エア・ウォーター株式会社との資本業務提携ならびに、 デリカフーズホールディングス株式会社との業務提携 について



2023年2月20日 株式会社ベジテック



- 1. 青果流通を取り巻く環境
- 2. 協業の背景と協業体制
- 3. 青果流通加工プラットフォームの構築
- 4. 目指す姿



- 1. 青果流通を取り巻く環境
- 2. 協業の背景と協業体制
- 3. 青果流通加エプラットフォームの構築
- 4. 目指す姿

生産者の状況



農家の高齢化や減少が依然として続いており、新規就農者も減少傾向

農業就業者は20年で半減、高齢化も進む

■ 65歳未満 384万人 ■ 65歳以上 290万人 197 **►51.3%** 178 168万人 118 **-70.2%** 187 112 50 2009年 1999年 2019年

(出所)農林水産省「農業構造動態調査」

新規就農者数も減少傾向、50歳以上の割合が高い



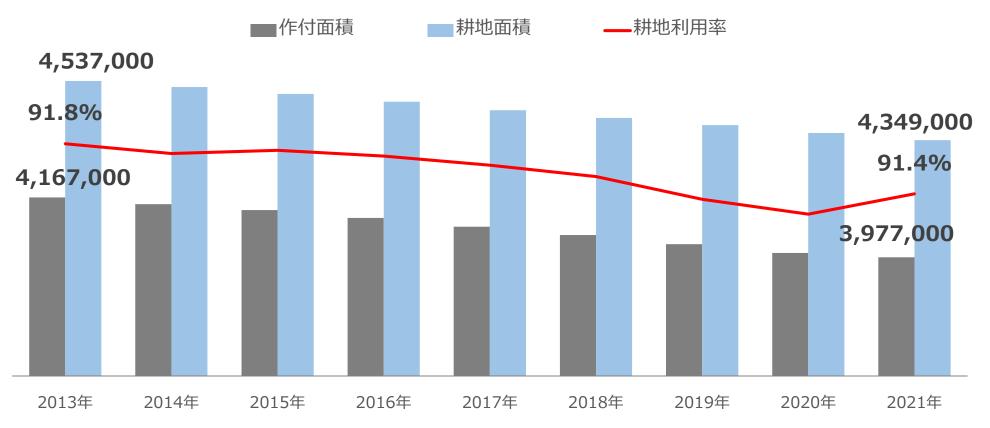
(出所)農林水産省「新規就農者調査」

農地の状況



耕地の宅地転換等により、作付面積・耕地面積ともに減少が続く 耕地利用率(作付面積/耕地面積)も減少

単位: ha (ヘクタール)

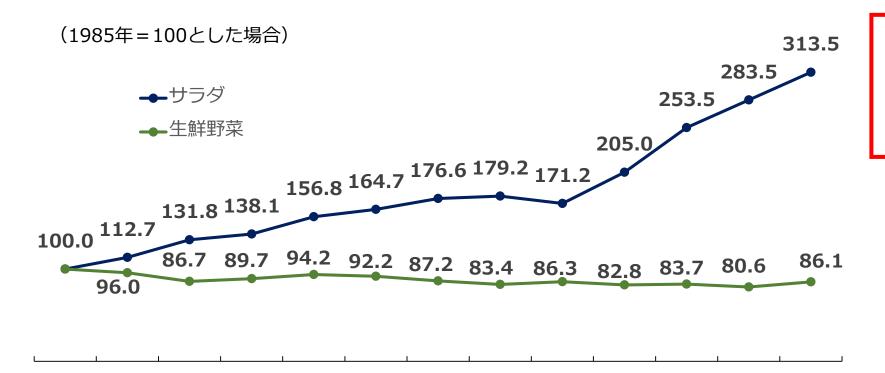


野菜消費のトレンド



- ・生鮮野菜の消費は減少(家庭での調理機会が減少)
- ・サラダ消費が増加
 - →スーパー、コンビニ、デパ地下等で 加工調理品の消費が増加





・共働き世帯増 (調理時間の短縮)

