

事例 4

配送状況を見える化し、 “あわてない” 運転を

小売業

主な業務内容	センター出荷型ネットスーパー事業を運営している。
従業員数	—
配送拠点	3カ所

首都圏においてセンター出荷型のネットスーパー事業を展開している。配送は運送事業会社と契約を結んでおり、1つの配送センターに約50台のトラックが所属している。配送センターにおいて、ドライバーは注文ごとに箱詰めされている荷物を各自でトラックに積み込み、1ルート4時間くらいで配達する。



1 朝礼で交通安全に関して注意喚起

配送センターでは発送前の毎朝9時に朝礼を行っている（写真）。管理者から業務上の報告や連絡をし、当日の天候や道路状況についても情報提供を行う。例えば夕方、雨の予報がでている日には、傘をさして歩いている人は、通常より周りが見えにくくなっていることなどを伝え、運転時の参考にしてもらっている。

その後、挨拶の唱和を全員で行い、各自当日の配送ルートとともに、ヒヤリハット情報を確認し、出発していく。



写真 朝礼の風景

2 プロのドライバーは 365 日交通事故ゼロであることを目指して

配達業務は、運送事業会社に委託しており、プロの配送員である。もちろん運転技術は高い。管理者から見ると車をきれいに整備・美化に努めているドライバーは仕事のクオリティーが優れているように思われるという。また、配送しやすい荷台への荷物の積み方、交通安全の基本的なルールなどについてはドライバーを集めて教育することもある。

新しく入ったドライバーは作業に慣れるまで制服であるポロシャツの上にエプロンをし、配送センター内で周りの人に初心者であることがわかるようにしている。

配送センター内には、安全衛生に関するポスターを掲示するなど、注意喚起をしている（資料）。



資料 ポスター

3 配送進捗管理システムの導入

ネットスーパーはお客様と契約し、自宅など決められた場所に、希望の時間帯に商品を運ぶサービスであり、リピーターも多く、お客様とのつながりが深い。

夕食の食材など当日使いたいものを待っているお客様や介護施設で品物の到着を心待ちにしているお客様のことなどを思うと、「できるだけ早くお届けしたい」「時間に遅れないようにしたい」という心理が働きやすい。そのため、とにかく“あわてない”ということを常日頃から、ドライバーには伝えている。

また車を止める場所が確保できないなど、1軒に予定以上の時間がかかってしまうことによってあせりが生じることが、結局、急がせることにつながってしまう。マンションなどの場合は住民との接触事故を防止するため、住民用の出入り口とは別の場所に確実に駐車ができる場所を確保してもらうなど、事前にできる対策をとっている。

さらにドライバーの心理的負担をなくすために、この企業では「配達進捗状況地図」をメーカーと共同で開発した。GPS（車などが電波により自身の位置を知るシステム）端末を配送車に搭載し、パソコンのデータマップ上に配送車がどこを走っているのか分かるものである。事務所のスタッフ

がその地図を見て、配達時間に遅れそうな車については事前にお客様に電話を入れることができる。またお客様自身もパソコンで、何時ごろに到着しそうか確認することができるようになっている。リアルタイムな車両位置の情報は配車計画にも迅速に対応できる効果もある。

4 変わりつつある交通事情に対応していく

これまで大きな事故や人身事故は起こしていない。お客様の大切な品物を運んでいるので、走行振動の少ない優しい走り方が必然的に求められることも幸いしている。

最近、道路でよく見かけるようになったリヤカーつき自転車や電動自転車など、新しい乗り物がどういう動きをするのか、ドライバーとして知識を持ち行動予測をしていかなければならない。イヤホンや携帯電話などに気を取られている歩行者やスポーツタイプのスピードのでる自転車など、自動車に気がつかないで行動している人が増えておりドライバーは常に細心の注意を払う必要があると考えている。



ドライブレコーダーを活用し、事故を減らす

配達飲食サービス業

主な業務内容	ピザの宅配サービス
従業員数 (直営店のみ)	社員約1,150人 (配達に係わるアルバイト約2,250人)
店舗数 (直営店のみ)	約150店
所有バイク	約1,500台



ピザのデリバリー（配達）と持ち帰りサービスを行う

企業である。1店舗あたりの平均従業員数は30～40人（調理10人、配達25人程度）。店舗の営業は6～7名で行っている。配達業務をするアルバイトは大学生（18～22歳）が最も多い。

