

農業共済新聞



公益社団法人
全国農業共済協会

〒102-8411
東京都千代田区一番町19番地

購読 ☎ 03-3263-6413

編集 ☎ 03-3263-6727

月4回・水曜日発行

©全国農業共済協会2018

<http://www.nosai.or.jp/>

ズバリ直言

金丸 弘美

東京駅前丸の内など都心のオフィス街に、八百屋「旬八青果店」が出店し注目を浴びている。運営は株式会社アグリゲー

ト(左今克憲代表取締役CEO)で、10店以上ある店舗の多くは10坪程度で空き家を利用。商店街がなくなり、八百屋を見かけない所での登場は驚きだが、実は都市のニーズにあった出店だとわかる。

野菜、果物は小ロットで買える。昼間は弁当、総菜、自家製スムー

都市のニーズにあった戦略

ジーを出し、大人気。従来の八百屋と形態が違う。産地直接買い付け。規格外品も仕入れ、農家にも安定収入をもたらす一方、売る側も利幅がとれる値付けをしている。

ビルの中はオフィス、上層部にマンションがある。東京23区の一

人暮らしは50・5%で、東京都の高齢化比率は23・0%。1世帯当たりの人数は1・99。つまり「量」は足りない。またオフィスで働く人も気軽に弁当、総菜を利用する。

日本惣菜協会「惣菜白書2018」をみると総菜の売り上げは2

017年10兆555億円で、前年度から1兆円近くも増加。購入品目の第1位は弁当で、おにぎり、サンドイッチ、コロッケと続く。一方、家で料理する内食は年々低下。総務省によると、1987年を100とすると弁当・総菜など

中食の伸びは16年170・2%、内食は80・4%に下落。外食は100・2%だ。よく東京に地方から農産物を売り込むと意気込む行政は多い。だが、かつての高度成長期の実情と今の都市の内情はかなり違う。見極めと戦略が必要だ。(食環境ジャーナリスト、食総合プロデューサー)