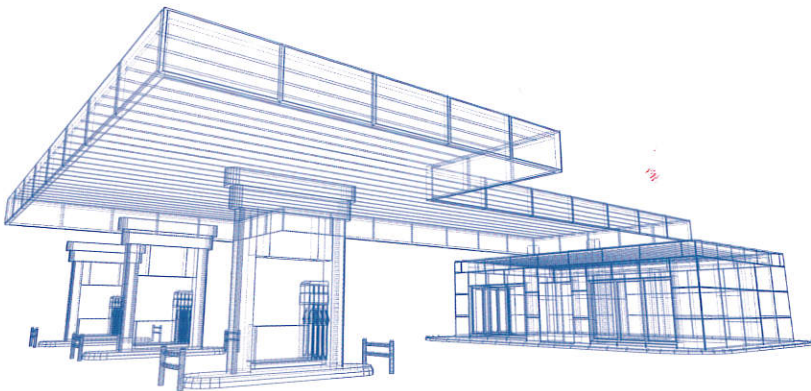


SS MAGAZINE

ガパン・スタンド

本当に必要な情報は
届けられていたのか

 gogo.gs



5月号

情報発信の手段が増え、情報があふれる今、伝えたい情報だけを届けることは、より難しくなっていく。
誰もが必要とする情報を取捨選択していく時代に、伝えたい情報を届けるためには、必要とされる情報を
継続して発信していくしかない。

gogo.gs は、本当に必要とされている情報の発信を、模索し取り組み続けている。

これから、このプラットフォームを使い、必要とされる情報・伝えたい情報を一緒に届けていきませんか。

田園に囲まれた地元のSS事業者が、遊休地を活用してハーベキューなどを楽しめるグランピング施設を開業した…。

奥様の奈緒さん

NTFコーポレーション
(出光系＝兵庫朝来市)

だが、彼らの理念に裏打ちされた強力な推進力は、そんな通り一遍の説明では伝わらないだろう。なにせ、密々を避けるどころか、このお店よりも「濃密な心の『ミニミニティ』を生み出している」だから。

藤本剛社長

観光型農園リゾート

新たな目的地を創り出した 地元SSの味わい深い、挑戦

機動力のある 油外販売に着手

藤本社長は、自分の店の前を通り過ぎる県外ナンバーの車両を見るたびに、心寂しい気持ちに駆られた。

生まれ育ったこの地域が観光資源に乏しいことは分かっていたが、「ちょっと店内を覗き見がてらトイレでも借りようか」と思えるような施設が一つもなかったからだ。そもそも誰の目的地にもなり得ないのが、ガソリンスタンド業態の特性。改めて通過点に過ぎない現実を目の当たりにし、余計に寂しさが募った……。

今回の物語の主人公は、昭和30年代から生活燃料の供給に携わってきた藤本石油（出光系＝兵庫朝来市）のグループ会社の一つ、NTFコーポレーションの社長・藤本剛氏だ。続柄としては創業者の孫に当たる。

藤本社長は大卒後、元売販社

のSSで子息研修を行い、家業に戻って現場を手伝う傍ら、新会社の設立に着手。翌年の平成17年、25歳の時にNTFコーポレーションを立ち上げた（直営店舗は山東カーケアステーションの1カ所）。

もともと大学在学中から、大手特約店でアルバイトをしていたという藤本社長。持ち前の人懐っこさとコミュニケーション能力でお客様との信頼関係を築き、研修先でも優れた販売実績を上げていた。

そして、満を持しての家業入り。得意のカーケア販売に磨きをかけるべく、車販売にも注力し始めたが、やはり土台無理な話。研修先とは明らかにパイ（集客力）が違った。安定的な収益を得るには程遠く、今後さらに需要が先細ることを考えると、車関連以外の「何か」を収益源にしたいと思うようになった。

