隔日刊
食品新聞
発行所　食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区南森町2－3－30
郵便番号　530－0054
電話　06（6361）4972㈹
東京都中央区入船1－9－8
郵便番号　104－0042
電話　03（3552）3756･4031
名古屋市中区丸の内2－10－11
リブラ丸の内6　305号
郵便番号　460－0002
電話　052（221）5391㈹
（支局）広島・福岡
© 食品新聞社 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

Bull-Dog
ソースはやっぱり
ブルドック

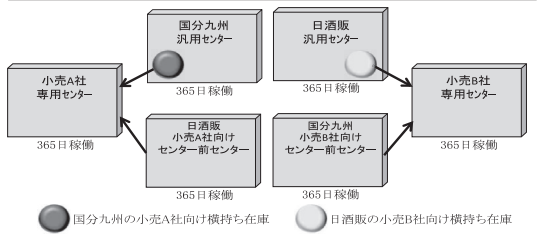
日酒販 国分G 九州で画期的共配

労務改善へ業務相互委託

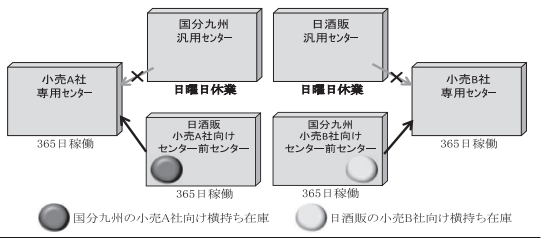
汎用センターを日曜休業に

日本酒類販売（日酒販）と国分グループが九州で画期的な共同配送スキームを軌道に乗せた。得意先専用センターへの横持ち物流業務を両社で分担して互いの業務・コスト負荷を抑制するもので、この取り組みを開始した昨年12月以降、福岡県内の両社の汎用センターでは日曜日の完全休業が可能になった。生産性向上と物流委託先の労務環境改善を両立する新たなスキームとして注目される。

◇従来のフロー



◇改善後



共同配送は昨年7月に九州の物流委託先に値上げを要請された日酒販が発案。委託先の業務負荷を抑えるべく、国分グループの九州地域卸・国分九州に協業を打診したところ「先方も同様の検討を始めており、即座に合意できた」（日酒販常務執行役員情報物流本部部長・佐藤稔氏）という。

そのスキームは複雑だ。日酒販は従来から福岡に汎用センターと大口得意先A社向けのセンター前センターを設置。この汎用センターで専用センターを持たない得意先店舗への配送を手がける傍ら、センター前センターでA社専用センターへの横持ち配送を行っている。国分九州も福岡に汎用センターと大口得意先B社向けのセンター前センターを置き、日酒販と同様の物流体制を敷いている状況だ。

ただし、卸汎用センターの業務の中には、個店配送のほかに小売専用センターへの横持ちが含まれることが多い。特に小売専用センターがメーカーの直送を受けられないスロームーブ品に関しては横持ちが欠かせない。卸が取引額の大きな得意先向けにセンター前センターを設けることもあるが、そうでない場合、汎用センターからの横持ちが必須となる。

今回の2社の場合も同様だ。協業開始以前、日酒販汎用センターは小売B社専用センターへの横持ちを実施。逆に国分九州汎用センターは小売A社専用センターへの横持ちを行っていた。また、両社の汎用センターはいずれも個店配送について月～土の週6日稼働としているが、小売A・B社の専用センターが365日稼働となっていることから、日曜日の業務継続を余儀なくされていた。

新たな共同配送スキームは、この横持ち業務を2社間で集約するもの。日酒販は汎用センターで行っていた小売B社向けの在庫・配送業務を国分九州の小売B社向けセンター前センターに委託。一方、国分九州の汎用センターも小売A社向け在庫・配送業務を日酒販の小売A社向けセンター前センターに委託し、共同配送方式に切り換えた。

