

『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> 「拠点間のノウハウ共有化で企業体質を改善」荷主からノウハウを吸収する

<本文>

唯一の不採算拠点であった神奈川センターにも、各拠点での改善事例などを参考に、ロケーション設定に着手するなど良い兆候が現れてきた。

プロジェクトチームとしての活動は、ロケーションを設定する際に作業動線を短くするための方策として商品別に出荷頻度ABC分析を行い、それに基づいたロケーション案を提示した程度となった。

その他はセンター長を中心とした現場社員達の手によって、各人の考え方をぶつけ合いながら自分達のセンターを構築していった。

結果、作業時間を大幅に短縮することができた。さらに、現場で作業を管理している社員によって、適正人員数を割り出しながら作業管理を実施することで人件費削減にも成功した。プロジェクト開始から9ヶ月が過ぎ、神奈川センターは全社で唯一の不採算拠点から脱出することができた。プロジェクトチームは改善の道しるべをつけることができ、実務改善の中心はセンター長を中心とした現場社員となった。彼らには「自分達が改善したんだ」という強い意識と成功体験を持ってもらうことができた。

改善開始から1年後に神奈川センターを訪れると、大きな声で挨拶が飛んで来て、パート・アルバイトを含め全体の意識が向上していることを実感することができた。これならいつ誰が来ても恥ずかしくない物流センターであると強く感じることもできた。

そして、この現場意識の向上は荷主の信頼を得ることに繋がり、今後もG物流は売り上げを伸ばしていける企業になっていくであろうと確信できた。

昨今では、荷主企業の物流業務が請け負うケースが増加している。物流企業も荷主の要望に応えようと必死になって対応してきた結果、気がつけば規模が大きくなり拠点数も増大した。しかし、その場しのぎで対応してきたためノウハウ、意識管理までもが拠点ごと、部署ごとに分散してしまっている企業も多いのではないだろうか。

荷主から物流業務を請け負うことは、荷主の物流ノウハウを吸収するチャンスとも捉えることができる。これらを会社で共有化することで、自社のオリジナルノウハウに成長させられることもでき、今後もさらに厳しい競争を勝ち残っていける物流企業に成り得るのだと私は考える。

( 拠点間のノウハウ共有化で企業体質を改善 了 )