

# 個選品を計画販売

果青大出雲

## 農家が翌日の出荷情報提供 スマホで

島根県出雲市の民営地方卸売市場、出雲大同青果（兒玉誠一社長、2020年度取扱高53億円、うち青果50億円、水産3億円）では、業務改革に取り組んでいる。スマートフォンで農家と翌日以降の出荷情報を共有する「fudoloop」（フドループ、日本事務器製）を導入。地域の個選品の計画販売を強化し、並行して働き方改革にも対応している。

同社は1980年の出雲総合卸売市場（第3セクター）の開場に合わせ2社が統合して発足。その後2007年には同市場の水産卸の営業を引継ぎ、13年には開設会社に87.8%を出資し同市場を民営化している。水産

体の1割を占める。

ただ近年は、直売所やネット通販など市場外流通が伸長してきていることや、地場産の集荷の見込みが立てづらく、出荷ピーク時に単価を崩さずに販売するのが難しくなっていることなどを課題に感じていた。さらに、地元生産者がJAとオリジナルの販売資材を作製して他市場に出荷を始めるなど、生産者との連携不足も露呈していた。

そのような時、日本事務器が昨年9月に開いたオンラインセミナーで、

### 「fudoloop」導入

自社と同様の悩みを持つ青果卸が多いこと、その解決策の一助として「fudoloop」を導入している卸があることを知り、日本事務器にコンタクトを取った。

「まず、常に出荷する品目は上位に表示される。逆に販売後の仕切価格や、市況を受取ることもできる。また、先に出荷情報を



出雲大同青果に送る生産者へ出荷情報を提供している様子

もつえば営業員はスーパー等に売込めること」「出荷量が過剰な時期には（需要量をオーバーする分は）いち早く特売として、あるいは他市場などに売込めること」なども説明した。

その結果、12人が試験運用を開始。40代の若手が中心で、品目はホウレン草、ミズナ、コマツナ

などの葉物が主体。現在まで誰も離脱せず、使いこなしている。

出雲大同青果では「翌日の出荷予定が昼過ぎには大方把握できるので、とても助かっている。とくに入荷量が少ない時には販売先への対応がしやすい」とする一方で、「まだ（導入してから）供給過剰の状況に陥っていないので、入荷増でも

暴落させずに価格を維持できる効果は、まだ提供できていない」としている。

働き方改革にも寄与。ユーザー同士交流も販促促進以外のメリットが「働き方改革への対応」。以前は個選農家は早朝に搬入しており、その際、地場品の担当者（2人）に翌日の出荷情報などを伝えていた。しかし今は夕方～夜の搬入が多くなっており、担当者は帰宅した後、十分な情報交換ができない。カバーするには密な電話連絡や長時間勤務を強いるなど、働き方改革に逆行することになる。

その点でfudoloopの導入により、担当者の労力や時間的な負担を軽減できたため、十分な情報交換ができています。

同社では「相対取引が主体となる中、販売先が仕入れやすくなる情報を提供することで、生産者の安定収入につなげた。また当市場に地場物を求めて来る地元スーパーなどの期待に応えたい」としている。

なお日本事務器では、ユーザー会をウェブ会議で開催し、農家へのfudoloopの価値の伝え方や、農家などのような情報を共有すると反応がよいのかなど、ユーザー同士の使用状況などを互いに参考にできるようにしている。

（参照 <https://jp.fudoloop.com/>）