

KUBOXTのビジネスモデルや取り組みが、物流会社の持続可能なサステナブル・ビジネスモデルの成功企業事例として、ダイヤモンド社発刊のビジネス本に掲載されました。

株式会社 **KUBOXT**

会社概要 「そこまでやる!」 KUBOXT 業務内容 採用情報 **KUBOXT ME**  

サイト内検索



株式会社
KUBOXT

物流会社の持続可能なビジネスモデル（四つのサステナブル・ビジネスモデル）企業事例として、当社が掲載されました

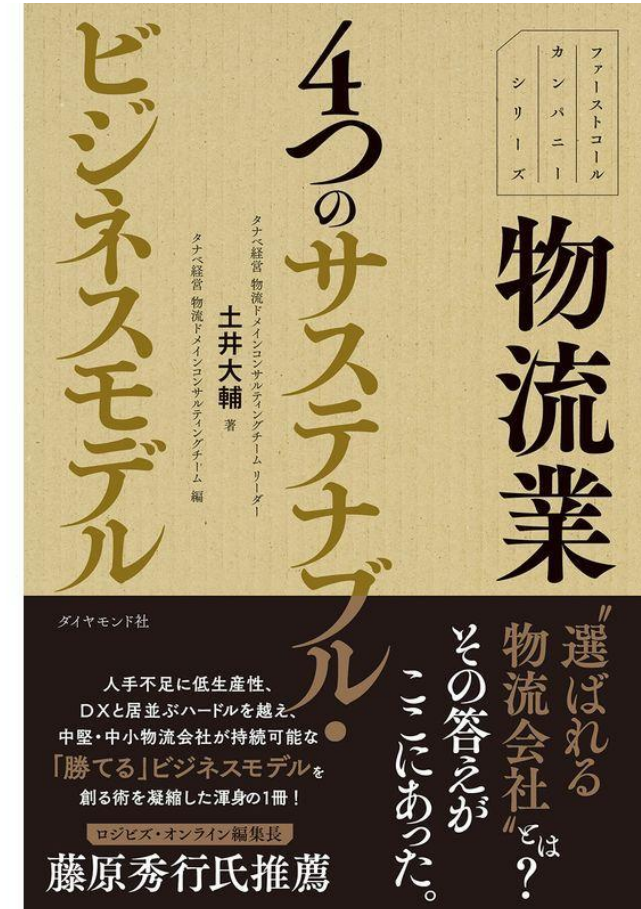
【書籍名】 物流業 4つのサステナブルビジネスモデル （発刊：ダイヤモンド社）

人手不足に低生産性、DXと居並ぶハードルを越え、中堅・中小物流会社が持続可能な「勝てる」ビジネスモデルを創る術を凝縮した渾身の1冊！

「物流を制する者が市場を制する」といわれるほど、いまや物流（ロジスティクス）を抜きにしてビジネスは語れなくなっている。本書は、自社のビジネスモデルでロジスティクスを積極的に活用したい企業経営者、物流業務改革や今後の新たな展開に向けヒントをつかみたい物流関係者、ロジスティクス市場への新規参入を目論む異業種企業の経営者や起業家、また物流に関する基礎知識から学びたいEC（電子商取引）企業の部門担当者などに向けての一冊である。

【著者紹介】

土井大輔：タナベコンサルティング 物流ドメインコンサルティングチームリーダー。大手システム機器商社を経て、2006年タナベ経営に入社。2016年より物流経営研究会リーダー就任。「物流が世の中を支えている」という想いで物流経営研究会を立ち上げ、物流業のサステナブルモデルを開発。「荷主側の経営課題」を把握したうえでの物流会社の事業戦略構築を得意とする。また、製造・卸売・小売・サービス・建設業の経営支援も数多く手がけ、熱意あふれるクライアントファーストのコンサルティングで多くのファンを持つ。



(2) KUBOXT (広島県広島市)

物流＋αモデル
倉庫管理など

トラック運送、建設資材の搬入・組み立て、産業廃棄物の運搬、

一九六三年創業のKUBOXTは、製材所の材木をオート三輪で運ぶ運送会社としてスタート。高度経済成長長期にプレハブ工法が増えるとともにクレーンを取り扱い、建設資材の輸送を始めた。

