

大東京の田舎「国立市」に「農家の台所」という野菜の違いを消費者にご理解いただくためのレストランをオープンして2年が経とうとしています。国立ファームにとって飲食事業は「目的」ではありません、特選野菜の生産法人として成り立つための「方法」です。手間隙のかかる良い野菜を作り続けるためには、それを舌で理解して高価格な野菜を買い求めてくださるお客様を開拓しなければならぬからです。

まだ慣行栽培の野菜も作れない国立ファーム「農家の台所」を救ってくださったのは全国で特選野菜を生産されている篤農家の皆様でした。おかげさまで、違いをわかってくださるお客様で繁盛して、多くのマスコミにも取り上げられています。そしていよいよ、目的に向かって一歩前進するプロジェクトがスタートします。大東京23区の人気レストランへの野菜卸事業です。非常に小さい(15坪)出荷センターを開設し、まだ1便しかありませんが自社の2t保冷車も運行しています。予備営業として4月から飲食店への営業も進めて参りました。そしてあらためて分かったことがあります。

多くの飲食店は野菜の仕入れに特異性を出そうとしません。店舗営業後の深夜に発注して翌日朝には配達

される市場品野菜が一番なんです。規格が揃っていて、一定期間安定して仕入れられる市場品野菜が一番なんです。ごもつともです、到底真似のできない素晴らしい流通です。面倒で卸値の高い特選野菜を利用して、お客様がその違いを評価して客数が増えたり、客単価を上げてくれたりはしないと考えられているからなんです。

ならば、実力行使しかない。というところで23区の一等地にお客様がガバガバ来てお金を落とすとしてくださる特選野菜のレストランを出して野菜の底力を見せ付けてやることにしました。

11月22日に「農家の台所」の2号店になる恵比寿店がオープンします。恵比寿駅から徒歩1分の新しく建ったオフィスビルの1階です。ビルを所有する会社の厳しい審査の結果、十数社の中から選ばれました。恵比寿店のスタッフには今から以下のことを伝えてあります。恵比寿店のライバルになる隣の飲食店から特選野菜の卸し営業をする、数が少ない時には他店を優先する。繁盛することは当然で、レシピを随時開発して公開する、ことです。

国立ファームが描くシナリオは、特選野菜を美味しいと実感させるレストランを出店して繁盛店として認

知させる↓他店との差別化のために特選野菜を扱う飲食店を増やす↓特選野菜の味の違いと料理法を一般的な(マニアックな野菜好きでない人)消費者が認知する↓スーパーで特選野菜のコーナーが充実する↓特選野菜の需要が増える。この流れに並行して、国立ファームを特選野菜のブランドとして確立させながら自社物流を拡充させます。そして今からスタートしている国立ファーム生産法人の生産技術力が追いついて来た時に、この物流に合流させるという皮算用なんです。

どうですか、ヤリガイのある農業生産をするために、こんなに遠回り、こんなに面倒なことからは始める農業生産者や関連団体が他にありませんか。あるんだったら参考にさせていただきます。最後に確認の意味で、「そんな面倒なことをやらないで、イイもん作る努力を早よしなよ!」とごもつともなご指摘をされる方々に言わせてください。外的要因で自分が上手くいっていないことを正当化する人は「弱者」と呼んでいます。僕は憶病な「ものづくり」なのですが「強者」を目指しているのです、宗教臭い流通や金勘定優先の流通に僕が将来作るであろう大切な「もの」を依存する気はないのです。

最後に確認の意味で、「そんな面倒なことをやらないで、イイもん作る努力を早よしなよ!」とごもつともなご指摘をされる方々に言わせてください。外的要因で自分が上手くいっていないことを正当化する人は「弱者」と呼んでいます。僕は憶病な「ものづくり」なのですが「強者」を目指しているのです、宗教臭い流通や金勘定優先の流通に僕が将来作るであろう大切な「もの」を依存する気はないのです。

国立ファーム有限公司

高橋がなりの

アグリの台所

~早く「虎」に変わるんだ!~

第21回

野菜に保守的な飲食店営業に弾みを付ける「農家の台所」恵比寿店