

トップメッセージ



サステナビリティに関する取組み状況

サステナビリティ委員会が発足し、約2年が経過しました。最初は知識レベルに差がありましたので、知識レベルの差を縮め、個々の考えを深めることに時間をかけました。その結果、これもできる、あれもできるというように、様々な取組みが積み重なって今の状態にたどり着きました。今は、こういった「足し算」の議論を行っていますが、今後は「引き算」の議論へシフトしていきます。「環境にやさしいことをする」という純粋に投資をかけて行う「足し算」の考え方に加え、仕事の仕方や意識を大きく変えなければいけないという「今まであるものを引いていく」という考え方について議論する必要があります。リスクを取ったりコストをかけないといけないこともあります。一律の基準を定めるのではなく、我々のビジョンや価値観の範囲のなかで議論を重ねていきます。例えば、自社ブランド商品に関して言えば、サステナビリティに配慮した包材に変えることにより短期的にはコストアップにつながる場合もありますが、ブランドメッセージをどう届けるかという工夫により長期的に売上をどう作っていくのか、我々がかけたコストに対してどうやって顧客に理解していただくかを同時に考えていく必要があります。

また、「仕事」と「サステナビリティ」をリンクさせていく仕掛けが必要です。意識を変えるためには、できるだけシンプルなメッセージを伝える必要がありますが、EVカーの導入のように、まずは形から入り仕事の仕方を変える方法も有効だと思っています。

中間流通業として当社が果たすべき役割

「効率性」と「環境にやさしいこと」は、同じ方向に向くことが多いので、「効率的な流通を作る」という我々の本来あるべき事業活動とサステナビリティの観点は、重なる部分がたくさんあります。一方で、我々は卸売業という立ち位置で言えば、全体が見えてコントロールすることが可能なので、お得意先さま、メーカーさまだけで解決できないことをコーディネートすることができます。我々は、各お得意先さま、メーカーさまと深い関係を作れているため、連動した取組みも可能です。例えば、我々が物流をまとめることになった際は、発注の仕方や在庫の持ち方を変えることが可能なため、それがお得意先さまやメーカーさまにとってもインパクトのある数字につながります。そのため、こういった関係性のなかで踏み込んだ話し合いができ、その結果、中間流通業として全体最適をつくっていけることが我々の強みです。

当社が企業価値を上げ、永遠に発展しつづけるために

経営の役割は、4つの観点で企業価値を上げることが重要であると思っています。1つ目は、収益性、財務的な成長性を必要とする「株主価値」です。2つ目は、どれだけの価値を我々が提供できるかという「顧客価値」です。3つ目は、働き甲斐に関する「従業員にとっての価値」です。4つ目は、環境や地域にやさしい、社会にとって役立つ活動ができているかという「社会にとっての価値」です。この4つの観点で企業価値を上げていくことが必要で、それぞれの観点で良い会社、魅力的な会社にならなければなりません。この4つのステークホルダーは、別々のものではなく、バランスを保ちながらどういことができるのかを考える必要があります。従業員がいなければ何もできないし、一方で従業員が喜んでいても顧客が悲しんでいけば会社は成り立ちません。また、社会を犠牲にしてもいけません。従業員が働き甲斐を持つことは、顧客のためになるし、逆に顧客のためになっていると思うから働き甲斐が持てると思います。トレードオフになることもありえますが、トレードオフしたなかでどうやって折り合いをつけていくのか、または、トレードオフを超えてもうひとつ上の段階に進んでいけるかということを考えていく必要があります。その結果として、当社の企業価値が向上し、永遠に発展しつづけることができるのだと思います。

代表取締役社長執行役員 **加藤和弥**