・一人世帯増加 (使い切りニーズ)

1985年 1988年 1991年 1994年 1997年 2000年 2003年 2006年 2009年 2012年 2015年 2018年 2021年

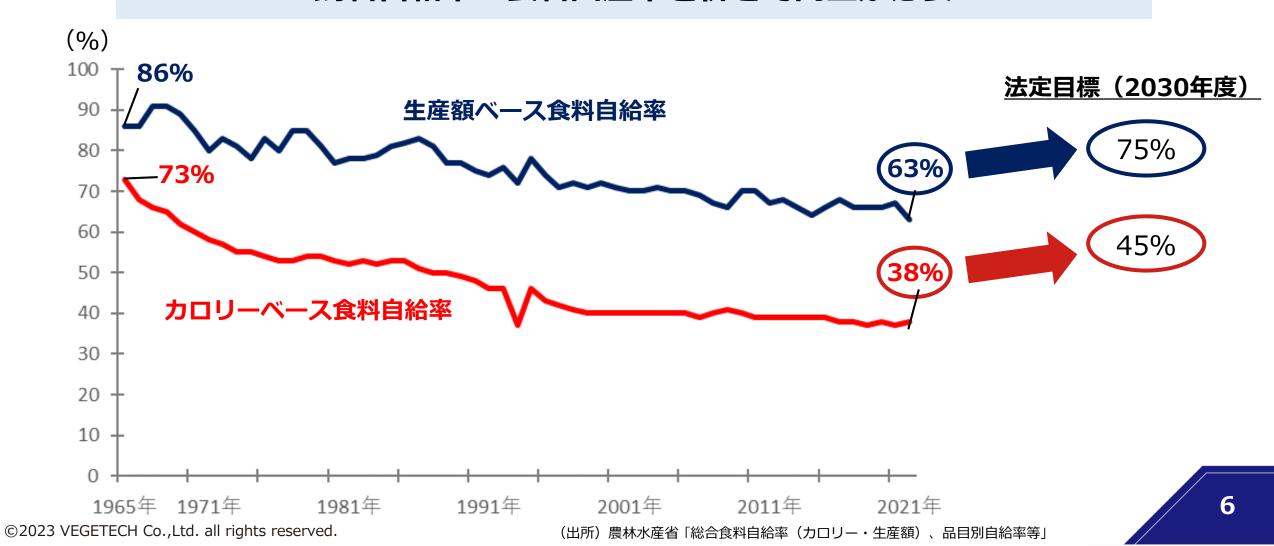
(出所)総務省「家計調査」

注:「二人以上の世帯」の1世帯当たりの支出金額を消費者物価指標 (2020年=100) および世帯人員で除し、1985年を100として算出

食料自給率向上へ



食生活の変化により、食料自給率が低下飼料自給率・食料国産率と併せて向上が必要



青果流通の現状整理



生産

- ・農業就業者の減少 (直近20年で168万人に半減)
- ・生産者の高齢化 (65歳以上が7割超)
- ・農地集約による生産性向上
- ・農産資材のコスト増
- ・食料自給率の低迷

流通

- 不安定な調達環境(温暖化、異常気象、コロナ等)
- ・仕入契約単価のベースUP (栽培コストが増加)
- ・物流費の高騰 (物流2024年問題、時間外規制)
- ・各種コストの上昇(エネルギー、資材費、人件費)

消費

- ・野菜の消費量減少 (1985年から2019年で▲21.7kg/年・人) ※農林水産省「食料需給表(令和元年度)」より
- ・サラダ購入増:簡便性ニーズ (2021年の1人1年あたり購入額は1985年の約3倍に) ※総務省「家計調査」より算出
- ・健康志向の高まり(ととのえ飯、完全栄養食)
- 価格志向の高まり(食品を含む値上げラッシュ)