現在は、トラック運送から建設資材の搬入・組み立て、産業廃棄物の運搬、倉庫での一時管理まで、すべて自社で完結させる「ALL IN」のモデルを構築し、メーカーとの直接取引で事業を展開している。例えば、太陽光発電の設計会社から施工依頼を受けると、同社が一次下請けから輸入材料の加工まで行い、さらに、加工した材料を現地に輸送し、太陽光発電システムを組み立てるところまで請け負う。

二〇〇六年、代表取締役社長に就任した久保満氏は、二〇一五年に社名を久保運送からKUBOXTへ変更し、「そこまでやる！」という社訓を制定した。

その理由の一つは、同社の事業が「物流」というカテゴリーに入りきらなくなったため。もう一つの理由は、従業員一人ひとりが「運送」という枠にとらわれることな

く自由な発想で働き、それぞれに新しい仕事を発見してほしいと考えたからだという。「仕事」をもっと広い視野で見つけていく意志を持ってもらうためのインナーブランディングであり、同時に、運送以外の仕事もより積極的に手掛けていくという意思を見せるアウトワーディングでもある。

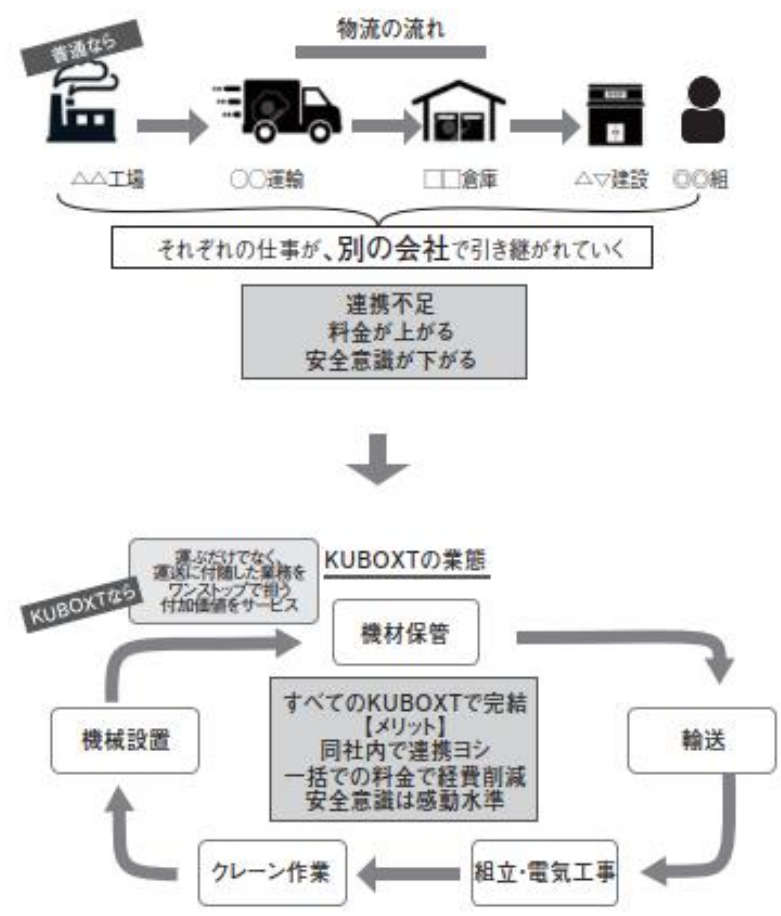
顧客から要望を受けたとき、「自社では手掛けていないサービスなので、できません」と答えるのではなく、「どうすればかなえられるのか、他にやり方はないかを考え出す。「できないのなら、できるようにすればいい」「道がないなら、道をつくらう」という考え方が、「そこまでやる！」スピリッツなのだ。

顧客のために、最初から最後まで責任を持つ。これがKUBOXTのALL INである。一般的な建設のフローでは、図表3・13の「普通なら」のように、さまざまな会社が仕事を引き継ぎながら、一つの現場を完成させていく。その場合、どうしてもつなぎ目で連携が不足し、料金が上がり、安全や品質基準も各社バラバラになってしまう。

しかし、KUBOXTは、運送に関わる周辺の仕事を、すべて自社の社員・車両・施設で請け負う。ワンストップ対応による情報共有で、荷主の手間と経費を削減し、安全や品質の基準も高いレベルで保つことができる。



