別所恭一

佐川急便の CSR 戦略

<サステイナビリティ経営研究シリーズ No.2>

2010/07/15

No. 1 0 0

Kyoichi Bessho

SAGAWA EXPRESS CO., LTD. ADMINISTRATION OFFICER General Affairs Department

CSR Strategies of SG Holdings

< Sustainable Management Strategy Series No.2>

July 15, 2010

No. 1 0 0

CSRということですが、私どもはいかに合理的に仕事、業務を行っていくかという中で、1997年にCOP3が京都で行われた。発想がまた単純ですが、我々は本社が京都なものですから、当時、COP3が行われる年の春ごろに中央官庁の方が来られ、その雑談の中で、佐川の本社は京都なのだから、積極的に協力応援できないかという話をいただき、環境対策に取り組んでいこうと活動を始めた。その後、環境だけではなくて、やはりこれからはもっと広くCSRという観点から、いろいろと対策を行っていかないといけないという流れになって現在に至っております。



資料に基づいてご説明させていただきますけれども、私どもは創業が昭和32年で、五十数年経っています。佐川急便単体では、従業員が4万5,000名強。車両台数が2万6,000台、これは自社の車両で、これ以外にアウトソーシングで幹線の大型車は1万2,000台、これはほとんど協力会社になっています。そういう車両を含めますと、約5万台弱の車両がございます。営業所というよりセンターなのですけれども、これは358ヵ所で、売上は佐川急便で年間8,000億円でございます。

下に書いていますけれども、持ち株会社でSGホールディングスという親会社がございまして、ここでは国内14社と海外15社。コアとなる会社が当然、佐川急便でございます。

TRANSPORT!

Sall

◆企業理念

SGホールディングスグループは、佐川急便の創業の原点である「飛脚の精神(こころ)」 を継承するとともに、人権の尊重および、法令の遵守をもって公正且つ自由な企業活動 を行います。

「飛脚の精神(こころ)」とは「迅速・確実・丁寧」をモットーに、

- 一、顧客第一主義に徹する
- 一、地域社会の発展に奉仕する
- 一、責任と誠意を使命とする

SGホールディングスグループ統一スローガン

安全 環境 そしてサービス

すべての品質を世界標準へ。

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

3

企業理念ですが、これは創業者が創業のときから「飛脚の精神(こころ)」ということで、佐川急便の創業の原点である、迅速・確実・丁寧をモットーに、顧客第一主義に徹する、地域社会の発展に奉仕する、責任と誠意を使命とする。言葉だけみると当たり前なのですが、私どもが平成2年にああいう大きな事件を起こしましたけれども、それが今でいえば、単体で完全に返済もしたし、立ち直ることができた。それは、あの事件が起きたときにお客様が逃げなかったのです。逃げなかったという言葉はよくないのですけれども、便利な手足になるということもあったのでしょうし、私どものドライバーの姿勢も見ていただいたということで、それが顧客第一主義に徹底した今の佐川があるのかなと思います。それと、統一スローガン「安全環境 そしてサービス」ということで、これがその当時、2000年でしたか、このスローガンを立ち上げて、運送事業者ですから、まず安全が第一。そして、環境、サービス。サービスというのは、顧客のサービスとか品質になってくるわけです。



次に企業理念ですが、ほとんど経団連の行動憲章の抜粋なのですが、これは見ていただければと思います。

そして、CSRの基本概念図ということで、これはお手元のCSRレポートにもございます。基本的なCSRと発展的なCSRということで、これはどこの会社でも同じだと思うのですが、内部統制とか、コンプライアンスとか、法令遵守とか、当然基本的なCSRになってきまして、発展的なCSRということでは、社会貢献活動で本業に沿った社会への貢献。要は、いかに本業を営んで貢献していくか。これが我々事業者にとっては一番大事なことではないかという考え方であります。

TRAN'SPORT!

SaH

佐川急便が考えるCSRとは?





物流事業者としての本業を継続し、経済社会の基盤となる物流インフラを維持・発展させること



物流事業という本業に沿った活動の中で、社会 に貢献できる活動を率先して実施し、安全・環 境・サービスという形で提供すること

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

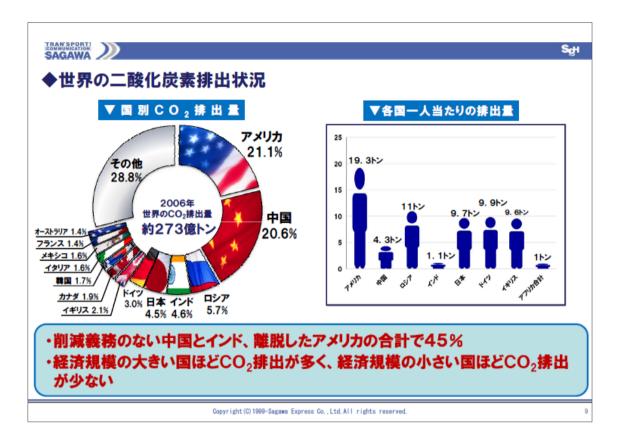
.

佐川急便が考えるCSRとは、物流事業者としての本業を継続し、経済社会の基盤となる物流インフラを維持・発展させていく。そのように書いていますけれども、これも簡単にいえば、企業経営を健全に持続させていくということが一番大事なことであるということです。

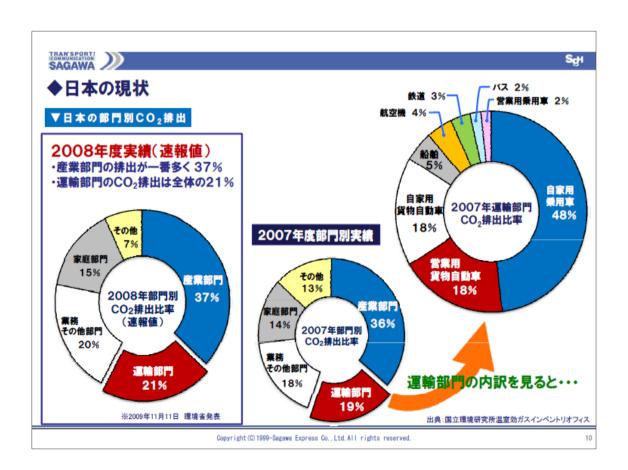
それから、物流事業という本業に沿った活動の中で、社会に貢献できる活動を率先して 実施し、安全・環境・サービスという形で提供していくということでございます。



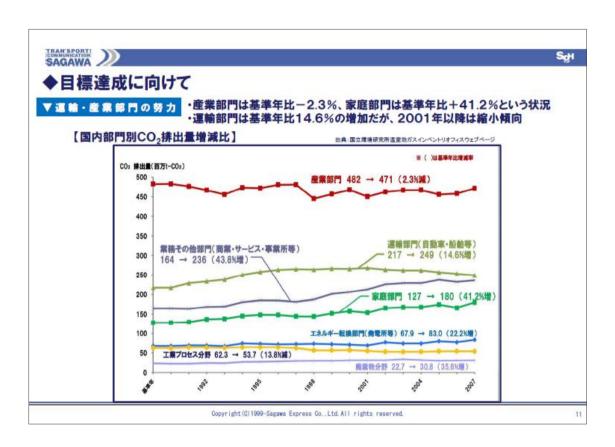
次に、CSRの推進体制ということで、これは今、CSR委員会ということで書いていますが、このSGホールディングスができたのが今から4年前で、この前はCSR委員会ではなくて環境推進委員会という組織で、97年に立ち上げまして、やはり同じ組織で10年来ずっと継続し、今はCSR委員会という名称に変わっております。



この辺の資料はよくみられるグラフですので、省略させていただきます。



スライドの10ページですが、これは2008年の速報値ということで、運輸部門が我々の部門になるのですが、2007年から比べたら2%増えております。ただ、運輸部門の内訳が右の円グラフでございますが、マイカーが非常にふえているということで、運輸部門という言葉が、我々の立場として名前がよくないのですが、交通部門か何かに変えてくれということをよく言っているのですけれども、運輸部門=トラック事業者というようなイメージがまだまだ余りにも強いもので、我々の努力がなかなかうまく表に出せないというジレンマがあります。



この次のグラフも説明するものでもないので省略します。

TRANSPORT!

SdH

◆日本の中長期的な温室効果ガス削減ビジョン

2009年8月 環境省発表

2050年までに温室効果ガスを80%削減

2009年9月 鳩山内閣

2020年までに温室効果ガスを25%削減



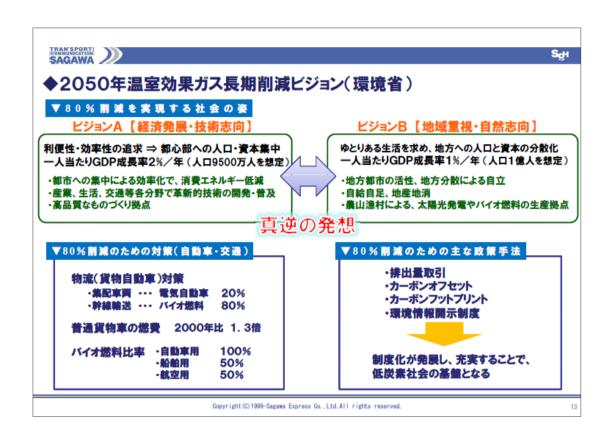
削減できる確固たる確証が無く、外交上の駆け引き的要素が強くなってきたが、温暖化対策は進めなければならない

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

12

次に、日本政府で発表されている温室効果ガスの削減目標ですが、去年の8月、まだ自公政権のときに、2050年までに温室効果ガスを80%削減するということが当時の環境大臣から発表されました。それで、民主党政権になりまして、9月に鳩山総理が2020年までに25%削減するということはもう報道で出ている。

これは何を言いたいかと言うと、要は、確固たる裏づけもなくて、外交上の駆け引きで出ている数字ではないのかなと。2050年であれば、まだまだどうなっていくかもわからないし、当然、佐川急便も削減目標を立てているのですが、環境省でも2030年とか2050年のセクター別の事業者ごとのエコ・ファースト制度というのがございまして、それに参加しないかという誘いもあるのですが、その辺りも今後どうしていくかということで検討している課題でございます。

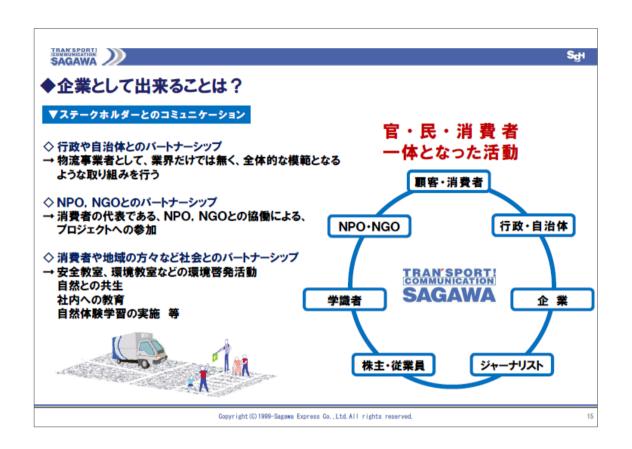


2050年の環境省の長期ビジョンが発表されましたが、ビジョンAとビジョンBがございまして、ご覧になっていただければわかりますが、全く真逆の発想なのです。ビジョンAは、一極集中型で、Bは地域分散型ということで、これが実際どうなっていくのか。

この中で、この当時の環境省が発表した80%削減のための対策としては、自動車交通部 門では我々が今行っている宅配事業者の集配車両は電気自動車に代わっていくであろう。 それから、幹線の大型のトラックに関してはバイオ燃料になっていくのではないか。これ はあくまでも現時点で裏づけはないと思います。

普通貨物の燃料に関しましては、バイオ燃料の比率が自動車は 100%バイオになっていくだろう。船舶、航空は50%になっていく。

右は政策手法ですけれども、排出権取引とかカーボンオフセット、フットプリント、環境情報開示制度、このようなものが政策手法として行われていくだろうということが発表されております。



ここからは、我々運輸部門として、よくセクター別の取り組みといわれますけれども、 セクター別の企業として何ができるのかということです。

今、私どもがここ10年くらいやってきている、一番重要にしているのが、ステークホルダーとのコミュニケーションということです。当然ステークホルダーですから利害関係者として、顧客・消費者、行政・自治体、企業、ジャーナリスト、株主・従業員、学識者、NPO・NGOという方たちといろいろなところでの接点をもってコミュニケーションを図り、お互いに協力しながらパートナーシップを取って、こういう問題に取り組んでいこうということで、いろいろな取り組みを行っております。ということは、別に運送事業者ではなくても、事業者であればどこでもできるということになると思います。

TRAN'SPORT!

