

グローバルが当たり前の海運業だからこそ、

ローカルへのまなざしを忘れない。

勝機も、存在意義も、そこにある。



Kazutoshi Osakabe

営利企業だからこそ、海運業だからこそ、「世界の格差を埋められる仕事ができる」。そう思った長壁は、就職活動で川崎汽船のみエントリーした。16年の月日の中でそれが実現できたかと言われれば、まだまだ道は半ばだ。営利企業としての利潤追求に加え、被災地への支援物資輸送や、途上国への貢献など、できることはまだあるはずだと長壁は語る。

川崎汽船株式会社

長壁 一寿

自動車物流グループ
自動車物流チーム

これからの海運業には、 地域視点が必要

自分が勤める会社の存在意義は何なのか。その大いなる問いに対して、即座に答えられる社員が多いようなら、経営も、社内での理念やビジョンの浸透にも成功している企業が多いだろう。逆に言えば、世界的な商環境の激変にあおられるようになり、存在意義を問い直す企業も急増している。入社して16年目、長壁一寿はまさにいま、変化の最中にある川崎汽船の中で、「私たちは何のために存在すべきか」思考を巡らせている。

「日本の海運業は、国内顧客の成長とともに歩んできました。製造業が栄え、エネルギー需要が増え、運搬すべき貨物が増えることで発展してきたわけですね。けれどもはや日系企業から優遇される時代ではない。では何によって選ばれるのか。それを考えたときに、歴史と実績に甘んじることなく会社や社員ひとりひとりが自ら変わっていく必要があると私は考えています。」

株主や従業員など、会社は多くのステークホルダーのために存在している。その中でも「地域社会への貢献」という視点がこれまでに以上に重要になるはずだと長壁は言う。リードタイムを減らし、ダメージリスクを減らすことを考えた時、極論を言えば顧客にとって『できるだ

たSDGsでは、2030年までの持続可能な開発目標を具体的に掲げており、「誰ひとりとして取り残さない」ことがテーマになっています。川崎汽船も、私という個人も、そこを目指すことで存在意義を再定義できるのではないかと思っています。」

川崎汽船はいま変化の途上にいる。100年におよぶグローバルビジネスの転換点で、長壁は改めて世界中にあるそれぞれのローカルに想いを馳せるのだ。

見「人手が足りない」と長壁は焦りを募らせる。

「海運を足がかりにして機能を増強するビジネスモデルには、確かに勝機があります。しかし、現地に拠点を築き事業を始めることがゴールなのではない。それはスタートです。事業計画をきちんと立てて、利益を出し、人を育てるという、しつかりした基盤が整って初めてこのビジネスは回転する。事業会社として当社には100年を越える歴史がありますが、当事者としての『経営』目線を育まなければ、現状を打開していけないという危機感を持っています。」

マレーシアの現地法人で資金繰りに窮したと連絡が入った時には、本人の結婚式翌日に海外出張を組んだこともあった。飛行機に搭乗後、大雪により機内に7時間閉じ込められ、真夜中に欠航が決まったため、長壁は成田空港で震えながら眠った。マレーシアに行けなかったが、お陰で現地担当者のやる気がついた。「不幸中の幸い」と言ふべきか、不測の事態によって当事者意識が芽生えることもある、マネジメントとしてそういった環境を作ることも重要だと私も学ばれました。」

PR担当者になって はじめて見た、自社の全貌

「海運」という事業そのものがグローバルだったためか、これまで長壁は世界をこさらに意識したことがなかった。「ほとんどの部署が海外と関わっていますからね」と長壁は語る。入社3年目には、米国バージニア州に駐在したこともあった。だが、業務としては船をオペレーションし、海上輸送の案件を受注するために自動車メーカーの元に足を運ぶという、日本で行ってきたことと同じだった。

もちろん、ともに働くスタッフの多くは米国人。働き方の面で戸惑いもあった。しかし、「チームプレーで働く」という意識は、日本だろうと海外だろうと関係はない。「彼らとは同世代だったので、フライングも一緒に過ごす時間も多かったですね。トップの日本人には相談できなくても、私にはしてくれたりして、信頼関係も築けました。個人プレーでやれることであっても、仲間とともに乗り越えたい方がいい。それが私のスタイルです。」

