特 集



独自のブランディング戦略で新たな成長を図る

～女性経営者ならではの感性による事業革新～

“ブランド”という言葉をよく耳にします。“ブランド品”という言葉からもわかるように、一般的に高級品を想起させる言葉です。しかし最近では、単に企業が提供する“モノ”以上に、お客様や社会に提供する価値、すなわち有益なサービスや技術、人材の能力などを、多分に含んだ形で解釈されています。

そこで今回の特集では、昨年12月に自社のブランド戦略を立ちあげ、さらなる事業強化に臨む稲沢運輸株式会社様に注目しました。大手企業とは一線を画した、きめ細やかなお客様対応力、女性経営者ならではの人材育成法など、運輸事業のさらなる可能性について見ていきたいと思います。

INTERVIEW

企業事例 **稲沢運輸株式会社 様**

女性の感性をいかし運輸事業のブランド化に挑む

～自社の個性を明確にした事業強化戦略～

名古屋市の西に隣接する愛知県海部郡に事業拠点を構え、家具、自動車部品、鋼材輸送など、多方面で活躍する稲沢運輸株式会社様。かつては家具の輸送に特化していた同社ですが、取引先の経営破綻で大きな危機に直面。生き残りをかけ、実父の先代社長とともに新たな荷主の開拓に尽力したのが、同社代表取締役の竹市五倫氏です。「女性社長というと驚く方も多いのですが、女性ならではの視点や感性による改善提案やお客様対応力が、運輸業界においても立派なブランドになる時代です」と語る竹市氏。そこで、一般社団法人愛知県トラック協会の女性部会部会長も務める竹市氏に、自社の強みを明確に打ち出したブランディング戦略と事業活動の実際について、お話をうかがいました。



稲沢運輸株式会社
代表取締役
竹市 五倫 氏
Inori Takeichi

家具輸送で培った“安全・確実”を売りものに

苦境の中で見いだした自社の独自性と強み

昭和59年、竹市氏は短大卒業と同時に、創業者である実父が社長を務める稲沢運輸様に入社しました。同社は創業以来、山形県の家具メーカー様の製品の輸送を事業の柱とし、メーカー様の工場から地元の愛知県をはじめ、近畿、北陸、さらには山陽地方にまで及ぶ長距離輸送に従事していました。

長年にわたり、家具輸送を専門に堅実なビジネスを維持してきたものの、平成10年ごろには国内の家具産業が大きく衰退。ついには、売上の大半を占める最大荷主の家具メーカー様の経営破綻を機に、40台運用していた車両と乗務員さんの数を大幅に削減するなど、事業規模の縮小に迫られました。

しかし、先々のことを考えれば、家具業界のみに依存した事業では拡大が見込めません。業態転換で新たな荷主の獲得が必要と考えた先代社長は、まず、運用車両を大型車から4トン車に入れ替えました。そして、これまで得意としていた長距離輸送の運行体系を、東海・北陸エリアを中心とする近・中距離輸送に改め、多様化するニーズに柔軟に対応していく体制に切り替えたのです。

社員の生活を守るために、また、事業継続のために、必死の荷主開拓を続ける中で気づいたことがありました。それは自社固有の“強み”であり、竹市氏は当時の心境を次のように振り返ります。

「家具は取り扱いが難しく、わずかなキズといえども大変なクレームになります。その上、納品時間も厳格です。ところが、いろいろな業界の荷主さまとお話しすると、家具輸送の仕事ではごく当たり前と思っている“安全・安心・確実な輸送”は、ものすごく価値の高いものだということがわかりました。高度な輸送スキルこそ当社の最大の強みであり、『これを売りものにしない手はない』と目の前が開けました」

“愛”というメッセージに込めた企業ブランドを策定

女性経営者のメリットを全面的にアピールする

業態転換により経営の立て直しに奮闘する中、平成18年に竹市氏は父親より社長職を引き継ぎました。しかし、男性社会の運輸業界において、“女性社長”への風当たりは想像以上に強く、「女性には輸送ビジネスは無理」、「女性が社長になって何ができるのか」といった中傷を耳にすることもあったといいます。

最初は大きな憤りを覚えた竹市氏でしたが、「どうせ注目されるなら、この業界で女性経営者が活躍していることを積極的にアピールしたほうがいい」とプラス思考に転換。「男性とは異なる長所を、より多くの人にわかってもらえるはず」と考え方を一変させたのです。そして、愛知県トラック協会の青年部会での活動を通じ、細やかな“心配り”や思いやりのある“対応力”、周囲をなごます“存在感”など、女性ならではのメリットを知ってもらうことで、

