

事務局だより

INFORMATION



7月

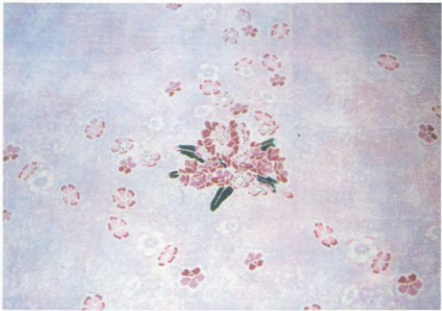
●26日 株式会社ヴァンガード金沢
第1回臨時株主総会

8月

●3日 理事会

理事会報告

1. 総務委員会より景況調査と健康診断について
2. 組合運営委員会より
 - (1) カーリース事業の取り扱い開始について
 - (2) 会館収支状況
 - (3) 商品開発グループのフラクタルチームが
タイトルカーペット完成について報告



3. 事業戦略委員会より愛称普及のため、ラジオCM
を放送中。また北鉄バス側面に看板を設置し、運
行中との報告
4. 厚生委員会よりソフトボール大会と着物着付け
教室について報告
5. 事務局より
 - (1) (財)暴力団追放石川県民会議主催の県民大会
が11月15日金沢流通会館で開催される
 - (2) (社)大阪府卸団体連合会が11月24日金沢流
通会館に於いてフォーラム開催。

- 5~20日 景況調査
- 9~12日 成人病予防検査
- 17・18日 日帰り人間ドック
- 19・20日 簡易ドック
- 23~25日 健康診断

編集後記

事業戦略委員会の副委員長を仰せつかっておりますが、と
くに広報誌発行及び組合ホームページ開設の準備を担当
いたしております。今後、ますます必要不可欠となるであ
るインターネットについて、研究利用してまいります。

9月

●3日 理事会

理事会報告

1. 総務委員会より
 - (1) 景況調査の集計結果報告
 - (2) 運転資金転貸の金融事業について、理事長
より今後3年間で廃止の旨提案があり、承認
された。
2. 組合運営委員会より、レストランの運営協力方と、
各種修理について
3. 事業戦略委員会より
 - (1) 「キマッシ カナザワ」PR用ポスター完成、
組合員並びに関係機関へ配布。
 - (2) ホームページ12月完成予定。
 - (3) ログマーク及びワーキンググループと組合の
関係について問題点を提出し、審議の結果各
社またはグループがログマーク、愛称、スロ
ーガンを使用のとき、及びワーキンググル
ープが事業を行うときは、事業戦略委員会と協議
し、最終的には正副理事長会で決定すること
となった。

- 6日 景況調査の集計結果報告
- 23日 第25回商社対抗ソフトボール大会
16社18チームが参加

◆優勝 (株)丸菱 A (2年ぶり2回目)



◆準優勝 富木医療器(株) A



- ◆第3位 (株)キヨー・エイ、丸西食品工業(株)
- ◆最高殊勲選手賞 木田 文彦 (株)丸菱 A
- ◆敢闘賞 小泉 和恵 富木医療器(株) A
- ◆打撃賞 岡本 憲司 (株)丸菱 A

最近の話題は、①「インターネットバンキング」= 銀行の
窓口やATMに並びたくない、夜間に残高照会や振込がで
きる ②「インターネット株式投資」= インターネットに投資
③「高速インターネット」= 現在の低速アクセスより二桁
スピードが速くなる。の3つを今後、勉強してまいります。(S)

10月

●4日 理事会

理事会報告

1. 組合運営委員会より、高速道路共同利用と町内一
斉清掃について
2. 事業戦略委員会より、組合ホームページ制作に合
わせ、各社のホームページ開設も取り扱う旨、報告。
3. 厚生委員会より、ソフトボール大会結果報告とゴ
ルフ大会予定について

●13日 町内一斉清掃

◆お知らせ◆

退職金づくりは[中退共]で

中小企業で退職金制度を設けたい場合は、安全・確実・有利な国の「中退共制度」をご利用ください。制度についてのお問い合わせは

石川県労働情報センター
金沢市芳斉1-15-15
TEL076-261-1400まで。



金沢問屋センターを賑わいと魅力ある町にし金沢市の新たな中核機能を担う地域として発展するため、また全組合員が大きな未来に向かって可能性に挑戦することを目指して進んでいたCIの一環である、愛称「キマッシ カナザワ」の普及のため、ポスターを制作。ポスターは2枚1組で、新しいログマークを大胆に配し、対象的な色とデザインで制作し、配布した。



「オリジナル」を考える。

KIMASSI

Vol.75
November

KANAZAWA

NOVEMBER 1999 KANAZAWA TOIYA CENTER QUARTERLY NEWS 金沢問屋センターニュース

- TOPICS [オリジナル]を考える。
商品の開発とフラクタルの行方
- シリーズ [トレンド]を語る。
すき間、差別化、専門化をコンセプトに、新業態店舗を開発



