

SYMPOSIUM

環境新時代の トラック輸送を 考える

～さらなる環境負荷軽減を目指して～



社団法人 全日本トラック協会



目 次

開催概要	1
主催者挨拶	2
テーマ「環境新時代のトラック輸送を考える～さらなる環境負荷軽減を目指して～」	
パネリストは業界の環境対策をどう見ているのか	3
エコノミーとエコロジーが両立できるデジタコ導入	5
自営転換がもたらす効率輸送のCO ₂ 削減効果とは	6
事業者・荷主・着荷主・消費者の相互理解と共通認識がポイント	8
特殊な産業構造と競争激化が環境対策の底辺拡大を阻んでいる	9
“帯に短し襷に長し”のモーダルシフト	10
消費者が時間と運賃で選べる輸送メニューは可能か	12
「カーボン・フットプリント」「渋滞税」導入が先か、道路整備が先か!?	13
たとえば“グリーン物流”によるCO ₂ 削減の割当・比率はどうなるのか	15
イコール・パートナーシップを成立させる提案力とは	17
提案力に対し行政、業界、協会は何ができるのか	18
不合理な商習慣の打破に輸送効率、CO ₂ 削減の道が残されている	19
消費者に見えるトラック輸送の環境貢献	20
環境面でのトラックの頑張りをもっとPR	21

※各パネリストの発言内容を全日本トラック協会が編集しました。

開催概要

◆テーマ 「環境新時代のトラック輸送を考える～さらなる環境負荷軽減を目指して～」

◇開催趣旨

近年、地球温暖化が原因とされる激しい異常気象や現象が世界各地で頻発しており、CO₂の排出量削減が緊急課題となっている。京都議定書を契機に、国際社会のなかで様々なCO₂削減対策が講じられるようになってはきたが、参加各国の利害もからみ、実際の調整は困難を極めているのが現状だ。一方で、世界各国では産業や分野別に自主的な対策も行われている。

わが国のトラック輸送分野でも、これまで大都市における大気汚染問題で一定の成果をあげてきたところだが、燃料価格が高騰する現在においては、省エネ対策としてのCO₂削減対策が喫緊の課題として、各種の取り組みが進められている。

運輸部門におけるCO₂の排出量は90年度比で大幅に増加しているが、ディーゼル車主体のトラック輸送だけみれば、同年比-4.3%とむしろ減少傾向にある。全日本トラック協会では、2001年に日本経団連の自主行動計画に参加し、CO₂排出原単位（輸送トンキロ当たりのCO₂排出量）で96年度比10%削減の目標を掲げ、この達成に向けてさまざまな努力を重ねてきた。

その結果、この目標を既にクリアし、さらに、新たな環境対策中期計画では、30%削減に目標を上乗せしており、このようなトラック運送業界の実態や取り組みについては意外に知られていない。

その一方で、さらなるCO₂削減については、業界内だけの自助努力では限界もあり、これからは社会全体〈生産者・荷主企業・物流事業者・販売店・一般生活者・行政〉で捉えていかなければならない。

シンポジウムでは、新環境時代におけるトラック輸送分野のさらなるCO₂削減対策についての道筋をつけるためには今何が必要か、改めて考えてみる。

温暖化現象はもはや待ったなしである。今年7月の洞爺湖サミットにおける日本のリーダーシップが更に問われることになった。そうした背景を踏まえて、このシンポジウムではトラック運送業界だけの問題として捉えるのではなく「日本から国際社会に向けて何を発信していくか？」その視点も押さえたい。

◆開催日時 平成20年2月25日（月） 13：00～15：00

◇開催場所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1

◆パネリスト 石谷 久氏（慶應義塾大学大学院教授）
齊藤 実氏（神奈川大学経済学部教授）
残間 里江子氏（プロデューサー）
豊田 榮次（社団法人 全日本トラック協会専務理事）

◇コーディネーター 池上 彰氏（フリージャーナリスト／元NHK週刊こどもニュースキャスター）

◆主催 社団法人 全日本トラック協会

主催者挨拶



社団法人 全日本トラック協会
会長 中西 英一郎

地球規模のCO₂削減の取り組みを、緊急に！

本日はお忙しいなか、このように大勢の方の皆さまにご来場いただきまして厚く御礼申し上げます。早いもので本シンポジウムも10回目を迎えます。今回は、「環境新時代のトラック輸送を考える～さらなる環境負荷軽減を目指して～」と題し、改めて環境問題を取り上げました。

