

流通経路と物流経路の違いは、商品の「所有権」が発生するか否かによるものです。

### ・流通と物流

一般的に「経路」という単語の意味は、物がたどってきた過程のことを示しています。ここでは「流通経路」と「物流経路」の違いについてみていきましょう。

流通経路という言葉を理解するうえで重要になってくるキーワードは「所有権」です。**流通経路とは、商品が生産者から消費者にいたるまでの商品の流れるルート**のことをいいます。つまりは、メーカーから卸売業、小売業を経て消費者にいたる商品の流れのことを示します。「商流」とも言います。

このような一連の商品の流れは、商品の「所有権」の移動ルートを示していることにほかなりません。そのため、流通経路を考えた際には所有権の移動に関わらない企業はこの経路に含まれることはありません。

一方で、**物流経路は所有権の移動を伴わない**、ただ単なる物の移動としてとらえることができます。商品の取引とは関係のない運送業や倉庫業といった業種・業態が出現するにつれて、商品の取引ルートと物流ルートが分かれるようになりました。

また、メーカーや卸売業、小売業が自社で物流を行なう場合でも、以前は「販売拠点＝物流拠点」であったものが、情報システムの進化と配送方法の進歩により、販売拠点と物流拠点を分離するようになりました。これは「商物分離」として捉えることができます。

### ・金流と情報流

流通経路が複雑になった今日において、**商品の「取引」や「物流」に関係しない企業（金融業、IT産業など）が多く出現**するようになりました。経済が発展し、市場での競争が激化するにつれて、企業はコア業務への注力と経営機能のアウトソーシング\*を行なうようになりました。それにつれて**商取引の経路を「物流（物の移動するルート）」「金流（お金の流れるルート）」「情報流（情報の流れるルート）」**に分けて理解する必要があるでしょう。

#### 物流とロジスティクスの違い

**物流とは…** “物的流通 (Physical Distribution)” の略。  
1956年にアメリカから輸入された言葉。

#### 物流の6機能

輸配送 倉庫保管 荷役 流通加工 流通加工 情報管理

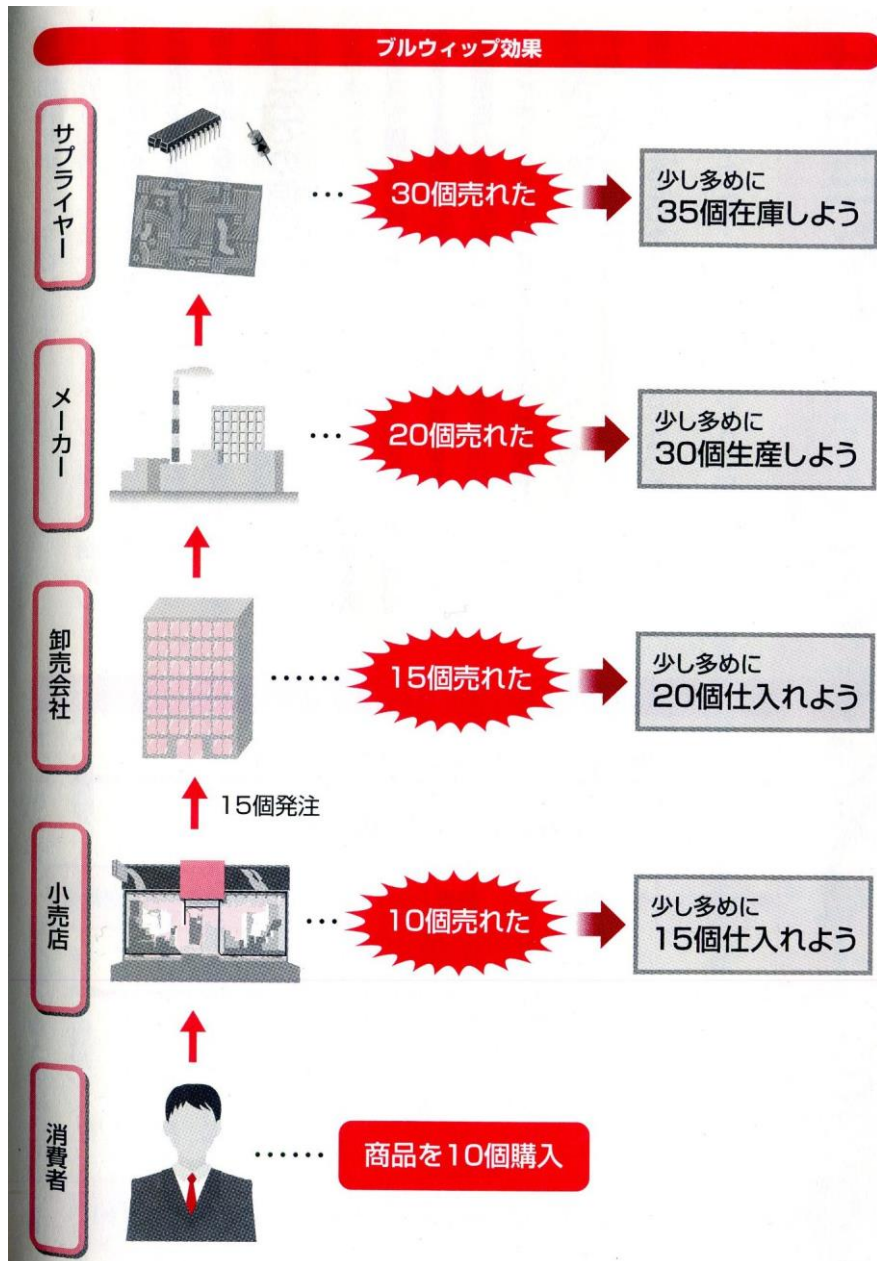
**ロジスティクスとは…** Logistics。元々は軍事用語であり、日本語訳は兵站(へいたん)。前線で必要となる武器や弾薬、食糧などの輸送・配備計画を立案し、戦況に合わせて実行する作戦のこと。

