

青果仲卸業界の TOWS 分析（クロス SWOT 戦略）

【1】SO 戦略（強み×機会）

- ・長年の人脈と信頼を活かしてスマート農業生産者と提携し、精度の高い需給マッチングを提供。
- ・目利き力を活かして、規格外品の活用商品（ジュース・惣菜）の開発・流通を支援し、フードロス市場に参入。
- ・既存物流ネットワークを BPO サービス化し、地方スーパーや外食チェーンのロジスティクスを一括請負。
- ・地場密着の強みを活かし、学校・介護施設等への食育・産地体験プログラムを提供しブランド化を図る。

【2】ST 戦略（強み×脅威）

- ・信頼関係を武器に生産者や市場と協力し、直販 EC との連携型モデルを開発（例：仲卸推薦品のみ出品）。
- ・物流ノウハウを活かし、災害対応型流通インフラの一角を担い、行政との連携で危機時の優先流通枠を確保。
- ・地域ネットワークを活用して、地場農家と飲食店のリアルマッチングイベントを定期開催し、仲介価値を維持。
- ・青果市場や卸業の歴史を観光資源とした『市場見学ツアー＋食育』を構築し、教育・観光分野と接続。

【3】WO 戦略（弱み×機会）

- ・IT 活用の遅れを逆手に取り、AI 需要予測ツールの導入を実験的に行い、成果を他業者向けにサービス化。
- ・非効率な紙ベース業務を、物流アウトソーシング事業との連携で一括クラウド化し、B2B SaaS へ参入。
- ・若手採用難を逆手に取り、インターンや副業マッチングによる短期労働プラットフォームを構築し対応。
- ・トレーサビリティ需要の高まりを利用し、独自の品質格付け・履歴管理システムを導入して差別化。

【4】WT 戦略（弱み×脅威）

- IT 活用の遅れに対し、異業種（IT・スタートアップ）との業務提携でシステム開発を加速。
- 非効率なオペレーションを見直し、伝票・帳票の完全デジタル化による属人化の解消。
- 低利益体質の克服として、量から質への転換＝高付加価値な地場野菜やプレミアム品の取り扱いに注力。
- 若年層の就労希望者減に対し、早朝勤務を回避できる『夕方集荷型』の仕組み導入で職場改善。