

---

『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』

“社長！それは違います！” 第27回

---

<タイトル>

「運賃値下げはもうやらない」

<本文>

燃料高騰、人手不足、コンプライアンスの強化、景気の上向き、十年に一度の運賃交渉が強くすすめられるチャンスが到来している。ある物流会社の社長はこの時期は約十二年の周期で訪れると言っている。オイルショックの時期、バブルの時期、そして今回である。認可運賃も下げ止まり、五七～六〇年度タリフ相場で維持している。そうは言ってもまだ値下げ要求があるという会社は 相場を知り、自信を持ってこれ以上下げられないことを伝える。 のツールとして自社の車両別原価計算表を作成し、荷主に提示し の説明を行う。 値下げを提案力、提案活動で回避する。そして最も有効な方法として 燃料高騰を理由にせず人手不足を前面に打ち出すことである。燃料高騰と言っても燃料の原価構成比に占める割合は全体の数%と僅かであり、人件費の割合は約五〇%を占め、圧倒的に高い構成比、そしてインパクトがある。そしてもう一つは燃料高騰のテーマは「あなたたちの業界のこと」として片付けられてしまい、人手不足は「我々も困っている」として共通の感が発生する。

現在、我々の物流会社のクライアントで値上交渉を行っている会社は約六割強、その内五〇%の会社が平均三～五%で値上げに成功している。当然、全ての会社ではなく確率論として認める会社があることと提示する金額の満額が見泊まれるわけではないが今後、値上げ交渉が認められるケースが増えてくるであろう。

社長！ もう泣き寝入りしている場合じゃないですよ。