

平成27年11月5日  
日本百貨店協会

## 電子書籍『ヒト・コト・モノ語り(第8部)』の配信について

当協会の広報委員会(委員長:木本 茂(株)高島屋社長)で作成しました電子書籍『ヒト・コト・モノ語り』の第8部(*Episode 8*)を配信(無料配布)しましたことをお知らせします。

『ヒト・コト・モノ語り』は、百貨店のおもてなしを支えるプロフェッショナルを紹介することで、業態の魅力をご理解いただくことを目的としており、昨年9月より不定期(約2か月間隔)で配信しております。

第8部(*Episode 8*)は、藤崎の 小崎佑介さん～震災を乗り越えて、東北の復興に励むバイヤー～をご紹介しました。

本誌を通じて、数値では表せない百貨店業態の魅力をご確認いただけますと幸いです。

『ヒト・コト・モノ語り』は、Google Books および  
Apple の Newsstand(ビジネス/投資)にて検索して下さい。

※ お問い合わせは、日本百貨店協会 広報担当(佐藤、森、西田)まで

TEL 03-3272-1666

FREE

百貨店のおもてなしを支えるプロフェッショナルたち

日本百貨店協会

# 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 8

藤崎

小崎佑介さん

～震災を乗り越えて、東北の  
復興に励むバイヤー～



## 「東北に初めて紹介する商品は、藤崎からでありたい」

創業196年目を迎える仙台の老舗百貨店「藤崎」。ここには入社時の面接で、地元名物“牛タン愛”を熱く語り、周囲を驚かせたという「食」にめっぽう目のないひとりの若きバイヤーがいる。あの3.11の大震災後、東北の復興への熱い想いを胸に、奔走するその姿を紹介する。

佑介さん。胸を張って自らを「オール宮城」と呼ぶ。そんな地元つ子の小崎さんは、食品部の菓子・名産品部門を率いる敏腕バイヤー。入社して5年たった2008年に、物産展の担当を命じられた。

「藤崎では年間12～13本の物産展を開催しています。最低月に1本は手がけている計算です。北は北海道、南は沖縄まで、地元のテレビ局とコラボした企画や、オリジナル商品の開発に日夜頭を悩ませてきました。地元宮城のお客様からの『こんな新しいモノをもつてきてくれたのね』という声を聞くと苦労も吹き飛びます」

「物産展の準備で全国各地に出張していましたが、最後には必ず地元百貨店に寄り、その地域の伝統野菜や地魚、ご当地調味料などを買ってくるんです。沖縄から真っ青な魚をもつてきたり、京都から九条ネギを背負ってきたり（笑）。珍しい食材、新しい食材を見るとワクワクするんですよ」

佑介さんは、家庭をもつてからも、自分の食べるものは全て自分で料理するといふ。小崎さん。仙台藩初代藩主伊達政宗公も「少しも料理心のなきはつたなき心なり」と言ったほど、の食通だったと伝わるが、小崎さんもまた、その精神を継ぐ徹底した

### 生れも育ちも仙台・宮城 「オール宮城」の心意気

JR仙台駅西口から青葉城址へと続く青葉通。ケヤキ並木が続く美しいメインストリートである。この青葉通の一角に建つのが、今年で創業196年目を迎えた仙台最古の百貨店「藤崎」だ。

「『藤崎さん』と親しみを込めて呼んでくださるお客様が多いんです」

そう語るのは、生まれも育ちも宮城という食品部のバイヤー小崎さん。



「宮城は美味しいものがたくさん!」と語る小崎さん。

**種を撒き、  
じっくり待つ時間が  
美しい花を育てる**

その食に対する熱い想いこそが、物産展に出店困難といわれていた名店を次々に口説き落してきた

佑介さん。胸を張って自らを「オール宮城」と呼ぶ。そんな地元つ子の小崎さんは、食品部の菓子・名産品部門を率いる敏腕バイヤー。入社して5年たった2008年に、物産展の担当を命じられた。

「物産展の準備で全国各地に出張していましたが、最後には必ず地

元百貨店に寄り、その地域の伝統野菜や地魚、ご当地調味料などを買ってくるんです。沖縄から真っ青な魚をもつてきたり、京都から九条ネギを背負ってきたり（笑）。珍しい食材、新しい食材を見るとワクワクするんですよ」

