

⑥成功事例(「セールスアップ面」、「コストダウン面」、「プロフィットアップ面」のいずれかにおいて、成功した事例)

	東北西濃	二興倉庫	SSX	九州西濃	沖縄西濃
新たに 取組みした内容 (テーマ)	<ul style="list-style-type: none"> ・引越／統廃合の小中学校移転(石巻市) ・自転車比率を高めることで教育現場／生徒へカンガルー引越便をアピール 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存荷主のシェア拡大 ・お困りごと聞き取りとともに奥行確認 	<ul style="list-style-type: none"> ・物流2拠点の提案型営業 ・顧客の物流効率化を図る為、当社が窓口(元請け)で自社・グループ・パートナー企業(外部)を繋ぎ合わせた営業の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存荷主のシェア拡大 ⇒お客様の奥行(ホワイトエリア:出荷を頂いていないセグメント)より収入を拡大 【取組み】 ・本社部次長以上の帯同渉外 ・当社の商品・サービス手持ち資料を作成、携行し、ご提案(即決) 	<ul style="list-style-type: none"> ・大型量販店から家電リサイクル品の一次輸送をご提案
従来の手法と 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・過去に落札した案件は、繁忙期に重なる時期でもあり事務所移転等に実績があるM社に外注委託し車両／人員ともにM社まかせになっていた ・事前打合せ／準備／作業指揮／車両などもM社主導であり落札した当社の色が不足 ・外注／人材の費用率が高く利益貢献希少 	<ul style="list-style-type: none"> ・各センター長における顧客対応の温度差 ⇒全体での営業を目指す ・お困りごと聞き取りからの提案実施が不十分…作業のみにとどまっている営業所あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・従来は関西1拠点からの出荷運用 従来の考えとして、継続的な輸送の受託を優先としており、顧客目線での営業提案が出来ていなかった ・場所を課題とする案件については、当社の状況で判断し、グループ・パートナーを活用しての営業が出来ていなかった 【顧客課題】 ・土日祝祭日の運用が出来ず、同業他社と比較し販売物流が弱かった 	<ul style="list-style-type: none"> 【従来の手法】 ・店所長による月1回以上の定期訪問 【課題】 ・お客様が当社の輸送以外の商品・サービスを知らない＝認知度が低い ・店所長のスキル不足 	<ul style="list-style-type: none"> 【現状】 ・大型量販店の運送会社 6t車×5～7台／日＋ドライバー 【提案内容】 ・弊社にて12mWGセミトレーラー×5台購入。前日に顧客先へ2台切り離し、当日朝に差し替え2台(空)を切り離し、前日積み付け2台を引取 セミトレーラー2台で家電リサイクルSYへ輸送
お客様に提供 できたGain	<ul style="list-style-type: none"> ・落札業者として実務(車両／人材)においてもカンガルー引越便(カラー)を提供できた ・当該小中学校の卒業生も当社には多く地域密着事業者として貢献できたうえに、西濃＝引越もやっていることを多くの先生方、生徒さんたちに認知いただけた 	<ul style="list-style-type: none"> ・各営業所におけるセンター長の営業幅拡大 ・お困りごと(商品のロット管理)の聞き取りにより、商品管理面において、システム変更による効率化を提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・備蓄品運用において、関西1拠点から当社が提案した関東拠点からの2拠点出荷運用を提供 ・調達物流において、庫内作業の軽減(人件費の削減)、輸送距離短縮により運送料金の適正化が図れた ・当社が元請けとなり、365日対応可能な物流機能提供により、土日祝祭日の販売物流が可能となった 顧客の販売物流改善が評価に繋がった 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸送力と利便性を提供 ・九州島内2t迄自社配送(チャーター料金不要) ・JITBOX輸送(商品の梱包不要) ・引越便 	<ul style="list-style-type: none"> ・6t車×5台削減、ドライバー不足の解消 食品輸送のある会社であるため、家電R専用車を設置していたが、弊社のセミトレーラー切り替えにより専用車としての車両を削減に繋がった
効果・実績について	<ul style="list-style-type: none"> ・外注比率80%⇒55%(人材派遣／庸車)課題だった内製化が大きく進展できた 10台自社稼働⇒小中学生／先生にアピール 異動が決まっていながら引越繁忙で業者が決まっていなかった先生の引越獲得に繋がる 	<ul style="list-style-type: none"> ・取扱量の増加 3月度シェア拡大 実績:7,123千円 前年比:129.6% 	<ul style="list-style-type: none"> ・2022年12月・1月 2社 実績 7,090千円 ・2023年1月～3月 2社 実績 2,450千円 月間平均 800千円 	<ul style="list-style-type: none"> 【当社】 ・3月度シェア拡大 実績 36,376千円 (前月比▲15,041千円) 【顧客】 ・輸送コストの削減 ・輸送の手間の削減 	<ul style="list-style-type: none"> 【売上実績】 ・2022年12月実績:1,466千円 ・2023年1月実績:1,537千円 ・2023年2月実績:1,273千円 ・2023年3月実績:1,688千円
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・年度末／引越繁忙期であることから、今までは安易に外注委託していたが、経験値が積めたと判断し自社化に踏み切った ・近隣店所だけではなく、全店所(10店所)からの応援体制(SD／路線／事務管理職)構築 ・車両10台、社員15名(他人材40名)の体制が準備できたことで繁忙期における大掛かりな移転作業がスムーズに行えた 	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様との交渉内容＝会話といった具体的な行動をセンター長間(営業所間)で共有 ⇒お困りごと、情報を得ようとする意識が高まり、聞き取りから対応(営業所間研修の実施) 	<ul style="list-style-type: none"> ・全社ロジ化を意識することにより、顧客課題の深堀行動が図れた ・自社の物流サービスに拘らず、グループ・パートナー(外部)を活用することで、顧客課題解決、獲得に繋がった 	<ul style="list-style-type: none"> ・手持ち資料のポイント ・会話からお困りごとを見出し、ピンポイントの資料を取り出し、その場でご提案 ・手持ち資料勉強会開催 ⇒対象:本社部次長以上・管理職 	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様のお困りごとをトラックの提供ではなくセミトレーラーで提案することで評価頂いた ・セミトレーラー1台＝6t車×2台分 ※ドライバーの人員削減 ・専用車を12mWG車で提案 ※家電R専用車両にできた