

ジャパ プランツ

仏花・切り花全国の SM などへ 切花の店頭販売期間を倍以上に



▲「フレッシュフラワーパック」(特許出願中)

花卉総合商社のジャパンプランツグループは、花卉を扱う「ジャパンプランツ」、園芸種苗を扱う「プラントワールドシードギフ」、輸出入代行業の「JB」で組織し、主力の仏花やサカキを始め、カーネーションなどの切り花、観葉植物など、スーパーやホームセンターのほか、最近ではコンビニエンスストアやドラッグストアへの納入も増えており、さらにネット通販サイト「産直花だん屋」

は16年のグループ化以降順調に拡大し、前年度はコロナ禍の外出自粛でさらに拡大。20年4月は大手販売サイトの岐阜県の「ショップ・オブ・ザ・マンズ」(月間 MVP) になったほど。

1980年の創業以来、着実に信用と実績を積み上げ、21年3月期は40億円を突破し、今年度は前期比約8%増の43億円を超える見込みだ。また、同社の特徴の一つがさまざまな「特許」を取得していること。最近では主力商品の神仏系切り花の店頭販売期間を延長できる商品「フレッシュフラワーパック」(特許出願中)を開発し、店頭でのロス削減、レジ袋不要、レジ業務軽減などの利点を流通各社に提案している。

一般的な切り花の店頭販売期間は3~4日だが、MAP(ガス置換)包装で密封することで、同5~7日を可能にし、その後は同包装を開封し、通常の販売(要給水)でさらに3日は延長できる。また、包装済みなのでレジ袋不要。レジ回りも水滴などの汚れもなく、レジ業務の軽減も期待できる。SDGsの観点でも積極的に開発している。

真誠

創業の理念新たな成長の礎に 付加価値商品で差別化を推進



▲富田博之社長

20年2月に創立60周年を迎えたごま・きな粉の真誠(愛知県北名古屋市)。伝統食を守りつつ、進取の精神で時代の変化や消費者ニーズの多様化に応えた商品開発を推し進めてきた。「競合ひしめく中で生き残っていくためには、常に新しいアイデアと、付加価値の高い商品投入が求められる。我々は絶えずこれらを追求してきた」と富田博之社長は語る。

「皮むきごま」をはじめ、「うまかあじ」、「利久胡麻」などの代表商品に加え、近年は「とろけるきなこ」や機能性表示食品の「だし香るごまあえの素」、「クラッシュアーモンドすりごま」などの新商品群が新規ファン層の開拓を牽引する。

「60周年を機に、我々の企業理念や行動基準も再確認した。9月にはSDGsの取り組みを統括する専門部署を設置。次ステップに入る」

商品開発・提案と合わせ、ごますり体験授業などの「食育活動」、賞味期限延長や製造現場の見直しによる「食品ロス・廃棄の低減」、国連WFPへの寄付活動といった「貧困対策・給食支援」、「地産地消の促進」などに引き続き注力。60周年記念で制作した食育アニメは、「映文連アワード2021」で「文部科学大臣賞」を受賞した。

96年のトップ就任から四半世紀。先代から受け継いだ創業の理念は、同社の新たな飛躍の礎となる。「こうした一連の活動や当社ごま商品を通じて、コーポレートメッセージに掲げる『すべての人を笑顔にしたい』の実現を目指す」