

運輸安全マネジメントに基づいた 持続可能な行動変容モデルの構築

WG01 事故撲滅と実現のための管理者、乗務員教育



事故撲滅と実現のための管理者、乗務員教育

事故撲滅に向けた管理者育成、乗務員の安全教育、行動変容を伴った、
運輸安全マネジメントの対応の具体的な行動プランを取りまとめる。

WG01参加メンバー（順不同）



事業者会員 12社

株式会社アルプスウェイ
茨城乳配株式会社
梅田運輸倉庫株式会社
株式会社SHINKOロジ
株式会社セイリョウライン
センヨシロジスティクス株式会社
中部興産株式会社
株式会社ハルテGC
株式会社フジトランスライナー
松浦通運株式会社
株式会社丸山運送
ロジスティード株式会社

サポート会員 9社

SCSK株式会社
ジャパン・トゥエンティワン株式会社
筑波大学
東京海上スマートモビリティ株式会社
日本ミシュランタイヤ株式会社
株式会社ネミエル
株式会社パトライト
矢崎総業株式会社
リアライズ・イノベーションズ株式会社

今年度(2024年度)の進め方



昨年度の実証実験からの気づき

- ・指標としてきた運輸安全マネジメントガイドライン14項目の更なる追求
- ・WG内外の事業者会員と議論を深め、それぞれの会社でも可能なモデルかを検証

運輸安全マネジメントに基づいた安全教育の水平展開

- ・23年度にまとめた行動変容モデルを他社、同じ会社内の他拠点に展開できることを確認、ブラッシュアップ
- ・様々な規模の会社でも安全対策として機能することを確認
- ・製品を導入することだけでなく、使うための仕組みやそれぞれの会社内に浸透させるためのノウハウ

更なる取り組みの拡大

- ・TDBC Forum以外にも、WG01主催のセミナーを開催するなど成果のアウトプットを発信
- ・物流関連2法の改正への対応と元請け・荷主・行政への積極的働きかけ
- ・ガイドラインの概念を具体的な行動変容モデルの確立へと昇華

2024-25 WG01 活動方針



発荷主・着荷主

働きかけ

プラットフォームの形成
(誰にでも刺さる取り組み)

フィードバック

システムを用いた安全教育指導



グッドプラクティスの共有



別拠点への
水平展開



別拠点への
水平展開



【土台】

運用ルールの徹底力、及びその文化醸成



交通ルール順守

安全管理システム活用

安全規則遵守



客先ルール遵守

当たり前のことをやる

運転ルール順守



【見えてきた課題と今年度取り組むべき活動方針を設定】

- ・荷主と連携した、より安全に配慮された物流体制の構築
- ・拠点毎の工夫による安全活動を尊重しつつ、固定化された習慣を見直し組織としての最適化を実現
- ・1つのソリューションが万能ではなく、継続的な運用の見直しにより土台となる企業文化の醸成

取組み体制		活動開始時(実態)	今回の目標(仮説の検証)
荷主連携	サポート: ジャパン・トウエンティワン株式会社	単なる「モノを運ぶ」業者として、発注・受注の取引関係の中で輸送スピードとコストが重視され、荷主との情報連携・安全対策は限定的	プロフィットセンターであり、ブランド発信の重要なファンクションの1つとして荷主からも積極的に安全に関与
個から組織への展開	サポート: ロジスティード株式会社 株式会社アルプスウェイ センヨシロジスティクス株式会社	現場の創意工夫が活かされ、現場の課題に素早く対応できる即効性がある一方、ノウハウが属人化され効果測定や標準化が難しい	全体的な標準化・効率化が可能で、データ活用やDX推進と親和性が高く経営課題と連動した中長期的な改善がしやすい
運用ルールの徹底	サポート: 矢崎総業株式会社 ロジスティード株式会社 株式会社アルプスウェイ 株式会社SHINKOロジ センヨシロジスティクス株式会社 松浦通運株式会社	運用ルールの背景にある「事故防止」「法令遵守」などの目的が意識されなくなり、かたちだけの作業になる	「自分たちが守るべきルール」として運用されることで、現場が主体的に動くようになり、またトラブル時の迅速な対応が可能

ビジョン

運輸安全マネジメント制度に基づいた、安全教育モデル普及

業界全体の安全意識向上

交通事故ゼロ企業の増大

活動の“当たり前”化

モデルの確立と認知拡大

更新・荷主を巻き込んだ取り組みへと昇華

課題への対応とモデルの再現性確認

更新・運輸安全マネジメントに基づいた安全教育の水平展開

更新・更なる取り組みの拡大

運輸安全マネジメントに基づいた持続可能な行動変容モデルの構築

- ・3つのソリューションを検証
- ・検証結果から運転行動の変化を起こすための要素を抽出

フェーズ1

2023-24

フェーズ2

2024-25

フェーズ3

2025-26



各社取り組み(ジャパン・トゥエンティワン)

ファミリーマート様 配送パートナーを巻き込んだ安全対策

なぜやるか

✓ 重大事故の撲滅

配送中の**重大事故**は命に関わるだけでなく、取引停止や社会的批判を招く恐れがあります。
事故ゼロを目指すことで、すべての関係者の安全と信頼を守ります。

✓ ブランド毀損リスクの減少

配送車両による事故やトラブルは、**SNS等で瞬時に拡散され企業イメージに直結**します。
安心・安全な配送体制は、ファミリーマートブランドの信頼維持に欠かせません。

