

「ブランチデポ」事業で 総合物流サービスを目指す

協同組合物流情報ネット・イー



中小の運送業者や倉庫業者をネットワークで結び、一括した物流システムを構築することで大手に対抗しようという試みが始まった。協同組合物流情報ネット・イーは、参加する企業がそれぞれの資産である倉庫やトラック、人材などを共有し、ITを活用しつつ物流サービスの提供・受注を行なう。試みはまだ緒についたばかりだが、物流業者のみならず他業界からも注目を集めている。

物流情報ネット・イーは、中堅の物流関連会社六社（秋本運輸倉庫、アバンセロジステイツク、拓洋、館林運輸、東運開発、丸新運輸）がこの八月に設立した協同組合だ。「ブランチデポ」という新しいビジネスモデルを構築し、ITを活用した一貫総合物流サービスを提供している。

「ブランチデポ」とは拠点倉庫・支店倉庫の意味で、参加する企業を広く集め、その倉庫、トラック、人材、機器、情報などを共用して二四時間運用するものだ。輸送効率や倉庫回転率の向上につなげて収益のアップを図る。また、異業種の業態が集まることによって、一社や同業種だけではできない規模・エリアでの受注が可能になるのも大きなメリットだ。

中小が連携して 一貫総合物流を目指す

「消費者・事業者のニーズが細分化されている現在、それらに忠実に対応するため、物流システムの重要性はかつてないほ



協同組合物流情報
ネット・イー
理事長
大谷巖一
(45歳)

DATA

- 業 種=共同物流システム
- 資本金=500万円
- 組合員=6社
- 年 商=1億2000万円(目標)
- 設 立=2002年
- 本 社=東京都港区
- U R L = <http://www.net-e.org>

ど高まっています。しかし一方で、アイテムの種類が多様化し、しかも極力、流通在庫はもたない、という傾向が強まり、われわれ物流業者は大手・中小を問わず厳しい経営環境に追い込まれています」

そう語るのは組合理事長の
大谷巖一氏（東運開発取締役）
だ。

消費の低迷が続くなか、荷主側は流通コストを抑えながら、数多くの製品・部品をいつでもどこにでも発送したいというニーズが高まっているという。

しかし、荷物を運送して保管し、また運送するという場合、

■ブランチデポの2本の柱



倉庫・運送を24時間化することにより、顧客のニーズに素早く対応することができ、競争力の確保や生産性の向上などが図れる。



情報システムを利用して位置的に隔離している倉庫をひとつの倉庫あるいは物流センターとして機能させ、共同物流事業を実施する。

同じ物流業務でありながら、運送業と倉庫業の間には従来、考え方に大きな隔たりがあった。管轄省庁の違いなどが要因で両者の情報の受け渡しはスムーズにはいっていないかったのだ。

「荷主さんのニーズを考えると、何とか自社で運送と保管を組み合わせたい一貫したシステムを築けないか、と物流業者さんは、常に考えていたわけです。しかし、運送業者は倉庫をもっていないところが多い。逆に、倉庫業者は運送業務のノウハウと人材がない。そこで、両者を一緒に合わせたら、お互いの足りない部分を補えるのではないかと。そこが、この組合の出発点でした」と語るのは、アバンセロジステック取締役で、ネット・イー事務局長である静谷哲典氏（以下、発言は同氏）。

同組合の構成は、倉庫業者が秋元運輸倉庫、拓洋、東運開発の三社、運送業者が丸新運輸、館林運輸の二社、そして倉庫不動産業・物流コンサルタント業のアバンセロジステックとなっている。

実は、今回の組合設立において、企業同士を結びつけようとコーディネーターとして積極的に動いたのが静谷事務局長のアバンセロジステックだ。同社は、もともと倉庫に特化した不動産のサブリース（転賃

し）・仲介を行なう会社。「通常、モノが動く場合、倉庫探しから始まり、次に配送業者を決めていきます。このため、不動産情報だけでなく『倉庫を移転したときに、運送はどうすればいいか』『物流の人材はどうやって確保すればいいか』といったノウハウ部分での『荷主の声』が多く聞こえていました。それに対して従来、われわれの知り合いの運送業者さん、倉庫業者さんに、その都度ご紹介していましたが、それと何とか商売に結びつけられないかということ、今回、ネットワークを思いついたわけです。ただ、一社だけではパフォーマンスや人員に限りがあるので、コア・コンピタンスをもった企業を集めて組合化し、事業を展開してみようということになったわけです」

