

限会社 H. I. プランニング 243-0025 厚田市上落合 6 9 7 - 2 Tel/Fax046-230-0890

代表 岩崎 仁志

E-mail : h-iwasaki@tbz.t-com.ne.jp

H. I. インフォメーション 2025年5月号

6月を目前に、九州南部、沖縄地方の梅雨入りが発表されました。この先、大雨や台風など夏季特有の自然災害を意識した備えも必要になってきます。国内における自然災害の内訳を見ても、台風が57.1%と最も高く、洪水の14.7%を合わせると（あくまでも統計ですが）7割以上が主に夏から秋の間に発生したものです。地震のリスクがこれに加わることを考えただけでも今、改めて災害に対する意識を高め、自社BCPの見直しを含めた対応を話し合っておく必要があるでしょう。

近年のBCPにおける策定の注意点といえば、サイバー攻撃やパンデミックなど、より幅広いリスクを想定したものへの備えも必要となってきています。とりわけデジタルリスクへの備えは、物流BCPに課せられた新たな対策でもあります。災害時のIT-BCPはこれまで多くの場合通常のシステムとは別に災害時の緊急システムを遠隔地に備えておき、許容発生時に通常→災害時へと、システムの切り替えを行なうのが一般的でした。しかしサイバー攻撃となると自然災害とは異なり自社システムが攻撃を受けているので外部からは被害が見えにくい、というのが特徴です。そんな中、被害拡大を止めるには、システムを中断し「事業継続を一端断念する」という苦渋の選択肢しか残されていないのかもしれないかもしれません。2023年、名古屋港コンテナターミナルでランサムウェアによるサイバー攻撃が起きた時も、約3日間コンテナの搬入搬出がストップしました。サイバー事故は「起きてみないと具体的な被害の想像が付きにくい」ものです。最悪のケースを想定したシナリオを作っておくことは、多少なりとも事故発生時の手順の進め方や心のゆとりにつながるという意味では一定の有効性があると言えるでしょう。

2030年までに必ず起きると言われている南海トラフ地震は富士山噴火をも誘発し、その経済被害額は220兆円を超えるとされています。全てのリスクをゼロにすることは出来なくても、想定して備えることは今なら可能です。事業者として出来る備えは、同時に1国民として自らと家族を守る備えにもつながります。平時だからそこできる災害リスクへの対応力、ぜひ強化しておきましょう。

提案営業の必要性

近年、物流業が進化・多様化する中で提案営業に改めて注目が集まっています。物流業の長い歴史においては「仕事はあくまでも荷主側から言われるままにいただくもの」でありました。荷主の優位性が圧倒的であった時代から現在に至るまでの道のりは、それだけでも相当に辛く長いものであったはずですが。しかしながら、社会全体が少子高齢化＝人手不足という課題に直面、そのことは想像以上に多方面に波及し、物流の停滞を呼ぶ大問題の提起へとつながっていきました。現在、物流業界を始めとする各産業界は、迫り来る2025年～2030年問題に向け、各業界の壁を取り払った協力体制の構築を検討、実現し始めています。そのような中、物流業者とその顧客であるメーカーとの関係にも少なからず変化が見え始めてきています。従業員の働き方改革が必須とされる中、その労働環境を決定するとも言える荷主の理解は、まさに不可欠です。そのためにはこれまでの荷主と物流業者間に存在していた主従関係を改善することが必要な要素と言えるでしょう。その1stステップが、荷主の物流課題に着目し改善を行なうための提案営業を行なうこと。そこではまず顧客の本位を知り、こちら側のペースに同調していただきながら、相方の利益になる提案に興味を持たせる＝引き込むことが大切です。話は少しそれますが、2009年～2023年の15年間で3倍以上にまで拡大した3PL市場は2022年その市場規模が4兆円を突破しています。荷主に対して物流改革を提案し包括して物流業務を受託する3PLにおいても、その始まりは荷主課題の詳細な調査をベースとした提案営業です。提案営業には提案書が必須です。顧客を訪問し、見積書を置いてくるだけでは、価格引き下げを強要されて泣き寝入りする、という過去と同様の展開で終わるかも知れないのです。課題を抱えていない荷主などいるはずありません。事前調査で知り得た情報を入念に検討し改善策を提案することで、顧客の物流課題の解決方法を提