ふと、脳裏を過つたのは、自分たちの店の前を加速していく県

外ナンバーの車両群。彼らの気を引くにはどうすればよいか。何か目立つ施策はないか。いつそのこと、機動力のある「油外」なんて面白いかもしれない…。

そんな発想からキッチンカーの導入を思いつく。車両はオークション会場から200万円で購入したが、これには中古車販売に取り組んできた経験が生きた。

味わい深い 珈琲の世界に魅了

キッチンカーという新たな「油外」活動には、最強のパートナーがついた。藤本社長の奥様・奈緒さんである。それまで飲食店で働いた経験も興味もなかったが、藤本社長と一緒にいろいろな店舗を見学しているうちに「いずれ私もやることになるんだろな…」（奈緒さん）と覚悟を決めたそう。

余談ながら、藤本社長がNTFコーポレーションを設立したの

は、奥様と結婚してすぐのこと。もともと気心の知れた同級生同士。新会社設立に際しても、もろ手を上げることなく、需要減少時代に立ち向かっていく決意を2人で固めている。

ちなみに、社名のNTFは「ナショナル・タフ・ヒューチャー」



カフェ「ナッツ」は地元の新たなコミュニティ機能を担っている

の頭文字だそうだが、奥様の名前（奈緒さん）のNと藤本社長（剛）のT、そして苗字のFを意識したともいう。なんとも素敵なコーポレートアイデンティティなのだ。

閑話休題。さて、そんなキッチンカーで一番の売り（目玉）にしたのが、食べ物ではなく、本格珈琲の販売だった。面白いのは、藤本社長はコーヒー好きどころか、むしろ成分が身体に合わず胃を壊してしまつたため、これまでコーヒーは避けていたということだ。

ではなぜ、そんなコーヒーを売りにしたかというヒト、実は胃の弱い藤本社長でさえ「健康的に美味しく飲める珈琲があることを知って、珈琲の味わい以上に深い世界にハマってしまったから」（藤本社長）だという。

コーヒーが本当に苦手

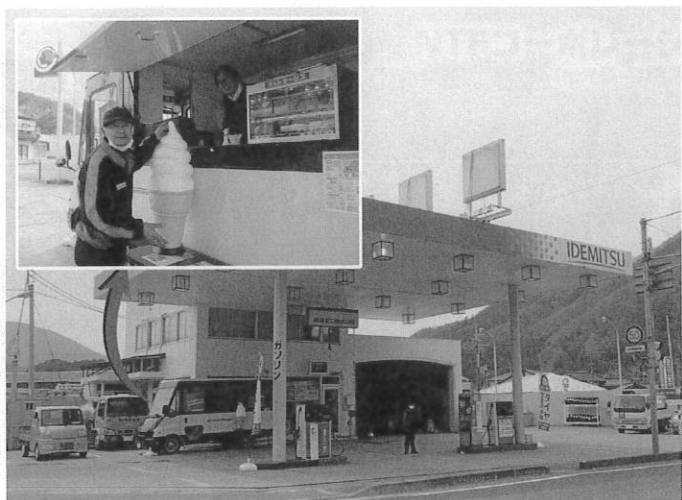
遊休資産を生かして カフェを開業

藤本社長は珈琲の豆からこだわった。それも生豆から仕入れ、自分たちで焙煎することから始

めた。というのも生豆の状態から鮮度が落ちる（酸化する）ため、胃を痛めない珈琲をつくるには、どうしても適切な温度管理と時間管理が欠かせなかったからだ。実は焙煎も奥が深い。生豆の焼き加減によって味わいが変わるという。当然ながら生豆の生産国や豆の品質によっても、風味が変わってくる。藤本社長は品質の高い生豆の輸入にこだわったが、各国のコーヒー豆を最高の状態で提供するだけでなく、自分たちだけのオリジナルブレンドも作り上げた。

しかも、珈琲の本当の奥深さはここからである。珈琲を飲むには焙煎豆を粉にしなければならぬが、その挽き方も粗挽き（極細挽きまで何種類もあり、それぞれの挽き方（挽き目というらしい）によって味わいが変わってくるそう。

