

# ロジスティクス基礎



## 第2回 物流とは？ロジスティクスとは？

### 物流の役割

#### 1) 物流とは企業の商取引

#### 物流の役割

- 1) 物流とは企業の商取引  
・ 流通を構成する2つのながれ

##### 物流（物的流通）

⇒物を動かすこと（物と施設、機器、人、情報とのあり方）を計画し、実行すること

##### 商流（商的流通、商取引流通）

⇒商取引（売買）によって所有権を移転させる、「場所的」、「時間的」、「人的」隔たりを解消

#### 「特積みのセイノー」から「ロジのセイノー」へ

商物一体 ⇒自社の従業員が物流も行うこと

商物分離 ⇒自社で行わず、物流を委託すること



物流とは、企業の商取引のことを指し、二つの流れで構成されています。

一つは「物流、物的流通」、もう一つが「商流、商的流通、商取引流通」です。

「物流」とは、物を動かすことを計画し実行すること、「商流」は、商取引によって所有権を移転させることを言います。

ロジスティクス基礎講座①特積みのセイノーからロジのセイノーへ「中期三カ年計画の全体戦略」において、**ロジスティクス戦略による高付加価値な商流の提供**の話がありました。

ここがポイントとなってきます。

#### ※商物一体から商物分離へ

商物一体 ⇒自社の従業員が物流も行うこと

商物分離 ⇒自社で行わず、物流を委託すること

「**商物一体から商物分離へ**」ということです。

では、商物一体とは何でしょうか。確認していきましょう。

商物一体とは、自社の従業員が物流も行うことを指します。

その逆に当たるのが、商物分離で、自社で物流を行わず、委託することです。

### 《商物分離をすることのメリット》

物流は専門家に任せておき、本業に力を入れることで会社が発展する、「**効率が良くなる**」ということです。

我々が取引をしているお客様が、課題として抱えていらっしゃることを「**お客様の商物一体を商物分離にする**」

つまり、**物流を我々に委託してもらうことで、お客様の繁栄と効率化につなげていく**ことがポイントとなってきます。

## 2) 生産と消費の間を取り持つ役目

### 2) 生産と消費の間を取り持つ役目

#### ・物流は「**生産**」と「**消費**」の間を埋める

・物流の機能（「**輸送**」「**保管**」「**流通加工**」）と効果

輸送 …生産地と消費地という、「**場所的**」隔たりを解消  
⇒

保管 …生産と消費の「**時間的**」隔たりを解消  
⇒

流通加工 …必要な物を必要な数だけという、「**数量的**」隔たりを解消  
⇒  
…必要な物を取り揃えて供給する、「**品目的**」隔たりを解消  
⇒

・生産、仕入、販売と並ぶ活動

企業活動は生産した製品や仕入れた商品を販売、間違いなくお客様に届けることで完了し、決められた時期に代金を回収

↓  
間違いなく届ける活動 = 「**物流**」

**物流は、生産と消費の間を取り持つ、埋める役目を持っています。**

物流には3つの機能があり、一つ目が「**輸送**」、二つ目が「**保管**」、そして三つ目が「**流通加工**」です。

それぞれに、機能・効果があります。

○「**輸送**」には、生産地と消費地という場所的隔たりを解消する『**距離的效果**』

