

インタビュー

九州の取引先との共生、
発展を目指して

兼松株式会社 九州支店長

にしだ ふかし
西田 深

兼松の基本理念の一つは、「伝統的開拓者精神と積極的創意工夫をもって、商社本来の機能の深化を追求する実業型商社として、事業創造・新規開拓を進め、お取引先との共生・発展を図る」こと。まさにこの基本理念に即して、九州で地場に密着した商売で活躍されている食糧部門出身の商社マン西田深九州支店長に、これまで築かれてきた、そして今後の九州ビジネスについてお聞きした。

九州支店での主要ビジネス

兼松の食糧部門は、日本の飼料原料ビジネスの一翼を担っています。中でも当社が得意とする飼料原料は、大豆粕や魚粉といった副原料と牧草などの粗飼料です。これらの商品においては、業界トップクラスの取扱量を誇っています。

牧草ビジネスにおいては、東京本社だけでなく、北海道と九州にあるそれぞれの支店が地域のニーズを掘り起こし、米国、カナダ、豪州などからコンテナで輸入し、問屋経由で最終需要家である酪農家や肥育農家に販売しています。九州では九州支店が輸入元となって、お客さまの顔を見ながら現地密着で、ここ福岡から南は鹿児島まで商売をさせていただいています。

そのほか、特色のあるところでは、ひえ、あわ、もちきびなど健康食材となる雑穀や、菜種油の原料である菜種を取り扱っています。雑穀については、中国やベトナムでは契約栽培から手掛けるほか、南米や豪州などからも輸入し、お客さまにご提供しています。

九州での地場密着型ビジネスの創造・新規開拓

(1) 牧草輸入ビジネス 一客先の嗜好が異なるところにビジネスチャンス

九州支店での牧草ビジネスは、10数年前

に私が九州に来てから拡大した商売です。

米国のあるサプライヤーからの輸入牧草の中に、名古屋地区でよく使われる商材がありました。名古屋地区が求める牧草は、草が柔らかく茎の細いもので、当然、米国のサプライヤーは、そうした品質のものを出荷していましたが、一方でニーズに合わない品質の牧草がどんどんたまってしまおうという、大変困った状況にありました。

名古屋の担当者からその話を聞き、名古屋では使われない牧草を安く仕入れて、九州のお客さまを回ったところ、これが大変受けました。九州のお客さまは茎が太いことは気にせず、価格が安い点を評価。大変喜ばれました。サプライヤーはそれまでの在庫が無駄なくはけて喜び、私どももある程度の利益を得られ、特に名古屋の担当者はサプライヤーに顔が立ち、皆それぞれがWin-Winのビジネスとなりました。今では、これは広く知られるところとなり、同業他社でも行われています。

地場のニーズを常に把握し、ニーズに合った商品を生産できる体制を構築していたからこそできた商売だったと思います。

(2) 食用油の原料輸入ビジネス — 客先のニーズを掘り起こし商売につなげる

また、食用油の原料となる菜種の取り扱いも、2年ほど前から九州支店で始めました。食用油に使用する非遺伝子組み換えの菜種を輸入し、搾油メーカーに納めるビジネスです。

九州には、こだわりのある食用油を製造されている搾油メーカーがあります。そのメーカーでは、非遺伝子組み換えの原料しか使わないという特徴を前面に出して、食用油の製造・販売をされています。一般の搾油メーカーでは、あまりこのような売り方はしていないのが現状です。

その搾油メーカーの商品が、東京のある生活協同組合で販売されていることを当社の社員が見つけたことが、この商売を始めるきっかけとなりました。偶然にもそのメーカーさんの本社近くに住んでいた私は、しばしば訪問させていただくようになり、メーカーさんが原料調達で大変なご苦労をされていることを知りました。昨今、非遺伝子組み換え原料の生産は、世界中でどんどん減少しています。このメーカーさんは、ご自身で見つけた産地から非遺伝子組み換えの原料を調達されていたのですが、その産地でも生産性の高い遺伝子組み換え作物生産への転換の波が押し寄せてきそうだとということ。さらに、今後、非遺伝子組み換えであることを証明する作業が必要となるなど、手続き面でも多くの困難が起こりそうだと話してくださいました。このメーカーさんだけでスムーズな原料調達を行うには、限界を迎えていたのです。

当社では、大豆など非遺伝子組み換え原料の取り扱いでは、豊富な実績と経験がありますので、そこで培ってきたノウハウを活かしてメーカーさんのお役に立てないかと考えました。その結果、原料調達におけるサプライヤーとの交渉から、ハンドリングもさせていただき、さらに新しい原料産地をご紹介しますというところま



豪州の非遺伝子組み換え菜種畑

で、メーカーさんとの関係を深めさせていただくことができました。

この商売はようやく軌道に乗り、現在では、このメーカーさんの商品の海外輸出も検討しています。例えば、九州から中国大連への距離と東京までの距離はほとんど同じですが、輸送コストは大連の方が安いこともあり、こうした環境を活かしてビジネスを拡大することなどを考えています。

商売の種はいろいろなところがありますが、お客さまのニーズを掘り起こし商売につなげられた案件として、これも地場に密着していたからこそできた商売だったと思っています。

これからの九州ビジネス

これまで、中国などから何を持って来るか考え商売をしてきましたが、今は頭を切り替えて、何を持って行けるかということを常に考えています。今後は、九州の特長ある良質な商品が分かる九州支店であるからこそ、九州の地の利を活かして、メイドインジャパン、KYUSYUブランドの産物を、中国や東南アジアを中心とした海外のお客さまに知っていただき、輸出していくことが課題です。

常日ごろから地場のお客さまと顔を突き合わせて、細かな情報交換ができる九州支店だからこそできる実のある仕事を通して、お取引先との共生・発展を図ってまいりたいと考えています。

(2010年2月9日 福岡にて

聞き手：広報グループ 山中通崇) 