

先月号では送業事業者の収益向上に役立つヒントを、事例を交えつつご紹介しました。今月号でも引き続き、収益向上のポイントのおさらいと事業者の取り組み事例をご紹介します。

### I. 「収益向上のためのポイント」とは

収益アップにつながる効果的な手段は、“コストダウン”と“売り上げアップ”の2つです。コストダウンにはエコドライブの推進が効果的で、多くの事業者で取り組まれています。一方の売り上げアップは、荷主企業の新規獲得のことで、積極的な営業活動が不可欠です。



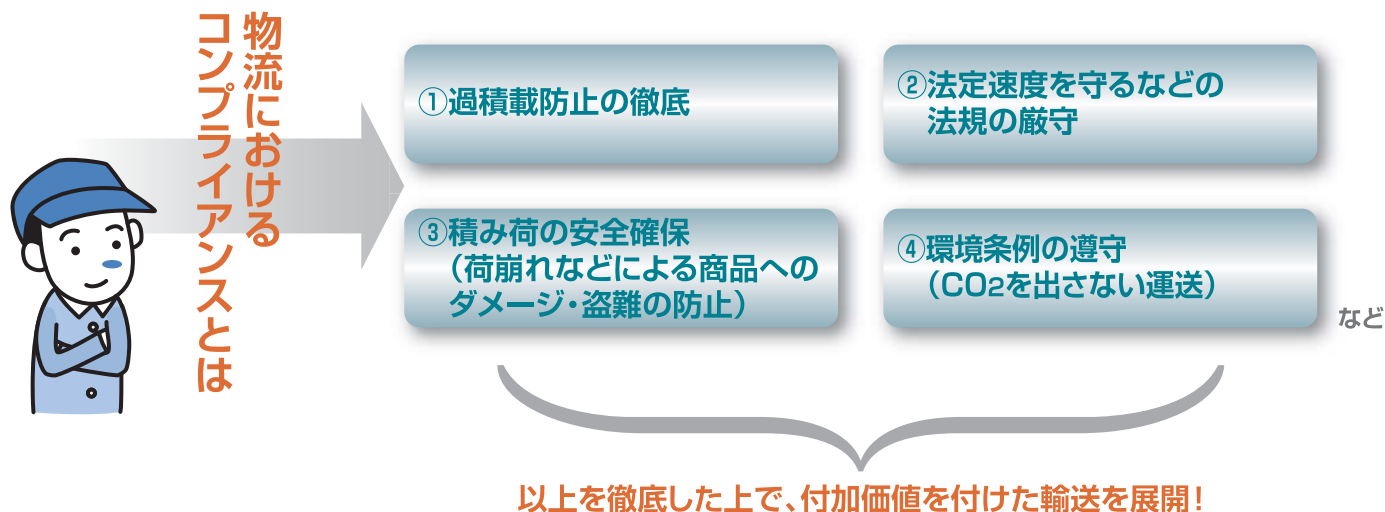
### II. 「積極的な営業活動」に必要なものは

積極的営業を展開する上で必要なものは、他社と差別化を図る自社の強みを打ち出す、つまり輸送に“高付加価値”を付け、お客様にメリットを提案することです。これは荷主企業と送業事業者双方にメリットをもたらす、事業拡大のチャンスが広がります。



### III. 「中小事業者が営業展開していく上でのポイント」とは

送業事業者の付加価値には、小口配送や多品目配送、共同配送、3PLなどさまざまありますが、経営体力や敷地規模を考慮すると、すべての事業者が実践できるわけではありません。中小事業者の場合は、まず荷主様の「コンプライアンス(法令遵守)重視」の経営にしっかりと対応し、その上で輸送に高付加価値を付け、他社と差別化を図っていくことが新規事業獲得への近道です。



## 【事業拡大に取り組む具体的事例】



### 〈事例会社・B社の概要〉

- 業務内容:自動車部品から精密機械、食料品輸送まで多種多彩
- 事業展開:“人材”をキーポイントに、教育訓練などによるスキルアップや資格取得などで品質向上を図り、プラスαのある運輸で事業を展開中

