

自社の目的・特徴・事業概要

目的・特徴: 「お客様と感動と感謝の共鳴を奏でる企業」をスローガンとする運輸業として、「①社員の幸せを考え、②安全・安心に取り組み、安全・安心を提供する」を追求し、川合運輸の強み・らしさとして、楽器や電子機器・部品などに含まれる「精密なもの」「かけがいのないもの」を中心にお客様の思いや希望に寄り添って運搬機能を提供している。事業内容: 楽器運送、精密機器運送、入出庫管理、梱包発送作業、展示会の運送、空港・港湾搬入取引、首都圏小口運送、積み合わせ運送、スマート便・チャーター便等の運輸・運輸周辺業務

経営方針

【らしさの追求】川合運輸らしさをさらに追求し、お客様サービスに活かすことを通じてお客様に選ばれ続ける。
 【変化への対応】運輸業は市場やお客様の属する業界状況に伴い需要が変化することを前提に、常に変化を意識し、変化を掴み、変化に対応する。
 【文化への貢献】オリンピックを契機に文化の側面にも光があたる状況を踏まえた文化に関わる運輸機能を果たして「ダイバーシティー」人材の多様性を「個性」として活かす会社文化を醸成する。



資源	ビジネスモデル	価値
主要な資源 内部資源 【企業文化: 川合運輸らしさ】 ・品のある誠実な対応の文化 ・自社倉庫 ・わかりやすさと安心感を意識して製作したSNS/WEBサイト 知財や知的資産 ・特殊なモノを運ぶための仕組み・独自開発の道具 ・独自の梱包資材(精密機器・楽器を運ぶツール) ・運輸に詳しくないお客様から適切に情報を授受するノウハウ(わかりやすさ) 外部調達資源(誰から) ・「通関業者」とのつながり ・ユーザーのお客様とのつながり 知財や知的資産 ・通関ノウハウ	収益の仕組み 資源をどのように用いて価値を生み出してきたか ①精密機器や楽器など慎重・丁寧に運ぶ ②運輸+α(アルファ)の実現 ・運輸+GPS(入出庫サービス) ・運輸+通関 ・運輸+倉庫管理: 集荷/集約機能保管・輸送 保管・仕分け/セッティング・輸送 ③お客様とつながりを意識した取り組み ・「運輸」の用が無いときでもつながるWEBサイト ・わかりやすさによりお客様に選ばれる仕組み 知財や知的資産の果たしてきた役割 自社の強みである、丁寧な運搬、<運輸+α>、わかりやすさと安心感を実現する仕組みの源泉になっている	提供してきた価値 提供先(誰に) ・「慎重な取扱い」が必要なものを運びたいお客様 ・モノを運ぶことの「前後」に課題を抱えるお客様 ・「運輸について詳しくない」お客様 価値 「運輸+α」を載せて、お客様に運輸の仕事を通じて安全安心を提供 ・運輸における「安全・安心」 ・運輸+αによる「課題解決」 提供先から得てきたもの ■安全・安心のブランドに対する信頼 ・口コミによる拡がり ・運輸に詳しくない一般お客様からの信頼 ・継続的な利用 ■コンクールの開催情報などの情報
これまでの外部環境 +要素 お客様ニーズの多様化 市場状況 運搬物は減少傾向(業界縮小・競争激化)大手と中小・全国と地域・一律サービスと個別サービス等の規模・地域性・品質等の濃淡の二極化	-要素 人材不足、お客様事業の環境変化、労働法・働き方改革 市場状況 運搬物は減少傾向(業界縮小・競争激化)大手と中小・全国と地域・一律サービスと個別サービス等の規模・地域性・品質等の濃淡の二極化	事業課題(弱み) ・一般の運輸業者が得意とする大型輸送、大量輸送には制約(社風・人材・機械) →弱みを認識し、これらが必要としない自社の得意とする領域に資源を選択集中

