

目 次 ページ

特集 横たわる物流問題 —住宅資材はどう運ぶ—

物流業界のトラック不足へ木材・建材業界も対応急務	3
トラック業界、住宅会社＝事業者数過多で賃金上向かず	4
センコー＝GPS活用し効率的な配送を目指す	5
日新(横浜市)＝最適な在庫数量管理で収益力を高める	6
東京木材埠頭＝最適管理と顧客利便性向上へ	6
日新グループ(島根県松江市)＝三重県に中間物流拠点確保	7
すてきナイスグループ＝釜山新港物流センター、拡大・機能充実計画	7
加藤ベニヤ＝首都圏配送センターを開設	8
ウディワールドのざき＝一般の資材配送増に取り組む	8
ナカザワ建販＝顧客満足度の向上に物流機能強化	9
東信木材センター＝トレーラー帰り荷で全国配送	9
<7月の国産材産地市況>西から底打ち反発へ	10~11
<7月の外材産地相場>欧米産地は小幅高に	12~16
<統計>合板及び主要建材の供給推移	22~23

潮流

重い「確認」の壁

新聞記者を生業とした限りは、世間をアツと言わせる大スクープをモノにしたいと思う。獲物を探して原野をうろつく動物のように、スクープネタを見逃さない嗅覚や第六感を絶えず養うよう心掛けてきたつもりだが、年を重ねるにつれて、次第にその能力の衰えを感じるようにもなった。

若いころ、これを書いたら大スクープになると仲間と話したことを思い出す。南アのアパルトヘイト撤廃や東西ドイツ・南北朝鮮統合といった話のほか、日本の大企業の合併・統合や倒産などもあった。記者として現実にそういう場面に遭遇したこともあるし、大事件についての記事を書いていて記者冥利に尽きると感じたこともある。

しかし、いまだ誰もがなし得たことがないのは、天皇との単独インタビューだ。

突如として報道された天皇陛下の生前退位のご意向。記者が当事者に確認もしないでよく記事にするなというのが素朴な思いだ。ま

た、こうした内容をリークすることの意図はなんだろうかと考える。書く・書かないは報道の自由だが、「意向」がどうして分かるのだろうか。

このような大きな話ではないが、記者はいつも人との話や噂とも思われる内容から確認先を手繰り寄せて記事にする作業を続けている。また、どれが本当で、どれがそうでない話かを選り分けるのは、精神的にも肉体的にも負担のかかる作業だ。ただし、確認できる情報源を持っていることが必須条件でもある。

確認先が分かっているのに確認を怠るのは論外だが、今回の陛下問題のように、規則によって確認ができない状況にいら立っているのは、実は、担当する記者たちだろう。確認をとって早く記事をものにしたいと思うのが記者の本心でもある。

ただし、いつの間にか、既成事実化してしまうメディアの威力には怖さを感じる。

顧客満足度の向上に物流機能強化

ナカザワ建販

関西最大手の小売店ナカザワ建販(大阪府岸和田市、四本敦緒社長)は、加工物流機能の強化に力を入れている。最も重要視しているのは、生産性向上と顧客満足度向上の両立。収益を高めるため徹底した合理化を進めるが、顧客満足度の向上がリンクしなければ駄目だということだ。さらに自社の物流部門に加えて運送会社のリンクス(同、新田和彦社長)を設立し、大手ビルダーの邸別配送なども担うようになっている。

同社の物流合理化で大きな改善になったのが、配送拠点網の整備。従来は営業所ごとに配送を行っていたが、エリアごとに配送拠点を設けて本部で集中管理できるようにした。これにより、現場に一番近い拠点から配送できるようになったのに加え、在庫の合理化にもつなげた。しかし、ここで重視したのも顧客満足度の向上。すべてのトラックの状況をリアルタイムで管理できるようにしたのだが、現場監督から「トラックがまだ出てなかったら合板1枚加えておいて」など、配送物や時間などに細かな変更連絡があれば、すべてのオペレーターがその場で確認し、仮に出荷前なら発送物の変更などにも対応できるようシステムを構築した。

さらに、力を入れているのがトラック運転手による現場進捗状況の把握。建築現場は様々な理由で進捗状況がめまぐるしく変化するため、現場監督の補助的立場で進捗状況をチェックし配送スケジュールに反映させている。これにより計画配送の精度を向上させているのだ。加えて職人不足にも対応するため、幅広い住宅資材をプレ加工することで施工の高品質化や合理化、工期短縮に貢献している。ここでは、構造プレカットを軸に大壁パネル、窯業系サイディング、ユニット配管など幅広く対応。構造CADデータを元に、あらゆる住宅設計情報を網羅していき、工務店に対して様々なバックアップ体制を構築する。 ◆

トレーラー帰り荷で全国配送

東信木材センター

東信木材センター協同組合連合会(長野県小諸市、大日方英雄理事長)は、全国屈指の年間取扱量15万㎡を誇る(2015年度実績)。土場面積は7,000坪とごく普通の原木市場だが、合板工場や大型製材工場との協定販売を締結、トレーラーの帰り荷を活用して全国に配送している。協定販売は3カ月ごとのゆるやかな取り決めだ。

例えば、カラ松4尺中目を一定単価で3カ月合計4,500㎡販売する契約を結ぶ。毎月、決められた価格で1,500㎡以上を安定供給し、販売先は原木確保が確実となり安心して生産を続けることができる。

長野は海なし県で、丸太の配送はトレーラーに頼るしかない。同センターは首都圏に近いことから、全国から集まるトレーラーの帰り荷を活用、正規運賃よりも割安となり、その差額を山元に還元している。運送会社は空荷で帰るよりも利益になり、森林所有者も同センターにもメリットがある「三方良し」の方式として定着している。カラ松を買う合板工場などの需要家側は、船便のように一度に多量の丸太を着けることはできないが、毎月の契約量がコンスタントに届けられるため安心して操業に専念できる。

このシステムは100%運送会社の都合に合わせている。運送会社は前もってトレーラーを回せる日程を知らせ、同センターはいつでも荷が積めるように30㎡前後のハエ積みを用意している。例えば、九州から首都圏に荷を運んできたトレーラーは、長野から京都府舞鶴市、または長野から岐阜県中津川市といったルートで帰っていく。正規運賃で1㎡当たり5,000円掛かるところ、帰り荷であれば3,000円で運べるといった具合だ。その差額の2,000円は1㎡1万円の丸太の場合、2割に相当し、山元から2割高く買っていることと同じ計算になる。 ◆