

ヒト・コト・モノ語り

～しあわせの百貨店 ハートウォーミング・ストーリー～

Episode 3

大丸松坂屋百貨店 **本田大助**さん
～北海道物産展バイヤーの情熱～

「現地駐在のメリットを生かして
本州との架け橋となり、
しっかりと魅力を伝えていきたい」

大丸松坂屋には「北海道物産展」専任の現地駐在バイヤーがいる。北の大地の恵みを多くの人に知ってもらいたい、生産者の想いまでも人々に届けたい——。
『ヒト・コト・モノ語り』第3回では、北海道の食材に魅了されたひとりのバイヤーの熱い想いに迫る。

今年の新作入荷
北海道産
生いくら醤油漬
炊きたての新米ご飯や
お酒のおつまみに！
1,100g*2 本体価格1,350円
税込価格1,458円
2,150g*2 本体価格1,852円
税込価格2,000円
3,200g*2 本体価格2,315円
税込価格2,500円
4,300g*2 本体価格3,241円
税込価格3,500円
北海道産
生いくら醤油漬
今しか食べられない
100g
1,350円
原材料の一部に小麦



唯一の北海道駐在のバイヤーとして、広い道内を日夜駆け巡っている本田大助さん。

全国の百貨店でただ一人 現地に駐在するバイヤー

大丸松坂屋の人気催事ベスト3に入る「大北海道物産展」最終日、松坂屋上野店本館6階催事場は、朝いちばんから多くのお客様でごった返していた。その売り場を一人の男性がくりつとした目を細めながらうれしそうに歩いている。ときにはその大きな体がかがめて、いとおしげに商品を見つめる。彼はバイヤーの本田大助さん。北海道物

the Buyer of Hokkaido Specify

Daisuke Honda

産展にはなくてはならない人物だ。そればかりか、今や北海道の「グルメハンター」の異名をとる名物男である。

「おそらく、ぼくは全国の百貨店のなかで唯一、現地に駐在しているバイヤーだと思います」

いかにも物産展、それも北海道を専門にするバイヤーらしく、恰幅のいい体を揺らしながら、大らかに笑う。

本人が語るよう、彼は北海道に暮らしながら、道内のおいしいものを日夜探して歩いている。

「父親が料理旅館の息子だったんです。僕が生まれた頃は旅館業はもう廃業していたのですが、調理師免許を持っていた父は、自宅でカレーをつくるにもスパイスの調合から始めるほどでした。それは調理師のプライドとかそういうのではなく、単に彼自身がおいしいものを食べたいという欲求が強かったからだと思います。そんな親のもとで、こんなに大きく育ちましたが(笑)、同時に舌も育ててもらったのかも

しれません」

「三つ子の魂百まで」のことわざ通り、その舌がいまや本田さんの大きな武器となった。平成4年の入社以来、おいしいものがわかる舌を買われて、食品売り場を渡り歩いてきた。そんな本田さんに転機が訪れたのは9年前のこと。百貨店のギラコンテンツである北海道物産展のさらなる充実を図るべく、北海道に駐在するバイヤーになるよう命が下った。本田さんの出身は、札幌からはるか1000km以上離れた神戸。北海道は未知の土地だった。しかも結婚1年目の新婚ホヤホヤの時期。しかし本田さんはひとつ返事で本社から北海道への転勤を決めた。

「妻は倉敷出身で、僕と同様北海道には馴染みのない人間でした。最初に札幌転勤を彼女に告げたときには、なんとも言えない複雑な表情をしていましたね。妻も僕も引越し当初は雪かきひとつにも戸惑う始末でしたが、いまや、休日には二人でおいしいものの探しに

A middle-aged man with short dark hair, wearing a dark pinstripe suit, a light-colored striped shirt, and a red tie. He is looking upwards and to the right with an open mouth, as if speaking or gesturing. His hands are raised in front of him, with fingers spread. The background is a plain, light-colored wall.

