

2015年2月24日

2015年4月機構改革について

2015年4月1日付機構改革について、下記の通りご案内申し上げます。

## 記

**機構改革の要旨**

## ～『卸売』の枠を超えた『卸』企業へ(物販企業からサービス企業へ)～

日本アクセスは、2015年4月に始まる新年度より、「お得意先様第一主義の徹底」と、当社VISIONに掲げる「『卸売』の枠を超えた『卸』企業へ(物販企業からサービス企業へ)」と変革を行うため、第5次中期経営計画の中で推進して参りました「企業基盤改革」を実行に移し、機構改革を行います。

**【改革の骨子】****I. 営業組織の3営業部門体制への移行および「小さな本社」の実行**

## (1) 3営業部門体制への移行および広域営業組織の完全プロフィット化

「営業力強化」「生産性の向上」「意思決定の完結と早期化」「スタッフ組織強化」「管理・牽制機能の強化」を主たる目的として、現在の6支社+広域本部(広域第1営業本部、広域第2営業本部、広域リテール営業本部、広域ロジスティクス事業本部)体制を廃止し、『東日本営業部門』『西日本営業部門』『広域営業部門』の「3営業部門体制」へと移行する。加えて、広域営業部門については、全国展開するお得意先様への対応力の強化のため、これまで一部スタッフ部隊であった広域営業組織を完全なプロフィットセンターとして広域営業部門体制を構築する。

## (2) 3営業部門体制を踏まえた本社戦略組織体制

各営業部門下へ戦略実行主体および営業活動業務を移管し、機能ある「小さな本社」での戦略組織体制を構築するため、本社戦略組織の「本部」体制を廃止し、各部を直轄組織とした「管掌体制」へと移行する。

## (3) 3営業部門体制での営業・戦略実行体制

3営業部門体制の中で営業力・戦略実行の強化を図るため、各エリアおよび事業の責任者体制を強化すべく「統括」体制へと移行する。

## ■ 東日本営業部門・西日本営業部門共通

全国卸の特徴を最大限に発揮するため、東西営業部門下においても各エリア単位での経営体制を継続し、東西営業部門下に『エリア統括(東北、関東、中部、近畿、中四国、九州)』を配置する。また『ロジスティクス統括』と『生鮮・デリカ統括』を配置することでロジスティクス事業分野と生鮮・デリカ事業分野におけるサービスレベルの向上と、戦略実行および意思決定の高度化を図る。

## ■ 広域営業部門

全国展開するお客様へのサービスレベルの向上を目的として、業態別・事業別の責任者体制とし、広域営業部門下に『広域チェーン統括』『広域CVS統括』『広域ロジスティクス統括』を配置する。また『生鮮・デリカ統括』を配置することで生鮮・デリカ事業分野におけるサービスレベルの向上と、戦略実行および意思決定の高度化を図る。

## II. 物販企業からサービス企業への変革

日本アクセスがVISIONに掲げる『卸売』の枠を超えた『卸企業』への変革、すなわち『物販企業』から『サービス企業』へと変革を遂げるため、体制変更を行うと共に社内の意識改革も同時に実行する。

### (1) 商品軸から得意先軸営業体制への移行

当社営業体制は、現在、商品軸での管理を主とし、「何を販売するか」という『物販企業』の営業・管理の体制であった。市場環境が厳しくなる中で、価格競争・同質化競争から脱却するため、「お客様第一主義の徹底」をさらに強化し、お客様に対し、『サービス(付加価値)』を提供する企業へと変革する必要がある。そのために、全営業組織を得意先軸営業組織体制へと変更し、内部の各種管理体制についても、得意先基軸へと変革する。

また、得意先基軸へと営業組織体制を変革する中でも、商品カテゴリー別での戦略を実行可能な体制を維持するため、各営業拠点に『カテゴリーマネージャー』を設置すると共に、営業スタッフ組織の強化も同時に実行していく。