SaH

◆安全管理体制

2006年10月、貨物自動車運送事業法が改正され、「輸送の安全性を向上させる」ことを目的に、 運輸安全マネジメントが制度化されました。

1. 安全対策委員会を設置

- ●組織構成
 - ・委員長

管理担当取締役

・副委員長、委員 取締役、執行役員、支社長、実運送を行うグループ 会社の代表取締役

●安全会議

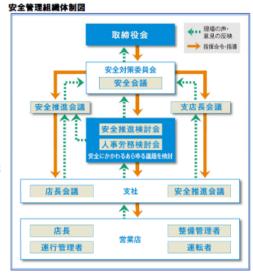
安全対策委員により安全会議を毎月開催。 安全活動の進捗状況をはじめ、安全にかかわる 様々な課題を経営トップが積極的に討議。

2. 安全推進会議と検討会

様々な課題は、まず各地区を担当する安全推進責任者で構 成される安全推進検討会にて議論されます。 さらに、各地区の統括管理責任者によって多角的な検討が 行われた後に、安全対策委員会に上申されます。

3. 安全推進職の配置

ドライバーの拠点となる営業店には、専任の安全推進職を 配置。出発・帰社時の点呼や添乗指導などを通じで、ドラ イバーの健康状態や、安全意識の啓発に努めています。



Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

SeH

次に、安全管理体制ということで、これはまさに運送事業者は必須の取り組みなのです が、当然、安全はすべてに優先するという形で、安全に対する取り組みは全社一丸となっ て、全社だけではなくて、従業員の家族も一緒に安全の問題に取り組んでおります。



◆ライセンス制度導入による安全性の向上

交通事故を起こさないドライバーの育成を目指して、ドライバーの指導にあたる指導者を確保。 「佐川ライセンス」制度に基づくSD指導員、安全運転検定員を育成しています。

OSD指導員

業務に精通した従業員の中で、知識・技術・ 指導力を有し、試験に合格した者をSD指導 員に認定しています。

OJTにより新入社員をマンツーマンで育成 する役割を担っています。



※9.116名がライセンスを取得しています。

○安全運転検定員

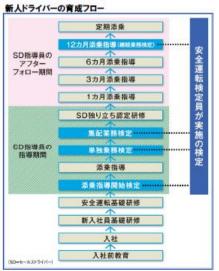
管理者やベテランドライバーの中で、専門的 な知識・技術に加え、判断力を備えた者を安 全運転検定員に認定しています。

新入社員の独り立ち可否を見極めるなどの 重要な役割を担っています。

※2.300名がライセンスを取得しています。

※いずれも平成21年9月20日現在





Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

安全でどういうことをやっているか。概要だけお話しますと、ライセンス制度というものを採用しており、SD指導員とか安全運転検定員がおります。当然、法的には運行管理者という道路運送法上の管理者が必要なわけですが、国の運行管理者以外に社内でこういう指導員制度を立ち上げて、先ほど申しましたように、従業員が4万 5,000名いるのですが、その中の約 9,000名がSD指導員の資格がある。それから、検定員に関しては 2,000名が資格を持っています。営業所が大体 400店もございませんから、店に何名かいることになります。この指導員体制により、エコ安全運転とか、事故の無いような体制をとっております。

TRAN'SPORT!

SgH

◆エコ安全ドライブ①

▼エコ安全ドライブとは?

佐川急便では「エコ安全ドライブ7ヶ条」を定め、安全確保と環境にやさしい運転 に取り組んでいます。

「エコ安全ドライブ」の基本は、急発進・急加速・急停止などをしないこと。それに加えてエンジン回転数の上限設定やギアチェンジのタイミングに関わる運転技術を向上させて、安全・環境面はもちろん、燃費向上でコスト面でも大きな成果を得ることが出来ます。



▼エコ安全ドライブの推進

- ①環境面での効果 → 汚染物質や温室効果ガスの排出量を削減。環境負荷を最小限に抑える
- ②安全面での効果 → やさしい運転により、不測の事態への対応が十分に行える。
- ③経営面での効果 → 燃料消費が低減し、コスト削減につながる。



エコ安全ドライブ研修を継続的に実施し、知識と技術を習得した指導員の育成

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

1

最近では、エコ安全ドライブという言葉をお聞きになったことがあるのではないかと思うのですが、この言葉をつくったのは実は私どもなのです。要は、安全面と環境面をみても、やはりそういう優しい運転をするとどちらにも共通してくるということで、エコ安全ドライブという言葉をつくりまして、これを徹底させることによって、環境面での効果とか、安全面での効果とか、当然コストにはね返ってきますから、経営面での効果が出てくる。

SeH

◆エコ安全ドライブ②

▼アイドリングストップの推進

「エコ安全ドライブフヶ条」のひとつ、駐車時のキー 抜き(エンジン停止)によるアイドリングストップを、 *1997年から全車両で実施しています。キー チェーンを装着し、配達・集荷でドライバーが車か ら離れる際や、お荷物の積み下ろし作業中はキー を抜き、エンジンを停止させています。



地球温暖化防止100万人の誓い

1997年に環境庁(当時)が主催した、 地球温暖化防止に対する国民運 動のことです。環境庁をはじめ、国 会議員、地方自治体、民間の企業 や団体も協力し、地球温暖化防止 に向けての様々な活動が行われ、 当社もアイドリングストップ運動に 参加をしました。

≻アイドリングストップの年間効果

約3万トンのCO。削減と約13.7億円の燃料費削減

※1日2時間のアイドリングストップを全車両で1年間(300日換算)で算出

▶「エコ安全ドライブ大作戦」※平成21年度より開始

燃費が3.38%向上(2009年9月度進捗)

前年度平均燃費5.59km/LIC対し、今年度平均燃費5.78km/L

▼ドライブレコーダーの導入

当社では効果的な安全指導を行う為にドライブレコーダー(安全 運転記録装置)を導入しています。客観的な運転の診断により、 ドライバーの運転特性の把握が容易になりました。





ドライブレコーダー ヒヤ

E-4-07 (SPI

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

スライドの19ページは、エコ安全ドライブで皆さん一番ご存じの取り組みの1つがアイドリングストップだと思います。このアイドリングストップは、97年にCOP3が開催された年に、地球温暖化防止100万人の誓いということで、アイドリングストップ運動というのが環境省主導で行われたのですが、このときに、私どもの集配車両の後ろにアイドリングストップの徹底ということでステッカーを貼って、当時の環境庁と佐川急便と両方の名前を入れさせてもらい、このキャンペーンに参加したわけです。

それで、社内的には、以前から車に自社の取り組みとしてステッカーを貼ることはありましたが、お客様のステッカーとか、社外のステッカーというのは商標の問題とかいろいろあり、車は動く広告等にもなりますので、一切やっていなかったのです。それで、これをやったときに、社内からも何でそんなことをやるのだとかいろいろ意見もあったのですが、これをやることによって当時の環境庁長官から感謝状をいただいて、こういうことで大臣から感謝状をいただけるのかという、社内の意識を向けるのにはこれが大きく役に立ったということなのです。

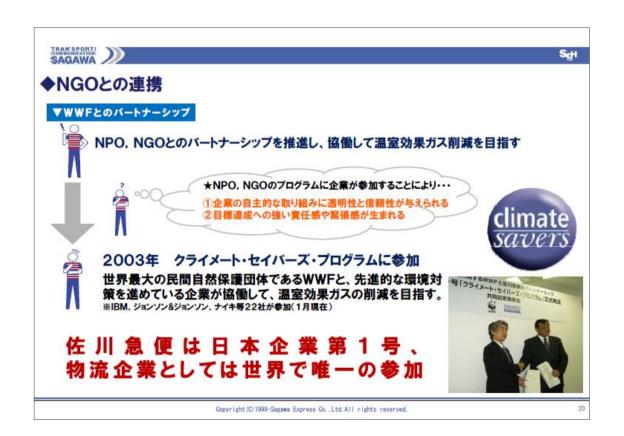
それと、コストの面からいうと、アイドリングストップの効果というのが、全社にアイドリングストップを徹底させて、これは当時計算した数値なのですが、3万トンの CO2 を削減できるわけです。私どもの車両、当時約2万台だったのですが、3万トンの CO2 を削減できて、なおかつ軽油の燃料費の削減が年間13億円から14億円削減できる。だから、これを一旦緩めてしまうと、逆に14億円分増えてしまうわけです。

それで、今は特にハイブリッド車とか、車の燃費の問題が非常に取り上げられていますけれども、後からもご説明しますが、今、自動車メーカーは、乗用車は非常に環境に優し

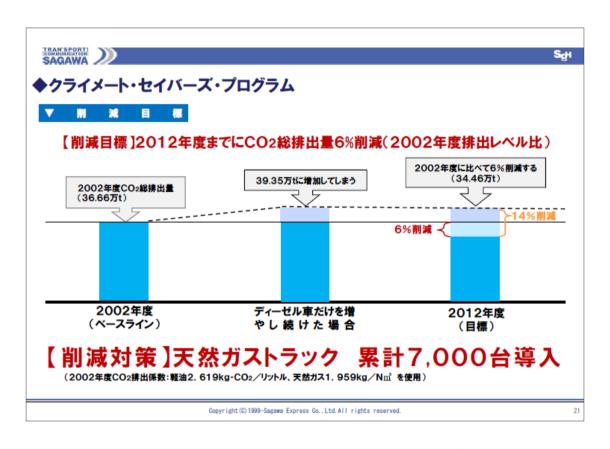
い車の開発に力を入れているのですが、トラックは基本的にほとんどないのです。環境に優しいトラックというと、私どもは天然ガスのトラックを使っています。あと、トヨタ系の日野さんがハイブリッド車を出して、今、いすゞさんも出していますけれども、ハイブリッドというのは燃費が命なのですが、やはりハイブリッド機能を起こすための電池、バッテリーが重たいものですから、それで逆に燃費が悪くなっている。だから、今一番燃費がいいトラックはディーゼル車なのです。

そういう問題があって、今、我々トラック事業者としては、環境に優しい車というのは、担当者としては非常に腹を据えて選定しないといけないような時期になっている。これは10年前も同じことをいってましたが、結局、いまだに変わっていないのです。10年前は燃料電池といっていたと思うのですけれども、全くこれはどこかに消えてしまって、今はもう全く出てきていないというのが現実ではないかと思います。

