

物流に、  
もっと  
商社の力を。



日通商事株式会社  
RECRUITING GUIDE

# 物流に、 もっと商社の力を。

「モノを運ぶ」。国境を越えて経済活動が拡大する現在、  
これが、どれだけ複雑になっているかご存じだろうか。  
日時通りモノを届けるための、物流ターミナルの建設。  
合理的に運ぶためのシステムの考案。無事に届けるための梱包材の開発。  
輸送中のリスク軽減のための保険商品の契約。  
あげればキリがないほど、そのビジネスは多様化している。  
私たちは、そんな“物流を核とした関連事業”を展開する総合商社。  
物流に商社の力をプラスし、より力強いロジスティクスを生み出す存在だ。  
物流で経済を動かす、商社マンになろう。

## 物流を支え、経済を担う、 “高機能複合商社”。

「物流のすべてをコーディネートする一貫物流サービスの提供」——  
それが日通商社のコンセプトである。親会社である日本通運グループ  
が輸送を中心とした物流そのものを事業としているのに対し、日通商  
社は物流に関する多彩で高度なノウハウとネットワークを有する高機  
能複合商社として、物流のあらゆるサービスをワンストップで提供し  
ている。物流なくして経済が成り立たない現代、日通商社は商社機能を  
フルに活かして物流を支え、日本経済の一翼を担う。

## 多事業で暮らしを支える、 “縁の下の力持ち”。

物流をあらゆる側面からサポートする日通商社の事業フィールドは、  
物流機器・製品の提供から、車両や燃料、梱包サービスの提供、さら  
には、生活やビジネスの様々なシーンのリスクをカバーする保険、企業経  
営を支援するリースまで、幅広く、奥深い。こうした多事業の有機的な  
連携が物流インフラを力強く支えており、それは取りも直さず、社会  
を、私たちの暮らしを支えていることに直結している。まさに「縁の  
下の力持ち」と呼ぶにふさわしい存在だ。

## 〈企業理念〉

### 存在意義

お客様・株主・社員とともに繁栄し、  
豊かな社会の実現に貢献します。

### 事業領域

物流関連を「核」に、生活を支える  
サービスへと事業を「拡」げます。



### 経営姿勢

「高機能複合商社」として、変革に  
挑戦し、市場のニーズに応えます。

### 行動指針

創造と改革、誠実と感謝でお客様の満足を  
実現し、法と倫理に基づき行動します。

マーケティングシンボル、ALOZ（アロズ）は「あらゆる」「全てを」を  
表す「A～Z」とロジスティクスの頭文字「LO」の造語で、物流関連を基盤  
に、未来のあらゆる可能性を探り、様々な商品、サービスを提供するこ  
とを意味しています。

物流の、すべてをコーディネートする。

## 特徴にあふれた“7つの部門”



日本通運グループの中核商社として、事業を拡大してきた私たち。「出荷」から「納入」まで、7つの特徴ある部門が連携することで、独自の“一貫物流サービス”を実現しています。

# INDEX

- 物流商品・機器部門 (商品部門)** P06-07 / 多彩な商品で、「ビジネス」と「生活」両者の物流をサポート。  
 OA機器から有名ショップのスイーツまで扱う、幅広いニーズに対応する部門。お客様の求めるものに合わせて、多彩な商品を提供する。
- 物流商品・機器部門 (機器部門)** P08-09 / 合理化から、システムまで。あらゆる物流改善を提案。  
 物流合理化のソリューション提案から関連機器の手配、システム構築のコンサルティングまでを実現。人とモノの最適な流れを考え、それをサポートする。
- リース部門** P10-11 / 信頼を結び、様々な機器や車両をリースする。  
 産業機械や車両、時には医療機器など、お客様に必要な様々なものをリースとして手配する部門。多くの企業にとって欠かせない領域のため、活躍の場は広い。
- 保険部門** P12-13 / 「カタチのない必需品」で、将来への安心を届ける。  
 大手保険会社と提携し、法人代理店として日本通運グループをはじめ一般の企業や働く社員向けの保険を展開。日通商事の持つ豊かなフィールドを舞台に、安心を届ける。
- 整備製作部門** P14-15 / 営業と製造の協業で、あらゆる「運びたい」に応える。  
 普段の生活ではまず目にしないような積載物の運搬を、特殊車両の製作や整備、また時には公道の走行要請まで含めて、すべて請け負う部門。日通商事のメーカー機能を果たす。
- 石油部門・LPガス部門** P16-17 / エネルギーで、国を、物流を動かす。  
 日通商事のエネルギー事業を担う両部門。石油部門は運送会社や船舶会社へ、LPガス部門は家庭用や業務用として、欠かすことのできないエネルギーを提供している。
- ロジスティクス・サポート事業部門** P18-19 / 国際間ロジスティクスソリューションの提案部隊。  
 安全・確実な物流の流れを提案する部門。輸送にあたっては、計画の立案や指示、梱包のチェックなどもおこなう。また、工場の海外移転などにも携わる。
- P20-21 教育システム / 福利厚生 / 海外拠点 / 海外研修員制度**
- P22-23 女性活躍推進 / 企業概要**

