

## 2012年度 第7回 食品問屋業界(通算21回)



藤田公一 様

1968年 国分櫛入社 人事課配属(採用担当)  
1971年～小売店担当として大阪、東京、仙台を経て、  
1988年 東北国分(国分子会社)社長就任  
1999年 国分櫛 取締役就任  
2001年 国分櫛デリカサプライ(国分のチルド担当)顧問就任  
現在、秋田県庁の食の新商品開発技術支援事業 審査員、  
秋田県のアンテナショップ品川美術館 評議員の他、  
各大学の講師を務める。

### 食品商社の機能

#### ～ 生産者・スーパー・コンビニ業界を支える ～

BtoB(Business to Business)とは企業とそこに製品を納入する流通業者の関係です。

すなわち問屋で有る、国内商社ともいいます。

ちなみに、B to C(Business to Customer)は企業と消費者の関係です。通販です。

卸売業とはメーカー(生産者)と小売業の中間に位置する業者で、昔は(第二次世界大戦の戦前)は“そうは問屋は卸さない”言われた様に、重要な役割を占めておりました。

それは、交通網が発達されておらない時代、一小売業者が産地の生産者に消費者が求める品物を個々に取り寄せる事が出来ませんでした。卸売業を通じてしか、品物を集める事が出来ませんでした。これが**物流機能**です。

もう一つは**金融機能**です。個々の小売業者の信用状況を地方の生産者は解りません。それを卸業者が代わって、代行する事で生産者は大いに助かったのです。

もう一つは**情報機能**です。食品ですと生産者の出来・不出来とか、逆に消費地の今流行っているものを小売業(消費者)・生産者に伝える事によって、バランスをとっていた訳です。現在この例として、タイガーマスク現象とって、入学式が近くになると、タイガーマスクの名を名乗る方が、ランドセルを勝手に送る事が新聞を賑わします。これは入学予定者の人数とか、男女の数とか関係なく送られる訳ですので、これは入学者数・男女別人数分をマッチング出来ておいたら、送られた方は大いに喜ぶことでしょう。また東日本大震災の時も何もかも流されたからと言って古着を勝手に送られて、被災地の方々の大きさのサイズとか・男女別・年齢別を要望に答えておれば、有難迷惑にならずに済んだと思います。

しかし、私が国分(株)入社した頃、東大の林周二と言う先生が“問屋無用論”と言う論文を発表いたしました。卸の利益を無くせば、その分小売価格が安くなるとの事でした。その後いま述べました、三つの機能(物流・金融・情報)が潤沢に回る事が再評価され、むしろ、卸がなければ、小売価格が上がってしまう事になりました。

今日、組織小売業と言われているスーパー・コンビニンスから求められる物は、一般加工食品・菓子の品揃えの300社前後のメーカー、1500前後のアイテムの品揃えが卸に求められています。

組織小売業から卸売業が求められているものは

- 1、納入商品は欠品をゼロにしていきたい。
- 2、納入商品の日付けは一番新しいもの
- 3、発注から納入のリードタイムを短縮してきたい
- 4、クイックレスポンスの徹底してきたい(返事を早く)
- 5、ローコストオペレーションの徹底してきたい(配送等コストの低減)
- 6、卸売の独自の情報を提供してきたい(卸売は色々な地域・色々な得意先を得意先に持っていますから)



10年以上前になりますが、バブルがはじけて、価格破壊が起こりました、下落幅は7～8%近くになっており、卸業者としても役割確保すべく小売業者の方々と一緒に取り組みました。主なものは E、O、S(electronic,orderlinng,system)です。

この大変な費用が掛かるEOSが徹底出来なかった卸売業者の選別に繋がりました。地方の卸業者が大手卸売業者の傘下に入り、もしくは脱落していきました。

組織小売業にたいして、卸売業者は現在、二つの形態の倉庫物流を備えています。

一つはDCセンター(distribution center)の保管・管理型です。

二つはTCセンター(transfer center)通過型です

DCセンターはメーカーから直接DCセンターに荷物を納入出来ます。商品を切らず事のないように各商品ごとに、卸売業者が仕入れ責

任を持ちます。

TCセンターは卸売業の倉庫(一般の汎用対応型倉庫)から店舗ごとに仕分けして、TCセンターに持ち込みます。TCセンターでは各卸業者から持ち込まれた物を店舗ごとに、まとめて各店舗に配送いたします。

ここで課題になるのは、両センターとも大変な経費が掛かります、メーカーに負担をお願い致しますが、お互いの力関係が重要になってきます。

色々な業種がありますが、その業種の一割のシェアを超える事が大事な事だと考えます。食品卸売業の全体は約40兆円近くになりますので、4兆円が卸売業者の目標だと考えます。-

提案型営業ですが年間52週ありますが、土日と平日に分けて、104週の企画を小売業の方と一緒に企画をしなければなりません。

ここで重要なのは信用が一番大切です、相手に信頼されなければ成らないからです。

[>>2012業界研究 第7回 1.T](#)