

---

『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156回

---

<タイトル>

「不況を言い訳にしない」

<本文>

「不況を言い訳にしない」。今のこのご時世でこの言葉を受け入れることはそう簡単なことではないであろう。しかし、いつまでも不況を言い訳にしても状況が良くなることはあり得ない。

昨年の9月15日のリーマン破綻から世界中で景気にブレーキがかかった。あれから約4ヶ月、物量の減少が続き、倒産する物流会社も増加の一途を辿っている。しかし、倒産した物流会社の面ぶれを見ると、この不況に突入する前から経営が危ぶまれていたところも多い。今回の不況がとどめをさした格好である。

中・長期的な視野を持ち、人材の育成に力を入れ、営業活動を体系的かつ継続してきた会社、日頃から銀行との関係を良好に保っていた会社は、いったん売上を落としたものの挽回に転じている。多くの物流会社が苦境に立たされているなかで、これらの事柄に対して十分な策を講じてこなかったことを反省しなければならない。挽回に転じている会社にとっても、特に2009年は厳しい年になると倒産の危機が拭えない。

しかし、そのなかでも、景気にブレーキがかかってすぐに崩れてしまう会社、耐え凌ぐ会社、挽回し、攻めに転じる会社がある。その違いは明らかに「蓄え」である。それは財務力のみを示しているのではない。ここ一番、会社が苦境に立たされた時に、一丸となって知恵を出し、現場を引っ張っていく、まとめていくことのできる人材を育ててきたのかという「教育の蓄え」、現場改善やコストダウンを日頃から心がけ、ムダをなくすことに注力してきたのかという「ノウハウの蓄え」、冬の賞与が出ない、給料カットとなっても会社に残って少しでも貢献したいという会社と社員との「信頼の蓄え」である。毎月、毎月のその場凌ぎ、一過性の経営を行っていた会社はこれらの「蓄え」は残念ながら残されていない。

今回のこの大ピンチを糧に経営のあり方を見直すことが必要である。もちろん、今、そんな余裕がないというのも当然だが、事態が収拾して落ち着けば、この反省と共にこれらに取りかかってもらいたい。その段階に来れば、もうすでに生き残り組に入っていると云えるのではないだろうか。

---