

農を KNOW！！

～泥だらけの経営者～

株式会社東山ベジフル 大西諒さん

KIMIYU Global 松本達也さん

○はじめに

こんにちは！近畿大学経営学部松本研究室の学生です！

私たちは大阪の農業・農空間を知ってもらい、若者に興味を持ってもらうために、農業に関するイベントや活動に参加し、その内容について若者目線で発信する、#農女ライタープロジェクトを行っています！

今回は、株式会社東山ベジフルの大西諒さんと偶然農作業の手伝いに来られていたKIMIYU Globalの松本達也さんに取材をさせていただきました。

○東山ベジフルさんってどんな会社？

株式会社東山ベジフルさんは、バイヤー（企画担当者様）向けに作物を栽培しており、B to B つまり、会社間での販売をしている直営型の農家で、鹿児島と大阪の2拠点で有機農業を行っています。大阪の農場を主に試験栽培用として使用し、その作物にビジネスチャンスを感じたら、鹿児島の大きな農場で広げるという風に2つの農場を活用しているそうです。栽培の中心となっているのは人参で最近ではピーツの出荷量も増えているとのこと。

東山ベジフル代表の大西さんは、八尾市で一番若い農家であり、その年齢はなんと36歳！そんな大西さんがなぜ農家という道を選んだのか、お話を聞くことができました。

大西さんのおじいさんは兼業農家で、畑で採れた作物をすぐに食べられる環境で育ち、農業というものがとても身近にあったそうです。また、高校の授業で自分の夢を語る機会があり、農家になると言ったところ、友達に馬鹿にされ、笑われたことが悔しく、「絶対見返してやろう！」という気持ちになったといいます。実際に農家になって、有言実行しているところ、とてもカッコいいですね！

また、有機栽培というところにビジネスチャンスがあると感じ、それを広げるために様々な試行錯誤をしたそうです。農家の方はひたむきに野菜と向き合い、農作業に打ち込むというイメージがあったのですが、東山ベジフルさんは、しっかりと市場を分析し、そのニーズに応じていくという経営者のマーケットインの考え方も持ち合わせています。私たちの想像していた農家のイメージと違って、このマーケットインの考え方は経営を学ぶ私たちにとってとても参考になるものとなりました。

○KIMIYU Global さんってどんな会社？

株式会社 KIMIYU Global さんは、梅田などに店舗を 5 つ持ち、厳選した野菜を主軸にした和食や洋食を食べることができるレストランを経営している企業です。このレストランでは、東山ベジフルさんの野菜を使った料理も食べることができます。

KIMIYU Global 代表の松本さんは、レストランを開業する際、野菜を打ち出したレストランにしたいが、そのためには自分自身が野菜のことやバックグラウンドをよく知る必要があります。また、農家さんたちがどれだけ苦労して作物を育てたのかを知ることで、そこに価値を見いだすことができると考えたそうです。これは心を満たすエンターテインメント性のあるレストランを実現させるための大きなポイントといえるでしょう。

実際、私たちが取材にうかがった際も松本さんやレストランのシェフの方々が汗水流し、泥だらけになりながら農作業を行っていて、食材に対する愛を感じました。

Instagram→<https://instagram.com/bella.bocca?igshid=cz3wc1gwttj>



KIMIYU-Global さんの料理

○農家をしていて嬉しいこととは…？

まず、私たち若者がこのように興味を持ってくれていることが嬉しいと話して下さいました。若者は土に触ることを嫌がる人も多く、このように興味を持ってくれる方は珍しいとのことでした。

また、大阪の土地が受け継がれていき、発展していくことが一番の喜びだと話して下さいました。大西さんのお子さんが最近農業に興味を持って手伝ってくれているとのことで、それも一つの喜びだそうです。大西さんは、農業は仕事というより、「ライフの中にワーク」が入っているという感覚で、仕事をしているというよりは、生きているという感覚だそうです。そう思える仕事と出会えることは、本当に幸せなことで、ただただ羨ましくなりました。こんな人生送りたいです！！

○農家をしていて困難なこととは…？

ビーツ栽培など、新しい挑戦をする上で、やはり困難はつきものです。

誰もやったことがない挑戦なので、そもそも栽培方法がわからない、本当に市場ニーズがあるのかといった疑問が出てくるとお話しして下さいました。

一方で、レストランと提携することは、こういった困難にも対応できるのだとか…！直接お客様の反応を見ることができるので、市場へのニーズはすぐに確かめることができ、拡散する際、営業に根拠が出るので、スムーズに営業が進むとのことでした。農家の欲しい労働力とレストランの欲しい生産力が見事にマッチ。この二人の出会いはまさに運命だったのかもしれない！

また、課題点として、有機野菜やオーガニックなどにこだわらず、スーパーで安いものを食べたいという人へのアプローチがあげられるそうです。そのあたりを今後、行政や学生と一緒にになって発信していけたらとおっしゃっていました。こんな課題があるのに私たちが発信しないわけにはいきませんね！

○マーケットインの考え方で、“あの野菜”が大ヒット！！！！

現在の市場における顧客のニーズを分析し、それに基づいて商品を提供するというマーケットインの考え方を活かし、大西さんが大成功を収めた食材があります。

それが、“ビーツ”です。皆さんは、ビーツという野菜を知っていますか？色鮮やかで、食卓を一気に明るく彩るビーツ、見た目はカブや大根と似ていますが、実はほうれん草と同じ科に属しています。

今の世の中は、インスタグラムが主流となり、映えを求める若者で溢れています。大西さんは、そこに目をつけ、色映えするビーツの生産を始めました。

こういった変わり種をやろうと思ったきっかけとしては、やはり結局お金は大事な部分ではあるので、そういった施策も考えなくてはならないと、農家の現実まで教えて下さいました。結果的にビーツは大成功を収め、経営安定に繋がったそうで、マーケットインの考え方が農家に活かすことができるということを、体現した例ではないでしょうか。

時代に合わせて農家の在り方も変化させること、新しいことへ挑戦することの大切さを身に染みて感じる事ができました。



採れたてのピーツがこんな料理に大変身！

○おわりに

取材させて頂いた後、白カブとほうれん草をたくさん頂いたのですが…口に入れた瞬間、素材の味をしっかりと感じる事ができ、大西さん、松本さんが有機野菜にこだわる理由を身体で感じる事ができました。その味が本当に今まで食べた中で一番なのです！！嘘だと思った方は、是非レストランに行って食べてみてください！これは野菜そのものの美味しさだけでなく、大西さんや松本さんの消費者に喜んでもらいたいという強い想いとたくさんの苦勞「バックグラウンド」を知ったからだと思います。しかしこのバックグラウンドを知る機会が少ないのが現状です。そこで私たちはこれからの記事を通して野菜・料理が提供されるまでのバックグラウンドをよりリアルに発信し、野菜の魅力を皆さんにお届けできればと思っています！！

今回取材させて頂いた、大西さん、松本さん、本当にありがとうございました。

最後まで読んでくださりありがとうございました！！



ライター名：芋っていー、シュウマイくん、スギちゃん、りんごちゃん、ムーさん