TOPICS

[オリジナル]を考える。



商品の開発とフラクタルの行方

■商品開発ワーキンググループ フラクタルリーダー
株式会社マツモト 代表取締役社長 岡本 輝明

金沢問屋センター創立30周年の節目を契機としてスタートし、およそ1年がかりで完成させたのが、伝統の加賀友禅模様をデザインしたタイルカーペットです。この事業は金沢問屋センターが従来の機能を広げ、川上の機能、つまりメーカーとしての機能をもつことを目的として企画されたもので、友禅関係と室内装飾関係の4社が参加し、共同で商品を開発したものです。

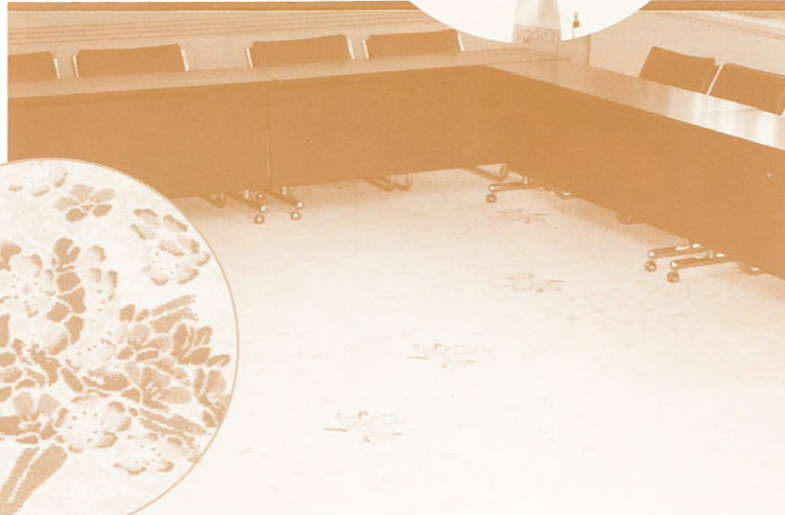
この商品は一辺が50cmのタイルカーペットで、組み合わせ自由。友禅模様と、どの辺同士を合わせても境界のつながる模様ユニットを生成するフラクタル技術の二つを組み合わせ、非常に優れた施工性やメンテナンス性をもち、コストの面でもメリットがあるという特徴があります。加賀友禅模様は、伝統的に使われているシャクナゲの図柄をメインモチーフに桜の花びらを散らし、やさしい雰囲気と色合いに仕上げられています。このベースに地紋のようなフラクタルを入れてありますが、このフラクタルは柄が合うように創られたもので、何枚もの組み合わせによりさらにつながりが出るので、ほとんど継ぎ目が気にならないようになっています。それと、やってみてわかったことですが、カーペットには目付けといって糸を植え付けるときに方向性があり、通常、向きを互い違いに並べ



ていき全体を見渡すと、目の方向にラインが入ったように見えるのですが、それも柄が入っているために目立たなくなっているのです。ですから方向性を気にせず自由に貼れ、しかも一辺が50cmなので場所の広さを選ばないこと。そのうえ汚れが目立ちにくく、もしタバコの焼け焦げができて大きな絨毯1枚を全部替える必要が無く、そこだけ張り替えればよいことなど、カットタイルの特徴である保守のしやすさ、そしてある意味でのおもしろさを備え、良い商品ができたと思っています。現在、サンプルは流



