

～法人マーケット開拓に役立つ～

食料品卸売業

35

## 業種別リスクマネジメント対処法

ARICEホールディングスグループ

<http://www.arice-aip.co.jp>

株式会社A.I.P 代表取締役 松本 一成

### ◆株式会社A.I.P

平成20年7月に営業を開始。法人マーケットに対するリスクマネジメントを切り口とした提案や独自の制度に基づく支店展開によって業容を拡大している。現在は全国に2法人営業部、19支店、10オフィスを持ち、損害保険約25億円、生命保険約35億円の取扱いを行う。2010年4月にはリスクマネジメントのコンサルティング及び教育等も視野に入れた総合的な組織としてARICEホールディングス株式会社を設立し、理念を共有出来る代理店と積極的にノウハウシステム、及びブランドの共有を進めている。

【本原稿は同社スタッフ共著】

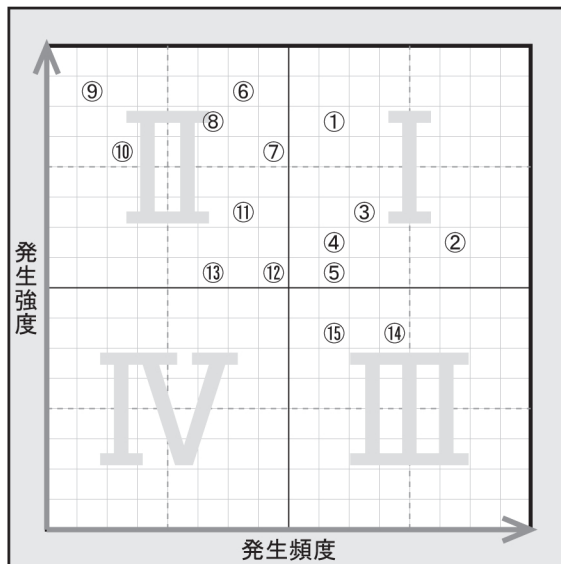
## 食料品卸売業のリスクマネジメント

### ◇食料品卸売業の特徴

デフレの進展や少子高齢化などで国内食料市場は成熟化が顕著であり、経済産業省の「商業統計表」によると平成19年の食料・飲料卸売事業者数は3万8,214所で平成16年度に比べ15.2%減、従業員数は42万7429人で同11.3%減となっており、従業員9人未満の企業が全体の7割を占めています。卸売りはメーカーと小売業の間に生じる様々な業務を一括して代行することによってメーカー側の物流コストや小売業の業務的・人力的負担を軽減する役割を担っています。具体的にはメーカーや市場から商品を仕入れ、小売業者や外食に商品を販売・流通する業態であり、大量生産を前提としているメーカーと少量販売を行う小売店との間で一定の在庫を保有することで需給量をコントロールし、安定的な商品供給を行う緩衝材的な役割を果たしています。また、メーカーの商品の品質管理、代金決済の代行、物流機能の提供による多頻度・小口配送や物流の効率化等の役割等も担っています。しかしながら、商品流通の過程において中間で利鞘を稼ぐ業態となるため、商品価格を押し上げる要素ともなっており、近年の小売業者の大規模化・全国化によって、卸を経由しないでメーカーから直接仕入れるケースが増加し、卸売業のウエイトは相対的に低下しています。尚、メーカーや産地が直接的に消費者とやり取りすることを「直販」と呼び、主に通信販売の形態をとりますが、宅配便の発達や決済手段の多様化、情報化社会の発達により顧客管理や発送業務が簡素化されており、今後も増加する事が想定されます。

### ◇リスクマップの例

- I ① 需要減少
- ② 過当競争
- ③ 取引先の直販移行
- ④ 事業戦略の失敗
- ⑤ 風評リスク
- II ⑥ 食中毒の発生
- ⑦ リコールの発生
- ⑧ 自動車事故
- ⑨ 天災(地震・台風・水災等)
- ⑩ 火災
- ⑪ 受託者賠償責任
- ⑫ 労働災害
- ⑬ コンプライアンス違反
- III ⑭ システム障害
- ⑮ 貸し倒れ



