隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区西天満5－10－17
郵便番号 530－0047
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
リプラ丸の内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

イズミがマルヨシと提携

経営環境厳しい四国 DgSとの競争力強化

イズミは12日、香川県のスーパー、マルヨシセンターとの資本業務提携を発表した。四国地方では地元企業と域外の大手資本が手を組む場面が増えており、小売業が単独で生き残るのが困難になっている。

マルヨシセンターの売上高（19年2月期）は前年比1・2％減の387億円、食品が93％を占めている。営業利益は41・8％減の2億2千万円でここ数年、減収減益が続く。背景にはマーケットの縮小と小売間競争の激化がある。とりわけ、四国ではこの二つの現象が他のエリアに比べ鮮明に表れている。昨年の人口推計によると全国の減少率が0・16％に対し、四国は0・76％と大きく上回る。

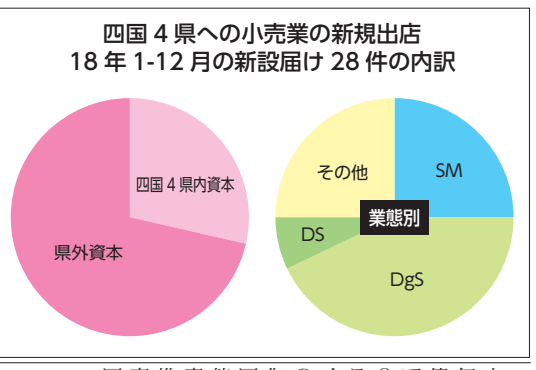
これだけ縮むマーケットにもかかわらず、域外資本の小売業が積極的な出店を続けている。昨年1年間、大店立地法に基づき4県に申請された新設届けの数は28件（書店・文具専用店を除く）。このうち四国4県に本社を置く企業が運営するものは、わずか8件にとどまる＝グラフ。

また、業態別ではDgSとDSで半分近くを占めており、安売りを軸とする四国外の店が積極攻勢を仕掛けている現状が浮かび上がる。四国のある卸売業の幹部は「四国における小売業の売上げは6割が島外資本のものだと言われる」と指摘する。

こうした中、昨年はフジがイオンと資本業務提携を結んだ。四国4県で1千900億円の売上規模を持つフジでさえ単独で生き残るのは困難と判断した。また、マルヨシセンターと同じ香川県高松市に本社を置くマルナカは11年にイオンの傘下に入っており、マックスバリュ西日本と経営統合した。

一方、イズミは地盤である中四国・九州エリアにおいてローカルスーパーを傘下に収めてきた。四国では15年に徳島のデイリーマートと資本業務提携している。イズミの三家本達也専務は上期の決算会見において、M&Aについて「単に店舗が増えるというだけでなく、工場や人材が確保できる点も重要」と話している。

今回は惣菜の共同開発と製造が提携内容の一つに挙げられており、マルヨシセンターは惣菜や日配を製造する加工センターを持つ。今後、協業により惣菜のさらなる強化が図られれば、DgSなどに対する競争力が高まる可能性もある。



マルヨシセンターは香川、愛媛、徳島の3県で食品スーパー36店を運営する。一方のイズミが四国で展開するのは大型店を中心とした5店舗で、同社は「ドミナントを形成する上で、空白部分を補完できる」としている。

イズミはマルヨシセンターの自社株と新株を約4億5千万円で取得するほか、既存株主からも買い付ける予定で議決権ベース20・02％の筆頭株主となる。両社は今後、仕入れの見直しやカード戦略、出店・閉店などにおいて協業を進める。

生産性向上へ大型投資
20～22年度、次期中計で

ブルドックソース

ブルドックソースは13周年（22年）を機に、新たなステージへ向けてグループを磨き上げる狙い。生産性向上に向けた総額84億円の大型投資も実施。最終年度の22年度（23年3月期）に売上高180億円（19年度予想173億円）、営業利益8億円（同6億円）の達成を目指す。

20年度（21年3月期）からスタートさせる第10次中期経営計画で、目指す姿として「グループ力・社員力の最大化」、3つの基本方針として「資本・財務戦略のブラッシュアップ」「生産体制のブラッシュアップ」「マーケティングのブラッシュアップ」を掲げた。

特に生産体制に関しては、生産体制のブラッシュアップに72億円、設備のメンテナンスに12億円の総額84億円の投資を実施。アルドックソース館林工場、同社鳩ヶ谷工場、イカリソース西宮工場の3工場体制から、23年度中に2工場体制へ移行する計画だ。

新体制への移行により、物流費（配送費）の増加を見込む一方、原材料費、外注加工費を効率化。省力化投資による労務費の効率化分を含め、3億5千万円の効果、営業利益換算で40％の生産性向上を目指す。

未開拓・手薄領域拡大も

資本・財務戦略で資金循環の活性化を図る一方、マーケティングに関しては、未開拓領域と位置付ける「エリア」「海外」の拡大、手薄領域と位置付ける「業務用」と「ドレッシング類」の拡大に取り組む。

エリアについては、この10月に広島のサンフーズをグループ化。「ミツワソース」「ヒガシマルソース」の両ブランドを取り入れ、相乗効果の発揮、売上げ拡大を図る。海外については、この12月に中国の上海に現地法人を設立する予定。日本で培ったノウハウを生かし、現地の人々へ向けてソースのおいしさを広める活動を展開する。