運輸業界全体の活性化につなげるよう努めました。

この考え方をもとに、平成22年には同協会で女性部会が設立され、部会長に選ばれた竹市氏は、女性経営者同士で研鑽を重ねるとともに、業界の社会的地位の向上に貢献する場を築いていきます。

そして、女性視点の独創的な発想を事業促進に結び付けるには、革新的なチャレンジが必要と考え取り組んだのが、自社の強みの“ブランド化”でした。ただし、企業文化や強みとなる“安全·安心·確実な輸送”は、運輸事業経営において当たり前の条件と考える竹市氏は、自身の思いを象徴する“真心·心配り”を加え、新たに“愛”というメッセージを提起しました。さらに、この“愛”をブランド·アイデンティティ※1の中核に据え、「私たちは“愛”を載せて走ります」というスローガンを打ち出したのです。

「言葉の持つ力は絶大」と力を込める竹市氏は、「独自の企業文化や強みを自らの言葉できちんと表明することで、私たちの価値をお客様にご理解いただくことができ、本当の信頼と信用が生まれると期待しています」と、ブランド戦略の狙いを説明します。

プロドライバーとしての高い意識を育む

重要なのは仕組みづくりよりも日々のコミュニケーション

稲沢運輸様の乗務員さんはすべて男性です。“安全·安心·確実な輸送”が深く浸透しているとはいえ、女性経営者の感性で打ち出した「私たちは“愛”を載せて走ります」というスローガンに、気恥ずかしさや抵抗感を訴える乗務員さんも少なくなかったようです。

これに対し竹市氏は、「確かな技能と真心を兼ね備えた、プロドライバーとしての自信と誇りを示すキーワードが“愛”であり、その精神を安全、燃費、お客様対応などに反映することを約束する言葉」と説明しています。しかし一方、「スローガンだけでは思いは伝わりません」とも。そんな竹市氏が重視してきたのは“コミュニケーション”であり、ブランド·アイデンティティに対する乗務員さんの理解促進のポイントを、次のように話します。

「何か新しいことを始める場合、とかく仕組みやマニュアルづくりにこだわりがちです。しかしそれでは形ばかりが先行し、本末転倒になってしまう恐れがあります。そうした心配もあり、私はもともとお節介な気質だからでしょうか、乗務員の様子がいつもと違うと感じれば、積極的に話をするように努めてきました。すると、要望や悩み、あるいは輸送現場での問題点などが次々と出てくるものです。こうした洞察力やきめ細やかな対応力こそが“愛”であり、それを経営者自身の言葉と行動で示すことが大切と考えています」

運輸業界を活性化し、魅力ある業界に

目標は女性スタッフだけの物流会社立ち上げ

稲沢運輸様はトラック輸送事業のみならず、物流コンサルティングにも力を入れています。これは蓄積したノウハウを駆使し、物流スキーム、物流コスト、輸送スケジュールなど多角的な視点から、戦略的かつ合理的なソリューションを提供するサービスです（右の図表参照）。

※1 **ブランド·アイデンティティ**：企業理念、ブランド名称、ロゴ、カラー、メッセージなどにより、自社の特長や個性を明示し、共通したイメージで顧客が認識できるように働きかける要素。



Logistics consulting services

物流コンサルティングサービス

稲沢運輸様では荷主企業以外にも、同業他社に対する改善提案や強みを見つけるコンサルティングサービスを実施しています

● 物流スキームの改善

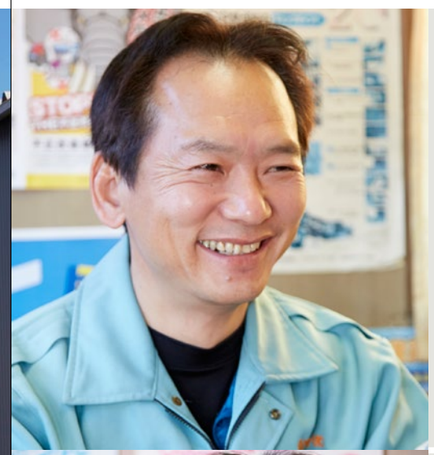


● 物流コストの改善



● 運行スケジュールの立案

車種·コース·積み荷の種類や個数·配送時間·期間など、お客様の要望を解決する提案



一番のテーマは運行管理者の育成

乗務員の育成をはじめ、乗務員個々のスキルをフルに発揮してもらうには、現場を熟知し、マネジメント力にも優れた運行管理者の存在がカギとなります。その意味では、乗務員不足よりも運行管理者の育成がより深刻なテーマと受け止めています。これは業務拡張においても大切な条件ですので、日ごろから乗務員たちに“愛”をもって接し、「運行管理者にキャリアアップしたい」と考える人材を、強力にサポートしたいと思います。

