

駅ナカに八百屋出店

仲卸の多機能化 目的に

岐阜市中央卸売市場仲卸のカネ井青果（藤井雅人社長、2017年度のグループ売上高224億円）は、JR岐阜駅構内の商業施設に期間限定で八百屋を出店している。売上げ140万円、来店客数16000人という日もあり、当初の事業計画をはるかに上回る好調ぶりを見せている。その理由のひとつは、仲卸ならではの商品力。味と鮮度にこだわり、藤井社長自身が毎朝岐阜市場で調達する。小売事業の展開は、仲卸としての多機能化をめざす目的がある。店舗での販売を通じて産地を支援するとともに、人気の商品や成功事例を取引先に提案するなど営業活動にも活かす。営業は来年2月末までだが、今後も駅ナカの出店を予定し、多店舗化も視野にある。

八百屋「カネ井青果」競争となりがちだが、藤井社長は「その一因は小売店の目利き力の低下にある」と考え。そのため自ら仕入担当となり、市場で品質や味をチェックしながら調達し、生産者を選んで買うこともある。さらに店に極力足を運ぶ、品出し・陳列も行う。約80平方メートルの売場に約80アイテムを展開。店舗には冷蔵庫やバックヤードがなく、ダイコン1本、ハクサイ1玉といった「原体売り」で売切り販売としている。

売場づくりはスーパーの青果売場に10数年勤務していた伊藤大輔店長が担当。「仕入れの状況やお客様の声を反映してフレキシブルに変えられる」といい、売上げや来客数の増加につなげている。

人の往来が多い場所だけに、アンテナショップとしての機能も持つ。「良い野菜、果物をつくる産地、生産者を大切にしたい」（藤井社長）と、POPにはJA名や生産者名を大きく記載。また、地元の人

コーナーも設置する。遠方の産地や市場からも試食宣伝の依頼が多く、新商品の発掘や新たな産地との取引にも発展している。

一方で、対面販売も重視。食べ方や商品の説明だけではなく、世間話も。「スーパーに勤務していた頃はお客様の顔を覚えることはなかったが、今では会話が楽しい」（伊藤店長）。

スタッフは全員、同社職員の家族や親戚、知人であり、「カネ井青果の一員」という意識が強い。



バックヤードがないため、冷蔵庫に野菜を保管し、限定のアンテナショップ運営に参画。その売場展開などのノウハウが八百屋の運営にも活かされている。

それだけにアットホームな雰囲気がある反面、接客においては「正しい情報を伝え、1人1人のお客様に真心を込めた丁寧な対応をしていきたい」と渡邊真悠副店長。「看板に傷をつけられない緊張感もある」と語る。

同社では、14年と16年にかけて、岐阜県農政部に委託事業として名古屋が八百屋の運営にも活かされている。「小売事業に取組むのは多機能化の一環」と藤井社長。消費者のライフスタイルの変化を背景に、卸売市場法の改正や農協改革など青果流通に関わる環境が大きく変化する中、迅速かつ柔軟に対応できるよう基盤強化を図る。

カネ井青果



「売場づくりを任せてもらえるのでやりがいがある」という伊藤店長（左）と、「もっとお客様と仲良くなり、リピーターになっていただきたい」と渡邊副店長

た、地元の人A全農岐阜の