

地域卸の新たな形を 物流網を確立



▲徳田豪社長

鳥取県を地盤に食品、水産、加工の3部門で営業する。設立は1957年。今年5月、徳田三明会長から次男の豪社長がバトンを引き継いだ。

「コロナ禍に振り回された」という前期は食品スーパーを主要得意先に持つ食品部は好調だったものの、飲食店や鮮魚店がダメージを受けたため水産部は苦戦。一方でコスト管理を徹底し、利益体質への転換を図った。新規の商売も加わり、倉

庫の新設や大型車の導入など先行投資も進めた。

人口減少と高齢化が進む中国地方にあって、とりわけ鳥取県の人口は縮小している。それだけに県外からの観光客や帰省者の動向が重要になるが、コロナ禍の中、昨年のGWから始まり、夏休み、秋の行楽シーズン、年末年始とすべて低迷した。「確実なことは飲食のデリバリーやテイクアウト、ネット販売が増加したこと。スーパーでも配送ニーズは強まっている。こうした需要を自社の商品でどうとらえていくかが大事」。

焼そばを主力商品に持つのが加工部。荷受けとしての強みを生かした商品開発に積極的だ。「衛生管理や原材料表示などの製品力、鳥取の豊富な食材を活用した商品力。この両方を高めていきたい」。地元の調味料や日配メーカーとの協業も視野に入れる。「卸も小売も淘汰が進む中、変化に対応できるよう物流網を確立する。そうすることで、地元の商品を広域展開することも可能になる。簡単なことではないが、地域に根付いた卸として新しい形を作っていきたい」。

新しい食文化の創造を追求 業界の発展や活性化に尽力



▲鳥越徹社長

1960年に日本で最初のフランスパン専用粉を開発、1975年にライ麦粉の製造を開始し2007年からは低糖質食品パン de スマートの発売を手掛けるなど常に時代を反映した製品を作り出すことで新しい食文化の創造を追求してきた。またアメリカ、イギリス、ドイツなど海外の有力企業との技術提携や業務提携を推進。業界に先駆けて「パン経営技術総合研究会」を開催し技術研修に取り

組むなど業界全体の発展や活性化にも尽力している。全国6箇所の生産工場（吉井、福岡、広島、大阪、静岡、東京）で商品の生産工程を管理しながら経営のスピード化を浸透させるべく、各製造拠点の再構築を進める一方、2017年に中島精麦工業を、昨年は石橋工業を連結子会社とすることで業容拡大を着々と推し進めている。

鳥越製粉グループ中期経営計画「TTC150 Stage1」（TTC150はTeam Torigoe Challengeの頭文字と、2027年の創業150周年の数字を組み合わせたもの）では、穀物事業を推進する組織「グレイン・プログレスチーム」や戦略商品の新たな販路開拓の専任組織「マテリアル戦略室」を新設。グループ内企業の再編など持続的に成長するための足場固めを進めてきた。今期からスタートした「TTC150 Stage2」では持続的な成長を可能とする自己変革の期間と位置づけ、①営業組織の再編成②営業組織に連動した研究開発体制及び生産拠点の再構築③デジタル化による全社的業務改革の推進に重きを置いた施策を実践する。