# 発想力と 提案力で ニーズに応える。

2013年入社  
法学部卒  
**古屋枝里香**  
※取材当時

2017年入社  
人間関係学部卒  
**下地まりか**

新しい商材にもチャレンジして  
お客様の「運ぶ」をサポートする  
日通商事の商品部門。

## SESSION 01 多くの商材とアイデアを駆使し お客様の課題を解決する

**古屋** 物流を手がけるお客様から輸送のニーズを引き出して、それに合った包装資材を提案するのが私たちの仕事です。運ぶものが多種多様なので、包装資材も段ボールやテープに始まり、アルミコンテナや保管用アルミトランクなど、様々な商品があります。

**下地** 取扱商品の多さには驚きました。特に扱いが多いダンボールのことを知るために、入社後3ヶ月間は自社の段ボール工場で研修し、製造体験や試験室でサンプルをつくる実習もおこないました。

**古屋** 段ボールはほとんどがオーダーメイドです。ニーズに応じてその都度設計するので、段ボールの知識は必須ですね。

**下地** そうなんです。お客様の要望に合わせて段ボールの形状をスケッチして実際に設計してもらいます。一つひとつつくるものがあるので、自分の発想が活かそうだと感じました。



**古屋** 運ぶ物、目的、物量などによっては、段ボール以外にもコンテナやプラスチックなど様々な提案が可能です。自分のアイデアで課題解決ができるところがこの仕事の面白さだと思います。

## SESSION 02 お客様の本当のニーズは 自分自身の目で確かめる

**下地** 入社して半年、10月から1人でお客様の担当を任されるようになりました。私が担当するお客様は主に大規模な物流センターを持つインターネット販売の会社です。それ以外にも包装資材を必要とする様々な会社を担当しています。古屋さんに同行させていただいたこともあり、お客様との距離が近く、とても信頼されているのが伝わってきました。

**古屋** そうしてもらえるのはうれしいですね。お客様のニーズに応じて商品を提案し、販売した後も、実際にそれが使われるのを見届けるまでが私たちの仕事です。メールや電話だけでは把握できない内容が多いので、お客様のところに顔を出すことが欠かせません。

**下地** 実は以前メールだけでお客様とのやりとりをおこなった結果、要望とは異なる商品を納品しそうなことがありました。それ以来、お客様のところに顔を出すことを意識するようになりました。会わなければ得られない情報が重要だと痛感しました。

**古屋** その通りですね。実際にお会いして、品質、価格、納期などの要素のうちどれを優先しているのかを見極めて、提案内容も変えていき

め細かさが必要とされます。失敗は許されないので、何度もサンプルを持って行き、確認してもらうことも多いです。



## SESSION 03 チーム一体となり 新しい事にチャレンジできる風土

**下地** 最近は営業に行くのが楽しいですが、まだまだ緊張の連続です。

**古屋** 私も新人時代は悩むことが多かったですね。1年目に担当したお客様が海外引越専門企業で、専門性が高く、最初はまったく話ができませんでした。そこで頑張って知識を吸収しながら訪問を繰り返すうちに、お客様から色々教えていただくようになり、しばらくすると「これはどうすればいいの？」と質問されるようになりました。信頼していただけたんだとうれしい気持ちと同時に、学ぶ大切さを痛感しました。自信を持つきっかけにもなりましたね。

**下地** 私は先日、お客様の要望に応えるのに必要な商品の仕入先が、なかなか見つからなくて困ったことがありました。ところが、ミーティ

ングで相談したら、先輩から資材の仕入先を紹介されて、お客様にも素早い回答ができたのです。チームで情報を共有する大切さを感じて、それ以来、問題を1人で抱え込まず何でも相談するようにして、自分自身も大きく変わったと感じています。

**古屋** 成長するチャンスにあふれている仕事ですよ。私は今海外事業で大きな仕掛けをしています。日本では、特にオフィスの引越して、建物や荷物を傷つけないように養生するのが基本です。一方で海外では養生という概念がなかったのですが、これが今、日本ならではの技術として注目されるようになってきました。海外からの引き合いが増えてきたので、他部門と連携して、海外向けのサービスを企画・提案しています。楽しくてやりがいがあります。

**下地** 私も古屋さんを目標に、早く自分で企画をして、仕事を任されるようになっていきたいです。新人らしいフレッシュさをなくすと、自分の強みもなくなることになると思います。覚えることが多くて大変ですが、そんな時こそ新人らしくポジティブに乗り越えたいと心がけています。

**古屋** 5年後は、下地さんには今以上にスキルを伸ばして、大きく活躍してほしいですね。

# 「パレット1,000枚を格納せよ」 倉庫立ち上げプロジェクト

日通商事の機器部門は、物流倉庫内で使用されるフォークリフトなどの荷役機器やベルトコンベアなどの搬送機器、パレット(物品を輸送・保管するために単位数量にまとめて載せる器材。

