

情報発信でブランディング

大手仲卸の丸進青果

社長がYouTube配信

「市場不要論」に反論も

名古屋中央卸売市場北部市場の大手青果仲卸・丸進青果（西脇正導社長、2021年度年商1199億円）では近年、スマート農業を取入れたイチゴ栽培やそのフリーズドライ加工商品の販売、データドリブン経営など新たな取組みを推進しているところだ。それと同時に、会社のブランディングの一環として情報発信にも注力。2019年からSNSの主要ツールを強化して自社の取組みなどを発信、さらに昨年からはYouTubeチャンネルも開設し、配信をスタートした。YouTubeには西脇社長も出演し、卸売市場の機能などについて説明する。個人のスマートフォン保有率が約7割（19年）となる中、「スマホに現れない会社は見つけれない時代になる」（西脇社長）と語る。

らにSNSの情報発信を行う広報チーム（2人）を設置し、フェイスブックに加え、ツイッターとインスタグラムを開始した。市場への入荷品や社内行事、「テレビで紹介された」などのトピックを紹介する。

最近、グループ会社の「丸進ファーム」が栽培するイチゴ「よつぼし」を使ったオリジナル商品「フリーズドライ苺『四重奏』」をクラウドファンディング「マクアケ」で先行販売する旨の告知と、「開始後3日間で300%目標達成！」の感謝の報告などを行った。フォロワー数はツイッターで1万1000人、インスタグラムは1000人になる。「フリーズドライ苺『四重奏』」は、本年4月以降に「丸

進ファーム」のホームページでネット販売を予定。

そして、昨年夏からはYouTubeチャンネル「丸進青果Wholesale Lab.（ホールセルラボ）」をスタート。これまでにアイカイブを含めて6本配信している。

このうち「市場不要論」をテーマにしたものでは西脇社長が出演し、受託拒否の禁止の原則や市場の価格決定機能などを説明しながら、「市場があるからこそ生産者は安心して農業に専念できる」と発信した。

こうした市場の機能や役割をテーマにした動画も今後配信していく。その理由は、「卸売市場のしくみについては、メディアで正しくない情報が流されたり、政治家や大学教授でもきちんと理解していない人が多い」との点にある。一方、「業界を盛り上げて、就職先として市場業界を選択する人が増えて欲しい」との思いもある。

評で、西脇社長自身もその効果を実感。取引先など初対面の人からは「YouTubeを見た」と挨拶され、すぐに距離が縮まった。社内で

は「社員とも間合いが近くなった」「社長の考えを社員がより知る機会になった」と語る。今後はYouTube以外にも、動画に特化

したSNSサービス「TikTok（ティックトック）」などにもチャレンジしていく。

（鹿島）



丸進青果 Wholesale Lab. (ホールセルラボ=卸売市場研究会)

青果仲卸 社長歴 30年 市場不要論にモノ申す!!



「市場不要論」をテーマにした動画。西脇社長は26歳で社長就任、同時に仲卸組合の理事になり30年以上経つ。現在は理事長全国団体「全青卸連」の副会長でもあり、「青果業界について最も知り尽くしている中の一人」と自負する。それゆえ、「テーマはとめどもなくある」という。

西脇社長は、元々自身でYouTubeを含めSNSを活用しており、情報発信の効果を実感しているという。ただ、会社としてホームページやSNSなどで情報発信を行う場合、「時間がない」「人がいない」が常態化する青果市場業界では、「最終更新が数年前」というケースが珍しくない。

情報発信の方法としては、まずは2019年にホームページを刷新。さ

らにSNSの情報発信を行う広報チーム（2人）を設置し、フェイスブックに加え、ツイッターとインスタグラムを開始した。市場への入荷品や社内行事、「テレビで紹介された」などのトピックを紹介する。

最近、グループ会社の「丸進ファーム」が栽培するイチゴ「よつぼし」を使ったオリジナル商品「フリーズドライ苺『四重奏』」をクラウドファンディング「マクアケ」で先行販売する旨の告知と、「開始後3日間で300%目標達成！」の感謝の報告などを行った。フォロワー数はツイッターで1万1000人、インスタグラムは1000人になる。「フリーズドライ苺『四重奏』」は、本年4月以降に「丸

進ファーム」のホームページでネット販売を予定。そして、昨年夏からはYouTubeチャンネル「丸進青果Wholesale Lab.（ホールセルラボ）」をスタート。これまでにアイカイブを含めて6本配信している。このうち「市場不要論」をテーマにしたものでは西脇社長が出演し、受託拒否の禁止の原則や市場の価格決定機能などを説明しながら、「市場があるからこそ生産者は安心して農業に専念できる」と発信した。こうした市場の機能や役割をテーマにした動画も今後配信していく。その理由は、「卸売市場のしくみについては、メディアで正しくない情報が流されたり、政治家や大学教授でもきちんと理解していない人が多い」との点にある。一方、「業界を盛り上げて、就職先として市場業界を選択する人が増えて欲しい」との思いもある。動画は視聴者からも好