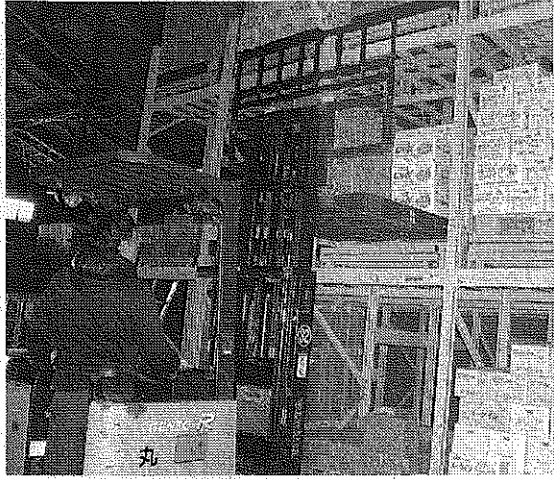


土物類を安定供給

意識改革等にも取組み



スライドインラックの導入で作業効率化

札幌市中央卸売市場の丸ト青果（辻泰行社長）は、土物類主体の青果仲卸。特別なことはしていません」という中でも、顧客への長期安定供給をはじめ、意識改革、社内コミュニケーションの強化などに取り組んでいる。

同社は1954年の創業で、辻社長が就任したのは2010年。現在のスタッフは26人（役員5人含む）で、ジャガイモ、タマネギ、ニンジン、ナガイモ、ゴボウ、カボチャなどの土物類、根菜類を主体に、年商（税

込）は30億円以上をキープ。その半分が道内の量販店への販売、残りが業務対応および道外への転送。

辻社長は「昔は、在庫管理や利益管理が徹底されていなかった、どんぶり勘定の仲卸でした。自分自身も同様で、担当品目では利益を出しているつもりでも、会社全体としてはその逆。営業一人ひとりがロスを計算

に入れて販売価格を設定していたことなどが大きな原因でした」と振り返る。社長就任前から意識していたのが、「単に安く仕入れ

て利益をあげるのではなく、取引先の役に立てるような仲卸としての役割をこなすこと」。そのために取り組んでいるのが、産地情報の提供。営業担当者はあらかじめ1年間の産地出張スケジュールを組み、卸などから



情報収集に加えて、自身で産地情報やその地域の量販店の情報を収集。それを顧客に提供している。出張しやすいようにグループ制を敷いて、他の営業員の品目もカバーできる体制。これは、有給休暇の取得にもつながっている。

また、業務用には安定供給が欠かせない。そのため、業務用には安定供給が欠かせない。そのため、業務用には安定供給が欠かせない。そのため、業務用には安定供給が欠かせない。

は1200平方メートル以上。いろいろな実験して、長期保存に最適な温度帯も追求しています」という。ラックは、トヨタL&Fの「スライドインラック方式」（「こぼの窓」参照）を導入。高さ3段、奥行き4段分のラックを有効に使用でき、収容能力と作業効率を高めている。

社内での意識改革も。スタッフが他のスタッフから助けを受けた際に、感謝の気持ちを表す「サンクスカード」（写真右上）を3年前から導入している。「以前参加した農経新聞社のセミナーで聞いた、ある仲卸さんの事例を真似させて頂きました。よく続いていると思います（笑）」。

また、年間・月間・日次の予算計画は、会社全体からチーム・個人に落とし込んだうえ、それらの販売実績、目標達成率、利益などについては社内共有。パトも含め誰もが確認できるといふ、オープンな情報公開体制を敷いている。

また、業務用には安定供給が欠かせない。そのため、業務用には安定供給が欠かせない。そのため、業務用には安定供給が欠かせない。