✓ 急ぐ運転から、譲る運転への考え方変革

時間厳守だけを重視する風土は無理な運転を助長します。
“安全最優先”の意識を共有し、思いやりある運転文化への転換を図ります。

どのように進めたか

ステップ	内容	目的／意図
方針提示と導入決定	荷主として、モービルアイの導入方針を発信	「重大事故の撲滅」「ブランド毀損リスクの低減」を荷主責任として明確に
パートナーとの共有・合意形成	センター長会議等で取組意図を説明、導入目的を周知	パートナー企業やドライバーとの認識共有と協力体制づくり
教育・初期啓蒙活動	ドライバー全員に対し導入時教育を実施 (動画視聴、目的説明、個別面談含む)	モービルアイの機能だけでなく「譲る運転」への意識改革を促す
運用開始と数値モニタリング	警報数を定量的に記録・ランキング化 センター別・ドライバー別で管理	単なる導入ではなく「改善の見える化」による継続的意識付け
定期フィードバックと評価制度化	コンクール形式でセンター・ドライバーを表彰、好事例を共有	自発的な改善意欲を刺激、全体最適を目指す文化へ昇華
個別指導と改善支援	警報ワースト者に対し個別指導・同乗指導を実施	全体平均ではなく「個別最適」を重視した実践的アプローチ

活用を深めることによる変化を具体的に示す

モバイルアイ警報数ランキング(5月)

順位	区分	センター	警報数 (100km平均)
1			2.9
2			3.7
3			4.6
4			5.4
5			5.7
6			6.9
7			7.4
8			9.8
9			11.7
10			12.5
11			14.5
12			15.0
13			16.9
14			18.1

(学び) モバイルアイの警報数はセンターの取組みにより上下する

FMからセンターへ定期的なアプローチが必要



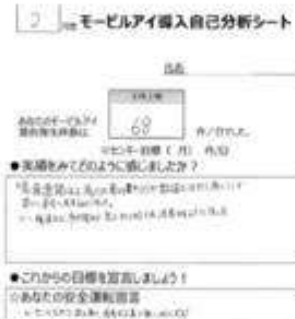
警報数が少ない、**センター**に訪問し取り組み事例を横展開

配送パートナー毎の現場に合わせた工夫された安全教育指導が行われている

モバイルアイ取り組み状況①

【事例】

乗務員全員に自己分析シートを使用して自身の運転について、分析してもらう機会を作る



【事例】

エクセルシートを活用して警報数他者と比較するのではなく自身の減らすよう指導



モバイルアイ取り組み②

【事例】

運営会社様で作成された個人別の警報数データを見える化し、個別指導をされている



【事例】

3月途中経過結果の貼り出し
警報数が多いドライバーにはデータを見せて個別指導を実施

ドライバー	3月1-15日	3月16-31日	計
Aさん	143.8	20.1	123.7
Bさん	118.3	25.5	92.8
Cさん	106.4	15.8	90.6
Dさん	112.2	43.8	68.4
Eさん	136.5	72.3	64.2
Fさん	25.9	12.7	63.2

02/28

モバイルアイ取り組み状況③

【事例】

モバイルアイについての情報発信場所がしっかりと固定されており、関係会社のデータも掲示されています

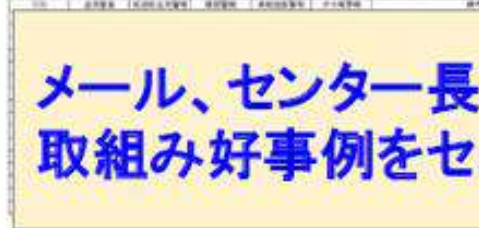


モバイルアイ取り組み事例紹介④

【事例】

冷凍センターはモバイルアイのデータが取得できないため、独自ヒアリングシート作成し取組み

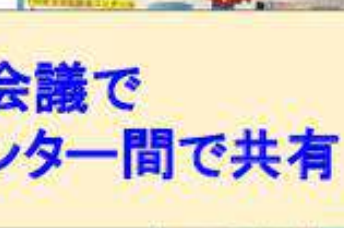
【モバイルアイ】ヒアリングシート



【事例】

モバイルアイデータと管理者コメントと共に掲出、掲示板に目がとまる工夫有
警報多発地点をランキング化し共有

【モバイルアイ】ヒアリングシート



メール、センター長会議で
取組み好事例をセンター間で共有



コンクール形式でセンター全体・個人の努力を促進

定温部門(警報数)

	センター名	11月1日~30日
	平均	18.9
1位	東武東上線	3.8
2位	東武東上線	6.0
3位	東武東上線	7.6
4位	東武東上線	10.6
5位	東武東上線	13.7
6位	東武東上線	14.3
7位	東武東上線	15.2
8位	東武東上線	16.3
9位	東武東上線	17.6
10位	東武東上線	19.8
11位	東武東上線	19.8
12位	東武東上線	21.2
13位	東武東上線	21.6
14位	東武東上線	25.6
15位	東武東上線	31.1
16位	東武東上線	32.0
17位	東武東上線	43.0
18位	東武東上線	46.4

定温部門(改善率)

	センター名	4月~6月平均	11月1日~30日	改善率
	平均	23.3	18.9	82.1%
1位	東武東上線	10.8	3.8	34.8%
2位	東武東上線	31.9	17.6	55.2%
3位	東武東上線	24.1	13.7	56.8%
4位	東武東上線	23.1	15.2	65.8%
5位	東武東上線	15.7	10.6	67.5%
6位	東武東上線	19.7	14.3	72.6%
7位	東武東上線	27.6	21.6	78.3%
8位	東武東上線	20.8	16.3	78.4%
9位	東武東上線	23.2	19.8	85.3%
10位	東武東上線	6.9	6.0	87.0%
11位	東武東上線	24.0	21.2	88.3%
12位	東武東上線	50.7	46.4	91.5%
13位	東武東上線	33.6	31.1	92.6%
14位	東武東上線	27.4	25.6	93.4%
15位	東武東上線	44.0	43.0	97.7%
16位	東武東上線	7.7	7.6	98.7%
17位	東武東上線	31.9	32.0	100.3%
18位	東武東上線	19.4	19.8	102.1%

