

TB CLUB

truck&bus radials
communication magazine

生き残れるか？ この時代、この市場。

Steering column

「ディーゼルの功罪」-1.

1897年、パリ生まれのドイツ人技術者ルドルフ=ディーゼルによって発明されたディーゼル機関は、エネルギー効率が高く経済的で、しかもメンテナンスがしやすく耐久性にも優れているという長所と、システムが大型で振動と騒音が大きいという短所の両面から、それまでの蒸気機関に変わる動力機構として主に船舶や鉄道、大型車両のエンジンとして用いられてきた。こうして20世紀以降の世界の陸海運を担うことにより、ディーゼルエンジンはある意味でガソリンエンジン以上に世界史に大きな役割を果たしたといえるかもしれない。そして21世紀に入った現在も、日本を含む世界の陸海の大量輸送システムは事実上、1世紀以上に誕生したこの内燃機関によって支えられていることに変わりない。しかし、どうも近頃の日本では、このディーゼル機関の旗色が悪い。よく知られるように排気ガスに含まれる窒素酸化物(Nox)の量がガソリン車に比べて多いことが原因だ。国内各地で大気汚染の原因を争った数々の公害訴訟でも、悪役中の悪役としてやり玉に上げられている。だが、それは本当か？次号以降で検証していきたい。



2002

Vol.1

日通グループとして地位に安住せず、厳しい経営環境下において積極的に多角化を目指すなかで、事故防止を最優先課題として掲げる石岡地区通運さんは、一昨年に車載端末運行管理システムを導入。その動機や評価を中心に物流市場の動向について、責任者である海老澤営業部長にお話を伺いました。

TB 地域市場など、近年御社を取り巻く経営環境に変化はありますか？

オオアリです。(笑)この地域はもともと水のいい土地で、22・3年前までは酒造メーカーが10社以上もあった酒処なんです。当時は酒米の運送も多くて賑わったんですが、今は市内の工業団地の工場も次々と海外移転で出ていくなど往時の勢いはありません。運輸業はやはり地域経済の盛衰が業績に直結します。当社の場合、主な取引先が食品関係ですから比較的安定はしていますが、それでも、隣の千葉県内や東京方面の業者も進出してきましたし、いうまでもなく価格競争も激しくなっている。経営環境がますます厳しさを増していることは間違いないですね。

TB 環境問題でも運送業界の対応が迫られていますか？

NOx(窒素酸化物)問題ですか。トラックが環境悪化の張本人みたいに悪者扱いされて規制強化の大合唱ですが、しかし、メーカーサイドでも今のところ有効なNOx除去装置が開発できていない現状ですから、いくら環境税なんかで脅されて対策を迫られても、私たちとしては打つ手がない。いずれにしても、今後環境問題に対しても我々運送業界がより多くの負担を強いられるようになることは間違いないでしょうね。



TB そのような変化に対して、どのような姿勢で取り組まれていますか？

アウトソーシングっていうでしょ。得意先の工場に入って、配車から工場内の倉庫の管理まで対応できるようなシステム化を進めていかないと、市場の変化についてゆけませんよね。具体策としては配車システムの一元化などに取っかかりで、まだまだこれからの課題ですが、『お客様の荷物をただ右から左に運んでいるだけでは、もう生き残れない』——という認識あるいは危機感は社員全員が共有しているはずですよ。

TB 車載端末運行管理システムを導入されたそうですが？

ええ、確かに導入しましたが、これは先ほどの市場の変化への取り組みというより、事故防止が主な目的だったんです。当社の場合、



以前から事故防止を最優先の課題として取り組んできたんですが、その取り組みの延長線上でより事故率を減らすために車載端末運行管理システムの導入を決めました。平成11年以来現在までに4t車以上の45両に搭載されています。結果的に2~3割は事故が減ったという実感はありますね。

TB システムの導入で、ドライバーの意識は変わりましたか？

当社では車載システム導入以前から、連続無事故記録の表彰制度などでドライバーの事故防止意識を高める工夫をしてきましたが、このシステムの導入によってスピードの出しすぎや急発進、急ブレーキなど運転マナーが細かく監視されているということで、より一層ドライバーの意識改革に役立っていると思います。しかし、機械が運転している訳ではない以上、結局、事故防止の決め手はドライバーの意識ですから、このようなシステムに頼り切ることなく、表彰制度などの工夫でドライバーのモチベーションと緊張感を高め、これを維持してゆく取り組みは引き続いて実施するつもりです。



TB ある意味で事故防止も効率化への取り組みのひとつといえますね。

もちろんそれもあります。程度の違いはありますが、修理や補償、さらに信用の失墜など1件の事故によってもたらされるリスクは少なくありませんから。しかし、事故による経済的損失もさることながら、やはり人命の尊重こそもっとも重大です。確かに経済性の追求ということも重要ですが、企業の社会的責任として、今後も事故防止には最優先で取り組んでゆくというわが社の姿勢に変わりはありませんよ。



profile

石岡地区通運株式会社

昭和18年創業。茨城県石岡市に本拠を置き、日本通運との業務提携のもと、県内全域で運送業、ハイヤー、倉庫業、保険業を営む。所有車両はトラックが84台(ワンボックスを含む)、軽自動車21台、ハイヤー44台。得意先は県内大手のカゴメ、ソントンなど食品メーカーや東洋製罐、タキロン、日本たばこ産業など。

ただ荷物を右から左へ運んでいる時代じゃなくなってきた。

TB

埼玉県南部を商圈にプロショップを経営されている仁平タイヤ商会さんからは、主にトラック・バスタイヤを専門に扱ってられるTBセンター店を紹介。専用のサービスカーを導入するなどプロショップならではの取り組みで新規顧客を開拓。その独自のノウハウを、仁平社長と長島店長にお聞きしました。

