

中国の新聞「中国食品安全報」に当社記事が掲載されました。

2018年4月3日発行の中国の新聞「中国食品安全報」に当社代表取締役社長 和佐見勝のインタビュー記事が掲載されました。

当社創業時から現在に至るまでの経緯や当社独自の物流システム、今後の中国での活動予定等を取材していただきました。



品牌营销 一台卡车成就一位非凡品牌的缔造者 ——专访日本丸和运输机关社长、第三方物流协会会长和佐见胜

品牌营销是企业发展的重要组成部分。在激烈的市场竞争中，品牌是企业竞争力的体现。和佐见胜社长在品牌营销方面有着丰富的经验和独到的见解。



和佐见胜社长在接受采访时表示，品牌营销是企业发展的关键。他强调了产品质量、服务质量和物流效率在品牌建设中的重要性。同时，他也谈到了公司在国际化经营中的挑战和机遇。

和佐见胜社长表示，公司始终坚持“诚信、专业、服务”的经营理念，为客户提供优质的物流解决方案。随着全球贸易的不断发展，物流行业面临着新的机遇和挑战。公司将继续加大投入，提升核心竞争力，为全球客户提供更加高效、便捷的服务。

山西省食品工业协会打造全新服务平台。协会将整合行业资源，搭建线上线下服务平台，为会员企业提供更加全面、专业的服务。

延津克明面粉扩大产能。克明食品集团投资新建的面粉生产线已顺利投产，产能将进一步提升，以满足市场需求。

顺鑫控股召开“万名职工评党员”启动仪式 创新食品分公司党支部2017年度组织生活会同期举行

顺鑫控股党委日前召开“万名职工评党员”启动仪式，旨在加强党员队伍建设，提升党组织的凝聚力和战斗力。同时，创新食品分公司党支部也召开了2017年度组织生活会。

在组织生活会中，支部成员围绕“三会一课”制度落实情况、党员先锋模范作用发挥情况等进行了深入交流。大家一致表示，将以此次会议为契机，进一步改进工作作风，提高工作效率。

贵州“四大抓手”推进农产品产销对接

贵州省政府近日提出“四大抓手”，旨在打通农产品产销对接的最后一公里。这四大抓手包括：加强产销对接平台建设、提升农产品质量安全水平、完善冷链物流体系、加大品牌宣传力度。

天津出口农产品获得进口国关税减免的440万美元

天津市商务局近日通报，天津出口农产品在多个国家和地区获得了关税减免，总价值达440万美元。这体现了天津农产品在国际市场上的竞争力不断提升。

顺鑫控股在多个领域取得突破。公司通过技术创新和管理优化，在多个细分市场实现了快速增长，展现出强大的发展潜力。

企业党建

企业党建是企业发展的基石。顺鑫控股始终坚持党建引领，将党建工作与生产经营深度融合，为企业高质量发展提供了坚强的政治保障。

以下、インタビュー記事全文<日本語訳>

トラック 1 台で、格別化したブランドの創造者として成就 ～株式会社丸和運輸機関社長 日本 3PL 協会会長 和佐見勝にインタビュー～

「中国食品安全報」

2018.4.3

楊培紅・記者 劉延正

先日、当誌の記者は株式会社丸和運輸機関 代表取締役社長・一般社団法人日本 3PL 協会会長和佐見勝氏に取材をした。

株式会社丸和運輸機関は 1973 年に設立し、1976 年に引越業に参入、「桃太郎便」として世間に認知されている。90 年代初頭には、いち早く「3PL」事業を展開後、1995 年からドラッグストア最大手のマツモトキヨシと取引を開始し、2012 年から食品スーパーマーケット向けに低温食品物流サービスを提供している。2013 年には同社が手掛ける返品物流において日本ロジスティクスシステム協会（JILS）の「物流革新賞」を受賞した。2014 年に東京証券取引所市場第 2 部上場、2015 年には同市場第 1 部上場を果たした。現在、丸和運輸機関には従業員が 9,398 名在籍している。また、雑誌「Logi-Biz」2018 年 2 月号が発表した日本の物流会社の総合ランキングで、丸和運輸機関は第 1 位となっている。

和佐見勝社長は、24 歳の時、全ての財産を失い、トラック 1 台で運送業に飛び込み、起業当初からの上場の夢をようやく実現でき、2016 年に東京駅付近の「鉄鋼ビル」に東京本部として拠点を構えた。ビルに入っているのは大手金融機関がほとんどだが、物流企業のテナントは珍しいそうだ。現在、丸和運輸機関は中国での最適なビジネス・パートナーと共に、中国市場に入る準備を整える予定だ。

和佐見社長は物流業界に入る前に青果小売業を営んでおり、自分の店をもっていた。当時、大変お世話になっていた友人の要請を受け、銀行借入れの保証人になったが、その友人は半年後に交通事故で亡くなり、和佐見社長は銀行借入れを返さなくてはならなくなった。店も失い、手元にはトラック一台だけが残った。このトラックで 1970 年に運送業に入った。