### (2) 機能改革の実行

第5次中期経営計画にて掲げる「競争優位戦略(差別化戦略) = “機能改革”」を実行していくため、本社組織の抜本的な体制変更を行い、これまで分散されていた『マーケティング』、『商品開発』、『販売促進』等の各機能の集約を行い、徹底的に強化していく。加えて、本中期経営計画より標ぼうしている「製造卸」の機能強化も同時に図るため、同一管掌下に同機能を合流していく体制とする。

以上が、2015年度における機構改革(企業基盤改革)の骨子となります。

尚、この「物販企業からサービス企業への変革」を実現するための得意先軸体制への移行および3営業部門体制を含む各組織改革の実行のため、当社が長年にわたり開発をおこなってきた新業務・会計システム(愛称:『DAISY(ダイジー)』)を2015年4月より稼働致します。

上記内容を踏まえた詳細の組織変更は以下の通り

1. 東日本・西日本・広域の3営業部門体制への移行
2. フードサービス事業組織体制の整備
3. 3営業部門体制への移行を踏まえた本社戦略組織の体制変更
4. 3営業部門体制への移行を踏まえた本社機能組織の体制変更

## 1. 東日本・西日本・広域の3営業部門体制への移行

### (1) 3営業部門の経営体制への移行と得意先軸組織体制を踏まえた支店経営

#### ① 3営業部門体制への移行

現在の6支社+広域本部（広域第1営業本部、広域第2営業本部、広域リテール営業本部、広域ロジスティクス事業本部）体制を廃止し、『**東日本営業部門**』『**西日本営業部門**』『**広域営業部門**』の「3営業部門体制」へと移行する。

#### ② 営業部門下における「統括」体制

##### ➤ 東日本営業部門・西日本営業部門共通

… 東西営業部門下に『**エリア統括(東北、関東、中部、近畿、中四国、九州)**』を配置する。  
また、『**ロジスティクス統括**』と『**生鮮・デリカ統括**』を配置する

##### ➤ 広域営業部門

… 広域営業部門下に『**広域チェーン統括**』『**広域CVS統括**』『**広域ロジスティクス統括**』を配置する。  
また、『**生鮮・デリカ統括**』を配置する。

#### ③ 営業部門下におけるスタッフ組織体制

各営業部門下に組織を集約するだけでなく、これまで本社組織が担っていた機能の移管を推進することで、強固なスタッフ機能を構築する。

##### ➤ 東日本営業部門・西日本営業部門共通

… 『**企画統括部**』『**地区商品部**』『**生鮮・食材SCM部**』『**物流統括部**』『**3PL事業部**』『**ロジスティクス営業部**』『**管理部**』

##### ➤ 広域営業部門

… 『**企画統括部**』『**地区営業部**』『**CGC営業推進部**』『**管理部**』

#### ④ 得意先軸組織体制への移行

各エリアの支店は従来の商品軸の組織体制から得意先軸の組織体制へと移行する。これにより各  
お得意先様へのサービスレベルを一層向上しつつも、商品カテゴリー別での戦略を実行可能な体制とする。尚、3PL事業（得意先ごとのTPLセンター）についても得意先軸組織体制への移行を踏まえ、商流責任を有する支店にて運営する体制へと移行する。

### (2) 東西営業部門における各エリア統括下の組織体制

得意先軸組織体制移行に伴い、現在の6支社で広域得意先を担当する各営業部を完全なプロフィットセンターとして『**広域支店(東北、関東、近畿、中四国、九州)**』を設置する。これらを含めた、各エリア統括下における組織体制は以下の通り。

