



## (株)アグリゲート(東京都)

### 食農業界で生産～販売までを一気通貫するビジネスモデルを構築!



旬八キッチン 虎ノ門店

(株)アグリゲートは、「都市の不本意な食生活を解決」「地方の活性化」両輪の実現を目指し、独自のビジネスモデル「SPF」を基軸とした事業を展開している。青果の生産～販売までの一気通貫を実現し、「旬八青果店」「旬八キッチン」で新鮮でおいしい野菜や惣菜をお値打ちな価格で提供。成長を続ける中食・惣菜市場でのさらなる展開も目指し、新業態のスタートなど積極施策を進めている。

### 原風景は、都市と地方の問題解決

「都市の不本意な食生活を改善し、地方を活性化したい」

(株)アグリゲートは、左今克憲代表取締役が若い日に抱いた熱い思いからスタートした。

きっかけは、左今社長が大学生時代のある夏、国

内をオートバイで旅をしていた頃にさかのぼる。日本の地方を走ること2カ月、左今社長はあることに気づく。若い人を見ない——加えて、福岡から上京して進学した自身の経験も重なった。東京では食べることに困らないが、「身体に良くないだろうけど……」、「おいしいわけではないけれど……」、というような不本意な食生活が余儀なくされている——地方の経済的課題と、都市部の食の不便さへの気づきは、いつしか左今社長の胸の中で大きな塊となっていた。

もともと起業したい思いを持っていた左今社長は、大学4年次に自らが主催し、食・農業に関するビジネスコンテストを開いた。しかし、応募されてきたのはアイデアにとどまっており、「農業へのビジネスマインドが高い人は集まりにくいのではないか」と考えた。

大学卒業後、起業家を多く輩出していた大手人材企業に入社。サラリーマン生活を送る中、学生時代以上に食に対する不便さを感じるようになり、1年



左今克憲  
代表取締役



弁当とサラダのセット



八百屋のサラダ



旬八丼

11カ月後、起業に踏み切った。

都市部の食と地方の経済問題を一緒に解決したい——その思いは26歳の左今社長の中で、決意へと変わっていた。

## 「旬八青果店」誕生、1坪で高収益ビジネスに

2009年、左今社長が始めたのが農業生産法人の都心部における「営業代行」だった。業務を徐々に広げていく中、自社ブランドEC「アグリマート」を開設。イベント販売も行うようになり、食と農の業界での足場を固めていった。

そうした中、2013年に転機が訪れる。都市型SMより、大崎の店舗での青果売場建て直しを依頼され、ついにリアル店舗での販売を行うようになった。同店舗はビルで働く人に新鮮で自然な味のする青果を販売することを目的に売り上げを築き、お値打ちな金額で商品を提供するためのノウハウなどを蓄積していった。そして同年10月、満を持して中目黒駅前に青果専門店「旬八青果店」をオープンした。

中目黒駅前で1坪で始めた同店は、「当初から予想以上にお客さまの反応が良かった」（左今社長）こともあり、順調に売り上げを伸ばす。野菜の作られ方や味の特徴などに関心の高いリピーターも多く、一気に呵成にエリアを拡大、翌年4月までに4店舗を出店した。



旬八青果店 目黒警察署前店



新鮮な野菜とその魅力を店頭で伝える

## 「旬八キッチン」で加工販売へ 業容拡大

「旬八青果店」第1号店の時から、「カットして野菜を提供する」ことは行っていたものの、より加工度の高い商品作りに向けて事業化を進める。2015年8月に惣菜事業としてのスタートを断行。当初は大崎店で、人件費度外視で求められる惣菜・弁当を作ってきたが、生産性の向上に向けて試行錯誤を続け、2017年にノウハウを具現化。惣菜事業部を立ち上げ、惣菜の製造小売を行う「旬八キッチン」を天王洲アイルにオープンした。

