

限会社 H. I. プランニング 243-0025 厚木市上落合 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12月号

年末の繁忙期を迎える時物流業としての役割を再認識することが多くなりますね。これ程輸送需要の多い時に何らかの理由で物流が止ったら一、考えただけでも恐ろしくなります。経済を、また日常生活を止めないためにも、BCP対策に加えてSDGs対応も必要となってくるでしょう。2026年を目前にしながらも、企業収益確保を妨げようとする多くの問題がまだ山積しています。

それら問題は表面化されていますが、課題は潜在的なものである場合も少なくありません。成長企業の事例を学びながら生産性を高め、業務効率化と標準化を進めるためにもできることは何か考えた時、思いつくことはやはり自社特有の物流品質に磨きをかけることです。数ある企業の中から自社を選んでもらえるための差別化戦略は社員にとっての働きがいにもつながることでしょう。2025年降りかかる困難を払いのけながら力強い足跡を残してこられた皆様はおそらくこの先立ちはだかる多くの壁も突き抜けていく能力をお持ちのことでしょう。2026年が物流業界にとって、また皆様方にとってさらなる飛躍の年でありますよう心から願っております。

人材不足にSNS採用で対応する

2024年4月、物流業界に働き方改革の波が押し寄せ、各企業は経営の手法や理念にも改めて向き合う必要を迫られました。物流業界が長い間おかれていた不当な立場やトラックドライバーの過酷な労働環境は時代の流れから見てももう改らなければならないものでしたが、数少ない変革のチャンスが先の「2024年問題」の提起とそれに伴う法改正によって訪れたのです。年を追うごとに深刻化してきた業界の人手不足は少子高齢化のあおりも受け、とりわけトラックドライバーの大幅な減少問題を引き起こしています。2026年はこれまで企業の主な収益確保にも貢献してくれていた50代以降のベテランドライバーが退職の時期にさしかかり始めるという極めて深刻な課題とも向き合っていく必要が感じられます。

2026年の年明けと共にまず着手したいのがやはりこの先も物流を止めないための対策であり、その中でも安定した人材の確保と定着に向けた対応ではないでしょうか。労働時間の規制とドライバーの待遇改善などの働き方改革を追い風に出来る今なら、いわゆるZ世代に向けた求人にもこれまでよりは希望が持てます。すでにインターネット環境が整った中で生まれた彼らは自らの意見も日々オンラインで難なく発信できるデジタルネイティブですから今後業界が否応なしに取入れていくことになる新しいITシステムや自動化技術とそのツールなどの導入にも抵抗なく迅速に適応してくれることでしょう。自社のDX化を加速させる大きな力となり得るはずですし、彼らの多様な視点と発想が新たなサービスの提供につながっていくかもしれません。

若年層を主なターゲットに募集を行なおうとする時、現在主流となっているのはやはりSNSの活用でしょう。従来の採用方法では若年層へのアプローチが難しくなる今、SNSを戦略的に活用することで採用率を大幅に向上させた企業が増えています。運送業界特有の課題を踏まえたSNS採用の導入方法から成功事例、実践のステップまで見てみましょう。これまでの運送業界における採用活動は、ハローワークや求人サイト、求人広告などが中心でしたが、これらの手法には明確な限界が見えています。若年層の情報収集行動が変化し、求人サイトよりもSNSで情報を得る傾向が強まっているのです。運送業ドライバーには「きつい・厳しい・給料が安い」といったネガティブイメージが定着しており、このイメージを払拭する効果的な情報発信が難しいという問題もあります。また、求人情報だけでは会社の雰

雰囲気や実際の仕事内容が伝わりにくく、入社後のギャップによる早期離職も課題となっていることもあります。また中小運送会社においては採用コストの高騰も大きな負担です（人材紹介会社の手数料は採用者の年収の30%以上が相場）。SNS採用が運送業界で注目される背景にはいくつかの明確な要因があります。まずZ世代（1990年～2010年生まれ）・ミレニアル世代（1980～1995年生まれIT革命と共に成長、仕事よりプライベート優先傾向あり）のSNS利用率の高さが挙げられます。総務省の調査によると、かれらの休日のSNS利用時間は全世代平均の47.4分を大きく上回り、100分～数時間に及ぶことも報告されています。特に若年層は就職・転職活動においてもSNSを重要な情報源としており、マイナビの調査では新卒学生の68.2パーセントがSNSで就職活動関連情報を収集していることが明らかになっています。

SNSを上手く活用すれば若年層に対する運送業界全体のイメージアップが期待できます。社会インフラを支える重要な役割や地域貢献、多様な働き方などのポジティブな側面を効果的に発信する手段として、SNSは最適なプラットフォームになるでしょう。基本的に無料で始められるSNS運用は、中小運送会社にとって採用コスト削減の効果が期待できるだけでなく、社員定着にも効果があるとされています。社内の取り組みをSNSで発信することで現職ドライバーのエンゲージメントも向上し、社員からの紹介採用が活性化する効果も期待できます。

