

宅配便の値上げに路線便が便乗

——今回の調査結果および足下の運賃の動きを、どう見るか。まずは特積み貨物から感想を聞きたい。

ロジスティクス・サポート&パートナーズ（LOGI-SP）黒澤明代表 特積みの運賃は調査では横ばいという結果だが、体感としては上がっているという印象だ。大手特積みが値上げに動いている。ヤマト運輸、佐川急便の宅配便の値上げに引つ張られるかたちで、他の大手特積みも、恐る恐るではあるものの、荷主に値上げを要請し始めている。宅配便の単価は昨年の震災後に跳ね上がった。それに路線便が便乗した格好だ。

——宅配便と路線便では、環境は違うはずだが。

黒澤 しかし、ヤマトは『ボックスチャーター便』で路線市場に実質的に手を伸ばしているし、佐川は元々B to Bがドメイン。この二社が路線便市場でもプライスリーダーになってきた。

LOGI-SP 石橋岳人 常務 大手宅配の値上げに耐えきれずに、路線便に逃げた荷主が比較的高い運賃を受け入れている。ただし、大手メーカーの運賃は、今のところそれほど上がっていない。むしろ下げているところもある。これまで極端に運賃が安かった荷主や業種で値上げが起きている。

——地場の中小運送会社の声を聞くと、とても値上げを要請できるような環境にはないという意見が圧倒的だが。

黒澤 大手宅配の営業マンには、顧客別の収支表が配られている。値上げを要請しなければいけない荷主が、そこにはつきりと示されている。『大幅値上げを認めてもらえなければ取引を打ち切る荷主』、『5%上がればセーフの荷主』といったかたちでランク付け

宅配大手 2 社が市場全体を先導

ロジスティクス・サポート&パートナーズ 黒澤明 代表、石橋岳人 常務

ヤマト運輸と佐川急便の大手宅配2社が運送市場全体のプライスリーダーとなってきた。2社の動きが他の特積みや貸切運賃のトレンドを規定する前提条件となっている。地域別では名古屋で相場の下落が目立つ。リーマンショック前までの割高な運賃から一転、値崩れに歯止めがかからない状況だ。

（聞き手・大矢昌浩）

までされている。同じフォーマットの値上げ要請の文書を複数のクライアント先で目にしてるので、一律にやっているのは明らか。値上げが全社的な方針であれば、営業マンとしてはそれに従わざるを得ない。他の特積みはそこまで強行姿勢ではないものの、安過ぎる運賃はさすがに看過しなくなっている。

——貸切運賃についてはどうか。全体としては、やはり横ばいだが、地域別に見ると東京が上がっている、大阪は横ばい、名古屋は下げている。

黒澤 名古屋が下がっているというのは実感と合う。指数の推移にも現れているが、リーマンショック前の一時期、名古屋の運賃相場は東京より高いぐらいだった。実際、クルマが足りない状態だったので運送会社も強気で、安い運賃には首を縦に振らなかった。それが今は、いったん切った荷主に改めて頭を下げて、仕事をもらいに回っている。前回の二〇一〇年調査でも名古屋プレミアム運賃の消失が既に話題になっていたが、それがずっと続いている。

石橋 自動車関連の荷動きも持ち直してきたとは言われるが、名古屋のクルマはまだ余っている。名古屋発の運賃はどうしたって安くなる。しかも、これからメーカーの海外シフトは一段と進む。名古屋の物量が長期的に減っていくのは明らかで、運送会社は車両投資を避けるようになってきた。

一方の大阪は横ばいという結果だが、安値・底這いといったほうが実態に近い。震災直後には拠点や在庫の、関西シフトも指摘されて、実際、倉庫スペースが埋まるようにはなってきた。一時期はガラガラだった南港の倉庫群も今は空気が少ない。拠点を関西にシフトするにも、海に面した南港は、災害リスクという点から敬遠されることが多いのだが、関西は内陸部に倉庫施設が乏しいため、仕方なく南港に

荷物が集まっている。しかし、運賃が上がったという話は聞かない。

—— 相対的に東京は堅調だ。昭和六〇年調査の実勢運賃を一〇〇とした時の指数で言えば、前回は一一〇で今回が一一六だから、約五%値上がりしたことになる(下図)。

石橋 既存荷主の運賃を交渉によって値上げしたというより、湾岸地区から内陸部に拠点を移したことに伴って新たに契約した運賃が、従来よりも多少上がっているということではないか。