しかも彼らはそれをメニューごとに使い分けており、さらにお湯を注ぐ（抽出というらしい）



速度やお湯の温度によっても味の調整が効くため、それぞれに適した淹れ方にこだわっている。

藤本社長のお店では、一杯に3分くらいかけて丁寧にハンドドリップしているが、エスプレッソの場合は、カフェラテなどのアレンジコーヒーの原液となるため、空気の圧力の強さが味を左右するらしい。そのため藤本社長は

迷わず、超高気圧で30秒抽出できる本格的なエスプレッソマシン（ラ・マルゾッコ社製）を導入した。聞けばその価格、ちよつとしたセダンの新車1台分。思わずのけぞってしまったが「わざわざ都市部にまで足を運ばなくても、ここ地元で本格的な味わいを楽しめるとなれば安いものです」（藤本社長）と話す。

まさに、芸術の域とも言える珈琲へのこだわり。興味のある方はぜひ「月刊ガソリンスタンドで見た」と言っ、お店に足を運んでください。藤本社長が実物の豆を前に丁寧に教えてくれます。

さて、先ほどから紹介しているコーヒーの話だが、実は途中でキッチンカーから常設店舗（その後、開業したカフェ）の内容も含まれているので、ここで一旦整理しよう。

当初、キッチンカーを導入した藤本社長は、メインの本格珈琲とちよつとした軽食販売を中心に、奥様と2人でグループ会社のSS（イベント時など）を巡っていた。その後、地元祭りの実行委員の方からお誘いがあり、地域のイベント事にも出店するようになった。そんな生活が2年ほど続いた。

そして彼らが次のステップとして取り組んだのが、常設店舗であるカフェの開業だった。これにはキッチンカーで手応えを感じたことや、今後SSだけでは客数が先細りしてしまう恐れがあったことが関係しているが、一方で身の回りに活用しきれない資産が溢れていたことも、彼らの選択を後押しした。

とくに、父親である会長の個人資産で、以前他の会社で事務所として貸していた店舗（直営SSの並び150mほどの距離）が空き家になっており、水回りやトイレがそのまま流用できた

新鮮な味わいと ともに広がるアイデア

のは大きかった。内装は法人のお客様さんが格安で請け負ってくれた。藤本社長も工事を手伝った。そのため出店費用は相場の半分以下で済んだ。

カフェの店舗は常夏の海岸沿いをイメージした。店名は、親しみやすい響きを込めて『ナッツ』に決定。およそ冬場70cmもの積雪量を記録する地域には似つかわしくない雰囲気だが、それが却って地元の若者たちの注目を引き、一人また一人と利用客を増やしていった。

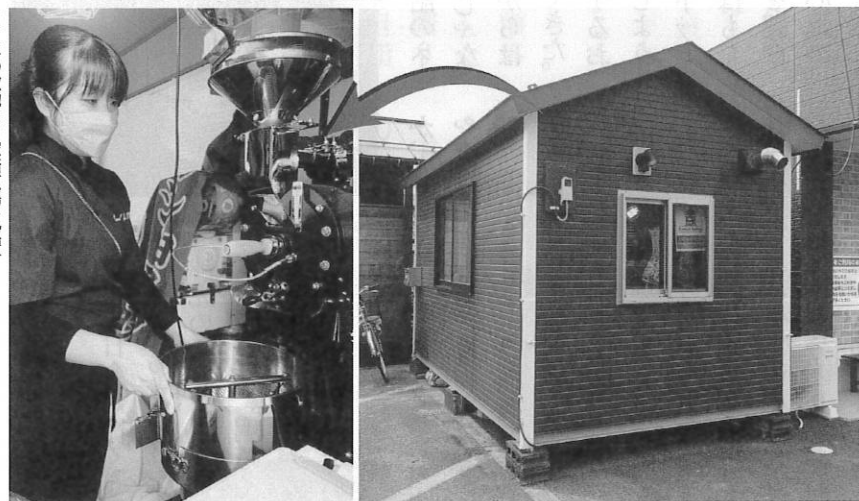
その後、ランチの提供や弁当販売にも乗り出す。ここでの売りは、唐揚げだ。それも地元の但馬鳥を仕入れて自家製のタレに漬け込み、その場でサクッとジューシーに揚げることにこだわった。

