昭和39年7月13日第三種郵便物認可　農経新聞　（毎週月曜日発行・購読料年25,142円＝前納）　第2779号

スーパーマーケット・トレードショー

市場の強み 活かして支援

売場提案、惣菜キットなど

流通業界に最新情報を発信する商談展示会「スーパーマーケット・トレードショー」（主催＝全国スーパーマーケット協会）が、千葉県・幕張メッセで3日間にわたり開催された。1690者が出展し、中には青果の卸売市場関係企業も見られた。スーパーでは人手不足に加え、コロナ下で試食販売やイベントがままならない状況にある。展示会では強みとする調達力を活かしながら、こうした課題を支援する商品、サービスなどを紹介した。

SDGsで商品提案

マルマサフード

仲卸の金正青果（大阪市中央市場東部市場）を擁するカネマサ流通グループ。同グループの一員で、青果卸、カット加工・販売などを行うマルマサフード（金澤向志社長、大阪市東住吉区）は、SDGsの視点から、グループの機能を活かした商品提案や売場提案を行った。

ブース前面では、食物残さを土壌改良剤として利用する「循環型農業」の野菜、CO2排出がない植物工場で栽培する「ゼロカーボンレタス」など環境に配慮した野菜や、規格外品を展示。規格外品は、曲がりや傷のあるナスを「着飾らなす」と名付け、その理由をPOPで説明するなど販売方法を提案し、来場者の関心を集めた。

一方、カット野菜・果物は家庭での食品ロス削減につながるといい、飽きずに継続購入できる商品を無人小売システムと共に紹介。消費者が好みのサラダをつくることができるトッピング商品などを提案した。さらに、「サラダ缶」が購入できる自動販売機も展示。まだ企画段階だが、同社では「店頭だけでなく、タワーマンションのロビーなどに置いても良いのでは」と見る。

このほか、カット加工の過程で排出される皮や芯から抽出した「野菜だし」を利用するスープ加工品、規格外品を活用した業務用冷凍カットフルーツなども紹介した。

ブース前面で環境に配慮して栽培された野菜などを展示

生産〜加工 一気通貫で

倉敷青果

クラカグループで民営地方卸売市場の倉敷青果（冨本尚作社長、岡山県倉敷市）は、小売用の袋サラダ、調理用袋野菜、カップサラダ、薬味、惣菜売場向けのキットなどを紹介。グループで農業生産からカット加工まで一気通貫でできる機能をアピールした。中でもカット工場は西日本最大級の規模（総面積5833平方㍍）で、1日当たり処理量45㌧、年中無休・24時間の生産体制を敷く。

コロナ下で健康志向が高まる中、小売用ではカットしたキャベツ、タマネギ、ニンジン、コマツナをセットした「野菜炒めセット」など、用途を訴求した調理用袋野菜の売行きが良いという。また、薬味に使用する青ネギは、グループの農地所有適格法人「クラカアグリ」が栽培。昨年から低温管理が可能な「青ネギ集出荷貯蔵施設」が稼働し、品質がさらに向上した。

一方、近年は惣菜売場のバックヤードの人手不足でキットの需要が増加。レタス、ロメインレタス、トレビスをセットした「新洋風野菜ミックス」、タマネギ、ニンジン、セロリの「ダイスミックス」などを展示し、さまざまな野菜をニーズに合わせたカットサイズで加工できる点も強調した。

袋サラダから惣菜用のキットまで豊富なラインアップを展示

内・中・外食 対応強み

フルックスグループ

青果流通事業、惣菜事業、青果加工事業を手掛けるフルックスグループ（黒田久一代表、本部＝奈良県大和郡山市）は仲卸を祖業とする。展示会では仲卸のフルックス（奈良県中央卸売市場）が調達した同県産野菜をはじめ、チルド惣菜キット、天ぷら・かき揚げ材料、チルド・冷凍おせちなどを展示。内食、中食、外食へと幅広く対応できる点をアピールした。

近年は惣菜売場の人手不足でミールキットの需要が高まっているといい、中華惣菜や野菜を器に使用したグリル惣菜、米飯惣菜、スナック惣菜などを揃えた。このうちスナックの「ナポリタンキット」などでは、カット済みの材料を紙製トレイに入れた「焼成ボックス」で提供。「トレイの中で食材を混合わせる」などの作業ができることから、洗い物などの作業軽減につながるという。

チルドの天ぷら材料は、季節の品目を含めた野菜をカットして提供。かき揚げ材料は食材がカット済みで、混合わせて揚げるだけ。冷凍天ぷら・かき揚げは野菜が新鮮なうちにカット、プリフライしたもの。野菜のうまみが感じられるように揚げ衣の粉の配合に配慮した。

