

---

『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』

“社長！それは違います！” 第110回

---

<タイトル>

「今年、物流業として何をやるべきか」

<本文>

第4回シリーズの最終回となる今回は、「経営全般」「その他」のテーマでお伝えしていきたい。

第1回でお伝えしたように今後の物流業、特に運送業の経営環境はいっそう厳しくなる。

本業である「走る」業務比率が高い会社ほど苦戦を強いられるのは何とももどかしい限りである。

ではどんな物流会社が生き残っていくのであろう。

将来生き残る物流会社の像や条件を以下に列挙していきたい。

経営者は決算書のみならず、日々の業績や損益をチェックし、具体的な対策を現場に伝えることができる。

月次損益は締日から7日後には暫定レベルの損益がわかる。

倉庫業を除く物流会社の借入金売り上げの30%、最大で50%未満に収まっている。

パートを含む社員の評価制度、人事考課制度を整備している。

経営者自身、朝早く出勤し、幹部との打ち合わせや指示を実践している。

会議内容が機能的になっており、「報告」会議ではなく「対策」会議となっている。

年商10億円未満の会社では最大荷主の売り上げが全体の30%以内に止まっている。

運賃・料金の値上げ交渉を1勝2敗の確率で押し進めている（値上げ幅が未達でも了承が得られれば「勝ち」）。

センター長、所長クラスの社内ローテーションが3～5年周期で成されており、他の現場についても理解できている。

営業と現場管理者に対する体系的、継続的教育体制が作られており、それを実践している。

現場があいさつ、5Sが徹底した「ショールーム」になっている

荷主に対する情報収集を断片的、一時的な内容とならず、定期的な物流会議などの場で相手の状況を掌握し、当方の状況も伝える場を設けている。

「走る」いわゆる輸配送業務以外に、保管・流通加工・センター運営・システム業務などのサービスを提供している。

現場社員、パート・アルバイトは多能工化が成されており、少数精鋭の体制ができている。

---

荷主の要望の有無に関わらず、現場での「生産性」と「品質」が見える現場管理指標を導入し、それに対して目標設定を行っている。などである。皆さんの会社の状況に応じて、このようなあるべき条件、項目はもっと増えるであろう。

まずは上の15テーマに対して が7つ以下の会社は改革を急がなければならないであろう。