

会社案内

ファーマインド新筑豊青果

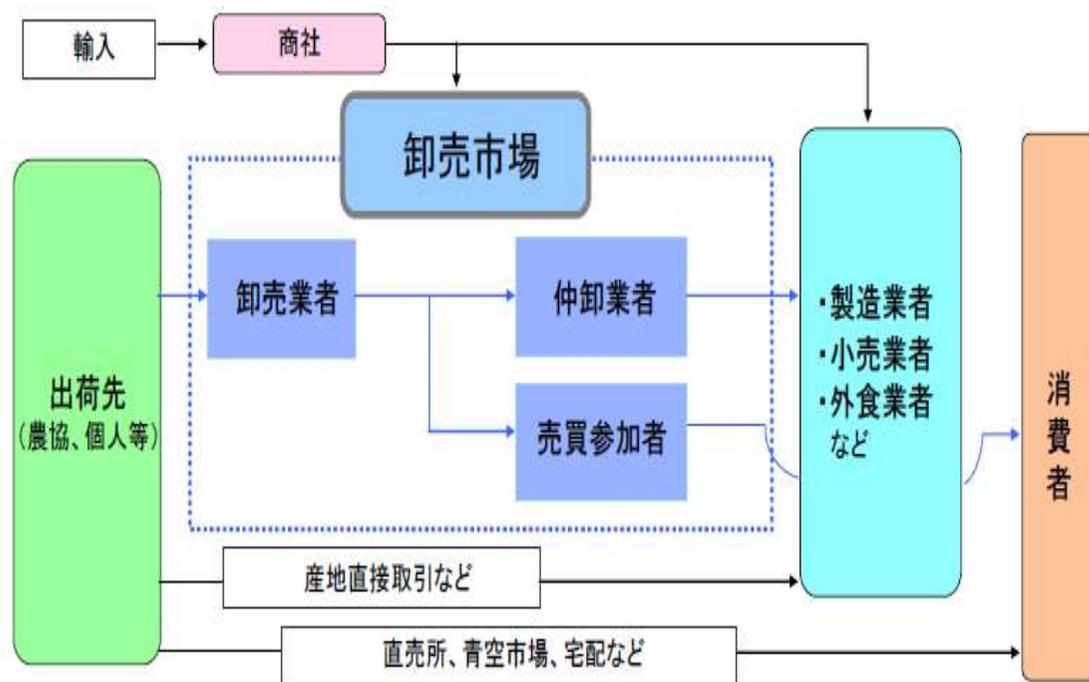
～ リニューアルした新市場

飯塚市地方卸売市場

ファーマインド新筑豊青果株式会社

- 企業情報 P3
- 卸売市場の役割 P4
- リニューアルした当市場 P5
- 当市場の特徴 P9
- 当市場の平面図 P11
- 当市場を取り巻く環境と課題 P12
- メリット P16
- ファーマインドグループ紹介 P17

会社名	ファーマインド新筑豊青果株式会社
所在地	福岡県飯塚市有安958番地18 飯塚市地方卸売市場（公設）
設立	1948年5月4日
資本金	7000万円
事業内容	青果物および加工品の販売、販売の受託
取扱(売上)高	81億67百万円（2024年3月期）
従業員数	28名
株主	株式会社ファーマインド



■ 市場の主な機能

- ・ 集荷（品揃え）、分荷機能
全国各地から多種大量の物品を集荷、ニーズに応じ、迅速かつ効率的に必要な品と量へ分荷
- ・ 代金決済機能
販売代金の出荷者への迅速・確実な決済
- ・ 価格形成機能
需給を反映した公正で透明性の高い価格形成
- ・ 情報受発信機能
需給に係る情報を収集し、川上川下に伝達

当市場は1970年の開設以来 50年を超える



敷地面積 28,835㎡
(東京ドーム グラウンド部分の2.2倍)