企業の発展には環境に適応することが重要であるが、トップの戦略と意志決定も大いに関係する。和佐見社長の科学的な経営決定及び賢明な思想指導のもと、1973 年には 100 台以上の車を保有し、会社を組織化した事で丸和運輸機関を設立した。「機関」と名付けたのは、会社を設立した時に、業界の心臓部、リーディングカンパニーになるという志を持っていたからだ。中国のほとんどの物流会社とは異なり、丸和運輸機関はサービスを提供す

る時に、金銭の収受は小切手ではなく現金でもらう事で、当初から資金回転の問題を徹底的に解決した。

1976年丸和運輸機関は「桃太郎便」をブランド名に、引越業に参入した。このブランド名の「桃太郎」とは日本の昔話の中で、正義感があるリーダー像である。桃太郎は三名の従者：犬（行動力）、猿（知識力）、雉（情報力）を連れて結束しながら鬼を退治した。犬・猿・雉は「経営の先見 3 要素」の象徴と捉えられ、桃太郎は報恩感謝の心を持つ好青年の象徴である。桃太郎は中国の孫悟空のように、日本でよく知られており、丸和運輸機関は桃太郎を会社のイメージにした事で、ブランド力を更に高めた。

1988年、和佐見社長は胃潰瘍で入院した。2週間で退院する予定だったが、術後の縫合部から流食が漏れたことによる重度感染症で、26日間高熱が続き、極度に危険な状態に陥った。その時に死を覚悟した和佐見社長は、病床で経営理念や思想等をまとめ、「桃太郎文化」を形成した。退院後、「桃太郎文化」を小さな冊子にまとめ、従業員に配った。丸和運輸機関の企業文化はこの「桃太郎文化」である。

和佐見社長は大病を患った間、殆ど仕事ができなかったが、退院してからの10年間は1日も休んだことがないと言う。ヨーロッパやアメリカ等の先進国に行き、最先端の物流技術を学び、「ロジスティクス」という概念を初めて知った。1992年、日本政府は「中小企業流通業務効率化促進法」を施行し、丸和運輸機関はこの法律を適用する先駆者となった。10年間で、和佐見社長と社員の努力下、丸和運輸機関は伝統的な運送会社からロジスティクス会社に発展し、商物分離を実現した。小売業に特化した3PL会社として、丸和運輸機関は青果の産地直送、ネットスーパーの配送代行、返品物流等、独特な物流サービスを提供し、2017年に本格的にECラストワンマイル事業に参入した。

独自の物流システムを構築

「物流業界に参入して、ドラッグストア最大手のマツモトキヨシに20年以上にわたり物流サービスを提供してきた。マツモトキヨシは小売業なので、商流に集中すれば良い。マツモトキヨシがどこに店を作るか、丸和運輸機関は先行して調べ、付近に物流センターをつくる。現在、マツモトキヨシの年商は約5500億円で、物流担当者は二人しかいない。丸和運輸機関はドラッグ業界向けの斬新な物流ビジネスモデルを作った。」と和佐見社長は話している。

2012年から丸和運輸機関は経営資源を食品スーパーマーケット向けの低温食品物流に投入し、新しく事業を展開した。日本各地の最良の食品スーパーマーケットを選定し、営業活動を行った。提案から受注まで時間がかかるので、最初の2年間は業績に貢献できな

ったが、3年目の2015年から成果が現れ、2016年、2017年に事業は連続して増収となった。2020年までに低温食品物流事業の目標売上高は500億円、会社全体では、1000億円の売上高を目標としている。

福島県にある藤越スーパーは、当時年商約470億円であったが、経営不振となり民事再生手続きを申請した。日本の整理回収機構（RCC）の依頼を受け、和佐見社長は5年かけてスーパーの再建に取り組み、債務を全部返済した上、利益を確保することができた。丸和運輸機関がなぜ食品スーパーマーケットを対象にしたのかというと、日本で年商1000億円以下の食品スーパーマーケットには、殆ど自社の物流システムがないからだ。一般の物流会社は運送だけを請け負うが、丸和運輸機関の物流はマネジメント、仕入ルート、庫内作業等、多方面から総合物流サービスを提供する。なお、日本国内の食品スーパーマーケットの市場規模は17兆円と言われ、仮に物流センターを介すると、概算で8.5兆円となる。物流費用を4%で計算すると、物流市場規模は3400億円となり、丸和運輸機関はこのうちの半分（1700億円）の市場を狙っている。和佐見社長自身は食品スーパーマーケット経営の経験を持ち、如何に仕入、陳列するかについて、多くのノウハウや経験を蓄積してきた。また、食品スーパーマーケットの悩みや課題をよく理解でき、解決方法もわかっている。おそらく日本では、丸和運輸機関のような小売業に特化した3PL会社は他にはないだろうと和佐見社長は自負している。

食品スーパーマーケットでは農産物の豊かさ、品揃えが最も重要である。農産物は食品スーパーマーケットの最大のセールスポイントである。丸和運輸機関は北海道、東北、九州、四国等からの産直ルートを持っており、生産者から農産品を直接日本各地の食品スーパーマーケットに提供できる。このシステムを導入する事で卸市場から仕入れるより、20%以上コストを削減できる。また、丸和運輸機関の子会社である株式会社丸和通運は、クールコンテナや冷凍冷蔵車を運営する鉄道輸送事業を展開しており、コールドチェーン全体を管理している。丸和運輸機関は卸ではないため、仲介料金を取らず、運賃だけを支払うシステムだ。

