

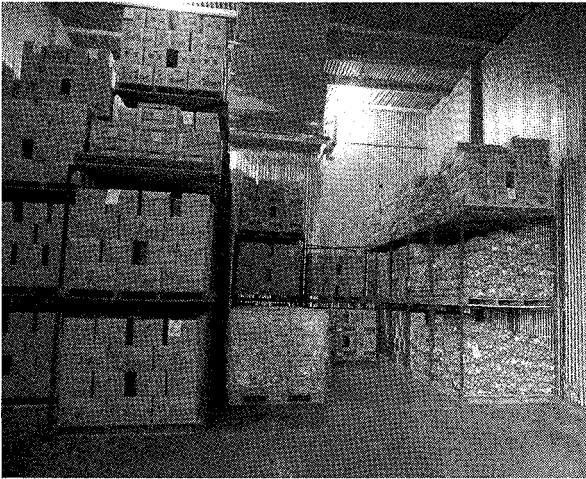
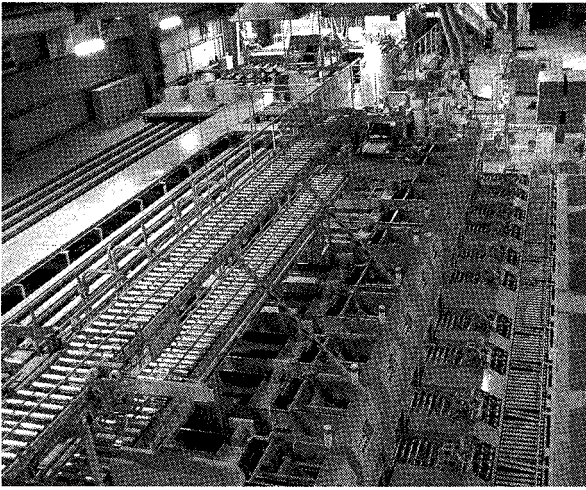
機能強化する産地業者

ジャガイモ タマネギ等 8割は市場に供給

生産農家の高齢化が進む中、とくにイモ、タマ類では、系統農協だけでなく産地集出荷業者の機能が無視できない。南高青果(森光健伸社長、本社＝長崎県南島原市年商56億円、支店＝佐賀鹿児島)では、取扱いの7割を占めるジャガイモを中心に、タマネギ、レタスなどを供給している。延べ2千人近い提携農家からの仕入れの多くは事前に価格を提示したうえ、「現金」で決済するなど農家を支援。また昨年11月には本社のジャガイモ選果ラインをリニューアル。取扱いの85%は全国の卸売市場への供給と、市場流通にとってもなくてはならない存在だ。

同社の経営の基本は、「と」(森光暲士雄専務)ジャガイモ(年間取扱量2万7千ト)、タマネギ(同1万7千ト)などの主力品目を伸ばすこと。佐賀支店と、その品目の

主力生産農に拠点を構えている。また、高値販売を狙うよりも出荷市場を定取引。基本は春の長崎、鹿児島、佐賀県産だが、他産地の貯蔵物などと合わせて周年供給できている。



リニューアルされた本社のジャガイモ選果ライン(上)佐賀支店ではタマネギを大量に取り扱う

るのも、系統にはできない産地業者の強みだ。一方、レタス(10月～翌4月、年間40万ケース)は商社を通じてカット原料用として増加傾向で、他にキャベツ、ハクサイ、レンコンなども扱っている。

中心はジャガイモ。本社選果ラインの能力は日

量100トだったが、リニューアルにより120トに増強され、選果の精度も高まった。同社の特徴は、主力品目を大量に扱うことを活かし、様々な等級設定が可能なこと。とくに農協規格の2Lと1Lの間をとった、1個100～120個の独自規格「特L」は、「料理のレシピに載る大きさ」で、規格が揃っておりバラ売りもしやすいため好評だ。

近年の動向として、出荷先の市場は量販店への相対販売が中心となっているため、「Lや特Lなど売れ筋のサイズを指定される」ことが多くなった」という。連動して同社と市場との取引も相対が増えるとともに、売れ筋とそれ以外のサイズとの価格差が開くことが多くなった。

そのために重視しているのが、厳密な選果とともに、生産指導体制。全国的には農家の高齢化が進展しているが、幸いにも長崎、鹿児島、佐賀の提携農家は比較的若く、後継者もいるうえ、規模が大きい。同社では若手農家を対象に研修会を開き、生産技術の習得、次期の品種選定などに取り組んでいる。また、肥料など農業資材の供給も行う。

なお、佐賀支店では32歳の森光栄介・営業課長がタマネギの販売を一手に担うなど、同社自身も次世代の人材育成に取り組んでいる。