ビジネスマンに新鮮野菜

オフィスや社食で産直販売

パソナグループ

パソナグループ（南部靖之社長、東京都千代田区）が、昨年設立したパソナ農援隊（田中康輔社長、東京都千代田区）は、首都圏の企業を中心にオフィスに出向き、従業員に野菜等の販売を行うサービス「オフィスdeマルシェ」を今月より開始した。訪問する企業の社員食堂やオフィス内に移動式の直売所を設け、生野菜や加工品を販売する。健康志向の高まりなどを背景に、福利厚生の一環としてグループのネットワークを利用し、初年度は、約100社へのサービス提供を目標にしている。

第一段として、モバイルサービスのサイバードホールディングス（東京都渋谷区）の本社のイベントスペースで行っている「マルシェ・ド・マンサード」に参加。新規就農者の独立を支援しながら農産物を生産している

パソナ農援隊が生産した淡路島産の新タマネギやアスパラガス、アイスプラントなど約15アイテムのほか、バジルドレッシングやバーニャカウダなどの加工品を販売した。

マルシェ・ド・マンサードは、サイバードが運営する全国の提携農家の野菜を産地直送するネット宅配サービス「マイファーマー」のリアル店舗で、地域活性化に貢献することを目的に、サイバードが毎月1回行っているもの。マルシェ当日は、サイバードの社員はもちろんのこと、近隣住民も買物に訪れていた。

旬の野菜を中心に15～20品程度扱う。人気商品のバーニャカウダー（下）

今回スタートしたオフィスdeマルシェは、基本的には企業の福利厚生の一環として、社員を対象に社内で週1回～月1回定期的に、野菜を販売する。

直売所は社員食堂や工場入り口に設置できるような簡易的なもののほか、オフィスビルの各階のフロアを回れる移動式のものなどを想定している。パソナグループ本社では、すでに農産物直売所を定期的に設け従業員に販売しており、こちらでは移動式で運営。

パソナグループ新規事業開発部新規プロジェクトチームの近江淳ゼネラルマネージャーは「新鮮な野菜が欲しくても、仕事が忙しくなると買物に行かれないことも多い。とくに子どもを持つ女性などは安心、安全に気を使う。グループ内で生産した野菜を提供することで、こうしたニーズに応えていきたい」と語る。

人材ビジネスを手掛けているパソナグループでは、農業をビジネスとして捉え、新しい発想と知識を持った人材を参入させることで、農業全体を活性化させ、新たな雇用を創出しようとしている。

昨年12月に本体で手掛けていた農業関連事業を移管する形でパソナ農援隊は、設立された。兵庫県淡路島と栃木県芳賀町にある自社農場「パソナチャレンジファーム」などで、若者に栽培技術を指導しており、新規就農者の独立を支援しながら農産物を生産し販売を行っている。