

学生から見た物流と今後の物流の魅力向上

国際物流総合研究所主席研究員 / Kein 物流改善研究所代表 仙石 恵一

物流担当者としてできる 在庫コントロール

図をご覧ください。これは筆者が「物流管理」を教える大学でのディスカッションテーマだ。これをグループで15分間論議して解決策を作成しプレゼンしてもらおう。皆さんだったらどのような解決策を考へるだろうか。一度も物流現場を見たことの無い学生が以下のような案を提案する。

▷つくりすぎを防止するため出荷台数分だけ出荷容器を届ける

▷つくりすぎを防止するため生産台数分だけ部品を届ける

▷早すぎる生産着手を防止するため、届けるタイミングは生産計画の直前とする

ちなみに「つくりすぎ」や「早すぎる生産着手」が在庫を増やすことになる。「当たり前だろ」と思われた方はぜひ自社の現場をご覧ください。物流の重要業務は在庫コントロールだが、筆者が見てきた多くの工場や物流倉庫でこのような「当たり前のこと」が出来ていない。その要因は物流現場の作業者に在庫コントロールの手法を教えていないか、工場であれば言われるがままの「運搬」だけやっている受身物流かのどちらかだろう。

学生の眼から見た物流

筆者は毎年某大学で14回の物流管理講座を実施するが、その中で学生と対話して感じたことや学生のレポートから読み取れたことを記してみ

あるメーカーでの困りごと

あるメーカーでは完成品の在庫が増えて困っています。

どうやら生産工程が生産計画を守らずに好き勝手に生産を行っているようです。

生産工程に生産計画を守らせ、完成品在庫を適正に保つことが求められます。

この課題を解消するために「物流担当者」として貢献できることは何でしょうか。

ちなみに「物流担当者」の通常業務は、生産工程に「部品」、「完成品を入れる容器」を届けること、「完成品」を回収することです。

たい。

学生の多くは「物流」という言葉すら知らない。日常生活の中で宅配やアルバイト先での納品や在庫管理、材料発注なども物流であるという説明をすると授業に対する姿勢に変化が見られた。授業を通して徐々に「ああこれも物流なんだ」という気づきが学生の興味をそそり、熱心に聴き、考え、発信する学生が増えていく。この「気づき」を学生に与えていくことも教える側のタスクだ。本音を言わせていただくと、学生には何かしらのかたちで物流に関わる仕事に就いてほしいという願いがある。物流そのものを生業とする企業に限らず、メーカーや卸、小売でもよい。IT業界に行って物流を支援するしくみづくりに携わってもらってもかまわない。要は事前知識と若干の技術を身につけて社会に出て欲しいという教える側の思いもある。

学生は昨今のコロナ下で自宅にものを届けてくれる物流に対する感謝の念を持っているとともに、自分たちの身の回りのものがすべて物流を介して入手されていることについても認識している。

しかし大半の学生は就職先として物流を本業とする企業を希望しない。その理由の一つは物流業という仕事があることが学生に伝わっていないこと。もう一つは物流に対するイメージが大きな壁となってしまふことだ。前者は何かしらの形で物流の重要性について啓蒙していく努力を積み重ねるしかない。問題は後者だ。授業を進めていくうちに学生に物流に対するイメージを聞くと以下のような回答が返ってくる。

▷道端にトラックを止めて寝ているドライバーをよく見かけるが、それほど大変な仕事なんだと思う

▷トラック運送は強面のおじさんの仕事といったイメージが強い

▷全産業の中でも労働時間が長く、賃金が安いので就職先としてはちょっと…

▷テレビのワイドショーで宅配員の仕事が昼休みも取れないほど大変だと知った。そのような業界に行きたいとは思わない

若者の印象はずばりこのようなものだ。いくら物流が社会インフラとして重要で貢献度が高いといってもネガティブなイメージが強ければ人材

採用は極めて難しいと考えざるを得ない。

物流の魅力の伝え方

学生はインターネットやテレビなどのほか実生活で見かける実態で物流をイメージしている。そこで学生のレポートから見えてきた物流のイメージ向上策について触れてみたい。

▷テレビコマーシャルでは主に運送に関する内容のものが多く。しかし私たちはサプライチェーン・マネジメント(SCM)という幅広い領域を学び、その中には魅力ある仕事も含まれていた。たとえば生産と物流をつなげたデータ管理で在庫を最適化するような仕事などをPRしても良いのではないかと感じた。

