

ヨコウンのトランスフォーメーション

塩田 充弘

(ヨコウン株式会社 代表取締役社長)



○事業の紹介と変遷

弊社は、明治14年（1881年）に塩田陸運社として創業し、昭和26年（1951年）に横手運送株式会社として株式会社化いたしました。その後、平成24年（2012年）にヨコウン株式会社へと社名変更し、現在に至っております。

創業以来、時代のニーズを取り込み、運送業から物流業へ、そして総合物流サービス業へと業態を進化させてきました。ちなみに、物流とは、主に保管・荷役・流通加工・梱包・運送の5大機能を指します。運送はその中の1つの機能という位置づけになります。他に弊社で行っている廃棄物収集運搬&リサイクルも静脈物流という解釈で、また、国際物流で行う輸出入の際の通関業務も、物流付帯業務ですので、ヨコウンの全体像を包括する言葉として、「総合物流サービス業」と称しています。

現在は、本業をより進化させ、同時に周辺事業も充実させながら、「ワンストップサービス」として様々なサービスを提供しております。弊社の業態進化の事例を1つ紹介いたしますと平成2年（1990年）頃から、パクトセンター「Parts All Control & Transport（輸送と納品代行の意味）」という名称で自動車部品の物流センター運営を行ってきました。このように早くから物流を「ビジネスモデル」として捉え、

「ワンストップサービス」を定着化させ、今日に至ります。

○社長就任と社名変更、そして今後の体制

平成24年（2012年）は、私が代表取締役社長に就任した年です。平成3年（1991年）のCI導入により採用された「YOKOUN」のロゴマークもだいぶ市民権を得ていました。

弊社は、社名を変更する以前（2012年以前）は、「ヨコウンさん」と愛称で呼ばれていました。ただ、社名は横手運送株式会社であることに変わりはありませんでしたので、運送事業以外の事業を行うと、「なぜ、その仕事をやるのですか？」と質問されることがよくありました。そこで、思い切って愛称である「ヨコウン」をそのまま社名にすることで、業種を限定される社名からの脱却を図りました。それが、結果として、私の社長としての初仕事となりました。後に、「Yahoo!オークション」の略称である「ヤフオク!」が正式社名となったり（2013年3月）、全日空商事がANAホールディングスへと移行したり（2013年4月）と、愛称・略称を正式社名に変更する会社が増えてきた時期でしたので、タイミング良く社名変更が出来たのではないかと思います。

一方、本業は以前から運送や保管の他に、そ

経営随想

の付帯業務である、ピッキング・荷役・梱包等を取り込み、総合的な「物流事業」を行いながら、更に運送に関連する周辺事業である、給油事業や自動車整備事業(2004年～(有)ヨコウンオートサービスとして独立採算化)、国際物流で行う輸出入の際の通関事業、廃棄物収集運搬&リサイクル事業にも着手していました。このような経営形態は、その当時の言葉で「多角経営」と呼ばれていました。

「多角経営」の考え方は現在では主流になりつつあり、核となる事業を深化させながら、さらにその事業と関連が深い周辺事業を取り込みシナジー効果を生むことで、経営の安定性を確保することが可能となります。今後は、ヨコウングループの中でも、部門単位または独立採算している別会社等について、ヨコウングループ全体でのバランスを取るために、将来的なホールディングス体制への移行を計画しています。ホールディングス会社があり、その傘下の実務会社は上下関係がなく同列で、1会社1事業化となるように考案中です。

○情報発信とブランディング

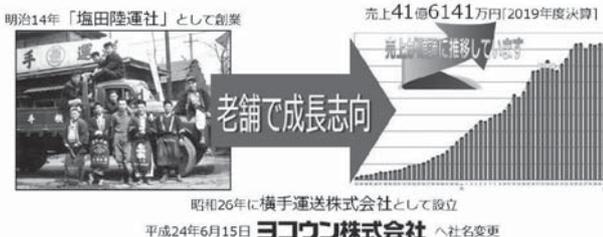
2011年からテレビCMや、ホームページ内で

SNS(Facebook)を始めました。また、正式なものとは別の品質活動や簡略版会社案内等の冊子を作成しながら、情報発信に力を入れてきました。会社の規模や多岐に渡る事業内容・品質等が、正確に周囲に知れ渡っていないと感じたからです。また弊社の業態はサービス業であり、行った仕事有形跡として残らない業務ですので、仕事を行う際の会社としてのやり方・プロセスの仕組み・工夫と改善内容等を写真や文字で残す事により、より相手に理解してもらえないのではないかと考えたからです。

特に、現在の世の中は、変化のスピードが速く、対象物や相手の事を、立ち止まってよく観察して判断してくれる人は、多くはありません。「よく見ると、良くやっていますね…」という事には、なりづらいという事です。そういう事情を鑑みた場合、自社で行っている事を、表紙・目次という見えやすい場所に置く、という情報発信の行為が重要になってくると思います。言い換えると、企業としての情報発信がより重要になってきていて、その情報発信がその会社の力量と言われる部分を占める比率が、年々大きくなってきていると感じています。