近年、世界各地で地球温暖化が原因とされる異常気象や異常現象が頻発しており、生物の生存を妨げる深刻な影響を及ぼし始めています。このため、二酸化炭素（CO₂）をはじめとする温暖化対策は、国や人種、業種という枠を超えて、地球規模での対応が必要な緊急課題となっています。

トラック運送業界においても、これまで省エネ運転などさまざまな環境対策を推進し、すでに「京都議定書目標達成計画」で課せられたCO₂削減目標の達成が確実となっているところです。また、平成18年にはさらなるCO₂削減を図ることを目的に、具体的数値目標を掲げた「環境対策中期計画」を策定し、この目標達成に向けたさまざまな取り組みを推進しています。しかし昨今のように燃料価格が高騰を続け、多くのトラック運送事業者が危機的な経営状況におかれているなかで、環境対策の推進は事業存立にかかわる切実な問題でもあります。さらに本年7月には北海道・洞爺湖で環境をテーマにしたサミットが開催されるなど、環境問題への関心が国内外で一層高まることが予想されます。

本日はさまざまな視点から、トラック運送業界における環境問題の現状や今後の対策をいかに進めるべきかなどについて、いろいろな事例とともに議論を深めていただくことになっています。会場には業界以外のトラック輸送や業界の環境対策にご関心のある一般の方々も多数いらっしゃいます。このような機会を通じて、業界内外の方々がトラック輸送の環境問題についてお考えいただくことは誠に意義深いことと思います。

最後に、本シンポジウムへの出席を快諾していただいたコーディネーター、パネリストの皆さまに深く御礼を申し上げますとともに、本シンポジウムが皆さまの環境対策推進やトラック運送業界の理解促進の一助となるよう祈念致しまして、私のご挨拶とさせていただきます。どうもありがとうございました。

シンポジウム

環境新時代のトラック輸送を考える ～さらなる環境負荷軽減を目指して～

パネリストは業界の環境対策をどう見ているのか

池上 地球温暖化防止のため、二酸化炭素などの温室効果ガスを削減するという、日本が国際的な約束を守るのはいよいよ今年からです。7月には「洞爺湖サミット」も開かれ、環境問題が大きなテーマになります。国内でも二酸化炭素を削減するため、産業別の取り組みがこれまで以上に求められることとなります。

これはトラック運送業界も同じことです。国内物流の90%以上を占める、私たちの暮らしや産業にとって欠かすことのできないトラック運送業界も大きな問題を抱えることとなります。

トラック輸送は、地球温暖化防止のために何ができるのか、本日は専門家の方々とこの問題について話し合っていこうと思います。まず、最近の二酸化炭素削減の動きをどのように受け止めているのか、それぞれのパネリストに、キーワードでお話いただければと思います。

まずは物流の専門家の視点で、齊藤さん、お願いします。

齊藤 トラック輸送における二酸化炭素（CO₂）排出削減を考える上で、2つの視点が重要だと考えます。ひとつは、トラック運送事業者のおかれている特殊な産業構造を理解することが必要ではないかと思います。CO₂を排出する主体であるトラック運送事業は、厳しい経営環境下でCO₂排出削減に取り組まなければいけないということです。

もうひとつは、CO₂排出削減に取り組む際、荷主企業とトラック運送事業者との関係が重要だと思います。トラック運送事業者にとっての顧客である荷主企業というのは、トラック運送事業者の活動に非常に大きな影響力を持っているというこ

とです。したがってそのトラック運送事業者のCO₂排出削減の取り組みというのは、荷主企業の理解と対応がないとなかなかうまくいきません。そうした点で、荷主企業のCO₂排出削減に対する対応が重要であるということです。

池上 いま、特殊な産業構造とおっしゃいましたが、要するに次々に新規参入事業者が入ってきて、非常に過当競争の状態にあるという意味ですね。

齊藤 はい、そうです。事業者が短期間のうちに急激に増えています。しかも中小・零細の事業者が急激に増えているということです。激しい競争のなかで環境対策に対応できる余地が非常に少なくなっています。

池上 わかりました。ではその状況下で何ができるのかということは、また後ほど詳しくお伺いします。では続きまして消費者の視点で残間さん、お願いします。

残間 一般的な話になりますが、一人ひとりが本気になってできることから始めるという意識を持つことが大切です。自分一人が削減してもしょうがないという諦めのようなものが数年前まではあったと思います。最近、周りを見るとごく自然に、ある意味では不便を自分で買って出ても、やはり地球全体のことを考えようという動きが、あまりしかつめらしいところではないところで増えてきているような気がします。だから一人ひとりが本気で「エコ」を考える、そんな時代のような気がします。

