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2783号

福島市場再整備

民間活力を導入へ

3割縮小 適正規模で運営

カネマサ流通グループ

主要顧客に通年提案

営業企画室がサポート

顧客との信頼関係を構築

青果仲卸からスタートし、現在は産地開発、カット、パッケージ、配送、販売までのサプライチェーンを手掛けるカネマサ流通グループ（金澤向志代表、昨年度の年商約365億円）では、2016年に営業企画室（石黒靖恵室長、6人）を立上げた。大手外食、スーパー、コンビニなど約10社の主要得意先に対し、通年で商品・企画提案を行う。営業員のサポートを目的とし、「近年とくに活動が充実してきた」（石黒室長）という。得意先との信頼関係の構築とともに、売上拡大に貢献する。

カネマサ流通グループが中心のマルマサフード、コンビニに販売するマルケイフーズ、物流を手掛けるマルマサフードサービスおよび統括会社のカネマサ流通ホールディングス（本社＝大阪市東住吉区）からなる。

そのうちマルマサフードでは、食品安全管理の国際規格FSSC22000認証を取得した野菜カット工場を関東、関西の2か所に展開。さらに協力工場が全国80か所に点在する。またグループで7つのセンターを設置するとともに、各地の協力会社との連携で全国に生鮮青果物やカット野菜を供給する。

営業企画室はマルマサフードの金澤社長直轄のセクションとして、同社東京支社（東京都品川区）に設置。1社を1人（一部をのぞく）が担当し、カット野菜やデリカメニューを中心に提案を行っている。

提案に当たっては、「なぜ今この野菜、果物なのか、根拠やデータを示すことが不可欠」と話すのは、量販店や外食など複数の企業を担当するチームリーダーの田山優希さん。提案書はPOSデータなど各種データを盛込んだ、説得力のあるものとする。

その田山さんが1年以上にわたり担当するのが、関東地区に展開する著名スーパーのフルーツサンド。提案する果物は、営業員の意向も踏まえつつ、過去の売行き、有名店の人気商品の動向、各種SNSをチェックして「見映えの良さ」など様々な視点から検討、決定したものだ。

またコンビニベンダーには毎月提案を行うが、田山さんの提案は「採用率が高い」という。ベンダー側からは「夏にタコを使った総菜を販売したい」というような意向が示され、納入各社がそれを取入れたメニューを提案する。

タコの時は、タコの色味が映える複数の夏野菜をグリルにしたサラダを提案。このほか、イカを使用したメニューの場合はイカが持つ栄養素を調べ、健康面からアプローチした。

（写真上）先月開催されたスーパーマーケット・トレードショーでは、規格外野菜の販売什器も提案（下）営業企画室のスタッフ。左から石黒室長、田山さん、飯塚麻衣さん、柳原佑香さん、奥がリッコ・ヴィンチェンツォさん（写真撮影のためマスクを外しています）

食育やSDGsにも積極的に取組み

グループの売上げには大きく貢献しないが、顧客や産地などとの信頼関係を構築する上で欠かせない活動もある。それが食育やSDGsに向けた取組みだ。

保育園などの要望に応じて、契約農家と連携して播種や収穫体験などといった農業体験をコーディネートすることも。

またスーパーマーケット・トレードショーでは規格外野菜の販売方法を提案。曲がりや傷のあるナスを「着飾らナス」などと名付けるとともに、規格外の理由を説明するPOPも提案。さらに印刷会社と連携し、コンテナを載せるだけで売場づくりができる什器（上写真左）も開発し、来場者の関心を集めた。

石黒室長は「様々なアイデアや取組みで、長いお付合いができる、相談したくなる会社にしていきたい」とする。

農経新聞

株式会社 農經新聞社
〒141-0031
東京都品川区西五反田
1-27-6 市原ビル9F
TEL03-3491-0360
https://www.nokei.jp/

高濃度スルフォラファン
214mg（50g中、※SGS）
米ジョンズ・ホプキンス大で開発
圧倒的な成分量
類似品と比較してください
※SGS（スルフォラファングルコシノレート）
村上農園

今週の注目記事

優越的地位の乱用 青果流通業者も留意 インボイス導入で（3面）
販売管理システム等導入で卸の競争力強化 ②東新システム（3面）
青果卸向けシステム展示会・広告特集（4面）

