

新型携帯端末の導入

佐川急便は、セールスドライバーが集配業務で使用する携帯端末を刷新し、10月21日から全国で2万4,000台導入しました。

今回導入した新型携帯端末は、さらなる「顧客満足度の向上」と「ドライバー業務の簡素化・負担軽減」を目的としており、機能的・汎用性・操作性の向上を図っています。例えば、バーコードスキャナ付きのスマートフォンを採用し、QRコードなどの2次元バーコードを活用した業務領域の拡大にも対応できるようになっています。

また、送り状デザインの刷新に伴い、今後は郵便番号の記載が必須となりますが、新型携帯端末では、記載された郵便番号から7桁の配達店コードを簡単に検索することができ、ドライバー業務の負担軽減につながります。さらに、集荷時間や配達時間など、

ドライバーの業務簡素化・負担軽減を可能にするバーコードスキャナ付きスマートフォンを採用

お客様からのお問い合わせを佐川急便のサーバーを通して受信し、定型文で素早く返信することができる簡易メール機能なども加えられ、顧客対応力の向上が期待されます。こうした新機能を活用することにより、これまで以上に、きめ細かいサービスを提供することが可能となります。

加えて、新たな中継システムをSGシステム(株)が構築することで、従来の基幹システムとの連携が図れるほか、新型携帯端末用業務アプリケーションを容易かつ迅速にバージョンアップすることができます。

これ以外にも、佐川急便では宅配専用新型車載ナビゲーション・システム(5ページ参照)を導入。2011年には、e-コレクト®のカード決済のほか、不在伝票や個口ラベルの発行など各種帳票印字機能を備えた決済プリ



業界で初めてバーコードスキャナ付きスマートフォン(NTTドコモ)を採用。CMOSカメラでバーコードスキャンが可能。約180gの小型軽量で、約2.8インチのタッチパネルディスプレイを搭載。

ンタも新たに導入する予定で、セールスドライバーの業務改善につながる機器・システムの導入を進めています。

カーゴ輸送の導入

佐川急便は、中期経営計画「Second Stage Plan」の中で、品質戦略の1つとして“集配体制の改革”を掲げています。この改革の中心となるのが、カーゴ輸送の導入です。カーゴ輸送では、集配エリアの荷物をカーゴに入れてトラックへの積み込み、積み降ろし作業を行います。

通常、佐川急便のセールスドライバーが1日の始めに行う業務は、その日に配達する荷物をトラックへ積み込む作業です。配送管理課が配達エリアごとに仕分けした荷物を、ドライバーが1個ずつトラックへ積み込むため、時間と労力がかかっていました。

カーゴ輸送を導入することで、積み込み作業によるドライバーの負担

荷物の積み降ろし時間短縮や貨物事故抑制など業務効率化と品質向上を実現

は大幅に軽減されます。夜間に配送管理課がカーゴへ荷物を直接積み込み、翌朝出社したドライバーがカーゴ内の荷物を確認し、カーゴをトラックに運び入れるだけで、積み込み作業は完了します。また、集荷後の積み降ろし作業にかかる時間も、2トン車の場合で5台のカーゴを降ろすのに7~8分と半減することができ、業務の効率化が図れます。

さらに、トラックでの運搬中もカーゴの車輪をストッパーで固定するため、荷物の破損防止にも適しています。

今後、営業店の細分化が行われることで、カーゴ導入の効果はより高まるものと期待されます。佐川急便では、業務効率化が実現することに



トラックへの積み込み作業

カーゴを固定するストッパー

より、大幅な輸送品質の向上が見込まれ、顧客満足度の向上につながるものと考えています。

見込み顧客が多く居住するエリアを特定した 効率的なポスティングサービスを開発

佐川急便(株)は、このほどダイレクトメール (DM) やチラシなどの広告媒体を効率的にポスティングする「飛脚マーケティングメール」を開発。11月1日から全国の主要都市を対象にサービスを開始しました。

「飛脚マーケティングメール」は、各個人宅の郵便受けに投入する通常のポスティングとは異なり、見込み顧客が多く居住しているターゲットエリアを、地理情報と統計情報をベースにした「GIS^{*1}分析ソフト」によって特定し、効率的な配布計画を作成。これに基づいてDMやチラシなどを配布します。

