

徹底した差別化戦略で 長距離の幹線輸送業者 トップを目指す

富士運輸株式会社



Corporate Profile

代表取締役社長 松岡 弘晃
 本社 奈良県奈良市北永井町 372
 設立 1978年 4月
 売上高 118億円 (2013年 6月期)
 従業員 860人 (2014年 4月)
<http://www.fujitransport.com>

運送業は、1990年の規制緩和に伴い、新規参入が容易となった。その背景から、国内には約6万2000社の運送業者がひしめいている。これはコンビニエンスストアの数(約5万店舗)を凌ぎ、物流業界の激戦具合がうかがえる。

そんななか、この10年間で売上高を約8倍に成長させた企業がある。奈良県下最大規模の独立系運送会社、富士運輸株式会社だ。車両保有台数は760台。郵便の長距離輸送、航空貨物輸送などで実績を上げ、大手流通会社やメーカーなど約200社との取引がある。

先代から2001年に37歳で経営を受け継いだ代表取締役社長の松岡弘晃氏は、それまで県内中心だった事業方針を一変した。「県内の運送業は既に飽和状態。しがらみもあるし、小さな市場で争っていても仕方ない。そこで新市場を求めて県外へ勝負に出たんです」と語る。

新規顧客開拓を目的とした拠点づくりで、特に意識をしたのは空港だ。

「空港は工場と同じです。例えば、工場に原材料が入り、製品が出ていく。空港には、輸入貨物が入り、輸出貨物が出ていく。そう考えると成田空港などは大規模工場といえます。拠点は空港の近くであることが重要だと感じました」

こうして現在、成田空港、羽田空港、関西空港、中部国際空港をはじめ、国内22都市に拠点を構えている。

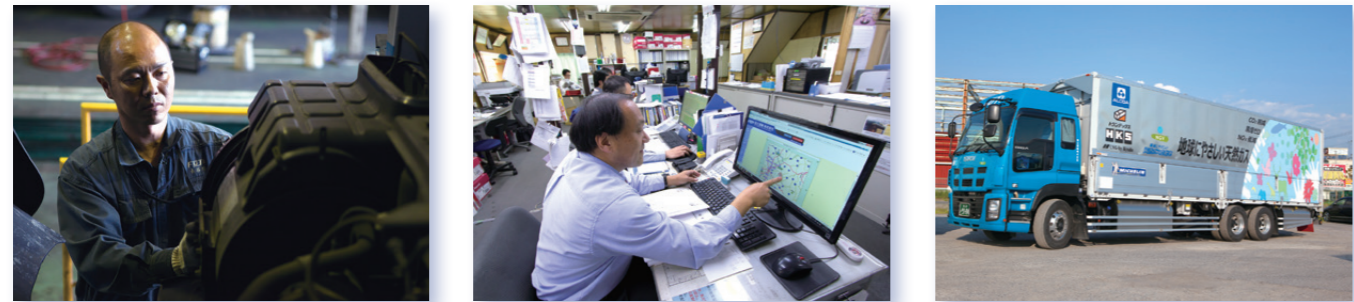
同社の成長に加速をつけた要因は、さらに2つある。IT化の積極的な推進と、特製車両を開発したことだ。

03年より導入したITシステムでは、GPSを利用した車両の位置情報の公開と、24時間営業の運行管理体制を稼働させた。社内で構築したこのシステムは、業界初の取り組みが多く盛り込まれている。荷主側は、ホームページから車両ナンバーを検索すれば、当該車両の写真や仕様、装備まで確認ができ、地図上で輸送を委託したトラックの現在地が分かる。24時間対応につき、緊急の輸送依頼にも対応可能である。これらのITの仕組みが荷主から好評だ。情

報公開により、車両や積み荷の問い合わせ電話もなくなり、業務効率も大幅に向上した。

同社の特製車両は「スーパーマルチタイプトラック」といい、日野自動車株式会社の協力で10年に開発した。通常、家具や精密機械、航空貨物など、積み荷の特性によってトラックの仕様は変わるため、運送会社側は顧客ニーズに合わせて専用車両を購入しなければならぬ。しかし同社では、独自にリサーチを重ね、どんな積み荷でも積載可能な特製13t専用シャーシを開発、一度に100台導入した。これにより、顧客の積み荷に合わせて保有車両を見直したり、大口顧客の解約に伴い車両が無駄になるというリスクから解放された。特製車両の導入は、営業力強化につながり、高い積載効率を生み出している。

同社では、こうした他社との徹底的な差別化で、20年には大型トラック1000台保有、国内30拠点を目標に掲げ、長距離の幹線輸送業者のトップを目指し、邁進している。



整備、板金、塗装、故障のレスキューなども自社で行う(写真左)。ITシステムの導入で、輸送効率が高まった。位置情報と空車状態が一目瞭然だ(中)。天然ガストラックを10台導入、環境負荷の低減に貢献している(右)

「商談時、忙しい時は自ら大型トラックのハンドルを握りお客さまを訪問することもあります。驚かれますが、車両を実際に見てもらえると、ご安心いただけます」と語る、松岡弘晃代表取締役社長

