

# 駅ナカ力に八百屋出店

## 仲卸の多機能化 目的に

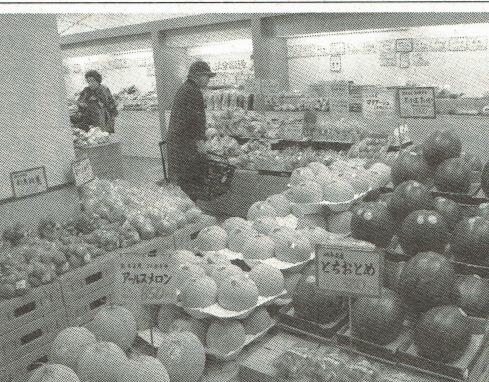
岐阜市中央卸売市場仲卸のカネ井青果（藤井雅人社長、2017年度のグループ売上高224億円）は、JR岐阜駅構内の商業施設に期間限定で八百屋を出店している。売上げ140万円、来店客数1600人という日もあり、当初の事業計画をはるかに上回る好調ぶりを見せていている。その理由のひとつは、仲卸ならではの商品力。味と鮮度にこだわり、藤井社長自身が毎朝岐阜市場で調達する。小売事業の展開は、仲卸としての多機能化をめざす目的がある。店舗での販売を通じて産地を支援するとともに、人気の商品や成功事例を取引先に提案するなど営業活動にも活かす。営業は来年2月末までだが、今後も駅ナカの出店を予定し、多店舗化も視野にある。

八百屋「カネ井青果」は昨年10月、商業施設「アステイ岐阜」に開店した。岐阜駅では来春にパリアフリーカー工事が予定され、500日間の営業となる。駅周辺には同社の顧客であるスーパー・百貨店も多い。そうした中、敢えて社名を打出たのは、「失敗したくない」と信頼がある。「当社の商品に魅力がない」という思いがある。青果の小売販売は価格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」との考え方。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できる。さらに店に極力足を運び、品出し・陳列も行う。約80平方㍍の売場に約80アイテムを展開。店内には冷蔵庫やバックヤードがなく、ダイコン一本、ハクサイ1玉といった「原体売り」で売切れ

井社長は「その一因は小売店の目利き力の低下にある」との考え方。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できる。さらに店に極力足を運び、品出し・陳列も行う。約80平方㍍の売場に約80アイテムを展開。店内には冷蔵庫やバックヤードがなく、ダイコン一本、ハクサイ1玉といった「原体売り」で売切れ

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、同社の職員の家族や親戚、知人であり、「カネ井青果の一員」という意識が強い。



市栄の複合施設で期間限定のアンテナショップ運営に参加。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。

冷蔵庫・パックがな切られた販売に

売場づくりを任せても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

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JA全農岐阜の

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。

「売場づくりを任せても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

の写真

（撮影：吉田和也）

（撮影：吉田和也）