

リレー連載

物流がら見た 道路交通計画

輸送経路

ジャスト・イン・タイム遷をトンキロベースでみる(JIT)輸送やインターネット通販が普及し、に移動、現代はトラック生鮮食品や冷凍食品の輸送が多くなっている。これが送が増えている。これにともなう輸送機関が時代に伴い、厳格な配達時間の指定、品目ごとの温度管理が求められるようになり、物流事業者は消費口集中と急激なモータリ者、荷主からの輸送ニーズに心え続けている。乗用車の交通が注目され環境負荷の低減や安全るようになった。

・安心の確保など、物流に対する期待が高まることも、役割の重要性に対する認識が深まっている。

大都市では、食料品を含む日用品輸送の大部分をトラックが担っている。



江守 昌弘氏(えもり まさひろ) 昭和48年生まれ。神戸大卒。技術士、APPECエンジニア。建設技術研究所東京本社交通システム部長

もしてトラック輸送が滞れば、日常生活はたちまち困窮してしまう。平成二十三年の東日本大震災では、トラックが緊急支援物資を被災地に届け役割も果たした。

物流事業者は、輸送をより安全かつ確実なものにするともに、時間指定や温度管理のよう付加価値の高い物流に取組まなければならない。

物流の果たす役割と内容は

第2回

消費支えるインフラへ発展

このように、物流は産業を支えるインフラから、生活を支えるインフラへとその役割を広げている。

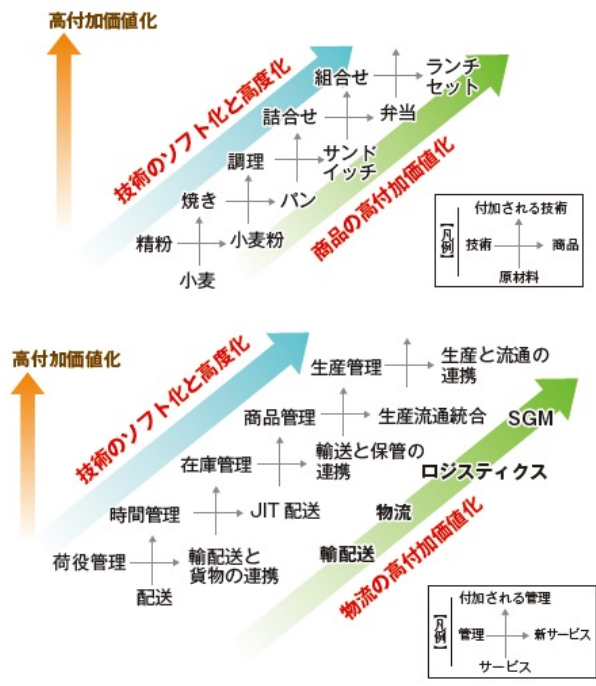
付加価値の高い物流には、「商品の高付加価値化」と「物流の高付加価値化」がある。

商品の高付加価値化とは、商品の価値を物流機能によって高めていくこと。例えば、小麦という原材料からパンが製造される。さらに調理加工を行うとサンドイッチに変わり、これが詰め合わせられてランチボックスとなる。このように少しずつ物流機能が加わることで、高付加価値な商品に変わっていく。

より高付加価値へと変化し

一方、物流の高付加価値化はソフトな管理技術を加えることにより、物

商品と物流の高付加価値化



流の価値そのものを高め、このため、消費者が(商品)物流は産業活動を支えていくことを指す。配送品をそのまま使えるようにセットしたり、据定した消費生活を支えていくことも求められている。産業活動も消費生活に合わせ、生産と流通を「ひとつの手間」をかける。多様化している。物流事業者は、産業界や消費者の要求に応じて徐々に変化しながら、産業活動や消費生活を支えるより付加価値の高い物流に取り組んでいく必要がある。