常温冷凍部門(警報数)

	センター名	11月12日~30日
	平均	26.7
1位	東武東上線	3.2
2位	東武東上線	3.5
3位	東武東上線	11.2
4位	東武東上線	18.0
5位	東武東上線	18.6
6位	東武東上線	24.6
7位	東武東上線	36.0
8位	東武東上線	41.8
9位	東武東上線	46.6
10位	東武東上線	47.5

コンクール形式で管理者・ドライバーの努力を促進

定温部門(警報数)

センター名	11月1日~30日
平均	18.9
1位	3.8
2位	6.0
3位	7.6
4位	10.6
5位	13.7
6位	14.3
7位	15.2
8位	16.3
9位	17.6
10位	19.8
11位	19.8
12位	21.2
13位	21.6
14位	25.6
15位	31.1
16位	32.0
17位	43.0
18位	46.4

定温部門(改善率)

センター名	4月~6月平均	11月1日~30日	改善率
平均	23.3	18.9	82.1%
1位	10.8	3.8	34.8%
2位	31.9	17.6	55.2%
3位	24.1	13.7	56.8%
4位	23.1	15.2	65.8%
5位	15.7	10.6	67.5%
6位	19.7	14.3	72.6%
7位	27.6	21.6	78.3%
8位	20.8	16.3	78.4%
9位	23.2	19.8	85.3%
10位	6.9	6.0	87.0%
11位	24.0	21.2	88.3%
12位	50.7	46.4	91.5%
13位	33.6	31.1	92.6%
14位	27.4	25.6	93.4%
15位	44.0	43.0	97.7%
16位	7.7	7.6	98.7%
17位	31.9	32.0	100.3%
18位	19.4	19.8	102.1%

常温冷凍部門(警報数)

センター名	11月12日~30日
平均	26.7
1位	3.2
2位	3.5
3位	11.2
4位	18.0
5位	18.6
6位	24.6
7位	36.0
8位	41.8
9位	46.6
10位	47.5

安全運転 = 守らないといけないルール

考え方を転換

目指すべき成果・誇れる行動

効果	ポイント	説明
動機付け	表彰という「ポジティブな刺激」	単なるルール遵守でなく、「評価される・認められる」ことで、ドライバーの内発的動機を引き出す。
可視化と納得感	データに基づく「見える化」	警報数や改善率など客観データで競うため、公平性と透明性があり、反発や不満が生まれにくい。
競争による全体最適化	健全なセンター間・個人間競争	成績が公開されることで、センター全体・個人レベルでの努力を促進。「うちのセンターもやろう」という空気を生む。
横展開される	好事例の共有を促す構造	上位成績者による取り組み発表をセットにすることで、他センターが具体的に真似しやすく、全体底上げが進む。
荷主としての関与姿勢を示せる	主導的に関わる「巻き込み型」の運営	荷主が一方向的に指導するのではなく、成功と一緒に喜ぶスタッフが協力関係を築きやすくする。

モバイルアイを活用する目的・目標、具体的なアプローチ方法を共有

①目的や目標を共有する

最終目標：重大事故の撲滅
人身事故0件 前方事故0件

・導入効果

①FMブランド棄損リスク減少

②事故対応時間の減少

事故毎に配送会社、ファミリーマート物流運行部で事故処理、原因追究、再発防止に膨大な時間を費やしている

⇒モバイルアイ導入により生産性向上、安全運転教育への
 取組み時間増

③行動変化を具体的に示す

モバイルアイ = 運転の考え方改革

"急ぐ" 運転から、**"譲る"** 運転へ

(焦る)
 周り = 見えない
 車間 = 詰まる = **警報**



(落ち着く)
 周り = 見える
 車間 = 空く = 抜かれる
 お先にどうぞ



②効果を出す方法を共有する

★モバイルアイ搭載の最大限の効果を得るためには、

導入時、導入後のドライバーへの教育が極めて重要！！

■導入時教育 ⇒ 全ドライバーへモバイルアイの機能と導入目的を教育必須

・教育内容：①モバイルアイの機能説明動画の視聴

②導入目的の説明

・教育方法：月次の重要教育事項と同様の形で教育

ドライバーミーティング(全体、個別)

ドライバー個別面談

※重要教育事項と同様に**ドライバーのサイン取り実施**

④具体的な指導ステップを示す

ドライバー別データによる、個別指導(面談/同乗)が有効

(全体数値の掲示や、朝礼などの指導は効果が低い)

①	②	③	④	⑤
目標管理	指導 (全体)	警報ランキング 張出し	警報ワースト者徹底指導 指導 (同乗教育)	警報ワースト者徹底指導 指導 (個別指導)
警報件数の目標を設定 週次、月次で進捗管理	朝礼、ドライバーMTG にてモバイルアイの目的、 機能、安全について指導	警報ランキングを 点呼場に張出し、 ワースト者に指導	警報ワースト者に対し、 同乗教育にて、車間距離、 安全運転の指導	警報ワースト者に対し、 個別面談にて、車間距離、 安全運転の指導
導入当初 : 70件/日人 ~3か月 : 50件/日人 4か月以降 : 20件/日人				