#### ロジスティクスの範囲

調達物流 → 社内物流 → 販売物流

### ・ブルウィップ効果

サプライチェーン・マネジメントの主眼は、商品の流通段階で生じる見込み生産をもたらす「ブルウィップ効果（鞭効果）」を最小化し、実質的な需要にもとづいた商品と数量しか生産しないことにあります。



### ・SCM の構築

日本における SCM の構築に関しては、複雑な流通経路や固有の商慣習があること、中小企業の情報化 (IT 装備) が遅れているなどことから、必要な企業間連携がとりづらいのが現状です。

サプライチェーン構築を支援する ERP\* ソフトや SCM パッケージなど多くのソフトが販売されていますが、IT の導入以前に現場作業の標準化、組織体制の見直しなどの企業努力が必要になっています。

\* ERP Enterprise Resource Planning の略。経営資源計画などと訳される。

### ・人件費

運送原価のなかで最も大きな割合を示しているのが人件費で

す。赤字企業平均、黒字企業平均ともに営業収益に占める人件費の割合が 40% を超えていることがわかります。運送会社にとっては、人件費の高騰を抑えながら、トラックを走らせることが重要になってきます。

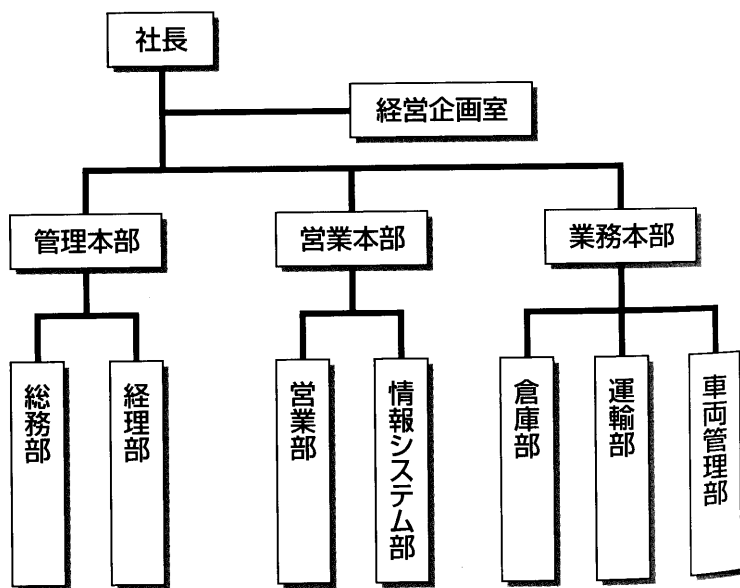
### ・情報システム部門 (物流企業)

