

厚生労働省は、トラック運転者の長時間労働改善に向けた取組の一環として、令和2年度に、「あい積（づみ）ミーティング」を開催しました。

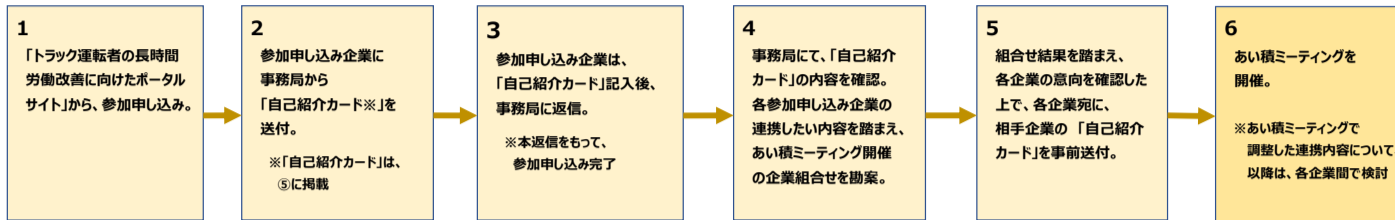
「荷主どうし」の連携は、トラック運転者の長時間労働改善のための有効な取組です。
 ともに取り組む荷主企業との出会い・連携の“きっかけ”を創る場が、「あい積ミーティング」です。

今回は、「荷主どうし」の共同配送に興味をお持ちの荷主企業を募集し、新型コロナウイルス感染症の影響も踏まえ、全てオンラインで開催しました。
 結果、オンラインでも円滑な意見交換ができ、参加された企業の皆さまが“きっかけ”創りに成果をあげられました。

① あい積ミーティング 開催概要（合計4回開催）

あい積ミーティング開催日：令和3年1月29日（金）13:00- 令和3年2月5日（金）13:00- 令和3年2月10日（水）13:00- 令和3年2月17日（水）13:00-
 あい積ミーティング参加企業数：8社（延べ10社）

② あい積ミーティング 開催までの流れ



③ 開催結果(概要)

【地場配送での連携】

開催日	あい積ミーティングにて引き続き検討することが決定した内容	対象品目	参加企業		
			企業	業種	あい積ミーティング参加の動機
1月29日	首都圏・新潟・和歌山・兵庫・愛知等での共同配送 「A社：店舗への配送」と「B社：取引先からの引取りネットワーク」の共同配送	A社・B社の取扱い商品	A社	衣料・くらし用品の専門店チェーン	首都圏エリア、及び遠隔地エリアでの共同配送
			B社	ホームセンターチェーンの経営	首都圏エリア、及び遠隔地エリアでの共同配送
2月5日	関西エリアでの共同配送 「B社：取引先からの引取りネットワーク」と「C社：量販店などへの配送ネットワーク」と「D社：自社グループ店舗への配送ネットワーク」の共同配送	B社・C社・D社の取扱い商品	B社	ホームセンターチェーンの経営	首都圏エリア、及び遠隔地エリアでの共同配送
			C社	玩具/雑貨の卸販売・ロジスティクスの企画・管理・運営	季節波動的吸収を目的に納品先が近隣の場合の共同配送
			D社	自動車純正用品の企画・開発・販売	※あい積ミーティングの打合せを進める中で、新たに検討した事項。申込時、参加動機としての記載はなし
2月10日	東北、関西、南九州エリアでの共同配送 「E社：物流センター(埼玉・兵庫)、及び地域倉庫からの配送ネットワーク」と「F社：物流センター(千葉・大阪)、及び地域倉庫からの配送ネットワーク」の共同配送	E社・F社の取扱い商品	E社	食品の製造販売	同じ納品先(卸、及び量販店の物流センター)の共同配送
			F社	食品の製造販売	同じ納品先(卸の物流センター)の共同配送

