



会員企業をたずねる

若手の力、若手の声

このコーナーは、会員企業をたずね、物流業界で働く若手社員に業務内容や、職場の取り組み、個人の抱負などを語ってもらうコーナーです。

第1回

(株)ニチレイロジグループ本社

(株)ロジスティクス・ネットワーク
営業部

佐野 蓉子さん

PROFILE

2009年、ニチレイロジグループの中核企業の一つであるロジスティクス・ネットワークに入社。船橋物流センターで冷蔵事務を担当後、2012年から現職に。



—ご自身の職場の業務内容について教えてください。

私が所属している営業部は、全国にわたるお客様と、実作業を担当する現場の物流センターとをつなぐ役割を担っています。部内はお客様の業態によってチームに分かれており、私は冷凍食品メーカーや問屋を担当するチームに所属しています。主な業務は、新規案件の提案や既存案件の改善提案など。改善提案では、お客様が抱えている課題を抽出して、課題をクリアにするための運用の枠組みを考え、現場に落とし込んでいきます。営業担当になって2年目なのでまだまだ勉強中ですが、毎日がとても刺激的です。

—現在、職場で力を入れている取り組み等がありますか。

営業部では特に、共同配送の取り組みを全国的に進めています。メンバーは、週1回合同の営業ミーティングを行い情報の共有化を図っています。自分の案件以外にも、さまざまなお客様や現場の状況などを知ることができ、大変勉強になります。

—業務を遂行する上で心掛けていることを教えてください。

まだ余裕がないせいか、常に時間に追われている感覚がありますが、気持ちの焦りや乱れは周囲に伝わってしまいます。お客様にも出てしまうと大変ですから、どんなときにも笑顔をキープするよう心掛けています。笑顔でいると気分も前向きになる気がします。

—現在、課題になっていることや苦労していることがあれば教えてください。

当社のお客様は全国展開をされている企業が多いため、ひとつのお客様の案件でも各エリアの物流センターと調整することがありますし、お客様のニーズと現場の現状とのすり合わせが必要なこともあります。その中で、満足していただける着地点を探りだすのには苦労も伴います。営業には広い視野と細やかな気配りが必要だと痛感しています。

—仕事に対するやりがいを教えてください。

さまざまなお客様や全国の現場とのつながりの中で、お客様に最適な物流提案を考えていくことはとても大変ですが、やりがいも感じます。また、スーパーなどで自分が扱った商品を見つけると、商品が届くまでの工程に自分も微力ながら携わることができたんだなと思い、うれしくなりますね。



◀物流センターへお客様を連れて視察に行くことも

——ロジスティクス・ネットワークの営業部を一言で表すとどんな言葉になりますか？ また、その理由を教えてください。

「静と動」です。営業部に配属される前は、営業部というと常に動きまわっているイメージがあったのですが、実際にはデスクワークが多くて驚きました。さきほど営業には広い視野と細やかな気配りが必要といいましたが、お客様のニーズを冷静に分析し、より効率化を意識した提案を構成する応用力も大切です。思った以上にじっくりと考える時間が多いですね。そして、動くときは動く。上司や先輩方のフットワークもとても軽快です。「静中に動あり」という言葉もありますが、状況を冷静に見極め、ここぞというときに的確に動く、まさに営業部を表した言葉だと思います。

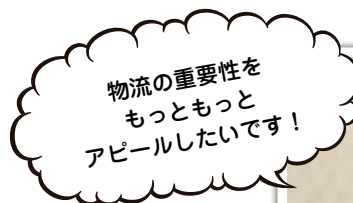
——今後の抱負を教えてください。

まずは1日も早く一人前になりたいと思っています。目標はお客様から信頼していただける営業パーソンです。いまはまだ上司の指示通りに動いていますが、さまざまな経験の中で自分の営業スタイルを見つけ、成長していきたいです。

——ありがとうございました。



▲船橋物流センター時代はフォークリフトの運転も



▶ニチレイロジグループのキャラクターのひとつ「レイちゃん」とともに



▼デスクワーク中の佐野さん



会社概要

(株)ニチレイロジグループ本社

本社所在地 東京都中央区築地7-17-1
設 立 2005年4月1日
資 本 金 200億円
売 上 高 1,564億円(2013年3月期 グループ連結)
代 表 者 代表取締役社長 松田 浩
グループ会社 ロジスティクス・ネットワークをはじめ
子会社31社、関連会社6社

【事業概要】

「食品の物流を通じて、生活者の暮らしに貢献する」をミッションとし、輸配送を軸とした物流ネットワーク事業と、地域保管事業とを生かした食品の流通により、日々の事業に取り組んでいる。国内および海外の関連会社を合わせた拠点数は123カ所、冷蔵保管能力は約190万トン。国内では最大の規模、世界でも第6位のシェアを誇っている。

現在は、2013年4月からスタートした「中期経営計画“RISING2015”」を達成するため、輸配送および海外事業の拡大を中心に、低温物流ネットワークのさらなる強化、物流ニーズの取り込みの加速に取り組んでいる。



▲東扇島物流センター