それと、内部の機器としてはドライブレコーダーの導入ということで、 4,000台ぐらい入れていますが、これでエコ安全ドライブの検証をしている。ヤマトさんでしたか、JPさんでしたか、全車にデジタコを装着するという記事も去年出ていましたが、私どもは、平成3年のあの事件、労働問題で、行政から、佐川急便はタコメーターを全車つけなさいというのが当時の指導だったのです。タコメーターで、労働時間の検証をさせられたのです。今でもずっと全車タコメーターをつけていますが、今、それが進化してドライブレコーダーということで、映像も当然映るようになっています。店を出発しまうと1人になりますから、遠隔で管理しようということで、こういう取り組みをしております。



それから、NGOやNPOとのパートナーシップですが、WWFさん(世界自然保護基 金)、これはグリーンピースともつながってくるのですけれども、ここと協定を結んだと き、千葉商科大学の三橋先生に、やはり佐川は素人だからできるのだろうなと言われまし た。要は、この協定を結んだ1つの大きな目的は、やはり社内に対しての認識と、あとは 外部に対してのブランド効果といいますか、会社のPRもあったわけです。NGOも、い ろいろお話しさせてもらうと、世間でいっているほどでもないなということもあったので すけれども、資料にも書いておりますが、企業の自主的な取り組みに透明性と信頼性が与 えられる。これはWWFが当然PRしてくれるわけですから、ほかのNPOの人も、ほん まかいなという気持ちはあっても、「ほぉ」と言っていた。それから、社内に関しては、 目標達成への強い責任感や緊張感が生まれるということと、日本の企業としては第1号で あったというのが、社内の決裁をとるには1つの大きなポイントになったのです。ですが、 やはりこういう団体ですから、今、私どもとソニーさんの2社しか日本では参加していま せん。全世界的には今23社が参加していまして、ほとんどが大企業、IBMとか、ナイ キとか、ジョンソン・エンド・ジョンソンなどです。聞いてみますと、環境問題とか労働 問題などでやはり何か問題があった企業が、こういうNGOと一緒にやっているというこ ともお聞きします。



そこで、私どもは目標を立てた。2002年に年間36万トンの CO₂を排出していた。それを6%削減しようという目標を設定した。これは日本の京都議定書の6%と同じなのですが、2012年までに6%削減しようという計画を立てて、それに向かって今の私どもの天然

ガスのトラックの導入を行っております。ただ、これは今、見事に崩れております。

これはリーマンショックではないのですが、やはり企業のサービスレベルを上げるとか、 合理化を図るとか、いろいろな面で私どももM&Aをかなり行っていまして、車両台数は、 この当時の基本的な台数からは全然条件が違って増えているとか、そういう問題で比較が できないような状況になってきているので、再度この協定を結び直さないといけない時期 に来ていると考えています。まさに京都議定書がどこかに吹っ飛んでしまっているのと同 じような状況になってきております。

ただ唯一自慢できるのは、運送事業者で年間のエネルギー量やCO2の排出量をこのように公表できているのは我が社1社だけでございます。他社の環境報告書をみていただければおわかりになると思います。

TRAN'SPORT!

SdH

◆グリーン物流パートナーシップ会議への参加

2004年12月経済産業省、国土交通省、(社)日本物流団体連合会、(社)日本ロジスティクスシステム協会、(社)日本経済団体連合会によって「グリーン物流パートナーシップ会議」が発足。



荷主と物流業者、発荷主と着荷主、行政との連携による取り組みの必要性から参加



消費者参加型の取り組みは、 佐川金優オリジナル

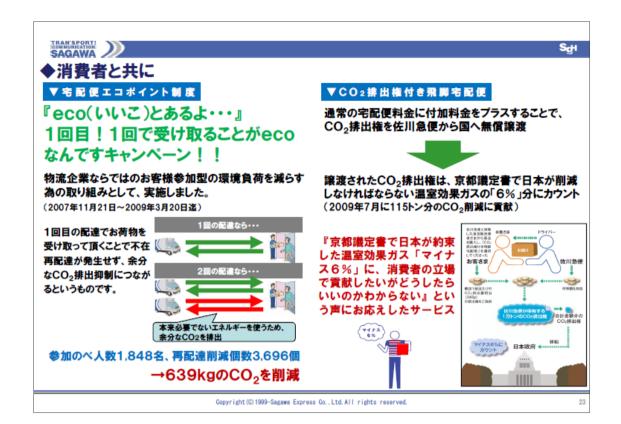
グリーン物流パートナーシップ推進事業ソフト支援事業 消費者参加型のグリーン物流の 促進のための実証実験の実施



Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

22

次のパートナーシップなのですが、2004年に経産省、国交省、私どもの業界団体で日本ロジスティクスシステム協会、これは荷主団体です。あと経団連が一緒になって、グリーン物流パートナーシップ会議という組織が発足されました。これは、荷主企業と物流事業者のパートナーシップだったわけです。私どもも国土交通省から参加しろよということを言われまして、スタート時から参加したのですが、やはり私どもの場合は宅配事業者ですから、消費者が参加しないことには全然意味がないわけです。今は物流のポイントを握っているのは消費者ですから、荷主でもなければ物流事業者でもございませんので、消費者参加型のグリーン物流パートナーシップを立ち上げないとだめだということで、荷主と物流事業者だけのパートナーシップが、今、消費者参加型のグリーン物流に大きく変化してきております。



このとき、私どもはいち早く消費者を対象とした宅配便エコポイント制度と、排出権付きの飛脚宅配便ということで、これは通販事業者と組んだり、消費者の方の協力をいただきながら、実証実験を行いました。

今、エコポイントを国でやっていますけれども、これを行った関係もあったのですが、 環境省のエコポイントの立ち上げのときの委員会にも参加させていただき、今でもエコポ イント制度には携わっております。 TRANSPORTI SAGAWA

◆ステークホルダー・ダイアログ

企業が社会から求められている期待や役割とは何か、また事業活動の中で貢献出来ることは何か、その要望に応えられているかなどを知るために、当社は「SAGAWAステークホルダー・ダイアログ」を2004年度から開催しています。

第5回目になる2008年度は、「環境新時代に、物流事業者に問われていること」をテーマに、ご参加頂いたステークホルダーの方々に議論を展開して頂きました。

【第5回SAGAWAステークホルダー・ダイアログ】

【テーマ】 環境新時代に、物流事業者に問われていること

【実施日】 2009年2月6日(金)

[場所] 東京 [参加者] 18名

行政関係者、学識者、NGO·NPO、企業、

ジャーナリスト、佐川急便担当者

【実施内容】·基調講演

・グループディスカッション

Aグループ:生活者や個人(to C)の心をつかむには

Bグループ:企業(to B)の心をつかむには

・グループ発表および全体ディスカッション



Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

2

次がステークホルダー・ダイアログということで、これは今、環境先進の事業者は結構行っております。私どもも2004年から開催しておりまして、実は来月の5日が第6回目になるのですが、毎年1回行っていまして、第6回目を東京で開催します。これも実はトヨタさんのステークホルダー・ダイアログに、2001年でしたか、初めて参加させていただきまして、進んでいる企業はこういうことをやっているのだなということで、それですぐ当時の社長に話をして、私どもも一応こういう形をとっている。そこでいろいろな方、行政関係の方とか、学識者の先生の方とか、NGO、NPO、企業、ジャーナリスト、私どもの担当者、最近は通販会社とか、量販店とか、消費者団体の方にも入っていただいて開催しております。ほとんど辛口のお話ですけれども、私どもの場合は宅配事業で、宅配事業ということは、=サービス業ですから、いかにお客様にかわいがっていただくかということで、こういう会議を行っています。

今は結構増えていますけれども、この当時はまだ、それこそ数社しか行われていなくて、 社内のインパクトも、こういうことをやることによっていろいろな方にお集まりいただく ので仕事がやりやすくなる。平たく言えばそういうことになります。



次に、今お配りしているCSRレポートとか、従業員の家族向け冊子。それからイベント出展。このイベントも、 $4\sim5$ 年前までは年間10ヵ所くらいいろいろなイベントに参加しておりました。今は環境省主催で、代々木公園で毎年6月の環境月間のときに開催されるエコライフ・フェアと、12月のエコプロダクツ展、この2つに参加しております。

エコプロダクツの場合は木、金、土ということでビジネスマンの方とかが木、金に来られて、土曜日は子供たちとか家族連れの方が来られる。エコライフ・フェアは土日ですから、それこそ家族連れの方が来られるということで、そういう意味では会社のPRにもなるし、そういう取り組みを訴求していくには非常にいい催しではないかということで参加させていただいております。ちなみに、環境省が主催するイベントというのはエコライフ・フェアだけと聞いております。



Set

◆自然との共生

日本の国土面積(3,778万ヘクタール)のうち、森林が占める割合は約66%(2,512万ヘクタール)に相当し、自然豊かな恵まれた国土である。

▼四国「さがわの姦」

高知県と徳島県にまたがる約700ヘク タールもの広大な土地「さがわの森」で は、佐川林業による森林管理を適切に 行いながら、森林保全に関する環境研 修を実施。







▼高尾100年の森プロジェクト

2007年より開始した「高尾100年の森プロジェクト」。50ヘク タールの森林を活用し、保全活動はもちろん、森林活用の新しいモ デルとしての可能性を追求しながら里山再生に取り組んでいます。





「高尾100年の森プロジェクト」に 関するお問合せ先 佐川急便株式会社 本社

佐川忌便株式芸任 本行 総務部 環境推進課 TEL 03-3699-3611

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

2

次は、私どもも森林を所有していまして、これも今でこそ、このように自然との共生ということですが、右側の事例では、これは高尾に50ヘクタールの森林があるのですが、「高尾 100年の森プロジェクト」ということで、NPOで水と緑の惑星保全機構という団体がありまして、そのNPOに事務局になっていただいて、この場所を将来的には都民に開放できるような形にまでもっていければということで、今いろいろ作業を行っておりま

四国には、これは高知と徳島にまたがるのですが、 700~クタールの森林を所有していまして、育林をして、当初、創業者が育林して製品化しようということだったらしいのですが、今は環境に優しい森に育てようということで、間伐して、枝打ちして、あとは教育にも活用しておりますので、もし機会がありましたら、是非ご活用いただければと思います。

TRANSPORT!

