



夏の「郡山あぐり市」の光景（写真はすべて黒澤義教撮影）

「直売所の次」は地元の 業務需要を開拓しよう

福島県郡山市「あぐり市」の取り組みから

鈴木光一

9月号「直売所名人になる！」に松葉杖姿でご登場頂いた福島県郡山市の鈴木光一さんが、「直売所の次の展開」を考えて行動している。得意の品種選びのワザも活かしながら、鈴木さんが目を付けたのは地元の業務需要。今回は、その開拓手法もご紹介いただく。（編集部）



冬のあぐり市



直売経営で売れる品種、つくってみたい品種について、もっと詳しくは鈴木さんの単行本をご覧ください。郡山ブランド野菜のことも載っています。

鈴木光一著「売れる・おいしい・つくりやすい 野菜品種の選び方」(1550円)

一口にトマトと言っても、こんなにいろんな品種があるんですよ



直売所のステップアップのために

直売所が次のステップに行くために特に必要だと思っていることが、私には二つあります。

①目玉商品・ブランド商品づくり……直売所の「売り」、自慢の商品をつくっていくことです。野菜そのものであったり、加工品であったりするかもしれませんが、その地域で、その店で創り出したブランド品があるといいと思います。集まったものをただ売る直売所から、商品を創り出して売り込む直売所へ進んでいきたい。

②イベント活用・出張販売……イベントでお客さんをよぶわけですが、店でやるイベントにとどまらず、出かけていってのイベントも大切です。外で売ればその分、売り上げはプラスされるし、店のPRにもなり、うまくすれば注文販売の可能性も出てきます。

そう、外での販売も考えると、直売所売り上げアップの可能性は無限大だと思うのです。

「ブランド野菜」のつくり方

さて、私がどうしてそう考えるようになったか、郡山での体験をお話しします。郡山農業青年



あぐり市のテントは、野菜の展示用・試食用・販売用と3つある



郡山ブランド野菜シリーズ 2006年はインゲンの「ささげっ子」、2007年はサラダナスの「佐助ナス」(「生で食べてもさすけねえ(「問題ない」の郡山弁)」から来た名とか?)

会議所のメンバーは、五年前より毎年一品のペー
スで新ブランド野菜を発表してきました。

このプロジェクトを始めようと考えたのは、一
つは、お客さんに「郡山には自慢できる特産品が
ないよね」といわれたこと。もう一つは、米を中
心に経営している農業者が価格低迷で元気がなく
なってきたこと、そしてもう一つ、直売での目玉
商品をつくりたかったことからです。

一年目は、甘くて香りの良いエダマメに「グ
リーン 스위트」というブランド名をつけて売
り込みました。二年目は、その裏作でつくった高
糖度キャベツ「冬甘菜ふゆかん」、三年目はフルーティ
な甘い人参「御前人参ごぜんじん」。四年目は料理の主役
にもなれるシャキシャキ感と甘味のあるインゲン
「とんげっ子」。そして五年目の昨年は、生食でも
おいしい水ナス「佐助ナス」。それぞれ郡山の皆
様に支持され、郡山の顔になってきました。

ブランド野菜の品種名は公表していませんが、
品種選択のコンセプトは、①おいしいこと、②個
性的であること、③よく消費される品目であるこ
と、④栄養価、健康機能性が高いこと、⑤子供が
喜んで食べてくれるもの。栽培方法も「植酸栽

これはレッドゼブラ
トマト。外国の品種
ですよ

わー、シマシマ。
おもしろーい



筆者。回を重ねるにつれて、一般のお客さんが多くなってきた

※レッドゼブラ他、外国の珍しい品種は、鈴木さんはプリティッシュシードや藤田種子などから入手することが多い。(連絡先は298ページ)



培」として、会員全体で統一しています(植酸資材の葉面散布など)。

販売は、メンバー各自が直売所を中心に、地元スーパーの直売コーナー、外食関係、イベント等。中には、表作裏作あわせて一〇a一〇〇万円を超える売り上げの人も出てきています。それぞれの経営の中でブランド野菜が柱の一つになりつつあります。

外への発信方法——「郡山あぐり市」

ブランド野菜を知ってもらい、定着させること。そして売り上げを伸ばすことを考えたとき、地元の業務需要をターゲットにしたいと考えました。地元ブランドは、地元で使ってもらってこそ意味があり、地産地消につながるからです。

そのため考えたのが、ブランド野菜をふくめていろいろな郡山産の野菜をそろえた「作品発表会」でした。そこに業務関係の方々を招待して、見てもらい、知ってもらうきっかけの場をつくりたかったのです。

しかし、これの実現は、我々農家だけでは無理でした。そんな時に出会ったのが「くわね会」。



ミニカボチャの坊ちゃんシリーズ (みかど協和)



