

商社と農業ビジネス：寄稿2

「サラダクラブの挑戦」 ～野菜をもっとおいしくする～



三菱商事株式会社 農水産本部 農産ユニット
青果物チームリーダー **すすき のぶひこ**
鈴木 信彦

1. パッケージサラダ市場の現状と今後の展望

パッケージサラダ^(注)の市場規模は、小売価額ベースで約400億円(2兆円といわれる量販店における生鮮野菜の総売上の2%前後)と推定されています。

日本では長野県がレタスの大産地ですが、世界的な規模で見ると、「エデンの東」の舞台となったカリフォルニア州サリナスがまさに「世界のサラダボウル」として君臨しています。この地に本社を置くフレッシュ・エクスプレス社は世界最大のサラダメーカーで、毎月約1万8,000tのサラダを生産しており、米国でのパッケージサラダの売上は小売価格ベースで約5,000億円に達しています。

日本でもここ数年の間に量販店のパッケージサラダ売り場が広がり、消費者の認知度も高まっていますが、米国では日本の10倍超の巨大マーケットが存在していることになります。

食文化の違いもあり、将来米国の人口比まで日本のパッケージサラダ市場が拡大するかは未知数ですが、そう遠くない将来日本でも1,000億円(小売価格ベース)規模になる可能性は十分あると考えています。背景には、少子高齢化・核家族化・女性の社会進出・ごみの有料化といった要因があり、従来以上に簡便野菜商品に対する需要拡大の素地があると予想するためです。

2. サラダクラブについて

(株)サラダクラブは、1999年にキュービー(株)

51%/当社49%の出資比率で主にパッケージサラダの製造販売を事業内容として設立されました。量販店を中心に商品を提供し、日本におけるパッケージサラダ市場の伸張に努めています。設立以降業績は順調に推移し、2010年度の売上高は115億円を超えるレベルに到達する見込みです。直営工場5ヵ所ならびに協力工場5ヵ所体制を全国規模で展開し、販売店舗数も1万を超えてきています。

内食におけるサラダの登場頻度は増えてきており、最近の内食回帰の動きはサラダクラブにとって大きなチャンスであるにとらえています。以下、このサラダクラブの事業内容をご紹介します。

3. 相場変動に対応できる安定調達

～国内産地との取り組み～

今春、日本はまれに見る長期の低温が続き、葉菜・果菜類が生育不良による品不足となり、価格が高騰しました。また、その後も局地的な豪雨や猛暑により野菜の数量・品質・価格が不安定な状態となり、現在も続いている状況です。このような状況でも、量販店等に対しては安定価格で安定供給をしなければなりません。このため、サラダクラブでは、設立当初から原料の手当てについて産地との直接契約取引にこだわり続けています。売上の増加とともに契約産地を増やす必要がありますが、北海道から沖縄県までJAなどの系統産地や、任意の出荷団体等との直接契約を拡大することで生鮮原料の安

定調達を行っています。この産地開発・調達を成功させるためには契約産地との信頼関係の構築が不可欠であり、

- ① 当社の工場見学、産地での収穫研修
- ② 原料使用数量の予測精度向上
- ③ 産地への生産現場の意見・感想の迅速なフィードバック

などの地道な努力を続け、市場価格に左右されない固定価格での供給、生産者の安定収入確保、品質の安定化を実現しています。

4. 野菜をもっとおいしくする

サラダクラブは、日本でパッケージサラダを定着させるためのあらゆる方策を検討し、実践に移しております。例えば、従来のパッケージサラダに対するイメージは

- ① 余った野菜をカットしているのでは？
- ② 防腐剤などを使っているのでは？
- ③ 野菜をカットする手間暇を惜しんだ手抜き!?

といったネガティブなイメージがありました。このイメージを払拭すべく消費者へ下記のようなメッセージを出し、サラダクラブが提供するパッケージサラダの良さを伝えていくことに努めています。

～新鮮さへのこだわり

- 野菜の新鮮さを守る
- 産地から量販店まで、低温度帯における保管・輸送を実現。
- 商品ごとに最適な保存方法や袋を使用しています。

～安全品質へのこだわり

- 徹底した品質確認
- 野菜の洗浄には水道水以上の厳しい基準を設定。また保存料は使用しておりません。すべての皆さまに安心してお召し上がりいただける商品を目指します。

～原材料へのこだわり

- 厳選された原材料を使用



お家で作るごちそうサラダ 和風サラダ用 (左)
レンジで簡単蒸し野菜 さつまいもミックス (右)

- パッケージにすべての原料の産地を記載。
 - ポジティブリスト制度を遵守し、農薬使用管理に信頼ある産地より仕入れを行っています。
- #### ～栄養価へのこだわり
- 栄養価の高い商品
 - 栄養価を保つため原料野菜が入荷したらなるべく早いうちにカットし包装します。ビタミンや食物繊維などを極力傷めず加工する技術を保有しています。

5. サラダクラブのミッション

サラダクラブは、市場規模は小さいながらも日本のパッケージサラダ市場におけるリーディングカンパニーであり、良い商品を提供し、パッケージサラダという商品の認知度を高める責務があると考えています。一度パッケージサラダ商品を試された消費者は、その簡便性やおいしさ、そしてボリューム感に一定の評価を与え、リピーター率は高いという分析がなされていますが、今後もさらなる消費者への働き掛けが必要であると考えています。ブランドイメージの向上ならびに消費者への浸透を図るべく、さまざまな販促活動を行い、一人でも多くの方々にパッケージサラダ商品を手にとっていただくことで、商品の魅力をお伝えしていきたいと考えております。

(注) パッケージサラダ：一般的に小売にて販売される小分けされた(主に袋詰め)生食用のカット野菜。