SNSを活用した採用活動は、求人情報の発信だけでなく、企業の魅力や文化を伝え、潜在的な候補者との関係構築から採用までを一貫して行うアプローチで、運送業界特有のメリットも多く存在します。話が前後しますがSNS採用（ソーシャルリクルーティング）とは、FacebookやX、Instagram、LINEなどのSNSプラットフォームを活用して人材を発見し、採用につなげるプロセスを指します。SNS採用では、求人情報の発信だけでなく、企業文化や職場環境の紹介、現役ドライバーの声や日常の共有、ドライバー志望者とのコミュニケーション、採用イベントの告知など、多角的なアプローチが可能です。運送業界のように、実際の業務内容や社風が外部からはわかりにくい業界では、リアルな企業の姿を伝えることでミスマッチを減らし、価値観の合う人材とのマッチングを図ることができます。またサイトで若手ドライバーの活躍を積極的に紹介することで、自分も頑張れそうという親近感や具体的なキャリアパスのイメージを持ってもらうことができます。

物流を通じた社会貢献やお客様からの感謝の声、特殊技術への誇りなど、ドライバーとしてのやりがいを可視化することも可能です。中小運送会社でも、地域貢献活動や地元密着の配送エリア、アットホームな社風といった強みをSNSで効果的にアピールできます。SNSでドライバーの一日や休憩時間、充実した車両設備、職場の人間関係などをリアルに発信することで、業界の実態を正確に伝えることもできます。また、若年層は文字情報よりも視覚情報を好む傾向があるため、InstagramやTikTokなどを活用し、最新車両の紹介やドライバーの一日を短い動画で紹介するなど、ビジュアルで発信することも効果的です。

繰り返しになりますが、多くのSNSプラットフォームは基本利用が無料であり、アカウント作成・投稿・コミュニケーションにかかるコストはほぼゼロです。自社で運用できれば初期投資を抑えた採用活動が可能になり、従来の求人媒体への掲載費を削減できます。自社の経営を末永く未来へつないでいくためにも若い幹部候補の募集をSNSで発信してみませんか？

中小物流企業値上げ率4%未満が大半

フォーバルGDXリサーチ研究所（東京都渋谷区）は12月16日、ことしの中小企業の値上げ率について、55.7%の企業で4%未満だったとする調査結果を公表しました。連合は来年の春闘方針について、中小企業の値上げ率を6%以上に

するとの方針を示していますが、同社は「連合の考えが現場の経営者にどの程度届き、実際の賃上げに反映されているのかは明確ではない」としています。

調査はことし9月16日から10月17日まで、全国の中小企業経営者を対象に実施し、ことしの賃上げの結果や、賃上げに対する考え方などを聞いたもので、有効回答数は1464人でした。賃上げを実施したと回答した970人に実際の賃上げ率を尋ねたところ、「2% - 3%未満」が18.6%で最も多く、次いで「1% - 2%未満」が18.1%、「3% - 4%未満」14.6%と続いた。1%未満の4.4%を加えると、4%未満の範囲で賃上げを実施した企業が過半数の55.7%を占めました。連合が掲げる「6%以上」の高い賃上げを実施した企業は現時点で10.5%に留まっていました。

賃上げの推進が日本の将来にもたらす意味について尋ねたところ、「企業にとってはコスト増」が46.1%で最も多く、次いで「停滞した経済を活性化させる原動力」の37.1%が続きました。賃上げを「原動力」とプラスの意味に捉えている経営者がいる一方、約半数近くが「コスト増」というマイナスイメージを持っていることが明らかになりました。また、政府が企業の賃上げ支援の方針を打ち出していることを知っているかどうか尋ねたところ、「知らない」という回答が52.9%と半数を超えました。

同社は「利益を出している企業でも、賃上げをコスト増として負担に感じている中小企業は多い」としており、「賃上げを実施した企業への税制優遇や助成金といった恩恵をさらに手厚くするなど、国を挙げての対応も必要だ」と指摘しています。

荷待ちで温度差、栃ト協調査

栃木県トラック協会は12月15日、物流の2024年問題に対し、運送事業者と荷主企業の間では、労働時間規制の順守や待機時間削減の必要性への認識で共通しているものの、課題点への認識については大きな隔たりがあるとする調査結果を公表しました。

