卸売業新春トップインタビュー

三菱食品　京谷 裕 社長

昨年10月三菱商事の完全子会社に

〈25年の「100周年記念プロジェクト」について〉

2025年3月に母体となる菱食の前身企業、北洋商会の設立から100周年を迎えることができた。これもひとえに長年にわたり、当社を支えてくださったパートナー企業の皆さんの支援の賜物であり、改めて深く感謝申し上げたい。

昨年12月には「100周年記念プロジェクト」の振り返りを兼ねた動画を公開した。さらに、全国7都市で開催した「ポップアップストア」では、各エリアとも盛況のうちに終了することができた。

また、日頃お世話になっている地域への感謝の気持ちを込めて実施した「定期清掃活動」も、単発で終わらせることなく今年も継続して実施していく予定である。

加えて初めての試みとなる「三菱食品 これからの100年基金」を昨年9月末に設立した。食は、ただの栄養ではなく、人と人をつなぎ社会を育てる力がある。本基金を通じて、次の100年に向けて持続可能な社会の実現に貢献すべく、さまざまな取り組みを支援していく。

〈TOB・三菱商事の完全子会社に〉

当社は昨年10月に三菱商事の完全子会社となったが、パーパスや目指すべき在る姿に何ら変わりはない。経営計画「MSVision2030」に掲げた定量目標を早期に達成すべく、成長を加速させる推進力として三菱商事の経営資源を最大限活用していく。特に海外事業では三菱商事の持つ豊富な海外ネットワークや既存の事業基盤と、当社の持つ食に関わる知見等の強みを掛け合わせることで、将来的には「日本食文化の輸出」を卸売事業に次ぐ収益基盤に育てていきたい。

また、物流やDD（データ×デジタル）マーケティングといった領域も、三菱商事の資金力や経営資源を活用できる重点分野と位置付けている。両社の人財交流もこれまで以上に促進し、事業の成長を加速させていく。

〈「MS Vision 2030」の進捗状況〉

DD（データ×デジタル）マーケティング事業では、広告設計から効果検証までを購買起点で一気通貫に支援するサービスが高く評価され、既に100社を超えるメーカーとデジタル広告・販促施策を展開している。

具体的には、食品卸として培った売場に関する知見の下、①年間12億件の出荷データを用いた市場分析・需要予測 ②全国の小売業からの2700万人規模の生活者購買データを軸に、約7500万IDのリアル行動情報等も掛け合わせたデジタル広告配信 ③全国4500店舗に1万2000台設置した店頭サイネージを活用した販促提案、といったサービスを組み合わせることにより、1社特化で運用されるケースが多いリテールメディア市場において、複数小売横断のマーケティング施策を実現している。

物流事業は25年度上期は、物流代行事業がけん引し順調に推移した。一部でメーカー物流代行業務の新規受託も成し遂げた。

25年度下期は、更なる物流代行事業及びコンサル事業の新規受託により、通期計画を達成する見込み。また、PALTAC社との協働取り組みは協議を重ねており、本年は具体的な物流協業施策を展開していく予定だ。

海外事業は輸出と現地販売基盤の確保（事業投資）の二軸を両輪として、ターゲット国・地域を欧州／米国／アジアに定め、「日本食文化の輸出」の具現化を進めている。

欧州では、出資を実行したJFE社に経営人財を派遣し海外流通プラットフォームの構築に努めている。アジアではNB商品・OEM商品の供給や、本邦メーカー商品の輸出・現地輸入に関する協業体制を構築するなど、本邦パートナー企業の海外進出支援を行っている。

その他、近年拡大を続けるインバウンド需要に対する取り組みの一環として、福岡空港国際線旅客ターミナルビル3階搭乗待合室内に初めての物販店舗を出店した。ネットワークを活用し、全国より厳選した食品を販売している。

〈26年の方針と経営計画「MS Vision 2030」の見通し〉

三菱食事の完全子会社化によって、当社と三菱商事は両社が持つ全ての経営資源を一切のタイムラグなく相互活用することが可能となり、戦略実行の大きな推進力となる。また、意思決定をより迅速かつ大胆に行えるようにもなる。

26年度以降も、当社の自主性・独立性を維持しつつ、より強力なエンジンを搭載し、「MS Vision 2030」の定量目標を前倒しで達成すべく、取り組みを加速させる。26年度は、中間マイルストーンとなる27年度の目標達成を確実にするための重要な一年であり、着実に進化を遂げていく所存だ。

〈26年の明るい話題やトピックは〉

毎年開催している展示会「ダイヤモンドフェア」は、今年は6月30日から7月2日までの期間でグループ会社を含む総合展示会として進化させ、幕張メッセ（千葉市）で開催する。例年より会場面積も広く、喜んでいただける内容を検討している。是非ご期待いただきたい。

また24年に公表したイートアンドホールディングスとの米国合弁会社では、今春に大阪王将のコンセプトを生かした飲食店の第1号店をオープンする見込みである。日本食文化の持つ魅力を世界に広げ、そこから得られるデータや情報を活用し、新たなビジネスモデルの構築を目指したい。

明るい話題としては、日本国内は3月にユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）、9月に東京ディズニーシーがそれぞれ開園25周年を迎える。周年を記念イベントや、関連商材等が日本国内の景気を刺激することを期待している。

また、国際的なスポーツイベントも多く、2月にミラノ・コルティナ2026冬季オリンピック、3月にはワールド・ベースボール・クラシック（WBC）第6回大会、6月にはFIFAワールドカップが開催される。一時的ではあるが、開催国の伝統料理や商材を使った日本国内でのメニュー化などが進むと見ている。

（松丸浩一）