



ロジスティクスと3PL

自社に最適な倉庫管理システムを選ぶための7ステップ

ロジスティクスサービスを革新する

ロジスティクス分野で競争力を維持するためには、物流サービスのイノベーションが欠かせません。業界や規模の大小を問わず、あらゆる企業が、サプライチェーンの実行業務を、3PL（サードパーティの物流プロバイダー）にアウトソーシングすることで、顧客の期待する応答性を実現できることを知っています。

3PLの物流拠点は、ほとんどの企業が自社で構築・運用できる範囲よりも、顧客に近い場所にあります。また、市場の変化に合わせて、物流拠点をすばやく追加または撤収し、場所を移動させることができます。3PLを利用すれば、今日の急激な市場の変化に求められる適応性だけでなく、不安定な市場や経済の状況に合わせて、規模を拡張あるいは縮小する柔軟性を手に入れることができます。こうした利点から、3PLの市場ニーズはかつてないほどに高まっており、それと同時に市場競争は激化しています。

3PLにとって、サービスと品質、価値を差別化することは、顧客への訴求力を高め、顧客を獲得・維持するうえで、かつてないほどに重要になっています。その競争力の中心となるのは、サプライチェーンを実行するための情報テクノロジーであり、具体的には倉庫管理システムになります。戦略的な既得のアウトソーシング関係を求める顧客に対して、包括的なサプライチェーン実行能力があることを実証することは、3PLの競争優位を決める重要な要素です。それにも関わらず、多くの3PLでは、アプリケーションが老朽化しており、モバイルトランザクションや自動識別（バーコード）への対応が遅れ、労務管理は非効率的なままで、複数のクライアントが関わるワークフローや在庫/スペース管理に対応できず、課金の問題があるなど、非常に競争の激しい市場で勝利するために必要な数多くの機能がないことに苦労しています。

新しいサプライチェーン実行システムを選定・導入すべきなのか、既存のアプリケーションを機能拡張またはアップグレードすべきなのかを判断できない、あるいは判断するための戦略や要件を定義するためのリソースがない企業が多くみられます。そこで、3PLが新規顧客や既存顧客との戦略的関係を確立し、競争優位性を維持するために必要な機能を評価、定義、選定する上で役立つ実践的なロードマップを以下に示します：

1. 事業戦略を策定し、プロジェクト関係者全員と共有する

多くの企業では、戦略の策定や文書化が行われておらず、戦略を実行する責任のある関係者と共有化されていません。業務の遂行に必要なリソースとワークフォースを戦略的に連携させることができれば、競争力と生産性を維持するためのプロセスやアクティビティを実行しやすくなります。また、戦略に沿った業績評価指標を活用することで、効率的かつ生産的に働くことへの意欲が高まり、望ましい成果を達成することができます。

2. 運営委員会を立ち上げ、社内外から専任のプロセスのリーダーを2人用意する

プロセスのリーダーは、片手間にできる仕事ではありません。プロジェクトマネージャーが必要と判断すれば、対象分野を熟知している人やプロセスのオーナー、マネジメントやオペレーターなどの人々に、プロジェクトに非常勤で参加してもらうことは可能です。しかし、プロジェクトの選定プロセスにわたって、運営委員会とやり取りしながら文書を作成する作業については、専任で人を割り当てなければなりません。

3. 既存のサプライチェーン実行プロセス（ワークフロー）、評価指標、情報テクノロジーを評価して文書化する

複数の顧客にサービスを提供する3PLにとって、このプロセスは特に重要です。これは、ひとつの顧客のために施設を使っている場合も然りです。システムやワークフロー、コスト計算/請求方法など、顧客によって要件は異なります。サプライチェーン実行プロセスを、顧客毎に俯瞰して細かくレビューし、改善や革新の余地を特定して、システム要件を定義できることが重要です。導入プロジェクトが誤った方向へ行ったり、失敗する最大の原因は、要件定義が曖昧なことです。

4. サプライチェーン実行システムとテクノロジーの二次市場調査を行う

情報テクノロジーは、長年にわたって成熟しており、最近では、業界に特化したツールや機能が増えてきました。多くのプロバイダーは、何十年にもわたって業界で経験を積み、包括的なアプリケーションを提供しています。このプロバイダーの経験知を有効活用しましょう。ソリューションプロバイダーが提供する機能や基盤となるテクノロジー、将来のロードマップ、業界経験を評価することは、競争優位と世界クラスのオペレーションの実現においてテクノロジーが果たす役割を基本的に理解するのに役立ちます。貴社の業界における経験が長ければ長いほど、プロバイダーは、貴社の要件にマッチしたテクノロジーを提供できることとなります。

5. 機能に関する所見を既存プロセスや評価指標、戦略にマッピングする

ステップ3で行った要件定義をもとに、プロバイダーが提供する機能と貴社に固有のプロセスを突き合わせてみることで、機能のギャップを認識することも重要です。この作業は、新しいテクノロジーによる業務の改善効果を理解して、数値化するのにも役立ちます。標準機能で実現できることは何かを定義し、貴社に固有の重要なプロセスとのギャップを認識し、要件への適合性の高いプロバイダーを特定すれば、選定候補を絞って、RFP（提案依頼書）を作成できるようになります。

6. 顧客レファレンスの一次調査を行う

選定候補のプロバイダーから紹介された既存顧客だけでなく、他にもアプリケーションを利用しているユーザーを探しましょう。インタビュー用に質問を用意して、アプリケーションを利用しているできるだけ多くのユーザーに聞き込みをしましょう。どのような選定プロセスを実施したのか、導入体験はどうであったか（良い、悪い、ひどい）、稼働後のオペレーションや保守の体験はどうか、新しい機能の適用や統合の容易性、複数顧客とのワークフローや請求処理、オペレーションに対応しているかどうかを説明してもらいます。この調査は、RFPと選定プロセスの前にやっておくことが重要です。これによって、要件定義を確定し、選定候補の妥当性を確認できるからです。まだ文書に盛り込んでいない新しい考慮事項に気づくこともあります。

7. 選定候補にRFPを提示して、徹底的な選択プロセスを実施、価値を定量化して、利用可能なソリューションを評価する

このプロセスの過程で、現行業務の改善余地や革新できるポイントを見つける可能性があります。既存システムをアップグレードする、あるいは機能やテクノロジーを追加して拡張すれば、新しいシステムにする必要ないことに気づくかもしれません。大切なのは、戦略、人、プロセス、テクノロジーを包括的にレビューして文書化することで、貴社のソリューション要件を確定させることです。

[詳しくはこちら >](#)



インフォアは、業界特化型のビジネスアプリケーションをクラウドで提供しています。17,000人の社員が、170か国以上で68,000以上のお客様を支援しています。インフォアのソフトウェアは、お客様の業務の進化に向けたデザインとなっています。

Follow us:   