

インタビュー

地場産品に強い栃木県南公設市場に進出で集荷力強化 卸売業一筋と決め高いモチベーションで地域貢献

飛田 修 株式会社熊谷青果市場代表取締役社長



とびた おさむ
飛田 修 氏

- 1953年 埼玉県熊谷市出身
- 76年 立教大学卒業
- 同年 株式会社熊谷青果市場入社
- 1990年 同社常務取締役就任
- 2004年 同社代表取締役社長就任
- 08年 社団法人埼玉県青果市場連合会
会長就任
- 同年 社団法人全国青果卸売市場協会
副会長就任

株式会社熊谷青果市場は、1967年に熊谷市近隣の2市1町1村の7つの青果市場が合併し、設立された民設民営の地方卸売市場である。「青果流通のニーズの創造」を目標に、1972年、「熊谷蔬菜株式会社」と「熊谷果実株式会社」を設立し、仲卸機能の強化と小売店や量販店への販路の拡大を図る。また「鮮度へのこだわり」を掲げ、1978年に熊谷市生鮮食料品低温貯蔵センターを、2005年に熊谷市場低温青果センターを建設、コールドチェーンを確立する。

2006年、栃木県の県南公設地方卸売市場に

青果卸売業者として進出。熊谷と栃木県南の2つの市場の強みを活かした集荷能力と販路の拡大で、競争が厳しい卸売業界の中において健闘が光る。

「我々がなくなれば、地域の人たちを支える青果物の鮮度や種類は落ちるはず。これからも愚直に卸売業一筋に進んでいきたい」と、飛田社長は語る。

熊谷市近隣7つの青果市場が結束し誕生 北関東の青果物供給拠点として成長する

——会社の設立は1967年ですが、どんな経緯で設立されたのでしょうか。

「埼玉県青果物卸売市場整備促進要綱」に基づいて、熊谷市、行田市、吹上町、川里村の2市1町1村にあった7つの青果市場が一つになって民設民営の地方卸売市場 株式会社熊谷青果市場が設立されました。確か、県の市場整備計画に基づいて設立された地方卸売市場では最初だと思います。

——市場整備計画の内容は、どういうものだったのですか。

地方卸売市場は埼玉県知事の認可をいただいて営業しています。人口増加による変化など常に時代に応じた整備計画が立てられ、現在は第9次卸売市場整備計画が進んでいます。

当時は、将来の食品流通の大型化に備えて、小規模な市場を合併する方向で整備計画が進められ、その流れの中で熊谷市の4つの青果市場と周辺地域の青果市場が合併しました。

もし、それぞれが単独の市場のままでしたら、ここまで存続できなかったかもしれません。実際に県北地域の地方卸売市場の

単独市場は、ここ数年で何社か廃業しています。

——地方卸売市場というのは、埼玉県にいくつあるのですか。

地方卸売市場には性格の違った2つの市場があり、業界では消費市場と生産市場という表現をします。当社は、全国各地から野菜、果物を集荷して直接小売店に販売する消費市場です。

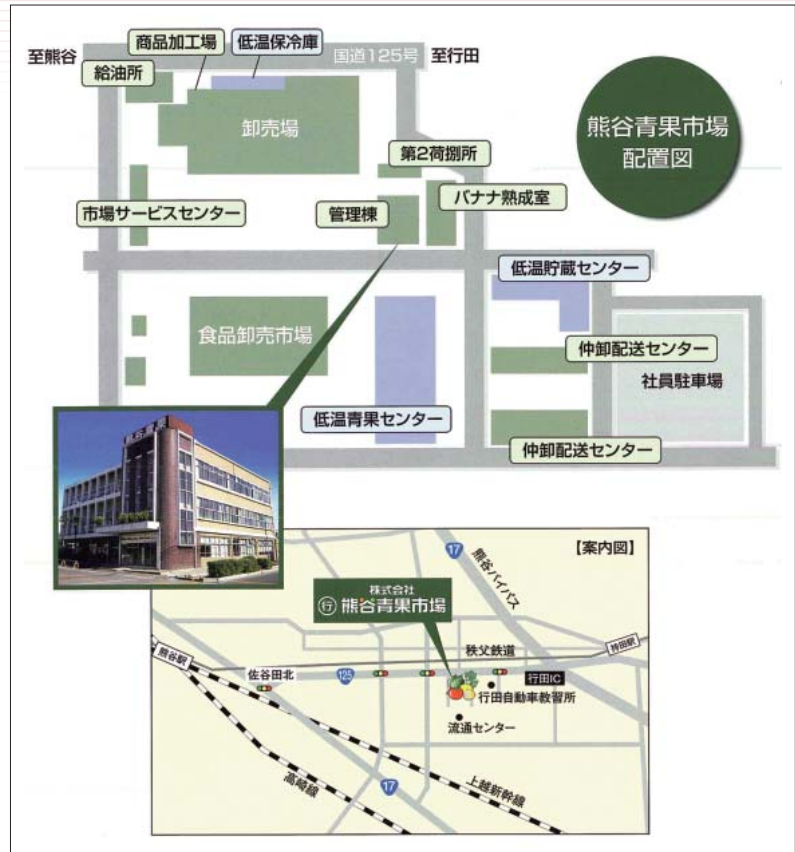
生産市場というのは、例えばネギならネギの生産地にあって、地場特産品を基本的に取り扱う地方卸売市場であります。両市場を合せて1967年には94社ありましたが、激減し現在では統合・合併等も含め、県内には23の地方卸売市場があります。

