

三菱商事肥料新リーダー語る

4月1日から三菱商事・肥料ユニットマネージャーとなりました本多です。私は1982年の入社と同時に当時の化学肥料部・輸入第二チームに配属となり、1992年にジャカルタに赴任するまで、ニューヨーク研修生としての2年間を含めて10年間肥料部で仕事をしておりました。その後もアンモニア、硫黄等の原料の海外取引で肥料との接点は持ち続けておりましたが、本社での肥料ビジネスと言う意味では18年ぶりの復帰と言う事になります。この間、日本の肥料業界を取り巻く環境も様変わりしている中で、取り組むべき課題も山積みです。一刻も早くお客様のお役に立てる仕事が出来れば、早急にキャッチアップの所存ですので、皆様からのご指導を宜しくお願い申し上げます。



肥料ユニットマネージャー
本多 泰 (やすし) 氏

肥料部時代の失敗談

入社3年目に初めての海外出張でヨルダンに行った時の事でした。当時ヨルダンでは死海からの塩化加里の生産がスタートした頃で、三菱商事は日本を含むアジア向け販売の総代理店としてこの拡販を図るに当たり、海外の駐在員を集めてアンマンで会議を行う事になり、これを主催する肥料部長のカバン持ちとして生まれて初めての海外渡航でした。因みにこの会議には当時若手駐在員のホープだった上杉現MAC社長もマニラ支店から参加しており、これが私の上杉社長との初対面でした。会議の朝、ホテルのロビーに集合時間10分前に下りて行ったのですが、時間を過ぎても誰も来ない。おかしいなと思い部屋に戻って事務所に電話をすると、とっくに全員揃って会議が始まっており、慌ててタクシーをつかまえて駆けつけましたが、議事録係の遅刻で大目玉をくらいました。言い訳がましく集合時間を確認すると、「馬鹿者！肥料部では部長が来る時間が集合時間だ！」と一喝されました。それにしても当時の部長のなんと偉かった事！

インドネシア時代

その後、1992年から二度に亘り通算12年の間をインドネシアで過ごしました。一回目の駐在の際には1998年のスハルト政権の崩壊に繋がるジャカルタでの大暴動に遭遇しました。当時の事を思い出す度に家族が無事で一緒に過ごせる平穏の有難さを身に沁みて感じます。二度目は前の駐在中に東カリマンタンに設立したアンモニア製造事業会社への出向でしたが、マーケットがドン底の最悪のタイミングでの工場の立ち上げ、更には原油価格急騰による原料高で事業存続の危機に見舞われ、ガス価格改定交渉の修羅場も経験しました。

経歴

1982年 三菱商事入社（化学肥料部）
 1987年 米国三菱商事
 1989年 化学肥料部
 1992年 ジャカルタ駐在事務所
 1999年 アンモニアユニット
 2002年 PT.Kaltim Parna Industri 出向（インドネシア）
 2007年 無機原料ユニット
 2010年 肥料ユニット

今後の抱負

先にも述べました通り、肥料事業を取り巻く環境は大きく変化しています。需要規模の縮小が避けられない国内市場では、2007年からの前代未聞の原料・製品市況ボラティリティ（1）の荒波の余（次ページへ続く）

(前ページより続く)

波が未だ残る中、「ニューノーマル(2)」に沿った市場ニーズを的確に見極めつつ、一昨年8月に新たな船出をしたエムシー・ファースティコムに於ける製品競争力と機能性商品の充実を図ると同時に、MACを中心としての販売力の一層の強化を進めます。一方、世界的な食糧増産のニーズ拡大に伴う海外、特にアジア新興国での肥料需要の持続的増加には疑いの余地は無い中で、如何に成長市場の拡大を取り込んで行けるか、斬新な発想に基づいた供給、市場両面での戦略的な取組みが喫緊の課題であると認識しております。

私には特に座右の銘と言うものは有りませんが、学生時代を通して続けた剣道から学び、現在でも常に心がけている事は「正しい姿勢で中心を攻め、好機を捉えて真正面に飛び込む」。奇策を弄するのは好きではありませんし、得意でもありません。内外の環境変化を的確に見通し、お客様と共に正面から問題に向き合い、誠心誠意をもって解決策を提供する事で自らも成長して行ける、その様な三菱商事肥料グループでありたいと考えております。

(1) ボラティリティ = 為替レートの変動度合い (volatility)

(2) ニューノーマル = 米国の経済関係者の造語で「2010年から始まる新しい常識。新しい価値観」

~~~~~

## MAC掲示板 ~ 新入社員のご紹介 ~

| 日付  | 氏名   | 所属      |
|-----|------|---------|
| 4/1 | 矢野沙織 | 東京支店肥料部 |

新社会人としての抱負  
分からない事や不慣れな点も多く、皆様にはご迷惑をお掛けする事も多いかと思いますが、これから頑張りますので、宜しくお願い致します。

## JGAP認証マークの消費者向け表示が7 / 1より開始



4月5日、日本GAP協会はJGAP認証マークの消費者向け表示を開始することを発表した。これまで消費者向け表示はできなかった。農場に対する審査認証であり農産物の認証ではない事と、G-GAPとの同等性認証との絡みもあって、一部卸し問売買ではダンボール箱や名刺へのJGAP認証マークの使用は認められていた。今回JGAP認証マークが適切に使用され社会に周知されることにより、消費者側の関係者(食品産業・卸・小売)の商品選択に資すること(買い手側の利益)と、JGAPを支持する消費者が増加することにより、JGAP認証農場・団体が社会から信頼を獲得するのに大いに役立つ(生産者の利益)事が期待される。単に生産者の顔が見えるだけでなく、しっかりした農場管理、経営管理手法が出来ていることを伝える手段として有効である。認証マークは、農場、JA等団体が使用するマーク(上)、食品メーカー等が使用するマーク(下)2種類ある。

しかし今後留意しなければならないのは、JGAP認証マークが適切に使用されているか、表示違反が無いが、審査時に厳密なチェックが必要だろう。現在JGAP認証農場が販売する農産物には、認証農場以外の農産物もありその区別がしっかり出来ていない農場もある。今までは、農産物にJGAP認証マークを表示していないから違反ではないといっても、買い手側はJGAP認証農場の農産物として思い込んで購入している場合もある。これこそ産地偽装の二の舞にならないよう、JGAP農場の確りした管理に期待したい。



登録番号 123456789



登録番号 123456789

久しぶりに女性新卒者が入社し、自分が新入社員だった頃を思い出しました。電話に出始めた頃は会社名も肥料の名称も用件も聞き取る事がままならず、電話に出る度に右往左往して恐る恐る電話に出ていた為に「元気がない!」と注意された事がありました。今ではウルサイですが(笑)

編集局長：小田原次洋 アシスタント：助川尚子

電話：03-5802-2011/E-mail：macjournal@mcagri.co.jp URL http://www.mcagri.jp