

1997年10月21日(火) 日経流通新聞 超物流 アウトソーシングで勝負
業務改善を一括請負 専門会社、中堅 中小に的

伝票の書き方から

アウトソーシング(外部委託)を専門に請け負う物流ベンチャー企業が登場した。荷主企業から依頼を受け、コンサルティングから、最適な運送業者の手配までを一貫して手掛ける。物流改革で大企業に出遅れ、火急のコストダウンに迫られる中堅・中小企業は、そのための担当者を置くこともできない厳しい状況。同社は、ベンチャーの機動力を生かし、そうした中堅・中小の物流合理化を支援している。

物流アウトソーシング専門会社、日本ロジファクトリー(大阪市、青木正一社長)は昨年7月に誕生したばかり。青木社長(32)は大学卒業後、大阪佐川急便にドライバーとして入社。89年に船井総合研究所に移り、物流分野の調査・コンサルティングを担当した。社員はまだ7人だが、いずれも過去に運送や倉庫の現場での経験を積んでいる。

青木社長は新会社設立の動機を「物流業務の改善は単にコンサルティングをするだけではだめ。もちろん配送業務を請け負うだけでもだめ。実際に物流を担いながら、会社の仕組み全体を改善していく必要があると考えた」と話す。

例えば、北陸を地盤とする酒類卸の日本海酒販(富山県高岡市)では、事務部門の電話の受け答えや伝票の書き方から業務の改善に取り組んだ。誤配の約9割は注文の聞き間違い、伝票の書き間違いの段階で発生する(青木氏)からだ。情報システム化が進んだ全国卸ではオンラインのEOS(補充発注システム)の普及が進むが、地方の中堅企業では全く違ったノウハウが必要になる。

さらに、受注時間を明確にするなど業務の改善を続ける予定だ。中堅・中小卸では取引先の都合に合わせて無理な時間まで注文を受け、結果として配送時間が遅れるなど非効率的な面が出ることもあるからだ。「倉庫や車両などハードによるコストダウンはもう限界」、どこまでソフト面でシステムを改善できるかが効率化のカギを握るのだ。

最適の業者に委託

日本ロジファクトリーの強みは各地の輸送業者数百社と結んだネットワーク。業務の改善と同時に、地域で荷主に最適と思われる業者に物流を委託する。「単に事業を仲介するだけでは、効率改善につながらない」(青木社長)のだ。その結果、日本海酒販の場合、物流コストは現段階で従来より1割程度下がっているという。

物流改革が会社の生き残りのカギを握るほどの重要な経営課題になっているのは、売上高100億 - 200億円の荷主企業と、車両台数50 - 150台規模の地域の中堅運送会社だ。セミナーなどを開催すると小売りチェーンや中堅卸も多々押し掛ける。こうした企業では大規模な情報化投資ができず、物流専門家を育てることも難しいため、アウトソーシングの必要性が高まっている。

物流合理化を目指す動機も、従業員の高齢化が進んで人手不足するタイプから、急成長でチェーン展開し、物流整備が追いつかないところまで様々。輸送業者も「配送先で取り付け作業ができる」「注文シートの持ち帰りが請け負える」など独自性を打ち出すことが必要。同社の売上高はまだ3億円(98年3月期見通し)と少ないが、「手ごたえは十分感じている」(青木社長)という。

トップの意識がカギ

物流改革は物流部門にとどまらず、全社的な業務改善が必要。人員の配置転換に発展すれば、社内であつれきが生じる場合もある。効果の大きいアウトソーシングができるかどうかは「トップ自らの改革の意志にかかっている」と青木社長は話す。