珍しい食材、新しい食材に出会うと  
ワクワクがとまりません



実績を支えている。

「岩手県に小岩井農場という牧場があります。ここは、子どもの頃、夏休みに遊びに行つたわたしの思い出の場所。でも、これまで全国どこの物産展にも出店されていない出たんです。地元の物産協会に相談したところ、無理じゃないかと……。でも、無理は承知で、現地に飛びました」



「自分と同じように、宮城のお客様にとっては、小岩井農場は親しみのある場所。隣県ではありますが、地元という感覚です。物産展といふと1回だけの打ち上げ花火のようにイメージされがちですが、小岩井さんならばその商品を口にすれば、きっと子どもの頃の思い出がよみがえるお客様も多いはず。そしたら、よしつ、次の休みに自分の子どもも連れていこう! といふ

風につながるんじゃないかと考えました」

目先の売り上げにとらわれない自由な発想は、担当者の心を動かし、藤崎での初出店が叶った。

「物産展の出店をお願いにあがるときには、『ここは大丈夫かな』『ちょっと無理かも』『絶対無理だろ』などと3段階くらい設定しつつ、すべて気になつたメーカーさんにお声がけします。すぐに可能にならなくともいいんです。もしかしたら、次の物産展のときにはタイミングが合うかもしれない、次は無理でもその

次は可能性があるかもしれません。食を扱う仕事は、旬や流行などに敏感になるスピード感覚が必須ですが、時として種を撒き、水をあげながら見守る時間もまた、大輪の花や実りにとって必要なことだと思つうんです。なーんて、カッコいいことをついていますが、毎回大行列を期待されるのでプレッシャーも結構ありますけれどね(笑)」

その情熱をこまかすように、はにかむ小崎さんだが、誠実に、正直に、一粒一粒、小さな種を撒き続いているのだろう。

## 震災を経て 実感した東北6県 への共通意識

好きな食を扱う部署で、順調にキャリアを積んできた小崎さん。

ワインの棚にしがみついていた年事ではないと思いました」と倒れて落ちてきて。これはただ

配の女性客を、咄嗟に抱きかかえ、棚から引き離した。

2009年には史学科出身で学芸員資格も持つその能力を買われて、藤崎創業190年記念の一大イベントの企画も任せられた。翌年には、百貨店という既存の箱を飛

び出して、アーケードに店舗を構

える「地産地消市場」を担当。日ごろは顔を合わすことの少ない生産者と消費者をつなぐ架け橋となりました」と語る。

しかし、2011年3月11日、東北地方を中心に未曾有の被害をもたらしたあの東日本大震災が起つた日――。小崎さんは、配属されたばかりのグロサリー和洋酒売場の地下1階の売り場にいた。

「地下でも相当揺れました。お酒の棚は全てロックがついているのですが、それでもガツシャン、ガツシャンと倒れて落ちてきて。これはただ「もう一生ないと思います。腰がぬけて動けないお客様をひきずるような形で安全な場所にうつすなんて……。でも必死でした」

ライフラインもすべて寸断され

るなか、藤崎では翌日から外のアーケードにありつけた食品を100円均一で並べた。

「メロンでもなんでも100円。ほとんどお配りする形で食糧をご提供しました。ものすごい行列となりましたが、どのお客様も不平不満はひと言もおつしやらず、整然と並んでくださいました」

地震発生後は、安全確保などの基本的な方針を伝えると、誰が指揮をしたわけでもなく、社員全員がいまできることを自らの頭で考え、爾々と実行したという。社員のなかには、身内が津波の被害にあつたり、着の身着のままという者もいた。

「不精ひげのまま、店に立つなんて初めてのことでした。誰がお客様で誰が店員かも分からぬ状況。でも、あのとき、みんな感じたと思います。自分たちが思つていた以上に、会社に対する愛着が強い」と、そして地域の方々がいかに藤崎を頼りにしてくださつてゐるかといふことを――」

