スマートフォンで fudo

I o o p をチェックする市 川社長 (右) は営業職員の

低温作業場で包装を行う

ことで一層の品質向上を

移動中に電話がかかって がかかるうえ、「車での

申請の書類作成や、ブラ

ンド化を進めるなど実務

すべき点でしょう。 巻き込んでいるのも着目 経験の長い常務・専務も を招きがちですが、

を積極的に行っている様

では、社長自らが補助金 こうした中、今回の事例

くる」ということも。

保持加工を施すパーシャ

測を聞くのは大変な労 産者から翌日の出荷量予 ンでも10人の営業員が生

> 務改善に取組む余裕がな 常業務に追われがちで業

意識も向きにくい

訪問や電話では時間

フィルムに鮮度

ルシール包装機を使用。

労力軽減に期待する

図ります。

改革も見逃せません。市

したのが農経新聞に掲載

子がうかがえました。

残るためには、地元の生

一方、地方市場が生き

そこで市川社長が着目

また、市川社長による

事例 須崎青果、カネエイ

の変化

販売先へ安心感も提供し を行い、判を押すことで れに基づいた等階級づけ の品質をチェックし、そ ネエイでは調達した野菜 ナルデザインに統一。

出荷確認の時間削減

ナビゲーターの提言

「働き方改革」「ブランド化」など

改革にも着手。

さらに、社員の働き方

効率化へ

T活用も有効

の業務内容を分解し、

誰

須崎青果およびカネエ

事業承継は経営改革の

産者に今まで以上に目を

赤字

向けることが必要です

カネエイのよ

くなりそうですね。

場の青果卸・須崎青果(市

この10年間で3倍に伸

かる時間を削減③野菜の

ノランド化ーなどが挙げ

崎青果、

カネエイとも午

年度取扱高は86億円で、

須崎青果の20

県内41か所に集荷場を整

し、生産者の配送にか

を作成し、共有すること でもできるようフロ

] 図

イ、そして鎌倉青果に共

に取組みます。現在は須

ける経営革新の特徴は、 通する地方市場業者にお 尚知県西部地方卸売市

ノの仲卸・カネエイ(同 から集荷した荷をグルー 義人社長)は、生産者

こう

した須崎青果、

られます。

前8時始業、

産地訪問の

動力で改革を実行して

役員の決断と行

ランド化させると一転、

髙橋社長が地場野菜をブ が続いた鎌倉青果では、 機会でもあります。

うに、 須崎青果、

ない場合は午後5時終

る②農産物のブランド化

や働き方の改善にも目を

ってくれる」状況に。

週休2日を実現して

市場に転送していま

のため

バラ集荷を積極的

をはじめ、

ニラ、ミョウ

います 業

ネエイでパ

ズに合わせた本数、グラ ガなどで、販売先のニー

は登録生産者が約13

須崎青果で

思います。

向けている―

点にあると

オフシーズ

方市場の場合、

社員は通

とくに規模の小さな地

ジ ②

ム数などに柔軟に対応で

きるのが強み。とくにニ

はそれを全国の卸 に相対で販売。

力

ネエイの好調の要因に

①生産者の労力軽減

高の約6割を占めるナス

バラ集荷するのは取扱

ナビゲーター

れの双方の減少に歯止めがかからない状況にあります。

らの分荷の減少、地場生産者の高齢化など、販売、仕入地方市場の現状は、買参人の減少に加え、地元JAか

こんにちは!

青果流通コンサルタントの本田茂です。

異業種から青果業界

川社長は法学部出身で、

ある先代社長から事業承 10年前、37歳で父親でも

年3月に導入し、現在は

ナス生産者385-

人が翌日の出荷予測を報

量の予測が立てやすくな 常務は「販売先への出荷

荷を切替えて収入向上に

つなげている」と、デ

ってきた」と評価。市

p」(フードル-

ープ。今

把握したいという狙い

を毎日活用。

「市況·予測

とともに、今後の動向も

さんは、

f

も。その点で、市川勝玄

を見て、販売先が求めて

いる等階級にいち早く出

生産者の日々の出荷予測

ナス生産者の細川

有アプリ「fudo されていた出荷量事前共

しました。

とはいえ、何からどう手をつけていいのか分からないと

いう経営者も多いのではないでしょうか。

組んだのが、自社扱い野

告します。

改革のひとつとして取

菜のブランド化。「元気

その効果は、「明ら

常務は、毎日も

タを有効活用している様

な畑のごちそう」という

しようとしている経営者も存在します。

紹介し、

地方市場の今後の経営革新に必

要なポイントを考察します

り方を変えていくこと。2つの事例を

めに事業戦略を見直

大きく仕事のや

目のダンボ

ルをオリジ

力

きな業務の改善につなが の利用が拡大すれば、 聡次長)といい、「生産者 た」(須崎青果営業部の谷 に電話の時間が減少

もらうには、飽きさせな 信。「利用者に継続して

今後はナバナやブロッコ

生産者は、自身の出荷に扱われるのかを気にします。そうしたニーズに応えようと、fudoloのpのメッセージ機能を活用し、販売価格や仕切情報、当該品目の市場入荷量などを生産者にフィードバックする市場業者も見られます。また、販売店に売込むため、作付・出荷計画を教えて欲しいとメッセージ機能をとりする例も。こうしたツールを図ることができ、双方の信頼関係の強化にもつながりそうです。よっとできるので、圃場や野菜の写真を送つてもらい販売店に提供すれば、売場を指すれば、売場を活ってもらい販売店に提供すれば、売場の写真を送つてもらい販売店に提供すれば、売場

