

②ファン数の増加

	九州西濃	東北西濃	沖縄西濃	SSX	二興倉庫
目標	54,920件	9,285件	集荷:500件、配達:2,200件	62,741件	81件
実績	集荷顧客:9,778件	653件	集荷顧客:483件	出荷顧客 6,304件(目標 6,282件)	74件(取扱先)
	配達顧客:45,803件	8,414件	配達顧客:2,093件	配達顧客 56,951件(目標 56,459件)	
目標達成率	101.2%	97.6%	95.4%	100.8%	91.3%
現状 (状況及び、課題)	<ul style="list-style-type: none"> 集荷顧客 目標比123.5% 配達顧客 目標比97.4% 課題:配達顧客が計画未達で、お客様に指定いただける様に、輸送品質の向上が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 集荷荷主▲38/前年、配達荷主▲88/前年 集荷管理荷主830社中150社(少額荷主)の継続出荷率(毎月)が低くファン化できていない 	<ul style="list-style-type: none"> 集荷顧客上期平均:457件 下期平均:478件 集荷顧客は増やせているが、計画通りではない 	<ul style="list-style-type: none"> 目標対比 出荷顧客:100.3%(6,282件) 配達顧客:100.8%(56,459件) 計画達成 	<ul style="list-style-type: none"> 3月度実績…獲得なし スポット業務の獲得はできたものの、継続先の獲得に至らず
新たな取組み (課題解決策)	<ul style="list-style-type: none"> 営業推進部 <ul style="list-style-type: none"> ①既存着荷主への指定渉外 <ul style="list-style-type: none"> SD情報をもとにインサイトセールスでお困り事をヒヤリングし、解消のご提案 輸送品質部 <ul style="list-style-type: none"> ①商品事故削減 目標前年30PPM改善 <ul style="list-style-type: none"> 守る君1,476枚の配置(現行+317枚) 二段パレット100%実施 通路の確保:ライン引き実施 不要パレット整理:2回/日実施 SD宵積み実施 ピックアップ荷主の未然防止 ②リードタイム順守率向上 目標90%以上 <ul style="list-style-type: none"> セイノー認証による検証、未達乗務員への指導 	<ul style="list-style-type: none"> 150社→SD定時訪問(声がけ)、少額荷主であることからKMⅡ導入率も15%程度に留まっていることから、KMⅡ出荷による困りこみ並びに継続出荷の向上に繋げる 	<ul style="list-style-type: none"> ①毎週1回、SDリーダーと営業担当で打合せを行い、新規声掛け情報の共有と前年減収顧客への情報収集を実施 ②倉庫パンフレットに離島県での気候に左右される輸送遅延からロジスティクスによる課題解決を提案したYouTubeでお客様に問題提起を行っていき(https://www.youtube.com/watch?v=MeK7WfavTvg) 	<ul style="list-style-type: none"> 【営業部】 <ul style="list-style-type: none"> 2024年問題等、お客様のお困りごとを聞き出し、EXPRESSネットワークを軸に他のセグメント(貸切・JR貨物・ロジ・JITBOX等)を組み合わせた提案を行い、一つの窓口(ワンストップ)で対応し、お客様に成り代わることで、コアなファンになって頂く 【営業戦略部】 <ul style="list-style-type: none"> 「ロジ・貸切の取り組み」 対象 新規荷主・既存荷主数 2024年問題に伴い、「時間・場所・人」の物流課題が発生すると仮説、EXPRESSのネットワークを優位性とした時間の課題解決を強みとした営業展開を実施 更なる深堀として「場所・人」の課題を抽出し自社・グループのアセットを繋ぎ合わせた提案営業を展開。一貫物流の提供により荷主管理の簡素化も含めた物流効率化の提案をすることで、荷主側にとって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 	<ul style="list-style-type: none"> スポット業務を糸口とし、継続業務取引に繋げる <ul style="list-style-type: none"> →スポット業務対応先に対するフォローの継続 各センター長による「お困りごと」聞き取りの徹底 <ul style="list-style-type: none"> →顧客対応の温度差を無くし、全体で営業しファンを増やす 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