▷私たちは大学に入って初めて物流というものを知った。これだけ社会で重要な業務なのでできれば小学校や中学校の教科の中で教えていくべきだと感じた。

▷物流のイメージを上げるためにドラマ化すると良いと思う。今までも航空業界や医療業界、行政書士業界などでドラマがあったが、その直後にその業界を希望する学生が増えたと聞いている。

多分この記事をお読みになっている皆さんも同じことを感じていらっしゃると思う。でも実際には思うだけで行動には移せていないのではないか。これらの方策は確かに「アリ」で、私たちが行動しない限り実現は不可能である。ぜひ今後の課題としてお互いしっかりと認識していきたいものだ。

私たちが今すぐやるべきこと

一方で私たちにはすぐできることもある。物流の魅力とともに重要性について知らない人たちにPRすることが必要。PRする相手はまず社内の人たちかもしれない。筆者が勤務し

ていたメーカーでは筆者が物流担当になった30年以上前は社内の物流の地位はとてつもなく低かった。メーカーでは「ものづくり」が本業であり、物流は本業ではないノンコア作業と認識されている。点でしかものを見ない日本らしい考え方が、まさに「ものを加工する」作業以外は本業ではないとされアウトソースされる。SCMの視点が欠けているのが日本のメーカーだ。一方で物流は改善が進んでいない。もっと努力せよと号令がかかる。物流なんかには人材は投入できないと言われる。もちろん物流担当部署の努力不足は否定できない。しかし物流だけで改善できないさまざまな現象が物流に現れる。その典型が「在庫」だ。

▷調達部が市況で有利と考えて不要な量の材料を買い付け、倉庫が置ききれないほどの在庫であふれかえる

▷製造部で段取り替えが面倒だからと言って、来月分までをロットまとめて生産し、大量のロット在庫の置場不足に苦勞する

▷生産遅れが発生し、出荷担当者が共連れ残業するとともにトラックを待たせる

▷つくりすぎの影響で容器が不足し、いったん非正規容器に入れられた製品を物流担当者が後日正規容器に詰め替える

このようなことはメーカーでは日常茶飯事。すべて物流の責任にされる。しかしここできちんと物流への悪影響を数値化し、要因を発生させた部署に是正を促す行為が必要だ。これこそ私たちがすぐやるべき重要なPRなのだ。

対外的にはメディアを使ったPRの改善を挙げたい。先ほどの学生の意見にもあったが、物流の負の側面をこれほどまでPRする意味がどこにあ

るのかと疑問に思う。

▷宅配に行っても不在のため再配達が大変

▷配り終わるのが午後9時。昼休みもろくに取れない

▷長距離運送の仕事では家に帰って子供の顔を見られるのは月に数回しかない

確かにこれらはすべて事実だろう。本当に苦勞に苦勞を重ねて社会インフラとしての使命を果たしていることは間違いない。その大変さを国民の皆さんに知っていただきたいという気持ちは筆者も同じだ。でも私たちはもっと冷静になって伝え方を注意する必要がある。大変なことは物流に限らずどの仕事でも同様だということ。ことさら物流だけが大変のようにPRすると逆に人材確保に苦勞することは目に見えている。そんな業界に行きたくないと思うのは当然のことだ。

いかがだろうか。物流に限らず今後人手不足は加速するものと思われる。このような状況下ではあるが、物流の将来を考えると優秀な人材に参加してもらい、より高品質・高効率のサプライチェーン構築を実現したい。そのために私たちは「今すぐやること」「近い将来の課題として行動に移す体制を築くこと」の2つについて実行に移していきたいものだ。

【略歴】(せんどく・けいいち) 物流改革請負人。ロジスティクス・コンサルタント。物流専門の社会保険労務士。自動車メーカーでサプライチェーン構築や新工場物流設計、物流人材育成プログラム構築などを経験。著書「みるみる効果上がる! 製造業の輸送改善～物流コストを30%削減～」。日刊工業新聞、月刊工場管理、月刊プレス技術など連載多数。無料メルマガ「会社収益がみるみる向上する! 1分でわかる物流コスト改善のツボ」<https://www.mag2.com/m/00010698>