中央通路は10tトラック3台が並列可能な広さ

飯塚市の工業団地につき物流アクセス良好

荷降ろし後の荷捌き場が拡充



青果棟を外壁で囲み有蓋化

食品衛生上好ましくない要因の排除

温度管理が充実し天候気温の影響を極小化

低温施設は従来の5倍となり大幅な向上



大部分の買受人倉庫に冷蔵機能を整備

荷降ろしから販売・出荷まで効率性の向上

せり場にウォールカーテンによる温度管理



大規模災害時には物流と防災の機能を支える

卸市場として生鮮食品の安定供給を継続

防災拠点として公的役割も担う



大小の低温施設を持ち他の市場より温度管理が充実

入荷した品物のうち足の速いものは低温施設で保存

常温施設は効率と安全を考慮した導線

当市場の特徴 ② ～ソフト面



ブロッコリー製氷機を場内に常設

同製氷機により鮮度を保った出荷

保存期間の向上により出荷調整が可能

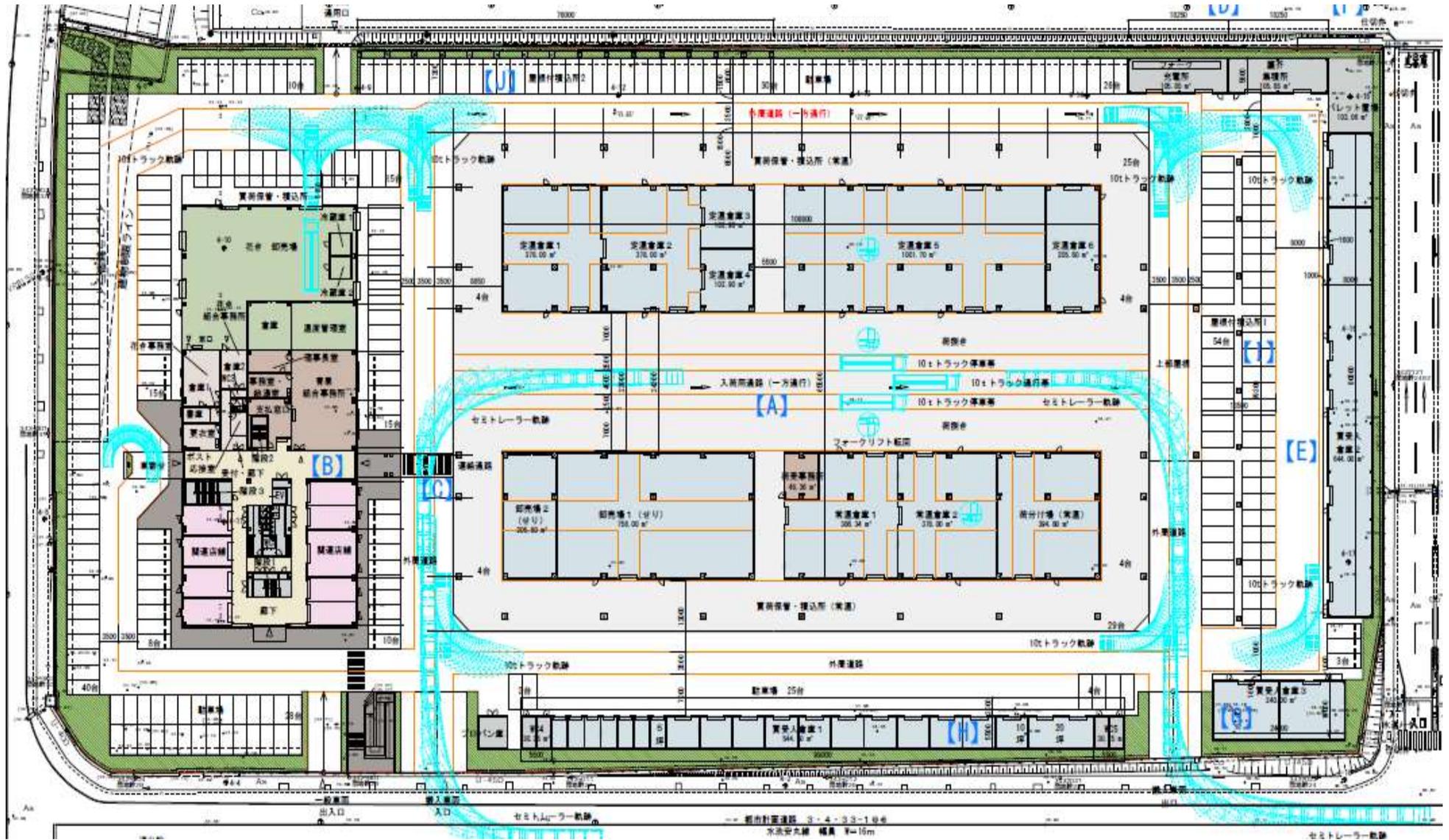


男爵薯の洗浄装置を設置

大手コンビニチェーンの加工会社へ納入

中間拠点として洗浄と保管を担う

当市場の平面図



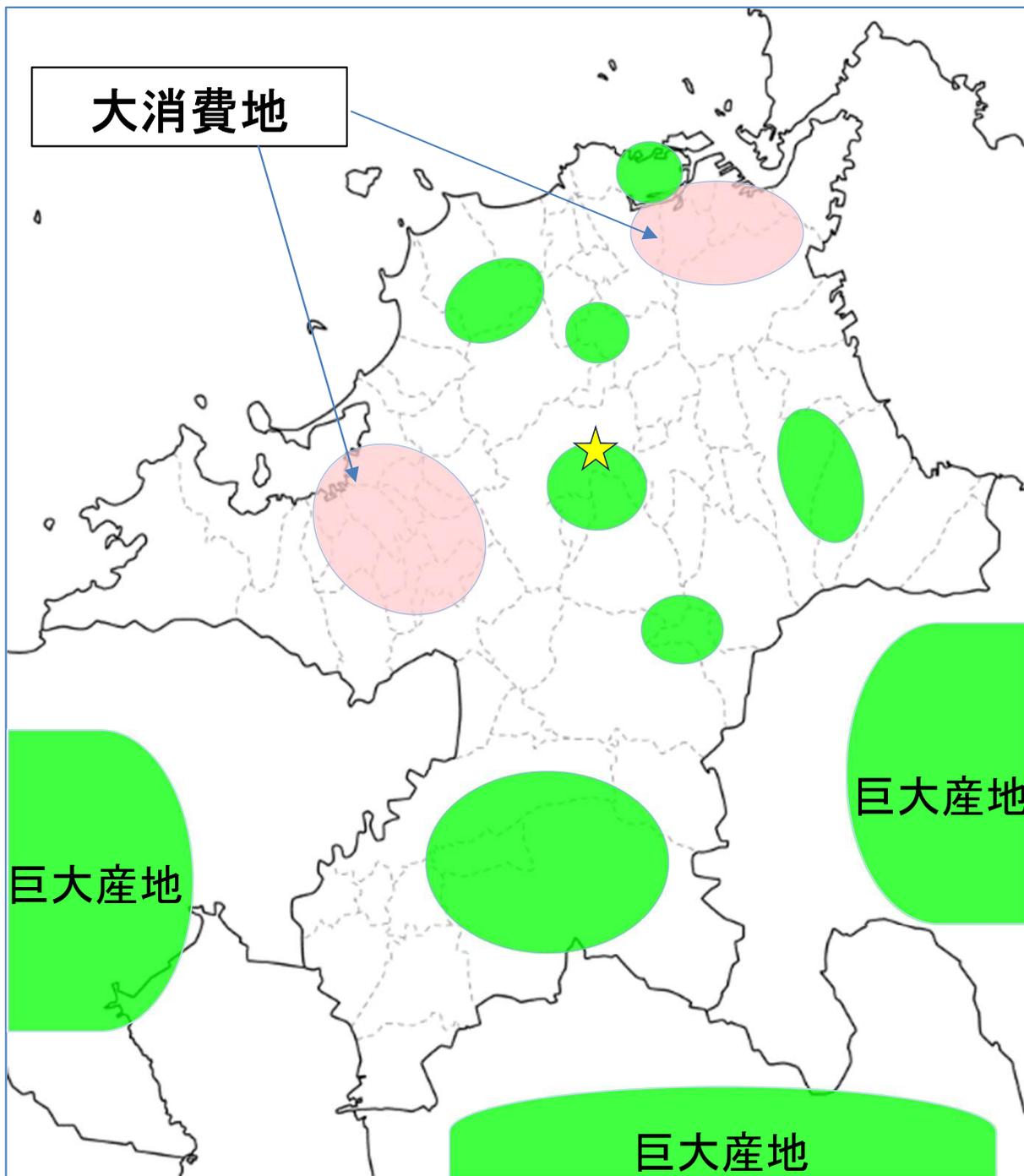
せり場 2区画 計 962 m² 低温施設 6区画 計 2,169 m² 常温施設 3区画 計 1,159 m²

