

---

『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』

“社長！それは違います！” 第109回

---

<タイトル>

「今年、物流業として何をやるべきか 」

<本文>

全4回シリーズの第3回目は「教育」をお伝えする。

「教育」はこの全4回の中でも最も重要な実施テーマと言える。

第1回でもお伝えしたように、企業側が理想とする人材はもう採れない。

その中で採用基準を一旦下げ、不足した能力を教育で補うという選択肢が有効である。

「教育」については「俺の背中についてこい」のO・J・T教育はもう時代遅れである。

「座学」「ロールプレイング」及び「ケーススタディ」そして「他社見学」の4つの構成によるバランスある体系的な教育が必要である。

また、教育のアフターフォローとして、組織の上下関係にあたらないうフォーマルな

「世話係」、要するに評価や利害関係のない相談相手を設けることも重要である。

一部の大手物流センターでは、トレーニングルームを設け、そこでピッキングなどの実地訓練を行うといった会社もある。

大手に勝つためには差別化のひとつとなる「教育」が重要である。

資金力、知名度、採用時の人材レベルなどでは中小は大手に勝てない。

また、どのクラスが教育を最も受けなければならないか。

それはセンター長、所長「候補者」とパートリーダーである。

なぜなら、既にセンター長・所長に就任している管理職は研修対象者とはなるが、研修を受けた後、「考え」と「行動」が大きく変わるのは将来のセンター長・所長である。

したがって、研修としての時間対効果、費用対効果も大きくなる。

既に就任している管理職は「今さらやり方を変えることはできない」とか「今までやってきた事を否定することになる」などといったプライドが邪魔をする場合がよくある。

また、一般のパートは、意識や働く目的が多種多様であることや、「そこまでの責任は重い」とか「ここまでやらなければお金がもらえないなら、他の職場を考える」といった人達が少なからず出てくる。

したがってパートはリーダークラスに絞り込む必要がある。

やはり現場力向上のためにも、荷主獲得のためにも、「教育」は不可欠である。

皆さんの会社の教育体制、プログラムの再点検を是非ともおすすめしたい。