

今月号に掲載予定だった「おかげさまで10周年! 弊所の歴史(4)」は、紙面の都合により休載となりました。



## 運送業の管理業務をラクにする運送業務支援システム 「トラックーズマネージャー」を運営

株式会社 Azoop

オンライン車両売却サービス「トラックーズオークション」や、車両購入サービス「トラックーズマーケット」など、運送事業者の皆さまであれば一度は耳にされたことがあるのではないのでしょうか。今回は、これらのサービスを提供する株式会社 Azoop 様を訪問し、同社の業務支援クラウドサービス「トラックーズマネージャー」についてお話をうかがいました。

### ITに不慣れでも安心! サポートが手厚いITサービス

**佐久間** 本日はありがとうございます。御社は「トラックーズマネージャー」を運営されていますね。運送業界でもDXの必要性が叫ばれて久しいですが、なかなか浸透していない印象があります。

特に、業務のデジタル化には二の足を踏む企業も多いかと思いますが、導入のハードルを下げる工夫にはどのようなものがありますか?

**塚本** おっしゃるとおり、ITに不慣れな企業にとって、導入は大きなハードルです。そこで「トラックーズマネージャー」では、ユーザーの入力作業を可能な限り減らす設計にしています。

たとえば車両管理では、修理整備の請求書を指定の Google Drive に保存していただくだけで、当社が修理費や点検記録の入力を代行します。そうした手間の軽減が、導入の後押しにつながっています。

**佐久間** 基本情報の入力を代行してくれるのは本当に助かりますね。結局そこを後回しにしてしまって、システム上できちんと管理できなくなる。それが原因で使わなくなり、解約に至る…そんなケースはよくあると思います。

**塚本** おっしゃるとおりです。加えて、弊社の強みは、課題解決に向けた“実行

部隊”が伴走サポートを行える点です。使い方がわからない場合には、カスタマーサクセスチームのメンバーが電話で対応するだけでなく、必要に応じて直接訪問してサポートします。

**佐久間** 入力代行に加えて、伴走サポートまでやっていたら、人件費が大変じゃないですか? (笑) ちゃんと儲かってます? (笑)

**塚本** すべてはお客様のためです! (笑) 頑張ってます!

### サービスは進化中! 目指すは“すべてがそろった” 運送業の総合プラットフォーム

**佐久間** クラウドサービスを提供しているのに、ここまで手厚く人員を投入しているのはチャレンジングですね。それだけでも十分個性的なサービスですが、他にも特長はありますか?

**永山** 「トラックーズマネージャー」は自社の枠にこだわらず、他社の優れたコンテンツとも積極的に連携しているのが特徴です。直近では、安全指導のeラーニング機能を新たに実装しました。

**佐久間** なるほど。車両情報を管理する“車両管理部”、監査資料作成や教育支援を担う“安全管理部”、さらに経営の見える化を支援する“経営管理部”と、1つで3役をこなしてしまうわけですね。便利になりすぎて、人の仕事を奪っちゃってませんか? (笑)

**永山** いい意味で、そうかもしれませんね (笑)。人手不足に悩む運送事業者の力になれば、本望です。

**佐久間** 御社はもともと車両の売買からスタートされたんですね。そこから車両管理、さらには経営管理へと事業領域を広げてこられた。次に目指している分野はどこなんでしょうか?

### トラックーズマネージャー

車両・ドライバー・運行情報などの台帳管理から、勤務計画・配車・日報までをクラウドで一元化。監査対応や運行管理を支援し、業務効率と収益性の向上を図るシステム。現在、約3万台のトラックが導入済み。

※詳しいサービス内容はこちらをご覧ください。

<https://manager.trck.jp/>



**永山** 次は「人」、つまりドライバーの管理です。現在も採用支援サービスを提供していますが、これをさらに充実させたいと考えています。将来的には、運送事業者に必要なあらゆる機能を網羅し、利益最大化に貢献する“総合プラットフォーム”を目指しています。

**佐久間** 今後もAzoopさんの活躍に目が離せませんね! ……あの、厚かましいお願いなんですけど、今回『さくマガ!』読者特典とか、あったりしませんか? (笑)

**塚本** なるほど、そうしましたか (笑) ……それでは、「トラックーズマネージャー」の導入時、**初期費用を半額でご提供いたします!**

お問い合わせの際は「さくマガ!を見た」とお伝えください! (同席していたマネージャーの板垣様、永山様、広報の峰様も騒然)

**佐久間** ええっ!? そこまでしていただけるんですか!?! (笑) ありがとうございます!!

### 取材後記

お話をうかがう中で印象的だったのは、Azoop様が車両販売を通じて、運送業界と実直に向き合ってきた点です。その経験が、現場の声に耳を傾け、課題に真剣に取り組む姿勢につながっていると感じました。こうした背景が、現場からの信頼を支えているのだと思います。システム機能でも勝負しながら、導入後こそが本当の勝負——そう語りかけるようなホスピタリティが、株式会社 Azoop にはありました。(佐久間)



お話をうかがった塚本様 (DX事業本部ソリューション営業G・事業企画Gマネージャー/写真中央) と永山様 (プロダクト本部プロダクトGマネージャー/写真右)

前号では、「物資の流通の効率化に関する法律（物流効率化法）」において、運送事業者が対応すべきポイントをご紹介しました。今号では、荷主や倉庫事業者に焦点を当てていきます。取引先に課されている努力義務を正しく把握することで、物流全体の効率化に向けた協力体制を築いていきましょう。

