

はたけのみかた

事業の特徴・ポイント

・有機野菜を使用した離乳食の開発により、消費者への安全安心の提供と持続可能な有機農業を実現。

事業概要

◎はたけのみかたについては、<http://hatake-no-mikata.co.jp/>

1. 大学時代に取り組んだ農業振興の活動から起業へ～農業で社会の課題を解決する～

代表の武村氏は、龍谷大学政策学部でまちづくりや地域コミュニティについて学んでいる中で、地産地消の取組で地域を盛り上げようと、平成24年3月に学生団体「伏見わっしょい新党」を立ち上げ。その活動を通じて、地元の有機農家の深刻な悩みを知ることとなる。農薬や化学肥料を使わない有機野菜は、栽培に手間が掛かる割には害虫被害等で供給が安定せず、形が不揃いになりがちで安価に取り引かれてしまうことが多い。安全安心な野菜を消費者に届けたいという想いと、労力と収益が見合わないにも関わらず、熱心に有機農業に取り組む農家のために、自分たちが何か出来ることはないかと考え、大学卒業前の平成26年11月に3人の同級生とともに起業、代表取締役役に就任した。



2. 旬の有機野菜の風味をその「まんま」活かした離乳食の開発

有機野菜の認知度が低い日本では、その価値が正当に評価されず、「有機野菜であること」だけではビジネスとして成立しにくい。そこで、有機野菜を使って消費者の課題を解決できる商品を作ることが、結果的に有機野菜の評価を高めるのではないかと考え、食への関心が変わる唯一の世代である子育て世代をターゲットに、子どもが初めて食と出会う場面として重要な離乳食に着目した。

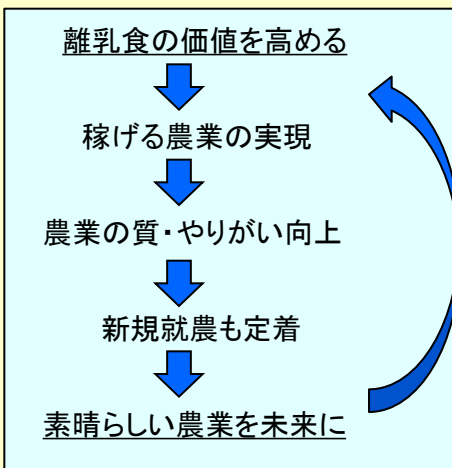
大量生産される離乳食は、品質を均一化するため、過剰な加工を施されていたり旬を感じることができなかつたりするものが多く、消費者の不安要素となっている。また、手作りでない市販品の離乳食を子どもに食べさせることに、後ろめたさを感じる子育て世代の方が多い。今までにない安全安心で美味しい離乳食を開発すれば、子育て世代の不安や後ろめたさを解決できる商品を提供できると考え、滋賀県湖南市で武村氏の両親が営むレストランの一角を加工場に改装し、離乳食の製造・販売に着手した。滋賀県内の契約農家が栽培した有機野菜を使い、野菜本来の美味しさを活かす製法を考案。何度も試作を重ね、四季ごとに旬の有機野菜を使ったレシピを完成させた。また、使用シーンに考慮し、軽量でごみの分別が容易な、開封時に自立するパッケージを採用した。そして、平成27年9月、「manma 四季の離乳食」の発売を開始。現在はインターネットでの販売をメインに子育て用品店やオーガニック店等の店舗でも取り扱われている。