各社取り組み(矢崎総業)

【総評】 今回の取組成果

トツプマネジメント

横つながり

オフラインコミュニケーション

辛抱強く向き合う

文化醸成

2024-25 WG01 活動方針

発荷主・着荷主

働きかけ

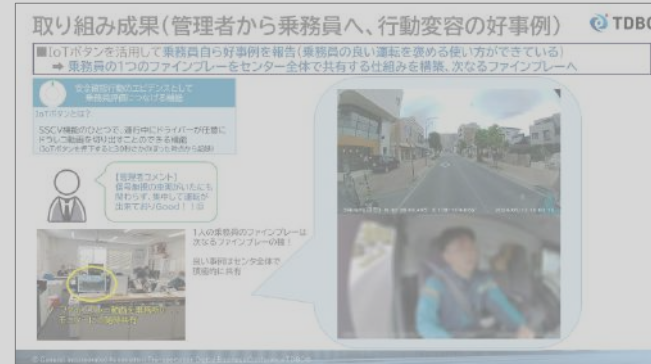
プラットフォームの形成
(誰にでも刺さる取り組み)

フィードバック

システムを用いた安全教育指導



グッドプラクティスの共有



別拠点への
水平展開



別拠点への
水平展開



【土台】

運用ルールの徹底力、及びその文化醸成



交通ルール順守

安全管理システム活用

安全規則遵守



客先ルール遵守

当たり前のことをやる

運転ルール順守



24年度時・運用課題まとめより抜粋

前年度見えてきた運用課題に対して、今年度は解決に向けたアクションを実行

課題	解決策	実現可能性や難易度
時間的制約	- 簡潔で効果的な教育マニュアルの作成	本社管理部門で作成するなどの対応ができそう
	- eラーニングやオンデマンドトレーニングの導入	比較的取り組みやすいがコストがかかる
リソースの不足	- 他部門との協力や外部講師の活用	スモールスタートなら取り組める可能性がありそう
	- 予算配分の見直しと本社との協議	多くは半年～1年に一度のため、時間がかかる
コミュニケーションのギャップ	- 定期的な会議やフィードバックの実施	仕組化・ルール化することで、すぐに実現できそう
	- 現場からのフィードバック収集と本社への報告	ルール作りが必要だが、すぐに取り組めそう
モチベーションの維持	- インセンティブ制度の導入と表彰	制度設計の作りこみに時間がかかりそう
	- 安全運転の重要性や成功事例の共有	週・月に1回など、すぐに取り組めそう
継続的な教育の難しさ	- 教育内容の定期更新と新知識・技術の取り入れ	担当者を決める等は必要だが、取り組みやすそう
	- 柔軟な教育計画の策定	具体性によるが、月次の計画からなら可能そう
データ管理と分析の負担	- データ収集の自動化と分析ツールの導入	手段の選定やコストなど、検討する項目が多い
	- 専門スタッフの配置	すぐに取り組むことは難しい、コストもかかる
現場管理者への支援策	- 現場管理者へのトレーニング提供	本社の取組みをシェアするなど、すぐにできそう
	- 専門安全管理チームの設置	多くの人、チームを巻き込むので時間がかかりそう
	- 安全管理ツールやアプリの提供	本社で使用しているものはすぐにシェアできそう
	- 目標や進捗状況の可視化	KPIを設定し、エクセルなどで開始できそう

3つの課題の共通項は『運用』であるため、以下施策を実行

概要

特定拠点における運用課題をモデルケースに運用改善（ルール、システムなど）
 ※具体方法：**WG01内の他事業者会員との意見交換、並びに事例を元に運用改善していく**

取組企業 ※順不同

課題ヒアリング 松浦通運株式会社 MATSUURA EXPRESS CO., LTD.

- ・課題：運用ルールの徹底
- ・期待：作業、荷待ち時間改善、安全面向上
- ・詳細：飼料運搬の付帯作業でタンク昇降・開閉に関する部分にてルールの徹底等（飼料配送の共通課題）

【飼料運搬のプロセス、並びに基本ルール】

工場から飼料受け取り ⇒ 車庫の上にのぼって飼料を入れる
 ⇒ 農家に運ぶ ⇒ 農家タンクに入れる
 ※農家タンクに入れる際、タンク上の蓋を開ける必要があり、それはドライバーがヘルメット、安全帯を装着の上、登って空けるプロセス

【解決したい課題】運用ルールの徹底

スピードを意識する、もしくは慣れから安全帯を付けないドライバーが存在するのではないか（推定3割ほど）
 解決したいこと：安全帯をつけていただくルールの徹底 ※落ちてしまう頻度：3年に1回くらい

過去取組内容：①運搬時、別の人間がついていく ⇒ コスト面 × ②農家側にタンクを新しくして頂く ⇒ コスト面 ×
 ③ドラレコなどの動画でチェックも過去検討したが、あまり運用に乗らず。



課題ヒアリング 株式会社 アルプス ウェイ

- ・課題：構内バック時の安全確認方法の変更
- ・期待：事故減少、防止

・【解決したい課題】新しい運用ルールの徹底

Asis：構内 or お店でのバック時、扉を開けて後方確認しながらバックする
 Tobe：窓開け⇒顔出し⇒ミラー⇒バックモニターというプロセスでバックする

・きっかけ：

- ①教習所にヒアリングしたところ、Tobeの方法のほうが良いのでは？とアドバイスを受ける
 ※観点：体がぶれないので安全ではないか
- ②後退事故要因：『扉をあけて後ろをみる』のパターンが多い

