卸売業新春トップインタビュー

トモシアホールディングス 荒木 章社長

〈22年の振り返り〉

新型コロナに振り回された1年だった。

行動制限などで地方にはダメージが大きかったが、夏場以降は酒類を含む業務用が回復してきた。

観光需要も戻りつつあり、催事などのマーケットも活発となっている。

10月にビールの値上げ・価格改定が行われたが、前月の9月に仮需が大きく発生し、市中在庫が少なくなるほどだった。

スーパーやドラッグストアでは家庭用の買い溜め需要が発生した。

値上げ後の新値に関しては、比較的スムーズに浸透し、10月下旬には概ね移行。食品値上げも今回は小売業界の理解もあり、同様に移行が進行した。

これらの動きもあり、4～10月時点の累計売上高は107・8％となっている。経常利益もまずまずで計画通りだ。

現在も消費意欲は旺盛であり、全国旅行支援の再開でも高級な温泉旅館から予約が埋まり、百貨店でも高級腕時計の売上好調など、インバウンド客の受け入れなどの要因も加わり、明らかにこれまでとは動きが違ってきている。

〈23年の取り組み〉

まずはかつてない酒類・食品値上げ・価格改定を浸透させることを大きなテーマとして進めてきた。加えて様々な見直しも進めてきた。物流改善、営業改善、経費削減を旭食品、カナカン、丸大堀内の3社で徹底的に行った。

SKUや在庫見直しによる商品ロスの削減や物流の各日配送を行っている。

コロナ禍からの取り組みではあるが、メーカー各社は中1日配送を推進しており、卸売業も同様に、顧客小売店の協力を得つつ、サプライチェーン全体で進めて行くことが肝要だ。

また、トモシア3社のシステム統合が行われたことで、そのシナジー効果も出てきている。

今後は、まだまだ充分ではない人事交流なども進めて行く考えで、得意先小売業も広域化してきており、3社の連携プレーが発揮されていくことだろう。

〈設立10周年を迎える〉

23年の1月26日に設立10周年を迎える。

感慨深いものがあるが、当時を思い起こすと、3社とも不安な船出だったと記憶している。互いが学び合い、議論を重ね、日々信頼は深まっていった。互いに「あの時の決断は正しかった。もしも決断していなかったら、今（23年）は大変厳しかったのではないか。得意先小売業やメーカー各社との関係も希薄になっていたかもしれない」と。3社それぞれの努力があり、今日がある。

広域に対応し、なおかつ地域にも密着している。地域に育てられた志の共有もブレずに行ってきた。志の高さはどの卸売業にも負けていないつもりだ。

前例・先例のない卸が「トモシアホールディングス」である。今後は旭食品、カナカン、丸大堀内のトモシアグループでの展示会なども企画しよりシナジー効果を発揮していきたい。

〈4月からの新年度について〉

新年度からは新たな中長期計画がスタートする。現在策定中で、最終段階の検討を行っている。

取引先には「トモシア共栄会」の席上で発表したいと考えている。

また、組織のブラッシュアップも進めている。人材を適正配置し、責任と権限をより明確にすることが狙い。組織はいかに魂を込められるかである。もう一段、いや二段高めないといけない。

（聞き手 松丸浩一）

食は笑顔、食卓に家族。

食事は、生きるために一番に必要な要素です。
毎日安心して食べられ、食卓に笑顔があるためには、
何が必要でしょうか？
私たちは、それは食の「豊かさを守る」こと、
食の「楽しさを開拓する」ことだ、と考えました。

食を豊かに、もっと楽しく
旭食品株式会社
本　社　高知県南国市領石 246
東京本部　東京都港区新橋 2-12-17