個社単独では解決できない課題を3社補完で解決していく









- 1. 青果流通を取り巻く環境
- 2. 協業の背景と協業体制
- 3. 青果流通加エプラットフォームの構築
- 4. 目指す姿

3社の事業と強み





売上1,395億円

(アグリ&フーズ事業、22年3月期)

- ●北海道産野菜の調達力
- ●畜肉原料の調達力
- ●多様な加工技術-畜肉・デリカ・飲料・スイーツ・冷凍野菜
- ●冷凍技術・ガス置換技術
- ●全国の物流拠点
- ●自社小売販売(九州屋)

- ●市場調達+契約調達
- ●業界随一の総合力
 - → ・仲卸機能
 - ・カット野菜・フルーツ加工
 - ・パッケージ加工
- ●市場間物流
- ●小売・中食販路に強み
- ■ISO17025における認定分野が日本トップクラス (栄養分析、放射能、残農 他)

- ★ 3 社売上合計 約2,400億円
 - → 青果卸マーケット3兆円の約8%
 - → 業界最大規模のアグリ連合体
- ★3社の機能の掛け合わせで 調達~加工~物流~販売の バリューチェーンを構築可能に

- ●全国の直営17拠点網
- ●多様な野菜品目
- ●全国からの契約調達
- ●高度な野菜カット技術
- 全国のチルド配送網→全国30,000店舗に配送
- ●外食販路に強み
- ●成分分析のパイオニア



売上643億円

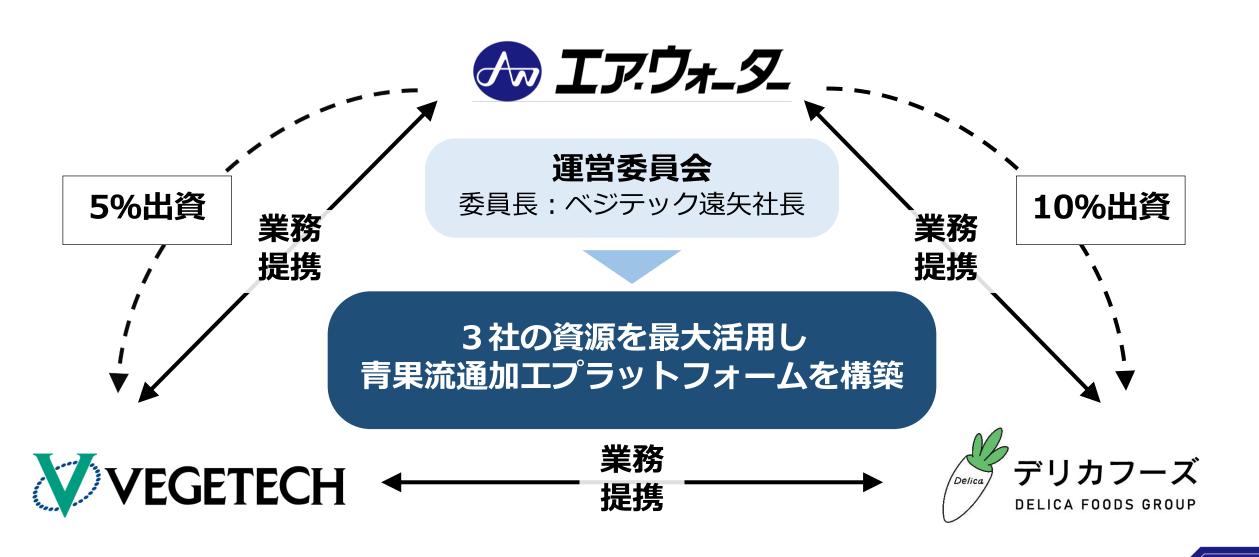
(22年3月期)

売上398億円 (22年3月期)



