

『物流 Weekly』連載原稿

「日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー」第1回

<タイトル> 「強みの認識」主要荷主からの値下げ要請

<本文>

A運輸は年商約70億円の物流企業である。主要荷主の1つに番組制作会社B社がある。B社からA運輸に対して「再見積りを提出して欲しい」という要請が入った。

再見積りとはイコール値下げ要請である。半年前にも値下げを受け入れたにもかかわらず、再度値下げを要請してきた裏には、大手物流企業のC運送からB社に対して売り込みがあったことと関係している。物流コストを削減したいと考えていたB社としては、願ってもない売り込みであり、これを機にA運輸との見積金額を下げるか、もしくはC運送に代えることを検討していたようである。A運輸から弊社への依頼は、「口座を守りつつ値下げを回避すること」であった。

私達は、まずA運輸とB社との関係を確認した。A運輸の担当者から聞いた内容は次の通りである。

A運輸とB社とは30年来の付き合いである。取引開始時、B社にとってA運輸は「数ある物流企業の1社」であった。その後、A運輸のドライバーの対応力やA運輸としての取組姿勢などが評価され、徐々に扱用量を増やしてきた。その結果、現在ではB社の物流は、ほぼA運輸1社だけで対応している。

また、B社内にA運輸の担当者の机も設置されており、この担当者はB社に常勤しているとのことであった。

A運輸とB社とは現場担当者レベルでは余計な説明が要らない関係（阿吽の呼吸が通じる関係）であることは認識できた。ということは、現場レベルではC運送に代えることは「NO」である。逆に言えば、B社の経営者に対して、如何にしてA運輸の業務内容を説明し、C運送を含む「他社では対応できないこと」を納得させるかがキーとなる。

（次週に続く）