

---

『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64回

---

<タイトル>

「ユニフォームで会社が診える」

<本文>

物流業界において、ユニフォームは必要不可欠なツールである。

そのユニフォームをよく見ると、会社の特徴や体質が診えてくる。

たとえば、着替え用やモデル切り替えにより、2種類のユニフォームが存在する会社がある。これ自体に問題はないが、実際に着用するスタッフやその管理職がユニフォームを統一させず、個人の判断で好きな方を選ばせている会社がある。ユニフォームとはそもそもチームを表わし、全体の連携を図るという意味合いを持ち、外部の人から見て識別や判別ができるようになっている。単なる作業衣ではないのである。

最近の物流現場においては元請け会社、運営会社、派遣会社、そして荷主企業と、様々なところに籍を置くスタッフが、ひとつの現場で同じ目標や到達点に向かって日々業務を行っている。そこに仕入先が手配した物流会社が入庫し、受領印をもらう場合、「誰にサインをもらうのか」、「誰から指示をもらうのか」、また「誰に報告・相談をすれば良いか」をまずはユニフォームで判断しているのである。

また、ある物流会社の社員は、常に皆と同じユニフォームを着用することを嫌がり、上司の指導を受けながらも常に別スタイルのユニフォームを着用していた。その社員は優秀であったが、入社して2年と持たなかった。皆と同じユニフォーム着用を嫌がること自体、彼がいかに協調性や和というものを軽んじていたかがわかる。チームプレイヤーではなく、個人プレイヤーだったのである。

もうひとつ大切なことに「身だしなみ」がある。統一のユニフォームを着ていても、中のシャツが出ていたり、汚れていると荷主の評価は下がる。それからネームバッジも忘れてはいけない。統一したユニフォームは、その会社の規律の強弱、管理職の指導力、そして組織のチームワークを表すものである。御社はどのようになっていますか