「北海道の
宣伝マン」のつもり。
北海道のおいしいものを
もつと多くの方々に
知ってもらいたい」

ドライブに出掛けることも度々です。ふたりともすっかり北海道の魅力にやられてしまっています。北海道の宣伝マンのつもりで、北海道のおいしいものをもっと多くの方々に知っていただきたいと思っています」

使命は、生産者の 想いや苦勞を消費者 のもとへ届けること

関西出身の本田さんをここまで夢中にした北海道の魅力とはいったいなんなのだろう。

「北海道に来ていちばん驚いたのは、素材のよさです。北海道は海にも山にも恵まれた、雄大な北の大地。そして食糧自給率200%を誇る日本の食糧基地でもあります。カニ、イクラ、ウニなど、皆さんが思い浮かべる北海道の名産品は多いと思いますが、実はまだまだPRしきれていない眠れる宝もたくさんあるんです」

本田さんがバイヤーとして北海

道に赴任した直後から徹底していることがある。とにかく自分の足を使って、実際に食材を見て回り、生産者とも直に話をするをになによりも大切にしているのだ。札幌の中央市場へ出向いて魚の顔を見る。オホーツク海沿岸の町でホタテの稚貝放流があると聞けば

「北海道の広さも また魅力のひとつ。」

素材の力を横に広げる 面白さがある」

飛んで行く。札幌から車で2日以上もかかる羅臼など、広い道内を縦横無尽に走って、気になる生産者に飛び込みで会いに行くことも珍しくない。

「せっかく現地に駐在しているので、自分の足で稼ぐ現場主義を信条としています。でも北海道

は想像以上に広い。体はデッカイドーの僕ですが、ほんとうにこの仕事は体力勝負です(笑)。ただ

この広さもまた魅力のひとつなんです。それぞれ別の場所で収穫されて、広い北海道の中で出会うはずのなかった食材をコラボさせて新たな商品を生産デユースすることもできる。素材の力を横に広げる面白さにも目覚めました」

物産展バイヤーという、よい商品や素材を発掘して、店舗を催事に誘致するのが仕事と思われる

るだろう。しかし、北海道の宣伝マン本田さんの仕事はそれだけにとどまらない。よい食材に出会ったら、その食材をよりおいしく、魅力的なものにして人々の口に届けるまでが仕事と考える。そうして新たに商品化されたものも少なくない。2014年10月に開催された松坂屋上野店「秋の大北海道物産展」で初お目見えした「雪みつタルルジャンボホタテバーガー」もそのひとつだ。

「最近牛乳の消費量が減っているそうです。離農する人たちも多く、北海道の酪農家も例外ではありません。北海道には全国1位の生乳生産量を誇る別海町がありますが、ここのミルクは味が濃くてとにかく旨い。その別海のミルクの魅力をなんとかもっと広められなにかと思いました。そこで地元酪農家とホタテの漁師を結びつけて、ご当地バーガーができないかと考えたのです」

北海道産小麦を使った白いパンズに別海町で獲れた2Lサイズの



ホタテ貝柱のフライを豪快に2枚サンド。その熱々のフライにトロリとかかるのが、別海ミルクの乳清（ホエー）からつくられた特製シロップ「雪みつ」を使ったタルタルソースだ。頬張ると、ホタテ貝柱の濃厚な味とほのかな甘みのタルタルソースが絶妙なバランスで絡み合う。まさに海と山の魅力を閉じ込めた北

100年以上の歴史を誇る松坂屋上野店。その風格が店内の隅々に刻まれている。

北海道らしい大型新人だ。

「北海道に赴任する前までは店頭でのマネジメント勤務でしたから、ご来店いただくお客様からさまざまなことを学ばせていただきました。

た。いまは僕のほう

から生産者のもとに出かけて行き、多くを学んでいます。生産者の苦労や想いを知るたびに、たくさんのお客様にこの味を届けたいという気持ちが深まります。そして気づけば、素材発掘から、商品開発、そしてプロデュースと自然に仕事広がっていました」

本田さんの熱いその口調からは、生産者と消費者の間の架け橋になりたいという強い想いが伝わってくる。ブランド豚「千歳駒里金豚^{ちとせくりきんとん}」を使ったベーコンや焼き豚などの加工品を本田さんとともに世に送り出した有限会社農研百姓塾・営業部長の鮭川西一郎さんは、



こう語る。

「本田さんにはほんとうに熱心に足を運んでいただきました。7年前、初めて本田さんが全国の百貨店で開催される物産展への出店を勧めてくださったお陰で、

世界がぐんと広がりました。全国に弊社の商品を心待ちにしてくださるお客様がいるのは、ほんとうに幸せなことです。本田さ

んのおいしいものを追求する姿勢、そして食材への愛情は本物。その強い想いに僕たちも突き動かされて、ここまでくることができまし

自身がプロデュースした「雪みつタルタルジャンボホタテバーガー」を手にニッコリ。

た。あんなに生産者と一体になって考えてくれるバイヤーさんはなかなかいません」
本田さんと物産展に出店している店舗の間には、そのひとつひとつに、これまで紡いできたストーリーがあるのだろう。催事場をうれしそうに歩く本田さんの表情がなによりもの証だ。



