

農経新聞

で本市見本市
古屋見
名品

愛知での導入拡大へ

セントライ青果 取組み講演も

青果卸業者や種苗メーカーなどで組織する青果育種研究会(会長＝岩澤均・東京千住青果社長)は、名古屋中央市場北部市場で品種見本市を開いた。種苗社が出品し、トマトなどを中心に推奨品種を紹介した。見本市に先立ってセミナーも開催。昨年10月に同市場青果卸の名果と丸市青果との経営統合によって発足したセントライ青果の横山剛司・営業推進事業部長が同社の取組みについて講演した。



見本市には仲卸業者らも来場し、各種の味を確認(上)、横山氏の講演



冬春トマトでは全国2位の出荷量(2015年産)の愛知県だけに、品種見本市ではトマト品種の出品がめだつた。大玉ではトマト黄化葉巻病への耐病性と食味の良さを兼ね備えた品種が続々。このうち「麗句」(サカタのタネ)は極硬玉で赤熟出荷が可能、「TYみそら86」(みかど協和)は空洞果が出にくく、裂果が少ない品種となる。

ミニでは「TMM-106」(タキイ種苗)など、黄化葉巻病などへの耐病性と食味の良さを備えた品種のほか、カラーバリエーションの提案も。地元・愛知県稲沢市のアサヒ農園では果実が薄黄色になる「ホワイトプラン」、暗赤色の「ブラックナイト」を出品。トキタ

種苗は果実が緑色の「ミニドリちゃん」、カネコ種苗はレモンイエローでフルーティーな食味の「イエローミニ」を紹介した。このほか、珍しい品種として、アサヒ農園ではトゲがない単為結果のナス「ラクロ」をPR。トゲで手を傷つけることがなく、単為結果のため受

粉やホルモン処理をしなくても果実が肥大する。またタネが少ないのでカットした断面がきれいで、加工などにも向く。また、ナント種苗では甘みが強く苦味、青臭さが少ない



タネが少ない「ラクロ」

と連携した商流づくり「商売を創る意識」③業務効率化によるコスト削減④関連事業とのシナジー効果「グループ経営の推進」とし、「付加価値を高めず」と述べた。基本戦略では基本方針として「素材付加価値のビジネス」をパートナーである仲卸とともに量販店や業務・加工ユーザー等に向けて展開し、

収益の柱として育てていくことなどを話した。また、物流・加工、輸入などを行う各グループ会社とは独立性を維持しながらも機能集約や営業連携に取組んでいく。

これらの取組みなどにより現在の取扱い(30万ト、750億円)から37万ト、1000億円をめざす。

統合で付加価値向上
1千億円をめざす
横山氏講演

セントライ青果の横山氏

氏は統合の背景として、全国の市場との競争激化、市場外流通の拡大、業界全体の人材採用の難化などがあることを説明。そのうえで統合の狙いを①意識改革の徹底「危機感の醸成」②仲卸