

嬭恋高原野菜ピクルスの加工販売とキャベツのブランド化事業

アグリイズム株式会社



6次産業化事業をはじめたきっかけ
休耕地利用や嬭恋高原野菜
をアピールすることで地域
貢献をしたい。
安齋勝也さん

6次産業化認定事業者（平成25年2月28日認定）

アグリイズム株式会社

〒377-1611 群馬県吾妻郡嬭恋村千俣2193
TEL: 0279-96-0560 FAX: 0279-82-5790
代表者: 安齋加代子 主な事業: 野菜作農業等



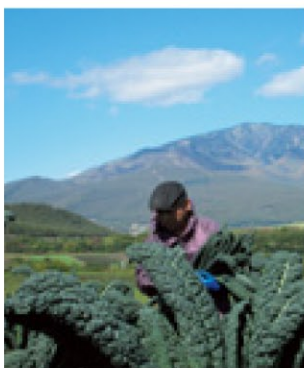
ドライ カーボロネロ 500円

イタリア・トスカーナ地方の伝統野菜で、ビタミン・食物
繊維が豊富な健康野菜

ドライ トマト 500円

個性的な野菜作りで、 他農家との差別化

スタイリッシュな出で立ちで現れた安齋さんは、かつては東京でアパレル関係に従事していた。「外に出ていると嬭恋の良さが分かってくるんです」と20年ほど前に故郷にUターンしてきた。妻加代子さんの実家で農業を始めて、現在では5haの畑でユニークな野菜作りに挑戦している。特徴は、ヨーロッパ野菜の中から嬭恋の気候に合った種類を選んでの栽培だ。たとえば、トスカーナ地方のキャベツ「カーボロネロ」、原種に近い黒いトマト「エアルームトマト」など。栽培方法を試行錯誤しながらだが、30種類ほどの育成にこぎつけた。



「他農家とバッティングしないレアな野菜を作れば、付加価値で勝負できるし、ブランド化戦略も生まれます」と、そのメリットを語る。

小さなところから認知 度を上げていく戦略で

一般消費者が見たことも聞いたこともない野菜をどのように流通させるかがアイデアの出どころだ。6次産業化企業として、商談会、展示会、地場産業フェスタなどへの出展要請が多いことを利用して積極的に参加。主にバイヤーや飲食店にアピールしている。例としては、イタリアンレストランや和食レストランでの、期間限定メニューの提案だ。野菜名を大きく扱ってもらえれば、それが人気の定番メニューに育つこともあり得る。小さいところからファンを獲得していく戦略だ。最近では、デパートでの展示会で対面販売をすると、興味をもってくれるお客も増えた。消費者の食に対する嗜好が多様化していることが実感できるといふ。



規格外品の有効利用は乾燥野菜やピクルスの製造が鍵を握る。冬期の収入安定や従業員員の安定雇用も視野に入れて、製品完成度を高め流通経路の開拓を進めている。平成27年夏からは自社サイトを立ち上げて、インターネット販売にも注力している。「大変なことが多いですが、やりたいと強く望む気持ちがあれば大丈夫」と、農作業、東京まで足を伸ばしての営業、製品の開発と、多忙な毎日を送る。

取材後記

将来的なビジョンとして、東京でのアンテナレストランの開業がある。朝収穫した野菜を運び、食材としてだけでなく、嬭恋野菜の直売所としての機能をもたせるのだという。「東京にいながら嬭恋を感じられる」レストランには大きな夢と可能性を感じる。