物流効率化法では、「積載効率の向上」「荷待ち時間の短縮」「荷役等時間の短縮」「実効性の確保」といった目標を掲げています。これらを実現するためには、荷主や関連事業者（倉庫事業者など）の協力が不可欠です。

そのため、荷主および貨物自動車関連事業者（倉庫事業者など）には、右表に示すような努力義務が課されています。

## 佐久間の私見！

今回の改正により、荷主や倉庫事業者にも、物流効率化への積極的な関与が求められるようになりました。努力義務の中には、「トラック予約受付システムの導入」や「フォークリフトや作業員の配置」といった、ある程度設備投資が必要となる項目も含まれています。努力義務という位置づけを考えると、どこまで踏み込んだ対応が行われるかは、少し気になるところです。

それでも、荷主や倉庫事業者に対して、物流の効率化に向けた具体的な方向性を提示できた点は、大きな意義があると感じています。今後は、現場での実践や工夫を通じて、少しずつ取り組みが広がっていくことに期待します。

### ◆荷主の努力義務

努力義務	取組内容
積載効率の向上等	<ul style="list-style-type: none"> <li>リードタイムの確保</li> <li>発送量等の適正化等に向けた物流・販売・調達等の関連部門の連携</li> <li>繁閑差の平準化、納品日数の集約</li> </ul>
荷待ち時間の短縮	<ul style="list-style-type: none"> <li>トラック予約受付システムの導入</li> <li>混雑時間を回避した日時指定</li> </ul>
荷役等時間の短縮	<ul style="list-style-type: none"> <li>パレット等の輸送用器具導入による荷役等の効率化</li> <li>フォークリフト、作業員の配置</li> <li>事前出荷情報の活用、タグ導入等による検品の効率化</li> <li>パレット標準化</li> <li>適正な荷役作業が行える環境確保</li> <li>出荷荷姿を想定した生産</li> </ul>
実効性の確保のための事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>責任者の選任、社内教育体制</li> <li>物流データの標準化の取組</li> <li>運送者への配慮</li> <li>メニュープライシングの実施</li> <li>積載効率・荷待ち・荷役等時間の状況や取組把握、デジタル技術の活用</li> <li>関係事業者間での連携推進</li> </ul>

### ◆貨物自動車関連事業者（倉庫事業者など）の努力義務

努力義務	取組内容
荷待ち時間の短縮【倉庫業者のみ】	<ul style="list-style-type: none"> <li>トラック予約受付システムの導入</li> <li>混雑時間を回避した日時指定</li> </ul>
荷役等時間の短縮	<ul style="list-style-type: none"> <li>適正な荷役作業が行える環境確保</li> <li>納品先単位の貨物の仕分け</li> <li>荷役前後の搬出入の迅速な実施</li> <li>一貫パレチゼーションへの協力</li> <li>フォークリフト、作業員の配置</li> <li>機器の導入による検品の効率化</li> </ul>
実効性の確保のための事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>責任者の選任、社内教育体制</li> <li>物流データの標準化の取組</li> <li>荷待ち・荷役等時間の状況や取組把握、デジタル技術の活用</li> <li>作業の自動化</li> <li>荷主への効率化の提案・協力</li> <li>関係事業者間での連携推進</li> </ul>

出所：国土交通省等「物流効率化法の規制措置について」（令和7年3月）



## 佐久間の部屋

## 差別化で外国人観光客の名所に

大阪・関西万博でにぎわう関西エリア。国内外から多くの観光客が訪れるなか、公式会場とは別に、外国人で賑わう注目スポットがあります。それが大阪・ミナミのとあるナイトスポット——とはいえ、従来のイメージとはまったく異なる、“振り切った”体験型のエンタメ空間です。今、観光客が求めているのは「ここにしかない体験」。そのニーズに真正面から応える店には、驚きと笑いが詰まっていました。

### ラ・ポッチャ・ポッチャとは

大阪・ミナミの「ラ・ポッチャ・ポッチャ」は、訪日外国人の間で密かに話題のエンタメスポットです。一見キャバクラに見えますが、その実態は従来の枠を大きく超えた“体験型飲食施設”。

キャストの採用基準は「体重 80 キロ以上」。看板メニューはシャンパンタワーならぬ唐揚げタワー。エンタメ性とユーモアに富んだスタイルが、SNS 世代の心をつかんでいます。

### 驚きの体験がそこにはある

今回は、3 人前のスペシャルまぜそばを注文。「無理しないでくださいね」と声をかけると、「お腹すいてたから助かります～」と笑顔で返され、そのまま豪快に平らげられていきました。

そして始まったのは店内中央でのダンスイベント。キャストが踊って、踊って、最後は全員でジャンプ。店が揺れるほど（身の危険を感じるレベルの大きな揺れです笑）の熱気と笑いは、旅の忘れがたい思い



圧巻のダンス！

出になりました。

### どのような業界でも差別化が大切

この店が注目される理由は、「ここにしかない体験」を明確に打ち出している点にあります。訪日観光の価値は、「名所を訪れる」から「語りたくなる体験をする」へと変化。伝統や美だけでなく、意外性や面白さも観光資源として求められています。

どの業界でも、「選ばれる理由」を生む差別化が成功の鍵であると感じた夜になりました。