3社での協業体制

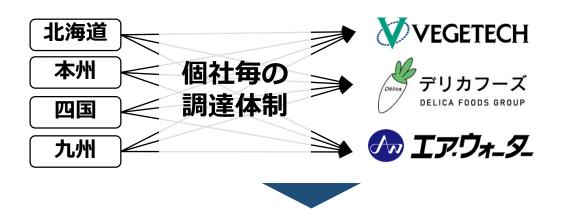




協業テーマ①:原料調達



エリア毎の調達の集約化

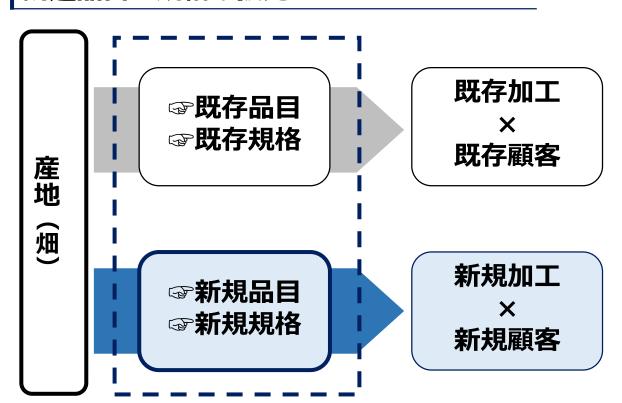


3社で役割分担のもと調達機能を集約・効率化

手始めに、北海道での調達をAWに集約

※調達機能のさらなる強化のため、北海道の AWグループ各社を23年4月に統合・再編予定

調達品目・規格の拡充



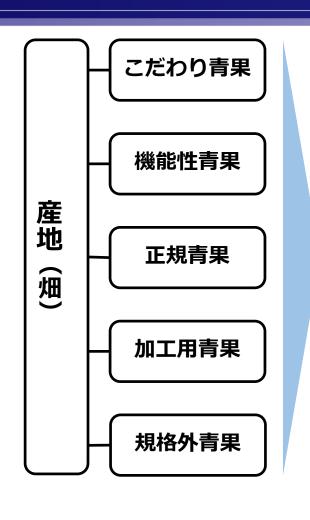
総合力を活かした 取り扱い品目・規格の拡大

協業テーマ②:加工



青果の

付加価値向上





青果流通 ロス低減 変わりゆく 顧客ニーズ に対応

3温度帯×加工度の組み合わせ

常温

1次加工: 単品加工

冷蔵(チルド)

冷凍

X

2次加工:組み合わせ加工

3次加工:調味・調理加工

協業テーマ②:加工



3社の加工拠点MAP



▲ 飲料加工:4拠点

◆ 農産加工:5拠点

(冷凍、缶詰、レトルト)

