ヤマエ
グループホール
ディングス

第３の柱・新領域の開拓に着手 持株会社体制で組織再構築図る

▲網田日出人会長兼社長

当社グループは、昨年３月に東証一部上場を果たし、同４月には設立70周年を迎えた。「業界の公共性を十分理解し、社業の進展を通して社会に奉仕することを目標に、効率の高い営業体制をもって収益の向上に邁進する」を経営の基本理念に、「流通のトータルサポーター」として、その実現に向けて2020～2022年度中期経営計画「NEWSTAGE2022」（ニューステージ ニーゼロニーニー）を策定し、新たなステージ（段階・次元）へ進化するための３ヶ年と位置付け取り組を進めている。

同グループが成長戦略の柱に位置づけているのが海外市場を含めた営業エリアの拡大と顧客深耕だ。近年のM&A施策ではネット通販やDgSを通じて塩分吸収抑制の技術を用いたサプリメントを展開するトイメディカルと資本提携し、新商品開発や機能性食品表示取得による商品力強化と販売網拡大に取り組んでいるほか、独自の金属防水工法「スカイプロムナード」を持つ栄住産業を子会社化し、住宅資材の更なる販路拡大に注力している。海外展開では2015年海外事業準備室を立ち上げ翌年に事業部に昇格させた。ドイツで開かれる世界最大級の食品見本市「アヌーガ」での出展、イタリアでは現地法人「オリジナルジャパン」を立ち上げ、コープイタリアの店舗内に日本食売場を出店し寿司を中心とした和食の展開を行っている。

またM&Aや販路拡大に伴い事業領域が大きくなったことを受けて、グループ各社の意思決定のスピード化と事業の細分化に着手した。単独株式移転により10月１日付で持株会社「ヤマエグループホールディングス」を設立。持株会社の傘下にヤマエ久野をはじめ、グループ各社を置く組織体制を採用した。各事業会社の権限と責任を明確にすべくグループの経営管理機能と業務執行機能を分離し、各事業会社の連携によるシナジー創出と競争力強化を図っていく体制を再構築した。

一方、物流網の拡張・整備策では昨年10月から「熊本物流センター」を竣工・稼働した。熊本県内５カ所のセンター機能を集約し、福岡や熊本のSMや小売店に加工食品や日用品などを配送しており、南九州エリアまでのカバーまでを見越している。センター内には人工知能（AI）を活用した配送管理システムや導線に従い荷物を自動で運搬する無人搬送機（AGV）を導入しており、広い敷地でも少ない人員で運用することができる。2019年に立ち上げた「AI推進室」を起点に、AIと庫内作業を融合させた効率性追求と革新型配送の構築を推し進めている。

「食」と「住」を事業のベースとしつつ、既存の枠にとらわれない新たな事業領域への挑戦として「第３の柱」となる事業の育成にも取り組んでおり、EC事業などへの新チャネルの開拓や新分野への進出、知見の獲得にも努めている。さらにガバナンス強化やSDGsなどの業務改革を行うことで経営品質の向上化を目指していく。