物流には必須のアイテム)などの保管機器をはじめ多種多様な製品を扱っている。

名古屋支店の真野慎也が取り組んだのは、「パレットラック」の倉庫導入だった。

しかし、その実現には様々なハードルをクリアする必要があった――。

## 物流倉庫のビジネスチャンスをつかめ

真野のフィールドである「物流倉庫」は、倉庫特有の性格がある。それは、荷主の入れ替えに伴う設備の更新や、同一荷主であってもビジネスの加速度的な変化によりレイアウトの変更などが必要となり、よりフレキシブルな設備提案が求められるということである。そうした中、真野らの営業活動は、倉庫運営に必要とされるニーズをキャッチし、保管設備などのハード面にプラスして梱包材やシステム運用フローなどのソフト面までも含め、一貫した提案をすることが必要となる。倉庫内に新たな動きがあった時こそ、営業担当者としての真価が問われるのである。

## 保管効率と作業効率の両立という課題

「ある物流倉庫の空きスペースで、新たな商品保管のニーズがあることをキャッチしました。商品保管というのは単に倉庫内に収めればよいというものではありません。限られたスペースの中に商品を効率よく収め、さらに商品出し入れの際の作業効率の向上も求められます。今回の案件では、作業効率と保管効率を両立させることが大きな課題でした。しかも、通常であれば2フロア必要とされる保管量であるが、1フロア内に収めることが求められたのだ。保管には、倉庫スペースを有効に活用する専用ラック「パレットラック」に1,000枚のパレットを収納することが必要とされた。膨大な量である。「無理難題に近い案件でした。いかにそれを実現させるか、検討を重ねていきました」

## 通路幅を極限まで狭めるという発想

真野が着目したのは「通路幅」である。「極限まで通路幅を狭くすることで保管スペースを確保しようと考えました」。しかし一定の通路幅を保たなければ、フォークリフト作業に支障をきたす。そこで真野が提案したのが「ラックフォーク」と呼ばれる特殊フォークリフトだ。先端のフォーク部分が可動のもので、それによって車体自体は前後の移動だけで作業がおこなえる。つまり通常のフォークリフトのように、旋回する荷置きスペースを必要としない。「ラックフォークは価格が通常のフォークリフトの3~4倍。それでも新たにスペースを確保するよりは、コストを圧縮できます。ラックフォークの導入が、大きなポイントでした」



## これまでを超え、これからをつくる

保管仕様決定後、パレットラックの設置工事がおこなわれた。ここでも真野は、お客様と施工会社の間に入って、工事の円滑な進捗をマネジメントしていった。「パレットラックに関して、自分たちはプロという自信があります。整然と並んだ1,000枚のパレットが収納されたパレットラックは壮観でしたし、自分が成し遂げた達成感がありました」。そう語る真野は物流機器を扱うには中長期的視点が必要だと言う。「アンテナを高く張り情報をキャッチし、数年のスパンでプロジェクトをカタチにしていって取り組みです。近い将来手がけたいのが、自動倉庫。自動倉庫導入に合わせて倉庫を建設するというビッグプロジェクトを、自分の手でつくり上げたいと思っています」。さらにモノを提案するだけでなく、ビジネスの「仕組み」という新たな付加価値を提供できる、広い視野と高い視座を持った営業担当者に成長することを目指している。



真野 慎也

2009年入社  
地域科学部卒

なぜ、日通商事にリース部門があるの？

# 社員が答える Q&A

リースというファイナンスがなぜ物流に求められるのか、実際どんな仕事をしているのかなど、リース部門の社員が、みなさんの素朴な疑問に率直に回答します。

**Q.** 日通商事のリース部門って、何をやっている部門なんですか？

**A.** そもそもリースとは、企業に対して物件を長期的に賃貸する取り引きです。このリース契約をおこなうことによって、企業は自社で物件を購入したかのように使用することができます。物件に応じたリース契約料が当社の収入になります。当社はお客様が必要とされる物件すべてをリース対象としていますが、日本通運の車両を対象としてリース事業を開始したことから、トラックやフォークリフトなどの物流関連機器、さらにオフィスで使用されるパソコンをはじめとした各種OA機器、什器などを主に取り扱っています。

**Q.** 日通商事のリース部門の特徴的な取り組みは何ですか？

**A.** リース事業の利益の源泉は金利です。現在、金利水準が低レベルという環境の中、厳しい金利競争にさらされています。そうした中で当社は、リース契約満了後のお客様から返却される物件を中古市場に販売し、利益を確保する取り組みを進めています。その際のポイントは、リースの際に、経年後も「換価価値(物件を金額に見積もった価値)」の高い物件を導入すること。一般に物流関連機器は、「換価価値」が高い物件とされています。これらの「価値」を正確に見極める目を持っているのも、当社の独自性の一つです。

**Q.** 仕事のやりがいを教えてください。

**A.** 企業によっては、社運をかけてリース導入を判断するケースもあります。したがって私たちは、お客様と真摯に向き合い、経営に一步踏み込んで、その将来ビジョンを経営者とともに描いていく役割も担っています。お客様と密にコミュニケーションを取っていく中で、お客様の課題を把握し、その解決のためのリース提案を進めていきます。中長期的視点で、お客様の成長をサポートしていくこと、そのプロセスの中でお客様との間に築かれる信頼関係、それらを実感した時にやりがいを感じます。

