

拝啓、物流業界の未来を担う経営者の皆様へ。

2025年6月4日、参議院本会議で可決・成立した「トラック新法」は、単なる規制強化と捉えるべきではありません。これは、業界の構造的な課題に国が本気でメスを入れ、**真に価値ある事業者が正当に評価され、成長できる時代の幕開け**を意味します。変化の波を脅威と見るか、千載一遇の好機と見るか。今、経営の舵取りが問われています。この変革期を勝ち抜くために、**貴社が早急に着手すべき経営戦略の柱を4つ提言**いたします。

1. 「守りのコンプライアンス」から「攻めの品質経営」へ

5年ごとの事業許可更新制の導入は、安全管理や労務管理、財務状況といった経営の足腰が厳しく問われることを意味します。もはや、**付け焼き刃の対策は通用しません**。

これを機に、コンプライアンス体制を「コスト」ではなく「競争力」の源泉と位置づけ、徹底的に強化すべきです。デジタル点呼や動態管理システムの導入による労務管理の高度化、ドライバーへの安全教育への積極投資は、事故率を低減させるだけでなく、荷主からの信頼獲得に直結します。「あの会社は安全で、法令遵守意識が高い」という評価は、何よりのブランドとなります。**「選ばれる運送会社」になるための最重要戦略**です。

2. 運賃の「どんぶり勘定」からの脱却と価格交渉力の強化

新法は「適正な運賃」収受の強力な追い風です。しかし、待っているだけでは運賃は上がりません。重要なのは、**自社の運送コストを徹底的に可視化・分析し、データに基づいた価格交渉を行う**ことです。

燃料費、人件費、車両維持費はもちろん、これまでサービスと見なされがちだった「荷待ち」「荷役」といった付帯業務にかかる時間とコストを正確に算出し、明確に料金として提示する体制を構築してください。見積書のフォーマットを標準化し、「運送費」と「付帯業務費」を分けるだけでも、荷主の意識は変わります。これは単なる値上げ要求ではなく、**健全なパートナーシップを築くための対話**なのです。

3. 「下請け根性」を捨て、対等なパートナーシップを再構築する

多重下請構造の是正は、取引関係の再構築を迫るものです。元請事業者であれば、安さだけで下請けを選ぶ時代は終わりました。コンプライアンス体制のしっかりした、**信頼できるパートナーを選別し、関係を深化させる必要**があります。一方、実運送を担う事業者であれば、**自社の強み（特定エリアでの配送網、特殊車両の保有など）を明確にし、専門性を武器に元請けと対等な関係を築く**ことが求められます。系列にとらわれず、同業者との共同配送や中継輸送ネットワークの構築も積極的に検討すべきです。業界の水平連携が、個社の経営基盤を強くします。

4. 荷主への「御用聞き」から「物流改善パートナー」への進化

荷主責任が明確化された今こそ、関係性を変える絶好の機会です。これまでの「言われた通りに運ぶ」という受け身の姿勢から脱却し、**荷主の物流課題を共に解決する「提案型」の営業ヘシフト**することが急務です。

例えば、「貴社のこの納品プロセスでは、これだけの荷待ち時間が発生しています。予約受付システムを導入すれば、双方にこれだけのメリットがあります」といった具体的な改善提案を行うのです。パレット化の推進や積み降ろし方法の改善提案も有効でしょう。**荷主の物流コスト削減に貢献することで、貴社は代替の利かない戦略的パートナー**となり、適正な運賃・料金の獲得にも繋がります。

新法への対応は、自社の事業価値を再定義し、収益構造を抜本的に改革する「攻め」の経営そのものです。

この変革は、業界全体の再編を加速させます。変化に適応し、自社の強みを磨き上げた企業だけが、未来の物流を担う存在として生き残ることができるでしょう。貴社の果敢な挑戦を、私たちは全力で支援させていただきます。

一般社団法人 みらい戦略マーケット 代表理事 北野 英明

- 水色の枠線.....切れてはいけない要素(文字やロゴ等)をいれる範囲
- ピンクの枠線...仕上りのサイズ
- みどりの枠線...フチなし印刷にする場合、背景を伸ばす範囲

★★★ PDFに変換して入稿される場合 ★★★
「表示」>「スライドマスター」画面より
色つきのガイド線、印刷不可範囲を消してから変換してください