

の心技体」のフレーズを繰り返しますが、安全確保にいかに取り返し唱え続けることで、ドライバー各自に浸透してきたようです。安全管理者と衛生管理業者による安全衛生会議を毎月開き、毎回必ず何かしらの取り組みを進めています。このように自社では、コンプライアンス向上に取り組んでいますが、お取引先の協力も得られなければ完璧と言えませんが、ドライバーの労働・作業時間が長くなってしまっている現実もあります。

藤井氏

こうした状況を改善するためにドライバー個々の能力と作業の優位性を高めることで、どこにも負けないサービスを守ってくれる荷主企業とだけ取引できるような会社の実力を上げていく方針を打ち出しています。これには大変時間がかかることですが、弊社では「エコトラック」というドライバーのブランド化を推進しています。人間性に優れたドライバーを育てることに全力を注いでいます。

池田さんのお話にもありましたが、荷主や協力会社のコンプライアンスが欠如している業者の責任になってしまいます。ですから備率率を下げるといった、責任を負える範囲で事業を広げていかないと、結果顧客もいなくなってしまうので、特に気を付けています。

親しみろ」というイメージが湧かないよう努めています。エコトラックを始めたのを機に制服をスポーツウェア風にアップ一新しました。そうしたら「得意先で『この制服カッコええやん』といわれてうれしかった」などドライバーから好評でした。外見など簡単に変えられるものが内面的成長につなげることもあります。

運送事業者の地位向上が叫ばれていますが、低く見られる理由の一つには経営者とドライバーの努力不足もあると思います。自ら学び、自ら成長する姿勢を芽生えさせることは経営者も含め大事なことです。やる気のある人に場を提供することが重要と考え、資格の取得を推奨し、資金的なバックアップも行っています。このままでは10年、20年後に大型車を運転できる人がいなくなる恐れすらあります。業界全体の問題と捉え、

労働力の問題に積極的に取り組んでいきます。

奈良 藤井さんはトラック版ジョブカフェの開設を提案しています。

藤井 国交省の調査報告書は2015年にはトラックドライバーが14万1000人不足に陥ると指摘しています。運送業界のイメージについて、大学生に聞いたところ、通販サイトの「配送料無料で翌日配送」のフレーズに「低賃金と推察してしまい、事故の報道により「きつくて危険な仕事」とまさにトラック企業のイメージを抱いていました。

高度経済成長時代のトラックドライバーは花形職業でした。運転手は、希少価値が高く社会からも感謝され、大切にされていました。こうした思いを踏まえ「トラック版ジョブカフェ」の設置を提案しているのです。若者が多く集まる繁華街や車に関連した場所などに設け、トラック業界を正しく説明し、求人情報を提供する場が必要だと思っております。

直し 斎藤