**Q.** 最近のリース部門のトピックスを教えてください。

**A.** リースを通じた、環境配慮型商品・サービスの提供を進めています。環境省が進める「エコリース促進事業」にも積極的に取り組み、補助金を利用したリース料の低減を通じ低炭素機器の普及促進に貢献しています。また、リース満了物件を再利用、適正処分することで地球環境に配慮したリユース・リサイクル社会の実現を目指しています。一方、2013年にはタイに現地法人を設立、タイの日系企業を対象としたリース事業を開始しました。グローバル化も加速しています。

**Q.** 専業リース会社と日通商事のリース部門の違いは何ですか？

**A.** トラック、フォークリフトなど物流を担う物件に関しては、私たちはスペシャリストという自負があります。それら物件の価値を深く理解しているからこそ、お客様に適切なリース提案が可能になります。また、当社は物流総合会社。社内の他部門や多数の仕入先の中から各種幅広いリース物件を調達し、取引先に対する各種の商品提供が可能です。その商社機能を活かし、国内外に張り巡らされた幅広い自社のネットワークの中で、お客様のニーズに迅速・的確に応えることができるのも専業リース会社にはない当社の強みと言えると思います。

**Q.** 商社とリースという金融の仕事に関連性はあるのですか？

**A.** 当社においては、商社機能と金融がコラボレートしていると言えると思います。リース契約においては、企業を適正に評価して与信判断することが求められますが、その際に重要なのは、お客様である企業が有しているリスクを、適正に分析し評価すること。そのカギを握るのが情報です。商社である当社には、多様な情報と多彩なモノを有する取引先があります。情報とモノをクロスオーバーさせる商社機能を活用することで、リースを成立させていきます。情報×モノの最適な「解」を見出していく仕事と言えます。

**Q.** 具体的に、取り組んだ案件を教えてください。

**A.** 私個人のことで言えば、ある新規開拓に成功した案件は印象に残っています。お客様は農業公社。農業従事者に代わって農作業をおこなう、受託事業を拡大するという情報が他部門からもたらされました。お客様の事業拡大を強力にサポートできると判断し、トラクターなど農業機械のリース導入を提案。商社機能を活かし、お客様のニーズに合致した最適な商品を見出し契約に至りました。その5年後、契約満了後に中古市場で高額での販売も実現。契約から売却まで、自分のシナリオ通りに進めることができた案件です。

濱口 修丞

2006年入社  
国際文化学部卒

なぜ、物流にリースが必要なの？

物流の中心を担うのは、トラックやフォークリフトなどの輸送車両です。それらを購入するには、多額の支出が必要になります。リース契約は、初期費用を大きく圧縮するなど、お客様のキャッシュフローを改善するメリットがあります。支出額も月々一定であり、税金や保険などもリース契約に含まれているため、煩雑な作業も回避できます。運送・物流関連会社にとって、経営上有効なファイナンスとしてリースが存在しています。

日通商事にリース部門が誕生するまで

リース部門は1966年、親会社である日本通運の車両設備を対象に、自動車長期賃貸借契約、つまり自動車リースとして事業をスタートさせました。当時は、車両を保有するよりもリース活用のほうが、事業運営上メリットがあるという判断から、日通商事がリース事業を担うようになり、1967年からは一般企業向けにリースを開始し、その後、物流機器やOA機器へと拡販し、着実に事業を拡大しています。

田中 はる香

2008年入社  
外国語学部卒

## 企業のリスクマネジメントを担い、 損害保険ビジネスの最前線に立つ。

日通商事は、損保ジャパン日本興亜、東京海上日動火災及び朝日生命保険の代理店として、全国に約240名の営業スタッフと70ヵ所以上の営業拠点を有する保険代理店事業を展開している。その1人、名古屋支店の田中はる香の取り組みを通じて、保険部門の仕事の魅力に迫る。

### 企業のリスクを回避・緩和し、経営安定に資する保険商品

私は入社以来、一貫して各種保険商品の販売を担当しています。当社の保険事業の歴史は古く、日通商事の社名で会社が設立される以前からスタートしています。1958年、日本通運と朝日生命保険の提携により、日通保険総代理社が設立。そして1964年、同社が日通産業を吸収合併し、日通商事が誕生しました。現在、当社は多岐にわたる分野で事業を推進していますが、その母体となったのが保険部門とも言えます。損害保険では自動車保険を中心に、火災保険、傷害保険など、ご家庭の安心から企業経営における総合的なリスクマネジメントまで、幅広い保険コンサルティング

活動をおこなっています。生命保険は近年取り扱いを開始した商品で、死亡、介護、医療など、お客様の生活を支える保障を全国ネットワークで提供しています。私は名古屋支店の保険部に所属し、愛知県小牧市、一宮市、稲沢市、犬山市などの愛知県北部エリアを担当。主に中小の運送会社を対象に営業活動を進めています。企業保険は、事業の多様化や拡大などに伴って発生するリスクの回避・緩和に寄与するものであり、安定した経営には必要不可欠のものです。私のこれまでの取り組みから、保険営業の実際の姿を紹介します。