などにも活用する予

者50人への導入を進め、

る」と期待します。

方、カネエイでは、

い努力が大事」と話しま

定としています。

事業環境が変化する中で、商品や反響で、発営革新とは、

商品や販売方

名称を考案し、デザイ・

-に依頼してすべての

のと次週の相場予測を発

能を利用して等階級ごと opのメッセージ送信機

須崎青果およびカネエ

まずはナス生産

法、ビジネスの仕組みを大きく変えるた

し、逆境の中でもアイデアと行動でピンチを脱却

といいます。

倉いちばブランド! 新たに立上げた「鎌 従来ある地場の

ブランド化」にチャ む声が背中を押した と、地場野菜を惜れ で買えばい たときの常連客から 「お宅の野菜はどこ 八百屋を経営してい いの」など

みならず、都心の有名フ ン・ニッポンアワード」 に応募すると、「審査員 これを機に、青果商の -ツ店やホテルからも の受賞を果たし

果卸の鎌倉青果では、 就任。周囲には当時、横年に髙橋伸行氏が社長に 490万円)は、青果商 9年度の取扱高4億2 的にも珍しい市場。青 周囲には当時、 12

ります

るなら」と、「地場野菜の しかし「どうせ廃業す

する「フ 組みを農林水産省が主催 ランド化・消費拡大の取

いた」と髙橋社長は振返

遠からず廃業を決意して

(神奈川県鎌倉市、20 までは毎年赤字が続き、

模な市場があり、「それ

たもの。

鎌倉市場よりも大規

もスター による融資を活用して販 定する「経営革新計画」 準を設けて市場が認定し 成などを行い、 鎌倉野菜」に一定の基 経済産業省が認 14年に、 -ムページ作 P R 活動



(右)の夢は広がる

ブランド化で販売先が拡 大しただけでなく、「移転後 は直売施設を」と髙橋社長 る への荷の確

舞 鎌倉青果

鎌倉青果地方卸売市場

め

地場産をブランド 生産者の手取り向上にも貢献

比は約3割で、今後生産 難しさ。市場入荷量に占 たのが、生産者の確保の 功の一方で浮彫りになっ めるブランド産品の構成

していくことが ると、 日の

予定数量をもとに、 ってくれ 「高値で買

がり、fudo れに頼る市場は、 できれば有利販売につな にお客様の必要量を確保 つくることが必要。事 にメリットのある販路を 生産者 社の取扱高は社長就任時 せられるようになり、 (欲しい」との要望が寄

生産者の確保課題に の2倍となる年も。 ただ、ブランド化の成

産者がアプリを使って翌 にそのデータが届くしく op」(フ-共有アプリーfud 出荷予定数を入力す

販売先

ような生産者からの仕



菜の栽培に参加する生 用者の増加、ブランド

者確保にもつながるので

はないか」

報告履歴を や市況情 みることが の出荷総数 今回の2つの事例の

詳しい紹介、fudolo opの詳細はHPで。 https://lp.

fudoloop.com/

することが可能だ。

器が開発した出荷量事前

べき」と歓迎。昨年には

髙橋社長は、 我々 0

これくらいの協力はする 保が可能となりました。 キュウリで2分とかから 生産者の1 く販売してもらうために ない」といい、「農家も高 さん。「入力はトマトと アプリを活用している 人が石井大輔

は、ミカンの生産部会な

さらに、この冬から

環境制御型ハウスを導入 い」と意気込みます くれる。出荷を増やし つくれば市場は評価し 今後も「良いものを

から、 量を、 アフリ

欠です。 テムを担当する日本事務 ブランドの維持には不可 つけたのが、同社のシス そこで髙橋社長が目を

髙橋社長のスマホ -ドループ)。 生

ど遠方の生産者とのコミ 荷 u 量 d 0 事

前

0

共有ア

ブ

専用アプリで簡単に共有 数日先までの出荷予定数 開発した出荷量事前共有 本社=東京都渋谷区) 本事務器(田中啓一社長、 「fudoloop」は、日2つの事例に登場した スマ 翌日の出荷数量や 出荷する生産者 ートフォン 00p は、 が できる。 に有用。 そう)」などの情報は、 に設定でき、 はデータの蓄積、分析も なども簡単。 出荷業者などの計画販売 荷先の卸売市場や産地集 「今後は増えそう(減り 明 日は出荷しない 数量は等階級別 品目の追加 卸売市場で 加

告するだけでなく市場へ 生産者は出荷報

O p フードループ 1) 画に役立てられる。 問合せは日本事

できる」というのが利点。 用を検討。 ュニケーションとして活

市場移転の際に、新市場ンは、22年度(予定)の 髙橋社長の次のビジョ

用を呼びかけています。

ブランドの全生産者に活

サルティング社長)

に直売施設を設置すること。ブランド野菜の消費と、ブランド野菜の消費 とみ正後のモデルとして お注目されそうです。

導入に当たっては、小 りでは、の圃場巡回や生産者 に電話する時間の大幅な を強化③帰宅時間の大幅な を強化③帰宅時間の大幅な にまり正確に早く伝える ことができるようになる 一など、労務環境の改善 ことができるようになる ことができるようになる ことができるようになる ではないでしょうか。 ではないでしょうか。

ません 達 る」というものではあり 必要で「すぐに設置でき は大きな決断と資金調 今回の事例企業が活用 関係機関との調整が 施設整備に

取組みます。「外から来 ランド化や働き方改革に 社長ならではの手法でブ ず、「価格が高くても買 また、須崎青果とカネ 異業種出身の

た社長」の改革はたたき 上げの役員や社員の反発 していた出荷量事前共有

アプリ「fudoloop」 9 ・ドループ)は、地方

市場が課題としている

けらける」点と、「初期費 「生産者との距離を近づ

営業

用が抑えられてすぐ着手

を軽減するバラ流通や拠 生産者の労力負担

点集荷は今後重要な視

需要に供給が間に合わ