池上 残間さんも当然、いろいろな取り組みをなさっているんでしょう。

残間 細かいところではやっていますが、今までは

トラック業界という業界で捉えたことがなかったので、そこが「エコ」に対してどのような考えを持っているのかすごく興味深く来てみましたので、とくと聞かせていただきたいと思います。

池上 わかりました。後ほどいろいろな意見を願います。では続きまして環境の専門家の視点で石谷さん、お願いします。

石谷 3人目くらいになると言いたいことはもう大体出てしまっていますが、やはり今年はいよいよ京都議定書の約束期間が始まるということもありますが、昨年頃からスタンレポート（イギリス政府が取り組む地球温暖化に関する調査）やIPCC（気候変動に関する政府間パネル）などが、地球環境は温暖化の影響をもう避けられないと断定的に表現しましたし、世界的にもこうした理解が相当進んできたと思います。

これからいよいよ温暖化防止を実行する段階になってきています。それで何ができるかと言いますと、やはりいまでできることをまず最大限やらなければいけない。省エネなど、技術的にもいろいろ用意されていますし、いままでは必要ないからやっていなかったというものがずいぶん残っていると思いますので、まずそれを最大限努力して進める。それと同時に、長期にわたっては非常に大きな削減をしなければ地球はもたないということになっていますので、そういった意味ではやはりもっと技術の進歩といいますか、技術開発に全力を挙げていま取り組まないと間に合わない。この点がいま重要な時期ではないかと思っています。

池上 わかりました。特にその技術開発ということになりますと、トラック運送業界における技術開発というのは一体どのようなことがあるのか、後ほど見ていこうと思います。

トラック運送業界のいわば代表ということになりますが、豊田さん、お願いします。

豊田 齊藤さんからご紹介いただきましたが、トラック運送業界は、ここ10数年で4万社が6万2千社に増えて、その99.9%が中小企業で、さらに荷主企業に対して弱い立場にあります。加えて軽油価格が高騰しています。この非常に経営が苦しいなかで業界はCO₂削減に一生懸命頑張りました。石谷さんにも入っていただいて試算した結果、「京都議定書目標達成計画」が私どもに期待しています1



慶應義塾大学大学院教授

石谷 久氏

(いししたに ひさし)

1941年生まれ。東京大学大学院工学系修士・博士課程修了後、同大学宇宙航空研究所、同工学系研究科を経て、2002年4月より現職。エネルギー・資源学会会長。経済産業省総合資源エネルギー調査会委員省エネ部会長、省エネ基準部会長。同産業構造審議会委員環境部会長も務める。

千万トンのCO₂削減目標は、すでに達成しているという算出結果が出ています。さらにそれに加えて、「環境対策中期計画」も立てて上乗せ達成をめざしたいと考えています。

池上 すでに削減計画は達成していると。それはいつに比べて。

豊田 90年に比べて十分に達成できています。

池上 つまり1990年ですね。90年から比べるとすでに達成している。

豊田 はい、1千万トンは削減したと思います。

池上 なるほど。しかし、これから更に各産業がCO₂を減らしていこうとなると、すでにトラック運送業界は達成しているから“我関せず”というわけにはいかないですね。

豊田 そこが私ども営業用トラックだけで捉えていただくと厳しいのですが、物流全体のなかで、自家用トラックの運んでいる荷物も受け取らせていただくし、もっと効率化を進めさせていただき、車もどんどん良くしていくことでさらに削減させることは可能だと考えています。

池上 では実際にその削減は、どのような取り組み方をしていらっしゃるのですか。

豊田 まずひとつは、ドライバー一人ひとりに省エネ運転をきちんとやってもらう。急加速・急ブレーキ・急ハンドル、「急」のつく運転をやめる。それから一定の速度で走る。そういうことを総合的に行っていきますと、それ以前に比べて相当の省エネが進みます。

それからまた、デジタルタコグラフあるいはドライブレコーダーのような省エネ機器を使ってドライバーの運転の癖をきちんと管理しています。たとえば無駄なアイドリングはやめるというよう

なことです。

他にも共同配送や帰り荷の確保などで輸送の効率化を図るとか、メーカーに良い車をつくってもらうなど、道路構造や交通管理によってスムーズな流れを確保してもらう。このようなことを合わせていけば、まだまだ達成の余地はあると思います。

