栽培でも有機栽培でも同様ですが、生

■旬楽膳

代表：牛田彰(株式会社カネスエ代表取締役)

所在地：愛知県一宮市八幡4-1-1

創業：2001年創業

事業形態：オーガニックスーパー

店舗：一宮八幡店、名古屋地アミ店、
滝ノ水店、石川橋店、日進店

産者の労力の中で、収穫後の出荷のための選別作業ほど、切なくて無駄なのはないと思っています。」

虫食いの葉や黄色い葉を取りながら収穫し、選別・洗浄・計量して袋に詰める。生産者に聞くと、収穫作業と収穫後の作業に掛かる時間の比率は1:2だという。

旬楽膳に出荷している共同出荷グループ「なのはなこ」の佐々木正前代表は、「オクラのような野菜だと特に袋詰めに手間がかかるので、翌日出荷を前提に作業することが多くなります。でも、収穫してそのまま箱やコンテナに入れて出荷できるのであれば、作業時間が大幅に減り、その日のうちに鮮度の良い状態で出荷できる。お互いに良いことだと思うし、生産者にとってありがたいですね。」と高く評価する。

今尾さんは言う。「生産者が無駄に選別する必要はないと思う。」

『旬楽膳の当たり前』にあるように、畑では野菜の形や大きさは揃っていないのが普通で、お客さんもそういう情報を知ること、新たな発見があるのではないかと。本来は、我々がもっとそういう情報をお客に伝えていくべきだと考えます。今はSNSなどの手軽な手段がありますから。」



リスペクトする農家がつくった農産物の背景を伝えて、 農家のファンを増やしていきたい。

土の香市場 ハラペコあおむし

◆三重県名張市

「農家の役に立ちたい」という思いで母がはじめた移動販売が店に発展。母から引き継いだ店を、地元が大好きな長女が地域密着型で運営している。

背景には、有機農業がさかんな風土と有機に取り組む農業高校の存在もある。

●移動販売から店舗へ

名張市には自然農で知られる川口由一さんがはじめた「赤目自然農塾」があり、自然農塾のつながりで名張に移住してきた人も多く住む。

隣接する伊賀市には、公益社団法人全国愛農会（以下、愛農会）と愛農学園農業高等学校（以下、愛農高校）があり、有機農家も多い。その結果、さまざまな人が、さまざまな形でオーガニックを盛り上げる地域となっていて、人口 7 万 6 千人の名張市内に有機農産物を扱う店が 4 つもあるのだという。

その一つである「ハラペコあおむし」を運営しているのは葛原結実さん。父は、愛農高校の前校長の奥田信夫さん。母も愛農高校を共に支えてきた美和子さんで、葛原さんも愛農高校の卒業生だ。

母の美和子さんは 30 年以上前から、近隣の有機農家や愛農高校の生徒が栽培した野菜を集め、週に 1 回 2 トントラックに載せて移動販売を行っていた。それがハラペコあおむしの前身で、店舗を設立したのは 2002 年、葛原さんが本格的に関わったのは 2010 年のことだ。

「母には『愛農高校のお野菜を売りたい』という気持ちがあったと思います。その後、野菜だけではなく、添加物が入ってない加工品も販売するようになり、少しずつ規模拡大していきました。」



奥田美和子さん・葛原結実さん(右)

●売り上げより大切なこと

「母が売上よりも、農家の方をリスペクトしていることを私も見てきたし、愛農高校で学んだことで、私も農家の方を本当にリスペクトしています。同級生にもいっぱい農家の方がいるので、彼らが生産する農産物を販売する喜びは何にも代えられません。仕入時に生産者の思いが詰まった農産物を受け取り、それを売るといのはすごい感動的なことです。そういう気持ちを大事にしています。」

現在、売上は年 4～5 千万円ほどあるものの、経営的には厳しい状況だ。だが、葛原さんは母の美和子さんと同じように、売上よりも大切にしていることがある。「誰かの役に立つという喜びは何にも変えられません。」