GIS分析ソフトは、各省庁が公表している統計情報を字・丁目単位で集計してGISに組み込んだソフトです。今回、佐川急便が採用した分析ソフトは、総務省の「国勢情報」をはじめ、「年収階級別世帯数推計」「家計消費推計」「商業統計」「昼間人口統計」などの膨大な統計情報を取り込んでおり、字・丁目ごとに「人口」「世帯数」「年齢別の男女人口」「年収」など、約3,000項目のデータから

配布エリアを特定することが可能です。特に消費統計データを取り入れていることから、個人消費動向を的確に捉えることができ、効率的なマーケティングを実現します。

このサービスでは、申し込みから発注までをすべてWebで行います。まず、佐川急便のホームページにあるWebサービスから申し込みを行い、「配布エリアを特定する条件」と「配布物の詳細」などを入力します。それに基づいてGIS分析ソフトがマーケティングを行い、配布エリアを特定。ターゲットのヒット率が高い地域順に配布計画を作成し、お客様に報告します。この内容を確認してもらい、発注を受ければ、特定エリアにチラシを配布します。配布作業の進捗状況や、作業が終了した後の完了報告など、すべての経過はWeb上で逐次確認できます。

「飛脚マーケティングメール」は、小規模店舗のお客様でも利用しやすいように、3,000部から申し込みを受け付けており、一部地域を除き広告媒体が到着後、1週間以内に配布し

ます。また、現在はDMやチラシだけに対応していますが、2011年からは新聞の折込広告チラシも取り扱えるように準備を進めています。

「飛脚マーケティングメール」の開発に携わった営業戦略部の黒川泰之・営業企画担当課長は、今後の展開について次のように語っています。

「現在は、お客様から持ち込まれた配布物だけに対応していますが、今後は印刷会社と連携して、チラシの印刷からポスティングまでのサービスを提供していきたいと思っています。さらに、チラシを配布した後の効果測定 (CRM^{*2}分析) なども付加価値サービスとして行っていくつもりです。こうしたものをビジネスモデルとして組み込むことで、川上から川下までの一貫したサービスとして完結します。今後はサンプリングやモニタリングなどの展開も見込めることから、ポスティング事業と融合することで、新たな事業領域を拡大していきたいと考えています」

^{*1} GIS (Geographic Information System)
地理情報システムの略称。さまざまな地理情報と地図を結びつけてコンピュータ上に再現し、位置や場所から多様な情報を統合したり、分析したり、地図上に表現したりすることができる仕組み。

^{*2} CRM (Customer Relationship Management)
顧客の年齢や趣味、購買行動などの属性データを収集し、ターゲットを特定した効率的な営業・販売活動を行うマーケティング手法。

◆飛脚マーケティングメールの流れ



「飛脚機密文書リサイクル便」のサービス拡充 新たにA4サイズの専用BOXを追加

佐川急便は、2009年2月からサービスを行っている「飛脚機密文書リサイクル便」について、新たにA4サイズの専用段ボールを追加しました。また、より高い機密性を確保するため、箱の上部がふたで塞がる仕組みに改良し、投入した書類が外から見えない工夫を施しました。

「飛脚機密文書リサイクル便」は、オフィスにある重要な機密文書を専用の段ボール箱に入れ、機密性を確保した上で溶解処理業者に運送し、処理を行うサービスで、これまではA3サイズBOX（約20kg）のみの取り扱いでした。しかし、お客様から「箱一杯になるまでに時間がかかる」「機密書類なのでこまめに処理したい」

などの要望を受け、このほどA4サイズBOX（10kg）を新たに追加したものです。A4サイズBOXの料金は溶解処理手数料、溶解処理証明書発 hands 手数料込みで1,500円です（A3サイズは1,800円・料金は税込）。

段ボール箱はリサイクルできる素材でできているため、溶解処理後はトイレットペーパーなどにリサイクルされます。A4サイズの専用BOX1箱を溶解したりサイクル原料からトイレットペーパーを約55個作ることができます。なお、この専用BOXは佐川急便が独自に開発したもので、特許出願中です。

