

第69回 惣菜のわかる八百屋塾

今回、2018年8月30日にフルックスグループ池沢工場にて開催された第69回 惣菜のわかる八百屋塾に参加させていただきました。

講演は、黒田久一社長の開会の挨拶から始まりました。会社の近況報告を交えながらの挨拶が終了したあとは、基調講演へと移ります。

今回講師にお迎えしたのは、都市型八百屋「旬八青果店」を展開す



る、株式会社アグリゲート代表取締役

黒田久一 社長

CEO 左今克憲（さこん よしのり）氏です。「アグリゲートが考える八百屋のカタチ」というタイトルの講演は、左今氏の自己紹介と起業までの経歴紹介から始まりました。福岡県に生まれ、東京の大学に入学してからのさまざまな経験より、「地方経済の活性化がしたい」と思い立ち、大学卒業前には起業を決意。その後1年11ヶ月の総合人材サービス会社での経験を生かし、2009年2月に、26歳で東京都を拠点とした株式会社アグリゲートを創業しました。創業時は、未来に「おいしい」をつなぎたいという想いのもと、「都市の不本意な食生活を豊かにしたい」「地方経済を創り出したい」「食農業界に優秀な人材を入れたい」という目標を立てていたそうです。



株式会社アグリゲート 左今克憲氏

次に、アグリゲートのサービス紹介がされました。「旬八青果店」は「新鮮・おいしい・適正価格」の旬にこだわる八百屋として、スタッフと対面しながら買い物ができる「接客方販売」を取り入れた都市型八百屋です。また、ギフト

向け商品がメインの「旬八オンライン」や、お弁当や“旬ムービー”などを販売する

「旬八キッチン」、茨城県つくばみらい市の「旬八農場」、都市部で“稼げる農と食のビジネス”を学べる「旬八大学」など、さまざまなサービスに挑戦していることが語られました。

アグリゲートは、「食農業界の常識を疑い、新しい経済を創造する」を社是とし、「食農という領域から軸足をぶらさない」「食農業界を圧倒的な生産性を誇る成長産業に自分たちで変える」「年功序列は禁止とし、勤務年数や年齢ではなく周りを巻き込んで成果を出せる人をリーダーとする」「人生を豊かに楽しむ」などを行動規範としてあげています。また、生産から販売までを自社で一気通貫させることで情報の行き来やニーズの変化を汲み取り、対応することが可能とし、フィードバックの実施に力を入れていきます。

最後に、会社としての今後の展望が語られました。「都市の不本意な食生活を送るすべての人に豊かな食生活をお届けする」ことを目標として掲げ、生産性の向上や出店数の増大、オフィスへの惣菜、弁当外販も拡大して「都市で働く方々に、手軽でおいしい野菜や果物を毎日食べられる価格でお届け」できるようにしていくとお話しされました。

講演終了後、質疑応答では「どうして『食農』という言い方にこだわるのか」という質問に「農家は出荷したら終わり、加工の現場ではどこから来たかに関心がない。その両方をつなげていきたい」との回答をはじめ、多くの談義がなされました。

その後、20分の休憩をはさみ、次の講演が始まります。「八百屋が語る！ 選ばれたスーパーマーケット」というタイトルで、フルックスグループ副代表の杉林昭氏が壇上にあがりました。講演は、ライフスタイルの変化を電話やカメラ、「サザエさん」などに例えて説明するところから始まりました。その後、テーマに合わせ、昭和の代表的なスーパーマーケットとして「主婦の店 ダイエー」が紹介されました。昭和32年9月に大阪千林駅前に設立されたダイエーは、「よい品をどんどん安く売る」をモットーに、「お客様のために店が存在していること」「同じ品ならどこよりも安く同じ価格ならどこよりもよい品を提供する」「ネアカのびのびへこたれず」などのさまざまな格言を生み出し、1972年には売上高で三越を抜くほどの勢いとなりました。スーパーマーケット全盛時代の到来です。また、J・F・ケネディの名言として、「今世紀

アメリカが生み出した最高の産業、それはスーパーマーケットである」という言葉が紹介されました。

しかし昭和後期からのコンビニエンスストアの台頭や専門店の増加、現在はネット通販などが普及していること、果物は味を求める方向へシフトチェンジしていることも語られました。そして、「消費者はすぐに飽きる」と断言。「選ばれる店になるためには？」と続けます。

ここからは、杉林氏から実際の店舗を挙げての説明が始まります。最初に「街の元気な果物屋さん」としてサンコーフルーツが紹介されました。品揃えや入りやすい店づくり、知識の豊富な社員との対面での会話などのこだわりのポイント



杉林昭 副代表

が次々と挙げられていきます。「おいしい果物が食べたい」という時にすぐに連想されるような店であることが大切だと語られました。また、日本のスーパーマーケットの陳列や工夫などフルックスグループが経営する業務スーパーも例に挙げながら説明をした後、アメリカ視察研修で訪れたアメリカのスーパーマーケットも紹介されました。日本とは異なるもはや芸術ともいえるような陳列方法やレジの仕組み、サービスなどが紹介されました。最後に、シアト

ルに2018年1月にオープンした、レジが存在せずほぼ無人のコンビニエンスストア「Amazonゴー」に触れた後、八百屋として「**プライスだけではなく店には顔が必要である**」「生産者の顔が見える、店員の顔が見える、店の顔がある」ことが大切であるとし、コミュニケーションの大切さを語って講演は終了しました。

閉会の挨拶の後は、フルックスグループの商品提案・試食会が行われました。旬の野菜や果物を使った料理の数々を、参加された方々は談笑しながら楽しまれました。



試食会の様子

今回の惣菜のわかる八百屋塾の大テーマは「八百屋」であり、二つの講演に共通して、これからの八百屋の在り方が語られました。

この講演を通じて、八百屋業界がより発達していくことが期待されます。

(文章：奈良女子大学
澤田)