

情報システム委員会で全卸連と繋がり深く

小規模小売店の商品供給の役割を地域卸が担うことが重要に

プラネットの玉生弘昌会長は、卸の社会的な有用性を説く、有識者である。玉生会長に全卸連、今後の卸の在り方など話を訊いた。

——貴社では10月25日に社長交代がありました。
「私も永久に社長ができる訳ではないので、若返りを図ったのが交代の大きな理由だ。あと2年続けることもできたが、後継者をはっきりさせた方がよいと判断した。新社長の田上は明るい性格で、リーダーシップのある人物だ。メーカー出身ではないので、中立性を保つという意味でも適任だと考えた。業界インフラとしての役割と責任を理解し、頑張ってもらいたい」

——玉生会長は設立の大きな時期から今日の発展までプラネットを牽引されました。
「当初はプラネットを理解していただくことに力を注いできた。計算づくで、科学的合理性を追求することも大切だが、それと同時に業界の方々に納得してもらえらる価値観を築くことが大変だった。これまで色々と印象深いことがあったが、インフラとして安心・安全なサービスを提供す



プラネット
玉生弘昌会長
インタビュー

ることに尽力し、感謝していただけのようになったことが一番の思い出である」

——インフラとしての役割を果たすことが貴社の最大の役割です。
「インフラが整っている業界は利用する企業が本業に専念することができると。例えばイタリアンと中華のレストランがあり、イタリアンでは電気・ガス・水道が整備されていて、中華にはインフラがないとすると、イタリアンは料理に専念できるが、中華は井戸を掘り、自分で火を起こさなければならぬので料理がおろそかになる。もっと言えばインフラの整った国と整備されていない国では国としての生産性、競争力が違ってくる。プラネットの役割は安心・安全な質の高いインフラサービスを提供することである」

品卸連合会について伺います。
「設立当初は組合員数も多く、存在感も大きかった。最近は組合員数の減少が目立っており、存在感を示すという点では昔よりも今の方が運営は難しく、役割も変わってきている。」

プラネットは、情報システム委員会が全卸連との繋がりが深く、業界データベース等で、全卸連の決めたことを具体的にプラネットが請け負っている。
会員メンバーの事務合理化という点では全卸連の情報システム委員会が機能している。今後、消費税率のアップなどについても情報システム委員会が活躍するだろう。消費税は一律に上げればまだよいが、品目によって軽減税率が適用された場合は複雑になるので、その時は情報システム委員会メンバーの専門知識が役に立つことになるだろう」

——全卸連の地域卸の活性化の活動についてはどうみえていますか。
「地域卸の活性化の取り組みは良いことだと思うが、地域卸は難しい立場にある。全国対応、フルライン化ができず、システム投資やシステム関連の人材の育成も容易ではない。ただ日本の小売業の総店舗数は110万店強ある。組織小売業が増え、インディペンデントは減っているが、欧米のように寡占化されている。こうした中、大型卸のシステムでは小規模な一般店との取引はコスト高になるので地域卸に任せるといって棲み分けの構図ができている。つまり小規模の小売店の商品供給の役割を地域卸が担っていくことが重要になり、その地域卸の活性化は大変重要になる。」

——具体的にどのような活動が活性化につながりますか。
「卸店は小売業との取引において、商品販売以外の情報提供や店頭づくりなどのリテールサポートの部分で収益を上げられない難しいところがある。そういう意味では新しい個性的な商品を探ることが地域卸の戦略の1つになるだろう。」

高度成長期にはナショナルブランドを一次卸、二次卸を通して市場の隅々まで浸透させていったが、現在は地域卸が中央の卸に商品を紹介するという逆の流れも出てきている。日用雑貨では少ないが、食品では結構ある。日用雑貨業界でもサブリコ(地域卸の全国ネットワーク組織)のメンバー社ではLEDや食品なども扱っており、日用雑貨にはこだわらずに商品を扱い、メンバー社に広げている。

視野を広くすれば卸機能を活かせる色々な商品がある」
——流通の変化ではネット通販の拡大は卸にどう影響すると思いますか。
「通信販売は色々なビジネスパターンが出てきている。メーカーも一般市場とは違った商品の販売をネット通販で行うようになってきた。アマゾンのようなポータル型のネット通販が伸びているが、これは新しいタイプの小売業が出てきたと捉えることができる。こうしたところと日用品・化粧品卸も取引しており、売上げが伸びているようだ。もう一つは小売業が展開するネットスーパーだが、これが卸の人材育成のためにも卸はこれまで通り取引している。変化としては今後、ネット販売に乗り出すメーカーが増えることが考えられるが、メーカーは採算を考えたときに生活必需品よりも健康食品や、既存のルートには乗りにくい高単価の商品を中心に展開するだろう。いずれにしてもネット通販の動向は注視していく必要がある。プラネットとして調査を行っており、先般も消費者へのアンケートと企業・団体へのヒアリング調査を実施し、その結果を『インターネットは日用品流通をどう変えるか2012』と題した報告書として発表した」

——全卸連の人材育成活動についてはどう思われますか。
「昔はライオンがマネジメントアカデミーという卸店向けの講座を行うなど、メーカー卸団体と協力し、国に働きかけるパワーを持つことも必要ではないだろうか。プラネットとしては今後も情報ネットワーク面での協力、相談に乗っていく姿勢である」

——環境が厳しい中、経済産業省が卸の意見を聞くこととしても、卸の横断的な組織がないのは問題だ。その意味で、全卸連が異業種の卸団体と協力し、国に働きかけるパワーを、持つことも必要ではないだろうか。
プラネットとしては今後も情報ネットワーク面での協力、相談に乗っていく姿勢である」

——全卸連へのメッセージはありますか。
「環境が厳しい中、経済産業省が卸の意見を聞くこととしても、卸の横断的な組織がないのは問題だ。その意味で、全卸連が異業種の卸団体と協力し、国に働きかけるパワーを、持つことも必要ではないだろうか。プラネットとしては今後も情報ネットワーク面での協力、相談に乗っていく姿勢である」

——全卸連へのメッセージはありますか。
「環境が厳しい中、経済産業省が卸の意見を聞くこととしても、卸の横断的な組織がないのは問題だ。その意味で、全卸連が異業種の卸団体と協力し、国に働きかけるパワーを、持つことも必要ではないだろうか。プラネットとしては今後も情報ネットワーク面での協力、相談に乗っていく姿勢である」

——全卸連へのメッセージはありますか。
「環境が厳しい中、経済産業省が卸の意見を聞くこととしても、卸の横断的な組織がないのは問題だ。その意味で、全卸連が異業種の卸団体と協力し、国に働きかけるパワーを、持つことも必要ではないだろうか。プラネットとしては今後も情報ネットワーク面での協力、相談に乗っていく姿勢である」

——全卸連へのメッセージはありますか。
「環境が厳しい中、経済産業省が卸の意見を聞くこととしても、卸の横断的な組織がないのは問題だ。その意味で、全卸連が異業種の卸団体と協力し、国に働きかけるパワーを、持つことも必要ではないだろうか。プラネットとしては今後も情報ネットワーク面での協力、相談に乗っていく姿勢である」

卸流通特集——特別編