

WBGTを活用した熱中症対策

1. WBGTとは

- 熱中症を予防するための官公庁が公表している「暑さの指数」である。
- 気温が同じでも、湿度が高い日や直射日光が当たる日はWBGTが高くなる。

2. WBGT数値の見える化

- Claude Codeを使用し、エリア別のWBGTの数値を表示するアプリを作成している。
- 出社する社員やアルバイトへの注意喚起として、全拠点の事務所エントランスに大型モニターを設置し、現在のスコアと予測値を表示している。

3. WBGTの活用

- 計測器を複数箇所に設置し、事業所内で温度が高い場所やリスクの高い場所を定期的に確認している。
- WBGTの予測値に基づき水分補給を促している。
- 朝の段階でWBGTの予測値を共有し、アラートのレベルに応じて「30分休憩する」など、時間を決めた強制的な休憩ルールを徹底させている。

全国の暑さ指数(WBGT)

暑さ指数(WBGT)の実況と予測



1. 施設概要とコンセプト

- KSB(加西サステナブルベース)は兵庫県加西市に位置し、約2,457坪の敷地面積を有する新拠点。
- 営業用倉庫棟、事務所棟、休憩棟などに加え、植栽エリアや遊歩道を整備している。
- 「地方から、物流の現場から、サステナビリティを実装する」という理念を掲げた協創モデルのプロジェクトである。

2. サステナビリティと地域共創の実装

- 敷地内に植栽や学びの遊歩道、雨水タンクを用いた循環水景を整備し、地方の子どもたちに本物のSDGs体験を届ける「サステナガーデンプロジェクト」を推進している。
- 学校連携プログラムや企業、地方の体験格差を埋める常設の学び場として機能している。
- 「物流＝地域の誇り」という意識転換を図り、将来的な地元就業やU・Iターンなどの人口減少対策に繋げることを目指している。

3. 見学者の受け入れとルクセンブルクとのシナジー創出

- 2026年2月の完成披露会以降、FSC主催の先進物流企業視察セミナーを含め積極的な受け入れを行っており、見学者数は2026年6月時点で234名に達している。
- 大阪・関西万博のルクセンブルクパビリオンから「植栽」を譲り受けレガシーを引き継いだ縁により、同パビリオンの館長が視察に訪れ、非常に高い評価を獲得している。

十和運送株式会社さん / ワーレックス株式会社さん

熱中症防止に向けた取り組み事例

1. スマートウォッチでドライバーの体調確認(ワーレックス株式会社さん)

- 熱中症対策の一環として、全ドライバーにスマートウォッチを導入した。
- 急に気温が上がった日に、180名に対して「熱中症の恐れがある」というアラートが一斉に出てしまう事態も発生している。
 - このような結果を参考に、ドライバーには汗をかいた際の、着替えを用意するなどの対応を行っている。

2. パレット型エアコンの導入(十和運送株式会社さん)

- 移動式の「パレット型エアコン」を導入した。
 - エアコンは1台約200万円程度である
- 冷房と暖房の両方に対応しており、確実な冷風を届けることができる。
- フォークリフトやハンドリフトを使えば簡単に移動でき、電源があれば倉庫内のどこでも使用できるのが大きな強みである。
- 倉庫内のラック間など、ピッキングや梱包を行う作業員がいる場所をピンポイントで冷却し、負担軽減を図っている。
 - 今年度はさらに冷却効果を高めるため、作業エリアをビニールブース(幅2m×高さ2.5m)で囲い、その中にパレット型エアコンを入れて冷やす工夫も進めている。

『AI RECOMEN』面接による人材採用事例

1. 背景・現状

- 応募者対応や面接調整、実際の面接実施に担当者が多大な時間を取られていた
- 面接日程を調整したにもかかわらず、求職者の辞退や無断キャンセル(ドタキャン)が発生することが多い

2. 取り組み内容

- 『AI RECOMEN』を導入し、1次面接をAIで実施するフローを構築
- 導入にあたり、事前に、求める人物像や評価基準(ペルソナ)をAIへ学習させることで、自社の求める人物像に基づく面接を実施
- 応募者がエントリーすると、自動的にAI面接へと進めるリンクを送付
- 採用担当者はAIの評価結果をもとに2次面接以降の面接のみ実施