示し、顧客に利益を連想させることができるのです。EC関連市場の成長により商取引は多様化高度化が加速、様々な局面で物流企業も厳しい競争にさらされてきました。これは当然荷主であるメーカ、流通業も同じです。市場が成長中は機能を強調するだけで良かったのですが、顧客の選択の目も厳しさを増す現代では、物流業者も当然、他にない付加価値を工夫し、それを顧客ニーズに近づけ、スピーディに提案へ運ぶことが必要とされています。正しくないものも含め、情報が氾濫し過ぎる今の状況において、顧客は本来の物流改善ニーズに気付いていない、とも言われています。本当の顧客ニーズの再発見をうながす機会をつくるためにも的確な提案書を作成し、顧客に利益を確信させることが必要となります。市場は、長・短期的にいろいろな要因による変化を繰り返してきています。市場を変化させる要因は、次々に登場する新商品や人口の動態変化、社会構造化、IT技術革新など、が考えられます。新しいニーズや企業間シェア競争などにより、市場はさらに細分化され、それに伴い顧客へのきめ細かな対応がより必要となり、物流サービス内容も高度化が要求されてきます。顧客業界への個別対応が当然とされるため、市場の変化を読み取り、新商品（物流サービス商品）の投入や改良改善に努め、迅速対応する必要があるのです。顧客側も経営効率向上のため、溢れる商品の中から最適な物を迅速選択していかなければなりません。この様な状況においては、適格かつ魅力的な商品アピールとなる提案書は大きな武器となるはずですが、的確を得た効果的な提案書を作成するためにはまず周到に顧客ニーズを調査し、つかむ必要があります。顧客ニーズの把握にはメール、電話もさることながらやはり直接訪問して問題の聞き取りや改善の意思の確認など行なうことが理想です。こちら側の提案により、初めて自社のニーズまでに気付く、というパターンも決して少なくありません。顧客側の内面にあるニーズを需要に変える提示を行なう上では、その成果をたやすく連想できるような商品設計を工夫しなければなりません。物流企業側にとっても到達可能な目標設定を行ない、あとはスピーディに顧客側の意思を固めてもらうよう最終のプレゼンテーションまで持っていくことです。プレゼンテーションはそもそも「相手の行動を促す」ためのもの。押し付けるのではなく顧客が本当に欲しいと思えるような商品＝物流サービスであることが大前提でしょう。顧客は日々業務に追われ、自社の問題を把握はしていても解決にまでは至っていないことが多いものです。問題解決よりつい目先の利益を優先させるのは一般的かもしれません。問題を解決することで利益も出せると確信させる提案が必要なのです。提案内容により提案書の作成方法も異なってきます。本当の課題はどこにあるのか、課題発見は的確でなくてはなりません。例えば配送・センター・システム提案など、提案範囲や理由背景を明確にする必要があります。提案営業の利点は、顧客の問題点・課題を浮き彫りにし、未解決のままだと生じてしまう不利益とその解決策を提示できることです。問題点・課題を明確化し、解決策を検討、さらにその成果により生じる利益を明らかにすることで、顧客は導入費用対効果も知ることができます。その事実を顧客が認識できればその提案を受け入れる価値にも気付くはずですが、業種・業態・規模等でも企業ニーズは異なり、提案内容も違ってきます。考えられる顧客ニーズに基づき提案の機会を慎重に狙う必要があります。この際 あくまでも顧客目線を忘れずに勝手な解釈はしないことが肝心です。

企業を取り巻く市場環境は常に変化しており、顧客の求めるニーズも変わり続けることを理解しておかねばなりません。市場環境変化の要因として考慮すべき点は、経済と消費、地球環境や法規制、規制緩和、国際化、IT化、特に核家族化による少子高齢化、ECなどの消費構造変化など。今後顧客に依存するままの物流企業は確実に減少していきます。これからは「市場変化を見越して対応する物流商品の提供を物流企業が当たり前提案していく」、というスタイルを定着させていくことが、引いては持続可能な物流の実現につながっていくと信じます。

国交省、5両割れに厳格対応、基準設け許可取り消しへ

国土交通省はこのたび、一般貨物自動車運送事業者が営業所ごとに確保すべき最低車両数（原則5両）を下回る、いわゆる「5両割れ」状態となった場合の「事業計画に従い業務を行うべき命令」の発動基準を明確化する通達を全国の地方運輸局などに出しました。これを受け中国運輸局は5月1日、「厳正に対処する」方針を表明。違反を繰り返す事業者には、最終的に事業許可の取り消し処分も行うことを明確にしました。国交省が定めた新たな基準は、貨物自動車

