

■日合商組合員は、ホワイト物流への転換していく必要があります。

この活動は、就業者・企業にとっても、取引先にとってもメリットのある活動です。就業者には、就業の効率化・時間の削減により自分の時間を増やすことが出来る。取引先には、自社の工程管理の整理がつき、スムーズに工事を行うことが出来る。自社にとっては、これまでほとんどサービスで行っていた配送を、効率化し、配送費もきちんと確立することで事業としての採算を合わせることが出来ます。国としては、物流事業者のみならず、すべての国民・事業社に対してこのホワイト物流の運動を促し、双方の協力を仰ぐことを明言しています。

【国民の皆様へ呼びかけ】

物流企業だけでなく国民にもホワイト物流推進運動への理解や「再配達削減」「引越時期の分散」などの協力の呼びかけを行う予定

■流通事業者が取り組んだ事例

2017年とある流通事業者では、配送効率を非常に問題視し改善が余儀なくされてきました。配送の効率化に向けて、各拠点の責任者から、次世代幹部候補まで含めてプロジェクトを組み、配送の高効率化・働き方改革の先駆けとして労働時間の短縮等を目的とした改革が進みました。

問題は、やはり取引先の反応がどう出てくるのかというポイントでした、今まではほとんどサービスで配送を行い、取引先の要望に応じて、すぐに資材を届けることが当たり前となっていました。サービスで配送するのが当たり前だと取引先に思われていたら、これは反感を買うかもしれない。これは非常に大きな問題でしたが、決断をしなければなりませんでした。

コンサルタントを雇い、取引先の反感を買わないように、どうやって物流改革を行い、スムーズにやっていけるようにするか6か月会議を進め、次世代幹部候補は集中的に社内で打ち合わせを重ね、1年後に取引先に向けて配送ルールの改訂について促したところ、8割の会社に賛同されました。

働き方改革の流れも出始め、取引先も効率化が必要とされ始めてきた時期にタイミングが合い、最初は取引先の中にも反対意見を言う方もいらっしゃいましたが、やがてその意見もなくなり浸透し始めました。

効率化が進んだ流通事業は、今度は事業開発の方に進展します。モノを配送して売上・利益を得る事業から、モノを組み合わせ、コトを伝えられるように提案型に商品化・パッケージ化を行い、新市場開拓へと進みました。

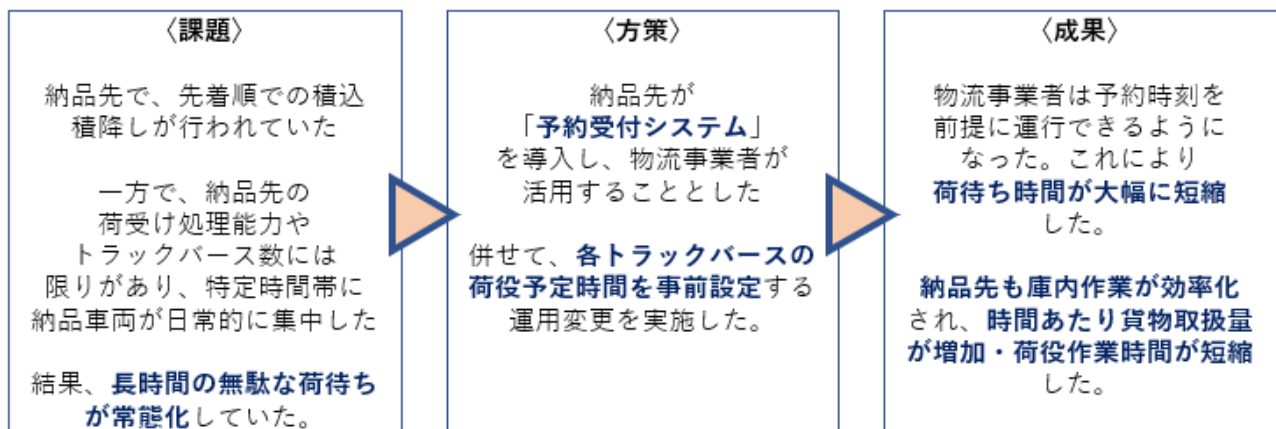
■ ホワイト物流への取り組みが流通事業者の企業価値を向上させる

ホワイト物流改革への取り組みは企業自体の改善だけでなく、新たな事業へのスタートにもなります。

早急に「ホワイト物流」への活動を進めることが求められます。

【改善事例】

「荷主企業と物流事業者の課題共有と方策検討により、荷待ち時間・荷役時間の短縮が図られた事例」



「荷主企業と物流事業者の課題共有と方策検討により、荷役時間・リードタイムの短縮が図られた事例」

