

かつてない運送サービス「レントラ便」で物流業界にイノベーションを巻き起こす

事業内容

運転手付き時間制のレンタルトラック「レントラ便」を主力事業とする運送サービス会社。自治体が開催するイベントや大学の運動部の合宿など、「大量の荷物を大型トラックでスポット的に輸送する」ニーズをつかんだ「レントラ便」は、引越し、宅配便に次ぐ「第三の運送サービス」として急成長。これまでになかった時間制料金の運搬ビジネスモデルとして、経済産業省の経営革新の承認を受けている。

特許登録番号と内容

商標登録第 5236858 号	レントラ便
商標登録第 5081338 号	トラックレンタルシステム運転手付き「レントラ便」
商標登録第 4925444 号	レンタルトラックのレントラ時間便（運転手付き）
商標登録第 4860386 号	HEARTS \ THE EXPRESS BUSINESS
商標登録第 4990947 号	ゴミ・不要品・廃棄物はエコ・ユウセン
商標登録第 5536912 号	セルフ引越し

他、商標登録、多数（2013年4月現在）



代表取締役 山口裕詮さん

経営危機から生まれた新ビジネス 時間制の運転手付きレンタルトラック

作業も手伝う運転手付きレンタルトラック「レントラ便」を自社ブランドとして打ち出し、物流業界にイノベーションを起こしている株式会社ハーツ。「レントラ便は、経営危機が生んだサービスです」と代表取締役の山口裕詮さんは振り返る。

20年前、個人の運送業からスタートした同社は順調に成長を続けていたが、大手取引先の一社依存体質が仇となり、突然、売上の8割を失う経営危機に陥る。なんとか事業の継続はできたものの、下請けからの脱却には自社ブランドが必要であると痛感。その可能性を求めて引越し業に参入するも、飽和状態にある同業界では後発組が評価されることは難しく、「いかに自社のブランドを打ち出すか」と模索する日々が始まる。

そんな折、ある大学のサークルが、定期的に大きな部材の運搬を依頼してくることを不思議に思い「引越し会社に、引越し以外の運搬を依頼してくる理由」を自己分析。「学生は、安価で便利なレンタカーでトラックを借りたいが、大型免許がなかったり、借りる、返すなどの手間が問題となっているのではないか」との仮説を立てる。そして、「一般消費者が利用できる、大型トラックで大きな荷物を運搬するサービスは存在しないことに気づい

たのです」（山口社長）。そこで、個人をターゲットに、運転手付きの大型トラックを時間単位でレンタルできる新しいビジネスを構築。こうして、平成18年に業界初の時間制料金を取り入れた「レントラ便」は誕生した。

商標登録、サービスの差別化など多方面から進めるブランディング

念願だった自社ブランド。「サービス業はブランド化しづらいもの。でも、やるからには真似されないように」と、当初からトータルブランディングを意識した。自ら考えた「レントラ便」の名称をはじめ、ロゴマークなど、商標登録は現在10件以上。ビジネスモデル特許も出願している。またホームページをブランドの顔と位置づけ、アクセス数の向上策を研究。モバイルサイトからも申込みなど、サービスの向上に努めている。

こうしたトータルブランディングによって「真似されない」ビジネスへ。それでも、模倣する企業はある。弁理士を通じて内容証明を送るなどの対応はしているが、一番の防御策となっているのは、サービス自体の質の違いだ。「レントラ便は、運送業の片手間に車輛や運転手の稼働率を上げるために行うサービスではありません。引越しや宅配便に並ぶ、第三のオリジナルな運送サービスだと考えています。たとえば、渋滞時間を料金に加算していませんが、これは通常の運送業では

COMPANY DATA

所在地：東京都品川区南大井 5-12-3 電話番号：03-5762-0072

URL：http://www.rentora.com 創業：1995年10月1日

資本金：1300万円 売上高：非公開

従業員数：17名（パート・アルバイトを含む、2013年4月現在）



レンタカーの自由度と低価格、運送会社の安心感と利便性を併せ持つ、時間制の運搬サービス「レントラ便」。渋滞時間は加算せず、運転手は作業も手伝う。わかりやすく、予約がしやすい「運送業ではなくサービス業としてのホームページ」も同社のこだわり

ありえないこと。また、サービス業は人がブランドだと考え、お客様と接するにふさわしい身なりや挨拶など、ドライバー教育も徹底しています」と山口社長。

顧客第一の心ある対応が選ばれる理由 今後は新サービスやエリア拡大も

サービスの利用後、顧客から届くサンクスカードには、迅速で丁寧な対応に感動したとの声も多い。「普通の仕事をしていてもサンクスカードは戴けません。この値段でこんなにいいサービスが受けられるなんて！と感動してもらい、誰かに紹介したいと思ってもらえるようなサービスを提供しています」（山口社長）。顧客からの評価は高く、業績は順調に伸びている。

サービスの拡充にも積極的だ。たとえば、世界的な大型家具チェーン店に請われ、店内に受付カウンターを設置し、商品の当日配送を請け負うサービスをテスト的にスタートさせた。従来入っていた大手の宅配業者は小回りが利かず当日配送に対応できないため、同社

雑誌やTVなど、マスコミ露出もブランディング戦略のひとつ

同社ではマスコミの目に留まるような企画、キャンペーンを積極的に行い、社長自らプレスリリースをマスコミ各社に送っている。「これまでに数回、テレビの情報番組で紹介され、毎回大きな反響がありました。マスコミに取り上げてもらう



同社の事業の根底にあるのは「こころ」。ハーツという社名やロゴマークにも心を大事にする思いが込められている



小さな荷物の運搬から引越しまで使い方は自由。サークルの合宿時の荷物の運搬、発表会の楽器や大道具小道具の搬入、海外からの修学旅行生の鞆の運搬、大企業内のサーバの移動など、様々なシーンで利用されている

に白羽の矢が立ったのだ。「まだ一店舗でのトライアルですが、大手の宅配業者にはできないサービスだと認められたことは自信になる。うまくいけば、今後は国内はもちろん、海外の店舗での展開も考えられます」とグローバルな市場へのチャンスに期待は膨らむ。

同時に、レントラ便のサービスエリアも拡大。平成25年には現地の企業と業務提携し、東北の気仙沼でレントラ便のサービスを開始した。これは社長自ら震災翌日に被災地に支援物資を届けたことをきっかけに、継続的な支援を通じて培われてきた現地との絆から生まれたもの。被災地支援やCSRといった観点の活動にも積極的に取り組んでいる。「他にも新しいビジネスのアイデアはあるのですが、まずはレントラ便を広めることが先決です。それには、なによりもお客様に喜ばれるサービスを！いずれは誰もが知っているサービスになり、コンビニで予約できるまでに育てていきたいです」と山口社長。その思いが叫ぶ日もそう遠くはなさそうだ。

知的財産活用のポイント

ことで、顧客獲得のチャンスは広がると思います」と語る山口社長。講演なども快く引き受けている。マスコミ露出が増えると業務提携を持ちかけてくる企業も出てくるが「私たちは理念を掲げレントラ便に取り組んでいます。売上回復が第一の目的ではなく、まずレントラ便の理念をご理解いただかない限り、提携はお断りさせていただいています」（山口社長）