

物流 現場 のミカタ

荷主企業との関係づくり、 成功している事業者は ここが違う Part5

物流事業者が荷主企業の課題を的確に捉え、解決策を提案することは双方の良好な関係づくりにつながります。荷主企業が委託領域を見直し始めているアウトソーシングにおいて、物流事業者がどのような対応で良い関係を築いているのか、船井総研ロジ株式会社 渡邊庸介氏に解説してもらいます。

本社が関与する機会をつくる

普段、荷主企業と接しているのは、拠点の担当者であることが多いと思います。日常業務において、双方のやり取りが円滑に進められることは重要です。しかし、それだけで終わっていないでしょうか。

定期的に拠点長が荷主企業と会うこともあるでしょうが、さらにその上の、本社の幹部が関与することで、荷主企業にとっては意味が変わってきます。単なる1事業所としての取引ではなく、本社を含めた会社全体で“自社を重要顧客として認識してくれている”というマインドになります。そして会社全体でのバックアップ体制があることは、荷主企業の安心感につながるのです。

物流事業者の対応例①

幹部が荷主企業を訪問し、関係を強化

年1回でも定期的に訪問。会話の内容は、荷主企業から見た自社の評価、荷主企業の課題、荷主企業の今後の方向性、物流業界の潮流などになります。

物流事業者の対応例②

物流企業だから得られる情報を共有

荷主企業の業界以外の話ができるように日々情報を収集。併せて物流業界の市況や動きも伝えることで、パートナーとしての関係性が強化されます。

本社関与の機会をつくり、価値ある情報を共有

対応例①は、現場に加え、会社上層部が関与することで、荷主企業との取引関係がさらに深まります。定期的な訪問や上層部が話をすることで、今後の話や設備投資に必要な話など、話す内容が変化してきます。そのためにも、重要な顧客には本社が関与する機会をつくるのが有効なのです。

対応例②は、物流企業の立ち位置を変える話です。商売の中で情報は大事なものです。物流業務の周りにも価値ある情報はたくさんあり、それを荷主企業と共有することで、単なる委託先から、情報収集先や今後の話を検討する際の相談先にも変わり得るといふことです。

渡邊 庸介 (わたなべ ようすけ)

船井総研ロジ株式会社 ロジスティクスコンサルティング部長。荷主企業の自社物流再構築支援プロジェクトを推進、特に物流企業との契約内容の見直し、業務の見直しなどの短期改善から拠点配置の見直しなどの中長期物流戦略立案に従事してきた。近年では荷主企業のコスト削減とサービスレベルの見直しに注力。現場改善の実践を物流担当者と一緒に活動することで社内へのノウハウ定着を図っている。