池上 いま、デジタルタコグラフの話が出ましたが。

豊田 デジタルタコグラフを直訳しますと、デジタル式の運行記録計ということです。その前にアナログ式の紙のチャートにペンで書く記録計がありました。これは運送事業者には義務付けられています。そのアナログではなく、デジタルにすることで細かなデータがきちんととれて、しかもそれ

がデータとして残ることにより、事業所に帰ってきて解析すると、先ほど申し上げましたようにドライバーが急ブレーキをかけたり、急加速をしたり、あるいはアイドリングストップをしていなかったということがよくわかり、それをもとにドライバーに運転改善をお願いすると、どんどん燃費が良くなる、それから事故も減る。そういうひとつのツールだと思っています。

池上 なるほど。では実際にどうやって削減していくのかという具体的な例を見ながら考えていこうと思います。それではそのデジタルタコグラフを使っている取り組みをVTRでご覧ください。

エコノミーとエコロジーが両立できるデジタコ導入

VTRレポート要旨

デジタルタコグラフを採用し、CO₂削減に取り組んでいるトラック運送事業者2社を紹介する。20台超のトラックを擁する徳島県阿波市の事業者は、安全と省エネ運転の二重効果を強調し、ある一定の評価に達したドライバーに対し「報奨金制度」を設けている。ドライバー教育を目的にデジタコを採用した佐賀県吉野ヶ里町の事業者も、安全・省エネ運転が環境を変えようと言う。さらに荷主の外食チェーンで出された食品廃棄物を利用し肥料をつくり、将来的にはそれを使って野菜を栽培し、外食チェーン店に卸すという循環型ビジネスもめざしている。

池上 中小のトラック運送事業者でもずいぶん具体的な取り組みをしていますが、残間さん、VTRの取り組みについていかがですか。

残間 行っていることは、もちろんすごいなと思いましたが、さることながらトラック運転手さんたちのイメージというのが、映画でひと頃「トラック野郎」なんていうのが流行っていて、そのイメージをすり込まれているせいか、何か屈強な人がキラキラした装飾のトラックに胴巻きをしながら乗って、豪放というかアウトローの魅力みたいなものを前面に出していると思っていましたが、華奢な植物系の人が多いのでびっくりしました。同時に、本当にCO₂削減に真剣に取り組んでいるんだなと非常に感心しました。

私たちの身近ないろいろなものを運んでくださっているにもかかわらず、大きなトラックは何か身近でないせいもあって、どういう人がどのような思いで運んでいるのかを知る機会がないことと、個々の、それもトラック保有台数が20台、70台という中小の事業者が取り組んでいるということを知りたいなと思いました。つまりこれまでそういったイメージがないだけに、大変インパクトのあることだと思います。

池上 大きなトラック、外から見ていると中がなかなか見えないんですが。

残間 ちょっと怖い感じもしますね。

池上 中を見ると、ああいうデジタコというのがあ

るんですね。

池上 齊藤さん、トラック運送業界はこういう取り組みをしているんですね。

齊藤 そうですね。デジタコの導入という点で考えますと、基本的には無駄な燃料を消費しないということと、それから安全性を脅かすような運転をチェックするということが目的です。実際に導入してみますと、トラック運送事業者にとって、燃費が良くなり、なおかつ交通事故の発生する比率が減少しているという二重効果をもたらしてくれるんですね。

池上 結果的に安全運転になるから事故も減るとい
うことですね。

齊藤 そういうことですね。その点で言いますと、
デジタコという新しいIT機器といいますか、この
ような情報技術が導入されることによって、運行
にとって非常にプラスになる。もうひとつの長所
は、燃費が良くなることでCO₂の排出が削減する
という効果をもたらしているということです。

一般的に企業の環境対応ということだと、エコ
ノミーとエコロジーという言い方をしますね。
つまり経済性を実現するなかで、エコロジー、環
境の負荷を低減していくと。そういう両方を実現
することが大事だということが言われていますが、
トラック運行におけるデジタコは、まさにエコノ
ミーとエコロジーを両立している点では非常に良
いシステムではないかと思えます。

池上 わかりました。石谷さん、先ほど環境対策に
は技術開発が必要なんだというお話がありました。
これなどもまさに技術開発のひとつといった考え
方なんでしょうか。

石谷 おそらくトラックだけでは済まないような広
い意味での技術といいますか、いまの例ですとIT
技術というのでしょうか。実際にVTRに出てこな
かったところで、おそらく運転者の行動そのもの
を遠距離で把握して、そして注意もできるような
技術。船舶や航空機で使っているような技術です。