この辺の試行錯誤については、

今や奥様の奈緒さんもお手のもの。とくにスパイスの味や香りにこだわりの、但馬鳥に合うオリジナルスパイスを調合する一方、これならカレーにも応用できると考え、風味豊かなカレーの味付けに取り入れた。

一度、凝り出すとアイデアが止まらないのが藤本社長の性分だ。スパイスの効いたオリジナルカレーをさらに、味わい深くするために、自分たちだけの野菜カレーを考案した。実は会長は農地も保有しており、母が自分たちの食卓に並べる程度の家庭菜園をしていたのだが、それを本格的に拡大して、カフェ『ナッツ』の食材に活用しようと考えたのだ。

例えば、新鮮な朝採れ野菜はカレーの具としてはもちろん、サラダやスープにも利用できる。



カフェの敷地に自家焙煎場を設置

また、夏の野菜や果物だけでなく、秋になれば玉葱やサツマイモも収穫できる。さらに細々と稲作していた田んぼも所有しており、今後は地産地消の料理はもちろん、稲作体験やサツマイモ

もともとアウトドア好きだったという藤本社長だが、彼の頭の中で広がる空想の数々が、明るい未来と可能性を期待させた。自分たちが目指している最終形は、こういう旅の新しい目的地を創り出すことだと、再認識するに至った。

ほんの数年前までは、店の前を通り過ぎる県外ナンバーを見て、寂しく感じていた藤本社長だったが、もはや違う。どうすれば自分たちの魅力を広く伝えることができるか。思考のサイクルが能動的に加速し始めた。

地元コミュニティ機能 の復権

まさに、バイタリティーに溢れている藤本社長。だが、すべての推

進力はコーヒーへのこだわりから発しているような気がする。何もかもゼロからのスタートだったと振り返る彼だが、取材中こう話してくれたのが印象的だった。

「ある意味、無知ほど強いものはないかもしれません(笑)。おそらく焙煎の方法ひとつ、プロの方々から見ればツツコミどころ満載だったでしょう。でも、私たちに下手に邪魔する知識がなかったたので、いろいろとチャレンジすることができた。もちろん失敗の連続でしたが、それがまた次の試行錯誤へとつながり、結果としてオリジナルブレンドの誕生を後押ししてくれたんです」と嬉しそう語る。そして感慨深い面持ちで、こう教えてくれた。

「嗜好品である珈琲は、味の好みも人それぞれ。だからこの世界は『正解がない』のではなく『すべてが正解』なんですよね。自分なりの正解を追い求める過程こそ、本当の味わい。だからこそ世界で一つのストーリーで



あり、たとえ失敗しても話のネタにして笑い飛ばせばいいじゃないか。藤本社長の言葉からはそんなメッセージが伝わってきた。

おそらくカフェを利用するお客様も、取材者の私と同じように感じていることだろう。ナッツ珈琲や唐揚げの美味しさはもちろんだが、またすぐに足を運びたくなるのは、そんな居心地の良さを求めているからかもしれない。

実際、カフェ『ナッツ』には一人であつたと訪れる若者客が多いそう。それも顧客同士で新たなコミュニティをつくるようになり、趣味の話に花を咲かせた

り、映画サークルを形成したり。時に、仲間内の誕生日会が開かれることもあるという。

地元の若者たちも、今までこんなに明るく集えるような場所がなかったと、大変喜んでいそう。そればかりか、お客様個人のコレクション品や製作物がお店に寄贈され、飾られているのもまた、仲間の輪が広がるきっかけになっている。

藤本社長もお客と談笑中に、部屋でゲームばかりしていると聞けば、新鮮な野菜を収穫してみない?と収穫体験に誘ったり、仕事やプライベートの相談に乗るなど、良き兄貴分として慕われている。そんな関係性が高じてSSでアルバイトを始めることになった人や、あるいはコーヒーを飲みがてら車の買い替え話になり、新車リースを契約する人も現れた。

