

20190625_農業ビジネス研究会_議事録

日 時：2019年6月25日（木）19:00-20:50

テーマ：オフィスで野菜！～農家の新たなチャネルから会社のウェルネス・健康経営まで～

発表者：川岸亮造さん（OFFICE DE YASAI 代表）

参加者：21人（NPO 法人理事長、財務コンサルタント、農家、大学教員、会社経営、会社員、
団体職員、公務員、行政書士、司法書士など）

開催協力：マイナビ農業

目次：

1. 起業からカット野菜のオフィス提供へ
2. OFFICE DE YASAI とは？
3. OFFICE DE YASAI が目指すもの
4. まとめ／OFFICE DE YASAI のこれから

発表：

1. 起業からカット野菜のオフィス提供へ

起業の際に、農業のコンサルティングではなく、生産者が簡単に乗ることのできるビジネスを立ち上げることを考えました。個人向け野菜宅配サービスを始めてみましたが、すぐ終了となりました。ついで、実店舗による野菜販売を始めてみましたが、こちらもすぐ終了となりました。宅配サービスについては多品種少量が理想です。しかし、そういう生産者ばかりではありません。にんじん、たまねぎ、じゃがいも、それぞれ単品種だけの生産者もいます。にんじん、たまねぎ、じゃがいもだけが定期的に届いても、カレーしか作ることができません。品種を一回りしたら契約は継続されません。実店舗であれば、いろいろな生産者のいろいろな品種を扱えると考えました。しかし、損耗率が高いです。これは、流通費が高いので、在庫を抱えたことによります。実店舗を間借りした酒屋さんのつながりでご近所の方にお越しいただきましたが、供給に見合う需要とはなりません。野菜の流通を考えた際に、一度にある一定量を送ることが重要だと考え、次に、オフィスに営業をかけ、従業員に野菜を持って帰ってもらうというモデルを考え、知り合いの社長に営業をしました。しかし、ある経営者から、野菜まるごとでは、20代社員は持って帰らないと指摘されました。そもそも、料理をしない。見ていると昼食もカップラーメンを食べているなどしている。その場で野菜が食べられるようにしてほしい。そこで、置き型でその場ですぐに食べられる野菜をオフィスに提供することとなりました。今ではより食べやすいカット野菜・カットフルーツの形で提供しています。ただし、カット野菜をオフィスに提供するだけ、サブスクリプションだけのサービスにはしたくありません。従業員の健康の維持・増進と会社の生産性向上につなげるだけでなく、作り手と使い手双方を豊かにすることを目指しています。

2. OFFICE DE YASAI とは？

OFFICE DE YASAI は、オフィスでカット野菜が食べられる「置き野菜」サービスです。会社にながら、サラダを食べることができます。現在、野菜だけでなく、フルーツや野菜ジュースなど健康的な食を幅広くお届けしています。いろいろな形状、品目の食品を温度管理してお届けできることが強みです。いろいろなオフィスサービスがありますが、サラダは少ないです。お惣菜サービス「オフィスでごはん」も提供しています。お惣菜は冷凍にしています。日持ちがしますし、味付けを強くしなくても日持ちして健康に良いという利点があります。ビジネスモデルは、会社に、月に何個届けるかを決めていただき、買い取っていただくというもの

です。基本料金のほか、商品代となります。その上で、商品代が 200 円とすると、従業員の皆さんへの提供価格は 100 円として、差額を会社に負担していただいています。従業員に安い価格でご提供していただくことで、野菜を食べたい層だけでなく、安いからちょっと食べてみようかなの層の行動が生まれると考えています。スムージーも従業員からの集金は 100 円です。同じ商品でも他で買うのと比較して安価なので、売れています。従業員からの集金は、以前は料金箱に入れる形式のみでしたが、現在はアプリで決算する形式もとれるようになっていきます。支払い方法に問わず、会社には利用データを提供しています。このデータは仕分け・配送の指示にも利用しています。このシステム化も参入障壁になっています。OFFICE DE YASAI は、生産者、カット加工工場、ピッキングセンター、デポ、顧客企業がサプライチェーンとなっています。加工・流通は提携企業であるキューピー様の協力を得て拡大可能な状況にしており、流通のラストワンマイルは新聞配達業や牛乳配達業などにアウトソースしています。

