



生産者と消費者をつなぐ青果卸売

- 本社所在地：秋田県秋田市
- 事業概要：野菜、果物の集荷及び販売
- 常時使用する従業員：54名
(2025年4月時点)
- 現在の売上高：90.5億円
(2025年3月期)
- 法人番号：7410001002419
- Web：http://maruka-akita.co.jp

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役会長
高橋良治

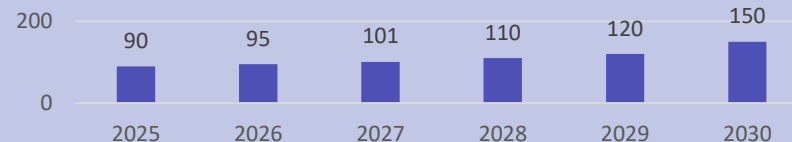
秋田と共に歩む

丸果秋田県青果は、農業県秋田の発展を販売面から支えることを使命とする企業です。創業以来「農家と喜びを分かち合い、秋田県農業・日本農業の発展に尽くす」「お客様へ農産物の正確な情報を伝え価値創造に結び付ける」「利他の精神で郷土秋田の農に貢献する」という経営理念を掲げてまいりました。県内最大手の青果卸売市場として、2024年に取扱高90.5億円を計上し県内第1位の規模となっています。秋田県の青果拠点市場として、多種多様な県産農産物を集荷し、農家の皆様と喜びを分かち合いながら歩んでまいりました。この度、当社は更なる飛躍を目指し「売上高100億円企業」への挑戦をいたします。経営者としてこの挑戦を先頭に立って牽引し、社員一丸となって地域社会と農業に貢献できる企業価値の向上を実現する所存です。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

2027年に売上高100億円を目指す！集荷力・販売力をさらに強化し、地域農業への貢献度を飛躍的に高める目標です。



課題

- ・人材育成、教育（若手社員や次世代リーダーの育成を強化し、将来の事業拡大を担う人材を育成し確保すること。量販店対応・物流構築に対応するスキルの向上に投資が必要、「人」による競争力を高めていく。
- ・冷蔵設備の新設（年間を通して安定供給を実現するため、クールチェーンの強化が必須。多様な農産物を最適な温度帯で保管できる施設を整備し、出荷対応力を向上させることが必要）

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- ・外販部の新設（従来の営業部とは別に、新たな外販部を立ち上げ、県外市場や新規販路の開拓に専念します。外販部では若手を含む人材を抜擢・育成し、首都圏をはじめ遠方への出荷拡大に対応出来る専門チームを編成します。これにより、地域内に留まらない販売網の拡充と新規売上10億円の創出を目指します。外販部の設置は人材育成の機会にもなり、全国規模のマーケット知見を社内に蓄積することで、人材力・営業力の強化につながります）

実施体制

外販部は現行の営業部とは別組織として新設し、社長直轄の部門とします。社長直轄とすることで迅速な意思決定と機動力を確保し、新規事業分野への積極的な投資・営業活動をトップダウンで推進します。外販部には社内公募や他社出身者の採用を含め適材を配置する。既存営業部門との情報共有や連携体制も構築し、従来市場と新規市場の両面でシナジーを創出できるようにする。例えば、県内顧客向け商材と県外向け商材の販売計画を調整し、在庫や物流を最適化するなど、両部門が協調して効率を高める仕組みを整えます。

売上高100億円実現の目標と成長手段

・有機農産物の普及促進

生産者と連携して有機農業への転換を支援し、消費者への情報発信や啓蒙活動を通じて有機農産物の市場を拡大します。今後成長が見込まれるオーガニック需要を取り込み、県産農産物のブランド価値向上と差別化につなげます。

・バナナ室の改修

市場施設内にあるバナナ熟成室の老朽化への対応も喫緊の課題です。輸入バナナ等の安定供給と品質向上のため、改修を行い、温度・湿度管理の向上や省エネ化を図り、効率的な追熟プロセスを実現します。これによりバナナ販売の収益化を維持・強化し、市場全体の競争力向上にも寄与します。

・熊本県産農産物の大都市圏販売

当社の取扱商品である熊本県産農産物について、首都圏をはじめとする大都市圏への販路拡大を図ります。これまで主に県内で販売してきた熊本県産を、東京圏などの需要地に直接届ける仕組みを構築し、売り上げ増加につなげます。

・東京出張所の新設（首都圏・大都市圏販売強化）

首都圏など大消費地での販売拠点として東京出張所を開設し、都市圏への営業展開を強化します。現地に専任スタッフを配置し、大手量販店や外食産業など首都圏の顧客と密接に連携することで、秋田県産青果物の販売機会を拡大します。東京出張所は市場動向や消費者ニーズをいち早く収集するアンテナ機能も果たし、マーケティング力の向上や商品開発（首都圏向けパッケージや有機野菜セット提案）に繋がります。地元秋田では得られない最新情報をフィードバックし、生産者と共有することで、生産面・販売面双方で競争力を高めます。この首都圏進出により遠方出荷の体制が一層強化され、将来的な売上拡大の柱を築きます。同時に、社員にとっては都会のマーケットで経験を積む機会となり、人材育成・組織力強化の面でもプラスに働きます。

・ECサイト事業の立ち上げ（ジョイントベンチャーにて）

インターネット販売の需要拡大に対応し、他企業とのJVによるECサイト事業を開始します。パートナー企業とのJVにより、当社の集荷力・商品力とパートナーのITプラットフォーム・マーケティング力を融合し、全国の消費者に秋田県産青果物を直接届ける仕組みを構築します。オンライン販売網の構築は、地理的制約を超えた販路拡大策であり、遠方出荷の課題を解決するとともに、自社ではリサーチできなかった新規顧客層を開拓します。さらに、自社ECを通じて有機農産物や高付加価値商品の情報発信・販売を行うことで、遠方出荷時にも高品質な状態で商品を届けることができます。共同事業とすることで初期投資リスクを抑えつつノウハウを共有でき、将来的な収益拡大の足掛かりとします。

・冷蔵庫新設によるコールドチェーン強化と長期出荷体制の整備

市場内外のインフラ整備として、最新鋭の大型冷蔵施設を新設し、温度帯別の保管設備を導入してコールドチェーンを強化します。老朽化した現行設備を更新することでエネルギー効率を高め、青果物を最適な温度で長期間保管・鮮度維持できる体制を整えます。これにより県内の農産物出荷が最盛期の夏場（6月～9月）高温時に品質が担保され、遠方出荷時にも高品質な状態で商品を届けることが出来ます。設備整備の充実は物流効率の向上とロス削減につながり、利益率改善にも寄与します。