当市場を取り巻く環境と課題

足元の事業環境

福岡市経済圏、
北九州市など
約100万人規模

大消費地には
競合市場があり



当市場は福岡県の
中心に位置

筑豊地方は
人口約40万人

周辺は特色のある
産地が点在

近隣県には
巨大産地あり

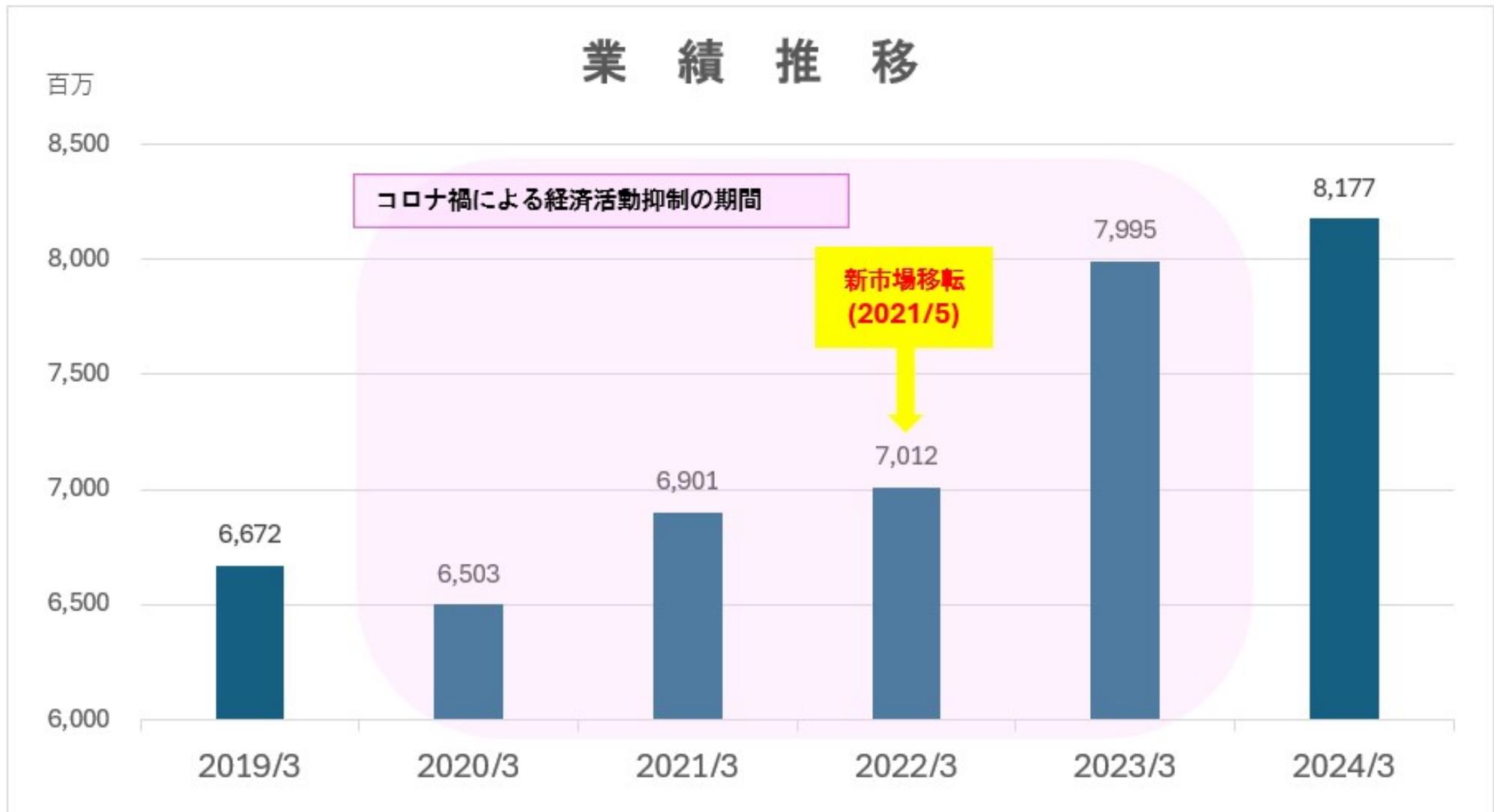
リニューアルにより「弱み」と「脅威」が「強み」と「機会」へ

従来市場におけるSWOT分析

強み (S)	機会 (O)
<ul style="list-style-type: none"> 好立地（福岡県の中央に位置） イベント開催等、新しいことに取り組もうとする市場関係者の姿勢 卸売業者の努力による品揃え、数量確保 筑豊地域人口40万人強の市場性 	<ul style="list-style-type: none"> 八木山バイパス無料開放と烏尾トンネル4車線化による商圈拡大 野菜1人あたり年間消費量の増加 伝統的な食文化（ミカンのサイズなど） 経営統合による経営強化 近隣で調達・出荷できる場所は、飯塚のみ
弱み (W)	脅威 (T)
<ul style="list-style-type: none"> 施設の老朽化 温度管理、コールドチェーン 施設の清潔さ 他市場からの調達増加 	<ul style="list-style-type: none"> 福岡市場・北九州市場の存在 買受人（個店）の減少 大手スーパー進出による流通の変化 道の駅、直売所の増加 農協共選の低下 生産者の減少 市の財政縮小 人口減少による商圈人口の減少

