
N L F

主な改善実績

● 製造業

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 製造業(検査機器) A社 |
| 売上規模 | 60億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流コストダウン・新規事業構築・商品化サポート |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 物流コンペティション実施によるパートナー再選定 2. 工場内在庫ロケーション再設定による動線改善 3. 受注方法の再構築、システム導入による集中処理体制構築 4. 営業情報共有による発注精度向上、仕掛品在庫削減 5. 自社調達物流の商品化による、物流業務プロフィット化 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率：支払物流コスト8.9%減 ・ (自社製造拠点至近) 物流センター設立・稼動 ・ 新物流サービス開発 (サポート中) |

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 製造業(建築部材・土木資材) B社 |
| 売上規模 | 80億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流コストダウン・自社資産有効活用 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 支払物流コストの削減 2. 滞留・死蔵在庫の削減 3. 自社工場の物流センター転換 4. 3による保管入在庫料の削減 5. その他手順書に基づく業務改善実施 6. 建築廃材処理内製化と再利用ラインの構築による廃棄物処理料削減 7. 新製品開発における物流体制構築サポート 8. 自社HP、イントラネット活用方法見直しによる営業支援体制構築 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト削減率：支払物流コスト13.2%減 ・ 廃棄物処理料：700万円/年 → 0円に ・ 新製品開発ライン設置に伴う、旧製品製造ラインの移管 (拠点再配置) ・ イン트라ネット上での物流品質、クレーム、対応情報の共有体制構築 |

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 製造業(食品) C社 |
| 売上規模 | 100億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流体制再構築、受注～納品までの業務改革 物流コンペティション実施による最適パートナー選定 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. お客様からの受注受け入れ体制見直しによる業務改善 2. ルート便運行状況の見直しによる、物流体制の再構築 3. 物流を基点とした横断的な全社業務の管理体制構築 4. システム改善に伴う業務改革 5. 物流コンペティション実施によるパートナー再選定 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率：支払物流コスト8.9%減 ・ 物流管理課の設置 ・ 営業車中在庫の削減提案 (未実施) |

● 製造業

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 製造業（外資系・医療機器） D社 |
| 売上規模 | 140億円（日本支社：メーカー販社） |
| 改善・指導テーマ | 本国からの調達・保管物流コストの削減 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 本国からの調達製品、部品保管拠点立地・スペックの決定 2. 保管拠点レイアウト、設立コストシミュレーション 3. 配送サービスレベル・直販体制を見据えた配送方法の決定 4. 物流コンペティション実施によるパートナー選定 5. 条件面交渉、調整と契約締結時の主要ポイントアドバイス |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率：自社プランより27%ローコストで交渉締結 ・ 交渉スピードのアップ（上記実施期間3ヶ月） ・ 契約の円滑な締結 |

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 製造業（医療材料） E社 |
| 売上規模 | 500億円（グループ売上高） |
| 改善・指導テーマ | SAP R/3オペレーションをベースにした物流フローの改善 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 工場→自社物流拠点への配送フロー改善 2. 自社物流拠点内の物流作業工程の改善とシステム組み込み 3. 卸企業の買収による、商流面のサプライチェーンの改善 4. メーカーと卸が共有の在庫を保有する事による流通在庫の削減 5. 業界No1とNo2企業による物流共同化（配送業務）の実施 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率：トータル物流コスト10.2%減 ・ 東西物流センター 労働生産性（時間当たり処理量）130%アップ ・ SCMでは卸合併の上、九州と北海道ではメーカー・卸の共同物流センターが9月と10月に稼働予定 ・ 当該企業将来的にはメーカー、卸、物流企業を巻き込んだ在庫型物流センターを設立予定 |

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 製造業（電機） F社 |
| 売上規模 | 800億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流コストダウン・国内物流拠点からの配送モード、ルート最適化 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 自社物流管理体制の整備 2. バーコード導入・国内物流拠点の集約化 3. 工場直送比率の向上・情報システムの整備 4. 物流コンペティション実施によるパートナー再選定 5. 物流管理業務の整理・物流管理指標の設定と組織の設立 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率：支払物流コスト 17.8%減 ・ 国内配送リードタイム短縮（3日→2日） |

卸売業

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 卸売業(その他卸) A社 |
| 売上規模 | 5億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流コストダウン・自社内物流業務合理化 利用運送業免許取得による同業他社物流業務受託 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 物流企業紹介による、配送コスト(路線・チャーター)交渉と削減 2. 利用運送業免許の取得に関する手続き、取得サポート 3. 自社物流業務におけるライン(流通加工)工程の合理化 4. 物流業務受託候補企業の紹介と、要件設定、契約締結サポート 5. 物流業務受託の成功と拡販にむけての営業方法・体制構築アドバイス |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率:チャーター便20%、路線便6%減 ・ 利用運送免許取得 ・ 物流センター内業務合理化(加工生産性150%アップ) ・ 物流業務受託を事業化(新サービス開発) |

