

---

『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95回

---

<タイトル>

「物流マンの“品格”」

<本文>

「物流マン」、それは残念ながら十分な教育を受けていない人たちが大半である。基礎教育も専門教育もしかりである。教育は必要であると感じながらも、トップの姿勢や業界のコスト構造の問題から、教育費の捻出が困難であること。本人の意識そのものにも起因しているであろう。

物流業界が価格競争に巻き込まれたり、「業者」として荷主から扱われたりする理由のひとつに、物流マンの「品格」の欠如がある。「物流マン」と「品格」？今までは相反する言葉であったが、これからはそうはいかない。物流業界を生き残り、可能な限り「パートナー」として荷主と付き合いしていくためには、この「品格」を備えていなければならない。

では、物流マンの「品格」とはどういったものがあるだろうか。日経新聞などの主要新聞には毎日目を通し、社会情勢の流れを理解する、荷主などの得意先で他社の悪口や自社の不満を漏らさない、「うちに来ないか」の言葉に軽々しくのらない、あいさつやビジネスマナーを修得する、「物流」に関する相談や質問には答えられる。もし答えられない場合はそれを持ち帰り、必ず何らかの回答を行う、得意先や同業者などからの宿題（見積り書の提出、提案書の提出など）は、徹夜をしても十日以内に対応する、（物流の）プロ意識を常に持つように心がけている、得意先の要望、要請と現場の対応力を会社の利益に働くよう調整できる、問題解決の「引き出し」を多く持っている、多くの事例を持ち、自分が井の中の蛙にならによう努力している、部下とコミュニケーションをとることが上手でなくても、そのための努力をしている、「現場はショールームである」との認識の上、あいさつや5Sを重んじ、その実施に力を入れている、仕事を獲得する方法で「価格」（値下げ）以外の方法を知っており、それを実践したことがある、「物流」の仕事が好きである（好きになった）？などが、最低限備えてもらいたい事柄である。

しかし「品格」は取り繕ったり、真似できるものではない。それは何と云っても、実践と多くの経験による百戦錬磨の「たくましさ」の上に備えられるものであろうと私は思うのである。（トメ）

---