物流ニッポン

LOGISTICS NIPPON

発行/火曜日・金曜日　第4231号　©物流ニッポン新聞社 2019（1969年4月1日第3種郵便物認可）
購読料6カ月32,700円＋消費税2,616円（軽減税率8％）

2019年（令和元年）
11|8
（金曜日）

URL=http://www.logistics.co.jp
株式会社 物流ニッポン新聞社
編集発行人 山田　晋
東京本社　東京都千代田区平河町1-7-20　☎03-3221-2345
大阪本社　大阪市天王寺区堂ケ芝1-3-24　☎06-6779-5655
全国8支局自社ネットワークの物流総合専門紙
札　幌 ☎011-756-5006　名古屋 ☎052-251-8301
仙　台 ☎022-741-1723　大　阪 ☎06-6779-5656
東　京 ☎03-3221-2345　広　島 ☎082-836-6866
新　潟 ☎025-288-5695　福　岡 ☎092-474-5858

革新起こし価値を提案

若松梱包運輸取締役　若松　孝夫氏

「目先」より成長

わかまつ・たかお　1980年5月生まれ、石川県出身。若松梱包運輸倉庫で取締役就任後、2年間休職し、慶應義塾大学大学院経営管理研究科入学。MBA（経営学修士）取得後、復職。

大和ハウスとシナジー

やり方次第で人集まる

この人に聞く　インタビュアー　大谷巌一

北陸地域で確固たる地位を築いた、若松梱包運輸倉庫（若松明夫社長、石川県白山市）を中核とする若松梱包グループ。3月には大和ハウスグループに入り、物流業界で大きな話題となった。イーソーコ（遠藤文社長、東京都港区）の大谷巌一会長が聞き手となり、若松梱包運輸倉庫の若松孝夫・取締役事業統括本部長兼営業本部長に、主力となる事業や今後の方針、また、大和ハウスグループに入った経緯、期待などについて語ってもらった。

――若松梱包運輸倉庫は、北陸の食品物流で不動の地位を築いている会社と聞いています。大企業に近い中堅企業であり、一族で株を保有しています。当社との合弁会社「イーソーコ東海北陸」を設立するまでは、本業の会社が外部の資本を入れることは無かったと聞きます。こうした中、大和ハウスグループに買収されたとの報道が一部であり、大変驚きました。若松梱包運輸が今後どうなっていくのか、中小物流会社の皆さんが注目しています。

若松　若松社長と若松道行専務はこれまで一族での経営を貫いてきましたが、1人でも反対する者がいれば実現しませんでした。社長と専務がここまで大きくした会社ですから、最終的には2人の意思を尊重したいと考えていました。

――若いのに大変な感性の持ち主です。株主構成は基本的に一族3人ですか。

若松　基本的には一族の3人でした。また、株の大部分の事業承継は既に終わっていました。今回の大和ハウスグループへの参画はM&A（合併・買収）の一般的な理由の一つである事業承継によるものではありません。

――事業承継に困っている中小企業が多い中、若松さんはまれな存在ですね。物流業界の人手不足は今回の決定要因になりましたか。

若松　人手によって決定したかと言うとゼロに近いです。

――以前、人が来ないというお話を伺いました。

若松　それはやり方が悪かっただけでした。私がリクルートに携わって1年経ちますが、2019年は11人が入社し、このうち現場職が半分で、大卒のドライバーや女性の倉庫作業員もいます。私がかかわる前の年は2人しか入らず、やり方次第で人が集まる自信はありました。

事業承継ではよく、経営者の高齢化が問題になります。大体、幹部社員も経営者と同年齢です。簡単に採用できるものではありませんし、育成には時間もかかります。今回を機に、大和ハウスの協力に期待しています。

――若松梱包運輸では、主力事業の一つである食品の共配をはじめ、イノベーションを絶えず起こしています。

イーソーコ会長
大谷　巌一氏

若松　御用聞きのようなことは行わず、常に革新を起こしてこちらから価値を提案しています。スルー型の共配はピンチをチャンスに変えた代表的な事例です。当時の倉庫事業は収入が安定して好調だったのですが、北陸自動車道が開通した頃に、大手食品メーカーから「倉庫を引き上げる」との申し入れがありました。高速道路が整備されて物を輸送しやすくなり、リードタイムも短縮された中、北陸で倉庫事業を展開するのは大変なことです。

この時、逆転の発想で、24時間営業に代えて夜間に仕分けるスルー型に転換しました。既存の顧客には「夜間に納入された荷物を仕分け、スルー型として24時間365日体制で配送するので、人口の多い地域に倉庫を集約してください。集約した倉庫からは幹線輸送で運びます」と提案しました。既存の顧客での保管料は下がりましたが、新規の顧客から引き合いを頂くようになって増収につながりました。これが共同配送のはじまりです。

