

②ファン数の増加

	北海道西濃	関東西濃	東海西濃	濃飛西濃	三重西濃	日ノ丸西濃	四国西濃	九州西濃
目標	28,721 件	51,182 件	33,124 件	37,908 件	7,280 件	10,493 件	29,350 件	69,387 件
実績	集荷顧客 2,590 件	集荷顧客 4,848 件	集荷顧客 3,896 件	集荷顧客 4,464 件	集荷顧客 894 件	集荷顧客 1,388 件	集荷顧客 3,723 件	集荷顧客 7,758 件
	配達顧客 20,445 件	配達顧客 37,564 件	配達顧客 22,854 件	配達顧客 27,871 件	配達顧客 4,708 件	配達顧客 6,501 件	配達顧客 21,543 件	配達顧客 46,394 件
目標達成率	80.2%	82.7%	81.0%	85.2%	76.9%	75.1%	86.0%	78.0%
現状 (状況及び、課題)	・新規開発促進、 事務担当者からの 電話御用聞き	・ファン数(前月増減) 集荷顧客+ 8 件 配達顧客+131 件	・SD 新規獲得 12 件、 ファン継続数 39 件の 結果も件数全体では 減少	・集荷顧客 87.4% 配達顧客 84.9%	・集荷顧客 82.7% 配達顧客 75.9%	・集荷顧客 83.6% 配達顧客 73.5%	・目標対比 合計▲4,084 件 86.0% 集荷▲727 件 83.6% 配達▲3,357 件 86.5%	・目標比 集荷▲1,820 件 81.0% 配達▲11,340 件 80.2%
新たな取組み (課題解決策)	・北海道発、「カ」・エキス便」 の定期運行を札幌市内 2 店所にて 9 月 1 日より 実施する。 これに伴い、お客様への PR 行動を実施 ・10 月より道内全店を対象 に「カ」・エキス便」の運用、 拡大を図る ・礼節・みだしなみ・車輛 美化の実践と共に、 「なびプロ」・「着荷主情報 提供サービスアプリ登録」の 獲得を継続する	・発送顧客については 営業乗務社員(SCD)に よる顧客関係性の 可視化と、関係性向上の 取組みを行いセイノファン の増加を図る ・お客様との関係性を A・B・C ランクと設定し、 2023 年 3 月までに A ランク荷主様 70%以上の 占有率を目標とする 2 月末現在: A ランク占有率 78.7% ・VOC 活動 (VOICE OF CUSTOMER) BAD(悪い)評価・ 指摘されたことに対し 全店所で共有し 改善活動をおこなう  ・【全てはお客様の為】に キャンペーン実施 ・全社員共通取組事項 期間中は右胸にオリジナル スマイルピンバッジをつけ 運動に参加 ・お客様視点(Customer In) のご要望に対する取組を 競う取組んだ事項 (簡易フォーム)を出して いただき、優秀な取組み に対して表彰していく	・獲得できている店所の 取り組みを全店展開 ・毎週木曜日を新規集中 渉外日とする ・SD 情報収集方法の変更 STC の取り組みを 取り入れ、Google フォーム 利用を始める(77 件収集)	・集荷顧客 新規渉外を行動の柱に 取り組む(流出が無いよう 管理が必要) ・配達顧客着サービス情報 提供により CS 向上、物量 拡大、入電削減を図る	・本社、店所のフェンスに 物流、輸送の PR 横断幕を設置 多数の方にセイノグループ の機能を認知して頂き ファンを増やしていく ・SD から配達時等で お客様へのお声かけ、 事務所からの御用聞き の件数を増やし、お客様 からファーストチョイスをして 頂ける活動を行う ・毎週金曜日にプランナー との Web ミーティングを行い 良かった事、成功事例の 共有を図る ・三重西濃の優位性(SD、 路線、貸切の戦力、 グループ各社のネットワーク、 事業、あらゆる Web サービス)を共有しお客様へ お声かけ、メルマガ配信を 行っていく ・お客様の認知度が低い 機能(ロジスティクス、国際等) 案内についてメルマガを 作成し、発着のお客様へ 発信行い認知を 広めていく	・「PayPay」導入 利便性を上げる事により 集客を上げる(試験導入) ・お客様の作業工程に 合わせた配達対応 ・お困り事や、確認事項に 対しクイックレスポンス対応 (即日対応) ・輸送だけでなく、 ロジスティクスを含んだ 総合物流提案 ・既存荷主に対し 販売物流のみに 特化せず、上流域となる 調達・保管を含めた トータルコーディネート ・毎週月曜日に既存荷主 に対しインサイトセールスにて 「御用聞き営業」実施 ・お客様の「煩わしさ」を 解消する提案実施 (取引先リストを基に、 要望に合せた出荷提案) ・OPP の概念に基づき、 同業他社 (トールエクスプレス様)の幹線・ 配達請負により、 同業他社の持つ 配達顧客へ当社ネットワーク /輸送商品の提供により 新たなファンの獲得に 繋げる	・BI データ、セイノ認証を 活用し、荷主毎の出荷・ 配達実績を把握、12 カ月 連続に満たない荷主へ 継続出荷交渉の実施 ・商品紹介チラシ (主要商品集約版)を 作成し、店所から各荷主 へ配布。ロジ・貸切・ なび Pro・カ EXP 便・ JITBOX 等の商品を再度 お客様へ認知して頂き、 付加価値のある商品を 利用して頂く事で 当社との継続取引に 繋げる ・市場性の高いエリアへの 地区、営業課共同での 集中渉外を行い、新規 顧客(集荷)の開拓を 進める ・四国下り継送網(坂出)を 活用し島内小口配送の 受託、集荷・配達ファン数の 拡大を狙う (区域・同業者との連携) ・過疎地区配達を同業より 取り纏め、配達ファン数の 拡大を図る (名鉄・宇和島自動車分)	・獲得荷主へのフォロー渉外 ⇒管理職による初出荷 の翌日訪問:お困り事 御用聞き ・SD 小口新規荷主獲得 ⇒2 月目標:460 件 実績 95 件・ 実行率 20.6% 「よく着くアプリ」を活用 その場で回答の取組 ・獲得荷主への「お客様 アンケート」の実施 ⇒2 月配布実績 33 件 回答 5 件 回答率 15% 【弊社利用の決め手】 ・コストメリット:2 件 ・何でも運べる輸送網: 1 件 ・リードタイム・輸送品質: 1 件 ・SD・事務所対応:1 件 ※未回答荷主対応 ・SD、プランナーから声掛け ・メールによる再案内を 配信 ・メルマガ配信 2 月配信:2,246 件(月 2 回) ⇒輸送の商品・サービス・ ロジサービス・ 空坪情報等 ⇒2 月配信ボックス ・JITBOX チャーター便 ・ロジ・トランス機能