

国土交通政策研究所 シンポジウム

～安全風土確立に向けた取組みについて～



2014年6月17日
マツダロジスティクス株式会社
安全品質環境統括室
山本 哲也

会社紹介

- 商 号：マツダロジスティクス株式会社
- 所在地：広島市南区楠那町3番19号
- 創 立：1922年(大正11年)5月
- 資本金：4億9千万円
- 売 上：981億円(2014年3月現在)
- 従業員数：1,626人(2014年3月現在)
- 代 表：代表取締役社長 甲田 良憲

事業概要



事業拠点

全国8エリア



安全健康基本理念

- 『安全と健康』 これこそ働く私たちの原点です。
これこそ最も価値のあるものです。
- 『人』こそ宝！ この宝を守るため
私たちは不断の努力を続けます。

安全方針

マツダロジスティクスグループの将来に向け更なる基盤整備を進め、
業界トップレベルの安全で健康的な生き活きとした職場を実現します。



『マツダロジスティクスブランド』の確立

安全・品質・環境・サプライズの更なるレベルへの挑戦

これまでの安全活動について

- 運輸安全マネジメント評価、ISO9001、ISO14001の活用
- フォークリフト荷役運搬許可制度の展開
- 輸送協力会社に対する各種研修の開催
 - ・ 安全品質意識向上研修会の開催
 - ・ フォークリフト インストラクターの育成

安全アンケート調査と現地調査の概要

■ 調査背景

- ・ 実輸送を任せている協力会社の「事故」が多発している。
- ・ マツダ(株)から物流元請会社として更なる安全・品質が要求されている。

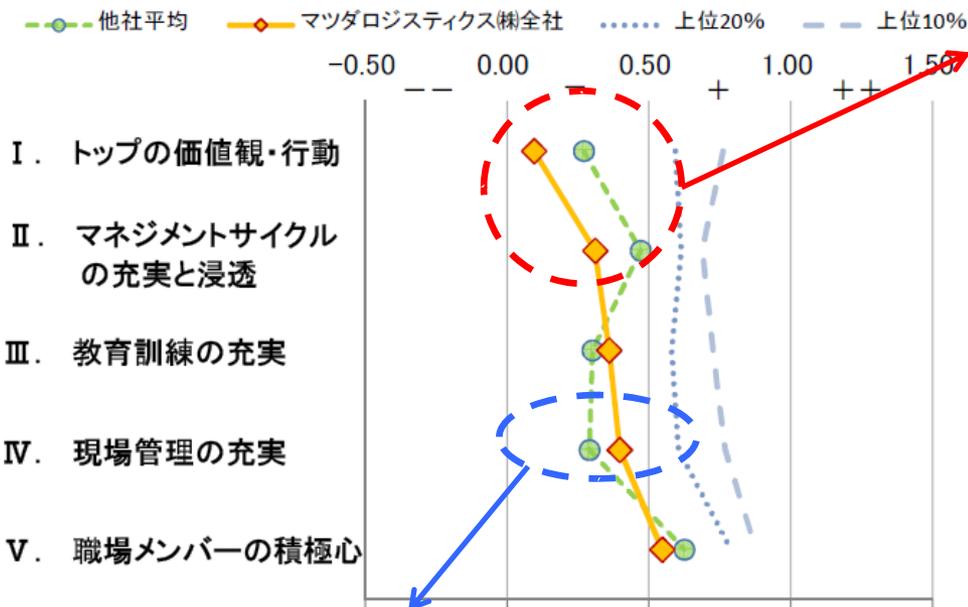
■ 安全アンケート調査（2013年12月～2014年1月）

	配付枚数	回収枚数	回収率
社内	1,694枚	1,446枚	85.4%
主要協力輸送会社	1,549枚	959枚	61.9%
全体	3,243枚	2,405枚	74.2%

■ 階層別ヒヤリング・現地調査（2014年3月13日～14日）

- ・ 対象：本社、部品物流本部、車両物流本部、海運事業部

全体グラフ



他社平均と比較して得点が低い。

項目	全社	他社平均	差異
問10 安全理念・方針の理解	0.26	0.89	-0.63
問12 取組み計画の具体化	0.09	0.58	-0.49

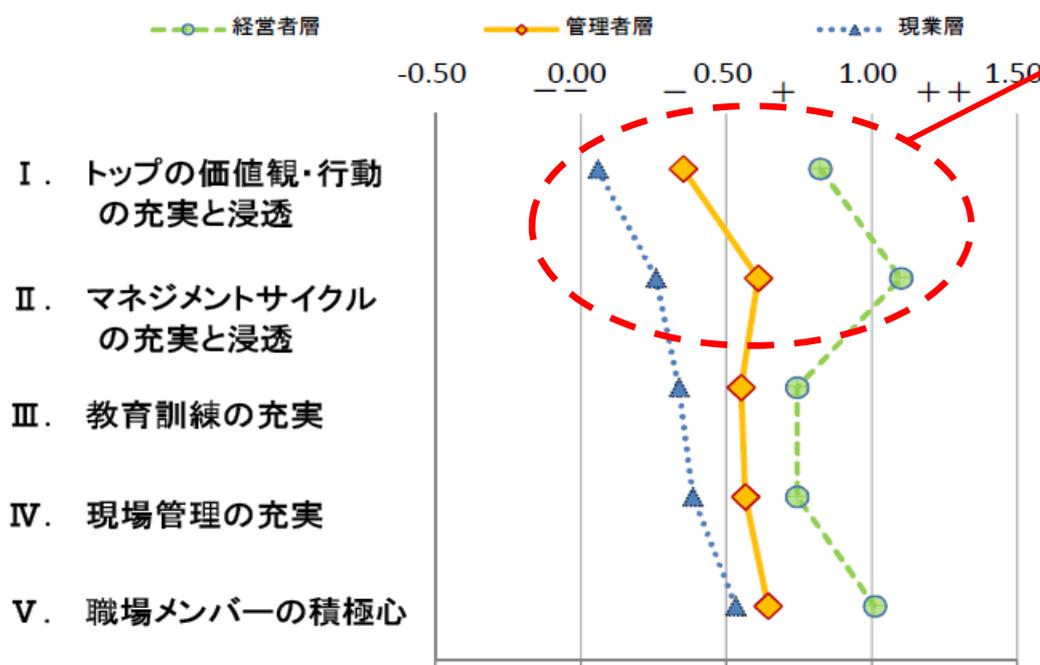
トップの価値観・行動及びマネジメントサイクルの充実と浸透の項目は他社平均と比較して大きくマイナスとなっており、この点からトップ方針が十分に浸透・理解されておらず、会社全体として更なる改善活動が進み難い傾向にある。