| 本 ハム、デリカ、総菜加工:5拠点



■ 流通加工:6拠点

東京、神奈川、埼玉2拠点、 千葉2拠点

▲ 製造加工:11拠点

東京、神奈川、埼玉3拠点、 群馬、愛知、大阪、和歌山 広島、福岡



流通加工ほか:13拠点

北海道、宮城、福島、東京2拠点、神奈川、愛知2拠点、大阪、奈良、 兵庫、福岡、長崎

都市圏・北海道に強み ↓ 共同活用+新設も推進



協業テーマ③:物流・インフラ



3社の物流拠点MAP



● 物流拠点(食品):13拠点

● 物流拠点(食品以外):86拠点

★ 青果貯蔵拠点:4拠点



● 貯蔵拠点:3拠点 埼玉2拠点、千葉



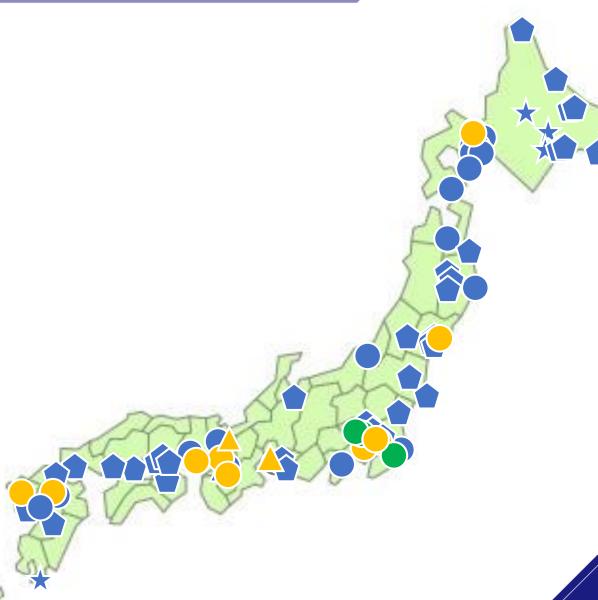
─ 物流拠点:11拠点

北海道、仙台、東京3拠点、 神奈川、大阪、奈良、兵庫、 福岡、長崎

▲ **物流拠点(貯蔵機能有):3拠点**

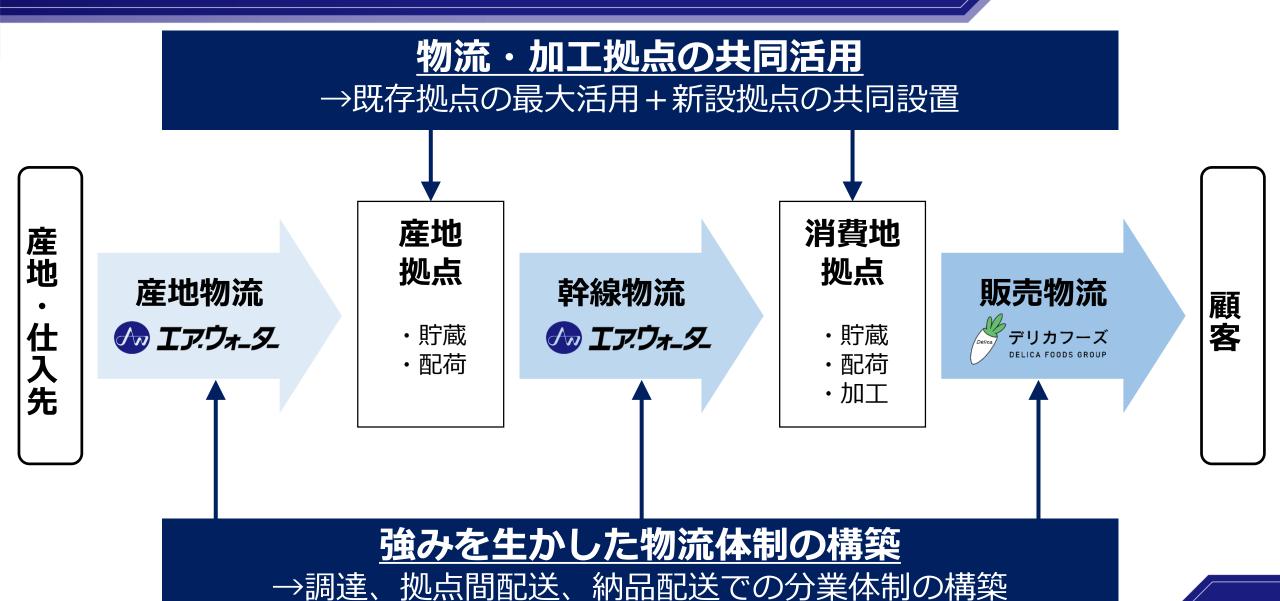
日本全国をカバー(3社計:120拠点)