仕入のかなりの部分は愛農流通センターや愛農高校の卒業生、そして地元の有機農家のネットワークによるものだ。愛農会は農家の育成と後継者の支援に力を入れてきたが、有機農業推進法制定後の 2009 年から地域ぐるみで農林水産省の「有機農業モデルタウン事業」に取り組み、それまで点在していた伊賀・名張地域の農家のネットワークを形成した。それが現在の店の仕入を支える存在となっている。

加工品も含めて登録している仕入先は約 120 先だが、季節で取引先は変わり、常時取引しているのは約 60 先程度になる。仕入はほ

ぼ葛原さんが担当している。美和子さんの取り組みを見ていたので、「農家の方をできるだけ応援したい。」という気持ちで取り組んでいる。

仕入時の送料は当店が負担し、また、販売は委託販売ではなく、買取販売としている。「できるだけ農家の方に負担をかけないようにして、どう利益をだすかが私の役割です。本当に戦いですね。母には父がいたし、私も夫がいるからできていることです。経営的には厳しい状況ですので、普通感覚だったらやめるかもしれませんが、母も執念で続けていたので私も頑張っています。」

●兄弟の支援が大きな力に

「通販の需要は感じていて考えたこともあるのですが、私は伊賀と名張がとても好きなので、まずは地元の方たちの役に立ちたい。直接顔が見える消費者の方を大事にしたいし、自分は通販よりそっちの方が向いているなど思っていて、名張市で店をしているということをお大事にしています。」

2014 年から駐車場を使って、毎週水曜日と第 2 土曜日に「ハラペコ里の市」と名付けたマルシェを開催している。出店は生産者のほか、飲食関係者も参加している。

「普段は私たちが農家さんに代わって販売していますが、作り手とお客さんが直接会うことも大切と思いはじめました。マルシェでは農家の方の顔を見て、会話をしてもらうことが第一で、それが農家の方を応援することに繋がります。現在、マルシェには 10~13 店舗が出店しています。」

PR は facebook・Instagram・ホームページ等の SNS を使うが、情報の更新は後回しに

■ハラペコあおむし

代表者：葛原結実

所在地：三重県名張市上小波田 1810-6

創業：2002 年

事業形態：自然食品店（名張店）

なりがちなため、愛農高校出身の弟の奥さんが担当してくれている。「愛農高校出身者は一言いえば全てが伝わり、私にとって最高のスタッフです。SNS への投稿は思を伝えることがすごく大事なので、それを理解して伝えてくれている人がいるのがありがたいです。スタッフも愛農の先生の奥さんや愛農会に勤めていた人が多く、私の兄弟の奥さんもデザインなどで協力してもらっています。愛農高校は全寮制ですので、絆は強いです。」

●地域に貢献できることが喜び

店舗の設立に協力してくれた人から、「弱い存在である『あおむし』を店名に入れて欲しい。」との提案から、絵本の「はらぺこあおむし」を連想し、「ハラペコあおむし」という名前が決まった。「土の香市場」とあるのは、土の香りがするような野菜を売ることができたら、という気持ちが込められている。

葛原さんが目指すのは地域に根差す小さなスーパー。現在も志摩地域から届く海産物を扱っているが、魚をもっと増やしたいと考えている。野菜については農家のストーリーを伝えたいし、それが自分たちの役割と考えている。

「私たちのお店が楽しければ良いのではなく、地域に貢献できることが喜びになっていると最近は思います。だからこそ、地元で頑張っている人たちをもっと知りたいし、応援もしたい。」

有機 JAS 認証がなくても、農家の方の顔が安心を示す認証の代わりだと思っています。」



**我々にとって一番大事なのは、どんなものを仕入れるか。
独占できる良いものを持つことは、店の強みになります。**

株式会社ヘルシーメイト

◆愛知県岡崎市

オーガニックスーパーとして地域に根付いて40年。
仕入れを大切にしながら品目を増やし、独自の品ぞろえ
に力を入れてきた。

店舗の運営だけでなく、環境問題や有機農業をテーマに
した本を扱う書籍卸の運営や、ネット通販の構築、卸業
に取り組み、新たな販路や繋がりが広がっている。



山田 和也さん

●きっかけは無添加のチキンハム

ヘルシーメイト会長の山田和也さんは商社の社員として営業をしていた頃、友人が経営していたチキンハムの会社に出資した。45年ほど前のことだ。友人は卵を産まなくなった廃鶏を原材料にチキンハムをつくっていたが、無添加の商品を開発することになったと聞き、興味を持った。できあがった無添加ハムの営業を自分でやってみたところ、「面白かった。競争も少ないし、買ったたかれることもない。こんな分野があったんだと知りました。」

