

R-net

会社の枠を超え情報共有 加盟社の価値を向上



▲酒井修司社長

関西の食品卸9社による連合。2014年の法人化から8期目となる今年1月、初めてのトップ交代で酒井修司社長（大楠屋社長）が就任した。コロナ禍で活動のやり方は変わり、以前は月1回集まって開いていた経営者会議はリアルとオンラインのハイブリッド型に。それにより、他の役員も気軽に参加できるようになった。また、商品部なども部会ごとにグループオンラインでつながって

おり、仕事の進捗状況や課題を共有している。

「社内で情報共有するのは一般的だが、われわれは会社の枠を越えてやっている。そこに価値がある」と酒井社長は強調する。これまでも「1つの会社のごとく」と謳い、それぞれの会社の成功事例や失敗談を話し合ってきた。「むしろ失敗例から学ぶことは多い。そして、そこから信頼関係が生まれる。今後は経営陣のみならず、次世代がもっと参加できるような新機軸を打ち出したい」。

コロナ禍で生じた多くの変化に加え、労務問題や働き方改革など「経営者1人がすべてを把握するのは困難になっている」と指摘。「こうした時こそ課題を共有し、解決につなげなければならない。多くのことが変わっている現状を難儀ととらえるか、チャンスととらえるかで会社がプラスとマイナスのどちらに向かうかははっきりするのではないか」。最も重要なのは「食品業界におけるR-netと加盟企業の価値を向上させること」と力を込める。「そのためにも、メーカーさんとしてしっかりタイアップし、強力な販売グループになる」。

秋田屋

今期起点に中期ビジョン策定 小売向け提案やEC・海外強化



▲浅野弘義社長

東海4県下を地盤に事業展開する酒・食品卸の秋田屋は1855年創業。地域密着型卸として取引先・得意先と強固な関係を構築。全国問屋との差別化の武器として磨きをかけてきた。近年は地場の業務用酒販店とのパートナーシップの深耕、小売向け提案の強化などを推し進め、独自の存在感を発揮している。

コロナ禍で起伏の激しい舵取りが続くが、「世

の中が大きく変わり、当社としても一旦立ち止まって、先のことをじっくり考えられた」と浅野弘義社長。この96期から始まる4年間の中期ビジョンを策定。「99期が着地したときにどうありたいか、ロードマップを作った。その目標達成をもって、晴れやかな形で100期を迎えたい」

今期は事業ポートフォリオをどう再構築していくかが最重点。「営業部門では業務用の数字改善を図りつつ、好調な百貨店・スーパー向け提案を強化。EC事業や海外展開についても業容拡大を図る」構え。海外事業については、中小企業向けのグローバル支援サービスを今夏立ち上げた。

物流面では「配送拠点の最適化や共同配送への対応はもちろん、酒類卸ではなく物流会社としてどう生き残るかというところまで考えている」

「このコロナ禍で、我々地場卸の存在意義がどこにあるのか改めて考えさせられた。地域の皆さんに求められる会社になっていくためにも、この中期ビジョンを実現。総合商社や他の卸ではできないオンリーワンの存在になっていきたい」