物流の創造的革新　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　2019年3月31日

小松昭英

最近、小野塚征志(2019)[1]が頭書の表題を副題とする著書を発刊している。そして、冒頭に「ロジスティクスにおける革新の変遷を、①輸送の機械化、②荷役の自動化、③管理・処理のシステム化、④物流の装置産業化の4段階で捉え、インダストリー4.0にも呼応するかのように、今やロジスティクス4.0を迎えているとしている。さらに、物流ビジネスでの新たな事業機会として、①荷主による展開に加えて、②メーカーやデベロッパーによる展開について述べている。

また、最近知ったことであるが、白井功他(2014)[2]がサプライチェーン・ロジスティクスに関する成書を発刊している。これは物流会社自体、すなわち(株)セイノー情報サービスの社長自らが監修者になって発刊している。

一方、インダストリー4.0では、その実践戦略で、End-to-End(E2E)のバリューチェーンの実現を目指すとしている。しかし、その実態は主として機械産業でのB2Bの世界に閉じているように思われる。

現実には、企業間連携あるいはビジネスエコシステムの形成により、B2B2Cが実現されており、企業間のみならず、ネット販売と店舗販売の統合により、顧客へのラストワンマイル問題も克服しつつあるようである。

例えば、ファーストリテイリング(2018)[3]、すなわちユニクロの最近のビジネスモデルでは、旧モデルのカスタマーセンターをカスタマークリエーションとしてモデルの中核的存在にするとともに、従来外注していた倉庫に加え物流まで社内に取り込み、さらに店舗販売とネット販売を統合している。

この新ビジネスモデル構築に当たっては、アクセンチュアとの共同事業(2015)[4]により、①商品の企画・生産・販売までの業務プロセスの完全デジタル化によるリードタイムの短縮、②IT エンジニアの内製化により、迅速かつ柔軟な対応によるサービスレベルの向上、③あらゆる情報にアクセスできるクラウドベースのアーキテクチャ活用による利便性の向上を図るとともに、(株)システムダイフクとの戦略的グローバルパートナーシップ(2016)[5]により、世界最先端技術を用いた、進化し続ける、超省人化アパレル倉庫を作ったと言われている。

すなわち、「物流の創造的革新」は、物流会社あるいは物流ビジネスのみならず、企業間連携あるいはビジネスエコシステムの形成の過程でも実現されているのである。あるいは、さらに「マッシュアップ時代」に相応しい多様な連携の下でサプライチェーン・ロジスティクスが形成されるようになるではなかろうか。

文献

[1] 小野塚征志、ロジスティクス4.0－物流の創造的革新、日本経済新聞出版社、2016

2 白井功監修、鳥居安徳・早川典雄編著、マッシュアップ時代のサプライチェーン・ロジスティクス、創英社（三省堂)、2014
3 ファーストリテイリング、ユニクロのビジネスモデル、2018
https://www.fastretailing.com/jp/group/strategy/uniqlobusiness.html, 2019.01.01 閲覧
4 ファーストリテイリング、ファーストリテイリング×アクセンチュア共同事業、2015
https://www.fastretailing.com/jp/ir/library/pdf/presen150615_jointbusiness_jp.pdf
5 ファストリテイリング、(株)ダイフクとの戦略的グローバルパートナーシップ、2016
https://www.fastretailing.com/jp/ir/library/pdf/presen181009_FR-Daifuku-ConcludeStrategicGlobalPartnership_jp.pdf