

株式会社高梨農園

※2018年3月現在

代表者名	高梨 利道	資本金	10 百万円
設立年	2005 年 5 月 9 日	売上高	76 百万円 (2016 年 5 月期)
事業内容	生産 (ダイコン、キャベツ、スイカ)、消費者直売、加工・製造、観光・交流	経営規模	畑 3.6ha、樹園地 0.5ha、加工施設 99㎡ (タクアン、ジャム等)、直売所 83㎡ (75 種類)
従事者数	21 人 (うち女性 14 人。女性内訳: 役員 2 人、一般職 2 人、常勤パート 10 人)		
女性活躍支援	[女性に配慮した取組み、実績のある制度・支援] 産前産後休業、育児休業、介護休業 [女性に配慮して取組んだ環境整備] 重労働等の業務改善		



経営概況

株式会社高梨農園は、鎌倉時代から続く家柄で、代々農業を営んでいる。三浦市内のほか横須賀市内にも畑を所有し、ダイコン、キャベツ、スイカを中心に約40種類の野菜や果物を栽培。2005年に株式会社高梨農園として法人化した。

タクアン、切り干しダイコンなどは以前から作っていたが、2013年に新たに加工部門を立ち上げ、地元の野菜や果物を使ったジャムやピクルス、漬物の生産、販売に力を入れている。

三崎に「うらり産直センター店」、三浦海岸駅近くに加工品の直売所「三浦ストア」を運営して、2016年5月期の売上高は7,587万円と、順調である。



1. 経営者の理念・意識改革

「うちの加工品のコンセプトは、“地元三浦の手土産”です。農家が手作りした保存食を、地元の方が手土産としてお持ちいただけるようにというイメージで、開発しました」と、取締役の高梨尚子氏は話す。

ピクルスに使っている野菜は、ニンジン、ダイコン、カリフラワー、ブロッコリーなど。旬の採れたて野菜を組み合わせている。彩鮮やかで種類も豊富なことから、地元での人気も根強い。

加工品の種類が増えるにつれて、直売所での販売やデパートの贈答用など、用途も販路も好調である。こうした売上の増加にともない、雇用も拡大中。女性のパート従業員も年々、増員している。

直売所では、販売経験が豊富でお客さんとの会話が得意な女性パート従業員と、まだ経験の浅い若い販売員とを組み合わせ配置するなど、売上アップの工夫を常に行っているという。

2. 女性活躍経営体に至る背景

尚子氏は高梨家の次女で、結婚と同時に家に入

り、夫婦で農業を継いだ。

継いだ当初は野菜や果物の生産・販売が主だったが、夫婦で三浦大根を使ったドレッシングを企画して委託製造しており、ニンジン、タマネギを追加し、ギフト用として充実させてきた。

そこへ妹で四女の道代さんが、2011年に入社。道代さんは、これまで廃棄していた“規格外の農産物”を利用しての加工品製造を提案した。その第一弾として、ジャムの製造を一から学んで販売したところ、好評を得たという。

「加工品の製造販売は、女性に向く業務が多く、女性の能力を発揮できる場だ」と確信した二人は、2013年に高梨農園に新たに加工品部門を立ち上げた。

現在、無添加ジャムの加工をうらり産直センター一店に、三浦ピクルスや漬物類の加工場を会社近くに設け、女性パート従業員が加工にあっている。

3. 出産・子育て中の女性が働きやすい環境整備

取締役の尚子氏は2児の母で、12月には3人目のお子さんを出産した。産前産後休業・育児休業については、会社設立のときに定めており、現在も産休を取得中の従業員がいる。

従業員の勤務のシフト管理は、ほとんど尚子氏が担う。特に、子供が急な病気で仕事を休まざるをえない状況に対しては、自身の経験から十分に理解できるのだという。例えば、子供の病気や預かり保育の都合で入社できない従業員がいるときは、販売と加工の配置を調整するだけでなく、加工製造を休むことさえもある。それにより発注元に納期までの期限を延ばしてもらったり、直売所の商品棚が品薄になったりすることもあるというが、これもすべて「女性にとって、働くことが大切な社会貢献になる。子育て中の人に時間を有効活用してもらい、社会とつながっていても

らいたい」という、尚子氏の思いからである。

今後は、夫の扶養控除内で働いているパートの女性従業員についても、希望があれば今後正社員に登用したいと考えている。

4. 女性のセンスが光る商品ラインアップ

尚子氏は、ドレッシングを発売するときから、女性目線で容器やラベルにこだわっている。商品ラベルは、温かみのある文字を描く版画家に依頼したオリジナルデザイン。こうしたデザインへのこだわりは、アパレル業界出身の尚子氏の夫の意向でもあるという。

時に、加工担当の女性パート従業員からは、さまざまな意見やアイデアが出される。定番のイチゴや夏ミカン、ニンジン、トマトなどに加えて、ナスやカリフラワーはチーズに合うジャムとして販売した。いずれも、納得するまで試行錯誤を続けて商品化している。

さらに毎月1回、従業員全員が参加して昼食を共にする「社員食堂」は、商品や試作品の試食も兼ねて開いているという。

直売所の販売担当からは、お客さんからの味付けの好みや商品に対する要望が報告され、新しい商品開発にもつながっている。

審査委員の声

三浦ストアは【バザール】がコンセプトの京浜急行三浦海岸駅近くのアンテナショップ。現地審査後に立ち寄ると個性的な棚に彩鮮やかなピクルスや、オリジナルデザインが印象的な商品ラベルのドレッシングが並んでいた。“規格外の農産物”を利用した“地元三浦のギフト”は、伝統と同時に時代の先を読んだエコなセンスで、お歳暮シーズン引張りだこ。高梨尚子さん、3人のお子さんとともに、さらなる活躍を期待している。