

アサヒロジスティクス株式会社

“人財”の心を動かし、 働くことへのワクワクが溢れた 「日本の食生活を支える 物流インフラ企業」

創業以来、食品物流に特化して成長を続けてきたアサヒロジスティクス株式会社。
トラックはもとより物流センターを駆使したサービスで、今では大手スーパーマーケットを始めとした
1万2000の店舗へ商品を届け、およそ1日500万人の食生活を支えている。
原動力は、人を尊び、大切に育むという“人財”への眼差しだ。

60年に渡り連綿と受け継がれてきた“人財”という文化

経営理念の文頭に「私たちは日本の食生活を支える物流インフラ企業として」という枕詞を掲げ、食品物流のエキスパートとしてセンター運営からトラック運行までを自社オペレーションにより一括で実施。約950台の車両と28の拠点で、およそ3600人にものぼる“人財”が高度な温度管理物流サービスを提供している。こうした体制で高品質なサービスの絶え間ない提供と、課題や問題に対して迅速に対応できることを強みとしている。

同社では働く人々を表わす時、人材ではなく常に“人財”という表現を用いている。これは、一朝一夕に根付いたものではなく、脈々と受け継がれてきた歴史に裏付けられた言葉だ。この事実への理解を深めるために、まず同社の歴史をひも解いていこう。

【会社概要】

- 会社名：アサヒロジスティクス株式会社
- 所在地：埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-10-17
シーノ大宮サウスウイング16階
- 設立年月日：1955年1月28日（創業：1945年）
- 代表取締役社長：横塚 元樹
- 従業員数：3625名（2015年12月）
- 保有車両台数：944台（2015年12月）



取締役常務執行役員 管理本部長
榎木 稔 氏



総務部 総務課 マネジャー
竹中 博 氏



執行役員 営業本部 副本部長 兼 営業企画部 部長
大石 清貴 氏



総務部 総務課 マネジャー
土戸 智宏 氏

昨年設立60周年を迎えた同社の歩みは、“4つの創業期”に分けることができる。まずは横塚兵次氏による「原始創業期」で、大正2年に馬車を使用して運送業をスタートした時代。続いて、横塚元吉氏による「第1次創業期」、同社は株式会社として設立された。この時据えられた信念は「運送業の社会的地位の向上」であった。父である兵次氏の時代に運送業の社会的な地位が低く扱われていたことにいつも悔しい思いをしていたという。また、ここで手掛け始めた原乳輸送は、現在同社が得意とする温度管理輸送の礎となった。続いて、現相談役である横塚正秋氏による「第2次創業期」。さらなる事業の発展とともに「運送業の社会的地位の向上」に向けた具体的な施策が次々と実行された時代だ。いま同社の車両のカラーリングである“折紙カラー”は、「食品物流にふさわしく、清潔感のある白色を基調とする」、「女性や子どもが見て、愛着を感じてもらえるカラーリング」をコンセプトに考案されたものだ。また、運転マナーや車両整備といった安全の取組みも徹底されるようになった。このとき、社会的地位の向上と併せ

て“社員満足への取組み”も推進。高度化する顧客のニーズに応えるビジネスモデルを追求とともに、いっそう働く環境の向上が行われていった。

そして2013年、現社長である横塚元樹氏の就任により、第3次創業期が始まった。冒頭の「私たちは日本の食生活を支える物流インフラ企業として」という経営理念は、就任にあたり元樹氏が新たに打ち出したものであり、このあとに3つの宣言が続く。— 1.日本一安全で品質の高いサービスを提供し、日本中の家族を豊かにします。1.CS=ES=CSを実現し、お客様と我々の生活を豊かにします。1.物流業界を、誰もが働きたいと思える憧れの業界にします。—

同社の歴史を踏まえた上でこの理念を目にすると、輸送品質の追求はもとより、働く人々を大切に、そして社会の物流に対する価値観を転換させていくという信念が、1本の背骨として通っていることが分かる。

