

〈ロジスティクス・コンシェルジュ〉への道 ⑫

ロジコンシェル

代表取締役 近藤 正幸



・サービスの詳細を理解し、中立的な立場で正しく、分かりやすく、広く啓蒙活動を行う専門職のことをエバンジェリストとして、事業者が多いためです。

今回は、「ロジスティクス・コンシェルジュ」の存在意義についてお伝えしていきます。昨年5月から『ロジスティクス・コンシェルジュへの道』の連載が始まりましたが、皆さまの会社には、ロジスティクス・コンシェルジュの肩書を持った従業員の方はいらっしゃいますか。まだ一人もいないという物流事業者におかれましては、ぜひ連載の①～⑩も参考にしてください。この機会にロジスティクス・コンシェルジュを育成・配置してはいかがでしょうか。

製品や技術、サービスの詳細を理解しなければならぬことから、エンジニア出身のエバンジェリストが多いようすが、その基準や定義は各事業者が独自に策定しています。IT業界では若い世代の憧れの職種とも言われているエバンジェリスト。物流業界でもとても参考になる、重要なヒントが含まれているように思います。

正確な情報 早く察知 顧客のため中立的に

事業者からは値上げを余儀無くされ、荷主企業へは値上げができないまま、一定期間運営していた物流事業者も存在します。このような事態が発生した際、いかにして正確な情報を入手し、知識と経験を生かして対応できるかは、とても重要です。宅配事業者による大口取引先への宅配便料金の値上げは過去に何度か実施されてきましたが、その事例や取り組みを、時系列で把握しておく必要があります。

どのような時に宅配便の料金が値上げされてきたのか、また、現在の業界はどのような状態になっているのか、常に正確な情報を入手していくことが重要です。今回、特に苦戦していたのは、宅配便業界の正確な情報が入り手です。また業界全体の事情も細かく把握できていなかった事業者や、とにかく宅配便料金の安さを売りにして業務を委託していた事業者が多かったと思います。

このような時には様々な情報が交錯し、事実でない情報も流れてきてしまっていることがあります。一方で、荷主企業と宅配事業者の双方に自らの存在意義を示し、早くから宅配便業界の事情を察知し、共に協力しながら取り組んできた事業者においては、影響を最小限に抑えられたのではないかと感じます。

宅配便業界に限ったことではありませんが、物事を捉える時には、短期的な視点だけでなく、少し長い目でみていく必要があります。昨年から急に大幅な値上げが始まった印象を持っている方も多いと思いますが、10年という期間で捉えていくと、また違った見え方になります。

大手2社の宅配便単価の推移をみると、毎年緩やかに単価が下落していたものの、2009年から大幅な下落が始まっています。2社ともに、13年、14年に歯止めが掛かり、その後、回復傾向にはあります(今回は、国内最大手E.C.電子商取引)企業の影響は割愛しますが、大幅な下落が止まった09年以前の水準までは戻っていないのが実態です。しかし、この10年で宅配便業界を取り巻く環境は大きく変化し、10年前に比べ、より高い単価を収受しなければならなくなっていることは、容易に想像がつくと思います。

宅配便の大幅な単価下落の話題では、荷主企業による「送料無料」が原因の一つであると注目されていますが、我々、物流業界にも反省すべき点

は多くあります。最近ではほとんどなくなりましたが、倉庫業者の取扱荷物の増加を背景として、人事異動の度に新たな責任者が宅配事業者へ根拠の無い一方的な料金の値下げを要求することが、毎年の行事のように行われていた時期もありました。

また、10年前、20年前の物流業界では、「倉庫業者は荷物を出す側で、運送業者は荷物を出す側」といった暗黙の上下関係がありました。一方、このころから「倉庫業者は荷物を運んでくれる運送業者があつて初めて商売が成り立つ」という考えを持ち、パートナーとして運送業者、宅配事業者と接していた倉庫業者は、今ではどこよりもいい関係を構築できています。

このように、お客さまのために中立的な立ち位置で物事を考え、行動・発信することは容易ではありませんが、今後、更に変化のスピードが早まっていく時代になり、よりロジスティクス・コンシェルジュが求められることになりましたので、ぜひ、この機会に改めて物流の総合世話役人、ロジスティクス・コンシェルジュを育成してみたいかがでしょうか。

おわり