営業部門	統括名	統括下組織
東日本	東北エリア統括	青森支店、盛岡支店、仙台支店、郡山支店、東北広域支店、 東北生鮮・デリカ営業部
	関東エリア統括	東京中央支店、千葉支店、東京西支店、神奈川支店、埼玉支店、 茨城支店、北関東支店 <sup>※1</sup> 、新潟支店、長野支店、関東第1広域支店、 関東第2広域支店、関東生鮮・デリカ営業部
	中部エリア統括	静岡支店、名古屋支店、浜松支店、北陸支店、中部生鮮・デリカ営業部

営業部門	統括名	統括下組織
西日本	近畿エリア統括	京都支店、大阪支店、和歌山支店、神戸支店、姫路支店、近畿広域支店、 近畿生鮮・デリカ営業部、近畿受発注業務部
	中四国エリア統括	岡山支店 <sup>※2</sup> 、山陰支店、広島支店、山口支店、高松支店、松山支店、 高知支店、中四国広域支店、中四国生鮮・デリカ営業部、 中四国受発注業務部
	九州エリア統括	北九州支店、福岡支店、長崎支店、鹿児島支店、九州広域支店、 九州生鮮・デリカ営業部

※1 北関東支店：現群馬支店と現宇都宮支店を統合 ※2 岡山支店：現岡山支店と現福山支店を統合

### (3) 広域営業部門における営業組織体制

#### ① お得意先様の統括範囲

- ・『**広域チェーン統括**』はGMS業態、量販業態を中心としたお得意先様を担当する。
- ・『**広域CVS統括**』はCVS業態のお得意先様を担当する。
- ・『**広域ロジスティクス統括**』はお得意先様向けのロジスティクス事業を担当する。

#### ② 各統括下の組織体制

営業部門	統括名	統括下組織
広域	広域チェーン統括	ナショナルチェーン第1営業部、ナショナルチェーン第2営業部、 ナショナルチェーン第3営業部、広域流通第1営業部、広域流通第2営業部、 広域流通第3営業部、広域量販第1営業部、広域量販第2営業部、 生協営業部、広域生鮮・デリカ営業部
	広域CVS統括	CVS加工食品・飲料営業部、CVSチルド食品営業部、 CVSフローズン食品営業部、CVS生鮮・デリカ営業部、CVS営業部、 CVS食材部、CVS受発注業務部
	広域ロジスティクス統括	広域東北物流支店、広域関東第1物流支店、広域関東第2物流支店、 広域中部物流支店、広域近畿物流支店、広域中四国物流支店、 広域九州物流支店、広域3PL推進部、広域ロジスティクス業務部、 広域ロジスティクス企画部、広域ロジスティクス営業部

## 2. フードサービス事業組織体制の整備

外食事業分野においては、リテール業態とは異なった形でのきめ細やかなサービスの提供が必要であること、ならびに市場環境の特性からも機動的な経営体制が要求されことを踏まえ、営業部門から独立したプロフィットセンターとして『**フードサービス事業本部**』を設置する。

#### (1) 支店・営業部（プロフィットセンター）体制

全国チェーンおよび東日本エリアを管轄する営業組織として『**フードサービス第1総合支店**』を、西日本エリアを管轄する営業組織として『**フードサービス第2総合支店**』を、全国で営業活動を行う給食・個店外食向けの業務用卸との取引を担う組織として『**業務用卸営業部**』を新設する。

## (2) スタッフ組織体制

フードサービス事業本部内に以下のスタッフ組織を設置し、外食お得意先様への商流・物流両面におけるサービスを充実させるとともに、強固な管理体制を構築する。

『フードサービス営業企画部』『フードサービス物流部』『フードサービス管理部』

### 3. 3 営業部門体制への移行を踏まえた本社戦略組織の体制変更

#### (1) 3 営業部門体制移行を踏まえた本社戦略組織の管掌体制への移行

3 営業部門下における本社戦略組織の機能は以下の通りとなる。

##### ➤ 卸事業関連組織

… 全社の組織体制が得意先軸へと移行する中で、卸企業としてのマーチャンダイジングを強化するための機能。

##### ➤ ロジスティクス事業関連組織

… 全体最適を実現するための物流拠点政策の総括、競争力のある新たなロジスティクス機能開発など、全社ロジスティクスをコントロールする機能。

上記の通り各営業部門下へ戦略実行主体および営業活動業務を移管し、機能ある「小さな本社」での戦略組織体制を構築するため、本社戦略組織の「本部」体制を廃止し、各部を直轄組織とした「管掌体制」へと移行する。本社戦略組織の管掌体制は以下の通りとする。