OFFICE DE YASAI のポジショニングは「適度な休息・休憩・コミュニケーション」×「健康的・足りない栄養素を補う」という位置となっています。ですので、OFFICE DE YASAI の導入は、会社から従業員に対して「会社はあなたの健康のことも考えていますよ」というメッセージにもなります。このサービスでは冷蔵庫・冷凍庫を会社に置かせていただいています。これが、今後の強みになっていくと考えています。会社の中にオフィシャルに入れて、冷蔵庫や冷凍庫という「場」を持っている強みを活かせるからです。また、これまでにやってきたこととしてみると、結果として野菜の価格を上げてビジネス展開できたことにあります。価格を上げられたのは、市場（顧客）を変え、提供価値を変えたことになったということだと思います。実際に、買う相手は、個人ではなく一般企業になり、単価を高められています。一方で、会社からすると、従業員の健康を考えると上記の差額の負担はそんなに大きな支出ではありませんし、OFFICE DE YASAI の導入は健康経営の PR にもなります。

3. OFFICE DE YASAI が目指すもの

現在、野菜の 1 人当たり消費量は減少傾向から横ばいへとなっています。アグリテックというと、センサーで生産効率を上げるなど、美味しい農産物を多く採れるようにすることに焦点を当てていることが多いようです。ですが、これが日本の農家全体に広がると、良い農産物が今度は供給過多になり、本来良い農産物として価格を上げることを目指していたのに、結局、価格は下がってしまうのではないかと考えています。これを解決したいです。そのためには、需要を伸ばさなければいけません。野菜の 1 人当たり消費量を増やす必要があります。野菜が高くても買いたい層を増やす方向もありますが、別の方向として、野菜に興味ない層に、「ちょっと美味しいかもね」、「ちょっと買っても良いかもね」に変えるというものも考えています。サラダ専門店が隆盛していて単価 1000 円のところもありますが、そうではなく、気軽に野菜に触れてもらう環境をつくりたいと考えています。とはいえ、自然に需要は増えません。そこで、会社向けにして、「まずは安いから食べてみよう」を生み出そうとしています。ここから、野菜を食べることを習慣化してもらいたいです。野菜に関心がなくても、社内でカット野菜を見れば、印象に残ります。将来の需要につながるかもしれません。需要を増やし、価格の底上げもできかもしれません。

OFFICE DE YASAI はヘルスケアの視点もあります。社会も健康経営・働き方改革へ舵を切っています。会社は働いている時間のパフォーマンスを上げることが求められています。改めて「生産性」を式で表すと、単に働いている時間を短くするだけでは生産性は変わらず、パフォーマンスは減少してしまうとも言えます。生産性は IT 活用での効率化と健康な体と頭の両輪によりもたらされます。良いコンディションの維持、効率的な組織づくりが必要です。プレ

ゼンティーズム（出勤しているものの、体調が好調とは言えず、業務効率が落ちている状況）はNGです。従業員のコンディションが悪いと、企業の業績も悪くなります。また、生産性を左右する項目に血糖値も挙げられることが分かってきました。食事のタイミングや食べる内容で血糖値コントロールができます。このようなコントロールが結果的にパフォーマンスを向上させます。本来は従業員個人の問題かもしれませんが、しかし、現在は、会社が考え、お金をかけるべきです。会社が補助をして、従業員にバランスの良い食事に摂ってもらう。このような食事により、従業員に行動変容を起こすことができます。野菜に触れて、普段から野菜を摂るようになります。

4. まとめ／OFFICE DE YASAI のこれから

OFFICE DE YASAI の未来として、会社内にある「売り場」の活用を考えています。①第三の流通です。他社の商品も取り扱うことにより流通費を抑えることができます。②健康経営の支援です。アプリにより従業員の健康状態の管理を行うことができます。付加価値となります。③テストマーケティングです。テスト商品を無料でオフィスに置くことができます。実験的にアンケートに回答いただいたところ、回答率3割となりました。商品開発やPRにも活用できます。OFFICE DE YASAI により、健康経営とともに、農業に貢献していきたいです。

以上