運送事業法第8条第2項に基づく「事業計画に従い業務を行うべき命令」について、その発動要件を具体的に示したものです。地方貨物自動車運送適正化事業実施機関による巡回指導や、運輸局などによる監査の結果、事業計画に反して営業所に配置されている車両数が5両未満であることが確認された場合などに命令を発動します。これまでは、車両数不足に対する指導や行政処分はその他の監査項目と合わせて適宜行われてきましたが、明確な命令発動基準が定められていませんでした。今回の公示では、命令発動後のフローも明らかになりました。命令を受けた事業者は、原則3か月以内に車両数を事業計画通りに是正し、改善報告を行うとともに、必要に応じて事業計画の変更認可申請などを行わなければならない。期間内に改善報告や必要な申請が行われない場合、または申請が認可されなかった場合は「命令違反」とみなされます。この場合、行政処分基準に基づき行政処分を実施するとともに、併せて再度、「事業計画に従い業務を行うべき命令」を発動されます。この2回目の命令にも従わなかった場合には、行政処分基準に従い、最終的に事業許可の取り消し処分を行うこととしました。

国交省が今回、5両割れ事業者への対応を強化する背景には、物流業界を取り巻く厳しい環境があります。中国運輸局は、「計画の内容に反した状態で事業を行う者が存在し、それらは交通事故防止に向けた安全義務違反やトラックドライバーの健全な労働環境の維持をおろそかにし、悪質な法令違反を犯している可能性もある」と指摘。主にトラックの輸送力低下が懸念される「物流2024年問題」への対応として、こうした悪質な事業者を排除し、トラック事業の適正化と公正な競争環境の維持を図る必要があると言及しています。同局は、「本件や取引の適正化などを通じて、持続的な物流体系の構築に引き続き取り組んでいく」としており、今回の措置が、コンプライアンスを順守し、安全確保や労働環境改善に真摯に取り組む事業者が正当に評価される環境整備の一環であることを示唆しています。今回の命令発動基準の明確化と厳格な手続きの導入は、これまで一部で問題視されてきた「名義貸し」のような事業実態のない事業者や、安全管理体制が不十分な事業者の淘汰につながる可能性があります。業界全体の健全化と、持続可能な物流ネットワークの維持が望まれます。

アサヒロジスティクス、レンボー物流（大阪）を買収

アサヒロジスティクス（さいたま市大宮区）は5月13日、関西を拠点とするレインボー物流（大阪府高槻市）の全株式を取得し、完全子会社化したと発表しました。アサヒロジスティクスは、東日本を中心に食品物流を展開していますが、今回の子会社化により関西圏での物流機能を強化し、広域ネットワークの構築を図る、としています。

レインボー物流は大阪府高槻市に本社を置き、低温物流に強みを持つほか、中・長距離輸送、小口共配、3PL事業など多様な物流サービスを提供、大阪府内に4か所の物流拠点をもち、中四国や九州にもネットワークを広げています。アサヒロジスティクスは2026年2月に大阪府茨木市で共配センターの開設を予定しており、今回のグループ化により関西圏での事業基盤を早期に拡充する狙いです。東日本に強みを持つ同社と西日本に強いレインボー物流との間でシナジーを創出し、より広範なエリアをカバーする体制を整えることで、物流サービスの品質向上を図るとしています。

フジテレビ、ドラマ「トラガール2」完成イベント

フジテレビは5月10日、都内でFODオリジナルドラマ「トラックガール2」の完成披露試写会および完成発表イベントを開催しました。完成発表イベントでは、主演の乃木坂46・遠藤さくらさん、共演の俳優・望月歩さん、山野海さんが登壇。遠藤さんは続編となる本作への意気込みや、再びトラック運転手「鞍手じゅん」を演じた感想などを語るとともに、望月さんと山野さんも撮影現場でのエピソードや役柄への思い入れなどを明かしました。このドラマは実在するトラックドライバーで、インフルエンサーとして大きな影響を持っているトラックめいめいさんをモデルとしており、前作ではその内容から大きな反響がありました。遠藤さんは、一昨年の前作「トラックガール」放映後、YouTubeや