## 農家から消費者まで 一気通貫支える「SPF」

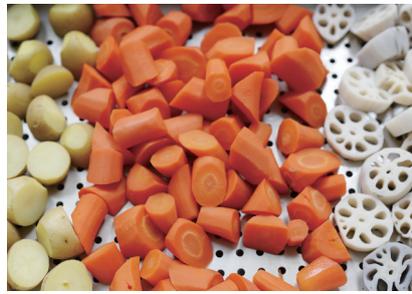
こうした野菜を基軸とした同社の食農ビジネスを際立たせているのが、生産～販売までの垂直統合を行う独自のビジネスモデル「SPF (Specialty store retailer of Private label Food)」だ。

「SPF」とは、左今社長がアパレル業界で考案されたビジネスアイデア「SPA (Specialty store retailer of private label Apparel)」の仕組みから着想したも

の。もともと「自社ブランドを販売するアパレル専門店」を意味する「SPA」は、その最大のポイントとして「消費者のニーズがすばやく商品に反映できる」ことがある。元々製造卸として商品を小売店に卸すことのみを行っていたメーカーは、消費者のニーズが間接的にしか得られず、市場の動きに遅れをとっていた。しか



キッチンでの盛り付け



オープン焼きや「旬ムージー」など彩り鮮やかなメニューを提供



し「SPA」では、自社で店舗を運営するため、店頭から最新の市場ニーズが直接共有可能となり、売れ筋商品をスピード感を持って追加できる。さらに今まで紹介していた企業がなくなった分自社の粗利益が高くなり、収益が増えるというメリットもあり、日本のアパレル業界に大きな構造変化をもたらしたとされる。

この考え方を応用した「SPF」は、青果に関わるバリューチェーンのすべてを一気通貫で内製化。そうする上で得たノウハウを活用し、①農場(生産)②荷主(大物流)③仕入卸(小物流)④製造⑤販売の5つの事業すべてで高収益にしていくことを目指すもの。消費者からの反応を生産者へフィードバックするとともに、市場ニーズを生産者に伝えることができる、同社だからこそその取り組みだ。

左今社長は、「アパレルの商品は、価格が変動しないことに価値がある。青果でも商流を理解し、『売りたい価格で売るには、いくらで仕入れればいいのか』といった点をしっかり把握すれば収益性をあげることができる」と考える。これまで同社が経験してきたことを体系化し、「食農ビジネスをやる人たちの教習所としての存在になりたい」(左今社長)を目標に、「旬八大学」として、同社のノウハウを一般化した教育事業を立ち上げ。社内教育として従業員も受講している。食や農に関わる仕事に就きたい、地方に貢献できる仕事をしたい、という思いを持つ300人を超える人々がこれまで受講してきた。

## IT、コンサル…… 成長市場で新局面

左今社長は、「マーケットが伸びている惣菜市場の中で商売できることは幸運なこと。未利用資源を加工するなど、国内で頑張っている農家の応援にもつなげていきたい」と語る。「旬八青果店」「旬八キッ

チン」をメディアとした市区町村フェアの開催や、店舗からのIT化もすすめ、農家が出荷した時からログをとることで、青果物の正しいPOS管理を目指していく。

新たな食シーンの提供も進める。10月18日に、東京都港区新橋四丁目に、新業態の「旬八キッチン&テーブル」を開店する。イートイン業態として、「旬八キッチン」で提供する惣菜メニューをブラッシュアップし、夜にビュッフェスタイルでの食提供をスタートさせる。朝・昼・夕の需要にも対応し、毎日食べられる野菜を中心にした商品をそろえる予定だ。9月には「旬八青果店」の初のFC展開をスタートさせており、同時に収益構造を筋肉質に変えていくことも目指す。

地方から都市部まで、生産から販売まで、同社の一気通貫の食農ビジネスモデルは、惣菜市場の中でもさらに進化を続けていく。

### (株)アグリゲート

代表者：代表取締役 左今 克憲

設立：2010年

所在地：東京都品川区西五反田1-23-7  
五反田シティトラストビル2F

事業内容：旬八青果店を起点とした生産・流通・製造・販売事業、教育事業、地域活性(メディア・コンサル)事業、ITサービス事業

ホームページ：http://agrigate.co.jp/



新業態の「旬八キッチン&テーブル」では  
新たな時間帯での価値提案を進める