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 卸売業(その他卸) B社 |
| 売上規模 | 15億円 |
| 改善・指導テーマ | インターネット販売開始(B2C)に伴う物流体制構築 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 目検品によるカテゴリ管理からWebEDIシステム使用による単品管理への移行(受託企業との共同開発) 2. インターネットを使用したB2C向け単品販売のリリース 3. B2C販売に向けての販売ポータルサイト比較検討 4. B2Cオペレーション(受発注~納品)業務フロー・ガイド作成 5. B2Cサービスの開始と受託企業との情報、品質レベル調整 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ B2B単品販売における営業コストの削減と売上アップ ・ B2C販売の開始による販売単価アップ ・ 単品管理の実施による滞留在庫の活性化と商品リスト作成作業簡素化 |

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 卸売業(その他卸) C社 |
| 売上規模 | 30億円 |
| 改善・指導テーマ | インターネット販売開始(B2C)に伴う物流体制構築 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 物流コンペ実施による一括アウトソーサーの選出 2. 自社内物流業務の再分析による生産性指標の設定 3. 物流拠点移動に伴う、アウトソーシング先スタッフ教育 4. 新システム導入に伴う、機能要件設定参加 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流業務一括アウトソーシングの成功 ・ 営業、サイト運営業務への特化 ・ 物流業務(流通加工業務)生産性140%アップ |

卸売業

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 卸売業（その他卸） D社 |
| 売上規模 | 320億円 |
| 改善・指導テーマ | インターネット販売（B2B）開始に伴う物流サービス開発 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 自社物流サービスの分析と対象顧客・販売方法・提供価格の決定 2. 営業展開プラン、営業方法、ツール作成 3. 異業種に対するサービスの汎用性の検討 4. 想定されるリスクへの対処方法の作成、協力物流企業との連携方法アドバイス |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 別会社設立によるサービス開始 ・ 物流業務受託を事業化（新サービス開発） |

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 卸売業（建築部材） E社 |
| 売上規模 | 250億円 |
| 改善・指導テーマ | 全社的物流改革の実施 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 物流コンペティション実施による取引物流企業集約（60%減） 2. 集約化によるスケールメリットによるコストダウン 3. 経理処理の効率化と品質管理労力低減、物流起因クレームの減少 4. 販売商品見直しと、各カテゴリー毎最適配送方法の確立 5. 細分化していた社内業務改善チームの集約によるスピードアップ 6. 滞留在庫の自社物件への集約による保管コスト削減 7. 配送センターの集約化（全国5箇所 → 東西2拠点化） |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率：支払物流コスト8%減 ・ 物流管理組織の昇格（課→部） ・ 営業との情報共有による在庫管理の連携、在庫金額の削減 |

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 卸売業（海産物） F社 |
| 売上規模 | 490億円 |
| 改善・指導テーマ | 営業力強化のための物流マネージャー育成講座実施 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. マーケティングコース（提案営業ノウハウ構築） <ul style="list-style-type: none"> ・ 営業アプローチ選定と提供サービス ・ 物流コストダウン9つの方法 ・ 物流コストの把握による改善提案手法 ・ 提案営業ツールの作成 2. マネジメントコース（物流現場管理者育成） <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流現場予算の立て方・目標・計画の管理方法 ・ 在庫差異の撲滅手法 ・ 他社との差別化戦略構築手法 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 営業方法の多様化（提案営業の実施・定着） ・ 現場レベルでの改善意識向上・スピードアップ |

● 卸売業

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 卸売業(非鉄金属) G社 |
| 売上規模 | 620億円 |
| 改善・指導テーマ | 自社物流拠点内業務の合理化・物流新サービス開発 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 在庫拠点のロケーション整備・バーコード管理導入による作業合理化 2. 流通加工業務の開始によるセンター人員の生産性向上 3. 配車業務の改善による負担軽減とセンター出発時間の前倒し 4. 物流コンペティション実施による物流幹事会社設定 5. 24時間対応TCの設立による、他社物流業務受託サービスの開発 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 自社物流拠点内配車業務効率化（追跡調査中） ・ 他着手中 |

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 卸売業(配管・冷暖房装置等) H社 |
| 売上規模 | 1000億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流コストダウン・物流管理指標の設定 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 物流部の設立と物流管理業務の整理・実施 2. 物流管理指標の整備と再設定 3. 配送システムの効率化 4. リース契約見直しによる自社保有車両維持管理経コストの削減 5. 効率的配車方法の実現によるトータル物流コスト削減 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率：自社車両維持コスト△600万円超／年 ・ 他改善中 |

● 小売・サービス業

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 小売業(専門店) A社 |
| 売上規模 | 75億円 |
| 改善・指導テーマ | 調達物流、各店配達物流コスト削減 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 物流企業集約によるコストダウン、配送条件向上 2. 各店配送ルート見直しによる、積載率アップ 3. 副資材調達業務一括アウトソーシング 4. 店舗消耗備品の調達先変更による一括調達(照明・作業機器) 5. 自社保有配送車両処分による維持経コスト削減、事故減少 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流コスト改善率: 支払物流コスト14.4%減 ・ 副資材調達コスト7%減 ・ 自社車輛維持コスト54万円/年→0円に |

