

**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<sup>のびひろ</sup>展大（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

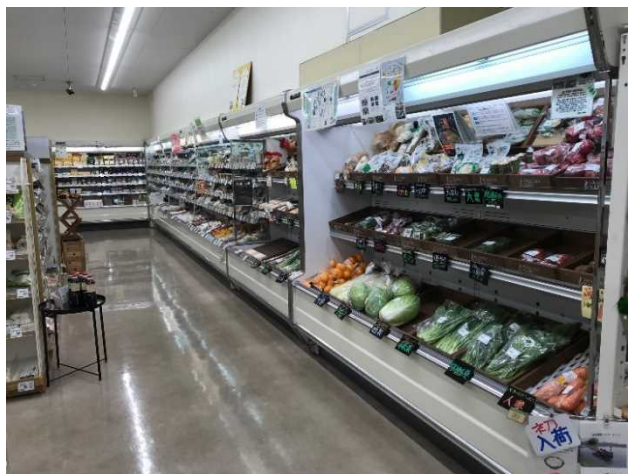
全国から有機農産物を 1 か所に集めて、そこから出荷するとなると、最低でも 2 日～3 日経ったものしか届かないことになる。それではお客さんが満足するものは扱えない。大量に流通させるためには、まず流通機構を整えることが必須で、それがなくては広がらないと考えます。」

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思った先代が、「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。乾燥はもちろんはざ架けです。コロナ禍の時期は休みましたが、令和5年は再開します。」

昨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：愛知県名古屋市西区那古野 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）