改善！

メリットに！



新市場移転から半年で場内運営を軌道にのせ、攻めの営業を展開
翌期には業績に大きく反映

中央卸売市場 65力所



地方卸売市場 908力所

1位



当社 上位 37位

908位



多い



取扱高



少ない

卸売市場における課題

■ 業務の効率化

- 情報通信技術の導入が遅れる中、業務の効率化が求められる
- マーケティング力強化や付加価値向上等のために、情報流の整備が必要
- 加工需要の増大等から、契約取引等を推進するための情報流の強化も重要になっている

■ 集荷の困難さへの対応

- 高齢化等により生産量が減少し、集荷が難しくなっていく
- 生産回復に向けた産地への提案強化や、需要予測に基づく産地リレーの調整と分荷計画などが必要になる

■ 物流問題の改善

- 物流費上昇が危惧される中、地方市場の出荷等のために物流改善が求められる
- 市場経由率が低下する中、効率的なコールドチェーンの整備などによる競争力の強化も重要な問題

■ 制度変更への対応

- 卸売市場法や食品流通構造改善促進法改正後の環境に対応する必要がある

生鮮食品を取り巻くニーズ
HACCP対応

当市場の利点

生産者・バイヤーの期待

温度管理による新鮮で安全な野菜果実

福岡県中央部における大型冷蔵施設

機能向上による販売範囲の拡充・多様化



野菜・果物、毎日心を込めてご提供

グループ網を活かした遠隔地への調達・販路



野菜・果物の流通の原点がここにある

お客様の満足・利益

Farmind® 企業理念:「生産者と消費者をつなぐ」

- 青果物を生産者/消費者双方にとってベストな状態(品質/価格)で流通させる
- 生産者/消費者の利益最大化させる

ファーマインドグループ (連結グループ)

(株)ファーマインド

生産加工販売事業

(株)北海道産直センター
(株)ファーマ村いちご農園
(株)ファーマインド千葉農園
Farmind Asia Banana Corporation
(株)ファーマインドトレードサービス
ファーマインド新筑豊青果(株)
(株)TOKA

物流事業

全日本ライン(株)
(株)フレッシュキャリアーズ

IT・マーケティング サービス事業

(株)コムレイド
Farmind Philippines Inc.
Farmind Enterprises Inc.

物流(コールドチェーン)、コミュニケーション(IT・マーケティング)の2つのネットワークを備え、青果物の総合サプライチェーンを構築

生産

調達
商品開発

製造
加工

物流
ロジスティクス

販売
マーケティング

小売
消費者



全国をカバーする青果センターを核とするコールドチェーンネットワークを構築



入荷時の検品

規格や品質のバラつきを事前に検品する事で、店舗でのクレーム・ロス対応の軽減をサポートします。



適正温度帯保管

複数の温度設定可能な保管庫で、市場休前日入荷や産直特産品・加工品の保管等、在庫管理も行います。



届け先別仕分け

オンラインシステムにより、仕分け業務をより迅速化し、ローコストで確実な仕分け作業を行います。



定時・定配出荷

外気の流入を防ぐ設備を備え、品質劣化を防止し、最適配送コースの設計を行います。

全国14拠点の 自社センター



ファーマインドグループのコールドチェーンを活用し、九州の良質な野菜果実を遠方まで繋いで参ります。

▶ 新筑豊青果モバイルシステム

右のボタンより市況、仕切り、売渡を携帯電話から確認できます。



- 予測に関する注意事項
- 本資料は情報の提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。本資料(業績計画を含む)は、現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその正確性・完全性に関する責任を負いません。
- ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願いいたします。本資料に記載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。
- この資料の著作権はファーマインド新筑豊青果株式会社に帰属します。いかなる理由によっても、当社に許可無く資料を複製・配布することを禁じます。