TB 訪問活動に積極的だと伺いましたが、どのようなやりかたですか？

まず最初は飛び込みです。店長以下3名の担当者が地区別に回ります。タウンページを使うこともあります。基本的にはローラー作戦で、軽トラが2~3台規模の運送屋さんまでとりあえず訪問してみ、車両の保有状況や業務内容をそれとなく聞き出します。そのあと2~3回目の訪問では、「たまたま近くに用があったので寄ってみました」という感じで、営業らしい話しもせずもっぱら世間話だけして帰ります。最初から買ってもらおうつもりでは訪問してないですね。まず人間関係を築くことを第一に心懸けていますから。

TB その訪問活動の際にツールなどは利用しておられますか？



特別な販促ツールは持参しません。名刺交換ぐらいですね。専門の営業マンが販促物を配って回っている会社もあるようですが、こちらはエンジニアなので、営業トークのプロでない代わりに技術的なこともその場で指摘したりアドバイスできますから、その点は有利だと思いますよ。

TB そうして集めた顧客情報の管理は、どのようにしておられますか？

いやあ、お恥ずかしいですが、店長が自分のノートに手書きで記入しているだけなんです。しかしこれ1冊を見れば顧客ごとの車両保有状況から車両ごとのタイヤの種別、さらに空気圧などタイヤ点検のデータなどもひと目でわかります。いずれパソコンに全部のデータを入力しようとは考えていますが、現状ではこのノートがわが社の唯一の顧客データベースです。



TB この度新しくサービスカーを導入されたとお聞きしましたが？

ええ、わが社は商圈が県南部一帯に広がっていますから以前から出張サービスはやっていたんです。ただ、従来ならコンプレッサーを1台小型トラックに積み込んで行けば、たいいていの顧客に対応できたんですが、近頃はサービスニーズも多様化してきていますから、やはりきちんとした設備がないと難しいということも思い切って導入しました。この1台でほぼ店と同じ作業が可能です。

TB 導入の投資効果はいかがですか？

まだ稼働はじめたばかりですからはっきりとは言えませんが、それなりの効果はありますね。小さな仕事で呼ばれて出向いてみると、その場で別の仕事の依頼がいくつも入ったとか。それに大勢の顧客が集まっている中で作業をすれば、それだけでプレゼンテーション効果もありますから。実際、出張先で新しいお得意先を獲得できたケースもいくつかあるんです。

TB プロショップとして、心懸けておられることはなんですか？

現在、タイヤショップの経営環境にはたいへん厳しいものがあります。幹線道路沿いの大型カーショップや街角のSSで、私どもが扱うのと同じ商品が割安で手に入る時代ですから。我々としては、文字通り『プロ』として、確かな技術に裏付けされた丁寧な作業はもちろん、情報提供やアドバイスなど、商品にプラスαできるサービスの部分で対抗するしかありません。たとえばタイヤの穴の補修ひとつをとっても、外から見えない部分や走行に影響がない箇所でも、できるだけきれいに仕上げるようスタッフに指導しています。お客様にその付加価値をどう評価してもらえるか、それがこの先、我々が生き残れるかどうかの勝敗の分かれ目だと考えています。

TB 最後に、仁平タイヤ商会のモットーは？

お客様に安心して車に乗ってもらえるような確かなサービスを提供すること、そしてお客様が友達感覚で気軽に来ることのできる店づくり——ということでしょうか。



profile

株式会社仁平タイヤ商会

埼玉県川口市を拠点に4箇所のタイヤショップを経営。埼玉県南部一円を商圈に納めて営業活動を展開。

我々のサービスの付加価値を評価してもらえるかどうか、が勝負。

株式会社仁平タイヤ商会 代表取締役社長 仁平誠一
店長 長島光一郎

GUEST 2

タイヤの 空気圧 について

タイヤの空気は 自然と洩れています。

❗ 穴のあいていないボールでもしぼんでしまうように、ゴムは空気を通します。そのため**タイヤの空気圧も自然と低下**しているのです。

定期的な空気圧補充が
必要なのです。



❗ 空気圧が低下すると、こんな悪影響が…

- タイヤのたわみが大きくなり、過度の発熱によってはく離（セパレーション）やコード切れを起こすなど、故障の原因になります。
- タイヤショルダー部の摩耗を早め、走行安定性が悪くなります。
- ビードの動きが大きくなり、リム擦れやリムカットを起こします。
- 走行抵抗が増し、燃費消費が多くなります。

少なくとも、1ヶ月に1回は空気圧補充 を行いましょう。

適正空気圧管理3つのポイント

- 1 適正空気圧の設定 → 車輛メーカーの指定空気圧を基準に、**高めに設定**。(0~+80kPa)
- 2 定期的点検・補充 →
 - 点検時は必ず**エアゲージ**を使用。
 - 少なくとも**月1回以上**、必ず**冷えた状態**で点検。
 - 新品タイヤ装着時は特に点検頻度を多くする。
 - 複輪に組み合わされたタイヤは内外同じ空気圧に調整。
- 3 バルブコア・キャップの点検 →
 - バルブコアから空気洩れがないか、必ず**チェック**。
 - 新品タイヤには新品バルブコア(新品チューブ・フラップ)を装着。
 - バルブキャップは必ず装着。

※いざという時のためのスペアタイヤ管理も忘れずに。

いざという時に役に立たないスペアタイヤでは困りものです。また、非常に劣化したものや空気圧不足のまま使用すると、タイヤの損傷につながり危険です。タイヤの定期管理の際には、スペアタイヤのチェック、空気圧補充もお忘れなく。