そのような技術もだんだんトラックの方にも入っ
てきています。

また、VTRの循環型ビジネスの例で言いますと、
業界の枠を超えてリサイクルまで一緒に活用して
いる。このようなことが広がっていきますと、単
にトラック運送業界だけの改善ではなくて、もっ
と広い意味の技術とかシステムが実現します。そ
ういうことによって業界以外にも波及効果が出て
きて、技術とその使い方が非常に重要になるの
ではないかと思えます。いまの2つの会社の取り組み
は非常に良い例ではないかと思っています。

池上 豊田さん、VTRのデジタコを見ていますと、
確かに環境対策にもなると思う一方で、個々の
運転手さんにしてみると、常に自分の行動が監視
されているという気もするのではないかと思うの
ですが、その点はいかがですか。

豊田 当初はやはり「俺の運転はうまいのに、なぜ
そういうチェックをするんだ」ということがあり
ましたが、いまVTRに出ていましたように、燃費
が良くなったり、事故が減ったら、会社も良くな
りますから、それを報奨してあげると「それなら
励みになる」ということです。やはり会社のため
に安全で燃費の良い運転をした方が自分にとっ
ても良いということがわかってきて、いまはほとん
ど抵抗はありません。

自営転換がもたらす効率輸送のCO₂削減効果とは

池上 そうですか。こうやってデジタコを使った取
り組みも行われているわけですが、改めて豊田さ
んにお聞きしたいのですが、トラック運送業界が
取り組んできた効果を具体的なデータでご説明い
ただけますか。

豊田 データにいく前に、一般に地球温暖化対策のな
かで言われるのは、製造部門に比べて運輸部門と
民生部門が非常に遅れているというお話があるの
ですが、その運輸部門のなかになぜか自家用乗用車
が入ってしまっていて、運輸部門全体のCO₂排出量
のうち半分以上を自家用乗用車が排出しています。

ご覧のように（7ページの下図）トラックだけを

見ると、全体として右肩下がりになっています。
自家用トラックも排出量は減っています。自家用
トラックというのは、自分の会社、自分の仕事の
荷物を運んでいる白ナンバーのトラックですが、
自家用トラックが頑張っただけで減っているのではなく、
自家用トラックから営業用トラック、これは運送
を生業としている緑ナンバーのトラックですが、
この緑ナンバートラックへ荷物が移行しているか
らです。この自家用トラックの荷物を吸収しても、
なおかつ営業用トラックのCO₂排出量は横這い
になっています。全体として運輸部門のなかでもト
ラックは右肩下がり、そのなかで自家用部門の荷

物を吸収して緑ナンバーは頑張っているということが言えると思います。

池上 なるほど。このグラフの見方ですが、自家用トラックから営業用トラックへ荷物が移り、それぞれの業者が自分のところで荷物を運ばないで、専門の運送事業者にかなりまかせるようになった。その分自家用トラックの排出量が減ってきた。その分仕事が増えているはずの営業用トラックの排出量が横這いということは、非常に努力しているということなんですね。

豊田 そういことです。

池上 残間さん、こういうことは説明されてはじめてわかることですね。

残間 トラックに緑ナンバーと白ナンバーがあることも、言われてみて初めてそうかというのが実感ですが、それが業態のなかでどのように作用し合っ一緒になってやっているのかとか、どこが違うのかとかは、一般の方にはなかなかわかりにくいですね。

池上 齊藤さん、白ナンバーから緑ナンバーへ次第に輸送量が移ってくる傾向にあるのですか。

齊藤 これは一般的に「自営転換」と言われています。自家用の「自」と営業用の「営」です。自家用トラックから営業用トラックに転換することは、ひとつの長期的な傾向で、営業用トラックの割合が増えています。先ほどの話で、なぜ営業用トラックが利用されるようになってきているのかという理由はいろいろあると思いますが、結局、輸送効率を考える場合には、やはりプロである営業用



