

②ファン数の増加

	北海道西濃	神奈川西濃	三河西濃	関東運輸	ココネット(ラストワンマイル)
目標	23,113件	1,675件	1,845件	2,736件	3,012件
実績	集荷顧客 2,570件	95件	232件	533件	3,075件
	配達顧客 20,191件	1,543件	1,599件	2,308件	
目標達成率	98.5%	97.8%	99.2%	103.8%	102.0%
現状 (状況及び、課題)	<ul style="list-style-type: none"> 集荷顧客 95.0% 配達顧客 98.9% 	<ul style="list-style-type: none"> 小口発送、到着、貸切、ロジスティクスの各カテゴリーでファンを増やす取組みを行う 	<ul style="list-style-type: none"> 集荷顧客 105.45% 配達顧客 98.21% 	<ul style="list-style-type: none"> 新規案件獲得で顧客数を増やす 	<ul style="list-style-type: none"> ラストワンマイルグループ間での連携、外部との連携、新商品プレスリリースによる露出などによりファン数は増加 メール便市場が横這いの中で、ポスト投函可能な小荷物が増加を続けており、地区宅便も小荷物領域へ参入し新規獲得を目指す
新たな取組み (課題解決策)	<ul style="list-style-type: none"> ドライバーを募集している運送事業者に対し、各求人広告内容を確認して訪問先を選定、お困りごと訪問をする 特積みは勿論、ルート配送、貸切他物流関係の総合相談窓口としての対応力をアピール ハコベルに委託だけではなく受託先としても登録して自社配達することによりカンガルーブランドをアピール 西濃運輸東日本エリアを対象に北海道向け増量キャンペーンを企画して6月から11月までの半年間実施 道外で催される物産展で商品が売り切れた場合の補充を早くしたい お客様のお困りごとに対して、希望坪数に応じたスモールロジを提案 	<ul style="list-style-type: none"> 貸切拡販の取組みにおいて特に『見つカルチャーター』の拡販に取り組みファンの拡大に努めている メールマガジンでの配信 配達時にチラシを添えご説明 	<ul style="list-style-type: none"> 新規荷主の獲得 新規獲得後のアプローチ(1ヶ月、3ヶ月、6ヶ月、1年)併せて、顧客管理方法の検討・改善をする SDの情報収集とバックスタッフを含む会社全体でファンに対する意識を高める 	<ul style="list-style-type: none"> 新規案件獲得 	<ul style="list-style-type: none"> エプリー、楽天全国スーパー、10X等のネットスーパーシステム・アプリ提供事業者との共同提案により新規クライアントへの物流提案を実施している(ココネット、インテンツ、ベクトルワン) 地区宅便とGENieの協業により「E-NOSE(線虫ガン)検査告知ポスティング」を受託(地区宅便, GENie) ちょこざっぶ、エニタイムフィットネスなど、従来顧客業種とは違う業種へのアプローチ(リビングプロシード) 新サービス「コニポス」を6月30日にプレスリリース。7月1日よりプレセールス開始。ヤマト・郵便の協業のニュースの中でのプレスリリースとなり、新サービスへの注目度は高く、受注につながりそうなお問い合わせをいただいている。問合せ状況 ⇒新規件数12件(うち、アポイント5件)(地区宅便)