

②ファン数の増加

	三重西濃	東京西濃	西濃通運	昭和冷蔵	エコライアンス
目標	5,818件	1,840件	28件	212件	荷主30件
実績	到着 5,152件	1,839件	28件	205件	荷主30件
	発送 878件				
目標達成率	103.64%	99.9%	100%	96.7%	100%
現状 (状況及び、課題)	<ul style="list-style-type: none"> 増収キャンペーンを展開しており、新規獲得を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> 見込み案件は確実に増えており、今後は達成できる見込み。引き続きファンを獲得するため見込みを増やし続ける 	<ul style="list-style-type: none"> STCを主軸とした営業展開のため、当社独自のファン数（外販）が少ない。外販比率を高めるためにも、新たなファンの獲得方法が課題 	<ul style="list-style-type: none"> 倉庫の庫腹がほぼ満床の為、新規依頼を受けられない場合がある 	<ul style="list-style-type: none"> 貸切スポットの顧客が増加
新たな取組み (課題解決策)	<ul style="list-style-type: none"> 6月から増収キャンペーンを行い、新規荷主案件の獲得を目指し、毎週水曜日にローラーを行っている。発送で8件約400千円、ロジ案件で3件590千円獲得。9月末までローラー及びその営業活動のフォローを行い、新規獲得を目指す 既存のお客様（既にファン）からの紹介営業を行っている 	<ul style="list-style-type: none"> 集荷・物流不動産・貸切それぞれの部門が他部門の商品も提案し、相互に見込みを増やす相乗効果でファン獲得を狙っていく 	<ul style="list-style-type: none"> 当社から北海道へ発送したトレーラは、90%が空車で戻ってくることから、協力会社にメールで空車情報の配信を昨年に行っている。農産物の季節が近づき、6月以降定期で車両を使用したいとの案件が来ている。当社の車両を使用していただくことで、ファン獲得に繋げる 九州、東北地方のモーダルシフトを新しい取り組みとして進めており、違う角度からのファン獲得を狙う 	<ul style="list-style-type: none"> お客様から搬入、搬出情報を事前入手し、その精度を高めるように渉外を実施する 庫腹を必要としない売上の確保 <ul style="list-style-type: none"> →新規輸出案件 →利用運送事業の拡大 新規依頼をお断りしたお客様のリスト化 <ul style="list-style-type: none"> →暫く時間が経過後、こちらから現状確認の実施 →庫腹に空きが出来る場合の候補先 	<ul style="list-style-type: none"> 【貸切】 <ul style="list-style-type: none"> 貸切スポット顧客の定期化 <ul style="list-style-type: none"> →貸切スポットを受託実績の顧客に対して、再度アプローチをかけて、定期化できるよう取り組む →受託履歴より電話による定期的な営業 【路線】 <ul style="list-style-type: none"> グループからの紹介による新規顧客との契約につなげる <ul style="list-style-type: none"> →同行営業