オーガニック志向の消費者団体が一定数あることもわかり、売先への不安を感じなかったことから、有機宅配をメインにした店舗と事務所で事業をはじめたのは1983年のことだ。まだ名古屋市では有機農産物を扱う大きな団体は生まれていない時期だったが、東京では大地を守る会・ポラン広場・長本兄弟商会などがすでに活動をはじめていた。

その後、岡崎市内の現在の場所に移転するとともに、2005年に2店舗目である名古屋焼山店を立上げ、それぞれ長男と次男の家族を中心に山田さん夫妻がサポートする形で運営している。また、雇用している15人のパート従業員の力も大きい。

●大切なのは仕入

「当初は無添加チキンハムが主力商品でしたが、自分がいいと思った商品を増やしていきました。しばらくは卸業が中心で、愛知県の学校給食会を通して県内すべての保育園に無添加のお菓子を卸していた時期もありました。売上は大きかったのですが、利益は少なかったですね。そのうち配送にあたる人材が不足するようになったので、次第に店舗での販売にシフトしていきました。」

最近の売上は、有機農産物への関心の高まりやコロナ禍による巣ごもり需要もあり増加している。店舗の客層は主婦が中心だが、年配の夫婦や子ども連れの家族も多い。

また、店舗と並行して、従来から取り組んでいる生協や有機宅配業者への卸業は売上の半分ほどを占めている。

有機農産物の仕入れは、問屋ルートと直接ルートの2つ。売上で見ると、問屋からの仕入が7割、残りの3割は生産者等からの直接仕入によるもの。

「生産者等が訪ねてきたら、栽培方法や商品等を確認し、今後、取引をはじめると判断しています。我々にとって1番大切なのは仕入だからです。良い仕入先を持つことが店としての強みとなります。」

その結果、現在の仕入先は約 200 か所となり、取引が煩雑になっていると話す。

店舗に、より多くの商品を並べたいが、名古屋店は 90 坪、岡崎店は名古屋店の半分程度のため物理的な限界から、商品の陳列に苦労している面がある。

また、近隣の店舗で扱っていない加工食品を仕入れたり、オリジナル商品を開発・製造することにも力を入れている。その結果、約 4000 という取扱品数につながった。取扱品数を背景にコロナ禍以降はネット通販も伸びており、全国から注文が届く。ネット通販は次男の倫大さんが、時間と努力を積み重ねて構築したものだ。

ネット時代になり、運営の主軸を担う子ども達がネットで PR をするようになったおかげで広告費がかからなくなった。当初の 20 年間は新聞の折り込みチラシを中心に年間 100 万円以上の広告費をかけていた。

2006 年からは知人から「本コミ企画」という環境問題や有機農業などをテーマにした本を扱う書籍の卸業を引き継いだ。こちらの運営にあたっているのは、ヘルシーメイトの代表取締役を務める長男の展大さんだ。生協や有機宅配業者向けに、環境問題や有機農業分野の本を販売している。

