

グループ連携し販路拡大 「アグリカルチャ室」で取組強化

三井物産グループの食品流通事業の中核を担う三井食品（萩原伸一社長、東京都中央区、2018年度の連結売上高8164億円）では、グループ会社と連携し、青果の取扱い、販路拡大に取組んでいる。一方、顧客スーパーに対して新たなPBを提案するなど、魅力ある商品づくりの支援も行う。今年4月には営業本部内に「アグリカルチャ室（村上浩二室長）を設置し、これらの取組みを一層強化していく。

グループ内の連携では、三井物産北海道支社

が商品化したタマネギ

「さらさらゴールド」、三井物産などが出資する

合弁会社「うれし野アグ

リ」（三重県松阪市）が生

産するミニトマトの販売

拡大などに取組む。

さらさらゴールドは、

され、三井食品がスーパーに販売する。近年は機能性成分を多く含む野菜をコーナー化するスーパーが増えてきたことに加え、北海道支社がPRソングをつくるなどの販促活動も後押しし、売行きは好調。現在年間で500トンを販売し、今後は倍増をめざす。

一方うれし野アグリでは、採光性の高い「フエインロー型」ハウス（約19畝）で工場排熱や余剰蒸気を利用してトマトを

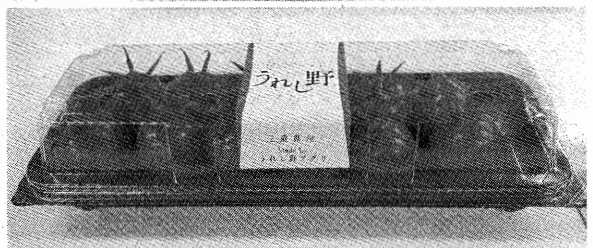
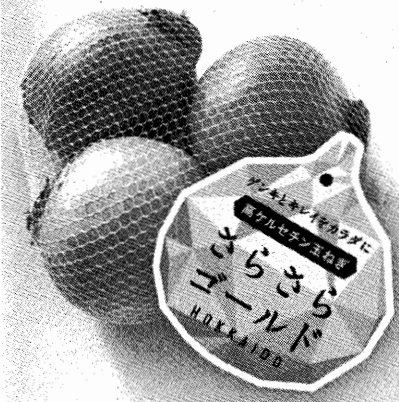
栽培し、房つきで出荷する。施設内は環境制御され、年間通じての出荷が可能だ。今秋から施設が拡大し、生産量の増加にともない販売を強化していく。

また、肥料販売商社の

三井物産アグロビジネスとともに、産直の取組みも。小売店に専用コーナーを設置し、肥料の顧客生産者に対して青果物を販売する場を提供する。まずは九州地区を対象とし、集荷や価格ラベルの貼付、店舗への納品などはパートナー企業である市場の仲卸が担当する。「産直は業態によって参入の余地がまだある」といい、今後拡大を図る。

さらに、スーパーの商

品づくりの支援も。最近のヒットは、大手量販グループと共同開発したペルー産ミカン。昨年輸入が解禁され、いち早く取扱いを開始した。価格は400円程度（約700g）で、3月〜7月頃まで販売。「国産と比較して食味も遜色なく、価格がハウスミカンより手頃とあって好評だった」（村上室長）という。今後こうした取組みに注力していく。



ケルセチンを多く含む「さらさらゴールド」。ケルセチンには血流改善のほか、活性酸素を除去する働きがあるとされている（上）うれし野アグリのみんも