### ◇食料品卸売業の特徴的リスク

食料品卸売業の構造的な問題として、川上のメーカーや川下の小売りの競争激化・減少による①需要減少、メーカーや小売業者の大規模化・全国化による③取引先の直販への移行、それらを背景にしたサービス面、料金面における②過当競争が挙げられます。そのような中でIT投資や取扱い商品の選別等の④事業戦略の失敗によるリスクが高まっています。また、表示偽装等の⑬コンプライアンス違反や商品や原材料の健康被害問題が発生した場合には⑤風評リスクに晒されて大きな損失を被る可能性があります。発生頻度は低いのですが、影響の大きなリスクとしては、食料品の保管状況や物流過程における問題による⑥食中毒の発生、それに伴う⑦リコール等が考えられます。また、配送業務を行っている場合には⑧自動車事故による損失、配送センター等の流通拠点を所有している場合や在庫を大量保有している場合は、⑨天災(地震・台風・水災等)や⑩火災事故による損害も考えられますし、商品等の預かり資産がある場合には⑪受託者賠償責任を負うケースも想定されます。仕分けや配送等の人的作業に伴い⑫労働災害等の可能性も大いに考えられるでしょう。近年は競争激化に伴い、IT投資による物流コストや受発注業務の削減が積極的に行われているため、⑭システム障害による影響も増大している事が想定されますし、小売業界の競争激化による⑮貸し倒れリスクの増大も想定されるため、システムメンテナンスや与信管理についても徹底する必要があります。

### ◇食料品卸売業の具体的リスク対策

食料品卸売業は生活に密着した最寄品を扱う業態であるため、他の卸売業と比較して景気に左右されない安定的な業態ですが、近年は卸しを経由しない取引、産地直送の増加、多品種少量配送ニーズの増加等、卸売業者を取り巻く収益環境は大きく変化しています。そのような環境変化の中で存続をしていくためには、従来の大量生産を前提とするメーカーと小口販売・少量在庫を前提とする小売りととの緩衝材的な役割といった既存の卸売機能の強化だけではなく、サービス品質による差別化や物流コストの削減等の効率化による競争力の確保が重要です。中でも製造業と小売業の間に位置し、双方の情報を知り得る優位性を活かし、小売業には商品情報と消費者ニーズにマッチした売り場の企画・提案、適切な在庫管理のアドバイスを、メーカーには消費者が必要としている食品等の情報を提供することで新たな商品開発に繋がる提案を行う等の本業支援による差別化が重要です。また、差別化要素として、安全・安心な食品へのニーズ対応のための物流面での品質管理や食品トレーサビリティの遵守、製品のライフサイクルが短くなっている現状からより多頻度多品種少量配送等のきめ細かなサービス等も考えられます。大手食品卸が中国等の海外に活路を求めたり、物流センターや情報システムへ投資を拡大する中で、経営規模の小さな卸しが生き残るには、強い企業体質を構築して小売りから選ばれることが重要であり、食品卸による小売支援の重要性は一段と強まるでしょう。

### ◇食料品卸売業における保険活用

食料品卸売業における保険活用としてリスクマップ番号に沿ってみたいと思います。まず食料品の保管状況や物流過程で何らかの問題があり、⑥食中毒の発生のリスクに対してはPL保険に対応します。さらに⑦リコール(回収)が生じた場合に備えて食品リコール保険や生産物品質保険を提案します。ただし、これらの保険については引き受け自体を行っていない保険会社や生産物自体の損害については対象にならないとしている保険会社もあるので注意が必要です。メーカーと小売業者の間に位置する立場にあるため、在庫を保管する倉庫や配送センターを所有している場合も多く、⑨天災(地震・台風・水災)や⑩火災等の発生に備えた火災保険、営業継続費用保険、利益保険の提案は必ず行うべきものと考えられます。配送業務を行っている場合は他の業種と同様、自動車保険の手当ではもちろん、荷物を守るための運送保険や物流総合保険等の提案も必要になってくるでしょう。また、人的作業も多く発生することが考えられるため、⑫労働災害に対応する、労災総合保険、傷害保険、業務災害総合保険の準備も行うべきであり、雇用を取り巻く背景から使用者賠償責任保険等も提案する必要があります。また、近年の物流はITに依存した効率化を実現していることからIT賠償責任保険等の必要性も考えられますし、一定の引受基準はありますが、貸し倒れのリスクに備えた取引信用保険をアラート機能と共に提案することはプロ代理店としての価値を出せるところででしょう。