「もうかる仕事ではないが、そこからさまざまなつながりが広がるという魅力はあります。」

●有機拡大のポイントは流通機能と認証

「有機農産物の問題点は、いわゆる『流通』がないことですね。流通機能がしっかりとしていると安い輸送費で動かすことができます。例えば、

■株式会社ヘルシーメイト

代表者：山田展大のびひろ（代表取締役）

所在地：愛知県岡崎市柱曙 1-10-11

創業：1983 年

事業形態：オーガニックスーパー

店舗：岡崎本社店・名古屋焼山店

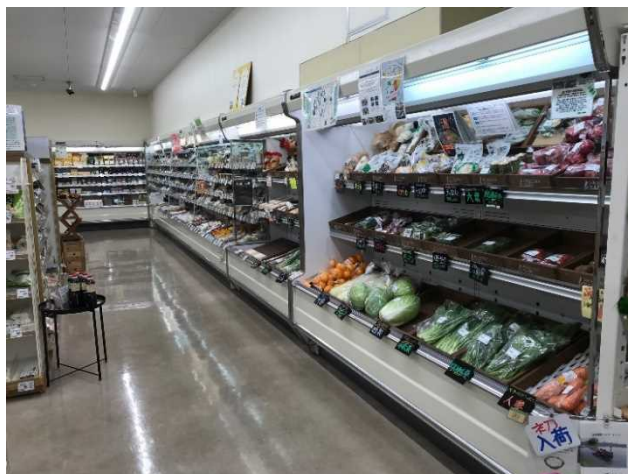
全国から有機農産物を 1 か所に集めて、そこから出荷するとなると、最低でも 2 日～3 日経ったものしか届かないことになる。それではお客さんが満足するものは扱えない。大量に流通させるためには、まず流通機構を整えることが必須で、それがなくては広がらないと考えます。」

店舗にとって最も大きな課題になるのは商品の品揃えであり、山田さんが起業した頃、小さな自然食品店はたくさんあった。しかし、山田さんは大きな店舗で、より多くの商品をそろえることを目指した。

「小さな店舗ばかりでは、いつになっても有機が広がっていかないと思ったから、お金をかけてスーパーのような店にしました。セレクトショップのように、自分たちの価値観で商品を仕入れ、それをお客さんに選んでもらうことを目指しています。」

また、有機農産物については、消費者自らが判断することが重要であり、「慣行栽培で生産された農産物も含め、使用した肥料や農薬の情報を明らかにし、消費者はその情報から有機農産物や慣行農産物の価値を考慮して購入する必要があるのではないのでしょうか。」と問いかける。

「有機農業に関わる人には、『お金が目的ではない』という人が多いですが、結果として収入が安定しないと、経営は継続しない。生産者の皆さんにゆとりが生まれれば、もっと有機農業に取り組む方が増えると信じています。」



「野菜の美味しさを沢山の人に知ってもらいたい」との思いで、八百屋からファーマーズキュレーターへ

株式会社 yaotomi

◆愛知県南知多町

キュレーターとはもともと学芸員だが、転じて専門的な視点で情報を届ける人の意。ファーマーズキュレーターとは農家としての誇りと自信を持って美味しい農産物を届ける人、という当社の姿勢を示す社長の造語。

そのため、自ら大規模に有機栽培を行いつつ、業種を超えた連携で有機野菜の活用領域を広げるとともに、新たな価値創造にも挑み続けている。



犬飼 亮 さん

●きっかけは、きゅうりの一本漬け

2009年、地元の夏祭りに出店した際、入手できたオーガニック栽培のきゅうり 500本を一本漬けにしたら、あまりの美味しさに感動した。そして、実際に販売したら、美味しさが評判となり、リピーターも続出して完売となった。

この経験を通して、美味しい農産物は人と人とを結びつけ、地域を動かす力を秘めていることに気づき、友人と共同出資して当社を設立し、野菜を農家から直接仕入れて販売する事業を2010年から始めた。

●軽トラから八百屋、そして産直へ

最初は軽トラでの移動販売でスタートし、1か月後、空店舗を借りて八百屋を開店した。数軒の農家からの直接仕入であるため品揃えが限られ、店頭販売での売上は伸び悩んだ。このため、前職(飲食関連上場企業の経理)の人脈を生かして飲食店向けの業販に力を入れた結果、売上は軽トラ販売時の月50万円から八百屋開店後は月100万円に伸長した。しかし、八百屋でお客様からの要望に接していると、生産者とお客様との板挟みになることも多く、悩んだ末に「美味しい農産物を届けるためには、立場の弱い生産者側に立つ必要がある。」と気づき、思い切って2年半で八百屋を閉め、産直一本に絞ることにした。