### お客様の目線に立った、ひたむきで地道な取り組み

新入社員の時に飛び込みでアプローチしたお客様から、3年かけて、初めて新規のフリート契約（10台以上の自動車保険契約）を受注した取り組みは、強く印象に残っています。お客様は自動車整備工場の経営者。すでに保険には加入していましたが、お客様の言葉の端々に保険会社への不満があり、当社の保険に切り替えるチャンスと感じました。私が実践したのは、まずは地道に足しげく訪問すること。そしてお客様と会話していく過程で気付いたのが、お客様は保険のことよりも自分の事業に関して、前向きに話をされるということです。そこでアプローチの仕方を大きく変えました。「保険を売る」という姿勢ではなく、お客様が今何に悩み、どのような課題を抱えているかを把握すること、お客様の声に耳を傾けることに徹したのです。たとえば、競合する中で会社経営が厳しいこと、人材確保などの労務問

題があること、事故を防止して保険料を抑えたいこと、事故の速やかな解決法など、諸々の悩みや課題を打ち明けてくれるようになったのです。私は、それら課題解決に向けたヒントとなる情報や資料を提供し続けました。そうした私の対応に対して、お客様から「いつも、ありがとう」という言葉をいただいた時、お客様の懐に入り込めた手応えがありました。そんなある日のこと、お客様のほうから、「保険は君に頼むよ」と、現在契約している保険から当社の保険に切り替えたいという申し出があったのです。お客様からの信頼を勝ち得た瞬間であり、ひたむきで地道な取り組みが実を結んだことを実感しました。振り返って思うのは、「お客様の目線に立って」対応することの大切さです。その姿勢でお客様と向き合い続けたことが、お客様の信頼を得ることにつながったのだと思います。

### リスクを見極め、真のリスクを発見する目

「お客様の目線に立つ」ことは私の営業の基本スタンスになっていますが、最近ではかつてに比べて提案力も向上したと感じています。ある運送会社のお客様が契約していた運送保険。これは輸送中の盗難、破損などによる貨物の損害を補償する保険で、運送会社にとっては必須の保険です。ヒアリングを重ねる中で、ある課題を発見しました。それは車両ごとに保険が掛けられている点です。もちろんそれでリスクはカバーできますが、私が着目したのは、保有する車両台数も多く、また車両の入れ替えも少なくないことです。車両ごとの保険契約は事務負担も多く、また、入れ替えの際に保険を掛け忘れるリスクもあります。それらをカバーするために

私が提案したのが、売上高によって保険料が確定する売上高包括契約。かつての私であれば、そこまで踏み込んだ提案はできなかったと思います。商品知識・情報の蓄積に加え、リスクを見極め、真のリスクを発見する目を培ってきたことが、お客様に喜んでいただける提案、そして受注に結びつきました。このように保険の営業は、企業が抱える顕在化したリスクのみならず潜在化しているリスクにも着目し、適切な保険提案によって、お客様のリスクをマネジメントしていくのがミッションであり、そこに仕事の醍醐味を感じています。

## 保険部門の1日

A Day in INSURANCE SECTOR



8:30

出社後、  
メールチェック。  
当日の営業活動に必要な書類作成。  
1日のスケジュール確認。

9:00

7名の営業担当者と  
ミーティング。  
情報共有のほか、具体的な  
営業施策・戦略の打ち合わせ。

10:00

営業活動開始。  
車で外出。更改を迎えたお客様に  
新規保険の提案、更改手続き。  
次のお客様のもとへ移動。

12:00

昼食

13:00

事故にあわれた  
お客様を訪問。  
事故解決の進捗状況を報告。  
未然に事故を防止するための  
情報などの提供。

15:00

新規のお客様開拓活動。  
飛び込みで訪問。  
お客様の抱えている  
課題や悩みをヒアリング。

16:00

お客様の従業員向けに  
自動車保険の拡販活動。  
他社からの切り替えの  
メリットを訴求。

17:30

帰社。  
お客様からの電話での  
問い合わせに対応。  
契約書などの書類整理。  
翌日の準備。

19:00

退社。  
部のメンバーと食事。  
週に2回、ヨガに通う。

# お客様にベストな車両は何か 価値ある1台を提案する。

物流に関するすべてをコーディネートする日通商事の“一貫物流サービス”の中で、商社機能とメーカー機能を併せ持つのが整備製作部門だ。整備部門は全国の拠点で様々な車両の車検・点検・修理を行い、製作部門は、運送・物流会社が求める特殊トレーラの設計・製造を担う。製作部門の東京製作所営業第一課に所属する菊田庄剛は、主にトレーラの販売を担当。お客様の事業にどのような車両が最適であるかを一緒に検討し、時には世界に1台しかない特殊トレーラを製作。お客様の事業の発展に貢献している。