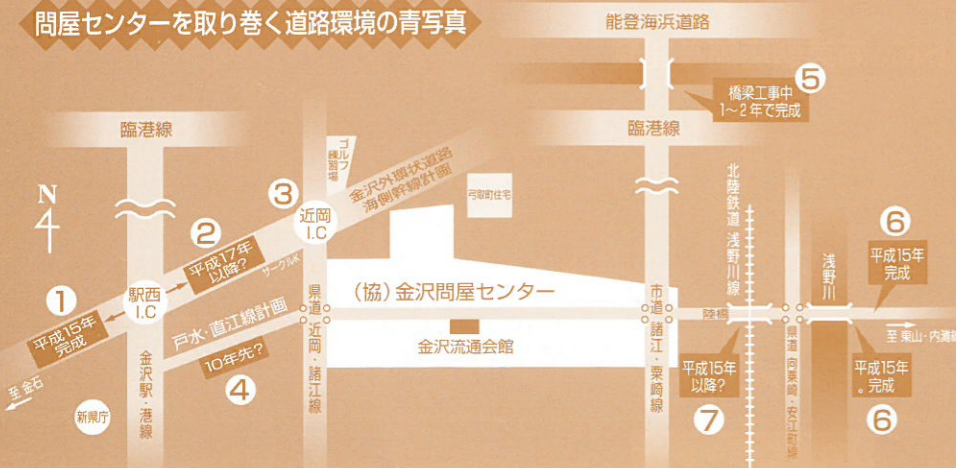
岡本 輝明 社長



通会館会議室に敷設し、公共関係の方に見ていただいたり、PRに努めています。

この事業は新しい金沢問屋センターの第一ステップであり、この試作品がある程度使われるようになれば次のステップとして、新たなデザインを起こし、より広く一般の方々にも使っていただくという可能性も秘めています。また、この事業をまず成功させることで他の違う分野での活動の刺激になり、また違った進め方や販売ルートなども模索できるのではないかと考えています。

問屋センターを取り巻く道路環境の青写真



近年、金沢市の道路整備には目覚ましいものがあります。その中でも、問屋センターを取り巻く道路の拡充には、組合加盟企業の熱い期待が注がれています。ここに、その整備の青写真をご紹介します。

- 1 金沢外環状道路海側幹線の、駅西ICより金石方面は平成15年完成予定。
- 2 金沢外環状道路海側幹線の、駅西ICより近岡IC(仮称)方面は、平成17年以降となる見込み。
- 3 近岡IC(仮称)は、サークルKとゴルフ練習場の間に設置予定。
- 4 戸水・直江線は10年先にはできるかどうかは未定。
- 5 現在、橋梁工事中であり、1~2年で完成予定。能登海浜道路に直結する。
- 6 平成15年に橋が完成し、東山・内灘線への道もつながる予定。
- 7 北陸鉄道浅野川線の陸橋建設の計画はあるが、平成15年以降いつになるかは未定。

LOREND

●シリーズ[トレンド]を語る。①

すき間、差別化、専門化をコンセプトに、新業態店舗を開発

■株式会社マルシン 代表取締役 丸岡信一

平成4年12月8日、国道8号線沿いに「グルメプラザ・マルシン金沢店」がオープンした。金沢問屋センターに本社のある外食産業総合食品専門商社、マルシンの第一号店であるこの店舗は全国でも最大の規模を誇り、冷凍オープンケース240尺、冷凍食品800アイテムを常時揃えている。といっても、一般の小売店とはちょっと違う。この店は問屋と小売店の狭間にある、独特の形態を採る店だからである。

当時マルシンでは、本社で掛け売りで商品の配達をしていた。しかし効率的で生産性の高い仕事を進めるため、システムとして仕事を進めることのできない小規模な取引先を整理し、その受け皿として考えられたのがグルメプラザだった。つまり、取引先に直接現金買いをして自分で商品を持って帰ってもらう、キャッシュ&キャリア機能を持たせたのである。だから



丸岡 信一 社長

そこでのお客様は不特定多数の一般消費者ではなく、特定多数の小売店や飲食店であり、会員制を導入した。が、それと同時にもう一つの目論見もあった。丸岡社長いわく「それまでスーパーなどの市販用の卸をやっていたが、人に頼っていたのでは思うように商売ができない。自分でエンドユーザーに近いところで商売をしないと、将来はないと考えましたね。それにちょうど人々の食生活も変わりつつあった時期で、スーパーと同じようなことをやっていたのでは負けてしまう。何か新しい業態を開発しようと思い、結局ニッチをさがしたわけです。それですき間、差別化、専門化をコンセプトに店づくりに取り組んだわけです」その結果、平成8年11月の時点でスーパー部門の内食卸は一切の取り扱いをやめた。その当時、売上の90%以上を担っていた部門である。その穴を埋めていったのが外食部門だった。マルシン金沢店では、卸価格をさらに安く買ってもらえるような様々なサービスを行っている。通常3%引きを3のつく日にはさらに3%上乗せして割引、第4土・日・月曜日は10%引きに、それも店内すべての商品が対象である。というのも、売る側が商品を選んではいずべての人に公平ではないからだ。こういうサービスができるのも、JAFDA(全日本外食流通サービス協会)に加盟している強みがあるからだ。メーカーもどんどん様変わりして、小



グルメプラザ・マルシン金沢店

売店と直接取り引きをする、あるいは大量出荷でなければ取り引きしない、また、メーカーから上代が1%しか認められないなど、問屋の機能が問われます。ますます厳しい時代になっている。

「内食の卸ではもうリージョナル卸(地方卸)はなくなり、全国規模のナショナル卸だけになるだろうし、私達は業務用の卸でリージョナル卸としてのポジションをしっかりと保っていきたいと思っています。今はまだ問屋の方が小売より立場が上で、卸の優位性はいくらでも考えられます。今の有利なうちに先に読み、しっかりとしたポジショニングがとれるかが生き残る鍵だと思います」