――変革を起こす理念・社風を持つ中で、他の会社の血を入れる必要はあったのでしょうか。

若松　北陸における共配事業に関しては、強くなりすぎて独占に近い状態となったことで、変化する事業環境への対応が難しくなるといった成功のジレンマを感じていました。

大和ハウスグループへの参画について、私は当初、乗り気ではありませんでした。しかし、時代や事業環境の変化の激しい中、独占に近い状態である共配などで5年、10年先は収入が安定していても、10年以降のビジョンを見通すことはできませんでした。

会社を変えていかなければならないという危機感を持ちつつ、大和ハウスグループの方針などを聞いていく中で賛成の立場に変わりました。

――業績が安定している中で、大和ハウスグループへ入るに当たり、葛藤があったと思います。

若松　大和ハウスはベンチャー企業を多くM&Aしています。面白いのは、大和ハウスグループの会社が大和ハウス以外の施設を利用していることです。合理的な理由があれば強要されることはありません。シナジーをしっかり創出しており、大和ハウスからの支援はあっても、大和ハウスが経営をコントロールするといった要素は感じられませんでした。

――大和ハウスは先端技術の活用に積極的に取り組んでいます。

若松　ロボットを活用して利厚生を利用できたり、同グループが運営している社会保険に加入することとなります。

――これからの戦略はいかがでしょうか。

若松　共配がその他のエリアでも展開できれば既に取り組んでいますし、現実的ではありません。共配は、テクノロジーの時代となる10年、20年先のビジネスモデルではありません。ただ、ロボットを活用して効率化していけば、物流に限らず全国展開は考えられます。

――海外展開のお考えはあるのでしょうか。

若松　今後の成長戦略の一つとして期待されるのが海外事業です。また、当社は300社以上の食品メーカーと取引していますが、全国を見渡してもそういった会社はあまりありません。この取引先の数は魅力的に映っていると思います。

――冷凍・冷蔵物流で、多くの日系企業が海外に進出しています。

食品メーカーなどを含め、冷凍・冷蔵物流とともに東南アジアへ進出していますが、多くが苦戦しています。理由はタイミングがまだ少し早いため。タイやインドネシアなどはまだ外食文化です。かつての日本は外食が多かったですが、次第に中食へ移ってきました。

恐らく、東南アジアも日本と同じように変遷していくと推測できます。富裕層の家庭にしか無かった冷蔵・冷凍庫が、一般の世帯にも普及し始めました。

日本の冷凍食品は世界に誇れる技術と味を持っていますから、将来的には売れるだろうと見ています。

――確かに、東南アジアで冷凍・冷蔵施設を構えるようになってきました。輸出向けと思っていましたが、地産地消向けも含めてということなのでしょうか。

若松　地産地消は今もありますが、輸出はこれから伸びていく分野でしょう。今の東南アジアでは冷凍食品を買うことができません。コンビニエンスストアのような売店でアイスクリームを買っても、半分溶けてまた凍ったような商品もあります。

冷凍で運ぶ場合も、途中、常温で放置したりしています。良い商品を消費者に届けようと考えた時、高度な物流インフラの整備が必要ですが、東南アジアではこれからです。

また、倉庫を建てることができても、輸配送できないという企業は多いです。海外展開時に冷凍・冷蔵輸配送のノウハウを持った物流会社と一緒に、という引き合いもあったようです。

――物流会社にとって、米アマゾン（・ドット・コム）は、かなりの強敵です。避けては通れない存在だと思いますが、この状況をどう捉えていますか。

若松　今回の最終的な契約の1カ月前に、アメリカのアマゾンフルフィルメントセンター（FC）を訪問しました。アマゾンの取り組みが日本の物流を変えてしまうという驚異を感じています。

確実に言えるのは、競合が運送会社ではなくなるということです。北陸地域の共配で強みを持つ当社でも、漠然とした不安を抱いています。

――大和ハウスは建築業を基本に、物流などの事業を展開しています。当社では、物流と不動産を掛け合わせた物流不動産ビジネスを展開しています。今後、物流だけでなく、プラスアルファの事業が重要になっていくでしょう。本日はありがとうございました。

大谷の目

食の物流で活躍を

若松梱包グループは大和ハウス工業から大きく期待されている。大和ハウス工業の子会社の大和物流は、建材など重量物を得意とするが、若松梱包運輸は食品事業というニッチなスキームを持つためだ。アパレルのアッカ・インターナショナル、住宅設備の大和物流に加え、若松梱包グループが傘下に入れば「衣食住」の物流を実現できる。更なる活躍に期待している。