ナスもいろいろ。「水の匠」(丸種)は最近人気の水ナスの一つ。「オーベルジュダイヤモンド」(ブリティッシュシード)は米ナスだが色の黒さが美しい



オクラだって最近は種類豊富。丸オクラは沖縄在来の島オクラ系。暑さに強くて大きくなって柔らかい



白ナスの「フレンチ」(福種など)は、鉢で見せても一番人気。お客さんに野菜の育ち方を知ってもらうため、いろいろな鉢物を置いている

食を通して街づくりを考える郡山の名士が集まる会で、たまたま私がゲストスピーカーとしてよばれる機会があったのです。お願いしたところ、我々の思いに全面的に協力してもらえるところとなり「第一回郡山あぐり市」が実現。

企画の段階で、野菜の作品発表会だけではもったいない、業務関係者だけでなく一般消費者の皆さんにも来て楽しんでいただけるイベントにしようということになりました。今考えると、長続きさせる企画のためにはこの「楽しさ」がとても大切なことでした。

「あぐり市」の内容は、①野菜の作品発表会 ②野菜の食比べ(品種による味の違いを知ってもらう) ③新しい郷土料理の提案 ④アグリアート(野菜のクリスマスツリーなど) ⑤農産物の販売といった具合。これまでに七回、駅前の通りを使つての楽しいイベントになっています。

ホテル・旅館・レストランと直接契約

成果も上がりました。数多くの業務の方からの商談があり、それぞれの農家と、ホテル・レ



いろんな色のパプリカやトウガラシ類は、業務需要がとても高いし、これからとてもおもしろいと思う。写真はセニヨリータ(サカタ)

ダイコンも本場にいろいろある。真っ赤な「紅化粧」(サカタ)や真っ黒い「黒長」(福種など)は人目を引く。一番上の黄金カブ(藤田種子など)は中まで黄色い。寒さに当たるととても甘くなるし、外食産業のシェフに人気

ストラン・料亭・飲食店への契約販売につながりました。現在までで、一五〇の業務の方々とメンバー農家の安定的な取引が成立しているように思います。業務のシェフの方々の発想は、我々には予想もつかないようなものもあり、「カクテルバー」で野菜のカクテルをつくる材料としての野菜のオーダー(黒トマトがとても喜ばれました)などもありました。

わが家でも、温泉旅館・レストランなどと、この「あぐり市」からつながりができました。旅館のほうも「地元の農家の野菜をふんだんに使った料理」ということを売りにしているようです。ここのシェフはいつもオリジナルメニューを開発したいと望んでいる人で、新しい品種の野菜を「こんなのできたんだけど」と言ってみせると、次々に創作料理に挑戦。私もまた「もつといい品種はないかな」と探したくなり、お互いに切磋琢磨するような関係になりました。

また、郡山唯一の都市型大規模ホテル「ハマツ」の昨夏の企画は、「あぐり市」を見て考えたものだそうです。我々メンバーの野菜をふんだ



あっ、ホテルのシェフが買いに来た。今日は黄皮小玉スイカ「金の卵」(トキタ)がお目当てだったようだ

んに使ってもらいました。郡山ブランド野菜を中心にいろいろな野菜が独創的に調理されたビュッフェスタイル。私たちが「野菜のおいしい話」をしたり、会場でお土産用の野菜の直売なども行ない、目標を上回るお客さんに来ていただいても好評でした。

珍しい品種に反応する人と取引しよう

ところで、地元の業務需要を開拓していく中で感じたことは、「業務」といっても二タイプあるなということです。素材を活かしてオリジナルメニューをつくりたいと考えているタイプの方と、メニューはすでに決まっていますだけ安く素材を仕入れたいと思っているタイプの方です。後者のシェフの方も「あぐり市」を見に来ますが、「農家から直接買えば安く入るな」という発想だけでは、取引も長続きしません。

そういうタイプの方を見分ける意味でも、ブランド野菜を押し出したり、作品発表会で珍しい品種を展示したりするやり方は効果を発揮します。「地元野菜を売りにしたい」と考える業



試食コーナーはいつも大にぎわい。品種ごとのダイコンのスライス



夏はトウモロコシがダントツ人気



ブランド野菜「御前人参」の100%ジュースはいかが

務関係の人は、ブランド野菜に強く反応してきます。また、素材から発想するタイプのシェフなら、カラフルな品種・珍しい品種に必ず反応してくれます。地元で潜在的にいるそういう人たちを、実際に自分で探すのは難しい。いろいろな野菜がならんで、気軽に見られる場があればこそ、「えっ？これ、なに？」と料理する人もインスピレーションが働いて、お互いのお会いの場となるのだと思います。

ブランド野菜をプロデュースすること、そこでできた業務需要との接点を発展させ、その他の野菜も業務用に提案していくこと。これが今、じつに楽しく、農業をやる上での大きな力になっています。

自分のこれぞと思う自信のある野菜をつくり、そして販路を広げていく。直売所から始めて、スーパーやデパート、各種イベントそして業務需要……。次のステップの直売販路は、まだまだたくさんあると思うのです。

(福島県郡山市大槻町字北寺一八)