管掌	管掌下組織
ロジスティクス管掌	ロジスティクス企画部、ロジスティクス管理部、 ロジスティクス戦略室
マーケティング・開発統括管掌	マーケティング・RS部、販売促進部、商品開発部、 アクセスブランド営業部
商品統括管掌	加工食品MD部、チルド食品MD部、フローズン食品MD部、 マスタ管理部、MD統括部、原料営業部、海外事業部
生鮮・食材流通管掌	業務用MD部、生鮮MD部、生鮮・デリカ市場開発部、 生鮮・食材流通戦略室、フードサービス事業本部

#### (2) サービス企業への変革のための体制変更（マーケティング、商品開発、販売促進）

日本アクセスがVISIONに掲げる『卸売』の枠を超えた『卸』企業への変革、すなわち物販企業からサービス企業へと変革を遂げるため、「マーケティング」、「商品開発」、「販売促進」等の各機能を徹底的に強化する必要がある。そのため本社戦略組織の抜本的な体制変更を実行し、既存組織における各機能を新設の以下の組織に集約する。加えて、マーケティング・開発統括管掌下にアクセスブランド営業部を合流させ、製造事業の強化を図る。

##### ➤ 『マーケティング・RS部』

… 市場調査・分析、リテールサポート、新規ソリューション機能開発などの機能

##### ➤ 『販売促進部』

… カテゴリー販促、販売促進情報提供、営業提案サポートなどの機能

➤ 『商品開発部』

… お得意先様P B・留型商品開発、当社オリジナル商品開発、および開発商品の生産管理などの機能

(3) 本社戦略組織におけるその他の体制変更

- ① 上記(2)の機能移管に伴い、本社商品関連組織は商品政策・カテゴリー戦略推進機能に特化する体制となる。これを踏まえ、マーケティング・企画統括部を『MD統括部』に改組する。
- ② 国際貿易部の組織名称を『海外事業部』へと変更する。
- ③ 生鮮分野において、商品政策・カテゴリー戦略を主たる業務とする組織として、『生鮮MD部』を設置する。
- ④ 上記③の組織変更に伴い現在の「生鮮・業務用MD部」を『業務用MD部』に改組する。
- ⑤ 生鮮・デリカ分野における売場開発および当該商材の商品開発機能を有する組織として、『生鮮・デリカ市場開発部』を設置する。

(4) 本社ロジスティクス組織体制の変更

各営業部門への機能移管を踏まえ、本社に「ロジスティクス企画部」と「ロジスティクス管理部」を設置する。これに加え、全社ロジスティクス事業戦略立案・推進を行う組織として『ロジスティクス戦略室』を新設する。

4. 本社職能組織における管掌体制の変更および組織体制

(1) 職能系管掌体制の変更

職能組織の連携強化、および「小さな本社」の実現のため、本社職能組織の管掌体制を以下の通りとする。

管掌	管掌下組織
総合企画管掌 管掌補佐 情報システム担当	総合企画部、新業務・会計システム推進室、 情報システム部
管理統括管掌 管掌補佐 人事・総務担当	財務経理部、法務・審査・コンプライアンス部、 事業統括部、食品安全管理部、事務管理部 人事・総務部

(2) 本社職能組織の一部変更

「経営企画部」に営業企画機能を加え、『総合企画部』に改組する。加えて、「新業務・会計システム構築プロジェクト室」を『新業務・会計システム推進室』に名称変更する。

以上