Set

◆佐川急便 自然体験学習

「佐川急便 自然体験学習」は子供たちに自然を身近に感じてもらい、同時に田植えや草刈り、稲刈りといった昔ながらの田植え作業を通じて、自然の恵みや食物の大切さを知ってもらおうと、2007年より始めた活動です。









自治体より減反地3反を借り入れ、地域の子供たち、従業員の家族たちなど約300名が参加し、2009年9月には約1200kgのお米を収穫することが出来ました。

収穫したお米は、「飛脚米」として田植えや稲刈りに参加いただいた皆さんに配布しました。



Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

2

これは田植えですが、私どもの創業者も、今のオーナーも新潟県出身で、南魚沼でお米の一番おいしいところですが、それで佐川はお米をよくお配りしたりしているのです。これは、実は滋賀県の守山というところで、今、遊んでいる田んぼがたくさんございまして、そういうところを市からお借りして、子供たちに田植えを体験していただいて、お米をつくるのはこれだけ大変なのだということを体験していただき、収穫したお米が飛脚米として、これは2~3キロのお米ですが、携わった方や、私どもの関係のお得意様にお配りしております。



佐川急便では小学生を対象にした「環境授業」を各地で開催しています。「物流と環境」 と題して、紙芝居などを使用して分かりやすく、当社の環境活動を紹介しています。 テレビや新聞などの身近な情報や社会の「環境」に対する関心の高まりもあり、子供たち の環境問題に対する意識は非常に高く、授業では多くの質問が寄せられます。



Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

次は、子供たちの環境授業です。全国に 400店近い店所がありますから、そこが年 2 回 やれば、資料に書いてありますけれども、受講者が10万人以上になるわけです。これは地元の警察とか、交通安全協会などと協力させていただきながら活動しています。これは基本がコミュニケーションとかパートナーシップですから、こういう活動をするときに必ずどこかと一緒にパートナーを組んでやろうという基本的な姿勢で行っております。



次の環境行動というのは、毎月、清掃や、全国一斉ライトダウンとか、コンクールとかいるいろやっているのです。



その内容の1つがライトダウンです。私ども営業所にネオンサインとか広告塔があるのですが、これを毎年2回、約2週間消してしまうのです。そうすると、ここに書いてあるように56万kWh、これは一般家庭にすると5万6,000世帯分の1日の消費電力に相当する。これをコストに換算すると840万円の削減になってくる。こういう結果ですから、では一年中消せばいいのではないかということになるのですが、そういうわけにもいきません。



クリーンアップの掃除なども、私どもの営業所の周り、営業所から駅までとか、東京であれば、東京本社が江東区の東陽町というところにあるのですけれども、そこの周りを掃除するのです。このときも、警察署とか区役所とか、東陽町にはどんどん大きな企業が進出してきていますので、そういう周りの企業の方にもお声がけして、一緒にやろうとしています。逆に、今度、企業の方がやるときには、当然、私どもにもお声がけいただいて、そこで1つのコミュニケーションをとっていこうという思いでやっております。

右側はリサイクルです。リサイクルはもう当たり前の話だと思います。



次は、環境絵日記コンクールとか、エコファミリーコンクール。これはクリアフォルダーに最後はするのですが、従業員の子供たちに絵日記を出していただいて、作品の中から、京都精華大学という漫画の専攻がある大学の先生に毎年優秀作品を選んでいただいて絵日記コンクールをやっています。

右がエコファミリーコンクールということで、環境省でやっているのですが、レポートを出して入選すると環境大臣から表彰がいただける。去年、私どもは 2,700点応募しまして、そのうち3点、大臣表彰をいただいたという取り組みです。今年は4,800点応募しました。

以上が、セクター別というよりも、共通してできることではないかと思います。

TRANSPORT!

SeH

◆運輸業としての課題

▼地球温暖化対策推進大綱(2002年3月)

- ・トップランナー基準適合車導入、クリーンエネルギー自動車の開発・普及
- ・高度道路交通システム(ITS)の推進等による交通流対策
- ・モーダルシフト等による物流の効率化

▼京都議定書目標達成計画(2005年4月)

- ・環境に配慮した自動車使用の促進 (アイドリングストップ、エコドライブの普及)
- ・円滑な道路交通を実現する体系の構築 (ITSの推進等)
- ・荷主と物流業者の協働による省CO2化の推進 (省エネルギー法、グリーン物流パートナーシップ会議等)
- 物流の効率化の推進
- ・クリーンエネルギー自動車の普及促進
- ・大型トラックの走行速度の抑制
- ・新エネルギー導入の促進

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

34

これから運輸セクターの取り組みをご紹介させていただきます。スライドの34ページですが、これが政府から発表された大綱の運輸部門の取り組みです。クリーンエネルギーとか、ITSとか、モーダルシフトで物流の効率化を図っていこうという内容です。下が目達計画といいますか、これが2005年に発表され、これも大体同じですが、環境に配慮した自動車の使用の促進、アイドリングストップとかエコドライブの普及、それから道路交通、これはITSです。ITSというのはETCとかも全部入ってくるわけです。それから、荷主と物流事業者のパートナーシップ、ここでは荷主になっています。荷主と物流業者の協働による省CO2化の推進、物流の効率化、クリーンエネルギー自動車の普及促進、大型トラックの走行速度の抑制とか新エネルギー導入の促進というのが発表されました。

TRANSPORT!

ScH

- ◆環境保全活動のきっかけ
 - 1997年
 - ´ 気候変動枠組条約第三回締約国会議(COP3)の開催



地元企業として環境保全に何か貢献できないだろうか・・・?



運送事業者における環境問題→自動車の排気ガスによるCO2, NOx, PMの排出

NOx:窒素酸化物(光化学スモッグや酸性雨などを引き起こす大気汚染原因物質とされる) PM:粒子状物質(ぜんそくや気管支炎を起こすとされる)

◇ 天然ガストラックの導入を開始



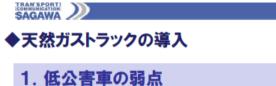
Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

35

私どもの取り組みのきっかけですが、最初にご説明させていただきましたが、97年の COP3の年に、実はエコプロジェクト推進委員会というのを立ち上げました。この委員会の特徴は委員が全員役員で、委員長は私どもの当時の社長でありました。そういう委員構成ですから、取締役会と同じような位置づけで、そこで即断即決してとりかかっていこうというような体制をつくっていただきました。我々はトラック事業者ですから、やはりどうしても空気の問題になってくるのです。 CO_2 とか、 NO_X とか、PMという公害の問題と環境の問題をあわせた空気の問題に取り組んでいこうということで、そういう優しいトラックは何がいいのだろうと考えました。結論的には天然ガストラックの導入になりました。



もう1つのきっかけは、2000年に石原知事がペットボトルを振り回しながら新市場創造 戦略会議という会議が行われたのですが、この第1回目の会議に業界団体が全部出たので す。我々事業者は一切出られなかった。業界団体は集めて平たくしたような話ししかでき ませんから、これでは前に進まないという判断をされたのでしょう。それで、2回目に、 一本釣りで宅配の大手の会社にお声がけいただいて、それで私どもとヤマトさんと2社参 加させていただきました。この会議で発表した話が右の読売新聞の一面なのです。「佐川 急便 都内『脱ディーゼル』 3,000台、10年で低公害車に」。これが2000年ですから、今 から10年前です。私どもの記事が一面に載ったのは、佐川急便事件以降これが初めてなの です。これぐらいの問題で一面に載るのかなと。だから、環境問題とはすごいのだなと、 私もそのときしみじみと感じたのです。それで、逆に社内では拍車がかかった。これは本 当にいいタイミングであったのかと思っております。



- - ・電気自動車:馬力がなく、業務用に活用するには限界がある
 - ・メタノール車:故障が多く、稼働率が50%

2. COP3

当時はNOx, PMの削減と、地球温暖化対策が並行して叫ばれていたが、佐川急便は COP3から低公害車の導入を開始しているため、最もCO2の排出が少ない天然ガス トラックの導入を開始

3. 自動車メーカーとの協力体制

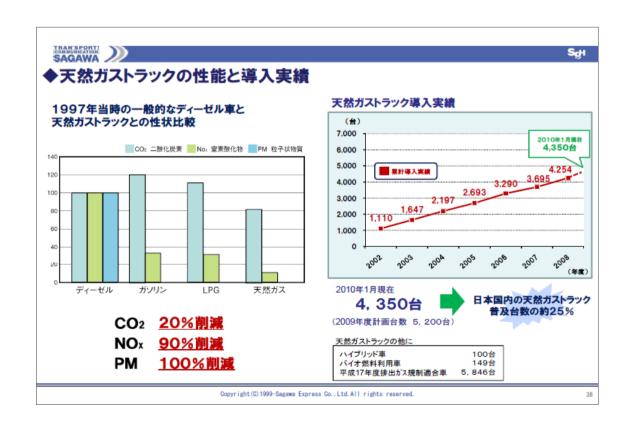
天然ガストラックの導入に対しては、自動車メーカー、ユーザー、ガス会社間のコミュニケーショ ンがうまく取れていた

実用車としては天然ガストラックが最も適していると判断し、 天然ガストラックの導入を開始

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved

ScH

天然ガストラックの導入にあたっては、このような経緯で天然ガスのトラックを導入す る判断をしました。



当時のディーゼル車、ガソリン車、LPG、これはプロパンガス車です。それと天然ガスの車。当時はまだハイブリッドはございませんでした。これを見ていただくと、当然、天然ガスが一番いいのです。ただ、ディーゼルよりも、当時の路上実験では5%燃費が悪かった。しかし、総合的には、この3つの排出を天然ガスのトラックが一番抑えられるので、天然ガスのトラックを導入することを決め、今現在に至っております。

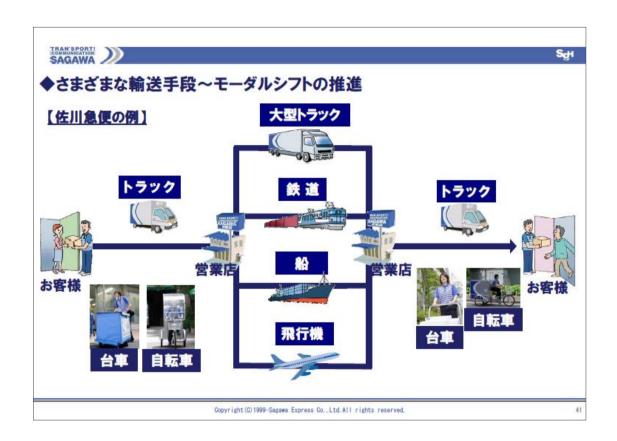
今年の1月現在で4,350台を導入しており、当初の目標を少し下回っています。天然ガス以外にも、ハイブリッドとかバイオ燃料も利用していますので、何とか頑張ってやっていますが、やはり目標には達していないというのが現状でございます。



目標に達していない大きな要因として、天然ガスのトラックの給油所というのが全国で340ヵ所しかないのです。それで私どもも自社で天然ガスのスタンドを設置して、この計画を達成していこうと努力しています。ある意味、それだけの決意をもってやっているということがアナウンスできるのではないでしょうか。これを1ヵ所つくるのに1億5,000万円掛かり、現在では全国で23ヵ所設置しております。



次はバイオ燃料です。自治体のバイオガスと、関東ではガソリンに3%のバイオエタノールを混合したものを利用しています。バイオも今後どうなっていくのか、急速には増えないと思いますが、少しずつ進んでいるのかなと思います。これも当然、積極的に手を挙げて参加させていただくようにしております。



次はモーダルシフトです。これは私どものセクターの特徴です。モーダルシフトというと鉄道とか船とかいわれていますけれど、トラックからトラックのモーダルシフトもあるのです。今流にいえば、デリバリーでは、トラックから自転車や台車など、こういうものもございます。だから、今、いろいろな意味でモーダルシフトが進んでいっている。逆に鉄道とか船は、こういう言い方をしたら怒られるのかもわからないのですけれども、モーダルシフトは後退していっているのではないかと私は思っております。先ほど雑談のときにも出ましたハブセンター化したトラックからトラックへのモーダルシフト、こういうものはこれからどんどん増えていくと思います。

TRAN'SPORT!

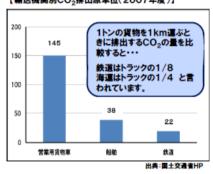
SgH

◆モーダルシフトの推進

▼モーダルシフトとは?