机の上ではアイデアは 浮かばない 好奇心がいちばんの 原動力

「僕は物産展は祭りのようなものだと思っています。例えば関西には有名な岸和田のだんじり祭りがありますよね。たった2日間のために、1年もの時間を費やして準備し、エネルギーを爆発させる。物産展も同じです。開催期間は1週間ほどですが、やはりそこに至るまでには膨大な時間が必要。出店業者の皆さんと力を合わせ、ストーリーのある新しい商品づくり



本田さんが物産展の会場を歩けば、店舗のあちこちから親しげな声がかかる。

が重要だと考えています。北海道という場所は、掘り下げようと思えばいくらでも掘り下げられる広さと深さをもっています」

茶目つ氣たつぷりに困ったような表情を浮かべながらも、うれしそうにそう話す本田さん。しかし彼が手掛ける「祭り」は、年に1本ではない。

現在、大丸松坂屋では、上野店、名古屋店、豊田店、京都店、神戸店、大阪店などの全国の店舗で、年2〜3回の北海道物産展を開催している。常に新しい商品の発掘に追われる毎日だろう。苦労はないのだろうか？

大丸松坂屋

大丸心斎橋店

〒542-8501
大阪市中央区心斎橋筋1丁目7番1号
TEL 06-6271-1231
<http://www.daimaru.co.jp/shinsaibashi/>

松坂屋名古屋店

〒460-8430
名古屋市中区栄3丁目16番3号
TEL 052-251-1111
<http://www.matsuzakaya.co.jp/nagoya/>



100年以上の歴史を刻む百貨店



松坂屋の前身は江戸時代初期の1611(慶長16)年、名古屋本町に店を構えた呉服小間物商。1907(明治40)年に呉服店から百貨店へと業務転換を図った。大丸も1717(享保2)年に京都伏見に開業した呉服店を前身とし、大

正の頃には百貨店として業務拡大し全国に展開。ともに長い歴史をもつ大丸と松坂屋は、2007(平成19)年経営統合を発表した。

「ぼくのモットーは、もつとおいしく、もつと楽しくです。休日には、温泉を目当てに、妻と一緒にフラッと出かけます。その途中で、これは！というものに出会うこともしばしば。この前は鹿肉バーガーを2、3軒はしごして食べました。同じ鹿肉バーガーでも、店によっ

て、味が全然違うんです。いい鹿肉って、ホント、サイコーに旨いですよつ!!」
その屈託のない笑顔には、やはり苦労話ではなく、おいしい話がよく似合う。デツカイドーな体を揺らしながら、本田さんは今日も北海道を駆け巡る。



Profile

1969年神戸市生まれ。関西学院大学法学部卒業後、1992年、株式会社大丸に入社。大丸神戸店、大丸須磨店の食品部勤務を経て、2003年から催事運営部バイヤーとして札幌に駐在。

Daisuke Honda



バイヤー本田大助さんオススメ 北の海と大地が育んだ 北海道グルメが集結

日夜、おいしいものを求め道内を奔走する本田さん。
そんな本田さんが発見した北海道グルメの一部をご紹介します!

※写真は、2014年10月に松坂屋上野店で開催されたときのものです。



物産展のなかでも、多くの
人が目当てに集まる北海道
の毛ガニ。函館朝市から直
送された鮮度が自慢だ。



ブランド豚「千歳駒里
金豚」のペーコン。



夕張産の甘みたっぷりのか
ぼちゃがまるごとスイーツに!
素材本来の旨味が生きた
絶妙な味わい。



二人三脚で新製品を生み
出してきた本田さんと農研
百姓塾の鮭川さん(左)。
つつい話が弾む。



合成着色料を一切使用し
ていない釧路産明太子。



函館のA5ふらの和牛
を使ったジューシーな
ステーキ弁当。



2015年は年明け早々、松坂
屋名古屋店を皮切りに、松坂屋
豊田店、大丸京都店、大丸神戸店
などでも、北海道物産展が続々と
開催される予定。スイーツから海
の幸、山の幸、老舗からニューフェイ
スまで、選りすぐりの北の大地の
恵みが海を越えて集結する。

百貨店における北海道物産展
は、多くのお客様の期待が寄せら
れるキラコンテンツだ。店舗によ
つてその規模の違いはあるが、開催
期間1週間で数億を売り上げる
こともある。2014年秋に開催
された松坂屋上野店の大北海道
物産展に出店されたのは50店舗
以上。そのなかで、初出店は4店
舗にのぼる。