

安心安全のネットワークづくり ドライバー認定からセールス認定へ

エコスタッフ・ジャパン(株)

全国標準のサービス品質とブランド化

廃棄物処理・リサイクルで全国「安心・安全」のネットワークづくりを進めるエコスタッフ・ジャパン(株)(以下、ESJ。東京都中央区、田部和生社長)では、同社に参画している認定企業が、廃棄物収集運搬での優良ドライバー検定を行うためのトレーニングに着手している。これまで各社の責任者(マネージャー=トレーナー)について研修を進めてきたが、その内容を詳細な「優良ドライバートレーニングマニュアル」としてまとめた。このマニュアルを活用し、会員各社で収集運搬に携わる従業員に対してトレーニングを進め、その後、ESJ事務局が書類審査を行った上で検定を実施する。今秋をめどに第三者委員会等の検定体制を構築し、テスト検定を実施する予定。すでにドライバー検定のための学課テスト(試験問題)は完成しており、その後実施する運転実務テストについての開発を始めている。テストの実施方法については現在、ブロックごとに行うのか、会員各社単位で行うか等、様々な方法を検討している。

「優良ドライバートレーニングマニュアル」には研修プログラムとして、「廃棄物とプロドライバー」「廃棄物処理法について」「交通安全と配車効率」「サービスと顧客満足」「ロールプレイング」などが盛り込まれている。プロとしての最低限の意識から始まり、廃棄物処理法と顧客対応、交通安全対策の徹底、顧客満足の向上とクレーム対応などを質疑応答メインで、各社で何度も研修が可能な形式になっている。

事例も豊富で、例えばある認定企業ではクレームがあった場合、これを「チャンスコール」として顧客から改善点を教えてもらう機会とみなして丁寧に対応するなどのケースが盛り込まれている。

今秋にはドライバー検定開始

同社は2006年1月、産業廃棄物処理業界の有志、特に次世代の経営を担っていく経営者を中心とする発起人12社で設立された。

田部社長は言う。

「設立の当初は正直に言うと、『とにかく産業廃棄物処理業界のレベルアップを図りたい、業界のブランド化を目指したい』と考える経営者が集まってスタートしたが、何をどうやるかについてはこれから考える、という状況だった。まずISO14001あるいはエコアクション21の認証を取得している事業者を前提に基準を作り、ネットワークを広げて、教育研修を通じて業界のスタンダードをつくらうということになった。そこで最初に着手したのが研修のベースとなるマニュアル作りだった。ただ、まだその当時は優良といわれている事業者の取り組みのいいとこ取りをするレベルだった。」

その後、3カ月に1回の研修を進めるうちに、徐々に認定企業も増え始めた。そこでさらに深く取り組むことになったのが収集運搬に関するレベルアップとマニュアル作りだった。

なぜ、収集運搬から着手したのか。

「全国同一の品質、業界のスタンダードをつくらうなどという動きは従来ほとんどなかった。その中でまず取り組もうということであがったのが収集運搬事業のレベルアップだった。営業の委託契約などを別にする、顧客となる排出事業者に日常的に接しているのは、他でもない収集運搬部門のドライバーということになる。ドライバーがその処理企業、ひいては業界の「顔」となり、ブランドになっていく。産業廃棄物収集運搬業に係る許可講習会は公的なものがあるが、それ以上に現場での顧客との接し方、道路を走行す

る際に「会社の顔」として見られているとの認識の重要性などについて深く学ぶベースとなるものが何もなく、産業廃棄物収集運搬業は確かに許可制度になっているが、本来はもっと厳しく、また顧客目線に立った資格が必要ではないかと考えた。」

そこで、ESJは収集運搬、広く見れば物流事業に必要な基本中の基本から始めた。まずはドライバー個人が身につけるべき事項をまとめた「ドライバースガイドライン」を作成。あいさつや安全運転など物流事業として必要な当たり前のことから、処理業独自の身だしなみや書類の準備など、各作業別にレベルの習得をランク分けして、評価ができる内容とした。その後、物流業界最大手のヤマト運輸(ヤマトスタッフサプライ)から相当量のノウハウを学びとり、その複数回の研修と対面式の勉強会で学んだことを体系的に盛り込んだ社内教育用のマニュアルを作成した。これが「優良ドライバートレーニングマニュアル」である。このマニュアルはその後も改良を重ね、現在は全151ページに渡る膨大なものになっているが、ドライバーを一日拘束することは難しいということもあり、センテンス分けすることで、日を分けての受講も可能となっている。

各認定企業ではこれらのマニュアルを活用して、それぞれの現場では実際にドライバー研修がスタートしている。先に触れた通り、今秋にはドライバー検定試験を行うことになっている。

第2ステップは「セールス」

次に打ち出したのは「セールス」の品質向上だ。これは公的な講習会もなく、まさに各社が各様に行っているのが実情だ。いかにしてセールスのレベルアップを図るのか。

「ドライバーは産業廃棄物自体を委託されるときの「顔」だが、排出事業者と契約で「顔」になるのは営業マンになる。一般企業、特に大手企業では営業マンはきちんとした研修を受け、厳しいOJT(on-the-job training)などをこなしていかなければならない。そこで、ESJとしてもこれまでのマネージャーのみの研修とはせず、マネージャーと社歴2、3年の営業担当者にも対象を広げた。」

第1回目の研修は今年8月に行った。テーマはずばり「提案営業」。社長によるトップセールスや接待、場合によってはブローカーとのつながりなどによる営業スタイルがいまだに多い業界とあって、必要となるマニュアルやガイドブックなどは存在しない。しかも、廃棄物処理の委託契約など特殊な営業の手法は、一般の産業界にも学ぶべきノウハウを持った人物がなかなか見当たらなかった。

「他の業界にも研修ができる人物がいらない以上、同業者の中で卓越したノウハウを持った方をお願いすることにした。幸い、第1回目の研修会は大好評のうちに終わった。事例が豊富にまじえられた話ただけに参加各社へのインパクトは大きかった。やはり、現場を知っている人の話は参考になったようだ」(田部社長)。

今後は今年11月と来年2月の合計3回、「提案営業」の研修会を行う。将来的にはこれもマニュアルとガイドラインの作成にまでもって行きたいと言う。

「徐々にだが、形になってきている。認定企業(2009年9月現在)も北は青森から南は宮崎までの29社にまで増えた。定期的な教育研修の実施や、全国統一のマニュアル開発などを進めていくうちに、排出事業者からの評価は確実に上がっている。今後は処理事業者の皆さんがすすんで「入りたい」というネットワークを目指すとともに、この成果を処理業界全体の底上げのために広げていきたい」(同)としている。NX