

新・農・業・人

この人この経営

米作りをはじめて、
甘酒メーカーになった。
甘酒ヌーボーが市場つくる
1カ月200万円売上の人気商品

株式会社ベストシーン

代表取締役 鈴木 崇文



「農業参入は一世一代の大勝負です」と語る

前職の経験で農業参入を決意

米の消費量が50年で半減している中、異業種から農業参入して米作りを始め、6次化に取り組む会社がある。梅干し加工メーカーに約20年勤めた鈴木崇文さん(46歳)が2017年に立ち上げた株式会社ベストシーンだ。

鈴木さんは米の新たな食文化をつくりたいと、自社で生産した米を原料に甘酒の加工・販売までを手掛ける。

農業の経験が浅い、会社の認知度が低い、財務基盤が弱いなど創業間もない会社ならではのさまざまな課題を抱えながらも、新事業に取り組む根底には、会社を原料から作る食品メーカーにするという強い想いがある。

起業前、鈴木さんは従業員数約50人の梅干し加工メーカーで商品開発や東京事業所の立ち上げなどを担当し、10年以上、取締役として会社の経営に参画した経歴を持つ。

経営に関わり始めた頃から、鈴木さんは経営陣に梅の自社生産を提案した。他社が仕入値を上げたことで生産者が販売先を変え、梅の確保に奔走した経験などから、

調達リスクを分散する必要があると感じていた。また、原料を自社生産することで、生産者の視点も取り入れた商品開発が可能となり、会社のさらなる発展につながることも考えていた。

しかし、提案は経営陣に受け入れられず、梅の生産は実現できなかった。

農業を知らない食品加工メーカーは生き残れないと感じていた鈴木さんは、原料の生産から商品の加工、販売までを一貫して行う会社を一からつくり出すと、長年勤めた会社を退職し、起業した。

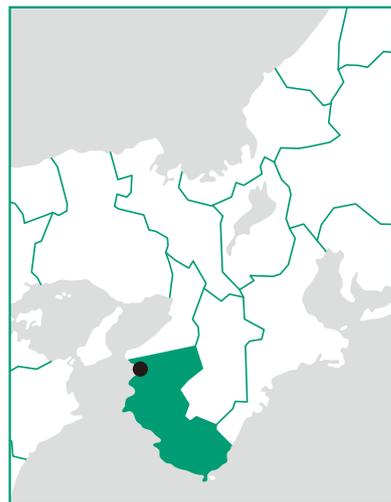
起業した当初、鈴木さんは前職の経験や人脈を生かして梅干しの仕入販売やコンサルティング事業を手掛けながら、新たな事業を模索した。

そんな時、鈴木さんが起業したことを知った学生時代の友人から、自分が経営する会社の農業部門が持つ水田を引き継いで米を作らないかと声をかけられた。

鈴木さんは考えた末、この話を受けることにした。

農地や機械など生産に必要な設備をすべて譲り受けられること、地元農業者の技術支援を受けられることなど、農業の経験がない鈴木

所在地 ● 和歌山県和歌山市
 設立 ● 2017年10月
 資本金 ● 700万円
 売上高 ● 3844万円 (2019年9期)
 事業内容 ● 稲作
 URL ● <https://best-scene.jp/>



木さんにとって良い条件がそろっていたからだ。

こうして18年4月に農業参入し、米作りを始めた。

飲むきつかけも新たに作る

農業参入した当初から、鈴木さんは付加価値を付けた加工品で勝負すると決めていた。選んだのは甘酒だ。

甘酒は2016年にメディアで取り上げられたことでブームとなり、その後、市場規模が約2・5倍に拡大していた。鈴木さんは今後、消費者の健康・美容志向が高まり、市場の拡大は続くと判断した。

原料は自社生産した米、米麴、水だけで添加物は一切使わない。米は日本酒の大吟醸と同じ50%まで表面を磨く。精米することで米の甘味が増して雑味が減り、飲み

やすくなる。「実は、私は甘酒が苦手です。そんな自分でもおいしく飲める甘酒を作れば売れると思いましたが」と話す。

既に多くの会社が甘酒を販売している中で、おいしいというだけでは売れないと考えた鈴木さんは、甘酒に話題性を付けて売り出すことにした。

それがボージョレ・ヌーボーからヒントを得た「甘酒ヌーボー」だ。18年産の新米だけで作った甘酒を「大吟醸甘酒ヌーボー」と名付けて販売。甘酒を飲んで米の収穫を祝おうと消費者へPRすることにした。