菊田 庄剛

2009年入社  
経済学部卒

## 国内では例のない 大型トレーラを製作

菊田のお客様はトレーラ輸送を担う物流・運送会社だ。言うまでもなく、どのような車両を何台保有し、いかに回転させるかは、事業戦略の根幹を成し、収益に直結する。菊田の役割は、戦略にふさわしい車両体制について検討・提案することであり、必要に応じて特殊トレーラの製作を受注する。実際、これまでも様々なトレーラを納品してきた。中でも思い出深いのはジェット旅客機の先端部分を輸送するため全長20mを超えるトレーラ3台を納めた時のことだ。国内生産では過去最大である。設計は難航した。荷台の剛性確保のためにフレームを頑丈にすれば自重が増え、積載貨物量が減る。さらに荷台を伸縮式にすることも求められていた。「本当に苦労しました。現場から、これは無理じゃないかという話も出ました。納期や費用の問題もあり、お客様との調整も難航。何度も諦めそうになりました」と菊田は振り返る。

## チーム全員の力で 偉業を成し遂げた

前例のないトレーラをどう設計するか。設計担当は何十枚という図面を描いては直し、直しては描いた。営業の菊田も検討の輪に加わった。実は菊田には入社早々に設計部門で強度計算などの業務を担った経験がある。軽く強靱な躯体をどうつくるか、一緒に議論を重ねた。やがていくつもの山を乗り越えトレーラが完成。いよいよ荷物を載せて走る日、菊田は設計と製作担当者に声を掛けて一緒に沿道に立った。普段は、設計や製作に当たっているスタッフは、完成したトレーラが走る姿を見る機会はずがない。しかしぜひ見てほしいと思った。全員でつくり上げたのだ。見ることが士気を高め、次のプロジェクトの力になる。間もなく目の前を報道陣のフラッシュを浴びながらトレーラがゆっくりと進んだ。「みんな食い入るように見ていました。我々の仕事は日本の物流にいかに関与しているか、肌で感じてもらったのではないかと思います」

## いいモノをつくれば それがお客様を呼ぶ

しばらくして菊田は納品先を訪ねた。「ありがとう。予想した以上だ。3台ともフル稼働している」と感謝された。今後もトレーラを増やし、輸送の効率化を図るつもりだから相談に乗ってほしいと、新たな引き合いも生まれた。「仕事が仕事を呼ぶ」——菊田は改めて思った。物流や運送に関わるプロは、常にトレーラに鋭い視線を送っている。このトレーラは大きく報道されたこともあり、業界でもたちまち評判になった。「あのトレーラは国産？どこの会社がつくったの？」「担当者は誰？」。間もなく菊田の下にはこれまで取り引きのなかった多くの会社から問い合わせが寄せられ、商談が進んだ。「お客様に喜ばれ、市場で評価されるものをつくれば、その存在がお客様との信頼関係を強め、さらに新たなご縁も運んでくれる」と菊田。お客様に向き合い、チーム一体となっていくモノをつくるという菊田の姿勢は、この経験でさらに強くなった。

## お客様の課題解決のため あらゆる選択肢を用意する

もちろん菊田は特殊トレーラの自社製作にだけこだわっているのではない。お客様のニーズに合えば、国内他社の製品を紹介することもあり、海外製品を輸入することもある。そこが商社である日通商事の強みだと菊田は言う。「『トレーラをつくらせてください』というだけの営業はしません。目的や費用、その後の活用方法など、お客様の物流戦略を総合的に考えた時、お客様にとって何が最適なのか。当社は商社ですから選択肢は広い。トレーラの技術は欧米のほうが進んでいますから、海外の優れたトレーラを輸入して日本の法律や基準に合わせて使えるようにすることもできます。先日お客様をお連れしてアメリカに特殊トレーラを見に行きました。常に世界の車両に目を配り、その中からお客様にとって本当に価値ある1台を提案する。それが日通商事の役割です」。お客様の物流事業の発展のため、菊田は今日も挑み続ける。



# LPガス 三火 対談

## SESSION 03 自分という人間を買ってもらうこと 東日本大震災で感じた社会的使命

**白井** LPガスの営業という仕事の面白み、魅力はどこにあると感じていますか。

**高橋** 私たちは、先に述べた燃転や新規開拓といったLPガスを主体にしつつ、新たな領域の開拓を進めています。それは太陽電池なども含めた住宅設備やリフォームといった暮らしに関わる分野。LPガスを切り口にして、新しいビジネスをつくり上げていく、そこにやりがいを感じている部下が多いですね。白井さんはこれまで、多くの経験を積んできたと思います。石油製品の営業ではどのようなスタンスで臨まれてきましたか。

**白井** 私は石油製品を売るのではなく、自分という人間を売る、あるいは買ってもらう、そういう姿勢を大切にしてきました。同じ価格なら白井から買うと言われた時の嬉しさは、今でも心に残っています。それは人間力に加えて、マーケットの情報をキャッチしてお客様に提供し、お客様が何を求めているかを把握し、それに応えていくことを積み重ねた結果だと思っています。高橋さんが印象に残っている出来事は何ですか。

**高橋** 強烈な記憶として残っているのが、東日本大震災です。当時、私は茨城の事業所の所長をしていました。発災直後から、お客様のもとを訪ねて点検を続けたのですが、都市ガスと違って自立型のLPガスは復旧が早く、震災直後、茨城の被災地にLPガスの火を届けることができ、LPガスの存在意義を改めて実感しました。お客様から「ガス屋さん、ありがとう」と感謝の言葉をいただいた時、大きなやりがいを感じたものです。横浜LPガス事業所は、国から中核充填所の指定を受けており、災害などによる停電の際にもガスを出荷する役割を担っています。そうした社会的責務やミッションを担っていることも、この仕事のやりがいだと思いますね。