・状況：昔から『Asis』をやっているから中々変更できていないドライバーが多い

・現状：できている方々 or Not=5:5くらいの感覚



課題ヒアリング SHINKO Logistics

- ・課題：運用改善（ルールの徹底や行動を促す）
- ・期待：業務効率化、管理者指導能力・乗務員安全意識の向上
- ・【解決したい課題】システム活用、並びに運用ルールの徹底

●システム（安全向上のための手段） ※荷主さんにより装備品が異なるため、それぞれ記載

【荷主ケース①】コンビニさま：デジタコ、モバイルアイ、スマートウォッチ ※荷主さんからの依頼で装着
 【荷主ケース②】スーパーさま、薬局さま：デジタコ、スマートウォッチ ※荷主さんからの依頼で装着
 【共通】危険運転チェック：DSM カメラ5個（脇見、速度超過、急加減速のチェック）の動画を営業所、本社にてチェック

●運用に載せたもの＝社則：10則（安全に関する内容）の徹底 ※過去の事故原因を元に作成

- ①乗務前、十分な睡眠をとる
- ②乗務時は周囲の安全確認をする
- ③乗務時、指差し・放物で左右と車庫前後の安全確認をする
- ④走行時はシートベルトを着用します。
- ⑤走行時はかみしれない運転で防衛運転をします。
- ⑥右折時は直進者優先と歩行者の安全確保をします
- ⑦左折時は左後方確認と歩行者の安全確保をします
- ⑧一時停止場所は完全停止して安全確認をします。
- ⑨後退時は安全確認後にギアを入れ、再度安全確認後、3キロ以下で走行します。
- ⑩前乗り前下り時は再度ブレーキの二段引きと輪留めをします。

運用にのっている感覚値：3-4割



課題ヒアリング センヨシ ロジスティクス SENYOSHI LOGISTICS

- ・課題：ABC理論 当たり前のことをバカにしないでちゃんとやる
- ・事例：交通ルール、社内ルール、客先ルールを真摯に受け入れる、そして実践する
 - ・車両管理 ※ 給油、4S（修理整備）施設、洗車、日常点検完全実施で車両状態の把握
 - ・事故は他人事になっている。自分がやらなきゃと管理職の言葉は届かない、響かない。
 - ・ながら運転になっている。スマホや飲食

・事故要因：①複合的要因の可能性は否定できない

- ・時間に余裕がない（せつから運転） 着荷主の指定時間に決められていて余裕がない
- ・猛暑の中、気温、湿度が高い車庫に於いて長時間の荷役作業（フォークリフト、手積み作業）があるため、作業優先となり熱中症のリスクが増加している。その先に急降走行、暴走運転に陥る
- ・運転中は一服タイムだ プロ意識欠如

・②自ルールが強い。環境の変化（新しいルール）に抵抗がある2：6：2の法則でパフォーマンスをあげる活動。

- ・目標や課題に反応出来ない社員は2割いる。平均値を底上げする活動が課題 ※例）SSCVインシデント多発者
- ・定期会議、個別教育、Web配信、実車訓練、研修派遣、セミナー、資格制度など通して管理職、ドライバーの意識向上に努めている
- ・SSCV活用一択として
- ・管理職：放言は意味をなさない。数値、データを伝えた確かな指導が必須。
 - ・オセロのように黒が白にならない。グレーゾーンの指導態度と事例把握が大事。
 - ・ドライバー：アラートを発報させない運転を意識して身に付けることでスキルとなる。
 - ・学習型テクノロジーの仕組みを受け入れさせる。

・Target：①全体の約2割の方 ※割合＝8:2＝550名:100名ほど ⇒ 約2割の方々の共通点：SSCVの数値も低い
 ②課題がある車両：53台 ⇒ 休曜日（日曜）に抜き打ちチェックをした結果



取り組み時の参加人数と様子



議論対象
開催場所



八潮営業所・埼玉県八潮市新町38



本社・群馬県伊勢崎市西久保町2丁目222-1



本社・長野県松本市和田南西原 4010-28

合計：12名

SHINKOロジ：3名、センヨシ：3名
アルプスウェイ2名、TDBC事務局：1名
ロジスティード：2名、矢崎総業：1名

合計：10名

センヨシ：4名、アルプスウェイ2名、
TDBC事務局：1名
ロジスティード：2名、矢崎総業：1名

合計：14名

アルプスウェイ4名、センヨシ：4名
SHINKOロジ：2名、松浦通運：1名
TDBC事務局：1名
ロジスティード：1名、矢崎総業：1名

※敬称略・順不同
参加者

開催時の様子





課題

システムの活用、並びに安全管理ルールの運用徹底

実行プラン策定

①改めて浸透に向き合う

安全管理ルールなどを記載した
リーフレット作成

②『褒める』ことへの取組

施策を検討中



進捗

①改めて浸透に向き合う

配布して浸透中

②『褒める』ことへの取組

- ①安全会議内での賞賛
- ②現場主体で安全キャンペーン



課題

当たり前のことをバカにしないでちゃんとやること

実行プラン策定

①危険運転を減らす (SSCVでの危険運転アラート数)

Asis : 約50回

※多い方で

グループ内でのドラレコチェック内部監査を実施
※A社安全管理担当は、B社のドラレコをチェック

②『褒める』活動

- ・ 運転日報点数ランキングを可視化
- ・ 運転以外での業務評価上位者に備品支給
※会社のロゴ入りタオル、制服のロゴの色替えなど



進捗

①危険運転を減らす (SSCVでの危険運転アラート数)