単純に、油外としてのカフェ

運営ではない。これは紛れもなく、古き良き時代に地元SSがなし得てきたコミュニティ機能の復権。そして、これこそが藤本社長の目指すカフェの在り方なのである。

体験を軸にした 観光型農園リゾート

このようにコーヒーへのこだわりが紡いだ地域との関係性が、藤本社長の大きな自信となり、「新たな目的地を創り出す」という、かつてない挑戦へと繋がっていった。

なせ、自分たちには生まれ育った地元という、風光明媚な心の経営資源がある…。

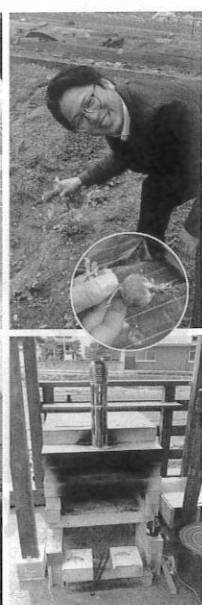
そんな思いが結実したのが、2021年11月にカフェ『ナッツ』の隣に設置した、グランピングの隣に設置した。グランピングの利用は、①ウッドデッキ上に設置したドーム型テントと、②屋内に建てられたポールテントタイプ

の2種類ある。

いずれも若者ウケしそうなお洒落な外観が特徴だが、そこは藤本社長のこと。畑の作物の収穫や朝採れ野菜の調理など、都会では味わえない体験をはじめ、メインのバーベキューには但馬牛ステーキや但馬鳥グリルも楽しめるなど、地元の魅力を感じつつ満喫できる内容だ。

まさに他では真似できないことだけの思いづくり。これまで単なる通過点に過ぎなかった彼らだが、ついに最終目的地になり得た瞬間だった。

藤本社長の言葉に思わず小膝を打つ。「ひと口に知識や経験と言っても、知っている」といったことがある。では雲泥の差。私はここに、ゼロイチ以上の大きな差があると思っているんです。」



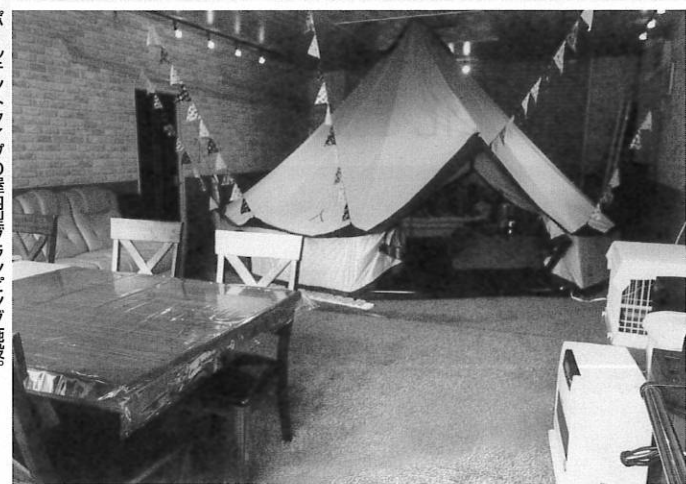
将来的に顧客体験を軸にした『観光型農園リゾート』を目指すという藤本社長だが、自分たちならではの経営資源(目と鼻の先に広がる畑)を掛け合わせることで、大手には真似できない



ドーム型テントのグランピング場。ここでは目の前に広がる畑が芳醇な海採れたて野菜を食材にビュッフェも焼ける。

『観光型農園リゾート』を目指すという藤本社長だが、自分たちならではの経営資源(目と鼻の先に広がる畑)を掛け合わせることで、大手には真似できない

存在感を生み出している。まさにそれこそが、彼らが果たした唯一無二のイノベーションなのだ。「今後クルマの動力源が電気になっても、EVに乗ってグランピングを楽しんでもらえたら嬉しい。県内外から人が集まるようになれば、畑の仕事も増えるだろうし、もしかしたら新たな雇用も生まれ、地元で還元できるかもしれない。将来、どんな時代が来るかは分かりませんが、どのような時代であっても、お客様の楽しい喜びに寄り添っていく所存です」(藤本社長)



ポールテントタイプの屋内型グランピング施設。天候に左右されないで予約もびっしりだとか