## SESSION 04 若い人が自分の色を出せる会社 人が成長できるフィールド

**高橋** 石油を扱う仕事の魅力は何でしょうか。

**白井** 石油製品の取り引きは、数千円から数億円の規模があり、そのボリュームの大きさに仕事の醍醐味があります。また、原油価格は世界の政治・経済情勢と連動しており、マーケットの動きをキャッチし、それらの情報をお客様と共有して最適なタイミングで取り引きしていく、ビジネスのダイナミズムを感じられる世界です。そうした活動を通じてお客様と信頼関係を築いていくところに、この仕事の魅力を感じますね。一方で私たちに、LPガスと同様に、社会にエネルギーを安定供給するというミッションがあり、それがやりがいにつながっていると思います。

**高橋** そうですね。同時に、石油やLPガスといった化石燃料を着実にお届けすることに加えて、自然エネルギーなどの次世代エネルギーも視野に入れていく必要があると思います。時代や社会が求めるエネルギーを的確にキャッチしていくことで、当社の石油・LPガス部門をさらに進化させていきたいと考えています。

**白井** そのためには、今のお客様と強いリレーションシップを構築しなければなりません。そのためには、一人ひとりが成長していくことが求められます。私が部下に常に言っているのは、お客様の立場に立って動くこと。そのお客様志向が成長を促していくと思っています。

**高橋** 私もそう思います。お客様目線に立ち、気付きを与えていくことが大切。そして、若い人には失敗を恐れないチャレンジ精神を持ってほしいと思っています。

**白井** 私が長年働いてきて感じる当社の魅力は、自分の色を出せること、個性を発揮できることです。これから入社してくる若い人が、持てる力を十分に発揮できる環境であることを断言できますね。

**高橋** 石油やLPガスといった世界は、知識や経験も必要ですが、それ以上に人それぞれが持つ力が求められる仕事です。人の力が会社の力になる、その手応えをぜひ当社で味わってほしいと思っています。その力がエネルギーの未来を切り拓いていくと確信しています。

確実な安定供給を遂行する使命感が、  
エネルギーの未来、物流の明日を切り拓く

高橋 英明  
1995年入社  
文学部卒

## 社会に不可欠なエネルギー、石油とLPガス その物流を担うベテラン商社マン2人の対談

# 石油 対

## SESSION 01 運送・物流関連企業に軽油を供給 LPガスの需要開拓と燃料転換

**高橋** まずは学生のみなさんに、白井さんが担当する石油部門の取り組みを紹介してください。

**白井** 石油部門では、石油元売り各社から仕入れた燃料油、潤滑油などの石油製品を、運送会社・船舶会社・工場などの需要家や系列のガソリンスタンドに供給しています。それらの中でも、運送会社が使用するトラックの燃料である、軽油の販売が事業の柱となっています。高橋さんが担当するLPガス部門も紹介してください。

**高橋** LPガスは、都市部においては都市ガスやオール電化などの影響でやや縮小傾向にありますが、日本全体を見た場合、エリアによってその需要は大きく変わります。必要不可欠とされている地域も少なくありません。加えて東日本大震災の際には、都市ガスのようにネットワークに依存しない自立型エネルギーとして高く評価されました。私が所長として管轄する横浜LPガス事業所では神奈川全域をフォローしています。現在進めている戦略が、需要喚起による燃料転換＝燃転と新規開拓です。

**白井** 具体的には、どのような取り組みをおこなっているのですか。

**高橋** たとえば、コンロにLPガスを利用されているお客様に対して、給湯や空調、床暖房などの燃料もLPガスへの転換を促す営業活動を進めています。また、集合住宅は都市ガスのイメージが強いですが、アパートなどの小規模な集合住宅ではLPガスの需要が少なくありません。的確な情報収集による新規開拓を積極的に進めています。

## SESSION 02 石油製品の多様性に着目した取り組み いかに市場で優位性を確保するか

**高橋** 白井さんの現在の取り組みはどのようなものですか。

**白井** 石油業界は「装置産業」といわれるように、原油から精製される燃料油を計画的に、バランスよく販売していくことが求められます。このため、従来の営業活動に加え、仕入や受発注業務など商流全般を見渡すポジションから、ビジネスを順調に進め、かつ利益を生み出せるようマネジメントにあたっています。

**高橋** しかし白井さんが扱う石油製品も、私たちのLPガスも、いずれも商品の差別化は難しいものがあります。ユーザーにしてみれば、石油にしてもLPガスにしても、どこから仕入れても商品そのものにほとんど差はありませんから。したがって、否応なく価格競争にならざるを得ない部分がありますね。

**白井** そうした中でも、価格競争に終始するのではなく、価格以外の付加価値を提供し、市場での優位性を確保することが求められていると思います。私は、やはり営業担当者、人の力が重要な要素になると感じています。正確な情報提供や確実な納品、あるいは顧客ニーズへの迅速な対応など、それらの積み重ねにより信頼を得て、取引拡大につながっていくのだと思いますね。