○「**保管**」には、生産と消費の時間的隔たりを解消する『**時間的效果**』

○「**流通加工**」には、必要なものを必要な数だけという数量的隔たりを解消する、数量的効果と必要なものを

取り揃えて供給するという、品目的隔たりを解消する『**品目的効果**』があります。

物流は、生産・仕入れ・販売と並ぶ活動です。

生産した製品や仕入れた商品を販売し、間違いなくお客様に届けることで物流は完了します。

そして、決められた時期に、代金の回収をする必要があります。

この、**間違いなく届ける活動が、我々がおこなっている『物流』**です。

### 3) 物流により便利な生活ができ社会を良くする

#### 3) 物流により便利な生活ができ、社会を良くする

- ・社会に不可欠な物流

物流は、現代に生きる人すべての人に関わるもの



物流はたいへん意義のある活動



「適正な商品を」、「適正な時間に」、「適正な場所に」届ける  
⇒物流のレベルが高いからできること



経済動向や消費者ニーズの変化により物流に求められる役割は拡大  
量的な処理能力、コスト削減による利潤の確保など様々な役割がある



**ロジスティクスの概念**

では、この物流はなぜ必要なのでしょう。物流は、社会にとって不可欠なものです。

現代に生きるすべての人に関わるものであり、大変意義のある活動です。

**「適正な商品」を「適正な時間」に「適正な場所」に届けることは、物流のレベルが高いから可能にできる**  
ことです。

過去、鉄道輸送が主力だった時代には、このすべてを満たすことはできませんでした。

今は、物流の品質・レベルが高いからこそ実現できています。

今日の経済動向や消費者ニーズの変化により、物流に求められる役割は拡大しています。

例えば、**宅配便ができた裏側は、お客様のニーズの変化があったから**です。

その他にも、**量的な処理能力、コスト削減による利潤の確保**など様々な役割があります。

#### 4) 物流が話題になるのはなぜ？

##### 4) 物流が話題になるのはなぜ？

- ・ 物流サービスを前提に商売が構成されている



物流費の低減が収益力を左右する

- ・ 物流サービス依存型経営の広まり

⇒在庫を持たない生産システム、商品の仕組み **ジャストインタイム**



部品、商品を間違いなく供給できる、システムの構築

なぜならば、**物流サービスを前提に商売が構成されている**からです。

物流費の低減が、収益力を左右するということも言われています。

そうして、**物流サービス依存型経営**が広まってきました。

在庫を持たない生産システム、商品の仕組みを求める姿から「**ジャストインタイム**」も生まれています。

在庫を持たずに必要なその時に入荷をするということです。

**部品、商品を間違いなく供給できるシステムが構築**されています。

- ・ 物流コスト削減への期待

ローコスト志向の高まり



物流サービスの上昇 = 物流コストの高騰



物流コストに対する視点



物流コスト削減に関心が集まる

- ・ 物流は第三の利潤源 = 企業の利潤追求 ⇒第三の利潤源説とは？

続いて「**物流コスト削減への期待**」についてです。

ローコスト志向が高まる一方で、物流サービスは年々上昇しており、それに伴って「物流コスト」も高騰しています。**クオリティが上がれば、それだけコストも上がります。**

