



「この商売、お客さまへの迅速な対応が一番。
それを可能にしてくれるのが携帯電話です」

株式会社裕登商事 代表取締役 古川 美弘さま

「キッチンヒロ」を運営する株式会社裕登商事 代表取締役 古川美弘さまに、ソフトバンクモバイル（以下 ソフトバンク）の携帯電話を選んだ理由や活用の仕方などを詳しくお聞きしました。

株式会社裕登商事について

お客様の「美味しかった」の一言が聞きたくて、古川美弘さまが平成元年に八王子市で開業した仕出し弁当の製造・販売会社。西東京エリアに約500社の固定顧客を持ち、1日約4000食を提供している。経営モットーは「信頼され心から喜ばれる」。従業員数は約70人。
URL: <http://k-hiro.biz/k-hiro/index.php>

仕出し弁当の配送と携帯の役割

— 仕出し弁当の受注から生産、配送までの流れを教えてください。

基本は固定ルート配送です。固定客のオフィスや工場などに日替わり弁当のメニュー表を配布し、当日10時までに電話やファックスで注文をもらいます。

1日約4000食を作っていますが、昼の弁当がほとんどなので、生産も配送も業務は集中します。注文の数が確定するのは10時

ですが、配送の時間が必要なので、毎朝その日の数を予測し、見込みに基づいて9時までは弁当を作ってしまいます。

出来上がった弁当を20台の配送車に順次積み込み、9時半までには各コースに分かれて配送に出かけます。



キッチンヒロの会議用のお弁当

— 注文が確定しないうちに配送車は出かけてしまうのですか。

そうです。地元の八王子市内だけでなく、青梅市、昭島市、日野市、神奈川県相模原市、埼玉県飯能市などもエリアにしているため、配送には時間がかかります。注文数が確定してから出かけると時間の余裕がなくなり、どうしても運転が粗くなって事故につながる危険も出てきます。リスクを防止するうえで、時間に余裕を持たせることが必要なのです。

— そうした配送業務で、携帯電話を使用しているのですか。

はい。そこで、携帯の出番になります。10時に確定した顧客ごとの注文数、そして締め切り後の追加、変更情報などを本社から携帯で配送員に流します。積み込んだ数より実際の注文数が多くて足りない場合は、数に余裕のある隣接コースに連絡したり、本社から追加便を出して対応します。

配送員のミスでお届けした数が足りなかったというケースもたまにあります。お客さまから本社に入った連絡をすぐに携帯で配送員に伝達することで、迅速な対応が可能になります。

配送が終わると、配送員は本社に携帯で業務終了報告を入れます。

ソフトバンク携帯電話導入の経緯

— 配送業務に最初から携帯を使われていたのですか。

開業して4～5年で配送コースもいくつかでき、配送中の連絡手段が必要ということで車内無線を導入しました。携帯がまだないころです。

携帯が普及してくると当社の社員も携帯を持ち始めたので、無線はやめ、社員が所有する携帯を利用することにしました。会社の固定電話をフリーダイヤルにして、配送員から会社への通話料は会社が負担するやり方です。

そして2年前から、ソフトバンクさんと契約して会社の携帯を使うように改めました。

— 個人の携帯を会社の携帯に切り替えられた理由は何でしょうか。

個人の携帯を業務に使うのは良くないと考えていたところに、たまたまソフトバンクさんの代理店から提案を受けました。フリーダイヤルで個人の携帯を使うより、会社として携帯を契約したほうが通信費の削減になるということだったので、それならと決めたわけです。

— 現在のソフトバンク携帯の利用状況を教えてください。

ホワイトプランで21台を契約しています。固定電話のフリーダイヤルはやめ、配送員との連絡用に、本社の社員もソフトバンクの携帯を使っています。私用電話は禁止しているので、ほとんどは基本使用料のみで収まっています。

— ソフトバンク以外の携帯会社との比較検討はされましたか。

他社からも見積もりをもらって比較することはしませんでした。他社の携帯よりソフトバンクさんのほうが安いというイメージがあったので、簡単に決めてしまいましたね。提案を受けて、次に来られた時には契約できたので、対応もとても早くスムーズでした。

ソフトバンク携帯導入による効果

— 業務面での改善効果はありましたか。

個人所有のものから会社の携帯に切り替えたことによる業務の改善効果としては、本社と配送員との連絡にかかるスピードがアップしたことででしょうか。

それまでは本社側は固定電話で対応していたので、電話がかかってきたとき、お客さまからの電話なのか配送員からの電話なのかはすぐにはわかりませんでした。ソフトバンク携帯を導入してからは、本社でも配送員との連絡に携帯を使い、さらに配送コースごとに割り当てているので、すぐに要件を伝えることができます。

— コスト削減という点ではいかがでしたか。

本社にいる社員数人にも、ソフトバンクの携帯を持ってもらうことにしたので、これまでかかっていた固定電話から配

送員の携帯への電話代がいらなくなりました。これが一番大きいでしょうか。

配送員から本社への電話代も、ビジネスタイムなら1台あたり月額980円で収まるホワイトプランにより、それまでの固定電話にかけていた電話代よりも安くなりました。

全体としてみると1割以上のコスト削減にはなっていますね。

— 会社の携帯を使うようになった社員の方の反応はいかがですか。

私用で使う携帯と会社の業務で使う携帯を完全に分けることができるようになりましたので、喜んでいます。

2年間使い続けての評価と今後の期待

— 2年間使われたソフトバンク携帯への評価はいかがですか。

八王子を中心に西東京の広い地域に配送しているので、最初は電波が届かないエリアがあると嫌だなと思っていました。しかし、実際に届かない地域はごくわずかで、それも配送車が2～3時間走っている間のほんの1分程度でしかなく、不便を感じるということはありません。代理店だけでなく、ソフトバンク本体の営業の方にも来ていただけるようになって、対応には満足しています。



「使う前はエリアが心配でしたが、実際は不便を感じることはありませんでした」(古川さま)

— 今後の展開で考えていることはありますか。

iPadの利用ですね。営業に持たせて、パンフレットの代わりにiPadでお客さまにメニューを紹介できれば、新しい販促ツールになるのではないかと考えています。つい先日1台iPadを契約したので、まずは使ってみて、これから用途を研究するところです。

— ソフトバンクへの今後の期待をお聞かせください。

そうですね。たとえばiPadなど新しい端末について、アプリの紹介なども含め、使いこなせるまで指導していただけると嬉しいです。どうぞ、よろしくお願いします。

※ 取材日時 2011年3月

※ 本文中の数値、情報はいずれも取材時のものです。