

## 見学調査報告書

テーマ : 三菱食品株式会社の人事と事業戦略  
ゼミ名 : 木立 真直ゼミ  
調査日 : 2024年5月27日(月)  
調査先 : 三菱食品株式会社 本社  
授業科目名 : 演習 I・II  
参加学生数 : 18名(3年)

### 調査の趣旨(目的)

実際に働いているオフィスを見学させていただくことで、会社の雰囲気や、仕事の様子に触れる。食品卸ビジネスのリーディングカンパニーの1社である三菱食品株式会社の歴史や事業について解説していただくことで、同社の強みを学ぶ。また、中間流通業の役割や重要性についてのプレゼンをしていただき、業界についての理解を深める。

### 調査結果

#### <事業戦略について>

三菱食品株式会社にて、事業内容、中間流通業が担う役割についてプレゼンしていただいた。

三菱食品株式会社は加工食品・低温食品・酒類・菓子などを取り扱う総合食品卸売業者である。メーカー6500社、小売店3000社という幅広い取引先と関係があり、全国にネットワークを持つ。同社の事業説明についてのお話の中で特に印象的であったことは、同社が力を入れている川上寄りの事業についてのお話である。卸である同社が部分的にメーカー機能を取り込み、自社での販売はもちろん、他の卸売業者にも販売してもらう取組みである。販路としてはスーパーだけではなく、新規参入が比較的容易なドラッグストアに注目していることや、自社ブランド商品である「生活志向」がドラッグストアの顧客ターゲットと相性がよいことなど、PB対応の有効性についても学ばせていただいた。

中間流通の役割は主に二つに分けられる。一つ目は「効率的で安定した物流の実現」である。近年、様々な問題を抱えている物流業界において、いかに効率的に物を運ぶかということが大変、重要になっている。加えて、自然災害の多い日本においては、安定した物流も重要である。この二つの物流を実現させることが今後の卸業界、物流業界では必要であるという。二つ目は「売上向上への貢献」である。同社では膨大な数の顧客から得られた情報を基に小売店の品揃えの提案やポップの内容、売場のコーディネートなどを小売店と共同で考えるなどをして、小売店の売上げ向上に貢献している。上記のことから、中間流通業というものはその業界のみならず、メーカーや小売業者と密接に関わることで、全体

の利益向上に貢献していることを学んだ。

また、懇談のパートでは、人事についてのお話を伺った。ご担当者様は、人事を10年経験した後、営業担当になったご経歴をお持ちである。会社内で、このような多様な部署を経験する経歴を持った人をもっと増やしたいとお考えで、新製品の試食会に人事の人を招くなど、情報共有のための新たな試みを行っている。企業の活力を高める上で、部門を超えて個々の人的つながりを深め、相互に業務の特性を理解し合うようにすることが、企業の活力を強化する上で重要であると感じた。

以上のように、三菱食品株式会社様では最適な物流の実現だけでなく、その過程で得られた情報や経験を基に新たなサービスや事業を展開している。中間物流業界の新たな一面や同社の強みについて学びを得られた機会となった。お忙しい中、まことにありがとうございました。



写真 三菱食品本社でプレゼンを拝聴するゼミ生