'59 創業ビジネス

2t車中心のエリア配送

支線物流

自社資産2t車が活きる

積載効率改善

2000年までの成長の原動力

荷主にとって非効率なルート限定

支店倉庫から小売店へ

'81 日本初共同配送事業

幹線輸送化

次第に工場から小売店へ直送に

小型車中心の 自社では 対応困難に

2000年にビジネスの主軸を他の2事業に移行

トランコムの ビジネスモデル 720億円 営業利益 40 億円 (2011年3月期)

自社資産不要

幹線物流

'82 求貨求車事業

運行効率改善

水屋稼業

低品質、無責任、低価格

蔑視ビジネスの近代化

「人がやるべきことは人がやる」IT化

システム化

真の物流情報ビジネスへ成長

2000年以降売上急成長の要因

物流センター

構築運営事業 183億円 16億円

貨物運送事業 125億円

物流情報

サービス事業

380億円

14億円

7億円

幹線+支線

物流情報サービスが受け持つ 幹線物流

貨物運送事業でカバー 支線物流

これまでの自社の強みが活きる

2000年大型3PL案件の受託·稼働が飛躍のきっかけ

2000年以降収益性向上に貢献

トランコム.mmap - 2012/09/12 -