

---

『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56回

---

<タイトル>

「繁忙期 真っ只中！」

<本文>

今年も年の瀬が近づき、物流業界も大きな繁忙期を迎える。

私の現場経験では、11月23日の勤労感謝の日が皮肉にも物量が一年で最も多い日と刻み込まれている。米国ではソニーのPS3や任天堂のWiiが発売され、X'Mas商戦への布石を打っている。景気好調の中、物流現場でも昨年以上の混乱が予測される。みなさんの物流現場では繁忙期に向けて準備ができているのだろうか。繁忙期対策、それは突き詰めると「人海戦術」と「臨機応変」の2つの戦略に絞られる。残念ながらこの時期だけはテクニカルなやり方はどんな高いノウハウを持っている物流会社でも通用しない。

まず1つは「旗振り」と言われる現場リーダーの存在。パート・アルバイトや派遣スタッフに的確な指示を出し、次の作業を伝える事が主な役割となる。センター長や所長がいくら優秀であってもその考えや優先順位、最終到達点などを理解した「旗振り」が不在もしくは役不足であれば現場は機能しない。

そしてもう1つは多能工スタッフか多能班グループの存在だ。彼らは1人又は1グループで最低3つのポジションやラインに対応することができる特殊部隊である。彼らは基本的にイレギュラーな業務、そして、業務パンク状態や応援が必要とされるポジションへサポートに回る。彼らの存在により、繁忙期中の休み、休憩時間の確保、波動の質的吸収が成される。

そして最後に重要なのがセンター長、所長の人繰り（人員計画）と車繰り（配車計画）である。基本的に繁忙期というのはどの会社も人と車が不足する。その中で自社に必要な人と車を確保するのだから、日頃の彼らの実力がはっきりと浮き上がる。日々の備車先とのコミュニケーション、外注先への最低売上ラインの維持、支払サイトなどである。また、同様にパート・アルバイトとのコミュニケーション、信賞必罰やインセンティブ、何と言っても最後は人間的魅力の有無である。「どうせ他の仕事でもきついんだから、同じきつさならあの人職場で働きたい」と思われるか否かである。

これらの3つの対処方法はすぐには養えないモノばかりである。

閑散期にどんな準備をしているのか、改善をしているのか、教育をしているのか、コミュニケーションを取っているかで繁忙期の運営が決まってしまうのである。次の閑散期にはしっかりこの点を理解し、繁忙期に耐え得る現場づくりを押し進めたいものである。

---