発売日は二十四節気の小雪(11月22日前後)。この日を「甘酒ヌーボーの日」として日本記念日協会に申請。記念日として登録された。さらに発売日にプレスリリース

を行うことにした。メディアが興味を持つ販売実績をつくろうと、発売前にクラウドファンディングを利用して甘酒を予約販売し、100万円以上の支援を受けることができた。販売実績をプレスリリースに掲載した結果、地元紙などに取り上げられ、バイヤーから問い合わせがくるなどの効果が得られた。

甘酒の主な販路は都内の甘酒専門店とインターネットでの直売だ。専門店には鈴木さんが飛び込みで営業した先だ。「甘酒ヌーボー」という言葉に興味を持った人が購入し、月に約200万円を売り上げる人気商品になった。

営業で全国を飛び回る鈴木さんは、社員と直接話す機会が少ない。風通しをよくするため、SNSを活用して生産現場の状況や課題を共有し、改善策を話し合える環境を整えている。社員が商品開発のアイデアを出すこともある。「いいアイデアが浮かぶとSNSで社員に送ります。反応がないとまいちだと判断します」と笑う。

米の生産に必要な初期投資が抑えられたとはいえ、甘酒の生産、販売には資金が必要だ。鈴木さんは、日本公庫の事業性評価融資を利用

して事業が軌道に乗るまでに必要な資金を確保した。

完全な一貫体制をめざして

多くの課題を乗り越え事業を進める鈴木さんが次に取り組む課題は、売り上げを伸ばすことだ。

甘酒は寒い時期に売れ、暑い時期は売れ行きが鈍る。年間を通して収益を確保するため、2019年7月に甘酒アイスクリームの販売を開始。甘酒に比べ競合する商品が少なく、砂糖と添加物を一切使わないという特徴をPRすれば商機があると判断した。今後は、京都の老舗茶園とコラボして抹茶やほうじ茶など味の種類を増やす予定だ。

鈴木さんは、他にも甘酒から甘味料を作る構想を温めている。

大きな目標は自社の加工場と販売店舗を持つことだ。事業を立ち上げた今は過剰な設備投資を控え、経営が黒字化し、安定してから自社生産、自社店舗での販売に切り替える予定だ。

「甘酒を嗜好品ではなく、青汁のように生活に溶け込む商品にした。その可能性が甘酒にはあります」と力強く鈴木さんは話す。

(情報企画部 山本晶子)

