

『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34回

<タイトル>

「同じ事を10回言えるか」

<本文>

物流業界における管理職の業務は重責である。人の命と商品を預かり、社会経済の基盤を支える物流業界。

それとは裏腹に、現場運営が厳しいことは、みなさん周知の通りである。昔、ある金融関係のシンクタンクが「物流業界の組織力において、現場や末端社員に伝わるには、他の業界に比べて六倍のエネルギーが必要」と伝えていた。

どんなデータを基に、どんな分析を行ったかは定かではないが、私は的を射た数字であると思う。

基礎教育を受けるチャンスがなかったり、その教育が嫌で、この業界に入ったなど、十分な教育を受けたスタッフが少ないのが実情である。

また、ドライバーは外に出て行くことで業務を遂行し、営業所やセンター、車庫など、本社から物理的に離れたところで業務が進められることも多い。これらの二点が現場浸透にエネルギーがかかる大きな原因である。

そこで、管理職はどのような管理、指導を行っていかなければならないか。

それは「同じことを十回言い続ける」という根気である。そして、方法とタイミングがポイントである。

口頭で伝わらなければ、時には文書、張り紙、日報、ショートミーティング（対話）など、その状況に応じて方法を変えなければならない。

また、重要なのはタイミングである。つつい管理側は「まとめて」伝えようとしてしまうが、その苦勞を惜しんではならない。

朝礼、終礼、昼食時など一日数回に分けて伝達を行っている物流会社も多い。

また、業務終了後の担当者に疲れや集中力不足などが見られる時は、何を言っても「馬の耳に念仏」状態になる。

同じことを十回伝えるという根気だけではなく、その伝達方法を状況に応じて工夫し、タイミングも当方の都合ではなく、聞く側の状況を配慮する。ときにはマンツーマンでの「会話」ではなく「対話」も効果的である。根気こそ現場管理者の必要条件である。