情報システム部門は、経理システムやグループウェアなどの社内の経営管理システムと、WMS\* (倉庫管理システム) や TMS\* (輸配送管理システム) といった現場運営のための物流情報システムの開発・選定・保守管理を担っています。

\*WMS Warehouse Management System の略。

\*TMS Transportation Management System の略。

### 物流企業の組織図(例)



組織形態はその企業の戦略を表す！

#### ・モーダルシフト

モーダルシフト\*とは、これまで物流の主要な輸送モードであった「トラック」から、「鉄道」や「船舶」に転換していくことをいいます。

\*モーダルシフト Modal Shift。様式転換の意。

モーダルシフトを実際に進めていく上で、いくつかの体制づくりが必要になります。まずひとつめは「ユニットロードシステム」の採用です。ユニットロードシステムとは「輸送貨物がある単位（パレットやコンテナなど）にまとめた状態で一連の輸送・保管・荷役を行うことができる体制」のことをいいます。

これに取り組むための方策としてはパレットを用いるパレチゼーションとコンテナを用いるコンテナリゼーションがあります。モーダルシフトのようなトラックと鉄道、トラックと船舶といった異なった輸送モードで出発地から到着地まで積み替えることなく貨物を受け渡す複合一貫輸送にはユニットロードシステムの構築が不可欠であるといえます。

次いで必要になってくるのが「納品先を巻き込んだテスト物流」です。トラック輸送とコンテナ輸送では輸送ロットや荷役方法が異なる場合が多くあります。そのため、納品先との綿密な調整（荷受体制の再構築など）や輸配送時の荷崩れ事故防止に向けたテスト配送が必要になってきます。

このようなモーダルシフト実現に向けた体制作りを行なうためには、荷主企業と物流企業、納品先の連携が非常に重要になってくるでしょう。特に物流企業と納品先にとっては、それまでの体制を大きく変更することによりモーダルシフト体制を確立しなければならないでしょう。

京都議定書における温室効果ガスの削減目標と、企業の社会的責任という目標を達成するひとつの手段として「モーダルシフト」への移行は今後ますます加速されることでしょう。

#### ・RFID

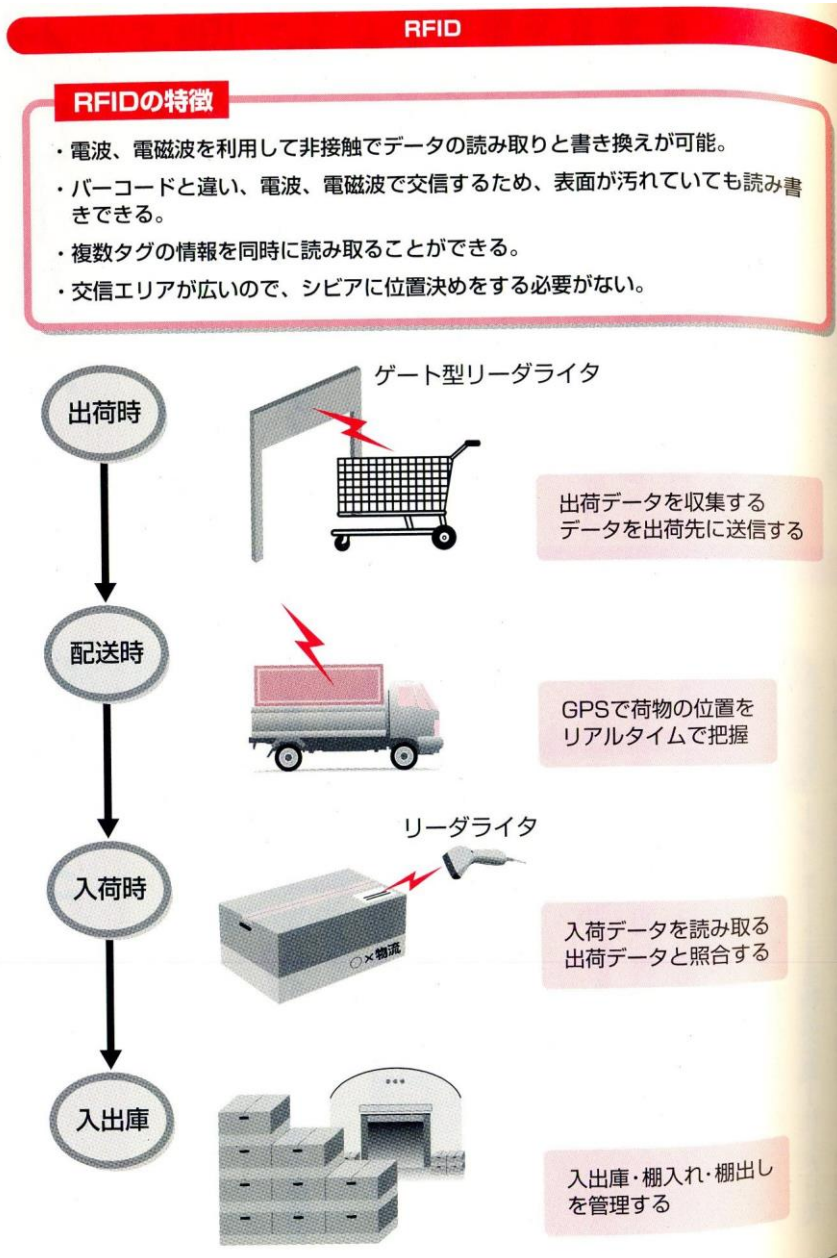
**RFID\***（IC タグ）とは、微小な無線チップにより人やモノを識別・管理する仕組みです。流通業界でバーコードに代わる商品識別・管理技術として研究が進められてきましたが、それに留まらず社会の IT 化・自動化を推進する上での基盤技術として注目が高まっています。