田中 勝二さん

京都市
株式会社セントラルフルーツ代表取締役

「潜在購買力」掘り起こす売り場づくり 自前の農場で野菜の生産にも乗り出す



全国の有名百貨店のデパ地下に、

「京都八百一」のブランドで青果売り

場を展開。本拠地の京都に、7年前に

開設した「京都八百一本館」は、まる

で大都市の商業施設がそっくり移っ

てきたような、洗練された雰囲気

の農場を5力所運営し、野菜の生産

(農業)から流通、食のサービスまで

極める。

「デパ地下」に絞り店舗展開

——京都のど真ん中、四条烏丸に近い路地裏に、スタイリッシュな3階建ての商業施設「京都八百一本館」を開設しました。

田中 東京や関西など各地の有名百貨店38店に青果店を出店しています。直営店舗は、ここだけです。7年

前の2013年4月にオープンしました。

——外から見ると、派手な看板もなく、スーパーマーケットには見えません。なぜ、デパ地下に多くテナント

店を展開しているのに、本館を建てたのですか。

田中 理由はいくつもあります。東

京の日本橋高島屋やあべのハルカス

近鉄本店などで、「八百一さんの本店

は京都のどこにあるのか」とお客さ

んからよく聞かれました。この本館

を建てる前まで自前の店はなく、テ

ナントだけではあかん、自分の店を

持ちたいと思っていたことが一つ。

それから、京都では、売り上げが2

00億円の企業より、売り上げは5

億円しかなくても100年続いてい

る企業のほうが評価されます。信用

があるからです。私としては100

年以上続けて、京都で高く評価され

る企業に育てたいという想いがあり

「当たり前」を徹底する

——こんなぜいたくな店のづくりは、そうそうまねできません。

田中 ここで開業するに際して、専

門家に市場調査をしてもらいました。

「日に1000人の客が入れば成功

です」と言われました。それは、普通

のスーパーを開業する場合の話です。

私は潜在購買力を掘り起こす店をつくらなければ駄目だと思っていました。

——それは、他人にまねされない店

をつくって、後発者に追い落とされ

ないようにしなければならぬ。大

きな投資でリスクは大きかったけれ

ど、絶対にまねされない店づくりを

めざしました。

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

うちは各地の百貨店にテナント出店していますが、品質のいい野菜を仕入れて、リーズナブルな値段で売っています。魅力的な店だと評価されているのでしよう。お客さまがた

くさん来店してください。潜在購買力を掘り起こせている結果です。

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——

——



「京都八百一本館」の3階屋上にある「六角農場」で、代表取締役の田中勝三さん＝京都市中京区

を向いて応対し、あいさつも横向きですが、京都八百一本館のレジコーナーは、お客さまと向かい合って応対するようにレイアウトしています。お会計の順番が来ると、真向かいに立つレジ係に「いらっしやいませ」と声を掛けられます。お客さまは気分がいいはず。これも潜在購買力を掘り起こす仕掛けの一つです。

「ほかに、商売の仕掛けはありますか。」
 田中 仕掛けではなく、高品質な野菜をリーズナブルな価格で提供する

というごく当たり前のことをどれだけやり切るか。それしかありません。また、うちにはいわゆる営業マンは、一人もいません。営業する必要がないのです。魅力あるいい店をつくるのが営業です。店を見てくれれば、八百一に出店してもらいたくなるのです。現在、全国に38のテナント店がありますが、その全部が、先方の百貨店から出してくれと頼まれて入った店です。うちから出店を頼んだ店舗は一つもありません。

とが影響していると思います。実家は京都の伏見にある、割と大きな野菜農家でした。2畝の農地で、夏はキュウリやトマト、ナス、冬はダイコンやハクサイを作っていました。

出発点は「農家のせがれ」

——八百屋を始めるに当たって、なぜテナントが最初だったのですか。
 田中 私が「農家のせがれ」だったこ

とが影響していると思います。実家は京都の伏見にある、割と大きな野菜農家でした。2畝の農地で、夏はキュウリやトマト、ナス、冬はダイコンやハクサイを作っていました。

Profile

たなか・かつぞう
 京都市生まれ。77歳。京都市で野菜農家を営む親の農業を手伝いながら、京都市中央卸売市場内の野菜卸売会社で14年間働く。1974年セントラルフルーツ設立。92年「京都八百一」のブランドとして京都市内の近鉄百貨店にテナントとして初出店。2006年に設立した農業法人「八百一の郷」代表も務める。

Data

株式会社セントラルフルーツ
 1992年に京都市内のデパ地下に初出店し、その後全国各地の有名百貨店の野菜売り場にテナントとして出店。現在では38店舗にのぼる。2013年に自前の店である京都八百一本館を開店。資本金3000万円。売上高はグループ会社を含め約230億円。従業員は社員230人、パート従業員を含め約600人。農業法人が運営する農場は、京都・丹波農場など5カ所。

卸売会社を辞めて独立後、ワゴン車に野菜を積み京都市内を巡回販売する「回り」という仕事を始めました。回りは3年ほどでやめ、京都市内にできたスーパーマーケットの青果部門を手伝うようになりました。

スーパーの青果部門を任されたのであって、テナントとしての出店ではありません。でも、このことが自前の店を持つのではなく、その後テナント形式で青果商を営むきっかけになりました。最初に百貨店にテナ