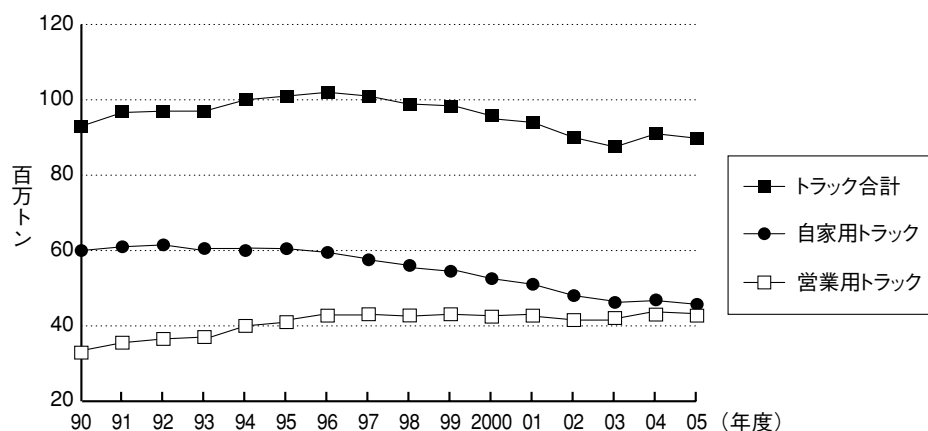
トラックにまかせた方がいいということ、荷主企業の方でだんだん考えるようになってきているのではないのでしょうか。

池上 企業でよくいうアウトソーシングですね。自分のところで全部抱え込まないで「プロにまかせよう」という動きがここにもあるということですか、豊田さん。

豊田 もう少し補足しますと、自家用トラックですと荷物を持って行っても帰りの荷物が無いわけです。それから自家用のトラックですから、自社以外の会社の荷物を運ぶわけにはいきません。ところが営業用のトラックですと、積み合わせて持って行って、帰り荷もあるということで輸送効率上がる。ですから同じモノを運んでいても、動く車の台数は節約できるということが言えると思います。

池上 無駄がより少なくなるということですね。石谷さん、この点についてはいかがですか。

トラックのCO₂排出量の推移



出典：環境省資料より

石谷 先ほど申しあげましたように、効率を上げるためにはやはりIT技術が必要だろうと思います。いまは宅配便を頼みますとコンピュータですべてフォローできる。昔は夢にも考えられなかったわけです。これはユーザーへのサービスですが、事業者側でもいかに効率良く積み合わせできるか。古い言葉ですが、一種のOR（オペレーションズ・

リサーチ：第二次大戦中、英米両国で発達した科学的・数学的な作戦計画の方法。経営方法の研究に応用される）のようなものが簡単に実現できるようなシステムを普及させ、そしてIT技術で実際にモノを常時把握できる。このようなことが効率を上げるのにも非常に役に立っていて、上手に利用している例だと思います。

事業者・荷主・着荷主・消費者の相互理解と共通認識がポイント

池上 要するに輸送用のトラックが、いまどこからどこに向かって何を運んでいるのかということが常に管理できますから、「それなら帰りにこの荷物が運べる」ということもできますね。このような取り組みに加えて、さらにこれからどんな取り組みが必要だと豊田さんはお考えですか。

豊田 その前に、やはりいろいろな機器の導入や、低公害車の購入などにはコストがかかるわけです。しかし、中小・零細の事業者はそれを買いたくてもなかなか買えない。買えば効果があるのはわかっているのですが、基本的にはそのような機器を導入しなくても、ドライバーの意識を向上させることでずいぶん様子が変わってくる。

それ以前に経営者の意識が変わらないといけません。環境を良くしようという意識を持ち、結果として経営にも効果があるということをわかっていれば、もっと徹底したことができると思います。残念なのは荷主に対して弱い立場なものですから、環境を良くするためにはやはり適正な運賃をきちんといただくというのが前提になるとは思います。

それからさらに私どもの省エネ対策をより一層進める。環境にいい車や道路をきちんとつくっていただく。そのようなことを合わせて進めていきたいなと思っています。

池上 齊藤さん、いま、豊田さんのお話にもありました、要するに荷主の方が非常に強い立場にあると。荷物を運んでくれと頼むのが荷主、いわゆるお客さんですね。やはりトラック運送事業者というのは、そのお客さんに対して非常に弱い立場にあるということなのですか。



(社)全日本トラック協会専務理事

豊田 榮次

(とよだ えいじ)

1945年生まれ。運輸省に入省後、自動車局、環境庁大気保全局などを経て、84年に中部運輸局整備部長に就任。自動車交通局整備課長などを歴任し、98年に近畿運輸局長で退職。同年から(社)全日本トラック協会専務理事。

