



「お客様の商品を1つでも多く売るために何ができるかを常に考える」がダイワコーポレーションの経営方針だという



京浜港中核港湾の後背地に位置する超大型拠点、同社最大の倉庫面積

69,837m²を誇る横浜本牧営業所

17年12月には、宅配の再配達抑制に向け、新聞配達店の配送網の利用と受取拠点化を目指すベンチャー企業、ラストワンマイルソリューションに出資した。現在、宅配では15%が受取人不在などにより再配達となつており、受取拠点の多様化が求めら

「お客様の商品を1つでも多く売るために何ができるかを常に考える」がダイワコーポレーションの経営方針だとい

る。同社は1951年の設立で、東京湾岸部を中心に倉庫を配備。荷主や物流会社のニーズに合った倉庫を調達し、賃貸する「サブリース業」にも早くから進出した。有力荷主や大手3PL（サード・パーティ・ロジステイクス）との取引が拡大し、

現在の倉庫の所管面積は10年前の2倍の18万坪、売上高（2017年度）は2・4倍の144億円となりました。ダイワコーポレーションは、「宅配危機」をきっかけにドライバー不足への社会的関心が高まっているが、倉庫業も労働力不足の悩みを抱える。「人手不足や長時間労働は倉庫も同じです。庫内作業は派遣社員に頼らなければなりませんが、派遣料金はこの1、2年で2～3割上がっています。パ

ダイワコーポレーション

曾根和光
代表取締役社長

「第三の宅配」を育成、新たなソリューションも

れている中、曾根氏は同社の趣旨に賛同し、経営参画することとした。

インターネットやスマートフォンの普及により、若者を中心にして「新聞離れ」が進み、新聞配達の量は減少傾向にある。ラストワンマイルソリューションでは、新聞配達店の配送網を生かすことにより、新たなビジネス創出をサポートするとともに、都市部のインフラ機能として活性化を促進したい狙いがある。

新聞配達店では配達前に新聞にチラシを入れ込む作業がある。ダイワコーポレーションでは、ラストワンマイルソリューションへの出資を通じ、新聞配達店向けに独自の新聞折り込み用丁合機技術に強みを持つプレッシオ

一トの単価も上がっていますが、倉庫料金への転嫁は進んでいません」。

倉庫会社は倉庫から出荷される荷物の輸配送を運送会社に委託しており、昨年来の運賃の値上げは事業運営に大きなインパクトを与えている。同社では長年にわたり大手宅配会社と強固なパートナー関係を構築しており、価格の改定幅は最小限に抑えられているという。

「アマゾンが進出し、日本の宅配のインフラがパンクすることは予想できました」と曾根氏。

物をいかに届けるか」で、輸配流会社には求められている。つまり、倉庫業でも「運び」の提案ができないれば、荷主に頼られる存在になれないというわけだ。同社はこの点に早くから気付いて、14年3月には、都市部で自転車を使った格安宅配サービスを展開するエコ配に出資した。「第三の宅配」の育成に参画することで、将来的に倉庫業としての当社に必ず役に立つと考えました」と話す。

異業種とのネットワークでビジネスを創造

億円となっている。

同社が業界の認知度を高めたのが08年。横浜・新山下の港湾地区で大規模倉庫をSPC（特別目的会社）のスキームを活用して開発した。以降、有力なビジネス情報が次々寄せられるようになり、また、港湾荷役会社との連携体制が構築され、同社の強みとなっている。

