

熱血! 物流改革論

物流現場マンの給料を水準以上に!

株加勢 / 代表取締役社長

風間國義 Kazama Kuniyoshi

株加勢は「3PL企業と荷主をつなぐ4PL/Force Party Logistics」を掲げ、急成長中の注目物流企業。近年の物流ニーズを的確にすくい上げ、この3年で売上3億円から本年は30億円へ、何と10倍への拡大を果たそうとしている。本コーナーでは同社の風間國義社長と中核メンバーが順次登場、物流の現状改革への熱い思いを込めた「直言」を読者に投げかける。(編集部)



3PLの黒子として

当社が掲げる4PLには、3PLをシステム的につなぐという本来の意味に加え、4th = Fourthの音にかけた「Force (力)」Party Logisticsの意味を込めています。社名の「加勢」とは援軍のこと。お客様の物流を支援する力となることを目指してきました。

ただし弊社の4PLは、「3PLの黒子」になること。3PL事業者に専門ノウハウを提供し、協力企業のネットワークも活かして荷主企業の物流ボトルネックを解決する。間接的に荷主企業の最適物流プロデュースを

行うビジネスモデルです。その当社がなぜ「3年で10倍」の成長を遂げられたのか。

1つの背景は、2000年前後から国内でも「3PL 戦国時代」が始まり、この10年余りで淘汰が進んだ結果、独立系3PLでは強みを活かし勝ち残った会社に仕事が集まってしまう、コストパフォーマンスを確保する設計部隊の陣容に不足をきたしたこと。

もう1つは近年、多数のメーカー系物流子会社が自社物流機能の横展開を目的に、3PLとして「外販」事業を展開し始めたこと。実際は現場実務の専門ノウハウや十分なリソー

スを持たない企業も多く、外販拡大には実務の専門企業に任せるニーズが高まっていました。

一方、私が加勢に戻って社長になったのが4年前。改めて集結したメンバーで再スタートしようと思った2011年3月は東日本大震災のため延期し、2012年1月にリニューアルオープン。経営理念もコーポレートカラーもすべて一新し、本格的に4PL事業の展開を開始しました。

そのタイミングが、上のような物流業界のニーズにびたりと合致したため、弊社のような業態の活躍の場が加速度的に増しました。

もちろん物流はコストパフォーマンスと品質のアウトプットが勝負。当社の最大の強みである磨きぬいた「人財力」によって、最適な提案を設計・実行し、他社に負けない結果を出せたから急成長できたのだと思

ます。

経営理念の「絆と響き」も、人財力で「絆」を創出し、お客様に思いや声を「響かせ」、そのかけがえのないパートナーになることを目指して考えました。モノに込められた人々の思いをつなぐ物流の「黒子」となる気持ちを確認し合い、スタートしたのです。4年間は会議で私があらゆる局面で指示、判断、方向修正を行い、徹底的に私の思いを伝えました。それが功を奏したか、今では安心して彼らに実務を任せられるようになっています。

しかし私は社員に「会社のために働くな」といつも言っています。社員は家族。子供が生まれたばかりの社員に単身赴任はさせない。慶弔ごとは絶対におろそかにしてはいけません。仲間に何かあれば全員で心配し、助け合う。それが絆であり響きであり加勢の企業価値だと。

その結果、それぞれの社員がそれぞれの拠点で行う日々の運営が高く評価され、次の仕事に繋がっていく。そうしていくことで3PL企業の依頼を次々に受託でき、経営資源を庫内や配車システム、オペレーション設計と現場立上部隊に集中できました。営業費・販促費に資源を分散せずに得意分野に特化できる4PLの最大メリットがそこには存在します。

商流も含む「売る物流」

当社は「預ける物流から売る物流へ」を標榜しています。「預ける」のは従来の物流の概念。しかし「売る」とは当社が商品の在庫リスクを負うこと。物流の付加価値機能を高め、そこまで行きたい。今から大手のひしめく食品・日用品卸になるのは無理でも、通販ならできるのではないかと。

とくに成長途上の一番苦しい年商10~20億円規模の通販企業を誘致し、物流・商流さらにファイナンスまでのトータルサービスを提供する。フルパッケージは弊社が御になる

モデル。販促機能もシステムも提供しますが、倉庫業務だけならいくらとメニュー・料金を決めて提案する。そうして売上が50億円規模になったら、パッケージが合わなくなるので次のステップであるオーダーメイドの提案を行い、末長くお付き合いをさせて頂く……そんなビジネススキームを創出したいと思っています。

中小に無理難題を押し付けるな

しかし最近の一部3PL企業の仕事を見ると、戦国時代とは様変わりし、泥臭さがなくなっています。発展しスマートになっても株価や利益ばかりを見て、本来あるべき元請けの姿とは異なる状況がそこには存在します。

もっと問題なのは、実務を委託する協力物流会社に無理難題を押し付けるケースが多いこと。不適正なマージンを抜かれ、燃料代も高速代も運賃に転嫁させないのでは、協力会社は疲弊し、そこで働く従業員は辛せにはなれません。

このままでは日本の物流はダメになってしまうでしょう。厳しい時こそ上に立つものが、末端まで潤い共存共栄できる姿を示さなくては。

今、物流業界はみな人手不足で困っています。物流業でも給料の高い、いわゆるホワイトカラーの仕事には応募は来ても、現場作業やドライバーには応募は来ない。でも、物流の根本は現場です。学歴で区別するのではなく、危険な現場で体を張って仕事をしている現場の人の給料は倍にし、せめて管理系と同じにすべきではないでしょうか。現場作業と努力の積み重ねがあつての売上・利益なのです。そうでないと、物流業界は良くなりません。

当社は港湾地域などの激戦区では、時給を1.5倍にして現場人員を集めています。社員は立ち上げの時期は辛抱してもらい、昨年末やっとな賞与が出せましたが、私を含め役員・現場社員問わず全員で均等分配し

ています。

根底にあるのは、実際に現場で働くドライバーや作業員などワーカーとしてアクティブに動いている人に、どうすれば楽しく働いてもらえるか。まず報酬、次にイメージ、そして社内風土・チームワーク。しっかりコンセプトを持って、この3点を進めていければと考えています。

物流は生き物で、曜日や季節波動、天候、受注特性……毎日、目に見えて景色が変わっていく。それにすぐさま対応し、最高のパフォーマンスを出せるよう現場の的確な采配を振るう。そこにはゲーム感覚、あるいは戦国武将が戦いの策を練るような楽しさもある。

そんな物流の本当の面白さが分かれば、いくらでも人は来ます。現場にそれを伝えられる人材が不可欠ですが、当社のメンバーにはそれができる。

現場は365日24時間フル稼働。身を粉にして強烈な戦いを続け、売上を10倍にしてきた。彼らにできなければ誰にもできない、どんな相手でも簡単には負けないと信じています。だから現場はすべて彼ら任せ。私は万一の「謝り係」として控えているだけです。

物流をもっと人気のある職種にするため、社風、イメージ戦略も大事。当社では今度、デザイナーブランドで作ったおしゃれな制服を現場作業員に与えました。「これを着て歩きたい」と思わせるようなウェアです。フォークリフトをもっとしゃれた色にしたい。それから物流がなければ社会が成り立たない、カッコいい仕事だともっと社会にアピールしたい。

当社はまだちっぽけな会社ですが、だから言えることもある。我々が矢面に立たされても、それで中小物流業の現場社員の給料が少しでも上がればいい。小さな会社でも大きな魂を持って、これからも業界に響くような活動・活躍を行っていきたくと思っています。

MF

● 荷主と3PL企業・協力企業をつなぐ4PLビジネス