●生産者志向を貫き、販路を広げる

八百屋閉店後は売上減少が懸念されたが、飲食店や個人向けの配送販売に注力した結果、逆に売上は月150万円程度まで増えた。市場や仲買から仕入れて売るのは簡単だが、当社は創業から現在まで農家からの直接仕入れを貫いている。このため、取引先から見ると、品揃えは限られ、供給量なども変動し、価格も若干高いが、それを理解して受入てくれることが取引の前提となる。時間はかかるが、このようにして生産者に対して理解をしてくれる取引先を広げ、現在の売上は月1億円まで拡大している。

●5年がかりでの量販店への売り込み

例えば、ある量販店への農産物の売込には、あえて時間をじっくりかけた。まずは、量販店側が主催するイベント販売に積極的に出店を重ね、現場の人に顔と名前を覚えてもらい、役員クラスが来る大きなイベントには、あえて売上より耳目を引く商材を持ち込んで、現場から役員へ紹介してもらえるようにした。また、有機野菜を用いて自社開発した化粧品を持ち込んで、話題となるよう仕掛けた。こうして上層部にも面白いと認識してもらえてから、本命の農産物の売込を「上からも下からも」両面作戦で一気に仕掛けていく。現場のバイヤーにとっても上からの一声があれば、取り上げやすくなる。加えて、

当社と取引先(量販店)が、対等な立場で商談が可能となる。結果的に5年ほど要したが、今では、この量販店の9つの店舗に、自社野菜の専用コーナーが常設されるまでになっている。

●有機野菜の自社生産で高まった力

3年ほど前に19haもの広大な有機認証圃場を引き受けてくれないかとの要請があり、供給面や品質面でのレベルアップの機会と捉え、取得を決断した。初期投資や販路の確保には、取引先も巻き込んでじっくり時間をかけて協力体制を作り上げた。

生産の開始後も苦労は絶えなかったが、供給力や品質管理力が向上したほか、加工施設も取得できたので、カット野菜などにも対応できるようになった。また、自社生産により野菜に対する目利き力が高まったことも、生産と消費をつなぐ立場の当社として、社員教育としてプラスになっている。

●有機認証はバイヤーの安心材料になる

「きゅうりの一本漬け」の感動を届けたいとの思いで、美味しさ重視で野菜と向き合っており、鮮度や信頼性を担保するため、生産者からの直接仕入れとしているが、取引先が多くなると品質保証の見える化を求められるようになる。美味しさや鮮度に加えて、品質について第三者認証があれば新たな先への食い込み等に有効で、その意味で有機認証は大きな力になる。広大な有機認証圃場を取得したこともあり、要望があれば協力農場の認証取得支援も検討している。有機認証の取得は、現在では消費者というよりむしろバイヤーの安心感につながっているようだ。

■株式会社 yaotomi

代表者：代表取締役 犬飼 亮

住所：愛知県知多郡南知多町豊丘旭台 62

連絡先：☎0569-89-9715

創業：2010年

事業形態：有機宅配、卸業

●オーガニックの「見える化」に挑む

現在、大学、認証機関、分析事業者等とチームを組み、有機野菜の加工食品の開発を進めている。まだ開発途上だが、完成して販売する商品には、①栽培方法、②栄養価値、③環境価値の3点を簡潔に明示したいと考えている。

消費者は栽培方法だけでなく、栄養価値や環境価値も知りたいはずで、それらを簡潔に明示することが有効だと考えている。この取り組みで生産方法に偏っていた有機農産物の価値が幅広いものとなり、潜在需要を喚起できると考えている。

●加工、観光も取り込み新たな価値を訴求

広大な有機認証圃場については、取得の経過から別会社としているが、このほか、地元を中心に協力農場が存在し、次第に広がりつつある。また、前述の加工食品開発に加えて、道の駅などの複合拠点開発にも取り組んでいる。この取り組みにより、従来の販路にはない、加工、観光、インバウンド等を取り込んだワクワクする現場を創出できると考えている。そうした有機農産物の新たな価値を訴求する拠点作りを進めつつ、気軽に有機野菜を入手しやすいよう宅配にも力を入れている。



有機野菜の宅配にも力を入れている



地平線まで広がるオーガニックタマネギ畑

オーガニックが特別なものではなく、 どこでも手に入る当たり前のものにしたい。

わらべ村・桜井食品（株）

◆岐阜県美濃加茂市

桜井食品は、オーガニックに30年以上取り組んでおり、草創期から全国の有機宅配を支える存在となってきた。わらべ村を開店した25年前からは、地域の有機生産者にも視線を注ぐ。未来を見据え、オーガニック給食の納入にも力を入れている。