齊藤 そうですね。実際のトラック運送事業者と荷主企業のやりとりを見ていますと、やはり絶対的に荷主企業が強い権限を持っているということです。

そういう点で考えますと、トラック運送事業におけるCO₂の排出量を削減するということは、荷主企業の理解なしにはかなり難しいのではないかと考えています。荷主企業は物流コストを安くしたい、運賃コストを安くしたい、と常に考えていますから、トラック運送事業者にしわ寄せが来ます。事業者もそのニーズに対応するために、いかに安くし、いかに荷物を獲得できるのかということしか考えないわけです。

そうではなくて、荷主企業は、自分が貨物を委託して運んでもらう、それも荷主企業の物流のなかのCO₂削減の一環であるという意識を持ってもらいたい。CO₂を削減するような企業努力をすべきだと思います。そうなれば当然、CO₂削減に努力しているトラック運送事業者を選ぶことになりますから、自ずとトラック運送事業者の対応もCO₂削減に向かっていくのではないかと思います。

池上 石谷さん、どうぞ。

石谷 いまの件は非常に重要なご指摘で、実は「省エネ法」というのがあります。正確には「エネルギー使用の合理化に関する法律」です。それが2006年に改正されましたときに、運輸業における省エネ、あるいはCO₂削減をいかにして実現するかということで、いまの齊藤さんのおっしゃったポイントが非常に重要であると。

省エネ法のエネルギーの報告義務のなかに、輸送に何を使ったかという荷主側に対して省エネを進めるような報告義務を課しています。これは今後、ますます強化される方向にありますので、このようなことを通じて少しでも荷主が輸送におけ

る省エネに関与する、あるいはそういうことに熱心なトラック運送事業者を利用するインセンティブになればいいという方向で進んでいるわけです。

ただその先に、実は着荷主という問題がありまして、着荷主というのは、たとえばコンビニなどで受け取る側が「何時何分に持って来い」とかいう話になる。その先には消費者がいるわけです。最終の消費者がちゃんと理解してくれないと、どうしても効率の悪い輸送も必要になってくる。そういった意味でサプライチェーン全般にわたって省エネ、あるいはCO₂削減を意識するような方向に進まない、削減はなかなか難しいのではないかと思います。

特殊な産業構造と競争激化が環境対策の底辺拡大を阻んでいる

池上 その意識の問題はまた後ほど考えようと思いますが、たとえばハイブリッド車とか天然ガス車、いわゆる低公害車の導入というのは、これはこれで当然必要なことですね。これはやはり中小の事業者にとっては大変難しいことなんでしょうか。

石谷 コストパフォーマンスの意味で非常に難しいのではないかと思います。この点については、豊田さんの方が詳しいと思います。

豊田 先ほども申し上げましたが、やはり新しい車に買い換えればそれだけ燃費も良くなる。まして低公害車に換えれば環境にやさしい。そう考えますと、そのような取り組みもしたいところですが、軽油価格が高騰していて、運賃が切り下げられているなかで、そうした取り組みも限られてきます。そのため私どもはいろいろな助成措置を講じながら、国と一緒に支援策も講じているところですが、業界全体が低公害車に買い換えできるのはなかなか難しいと思います。

池上 その点について、齊藤さん、いかがですか。

齊藤 最初にトラック輸送産業は、特殊な産業構造にあるというお話をしましたが、私は時々、トラック輸送産業というのは底辺の広いピラミッドのようだという言い方をしています。つまり上の方に大手・中堅の事業者がいて、下の方に中小・零細の事業者がたくさんいます。そういう中小・零

細の事業者は、まだ環境に対する意識が低い。それも先ほど来議論されていますように、過当競争のなかで環境のことまで考えが及ばない、そこまで余裕がないということがあって、そこから中小・零細の事業者に関心を持ってもらって、CO₂削減に向けた努力をしてもらうのかということがひとつの大きな課題ではないかと思います。

池上 これだけ過当競争になったのは、いまさままな規制を緩和していこう、新規参入をどんどんできるようにしていこう、そのなかで競争が激しくなればサービスがよくなるであろうという前提のもとに行われているわけです。でもこれは途中経過であって、やがて淘汰されてより良い形になっていくものなのかどうなのかという点についてはいかがですか。

齊藤 非常に難しい問題だと思いますが、トラック運送事業の規制緩和が行われたのが1990年です。ですから、もう18年経っているわけですが、そのなかで自由競争が展開されれば予定調和的に良い方向にいくのではないかと当初は期待されたのですが、現実的にはそんなに単純にいかなくて、非常に複雑な問題をはらんでいるということです。