営業を開始してから45年が経ちますが、埼玉県北部はもとより北関東・関東一円の青果物の供給拠点として現在に至っています。

栃木県南公設地方卸売市場へ進出 2つの市場の強みを活かし相乗効果を生む

——2006年に、栃木県南公設地方卸売市場に進出していますが、従前の運営業者を吸収合併したのですか。

吸収合併とかではなく、テナントとして当社の前に入っていた青果物の卸売業者（市場の運営業者）の代わりに栃木県南公設地方卸売市場（以下「県南公設市場」という。）に入ったと考えてもらえばいいと思います。

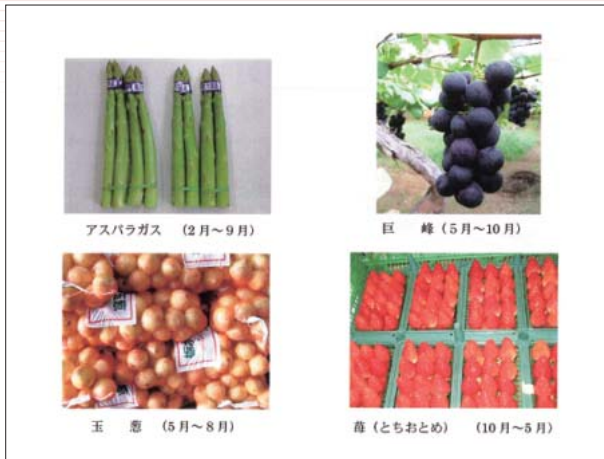


株式会社熊谷青果市場の配置図と案内図

県南公設市場は、市町村が土地と建物を用意して、そこに卸売業者が入る形の公設の市場です。1993年に開場した比較的新しい市場で、11万㎡という広い敷地に青果、水産、花卉の卸売業者が入っています。

当社の前に入っていた青果物の卸売業者は、最初のうちは、地域の特産品のイチゴをはじめ、ナシ、巨峰、ニラ、トマトなどを豊富に集荷していましたが、次第に集荷能力が落ちて経営が苦しくなり、廃業寸前のところでした。公設ですから倒産しては大変なことになると、行政も引受先を探し始めていました。

2006年9月のある日、取引先である業者さんから電話がかかり、「県南公設市場で卸売業者を探しているけれども、出る気はない



株式会社とちぎ県南青果が取り扱う主な栃木県の地場産品

か」と、電話がかかってきたのです。

当社は、合併会社で持ち株に制限があって大株主もいません。協同組合のような株式会社で、積極的に攻めていこうとか、まさか栃木まで行くなど考えたこともありませんでした。それでも様子を見にいくと、とにかく規模が大きいのに驚きました。熊谷青果市場に比べたら敷地が3倍、建物も格段に新しいのです。

県南公設市場に出るかどうかを、実際に働くことになる管理職を極秘に集めて「こういう話が来ているが、どう思う」と聞いたのです。規制緩和や消費人口の減少など卸売業界は淘汰の時代を迎えていて、大手の会社に子会社化されたりということを目にして、社員も危機感を感じていたのだと思います。「行きたい」と前向きな言葉が返ってきました。軸足は1つより2つあった方が良く考えたのでしょう。その言葉を聞いて「このチャンスを活かしたい」と役員の説得に何度もお願いしました。

県南公設市場の情報や行政の条件なども聞いて電話を受けてからたった2か月で準備を

済ませ、12月から前に入っていた卸売業者の営業代行を始めました。鮮度が勝負の青果を扱っているのだから、決断も早いのです。

年末を控えて一番忙しいときに決行したのは、ちょうどその年は、当社が得意とするミカン類が不作だったということと、12月は栃木の特産品のイチゴ「とちおとめ」がピークの時期だからです。一年で一番忙しくて大変な時期に行き、地獄を見ればそのあとが楽だろうという読みもあって、12月4日に出たのです。