同協会は2024年問題への対応状況や課題を把握するため、ことし8月6日から30日まで、県内の運送事業者と荷主企業に対し、郵送とウェブによるアンケートを行ないました。回答があったのは運送事業者495社、荷主企業67社で、調査結果によると、時間労働の上限規制について、運送事業者に順守状況を聞いたところ、「全ドライバーが順守できた」は317社で64%を占めました。「大多数のドライバーが順守できた」も144社で29%でした。また、拘束時間の制限や休息時間の確保など「改善基準告示」の順守状況については「順守できている」395社で80%を占め、「順守できていない基準がある」が100社で20%でした。

順守できていない基準を複数回答で尋ねたところ、最も多いのは「1日の拘束時間」の49社で、次いで「連続運転時間の制限」の37社、「1日の休息時間」の30社が続きました。順守できていない理由については「荷待ち時間が長い」が56社で最も多く、次いで「荷役作業の時間が長い」の32社でした。「休憩や休息をとる場所がない」の27社、「荷主・元請けが理解してくれない」の18社も多くなりました。

一方、荷主企業は、ドライバーの労働時間規制について「十分理解している」は55%、「ある程度理解している」は43%で9割を超える企業が「理解している」でした。現場への影響と影響の対応状況についても、「おおむね対応できている」が73%で、「影響はなく、対応の必要はない」の15%を加えると88%が適切に対応できていることがわかりました。運送事業者側が課題に挙げている「荷待ち時間」については、「待ち時間をすべて把握している」が45%で、「一部把握している」が46%で、9割以上が把握しているとしています。待ち時間の長さについては67社のうち、「30分未満」が28社、「30分から1時間」が21社、ほぼ発生していないが5社で、一時間以内とした社が8割を占めまし

た。待ち時間の発生が生じる理由については、「荷積み荷下ろし時間の集中」が43社でも最も多く、次いで「荷造り作業の遅れ」が17件、「生産の遅れ」と「スペースの不足」が16件ずつでした。

国交省、大阪でホワイト物流セミナー開催

国土交通省は2026年1月31日、「ホワイト物流」推進運動の一環として、「ホワイトな働き方を叶える！安心して働ける物流業の仕事の魅力」セミナーを大阪市で開催します。

セミナーは、OSAKA しごとフィールドとの連携で実施され、対面とオンラインのハイブリッド形式で行われます。会場はエル・おおさか本館3階のセミナールーム（定員20人）、オンラインは定員なしで、事前登録制で無料参加が可能。年齢や性別を問わず、誰でも参加できます。

第1部では国土交通省と「ホワイト物流」推進運動事務局が登壇し、運動の概要や目的を説明。第2部では、同運動に参加する梅田運輸倉庫（大阪市福島区）と富士興業（埼玉県越谷市）が登壇し、物流現場における“働きやすさ”と“やりがい”を紹介します。

世界フォークリフト市場、年7.49%成長へ

アスチュート・アナリティカ（インド）は12月16日、世界のフォークリフトトラック市場が2032年に955億1000万ドルに達するとの市場調査結果を発表しました。

市場は2023年時点で498億6000万ドル規模であり、24年-32年の年平均成長率は7.49%と予測されています。フォークリフトは物流や製造、倉庫、建設分野に不可欠な設備であり、特にアジア太平洋地域では年間60万台超の販売実績を持っており、23年の世界販売台数は約140万台にも達しました。小売、食品、自動車、ロジスティクス業界での需要がけん引しています。

製品分類ではICエンジン駆動と電動型に分かれ、用途に応じてクラス1-5に区分されます。地域別では北米、欧州、アジア太平洋、南米、中東・アフリカなどを対象としています。

製造業の拡大や電子商取引の普及による物流業務の増加を背景に、効率的なマテリアルハンドリング機器の必要性が高まっており、市場の成長は、サプライチェーンの強化および物流現場の省力化・合理化に寄与するとみられています。

お知らせ

・国際物流総合研究所ではオンラインセミナーを開催中。今回は新春セミナーとして会場（国際物流総合研究所会議室）参加とのハイブリッド形式で実施します。物流業経営者・幹部向けに砂川玄任主席研究員が“2026年は特定事業者が変わる、物流業界が変わる”のテーマで、弊社代表の岩崎が“新たな時代！勝ち残る会社となるには”のテーマで講演。開催日時は2026年1月9日（金）時間15時～17時10分迄。参加費用1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=M1009076&c=3352685&d=96a5>

・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。次回は2026年1月9日（火）午後16時～17時30分まで（株）豊運輸会議室で開催します。「SNS人材採用の効果の振り返り」のテーマで、弊社代表の岩崎が講演させていただきます。参加費用は懇親会費含め1人1000円。詳細はコラボネット事務局吉村までTEL:090-4757-0683 mail: jicun7103@gmail.com まで。

・エイチ・アイ・プランニングでは、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、2025年問題、改正2法への対応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。