最近のコンプライアンスの高まりを



お客様が封印したBOXは機密性を保持したまま溶解処理される



受け、「飛脚機密文書リサイクル便」はサービス開始から順調に取り扱いが増えています。今回のA4サイズBOXの追加で、より多くのお客様に利用していただけると見込んでいます。

今後も佐川急便ではさまざまな顧客ニーズに対応した商品・サービスの開発に努め、高品質な輸送サービスを提供していきます。

宅配業務効率を向上させる宅配ナビを開発 集配時間21%減、走行距離34%短縮を実現

SGホールディングスグループでIT事業を展開しているSGシステム(株)は、(株)ゼンリンデータコムと共同で業界初の宅配専用新型車載ナビゲーション・システム「Biz-Navi」（ビズナビ）を開発し、6月28日より月額7,800円でレンタル販売を開始しました。初年度は年間1万台の受注を見込んでおり、3年後には30億円の売上を目指します。佐川急便ではこれを受け、7月より集配車両に「Biz-Navi」の搭載を開始し、すでに3,037台を導入しています。

「Biz-Navi」は、従来のカーナビとは違い、一度に複数の箇所を記録して画面上に表示できるため、配達時に伝票を見て目的地を調べる必要がなく、時間帯指定などの重要情報も画面上に一覧表示します。ゼンリンの最も詳細な住宅地図ベースの地図^{*1}と宅配業務向けアプリケーショ

ンを連携しているため、現在位置と配達先の位置関係を正確に把握し、最適なコースを選択。配達遅延防止にも効果を発揮します。また、事故多発地帯に近づいた場合や、時間帯指定が迫っている場合に警告する機能もあります。さらに、お客様の不在や集荷指示などで変更が生じた際も、新たな集荷先情報を組み入れた配達（集荷）先情報が容易に確認でき、土地に慣れない新人ドライバーでも経験者に近い配達ルートを選べるようになります。

佐川急便では導入に先立ち、同一コース・個数で比較実験を行った結果、「Biz-Navi」を搭載した車両が搭載しない車両に比べ、所要時間で21%、走行距離で34%短縮し、CO₂排出量も34%削減できるなど、大幅に配達効率が向上し、燃料消費を抑制することが実証されました。



今後、SGシステムとゼンリンデータコムは、「Biz-Navi」のクラウドコンピューティングシステム^{*2}を開発し、大企業から中小宅配事業者向けに通信機能を持った汎用端末へアプリケーションを配信し、スマートフォンや各種モバイル端末にも対応させていく予定です。

^{*1} ゼンリン社発行の住宅地図：一戸一戸の建物名称や番地を大縮尺の地図上に詳しく表示、また、バス停、信号機、交差点名、一方通行などの道路交通情報も表示。全国1,750市区町村の中の1,740市区町村を発行。

^{*2} クラウドコンピューティングシステム：ユーザーが作業を行うときに、自分のパソコンや会社のネットワーク上にあるサーバーではなく、インターネット上のサーバーを利用して処理を行うシステム形態。

「乳がん自己触診啓発ポスター」の掲示を開始 蓮舫行政刷新担当大臣からも高い評価

佐川急便は、女性従業員が乳がんの早期発見・早期治療の意識を持ち、定期的な検診につなげることを目的に、「乳がん自己触診啓発ポスター」を全店（支社、営業店、サービスセンター）の女性用個室トイレのドアに掲示する活動を開始しました。

乳がんは、女性のがん発生率では最も多く、その発症は30歳代から増加し、50歳代の働き盛りにピークを迎えます。現代女性の誰もがかかる可能性のある病気ですが、触診で早期発見できる数少ないがんの1つです。

佐川急便では、少子化が進む中、女性従業員が即戦力として健康に働き続けられる環境作りや健康管理を推進しており、こうしたワークライフバランスの取り組みの一環として「乳がん自己触診啓発ポスター」を、