そして、2008年に子会社の「株式会社とちぎ県南青果」を設立し、本格的に営業を始めました。

——進出のメリットを聞く前に、指定についてご説明いただけますか。

各県の農協さんが「あなたの市場に荷物を出しますよ」と指定するもので、指定証があれば、青果物の引き渡し場所は指定を受けている市場になります。つまり、北海道や九州から送られてくる青果物でも市場までの運賃は農協さんが負担してくれるのです。当社がミカンの入荷が特に多いのは、愛媛県や和歌山県をはじめ静岡県、神奈川県及び九州各県の指定証があるからです。

当社には、普段よく食べる一通りの青果物がそろって指定証があり、北は北海道から南は鹿児島まで全国から青果物を集荷しています。しかし、これからは指定証は減ることはあっても増えることはないでしょう。消費者以上に生産者の高齢化が進み、生産量も当然減ってきます。今まで10の市場に出していた指定証を7に減らそうというようになることが考えられます。

こうした状況の中で、栃木県産の青果物が集荷できることは当社にとって大きなメリットです。また、県南公設市場からみれば、栃木県産の販路拡大と当社が取り扱う青果物の集荷ができることとなります。

——栃木県への進出は正しい判断だったわけですね。

栃木県内の卸売業者にそれぞれの事情があったと思います。

県南公設市場のイチゴと当社の強いミカンに象徴されるように、地場の青果物の集荷が特徴の県南公設市場と全国からの集荷能力の高い当社、得意分野が違う市場が一緒になってお互いに補完しあえたことが非常に正しい判断だったと思います。

**鮮度にこだわり、コールドチェーン確立
生産地地図を塗り替えた朝採りレタス**

——鮮度のこだわりでは、どんな取り組みをされているのでしょうか。

最近、品質管理の高度化ということでコールドチェーンということがよく言われています。生産、輸送、消費の過程で途切れることなく低温を保つ流通方式のことですが、ある県では私が入社した30数年前から「卸売市場に低温の設備を設置して下さい」と言っていました。

当社では、1978年に「生鮮食料品等消費地需給調整施設設置事業」の適用を受け、熊谷市と共同出資で株式会社熊谷市生鮮食品低温貯蔵センターを設立し、面積805㎡、500トン収納の低温センターを完成させました。その

採れたての新鮮さを、精密に管理。
食の安全を第一に、徹底した品質管理を行っています。

鮮度
卸売市場に求められる最も大切なことは、「食の安全」と「品質管理」です。当社では、日々大量に入荷する青果物の安全確保に努めています。また青果物に適した温度を保つ、低温設備を完備し、品質及び鮮度管理も万全です。

安心・安全、美味しい野菜を食卓へ。
独自の流通システムで、豊かな自然の恵みを届けます。

安心
近年、安心・安全な食品の安定供給を求める消費者の声が強まり、食に対するニーズはますます多様化しています。当社では、消費者からの生きた情報を生産地に提供・説明し、需要に即したより良い青果物の供給を図るとともに、新鮮な野菜をお届けするため、低温流通の体制を整えています。なお、新鮮な地場農産物にこだわり、消費者の健康的な食生活に貢献しています。

生産地ならではの、新鮮・豊富な品揃え。
地理的条件を生かし、青果物を安定供給しています。

産地
当社が拠点とする埼玉県及び群馬県は、都心から100km圏内に位置し、穏やかな気候と肥沃な土壌等、恵まれた自然環境を生かした主要生産地であり、特色ある野菜・果物も各種生産されています。また、全国から入荷する野菜と福州みかんに代表される柑橘類やリンゴ、アロハ等の果物の集荷にこだわり、各産地から新鮮で豊富な青果物の安定供給を確立しています。

当社では多様な食の変化に応える3つのポイントとして「鮮度」「安心」「産地」にこだわっている

後、1990年に設備を増強。1997年には、卸売場内にコールドチェーンの一翼として132㎡の鮮度保持施設を建設しました。

さらに、2005年には2,156㎡の熊谷市場低温青果センターを設立しました。「そんな大きな低温施設をつくってどうするの」という声もありましたが、低温センターの建設中に食品の安心・安全ということが言われるようになり、農水省が品質管理の高度化ということを推奨するようになりました。ですから、当社では、時流を先取りしていたこととなります。——御社の品質管理に対する意識の高さを物語るエピソードですね。

それから、今は朝採り野菜が多くなりましたが、朝採りレタスを始めたのも当社です。お客さんに新鮮なレタスを届けたいと考え、朝の2時に採ったレタスを6時に入荷できな



愛媛県産 紅まどんな

紅色をした貴婦人のような果実で、「南香」に「天草」のかけ合わせで、果皮は薄くなめらかで濃い紅色。果肉はとても柔らかくて食べやすく、一口食べると甘い果汁と香りが入り口にいっぱい広がります。是非一度ご賞味下さいませ。