それによって、物流コストに対する視点や物流コストの削減に関心が集まるようになりました。

効率化や、輸送の回数を減らすなど、コストの削減に取り組むようになります。

こういった背景から、**物流は第三の利潤源**と言われるようになりました。

企業は利潤を追求する必要があります。

その中で、**物流にかかるコストを削減していくことで、そのまま利益に直結**します。

こういった関係から第三の利潤源説が言われるようになりました。

# ロジスティクス基礎



## 第2回 物流とは？ロジスティクスとは？

### 物流の歴史

#### 1) 物流の語源

#### 物流の歴史

##### 1) 物流の語源

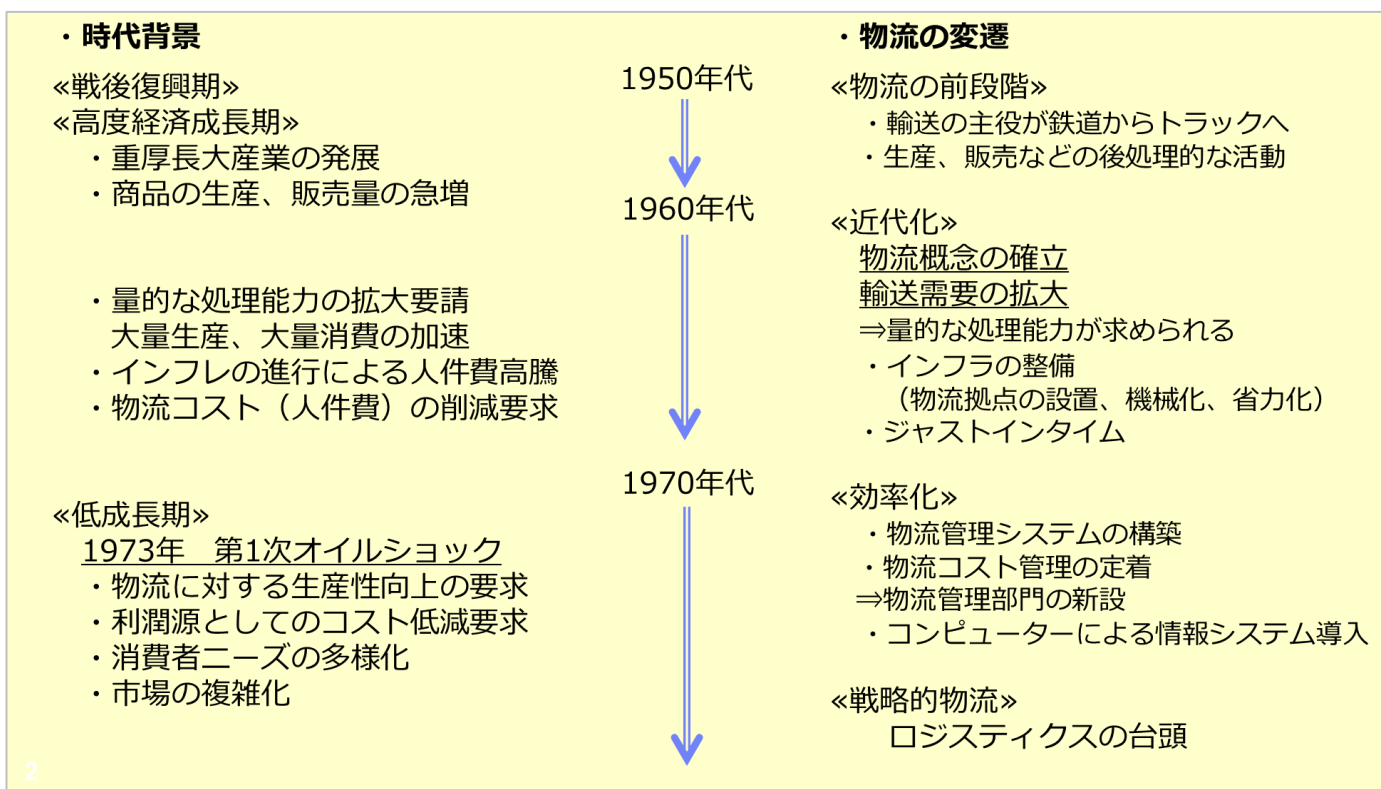
- ・ 1956年 Physical Distribution
- ・ 1965年前後 「物的流通」という訳語

物流の歴史について確認していきましょう。「物流」という言葉は、1956年にさかのぼります。

Physical Distribution という言葉と物流の概念が生まれました。

その後、1965年前後に「物的流通」という訳語が使われるようになり、省略して「物流」と言われるようになったのです。

#### ≪物流の歴史年表≫



○その背景を見ていきましょう。

### 1950年代、

この頃に物流業界では、輸送の主役が「**鉄道からトラックへ**」移り変わってきました。

歴史的には、第二次世界大戦後の戦後復興期、高度経済成長期と言われ、重厚長大産業、重化学工業等が発展しました。商品の生産や販売量が急増し、物流業界では、それらの後処理的な活動が行われていました。

### 1960年代

**物流の概念が確立**し、輸送重要が拡大された時代です。

**大量生産、大量消費**が加速し、量的な処理能力が求められました。

インフラの整備、ジャストインタイムが求められるようになりました。

インフレの進行により、人件費が高騰したことで物流コストの削減が要求されるようになった頃です。

### 1970年代

1973年に第1次オイルショックが起き、**低成長期へと突入**していきます。

物流に対して生産性の向上が要求されたことから「**効率化を重視する時代へ**」と変わり、物流管理システムの構築がされ、「**コスト管理**」が定着してきました。

この頃に、物流管理部門が新設されるようになり、**コンピューターによる情報システムが導入**され始めます。

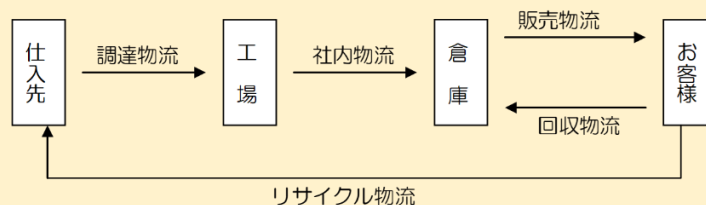
**戦略的物流がとられるようになり、「ロジスティクス」が台頭**するようになったのです。

