

食のビジネスパートナーを探せ！ (第15回)

農業は、確実に作り売りの時代から提案型マーケティングの時代へと移行してきている。この連載は、フードビジネスに関わるキーマンたちからあなたの食材提案のためのキーワードを引き出し、ビジネスパートナー探しの一助とするものである。



いそかず 木谷五十一さん

(旬きたに 代表取締役)

大阪府堺市中三国ヶ丘町6-4-18

(取材・写真：西田真二)



【プロフィール】ヘアリングメーカーの海外駐在員としてルーマニアに赴任。プロジェクトの完成を機に転職を考え、父親が農業をしていた関係もあり帰国後に転職して八百屋を開業。その後、今から6年前に「きたにフレッシュマーケット」の1号店を開業し、現在堺市と高石市に2店舗を、他に総合リサイクルショップ「ネクスト」1店舗を経営する。

Q..木谷さんは、もとは機械工学的なお仕事をなさっていたそうですね。木谷..ええ、ヘアリングプラントの設営をやっていました。ルーマニアに赴任していた時に、ちょうど子供も幼稚園だしここで生き方考え直そうと思っていましたね。それで転職を考えたんですよ。父が農業をしていますが、まったく知らない世界で

もないし、作るのは大変だし苦手ですが、売る方なら何とかできそうだと考えて八百屋を始めたんです。八百屋は始める時にはお金が掛かりませんしね。そして八百屋が食品スーパー「きたにフレッシュマーケット」に発展したのです。

Q..この堺市の深井店が1号店ですか。

木谷..そうですね。ここが100坪、2号店の高石市の店が半分の50坪で、売上げは6000万円と3300万円になります。「きたにフレッシュマーケット」では、他の店との差別化を図るために、マイナスイオン水製造機を置いて無料提供したり、その水で栽培した野菜を仕入れたりしています。ここ数年食品スーパーの競争が激しくなってきました、価格の安さだけでなく、食品の安全性でお客様の要望に答える必要が出てきました。食品添加物や遺伝子組み替え食品、農薬問題などで食品の安全性への消費者の関心が非常に高まっていますからね。ですから他と同じ価格で売るにしても、他にはないような健康的なイメージの食品が欲しいし、他にはできないサービスを提

供することも必要なんです。マイナスイオン水の提供もその一つです。Q..マイナスイオン水は無料提供ですが、容器だけはお客さまが買う仕組みになっていますね。

木谷..そうですね。これを設置してから、お客様の反応が凄く良くなりました。「料理に使うと美味しくなる」とか、「銘柄米でなくとも、この水で洗米して炊くと味がワンランクアップする」とか、実に評判が良いのです。青果物に関しても、マイナスイオン水で栽培したものは、農薬を使っていない安全で美味しい農産物という評判でよく売れるんです。た



電子トマトの表示がある青果コーナー



価格と品質で、中田さんの温州ミカンが売れ筋商品になっている

だ残念なことに、この水で作る生産者が少ないんですよ。

Q..「農ぶらんど」の商品をインターネットで取り寄せようと考えたのは、何がきっかけですか。

木谷..いま全国のスーパーには800台程この機械があるのですが、マインスイオン水で栽培した野菜は全国で取り合いになってきているんです。仕入れたくてもないということがあって、じゃあそれに準じる様な、少しでも安全でおいしい野菜はないかと探していた時、「農ぶらんど」のことを知ったのです。

Q..イオン水製造機の導入で実際に

売上げの向上はありましたか。

木谷..ここ数年間、うちは前年対比で割り込んでいましたが、導入後に客数で20%アップ、売上げで10%アップ、実質的には30~40%アップの経済効果がありました。つまり、イオン水はタダなんです。お客様が店に来ることで、売上げが向上したのです。

Q..ところで、青果売り場で気が付いたのですが、意識的に安全な野菜や健康な野菜を集めているのですか。

木谷..生産者のこだわりが感じられるものを探しています。そのためにはただ売るだけに留まらず、もっと積極的に顧客対策を始めようと思いい、マインスイオン水で栽培したり飼育したりしている生産者や、その作物で豆腐やコンニャクを作っている食品業の方などに来て頂き、お客様も参加したコミュニケーションの場を1月中旬に作ることにしました。作る人と食べる人の対話から新しい発想が生まれ、お客様が食品スーパーに何を求めているのかも良く分かるでしょうからね。

Q..面白い試みですね。現在はどんな

な青果を仕入れていますか。

木谷..愛媛県の中田さんの温州ミカン、三重県の中村さんのハウストマトや、重元さんのキュウリなどですね。ミカンはこの間、週に50ケース出ました。仕入れの問題は流通コストです。宅配ですからね。農通インフォマートには大いに期待しているんですが、生産者と直接価格交渉ができないかなとも思います。あと数百円でも下がればもっと売れるということがあるので、クイックレスポンスの交渉ができないかなとも思いますね。それと、生産者のプロフィールももっと細かいものが欲しいです。



宅配カタログには商品番号があり、会員はこれを見て注文する。品物の種類と数をプッシュホンで入力する仕組みだ

す。どういう人がどんなふうに住っているのか、もっと知りたいですから。

Q..ところで、木谷さんのお店は会員の宅配を始めたようですが、これはどのような仕組みになっているのですか。

木谷..これも他がやらないことを先にやっておいて下地を作るといってか、今後の商売の変化を先取りしていこうということです。理由の一つとしては、お客様に高齢化の兆しが見られることがあります。お店に出かけてくるのが難しい人もいますから。そこで店と同じ商品を同じ価格でお届けする会員制の宅配を始めたのです。これについてはいろいろと付帯サービスも考えています。今はお客さまの資源ゴミ回収までサービスでやっているのですよ。宅配カタログには商品番号があり、会員のお客様がその番号と品物の種類と数をプッシュホンで入力すると、こちら側のコンピュータが、誰からどのような注文が入ったか知らせる仕組みになっています。2月からは携帯電話からも注文できるようにする予定です。