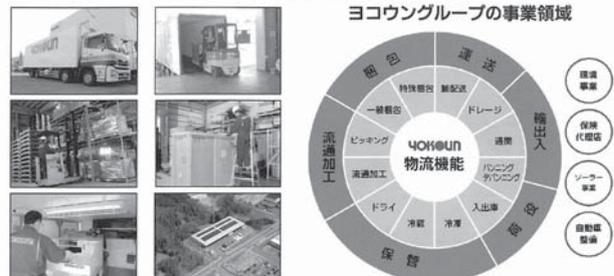
さて、情報発信としてのテレビCMに関して

明治14年創業の老舗で、成長志向の会社です。



当社は「物流を基盤とする総合サービス業」です。

物流(輸配送・保管・荷役・梱包・流通加工)の他に
環境事業・通関業・ソーラー事業など



説明させていただきますと、弊社は秋田県と岩手県合わせて全10か所に営業所がありますので、「横手のヨコウン」を脱却したイメージを持っていただく事、且つ事業形態が運送だけではない、「総合物流サービス業」である事、この二つをPR出来る映像を作成いたしました。

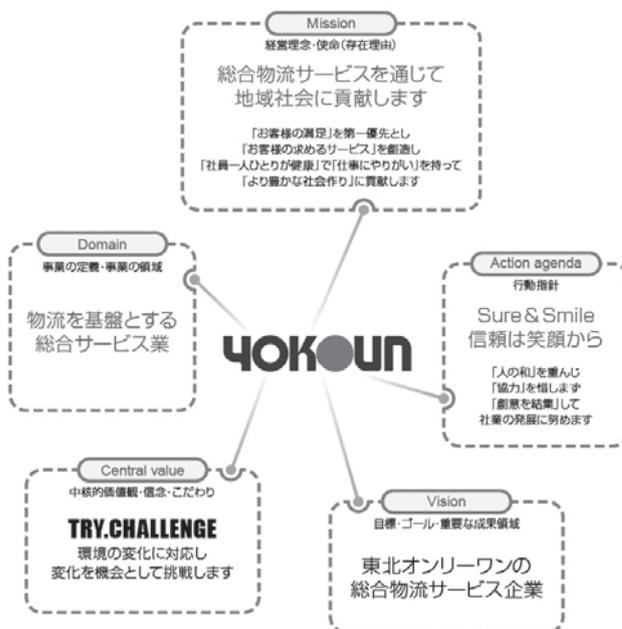
大手家電製品メーカーさんのテレビCMを参考に、1作目では、社員を登場させ、最後に弊社の価値観を発声するという全体の枠組みを作成致しました。その枠組みで、2作目は多角的事業の紹介、3作目は物流事業の種類を紹介、4作目では、2017年に新設した食品物流の拠点である秋田営業所の紹介をいたしました。そして現在の5作目では、多様な職種や働き方を紹介しております。1作目から5作目まで、出演者はすべて入社間もない社員を中心に作成いたしました。

次にホームページ・SNSでの情報発信については、ホームページの中にSNS(Facebook)を埋め込んで行っております。カジュアルな内容での速報の場合はSNSで、正式内容且つ事実に基づくオフィシャルな内容はホームページ内からと、すみわけを行って情報発信しております。

また、正式な会社案内とは別の、簡略版会社案内として「こんな会社です」「こんな活動をしています」の2種類の冊子を作成し、品質活動や教育等の社内活動・社会貢献活動と、営利事業ではない活動を掲載しています。ホームページの社長あいさつに記載しています様に、「企業価値＝企業の経済的価値×企業の社会的価値」という考えに基づく情報発信の冊子ともいえます。今では、正式な会社案内よりも、こちらのパンフレットの方が配布の機会が多く、弊社の

企業価値や独自性をわかりやすく説明する資料となっています。

最近ブランディングという言葉もだいぶ市民権を得て、ファッションや有形の物に限定されることなく使用される様になってきました。今振り返ると、このような情報発信は、まさしくブランディング活動であったと思います。今後も、弊社の品質活動や社会貢献活動等、お客様から正しく認知される為の情報発信を継続していきます。



最近のホームページ・SNS上では、特筆事項として健康経営優良法人の認定(2019年2月から継続)や地域未来牽引企業の選定(2020年10月)、国土交通大臣表彰(2020年12月「交通関係環境保全優良事業者等大臣表彰」)等を掲載しました。これらの認定、選定、表彰等は、全社一丸となって取り組んできた日々の努力と継続の結果だと思っております。この場を借りて紹介いたします。QRコードから、弊社ホームページやSNSへのご来訪をお待ちしております。(http://www.yokoun.co.jp/)



会 社 概 要

- | | |
|--|--|
| <p>1 会 社 名 ヨコウン株式会社</p> <p>2 代 表 者 代表取締役社長 塩田 充弘</p> <p>3 所 在 地 〒013-0072
横手市卸町8-14</p> <p>4 T E L 0182-32-3667</p> <p>5 F A X 0182-32-5672</p> <p>6 U R L https://www.yokoun.co.jp/</p> <p>7 創 業 1881年(明治14年)</p> <p>8 設 立 1951年(昭和26年)2月5日</p> <p>9 資 本 金 2,000万円</p> <p>10 売 上 高 41億6千万円</p> <p>11 従 業 員 数 349名 (2020年9月現在)</p> | <p>12 事 業 内 容 利用運送業(通運)、一般貨物
自動車運送事業、倉庫業(一般・低温・冷
凍冷蔵)、通関業、製造業、産業廃棄物収集
運搬業</p> <p>13 経 営 理 念
総合物流サービスを通じて地域社会に
貢献します
「お客様の満足」を第一優先とし「お客
様の求めるサービス」を創造し「社員一
人ひとりが健康」で「仕事にやりがい」
を持って「より豊かな社会づくり」に貢
献します</p> |
|--|--|