

2017年1月5日 掲載 山形新聞

差別化し競争力

武藤幸規第一貨物社長



シエア拡大のための競争戦略は、貨物の到着予報（DST）といった「差別化」しかない。異常事態や緊急貨物の場合は「いつ着くのか」とのニーズは高い。リアルタイムに対応できれば、企業間取引の輸送では間違いなく先陣を切る。このDSTを競争力とし、一段の拡大を成し遂げよう。