黒澤 距離帯別というと、近距離の地場配送がとくに上がっている。復興需要でダンプや建設業界に人手を取られていることが影響しているのかも知れない。東北のダンプ運転手は今かなりの高給が取れるので、ドライバーからの転身が後を絶たない。

運送条件が交渉の焦点に

—— 今春以降の動きをどう見るか。

黒澤 大手特積み以外の、中堅以下の運送会社は運賃交渉自体ができてない。地方に行くほどその傾向は顕著だ。先日、九州で運送会社向けに行ったセミナーで、今春に運賃交渉する予定の会社を尋ねたところ、一〇〇人近い出席者のなかで二、三人しか手が上がらなかった。値上げを諦めてしまっている。

石橋 昨年度は震災対応があったため、物流コストが予算を超過してしまった荷主が多い。荷主には緊急コストを呑み込んだという意識があり、いったん上がったコストを平時に戻したいと考えている。その結果として、今後は運賃相場が二極化していくのではないか。しっかりした納品スキルを持った運送会社の運賃は、上がることはなくても下がりはない。例えば、工場のライン側納品を行っている場合

LOGI-SP 黒澤明 代表

1964年生まれ。大阪電気通信大中退。学生時代に数々のベンチャービジネスを手掛けた後、運送会社、物流子会社を経て、97年に物流コンサルティング会社に入社。2005年1月、ロジスティクス・サポート&パートナーズを設立、同社代表に就任。現在に至る。

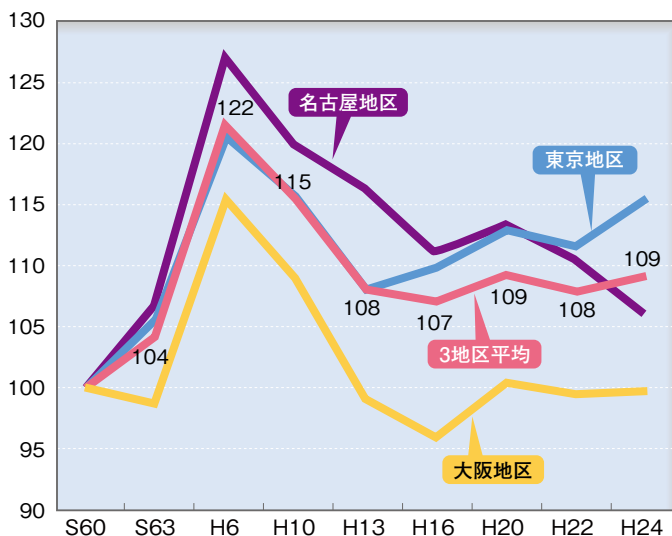


LOGI-SP 石橋岳人 常務

1970年生まれ。神奈川大学経済学部卒。船井総合研究所および物流コンサルティング会社を経て2005年1月、ロジスティクス・サポート&パートナーズの設立に参画、同社常務取締役役に就任。現在に至る。



距離制運賃の推移(昭和60年実勢運賃を100とする)



などは、運送会社の代えが効かない。荷主が値下げを要請しても、『その値段ではウチではできないので他に行って下さい』と言われてしまえば荷主には打つ手がなくなる。一方、単純納品にはいくらでも代わりがある。運送会社が仕事を維持したいなら料金的にも荷主の言いなりになるしかない。

—— 足下では燃料費が上がっているが、この分が運賃に転嫁されることはないか。

石橋 燃料費が上がっているということは、荷主の原材料費も上がっているということ。それを値上げせずに荷主が吸収している以上、下払いも押さえざるを得ない。従ってサーチャージ制がそれほど普及するとは思えない。むしろ今は運送会社から運賃交渉を持ちかけたら、契約を切られるか、逆に値下げされてしまうというのが多くの会社の実情ではないか。

—— とはいえ、運送会社にコスト削減の余地はほとんど残されていない。

石橋 確かに荷主もそれは分かっている。そのため荷主主導で運送原価の削減に乗り出すケースが増えている。納品時間の条件を緩和して一回に運べる量を増やす。あるいは運送会社の要望を聞き入れる代わりに運賃は据え置くといったかたちで、運送効率を上げること、使用する台数を減らしてコストを削減するというアプローチだ。このやり方なら運送会社にしても、売り上げは減るけれども運賃水準は維持されるので利益は残る。

黒澤 とはいえ、運送会社の経営指標は年々悪化している。運送会社の数も減少に転じている。近い将来、需給が逆転して実勢運賃がバブル的に高騰する可能性は否定できない。それが一年先か二年先になるのかは分からないが、大底が近付いているという感触はある。