明日への対話

免税農家の商品では「価格転嫁も検討必要」

インボイスについては、そろそろ準備が必要だ。請求書の変更や、消費税の計算方法統一に伴うシステム変更だけではない。免税農家との取引が多い流通業者、なかでも卸売市場等特例が適用されない取引が主体の流通業者である。

◆…別稿でも触れたが、まずは「取引農家となるよう勧めるにどれくらい免税事業者がいるか」の確認が必要だ。農林業センサス2020によると、日本の販売農家のうち年間販売額が1000万円以下の割合は86%と非常に多い。

◆…そしてその取引金額を集計し、トータルの消費税額を計算し「販売先への価格転嫁も検討を」とする。これを「できない」と決めつけず、販売先に実情を話してみる、あるいは理由は触れずに転嫁して実行するなど、検討してはどうか。また、卸売市場を帳合にしたくない取引先に対しては、「課税農家とならなければ取引停止」「控除できない分を一方的に値引き」などを行えば、中間流通業者の方が優越的地位の濫用に当たることも想定される。

◆…国のQ&Aでは「免税農家にご理解いただくよう努めてみる。その分が税額控除できなくなるかもしれないが、ご理解いただくよう努めてみる。

◆…だからといって、免税農家に課税農家となるよう勧めるところまではよいが、活用することも考えたい。

六次産業推進企業
ブランド生姜 黄金（こがね）しょうが
高知県産生姜 GLOBALGAP.Ver.5.2 取得
生鮮生姜製造 ISO9001 2015 取得
加工品製造 Kochi HACCP 取得
取扱い品目 生姜 にんにく 柚子
取扱い形態 生鮮 塩蔵 冷凍 乾燥粉末 市販用加工品 業務用加工品
土と共に生きる、生姜のサカタ。
株式会社
〒782-0034 高知県香美市土佐山田町宝町4丁目91-4
TEL 0887-53-2576

設・維持管理運営を見据えた設計による事業の効率化、長期契約のスケールメリット等により、コスト削減が見込まれる。

▽維持管理運営費の事業範囲（維持管理・運営業務）

▽整備期間中における維持管理業務は停電作業・電気設備の点検作業区分した方が望ましい。

【民間収益事業・余剰地利活用】

▽民間収益事業の成立可能性は高い。

▽導入可能性のある事業は、物流施設（通販・流通状況調査を実施

大阪府中央卸売市場

大阪府中央卸売市場では、同市場から供給された生鮮食料品等の流通の一方、数量ベースでみた業態別搬出先割合はスーパーが54・1%で最も多く、次いで一般小売業者30・8%、その他（中央・地方卸売市場等）の割合を種類別にみると、野菜24・9%、果実13・6%、加工水産物12・9%、生鮮水産物5・4%。野菜の割合が高くなっている。

「卸の働き方改革」でオンラインセミナー

4月22日 日本事務器主催

「経営革新事例集」贈呈も

農家と青果卸の出荷コミュニケーションツール「fudo loop」を提供している日本事務器が、4月22日午後1時～2時30分、「青果市場 卸の働き方改革オンラインセミナー」を開催する。

当日は宮澤信一・本紙社長が「ITを活用した青果市場・卸業界の最新情報」、高知県の地方卸売市場青果卸として最大手に成長した須崎青果および全国へ特産果菜類を転送するカネエイの方市場 経営革新事例「fudo loop事例」のテーマで講演。さらに日本事務器が昨年6月から12回発行したメールマガジン「地方市場 経営革新事例」をまとめたもの（取材・執筆＝青果市場コンサルタントの本田茂氏）。

参加無料、定員50人。申込みはウェブサイト（https://nj.cc/uKndU）から、または「fudo loop」で検索。

新社長に伊
八戸市場仲卸
▽代表取締役
藤勝▽取締役副
久保忍（管理
▽常務取締役
（営業・商品部
▽取締役＝山内
業1部長＝根
類）、山中剛（
長＝果菜・土
中山鋭（営業
実類）▽監査役
（川崎益美・
退任）

本紙購
改定のお
農經新聞社
日から本紙の
料を、現在の
2856円（
5142円）
万4000円
万6400円
いたします。消
く本体価格の
1992年4
30年ぶりとなり
今後も青果
の皆様のお役に
るよう、紙面づ
力を尽くしま
きのご愛読をお
上げます。
農經新