他社平均と比較して得点が高い。

項目	全社	他社平均	差異
問5 朝礼の活性化	0.55	0.30	0.25
問2 日々の報告と改善活動	0.68	0.32	0.36
問9 現場パトロール・立会の充実	0.64	0.12	0.52

現場管理に関連する項目の得点は他社平均と比較して大きくプラスとなっており、安全管理における仕組みやISOなどの取組みの成果が伺えると言える。

階層別グラフ



階層間でのギャップ大

階層別で見ると、特に領域Ⅰ、領域Ⅱについて経営層と現業職層の差が大きく、階層間で意識ギャップがあると言える。

マツダロジスティクスブランドについて、「安全、品質、環境、コンプライアンス」という言葉は幹部層の間で認識されている。しかし、行動や取組みの段階では、それぞれの理解に合わせて取組まれているといった状況（理解がバラついていて）

【現地ヒヤリング】協力会社に対する取組みについて

- ・ 事故が減らないという結果からも、協力会社も含めた安全風土の確立には至っていないと考えられる。
- ・ 管理者層においても、全員が協力会社の事故は自社の問題として捉えているとは限らず、バラツキが見受けられた。
- ・ 事故発生後の指導が中心となっており、未然防止に向けた取組みが不十分である。

課題と施策の方向性

【主要課題】

- (1) マツダロジスティクスブランドの浸透（理念・方針）
- (2) 協力会社の事故防止

【要因】

- ・ブランドを裏付ける組織の状態や行動基準等が明確にされていない。
- ・協力会社以前に、社内に安全意識が浸透しているとは必ずしも言えない。
- ・協力会社管理は行っているものの、成長目標が具体化されていない。（指導は行っているが、育成するという視点に欠けている。）

【将来的に想定される問題】

- ・協力会社の事故が減らない。
- ・結果として、親会社から求められている水準を実現出来ない。
- ・ブランド力の低下。

【課題に対する施策の方向性】

1. 理念・方針 浸透のための
トップ・幹部層の取組み

2. 協力会社の成長目標 具体化
と評価基準見直し

3. 管理者育成
（役割の実践を通じた育成、評価）

1. 理念・方針 浸透の為にトップ・幹部層の取組み

- 1) マツダロジブランド（安全、品質、環境、コンプラ）の裏付けとなる行動基準の明確化。
- 2) 行動基準に基づく、トップ・幹部の行動の徹底
→幹部の行動を通じたブランド確立、理念・方針の現場への展開。

2. 協力会社の成長目標 具体化と評価基準見直し

- 1) 協力会社をいつまでに、どこまで成長させるのか、成長目標を明確にする。
例えば「Gマーク取得」等の段階的な推進、支援
- 2) 協力会社に対する評価基準の見直し。
 - ・ 事故率など協力会社の規模などに左右されず評価出来る指標の設定・管理。
→協力会社をマツダロジグループとして捉え、協力会社の成長に対する関与を深める。

3. 管理者育成（役割の実践を通じた育成、評価）

- 1) 「協力会社の指導、育成に関する役割」「方針を浸透させる為の日常的な行動や現場との関わり」などの取組みについて役割基準書、人事評価項目などに設定。
- 2) 上記に基づき、PDCAによる管理者育成の仕組みの体系化。
→管理者育成を通じた、理念・方針の浸透、協力会社の成長の促進。（全体の底上げ）



実行スケジュール

2年計画でマツダロジスティクスグループ全体のレベルアップを図る。

	2014年度	2015年度
■アンケート結果のフィードバック 及び意見集約 <ul style="list-style-type: none"> ・社内（役員、本部長、部長） ・協力会社（全44社） 	 4月完了  6月中旬完了	
①安全行動基準の徹底 <ul style="list-style-type: none"> ・安全行動基準の決定 ・幹部への徹底 ・当基準に基づく社内表彰制度見直し ・安全行動基準の社員への徹底 	 6月末完了予定   6月末完了予定	
②協力会社の成長に関する取組み <ul style="list-style-type: none"> ・輸送業務に関する委託基準の明確化 ・評価基準の見直し ・評価結果に基づく育成対象会社の選定及び育成目標の設定 ・支援実施 	 4月完了  	
③管理者育成 <ul style="list-style-type: none"> ・役割基準の検討、決定、運用 		



ご清聴ありがとうございました。

