

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 Part4

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の渡邊庸介氏に解説してもらいます。

料金構造の話ができる関係をつくる

どのような商取引の中でも料金改定の話は難しいものです。特に輸・配送業務は価格競争が激しく、運賃値上げの話をしづらいと感じられている企業も多いのではないのでしょうか。

また、価格改定の打診があった場合、荷主企業からは「急に値上げの話が届いて、困っている」という声も聞きます。この数年、物流コストUPの想定はしていても、いざ連絡がくるとそのように受け止められているのです。前回「定期的に現場を案内する」という話をしましたが、その延長線上として、通常時から料金構造の話をしておくことが大切になります。

物流事業者の対応例①

予算組みのタイミングで料金改定を打診し、説明

荷主企業の物流費は期首の予算組みの中で動いているため、そのタイミングで組み込まれるように打診と説明を進めるのが肝要です。

物流事業者の対応例②

物流企業が担当する後工程の流れを荷主企業と共有

荷主企業内では、どのようなプロセスを経て荷物が届けられたのかわかっておくことが求められます。物流企業は、荷渡しされた後の流れを伝えておくことで信頼を高めます。

コミュニケーションの中でコスト構造を共有し、積極的に荷主企業の業務を知る

対応例①は、料金のお話を頻度についてです。料金のお話をし過ぎては嫌がられますが、避けて我慢した結果、急に値上げの話をするや拒否反応が出てしまいます。バランスが難しいので、コスト構造のお話をしながら料金に対する理解を深め、必要な時に料金のお話ができる土壌を醸成しておきましょう。

対応例②は、物流業務における前・後工程の情報共有の話です。荷主企業の業務内容を理解し受託業務に反映することは、情報を取りにくい、長い取引関係があっても初めて可能になります。業務内容の熟知は、荷主企業との円滑な関係構築だけでなく、競合他社の参入障壁にもなるのです。

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。