3社共同活用でさらなる効率化を



協業テーマ③:物流・インフラ





協業テーマ④:販売













①クロスセルの推進

・3 社販路の補完性を活かし、既存商品の販売を強化→新規顧客への販売を加速

②3社顧客への総合提案

- ・青果×畜肉デリカの提案
- ・異なる温度帯製品の組み合わせ→冷凍野菜 + カット野菜

③販売物流の効率化

- ・同一顧客への共同配送の推進 →チルド帯の物流から開始
- ・発送拠点の共同活用

小売

(量販・コンビニ)

中食

外食

(レストランほか)

EC・宅配

自社小売

(九州屋)

協業テーマ④:販売



3社の営業拠点MAP



🦳 営業拠点:20拠点

北海道7拠点、宮城、 東京、長野、愛知2拠点、 三重、滋賀、大阪2拠点、 鳥取、広島、福岡、鹿児島



🦳 営業拠点:8拠点

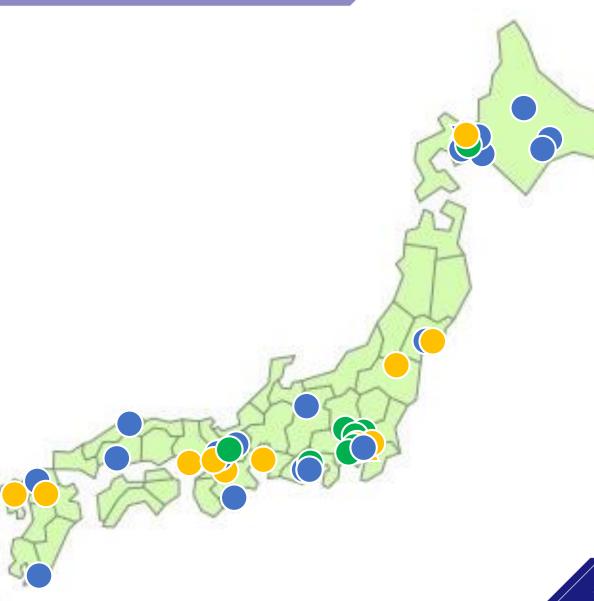
北海道、東京2拠点、神奈川、 埼玉2拠点、愛知、京都



🦳 営業拠点:12拠点

北海道、宮城、福島、東京2拠点、神奈川、愛知、大阪、奈良、 兵庫、福岡、長崎

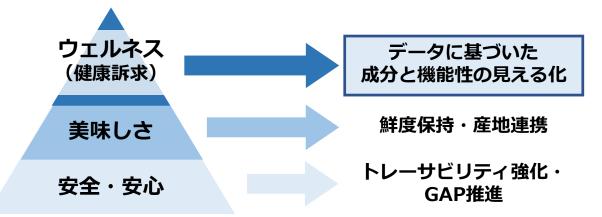
都市圏・北海道に強み ↓ より細やかな営業体制に



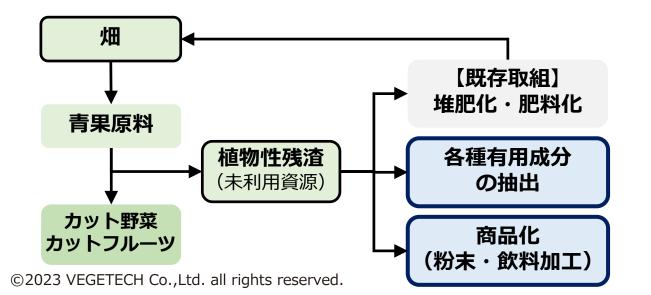
協業テーマ⑤:青果の付加価値向上、技術開発



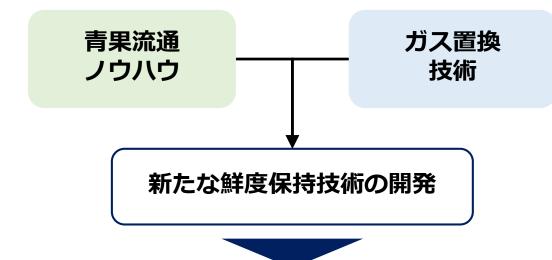
青果物の付加価値向上



未利用資源の商品化・資源化



鮮度保持技術の共同開発



- ・拠点貯蔵による早期収穫対応
 - →天候・作況に合わせた柔軟な収穫対応
- ・カット野菜、フルーツの賞味・消費期限延長
 - →棚持ち改善、販売店舗での口ス軽減

