

『ロジスティクス クロニクル』連載原稿
「物流コンサルタント養成塾」第1回

<タイトル> 荷主企業と物流企業の温度差(1)

<本文>

荷主企業が存続をかけ、CS(顧客満足)促進、SCM(サプライチェーンマネジメント)、3PL(サードパーティロジスティクス)、物流部門の外注化(アウトソーシング)等のIT(情報技術)を活用する戦略推進を始めており、今後も在庫削減、物流合理化や情報の共有化等のIT化は推進されていくと思われる。IT化が遅れていた物流業界も否応無しに対応せざるを得なくなってきたが、荷主企業の要請に対応するためだけにオンライン等のIT化を進めても、逆にコスト負担増となる場合や、思うように業務が効率化しないという場合も数多くある。

また、荷主企業の商品生産拠点の中国移転化、自動車NOx・PM法等法的規制強化等、今後も厳しい周辺環境の中にある物流企業は、従来の商品の保管、輸配送、梱包、流通加工等の物流工程をこなすだけでは生き残れなくなっている。自社独自の新たな付加価値と、物流のプロとして荷主企業にメリットのある「提案」ができることが求められる。物流企業がレベルアップしなければ、荷主企業にとって「厳しい時代を共に勝ち残る」戦略的パートナーとはなりえず、戦略的共存は成立しえない。

荷主企業との戦略的共存が成功しない原因は、お互いのビジネスや業務プロセス等に対する意識、知識、情報、相互関係の在りかたについてのズレ、即ち「温度差」を埋められないことにある場合が多い。両者のこの関係には、荷主企業の物流戦略構築・遂行が、荷主企業中心の計画立案、業務遂行となっていることに一つの問題があるのではないだろうか。

物流は商品を供給者(荷主企業)から需要者、消費者へ運ぶ過程である。その過程を担う物流企業が荷主企業の戦略に深く参画することは、精度の高いサプライチェーン構築、Win-Winの関係構築には必要不可欠であるが、荷主企業とそのようなパートナーシップを築いている物流企業は、残念ながら少数と言わざるをえない。

そこで今回「物流コンサルタント養成塾」と題し、多くの物流現場を見てきたコンサルタントの立場から、特に中小の物流企業の経営者、管理者に向け「物流現場改善策」「情報収集の方法」「営業、提案スキル」等をお伝えしたい。ここから自社の弱点、改善策を見出し、荷主企業との共存のきっかけを掴んでいただければ幸いである。

第1回は、先に述べた荷主企業と物流企業の「温度差」について考えてみる。

荷主企業から見た物流企業

- ・ 言葉が通じない
- ・ 物流品質の管理方法が確立していない
- ・ 指示を仰ぐだけで、物流業務の改善提案がない
- ・ なにができる、どのような物流会社があるのかわからない
- ・ コスト構造がわからない

物流企業から見た荷主企業

- ・ 業界用語等わからない言葉が多い

- ・ 「早く」「確実な」配送はできて当然だと思っている
- ・ 物流コスト削減に支払運賃削減のみを考える
- ・ 荷主企業全体の荷物の動きがわからない

上記は荷主企業と物流企業が「お互いをどのように見ているか」の代表的な意見である。ここに大きな「温度差」があることが見て取れる。一見大きな温度差があるようではあるが、これらのほとんどは情報の共有化を進めることで埋めることができる。

情報の共有化を進め、「温度差」の無い戦略的パートナーシップを構築し、結果、双方の利益につなげることが物流企業の生き残る重要なポイントとなるであろう。

現在EOS（電子補充発注システム）等の、オンライン化が進んでいることは先にも述べたが、中小荷主企業にはあまり浸透していないのが現状である。荷主企業のオンライン化には、荷主企業の得意先からの要請に対応、荷主企業内の業務効率化、の2方向からの取組みがあるが、特に の場合、投資対効果の面で導入を躊躇する中小の荷主企業が多い。

一方物流企業から見る荷主企業のオンライン化は、入力・処理業務の代行、荷主企業への自社インフラの提供、システム対応力のアピール、が可能となる。対応できる物流企業にとっては、他社との差別化や荷主の囲い込みを行なうチャンスとなる。 は荷主企業にとってもコストダウンメリットがあり、物流企業がそのメリットを伝え、コーディネートしていくという営業戦略は十分可能といえる。

また、システム対応以外にも、荷主企業に深く入り込むことはできる。物流業務以外の受注業務、値札貼り作業等の「前行程」、配達先での組立て、据えつけ、メンテナンス、回収等の「後行程」をサポートすることで、物流を効率化し、双方の繁栄につなげることができる。

前述の方法だけが「温度差」を埋める方法ではない。特別なことをしなくても、気持ちの良い挨拶や、整備された車輛という基本を大切にすることで、良い情報を得たり、パートナーとして高い評価が得られることもある。

現在の業務を見直し、荷主企業との「温度差」を埋めることから、生き残りをかけた戦いへの情報を探してみたいかがであろうか。

以上