図表3-13 「ALL IN」のメリット



出所:KUBOXT提供資料

久保氏は「本業を離れず、単に本業を続けず、本業の中身を変える。自分たちの本業をおろそかにせず、他社にはまねができない付加価値を加えて進化していく」と話す。

また、「品質とは、人の品格と作業の質である」という考えのもと、物流業を担う人材のレベルを上げ、単なる運送業務ではなく、「運送に付随した価値」を提供し、さらに「運送が付随した価値」を生み出している。「運送に付随した価値」とは、ピッキング作業などであり、「運送が付随した価値」とは資材の組立・設置や工事など、通常なら異業種と捉えられるレベルでの前後工程である。

この独自性により、同社は荷主の効率化を実現して信頼を勝ち取り、価格競争からの脱却と高収益モデルを実現している。

KUBOXTのビジネスモデルは、一朝一夕で確立されたものではない。経営環境が悪化したときも、攻めの姿勢でさまざまなことに取り組んできた成果である。同社が継続して取り組んでいる「攻めの取り組み」は次の三つだ。

①ブランディングの強化

「人（社員・顧客）が集まる会社」を実現するための企業ブランド力の強化である。社



内外に自社の現状をリアルに伝えるため、ホームページや会社案内ツールを刷新し、社内報やインナーブランディングブックを作成。社員一人ひとりの活躍にフォーカスしたブランディングを行っている。

また、ブランド・マネジャー制（新商品開発から損益責任、ブランドエクイティの構築までを、一名の責任者が一貫して担う、ブランドマネジメントの組織形態）を導入し、「選ばれる採用」を強化している。人が集まる会社は、「価格やモノ」ではなく、「価値」で選ばれるのである。

②社員の働きやすさの向上と業務見直し

同社の理念は「社員の幸せの実現」である。そのため、新型車両を導入して業務効率を高めたり、拠点を増設して働きやすい環境を整備したりしている。

また、意思決定スピードの迅速化や非付加価値業務の見直しのため、権限と責任を明確にしながら事務管理部門を強化し、独自の能力評価制度を策定するなどの制度整備を行い、現在はホールディング会社を設立してグループ経営体制を構築している。

③人材採用と育成への資源配分

同社が最上位概念に掲げているのは「人材採用と育成」。自社の未来を左右する重要な取り組みと位置づけている。ただし、必要な人員を集めるのではなく、理念に共感する仲間を集めて成長することを必須としている。「頭数（あたまかず）ではなく心数（こころかず）」が大切なのだ。

「人の成長が会社の成長」という信念のもと、全社員を対象として安全対策や顧客満足度に関する研修を月1回実施。また、社員の資格・免許取得にかかる費用は、同社が全額サポートしている。中途入社者の八割は、建設・製造・卸売・小売りなど異業種からの入社であり、入社後の離職率は七パーセント程度であるという。

現在、久保氏があらためて全社員に発信しているメッセージは、「キラリと光る」「あぜん・あいさつ・ありがとう」だ。

物流業界は、「元請けと下請け」の構造が他業種より明確である。下請けの世界では質より量を求め、ひたすら量を求める集団のなかで価格競争を繰り返しがちである。そのようなステージでは、待遇・働きがい・将来の保障など、会社の魅力が低い。

同社は、元請けとして荷主が求める「品質」（品≡人の品、質≡作業の質）をじかに感じ取り、何をすべきかを考えて行動に移すことで、顧客から「選ばれる」立場にこだ



わっている。同業他社との差異だけではなく、キラリと光る「唯一無二の新しい価値」を創造するということである。

そのために、基本動作と言える「あんぜん（歯止め・バック三原則・車間三秒・信号停止時車間五メートル）」「あいさつ（礼節ある元気）」「ありがとう（相手の立場・思いやり・高い技術）」を、キラリと光るレベルに高めるといふ原点回帰を推進しているのである。



物流業 4つのサステナブル・ビジネスモデル
土井 大輔著 ダイヤモンド社 より

新拠点！中日本FACTORY（岐阜）2023年7月始動！



ご案内・ご見学受付中！お問い合わせは、こちらへ。

電話でのお問い合わせ

082-277-0440（本社）

0749-74-8088（滋賀）

月曜日～土曜日

ホームページからのお問い合わせ

<https://kuboxt.net>

お問い合わせフォームから

資料請求・お問い合わせができます。資料の郵送も承ります。