

令和2年度あしたのまち・くらしづくり活動賞 総務大臣賞

『ものづくり』『人づくり』『地域づくり』

北海道剣淵町 株式会社けんぶちVIVAマルシェ

株式会社けんぶちVIVAマルシェは、農協青年部の生産者が立ち上げたプロジェクトチーム「軽トラマルシェ」が母体となっています。軽トラマルシェとは、「軽トララック」とフランス語で市場を意味する「マルシェ」を組み合わせた造語で、その名の通り、自分たちで作った米や野菜を軽トララックに積み込んで消費者に直接販売しようという活動です。

地元の仲間や近所の住民から、「地場産の野菜が買える店が少ない」「剣淵町にこれはいえる名産品、特産品が無く、何か地域の特産品を作れないのか」などといった声を耳にすることが多く、農業を基幹産業とする町でありながら生産現場と地元消費者との距離がとてつもないことに気が付き軽トラマル

シェを始めました。人口3000人程の小さな町のため、剣淵町の存在を知らない方も道内でも多く、魅力を発信していきたいという思いで活動をしています。

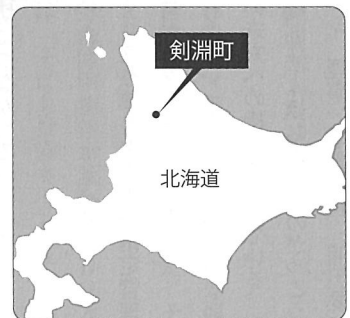
現在では各地から声がかかり、計画を大幅に上回る年間10数回各地で出店し、今では計200回を超えています。道内だけでなく、東京・大阪・広島にも出店しました。

軽トラマルシェに参加した生産者は、消費者との対面販売を通して、自分で作った野菜が売れる喜びや面白みを感じると同時に、消費者へ調理法や食べ方を伝え、野菜ソムリエの資格を取得するなどして、農産物の魅力を発信するだけではなく地域の魅力も同時に発信しています。

この活動が話題となり、地元メディアで取



VIVA マルシェのメンバーたち





軽トラマルシェの出店の様子

り上げられるなど、注目を集める存在となりました。今後のさらなる展開を目指し、生産者が活動に参加しやすい組織とするため、平成24年、生産者の自主的な任意団体としてVIVAマルシェを発足させました。同年、VIVAマルシェは、農協青年部による軽トラマルシェの活動を引き継ぐと同時に、近隣のレストラン、ホテルとの直接取引を開始しました。

販売品目は、トマト50品種、馬鈴薯50品種、南瓜20品種など34品目400品種（野菜以外

の品目を含む）を栽培しました。これを1か所の生産者団体で生産する事例は珍しく話題性が高く、同じ野菜であっても品種が違うだけで作型や栽培管理の方法が異なってくるため、手間やコストが増える多品種栽培は生産者に敬遠されているのを逆手にVIVAマルシェはそこにビジネスチャンスを見出し、多品種少量生産の野菜づくりによって品種の数なら日本一の生産者を目指しました。

種類豊富で色とりどりの野菜が生産者から直接かつワンストップで仕入れられるということが支持され、彩りを求めるレストランやホテルやそれを顧客に抱える仲間などからの



軽トラマルシェにて販売の様子



栽培品目紹介・展示会の様子（写真はじゃがいも50品種など）

引き合いが強くなり、発足からわずか2年間で販売高が農協青年部の時と比べ6倍以上となる急成長を遂げました。

生産者の多くはサラリーマンなどを経て実家に就農したUターン組で、20代〜40代の若い農業者が中心です。生産のノウハウを身につける学びの場となっている若者も多く、実家では、親の指導の意図をくみ取りきれず反発心や感情的な対立が生まれたり、親側も作業の手順や意味を手取り足取り教えたりすることが少ないといえます。VIVAマルシェでは、互いに世代が近く、同じような経験を重ねた者同士であることから、初歩的なことでも気軽に相談できる雰囲気があり、仲間からの指導や意見を素直に聞き入れるようにし



農業体験観光の受け入れ風景

ています。

他方、これまで培ったノウハウを全国に普及させようと、平成25年10月に「軽トラマルシェ」を商標登録しました。軽トラマルシェは、商品陳列や売り場づくりへのこだわりや、カフェなどで見かけるおしゃれなエプロン姿で接客するなど客の購買意欲をそそる仕掛けを演出し、小売店並みかそれ以上の価格であつても高い集客力を生み出しています。

また、平成29年に法人化し観光事業を立ち

上げ、都市部からの消費者へ農業の魅力を発信しています。そして食育教育も積極的に行い、小・中高・大学と幅広い教育活動も行っています。

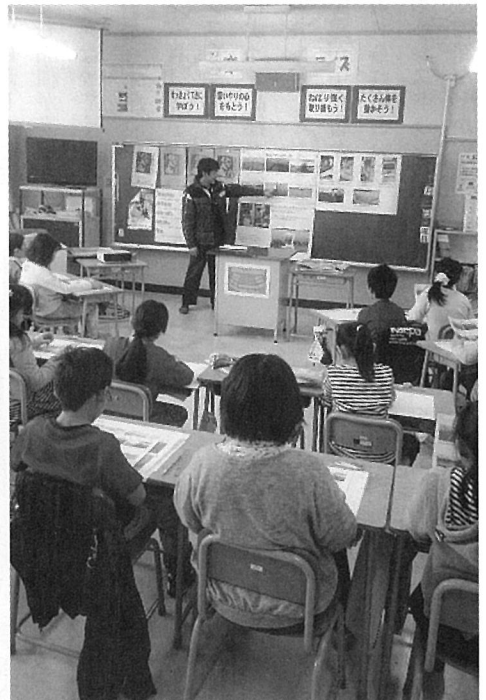
地元の魅力と農産物を全国に発信したく展示会や商談会等にも積極的に参加し全国でも注目される存在となりました。国内だけではなく台湾・タイ・サハリンなどの海外の展示会、商談会に参加しました。

近年では、町の新たな特産品の開発を行い、国内市場ではまだほとんど流通のされていない「キヌア」の機械化にも成功し、令和3年度から販売する予定です。

地域にある福祉施設（障害者支援施設）とも連携し、加工品の開発など地域雇用だけでなく、地域に根差した経済効果も上げています。

今後は企業との連携による商品開発や加工品の開発を積極的に行いVIVAブランドを作っていきます。

農業者だから作物だけを作っていればいい時代ではなく、どこまで消費者に近づけるかをしっかり考え、まずは行動し体験して新し



小学校にて食育授業の様子

い農業の形を作っていきたいです。

美味しいのは当たり前。それをどう伝え、どう魅せることができるのか、どう感じてもらえるかを重点に活動していきたいと考えます。

どんなことにも「やります できます やりきります!」の精神でチャレンジを続け地域農業を盛り上げていきたいと思っています。

モノ（野菜）づくり、人づくり、地域づくりをモットーに、魅力的な農産物づくりだけではなく、それを伝える人づくり、地域活性化の仕組みづくりと幅広い活動を行い、農業からできたことを最大限生かし、発信していきます。

（株式会社けんぶちVIVAマルシェ

代表取締役社長 高橋朋一）