

塚原石産興業の挑戦

慢性的な輸送力不足が続く骨材業界

ダンプドライバーの高齢化、運搬コストの高騰等によって慢性的に輸送力が不足する骨材業界。創業55年を迎える塚原石産興業（本社：岡谷市、塚原富勝社長）は、働き方改革を進めるなかで、将来的に安定した輸送力を確保するため、トレーラーダンプを導入した。チャレンジを続ける同社の塚原基成専務に話を聞いた。（福澤泰陽）



塚原石産興業
塚原基成さん

働き方改革へ 「選択と集中」

仕事が多く、輸送コストも安価だった時代は、ダンプカーを持ち込む自営業者が主流だったが、公共事業が縮小し、高齢化とともに燃料の高騰などで車両の維持も難しくなり、全国的にダンプカーを持つ自営業者が減少した。自然災害やオリンピックのような特需があると、全国から集まって一過性であり、地域に根付くことが少ない。ゼネコンも生コン業者も自社で骨材輸送手段を持つことは少なく、下請け任せ、納入業者任せが常態化してきた。

業者は車両をリースし、自営業者であっても安全教育等を含め社員と同等の待遇をすることで人材の育成に努めてきた。今回のトレーラーダンプの導入は、これら輸送力不足解消の延長線上にある。かつては過積載により運賃が成り立つ部分も多く、法律で禁止されていたも一般的に積荷量が適正化されず、運賃の値上げもユーザーに転嫁する事が難しかった。骨材輸送専門で県下初の導入となった当社のトレーラーダンプは、トレーラー部分がドイツ製で、荷台は特殊構造により軽量性・強靱さを両立。最大積載

量は28・9tで、通常のダンプトラックの3倍量が適法に輸送可能だ。また、小回りが効くのも特長で、国産トレーラーに比べ、全長が約11・7mと短く、旋回半径も小さい。

輸送時間も短縮でき、CO₂排出の削減、周囲環境に与える影響（渋滞等）も低減できる。今のところは松本地区の生コン工場向けに骨材を運んでいる。導入から半年以上たち、受け入れもスムーズで稼働率も良く、今後の導入も迷いはなくなつた。

これまで使っていた車両も別の現場に投入できるなど、忙しい時の外注率が下がり、配送効率も上がった。課題は通行許可で、道路ごとに管理者が違い、全てに許可を得ないと目的の地で運べない。許可に時間がかか

事業所ごと機能・製品を特化

働き方改革の時代と言われていたが、当社では早くから、労働生産性の向上や採算性・効率化、優秀な社員を育てる人材教育、労災事故を起こさない労働安全・衛生教育などに取り組み、改革への土台を積み上げてきた。

注力しているのは、全従業員が健康的で安心して働ける職場づくりの実現のため、残業0、完全週休2日制の導入を2年以内に行い、「ワークライフバランス」を推進し、労働生産性の向上を目指し、ハード面（生産設備／トレーラーダンプを始めとした運搬車両および重機等）およびソフト面（独自の販売・生産／財務管理アプリケーションのアップグレード等）の計画的な設備投資で「持続可能性」が高い資源の開発および環境負荷低減の両立が可能な生産体制の構築の3つだ。

「選択と集中」を合言葉に事業所ごと、生コン用、アスコン用、JRバラスト用、土木用等に生産する製品を限定してきた。例えば、石灰石の鉱山を持つ釜無鉱山（富士見町）は、生コン用JIS規格の砕石・砕砂に特化している。今では事業所ごと、それぞれの地域でユーザーや製品群のすみ分けができている。

事業所の機能・製品を特化する中で生産設備等の最適化を図ることができ、残業や休日出勤がなく、必要な需要量を満たすだけの生産効率を生み出している。さらなる効率化を目指して、設備の改善、重機車両の入れ替え、採掘・生産にあたる人員の構成・配置の見直しなどを計画的に進めている。

働き方改革では、人事改革や評価制度も問われる。当社では評価の指標はあくまで法定労働時間内にどれだけ生産量が上がったか、どれだけ輸送量が上がったかなど、シンプルだ。人事評価は複雑になり過ぎると本来の目的が見えにくくなってしまふと考える。

メーカーとしての責任を自負

災害や突発的な案件も多数ある。災害復旧などはまず始めに使われる資材が骨材だ。建設業界は、従来からの商習慣の中で時間外対応も当たり前だったが、現在は考え方が変わり、働き方改革を旗印に「遵法性・生産性・安全性」を優先しながら工期内に施工することが求められる。

当社は主に鉱業（鉱山特色）、採石業、砂利採取業の3つの事業で成り立っているが、全ての事業において最上位法である鉱業法のお考えに基づき、「自社に最適な独自技術を編み出す総合力」としての技術力（IIエン지니어リング）を追求し、採掘、生産、輸送の全てを自社で行えるのが強みだ。

働き方改革の推進にはお客様に対し理解を得なくてはならない事柄も多いが、そのためにはエンジニアリング的な考え方でつくり出した良い製品を、適切なタイミングで安全に届ける「メーカーとしての責任」をより自覚し果たしていく事が必要だ。

そしてお客様や地域社会から信頼され続けられることが、企業の社会的責任であると同時に、持続可能な経営の唯一の道と考えている。（談）



ドイツ製のトレーラーダンプ導入し
従来比3倍量の28.9tを輸送

コーポレートマークである「T」のブルーストライプを分解したオリジナルの車両デザインは目を引く