モーダルシフトとは、貨物や人の輸送手段 の転換を図るという意味の言葉です。鉄道 や船舶を利用した輸送は、トラック輸送と 比較して輸送効率が高く、エネルギー消費 を低減させることが出来ます。

【輸送機関別CO₂排出原単位(2007年度)】



▼「スーパーレールカーゴ」の活用

- ・幹線物流の環境負荷低減に向けた実証実験認M250 系直流貨物電車
- ・東京-大阪間の小口雑貨貨物などの幹線輸送専用コン テナ列車として貸切

東京〜大阪間を約6時間で結び、積 載量は往復で10tトラック56台分 日本の大動脈であり、環境負荷の大 きい東京・大阪間の輸送の約10%を 担う



【2008年度実績】

特急コンテナ電車 「スーパーレールカーゴ」

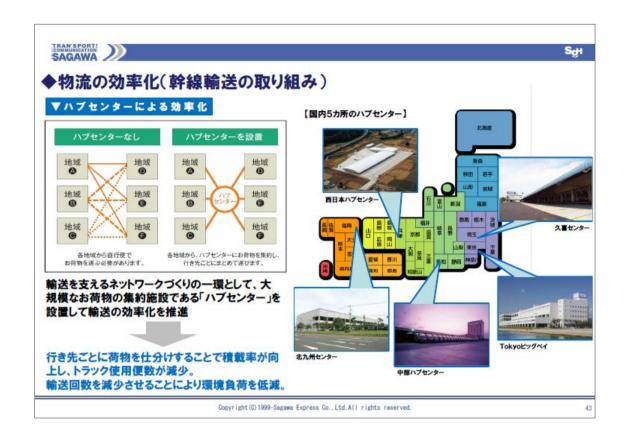
	年間減便数 (10トン換算)(台)	CO2削減量 (t-CO ₂)
スーパーレールカーゴ	16,232	10,807
鉄道輸送(スーパーレールカーゴ以外)	26,560	39,595
海上輸送(フェリー)	40.170	16,973
合計	82,961	67.375

Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

42

モーダルシフトは、やはり大量に輸送しますから、トラックと比較すると船舶であれば 4分の1、鉄道であれば 7分の1 ぐらいに CO_2 の排出が抑えられる。あと、運用の問題が非常にいろいろネックになっていて進んでいないということが言えるのではないかと思います。

これは、今ではモーダルシフトという横文字の言葉になっていますが、昔は通運事業というのがこれに当たるわけです。通運事業という言葉すらなくなっていますので、非常に厳しい状況ではないでしょうか。



次がハブセンターです。要は、近いところで集約をして、長距離の積載効率を100%にして遠距離を走るということです。物流の効率化を図って輸送コストを下げていくということで私どもはハブセンターを設置してきました。これは結果的に輸送の効率化につながるわけですから、当然 CO_2 の排出にも大きく貢献している。これを日本の大動脈である東京一大阪間、例えば、関東であれば神奈川と埼玉、関西であれば兵庫と滋賀、神戸にこういうハブセンターをつくって効率化を図っている。これが、効率化と=繁忙期の輸送体系の対策にもなっている。

資料の一番上に西日本ハブセンターというのがあるのですが、兵庫県の加西というインターのところにございまして、この敷地で3万坪あります。右下の写真はTokyoビックベイといい、ビッグサイトの隣にある施設で、ハブセンターでは一番新しいのですが、これがサードパーティーロジスティクスの施設になっております。

◆物流の効率化(物流センターの取り組み)

▼SRC(佐川流通センター)の活用

物を動かさない物流の実現を果たすため、お客様の商品を入荷、一時保管、検品、値付する物流加工から出荷までをトータルにサポートする、SRC(佐川流通センター)の活用を推進しています。





- ・業者間を輸送することがなく、輸送回数の減少により環境負荷が低減
- ・従来のモデルよりも高度なサービス機能を顧客に提供し、さらに環境負荷を低減させるビジネスモデル

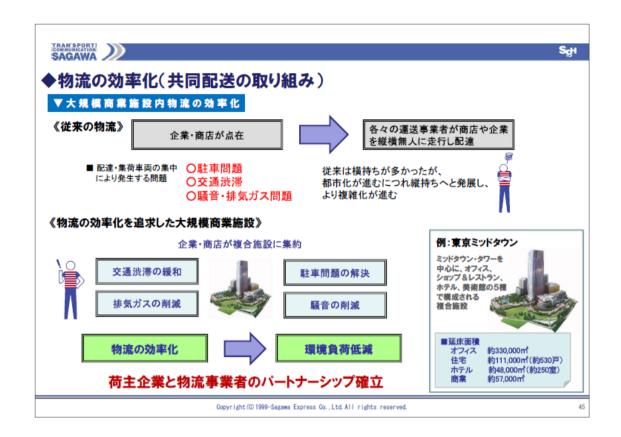
Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

4

次は、まさに3 P L の施設で、現在、全国に50ヵ所程度ございまして、輸送の効率化を図ると同時に、お客様の輸送コストを下げるためのお手伝いもさせていただいている。例えばお客様のテナント、商品の在庫管理や値札付け、受発注業務、そういうことも全部行っています。もっとわかりやすく言えば、テレビショッピング、ジャパネットたかたさんとか、家電メーカーの通販とか、そういうお客様に非常にマッチングしており、入居していただいているというのが現状です。

佐川急便というのは、元々BtoBの会社だったので、コンシューマーは基本的にはお断りしていたのです。ヤマトさんの場合はCtoCがスタートでしたが、私どもはBtoBで、要は通販にしろテレビショッピングにしろBなのです。大量に出たBからのお荷物をお届けする先はCなのです。だから、そういう対応をしないといけないということで、こういうシステムができていった。

これが今流の3PLの施設になっているのですが、大学の先生などに、これはサービサイジングにも当てはまる施設だねということをよくおっしゃっていただくのですけれども、実は昭和60年の前からこの取り組みを行っていたのです。この当時の発想はお客様の取り込みでした。お客様が倉庫を建てたりして、そこに運送会社が荷物を引き取りに行くというのが従来型の倉庫事業だったわけですけれども、私どもの場合は、お客様に事務所から全て入っていただいて、館内の運営からすべて一括で請け負うという形です。それのさらに近代版が出てきますので、後からご説明いたします。



これは東京ミッドタウンの事例です。都内のインテリジェントビルでは一番新しいものだと思いますが、ここの館内のビル管理の一部を佐川急便でさせていただいております。ミッドタウンというのは三井さんで、その下にビル管理会社があり、ビル管理会社の下で施設内のデリバリーをすべて佐川急便が一括で請け負っています。他の運送会社は、佐川のコントロールでないと、この中に入ってこれないわけです。ですから、駐車対策、交通渋滞の問題、館内事故の防止や、館内の汚れ防止など、物流面の管理を佐川急便が行っています。その他に、静脈物流やビルのメンテナンス、清掃など、そういうことも視野に入れながら、このようなビルの管理、特にインテリジェントビルの管理、当然これは入札になりますが、今、都内では私どもが一番多く実施させていただいていると思います。

東京ミッドタウン以外に、有名なところでは六本木ヒルズも佐川急便です。あと、新宿のオペラシティとか、大手町の丸ビル。丸ビルさんは日通さんと佐川で請け負っております。当然、ヤマトさんもほかのところでされています。東京だけではなくて、名古屋の名駅でも行われていますが、名駅は佐川ではありません。あとは大阪でも行われています。共同配送という言葉がずっと前からございまして、官主導とか、第三セクターを立ち上げて、元町の商店街でも行われていますが、要するに「横持ち」です。昔の商店街の共同配送というのはよくありますが、今、それが、こういうインテリジェントビルの「縦持ち」の共同配送になっている。縦持ちのほうが管理しやすいのです。そして、このような他の問題、駐車対策というのが一番大きいのかもしれませんが、対策を行っています。これによって物流の効率化も図っています。今後は、このような仕組みがどんどん増えていくと思います。



次は、現在、ヤマトさんと佐川で事業展開しているのが、サービスセンターです。昔のリヤカーみたいなものとか台車で、要するに、コンビニエンスストアのような経済圏の範囲内で配送業務を、車を使わないでやっていこうというものです。ですから、今まで以上に地域密着型となります。少子高齢化や、女性の雇用も視野に入れた取り組みです。今、中央区のこのような店では、10名のうち9名が女性です。こういうところをどんどん増やしていく。やはりいかつい男性が訪問するよりも、女性が伺ったほうがお客様にも受けがいいものですから、こういう展開が増えてきている。高齢化の時代になって、今は小さなコンビニエンスストアの経済圏でコンビニに行っている人たちが行けなくなったときに、逆にコンビニから配達に行ったりすることが考えられる。今、ローソンもやろうとしていますが、そういう声が出てくると思います。これを我々宅配事業者として独自に展開していく。この取り組みが、排気ガスを出さないような、特に住宅街などでは、こういう展開が望まれてくるのではないかと思います。全国ではまだ240ヵ所ほどしかないのですが、このうち、今、東京に140ヵ所あって、過半数は東京なのですが、これからは地方の住宅地でもこういう展開が増えてくるということが考えられます。



Sall

◆自然エネルギーの利用推進

▼太陽光発電システムの導入

当社では2003年度より太陽光発電システムを導入しており、現在、全国23カ所で稼働し累計500kWの太陽光発電システムを保有しています。



営業店など全国23ヶ所の施設で稼動 合計500kWのシステムを保有

年間発電量:約50万kWh

(日本の一般家庭の約140世帯分の年間消費電力量に相当)



Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

47

次が、太陽光発電です。2003年から新設の営業所に関しては太陽光発電の一部導入を図っております。今23ヵ所で500kW、年間の発電量が50万kWhになります。あまりピンとこない数字ですが、一般家庭140世帯の年間使用量に相当する発電を行っています。

TRANSPORT!

SgH

◆グリーン購入の推進

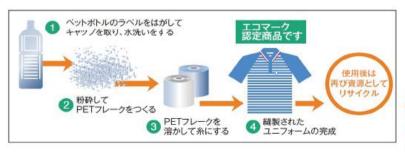
▼エコユニフォームの採用

当社では地球にやさしい製品を積極的に購入する「グリーン購入」を推進しています。ブルーのストライプでお馴染の当社ユニフォームの素材には、ペットボトルを再利用して作られた再生ポリエステルを使用しており、エコマーク認定商品となっております。

2008年度ユニフォーム製造枚数 約22万3.000着

(換算值:半袖2. 42本/枚、長袖3. 76本/枚)

ペットボトル(500ml) 約65万本分を再利用





Copyright (C) 1999-Sagawa Express Co., Ltd. All rights reserved.

