

②ファン数の増加

	三重西濃	東京西濃	西濃通運	昭和冷蔵	エコアライアンス
目標	5,982件	1,820件	30件	212件	荷主32社
実績	到着 5,122件	到着 1,316件	30件	211件	荷主32件
	発送 860件	発送 507件	-	-	-
目標達成率	101.5%	100.2%	100%	99.5%	100%
現状 (状況及び、課題)	・目標達成 SDによる声掛けやO.P.P.推進によるファン獲得。SDの声掛けも一定人数しかできておらず、配達集荷を固定している為限度が来ている	・年間目標達成見込み 利用者数の範囲が決まり、件数の増加には限界を感じている	・年度内目標達成見込み	・年度内目標達成の見込 【課題】 ・更なるファンの獲得を継続していくには、倉庫キャパのみの対応であると限界がある	・貸切スポットの顧客が増加
新たな取組み (課題解決)	・SDの声掛けによるファンの獲得を推進するため、紹介報奨制度を検討。獲得から1年間毎月での報奨金を設定し、年間獲得優秀者には本社で表彰を行い、声掛けの促進を狙う。佐川急便とのO.P.P.で新たな荷主をターゲットし獲得を目指す	・2023年に①貸切のサービス『貸切王』 ②物流不動産のサービスサイト『sokonnct』を立ち上げた。 これらを活かし営業エリアを拡大する	・北海道内の協力会社をターゲットに、到着貸切(農産物)を獲得。協力会社所有の冷凍トレーラシャーシが北海道から敦賀港へ到着、敦賀港から当社が中部・関西方面へ配達。空車になった車両は、当社の北海道小口を積載し、北海道へ送り返す。協力会社は、空気を運ぶ輸送がなくなり返送費用が削減、両社ともにWin-Winとなるため、欠かせない存在となる	・倉庫キャパを必要としない収入の確保 →新規輸出案件の確保 →利用運送事業の拡大	【貸切】 ・貸切スポット顧客の定期化 →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】 ・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 →同行営業