RFID は、モノや人の個体 ID やデータを管理する「RFID タグ」と、その ID を認識・制御する「リーダライタ」と「アンテナ」装置で構成されます。

電池を内蔵しない RFID タグ（パッシブタグ）は、リーダライタのアンテナから出力する電波や磁界を受けて交流することで、IC チップにデータを登録（エンコード）、またデータを返送する仕組みで動作しま

す。

\*RFID Radio Frequency Identificationの略。



参考情報

<https://www.denso-wave.com/ja/adcd/fundamental/rfid/>

#### ・M&A

物流業界のM&Aはまだ増えていくものと思われます。

最近の買収事例を見ていくと、物流子会社を買われるケースが多いようです。

荷主企業が現在、コア業務への集中志向で間接業務を外部の物流企業にアウトソーシングする傾向を強めているため、**高コスト体質の物流子会社は存在意義がさらに薄まっている**ことが要因だと言えます。

買収する側にとっては、物流子会社は親会社の物流業務をベースとして持っているのも魅力のある存在と言えるでしょう。

「IT物流」

現在、物流の現場にとってITは絶対に必要なものです。

## | 物流と IT |

物流現場で情報システムを活用する主なメリットは、コスト削減と顧客ニーズへの迅速かつ的確な対応です。

現在、物流の現場にとって IT（情報技術）は絶対に必要なものとなっています。もちろん、物流に関する情報システムはかなり以前から存在していました。しかし、これまでのものは、基幹システムと物流センターや輸配送の単機能システムが分断されていて、全体の最適化を実現するものではなかったのです。

最新の情報システムは、インターネット環境の発達もあって、各機能の能力だけではなく、各企業及び各業務機能を連携させる能力をアップさせることができているのが特長です。これにより、荷主企業はサプライチェーン・マネジメント（SCM\*）構築に向けて、実効的な取り組みができるようになりました。荷主企業が、SCM を構築するにあたって必要な計画策定を支援する「SCM」を利用すると、**戦略的にロジスティクスを展開する際の在庫管理や生産計画、配送計画やスケジューリング、需要予測、納期回答、シミュレーションを効率的に行なうことが可能です。**

## | 情報開示でフェアな取引 |

最近では、先進的な物流企業は、自社仕様の WMS\*（倉庫管理システム）や TMS\*（輸配送管理システム）などの情報システムを持ち、荷主企業が今まで自社で行っていた受発注や在庫管理、輸配送管理などのアウトソーシングを請ける例が増えています。

