

女性スタッフの声を活かした商品が大ヒット！ 三姉妹で頑張る農業法人

# 株式会社みっちゃん工房

※2018年3月現在

代表者名	光永 カオリ	資本金	5百万円
設立年	2015年9月1日	売上高	104百万円（2016年8月期）
事業内容	生産（リーフレタス、ミックスサラダ、ベビーリーフ）	経営規模	畑 1.9ha
従事者数	21人（うち女性20人。女性内訳：役員1人、管理職2人、一般職6人、常勤パート11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 [女性に配慮して取組んだ環境整備] 施設設備関係（休憩室・屋内トイレ・シャワー）、重労働等の業務改善		



## 経営概況

阿蘇くまもと空港のある熊本の空の玄関口・益城町。2016年の熊本地震で大きな被害を受けたこの町には、女性が元気に活躍する農業法人が存在する。

ベビーリーフとサラダ野菜を生産する株式会社みっちゃん工房は、代表の光永カオリ氏が2004年に創業。今は、姉の遠山智美氏、三女の富田美貴子氏も加わり、三姉妹が中心になって経営を行っている。三姉妹の父は益城町名産のスイカ農家を営んでいたが、農業を手伝っていた母が亡くなり、体力的に負担の少ないニラの生産に転作。旅行代理店で勤めていた当時20代のカオリ氏が父

の仕事を手伝うことになり、父のもとで農業を一から学んだ。そんな時、知人の紹介で当時はあまり知られていなかったベビーリーフと出会う。

「この頃、祖母の介護をしていましたが、介護と仕事の両立は想像以上に大変でした。あわただしい毎日の食事でサッと洗って皿に盛るだけのベビーリーフがとても重宝し、やわらかいので歯の悪い祖母も喜んで食べてくれました」とはカオリ氏。ベビーリーフに将来性を感じて本格的に取り組み、最初は大手食品会社の委託生産からスタート。いつかは自社農園ブランドで勝負したいという思いから、父が新たな販路を開拓し、2006年に大手食品会社の委託生産を止めて福岡県の大手スーパーに自社農場の名前で出荷することになった。当初はベビーリーフの認知度が低く苦戦したが、徐々に売上が増え、2017年4月末の売上高は前期6,800万円から9,057万円と大きく上回っている。

## 1. 経営者の理念・意識改革

みっちゃん工房の社員21名中、女性は20名（男性1名は三姉妹の父親で、トラクターなどの機械作業のみの担当）と、女性が動かす農業法人



である。カオリ氏は実際に商品を購入する主婦の代表としてパート従業員の意見を尊重し、商品開発に活かしてきた。

「当初はレタスやサラダほうれんそう、ルッコラなどを混ぜた『ベビーリーフ』の一種類のみでしたが、パートさんから、“レタスだけでも十分おいしい”という意見を聞いて、レタスだけの『ふんわりミックスレタス』が誕生しました。ほかにも、以前は廃棄していた成長しすぎのベビーリーフがパートさんにおいしいと好評だったので、大きい葉っぱを入れた『リーフサラダ』もあります」とカオリ氏。パッケージは当初、箱型のパックを考えていたが「ゴミがかさばる」という意見から袋型に、内容量も「夫や子供が袋から出して簡単に食べられ、なおかつ冷蔵庫の野菜と混ぜて使ってもちょうどいい量」という提案で1袋30～50gに設定した。

「毎日台所に立つパートさんは私たちが考え付かないことを教えてくれます。仕事と家事を両立するパートさんのリアルな意見を商品に反映しているので、取引先との商談にも説得力があります」とは姉の美貴子氏。“全部パートさんの言う通りに作った”というみっちゃん工房ブランドは、福岡から熊本、宮崎、大阪と販路を広げ、取引先も前期（2016年4月末）17社だったのが2017年は23社までに増えている。

## 2. 女性が働きやすい環境づくり

女性ばかりの職場のため、重量物であるコンテナにはすべて台車をつけて作業負担を軽減。また、産前産後や育児休業の制度も整い、2017年は2名のパート従業員が利用している。育児中のスタッフが多いので、保育園の都合などで子供を預けられない場合は工房内の休憩室で受け入れることも可能だ。「スタッフが全員母親ということもあり、2016年から受入れたベトナムの若い実習生をとてかわいがってくれました」とはカオ

リ氏。彼女たちが異国の地で馴染むのをサポートしてくれたことは非常に嬉しかったと話す。

## 3. 女性のモチベーションをあげる 職場づくり

ユニークなのが、自社ホームページをPRでなく、スタッフのモチベーションアップを目的に制作している点だ。ブログコーナーは、『ブログ委員会』というラインを作って、ベビーリーフを使った毎日のごはんの写真を投稿し、記事として掲載。

「今では『商品ポップでクリスマス料理を載せたい』とリクエストすれば、みんなが張り切って参加してくれます。自分の料理を家族以外の人に褒めてもらうのは嬉しいし、見る方も『我が家の料理と違っておもしろい』と刺激を受けます。料理が苦手な人は他の話題でもOKで、スタッフ全員で楽しみながら作っています」と美貴子氏。女性好みのおしゃれな写真と親しみやすい文章で、閲覧者からの反応も上々という。

熊本地震では、工場の被害は少なかったものの、カオリ氏や従業員の数人の自宅が全壊した。そこで工場内で約1カ月間、従業員ともに“合宿気分”で災害時を乗り越えたそうだ。そんな仕事を超えたスタッフ同士の心のつながりが感じられ、社内には女性たちの元気な声が響いていた。

### 審査委員の声

出産や育児など、それぞれの従業員が置かれた状況を互いに尊重しながら、作業の割り振りを行っている様子がかがえた。野菜の種類や分量などを調整した商品開発にも、消費者としての女性の目線が活かされている。『ブログ委員会』も、PRが目的ではないというものの、間接的に業績向上に寄与しているといえよう。こうした取り組みが、義務感ではなく、日々の仕事のなかから自然に出てきている点が、すばらしいと感じた。