グループでは3つの加工場を展開し、加熱調理は本社工場（奈良県）、カットは東海工場（愛知県）および馬司工場群（奈良県）で行っている。

グループのブースには「惣菜のわかる八百屋」と掲示

カットパイン セルフで

パイナバージャパン（水浅青果）

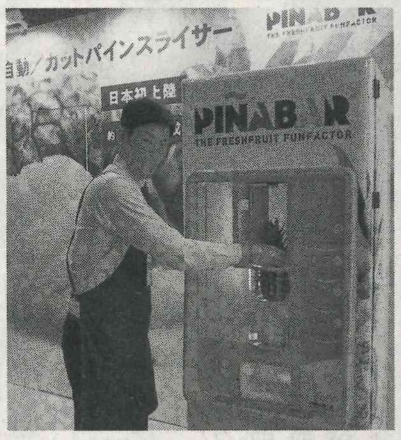
パイナバージャパンとして出展したのは、横浜市中央卸売市場の仲卸・水浅青果（伊藤圭輔社長）。同社では全自動カットパインスライサー「パイナバー」（オランダ・ダッチフードテクノロジー社製）の日本総代理店として、昨年から同スライサーの販売を開始した。

本体にパイナップルと容器をセットしてスタートボタンを押すと、回転しながら皮をむき、縦8等分にカット、容器に収納する。所要時間は20秒ほど。青果売場に置いて、セルフサービスでカットパインをつくることができる。

すでに国内のスーパー3店舗が導入。コロナ下で試食販売やイベントの実施が難しい中、「パイナバー」を稼働させると甘い香りが売場に漂い、集客につながる」「楽しさのある売場を演出できる」などの効果があり、パイナップルの売上げ増加にもつながっている。

一方、店舗ではカット加工の手間や見切り品の削減、家庭では皮や芯などの生ごみ削減のメリットがある。

展示会では実演のたびに人だかりができ、導入を即決したスーパーもあったという。



簡単な操作でカットパインをつくることができる

「有機コーナー」導入支援

大治

東京・大田市場仲卸の大治（本多諭社長）は、有機野菜のコーナー化ができるスタートキットを提案した。売れ筋の野菜10品目をワンセットにしたもの。野菜は同社の契約農家のものが中心で、タマネギ（8パック）、ジャガイモ（5パック）、キャベツ（6個）、ダイコン（5本）など基本的な8品目に、冬春期はホウレン草（8パック）、ゴボウ（4パック）が加わる。価格は1万円（税別）。

これに加え、コーナー看板や説明POP・ポスター、プライスカード、レシピカードなどの販促ツールも提供。さらに有機農業の理念や有機JAS認証制度についての知識、販売ノウハウなどの説明会も行い、販売をサポートする。

スタートキットのほ

売れ筋を集めたスタートキットを紹介

輸入果実の動き

3月の見通し

ア254円。

加州産は入荷乱れ

レモン

入荷量は前年並み。加州産はコンテナ不足による入荷の乱れが継続中。

い可能性もあり、品薄感は依然強い。中南米産はコンテナ不足等で入荷不安定。【販売価格】前年に比べてやや高い。1ケース（13㌔）当たり比産

イ産も生産減少と運賃高騰により割高となる。【販売価格】前年に比べてやや高い。1ケース当たりペルー産ケント種船便（5㌔、10、12、14

徐々に増える予想だが、「需要がどれくらいあるか読めず、相場崩れの可能性も」との声も。【販売価格】前年に比べてやや高い。1ケース当たり

メキシコ産は生産減

アボカド

入荷量は前年に比べて少ない。メキシコ産は生産量減少と米国での需要

荷。いずれもコロナの影響による生産コスト高、海上輸送費の高騰、円安により前年に比べて2割程度高い。【販売価格】前年に比べて高い。1ケ

流通の
門紙

新聞
i Shimbun

か、次世代に

1. 講演会・社内研修の講師派遣

宮澤信一（本紙社長）
全国の青果市場などで豊富な講演実績。農経新聞の発行ともに後継者同士のネットワークづくりなど、各事業者および青果流通業界を次世代に承継する活動を展開。
講演では卸売市場の現状分析、改正卸売市場法への対応をはじめ、流通業者の先進事例などを紙面で紹介できなかった情報も盛り込んで解説し、「経営者の意識改革」を促す。

本田 茂（HS経営コンサルティング代表取締役）
大手青果流通企業で20年近くの営業経験を持つ、青果流通業界では唯一とされる「現場のわかるコンサルタント」。「物を売り込むより“自分”を売り込め」「営業はセンスではなく“準備”がカギ」をモットーとし、社内外での人間関係の構築方法や、産地への「出荷要請書」およびバイヤーへの「商品企画書」の作成方法を解説。営業員のスキルアップに最適。