【幹線輸送での連携】

開催日	あい積ミーティングにて引き続き検討することが決定した内容	対象品目	参加企業		
			企業	業種	あい積ミーティング参加の動機
1月29日	関西から関東向け幹線での共同配送 「A社：輸入貨物の国内輸送」と「B社：幹線復荷(関西→関東)」の共同配送	A社・B社の取扱い商品	A社	衣料・くらし用品の専門店チェーン	※あい積ミーティングの打合せを進める中で、新たに検討した事項。申込時、参加動機としての記載はなし
			B社	ホームセンターチェーンの経営	「関西→関東」の幹線復荷貨物の獲得
2月5日	関西・関東間の往復幹線での共同配送 「B社・C社：パレタイズによる積載率低下で、荷量があふれた商品」と「D社：回収パレット」の共同配送	B社・C社・D社の取扱い商品	B社	ホームセンターチェーンの経営	「関西→関東」の幹線復荷貨物の獲得
			C社	玩具/雑貨の卸販売・ロジスティクスの企画・管理・運営	季節波動的吸収を目的に幹線積み合せによる共同配送
	中部から関東向け幹線での共同配送 「B社：パレタイズによる積載率低下で、荷量があふれた商品」と「D社：回収パレット」の共同配送	B社・D社の取扱い商品	B社	ホームセンターチェーンの経営	「中部→関東」の幹線復荷貨物の獲得
			D社	自動車純正用品の企画・開発・販売	回収パレットを積載している幹線への積み合せによる共同配送
2月10日	東北、関西、南九州エリア向け幹線での共同配送 「E社：物流センター(埼玉・兵庫)からの幹線ネットワーク」と「F社：物流センター(千葉・大阪)からの幹線ネットワーク」の共同配送	E社・F社の取扱い商品	E社	食品の製造販売	※あい積ミーティングの打合せを進める中で、新たに検討した事項。申込時、参加動機としての記載はなし
			F社	食品の製造販売	大阪発の福岡向け幹線の荷量が少なく、積み合せによる共同配送
2月17日	静岡から関東向け幹線での共同配送 「B社：関東から静岡の幹線便」と「G社：静岡から関東の幹線便」と「H社：静岡から関東の幹線便」の共同配送(往復化)	B社・G社・H社の取扱い商品	B社	ホームセンターチェーンの経営	「静岡→関東」の幹線復荷貨物の獲得
			G社	貨物利用運送事業者	「関東→静岡」の幹線復荷貨物の確保
			H社	製紙メーカーの物流子会社	「関東→静岡」の幹線復荷貨物の確保
	関東・関西間幹線の中継輸送(静岡中継)	B社・G社の取扱い商品	B社	ホームセンターチェーンの経営	トラック運転者の働き方改革に向けたトレーラー方式、あるいは貨物積替え方式での中継輸送
			G社	貨物利用運送事業者	トラック運転者の働き方改革に向けた貨物積替え方式での中継輸送
	関東・関西間幹線の共同配送 「B社：関東・関西間の幹線便貨物」と「H社：関東・静岡・関西間で構築済の中継輸送ネットワーク」に、積み合せ	B社・H社の取扱い商品	B社	ホームセンターチェーンの経営	トラック運転者の働き方改革に向けたトレーラー方式、あるいは貨物積替え方式での中継輸送
H社	製紙メーカーの物流子会社		※あい積ミーティングの打合せを進める中で、新たに検討した事項。申込時、参加動機としての記載はなし		

④ 全体総括

- あい積ミーティングは、トラック運転者の労働時間短縮に向けて「荷主企業どうしの連携の"きっかけ"」を創る場であるが、今回は、全ての参加企業が、あい積ミーティングでの意見交換の結果を踏まえて、連携に向けた具体的な検討を継続することとなっている。
- 参加企業のあい積ミーティングに対する期待は大きく、全ての参加企業が、来年度以降の継続開催を希望している。

参加企業の声（抜粋）

- ・商品の仕入れでの取引はあるが、取引のない他の荷主企業と出会う場は、ほとんどない。この取組を是非とも続けて欲しい。
- ・異業種の荷主企業と出会う場は、ほとんどない。この取組を是非とも続けて欲しい。
- ・荷主という立場で、運送事業者とのパートナーシップ構築に悩んでいる。共同配送に限らず、様々な内容で、今後も意見交換をしていきたい。
- ・トラック運転者の長時間労働は、日本全国の課題。厚生労働省から、こういった連携の"きっかけ"創りの場を提供していただけることは、非常にありがたい。

⑤ 参考

自己紹介カード（ブランク）

～自己紹介カードとは？～

荷主企業どうしの連携に向けて、自社の取扱品目や、相手企業と連携したい内容などを、簡潔に記載していただくカードです。

実際に企業どうしのミーティングを行う前に、相手先企業の基本的な内容を知っておくことに、役立ちます。

カードに記載していただいた情報を前提に、連携にあたって必要となる詳細な情報を、あい積ミーティングの場で意見交換をしていただきました。

参加ナンバー：	
自己紹介カード	
本カードは、 貴社と意見交換をする候補企業に事前に共有 させていただきます。 その際、貴社の企業名は公表せず、 匿名での連絡 となります。	
貴社所在地（市区町村まで）	：
業種	：
代表取扱品目	：
貴社事業内容(概要を簡潔に)	
例：金属メッキ事業。メッキ前商品入荷とメッキ後商品の出荷あり。 入荷は東日本エリア全域から。 出荷も東日本エリア全域。	
連携したい内容	：
自由記述(連携したい内容の詳細)	
連携先企業の要件・期待すること(概要を簡潔に)	

⑥ 「荷主どうし」での連携を検討されている荷主企業への提言

(1) 連携する相手の荷主企業と出会うために

各荷主企業におかれは、各業界団体の様々な活動を通じ、「同業種」企業との連携の機会はあったかもしれませんが。

しかし、連携に向けて、異業種企業との出会いが無かった企業が多いはず。

今回の「あい積ミーティング」のような行政等が提供する連携の場の活用や、業界団体等を通じた交流、さらには様々な荷主の物流を担っている運送事業者からの情報収集など、同業種・異業種の荷主どうしの連携の"きっかけ"を創っていくことが重要です。

(2) 交渉をスムーズに進めるために

荷主どうしで連携を検討される場合には、お互いの企業があらかじめ⑤の自己紹介カードのような情報（自社の取扱品目や、相手企業と連携したい内容など）を整理されて持ち寄られると、スムーズに話し合いができます。

また、あい積ミーティングでは、意見交換開始時に参加企業が他の企業と連携したい内容として想定していなかった領域でも、意見交換を通じて、連携の実現可能性を見だし、連携に向けた具体的な検討を継続することを決断した事例が多く得られました（③において「申込時、参加動機としての記載はなし」となっているものが該当）。

これは、意見交換において、参加企業が自社の取扱品目の物流拠点や輸送の流れをそれぞれ示したことで、

想定していなかった領域での連携の可能性に気付かれたことで実現したものです。

こうしたことから、荷主どうしで連携を検討される場合には、自社の取扱品目の物流拠点や輸送の流れを把握している方が担当者として交渉に臨み、

必要な情報を相手企業に提示することが、連携を実現するための鍵となる、ということが言えます。