公益財団法人日本対がん協会と、SGホールディングスグループの財団法人佐川がん研究助成振興財団と協働で作成しました。ポスターは、個室内で自己触診ができるように触診方法を図解入りで説明。早期診断や早期治療につなげるために、病院（乳腺専門医）で検診することを勧めています。女性従業員からは「自己触診への意識が高まった」「定期検診を受けようと思った」などの声が寄せられています。

佐川急便では、この取り組みを社外にも推進するため、希望す



る企業や団体などにポスターの配布を行っています。10月22日には、この取り組みに携わる当社の女性従業員が、内閣府に蓮舫行政刷新担当大臣を表敬訪問。蓮舫大臣は、「女性従業員だけでなく、男性従業員も乳がんについて意識を高め、奥様やお子様にご自己触診を勧めてほしい」とこの活動の主旨を高く評価、内閣府の女子トイレでも掲示されることになりました。すでに多くの企業や団体からポスター提供依頼があり、活動の輪が社外に広がっています。



蓮舫大臣（中央）への表敬訪問（左から佐川急便人事・安全管理部の兵藤美穂主任、日本対がん協会の塩見知司事務局長、佐川急便広報部の小泉友紀さん、佐川がん研究助成振興財団の井尻勲さん）

佐川アドバンスが高齢者の外出を支援 新サービス「介護旅行」をスタート

SGホールディングスグループで総合サービス事業を展開している佐川アドバンス(株)は、このほど旅行事業の新サービスとして高齢者向け介護旅行（外出支援）サービスを開始しました。

高齢化社会を迎えた我が国では、「家族に気兼ねなく旅行に行きたい」「故郷の墓参りに行きたい」といった潜在的なニーズが高いものの、介護が必要な高齢者に対しては従来の旅行サービスでは対応できないのが現状でした。そこで佐川アドバンスでは、30年来手がけてきた旅行事業の経験とノウハウを活かし、NPO法人日本トラベルヘルパー協会の協力を得て、旅行・外出支援サービスを開始することにしました。

このサービスは、介護が必要な高齢

者が旅行できるように、介護や旅行添乗員の資格を併せ持つトラベルヘルパー*（外出支援専門員）が旅行を支援します。このため佐川アドバンスでは、従業員のトラベルヘルパーの資格取得を推進するため、介護旅行を手がけている(株)エス・ピー・アイと人材養成などで業務提携を行いました。また、このサービスの一環として、東京地区では、大手タクシー事業者のANZENグループと提携し、トラベルヘルパーがタクシーに同乗し、自宅から東京近郊の日帰り旅行や外出をサポートするサービスも開始しました。

東京駅から静岡県熱海温泉まで、軽度の要介護で済む高齢者が日帰り旅行をした場合の参考金額は、タクシー貸切料金が3万3,250円、トラベ



専用ホームページ (<http://kaigo.itteco.jp/>)

ルヘルパーの費用が1日2万1,000円で、合計5万4,250円（高速料金などを除く）となります。

佐川アドバンスでは、今後もお客様に喜んでいただけるような旅行会社を目指し、新しいサービスの開発に力を入れていきます。

***トラベルヘルパー**：介護保険法のホームヘルパー2級などの介護または看護系の資格と、旅行業法の旅程管理者などの旅行の資格を併せ持つ介護旅行の専門家。旅行サービスや観劇、お墓参りなどの身近な外出支援サービスにも対応。トラベルヘルパーの認定は、内閣府認証NPO法人日本トラベルヘルパー協会が行っている。

「日中友好交流25周年」記念式典を北京で開催 車両整備研修生のOBも交流会に出席

佐川急便は、日中友好交流の先駆けとして、中古トラックの無償寄贈を始めてから今年で25周年を迎えました。これを記念して、9月14日に中国・北京市において「日中友好交流25周年」記念式典を開催しました。

佐川急便は1985年に中国に対し、中古トラックの無償寄贈を開始し、翌86年には財団法人佐川国際経済協力会を設立。佐川急便は財団が実施する友好事業の協力をを行い、1995年には中古トラック計3,000台を無償寄贈しました。また、寄贈したトラックを末永く使用して欲しいという思いから、日本と中国で車両整備技術研修を実施し、1987年から2009年