稲沢運輸株式会社　運行管理者　竹原 光夫氏

UD車両について

当社で運用する車両は8割がCondorです。エコドライブ研修の成果もあり燃費のよさを感じますが、アクセルの踏み方や早めのシフトアップによって、まだまだ省燃費を実現できると思っています。乗務員のクセも影響しますので、横乗りによる指導を徹底し、さらなる省燃費を目指したいですね。



当社は風通しのよい会社

私が稲沢運輸に入社したのは、先代社長の時代でした。そのときの一番の印象は、社長と社員がいつも活発に会話をしていることで、とても風通しのよい会社だと感じました。私たち1人ひとりに、いつも親身に対応してくれるので、普段は無口なドライバーも、ついつい何でも話してしまいます。これは今の竹市社長にも引き継がれるDNAで、私自身の成長の大きな支えになったと感謝しています。最初は“愛”というテーマに戸惑いを感じましたが、今では同感しています。

稲沢運輸株式会社　乗務員　中野 祐介氏

UD車両について

ここ10年以上はCondorに乗務しています。キャビンが広くて視界がよいため、とにかく運転していて安心感があります。私は北陸までの中距離輸送を主体にしていますが、ハンドル操作がスムーズなため、疲れが少ないように感じられて助かります。これは、日々の安全運転にもつながる大切な要素だと思いますね。



輸送を専門としてきた中小規模の事業者としては、革新的な展開であると同時に、竹市氏による女性経営者ならではの戦略がどのようなインパクトをもたらすか、大いに期待されます。

さらに、新たな価値観や対応力を持った乗務員さんの育成は、運輸業界のステイタス向上、ひいては、深刻化する人材不足の解消にも結び付くものと考えられます。

これらの点について竹市氏は、「乗務員不足の問題にしても、まずは運輸業界の活性化を考えることが先決」と指摘。女性の感性で運輸事業の可能性を徹底的に追求し、有能な人材が生き生きと働ける魅力ある環境をつくりあげていけば、業界全体のイメージも向上するはず」と、先々の展開に思いを馳せます。

また、最近注目されている女性の活躍に関しては、「女性が男性と同じ環境で同じような仕事をしようとすると限界がある」とした上で、「たとえば一般家庭に食材やお弁当、生活用品などを宅配する仕事のように、女性のきめ細やかさを発揮できる場をベースに、女性の採用を検討すべき」と語る竹市氏。この考えから、将来的には女性スタッフだけの物流会社を立ちあげる目標もあり、稲沢運輸様の今後のさらなるビジネスの広がりが期待されます。

Corporate Profile

稲沢運輸株式会社

- 設立：昭和46年2月
- 本社所在地：愛知県稲沢市
- 名古屋営業所：愛知県海部郡飛島村木場1丁目10番地4
- 事業内容：一般貨物自動車運送事業、貨物取扱事業
- 資本金：1,000万円
- 従業員数：21名（乗務員数18名）
- 保有車両台数：20台
- ホームページ：http://www.inazawa-unyu.com/

UDトラックス担当者からのメッセージ



UDトラックス株式会社
中部支社 愛知西部地域
営業部
カスタマーアドバイザー
横井 秀幸

Condorの一層の稼働率向上におこたえします。

稲沢運輸様はビジネスの幅の広さに対し、乗務員さんの数は18名と少数精鋭です。これは、各乗務員さんのスキルの高さと、1人当たりの生産性の高さを示すものと認識しています。従って、輸送の主力である4トン車のCondorに関しても、1台ごとに求められる性能と生産性におこたえできるよう、効率的なメンテナンスを重視し、稼働率の向上を心がけたいと思います。また、省燃費運行にも注力していらっしゃることから、よいデータを出していただけるよう、支援に努めてまいります。

◎あとがき

今回は、稲沢運輸様のブランディング戦略について見てきました。同社が新たに打ち出した“真心・心配り”による“愛”というメッセージは、女性ならではの柔軟な視点から運輸業界の進むべき方向を見据えたテーマであり、そこに革新的なセンスが発揮されているものと考えられます。また、自社のノウハウを物流コンサルティングサービスという形で具現化した点も、大きなポイントといえるのではないでしょうか。

ディーゼルニュースでは、今後も運輸事業者の経営強化に役立つさまざまな情報を提供していきます。 UD