

『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>

「物流コンペティションのススメ」物流コンペティションの選考とは・・・

<本文>

今回は、前回の物流コンペ開催要項作成以降の流れを述べる。

T部長と共に参加物流企業の選出を行った。大手から中小企業まで総勢11社に上り、物流コンペの説明会を実施した。一通りの流れを開催要項に沿って説明し、質疑応答時には、各社から活発な意見が出された。

説明会から2週間後を期限に各社に提案書とコストシミュレーションの提出をお願いした。2週間後9社から提出された。残り2社のうち、1社は「自社の対応力に不安があり、C社に迷惑をかけてしまう懸念がある」という理由で辞退した。もう1社は、提出期限の2日過ぎに提出された。提出が遅れた理由については、提出日を間違っていたとのことであった。当然のことながら、その提案書は我々に読まれることなく1次選考対象外となった。

さて、提出期限内に提出した9社について、T部長とこのプロジェクトの推進メンバー2人、そして私の合計4人で、提出された提案書とコストシミュレーションの内容を精査・検証した。2次選考に残すのは、2~3社と決めていたが、選考には然程時間は必要なかった。なぜなら、我々4人全員、通過企業の意見が一致していたからである。

通過した企業のいずれも提案力とコスト対応力が他社と比べ優れており、何よりもその企業独自の強みが明示されており、その強みがC社にとってメリットのある内容であったからである。

主催者側から求められている内容(前号記載の選考基準)以外の“サプライズ”を盛り込むことが選考に残る為の重要なファクターである。

ここでいう“サプライズ”とは、当然主催者側にメリットがあり、自社の強みでもあるということが重要である。なぜなら、提案しただけの“サプライズ”は、後に通過企業の現場視察をした時にすぐに見破られてしまい、次からはコンペにすら呼んでもらえなくなってしまう。

本題に戻るが、2次選考に通過した3社を対象に現場視察とプレゼンテーションを行って頂いた。現場視察時の着眼点としては、提案内容と実際の現場がリンクしているか、また訪問者への現場の応対力、物流品質等である。

コンペティターからのプレゼンテーションでは、再度提案内容の確認と取り組み姿勢等が着眼点である。

そして、3社から1社へと採用企業の選考が始まった。4人の意見は、A社・M社・Y社のうちA社かY社の2つに分かれた。A社は、コスト対応力と取り組み姿勢がその評価理由であり、Y社は、現場改善力とサプライズの内容が評価された理由であった。そこで、T部長と私とで協議することになり、T部長と私は最終的にY社に決定した。決定した理由としては、コスト削減ありきでは、品質が低下してしまい、C社の将来的な物流戦略(物流業務の拡大 B to Cへの取り組み)に対して疑問が残る点とY社の現場改善力が他社に比べ群を抜いており、しかもサプライズが的を得ていたからである。次号には、物流コンペティションの締めくくりとして、Y社によるTC-型物流センター稼働の様態を述べる。

(次週に続く)