### I. 取り組みについて

#### 〈ハード面から〉

- 中型・大型の全車両にデジタルタコグラフを装備。運行中のムダなアイドリング、急加速・急発進・急ブレーキなどを管理し、燃費の向上につなげました。
- 大型車を中心にエコタイヤを装着することで、転がり抵抗を抑え燃費が向上。燃費の向上はCO<sub>2</sub>削減につながり、地球環境に貢献しています。
- 「外部電源式アイドリングストップシステム」対応の車両を導入。エンジンをかけずに冷暖房ができ、CO<sub>2</sub>を着実に削減しています。荷主企業へのアピールにも効果的です。

#### 〈ソフト面から〉

- デジタルタコグラフのスコアを給与に反映し、ドライバーのモチベーションアップを図っています。
- 品質向上のため社員の資格取得をバックアップしています。特に運行管理者に関しては、同業他社より圧倒的に取得率が高く、またドライバーにも資格取得するよう指導しています。
- 環境ISO、品質ISOをダブルで取得。さらに安全性優良事業所の証である“Gマーク”も取得し、荷主企業への大きなアピール材料となっています。

### II. 荷主企業に対してのアピールポイント

環境ISO・品質ISOの認証、安全性優良事業所の認定を取得し、荷主企業からの信頼を高めているのが同社の強みです。また配送先で据付・設置・取り扱い説明、メンテナンスなどもサポートするといったプラスαの輸送を展開し、事業を拡大しています。

### 他社との差別化を図る具体例



# CASE STUDY

## 〈事例会社・C社の概要〉

- 業務内容:車や船の部品梱包および輸送
- 事業展開:品質、安全、環境のあらゆる面で強化を図り、荷主企業からの信頼を確固たるものにしています。またスタッフ教育も徹底し、運送事業者のイメージ向上に努めています。

### I. 取り組みについて

#### 〈ハード面から〉

- ボデーはもちろん、タイヤの傷や汚れまで細かくチェックすることを指導。トラックを大切に扱うことは、安全運転につながるの考えからきています。
- 車両カラーを柔らかな印象のパステル調に統一し、周囲からのトラックに対するイメージを和らげています。
- 車両カラーと同様に、ユニフォームもパステル色に変更。また研修会ではスーツ着用を条件としています。「外見」を変えることで、スタッフのプロ意識が向上しました。

#### 〈ソフト面から〉

- ドライバー各自が目標を設定し、エコドライブ講習会に積極的に参加。燃費はもちろん安全に対しても意識が高まり、緊張感のある輸送につながっています。
- 品質ISO、Gマーク、グリーン経営認証と集中的に取得し、全スタッフの意識が向上。またスタッフ間の連帯感が高まり、業務以外のことでも活発に意見や提案が出るようになりました。
- 企業トップが先頭に立ち、安全運転や省燃費運転、身だしなみやマナーを実践。熱意でスタッフの心を動かしていきました。

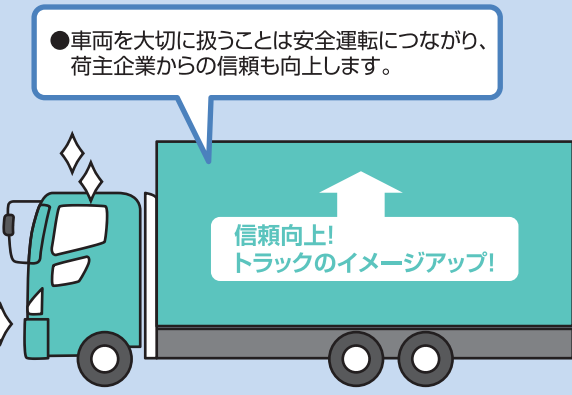
### II. 荷主企業に対してのアピールポイント

各種認定取得は荷主企業への大きなアピールポイントとなっています。さらに運送事業者のイメージを変えようと、スタッフのマナー教育から車両カラーの塗り替えまで徹底して行うことで、荷主企業および地域からのイメージが向上。それら総合的な取り組みが事業拡大につながっているといえるでしょう。

### 他社との差別化を図る具体例



●キャブカラーや作業着を柔らかな印象の色で統一することで、企業イメージがアップ。荷主企業が事業者を選択するひとつの要素となっています。



●車両を大切に扱うことは安全運転につながり、荷主企業からの信頼も向上します。