資源	ビジネスモデル	価値
主要な資源 内部資源 ①人材: 仕事によりお客様にもたらされる価値を認識し、お客様のニーズに気づき、主体的・能動的に仕事に心を添えることができる人材 ②組織: 世の中の変化や運輸の前後にあるニーズを掴むための視野の広がりを持った組織 ③情報授受ツール: 発信だけでなく顧客の興味や観点を受信できるツールの活用 上記が保有する知財 ・運輸に関連しない、お客様の作業や業務の仕組みや課題を把握し、解決を考える知恵 外部調達資源(誰から) ・運ぶ工夫のための資材、知恵を提供してくれるライアンス ・他業態とのネットワーク 上記が保有する知財 ・運輸業にはないビジネスモデル、サービスの知恵	収益の仕組み 資源をどのように用いて価値を生み出すか これまでの収益の仕組み①、②、③に加え、 「運輸」にとどまらないニーズへの気づきによる、お客様ごとに「カスタマイズされたサービス」を提供 (アイデアの例) XXXX XXXX XXXX 誰と組んで ・他業種の協働先 提供先へのアクセス法 ・お客様の感動や体験を起点にした情報授受が行われるツールによる、さらなる口コミが広がるしくみを活用 ・他業種の協働先を持つ顧客ネットワーク 知財の果たす役割 ・笑顔と感動をお客様に提供するしくみの源泉になっている	提供する価値 これまでの価値に加え、 大切なものを安心と安全で届けてほしいお客様に対し、 運輸だけにとどまらない「笑顔と感動」・「安心・安全」を提供 (「収益の仕組み」を通じて提供される) 提供先から得るもの 【感謝と感謝の「共鳴」】 以下の効果をもたらす源泉 ・会社と社員の生き甲斐・やり甲斐、自己の存在の実感、定着効果 ・業務の質の向上、新たなお客様へのつながりの拡大効果 ・新たなお客様のニーズへの気づき ・将来の人材確保

「これから」の姿への移行のための戦略

これまでの外部環境	必要な資源	解決策
+要素 ・お客様ニーズの多様化 ・適性運搬の法整備 ・情報教育(言葉・文化) ・ネット社会 市場予測 運搬物は減少傾向は続く、サービスの規模・地域性・品質等の濃淡の二極化、自動運転化・AI化、人手不足や労働時間短縮を背景にした変化の動き、シェアエコノミーの進展	主要な資源に記載された特徴を備えた ①人材 ②組織 ③情報授受ツール 上記が保有する知財: ・運輸に関連しない、お客様の作業や業務の仕組みや課題を把握するノウハウ、解決を考える知恵 ・運輸業にはないビジネスモデル、サービスの知恵	「運輸」だけにとどまらないニーズを感じ取り柔軟に対応できる力を持った組織力の強化において、以下を実施 ①人材: 社員が働くことを通じ成長と幸福感を感じ取り働く場づくりをすることで育成 ・川合運輸らしさと強みを社員と共有する ・ダイバーシティー(人の多様性)を認め、組織の浸透 ・お客様からの感謝の気持ちの社内共有(生き甲斐・働き甲斐、自己の存在を意識する素) ②組織: 市場変化や運輸の前後にあるニーズを掴むための視野を広げる仕組みを活用することで強化 ・他業態が展開するサービスのすばらしさ、そのサービスがお客様に選ばれている理由・要素を学ぶ ・顧客ニーズの気づきを導き、業態別の協働先を探索するため、異業種交流等に積極的に参加する ・自社これまでの強みと新サービスの親和性の検証のためツール活用(事業価値を高める経営レポート、ローカルマーケティング、経営デザインシート等) ③情報授受ツール: 得意とする「わかりやすさ、安心感」を感じさせるSNSの製作 ・ブログを見てくれる常連客自身のSNSにタグつけていただくなどニーズ収集を得られるきっかけづくりをする
移行のための課題 「運輸」だけにとどまらないニーズを感じ取り柔軟に対応できる力を持った組織力の強化		

これまで

これから