安全と品質=S&Qの向上とともに、成長する自分にワクワクできる環境

先述した理念やその具体的な実行

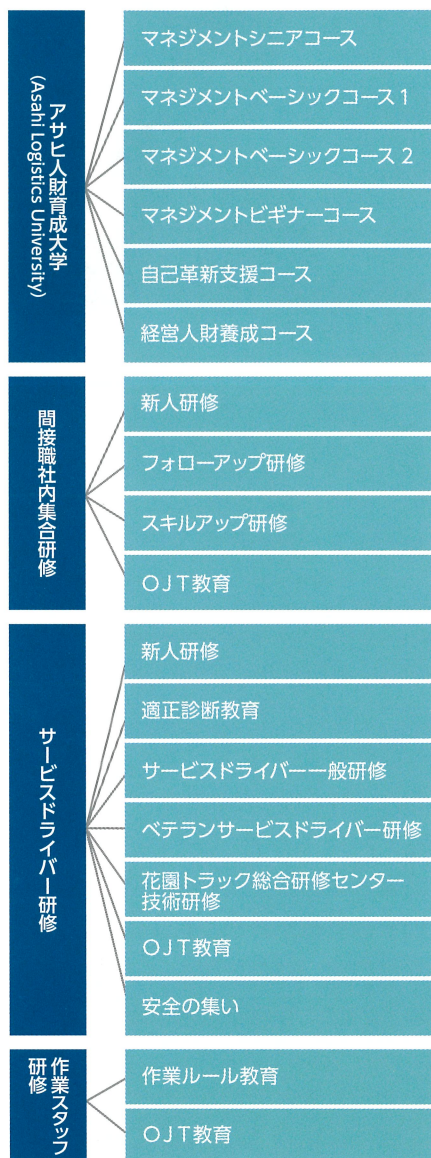




アサヒ人財育成大学の様子。連綿と受け継がれてきた同社の歴史を未来へとつないでいく“人財”が養成されている。



1998年から行われている「社内ドライバーズコンテスト」の様子。各営業所から選抜されたドライバーが、筆記試験・点検整備・運転実技を競い合う。



アサヒ人財育成大学の他にも、同社では充実した教育・研修プログラムを実施。

策について、檜木常務は次のように語る。「まず、CS=ES=CSについてご説明します。当社では『自分たちの会社に満足感を持っている社員こそがお客様に十分な満足感を提供することができる』と考えています。サイクルとして表現すると、まずES=社員の満足度が向上することで安全・安心・高品質の提供が可能となり、CS=お客様の満足度が向上します。これにより営業することなくお客様からの仕事が増加します。そして会社が充実することでさらに社員の満足度向上に繋がる様々なサポートを行っていくことができるようになります」

と檜木常務。まず、大いに目を引くのが「アサヒ人財育成大学(通称ALU: Asahi Logistics University)」だ。ALUには対象者・階層別に6つの研修コースが用意されており、スキルアップの意欲や興味に合わせて受講することができる。内容は、〈社長講話・会社の歴史を学ぶ〉といった基本から〈クリティカルシンキング〉といった思考方法のトレーニング、また〈ライフプラン作成〉といった仕事だけでなく人生における自分のキャリアや生活を鳥瞰して考えるものまで多彩。全6回から7回のプログラムにより、単位取

得を目指す。「基本的には階層別にすべての間接職が受講します。開校最初の頃はみな一緒に仕事をしたことが少なく、いささかよそよそしい感じもあるのですが、受講を重ねるにつれ連帯感が生まれていくなど知識の習得に留まらない良い効果も生まれています」

ALUの他、年次別の社内集合研修やサービスドライバー向けの研修、物流センター内の作業スタッフ向けの研修など、役割ごとにキャリアアップを目指すためのコースが充実。ただ漠然と毎日の仕事をこなしていくのではなく、成長のために自分が身につけるべき知識や技能が明確化された上で、その習得を会社がしっかりとサポートする。こうした営みを通し成長していく自分を実感できる毎日は、まぶしく輝いているだろう。この結果、顧客に提供されるサービスの安全と品質が高まることは当然と言えるだろう。

1人ひとりに向き合う、そして家族までもワクワクさせる

福利厚生においても類を見ないほどの充実ぶりの同社。ドライバーの表彰制度として、半期ごとにベストドライバーが選ばれ、その中から年間ベストドライバー表彰を実施している。副賞はアメリカ研修で、現地物流事業者の視察等を行う。また永年勤続者に対する表彰も行われるが、ここで手渡される賞状に秘密がある。表彰者と周囲の同僚には、事前にインタビューが行われるという。インタビューにおいては、入社からこれまでを振り返りなが

ら、印象に残ったエピソード等を思い出していく。こうして明らかになったエピソードは、賞状に丁寧に文章化され、まさにその人オリジナルの賞状として手渡されるのだ。

「賞状は皆の前で社長の横塚が読み上げ、直接手渡します。ご想像の通り、本人は感動して泣いてしまうんですが、それを見て思わず周りも一緒に泣いてしまうですよ」と執行役員の大石氏。

