

『物流Weekly』連載原稿

「日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー」第2回

<タイトル>

「今なお続く地方物流企業の提案営業力不足」

<本文>

配送費削減を目的として結成されたT社の「物流改善プロジェクトチーム」。

我々が参画させていただき、物流体制全体の診断をさせていただいた。

その結果、様々な問題点が浮き彫りとなった。

やはり受注である。

T社では営業担当者が顧客から注文を取り、それを受注情報として工場に流す形となっている。前日十三時までに工場が受注した製品に関しては翌日の配送となる。その受注情報が工場に流れてくるのが遅かったり、十三時の受注締め切り時間後に、営業担当者が泣きつく形で受注してもらったりする形が多かったのである。

ひどいときには実に全体の一五%を占める受注がイレギュラー化してしまっていた。

この結果、工場の生産、加工ラインから製品があがってくる時間が遅くなる。

そして、集荷にきたドライバーに待ち時間が発生する。

物流企業は近隣の配送については四社が担当している。運賃体系はチャーターであり、日ノ二万五千元(仮)の定額であった。遠方については大手路線会社を使用していた。

近隣配送はドライバーによって地区ごとの担当を割り振り、日に二回から三回のピストン配送を行っている県と、近県といっても中距離にあたる群馬県、長野県、新潟県などについては一日一回配送を基本としていた。

中距離配送ドライバーにとって出発時間の遅延は、その後の配送業務を圧迫される形となるため、コースごとに出発時間を設けていた。この時間に遅れた製品については別便を走らせることになっていたのだ。これが大きく配送費を増大させる原因の一つだった。

次に近隣配送車両の積載率の低下から、問題点を発見した。

前述した原因についても一台で配送できる荷量を二台で配送しなければならなくなるため積載率は低下する。

さらに調べると近県の配送にも関わらず、時間指定の注文や、到着時間に厳しい顧客への配送を中心に大手路線会社に荷物を流していたのである。

生産側もそのような顧客に関してはなるべく路線便で出せるように、前日のうちの製品を完成させ、路線会社へ配送を依頼できるような体制になってしまっていた。

これでは、近県配送を請けている物流企業の積載率は低下してしまうのは当然である。

そして、路線会社に流れた分だけ配送費増として跳ね上がってしまう。

(次週に続く)