●30年にわたるオーガニックの取り組み

わらべ村はオーガニック食品を中心に扱っている自然食品店で、1994年に岐阜県美濃加茂市で誕生している。わらべ村の母体は桜井食品株式会社で、創業は1910年。製麺・精米・精麦加工・小麦製粉を行っていたが、1968年から無添加製品の製造に乗り出している。

人工着色料や漂白剤が大量に使われていた時代だったが、健康に良くない影響を与えると知った先代が、「食品は身体にやさしい無添加・無着色にするべきだ。」と考えるようになったためだ。そうした背景から、現在社長を務める桜井芳明さんは早い時期からオーガニック食品に目を向け、熱心に取り組んできた。

「桜井食品は1978年からラーメンの輸出を始めたのですが、1980年代後半にアメリカのお客さんからオーガニックに対応してほしいという要望が寄せられたことが、オーガニック認証に取り組んだきっかけです。まだアメリカにもヨーロッパにも認証がない時代でしたが、1993年頃からアメリカでオーガニックに関する法整備が始まったので認証に向けた勉強をはじめ、1998年以降はアメリカの有機認証機関である OGBA に原料の栽培地、製粉、加工、出荷等の製造段階の検査を受け、オーガニック認証を取得しました。」

その後、オーガニック認証を取得したインス



右から桜井祐子さん、桜井芳明さん
後ろは取得しているオーガニック認証

タントラーメンのアメリカへの輸出を開始した。

アメリカの有機宅配業界も草創期で、オーガニック製品のラインナップがまだ十分ではない中、桜井食品の小麦粉や麺類は大きな存在感を示した。2000年の有機 JAS 法制定以降は認証取得にさらに力を入れ、現在はエコサート認証を受けている。2005年には岩手県に約6haの農地を取得して自社農場を設立、有機 JAS 認証を取得して小麦・大豆・そば・大麦を栽培している。

●わらべ村が目指していること

1993年、長女の祐子さんが、「自分が安心して食べられるものを販売していきたい。そのひとつがオーガニックのもの。」と宣言して、通信販売をはじめた。1年後には桜井食品の隣に事務所を兼ねた店「わらべ村」を設立する。

「わらべ村は各地の生産者から有機農産物を仕入れています。始めた頃は農家の方とのネットワークもなく、生産者を探すのに苦労しました。」(桜井社長)

取り扱う農産物は有機 JAS 認証がない物もあ

るが、基本的にはオーガニックで、全体の仕入れ額の2割を占める。残りの8割は加工品だ。

毎月第3金曜日には店の前でファーマーズマーケットを開催しており、生産者と消費者の交流の場となっている。コロナ禍で2年間休んだものの25年の歴史がある。

祐子さんは消費者と生産者がつながる機会を多くすることを目指しており、試みのひとつとして米作りも行っている。

「はざ架け米がほしいというお客様が多いのですが、農家は手間がかかるので簡単には取り組めない。そのため、数年前から白川町の田んぼでお客様と米づくりをしています。乾燥はもちろのはざ架けです。コロナ禍の時期は休みましたが、令和5年は再開します。」

去年はキッチンカーを製造した。店やファーマーズマーケットに来てもらうだけでなく、自らイベントに出かけて、オーガニック食品を直接食べてもらう機会を増やしている。

「お店のファンはもちろん大事ですが、商品の背景をアピールしながら、農産物や加工品を作った方のファンを拡大することが、私の役割だと思っています。」

●オーガニックを当たり前

「保育園の依頼で、給食やおやつに使うオーガニック野菜やお米を納品しています。子どもは

オーガニックだと食べてくれるということはよく聞きます。ただ、野菜の仕入量が不足しているので、仕入先の生産者を増やしていきたいと思っています。」

慣行栽培の生産者が使っていた農地をオーガニックに切り替えるには、3年間、無農薬・無化学肥料で栽培する必要があり、その期間は「転換期間中」という扱いになり、有機農産物としての取引価格とならないため、減収の不安が伴う。

