

『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」第3回

<タイトル> 「強みの認識」複雑な業務に対応する

<本文>

B社経営陣に対するプレゼンはA運輸の社員だけで行うことになった。

他社の場合、弊社が依頼主企業の名刺を持ち、その社員としてプレゼンを行うこともあるが、A運輸の場合、「自社で行う」ということであったため、弊社とA運輸との契約は資料作成が終了した時点で完了となった。

その後、A運輸の担当者から弊社に連絡が入った。B社へのプレゼンが終わり、「内容もかなりの評価を得られた」とのことであった。

B社の経営陣は「自社の物流がどのような体制になっているか」を全く把握しておらず、そのため、現状を説明することで「複雑な業務に対応してもらっている」という認識をA運輸に対して持ったようである。

また、C運輸をはじめ、他の物流企業では業務がスムーズに行われるまでに時間がかかり、「最悪の場合、番組が制作できなくなることも考えられる」と認識したようで、「A運輸以外の物流企業への変更は検討しない」ことも口頭レベルではあるが、内諾を得たとのことであった。

A運輸から弊社への依頼事項の1つである『口座を守る』については目的を達成できたが、もう一つの目的である『値下げを回避する』については、B社から「A運輸のことは評価しているが、コスト削減は避けて通れない。何としてもお願いしたい」と要請されたため、A運輸としても納得した上で「飲まざるを得ない」とのことであった。よって、結果的には依頼事項の1つである「値下げの回避」は達成できなかった。

しかし、その後、A運輸の役員と話をする機会があり、B社に対する資料作成で、当初予想してなかった効果が出ていることを告げられた。

(次週に続く)