倉庫業をコアビジネスとするダイワコーポレーションは、異業種とのネットワークによりサプライチェーンに新たな価値を創造する「物流クリエイター」

としての存在感を高めている。宅配関連ビジネスへの出資や

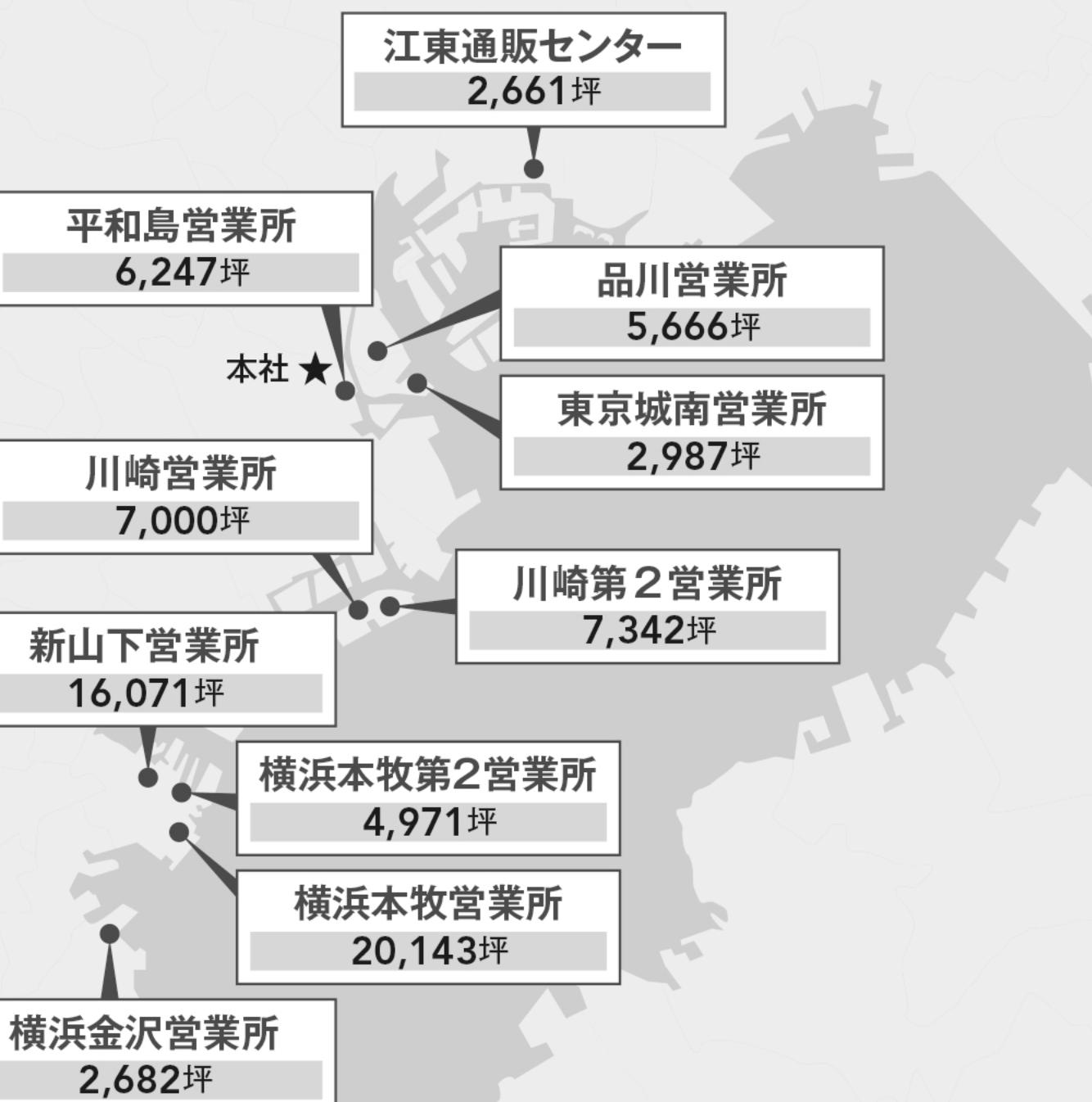
経営参画を通じ、ラストワンマイルの課題解決にも挑戦。サプライチェーンの中核を担う倉庫業から人とモノを「つなぐ」プラットフォームへ進化しつつある。

同社は1951年の設立で、東京湾岸部を中心に倉庫を配備。

有力荷主や物流会社のニーズに合った倉庫を調達し、賃貸する「サブリース業」にも早くから進出した。有力荷主や大手3PL（サード・パーティ・ロジステイクス）との取引が拡大し、

現在の倉庫の所管面積は10年前の2倍の18万坪、売上高（2017年度）は2・4倍の144億円となりました。ダイワコーポレーションは、「宅配危機」をきっかけにドライバー不足への社会的関心が高まっているが、倉庫業も労働力不足の悩みを抱える。「人手不足や長時間労働は倉庫も同じです。庫内作業は派遣社員に頼らなければなりませんが、派遣料金はこの1、2年で2～3割上がっています。パ

東京湾岸沿いに営業倉庫は10拠点展開



サプライチェーンに新たな価値

「当社は『背伸びする』ことを

心掛けてきました。チャレンジ

を繰り返すことが会社の成長につながっています」。こうした

企业文化が浸透し、モノを預か

る倉庫の枠を超えたソリューシ

ョン企業に成長を遂げた。

その成長のエンジンになつた

のが、「人とモノの真ん中に」という会社の企業理念に象徴され

る「つなぐ」力。モノが集まる

「当社は『背伸びする』ことを心掛けてきました。チャレンジを繰り返すことが会社の成長につながっています」。こうした企业文化が浸透し、モノを預か

る倉庫の枠を超えたソリューシ

ョン企業に成長を遂げた。

その成長のエンジンになつた

のが、「人とモノの真ん中に」と

いう会社の企業理念に象徴され

問い合わせ先
株式会社
ダイワコーポレーション

〒140-0013
東京都品川区南大井6-17-14
TEL:03-3763-4511
www.daiwacorporation.co.jp/

問合せ先
株式会社
ダイワコーポレーション
〒140-0013
東京都品川区南大井6-17-14
TEL:03-3763-4511
www.daiwacorporation.co.jp/
今後に注目が集まる。