度までに計155名が研修を受けました。その他にもSGモータース(株)をはじめ、各自動車メーカーの研修センターでの研修生受け入れや、2001年からは中国へ講師を派遣し、現地での研修を開始しています。一方、佐川美術館では中国人民対外友好協会の後援のもと、特別展として2000年に「上海博物館蔵・青銅器名宝展」や2005年には「中国国立国家博物館蔵・隋唐美術名品展」を開催するなど、文化交流事業を推進しています。

今回の記念式典では、中日友好協会の許金平副会長から佐川急便の栗和田榮一会長へ「中日友好使者」の称号が授与されました。また、佐川



中日友好協会・許金平副会長(左)から佐川急便・栗和田榮一会長へ「中日友好使者」の称号が授与された

急便の平間正一社長から中国人民対外友好協会の陳昊蘇会長へ、記念品として、彫刻家・樂雅臣氏製作の「平和への広がり」を贈呈。記念式典に引き続き「車両整備技術研修生交流会」も開催され、研修を修了した研修生65名が出席しました。

今後も佐川急便では、日中友好に携わる民間企業としてこれまで培った経験を生かし、相互理解の促進に寄与していきたいと考えています。

佐川急便陸上競技部が立命館守山高校で授業 スポーツを通じた社会貢献活動を実施

立命館守山高校(滋賀県守山市)が土曜日に行っている「土曜講座」に新たに「スポーツ&ヘルス理系アスリート養成講座」を開講しました。佐川急便陸上競技部は守山市を拠点に活動していることから、7回の講座のうち2回、受講生21名(男子2名、女子19名)を対象に実業団レベルのトレーニング方法の実践について、実技指導を行いました。

この講座はスポーツや健康に関する関心の高まりの中、理論に裏打ちされたトレーニング方法を実施し、科学的な視点や考え方を身につけ、集中力・忍耐力・精神力や脳の活性化により学力アップにつなげることを目的としており、立命館大学スポーツ健康科学部や守山市、近隣の企業などが参加することから、「産」「官」「学」の相互連携講座として位置付けられています。

授業内容は、立命館大学スポーツ健康科学部教授による講義や、スポー

ツ栄養の基礎として、大塚製薬(株)の研究者による「サプリメントの効果と実証」の講義、旭化成(株)守山工場ではスポーツウェアの研究・開発の講義・討議や研究施設の見学を行いました。

実践トレーニング部門を担当した佐川急便陸上競技部では、中野剛監督、塩見雄介コーチ、勝間信弥コーチ(選手兼務)、山本亮、清水智也、藤原庸平の第一線で活躍する選手たち*が「走るための基本講座」として、生徒からのアンケートを基にランニングフォームの指導や分析、走行中の呼吸方法など実技指導を行いました。講座の最終日には、効果検証として、受講生全員が12月12日に開催される「ほたるのまち守山ハーフマラソン」の5kmコースに出場する予定です。

SGホールディングスグループのオフィシャルスポーツでは、陸上競技部のほか、サッカー部は守山市内の幼稚園や保育園で「サッカー教室」を開

催。また、小学校3年生~中学生を対象にした「サッカーアカデミー」を開校しています。女子ソフトボール部では、守山パーク内で、京都府下中学生のソフトボール交流大会を開催しており、今後ともスポーツを通じて、地域社会との交流を図っていきます。

*今回指導を行ったのは、日本陸連のマラソン強化選手に選ばれている山本亮選手を筆頭に、「びわこ毎日マラソン」で2年連続入賞を果たした清水智也選手、立命館大学から今年度入社した藤原庸平選手など、第1線で活躍するアスリートです。



ランニングフォームや呼吸方法などに関する講義の様相



フォーム分析やタイム計測などの実技の様相

佐川急便(株)本社東京本部人事・安全管理部労務課 主任 ^{ひょうどう} 兵藤 ^{みほ} 美穂 さん

SGホールディングスグループは仕事と生活の調和を図るため、ワークライフバランスに取り組んでいます。その一環として、女性が妊娠・出産後も働き続けられるように、9月21日より母性健康管理に関する制度と「Working Woman Guide (以下: WWG)」を社員・家族向けサイトに掲載しました。今回は当ガイドを企画・制作した佐川急便(株)人事・安全管理部労務課の兵藤美穂主任に話を聞きました。