震災当時のことと語るとき、明朗だった小崎さんの口調はやや重くなる。「大変なんて考える暇もなく、必死でした」と話すが、日本の観測史上最大のマグニチュード9.0という大地震を経験した恐怖や不安感は計り知れない。しかし、それを振り払うかのように、彼はこうも言う。

「震災後、確実に変わつたものがあります。それは、東北6県へ抱く共通の地元意識です」

入社当時から小崎さんを知る人事部担当部長の源宏美さんもこう語る。

「藤崎の企業理念に、地域貢献を社会的使命とした地域発展主義があります。とくに震災以降はこの考えがとても強くインプレットされました。仙台だけでなく、東北全体とともに戦つていかなくてはならない、という想いです。わたしたちは、大きなダメージを受けましたが、逆にそこから這い上がる特別大きなパワーもまた手に入れた気がします。とくに小崎さんはそれ

も重ねた自慢のお菓子Gottō（ゴット）は、てんさい糖の上品な甘さと大量生産できない希少性で



「小野寺社長とはつい何時間も話し込んでしまいます」と小崎さん。パルポーのケーキも大好物だ。

## 地元企業と結ばれた 揺るぎない信頼

「今後は、後輩にも現場でぼくが学んできたことを伝えたい」と、後進の指導にも積極的だ。



職人たちの手仕事にこだわつて焼き菓子を製造してきました」と語るのは、パルポーの代表取締役社長小野寺恵喜さん。スポンジ生地、サブレ生地、パイ生地を何層にも重ねた自慢のお菓子Gottō（ゴット）は、てんさい糖の上品な甘さと大量生産できない希少性で

発売以来、地元の人々に愛されている。Gottōを購入できるのは、気仙沼の3店舗と、仙台の藤崎のみ。すべて手作業のため、1日600枚作るのが限界だ。

2ヵ月が経とうとしていました」「藤崎さんは『スペースを空けていつまでも待っています』と言つてくれました」と、小野寺社長は藤崎からの撤退勧告も覚悟した。しかし――。

「藤崎さんは『スペースを空けていつまでも待つたんです。その言葉は忘れることができません』」

この言葉に背中を押されたように、震災から81日がたった6月1日、藤崎のパルポーのショーケースに久しぶりにGottōが並んだ。

「1日目はアツと言つたんを売り切れ。お客様こそがその日を待つていらしたんですね」と、小崎さんです」と、小崎さん。

そんな言葉を受けて、小野寺社長はさらに続ける。「待つていてくださるお客様を育ててくれるのも百貨店なんですよ。藤崎さんはほんとうに地元企業を大切にしている。だからこそ、藤崎さんからのお願いは、なんでもやろう――という気になれるんです。でも、小崎さん

小崎さんが尊敬する株式会社パルポーの小野寺社長。震災後には、5歳の誕生日を迎えた子どもたちに無料でバースデーケーキをプレゼントするなど、気仙沼復興のために東奔西走している。

かなかいませんよ。かなりの無理難題が多いんです、これがまた(笑)」

茶目っ氣たっぷりにそう言つて笑う小野寺社長の表情は、どこまで

も嬉しそうだ。

「はい、わたしは『ムチャぶりの小嶋』って言わていますから(笑)。パルポーさんには、2015年お中元のオリジナル商品企画の際にも、だいぶ無理をお願いしました」

視線を交わしながら、笑い合う

二人の間には、同志のような搖るぎない信頼感があった。

気仙沼から仙台へ戻ると、青葉

通のケヤキが緑の葉を広げて迎えてくれた。春になると驚くほど可愛な花をつけるケヤキの花言葉は「幸運」「長寿」。あの悲しい震災を経てもまた、翌春には花を咲かせるケヤキが、綿々と地元の人々とともに歩んできた藤崎の過去、そして未来に重なった。

## 株式会社藤崎



営業時間: 10:00-19:00

〒980-8652 宮城県仙台市青葉区一番町3-2-17

TEL 022-261-5111(代表)

<http://www.fujisaki.co.jp/>



1819年(文政2年)、近江商人をルーツにもつ藤崎三郎助が「得

可壽屋(えびすや)」の屋号で呉服店を創業したのが始まり。以降、196年間、地元密着型の百貨店として親しまれている。屋上には、兵庫県の西宮神社から勧請したえびす様を祀る神社がある。



