

売りは「圧倒的な鮮度と安さ」

株式会社フォレストファーム(奈良市奈良阪町・佐藤義貴代表取締役)は、関西最大級の農産物直売所「旬の駅」を運営している。同社は令和2(2030)年に30店舗、年商200億円を目標に掲げ拡大を続けている。「売りは、圧倒的な鮮度と安さ」と語る、旬の駅ならやま本店の店長を務める北尾智則さんに利用者へのサービスや、鮮度に徹底的にこだわるための取り組みなどについて話を聞いた。

北尾さんは、平成29(2017)年に入社。令和元(2019)年に、新たに京都府がオープンするため当時のならやま本店店長が異動し、その後任で北尾さんが店長に就任した。

旬の駅は民間企業が運営する「農産物直売所」として、農家から引き取った野菜や果物を店舗で販売。売れた商品に対して、手数料を引いた金額を農家に支払っている。同店は「お客さまに

対しても、農家に対してもより良いサービスの提供」を心掛けている。その取り組みの一つとして野菜のバーコードシールに入荷日を表記。鮮度を見分ける難しい商品であっても、購入する人に鮮度の「見える化」を導入。また農家側には、遠くで商品の搬入に集荷を行き、また引き取りが難しい場合には必ず全て売り切るようにしてい

る。「引き取ったものを、あとは並べるだけでは終わらないサービスを提供し続けています。また新鮮な農産物を提供することにより、『鮮度に感動』という文字の入ったシャツをスタッフが着て、それをアピールしています」と北尾さんは話す。契約農家は1500件を

に關して北尾さんは「資金が必要になるのは当然ですが、人と物が重要になります。農産物直売所は、農家さんあって初めて売れるものがありますので。またできる限り店舗周辺の地元農家さんに御協力いただきたい」と語ります。旬の駅は現在、4店舗。県内では奈良市奈良阪町の「ならやま本店」、11月1日に大和郡山形市白土町にオープンした「トドロキタウン



徹底的な鮮度にこだわった旬の駅をシャツでアピールする

「お客さまにも農家にも、より良いサービス提供」

そうして集め販売する商品が、より売れるようにするために食材を使ったレシピを店頭で置いている。「レシピを置き、食べ方の提案を行っています。そうすることで普段見ない、例えばハヤトウリといった野菜も手に取ってもらいやすくなります。スタッフが考えているものですが、実際にそのようにしてレシピを置いた食材はよく購入されています」という。他にもさまざまな

サービスを提供するため月2回、全社員が集まり会議で知恵を絞っているという。ならやま本店は8月1日にリニューアルオープンを行い、売り場のレイアウトを変更した他、買い物に来た人が入り口専用で、買い物が終わって店を出る「出口専用」に分けるなど人の導線を整理。「今後もより快適に買い物してもらえようというインフラ整備を充実させていきたいです。また

お化けが出そうと言われていたほどのトイレは、非常に綺麗になりました」と笑顔で話す。社として令和2(2030)年に30店舗、年商200億円を目標に進む中、北尾さんは「うちの売りは、圧倒的な鮮度と安さ。それはどこにも負けないという気持ちで、目標に向かいまい進んでいます」と決意を新たにしている。



旬の駅ならやま本店
北尾 智則 店長(44)



●店頭には生産者の顔とコメントが記載されたPOPが掲げられている●バーコードシールに入荷日を記載

食材使ったレシピで食べ方提案