

卸売業新春トップインタビュー

三菱食品

京谷 裕 社長



三菱食品の京谷 裕社長(写真)は、2024年を迎えるにあたり、「継続的にサプライチェーンの最適化と整流化を推進していく」と語り、「物流2024問題」や「トレーディング・海外事業」「商品開発事業」などについて、大要次の通り語った。

〈2023年を振り返って〉
ロシアによるウクライナ 侵攻に起因する食料・資源の供給不足懸念や価格上昇、米国・欧州での物価や金利の高止まりの影響等、世界経済は先行き不透明な状況が続きました。
国内では昨秋以降、訪日 外客数(インバウンド)が2019年を超える回復となり、国内GDPの成長にポジティブな要素が見え始めてきた一方で、食品は一昨年に引き続き多くの品目で値上げが行われました。
生活者は足元の実質賃金が伸び悩むなか将来不安から消費意欲が力強くなるまでには至っていません。中

長期的に見ても人口減少と超高齢化の進行により国内需要の量的縮小は避けられず、日本企業は過去に経験したことがない熾烈な生存競争の市場環境に向かっていると見えま

す。
三菱食品は「食のビジネスを通じて持続可能な社会の実現に貢献する」をパーパスに掲げ、常態化する環境変化に適応しながら変革を続けてきました。今後も新たな価値を継続的に創出し成長を続けていくために、様々な取り組みをより一層加速させて参ります。
〈物流事業における取り組みについて〉
トラックドライバーの長時間労働規制強化に伴う物流現場の混乱が懸念されている「2024年問題」に対応すべく、キユーソー流通システムと業務提携し、24年4月1日付で、主に食品を対象とした双方の物流事業を一部統合することと致しました。
今後も需要が見込まれる首都圏エリアの食品を軸とした低温物流を強化して参ります。
従来活用が困難とされてきたトラックの空きスペースなどを、配達実績データ

の活用と運送事業者との相互協力により有効活用する取り組みとして、当社のトラック輸送ネットワークの空きスペースなどをシェアリングする「余積シェアリングサービス」を「trucking」という名称のもとサービスとして提供を始めています。
〈データ×デジタルマーケティング〉について
データとデジタルの活用

で、業界全体の営業・マーケティング活動の最適化につなげることは、当社が目指す「次世代食品流通業」の一つの具現化の形だと考えています。
23年8月にunityと資本業務提携を締結し、当社が保有する小売業3000社・メーカー6500社との取り引きを通じて得られる年間約12億件の出荷・生活者調査データ、購買データとunityが保有する生活者行動ビッグデータを掛け合わせたデータ

タ基盤、これに基づいた広告・効果計測サービスを共同開発して参ります。
〈トレーディング・海外事業における取り組みについて〉
日本の総人口は減少しているものの、世界人口は増え続け、世界全体を見ると食品市場のポテンシャルは今後さらに拡大します。
また政府は2030年までに輸出額を5兆円とする目標を掲げました。これらを踏まえ、当社では輸出・海外事業の構築に取り組み参りました。

このような海外トップブランドの取扱拡大に加え、からだシフトに代表される付加価値のあるオリジナル商品の開発を継続することで、生活者に食を通じた楽しさや新たな価値を提供していきます。
〈2024年の方針ほか〉
当社は「強固な経営資本と事業特性」を競争力の源泉にして、「中期経営計画2023」の期間中、さまざまな事業環境の変化に柔軟に対応しながら、「環境価値・社会価値・経済価値」の三価値同時実現を、地道に目指して参りました。

今年5月に発表を予定している「次期経営方針」では、短期スパンでの緻密な積み上げ方式での計画策定方法を止め、2030年のありたい姿から、チャレンジングな目標を設定し、バックキャストする方式へと変更し、新たな価値の指標や事業モデルの変革を提示する予定です。
「われわれが実現したい未来」を先に描くことで、先行き不透明で変化が激しい時代においても、ビジョン実現に向けて取り組みべきことを機敏に変化させていきたいと考えています。
変化が常態化する「Wingsome thing」の時代において、特に、皆さまの生活を支える食品・食料の流通は、何があっても持続可能でなければならず、それを守ることが当社の責務であると認識しており、それこそが社会課題の解決にもつながると考えています。
今後も外部環境の様々な変化に合わせて、継続的に「サプライチェーンの最適化と整流化」を推進していきます。

今年5月に発表を予定している「次期経営方針」では、短期スパンでの緻密な積み上げ方式での計画策定方法を止め、2030年のありたい姿から、チャレンジングな目標を設定し、バックキャストする方式へと変更し、新たな価値の指標や事業モデルの変革を提示する予定です。
「われわれが実現したい未来」を先に描くことで、先行き不透明で変化が激しい時代においても、ビジョン実現に向けて取り組みべきことを機敏に変化させていきたいと考えています。
変化が常態化する「Wingsome thing」の時代において、特に、皆さまの生活を支える食品・食料の流通は、何があっても持続可能でなければならず、それを守ることが当社の責務であると認識しており、それこそが社会課題の解決にもつながると考えています。
今後も外部環境の様々な変化に合わせて、継続的に「サプライチェーンの最適化と整流化」を推進していきます。

今年5月に発表を予定している「次期経営方針」では、短期スパンでの緻密な積み上げ方式での計画策定方法を止め、2030年のありたい姿から、チャレンジングな目標を設定し、バックキャストする方式へと変更し、新たな価値の指標や事業モデルの変革を提示する予定です。
「われわれが実現したい未来」を先に描くことで、先行き不透明で変化が激しい時代においても、ビジョン実現に向けて取り組みべきことを機敏に変化させていきたいと考えています。
変化が常態化する「Wingsome thing」の時代において、特に、皆さまの生活を支える食品・食料の流通は、何があっても持続可能でなければならず、それを守ることが当社の責務であると認識しており、それこそが社会課題の解決にもつながると考えています。
今後も外部環境の様々な変化に合わせて、継続的に「サプライチェーンの最適化と整流化」を推進していきます。

サプライチェーンの最適化と整流化推進



今年5月に発表を予定している「次期経営方針」では、短期スパンでの緻密な積み上げ方式での計画策定方法を止め、2030年のありたい姿から、チャレンジングな目標を設定し、バックキャストする方式へと変更し、新たな価値の指標や事業モデルの変革を提示する予定です。
「われわれが実現したい未来」を先に描くことで、先行き不透明で変化が激しい時代においても、ビジョン実現に向けて取り組みべきことを機敏に変化させていきたいと考えています。
変化が常態化する「Wingsome thing」の時代において、特に、皆さまの生活を支える食品・食料の流通は、何があっても持続可能でなければならず、それを守ることが当社の責務であると認識しており、それこそが社会課題の解決にもつながると考えています。
今後も外部環境の様々な変化に合わせて、継続的に「サプライチェーンの最適化と整流化」を推進していきます。

(松丸浩二)