ント出店したのは、近鉄百貨店西京本店で、92年のことでした。

時代に対応した八百屋

——京都八百一には、「クック1/2」や「やおいちのおかず」といったブランドがあります。

田中 「クック1/2」は、蒸す、焼く、ゆでるなど味付けしない半調理野菜を店内で販売しています。家庭で好みの味を付けていただくスタイルです。

昔、京都の八百屋は季節になると土の付いたタケノコを店頭に並べ、売れ残りそうになったら、水煮にして売っていました。店にとってはロスをなくせるし、忙しいお客さまに半調理野菜は便利です。

「やおいちのおかず」は、野菜をたっぷり使った京都の家庭料理で、和洋の惣菜、揚げ物、お弁当などを販売しています。

ターミナル駅にある百貨店に来るお客さまは勤め人が多く、働くお母さん方の役に立てればと思っっています。100年続くようにするには、時代に対応した八百屋でいなければなりません。

直営で5カ所の農場経営

——かなり以前から直営の農場も経

営しています。なぜですか。

田中 うちの社員は立派な大学を出ているけれど、野菜のことは全然知りません。例えばナスの花の色が紫だということも知らない。何かで読んで知っていたとしても、実際の花を見たことはない。

そんな社員が店に出てお客さまに対応している。それでは野菜の本質がお客さまに伝わりません。私は農家のせがれで、野菜のことは何でも知っているプロだと自負しています。社員には、少しでもプロに近づいてほしい。そう思っ、研修施設として農場を造ったのです。

2005年、京都府の京丹波町に土地を買いました。農業法人ではないので、買ったのは農地ではなく雑種地です。開墾して農地にしました。——現在では、全国に農場が5カ所もあるそうですね。

田中 最初は、社員の研修のためだったので、丹波農場の周りを見たら、荒れ放題の農地が多くあり、農業者も高齢化して、耕す人もいない。これじゃ、日本農業は駄目になるなあと危機感を抱きました。

少しは日本農業の役に立ちたいと思、京丹波町に研修農場を造った翌06年、「株式会社八百一の郷」という農業法人を立ち上げました。丹波

農場では、その後農地を買い増しして、今では約5^{ヘクタール}あります。大型ハウスではイチゴのほか、パジルなど約20種類の野菜を栽培しています。

京都府京丹波町の丹後農場(約5^{ヘクタール})では、さまざまな京野菜を栽培しています。08年には北海道倶知安町(くちあん)に北海道農場(約30^{ヘクタール})を開設し、ジャガイモやニンジン、トウモロコシを栽培しています。

12年に開設した京北農場(約3^{ヘクタール})では、お米を栽培しています。18年から本格的な整備に着手し、イチゴのハウスのほか、生産した野菜などの加工施設や直売所、レストランを造る計画です。

うちのイチゴはエコ・イチゴです。ハウスの加温に重油を使わず、地下からくみ上げた温水を、間伐材のペレット・ストーブで温めます。

「八百一の杜構想」を推進

——京都八百一本館の3階屋上にも「六角農場」を造りましたね。

田中 町中のビルの屋上ですから、100坪程度しかありません。でも、土は丹波農場の畑の土を運び入れ、60〜70^{センチ}の深さがあります。外周の樹木は庭木ではなく、里山の木を植えました。野鳥が巣を作ります。十数種類の野菜を育てていますが、野

菜の名前を書いた名札は立てていません。お客さまには、野菜の世話をしている担当者に聞いてもらって、会話のきっかけをつくりたいのです。

——農場が京都市の中心部にあるなんて、ものすごくぜいたくです。

田中 建築の際、設計者らは、屋上部分を庭園にし、庭木を植えるつもりでした。私はあくまでも農場にこだわりました。

八百屋は、野菜の流通部門を担っています。でも私は、野菜の生産(農業)から流通、そして食のサービスまでの3段階を網羅する企業グループをつくりたいのです。それを「八百一の杜構想」と称しています。

京都八百一本館の1階には、青果の京都八百一のほか、精肉、鮮魚店が、2階にはお酒や加工食品の店が入り、3階にはレストランやカフェがあります。レストランの手前には六角農場が広がっています。この本館は、農業・流通・食の3事業がそろって、八百一の杜構想が具現化している場所なのです。

八百一の杜構想は、100年企業を見据えたもので、それには3代かかります。長男は専務として働いていますが、3代目の孫の教育に今、取り組んでいるところです。

(ジャーナリスト 村田泰夫)

