

輸送に求められる要素は「Q・C・D」に集約されるといわれる。品質 (Quality)、コスト (Cost)、納期 (Delivery) だが、この三者はトレード・オフの関係にあり、一つの要素を優先すると他の要素の充足は難しくなる。考えるのが一般的だ。これに異を唱えるのが、ボックスチャーターの小佐野豪績・代表取締役社長だ。「納期と品質にこだわる、あるいはコストと納期を重視する」というように、要素を組み合わせたところにこそ市場があるとわかりました」というのである。こうした市場を顕在化させたのが「JITBOXチャーター便」だ。

専用のロールボックスパレットを一個単位として、時間指定の宅配感覚で利用できるJITBOXチャーター便は、ボックスチャーターが全国一五の運送事業者をフランチャイズとして展開している。小佐野社長は、「そのサービス形態は、ユーザー側のニーズをくみ取る形で生まれました」と語る。ルーツは、ヤマト運輸の宅急便だ。

複数個所・同時配送を可能にする

JITBOXチャーター便

宅急便は、一個から簡便に送れ、翌日配達というコンセプトで従来の輸送便の常識を大きく変えた。当初個人向けサービスとして拡大したが、その利便性に法人ユーザーも注目。そのなか



ボックスチャーター株式会社
小佐野豪績代表取締役社長

で、複数口の荷を別便（口割れ）になることなく届けてほしいとの要望が生じた。そこで利用されたのが、宅急便の幹線輸送に使用されるロールボックスパレットだ。これを送り主に貸し出して荷積みを行ってもらい届け先までボックスごと配送する。当初、宅急便のサービスのなかで運用していたが、二〇〇六年、地域でトップの実績を有する運輸事業者と連合して全国規模のサービスを開始。小口でもトラックの貸切輸送でもない中ロットで、トラック一台分のコストがかからず、チャーターのように時間指定できることから、取扱本数は急伸。〇八年度には五〇万本を超える見込みとなっている。

JITBOXのJITには、Just in Timeの意が込められている。「Q・C・

Dのうち、Dはいまや当たり前。さらにQやCの価値を付加できたからこそ多くのお客様を獲得できました」と、小佐野社長は胸を張る。

たとえばあるOA機器メーカーでは、コンビニエンス・ストアへコピー・ファクシミリ複合機を一齐納入する際、JITBOXチャーター便を採用した。従来必要とした木枠などの梱包、養生材は不要で梱包の手間を大幅に削減できたという。納入先ストアでもすぐに荷を開封でき、廃棄物もほとんど出ない。コンビニエンスの営業に与える影響が最小限に抑えられた一方、輸送中の損傷はゼロ。輸送にかかるリード・タイムが大幅に削減されると共に、輸送品質もしつかりと確保できたわけだ。

また、印刷物輸送で自社トラックとチャーター便を利用していたある印刷会社では、新たにJITBOXチャーター便を選択肢として追加。この結果、

全社の輸送コストを四割削減できたという。輸送印刷物の量に応じて最適な手段を選択できるようになったからだ。同時に、全国複数個所への同時納品という条件もクリアし、同社への信頼性を高めることにもつながった。

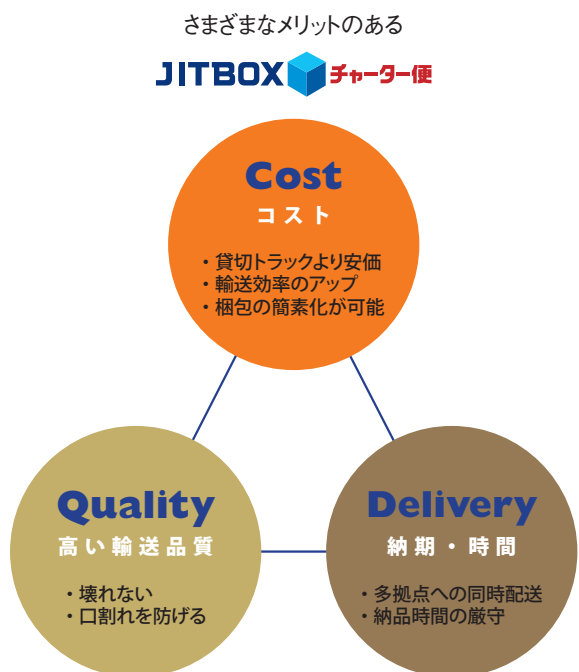
輸送品質向上、リード・タイム短縮、環境貢献の三大ニーズを充足

このような活用事例を背景に、小佐野社長は「特に輸送品質に注目し、JITBOXチャーター便のトータル品質向上を目指す取り組みを始めました」と語る。その訴求ポイントは次の三点だ。まずは、ボックス単位で口割れしないことに加えて、木枠梱包なしでも荷が壊れにくい安定した輸送品質 (Quality) を確保する。また、梱包時間が必要でリード・タイムを短縮でき

ボックスチャーター

品質、コスト、納期のすべてを充足 次代のデファクト・スタンダードとして 期待される輸送モード

景気の急減速を背景に、各企業に対する効率経営への要請が熾烈さを増している。すでに事業活動の多様な局面でコストカットを断行してきた企業にとって、さらなる効率化のハードルは高い。そこで注目されるのが物流の分野だ。従来の輸送モードのニッチとして登場したJITBOXチャーター便は、こうした環境下で物流改革のカギをにぎる救世主として期待される。



低コストでありながら、高い輸送品質や納期の短縮、配達時間の指定などのメリットを実現。いずれかを犠牲にするのではなく、すべての価値を追求できるところに、このサービスの革新性がある。



宅急便の幹線輸送に利用されていたロールボックスパレット (内寸104cm×104cm×170cm) がJITBOXチャーター便の単位。取り扱い容易なことから、利用者のみならずフランチャイズ参加の輸送事業者からも好評価を得ている。

る (Quick)。梱包資材を使わないので地球環境にもやさしい。これら三つの「キュー」を合わせた「サンキューサービス」をキャッチ・フレーズに、ビジネス分野の新たな輸送モードとして浸透を図る構えだ。

JITBOXチャーター便の追い風と考えられるのが、各企業に迫られている環境対応である。事業活動のすべての局面においてCO₂等温室効果ガスの排出量削減を求められている上に、廃棄物削減の要請も強くなっている。「荷主側だけでなく、配達先の事情も考慮して環境にやさしい輸送モードを選択する必要があります」と、小佐野社長も語るところだ。梱包・養生資材を削減できるJITBOXチャーター便は、この点でもアドバンテージを発揮できるだろう。また、フランチ

ヤイズ参加している運送事業者のトラック荷積みスペースを有効活用できる利点もある。荷物単位当たりのCO₂等排出量削減につながるわけだ。

ボックスチャーターを擁するヤマト・ホールディングスは、LT (物流)、IT (情報)、FT (決済) を組み合わせたソリューションを経営の柱に据えている。これに呼応して小佐野社長は、「在庫管理システムとJITBOXチャーター便を連動するなど、ITを活用して顧客企業のサプライチェーンとシームレスに結合した物流環境を実現したい。また、売掛債権管理システムと組み合わせるなど、企業財務との連動も視野に入れています」と意気込む。ビジネス物流の新たなデファクト・スタンダードとして、JITBOXチャーター便への期待は高い。