

2017年1月12日 掲載 物流ニッポン

DSTで競争力強化

B to B 輸送の先陣切る

第一貨物

▼武藤幸規社長(山形市)
2016年、創立75周年を迎えたが、事業規模は順調に拡大してきた。しかし、近年、その拡大は遅々としている。それは国内の貨物輸送量が伸びていないことや急成長したネット販売などの影響で、対象事業であるB to B(企業間)の物流が減少していることなどが背景にある。

そこで、当社がシェアを

拡大していくために取るべき競争戦略は「差別化」しかない。積合せ貨物輸送での差別化とは何か。その答えは「到着予想(DST=デリバリーサービスタイム)」



と考える。通常の輸送であれば、あまり必要ないが、異常事態や緊急貨物の場合は「いつ着くのか」という顧客のニーズは非常に高い。

現状ではケースに応じ電話などのやり取りで対応しているが、リアルタイムでなくては顧客の要望に的確に対応できない。DSTはB to B輸送においては間違いなく先陣を切るものであり、このサービスを「競争力」として成長を加速させていかねばならない。