日本通運やヤマト運輸など大手物流企業が一社で行なっているサービスを中小の連合体でもできないか、という試みがブランチデポだ。

組合設立の際には、業態や担当エリアが重ならないように、

慎重に企業をピックアップして声をかけたという。

倉庫・運送の二四時間化と寄託貨物の集荷システム

「ブランチデポ」事業は、「倉庫・運送の二四時間化」と「寄託貨物の集荷システム」を当面の柱とし、①人材の共同活用、②営業外時間の共同活用、③物流機材の共同活用、④共同情報システム、⑤倉庫・運送の共通伝票、⑥倉庫サービスの共同営業、などを図りながらサービスを展開する。

まず、一つめの柱である倉庫・運送の二四時間化についてみてみよう。

実は、倉庫というのは、朝八時に門を開けても、夕方五時か六時には閉めてしまうもの。以前は、それですむ仕事がほとんどだったが、いまでは二四時間営業している業態が増え、海外との取引が頻繁になっていることもあり、時間外にもモノを動かしたいという荷主からの要求は急速に高まりつつある。しかし、労働組合や賃金体系、人

材の問題などがあって、現実にはまだ十分に対応できているとはいえない。

「倉庫の二四時間化を進めるにあたって、一番のネックとなるのは、ヒトの問題です。深夜や早朝に勤務させるとなると、二交代、三交代制となり、人件費が二〜三倍にはね上がってしまう。しかし、貨物を深夜に出し入れするからといって、割増料金を請求したら、荷主さんは寄りつきません。ですから、朝、出庫しても、夜、出庫しても、料金は同じ。すると、倉庫会社としては、人件費は増えても収入は変わらず、利益だけが減ります。このため、普通に倉庫の二四時間化を実施しようとする、まず、人件費の点で実現不可能となります」

しかし、倉庫業界ではまだ二四時間化は珍しくとも、運送業界ではすでに二四時間化は進んでいる。この両者をうまく組み合わせることで、低コストで二四時間化を可能にしたという。

「運送業者さんでは、すでにトラック便でもバイク便でも昼も夜もなく二四時間動いていま

す。そこで、運送業者さんに倉庫の一区画を営業拠点として借りてもらい、事務員、ドライバーなどに、倉庫のオペレーションをしてもらうのです。こうなれば、新たな人件費は発生しません。もちろん、荷物の出し入れをする契約は交わすので、若干の割り増しにはなりますが、二〜三倍という大幅な増加にはなりません。文字通り「補完」ということで安くすみませす。これは主に都心部での展開を考えています」

以上が「人材の共同活用」「営業時間外の共同活用」ということである。

次に、第二の柱としての寄託貨物の集荷システムについてみてみよう。

「運送会社さんは、いままでも倉庫をもっていなかったのに、保管業務はできませんでした。しかし、このプランデポには倉庫業者さんが何社も参加していますから、いかにも自分の倉庫をもっているように営業をすることができなのです」

倉庫機能があれば、運送会社のドライバーは、「うちでは保

管作業もできる」を営業のウリにすることができると、いままでも幅の広い層の荷主を取り込むことにつながれる。その受注によって、運送会社には紹介料が入り、倉庫業者も仕事が増えるというわけだ。

「そのときに有効な手段となるのがITです。倉庫業の営業というのは、必ず、営業マンが見積もりを伺って、その大きさ、重さや荷姿、中身などをチェックします。当然、人が出向くので人件費が発生する。そこで、運送業者さんが営業に行つた際に、デジカメなどで、その荷物の写真を撮りデータで送ってもらうのです。その画像をプランデポを通じて倉庫業者さんに紹介すれば、その場に行かなくとも見積もりが出しやすくなります。こうしてコストを圧縮して、荷主さんに安い料金が提示できるというわけです」