今後は店舗の物流効率化を本格的に展開する。例えば、毎日店舗の开店前に、丸和運輸機関の従業員は商品を店舗に届けるだけでなく、棚の陳列、在庫の棚卸等も行う。これにより、食品スーパーマーケットの店員は物流に関する仕事の時間を15%~20%削減できる。丸和運輸機関は小売業に特化した物流会社であるからこそ、絶えず物流サービスメニューを開発し、提供している。食品スーパーマーケットの自社物流システムを構築するため、新しいビジネスモデルを模索している。

丸和運輸機関は常に創新している。例えば、各店舗のバックヤードに放置されている返

品商品を管理する、返品物流だ。卸は過去の慣習に従って黙って返品を受ける。商品の入れ替えが頻繁になり、以前2%だった返品率は現在4%~5%に上昇した。この返品された商品の一つ一つ処理する事で、コストは販売物流の2倍以上かかり、店舗への負担が懸念されている。和佐見社長はこれをチャンスと捉え、店舗に配送し、車が帰る際に返品商品をセンターに持ち帰り、一箇所に集中させ、卸・メーカーに返品する商品と直接破棄する商品を3分類するビジネスモデルを提案した。これを実行するべく、栃木県に返品センターを設立し、従来高家賃の店舗で行った返品作業を、家賃半分以下の同社の返品センターで返品を集中処理するやり方に変え、お客様からの信頼を得た。

最適なビジネス・パートナーを選ぶ

生鮮は低温物流の要求が高い。日本人は刺身等の生ものを食べる習慣があるため、食品の鮮度管理と温度管理が非常に厳しい。中国食品の市場は大きいので、丸和運輸機関も適切なパートナーを探しており、共に中国事業を開拓していく構想を練っている。消費者の利益を保護するために、国家・消費者・店舗・低温物流企業は協力しながら食品安全環境を構築していく必要がある。

和佐見社長は度々中国に足を運び、北京二商集団に対して深く感銘を受けた。「丸和運輸機関は、北京二商集団が最適なパートナーである」と和佐見社長は語った。北京二商集団は食品の倉庫業、製造加工業、物流サービスを主導した企業である。北京市民だけではなく、社会に信頼される企業である。北京二商集団との提携について、和佐見社長は次の決意を表明した。「丸和運輸機関は北京二商集団と物流提携関係を構築していきたい。技術・ノウハウの面においても、運営・マネジメントの面においても、丸和運輸機関は全社の総力を結集させ、提携プロジェクトを支持していきたい。」

ニュースによると、中国共産党北京市委員会、北京市政府の批准で、北京二商集団は、北京首都農業集団と北京京糧集団と再編された。再編後の新会社は総資産も営業収入も一千億元以上となり、三元・古船・六必居・王致和等「老字号」(老舗)ブランドを所有し、食品製造加工・商貿サービス・農業牧業・物産物流を主なコアビジネスとし、リソース配置を統合、市場構造を最適化していく。将来の提携に対して、丸和運輸機関はとても期待を寄せている。

業界最も若いチームづくり

「人の成長なくして、会社の成長なし」和佐見社長は人材育成にも注力してきた。物流の専門人材、経営者候補を育成するため、1997年に丸和ロジスティクス大学(社内大学校)を設立した。また、技能実習制度も導入している。技能実習生は中国で三か月間かけて、日本語や基本動作を修得してから、日本にある丸和運輸機関の物流センターで仕事をして

いる。将来的に丸和運輸機関が中国で現地法人を設立した際に、帰国した技能実習生が即戦力になり、さらに活躍の場を提供することができる。

現在、日本物流業界の平均年齢は 47.3 歳で、丸和運輸機関の平均年齢は 37.7 歳である。業界で最も若く活気がある会社になるために、丸和運輸機関は 2020 年までに平均年齢を 31.5 歳まで下げる方針だ。

最近、国際的ブランド企業は社会的責任をますます重視している。丸和運輸機関は 2011 年から、毎年北京交通大学の学生に助学金を提供している。7 年間で累計 90 人に助学金を授与した。北京交通大学とさらに戦略提携関係を強め、提携領域を拡大、戦略提携モデルを創新するために、2018 年に北京交通大学と共同で物流創新研究所を設立する予定である。研究所は国内外の低温物流技術、産業グレードアップ、発展方向、特に小売業向けの低温食品物流等の領域に対して深く研究し、中国におけるコールドチェーン物流産業の発展を助力し、丸和運輸機関の中国事業展開をサポートしていく。

和佐見社長は多忙な毎日を送っているが、山の行の修行も不可欠である。「山の中では、いつ雨が降るか、いつ強い風を吹くか予測できなく、たびたび危険に直面する。そのため、大自然の中で胆識と胆力を鍛えられる」と和佐見社長は語った。

「やはり殆どの偉大な人物には知識・見識・胆識が富むのだ」と和佐見社長が強調した。