○続いて物流の構成について、確認しましょう。

仕入れ先から工場、工場から倉庫、倉庫からお客様へ、というのが一般的な物流の流れです。

## 物流の構成

### ・物流の領域区分



調達物流 ⇒ 自社に入ってくる物流（工場への原材料移動）

社内物流 ⇒ 自社内で行われる物流（工場から倉庫への製品移動）

販売物流 ⇒ お客様へ納品のために出していく物流  
（倉庫から問屋、小売への販売移動）

回収物流 ⇒ 返品、空容器、廃棄物を回収する物流  
（家庭から工場、倉庫への回収移動）

自社に入ってくる物流で工場への原材料などの移動で多く行われます。

工場から倉庫へ運ぶことを「社内物流」と言います。

自社内で行われる物流のことで、工場から倉庫への製品移動などが行われます。

倉庫からお客様のもとへ運ぶことを「販売物流」と言います。

倉庫から問屋、小売店等への販売移動が行われます。

そして、お客様から倉庫へ運ぶことを「回収物流」と言います。

返品から容器、廃棄物などを回収する物流で、家庭内から工場、倉庫等への回収移動が行われます。

これ以外に最後にお客様から仕入先に、原料として戻す「リサイクル物流」というものもあります。



# ロジスティクス基礎



## 第2回 物流とは？ロジスティクスとは？

### (3) SCM、3PL

#### サプライチェーンマネジメント (SCM)

##### 1) SCM の概要

## サプライチェーンマネジメント (SCM)

### 1) SCMの概要

- ・ サプライチェーンを構成する企業が互いに協力

サプライチェーン (供給連鎖)

⇒商品が消費者の手元に届くまでの商品供給に関わる企業のつながり



全体としてムダのないスピーディーな商品供給を行う経営思想



サプライチェーンマネジメント (Supply Chain Management / SCM)

まず、**サプライチェーンとは、供給連鎖のこと**を言います。つながっている、ということです。

商品が消費者の手元に届くまでの商品供給に関わる企業のつながり、全体として無駄のないスピーディーな商品供給を行う経営思想のことを、まとめて**サプライチェーンマネジメント**と言います。

## 2) SCM 全体の最適化を図り、効率的な商品供給を行う

### 2) SCM全体の最適化を図り、効率的な商品供給を行う

- ・ サプライチェーン全体の最適化



**原材料メーカー、メーカー、卸売業者、小売業者のつながり**



それぞれの企業では受注、発注、物流などが行われているが、この情報をすべての企業が共有しようというもの

次に、「**サプライチェーン全体の最適化を図り、効率的な商品供給を行う**」とはどういうことでしょうか。

一言でいえば、**原材料メーカー、メーカー、卸売業者、小売業者がつながること**です。

それぞれの企業で、受注、発注、物流などが分かれて行われています。この分かれていた情報を1本にしてつなげていくことにより、効果的・効率的に情報をすべての企業が共有することができます。

## 3) 消費者へのコストダウンによる低価格販売の実現

### 3) 消費者へのコストダウンによる低価格販売の実現

- ・ サプライチェーンマネジメントの目指すもの



売れる商品を作る、ムダを省いた速やかな供給、欠品を出さず、在庫を極力減らす



**物流の効率アップ・徹底的なコストダウンにより、販売価格を下げる**



企業間の“二重在庫”排除によるトータル在庫の削減

商品供給のスピードアップ

企業間の“重複業務”排除による合理化

POS情報（販売時点情報管理）の共有による効率的な商品揃え

続いて、消費者へのコストダウンによる**低価格販売の実現**です。

サプライチェーンマネジメントの目指すものは、**品質が良く、価格が低いもの、売れる商品を作ること、無駄を省いた速やかな供給を行うこと、欠品を出さないこと、在庫を極力減らすこと**などです。

そのためには、**物流の効率を上げて経費を下げる**必要も出てきます。

徹底的なコストダウンによって、販売価格を下げるのです。

**情報共有化⇒商品・物流の供給の効率化ができる！**

企業の二重在庫排除によるトータル在庫の削減、商品供給のスピードアップ、企業間の重複業務排除による合理化、POS 情報、販売時点の共有による効率的な商品そろえる、いわゆる「川下からの情報を川上に逆流」させていくことによって**情報の共有化ができ、商品、物流供給の効率化ができる**ようになります。