1 安全運転対策本部の設置

この企業では、配達時の事故を減少させるために、2010（平成22）年に安全運転対策本部を本社に設置した。これまでも雇入れ時教育は行っていたが、配達時の事故件数をさらに減らすため、運転に関する問題点とその改善案を策定する組織を立ち上げた。メンバーは、社長をはじめ役員、営業部門のトップ、スーパーバイザーらで構成しており、企業トップ自らが配達時の事故防止を企業にとって重要なテーマとして位置づけ積極的な取り組みを行っている。

本部の会議は年6回開催され、そこで決められた方針に基づき、ドライブレコーダーやスピードリミッターの導入、外部のコンサルタントと連携してのドライバー用初期教育ツールの共同開発などを行った。

2 ドライブレコーダーとスピードリミッターの導入

安全運転対策本部の立ち上げとともに、2010（平成 22）年に宅配用バイクにドライブレコーダー（事故が発生した前後の映像を録画する記録装置）を導入した。初年度は 46 店舗 170 台、2011（平成 23）年には 161 店舗 300 台、2012（平成 24）年には 400 台と徐々に台数を増やし、2013（平成 25）年現在は 1 店舗に 7 ～ 8 台あるバイクのうち、2 ～ 3 台に搭載されており、新人のドライバーを中心に利用している。

ドライブレコーダーの導入により、ドライバーに危険な運転を抑止するよう、意識づける効果が期待できる。従業員にとっては、常時監視されているような印象を持たれてしまうこともあるが、各店舗において店長がその必要性を十分理解できるように従業員に説明している。

また、記録された映像から事故の原因究明につなげることができるようになったほか、日々の運転におけるドライバーの癖や、運転スキルの確認指導など、事故の予防や再発防止のための動画教材としても活用している。

事故の種類の傾向を見ると、ドライブレコーダー導入前は出会い頭の衝突事故が最も多かったが、最近では、追突事故（物損）の比率が高くなっている。バイクを運転しながらつい地図を見たり、配達する家を探したりするために、前方不注意となってしまうケースがあるという。

また、ドライブレコーダーとともにスピードリミッター（最高速度を抑制する装置）の導入も進めており、2012（平成 24）年には企業全体の所有バイクの 8 割に当たる 1,200 台に搭載している。効果の検証を続けながら、さらにはマンネリ化しないよう、インセンティブ（やる気を起こさせるような刺激。報奨金、奨励金など。）制度などについても検討し、従業員の意識を高める工夫をしている。2011（平成 23）年 4 ～ 9 月の事故の件数は前年比で約 4 割削減されたところであり、こうした取組みにより、今後もドライバーの意識と運転マナーの向上を目指す活動を進めていくこととしている。

3 日々繰り返し教える

前述のとおり、会社を上げてドライブレコーダーやスピードリミッターを徐々に導入し、事故防止に力を入れている姿勢を示し続けることで、安全を重視する雰囲気社内根付いてきている。そういったハード面の対策をする一方で、欠くことができないのは日々の教育で、「毎回言う」「その都度言う」ことを徹底することも地道に行っている。繰り返し教えることは安全に限らず、作業手順や接客マナーなどについても同様で、従業員の意識を高め続けるために必要であると考えている。店舗のアルバイト店員は若年層が多いため、数年で入れ替わることがほとんどであり、新人が

入るたびに教育をしなければならないが、年齢や免許の種別、免許取得の時期なども考慮しながら、一人ひとりの作業の様子を確認して、随時指導をしている。

店舗での災害防止の取組みの一つとしては、勤務交代をする際二人でバイクをチェックした上での引き渡しやヒヤリマップの作成などがある。

4 これからも、予防措置をしっかりとって

以前はバイク好きであるからデリバリーのアルバイトに応募する若者がよくいたが、現在はバイクに興味があるわけではなかったり、自分でバイクを持っていない人も多く、そのためにバイクのちょっとした不具合に自分では対応できないこともある。バイクのメンテナンスは外部の業者が行うが、バイクの扱い方に関しての最低限の知識は持たせるようにし、理解度を高めるようにしていきたいと考えている。

配達業務も含め店舗全体におけるリスクアセスメントも実施しており、起こりうる危険を最小限に留められるよう、予防措置はしっかりとっている。

