



## 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

——東京・新橋の新社社について

25 年 2 月 26 日から新本社屋に移転した（写真右下）。まもなく 1 年が経過するが移転して良かったと感じる。

スペースをワンフロアとし、広さもそれまでの 1・5 倍に拡大している。

トモシアの本社とともに、事業会社（旭食品東京本部）も同居し、交流もさらに深まり、トモシアグループとしてチームになろうとする意識がより芽生え、二重・三重の効果が生まれている。

組織の一体化、事業拡大、人材投資なども移転の目的だった。交流の深化のほか、世代リダー研修なども意欲的に実施されており、成果も目に見えて始まっている。

——25 年度の業績と中期経営計画 5 力年「トモシアグループビジョン（TGV）2027」の進捗について

25 年度の業績目標は売上高 9500 億円（前期比 105・8%）、経常利益 11

中計'27 売上高 1 兆円、'26 年前倒しへ

5 億円（同 119・3%）としたが、苦しい環境下ではあるが、概ね目標通りで達成できるのではないかと。売上高は 1 兆円の大会が見えるところまで来た。TGV 27 での目標が「売上高 1 兆円」。これを 1 年前倒しで 26 年度で達成したいと考えている。

経常利益に関しても 27 年度目標の 110 億円は 25 年度での達成見込みで、2 年前倒しで目標に届きそうだ。

今期の好調カテゴリーは低温関連で、特に冷凍食品が目立っている。

酒類ではノンアルコールが

好調に推移している。忘年会でもノンアル提案も増えていると聞いている。

売上関連では全体的に販売数量の減少が気になるところ。26 年も値上げの案内がメーカーから届いており、数量減に歯止めをかけないと、今後止まらないのではないかと。

見方を変えれば、人件費や経費なども引き続き上がっていく。人手不足も 2030 年問題が控えており、予断が許せない状況にある。

一方で取引先である小売業



態の業界再編が起きている。これにより帳合が変わることもあるし、先が読めない事態ではあるが、それに対応していくしかない。

——能登半島地震の復興・復興について

残念なことに、復旧・復興には予想以上に時間がかかっている。肌感覚では、能登地区の人口が 3 割ほど減っているのではないかと。復興支援の解体業者が入っていたが、概ね一段落している。そうなる

と工事関係者が減ること、スーパーなど小売業者の売り上げも落ちてきている。これから本格的に復旧・復興ということがあるが、まだまだ労力と資金がかかる。

実務的な話では、事業会社のカナカンでは、能登地区に関しては売り上げが激減して

いる。物理的にも物流センターが成り立たなくなり、現在はサテライトとなっている。メーカーからの輸送ロットほどのマーケットでなくなってしまう。

一方で広域流通のドラッグストアなどが出店してきており、地元の商店は売上も減少。それらドラッグは金沢など南のエリア・センターから物流しており、能登地区のセンターは必要なくなっている。別の視点では、道路や水道などインフラの整備も進んでいるが、除雪・融雪体制が 2 割ほど完備していない。積雪による物流麻痺が心配される。

また温泉地で知られる和倉温泉も、地震前までは 20 軒ほど温泉宿が営業していたが、現在再開しているのはほんの 5、6 軒に過ぎない。再開しても全館営業ではなくてその数です。深刻な状況は継続している。

一方で金沢は観光インバウンドも含めだいたい戻ってきた。復興支援のマーケットも若干はあるが、金沢に元気が戻り、引っ張っていくしかないと考えている。

（聞き手 松丸浩二）

## 問屋、再起動！



「にっぽん問屋」は、地域のうまいもんを目利きし、全国の食卓にお届けする食品卸問屋のプロジェクトです。古くから、問屋は地域のいい素材を掘り出し、全国に広げてきました。そんな問屋が選びぬいた、とっておきのうまいもんをお楽しみください。



人を育てる。食で育てる。  
トモシアホールディングス株式会社