

バイヤーの立場で考えること

富岡ショッピングプラザTom-とむ・働みどりやスーパー
商品部長・精肉バイヤー 武藤 勉

私が勤務するスーパー「Tom-とむ」は福島県の浜通りの太平洋に面した双葉郡富岡町（人口約1万6千人）に富岡店と夜ノ森店の二店舗を展開しており、商圏は南はいわき市から北は原町にまたがっています。しかし、東は太平洋に面し、西には阿武隈山系が控える、国道6号線に沿った細長い地域で、面の広がりよりむしろ線の広がりといっていいでしょう。この二つの店でSPF豚を月間約400頭コンスタントに販売していますが、このことに関連して、私が日頃考えていることを述べてみたいと思います。

1. スーパーの生き残り競争は激烈

この地区にもいくつかのスーパーが進出し、競争は日本の他の地区同様激烈をきわめています。その中で生き残るために、今何をなすべきか、真剣に考え、取り組んでいかなければなりません。国中に物があふれ、消費全体の大幅な伸びが期待できない今日、少しでも売り上げを伸ばし、利益を確保し、かつ、他店との競争にうち勝つためには、将来を見極めた確固たる方策を決定し、実行することが極めて重要になってきます。なかでも、“お客様に選ばれる店”づくりができるかどうかが運命の分かれ目になるでしょう。

お客様は好きなときにどこでも好きな店に足を運ぶことができますが、店の方はお客様が来て下さるのを待つのみです。そこで大事なことは、お客様に選んでいただける、つまり買い物に行きた

くなる店に仕上げることをできれば成功といえます。食品を例にとると、わが国では核家族化が進む一方、結婚しない症候群が増え、さらに高齢化社会を迎えて一人暮らしのお年寄りが増えていますが、このことに対応するために、たとえばレトルト食品や調理済み食品を重視した販売政策をとるのか、あるいは、あの店に行けばおいしい食材が手に入るというような、食材そのものにこだわっていくのか、などいろいろな選択肢が考えられます。また、商品の質を高めるという考え方の中に、商品の中味の品質そのものよりも見た目に重点をおき、パッケージをきれいに、かつ豪華に見せることなどがよく行われているようですが、私はそれは邪道だと思います。パッケージはその役目を十分に果たすことができればそれ以上の飾りは必要でなく、むしろ簡素化すべきものではないでしょうか。そして、商品の中味にこそ充実を図るべきだと考えています。このことが、真の意味でお客様に奉仕すること、つまり消費者の利益になることではないでしょうか。

私どもとしては、売っているすべての商品に自信をもつこと、いいかえれば自信のもてない商品は売るべきでないということをモットーとしています。このことによって、お客様の目を見つめながら商品の説明をし、お話ができる、つまり「アイ・コンタクト」のできる店となり、お客様に選んでいただける店につながると思います。

従来、生産者はなるべく高値で売りたい、私ど

も流通業者はなるべく安く仕入れて高く売りたい、消費者は少しでも安く買いたい、というように三者は対立関係にありました。しかし、これからは生産者から消費者への橋渡しをすることによって、お互いの顔が見えるようにすることが私ども流通業者の重要な使命であると考えています。

2. SPF 豚肉の販売について

私は学業を終えるとすぐにこの道に入りました。就職先は、自分のところで豚を飼育し、生産された豚肉を自分の店で売るという文字どおりの一貫企業でした。ここで豚の繁殖から肥育、解体処理、カット、販売までを学びましたが、この間に育種会社の検定豚のと殺、解体、および各部位の測定などに関与したおかげで、豚肉の良し悪しをはじめいろいろなことを勉強しました。

