

『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>

「物流改善は個々の力の結集」現場の観察視点

<本文>

〇社は年商六十億円の3PL企業である。小売業（ディスカウントストア）の一物流センターを手がけている。今回の話は、この物流センターを舞台に、物流改善のケース・スタディーをご紹介したい。

私が〇社を訪れたのは、昨年のことである。依頼内容は、『物流費が高騰し、利益を出しづらくなってきており、その改善にどこから手をつけて良いか分からない』といった内容であった。そのため、まずは現場視察に行ったのである。

物流センターは、延べ床面積一千坪、ドックは十三基あり二階建ての倉庫であった。まず、倉庫に入るなり私は、十分ほどセンターで働く人々の作業風景を観察し、現場の雰囲気を感じ、すぐにこのセンターの問題点が何であるかを理解した。以下に、私の観察視点を列記する。

挨拶をこちらからかけても返事がない。

入室者に対する警戒感もまるでない。

列をなして物流センターの周りを取り囲んでいる入荷商品を載せたトラック。

午前中という繁忙時間帯にも関わらず、皆一様にガラガラと作業を行っている。

作業指示が全くなく、フロア管理者である社員が各自で忙しそうに走り回っている。

山積みになった入庫商品と出荷のために、ピックされた商品が混載している。

以上が私の観察視点である。この段階では、まだ本格的な現場視察は行ってない。しかし、往々にして物流センターの入り口（入庫）・出口（出庫）を見ればおよそ、そのセンターの問題点や概要が見えてくるものである。読者の方も他社の物流センターの視察をできる環境にあれば、そのセンターに入室した時のファーストインプレッションを大切にしていきたい。そのセンターにはそのセンターの『持ち味』がある。別の例を言えば、友達の家を招かれた際に、その友人宅の独特の雰囲気を感じたことはないだろうか。なければ、是非その感性を磨いていきたい。言わずとも語りかけてくる一種独特の雰囲気が出ているものである。感覚でモノを言うのは好きなたちではないのだが、私の経験上、それはどのセンターにも当てはまっている。読者の方も、

得意先に提案を行うことがあると思うが、ファーストインプレッションをもとに、自分なりに得意先の問題点に対する仮説を立て、それに基づいて現場視察を行うと、あながち問題点の仮説は外れていないものである。

本題に戻るが、私が十分不足で見た現場の観察視点を元に読者の方にこの〇社の問題点を考えて頂きたい。

私の考えた問題点(= 仮説)は次週にて紹介する。

(次週に続く)