

『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3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>

物流診断の結果、支払い物流費増大の原因として挙げられたのは、まず受注であった。

営業担当から工場への受注データの送信が遅いために生産に遅れが生じる。これによって、出さなくてよい追加配送車両を出していた。

また、通常はチャーター便による納品先でも、時間指定や納品時間に厳しい顧客には、路線会社へ荷物を流していたのである。

これらの問題を改善し支払い物流コスト削減を達成すべく、T社営業部長J氏と配送を委託している四社の物流企業のうち、代表格であるZ物流のZ社長にプロジェクトに参加していただくことが決定した。

まずは、営業から工場への情報の伝達の悪さ、時間外受注に対しての改善を行うことにした。

これについてのミーティングで、営業部長J氏からこんな発言があった。

「いつも工場への受注連絡は早期に、発注締め切り時間に間に合わせるように、と指導してきたつもりだったのに、最大で一五%もイレギュラー受注を発生させていたとは...情けない」

しかし、これについては後で調べてみると、更に裏があった。

現場で働く営業担当者達はJ部長の言いつけを守り、時間を意識した発注を心がけていた。しかし、営業担当者と工場の間には、もうひとつの行程が隠されていたのである。それは営業事務担当者による伝票発行作業である。この伝票が、工場に出荷指示データとしてながされていたのだ。ここでの作業を営業担当者が加味していないことが多かった。また連絡漏れがあり、営業担当者の作業が遅れることもあった。これがそのまま、工場のイレギュラー受注につながっていたのである。

これについては、J部長から営業担当者、営業事務担当者に対して説明会が開かれた。まず、出荷までの全体業務フローの説明があり、出荷時間を早め、配送サービスを向上させるためには、自分達が何をしなければならないかを理解させた。

更に、営業担当者が出す発注依頼書を営業事務担当者に流すとともに、工場と配車担当者に、同じ情報を流すことが決定された。これによって全体が同じ情報に対して準備ができ、早期の作業開始ができる体制へ変更された。

次に着手すべきは、車両積載率の向上による配送車両の減便である。

配送コースを圧縮して減車を行うだけでは、物流企業にとっては売り上げの損失にしかない。両者がメリットを享受する形で改善を行わなければ、後々また、歪みが生じるのは目に見えている。これについて、Z物流Z社長から提案があった。

(次週に続く)