— WWGを作成したきっかけは？

兵藤 佐川急便では女性労働力の確保を目的に女性の採用を積極的に行っており、5年前に約3,000人だった女性従業員は、現在2倍以上に増えています。このため働き続けたいという相談が増加するようになり、改めて産休や育児休業制度など、妊娠・出産・育児に関する制度やサポートについて女性従業員や管理職に周知徹底する

ことが必要だと考え、さまざまな業界からの情報収集や公的機関などへの相談をしながら作成を進めてきました。

— 苦労した点を教えてください。

兵藤 母性健康管理を実際に運用するにあたって、各支社でバラツキのあった規準を全社で統一するのが大変でした。特に女性ドライバーが妊娠した場合、負担の少ない作業を行う業務調整の時期や、妊娠から育児期間中の短時間勤務と処遇については、本社各部と選任された女性従業員で構成される「ワークライフバランス検討会」で議論を重ね、全社統一のルールを策定し、規程の一部も改定しました。

— どのようなガイドでしょうか？

兵藤 管理職用と一般社員用の2種類を制作しました。管理職用は、部下の相談に適切な回答や指導が行えるように、詳細な制度や手続き、注意すべき発言などを説明しています。一般社員用は、妊娠・出産・育児に至る過



2004年佐川急便(株)入社。人事・安全管理部労務課配属。手元の青色冊子は管理職用、ピンクは一般社員用の「Working Woman Guide」。

程での制度や手続き方法などを分かりやすく説明しています。従業員とその家族も閲覧できる「SGホールディングスグループ社員・家族向けサイト」に掲載しており、各自が印刷して冊子として活用できるようになっています。また、パソコンを所有していない従業員向けにはDVDを作成し、全従業員が視聴できる環境の整備を進めています。

— 今後の目標は？

兵藤 今後も女性従業員が安心して働けるように、さらにワークライフバランスの取り組みを推進していきます。そして、男女が共にライフステージに合わせて多様な働き方をしながら、能力を最大限伸ばしていける職場環境の実現を目指します。

◆その他のワークライフバランスの取り組み

「乳がん自己検診」啓発ポスター (6ページに詳細を掲載)

佐川急便全店(支社・営業店・サービスセンター)の個室トイレのドアに各1部掲示。個室内での自己触診を促すため、触診方法の説明などを掲載している。1人でも多くの女性従業員の乳がん早期発見や早期治療、意識向上につなげる取り組み。

妊婦用のマタニティ制服

オリジナルマタニティ制服を導入。実際に妊娠している従業員の協力のもと試着を何度も重ね製作。事務職の女性制服と同様の生地を選定して統一感を持たせ、周囲になじむように配慮した。サイズバリエーションも豊富に揃えている。

Column

佐川急便のウェブ・コンテンツ「今週のセールスドライバー」

佐川急便(株)のウェブサイトは、「日経企業サイトランキング」などで、お客様の使いやすさ、分かりやすさが高く評価されていますが、この佐川急便のウェブ・コンテンツの中でも、貨物追跡や事業・サービス紹介のページと並んで高いアクセス数を誇っているのが、「今週のセールスドライバー」です。

このページは、より多くのお客様に佐川急便を身近に感じてもらえるようにと、2006年1月にスタートしたもので、セールスドライバーをはじめとする佐川急

便の従業員を毎週1人ずつ紹介しています。内容としては、お客様との忘れられないエピソードや家族との絆、プライベートの様子などを収録し、一人ひとりのリアルな姿をお届けしています。公開から1か月間は応援メッセージも受け付けており、お客様とのコミュニケーションツールとしても活用されています。また、各従業員のモチベーションの向上にも寄与しています。

佐川急便では、このコンテンツをお客様から親近感を得るための重要なコンテ

ンツとして今後も積極的に展開していく方針です。



佐川急便「今週のセールスドライバー」
<http://www.sagawa-exp.co.jp/company/sd/>