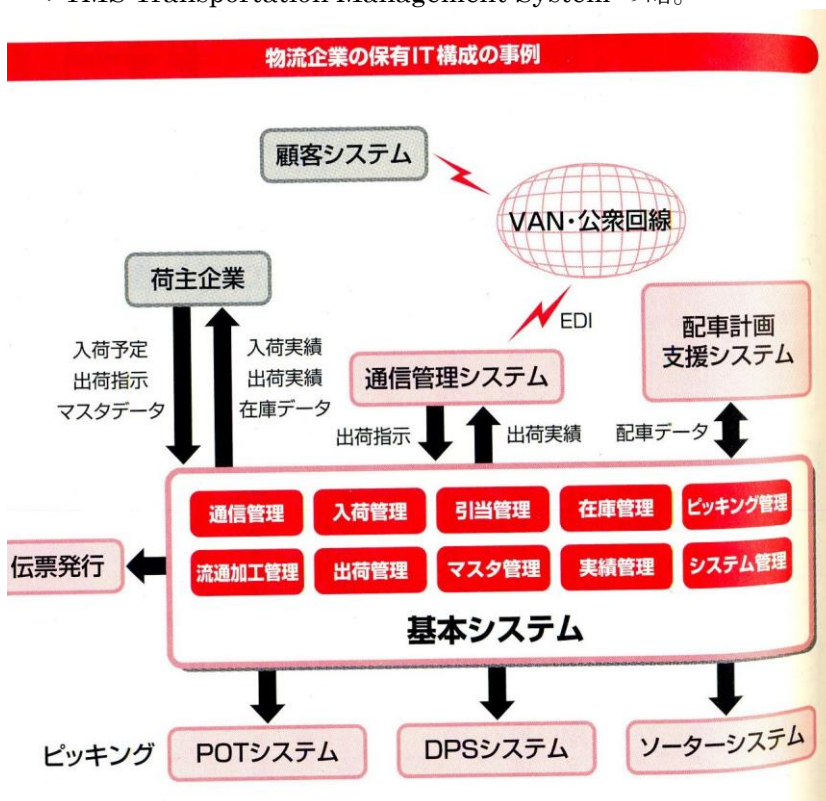
こういった情報システムで、荷主企業はインターネットを介して商品在庫や輸配送の過去の履歴や現状を確認することができ、その情報をマーケティングやセールスに役立てることができます。

今後の課題は、サプライチェーン上にある各企業が、こういう高度化した IT を使って、それぞれの情報をしっかり開示し、フェアな正しい取引を行なっていくことです。その点で、欧米に比べて取引形態にあまりない部分はまだ多いわが国は、遅れているといわざるを得ません。

\*SCM Supply Chain Management の略。

\*WMS Warehouse Management System の略。

\*TMS Transportation Management System の略。



山九 Thank you

福山通運 パーセルワン (PARCEL1)

センコー

富田商会（日本窒素肥料の専属物流会社）⇒日室運輸へ社名変更⇒財閥解体で解散⇒有志で再興「扇興（せんこう）運輸」。日本窒素肥料のシンボルマーク「扇に日の丸」。



・シーオス株式会社(英語名：SEAOS Corporation)

私は、物流企業様の荷主獲得マーケティングおよびセールスのコンサルティングを専門にしていますが、究極的には、販促や営業がほとんど要らない企業を創るのが目的だと考えています。

販促や営業にコストをかけなければ、今よりもっと費用対効果の高い商品を顧客に提供することができます。

逆説的ですが、企業をそういう状態に持っていくために、圧倒的一番化を目指して、積極的にマーケティング・セールス活動を行なうべきなのです。

私が日本一のノンアセット型 3PL 企業だと思っている奇跡の会社、シーオス株式会社は、まったく営業活動を行なっていませんが、常に次の顧客が並んで待っている状態です。同社は、**1年に原則1社しか受注しません**から、「うちも早くやって欲しい」という顧客が列をなしてしまうのです。

それらの顧客は、すべてクチコミ、紹介で来た企業です。

社長の松島聡氏曰く、同社の強さは「技術力」から来ています。エンジニアリングの技術とオペレーションの技術であり、物流企業にとっての「商品力」です。

唯一、販促活動と言えることがあるとすれば、日本ロジスティクス大賞にノミネートすることくらいです（2001年度と2009年度の2度受賞）。ただし、応募の目的は、販促ではないと思います。

商品を研き込み、効果的にリリースを行ない、完全なプル型の集客形態を創り上げる、シーオスはすばらしいモデル事例です。