「移行期の減収の対応を考えているのですが、大豆や米のトラストのように一口の金額を決め、多くの参加者で応援できたら、安心してつくれるのではないかと提案する。」

生産者は農産物を販売してはじめて収入が得られるが、大豆や米は収穫し換金するまで時間が掛かることから、生産者を支える仕組みとして生まれたのがトラストだ。

生産者が栽培に関する情報を開示し、参加者は1口当たりの金額を先払する。そして、収穫できた作物を参加者で分け合うことで、生産者の喜びも厳しさも、一緒に分け合う仕組みになっている。移行期間中や新規の生産者にとっては収入が保証されるので、安心して栽培することができ、ひとつの可能性ではないかと語る。

「オーガニックが特別なものではなく、どこでも手に入って当たり前になるようにしたいですね。」と祐子さんは思いを込めて語った。

■わらべ村

代表者：桜井祐子

所在地：岐阜県美濃加茂市加茂野町鷹之巣
342

創業：1994年

事業形態：自然食品店（美濃加茂店）

■桜井食品株式会社

代表者：桜井芳明（代表取締役）

所在地：岐阜県美濃加茂市加茂野町鷹之巣
343

創業：1910年

事業形態：麺類製造販売・輸入オーガニック食品販売



「美味しい素材を追求していたら、野菜は自然にオーガニックになっていた」

フレンチレストラン ペルージュ

◆愛知県名古屋市西区

名古屋発祥の地に近く、下町情緒あふれる那古野地区にたたずむ、フレンチの名店「ペルージュ」。

オーガニック野菜そのものの美味しさを追求する、オーナーシェフの今泉氏に、ご自身の足跡と重ね合わせて、オーガニック野菜のニーズを高めていく道筋を示していただいた。



オーナーシェフの今泉さん

●美味しい素材を求めて

15年前(2008年)に開店した時は、特に有機野菜へのこだわりはなかったという。素材本来の味をできるだけ引き出すのが今泉氏の料理のスタイルなので、味のいいものを使うというのが野菜を含む素材選びの基準で、それは現在に至るまで変わらない。味のいい素材でないと美味しい料理はできないと考えているからだ。現在、お店で使っている野菜の8~9割は有機野菜となっているが、意図的にそうしたわけではなく、気づいたら使う野菜のほとんどがオーガニックになっていたようだ。

●自然派ワインがオーガニックの入り口

自然派ワインとは、原料となるブドウを農薬等を使わずに育て、ブドウが本来持つ自然酵母で、添加物を加えずに自然に醸造したワインだ。それがワイン本来の姿であるが、「生産性」と「効率」が重視された結果、農薬を使ってブドウを栽培し、添加物を使って醸造されたワインが、現在は流通の大半を占めている。しかし、今泉氏は味わいが明らかに違うとして、ペルージュの開店前から自然派ワインには強いこだわりがあり、好きなワインに合う食材を探す中で、有機野菜との相性の良さに惹かれた。そして、自然派ワインと有機野菜が、ともにできるだけ自然な状態で、手間を惜しまず生産されていることに気づいたという。

●レストランのシェフとして

レストランの語源はラテン語で「良い状態にする」「回復する」などの言葉に由来しており、レストランの食事は「美味しく」「楽しく」「優雅で」「身も心も癒されるようなひと時」でなければならぬと考えている。レストランで提供する食事は、健康を害するものであってはならず、ワインや食材にこだわって吟味しているのはそのため、と今泉氏は言う。

「良い食材とは、「自然を尊重」し、「人の手」が込められ、「健康」で、そして何より「美味しい」のです。無農薬で育てられた野菜、抗生物質などを与えられずに育てられた肉類、大自然に生きた獣、大海に生きた魚介…ペルージュではそんな食材をできる限り探し、選び、お客様に提供しています。」と、オーナーシェフとしての矜持を語っている。

