

業界フロンティア

青果仲卸・総菜製造 フルックスホールディングス・黒田久一社長

くろだ・ひさかず 1959年大阪府堺市出身。関西外国語大学卒業後、大手外食チェーンに就職。86年にフルックスグループの三晃に入社。03年から現職。

食の外部化、に対応

青果仲卸業や総菜の製造、小売りなど多彩な事業を展開するフルックスグループは、業務向けのカット野菜やミールキットの供給で業界をリードする。グループの事業を統括するフルックスホールディングスの黒田久一社長に、課題と今後の展望を聞いた。

（斯波希）

■青果仲卸業を核に多彩な事業を展開していますね。平成に入り、野菜、肉、魚というスーパーの生鮮部門に、総菜を強化する動きが加わった。単身世帯の増加や高齢化が進み、中食や外食など食の外部化需要は一層高まっている。仲卸も、素材となる青果を売るだけでは限界がくる。野菜の産地や品質に詳しい仲卸は数多くあるが、メニュー提案までできる仲卸はまだ少ない。そこに商機があると考えている。

■需要にこたえるため、テストキッチンの設置や、管理栄養士の資格を持つ人材の採用などでメニュー開発を強化してきた。カット野菜やミールキットなどを手掛ける「ミールソリューション事業」では、レストランやスーパーなどの要望に応じ、天ぷら用や酢豚用など約300アイテムを展開。カット野菜などの売り上げは、ここ10年ほどで3・5倍以上に伸びた。

■商品である「モノ」を売るだけでなく、情報という「コト」を提供する姿勢も重視したい。2007年から始めた「惣菜（そうざい）のわかる八百屋塾」では、バイヤーなど関係者を招き、テーマごとの勉強会の開催、旬の野菜を使ったメニュー提案を行っている。

■ミールキットなど業務向け商品のトレンドは、簡便化とロングライフ化がキーワードになる。スーパーのバックヤードやレストランの厨房（ちゅうぼう）では、人手不足が深刻化している。業務用も、より簡便に調理できる商品のニーズが高まり、スチーム調理するだけで済むような、完成品に近い商品の売り上げが伸びている。野菜だけでなく、肉や調味液などをセットにした商品も好調だ。

■食品ロスの問題もあり、賞味期限の長い冷凍食品が今後伸びると見込んでいる。18年には、冷凍用設備を新たに導入した。今後5年間で製造を強化していく方針だ。異常気象などで国産原料の調達が不安定になる中、豊作時に多く調達した分を貯蔵し、計画生産できるなどのメリットもある。利益だけでなく、企業としての社会貢献という面でも挑戦する価値がある。

■産地とどう連携していきますか。

■食の外部化率が上がっていく中で、加工・業務用野菜の需要は今後もどんどん伸びていく。JA全農などとも連携し、加工・業務用野菜の産地づくりを共に進めていきたい。グループ内の機能をフルに生かし、買い取った野菜を余すことなく売り切ること、互いに持続的に発展できる関係を構築していきたい。



会社概要

1964年に創業。本社は奈良県大和郡山市。青果仲卸や青果物流通のフルックス、総菜事業を担う味の大道路などを展開。グループ売上高は135億円（18年度）。