
『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94回

<タイトル>

「物流会社の運営指標」

<本文>

様々な物流会社を訪問したり、各地で講演などを行っている、自社の経営や運営数値について適正か否かを良く聞かれる。そこで、今回はそれらの質問に多く出る運営数値の目安をお伝えする。まずよく聞かれるのが「備車比率」、これはノンアセット型の3PL会社ではなく実運送を主とする会社であれば50%が目安である。これ以上の備車比率となると、配車ノウハウが蓄積されなかったり、取扱業へシフトしてしまう恐れがある。かと言って全て自社使で賄うことは赤字運営になったり、せっかくの受注チャンスを逃してしまう。また、経営者からの質問で多いのは「借入額」について。これはまさに生命線と言える指標だ。理想は売上の30%、やや多いがこれ以上の借り入れは止めたほうが良いというレベルが売上の50%、売上の50%以上の借入は危険水域に入ってしまう。また金利は2%台で調達しなければ返済が厳しい。その他では教育費の目安として売上の2~3%。教育が熱心な会社は一時的に売上の5%を計上していた会社も数社あった。また営業活動における経費としては、接待や、会社パンフレットの作成などが多く見られるが、今はもはやホームページの質とその情報量の多い会社に引き合いが偏っているのが実状である。これらにかかる広告宣伝費も、教育費同様に売上の2~3%確保したいところである。いずれにしても、経営者や管理職は運営の数値を把握し、目安を持っていなければならない。経営者、そして現場に共通して目安を持っておく必要があるのはやはり人件費であろう。センター運営を行っている会社では、非正社員比率を人員割合で75~90%に引き上げたい。そして会社全体の人件費としては売上の50%以下に抑えなければ、赤字となることが多い。今後必要となる指標として挙げられるのは、正社員・パートそれぞれの一人あたりの採用コスト、いわゆる募集にかかるコストである。

人手不足の時代において、この指標とその目安を設定すれば、
採用方法や募集媒体、採用までのプロセスや面接方法など見直しを迫られることになる。
皆様の会社、現場では「運営の指標、目安」を持っていますか。(トメ)