

②ファン数の増加

	SSX	九州西濃	沖縄西濃	東北西濃	二興倉庫
目標	63,942件	54,998件	2,480件 (集荷:450件、配達:2,030件)	9,365件	76件
実績	出荷顧客 6,040件	集荷顧客:7,600件	集荷顧客:444件	679件(集荷)	71件
	配達顧客 56,214件	配達顧客:46,323件	配達顧客:2,083件	8,408件(配達)	—
目標達成率	97.36%	98.0%	101.8%	97.0%	93.4%
現状 (状況及び、課題)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目標対比 出荷顧客:100.05%(+3件)</li> <li>・配達顧客: 97.08% (▲1,691件)着荷主セールスに対する行動不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目標比 (集荷▲134件98.2%・配達▲941件98.0%)</li> <li>・前年比 +161件 100.3% (集荷▲122件98.4%・配達+283件100.6%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・集荷顧客:98.6%</li> <li>・配達顧客:102.6%</li> <li>・営業訪問ができていないことから、SDからの情報と新規獲得後のフォロー営業ができておらず剥落となっている</li> </ul>	<p>&lt;3月比較&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・集荷 98.3%/▲12件</li> <li>・配達 98.9%/▲94件</li> </ul> <p>【課題】 新規荷主の継続率/少額荷主の継続出荷</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・9月実績 獲得:1件 (9月目標:1件)</li> <li>達成率:100.0% (累計では未達)</li> <li>スポット業務を糸口とし、継続業務取引に繋げる</li> </ul>
新たな取組み (課題解決策)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業戦略部</li> <li>・【既存荷主ロジ化の取り組み】</li> <li>・対象既存荷主数 約847社・既存荷主の要望深堀 上期に実施した15,000社へ「物流改善に興味があるか?」の回答において、<b>ロジスティクス改善に興味有の更なる深堀を実施</b> 2024年問題を直近として、各メーカーにおいて、物流改革が検討されていることを当該アンケートで認識。保管・庫内作業を含む物流運用・国内外の輸送に対して、<b>課題解決・物流効率化が図れる提案営業を展開。</b> 既存荷主の物流課題に関して、当社の提案で期待以上の成果に繋げ、セイノーファンの増加、及び安定した収入の確保に繋がる</li> <li>【新規の取り組み】 SHDのエレクトロニクス事業部・ヘルスケア事業部の2部署と情報共有したターゲットを基に展開。エレクトロニクス関連企業については、商社(卸売業等)、商流が必要不可欠な業種で物流のアセットを持っていないメーカーに対し、輸送を切り口として、物流全体の提案営業に繋げる</li> <li>・営業部</li> <li>・お客様のお困りごとをより深掘りし、解消を図ることで、なくてはならない存在になり、当社のファンになって頂く※深掘りをするための準備として</li> <li>・プレターゲットリストの活用</li> <li>・新規のターゲットリストを作成する前段階にプレターゲットリストを作成</li> <li>・荷主情報をしっかりと確認しておくことで、お困りごとの仮説をたて、深掘りのヒヤリングが可能になる</li> <li>・実績:新規顧客数前年比76件プラス</li> <li>・的を絞る <ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ明けに、イベントの有人化による音響関係の移設やイベントのチラシの輸送、旅行業界の書類輸送など</li> </ul> </li> <li>・Y社のLT悪化の地区への涉外</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・獲得荷主へのフォロー涉外 ⇒管理職による初出荷の翌日訪問: お困り事、御用聞き</li> <li>・お客様の声(評価/ご指摘)の収集 ⇒毎週月曜会で各部と共有後、対策立案</li> <li>【声:ご評価】N=40</li> <li>・急な依頼でも対応してくれる 40%</li> <li>・重量物、ロット物を運んでくれる30%</li> <li>・荷扱いが丁寧 10%</li> <li>【声:ご指摘】N=10</li> <li>・遠方地域(関東・関西)への残貨の懸念がある 60% (対策)⇒遅延の事前連絡と前倒し出荷への促し及び時間提供商品のご案内 (効果)⇒集荷顧客ファン数30件増を見込む</li> <li>・メルマガ配信 9月配信:2,300件(月2回) ⇒輸送の商品・サービス・ロジサービス・空坪 情報等 ⇒9月配信トピックス:2024年問題・BCP対策導入事例のご紹介</li> </ul>	<p>各店所のSD声掛けからの情報報告は10日に1回報告し、営業担当から訪問し獲得に繋げる(継続)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宜野湾支店にて7月より営業担当1名増員営業力を強化図る</li> </ul> <p>【7月度】打席 獲得/ 打率 (新規) 15件 0件 0 (既存) 20件 5件 25% (合計) 35件 5件 14%</p> <p>【8月度】 (新規) 16件 4件 25% (既存) 19件 1件 5% (合計) 35件 5件 14%</p> <p>【9月度】 (新規) 21件 7件 33% (既存) 26件 6件 23% (合計) 47件 13件 27%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規荷主の継続率向上 初回出荷⇒ 管理職フォロー訪問 月初/中旬の定期訪問/御用聞き</li> <li>・少額荷主の継続出荷 管理荷主830社 0出荷/4月98社⇒9月128社 社・30社増加週次データをもとに1週目/2週目確認 SD声がけ/事務所TELにて0出荷荷主へのアプローチ強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スポット業務対応先に対するフォローの継続 ⇒スポット業務をきっかけとし、奥行き確認の徹底により、取引拡大(継続業務獲得)に繋げる</li> <li>・各センター長による「お困りごと」聞き取りの徹底 ⇒顧客対応の温度差を無くし、全体でファンを増やす</li> <li>・グループカ(協業)を生かした業務対応幅拡大の周知を継続</li> <li>・新たに3社での共同営業を実施中 当社、東北エリア様、東北西濃様での「ロジ東北プロジェクト」実施 ⇒毎週火曜日…営業実施 毎月第4月曜日…定例MTG 範囲拡大でターゲットにメルマガ配信先を追加ピンポイントでの狙い撃ちもあわせて実施、引続き進捗確認及び検証しながら進める</li> </ul>