写真はイメージです

当社自慢の果物「愛媛県産 紅まどんな」

いかと、レタス産地にお願いにいったところ、「とてもそんなに朝早くから収穫はできない」と断られてしまいました。そこで、ある県の生産組合に話を持って行ったら、「やりましょう」という答えが返ってきて、朝採りレタスの販売が始まりました。消費者には大好評で、関東のレタス生産の勢力図が変わってしまいました。

朝採りレタスを始めたのは、25年以上前ですが、今は枝豆で朝採りをやろうと思っています。豆類は自然に熟を発生し旨味が飛んでしまうので、朝採りだと味がぜんぜん違って甘いんです。生産者は夜中に起きて収穫するわけですからたいへんですが、消費者に喜んでいただけるのだから、農家に頭を下げてお願いしているところです。

——まさに青果流通のニーズを創造するということですが、そうした消費者のニーズをいち早くキャッチできたのはなぜですか。

子会社に仲卸業の「熊谷蔬菜株式会社」と「熊谷果実株式会社」があり、量販店などに納入しています。消費者に近いところで仕事をすることで、ニーズをつかむことができるのです。一般的には卸売業者が仲卸業をやる

ことはないのですが、許可をとることができたのも当社の特徴です。

ぶれることなく青果の卸業一筋で地域貢献部門ごとに経営者の感覚をもって仕事を

——今後の事業展開について、どのようにお考えですか。

特別なことは今のところありません。我々には基本的に青果の卸が基本ですから、「愚直にもこれ一筋にやっていくんだ」という決意でいます。全国の農協さんからの指定証もありますし、県南公設市場も加わりました。そして、地域の小売店はもちろん量販店も買いに来ています。こうした中で、我々はこれに特化してやっていくという覚悟で、社員一人一人が高いモチベーションをもってやっています。

今の時代、インターネットを通して消費者が生産者から直接買うこともできますが、地域の人たちの生活の食、日々の食卓にのる青果物を供給できるのは、卸売市場があるからこそだと思います。もし、地域の市場がなくなって遠くの市場から持ってくるとしたら、

小売店に並ぶ野菜の鮮度は落ちて、種類も減ると思います。また、地場の生産者が出荷先に困ることになります。当社の使命として卸売市場を継続し、青果物流通の主役としての自覚を持って地域に新鮮で安心・安全な青果物を届け続けたいと思います。

——社員にどんなことを期待していますか。

部門経営ということです。野菜部、果実部、開発部そして支援部門とありますが、それぞれの責任者は自分が社長のつもりでやるようにと言っています。各担当者が仕入れから販売までを全責任を持ってやりますが、売上げが伸びたからといって利益が出たことにならないのが、手数料管理の難しいところです。

また、扱っているのが農産物なので非常に天候に左右される部分が多く、自分ではコントロールできない部分があります。逆に言えば、天候などを理由にすることができてしまうわけです。しかし、そういう場合には量を売って利益を確保するとか、上から言われたことを単にやるのではなく、自分で考えて行動することが必要です。人員配置などでもここに社員がほしいとかパートがほしいとか、現場の声を上げてきてほしいと思います。

**今の自分がいる道は、祖父や父がいたからこそ
学生時代からラグーマン、不惑チームでプレー**

——座右の銘と尊敬する人物は誰ですか。

尊敬する人物は、祖父と父が来た道があるから、自分がここにいるという意味で祖父と父です。祖父は1950年代に熊谷市議会議員で議長もやりました。小学生のころの作文の尊敬する人物は「じいちゃん」と書いた記憶が

あります。祖父が「昔は貧乏をしたから」と言うのをよく聞いていて、「備えあれば憂いなし」ということをいつも心に持っています。

父は趣味も豊富で探求心も強く、卸売業界でも埼玉県青果市場連合会会長を歴任、また趣味で埼玉県刀剣保存協議会会長として力強い痕跡を残しました。また当社にいち早くコンピューターを導入し、現在の熊谷青果市場の礎を築いてくれた人です。

趣味は、学生時代からずっとやっているラグビーです。ラグビーでは、40代が白、50代が紺、60代が赤、70代は黄色とパンツの色が決まっています。今でも不惑チームに所属し、今年からは赤のパンツをはいてラグビーをしています。好きな言葉も One for All, All for One です。

——生産者を大切に、地域の消費者に新鮮で安心・安全な青果物を届ける努力を惜しまない飛田社長。卸売市場の存在意義を再確認し、それを支える一途な思いに触れて感激しました。

本日はありがとうございました。

株式会社熊谷青果市場概要

創設	業立	1967年
資本金		6,000万円
売上高		116億円(2011年3月期)
従業員		105名(パートを含む)
本社		〒360-0023 熊谷市佐谷田1422
電話		048-521-6511
ホームページ		http://www.kumagayaseika.co.jp
取引店		行田支店