Tobe : 約18回

※多い方で

アナログとデジタルの融合が重要と再認識
※ドラレコで検知、直接会話にてフォロー

②『褒める』 + 『競争力』醸成

- ・ ドライバー同士が点数を競い合う文化醸成
- ・ 対象業務へのモチベーションアップ



株式会社
アルプス ウェイ

解決した課題

後退時運転ルールを変更⇒運用徹底⇒バック事故が**0件**へ

※2024/10以降、バックにおける無事故・継続中@松本センター

【成功要因①】愚直さ

後退ルール変更にあわせ、動き出し前3秒間確認ルールを追加し徹底
配送員と管理者が向き合い、ルール徹底確認

【成功要因②】体制

【ルール順守確認】

センター構内での後退動作を管理者1名が毎日確認・指導、ドラレコ映像抜き打ちチェック

【成功要因③】企業文化

【管理者向け教育】 ビジネスマナー、健康管理セミナー、安全マネジメント講習

【表彰】 無事故無違反表彰制度、社内表彰制度（優秀配送員など）、表彰式実施



各社取り組み(ロジスティード)

各社取り組み(ロジスティード)



■昨年度までにSSCV-Safetyを導入いただいた(株)アルプスウェイとセンヨシロジスティクス(株)との協創を通じて各社でのソリューションの横展開の様子を検証

(株)アルプスウェイ 同一企業内の複数拠点へ展開

現状

5拠点・139台(23年10月~25年1月)

特徴

全社導入を見据えて規模の大きな1つの拠点全体での検証を経て全社展開

課題

最初のモデル拠点の成功実績を踏襲するも、他拠点での成果に課題

今後の流れ

各拠点でのKPI傾向分析と比較
※引き続き推進中

センヨシロジスティクス(株) Grを構成する複数社へ展開

現状

10拠点・479台(22年8月~)

特徴

ターゲットを決めて条件の異なる数台単位で検証し、一気に全Gr会社展開

課題

会社によって導入に向けた温度差
個人々々の事情に合わせた指導

今後の流れ

各社における評価軸の平準化
※引き続き推進中

各社取り組み(ロジスティード)



■昨年度までにSSCV-Safetyを導入いただいた(株)アルプスウェイとセンヨシロジスティクス(株)との協創を通じて各社でのソリューションの横展開の様子を検証

(株)アルプスウェイ

2023年

2024年

2025年

長野センター

10月
49台

松本センター

12月
93台
(+44台)

日進営業所

12月
113台
(+20台)

山梨営業所

12月
126台
(+13台)

長野営業所
フローズン

1月
139台
(+13台)

管理者の熱意が重要

成果

・最初のモデル拠点においてSSCV-Safetyを徹底的に使い込み、必要に応じて運用の見直しも実施(後続拠点への水平展開に向けた素地をしっかりと形成)

・1つのソリューションに頼り切ることなく、新技術の積極導入の継続と管理者によるドライバが発信しやすい環境の整備

24年度の一般道での事故が前年比で実質80%減少

課題

・あらゆる走行シーンに対してヒューマンエラーは機械の力に頼り、機械に足りないところは運用の見直しを図ることを継続していく必要がある

・管理者は有効な運用ルールの設定、ドライバはその遵守を徹底しているが、自社で定めたルールが本当に事故撲滅に直結したものであるのか、評価・確認が困難

全体に占める「駐車場・構内」での事故比率の低減

各社取り組み(ロジスティード)



■昨年度までにSSCV-Safetyを導入いただいた(株)アルプスウェイとセンヨシロジスティクス(株)との協創を通じて各社でのソリューションの横展開の様子を検証

センヨシロジスティクス(株)

2022-23年

トライアル

22年8月～
23台

成果

- ・トライアルでスモールスタートを実施するにあたり、高齢者・日帰り運行・覚低走行が発生しやすい長距離便など複数のシーンで評価を行いSSCV-Safetyの特性を正しく評価
- ・ソリューションが万能ではない点、ヒトがミスをする点には未然に防ぐ体制を構築(具体的には検証課と呼ばれる部署を設置し管理)

23台に関して事故が1件も発生しなかった

2024年

本格導入

2月～6月
396台
(+373台)

ワークス 他

7月～12月
453台
(+57台)

2025年

中村商事 他

1月～2月
479台
(+26台)

課題

- ・Gr会社の一部からはコスト面、ソリューション活用により見込まれる成果について懐疑的に捉えられる
- ・SSCV-Safetyが切り出すインシデントについて、会社をまたぐと一方ではその通り危険と評価、もう一方では許容されるなど基軸が曖昧になっていないか懸念(月1回の全社定例会の報告内容の精度にも影響)