InstagramなどのSNSを通じて情報発信するトラックドライバーが増えている現状について触れ、「素直に嬉しい」などとコメント。このほか、ドラマ撮影中の共演者とのやり取りや秘話などを披露しました。本ドラマのストーリーは、女性トラック運転手として日々の業務に奮闘する主人公・鞍手じゅんが、ひょんなことから始めたSNSをきっかけに、思いも寄らぬ展開を迎えるというもの。SNSを通じて知り合った人々との交流や、仕事とプライベートの間で揺れ動く彼女の姿を、コミカルかつハートフルに描きます。前向きな姿勢と人懐っこい性格で周囲を惹きつけるじゅんと、個性豊かな職場の仲間たちとの日常が繰り広げられます。トラックガール2は、17日0時からFODにて配信開始予定。なお、前作「トラックガール」全6話は、30日2時45分から地上波で再放送されます。

いすゞ運行管理システムに改正法対応機能追加

いすゞ自動車は、4月1日に施行された物流改正法への対応を念頭に、クラウド型運行管理システム「MIMAMORI」に新機能を追加し、5月14日からサービス提供を開始したと発表しました。

運送業界では、ドライバーの長時間労働と人手不足による物流の逼迫状況を改善するため、業務効率化が求められています。2024年4月よりドライバーの年間残業時間は960時間までとする上限が設けられましたが、「荷待ち」や「荷役」の時間短縮が依然として課題となっています。今回追加された新機能は、事前に登録された地点に到着後、荷役作業開始までの滞在時間がある場合に「荷待ち」と自動判定し運転日報に反映する「荷待ち判定機能」。また、荷主拠点ごとの作業時間の集計が可能となり運送事業者の作業状況確認時間を削減できる「作業時間集計機能」も追加されています。さらに、荷主拠点での荷待ちや荷積、荷卸などが事前に設定した時間を超過した場合に運転日報にハイライト表示する「作業時間ハイライト表示機能」も追加されました。

お知らせ

- ・物流業経営者・幹部向けの物流経営塾第17期が7月から始まります。物流経営塾とは、物流業界を取り巻く厳しい環境を勝ち抜く為に必要な、高度な専門知識と企画・実行力、リーダーシップ力を学ぶ場として、若手経営者や幹部候補者の育成を目的とした講座です。第17期物流経営塾 2025年7月24日（木）～2026年6月25日（木）まで 月1回、計12回の講座です。各講座終了後に懇親会を開催します。学びとネットワーク構築が一度に可能です。費用は税抜き1人30万円（税別、懇親会費含む）。詳細申込先は：国際物流総合研究所TEL03-3667-157 まで
- ・国際物流総合研究所ではオンラインセミナーを開催中。物流業経営者・幹部向けに“忍びよる2030年～貨物自動車運送2法改正とその先”のテーマで弊社代表の岩崎が2025年6月9日（月）時間16時～17時（60分）迄講演致します。物流業における重要課題である2024年問題の課題解決とその動きを明確にし、2030年課題解決へのステップを学びます。参加費用一人5,000円 Japan Truck Show サポート企業は無料）申込先：国際物流総合研究所TEL03-3667-1571
<https://a15.hm-f.jp/cc.php?t=M886409&c=2718248&d=a7c5>
- ・コラボネット事業協同組合では会員企業向けに経営者・幹部セミナーを開催しております。今回は6月10日（火）午後4時から（㈱豊運輸会議室にて「幹部を育成するには」のテーマで、弊社代表の岩崎が講演させていただきます。参加費用は1人千円。
詳細は<https://forms.gle/GZGW6MNPA2Ghn123A> まで
- ・HIブランニングでは、各種課題に最適なソリューションを提供させていただきます。環境改善にも役立つ話題の車載機器各種（矢崎エナジーシステム社製等）を高性能と多くの実績で各界からの評判も高い製品を御紹介致します。
- ・エイチ・アイ・ブランニングでは、オンラインでの研修を展開しております。ZOOMかTeamsを活用し、お客様ニーズに合わせて、様々な研修を行なっております。多様な研修内容は携帯でも提供が可能です。経営戦略、2024年問題などの課題もテーマに研修を進めて参ります。一度お問い合わせください。