48

最後に、私どものユニフォームも実はペットボトルのリサイクルのユニフォームで、これもエコマークの認定をいただいております。これも、かなり前からミズノさんと共同でペットボトルのリサイクルでやっていましたが、エコマークの認定をいただけなかったのです。当初は30~40%のリサイクル率だったのですが、エコマークの認定をもらうには50%以上のリサイクル率でないと認定されず、そうすると今度は通気性が悪くなります。私どものドライバーは走るものですから、すぐに汗をかいて、夏などは1日に3枚ぐらい着がえるのですけれども、通気性をよくして、今このような状況になっている。それでも毎年6枚支給しますから、膨大な量になっています。

最後は駆け足になりましたが、以上のような取り組みで、私が話してしまうとどうしても環境の話が多くなってしまうのですが、これがCSRにつながってくるということで、今、安全とか環境とか、当然、その前にコンプライアンスとか内部統制の問題が出てくるわけですから、それを基礎にしながら本業に沿った、本業に沿ったということは、=会社が健全な経営をして持続しないといけないという最大限の企業の責任ですから、それをしっかりと考えながら、取り組みを行っていきたいと思います。以上です。

- ○司会者 ありがとうございました。どうぞ、皆さん。
- 消費者の参加型というのがありますね。
- ○別所 エコポイントですね。
- はい。あれはどうやってやりますか。つまり、不在票が多いのは、特に集合住 宅などでは4割という話を昔よく聞いて、それをどうやって不在票を少なくし て…
- ○別所 時間指定をしていただきます。
- 時間指定をどちらがするのですか。
- ○別所 お預かりするときに時間指定をしていただいて、以前は午前と午後ぐらいの指 定でしたが、それを2時間刻みにして、配達時間を指定いただいています。
- ○でも、それは送り手に向けては合意していないのではないですか。
- ○別所ですから、通販の場合には、その記入欄があります。
- それは通販の場合。一般の場合で、私が永岡さんに出す場合。
- ○別所 私どもは基本的にCtoCをやっていないものですから、例えば、ヤマトさんの場合で、コンビニに持ち込みますよね。そのときに、伝票に時間は何時ころが希望だというように記入するところがございますね。それに書いていただく。そうしたら、その時間にお届けする。それでもいらっしゃらない場合があるわけです。ですから、いらっしゃらないと不在票を置いて持ち帰ります。そうすると、何時頃に持ってきてくれという電話をいただきます。再び持っていく。でも、いない場合があります。だから、その歩留まりをよくするためにポイント制度にして、1回目で配達できればポイントを付与して、それが10ポイント貯まるとプレゼントをしました。

- プレゼントがつく?
- ○別所はい。会社側からグッズをプレゼントしました。
- ポイントはどっちがもらえるのですか。
- ○別所 toCのほうです。受取側です。
- そうすると、もう事前に、例えば、私が永岡さんにお菓子でもプレゼントする とき、相手に知らせておかないといけないですね。
- ○別所 そうですね。
- CtoCがないから、通販会社対消費者だから。
- ○別所 そうです。CtoCというのは基本的にやっていませんので。
- 合羽橋の商店からどこかですよね。
- ○別所 はい。今のところは、お預かりするときに何時頃に配達希望ですかということ を荷物を出す方に書いていただいて、出す方も当然、送ったから何時頃に着く よということを連絡される方もいらっしゃるし、されない方もいらっしゃいま すね。
- それが決定?すればCtoCでも同じようにできるわけですね。
- ○別所できますね。
- Cは難しいですね。自分で送って、自分でとるときはね。だれかに中元、歳暮を送るときはなかなか難しい。Cの場合は相手がいるだろうと。それを解決しないといけないですね。
- ○別所 そうです。中元、歳暮のときは大体毎日、配達員が同じような時間に行きます から、その地域地域では大体わかっているわけです。
- 不在票の発行枚数というのは相当減っていますか。
- ○別所 不在票の発行枚数は減っていないですね。これも実証実験でやって、エコポイント自体を国でやるような形になったので、私どもも今は実際にやっていません。排出権のサービスも。排出権は、千趣会さんという通販会社がございまして、そこと一緒に、佐川が1円、通販会社が1円、商品を申し込んだお客さんが1円ずつ出して、そのたまった分を国に寄贈しました。
- 確かに制度?を利用したらいいですね。
- ○別所 ですが、顧客情報があるため、顧客情報は通販会社さんしかもっていないものですから、これは勝手に出せません。それで、これも実験的に実施し、今現在は次のステップをどうしようかということで模索しています。この排出権も国連で認証されたインドの風力発電ですが、それを銀行経由で購入しました。こういうのは一事業者だけではなかなかできないですね。
- さっき CO₂の排出量を物流会社で公表しているのは佐川だけだという、36万 トンでしたっけ。
- ○別所 はい。
- あれは義務化…
- ○別所 ちょっと言葉足らずでしたが、改正省エネルギー法がございまして、あれで燃料法、燃費法、トンキロ法とか出す方法がいろいろあるのですけれども、燃料法というのは実際使ったエネルギーを出した方法です。燃費法というのは燃費

ですから、平均燃費からの推計となります。従って、実際の使用量ではありません。私どもの場合は使用量を全て集計し、CO2を算出しております。

- では、ヤマトさんや日通さんが出しているのは平均燃費の…
- ○別所 一部だけ計測して、それを平均化していると聞いております。
- そうすると面倒くさいということですか。
- ○別所 そういうことです。
- ほかが出さない理由はあるのですか。西濃だとか上場会社がありますよね、それは何か理由があるのですか。
- ○別所 そこまでまだやっていないのではないですか。今でもまだやっていないと思います。
- 運輸部門自体の排出量の算出というのがまだまだ曖昧といいますか、基準が精緻で求められていないというところが正直なところでございまして、こういう場合はこういう理論で、指数を用いて算出すればいいですよというような考え方です。当社の場合は、使った燃料を営業所ごとにすべて集計しておりますので、本当に純粋に使ったエネルギーをもとに CO₂排出量を出しています。
- しかし、これがないと、例えば、排出権取引だとか、東京都もやりますよね。 排出量取引をやるというか、つかめないとキャップ・アンド・トレードできな いわけでしょう。
- ○別所 はい。
- これは、運輸業者とか、そういう意味では準備しておかないと、さっきの平均 値だけでできるのですか。できないことはないですか。
- ○別所 できないことはないですね。要は年間の平均値を出して、これだけの使用量で すよということで報告書には出していますから。

あと、年間の走行距離というのがあるので、走行距離と荷物の重量で平均燃料を出している方法。経産省で3年前ですか、改正省エネルギー法が施行されて、そのときも燃料法、燃費法、トンキロ法、改良トンキロ法と4種類あって、どれでもいいですよという経産省の見解だったのです。そのときも、私は、この委員会にも出ていましたが、どれでもいいですよということだったら、もうちょっとしっかりしたものを出して、この法律をつくったらいいのではないですかと申し上げましたが、今はこれでいいのだということでした。

- 日本には、交通部門での排出量はこうだというはっきりしたものはないのです か。
- ○別所 1990年比という数字は運輸統計データから推計されたものだと思います。
- 交通で、自家用?が幾らとか…
- ○別所 原油を輸入したときに仕分けた量で1990年の数値は出ているというような話を聞きました。ですので、運輸部門が今、我々の協会は全日本トラック協会という業界団体になりますが、そこでも燃料法などというものは全然つかんでいませんし、運輸省の運輸白書でも、使用量は出ていないはずです。

佐川の場合は、そういう出し方をしているので声高らかに言えるわけですけ

れども、これもWWFとそういう協定を結んだおかげです。これを調査するのに本当に1年かかりました。燃料でも、私どもの会社の敷地にCNGのスタンドがありますが、それと同じように、ガソリンと軽油のインタンクもあるのです。そこには佐川の車両も入れますし、協力会社の車両も入れるわけです。ですから、それをきちんと全部管理しておかないと、こういう数字は出せないのです。

- こういう議論というのは社内でやっていますか。つまり、本業を通じての発展的CSRですね。これだけ宅配便というのか、日本で網の目のように、それこそ隅々まで行き届いている。でも、それは、アイドリングしたり何したりというのは、もともとはある分水嶺があって、ここまではお客さんというか、庶民に任せたほうがいいのではないかという分岐点みたいなものがあるかもしれないという議論があると思うのです。そのためには、例えば、料金とか何かで選択できるようにするとか、そういう政策も必要だという議論はあるのだと思うのです。そういう議論が、ちょっと難しい問題が出てきたときに、佐川さんとしてどうやって、BtoBでもCtoCでも、我々の庶民の生活をどこまで面倒をみたらいいのか。面倒をみなくていいところもあるのではないかというような議論というものは何かございますか。
- ○別所 サービスし過ぎではないかという話は昔からあるのですが、逆に、今、我々の 立場からすると、効率化を図ってサービスを一緒にその中に入れてしまうという手法ですね。ですから、逆に、これはサービスレベルが高いから、この部分 は負荷をかけて運賃を別にいただくとか、今の宅配運賃という制度は、そういうものを全部含んだ運賃制度になっているのです。例えば、都内であれば約800円だとか、ヤマトさんも佐川も全部一緒なのですけれども、それが、荷物 をいただきたいから、どんどんダンピングになって、まさにデフレ状態になっているのです。

それでもサービスレベルは落とせません。では、サービスレベルを落とさないためにどうするか。そこで、どこか管理会社をつくって共同配送しましょうとか、共同運行しましょうという発想が昔からあるのですけれども、それがうまくいかないため、今、佐川急便としてどうしていくか考えると、たくさん荷物を集めて、そこで合理化を図り、サービスレベルを落とさないようにしていこうと考えています。

当然、付加運賃というのはございます。クールとか冷凍とか、そういうものに関しては運賃がつきますが、それでも出荷元がBですから、やはり契約運賃になってきます。そういう意味ではなかなか厳しいです。去年でも、おととしでも、リーマンショック以来、物量は落ちておらず、逆に増えています。しかしながら、売り上げは落ちています。

○ 本業を通して社会に貢献するといったときに、私たちもよくわからないですけれども、事業として、これはやらなくてもいいのではないかみたいなものはあるのかなという感じもするのです。例えば、Amazon.comだとか、ネットで買うと、だれかに頼まなければいけないわけですよね。どんどんふえていくと。

もちろん効率化することによる佐川さんやヤマトさんの貢献度はあるのですけれども、どこかで何かしないとトラックだらけにならないかという議論に、全部が通販で、ワインでも何でも全部やってしまう。近所に買いに行っていたものも全部ネット、楽天でみんな、トイレットペーパーまで買ってしまう。高齢化社会とか。その辺の議論はないのですか。

- ○別所 今、比率からするとヤマト、佐川で70%以上のシェアになると思います。
- CtoCの全体。
- ○別所 今おっしゃったAmazonは全部、佐川です。コンピュータ系のApple社など も、ほとんどヤマトか佐川です。今はそのようになってきていますね。
- それがどんどんふえてくると…
- ○別所 業界によって異なりますが、逆に集約化されてくると、車両は増えないと思います。
- 配送は、例えば、店舗密度とか、積載効率とか、1個当たりのコストは、そうでないという話になってきますけれども。
- ○別所 先ほど、ミッドタウンの縦持ちの話がございましたけれども、あれを縦にして も横にしても同じ台数が入ってきます。ですから、それがコントロールされな いままに集まってくると渋滞を起こします。
- 駐車場とかね。
- ○別所 はい。それをコントロールできれば、ほとんど目立たないようになってくると 思います。
- これを佐川さんが仕切るということは…ヤマトが来ても拒否はできないんだ。
- ○別所 時間外に来たら入れません。
- これはフルタイムで、駐車場から何から全部…
- 全部自分が…
- ○別所 コントロールして。
- それを佐川さんがやって全部もっていくと。
- ○別所 入ってくるのは、この地下に各社が入ってきます。それから上は全部、ビル管 理会社さんです。
- その料金をもらっている。つまりサービス料をもらっていると。
- ○別所 はい。だから、商店街のような形で平地になると管理ができない部分が出てくるので、第三セクターなどで○○配送とかつくって、そこに出して、そこがやるわけですけれども、結局、道はたくさんありますから、入ってきてしまうのです。

横浜の元町などもやっていますが、地方に行くと地元の協力会社がございますね。そこが管理会社をやっていて、もともと宅配事業者ではないところが 管理会社をやっているため、うまく回らないということもありますね。

