

インタビュー 「気付きを与えた上で技術的な指導を行う」

「工夫と仕掛け、他流試合も必要」茨城流通サービス社長 小倉 邦義氏



茨城流通サービス (本社・茨城県古河市、小倉邦義社長) で先月、今年度から交通エコロジ

ティ財団主催となった「エコドライブ活動コンクール」で最優秀賞を受賞した。2007年度から、当時環境省主催の「エコドライブコンテスト」に応募し、08年度には優良活動賞、09年度入賞、10年度高水準エコドライブ継続賞と連続入賞を果たし、今回、最高の栄冠を勝ち取った。「継続的なレベルアップ」「ドライバーの個人差の解消」という難問にどう取り組んできたか、積み合わせ輸送という環境に優しい輸送形態に合わせて、環境に配慮した輸送に取り組む必要がありました。

—エコドライブ活動の経緯について聞かせてください。

小倉 05年からスタートし、翌年にはデジタルタコグラフ(デジタルコ)を導入しました。06年4月に改正省エネ法が施行され、年間の輸送量が多い「特定荷主」に情報提供するための社内体制を整備しました。08年にはグリーン経営認証も取得しています。デジタルコを導入すると、燃費は急激に良くなります。当社も導入前と比べ18・6%向上していますが、その8割が最初の年です。しかしドライバーのモチベーションを維持し、そこからコツコツと積み上げていくのは非常に難しい。燃費を上げるために「ダイエット作戦」と称して、スペアタイヤを外すなどの取り組みにもチャレンジしましたが、直接の効果が見えにくいという問題がありました。そこで、毎年コンテスト(コンクール)に応募するという目標を設定することにしたのです。

—今年度の取り組みは。

小倉 当社では「車両自主管理表」に基づく燃費管理を行っています。ドライバー個人が走行距離、給油量を記入し、管理者は運転日報、デジタルデータと付き合わせを行い、一覧表として公開しています。今年度は、2トントラック車、7トントラック車それぞれにベンチマークとなる目標数値を設定し、既に達成しているドライバーには1%の燃費向上という目標を与えました。燃費の悪いドライバーはそれを車両や配送ル

たのか、小倉社長に聞いた。

(聞き手・石井麻里)

—サービスも「エコネット便」という名称です。

小倉 荷物が小ロット化し、料金も厳しくなる中で、積み合わせ主体の輸送に転換しました。関東の中央にある古河のロケーションを生かし、小ロット・中ロット貨物を積み合わせるエコロジーでエコノミーな輸送サービス「エコネット便」を展開しています。核になる貨物をベラスに中小ロットを積み合わせる方式で、積み替えのための人員を置かず、ドライバーが集荷から積み込みまでを行うことでコストを抑えています。配送エリア、取扱い貨物を絞り込み、同業他社とのネットワークにより全国対応しています。積み合わせ輸送に不可欠な取り組みが、情報システムの整備、輸送品質の向上です。また、積荷のせいしがちです。そこで、同じ時期に購入した同一車両を使って実証実験を行いました。燃費の良いドライバーと燃費の悪いドライバーの車両を入れ替えて運転させたのです。

その結果、燃費の悪いドライバーも燃費が向上したのですが、おもしろいことに、燃費の良いドライバーは車両を乗り換えて、さらに燃費が良くなったのです。つまり、同じ車両であってもドライバーの技量や意識の持ち方で燃費に差が出るといって「気付き」を与えました。その上で、燃費の良いドライバーが実践している取り組みの技術的な指導を行いました。技術的な指導をいくら行っても、本人の「気付き」がなければ効果は上がりません。

—完全に心理作戦ですね。

小倉 夏場のエアコンの使用による燃費の落ち方についても個人差がありました。そこで今年の夏はあえて毎日スタンドで給油させるようにしたのです。ドライバーが毎日燃費データを算出し、「車両自主管理表」に記入します。こまめに数値をチェックさせることで、「心理的な影響が出てくるにちがいない」と予測したのです。意識が変わったことにより、昨年の夏より燃費の落ち方を抑えられました。こうした例から分かることは、燃費は意識の問題ということです。しかし、それに気付かせるには「工夫」や「仕掛け」が必要です。「エコドライブ活動コンクール」に参加する最大の目的は、取り組みレベルの確認であり、環境に配慮した輸送を実現するためのツールです。他社のドライバーから刺激を受けることも、ドライバーの意識付けに効果がありますし、そういう意味でも他流試合は必要だと思っています。