

農と暮らしの新たな視点を探る

産直コペル

sanchoku coper

2016.11 Vol.20

特集
農産加工の原点

りんご

知って食べるごちやませ探索食記

上伊那農業 × 長野県
高校生 × 南箕輪村
ラベルデザインプロジェクト始動!



味噌
孝に
西子
ボ

食品企業型SPAの持続可能性

——東京農工大学 野見山敏雄——

SPAとは Specialty store retailer of Private label Apparel の略で製造小売ともいう。企画から製造、小売までを一貫して行うアパレルのビジネスモデルである。食品企業でも従来の産直とは異なるSPAを実践している事例が増えている。だが、これまで食品企業型SPAに着目した研究はほとんどない。筆者は畜産研究者や食品ロスの

研究者と食品企業型SPAの共同研究を行っている。これまで、外食企業と農業生産法人の調査を行った。食品企業型SPAの食肉及び食肉加工品流通は、一般の問屋や小売店を経由することがないので、流通マージンが少なく、在庫管理による食品ロスも少ないと考えられる。一方で、食品の在庫を自前で管理する必要があり、食

肉の部位別アンバランスによる過剰在庫を抱え、営業利益率を圧迫する可能性もある。

ここでは9月下旬に調査した、瀬戸内ジャムズガーデン（以下、ジャムズガーデン）の事例を紹介しよう。ジャムズガーデンは山口県周防大島町にある。過疎化と高齢化が進む島で、地域の新鮮な果実を使って、無添加・低糖度の少量・多品目の手作り生産にこだわっている。中部電力に勤めていた松嶋匡史さんが妻・智明さんの出身地周防大島で個人事業として開業したのが2003年。2007年に

同社を退社後、島に移住し周年営業を開始した。2015年には6次産業化優良事例表彰（農林水産大臣賞）を受賞している。このようにビジネスが成功したのは、次のようなきっかけと要因がある。第1は、新婚旅行で訪れたパリで、松嶋さんがコンフィチュール専門店（フランス語でジャム）で多種類のジャムに出会ったこと。第2は、eコマースがまだ世間に知られていなかった2004年にホームページでジャムの情報を発信するとともに、販売を開始したこと。このジャム専門のサイトがマスコ



ジャムズガーデンの店舗



季節のジャムを使ったスイーツが楽しめる「ジャムズ カフェ」

ミヤ消費者を引きつけた。第3は、こだわりのジャムは、こだわりの原料が大事と、生産者からの原料調達を再生産可能な価格で買入れていることである。いま、56戸の農家と連携し、160種類のジャムを製造・販売している。年間13万本を販売し、うち直営店で6割、パン屋やホテルなどの卸売り3割、eコマース1割というチャネル構成になっている。

野見山敏雄さん

東京農工大学大学院農学研究院教授



東京農工大学で教鞭をとっており、最近の研究テーマは、半商品経済を組み込んだ農林産物の生産と流通に関する総合的研究である。主な著書には、産直商品の使用価値と流通機構（日本経済評論社）や食料・農業市場研究の到達点と展望（筑波書房、共著）など多数。2012年11月より地産地消優良活動表彰審査委員会・委員を務めている。

ふくしまプライド。

＊そざいひろば宿に直接お問い合わせの手配は素材

特定非営利活動法人 素材広場

住所：福島県会津若松市八角町13-45

電話：0242-85-6571

FAX：0242-85-6572

アドレス：<http://sozaihiroba.net/>

F B：<https://www.facebook.com/sozaihiroba/>

営業時間：平日9時～17時

活動開始：2005年6月

特定非営利活動法人設立：2009年9月1日

活動目的

福島県の宿泊施設（旅館・ホテル）に対して、福島県内の素材および福島ならではの素材による地産地消の推進に関する事業を行い、宿泊施設が地産地消を活かした集客魅力向上に寄与することを目的とする。

事業内容

- (1) 福島県宿泊施設地産地消推進事業
- (2) 宿泊施設商品企画事業
- (3) 旅行事業