

## 杉本農産

### レベルの違う美味しさを知ってもらいたい -

栽培する野菜の特性を熟知し、真摯に農業に向き合う姿勢。

有機質を適度に与えた土づくり。

鮮度を保つための惜しみない努力。

文字通り「厳選」する徹底的な選別作業 -

杉本農産が生み出す野菜は、こうした努力の上に成り立つ「レベルの違う美味しさ」を持っている。そして、高い品質を維持し続ける努力、売る努力を重ねることで、杉本農産はブランド化に成功した。

### はじめの一步

杉本農産が野菜の直販を開始したのは、2002年。

『レベルの違う美味しさを知ってもらいたい -』その思いから、直販を始めたが、はじめの一步は順調とは言えなかったと言う。

満を持して某全国紙に掲載した1ページの通販広告。発売即日、発注の電話が鳴りやまない……予定だった。しかし、電話は一向に鳴らない。今では笑い話だが、発注はほぼゼロ。1ページの掲載料は決して安価ではなかった。

そこで、『これは直接消費者とつながりを持って、ダイレクトに売るべきだ』と考え、次の一手として活用したのが、「北海道どさんこプラザ」だった。

同年5月、「マーケティングサポート催事」により、1週間グリーンアスパラガスを販売したところ、飛ぶように売れ、大好評を得た。この時はじめて、杉本農産の魅力、「レベルの違う美味しさ」を東京の消費者に知ってもらうことができた。

### 杉本農産は、なぜこんなにもたくさんのファンを持つのか？

杉本農産は、信じられないくらい多くのファンを持っている。信じられないくらい多くの、信じられないくらい熱心なファン。

なぜこんなにもたくさんのファンを持つことができたのか？

その答えは、「レベルの違う美味しさ」と、「売り方」。

そして、売り方に関する最大の強みの一つは「鮮度」だと言う。

杉本農産のロゴマークには、こんな言葉が添えられている。

『きのうは北海道の畑にいました。』

---

一般の流通では、収穫後野菜が食卓にのぼるまでに3～6日かかってしまうことがある。杉本農産では、札幌や新千歳空港に近い地の利を活かし、グリーンアスパラガス、完熟ミニトマト、枝豆、とうもろこしなどの野菜が収穫の翌日に到着するように流通を管理している（翌日到着は一部地域を除く）。

売り方に関するもう一つの大きな特徴は「家族感」。

家族経営で、野菜通販を専門にしているからこそできる売り方がある。

こだわり抜いた選別を行うこと、消費者の手元に美味しい状態で届くよう細部にまで配慮すること、オリジナルレシピを作り、北海道の四季や日々の農作業の様子を伝えるメッセージを添えて、極上の野菜を届けること。

「絶対ここにしかない」という自負がある。

他にはない商品だから、熱烈なファンが生まれ、数珠繋ぎにファンが増えていく。

今、杉本農産が出すダイレクトメールは1回に2000通程度。これ以上数を増やすと、オーダーに対応しきれなくなるので、数を抑えていると言う。単なるダイレクトメールと言うより、私信として送り、私信として受け取られるような価値が生まれているようだ。

## ブランドづくりは、「ガマン」 -

「北海道どさんこプラザ」には、「杉本農産の商品は今日店頭にあるか？」との問い合わせが来るようになった。ブランド化に成功した何よりの証拠だ。

『納得できない野菜を売ることはできないし、品質を維持するのは大変なこと。「また食べたい」と思わせなければ絶対に勝てないから、リピーターとなるお客様を一日一人ずつでもいいから作ることが大切。そういう地道な努力をしてきた。ブランドを作るということは、「ガマン」です』杉本代表の妻・正子さんはそう語る。

2002年から3年間、毎年「北海道どさんこプラザ」に出向いて野菜を売った息子の栄一さんは、最前線で顧客づくりに取り組んだ経験から、『東京に行って催事をするには旅費などの経費がかかるが、経費は広告料だと考えてやってきた。催事期間中の収支を見るのではなく、その先を見据えることが重要』とアドバイスをくれた。

（平成22年3月3日）



---

事業者名：杉本農産                      代表者名：杉本慎吾

所在地：江別市萌えぎ野東6 - 3

事業内容：農業、野菜通販

---