

『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1回

<タイトル> 「物流改善は全社テーマ」日々の業務に追われ...

<本文>

A社は年商約20億円で、生鮮野菜や果物を扱う卸売業。K社長は一代でA社を築き上げた、いわゆる「やり手」の社長である。数年前までは、業績もかなりの右肩上がりであった。当時、ある市場では、入荷されて来る野菜や果物はまずA社が選び、その後、残った商品を他の卸売業者が選んでいたという。

そんなA社でも景気の後退、特に、量販店の業績悪化は経営に大きな影響を及ぼしてきた。なぜなら、同社は売上の80%以上を量販店に依存してきたからである（残り20%弱は外食チェーン店）。

売り上げが伸び悩んでくると、どの企業でも経費の削減に注力してくる。A社も例外ではなかった。弊社にK社長から連絡が入ったのは、その様な時である。

K社長が言うには、「今まで自社内で独自の改善は行ってきたが、思うようにコスト削減が進んでいない。このまま自社で改善を行うより、専門家の意見を取り入れたい」とのことであった。K社長が把握していたA社の物流に関する問題点は次の通りである。

量販店、外食店ともに店着時間が午前5 - 8時に集中しているため、作業場がかなり混雑し、非効率になっている

同時店着が前提となっている量販店が多く、車両の回転率が上がっていない

小分けピッキングを人海戦術で行っているため、多くの人件費がかかってしまっている。

K社長からの依頼を受けた翌早朝、実際に現場調査を行った。K社長が言われているような問題点を確認することはできたが、その他にもいくつかの問題点が見つげられた。

それらは、入出荷の際、商品の品質をチェックしていない 商品を保管している冷蔵庫にはロケーションがない 現場の責任を含め、全従業員が作業員になってしまっている、であった。

私が確認した問題点とK社長が認識している問題点の両方を、現場の責任者であるS所長に「なぜこのようになっているのか」と質問してところ、「改善しなければという気持はあるのだが、つい日々の業務に追われてしまっている」との返答であった。

（次週に続く）