#### 4) 企業間のパートナーシップ構築による「競争」から「共存」に変化

#### 4) 企業間のパートナーシップ構築による「競争」から「共存」に変化

- ・ 企業間のパートナーシップを基盤



最も効率的な供給連鎖の形になるために、必要不可欠なこと  
企業間の関連部門における業務や機能を分担、  
**信頼関係のもとに公平な情報公開がなされる**

**効率化が図られる、コストダウン⇒みんなが幸せ！**

そして、企業間のパートナーシップ構築により、**競争から共存へと変化**することになります。

これを基盤とすることは最も効率的な供給連鎖、サプライチェーンの形になるために必要不可欠なことです。

企業間の関連部門における業務や機能を分担し、信頼関係のもとに公平な情報公開がなされます。

ここが一番重要なポイントです。

今まではあまり見られなかったことですが「**我々も情報を公開するから、あなたたちも公開してください**」という関係が作られるようになりました。

それによって**効率化がはかられ、コストダウンにつながり、みんなが幸せになる**ことができます。

## 3PL（サードパーティーロジスティクス）

### 3PL

#### 1) 荷主企業の物流を総合的に受託

##### ・3PL（サードパーティーロジスティクス）

⇒商品の売り手でも買い手でもない第三者が物流を総合的にサポート



物流を3PL業者にアウトソーシング（外部委託）することによって、スピードアップやコストダウンを図る



企業はコアコンピタンス（中核事業）に専念できる ⇒**メリット**

#### 1) 荷主企業の物流を総合的に受託

続いて3PLについて確認していきましょう。

荷主企業の物流を総合的に受託することを「サードパーティーロジスティクス」略して**3PL**と言います。

商品の売り手でも買い手でもない**第三者が、物流を総合的にサポート**をしています。

物流を3PL業者にアウトソーシングすることにより、スピードダウンやコストダウンを図ることができます。

その結果、**企業はコアコンピタンス（中核事業）に専念**ことができ、**収入を増やすことができ、トータルで見れば儲けを出すことができる、などのメリット**があります。

## 2) 物流アウトソーシングによる本業回帰 (コアコンピタンス)

### 2) 物流アウトソーシングによる本業回帰 (コアコンピタンス)

#### ・ 物流部門のアウトソーシングを拡大する傾向



3PL事業は荷主に対して物流改革を提案、物流業務を包括的に請け負うサービス



SCMの担い手として期待されている

#### ・ 3PLが従来の外部委託と大きく異なる点

業務が輸送や保管等の作業を請け負うだけでなく、荷役や流通加工、在庫管理、サービスレベルの向上、コストダウンといった、物流機能全般を担当

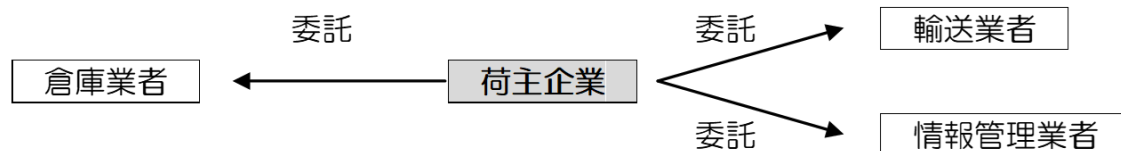
現在、物流部門のアウトソーシングを拡大する傾向にあります。

**3PL事業は、荷主に対して物流改革を提案し、物流業務を包括的に請け負うサービス**です。

今までも外部委託は存在していましたが、従来のものと大きく異なる点は、「輸送」や「保管」などの作業を請け負うだけでなく、「荷役 (にやく)」や「流通加工」、「在庫管理」、「サービスレベルの向上」、「コストダウン」といった「**物流機能全般を担当する**」というところです。

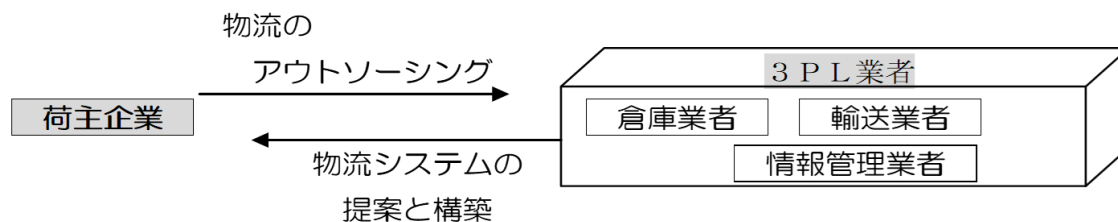
今までは、荷主企業がそれぞれの会社に委託をする必要があったものが、3PL企業に1度に委託すれば、**物流システムの全ての中で最適な提案と構築**をしてくれるのです。(下図参照)