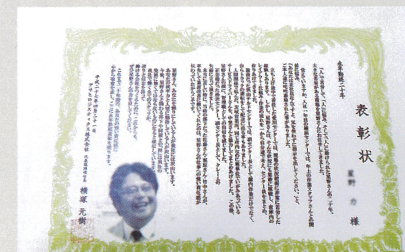
さらに、社員本人だけでなくその家族までも含めた“社員満足”も図っている。誕生日には社員本人への食事券プレゼントに加え、配偶者の方に社長のコメントを添えた誕生日フラワーをプレゼントしたり、進学するお子さんがいる場合には入学祝いとして図書カードをプレゼント。また、毎年8月には「アサヒフェスティバル(通称:アサフェス)」を5つの拠点で開催。従業員はもちろんのこと、その家族、そして地域の人々を招待している。模擬店や各地域のゆるキャラとの写真撮影、また物流センター見学やお仕事体験、トラックへの添乗など、普段は体験することのできない“プロの現場”に子どもたちは興味津々、目を光らせるという。

加えて“トラックのプロ”である同社ならではのものとして「車両貸出制度」というものもある。貸し出されるのはただの車ではない。誰もが知る“高級外車”と名高い憧れの車であり、アッと驚くこと間違いなし。

ここまで、教育と福利厚生についてご紹介してきたが、そのどちらをも融合した取組みに思える好例をご紹介しよう。それは「安全初夢大会」である。安全とは、とくく教育的側面の大きいトピックスであるが、同社はその動機付けとして慰労をかねたこの会を毎年初めに実施(詳細は右上の写真を参照)。「今年も安全に」という会社と1人ひとりの初夢、そして「大きなお年玉をこの手に」という楽しい初夢というどちらの意味にもとれるネーミングは、ま



社員の家族や地域の人々で賑わう「アサフェス」。お仕事体験など、子どもが物流の仕事に触れ合う貴重な場もなっている。



永年勤続表彰状。びっしりと書き込まれているのは、表彰された社員の入社から現在までの印象に残るエピソードや周囲からの高い評価の声。



一度は外車に乗ってみたい! 休日にツーリングを楽しみたい! という要望に応える福利厚生車。



1年間の無事故を誓い安全意識の高揚を図る「安全初夢大会」では、事故撲滅により削減される保険料や修繕費を原資に、ドライブレコーダーの得点上位者に商品が還元される。なんと1等は乗用車!

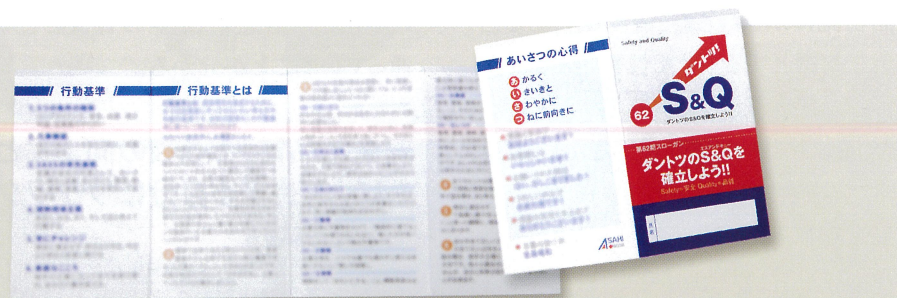
さに同社の文化が培ってきた妙と思わずにはいられない。

数字に表れる“人財”文化の成果

昨年、同社は本社を鉄道や高速道の便が良く、関東の中心的位置にあるJR大宮駅西口に移転。また青森・秋田・岩手に営業所を開設して大手コンビニエンスストア向けの配送業務を受託するなど、先の大震災をきっかけとした東日本全域のカバー体制確立へ向け展開している。成長率を売上高ベースで見ると、2012年3月期から2015年3月期までに約10%・約11%・約17%と伸長。2012年以前は2~6%の成長率だったことを考えると、その躍進ぶりは明らかだ。これは「共同配送の新規受託などによるもの」とのことだが、同社は自社オペレーションをスタイルとしM&A等を行わないため、増加

した業務を担う人財を確実に確保し、教育を施すことで仕事の品質向上と人の定着を実現できているからこそその結果であろうことは、想像に難くない。「最近、新規開設の営業所で採用した新入社員に“入社を決めた理由”についてアンケートを実施しました。結果を見て、驚きましたね。以前は収入など待遇面が重視されてきた傾向にありましたが、通勤時間や勤務時間、また年間休日数、そして福利厚生が上位になっていたのです。こうした背景には、未経験者が増加して職場環境や業務に対する関心や、家族や自分自身との時間を大切にしたいという気持ちがあると考えています」

いま、物流に限らずあらゆる業界で人材不足が叫ばれ始めている中で、同社の“人財”という信念が大いに参考になるのではないだろうか。



今期の目標「ダントツのS&Qを確立しよう!!」を実現するために社員全員が携帯しているクレドカード。行動基準やひとつひとつの行動を実施する目的が詳細に記載されている。