ソリューションが持つ全機能を十分に活用するノウハウ

数値・グラフによる
比較と開示が重要



1年間の取り組みを通じて

今後の検討事項

荷主との連携対応

荷主との“協創”を実現するためのルール整備

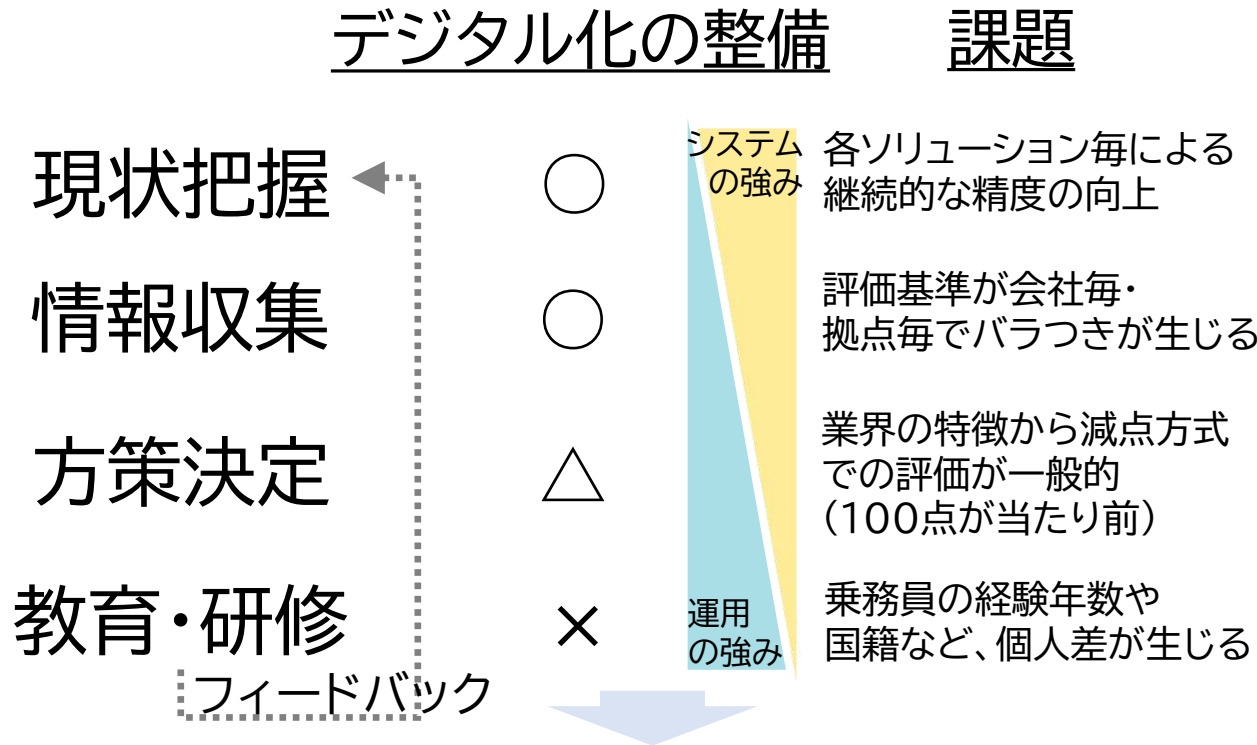
荷主主導での安全推進は成果を上げつつあるが、現場の取り組み内容や評価軸にバラつきが見られた。今後は、**荷主と運送会社が共通で使えるルール・言葉・評価指標を整備し、会社や立場を越えて安全の質を統一できる枠組み**の構築を検討したい。

“仕組み”を現場で機能させるための運用体制の再設計

一時的な注意喚起やキャンペーンだけでは不十分であり、**行動変容を定着させるには、現場が継続的に動かせる仕組みとして制度を支える運用体制が不可欠**。管理者・運転手それぞれの役割や負荷をふまえ、評価・称賛・フィードバックが日常業務に自然と組み込まれる状態をどう設計するか、検討していきたい。

運輸事業会社としての対応

時代や市場の変化にあわせて企業文化とDXのあり方も変化
社員一人ひとりが「変化を楽しめる」会社へ



出来ていること

- ・ルール違反など悪い行いの抽出
インシデントの多い少ないのランキングは可能
- ・教育カリキュラムの企画・設計
- ・ルールの厳格化

出来ていないこと

- ・良い行いについてのKPI設定
- ・クルマの清潔さ・服装の身だしなみ
- ・乗務員ごとの学ぶ意欲への対応
- ・褒める文化の醸成

今後の検討事項



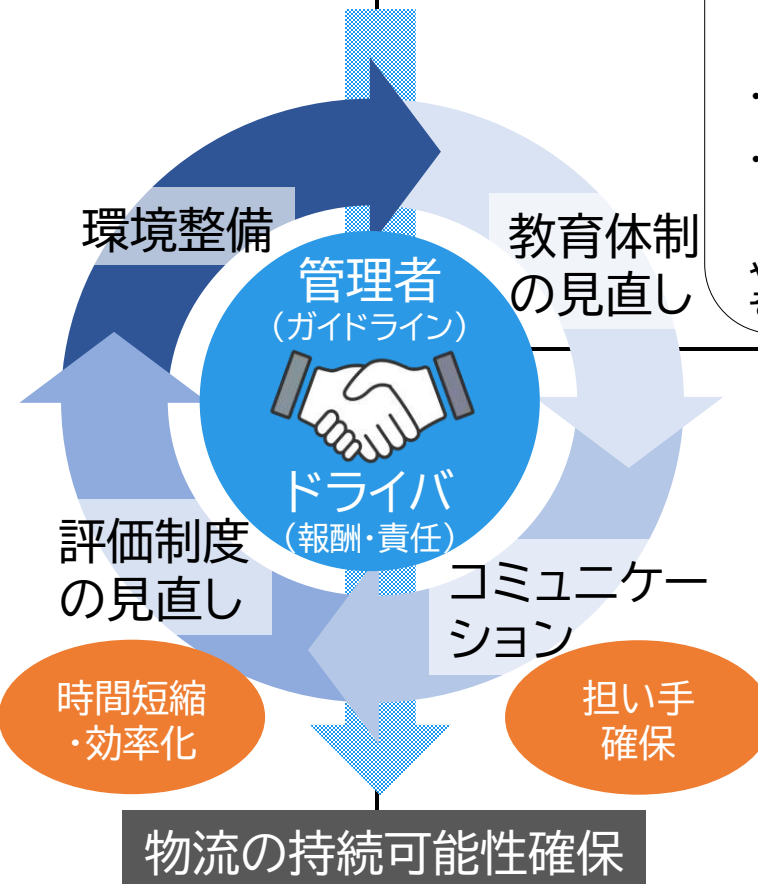
「できないこと」ではなく「できていること」に着目し、
前向きな企業文化を醸成することが持続的成長の原動力となる

