



今こそ物流改善を

昨年より、ヤマト運輸、佐川急便、日本郵便と、宅配料金の値上げが相次いだ。値上げは個人向けだけではなく、企業向けの特約料金にも及び、最近では、運送会社から再度の値上げ要請を受けているという話も聞こえてくる。物流コストを圧縮しようとする時、数年前までであれば、運送会社は売上とシェアの拡大を重視しており、複数社を競わせての値下げ交渉が有効であった。近頃では、ドライバー不足による人件費の高騰と燃料高により、強引な交渉を行えば逆に運送会社に逃げられかねない。物流費の中で最も高いウエイトを占める輸送費の単価増が避けられない今、物流ボリューム自体を減らすことを狙い、物流改善を行う必要がある。

自社の物流を見返すと、「無駄」が見つかることが、しばしばある。例えば、仕入部門と販売部門が別々に商品一覧を作っているような事はないだろうか？ そういった場合、一覧を作る作業が二重になるだけではなく、同じ商品の名前が微妙に違う（例えば「青」と「ブルー」とか）ことがある。そうなるると特に物流部門では、翻訳作業が必要になり、手間が増えると共に間違いの元となって余計な費用が発生する。又、販売部門が顧客を慮って、本当は必要ではないかもしれないのに、急ぎの出荷を物流部門に指示することはないだろうか？ 無理な急ぎの出荷は、効率を悪化させると共に出荷ミスの可能性を高めて、やはりコストアップ要因となる。

これらの、自社内の「無駄」を、全体最適の視点で見直して最適化することが、物流改善である。物流改善は、物流担当の仕事と思われがちだが、物流担当の出来ることには限りがある。物流は、業種業態によって差異はあるが、「入荷」・「保管」・「出荷」・「配送」といった要素により成り立つ。「入荷」は、仕入（製造）部門によって左右され、「出荷」は、販売部門によって左右される。全社のプロジェクトとして、関係者が協力して行う体制を作ることが物流改善の第一歩となる。

実施するに当たっては、全社で問題点をリストアップし、「解決策の計画」・「解決策の実行」・「効果測定」・「改善」のPDCAサイクルを回していく。今こそ、全体最適を目指した物流改善を進められたい。

（執筆者：Cの会所属中小企業診断士 荒井剛志）

※ JRS 経営情報の中から、次のコンテンツを参考にしてください。

- 物流改善プロジェクトはなぜ必要なのか・・・・・・・・・・・・・・・・（2009-0852）
 - 物流情報システムによる物流改善・・・・・・・・・・・・・・・・（2006-1166）
 - サプライチェーン・マネジメント（SCM）による物流改善・・・・・・・・（2006-1179）
 - ITを利用した物流改善事例／婦人服小売D社・・・・・・・・・・・・・・・・（2006-1176）
- （ ）内は情報番号です

なお、お客様にコンテンツを提供される場合には、最初のページに「サンプル」と表示してください。またお探しの情報が不明な場合はご連絡ください。（☎0120-89-0240）