

「新しい東北」復興ビジネスコンテスト 2015・アイリスオーヤマ賞 記念対談



【写真左：アイリスオーヤマ株式会社 大山健太郎代表取締役社長】

【写真右：株式会社フカコラ美人 岩手佳代子代表取締役社長】

先般実施された「新しい東北」復興ビジネスコンテスト 2015 において、株式会社フカコラ美人がアイリスオーヤマ賞を受賞したことを記念して、平成 28 年 2 月 4 日、アイリスオーヤマ株式会社・大山健太郎代表取締役社長と、株式会社フカコラ美人・岩手佳代子代表取締役社長との間で対談が行われました。

受賞のポイント

大山 地域を活性化させるには、地元の特産品を基に企業連携をどのように進めていくのかということが大事だと考えています。地域の特産品を「ゑびす振舞い」という形で、地方の伝統文化をコンセプトにした統一ブランドのもと、地域の水産加工業者が連携し、新たな販路構築に取り組んだことが非常にモデル的で素晴らしいことだと思いました。地方創生には、地域の文化や特産品を、地域の連携を図りながら発信していくことが重要と考えます。今回の取組も、「ゑびす振舞い」というコンセプトのもと、地域の企業連携を図り、地元の水産業界の活性化に寄与していこうとする部分を評価しました。単に復興の取組としていたのでは受賞は出来なかったと思います。



岩手 気仙沼の「幸」を売るところから、コンセプトを加えて「福」を売る企業にしようと思っています。「福」というのは、食文化や、町の方たちが作っている思いです。気仙沼は縁起を大事にし、「福」にあふれた町なので、その「福」を一緒に届けて、おいしい「幸」に「福」を加えて届けていこう、「幸」から「福」へと思っています。

岩手 本日は商品をお持ちいたしました。かまぼこは気仙沼では大きく、重たいのですが、小さいサイズにしました。こちらは、気仙沼の桑茶を練りこんだクッキーです。鮭はほぐして、フレークではなく、塩焼にしたものをほぐして、歯ごたえを楽しんでもらうものにしました。半年間の保存が可能です。そして、かつおのジャーキーです。ビーフジャーキーは硬すぎるとい人にも好評で、これはワイン好きな方が1人で作ってまして、自分のおつまみに合うようにと作ったのが最初です。



大山 酒のつまみであれば、量はいらぬですね。商品には、開発のきっかけや作り手にストーリーがあった方が、話題になっていきますから。店頭ではおいくらですか。

岩手 1セット3000円です。

大山 単に食材として売るのでなく縁起物として売っていくことが大事だと考えます。毎日食べるものとしてではなくて、例えば、プレゼントする時に、気仙沼をアピールするコンセプトが大事だと思います。

岩手 詰め合わせの商品は、それぞれに気仙沼で愛されている商店で作られた商品です。それを小さいポーションにして売りたいと話を持ち込みました。地元の知り合いや、声をかけやすいところから話をしていきました。小分けにする面倒さと、これでは売れるはずがないという意見を納得させていくのがとても大変でした。最初は、面倒がっていた方々も、生産数が増えてくると、皆様快くやっていただき、逆提案をしてくれることもあります。おかげ様で、今ではみなさんとのより良い関係が築かれ、連携が取れるようになっていきます。当初は「こんなのをやっても駄目だよ」「うまくいかないよ」という方もいました。そのような意見を聞かないふりをしたことは結構うまくできたかなと思います。

大山 新しいことをやると、皆さん、過敏に反応していろいろと言ってきます。けれど、私は、新しいことをやる時には、雑音は聞き流すことにしています。自分の思ったことや、信じたことは、外野が何を言っても、やり通すことが必要です。いろいろな人の話を聞きすぎると、一歩も足が前に出なくなってしまう。

岩手 震災後気仙沼に戻った時はどうやったらとけ込めるかなと考えて、とても周囲の方々に気を使いました。しかし、事業を進めるうちにお伺いを立てるべきキーパーソンが見えて、委縮してしまうということもありました。

大山 無視してはいけないけれども、鈍感にならないといけないですね。アイリスオーヤマも同じです。最初は問屋からいろいろな逆風がありました。それは、イノベーションなので私が出ていることが正しいのだと、聞いても聞かないふりをして、一歩、一歩、やっているうちに、それが当たり前になると周りも納得し、できあがると「すごい」と言います。

岩手 今回アイリスオーヤマ賞をいただいて、地元の皆さんにも本事業を広く周知するこ

とが出来ました。ありがとうございます。

大山 事業は当初の計画どおりに進んでいるのですか。

岩手 計画どおりとまではいかないのですが、今年から、販路が4社ほど増えました。その他にギフトで商談が進んでいる所があり、ここで一気に販路が増えるのではと思います。フカコラ美人を震災後に立ち上げましたが、当初は右も左もわからず、販路を開拓する際に、有名な企業をピックアップし、飛込み等で行っていました。その結果、最初にフカコラ美人の商品を大手百貨店で取り扱っていただけました。鈍感と図々しさを持ってすれば、大手百貨店でも販路を開拓する所まではできるのだと感じました。