フードロス削減

協業内容まとめ



- ①国内外における3社の契約農家および調達ルートを活用した原料調達
- ②3社のカット野菜・加熱野菜・冷凍野菜の相互販売、ならびに 小売・ECチャネル・外食・中食産業を中心とした取引先の開拓・拡大
- ③3社の物流ネットワークおよび拠点・施設を活用した青果流通・ インフラ事業
- ④鮮度保持・食品加工技術等の共同開発および加工センターの協同運営と 新加工センターの設立
- ⑤成分分析データを活用した青果物の付加価値向上およびブランド化



- 1. 青果流通を取り巻く環境
- 2. 協業の背景と協業体制
- 3. 青果流通加工プラットフォームの構築
- 4. 目指す姿

青果流通加工プラットフォームの構築



生産・調達

産地

(畑)

加工・物流

販売

全国調達

情報提供 小売・中食・外食 のニーズ

安定調達 (全量買取)

産地サポート 農作業受託



すべての青果を幅広い加工力で製品化しお届け

チルド加工(市販用)・ミールキット









チルド加工(業務用)・ミールキット



飲料・粉末・冷凍・小小加工









物流

青果流通の パイオニア



30,000店舗への チルド配送





ーズに合った形でお届け

EC・宅配







(量販・CVSほか)

中食

外食 (レストランほか)







青果を無駄なく利用





消費者

(食卓



- 1. 青果流通を取り巻く環境
- 2. 協業の背景と協業体制
- 3. 青果流通加エプラットフォームの構築
- 4. 目指す姿

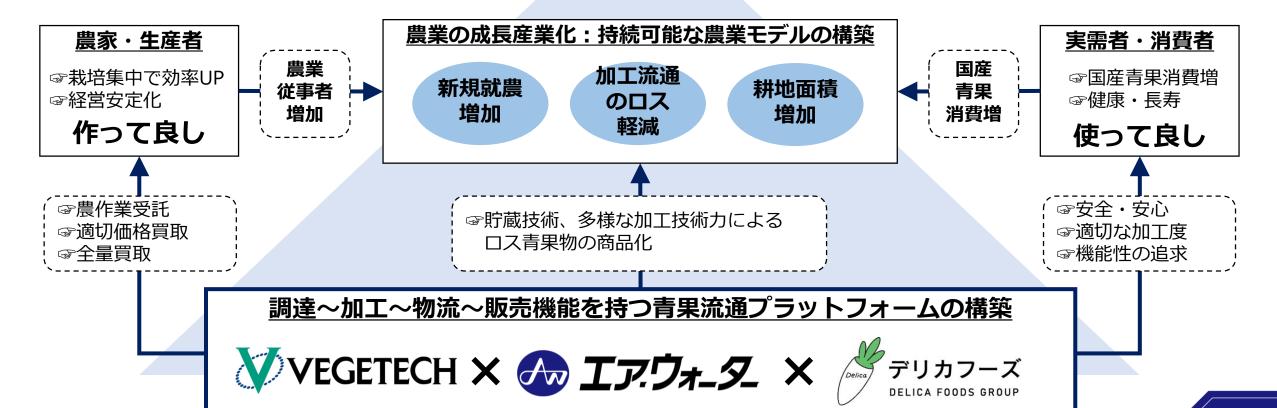
目指す姿





食料安全保障 食料自給率改善

フードロス削減





ご清聴ありがとうございました