

# 輸送経済

THE YUSO-KEIZAI

第2875号 昭和24年4月23日 (第三種郵便物認可)

12/22

平成21年  
(2009)  
(火曜日)  
週刊

## SD自社化と教育推進

### 佐川 急便 宅配増で品質向上図る

佐川急便(本社・京都)高まりから、顧客対応強と教育を進めている。市、平間正二社長)は、化に向けたセールスドら 同社は、コスト構造改革の二環で、社員やアルバイトの自社雇用を推進。ことし九月までの自社雇用総数は六万二千九十五人(前年同期比四千六百五十二人増加)。

「自社化した効果は大きく、品質面は向上して



宅配は消費者へのきめ細かな対応が求められる

いる(佐川急便)とし、自社化を宅配品質強化の戦略の柱とする。

従来、商流(トOB)が主流だった宅配便の比率も、九月までに通販市場の隆盛を背景に、一般向け(トOC)の比率が全体で三割に。

SDが一般顧客と触れる機会が増えたことから、コミュニケーション能力や運転マナーについての教育も強化する。

企業向けと異なり、一般向けの宅配業務は、荷物の延着で電話を一本入れるなどの配慮や、荷物受け取り時の対応などが重視される。

「ネット通販の拡大で、今後一般向けの仕事が増える」と、SDの自社化と顧客ニーズの変化に応じた教育を進める。(水谷 周平)