アジア全域の物流ニーズに対応

インタビュー

SITCジャパン社長 呂 開献 氏

SITCコンテナラインズの日本法人SITCジャパンが今年、設立20周年を迎えた。日中間のコンテナサービスから始まり、現在はアジア展開を加速。「FOCUSアジア」をスローガンにアジア全域の日系顧客の物流ニーズに応えていく。呂開献社長にこれまでの20年間と今後の経営方針について聞いた。

（文中敬称略、聞き手・中村晃輔）

――これまでの20年間と今後の経営方針は。

呂　SITCジャパンは1995年にSITC初の海外法人として設立された。成長に合わせて人員を増強し、今では60人強のスタッフを抱える。少数精鋭で各々が自身の役割を果たしている非常に筋肉質な組織体となった。SITCは人を大事にする会社。業務量に応じた人員削減は行わず、これからも研修を重視し、じっくり育成することで長く勤めてもらうと同時に、顧客に対して価値を創造できる人材を増やす。また各人が能力を最大限に生かせる組織環境を作っていく。

これまでの20年間を振り返ると、順調に成長してきたと思う。ただ、今後もさらに成長していきたい。現在進めているアジア展開はまだまだ広げる余地がある。

――アジア展開の今後の戦略は。

呂　日系企業のアジア進出は今もなお活発だ。かつては日中航路がメーンだったが、今ではアジア域内の貨物取扱量が全体の半分以上を占める。SITCジャパンは顧客のニーズをくみ取り、三国間輸送も含めた日系顧客のアジア全域の物流ニーズに対応していく。

タイとベトナムには既に日本人駐在員を置いているが、営業面での効果は出ている。当社はSITC初の海外現法であるため、グループの海外展開の先頭に立って、アジア各国の現法を引っ張り、アジアの日系マーケット開拓を進める必要がある。出張や駐在員を通じて各国拠点と連携し、「チームSITCアジア」でサービスを強化していく。

日本側の組織としてもラインマスター制度を導入している。各国のトレード担当者を決め、責任を持って管轄させると同時に、日々情報共有を行っている。来年からはこれまで個人単位で置いていたラインマスターをチーム制へと規模を拡大し、チーム運営を意識して展開していきたい。

――SITCジャパンの今後のあるべき姿は。

呂　中国本社との連携も強化していく。SITCグループが掲げる「顧客志向」は日本の商習慣や経営思想に合わせたものであり、SITCジャパンから発信した。今後も日本側から本社に対して良い影響を与えられる組織でありたい。