

食のビジネスパートナーを探せ！ (第17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。



三ツ木邦治さん

(株)オーレ&アソシエイツ ゼネラルマネジャー
埼玉県さいたま市北区宮原町1-78-3

(取材・写真：西田真二)



【プロフィール】昭和49年埼玉県大宮市（現さいたま市）生まれの28歳。杏林大学在学中に同社社長の石関健一さんが作った「俺の台所」1号店がオープンして半年後に同店でアルバイトを始め、卒業と同時に入社する。以後10年以上にわたり同社が展開する各店の店長職を勤め、ゼネラルマネジャーに。将来の夢は総合サービス業のホテルや旅館業の経営だ。スノーボードが趣味というスポーツ好きの独身男性で血液型はA型。4つ上の姉と1つ上の兄との3人兄弟である。

Q..オーレ&アソシエイツという会社名のオーレは、スペイン語の掛け声なんですね。

三ツ木..ええ、そうです。とにかく元気な会社にしようということ、社長が付けました。最初の店は、埼玉県の上尾駅近くの繁華街の中に11年前に開店した「俺の台所」です。当時としては新しい業種だった無国籍料理を売る居酒屋でした。

Q..当時からオリジナルの料理を目

指してきたのですね。

三ツ木..無国籍料理ですから、どちらかというと独創性の強いものが多かったですね。いずれにしても、できるだけ旬の新鮮な食材を使ったメニューを考えてきました。

● 季節感を出すには

産直が一番

Q..インターネットで青果物の購入を考えたのは、何がきっかけですか。
三ツ木..季節感が大きいんですが、仮に同じ野菜を使っても、大宮市場のものではどれも似たり寄ったりで差別化出来ません。というのは、メニュー自体はオリジナルでも、いずれはこの店も同じものを出すようになるからです。中身が問題なんです。おやつと思わせるような独自の味を作ることが必要なんです。

Q..インフォマートの食材や、リンクしている「農通インフォマート」の青果物は、商品を新しくしたり差別化するのについてつけなんですね。

三ツ木..市場には出てこないもの、手に入りにくいもの、地元で消費されているようなものも含めて、そう

いう青果物や魚介類がインフォマートにはもつとあっていいと思います。

Q..現在何店舗あるのですか。

三ツ木..全部で7店あります。無国籍料理の「俺の台所」が2店。他は全て業種が違って、中国料理主体の「楽珍坊」、イタリアンの「ZIP (ジップ)」、京風お番菜の「基」として、「京ダイニングの「OMOYA (おもや)」、そしてダイナース「KOSHITORA (こしとら)」です。だいたいの店も客単価で3000~4000円の間にある居酒屋業態です。店の規模にもよりますが、800~1000万円が平均月商で



「基」のフロア席は落ち着いた中にも非日常的な空気を感じさせる秀逸なもの



産直の、しかも栽培方法にもこだわりを持った青果物
 ですから、それがそのまま話題になるんですよ。お客
 様と料理を巡って会話ができるのも大きな利点です。

す。

● お客様も参加する
 新商品開発

Q..季節メニューや新ブランドメニ
 ューがあるようですが、各店のメニ
 ュー開発はどうしているのですか。

三ツ木..だいたい年間4回のメニ
 ー変更が基本で、季節メニューをベ
 ースに改定していきます。これは全
 店会議で検討し、春メニューなら年
 明けから検討を始めて2月にはもう
 決まっています。店の業種が違って
 いても優れたメニューは共有できま
 すし、食材も共通して使えますから
 ね。そうすることでコスト的なバラ
 ンスがとれます。

Q..居酒屋は常に新しい趣向のメニ
 ューが要求されますが、創作的な意
 味では他にどのような方法をとって
 いますか。

三ツ木..社内でメニューグランプリ
 を行っています。新メニューはそこ
 から生み出されることが多いです
 よ。季節メニューはお客様に投票し
 てもらって決定するというのもや
 っています。

Q..それはどういうことですか。

三ツ木..お客様に参加

して頂いて一緒になっ
 てメニューづくりをす
 ることで、店に対する
 愛着を持ってもらうこ
 とが狙いです。提案す
 る商品のうちから3品
 目以上を食べて頂い
 て、その中から一番良
 かったものを選んで頂
 きます。3品以上食べて頂いた方に
 は投票権だけでなく特典をお付けし
 ています。

● 産直品でお客様との
 会話も円滑

Q..これまで「農通インフォマート」
 の商品でどんな食材を仕入れました
 か。

三ツ木..北海道のファミリーファ
 ム夏井のアスパラガスですとか、山
 形県庄内地方の八栄島ファーム・太
 田元也さんの枝豆、同じく山形県鶴
 岡の木村さんのただちや豆などで
 ね。評判が良くてお客様にも喜んで
 頂きましたが、店員もその商品につ
 いてお客様と会話ができるのが良か
 ったですね。産直の、しかも栽培方



大宮駅東口にある「KOSHITORA (こしとら)」

法にもこだわりを持った青果物で
 から、それがそのまま話題になる
 ですよ。お客様と料理を巡って会話
 ができるのも大きな利点です。

Q..その他でお気付きの事がありま
 すか。

三ツ木..たとえば地方品種の野菜と
 か、生産地だけで消費されているよ
 うなものとか、もつと使う側の立場
 に立つて作るものがあっていいと思
 います。曲がったキュウリでも加工
 すれば使えるものがありますし、捨
 てているような部分でも使えるもの
 がまとまってあれば買いたいですか
 らね。以前インフォマートで水産物
 業者から海老の頭だけ買ったことが
 あります。そんな商品が青果物にも
 あっていいんじゃないでしょうか。