#### 《これまでのアウトソーシング》



※それぞれの業者に委託

#### 《3PL》



※1つの3PL業者にまとめて委託

### 3) アセット型とノンアセット型の2つのタイプ

#### 3) アセット型とノンアセット型の2タイプ

##### ・ 3PL業者は2パターンあり

アセット型 …すでに倉庫や輸送手段、物流拠点となる場所（資産）を持つ  
⇒ **自社の資産を活用してシステムを構築**

ノンアセット型 …自社でアセットを持たず、提携して業務を運営  
⇒ **専門業者とのコーディネートでシステムを構築**

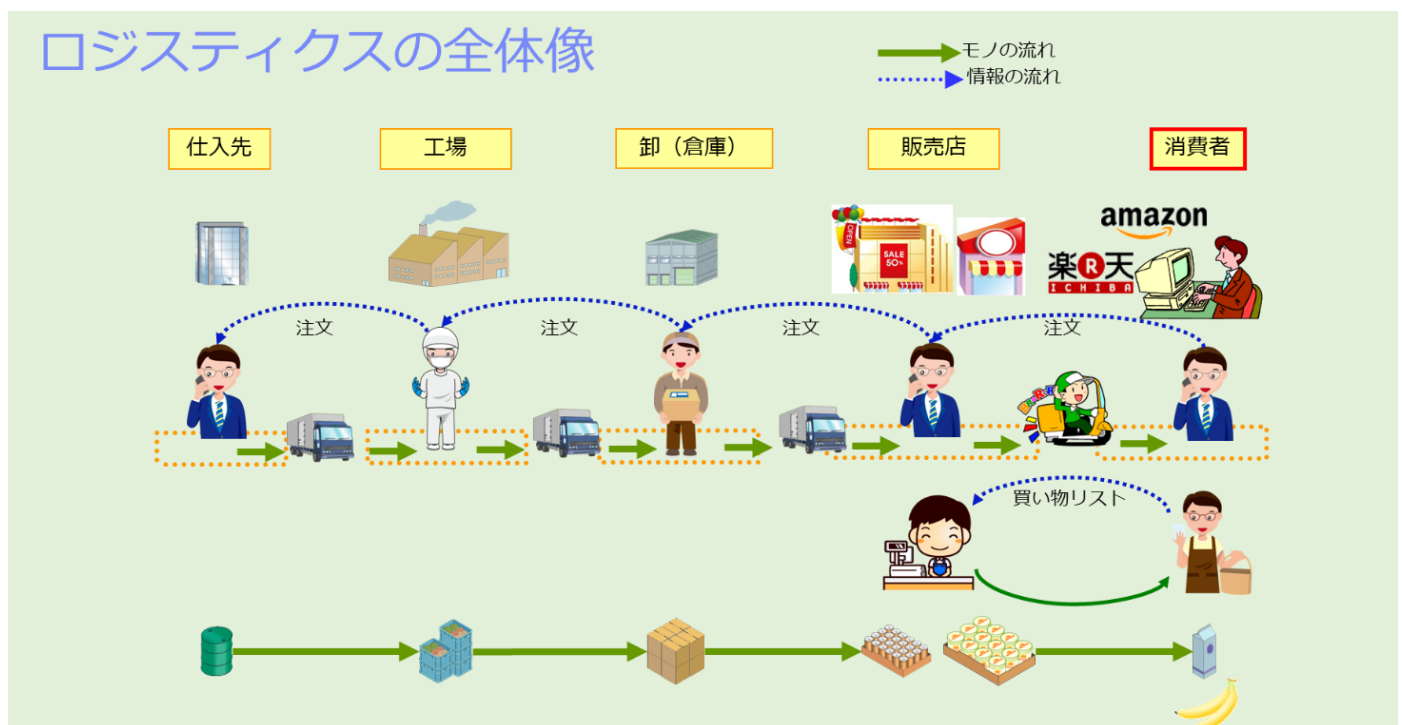
3PL業者には2つのパターンがあります。

一つ目は「アセット型」です。

アセット型は、すでに倉庫や輸送手段、物流拠点となる場所や資産をもっている、いわゆる**自社の資産を活用してシステムを構築しているパターン**です。当社もこのパターンにあてはまります。