この新方式への移行に伴い、両汎用センターは昨年12月に人手の確保が困難な日曜日の完全休業化を達成。物流委託先の労務環境とオペレーションコストの改善により、委託費用の値上げを回避できたほか、「共配化によってセンター前センターのスペース効率と車両積載効率を引き上げることができた」（国分グループ本社物流統括部副部長・堀内孝之氏）。

また、日酒販は空きスペースの生じた汎用センターで庫内レイアウトを一新。動線の短縮によって生産性が向上し、残業時間が短くなった」（佐藤常務執行役員）という。共配方式への切り換えを受け入れた小売A・B社の専用センターでも部分的に入荷車両台数の削減が進むなど、関係するすべてのプレーヤーにプラス効果が出ている。

この成果を受け、日酒販と国分グループは他地域でも同様の協業を進めるべく情報交換を加速。このほど北陸での連携に向け検討を開始した。13年以降の労働需給構造変化と物流費の高騰を受け、食品卸業界でも同業者や異業種卸などとの物流協業が急増しているが、共配化によって汎用センターの休業日を捻出できたケースは恐らく初めてだ。小売専用センターへの横持ちを理由に年中無休となっている卸汎用センターは非常に多く、日酒販・国分型の協業が増える可能性がある。スーパーを中心に専用センターの365日稼働を見直す動きもあり、今後は物流拠点の休業日確保が流通全体の共通テーマになりそうだ。

FTJ2019開幕

海外出展多く国際色豊か

国内最大規模の食品関連展示会「フード・テーブル・イン・ジャパン2019」（FTJ）が13日、千葉・幕張メッセで開幕した。

今回も「スーパーマーケット・トレードショー」（主催・全国スーパーマーケット協会）、「デリカテッセン・トレードショー」（同）、「外食フードテーブル」（主催・外食フードテーブル実行委員会）、「こだわり食品フェア」（主催・食品産業センター）の4企画合同開催。53回目を迎えるメインの「スーパーマーケット・トレードショー」には総勢2千176の企業・団体が出展。海外からの出展（20か国、150社・団体）、来場も多く、例年以上に国際色が高まっている。初日来場者数2万8千182人。

主催者代表の横山清氏（全国スーパーマーケット協会会長・アークス社長）は初日の開会式で「FTJは製配販3層が知恵と労力を出し合って築き上げてきたイベント。今年も新時代に合った問題解決型、問題提起型の展示会にする」と述べ、力強く開会を宣言した。

会場では出展者による新商品や生産性向上機材の提案に加え、小売実務者向けの多様な企画展示を実施。特に今回はHACCPの制度化を視野に品質管理系の情報発信コーナーを新設、来場者の注目を集めていた。会期は15日まで。

逆光線

食品の値上げ発表が相次いでいる。アイスクリーム、水産練り製品、清涼飲料、牛乳・乳製品などに続き、先週は日清食品が即席麺で4～8％の値上げを発表した。生乳・小麦といった主原料価格の上昇もさることながら、メーカーは高騰する物流費を吸収しきれなくなっている▼コストの正常な転嫁は悪いことではない。その対価が運送業者を含むすべてのプレーヤーに正しく分配されれば、所得改善の可能性が広がっていく。この値上げラッシュが経済の好循環を加速させる契機となることを願う▼しかし、悩ましい問題もある。複数の大手清涼飲料メーカーが大型PETの値上げ実施日を改元10連休中の5月1日に設定したことに対し、流通サイドは頭を抱えている▼この超大型連休では、人手不足による物流の混乱が懸念されている。その真っ最中に値上げによる仮需と反動減が生じるのは好ましいことではない。ボリュームの張る清涼飲料のようなカテゴリーであればなおさらだ。メーカーは仮需数量を早急に把握し、連休中の波動抑制に全力で取り組む必要がある。

