

『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」最終回

<タイトル> 「強みの認識」当たり前前の業務を再認識

<本文>

予想されなかった効果とは、B社の業務に携わっている『A運輸のドライバー及び現場作業員のモチベーションの上昇』である。普段特に意識することなく行っている業務でも、第三者から見れば「すごいノウハウ」ということは、よくある話である。A運輸でも同じことが言えた。

A運輸、特に現場担当者にとっては「当たり前のこと」を行っているに過ぎない日常業務を弊社が資料としてまとめたことで、他社では対応できない「当たり前ではない」業務を弊社が資料としてまとめたことで、他社では対応できない「当たり前ではない」業務であることが認識できたという。結果現場担当者の仕事に対するモチベーションが上がっており、それが社内的にも良い影響を及ぼしているとのことであった。

また、A運輸の経営陣も自社のノウハウについて再認識することが出来たという。その結果、今まで会社案内には記載していなかったB社の業務をA運輸の強みとして掲載する。B社以外の番組制作会社に対する営業活動の推進を検討しているとのことであった。

B社の値下げ要求を回避することが出来なかったため、後ろめたい気持でA運輸の役員にお会いしたが、予想しなかった効果を説明頂き、お礼まで頂けた。「うちには強みが無い」という話をよく耳にするが、それは強みがないのではなく、強みを認識することが出来ないだけではないか。

どんな企業にも強みはあるはずであるし、これが無ければ今まで存続することは出来なかったはずである。逆に言えば、現在、存続しているということは、何かしらの強みがあるということである。これらについては経営者が率先して認識していくべきであり、社員が実感することで、強い提案力に繋がっていくのである。

(強みの認識 了)