**高橋** 同感ですね。人の力が求められるのが、私たちのフィールドだと思います。LPガス分野は時代とともに営業形態が大きく変わってきました。かつては、私たちは卸売り主体であり、販売は契約した地域の販売店が担当でしたが、現在は、私たち自身が一般のお客様に直接アプローチして販売していくカタチになっています。そのため、大前提として、話を聞いてもらえる魅力的な人間である必要がありますね。

白井 智也  
2000年入社  
経済学部卒

# “届ける”に必要なことを、 学び吸収してきた成長の軌跡。

輸出梱包を中心とした物流関連サービスを提供するロジスティクス・サポート事業部門。  
伊神は、入社以来一貫してロジスティクス・サポート事業部門に携わりキャリアを積んできた。  
今、その培ってきた知見を活かし、新たな挑戦を開始している。

## 安全確実に届けることを使命とする輸送梱包 いかにコストダウンを図るか



幼い頃から海外に興味があった。高校時代は世界史に惹かれ、大学でも中国について学んだ。そうした背景から就職活動では、海外に関わる仕事をしたいと思い、商社を希望した。日通商事への入社理由は二つある。「一つは面接などで出会った社員が魅力的だったこと。真摯で誠実な人が多い会社と感じました。もう一つが現在所属しているロジスティクス・サポート事業部に惹かれました。物流を一から十まで知ることができ、さらに海外で働くことができる可能性があったからです」。こうして入社した伊神は、輸送梱包の業務に就く。輸出梱包は、自動車部品や各種機械設備を安全確実に海外現地まで届ける役割を担う。だが安全確実に

届けるのは、いわば当然のこと。競合他社と差別化を図るポイントとなるのは、いかにコストダウンを実現するかだ。「たとえば木箱に梱包する場合、選定する木材や量によってコストは大きく変わってきます。最も適切な木箱を設計することが求められます。かつて、中国に大型の溶接設備を届けたことがありました。金額、物量ともボリュームも大きく、スケジュールはタイト。適切な木箱を設計し、お客様と梱包現場の調整を進め、無事届けることができた時は大きな達成感がありました。日本から輸出される際に、モノを最後に見ているのは私たちです。大きな責任を担うだけにやりがいも確かなものがありますね」

## 海外研修員としてタイに派遣 ビッグプロジェクトを成し遂げた達成感



入社4年目、伊神に転機が訪れた。「海外研修員制度」への応募である。「海外を知りたい、自分の会社の他の拠点を見てみたいというシンプルな思いから応募しました。行先はタイ。ナショナルスタッフのマネジメントや拠点運営を学ぶ研修でした。言葉の壁もあり、当初はコミュニケーションを取るのが困難だったことを覚えています」。タイで伊神は二つのビッグプロジェクトを手がけることになる。一つは、日系自動車メーカーのアルミ加工ラインをインドに移転したこと。いわば「工場丸ごと」の輸送梱包だった。もう一つが、東日本大震災

の際、日本はタイから火力発電所2基の援助を受けたが、その輸送梱包も伊神が手がけた。「いずれのプロジェクトでも、お客様のニーズをタイ人スタッフに伝え、理解・納得を得る粘り強い取り組みを進めました。日本品質ともいえる高品質の輸送梱包を実現するというゴールをタイ人と共有できたと思います。そこにあったのは、タイ人スタッフとの信頼関係でした。ともに働く仲間という認識がお互いに生まれていたと思います。その結果、お客様から高い評価をいただく輸送梱包を実現。タイの経験で、自信を得たと感じています」。

## ロジスティクス・サポート事業部門の進化が始まった 新たなフェーズを目指す果敢な挑戦



こうして帰国した伊神は、以前以上に梱包品質の向上や仕事の効率性を意識的に考えて取り組むようになった。現在の伊神は、かつての輸送梱包実務とは異なる業務に就いている。所属するソリューションセールス部は、新設されたセクションで、そのミッションは梱包にとどまらず、お客様が抱える物流に関する課題を抽出・発見し解決に導くことだ。「大きな流れとして、生産拠点が海外に移転していることから、輸出は減少傾向にあります。したがって、今後、輸出梱包のパイが飛躍的に拡大することは望めません。その意味で、ロジスティクス・サポート事業部は大きな転換期を迎えています。そうした状況の中、輸出に関する

ニーズのみならず、お客様の物流を一貫してトータルにとらえ、様々なアプローチで課題解決のための提案を進めています」。伊神は、入社以来培ってきた知見や築いてきた人脈、日通商事が持つ商社機能の総合力をフルに発揮し、ロジスティクス・サポート事業部門が次のフェーズに進化するための果敢な挑戦を開始している。「お客様の経営や事業に深く踏み込んでいくことで、潜在的な課題を発見していきたいと考えています。その継続の中で、輸出梱包に並ぶ、ロジスティクス・サポート事業部の第二の柱を立ち上げたいと思っています」。伊神のその情熱が、次代のロジスティクス・サポート事業部門を切り拓いていく。



伊神 昇太郎

2007年入社  
現代中国学部卒