

# 「物流を現場から変えるプロを育成」

INTERVIEW



**青木 正一さん**  
株式会社日本ロジファクトリー  
〈代表取締役社長〉

(株)日本ロジファクトリー (NLF) のコンセプトは、「荷主企業と物流企業の温度差をなくす“物流バンク”」。物流業界で働いた経験を持ち、今も現場主義で物流改善に取り組む青木正一社長の思いと実感がこもったコンセプトだ。今春から、物流のプロを育てる学校の運営にも乗り出す社長にお話をうかがった。

## きっかけはアルバイト

20歳の時から自分で事業をしたいと考えていた私は、学生時代に佐川急便でアルバイトをして資金を貯め、卒業後は船井総合研究所にお世話になり、経営の勉強をさせてもらいました。船井総研で3年たったころ、何か専門分野を持たなければと考え、思いついたのが物流のコンサルティング。社内で「トラックチーム」を立ち上げ、4年ほどやらせてもらった後に、独立したというのが会社設立までの経緯です。

起業を志してから会社を設立するまで、物流に限らず色々なビジネスプランを考えました。でも、やはり自分には物流の現場感覚があるし、改善すべき点が多い業界だし、苦勞している物流企業をたくさん見ていたので、自分が役に立てるのは、物流改善だと思ったのです。

あおき しょういち

1964年生まれ。京都産業大学経済学部卒業。学生時代に数々のベンチャービジネスを行い、卒業後、ドライバーとして大阪佐川急便入社。1989年船井総合研究所入社。1996年日本ロジファクトリーを設立。物流実務コンサルティングなどを手がけ、最近「物流再生」に力を入れている。著書：「経営のテコ入れは物流改善から」など。

## 物流のどこを改善するのか

物流改善といっても、荷主企業側の改善と物流企業側の改善の2通りが考えられます。よく行われているのは、荷主企業の物流部門の改善です。製造や管理、営業などの部門で合理化を行ったのと同様に物流部門でも改善を図るわけです。

しかし残念ながら、荷主企業に物流業界の全体像を理解している人はほとんどいません。物流部門は荷主企業にとって花形部署ではなく、2～3年で異動していくことも珍しくありません。短い任期で成果を出すために、外部物流コストを下げようとすることが多い。取引している物流企業を変えたり、値下げを要求したりするわけですね。

けれど、燃料も高騰していますし、物流企業側の値下げはもう限界です。私たちが荷主企業に提案しているのは、物流コストの全体像を見てくださいということです。荷主企業の社員が倉庫で荷物を探したり、梱包したりする作業も物流コストです。これを外注したらどうか。メーカーから小売まで物が動いていく過程で、何度も商品を数えたり、チェックしていることがよくあります。ITを使ってこれを1回で済ますことができないか。

また、物流コストというと自分が「出す」ときのコストだけを考えますが、「入れる」ときにも物流を使っています。そのコストは仕入れ価格に合算されて見えなくなっている。同じ物流企業を使って、同じトラックで入荷と出荷を行ったら、どれほどコストを削減できるかという発想ができるはずなんです。

## 物流を現場から変革したい

当社の顧客は荷主企業、物流企業が半々なんです。これまで、物流企業の改善はあまり行われていませんでした。日本には55,000社ほど物流企業がありますが、家族経営に近い小さな会社も多く、古くからお付き合いで仕事をしていたりすると、「営業」をほとんどしたことがないということも珍しくありません。最近少なくなりましたが、当初は、会社案内やDMの作り方から始めるケースも多かったんです。