探訪 新ライフスタイル

ライフスタイル

スーパー福島屋、持続可能な食提案

農園や食堂展開 産地とも絆

東京都多摩地区のJR青梅線羽村駅で下車すると、この地を拠点に展開するスーパーマーケット福島屋の〝食と暮らしの物語〟が始まる。開店と同時に「福島屋食堂」には老若男女が集まり、地域コミュニティの役割を果たす。スーパーで扱う厳選素材を使用した安全安心な定食処だ。

生花店、自社農園、レストランに続く街路（東京都羽村市）

福島屋（東京都羽村市）は1971年に生活に必要な食料品や日用雑貨を扱うよろずや業態として創業。80年には現会長である福島徹氏が代表になりスーパーマーケット業態に転換、こだわりの食を扱うモデルが作られた。同業者が絶えず視察に訪れる「福島屋本店」（同）には、生産者の顔がわかる生鮮品、店頭販売の素材を使った総菜、ソーセージなどのオリジナル商品が並ぶ。チーズやワインといった嗜好品にも目利き力が光る。

「先週、お取引先の農家さんの結婚式で山形まで行ってきました」と福島会長。こだわりの仕入れができるのは、取引先と深い絆で結ばれているからだ。

コミュニケーションスーパー「ファンタス」は、直売所と業務用スーパーを合わせた業態として93年に開業。農家直送の新鮮野菜が並び、米の量り売り、魚と肉の対面販売などふれあいの楽しさがある。

その先にはロールケーキ専門店「クルマル」、生花店「ザイン」、薪窯レストラン「ゾナヴォーチェ」へと続く。薪の火力で焼き上がる天然酵母のパン、熱々のピッツァや新鮮なサラダでのランチタイムは至福の時間。目の前の自社農園では近隣の幼稚園児も収穫体験をする。駅から続く持続可能な食生活提案は、まるでヨーロッパの小さな田舎の食工房を訪ね歩くような豊かさがある。

「生活防衛による低価格指向と、品質へのこだわりを求める高付加価値志向の二極化が広がる」と福島氏。日本の食料自給率は38%しかないにも関わらず、食品ロスは年間522万トンもある。この社会課題への解はファンタスの業態革新にあると思える。

米国・西海岸で成長を続ける「グローサリーアウトレット」は生産者やメーカーからの余剰品を安く買い取り販売するビジネスモデル。在庫処理品でも清潔感と楽しい売り場づくりを心がけ、ファーマーズマーケットを開催し地域コミュニティーにも貢献する。顧客には裕福な所得層も多く、ラベルが剝がれたワインや賞味期限の近い商品を購入し、食品ロス削減に寄与する消費スタイルが確立している。

ファンタスも、食品ロス削減のメッセージ性の高い店舗になれば、本店とファンタスを使い分ける顧客が増えるだろう。健康で幸福な暮らしを求める生活者は、社会の持続可能性を同時に求めるからだ。

すでに店舗はモノとお金を交換するだけの場所ではなく、顧客への新しい価値の提供が問われる。生産者、メーカー、小売店、エンドユーザー、そして地球も幸せになるSDGsへの可視化を期待する。

（商い創造研究所所長　松本大地）