さて、SPF 豚肉の販売について私の考えを述べてみたいと思います。SPF 豚肉は、安心とおいしさに象徴されますが、そのほかにビタミン豊富で優れた栄養食品であることを忘れてはなりません。抗生物質や抗菌剤の残留のおそれがない、だから安心だということを生産者も私ども流通業者もお客様にもっと理解していただけるように努力すべきだと思います。また、生産者は SPF 養豚における生産の苦勞、つまり豚を病気から守るための日夜の労苦を消費者により知ってもらえるよう、もっと PR に努めるべきではないでしょうか。

わが国の養豚においては、肉豚出荷前の一定期間、法令により休薬期間が設けられていますが、同一ロットのなかで発育の良い個体は休薬期間に入る前に出荷されてしまいがちであることを、私は過去の経験から知っています。飼料に薬剤を添

加する必要のない SPF 豚ならこの点は安心です。

次に、仕入れ価格と肉質が安定することがもっとも重要です。小売りの立場からすると、仕入れ価格の変動につれて小売価格をたえず変動させることは困難ですし、販売計画を立てることができなくなってしまいます。また、肉質が安定していないと、常に安定した商品づくりが難しくなってしまいます。熟練した職人でなく、誰が担当してもロスを出さず、しかも安定した商品づくりをするためには肉質の安定が欠かせません。成熟したわが国の経済情勢下では、大幅に売り上げを伸ばすことは困難なので、ロスを出さないことで利益を確保していかなければならないからです。ちなみに、私どものところでは豚肉に関する限りロスはゼロです。

私どもの店で扱っている豚肉は特定の一農場から仕入れる SPF 豚です。SPF 豚肉は消費者に安心とおいしさを提供する食材なので、他の豚肉は店頭におくべきでないと考えます。安い輸入豚肉や、一般豚肉をおくことが消費者の利便にかなうようにも見えますが、自分で自信の持てないものを販売することはお客様を欺くことにならないかと恐れています。

また、販売の現場で働いている人たちの商品に対する理解と心構えも重要です。組織のトップがいくら旗振りをやっても、現場の人たちが自分の販売している商品を理解し、自信を持たなければ売り上げ増につなげることはできません。自分で食べてみて、おいしさを確かめ、その商品に惚れ込んでこそお客様に私どもの熱意が伝わるものであることを確信しています。

3. お客様にお願いしたいこと

SPF 豚肉は栄養豊富であり、薬剤残留のおそれもなく、安心して召し上がれる、肉汁がぎゅっと詰まったおいしい肉であることを広く知っていただきたいと思います。そして、家庭の主婦の方々には、レトルト食品や調理済み食品にのみ頼ることなく、この優れた食材である SPF 豚肉を料理に生かしていただきたいのです。食品の安全性が声を大にして叫ばれる今日、SPF 豚肉はその二ーズに応えるものだと思います。

しかし、どんなに良いものでも消費者が求め、それを消費しなければ生産と流通は成立しません。たとえば、無農薬野菜や有機栽培野菜を声高に叫びながら、いざ店頭立つと、そのことは忘れてしまって、姿・形で選んでしまうようでは、生産者もわれわれ業者も浮かばれません。消費者は要求したものを消費する責任があると思います。

4. 生産者にお願いしたいこと

私はわが国の SPF 養豚事業が、開発から今日に至るまで苦難の連続であったことは知っています。また現在でも、SPF 豚農場の維持に多大の努力がなされていますが、このことを生産者の皆さんはもっと声を大にして消費者に訴えるべきではないでしょうか。生産にはこれだけの苦勞があり、これだけの経費がかかるからコストはこれだけになるというようなことを、われわれ業者や消費者に PR していくことが必要であると考えます。良いものを作るにはそれなりに苦勞が伴うことを広く世間に知らしめる必要があります。それから、原価削減は口でいうほど簡単でないことは重々承知していますが、常に安定した原価と売価で品質の向上に努めていただければ、私どもはそれに応えるべく、SPF 豚肉の普及拡販に一層の力が入ると思います。

(本稿は、武藤部長の話を赤池洋二がとりまとめました。万一不都合な点がありましたら、その責は赤池に帰します。)