

---

『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153回

---

<タイトル>

「軽油価格はどこまで下がったのか」

<本文>

なかなか下げに転じなかった軽油価格が、ようやく下がってきた模様である。原油価格暴落による物流会社への恩恵はどれくらいのものであろうか。

ご存知の通り、地域・購入量・給油方法によって各社バラバラの価格になるが、クライアント先の例を挙げてみよう。大阪の物流会社A社は車両台数約百台、スタンド給油で百六円、東海の物流会社B社は車両台数約百八十台、インタンク給油で九十八円、関東の物流会社C社は車両台数二十台、スタンド給油で百二円という状況である。確実に下がってきているが、やはりその価格には軽油会社やリース会社、商社経由など、購入契約内容の違いなどからバラツキが見られる。いずれにしても業界にとって明るい材料である。まだこの下落傾向はしばらく続くものと見られる。

さて私がここでお伝えしたい事はそれ以外にある。むしろ、そちらの方が主題とも言える。今回の原油価格高騰で体験した「危機」を忘れてはならないということである。教訓として、そして会社のノウハウ、現場のルールとしてしっかり根付けかせておくことが重要である。

低燃費走行やエコドライブ走行の指導と徹底方法、原価上昇による車両原価計算方法の見直しや修正、自社便料金の限界と傭車先との関係の見直し、そして荷主との交渉方法や良好な関係づくりなど多くの課題に取り組み、それも「火事場の馬鹿力」レベルのエネルギーとパワー、危機感で挑まれたことであろう。軽油価格が下落に転じても、この手綱を決して緩めてはならない。むしろこれは軽油価格の高騰の危機に踏ん張った会社のみが得られるノウハウであり、貴重な体験である。そしてその体験を通じて自社の強みや弱み、課題などが浮き彫りになったに違いない。「災い転じて福と成す」であり、これらの課題解決にも今までの調子で取り組んでいきたいものである。