五十嵐副社長が新社長

永谷園 飯塚社長は会長へ

永谷園HD（永谷泰次郎社長）は4日1日付で事業会社である株式会社永谷園の新社長に副社長の五十嵐仁氏が、会長に飯塚弦二朗社長が就任すると発表した。

＜五十嵐仁氏の略歴＞1979年3月明治大学商学部卒、同年4月永谷園本舗（現永谷園HD）入社、2008年永谷園HD経営企画部長兼海外事業部長、09年永谷園HD執行役員経営企画部長兼海外事業部長、10年永谷園HD常務執行役員経営企画部長兼海外事業部長、同年6月永谷園HD取締役常務執行役員経営企画部長兼海外事業部長、17年4月永谷園HD専務取締役、18年永谷園取締役副社長、19年4月永谷園代表取締役社長就任予定。

五十嵐新社長

＜永谷園の新体制＞取締役会長・飯塚弦二朗▽代表取締役社長・五十嵐仁▽専務取締役・京裕信▽取締役・久我光枝▽マーケティング本部開発部長兼研究部長・大井隆志

この人と30分

カナカン　社長　吉田茂氏

第3Qは減収も利益改善

地域卸の「現場力」生かす

カナカンは中期3か年計画で、地域密着フルライン卸として量的成長を目指す。2年目となる今年は期初に100億円近い帳合減があり減収となったが、不採算取引を見直して経常利益率は改善した。吉田茂社長に当期概況について聞いた。

◇　◇

期初に不採算取引を見直したことで、全売上げの6％強を占める大きな帳合減があった。このため第3四半期までの業績は、売上高が目標比96・3％、前年比97・0％と厳しい状況だが、その分、経常利益は目標比94・0％、前年比113・0％と回復し、減収増益となった。

11～12月は暖冬の影響で冬物商戦が苦戦した。第4四半期もこの状況が続き、さらにドラッグストアの価格競争に地元スーパーが影響を受けている格好。市況は厳しく、期末の3月まで97％を維持できればと思う。経常利益率は、今は1％超えだが、3月末に大きな処理を要するため、0・9％の着地予想だ。

帳合減は得意先ドラッグストアの帳合が、大手卸に流れたことが大きい。ただ大手卸は効率化優先のため、当社は地域卸として強みの現場力を生かしたい。実際に当社の日頃のフォローが再評価されて、帳合がほかから移ってきた例や戻ってきた例がある。新年度もこうした動きに期待したい。

中期経営計画の進捗状況は、自己採点で70～80点。2年目に定量目標を達成できた。

4月以降の新年度は縮小均衡ではなく、売上高にもこだわり持続的成長を目指す。次年度は働き方改革をはじめ、改元、大型連休、消費税改正など課題が山積するが、これらを進化のための変化ととらえて課題に取り組み、さらなる飛躍を遂げたい。

金沢市湊地区の「金沢第二低温物流センター（仮称）」を3月から着工し、来年3月の竣工を計画している。現在、市内に2か所あるうちの一つが老朽化しており、これを新たに建て直し、外部委託分も統合する。お陰さまで近年、低温の引き合いが増えている。今後さらなる低温物流の機能向上、効率化を図る。

今年の当社のスローガンは「継続と進化」。事業継続のための条件は成長にあり、常に進化が必要。社会とともに進化していくことで、不可欠な存在になっていきたい。

このスローガンのもと①新3か年計画の実現②中核事業の振興拡大と成長領域事業の育成拡大③課題解決型提案営業の強化と現場力の向上④最適物流体制の構築とシステム統合⑤全員参加の働き方改革――の5つを強化する。

トモシアの一員として〝つなぐ、束ねる、育む〟ことで地域に頼られる存在であり、いま以上に拠り所にされるグッドカンパニーを目指す。

きょうの主な内容
「乾麺商戦幕開け、2年続きの盛上がり期待」（手延べ麺&乾麺版　8面）
「おせち商戦結果　佃煮・重詰・練り」（和日配版　10面）

K&K 缶つま
肴（さかな）で、
酒はうまくなる。
缶つまは、
お酒に合う厳選された素材や、
素材を活かした製法、
メニューづくりにこだわり続けます。
国分グループ本社株式会社
KOKUBU
東京都中央区日本橋 1-1-1　www.kokubu.co.jp