

飲食業界の6次産業化



中野 邦人
なかの・くにひと
[あどばる代表取締役]

「日本の地域の特産物をできるだけ安く調達したい」「通行人の多い目立つ場所に出店したい」「いい人材がいない」「もっとお店をPRしたい」

外食市場は年々縮小を続けており、旧態依然とした個別の飲食店の売り上げも、なかなか上がる見込みがないのが現状です。また、若手経営者の台頭や大手外食チェーンの業態力強化と効率化が進み、今後もしばしば競争にさらされることとなります。

そういった中で、飲食店では冒頭のようなニーズが出てきています。たとえ規模の小さい個人経営の飲食店でも、地域に埋もれた農畜水産物の素材を使う

ことで劇的に生まれ変わることをできるのでした。

そこで我々は、飲食業界のアシクルのような存在で、飲食業のインフラを提供しています。黒豚や黒毛和牛の自社農場の経営による仕入れコストの削減から運営に至るまでに、独自の垂直統合型プラットフォームで6次産業化を推進しているのです。

例えば、当社が千葉県で育てている黒豚。当社と取引のある飲食店の大半は独立店なので、それらの力を結集して仕入れを統一すれば、それだけコスト削減になります。

当社が丸ごと1頭を加工して納入するため、卸などから手に入れるよりも安くできるというわけです。仮にその黒豚が余っても、当社のインターネット通販によって調整可能です。

日本人は流行に左右される傾向にあります。大手外食チェーンが苦戦を強いられる中、独立店を探し求めている消費者は非常に多い。そこで地域が持ついた美味しくて魅力のある食材

で差別化が図れるのです。

一方で、調理をする料理人にしてみても、素晴らしい素材が手に入れば、それだけ好奇心をくすぐられ、他店にはない創造性のある料理を生み出すモチベーション向上にもなります。

また、物件の紹介にしても居抜き物件紹介サイト「ぶけなび」を運営し、低投資早期回収モデルを構築しています。ぶけなびでは、設備や内装が付いた居抜き物件の売買を仲介することで、ゼロから店舗を構える必要はありません。

2014年5月から運営を開始した、不要になった厨房機器の買い取り・査定サイトも運営しています。従来までは閉店するときに、自力で機器の売り先を探す必要がありましたが、市場価格が不透明な世界で、安く買い叩かれていました。そこで、当社が一貫してサポートする仕組みを整えたのです。

飲食業の川上から川下までを一体化して提供できる今のパッケージを構築するまでには時間

も労力もかかりました。特に生産者を開拓するため、直接乗り込んで直談判を試みましたが、最初はなかなか理解を示してはもらえませんでした。

ただ、当社の事業が軌道に乗り始め、安定した注文ができるようになる、今度は生産者の方々が我々に対し「価値を分かってくれんだ」という思いを抱いて、生産に精を出してくるようになりました。

生産者と飲食店それぞれが、お互いのいいところ取りをすれば、まだまだ農畜産業の振興は実現できると思います。

だからこそ私は前職の不動産会社と金融コンサルティング会社で蓄積したノウハウを生かし、飲食という大きい市場で勝負したいという思いを抱きました。

新政権が誕生し、一時よりも議論が停滞した感のあるPPP（環太平洋パートナーシップ協定）もまた動き出すでしょう。それでも私は日本の農畜産業が海外でも決して負けるはずがないと思っています。