

中家青果

ものづくり技術

一般型

果形選別装置の導入により、選別効率・精度を向上 旬の集中期における出荷にも対応

事業 内容

柑橘系果物の卸売が主体 生産者との太いパイプが強み

代表の中家義輝氏は、義兄が運営する青果店での経験を活かして38歳の時に独立、それ以降、青果のラインナップと取扱量を増やし、業容を拡大してきた。現在は、紀ノ川市の選別工場、和歌山市の販売店舗、関係会社である（有）アドバンスの3拠点を中心に営業活動を展開している。

商材としては、季節に応じて和歌山県産の梅、桃、柿を取り扱い、中でも紀州みかんをはじめとする柑橘系の果実が売上の大半を占める。販売先は、商社筋や（有）アドバンスを通じてスーパーなどの量販店へ販売されるほか、一部は実店舗での販売もある。

同所の強みとしては、品質の高いみかんの仕入れができることにあり、トップレベルの有田みかん生産者と直接契約するなど、生産者との太いパイプを持っている。また、様々な生産者と長年にわたって取引関係を作っていることから、取り揃えることのできるみかんの価格帯が他社より幅広い。

生産者との太いパイプがあることから、他社が在庫を切らす時でも商品の供給が可能である。結果的に、毎年の売上の増減の幅が小さく、優位性を維持しながら安定した経営を行うことができています。

補助 事業

大量の果実を効率的に選別する PKコンベアシステム一式の導入

果実の品質は、自然条件（生育環境）の影響を大きく受けるため、工業製品のような均一的な品質を作り上げることは難しい。しかしながら、市場で流通させていくには統一した規格と品質管理が必要となり、階級（サイズL、M、S等）と外観品位による等級（秀、優、良等）といった全国統一規格に合わせて、選別・出荷を行わなければならない。

その選別にあたって、これまではドラム式の果実選別機を利用していた。ただ、この選別機では果実（主にみかん）を落とす工程があるため、果実を傷めてしまうという問題点があった。その傷みからクレームに発展するケースもあり、改善が必要であった。

農協（JA）など大量の果実を選別する必要がある企業（組合）の選別工場では、PKコンベアによる選別を既に導入しており、ドラム式の選別機と比較しても選別能力に2倍程度の差が出る。量販店向けの販売を一層強化してい



中家青果

代表 中家 義輝
〒640-0421 紀の川市貴志川町北267
TEL: 0736-64-4145 FAX: 0736-64-4531
E-Mail: nakayaseika@soleil.ocn.ne.jp

〈業種〉果実卸
〈創業〉1991年1月
〈従業員〉7人

成果

階級選別の精度が向上 量だけでなく、個数販売も対応可能に

導入したPKコンベアシステムには新規デジタル赤外線カメラが付随していることから、高速で果実の各階級の測定を行うことができるようになり、選別精度とスピードが飛躍的に向上した。量販店の担当者からの評価も上々で、今回のシステムを導入したことにより、以前は困難であった大量の出荷要請に対しても迅速に対応することができています。全体の選別能力としては20%程度向上している。

また、これまで卸売する際は「出荷量（重さ）」での対応となっていたが、「出荷個数」での対応も可能となった。エンドユーザーである消費者は「何グラム」袋に入っているかということよりも「何個」入っているのかを重視する傾向にあるからだ。

重さと個数の両方で選別が可能になったため、均一な大きさのみかんばかりが入っているパッケージや、ほぼ同じグラム数で大・中・小のみかんが入っているパッケージな

ど、多様なパッケージで出荷し、販売力を強化した。

ただ、選別の精度や効率が向上したとはいえ、果実の傷の具合を判定し、等級を精度よく選別するには至っていない。この点は今後の課題として、カラーグレーダーの機器の導入も視野に入れて検討していきたいという。



今後の 展開

新商材の取り扱いにも注力 糖度センサー導入より選別の高度化

柑橘系の商材は紀州みかんが主力であるが、紀州みかんに加え、「不知火（しらぬひ）」の取り扱いを増やしていきたい意向である。柑橘系の商材の中では、みかんに次ぐ地位を築きつつあり、一般消費者からのニーズが高まっている不知火の取り扱いを増やすことにより、売上増に繋げていく。

また、果物だけでなくスナップえんどう、玉葱、かぼちゃなど野菜類の取り扱いも増やしていく。市場の細かな要望

を察知しながら、生産者との関係性構築にも引き続き力を入れていく。

また、今回の補助事業とは別に、糖度を測定することができる光センサーを導入して選別面の更なる強化を図っている。量販店では顧客層に合わせたきめ細かな販売方法が求められていることから、細かな選別出荷ができることは大きな強みとなる。多数の出荷バリエーションを用意することにより、中家ブランドを市場に浸透させていく。