「ヨコ請け」機構のネットワーク

さて、このプランデポ事業だが、基本的には「組合員」と

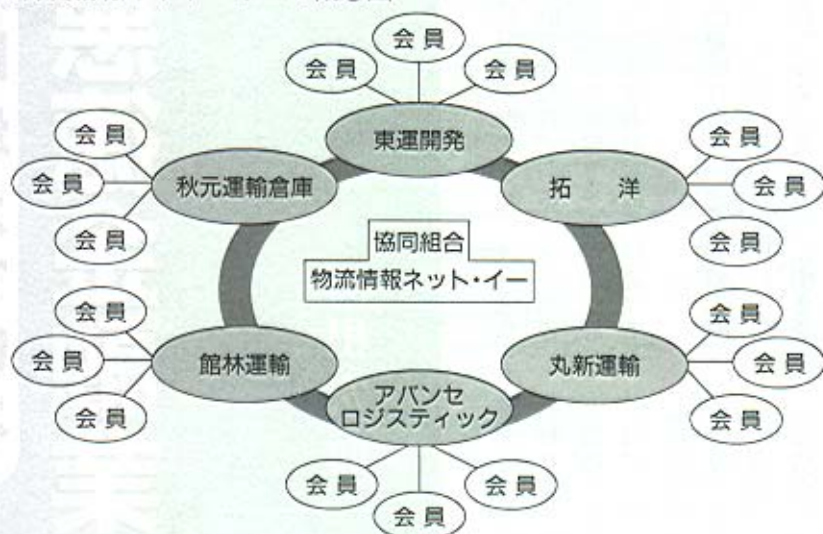
「会員」の二本立てである。「組合員」は前記の六社で固定されているが、「会員」は、運送業者、倉庫業者、不動産業者などのほか、建設業者、引越業者、産廃業者、荷役業者、システム業者、その他一般企業などから、広く募集している。

「組合員と会員の二本立てになつていますが、これは組合内の決定手続きをスピードに行なうための工夫です。物流の世界では、『今日、見積もりに来て欲しい』『明日、運んで欲しい』といった注文が次々に舞い込みます。そんなときに決裁権限や稟議などで、決定が遅ればそれだけビジネスチャンスが失ってしまいます。組合員が増えれば増えるほど、その決裁力が鈍ってくるので、本体は軽めの組織にしました」

そうすると、一見、組合員が上部組織、会員が下部組織となつて、いわゆる「親」と「下請け」のような関係が生じるが、実際には、そうはならないという。

「下請けではなく、あくまでも『ヨコ請け』ですね。組合

■物流情報ネット・イーの概念図



員、会員を含めて、対等の関係ですから、ネットワークを広げていってヨコ請け機構的に仕事の流れがいくことを目指しています。そうすることで事業の幅がより広がり、われわれの利益にもつながるわけです」

たとえば、仕事の流れは次のようになる。ある会員会社から組合員を通じて配送案件が来たでしょう。条件は「東京から大阪まで一〇トン車一台」だ。この条件を、組合員、会員含めて全員に電子メールで配信する。

すると、「うち

にやらせてもら

いたい」という

ことで意思表示

がある。そこで

名乗りを上げた

会社に見積もり

を出してもら

い、その金額を

お客さんに提示

する。OKなら

そこが受注す

る。組合員は、

その窓口であり

「交通整理」を

する立場でしか

ない。

「ただ、モノ

を運んだり保管

したりするのは、最終的には

人間です。する

と、どうして

も、ミスや事故が起きることもあります。この業界は、「信用」がものをいいますから、価格だけでなく能力や実績などを勘案して振り分けることもあります。そこところは、どうしても「アナログ」の部分が残りますね」

情報はもらうだけでなく

「スリーギブ・ワンテイク」で

景気の低迷で全体の荷量が減るなか、中小だけで大手に対抗するには情報が欠かせない。

「情報は、欲しいと思ってい

ても、勝手に向こうからはやっ

て来ません。情報を自ら発信し

て初めて、情報が来るようにな

ります。私たちでは「スリーギ

ブ・ワンテイク」といっていま

すが、ともかく、会員さんに物

流の情報をできるだけ多く流し

てもらい、取りこぼすことがな

いよう心掛けています。その情

報をもとに、組合員、会員の売

上に結びつけよう、というのが

この組合の狙いですから」

組合では、情報流通の活性化

を目指して、会員以外の広い範

囲にも無料のメールマガジンを月に二回配信し、物流情報を提供している。しかも、会員になった企業には、その企業を紹介するホームページを製作する「マイページ」と呼ばれるサービスも行なっている。

会員数は一〇月末時点で一二

四社、初年度には五〇〇社の参

加を目標としている。入会金は

三万円、会費は月三〇〇〇円

だ。

今後は、「販売支援」や「物

流不動産」の事業も本格的に立

ち上げ、ブランチャデポとして全

部で四つの柱で展開することが

目標だという。

「中小物流業者の生き残りは

大変です。しかし、共同での受

注、販売を行なうことで大手企

業と同等以上の可能性を導き出

していきたいと考えています。

次世代に残せる物流サービス事

業として、多くの仲間と手を携

えて邁進していきたい」と理事

長の大谷氏は語る。

この「ブランチャデポ」は、新

たな市場開拓の可能性を秘めた

異業種の集合体として、目が離

せない存在となりそうだ。□