二つ目は「ノンアセット型」です。

ノンアセット型は、自社でアセットを持たずに提携して業務を運営、つまり**専門業者とのコーディネートでシステムを構築しているパターン**です。足回りや倉庫など、資産となるものは持っていないのが特徴です。



# ロジスティクス基礎



## 第2回 物流とは？ロジスティクスとは？

### ロジスティクスの展開

#### ①ロジスティクスの基本概念

##### 1) ロジスティクスの語源

#### ①ロジスティクスの基本概念

##### 1) ロジスティクスの語源

- ・ロジスティクス…欧米の軍事用語、日本語では「兵站（へいたん）」  
⇒本当に必要とされている商品を、必要な時に、必要な場所に、必要なだけ供給する

では、ロジスティクスとは何でしょうか？基本概念を見ていきましょう。

ロジスティクはもともと欧米の軍事用語です。日本語では「兵站」と言います。

本当に必要とされている商品を必要な時に、必要な場所に、必要なだけ供給する。つまり、武器、弾薬をいかに計画的に効率よく運ぶかかで戦争に勝てるかという学問が元になっています。

##### 2) マーケットインを基本とした考え方

#### 2) マーケットインを基本とした考え方

- ・拡大する物流の役割  
市場のニーズ（販売動向）に合わせる  
⇒マーケットインの発想  
↓  
マーケティングにおける商品のコントロール方法  
↓  
タイミングよく販売するためには物流のスピードが必要

ロジスティクは、マーケットインを基本とした考え方です。

物流の役割は拡大しており、市場や顧客の意見、ニーズに合わせた商品開発を行うことが基本となります。これが、マーケットインの発想です。

マーケティングにおける商品のコントロール方法、タイミングよく販売するためには、**物流のスピードや仕組みが必要です。それが「ロジスティクス」**です。

## ②ロジスティクと物流の違い

### 1) 物流との違い

#### ②ロジスティクスと物流の違い

##### 1) 物流とのちがい

- ・ロジスティクスは競争力アップ  
ロジスティクス…物流を言い換えたものでもなく、物流が発展した形でもない  
⇒実需要から調達、生産工程、販売活動といったそれぞれの物流を全体的にコントロール（部分最適から全体最適）  
↓  
効率的な物流作業の計画を立てる  
⇒いかにスピードアップするかと無駄を無くすかを考えるのが、**物流との違い**

では、**ロジスティクスと物流の違い**は何があるのでしょうか？

ロジスティクスは、「**競争力をアップさせる**」ものです。

物流を言い換えたものでもなければ、物流が発展した形でもありません。

実需要から調達、生産工程、販売活動といった、それぞれの物流を全体的にコントロールすること、つまり「**部分最適ではなく全体最適**」に関わっていくのです。

効率的な物流作業の計画を立て「**いかにスピードアップするかと無駄を無くすか**」これが物流との大きな違いになります。



## 2) 部分最適から全体最適へ

### 2) 部分最適から全体最適へ

- ・ロジスティクスの考え方が企業経営に導入



ロジスティクスの考え方では、調達、生産、営業、物流部門といった、部門ごとの都合や個別の効率追求が調整



全体の効率化が目指される = **全体最適**

⇒結果として無駄な在庫や在庫移動が減り、ローコストが可能

「**部分最適から全体最適へ**」と関わっていくことがロジスティクスの特徴です。

現在、ロジスティクスの考え方は企業経営にも導入されています。

ロジスティクスの考え方では、調達、生産、営業、物流部門といった、**部門ごとの都合や個別の効率追求が調整され、全体の効率化が目指される**のです。

営業だけがよい、生産部門だけがよい、という部門ごとの部門最適ではなく、会社全体が一つの流れとして効率化が目指されること「**全体最適**」が重要になってきます。

結果として、**無駄な在庫や在庫移動が減り、ローコストが可能**となるのです。

当社の中期計画の中でも、**適正な在庫、適正な場所に、適正な施設の提供を**ということを掲げられています。

このような概要的なこと、ロジスティクスはこういうものだということを理解しておきましょう。