3. 農業の未来に向けた農家の「みかた」としての取組

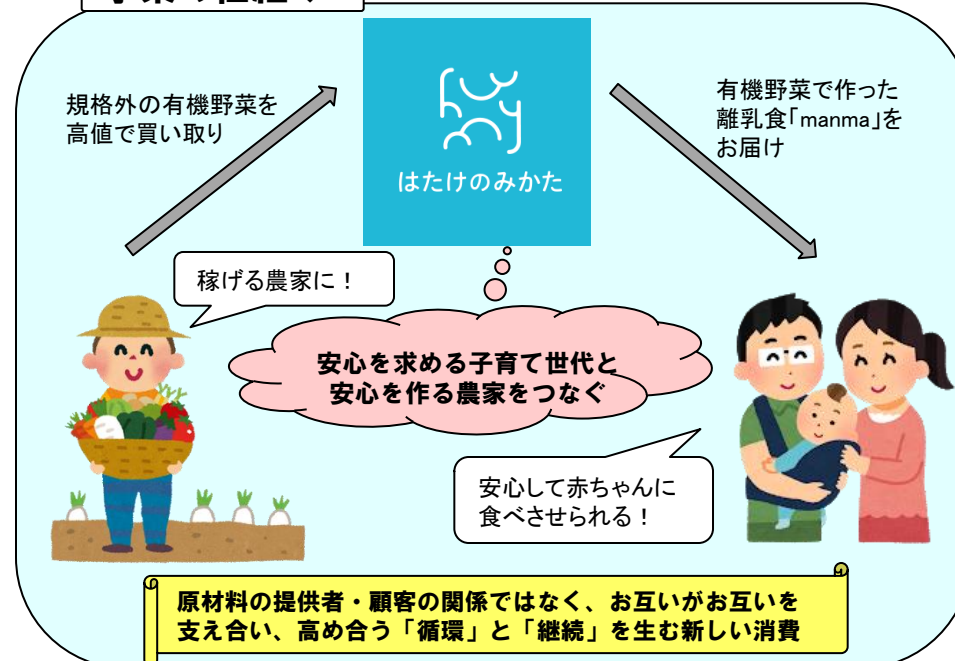
はたけのみかたでは、子育て世代の課題解決だけでなく、有機農業の課題解決にも取り組むために、市場では買い取ってもらえないような規格外の野菜を通常の価格よりも高く買い取り、離乳食に使用している。これは、市場価値に対してではなく、農家の労働時間や原価、有機農業への想い等の価値に対価を支払うという考え方を採っている。規格外で廃棄される野菜を積極的に使用することは、食料廃棄を減らすだけでなく、有機農家の経営を安定させることにも繋がっている。

また、離乳食の製造販売だけに留まらず、Webサイトに有機野菜の生産者の情報を掲載し消費者へ紹介することで、生産者の顔が見えるつながりを創出。さらに、頑張る生産者同士が情報交換可能なネットワーク作りができるように、交流会を開催する等、農業を盛り上げ、未来に向けて好循環を生み出していくための取組も進めている。



「はたけのみかた」がめざす持続可能な農業

事業の仕組み



事業の課題・今後の展望について

「manma」の評判は口コミで徐々に広まり、発売から2年以上経った現在は月に8,000個程度を出荷するまでになった。今後は、もっと多くの方に「manma」を届けられるように、加工場を整備し増産する予定。増産に向けた新しい販路として注目しているのは、子育て世代の方たちのお出かけ支援。レストランやカフェ、旅館では離乳食が販売されていることがほとんどないため、外出先で手軽に「manma」の離乳食を食べてもらえるような環境づくりに取り組んでいきたいと考えている。

産業経済研究員からの一言

「はたけのみかた」のビジネスモデルの特徴は、日々の暮らしで生まれてくる様々な「困りごと」を組み合わせ、課題を解決する「新しい付加価値」に転換する仕組みにある。販路開拓が難しく、手間暇をかけても適正な対価が支払われなかった有機野菜を高く買い取り、市販の離乳食に対する不安や後ろめたさを抱える子育て中の親に有機野菜の離乳食を提供し、両者の困りごと解消のきっかけをつくった。

安心安全な野菜を届けたい、との思いだけで農業を続けることは困難で、やりがいを感じつつ「稼げる農業」に転換しなければ、農業の未来は描けない。有機野菜が困りごとを解決してくれる手段として認知されることで、生産技術の蓄積や普及など有機農業の基盤確立にも寄与するであろう。

一方、manmaは外出先など人前で離乳食を使う際の心理的ストレスが軽減されるような、お洒落で機能的なデザインである。商品のストーリーが持つ情緒的価値が、消費者の共感を醸成し、少なからぬ支持につながっていると考えられる。