

# 常盤さん 地場の食物を消費者へ ネット化でより身近に

湘南はおいしい地産野菜が豊富に取れる恵まれたエリアなのに、じかに消費者の手元になかなか届かない。そんなシレンマから今春、平塚駅前商店街の一角に大衆酒場を構えたのが、コロジ社長の常盤嘉三郎さん(45)だ。湘南を拠点に流通の仕組みを変え、地産産物が日常的に食べられる「横丁」を復活させるのが夢だ。

(牧野 昌智)

生まれ育った藤沢市鶴沼でも慣れ親しんだ商店街が廃れていく。一方でスーパーや大型店に買い物客が集まり、割安とはいえ県外や外国から時間をかけて運ばれた食材が消費されている。「このままではいけない。大手ビルメーカーで飲食店開発を多く手掛けてきた常盤さんはすっくと感じていた。同じ思いを抱いていた幼なじみの佐野太朗さん(45)とともに、事業化を決意。「流通を再構築しよう」と昨夏から奔走してきた。

常盤さんらが目指すのは、地元食材をその土地で消費しようという理念に共感する店主をネットワーク化するところだ。有機栽培などにはこだわらざる生産者と信頼関係を築き、じかに取引する。仕入れた食材を仲間の店とシェアしていく。その「調整役」を担う。自身も4月に大衆酒場「紅谷町日Qパール」を開業し、活動の拠点をつくった。すでに平塚漁港から水揚げされたばかりの鮮魚を船長から直接買い取り、野菜も鶴沼や平塚市などで有機栽培に取り組み約10農家から仕入れられている。「生産者も市場を通さないので割高で売れる。われわれも市場よりは割安で購入できる。だからお客さんに安くおいてほしい

料理を出せる」。佐野さんは強調する。

6月最後の週末、ジャガイモやトマト、キュウリにナスとワゴンには新鮮な地場食材がずらりと飾られた。まずは魅力を知ってもらおうと店近くの広場で初めて開いた移動産直マーケット(青空市場)に、買い物客らが足を止めた。今後毎月1回のペースで演出し、にぎわいを生み出す。

そうした試みが始まる中、今月中には5店舗がネットワークに加わるめどもついた。10店、20店舗とさらに輪を広げていく。

消費差別化の売りにしているが、本来は地元のものを食べるのは当たり前。生産者と消費者が近い湘南であれば、そんな日常風景を取り戻せるはずだ。常盤さん切なる願いが少しずつ実を結び始めている。



移動産直マーケットで地場野菜のおいしさを伝える常盤さん(左)と佐野さん。平塚駅前商店街の紅谷町まちかど広場