業務用に関しては、グループシェアの低い中食業態へ向けて、小袋、ピロー、PBによるアプローチを強化。ドレッシング類では商品のブラッシュアップに加え、オウンドメディアによりグループブランドのファンを増やす活動を展開する。

最終年度の売上高目標180億円の内訳は家庭用ソース類107億円、家庭用ドレッシング類・その他29億円、業務用42億円、その他（サンフーズ）2億円。19年度予想比では、家庭用ドレッシング類・その他で3・6％の伸び、業務用で10・5％の伸びを見込む。

ブルドックソースは同社グループの社会における「存在価値」として「自然の恵みのおいしさで、食の幸せを世界に広げるブルドックソースグループ」を掲げる。

石垣幸俊社長執行役員は「『B－UP120』を達成した結果として最大化されたグループ力・社員力をもって新たなステージへ向かっていきたい。『B－UP120』を達成して『存在価値』を実現していきたい」としている。

新春名刺交換会ご案内

明令和2年新春にあたり恒例により関係者各団体のご支援を得て、次の各地で食品業界新春名刺交換会が開催されます。各社第一線の方々のご参加をお勧めいたします。

◇

「第54回大阪食品業界新春名刺交換会」
▽日時＝令和2年1月6日（月）午後4時から▽場所＝太閤園▽問い合わせ先＝電話06（6361）4971

「第46回広島地区食品業界新春名刺交換会」
▽日時＝令和2年1月6日（月）午前10時から▽場所＝ANAクラウンプラザホテル広島3F▽問い合わせ先＝電話06（6361）4971

「第50回四国食品業界新春名刺交換会」
▽日時＝令和2年1月8日（水）午後1時から▽場所＝JRホテルクレメント高松▽問い合わせ先＝電話06（6361）4971

食品新聞社

この人と30分

加藤産業
社長 加藤 和弥氏

7年ぶりの最高益
利益成長へ弾み

加藤産業の19年9月期が7年ぶりに過去最高を決算は増収増益になった。国内事業の好調に海外の卸売事業が上乗せされ、売上高が前年比5・4％増（540億円）の1兆632億円。利益はすべて災害が少なく、10月の台風も当期に含まないため、狭間の1年を平穏無事に送れたという印象だ。毎月売上げが予算を上回り、堅調に推移した。

540億円の増収のうち、200億円弱がマレーシアの卸売事業の売上げ増加によるもの。前年度下半期から計上して、当期は1年分が上乗せされた。残り250億円が国内事業の増収で、特に飲料部門が帳合増により98億円、前年比5・8％バーできた。酒類流通は改正酒税法で大幅に改善し、堅調に伸長したことが大きい。

○…19年度は前年に比べて災害が少なく、10月は12日開催の決算会見の席上、当期総括と今期見通しについて語った。

○…19年度は前年に比べて災害が少なく、10月の台風も当期に含まないため、狭間の1年を平穏無事に送れたという印象だ。毎月売上げが予算を上回り、堅調に推移した。

540億円の増収のうち、200億円弱がマレーシアの卸売事業の売上げ増加によるもの。前年度下半期から計上して、当期は1年分が上乗せされた。残り250億円が国内事業の増収で、特に飲料部門が帳合増により98億円、前年比5・8％バーできた。酒類流通は改正酒税法で大幅に改善し、堅調に伸長したことが大きい。

○…事業別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げが伸びる要素がなくなり、利益は情報システム増益。トータルでは酒類事業のマイナスを海外でカバーした。

○…経常利益は2012年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げが伸びる要素がなくなり、利益は情報システム増益。トータルでは酒類事業のマイナスを海外でカバーした。

○…経常利益は2012年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げが伸びる要素がなくなり、利益は情報システム増益。トータルでは酒類事業のマイナスを海外でカバーした。

○…経常利益は2012年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態別ではドラッグストアが二ケタ増、その次にディスカウント業態が好調だった。

○…事業別ではすべて増収になったが、利益はまだら模様。常温、低温流通は微減となり、物流費や人件費が膨らんだ分、売上げ増加でほぼカバーできた。酒類流通は2年以来、7年ぶりに更新した。その間売上げは着実に伸ばしてきたが、売上げは前年同月比10％増税による消費マインド低下が懸念されているが、今のところ実感がない。10月単月の単体業態

逆光線

C&C店舗も運営しているある業務用卸は、今年8月から店舗でQRコード決済を導入した。初った。その卸では本社卸部門での集金業務にもQRコード決済の活用を検討しているという。▼銀行口座維持手数料の導入が話題となっているが、決済機能や両替手数料といったこれまで銀行が行うものとされていた機能が技術の進歩により必ずしも必要となくなったり、銀行以外で行うことの方が当たり前になったりしている▼凡人は想像もしなかった時代になったと驚嘆するばかりだが、ビル・ゲイツはウインドウズ95が発売される以前の1994年に既に「銀行機能は必要だが、今ある銀行は必要なくなる」と発言している。

きょうの主な内容
「総合流通特集 PART2」（4～8面）

北海道産のてんさい糖から生まれたオリゴ糖
ヨーグルトにヨーグル糖
オリゴ糖（ケストース）含有シロップ
製造元 加藤美蜂園本舗