

ワークライフバランス重視で500品種のミニ野菜・ハーブの生産・販売を拡大

# 農事組合法人鈴鹿山麓・NATUVE

※2016年3月現在

代表者名	近藤 徳久	資本金	3百万円
設立年	2014年8月5日	売上高	19百万円(2014年12月期)
事業内容	生産(野菜500品種以上)、 消費者直売	経営規模	畑2ha
従事者数	19人(うち女性17人。女性内訳:役員2人、一般職1人、常勤パート14人)		
女性活躍支援	[女性に配慮して取組んでいる制度] 短時間勤務制度 [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

(農) 鈴鹿山麓・NATUVEは三重県鈴鹿市伊船町に本社を持ち、野菜に加えて、ハーブ、リーフ類といった軽量、高品質な野菜を販売し、野菜コーストセットやリゾートセットなども販売している。現在、生産、販売を行っている野菜は500品種以上。それらの事業を主導したのは、近藤徳久代表の妻であり理事の啓子氏である。

現在、約200名の顧客に加え、75社のレストランに契約販売しており、売り上げの内訳は個人が約2割、レストランが約8割となっている。

法人化する以前は、徳久氏の父から経営を継承し、園芸用の苗木の生産を行う家族経営の兼業農

家であった。2004年から花木部門に加えて野菜部門を立ち上げ、友人の植木農家の女性とともに「近藤けいこ Natural Vegetable」を起業。無農薬・無化学肥料の野菜生産を開始した。

鈴鹿サーキット近くのスーパーで販売したところ、名古屋のホテルシェフの目にとまり、そのホテルレストランとの契約販売を開始。その後、シェフの紹介で契約レストランが増加していった。さらに購入者からの「自分も野菜を作りたい」「一緒に働いてみたい」という要望に応え、2008年には地域の食に関心を持つ女性たちが集まって、楽しく勤務する現在の形式が確立した。2014年には「鈴鹿山麓・NATUVE」として法人化し、現在は会社員でもある夫の徳久氏は経営を啓子氏に委任し、啓子氏が理事として経営を主導している。

## 1. 経営者の意識改革

啓子氏は非農家から農家の近藤家に嫁いだため、当初、農業従事の経験はなかった。啓子氏の義父母が高齢になり、経営規模を縮小したことをきっかけに、空いた圃場を利用した野菜作りを考えた。自身の3人の子育をした経験から、“子供



たちに安全・安心な食べ物を食べさせたい”と考え、乳幼児や子供、アレルギーを持つ人が安心して食べられる野菜作りを決心。そこで徳久氏と義父母の理解と後押しのもと、農薬・化学肥料・動物性有機肥料を使わない栽培を始めた。

当初は、関心のある近隣の住民にのみ販売していたが、次第に口コミにより販売先が増加。やがて啓子氏の理念に共感する消費者が次第に集まり、一緒に働くようになった。現在は啓子氏の実姉が経営の補佐を行い、86歳になる実母も意欲的にスタッフとして参加している。

## 2. 休暇や勤務時間に関わる制度

女性が継続して働けるように、「家庭が第一」を理念とし、無理のない出勤を推奨している。そのため、“午前中3時間だけ”“子供が保育園に行っている間だけ”など、従業員に負担のない柔軟性のある勤務体制を導入している。新規就業者には一通りの作業をしてもらおうが、その後は個人の能力を活かせるよう、特技や才能などを鑑みながら、本人との相談のもと作業配置を決定している。子供の成長により勤務時間を確保できるようになった従業員は、正社員として勤務している。

社内保育も認めており、当日の作業内容に応じて、作業場の向かいにある鈴鹿市「NPO法人マザーズライフサポーター」の集会所と連携し、交代制で託児を行っている。これにより、子供に不測の事態が起こっても、すぐに駆けつけられる環境が整い、安心して作業ができるようになったという。

## 3. 女性のキャリアアップへの取り組み

新規就農希望者も積極的に採用・支援している。希望者には一通りの作業をもらいながら、農薬・化学肥料・動物性有機肥料を使わない手法や栽培技術を伝えている。一定期間の教育の後には圃場の一部を貸与し、独立の際には農地の幹

旋なども行っている。さらに毎年、社員とともにヨーロッパへ有機農業やグリーンツーリズムの視察旅行に参加し、先進的な環境・循環型農業、自然保護運動の研修を行っている。

## 4. 働きやすい環境づくり

「野菜が好き。自分の心の栄養となる野菜作り」という理念に沿っていれば、農業未経験者や外国人も積極的に採用している。それにより、個性豊かな従業員がともにフレンドリーに作業をしている。

毎日の作業日誌と朝昼二回の打ち合わせにより情報共有を行い、ふだんの作業中の雑談からも、従業員の意見やアイデアを得て、経営に反映している。その結果、オーダーメイドの野菜セットや百貨店向けの野菜ローストセット、リゾートセットなどの新商品が開発され、売上が増加しただけでなく、従業員の意欲も高まった。

今後は従業員全体で意見を交わし、オリジナリティある自社ブランドの確立を目指している。

### 審査委員の声

「安心して食べられる安全な野菜を、赤ちゃんや子供やアレルギーを持つ人に届けたい」。「近藤けいこ Natural Vegetable」として始まった一見どこにでもありそうな畑は、消費者に選ばれ、直売所に買い物きたお母さんたちを「この畑で働きたい」と惚れこませるほどの、不思議な魅力がある。

乳児を連れた母親や高齢者にも無理のない、“家庭第一”の柔軟な勤務体制。ホテルやレストランのシェフが個性的な野菜を注文して支える500種類の野菜づくり。規格化された大量生産・大量消費にはない信頼のネットワークを継続させ、柔軟な知恵とチャレンジ精神で、ここにしかないダイバシティマネジメントモデルを切り拓いてほしい。