



特集2
商品づくりと共に開拓していく販路
—バイヤーから見た6次産業化—

時代の変化に合わせた商品作りと 販路開拓のための ネットワーク選びが重要

株式会社 五味商店 代表取締役
寺谷 健治 さん (62)

学生時代に小売店でアルバイトしていたことから加工品卸・小売業界に入る。27歳で五味商店に入社。1998年、45歳で代表取締役就任。毎週、全国各地で開催されている商談会に参加し、新たな仕入先を発掘。このため、月間での移動距離は5000km以上にもなる。

自分の商品を流通させる最適なチャンネルを選び、ネットワークを構築する

五味商店では、「安全・安心」「美味しい」「本物」「健康」という4つのテーマを掲げ、全国から選りすぐった商品を展示する「こだわり商品展示会」を毎年開催しています。今年で13回を数えますが、きっかけは、中小・零細メーカーの方々から、気軽に参加できる展示会を開いてほしいという声があがったことからでした。このような方々は、地域性や特殊な製法技術など、大手にはない魅力をそれぞれ持っています。そういう企業の商品をマーケットにつなげていくのが当社の役割だと考えています。また、メーカーの方々は、私たちのようなネットワークをいかに活用できるかが販路開拓の大きなポイントになると思います。大きな工場があつ

て、安く量産できるなら大手のネットワークと繋がり、手作りで量産できない場合は、我々のようなネットワークを選ぶ。重要なことは、どのルートで売っていくかのチャンネル選びです。農林漁業者の皆さんが卸や流通について勉強をしたり、行政が開催するセミナーなどに参加したりして、積極的に学ばれることを希望しています。

現在、弊社が仕入先として登録している企業は2000社。平均年商は4〜6億円で、首都圏に営業所を置くのは難しい規模の企業が多いです。そこで弊社のネットワークを使っただけで、小売店や百貨店、スーパーなどに販路を広げていただいています。大手企業がクジラだとすると、私たちはいわばイワシの集団。単独では生きられませんが、集団なら大手企業のクジラとも共存できると考えています。



2016年7月27日に東京の丸ビルで開催された五味商店の「こだわり商品展示会」。今回は新規出展が39社、調味料関連の出展が40社以上となり、全国1500社約2万点の商品が集まった。営業マンおすすめ商品を展示する「営業マンイチ押しコーナー」も人気を集めている。



仕入先のメーカーの商品を紹介するため、商品の写真を撮影、料理を作り解説している60ページ相当の報誌を五味商店で毎月制作。530部を小売店のバイヤーなどに送付し、営業を行う。「ただモノを動かす問屋でなく、いかに付加価値をつけるかがポイント。年間にすると何千万もかかりますが、これはメーカーへの投資です」と寺谷さん。

出展社から見た商談会と出展商品

五味商店さんの商談会には必ず参加させていただき、「こだわりの商談会」には10回目の出展となります。懇親会もあり、出展事業者同士で様々な情報交換ができることもメリットとして感じています

グリーンリーフ株式会社(群馬)
なかむら ちひろ
中村 千紘 さん



有機こんにゃく芋と有機野菜を主に生産し、有機加工食品のJAS規格の基準をパスした商品を市場に流通させている。「赤城高原農場」というブランド名で、首都圏を中心に全国の生協やスーパー、外食産業など販路を開拓。

弊社は、年に10回以上商談会に参加していますが、「こだわり商談会」には今年初めて、徳島県のブースで出展しました。見定めた事業者さんとバイヤーさんが参加されていて、手応えを感じました。

農業生産法人
株式会社黄金の村(徳島)
おおしろ ようこ
大城 容子 さん

人の手、それも女性の力で程よく搾ると、柚子の香りと酸味だけが果汁に残ることから、黄金の村では、手搾りの柚子果汁にこだわり加工商品を開発。パリのパティシエや三ツ星シェフからも評価を得て、海外にも販路を開拓。



東京ビッグサイトで毎年2月に開催される『スーパーマーケット・トレードショー』における「こだわり商品コーナー」には、五味商店と取引をしている100社以上のメーカーや事業者がひとつのブースに集まっている。趣向をこらしたブースでひととき目を引くのが「さしすせ 味くらべ」コーナー。「日本の食文化を後世に残すことも我々の使命」という寺谷社長の思いから、全国各地からこだわりの伝統調味料「砂糖・塩・酢・醤油・味噌」を集め、販路開拓を狙う。



安全・安心な食品を望む消費者の嗜好を知り、時代の変化を読み切る

弊社で扱わせていただく商品の絶対条件は「美味しい」ということです。この他にも、定義や価値観はいろいろありますが、弊社では、できるだけ無添加で、素材の味が十分活かされ、安全・安心、無添加、無農薬といった商品を重視しています。特に東日本大震災以降は、原材料や添加物に対して、お客様の関心が非常に高まっています。一方で、「安全安心」といっても、生産者にとっては全く添加物を入れないことが現実的には難しい場合もあります。この点をどう埋め合わせしていくか、いい商品を作るために何ができるかが問われています。

一方で、販売先の小売店でも差があ

ります。非常に厳しい基準を要求する売り場もあれば、歴史を重ねてきた味を優先する、ブランドを優先するなど、たとえば同じ百貨店の中でも売り場によって多様性があります。

そこで、問屋としてどのような存在を示すか。弊社は、何よりも安全性を大切にいくことを答えとしました。また、消費者のニーズに合わせるというよりも、消費者の一步先をリードする。消費者のニーズを先回りした提案、これまでの消費者ニーズの実績を踏まえ、次に欲しくなる商品を考えることもメーカーにお願いしています。

また、我々問屋もメーカーも、今後はどの年代を主要ターゲットとしていくのか、消費者はどのような嗜好なのかなど、時代の変化をとらえ、商品づくりや商品選別に反映していかなければならないと感じています。



株式会社 五味商店
千葉県我孫子市本町3-4-9
TEL: 04-7183-7700
<http://www.5-3.co.jp/>



千葉県我孫子市にある五味商店の店舗。全国各地のこだわりの食品だけを厳選し、問屋として小売店へすすめ、本物の味を広めている。