定量的アプローチ(具体的なKPI設定)

1. 時間通りの配送率
・予定時間内に配送完了した件数の割合
ポイント: 時間厳守を評価し、信頼性向上につながる
2. 顧客満足度スコア
・配送後の顧客アンケートやレビューの平均スコア
ポイント: サービス品質を可視化し、丁寧な対応を促進
3. 安全運転日数
・事故・違反ゼロの日数
ポイント: 安全意識を高め、長期的な信頼構築に貢献
4. 配送件数の達成率
・目標件数に対する実績件数の割合
ポイント: 業務量の達成をポジティブに評価
5. 燃費効率／エコ運転スコア
・走行距離に対する燃料使用量、またはエコ運転評価
ポイント: 環境配慮とコスト削減の両立を目指す
6. チーム貢献度
・他ドライバーのサポート件数、チーム内評価
ポイント: 協力的な姿勢を評価し、職場の雰囲気向上
7. 自己改善活動数
・研修参加回数、改善提案数など
ポイント: 成長意欲を評価し、キャリアアップを支援
8. クレームゼロ達成率
・クレームのない配送件数の割合
ポイント: 品質管理と顧客対応力を評価

定性的アプローチ(企業風土への打ち手)

(例) 物流関連2法の改正



- ・一方的な説教や業務指示に終始しない
- ・失敗や悩みを話しても大丈夫

- ・日々の行動や成果に対する具体的なフィードバック
- ・上司・部下・同僚からもフィードバック

やることやってて当たり前…でも、
それって実は当たり前ではないよね

1on1
360度フィードバック
…の導入



良い

Well

+

状態

Being

- ・毎日の中で「うれしい」「楽しい」「感謝」の瞬間を見つけて言語化
- ・チャレンジングだけど達成可能な目標を設定して取り組む
- ・大切な人と定期的に会話や時間を共有
- ・「なぜそれらをするのか?」という問いに答えられるようにする
- ・成功を他人と分かち合い、自己効力感を高める

例えば…



事故するなよ！

居眠りするなよ！



管理者

例えば…



管理者

安全に
帰って来いよ♡

適度に
休憩しろよ♡

例えば…



これだけでも事故が減っている実感がある

2024-25 WG01 活動成果と今後の展開



ビジョン

運輸安全マネジメント制度に基づいた、安全教育モデル普及

業界全体の安全意識向上

交通事故ゼロ企業の増大

活動の“当たり前”化

モデルの確立と認知拡大

更新・荷主を巻き込んだ取り組みへと昇華

課題への対応とモデルの再現性確認

更新・運輸安全マネジメントに基づいた安全教育の水平展開

更新・更なる取り組みの拡大

運輸安全マネジメントに基づいた持続可能な行動変容モデルの構築

- ・3つのソリューションを検証
- ・検証結果から運転行動の変化を起こすための要素を抽出

フェーズ1

2023-24

フェーズ2

2024-25

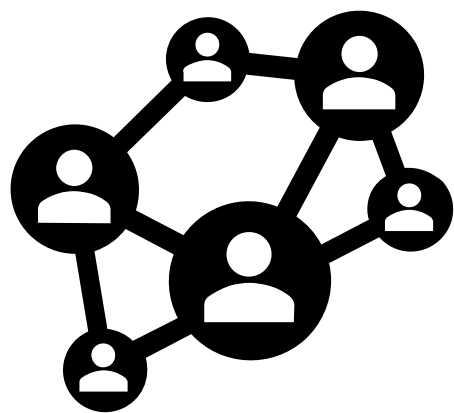
フェーズ3

2025-26

WG01_今期取り組み詳細セミナー開催決定

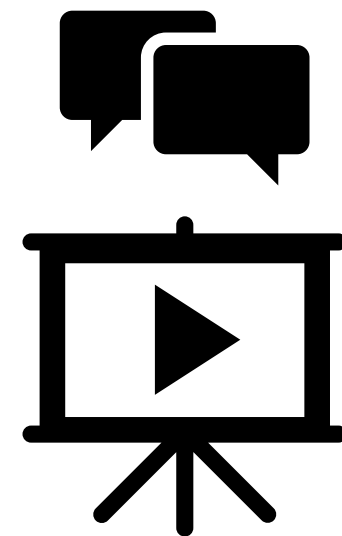


①荷主からの安全への取組 ②横展開ノウハウ ③各社の安全管理意見交換会など
本日お伝えしきれなかった内容をセミナー形式でご案内予定です。



2025/9頃・開催予定

Coming Soon...



ご興味頂ける方は本日のフォーラム終了後に配信される

TDBC事務局からのアンケートフォームへの回答をお願いいたします。



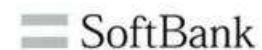
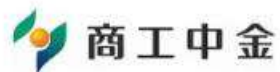
一般社団法人 運輸デジタルビジネス協議会

<https://tdbc.or.jp/>

unyu.co@wingarc.com

03-5962-7370

協議会スポンサー



持続可能な運輸業界を目指し、あらたな未来へ