●使う野菜はほとんどオーガニックへ

自然派ワインと有機野菜との類似性に気づいた今泉氏が、有機野菜の使用を増やしていったのは自然な流れで、現在お店で使う野菜の8~9割はオーガニックだ。有機農産物は、①味が良いものが多く、②農家のこだわりが詰まっていて、③口に入れた時だけでなく、咀嚼して飲み込んだ後も何かほっとするような安心感がある。このことのお客様に共感、満足感、安心感といった価値も有機野菜は提供できる、と今泉氏は

考えている。

●お任せ仕入にチャレンジ

しかしながら、レストランの営業に必要な有機野菜を安定的に仕入れることは難しい。市場やJA、仲買人であっても、有機野菜の品揃えが充実している事業者は全国をみても探すのは難しい。これは、有機野菜の生産者は零細な農家が多く、多様な需要への対応が難しいからだ。そこで、今泉氏は仕入ルートを組合せ、一部を生産者が出荷しやすいお任せ仕入にすることで、必要な有機野菜を確保している。

1つ目は、地元愛知県でも屈指の有機生産者である yaotomi さんからの仕入で、出荷可能野菜リストから選んで注文する方法。

2つ目は、オーガニック生産者が週1回開催する朝市で直接仕入する方法。yaotomi と朝市だけで調達できれば地産地消の実践になるが、これだけでは品揃えが不足する。

そこで、3つ目は淡路島の西洋野菜菜園からの仕入で、これは原則として金額を指定するだけで内容は先方にお任せとなる。これではメニューが作りにくいのではと心配になるが、「何が来るのか分からないドキドキ感があり、来た野菜の個性をどう引き出すかというワクワク感もあるので、料理人としての修業の場とも考えている。」と前向きな姿勢。このように3つのルートを使い充実した仕入を可能としている。毎月、10万円弱の有機野菜を購入しているが、有機野菜の流通に限られる現在、レストランで使うには生産者との直接的な取引が欠かせないようだ。

●有機野菜への関心を高めるために

今泉氏は、「料理人として素材へのこだわりは当然あるが、ご来店されるお客様は料理の美味しさを求めている。」という。料理を食べて

■フレンチレストラン ペルージュ

代表者：今泉 智成

住所：愛知県名古屋市中区那古野 1-23-9

連絡先：☎052-583-9222

創業：2008年

美味しいと感じることで、初めて素材としての有機野菜や調理方法への興味が湧くので、給仕する際には、素材の説明をしすぎないようにしている。食べる前にあれこれ素材の良さを説明するよりも、お客様から美味しいと言われてタネ明かしをした方が有機野菜の美味しさが印象に残るのではないかと考えているからである。

「例えば野菜に関心のない大人や野菜嫌いの子どもにも美味しいと感動してもらえる料理を作るのが、私たちの役割だと考えていますが、美味しさは料理店に限ることではない。例えば家庭や学校でも、野菜の美味しさを引き出す調理法の工夫はできるし、農業体験による野菜との関わり合いで感動を体験することがあるかもしれない。まずは、感動を入口にして、野菜への関心を高めることが必要ではないか。その点、有機野菜はストーリー性もあり、味が良いので感動が生まれやすい。今の子供たちは環境に対する意識も高く、学校で有機野菜を育てる体験や給食で有機野菜を食べる経験を、もっとして欲しい。そして、たまにはプロが調理した美味しい野菜を食べに来て欲しい。子どもの感動は家族や周囲に波及するので効果は大きいのではないかと今泉氏は考えている。」



紅くろり大根の個性を生かした一品



居心地のよい店内

東海農政局Webサイト「みどりの広場」では、みどりの食料システム戦略に関連する管内の取組内容、セミナーの開催案内などの情報を提供しています。



マルシェやオーガニックが買える
お店を紹介



東海農政局庁内食堂で提供中の環境に
やさしい野菜を使ったメニュー情報



みどりの広場Webサイト



🔍 東海農政局



農林水産省では、みどりの食料システム戦略を策定し、持続可能な食料システムの構築に向け、中長期的な観点から、調達、生産、加工 流通、消費の各段階の取組とカーボンニュートラル等の環境負荷軽減のイノベーションを推進しています。

手にとって さとの恵み

農林水産省
東海農政局

お問合せ先：東海農政局
経営・事業支援部食品企業課（TEL052-746-6430）