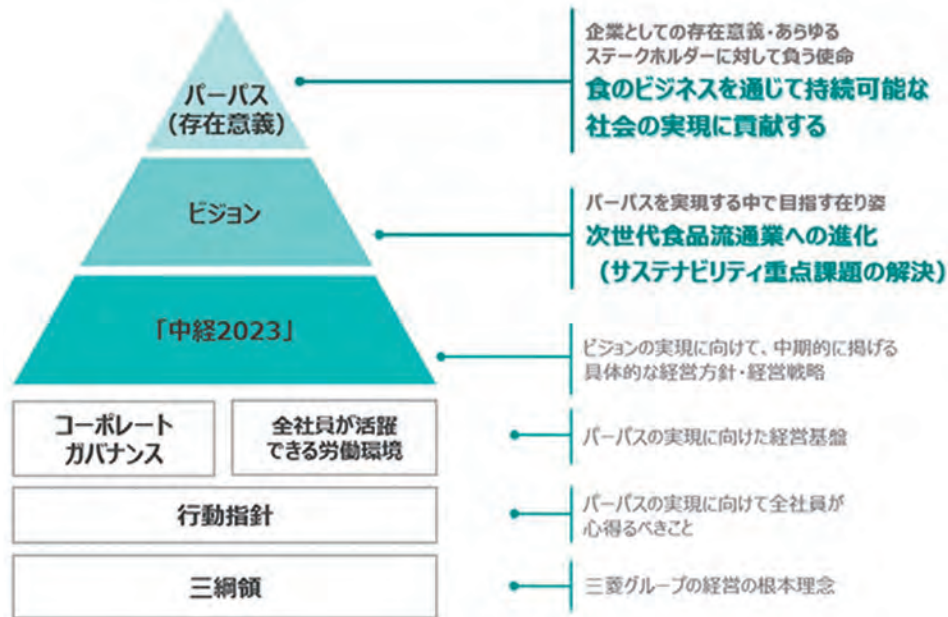


食のビジネスを通じて 持続可能な社会に貢献



▲三菱食品の目指す在り姿

2011年の4社統合による発足から10年が経過、三菱食品は第2ステージを迎えた。21年4月には京谷裕社長が就任。今期から新たな体制で23年度を最終年度とする3カ年中期経営計画「中経2023」をスタートさせた。

人口減少や高齢社会の進展に伴い、競争環境のさらなる激化が見込まれる中、コロナ禍が速めた環境変化も加わり、食品流通業には新たな価値提供が求められている。こうした環境認識のもと、「中経2023」の策定にあたっては、長期的視点で三菱食品のあるべき姿を定めた。

今後のメガトレンドとして、「人口構造の変化」「生活者のライフスタイルや価値観の変化」「イノベーションの加速」「地域分散型社会へのシフト」といった、過去に経験したことがないダイナミックな変化を想定するが、「三菱食品がこれまで果たしてきた役割を振り返ると東日本大震災やさまざまな自然災害、そして今回のコロナ禍においても食品供給を切らさず、生活者の食卓を支える一端を担ってきた」（京谷裕社長）。

この実績をふまえたうえで「中経2023」では、激動の時代においても揺るがない羅針盤として、新たに三菱食品のパーパス（存在意義）を「食のビジネスを通じて持続可能な社会の実現に貢献する」と定め、中長期的に目指すあり姿である「ビジョン」として「次世代食品流通業への進化（サステナビリティ重点課題の解決）」を掲げた。サステナビリティを経営の中核と位置付け、あらゆる経営資源を投下する。

ビジョン実現に向けて、「中経2023」では早期に着手かつ継続して推進する「機能向上への取り組み」と、中長期的な観点で推進していく「地域での取り組み」を両軸に、業界連携も図りながら循環型成長サイクルを確立し、持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指していく。

「機能向上の取り組み」では、人口減少に伴い物量が伸びない市場においては、これまで以上に生活者のニーズを的確に掴み、そのニーズに真摯に対応していくことが不可欠であるとの考えから、リテールサポート・商品開発・メーカーサポート・SCMの4分野でデジタルも活用した機能向上を図るとともに、これらを支える経営基盤の変革を進める。

日々の生活に密着している食は、それぞれの地域で自律し、持続可能なものである必要がある。そのためには地域の生活者の安定した生活、仕事、そして安定した経済が必要であるという考えのもと、「地域での取り組み」では三菱食品が有するフルエリア・フルラインのアセットを活用し、食を起点とした多様なパートナーシップを構築し、地域コミュニティの活性化に貢献する。

「食のビジネスを通じて持続可能な社会の実現に貢献する」。壮大な計画を掲げるが、一社のみで出来ることは限界がある。三菱食品は、業界最大手の食品卸として、小売業やメーカーを始めとするあらゆるステークホルダーとのパートナーシップを呼びかけ、流通全体の最適化と持続可能な社会の実現を目指していく。