## Profile

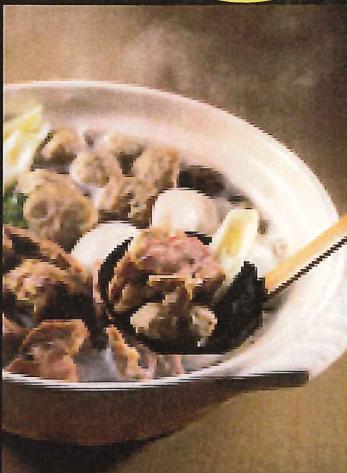
1981年、宮城県・仙台市出身。  
東北学院大学文学部史学科卒業。2003年株式会社藤崎入社、  
婦人服部に配属。2008年からは  
販売促進部販売促進担当として、  
物産展などの企画を担当。  
2010年、食品部に配属後、2011  
年からバイヤーとして活躍中。



東北の  
美味しいもの  
を全国へ

## バイヤー小崎さんが企画した 藤崎のオリジナル商品

最低半年から1年という時間をかけて、じっくりと企画される藤崎発  
オリジナル商品は、メーカーと二人三脚で作り上げる“逸品入魂”的味。



2015年お歳暮

### 利久 牛たん鍋セット

焼いて食べる牛たんの常識を覆す牛たん鍋は、ギフトの大きなテーマでもある一家団欒から生まれたアイデア。2013年の初登場以来、好評を博している人気商品を、さらに特製味噌、宮城県産の小麦・ゆきちからを使った特製麺をつけてバージョンアップ。



2015年お歳暮

### 西明寺栗×浦霞禪

パウンドケーキ・渋皮煮詰め合わせ。赤ちゃんのこぶし大ほどの日本一大きな秋田の栗「西明寺栗」と宮城の銘酒「浦霞禪」を使った限定ギフト。「浦霞禪」は歳元にとって、そして宮城県民にとって特別なお酒。隠し味に使うことなど許されないお酒だが、小崎さんが歳元に直談判して実現。



2015年お歳暮

### ニッカウヰスキー伊達&森ブレンダー厳選の逸品セット

ニッカウヰスキー宮城峡蒸留所で作られる宮城限定の地ウイスキー「伊達」。そのブレンドを行ったブレンダーの森氏と小崎さんで数十種類の食材とのティスティングを行い、ベストの組合せのギフトを提案。



2015年お中元

### 旬海堂粕仕込み 宮城県産魚介使用旬海漬

大ぶりにカットされた「銀鮭」、「金華サバ」、刺身で食べられるほど新鮮な「帆立貝柱」を米どころ宮城で仕込まれた地酒の吟醸粕で漬け込んだ旬海漬。宮城で水揚げされた魚介を宮城の店が漬け込んだオール宮城の逸品。



2015年お中元

### パルポー フルーツスイートゴット

気仙沼の老舗洋菓子店パルポーが誇る人気商品Gottoを夏仕様に仕上げた。「美味しいお菓子は心があればできる」と言うパルポーの小野寺社長と小崎さんの名タッグによって生み出された爽やかな逸品だ。



惚れ込んだ地元の味を守りながらも、お客様が驚くような新商品を発信すべく、今日も藤崎のバイヤーたちは東北を駆ける。

想像以上の大きな反響を呼んだ。

海と空をイメージしたスカイブルーの箱に詰められたレモン、オレンジ、ブルーベリー、ミックスベリー味の爽やかなこの新生Gottoは想像以上の大きな反響を呼んだ。

## オリジナル商品に託された想い

藤崎では、震災以降とくに、東北の特産物を使ったオリジナル商品の開発に力を注いでいる。

たとえば、パルポーのGotto。

冬のイメージが強いが、ダントン

ドードである夏の商品として挑戦できないかと、小崎さんは考えた。通常、老舗の看板商品に、手を入れるのは多くのメーカーが躊躇する。しかし、小野寺社長は、小崎さんの「挑戦」を正面から受けてくれた。そして2015年のお中元用として生まれたのが、「フルーツスイートゴット」だった。気仙沼の