- 2つほど。ガソリンと天然ガスのコストというのはほぼ同じですか。
- ○別所 軽油とですか?
- はい。

- ○別所 軽油と天然ガスの料金は、天然ガスのほうが若干安いです。
- もう1点は、どうなるかわかりませんが、高速無料化というのが近い将来あるだろうと。この場合に、物流関係にどのように影響するのか。高速が込みますよね。逆にいうと、無料化ですから、コストダウンですよね。その計算のシミュレーションをされたことはありますか。
- ○別所 まず高速のほうは、去年の夏とお盆のときと、今年の年末と年始を業界団体から依頼があって調査しましたけれども、私どもの時間帯では、ほとんど影響はなかったです。30分くらいでした。
- 若干影響があったと。
- ○別所 はい。特に東京一大阪間の調査をしたのですけれども。今年も1月1日から5日までたしか1,000円だったのですか。年末やらなかったのは、我々の業界が陳情に行ったためです。
- そうなのですか。今度は陳情できませんよね。
- ○別所 はい。
- 無料化だったら、全部無料化。
- ○別所 そうですね。
- 余り(影響は)ないのですか。普通、急ぐ人に影響があるとみたのだけれども。
- ○別所 出るのが夜中の11時ころですから、朝、遅くても6時までには着きます。阪神大震災のときにも影響なくやったのです。だから、いかに道路情報を早くとって迂回させるかなど。事故とか、もうしょっちゅうありますから。ですから、そのときには車載器で、そういう情報をどんどん入れます。だから24時間動いているのです。

それと電気の問題ですが、我々はいちユーザーですから、ヤマトさんでもJ Pさんでもそうだと思いますが、やはり自動車メーカーさんに動いていただかないことにはどうにもできないですね。

まだ電気までいかなくて、天然ガスのトラックでも、2トン、3トンしかありません。大型、10トン車は何台かありますけれども、1億ぐらいします。それで、軽の天然ガスのトラックはダイハツさんが年間 300台つくっているだけなのです。その 300台を全部売ってくれといったって売ってくれませんよね。

そういうレベルですから、例えば、電気のトラックがいつ出てくるのだろうという状況です。それも日々の業務に適用した車両じゃないといけませんから、それが実際出てきたら必ず調査して採用するのですけれども、使えるとなったらもう一気にやります。天然ガスは燃料が、国策でやっていますから、東京ガスにしても若干安くしていただいていますけれども、スタンドをつくったりいろいろしてますから、これが使えなくなったら本当に責任問題になります。誰がこんなばかなものを入れたのだということになってしまいます。

- タクシーと一緒なのですか、LPG。
- ○別所 タクシーはプロパンなのです。
- プロパンが難しいのですか。

- ○別所 プロパンは、ここにありますけれども、CO₂の排出が多くなります。天然ガスより3割多く出します。プロパンは一番コストが安いですが。
- トラックや何かで電気自動車、ハイブリッドというのは先の話、余り期待しな いというか…
- ○別所 いいえ、ハイブリッドはどんどん技術的に進歩していますから。燃費もよくなってきています。最初出たころは全然話にならなかったのですけれども、今、大分よくなってきています。これも私の個人的な考えですけれども、ハイブリッドとか天然ガスがよくなってくるけれども、ディーゼルがもっとよくなります。規制が厳しくなってきていますから、最後は、電気とか燃料電池に行く前に多分ディーゼルでしょうね。燃費はディーゼルが一番いいですから。
- ダイムラーはその戦略ですね。
- ○別所 そうですね。
- 今、ディーゼルもリッター40キロとか30キロ、乗用車でも出ています。だから、 その可能性はあるね。そっちのほうでエンジンが…
- ○別所 私がこの問題をやり出したのは15年ぐらい前です。その当時、こういう委員会 に出て話したら、皆さん、半分以上の方は燃料電池といわれていましたから。
- 本田は本気で開発しているみたいですけれども。乗用車で燃料電池。 ちょっと話は変わるのですけれども、佐川急便さんの場合は、ほろつきのトラックというのはもうないのですか。
- ○別所 もうありません。
- 一台もない?
- ○別所 地方に行けばあります。若干残っています。
- 昔は、ほろつきというのはありましたけれども、なくなった理由というのは、 トラックの仕様が変わったということでしょうか。
- ○別所 やはりブランドイメージです。
- ブランドという点で伺いたかったのですけれども、クロネコヤマトの宅急便と、 日通のペリカン便とあるのですが、佐川さんの場合は、ブランドというのはど のように扱っていらっしゃるのですか。佐川急便というのがブランドですか。
- ○別所 そうです。
- ブランドロゴとか、ブランドイメージのキャラクターというものをつくろうという話は…
- ○別所 以前は飛脚でしたね。今でも飛脚は小さく写っているのですけれども、今は逆にギャラクシーという、これに統一しています。要は、私どもの今のオーナーというのが、あの事件以降、新生佐川、第2の創業ということでイメージを変えて、今の形にもっていったのです。
- 今、なぜトラックのほろのお話もあったかというと、フライターグというスイスの会社がありまして、それはバッグをつくっているのです。そのバッグが、トラックのほろ、ジーンズの生地みたいなほろと、車の安全ベルトと、使わなくなったタイヤ、自転車のタイヤだったですか、それを3つ組み合わせてバッグをつくって、それは1個3万円くらいなのです。ヨーロッパで人気で、1人

1個しかないというので。フライターグ、金曜日という意味ですけれども、かなりの人気になっている。1つのビジネスモデルとして樹立しているという話を聞いたものですから、写真をみると、今、ほろがなかったので、安全ベルトは古いものが出るかもしれませんけれども、そういう試みがあるということをお伝えしたかったのです。

まだあと幾つか伺いたいのですけれども、身体障害者の問題はどうですか。 身障者の方を 1.8%雇うというのもCSRに広い意味で入ってくるかと思う のですが、今、御社でどのくらいの比率になっているのですか。

○別所 59ページに書いておりますが、1.8はクリアしております。

- \bigcirc 1.80、ぴったりですね。もう1つ、箱なのですけれども、先ほど、Amazonを請 け負っていらっしゃるのだったらば、我々の業界でも、ビルの中の大学教員が みんなAmazonで注文をして本を買うようになっていまして、この前にコンビニ エンスストアになっているところは本屋さんだったのですけれども、廃業され て…それはことしぐらいの話ですけれども、コンビニにかわられたのです。注 文時間とか、専門書を届ける時間などが早いので、Amazonで買うようになって いるのですけれども、段ボールで届けられるので、捨てている我々としては心 苦しいという部分があって、55ページのCSRレポートのところには、溶解処 理をするサービスがあるということなのですけれども、例えば、今、電子辞書 が入っている、あそこにあるような包みがありますよね。電子辞書を入れてお くようなプラスチック製というのでしょうか、アクリル製というか、そのよう な容器で回収してくれれば段ボールはごみにならなくて済むでしょうし、それ はAmazonの利用者としても、みんな喜ぶのではないかという気がするのです。 Amazonの側でも多分そういうのは売りになるのではないかと思ったりするので す。最近、封筒なしで、帯だけで包装している、あれは佐川さんではなかった ですか。
- ○別所 そういうサービスもあります。
- ここのところだけしてあるものですね。55ページに写真があります。
- ○別所 それもやらせていただいております。パソコンなどもやっています。 パソコン便というもので、特に修理の段ボールをなくそうということで、メ ーカーさんからの要望もありまして、何度も使えるようなものを何タイプか を用意している。
- ある程度、1回当たり10個とか20個とかAmazonで運ぶようなところであれば、 回収用のアクリルの袋をとっておいていただけますか、次回とりに行きますか らというのは、翌日も必ずあるでしょうから、システムができ上がりそうな感 じがするのですが。いつもAmazonで届く不思議なもので、箱の大きさが同じせ いなのか、空気が入れてある、あいている部分が多いですよね。あれは標準化 で、あれのほうが効率がいいのか。段ボールのサイズはそんなにないのではな いでしょうか。
- ○別所 確かに、弊社の場合は、事務用品のコクヨさんですとか、きょう頼んで、明日 届くというようなサービスの輸送部分を請け負っていますが、私もよく思うの

ですけれども、これぐらいの箱に、これぐらいの文房具が1個だけ入っていたり、これって無駄だよなと思います。

○ イケアみたいに全部平べったくできるようにね。一度、私、市川のAmazonをみたことがあるのですよ。新しくできたもの。出版社に紛れてみに行ったことがある。あれは非公開なのですけれども、出版社に紛れて入っていった。物すごく単純なのです。ロケーション管理しないで、入ってきたものからずっとやって、パソコン、コンピュータで管理されていまして、どこに何があるかわかるようになっている。非常に単純な管理なのです。

今いっているような細かいことはわかりませんけれども、最終工程で佐川さんに渡す前に幾つかの形?でやっているのですが、そんなに難しい作業はやっていなかったような感じはしました。

○別所だから、梱包のサイズもそんなにはないのでしょうね。

- そうですね。最終ラインでやっている感じです。44ページのスライドをみせていただいた物流センターの取り組みというのがありますけれども、本当にこれはイノベーションではないかという感じがするのです。まだ目立たないですけれども、やはり一括で請け負って、間の面倒な作業を全部してあげて、e ビジネスを支えるということですよね。だから、我々は最終顧客で、画面をみて注文しているけれども、注文を請け負ったところが、本屋さんなら本屋の出版元から全部引き寄せて、最後、個人に配送する。その部分の物の動きの部分を支えていらっしゃるということですよね。だから、e ビジネスが盛んになればなるほど、ロジスティクスも一緒に栄える部分があって、そのシステムはどれだけ効率的にくみ上げられているか。要するに、通常、我々はインターネットがイノベーションだと思っているけれども、インターネットでイノベーションが起きているということは、下のロジスティクスも一緒にイノベーションが起きている可能性があって、そのシステムが実際になっているという、すばらしいことだと思います。
- 一度、センターを別に今度は…
- ○別所 是非、一度ご覧いただきたいと思います。
- おもしろいらしいので…。
- ○別所 2月5日にステークホルダー・ダイアログを開催するのですけれども、午前中は私どもの施設を見ていただきます。見ていただくところは、サービスセンターというデリバリー拠点。あと、東京ミッドタウンの縦持ちを見ていただきます。
- 佐川流通センターというのは、1つ前のスライドの物流の班とはまた別?
- ○別所 別です。
- 佐川流通センター、場所はどちらにあるのですか。
- ○別所 都内であれば勝島とか、東京貨物ターミナルとか、江東区にもございます。
- そうすると、日本全国で…
- ○別所 50ヵ所ぐらい。そこに通販会社さんなどに入っていただいています。
- 東京都で?物流会社が、例えば、普通の食品スーパーの中堅のところが、ネッ

トスーパーをやるについてコンペをやるのです。そういうときに入ってくるのが宅配業者なのです。これを全部プレゼンテーションして、全部、インフラができているのです。だから、極端な話、あすからでもできるのです。そのものが既に確立しているわけです。競合他社や別の会社。ですから、スーパーマーケットのネットを、今度はホームセンターの宅配に使える。そういう意味では、先ほどいった、本当にいろいろなところに宅配便のネットワークが入り込んでいる。物流センターの試みが始まったのは何年ぐらいですか。50ヵ所とおっしゃいましたけれども、最初の1ヵ所目。

