

12. 株式会社グラノ24K (1/2)



■基本情報

企業名	株式会社グラノ24K
本社所在地	福岡県岡垣町
設立年	1995年

■取り組みの背景・認識した地域課題

地域産業である農業・漁業において、規格外品が活用されず廃棄されていた

地域課題	地域資源
------	------

第一次産業の振興

- 福岡県岡垣町の主産業は第一次産業であったが、地元では、第一次産業は採算が取れない仕事だと見られていた。

消費者ニーズとのミスマッチ

- 地元のレストランでは時期を先取りした料理が多く、旬の地元農産物があまり使われていなかった。一方、観光客を中心とする消費者からは地元の「食」を楽しみたいという声が多かった。

規格外・少量多品種の地元農産物

- 第一次産業は儲からないと言われる中、農場では出荷できない規格外農産物が山積みになり廃棄されていた。
- 同社現代表の小役丸氏はその様子を見て、幼少期からもったいないと思っていた。

自然豊かな景観

- 地元海産物が採れる海という景観を、レストラン事業に生かした。



■商品・サービス内容

生産者と料理人がメニューを共同開発するビュッフェスタイルにより、地場農産物や規格外品を活用して地産地消に貢献、生産・加工・販売を地域主体と役割分担して実行するなど、「地域全体での6次産業化」に取り組む

- 株式会社グラノ24K（以降、グラノ24K）はウェディング、レストラン、宿泊施設を運営し、全国展開している「野の葡萄」の親会社。
- グラノ24Kは、ブランド化されていない少量多品種生産の地場農産物や、市場に卸せず廃棄されていた規格外の農産物を買取り、メニューを固定しない「ビュッフェレストラン」スタイルで地産地消を図っている。
- 「6次産業化」という言葉がなかった時代から農業を軸に地域が潤う形を目指し、生産・加工・販売を同社だけでなく地域で分担するなど、地域という単位で「6次産業化」を目指して取り組んでいる。加工商品は自社使用だけでなく、全国の契約旅館やレストランに配送も行っている。
- これまでに、町内の観光施設「ぶどうの樹」だけでなく、全国40店舗を展開。各店舗ではそれぞれの地域の農産物を使った料理を提供し、様々な地域で地産地消を推進している。その他、自社農園を活用して食育活動に注力したり、宿泊業にも力を入れるなど、幅広い事業を手掛けている。

同社が手掛けるレストラン事業



▲規格外農産物を活かしたビュッフェスタイルレストラン「野の葡萄」



▲海を眺めながらそこで獲れた地元海鮮料理を楽しむ「鮎屋台」

試食会の実施



- ✓料理ありきで農産物を仕入れるのではなく、農産物ありきで料理を検討。
- ✓季節毎に提供メニューを考える際には、料理人と生産者を巻き込んだ試食会を実施している。

同社事業を支える地元生産者・漁師



- ✓地元の生産者・漁師と連携し、規格外・少量多品種の地元農産物を集めている。仕入れ値は全て、生産者側の言い値で決めている。
- ✓また、地元の雇用創出にも貢献している。

12. 株式会社グラノ24K (2/2)

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- 元々同社は旅館業を営んでいたが、宿泊だけでは利用者同士のコミュニケーションが少ないと感じていた。ニュージーランドの人と関わりBBQを体感したことを契機に、飲食業を開始した。
- 問題意識を持っていた規格外野菜の活用については、ニューヨークの高級ホテルにおけるビュッフェスタイルを参考とした。岡垣町は少量多品種の生産地であったこともビュッフェスタイルとマッチした。

ポイント 「この指とまれ」方式での巻き込み

⇒どういった企画でも、賛同/反対両グループが生まれると認識。全ての人を最初から無理に巻き込もうとせず、取り組みを発信してそれに対して賛同する人に絞って連携、活動を開始した。

ポイント 柔軟性ある食材調達を可能にするメニュー

⇒ビュッフェスタイルのレストランを持ち、その他にも結婚式場など多様な食材利用の場がある。シェフが生産者と一緒に、地域の食材の状況を見ながら検討、メニューを発想・開発することで、季節に応じた地元からの安定調達を実現している。

② 事業化

- 従来は調理師の思い描く料理に合わせて農産物を調達するスタイルなのに対して、農産物ありきのメニュー組立としていく際に、調理師の理解を得ることに苦労した。スタッフを農場に連れて行き、生産者の想いを聞くことで相互の理解促進に努めた。
- 農産物は、出荷量も価格も生産者が決定する形をとっている。料理メニューも定期的に生産者と相談し共同開発を行っている。
- こうした活動が功を奏し、時期にもよるが地元農産物の活用割合は9割に上り、残りの1割は県下の農産物で補填している。都市部からの収益が生産者の所得安定をもたらす形が作られている。

ポイント 地元のひとと協力して費用を抑制

⇒地域からモノを集める機能は、袋詰めをせずコンテナに直接入れてもらうことで費用を削減したローコストオペレーションを実現したことにより、事業として成立させている。

③ 地域循環共生圏の醸成

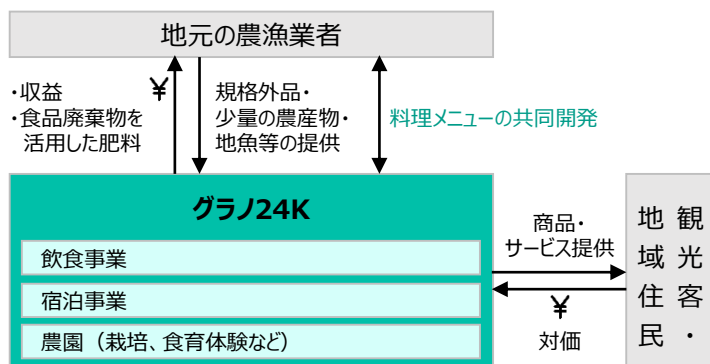
- 全国的にはフランチャイズも展開し、出店地域の周辺で生産された農産物を活用。生産者の巻き込みは本店メンバーも関わり、仕組みを様々な地域で広める「運動の拡散」を行っている。
- 大手塾と連携し体験農園を開いたり、海を見ながら寿司を食べられる飲食店を開業したりと、幅広く事業を拡大。利益起点ではなく、地域資源を生かす意識で発案が進んでいる。「どこにでもあるものをここにしかない地域づくり」がモットーである。

ポイント 社会価値を実現するコンセプトの一貫性

⇒営利目的では長続きしない。人にも自然にも優しい循環型農業を軸に、安全・安心・豊かさをキーワードとした6次産業化推進のコンセプトを一貫しながら、賛同者を巻き込んでいる。

B. 運営体制／役割分担

- 下記の体制を岡垣町だけでなく、他の地域においても形成している。



C. 目指す将来像

【「地域」という単位での6次産業化】

- 地域の事業者を巻き込み、「七浦の会」という団体を結成した。従来は地元で捕れるふぐだけを売っていたが、地元の他の農産物やポン酢を含めて通販にするなど、地域と組んで6次産業に取り組み、自社だけでなく地域連携で農業・漁業振興に取り組んでゆく。
- 加工品を生産者に買い戻すことで、生産者の卸先の幅が広がり、所得の安定にも繋がる。

【メディカルデリ（食×医療）】

- 病気の際にレトルトやインスタント食品を食べる人が多いと考え、病院で処方箋を受け取る際に「食」も提供することを検討中。
- 食育や未病にも繋がると考えており、大学と連携しながら検討を進めている。