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 小売業(食品) B社 |
| 売上規模 | 130億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流センター構築による一括納品体制の実現 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 納品車両台数の削減 2. 店頭入荷検品・品出し作業の軽減 3. リードタイムの短縮・納品率向上 4. 店頭在庫金額の圧縮 5. センターフィー収入の確保 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 納品車両台数の削減 ・ 現在センター構築中 |

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 小売業(サービス) C社 |
| 売上規模 | 420億円 |
| 改善・指導テーマ | 調達物流の改善によるコストダウン・全経費項目の取引内容の見直し |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 各事業所での調達状況のギャップ分析による価格差把握 2. 商品マスターのクリーニング、見直しによる調達品目の絞込み 3. 単品商品ごと取引条件の見直し・取引内容、業者集約 4. 電機、水道、ガス、通信費等の契約見直しによるコストダウン 5. 設備管理費の見直し 6. 社内物流の取引集約によるコストダウン 7. 新店オープンにおける初期調達資材物流の効率化によるコストダウン |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 単品商品の調達先見直しによるコストダウン(5~20%、単価ベース) ・ 契約見直しによるコストダウン(10~30%) ・ 設備管理費の見直し(着手中) ・ 社内物流の取引集約によるコストダウン(13%) ・ 新店オープンにおける調達物流コストダウン(8%~14%) |

● 物流業

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 物流子会社 A社 |
| 売上規模 | 20億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流センター構築サポート・提案営業実践サポート |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 設物流センター構築サポート <ul style="list-style-type: none"> ・設計依頼企業選定サポート ・センター活用における営業ノウハウ提供 2. 提案先企業・提携物流会社などの情報提供、提案サポート <ul style="list-style-type: none"> ・Lネット登録、優良備車先情報提供・紹介 ・荷主情報収集・提供 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・新物流センター稼働 ・アパレル企業など物流業務受託2社受注 ・物流会社との連携、貨物などのやりとり多数 |

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 広域地場物流企業 B社 |
| 売上規模 | 25億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流コンサルタント養成塾・提案営業同行サポート |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 提案営業ノウハウ提供 2. 一括アウトソーシング受注のためのノウハウ提供 3. 料金交渉における原価計算・交渉ノウハウ提供 4. 契約における文言チェック、契約形態にかかる情報提供 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・既存荷主の物流業務一括アウトソーシング受注 ・新規営業先への提案営業同行による受注獲得 ・提案書・報告書作成ノウハウ構築 ・担当社員スキルアップ |

| | |
|----------|--|
| 業種・業態 | 広域地場物流企業 C社 |
| 売上規模 | 46億円 |
| 改善・指導テーマ | 人事評価制度再構築サポート・提案営業実践サポート |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 個人別損益連動型新人事考課制度（事務職・現業職）作成 2. 食品共配網の商品化、および提案書作成 3. 機械部品メーカー一括外注化提案サポート |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・新人事考課制度導入（事務職） ・新人事考課制度導入に向け調整中（現業職） ・食品メーカー3社受注、他数社検討中 ・機械部品メーカー一括外注化受託運営開始 |

● 物流業

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 物流子会社 D社 |
| 売上規模 | 90億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流マネージャー育成講座 |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. マーケティングコース（提案営業ノウハウ構築） <ul style="list-style-type: none"> ・ 物流業界の現状・現状に即した提案営業のありかた ・ 営業アプローチ選定と提供サービス ・ 物流コストダウン9つの方法 ・ 物流コストの把握による改善提案手法 ・ 提案営業ツールの作成 2. マネジメントコース（物流現場管理者育成） <ul style="list-style-type: none"> ・ 業務の数値化と原価分析・物流ABC活用方法 ・ 物流現場予算の立て方・目標・計画の管理方法 ・ 在庫差異の撲滅手法 ・ 他社との差別化戦略構築手法 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 開始3回目で新規受注を獲得 ・ 提案営業ノウハウ共有化の実現 |

| | |
|----------|---|
| 業種・業態 | 大手路線物流企業 E社 |
| 売上規模 | 7000億円 |
| 改善・指導テーマ | 物流コンサルタント養成塾（特定エリア所属社員対象） |
| 改善・指導内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 物流コンサルタントの心得 2. マーケティング方法 3. 業態別物流特性の把握・荷主情報の取り方 4. 荷主の固定客化法 5. テーマ別提案 <ul style="list-style-type: none"> ・ 一括アウトソーシング（3PL）提案 ・ 物流コストダウン提案 ・ システム活用提案 6. 自社ノウハウの商品化方法 7. 提案ツール作成 |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 上記ノウハウの構築と実践 ・ 3PL提案営業の推進 |

以上、NLFホームページに掲載

<http://www.nlf.co.jp>
(IⅩ、IⅡ、IⅦ)