- ○別所 1ヵ所目は勝島です。昭和56年。そのとき中田さんにもお手伝いいただきました。あと、早稲田の中西先生にも。
- 同時に、実は情報システムを組み上げないといけないという話になりますね。
- ○別所 はい、そうです。
- それはどうされているのですか。自社の役割、IBMとか、SAPとか、どこ かに任せていらっしゃるのですか。
- ○別所 自社と、ITベンダーも一緒に入っています。
- どんなときに使われているかわかりますか。得意、不得意あるのではないかと 思うのです。
- ○別所 そうですね。入ってくる会社さんが持ってくることもあります。
- Amazonのつき合いがあるところがもってくる?
- ○別所 そうですね。私どもの子会社で佐川コンピューター・システムという会社があります。そうすると作業にかなりの雇用が見込めるようになります。
- さっきちょっとあれですけれども、モーダルシフトの鉄道のほうのシェアが下がりぎみになった理由はあるのですか。
- ○別所 宅配の小口混載の荷物を運ぶ貨物列車はあまり多くありません。鉄道は特定貨物が多いので、セメントや石炭など、そういう貨物列車というのはたくさんあります。ですが、私どもの宅配の場合は、次の日に着かないといけない使命がありますから、トラックで運んでいるサービスレベルから下がるような鉄道だと基本的に使えません。同等でないといけない。そうなってくると、ダイヤの問題になってきます。使えるダイヤと使えないダイヤがあります。昼に出発するような貨物列車は全然使えないわけです。夜中に走るダイヤしか使えません。そうなってくると、どうしても日本の鉄道というのは人のほうが優先です。欧米は貨物が優先と聞きますけれども、やはり鉄道は人流が優先ですから、その間を縫ってダイヤを組んでいるわけです。東京一大阪などは特に、夜発送して、翌朝つけて、お客様に午前中お届けするというダイヤがほとんどとれないのです。

ですから、私どものここに出しているスーパーレールカーゴというのは画期的な貨物列車なのです。1列車全部佐川で借り切っています。今、ほかの業者が使っているもう1列車があるようですが、この後に出てきました。あとは、企業別になると、トヨタさんもトヨタ号というのがあるのですが、それは進く着いてもいいは洗からトヨタの工場などに運んでいるのですが、それは遅く着いてもいい

わけです。自社の製品ですから、時間的にも余裕があります。 だから、そういう面からすると、ニーズに合ったダイヤが増えないことには 利用ができないということです。

- ということは、JR貨物などは鉄道で、要するに CO₂、相当な売り物にしていますよね。だけど、宅配の業者に関しては余り使っていない。使えるようなものではないと。
- ○別所 ただ、1,000キロ以上になると使えるようになります。宅配も中1日置きますから、翌日ではなくて、翌々日の配達になります。例えば、東京―札幌、大阪 ―札幌とか、こういう便は、コンテナの空きが出ると、すぐ入ってしまいます。 それを使っているわけですか。
- ○別所 それは、各社目いっぱい使っています。だけど、そういう便というのは日通さんがずっと昔から通運ということでされていますから、日通さんが大半を押さえて、あと佐川とかヤマトが使っているのです。ですので、使える便は目いっぱいということです。
- そうすると、今後はむしろトラックで、東京一大阪だったら、大きいもので運んでというほうが主流になるということ? JR、東海ベルト地帯というか、 そういうところでは余り使わない?
- ○別所 極端に増えるということはないと思います。私どもの場合、東京一大阪間を1台走らせたのは、これでトラックが1日に56台、大型を使わないで済みました。ですが、これで10%分です。ということは、完全に東京一大阪だけで毎日500から600台走っていることになります。さらに、名古屋とか他の地域からも出していますから、東名だけでも何千台というトラックが走っています。それから見れば、これは本当にわずかなものです。
- 鉄道を使っても、その他の条件はトラックと同じではないでしょう。
- ○別所 その他の条件とは?
- その他の条件というのは、つまり積み込み時間とか。
- ○別所 もちろんそうです。
- 発車の時間とか、全部違いますよね。
- ○別所 それも時間短縮しないといけません。
- その他の条件では随分便利ではないですか。
- ○別所 鉄道は、コンテナを1台ずつ積んで連なっています。ですから、降ろすときに 横から降ろします。何台かフォークを使って。そのフォークも30トンフォーク というすごく大型です。しかも、これは出発地と到着地にあればいいというわけではありません。必ず事故がありますから、途中の中継地にも待機させておかなければなりません。
- ということは、 CO₂削減で、貨物でいうと、もしその気になれば、JRがもっと便数をふやせばいいという話ですよね。業者がどうという…
- ○別所 JR貨物がですね。
- 貨物側がもっと便数をふやして、深夜便をふやして使うようにすれば、相当代 替できると。今、佐川さんだけでも何百台走っている。もし便利な便があれば、

トラックをほとんどこっちに切りかえられると。

- ○別所 ほとんどは切り替えられないですね。
- だから、ダイヤをどんどんつくっていけば。 CO2対策で。
- ○別所 ダイヤがつくれればですね。
- CO₂対策で、どんどんトラックを減らして、鉄道で CO₂を減らすためにと。 それは相当な、JR貨物がダイヤをつくるというか。
- ○別所 また、JR貨物さんの所有の線路が本線にはありません。JRの東日本、東海、 西日本などが所有していますから、JR貨物に決定権がありません。引き込み 線は貨物さんの所有がたくさんあるみたいですけれども。
- 話は変わりますが、協力会社の指導といいますか、環境対策などは、たくさん の協力会社のトラックを使っておられるということでしたが、それはどのよう な取り組みをされているのでしょうか。
- ○別所 社員と同じとまではいきませんけれども、協力会社は基本的に、幹線の大型と 宅配の軽、この2通りがメインですが、幹線に関してはドライバーの教育など、 システムがございますから、そのシステムを徹底させている。あとは、道路運 送法上の運行管理上の法律の問題とか、最低限度それを守らせるように、4時間に1回休憩させるなどは指導しています。

あと、宅配の件に関しては、やはりうちの佐川急便の社員とはサービスレベルも違うし、年齢も高齢な方が多いですから、品質を上げるためには、やはり自社化していかなければいけないということで、軽車両が約1万両ありますが、それを毎年、今は2,000両ぐらいを自社化に切り替えています。

- 電気自動車の採用割合とか、ターゲットはあるのですか。
- ○別所 今のところはありません。三菱のiMiEV(アイミーブ)も当初、売り込みがございましたが、荷物を積めないですから、私どもでは使いようがありません。最低限度、バンでも300キロくらいの荷物が積めないと実用的でなくなってくる。そのうちにトラックも出てくるとは思いますけれども。
- 人力の三輪車もあるのだから、そこに電気のモーターをつければいいので、そ ういうものはすぐにできそうな気がしますが。
- ○別所 電気自転車は使っています。
- アシスト自転車ね。
- ○別所 だから、その辺は柔軟に考えていますから、いいものが出てくればですね。車ですから、かえていくことは可能です。ただ、スタンドが、インフラになってしまうので、これだけがどうしても課題として残ってきます。そうなってくると、CNG、水素、燃料電池のほうにスタンドを切りかえられたらいいとは思っています。
- 長くなって恐縮ですけれども、もう1つだけお聞きしたいのです。従業員4万 5,000のうち、社員さんの雇用形態です。全部社員さん? それとも…
- ○別所 これは全部社員です。
- 4万5,714人?
- ○別所 はい。これに、あと派遣社員と。

- 社員さんの平均年齢はどのくらい?
- ○別所 32~33歳です。
- 現場だとどのくらいですか。
- ○別所いえ、現場です。
- 離職率というのはどうやって決めるのか私もよくわからないのですけれども、 離職率は、新卒で入ってきてどれくらい?
- ○別所 毎年、新卒は大体 800名前後です。その都度、採用が 5,000~ 6,000名。
- 補充が?
- ○別所 補充が年間 5,000~ 6,000名です。だから、それくらい辞めていっているとい うことですね。
- やはりかなりハードワーキングなので、離職率が。
- ○別所 やはりそうでしょうね。そうでないとはいえないですね。
- 5,000~ 6,000ですから、4万5,000ですから、1割超えているわけですね。
- ○別所 そうですね。
- さっきのあれで、ヤマト運輸が、この前、新聞をみたら、今後は、トラックの 現場の人を社員にしないというニュースが出ていました。半分以下にするか何 か。
- ○別所 法律が変わって、社員ではなくても乗れるような、派遣でも乗れるように変わったのです。だから、そのようなこともいわれていると思うのですが、基本的に運転する社員は正社員でないと怖いですね。我々の行政は厳しいですから、事業計画の変更すらできなくなります。大きくなればなるほど罰が厳しいというよりも、全体に全部規制がかかってしまいます。営業所単位で行政処分が来るわけではないですから。
- いわゆる3K業種と表現が悪くて恐縮ですけれども、そういう意味で労働者に優しい採用システムとか、器具の開発?とかいうのは、地味な仕事ですけれども、何かおやりになっていたり、メーカーさんと共同でそれを研究したりというようなことはございますか。
- ○別所 気がつけばしゃがむような車はないですけれども。あとは構内の作業です。労 災事故が起きないような。
- 確かに勤務時間の管理とか重要ですよね。 8 時間なのか12時間なのかで1.5倍 違いますもんね。
- ○別所 本当にその管理は大変です。今は、そういうのを怠るともう大変ですから、そ ういう面では、以前と比較にならないほど労働条件は改善しています。今は月 9休ですから。
- 9休というのは?
- ○別所 月に9日休みです。
- さっきの新卒というのは大卒のことですか。
- ○別所 大卒で、大卒がそのうち3分の1ぐらいですかね。高卒が50%、短大が20%く らいだったと思います。
- CSRの効果というのはどうなのですか。環境とか、コマーシャルを出すでし

よう。

- ○別所 はい。
- あれも環境系ですよね。そういうのは…
- ○別所 やはりこういう厳しい経済状況になると、やっている担当者はなかなか大変で すね。
- 学卒でいい人が採れているのではないですか。何年間のイメージは物すごく上 がっているでしょうから。
- ○別所 今、私どもの環境のセクションでも、女性が5名で男性が3名です。そのうちの女性の4名は今期の新卒が3名と、前期が1名ですから、ほとんどそういう子たちです。
- それは佐川と知っていて?
- ○別所 もちろんそうです。最近は、おかげさまでイメージが本当によくなりました。
- やはりエコポイントを復活してもらいたいですね。それで、半分は電気自動車を採用したときのコスト増減?に充てんして、半分は森林再生に充てんするみたいな形で、1人から2円くらいをポイント制でもらって1円ずつ使いますというのは、多分みんな喜ぶといったら変ですけれども、同じ値段でどっちにしようかなといったときにはそうなる。他社も追随してくるでしょうから、結局同じになる可能性はありますが。

スーパードライが今それをやっていますね。飲んだビールの一定割合を森林 対策に使いますみたいな。

- ○別所 問い合わせなどでよく、一緒に環境問題に参加したいのだけれども、どのよう な取り組み方があるのかとか結構ございます。
- 若い人はみんなまじめですから。 それでは先生、大分長くなりまして申しわけございませんでした。これで本 日の研究会を閉じさせていただきたいと思います。どうもありがとうござい ました。
- ○別所 こちらこそありがとうございました。

別所恭一(べっしょ・きょういち) 佐川急便株式会社 総務部付 CSR環境担当 理事

※本ワーキングペーパーは2009年度法政大学サステイナビリティ研究教育機構「サステイナブルな社会システムデザインに関する研究」(人文・社会科学分野)の研究計画プロポウザルとして採択された研究課題「サステイナブルなバリュー・チェーン構築とグローバルCSRの探求」の研究会における講演を再録した。同研究会はイノベーション・マネジメント研究センターを活動拠点とした。



法政大学イノベーション・マネジメント研究センター The Research Institute for Innovation Management, HOSEI UNIVERSITY

〒102-8160 東京都千代田区富士見 2-17-1 TEL: 03(3264)9420 FAX: 03(3264)4690 URL: http://www.hosei.ac.jp/fujimi/riim/

E-mail: cbir@adm.hosei.ac.jp

(非売品)

禁無断転載