ビジネスパーソンとしての長壁の転機になったのは、PR担当者として株主と真正面から向き合った時だ。「経理や財務、そして経営戦略について自分の言葉で説明する責任がある。そのことが、川崎汽船をより俯瞰し

陸上での貨物保管、 さらに加工作業まで担う

そのひとつの手段として、長壁が所属する自動車物流チームが取り組んでいるのが、陸上物流への進出だ。港から港へ、海上輸送を中心に事業展開をしてきた川崎汽船だが、その「前」とその「後」そして、現地で買生産された車輛の内陸輸送に至るまでの役割を果たすべく機能を拡充しているのだという。

「我々の取引先は国内外の自動車メーカー。元来完成車の状態で大型船に載せ、世界各地に輸送してしましました。これまで私は、自動車メーカーとの商談に始まり、船のスケジュール調整、積載台数の管理、船の投資処分計画の立案など、海運に関わるさまざまな業務を担ってきました。いま担当しているのは、船に載せる前の物流、陸揚げ後の物流、現地生産された貨物の物流、といった『陸運』の物流を事業として開発することなんです。」

たとえば自動車船でアジア各国に運ばれた完成車は、オーダーが入るまで、保管ヤードに保管される。そこでパーツを取り付けたり加工を加えたりして、現地のディーラーまで運ぶのだ。川崎汽船では「そこまで一貫通費で担うことで、取引先のニーズに応え、さらに地域社会に入り込もうとしている。グローバルを突き詰めるとローカルに立ち戻ると、そんな現象が起きているのだ」と長壁は語る。

一歩踏み出すために、 当事者意識は不可欠

だが一方で、このビジネスモデルを完成させようとするれば、世界各地に人材を配置しなくてはならない。陸上物流のノウハウ、組織経営のノウハウ、あらゆる面から

川崎汽船の存在意義は、 ローカルへの貢献にある

日本だけで完結するビジネスは、ますます減っていく。長壁にはそんな確信がある。大学3年生の頃、長壁は留学を予定していた。だから就職活動など口にしたなかった。ひょんなことで海運業界を知り、世界との接点のひとつとして川崎汽船は「アリかもれない」と思ったのだという。無垢な心で「世界の格差をなくしたい」と考えていた長壁は、海運業界に大きな可能性を感じたのだ。

「NPO・NGO、国連といった非営利な組織に身を置きながら、世界の格差を埋めていく仕事をした」と思っていました。けれど、ほとんどのNPOが資金調達に課題を抱える事実を知り、営利企業の川崎汽船の立場で取り組む意義とそのポテンシャルを感じました。「地域社会に貢献することの延長線に、そんな景色も広がっている気がします。2015年に国連で採択され



Company Information

世界をつなぐ架け橋になる

【事業内容】海上運送業、陸上運送業、航空運送業、海陸空通し運送業、港湾運送業等1919年の創業以来、海運会社として世界中のお客様の貨物を輸送してきました。300mを超える巨大な船を商売道具に、エネルギー資源から日用品までありとあらゆるモノを輸送することで、世界中の豊かな暮らしに貢献しています。我々の運ぶ貨物は、すべて国と国を結ぶ貿易物資です。ただ運ぶだけでなく、世界の動きに常に敏感になり、世界中の顧客・パートナー・仲間と共に、戦略的に船を運航する事が求められます。従業員一人ひとりが責任感を持ちより良いサービスを追求することで、世界各地の日常生活や経済活動に必要な不可欠なものを届け、世界中の生活・文化を支えています。今後もお客様・社会に必要な存在でありつづけるため、1世紀にわたる歴史を胸に「次の100年へ向けて」挑戦を続けていきます。そんな弊社の情報は下記二次元バーコードからご確認ください。

会社概要

社名/川崎汽船株式会社 英文社名/KAWASAKI KISEN KAISHA, LTD. 略称/"K"LINE
設立/1919年 資本金/754億5,764円(2020年3月現在) 代表者/明珍 幸一
本社所在地/〒100-8540 東京都千代田区内幸町二丁目1番1号(飯野ビルディング)

