

品種いろいろ 売場に楽しさ

旭川市の青果店
アミューズ・マーケット

消費定着へ値頃感も

人口減少に悩む地方都市でも、青果売場に明るさをもたらし、北海道旭川市のJR旭川駅近くの商業ビル地下1階で営業する青果店「アミューズ・マーケット」(運営「アミューズ」江刺誠治社長)では、色んな品種を取り入れて売場にバラエティを持たせながらも値頃感を保つことで、地域住民に食生活の楽しさを提供している。

今年40歳になる江刺氏の実家は元々、飲食店等が顧客の青果卸。自身も家業についてはわかってはいたが、大学卒業後、教員になる予定のところ、父親の体調が悪くなり、急ぎよ手伝うことに。その後2年前に別法人の「アミューズ」を立ち上げ、初めて市内で小売店舗を構えた。

最初の一年間は家業と同様、飲食店をターゲットに、当初からこだわりの強い品揃えとした。ただ、自分と同じように食材へのこだわりが強い料理人は、いったん気に入れば値段は気にしないが、一般消費者には手が出ない。

この点は、とくに新規参入する若手青果商が犯

しやすい誤りとされる。札幌や東京などの大消費地でも、農家への思いや自分のこだわりが強すぎて価格設定が地域に受け入れられず、早々に閉店に追い込まれるケースも多い。江刺氏は「地方都市で道を軌道に乗せるには、地域の方に受け入れられるようにしなければ」と考えたという。

はあもの、このあたりすぎたり、奇をてらいうすぎた失敗する」という慎重な考えとすり合わせて熟考。その結果、「ここなら自分のやりたい店づくりができる」と判断し、昨年9月に出店した。

また、日常的に利用してもらうため、価格設定は値頃に。そしてその結果として「いつもは(トマトは)桃太郎だけど、今日はミティアムにしてみようなど、色んな品種・アイテムを試しても「えれば」という。

そのうえで地場産には徹底してこだわらる。なかでも売り物である独自開発の商材は、旭川からほど近い剣淵町や美瑛町などの40軒近くの農家と提携したものだ。ただし値頃感には外さない。

一例をあげると、旬のジャガイモは定番の男爵、メークインのほか、とうや、キタアカリ、ノーザンベル、シャドークインなど。またハロウィンシーズンのには剣淵町の生産者と連携し、鑑賞用カボチャをはじめ、バターナッツ、「ながちゃん」、さらに「スイー

トダンプリング」赤い坊ちゃん」などでコーナー化している。またカボチャ、セロリアクなどの西洋野菜やピーズなど、地元で生産されているものの消費に馴染みのない品目も取り揃える。「売れないだろうと思っていたスイートダンプリングなどが意外と売れます」という。「一度気に入って下さったお客様がお友達を連れてきてくれることもありまして、口コミも広がっている。売場面積は130平方

で、自家製の惣菜・お弁当の販売も。材料は提携生産者の生産物を使用している。スタッフは江刺社長、大沼祐子取締役(店長)のほか社員3人、パート10人。

なお、江刺氏はシニア野菜ソムリエ(札幌1期)、大沼店長は野菜ソムリエ(中級、さらにスタッフの2人もジュニア野菜ソムリエを取得。スタッフ一丸となって野菜の知識を学んで接客するように心がけている。



納得して仕入れた商品を自信を持ってすすめる江刺社長(上)ハロウィンは単に飾り用カボチャの展示だけで終わらず、近郷農家が生産する様々なカボチャの普及を図る。

今回のコンセプトは「地域住民に少しでも多くの野菜や果物を、楽しみながら食べてもらうこと」。そのための手段は、まず「基本となる日常使

いの品目構成は崩さず、成は崩さず、に品種でバリエーションを付けて顧客の目を楽しませる」こと。

パプリカなら「マイクロパプリカ」、赤や紫色のダイコンやカブ、紫や黄色のニンジンなどが相当する。

「基本となる日常使