

2013年 飛躍の戦略

県内企業トップに聞く

⑥

「昨年を振り返って。

「非常に苦戦した年。2012年4〜9月の業績は、家電エコポイント制度の終了や地上デジタル放送への移行完了の影響で家電販売が振るわず、荷物の保管、輸配送を含めたロジスティクス事業の売り上げが減少した。一方で東日本大地震の復興に関連し、被災地発着の物量が増えたが、車と人の確保が追い付かず、外注したためにコスト過多になった。被災地の高速道路無料化や、車の買い換え時に利用できたエコカー補助金の終了による経費増加も加わった。業界の全国的な傾向から見れば善戦しているが、小口の荷物は宅配、ある程度まとまった荷物は共同配送と、他業種に仕事が流れてマーケットが縮小しており、競争激化が一層進んでいる。」

第一貨物(山形)

武藤幸規 社長



ロジスティクスで成長

「人口減少社会を迎え、経済が伸び悩み社会背景もあり、成長するのが非常に厳しい時代だが、脱落する企業が始めているのでそのシェアを取れる余地はある。トラック事業の市場規模は12兆円だが、これを含めた物流事業市場は45兆円といわれており、ロジスティクス事業で成長できる。」

「貨物追跡の仕組みだ。追跡自体はどの企業もやっているが、当社は集荷から配達までの行程で5回スキヤンし、荷物の移動情報を把握している。しかし、この膨大なデータを生かし切れていなかった。非常に問題視しており、12年から構想づくりを進めてきた。13年はこのデータを活用した具体的事業を始めていく。例えば東京から山形に送る荷物を集荷した時点で山形の事務所に荷物の内容を含めた情報を飛ばす。すると山形の事務所では翌日しなければならぬ仕事に分かり、配送の調整もしやすい。受け取る側の事業主のお客さまにも、あすの何時ごろ、どんな荷物が届くか情報開示できる。お客さまの業務

貨物追跡を武器に

計画を立てやすくするので有益な情報だが、配達が遅れる可能性などを考慮すると、この情報を開示するのは非常にリスク。時間を守る一層の努力も必要になる。だが、荷物内容と配達時間の開示は、業界トップクラスの貨物情報把握システムがあるからできること。追跡情報の活用はリアルタイムと名付けており、他社との新たな差別化、競争力につなげていきたい。このデータを基に業務を進めることで、ペーパーレス、合理化も進められる。」

「13年の見通しは。「日本経済の動きにかなり影響される分野だが、ロジスティクス事業の回復に期待している。」

自社の目標、展望 漢字1文字で表すと...

探

何もかもが限界点に達している時代だが、限界を打破していかなければならない。ユーザーサービス、市場開拓、経営の合理化のための道筋を探していきたい。

ユーザーサービス、市場開拓、経営の合理化のための道筋を探していきたい。

「その中での成長戦略