取組の課題と今後の目標・可能性

岩手 ごはんのお供が多いので、アイリスオーヤマさんのごはんセットにさせていただくことはできないかなと思っています。

大山 当社も生鮮米の小袋パックの詰め合わせセットを県内のデパートで販売しています。結構売れます。おそらく、商品価格が3000円近くなると、デパート、ギフトが中心になる価格帯だと思います。

岩手 百貨店のバイヤーからよく言われるのは、簡単、小分け、美味しい商品が売れるということです。

大山 簡単、便利、美味しい。私がいつも言っていることと同じですね。

岩手 電子レンジで手軽に調理が出来て、さらにそこにごはんのお供がすぐにあったら、すごくいいだろうなと考えています。

大山 米よりもワインコーナーの横に置いてもらうといいのではないのでしょうか。商品構成を見ていると、ワインの方が合うと思います。この中の好きなものを選んでデパ地下で買うとか、やはりギフト中心になると思います。アイリスがやっている生鮮米ギフトは結構売れています。「あびす振舞い」はお中元ではなく、お歳暮のアイリスの詰め合わせセット企画のページの隣に載せることも一案かもしれませんね。

岩手 ありがとうございます。また、海外から来た方のお土産としても、シェアを広げていきたいと考えています。和風のお土産を持って帰ってほしいとの思いからです。

大山 ちょうどこの3月11日に震災から5年を迎え、デパートでは気仙沼の復興ブランドをテーマにした催事を開くと思いますから、やはりデパートでしょうね。

岩手 デパートの販路は今後開拓していかないといけないと思っています。一週間おきぐらいに、各百貨店のバイヤーとマメに連絡をとり情報収集に努めています。また課題として、現在連携している企業、商店は、夫婦二人、社長一人でやっている家族、個人経営が大半で、後継者がいないことが問題です。さらには、仮設の工場のところが多く、今回で契約が切れるものを3年伸ばしてもらっても、「3年後は俺たち作らないと思う」と言われてしまうのです。そのような小さな商店が廃れていくことが町の課題ではないかと思えます。

大山 そこで、私は、人材育成道場での支援をしています。高齢化や廃業はやむを得ない

と思っています。その時に、地元の同業の方に協力を仰いでは如何でしょうか。作ることをコラボしたいということは、ロットが小さいから、面倒なのですが、「ゑびす振舞い」という気仙沼の文化を海外ではなく国内に発信するという考え方を説明しては如何でしょうか。その考え方を示すことによって、彼らもひと肌脱いでくれると思います。

「新しい東北」としての産業復興について

大山 被災地の産業復興には地域の強みを生かすことが重要です。食材、伝統文化、あるいは商品なのか、なんであっても、オンリーワンとはいわないけれども、全国から納得されるものでなくてはなりません。消費者は、「なるほど」というような何かがないと買ってくれません。

「ゑびす振舞い」のことを最初は知りませんでした。受賞の時にきて、なるほど、こうゆう文化があるのだなと感じました。単に小分けにして売っていくということだけでなく、そこに特徴やコンセプトがないとダメですから。それ

ともう一つは、志です。「今はこうだけど、将来こうありたい、そのためにこうしたい」ということです。志を外に喋る。喋るということは、自分に責任がでるし、やらざるを得ない。そこが大事だと思います。

岩手 気仙沼の空気が変わったと感じています。内なる秘めていたものが、みなさん一つにミックスになって、町の考え方が変わってきました。

大山 震災を一つの契機にして、一步、一步前に進んでもらいたいと思います。

岩手 私たちがやっていることは、小さいことですが、私たちがお願している気仙沼の家族経営の企業も、つくっているものは、同じだったりするので、競争などをしたくないというのが私の思いです。震災から5年を経ても仮設の工場から本設に移行することが出来ないなど、いろいろな課題が見えてきました。いろいろ私も支援をいただいたので、それは継続していくことが恩返しだと思っているので、どんなに苦しくても、このフカコラ美人を続けていきたいです。

大山 面倒くさいことをやるのが商売。他が真似ないような面倒くさいことをやることによってブランドができます。ブランドを作るということは時間もかかります。有名な海外の高級ブランドも、イタリアやフランスの小さな田舎町で、コツコツとやって何代か続いて今のブランドがあるわけです。焦らないことですね。一步、一步焦らないように。ただ安いから買うとか高いから買うとか、比較してどうか、こう思わせたら負けですね。

岩手 比較の土台にはしないということですね。ありがとうございました。