3. 結果

- 求職者の熱が高いうちに、面接に進め、1次面接のドタキャン防止に寄与
- 1件あたりの30分かかっていた面接・評価時間を5分へ削減
- 1件あたり700円で初期費用0円といった低コストで、質の高い面接を実現

燃油サーチャージの交渉状況

1. 株式会社梅里物流サービス

- 燃料サーチャージ導入の交渉を売上が多い顧客(32社)で優先的に実施した。
- 一部顧客から詳細な説明を求められたが、概ね理解を得て7月から全社で適用予定だ。

2. 株式会社キョウエイファイン

- エビデンスとマトリクスを用いた価格交渉を実施
 - 過去と現在のコスト差や、いわゆる「物流危機」の現状を、5%や3%といった大まかな数字ではなく、1.8%や2.8%といった具体的な数値を用いて説明した。
 - 国土交通省の資料を参照し、現行運賃を取り決めた当時の軽油価格を「基準値」として設定している。

3. 株式会社エスワイ・リンク

- 同一顧客を担当している運送パートナー10社について、各社ごとの「原価」と「収益」を詳細に可視化してデータ分析を実施している。
- AI(Claude)を用いて、原価と損益計算書の詳細な分析を行い、値上げ交渉の材料にしている。
- 細かく分析された実態データを値上げ交渉の材料として活用し、説得力のある交渉を実現している。

1. 背景・現状

- 中小規模の荷主やスポット案件を中心に運賃の変動が頻繁に発生しており、特に安価な案件での利益確保が課題となっていた。

2. 取り組み内容

- 日々の運行における損益を算出して利益状況を可視化し、目標に対して足りていない部分を毎日細かく更新・把握する仕組みを作った。
- 可視化した客観的な数値と根拠を明確に提示したうえで、荷主に対して毎年継続的な運賃交渉を実施した。

3. 結果

- 数値と根拠に基づいた毅然とした交渉を行うことで、メーカー等顧客からの物流コストに対する理解をさらに引き出すことができた。
- 条件が合わない案件からは勇気を持って撤退することで、不採算取引を排除し、自社の利益水準を守る体制を確立している。
- 確保した利益を基盤として低温倉庫のリノベーションを実施するなど、さらなるサービス向上や事業価値の向上に向けた投資に繋げている。

家族ぐるみの社員旅行で従業員定着率アップ

1. 目的

- 社員と社員の家族の満足度向上・従業員定着率アップのため。

2. 取り組み内容

- 開催頻度:2年に1回
- コース:全部で7コース(日帰り、宿泊)
- 費用:日帰りは全額負担、宿泊、海外は一部自己負担あり
- 開催場所:須磨水族館&南京町・ネスタリゾート・吉本新喜劇
- 過去旅行先:北海道、九州、沖縄、四国、韓国、台湾、グアム、香港・マカオ



3. ポイント

- 複数コースを設定し参加しやすいようにし、家族参加もOKとした。

4. 結果

- 社員だけでなくその家族まで巻き込み、費用を会社全額負担(宿泊・海外は一部自己負担)としたことで、従業員の参加率アップを図った。
- 社長は家族ぐるみのお付き合いが促進され、定着率アップにも寄与していると考えている。

1. 背景・現状

- これまでは社内で監査を実施していたものの、社内だと細かいところまで指摘しきれていなかったという課題があった。

2. 取り組み

- 社内だけでなく外部の目を取り入れ、特別監査のレベルで実施した。
- 抜き打ちで実施するのではなく、安全品質管理部を中心にプロジェクトを発足し「次回は何月にやる」と事前に告知をした上で監査を実施した。

3. 結果

- 第1回から第2回の間で従業員の意識レベル上がったと評価しており、2回目ではほぼ指摘することがないほど取り組みが改善された。
- 帳票類等に不備の多い拠点に関しては、安全品質管理部が現場に入り込んで改善を行ってきた。
- 拠点ごとに厳しく対応をしたことで、3カ月後には日車数が劇的に改善された。