

2014年度 第9回 物流業界(通算51回)



篠田 敏明 様

1967年～2000年 富士銀行、みずほFG(新入社員～常務 取締役)
2001年～2005年 総合商社「丸紅」監査役
2006年～2010年 バンテック・グループ(物流会社) 社長・会長
2012年～2014年3月 東証1部上場不動産会社取締役。大学講師(金融論、国際金融論)

物流業界の現状・展望と営業活動

企業とはどのような目的や存在意義を持ったものなのか。利益とは何か

企業(会社)は新しい「付加価値」(=社会の「富」)を作り出すことで社会の発展に貢献することを目的とした団体です。こうして新しく生み出された付加価値の合計を「利益」といいますが、この「利益」は企業・社員の努力の結晶です。利益を出さなければ会社は社会に貢献することが出来ません。ただし、企業は法律や社会のルールを守り、環境問題や市民の安心安全などに十分配慮するなど、社会的責任を果たした上で利益を上げなければなりません。

企業への就職後、多くの大卒者が従事する営業の仕事とはどんなものなのか

多くの皆さんが従事することになる「営業」という仕事は、企業活動そのものである「付加価値」創造の源泉である売上高・利益を増やすという最も重要な仕事です。お客様に対しては、自分の会社を代表する「顔」となります。

物流とは

①社会的存在意義

- I. 運輸業の中には「旅客運送業」、「貨物運送業」、「倉庫業」の3つがありますが、これらの内、「貨物運送業」+「倉庫業」を「物流業」と言います
- II. 物流と言えば“輸送”が頭に浮かびますが、実際には輸送に“保管”や“荷役”、“包装”“情報”などの基本機能が加わった複合的機能を持ったものです
- III. 物流は「経済活動(生産・流通・消費)を担う血液」の役割を果たし、社会の変化に対応しながらどのような時代にも必要とされる機能・業務です
- IV. 最近は特に、生産・販売のスピード・アップ、コスト削減などの要請から情報処理技術を含む高度な物流サービスが多くの業界で経営上の重要課題になっています。

②日本と世界の物流業、代表的な物流企業

- I. 物流の主な活動は陸上、海上、航空の3エリアに分けられ物流企業はそれぞれの得意とする活動分野を持っています。日本の場合、最も大きいのは陸上のトラック運送事業で年間売上12兆円規模、以下海上輸送、倉庫、航空輸送などとなっています。海上輸送、航空輸送については、顧客から貨物を預かり、他社(船会社、航空会社)の輸送手段を利用して貨物輸送を行う「利用運送業」というものがあります。
- II. 日本の代表的な物流企業はそれぞれの得意分野を持ちながらも、色々な他分野にも業務範囲を広げ総合的な物流を提供出来るようにしています。世界の代表的物流企業(DHL, FEDEXなど)は書類、小包などの小口貨物を中心とし、自社で多くの航空機を保有、空と陸を統合したグローバルなサービスを提供しています。

③物流企業のビジネス環境

国際的環境として、グローバル化が進み物資が世界中を行き来する時代に合わせ港や空港、国境を越えた高速道路網の構築など、国策として物流を重視する国、地域が増えています。日本の主な港、空港の世界的地位は下降気味で集約化・拡張化が望まれます。

④物流業界の今後の進路

少子化や生産の海外移転などで今後日本国内では大きな物流量の伸びは余り期待できません。そのため、物流企業は海外での事業展開の促進、他企業買収や合併による規模拡大、物流サービスの総合化(陸・海・空をカバーし、世界中でサービスを提供できるように)、新しい市場の開拓(医療・医薬品など)などに力を入れています。

⑤千葉県における物流事業の特色

巨大な経済規模を基盤に首都圏の物流事業はますます発展を続けています。千葉県もその一つで成田空港(空)、千葉港・木更津港(海)、整備された多くの高速道路網(陸)に恵まれ、

物流業は県の重要な産業となっています。敬愛大学の卒業生も地の利を生かした航空貨物、陸上貨物関連企業を中心に多く就職しています。

■ 営業職としての心得。キャリア・アップの仕組み

<営業の心得>

- ①「誠実さ」、お客様や社内の「信頼感」「信用」を得る人間になることが第一
- ②お客様、自分(自社)、社会にメリットがある「三方良し」の精神を忘れないこと
- ③若い時こそ基本に忠実に。「あやふやで終わらせない」(質問は初任者の特権)
- ④新聞、テレビ、電子情報、雑誌などで経済の動き、興味ある業界などの情報収集を
- ⑤営業に「金融基礎知識」は欠かせない。これに無知だと大怪我をするリスクあり

<キャリア・アップ>

- ①新入研修: 社会人としての常識、会社の業務内容、組織などを理解
- ②配属後: 営業拠点、サービスセンターなどでの事務・実務を習得
- ③事務・基礎知識習得後に営業職就任。経験を積み重ねながら一人前に成長
- ④一定期間毎の配置転換: 部門内や他部門を経験させ、将来の中核者、管理職を養成