

『ロジスティクス クロニクル』連載原稿
「物流コンサルタント養成塾」第10回

<タイトル> 「現場はショールームである」

<本文>

10月に入り、厳しかった残暑もだいぶ涼しい風が変わっている。これからの季節は物流企業にとっても年末商戦へむけて物量が増え、勝負の季節となる。

それに付け加え、東京都をはじめとする独自の条例によるディーゼル車規制もスタートした。ずいぶん前から対策を実施し、新車を大量に導入していた大手路線会社、規制対策が追いつかず頭を抱える中小零細の物流企業経営者と様々な模様を数ヶ月間見てきたが、規制に対応し切れなかった企業も多いようである。今後、排ガスに対する規制エリアが広がっていくことは明確である。

今回、規制エリア外であった物流企業も遅かれ早かれ、排ガス規制に対応しなければならない時期が来る。補助制度に対しても早めに情報収集を行うなどして、規制に対応できるだけの準備を日々行っていただきたい。

さて、今回は物流企業の現場について考えてみたい。

皆さんの物流現場はいつ、誰に見られても恥ずかしくない状態になっているだろうか。

荷物を集荷してくるのはドライバーであり、配達するのもドライバーである。以前はドライバーが業務を完結するケースが多かった。そのためドライバー教育が重視されていた。ドライバーの身だしなみや、車両の汚れなどに敏感な物流企業は多いはずである。

現在、物流企業の多くは物流アウトソーシングやコンペティションなど荷主企業へ荷物獲得のための営業活動が盛んに行っている。また、物流加工などを受託している物流企業も増加している。

その際、荷物を預ける物流企業の現場を視察したり、調査したりすることは荷主にとってもちろん重視すべきところである。

その時、ドライバーが集荷した荷物を保管するセンターが乱雑になっていたり昔から張り変えられないであろうスローガンや社訓が黄ばんだまま貼ってあるということも少なくない。

以前、私が在籍していた物流企業も大手路線会社であったが、ドライバーには身だしなみに非常にうるさく、車両も隅々まで厳しくチェックしていたが、現場は散らかっていることも多かった。事務所も古いのは仕方のないことだが、お世辞にもキレイな事務所とは言えなかった。中の事務社員も感じの良い接客とは程遠かった。

顧客が荷物を持ち込みで出荷依頼してくる場合や、荷物の引取りに来社した顧客は、恐る恐る「すいません。」と妙に低姿勢で入ってくるという状況であった。あれでは荷物を依頼しやすいとは言えない。このような状況は他の物流企業にも多いのではないだろうか。

しかし、前述したように物流現場は荷主企業の物流企業選定の判断材料となっていることが多くなっている。

現場の5Sは徹底されているか、荷物は丁寧に扱われているか、中で働く従業員は挨拶ができているか。事務所の顧客対応は良いか、など細かくチェックされている。

これからの物流企業は現場を荷主に売り込む「ショールーム」として磨きをかける必要がある。その姿勢が社外でのドライバーのサービスや事務所社員の対顧客の態度に表れてくるのである。顧客を不愉快にさせる物流企業が今後生き残っていけるほど状況は甘くない。

最近、私の業務中で物流現場は「ショールーム」という視点が必要だと痛感した体験があった。

先日、あるクライアントの委託物流企業の現場を訪問・見学をさせていただいた。その企業はクライアントから良い見本として紹介されたのである。これからの物流企業選定にあたって参考にして欲しいとのことであった。

その物流企業の場内はしっかり整理・整頓されており、中で働く方々の挨拶や身だしなみにも乱れはなかった。

荷物も受託企業ごとに担当者が責任をもって管理しており、商品の品違いや不良商品発生による代替商品の依頼など連絡を密に行っており、荷主企業の期待以上の管理を実現していた。

クライアントの意見は「他に比べて多少運賃や保管料は高いがこの品質と安心感はすてられない」とのことであった。

私はその物流企業は現場を見せることを営業ツールにしていると感じた。見学前には場内全体図による業務フローの説明、設備や仕様についての説明を手馴れた形で受けた。説明後は決められた見学コースに沿って進行するのである。

このように現場を営業ツール化、「ショールーム」とすることで、営業時、先方が言葉だけでは想像つかない部分を「まず現場を見て頂きたい。」という形での営業を実現できる。

これは先方にこちらの社風やサービスなどを理解していただくスピードを高めると共に、安心感を与えることができる。

今後、更に荷主企業が物流企業の現場に注目してくることが考えられる。現場を「ショールーム」化することは営業における優位性を高めるだけでなく、自社のドライバーや事務所社員の品質を高めることにもつながる。

是非、この意識を物流現場に浸透させていただきたい。

以上