

---

『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149回

---

<タイトル>

「大不況時代の生き残り戦略」

<本文>

世界不況がここまで広がると、「生き残った者勝ち」の総力戦になり、またそれは持久戦とも神経戦とも言える戦いになるであろう。その中で、物流業の経営は「メンツ」より「中身」を取るというシフトチェンジが必要である。生き残るためには減車をすることもOKであるし、借りている倉庫を返すこと、土地を売ることも全て得策である。

明日を凌ぐことができなければ将来がないことは、はっきりしている。経営状況が芳しくない会社、資金繰りが悪化している会社、売上が大幅にダウンしている会社ほど、最も効果のある方法に着手していない。その多くはしがらみやメンツ、風評などの無形の圧力に負けてしまっているのである。その点、創業経営者のほうが二代目、三代目社長よりも割り切りが早く、立ち直りも早い。もともと裸一貫で立ち上げてきたのだから「失うものは何も無い」と言った具合である。

このように余っているモノ、余らしているモノ、価値を何も産まないモノは今の時代、処分することも重要である。会社そのものの「5S」(整理・整頓・清掃・清潔・躰)と「棚卸し」を今の間にはやってしまうのである。そして持久戦に耐えたあかつきには、そのことが必ず次のリベンジに大きな力を及ぼすに違いない。

不採算ルート、遊休倉庫、空車が続くトラックを、「いつかは」「なんとか」「もしかして」などと自分に言い聞かせてムダを放置していないだろうか。やはり早期治療が会社の健康にも一番であり、「今の負けを素直に認め、明日の勝ちを得る」という会社の現状を正面から受け止めるスタンスと、無形の圧力に負けない思い切ったシフトチェンジが求められているように思うのである。