将来的にこのまま規制緩和をしていってもうまくいくとは18年経ってみてそうは思わないですね。

やはり基本的なこうした構造はしばらくは続くのではないかと思います。

池上 石谷さん、そういう競争のなかで、環境に配慮しない事業者が淘汰されていくような仕組みがあれば、ずいぶん違ってくる気もするのですが。

石谷 非常に重要なポイントだと思うのですが、やはり消費者からみると荷物が届けばいいわけですし、途中の安全とか、あるいは環境というものは、先ほど申し上げたような規制でもかからない限り、安い方がいいという話になかなか勝てないと思います。

環境問題全般についていえることですが、このようなことを「外部性」と呼んでいまして、環境コストというものが正確に反映しないなかで競争しますと、当然、環境配慮のない事業者の運賃が安くなる。あるいは少々安全を犠牲にしても運賃は安くなる。これは旅客の場合には事故などですぐにわかるわけですが、荷物の場合には荷物が届くかどうかでリスクがあまり問題にならない。CO₂削減ですとか、あるいは省エネを真面目に考えるのであれば、規制とまでは言いませんが、そのようなことを明確に示して、差別化しないと、どうしても配慮の足りない安い運賃の方が優勢になって、結局は改善できないような形になるのではないかと思います。

池上 わかりました。豊田さん、どうぞ。

豊田 規制緩和は、サービスの向上を期待してスタ

ートしたのですが、そのサービスが運賃だけのサービス競争になってしまいました。本来は輸送品質のサービスで勝負したかったのですが、荷主が運賃だけに着目していますから、安い運賃の事業者をどんどん使い、事業者は自分の首を絞めている。

ですから輸送の品質、つまり安全で環境にやさしい輸送をしている事業者を選ぶ荷主の発想の転換とゆとりが出てくれば、別の意味での正規な淘汰が進んでいくのかなと期待しています。いまのままですと、私ども全日本トラック協会の会員は大手から零細までありますから、淘汰したいところが残って中堅が倒れていくということも起こり得るので、荷主と一緒に発想の転換をさせていただけたらなと思っています。

池上 そうした輸送の段階でのCO₂の削減ということになりますと、これはトラック運送業界だけの問題ではないという部分があるわけですね。荷主さんにしてみれば、「じゃあ、CO₂が少ない輸送であれば、それはトラックにこだわらなくていいのではないか」という発想が出てきます。

ここで最近注目されている言葉が「モーダルシフト」、このモーダルシフトというのは輸送の形式、それをシフトしていく。つまりトラックだけではなくて、もう少しCO₂を排出する量が少ない輸送手段に切り換えていってはどうかという動きです。そのモーダルシフトの実態についてVTRにまとめてみました。ご覧ください。

“帯に短し^{たすき}櫛に長し”のモーダルシフト

VTRレポート要旨

札幌に本社のあるトラック運送事業者は海運会社と手を組み、力を入れている北海道と本州の幹線輸送を紹介しながら、モーダルシフトの仕組みを解説する。同時に船や鉄道はトラックのように柔軟な輸送スケジュールが立てられないことやリードタイムの問題を指摘している。

池上 VTRの最後に「リードタイム」という指摘がありました。これは荷物が届くまでの時間、これにゆとりがあればそれも可能だというのが荷主側の意見ということになるのですが、石谷さん、このようなモーダルシフト、これは明らかに効果

があると考えてよろしいのでしょうか。

石谷 当然、VTRでも言っていたように、鉄道や船舶の大量輸送は陸上交通の3~5倍くらい効率よく輸送できますので、荷物がちゃんと集積できて積載率が上がればこれは明らかに有効だと思います。それと同時にトラックが消えた分だけというのは妙な言い方ですが、道路が空くことによってまた全体的な効果が上がる。よく言われますのは、平均速度がたとえば10から30キロくらいに上がりますと、燃費では大体3倍近くまで良くなります。ですからそういった効果も間接的には上げられると

思います。

その効果を狙ったのがロンドンの有名な課金制度「コンジェスチョン・チャージ（渋滞税）※」です。平日の昼間、ロンドン市内の中心部へ車で入ろうとすると8ポンド（約1,600円）徴収されます。この渋滞税によって平均速度もグンと上がり、エネルギー効率も上がったという報告がなされています。

※【コンジェスチョン・チャージ(Congestion Charge)】

平日昼間、ロンドン中心部に車を乗り入れる際に課金されるシステム・渋滞税（夜間の時間帯と週末は課金なし）。課金エリア内に車で乗り入れる際には、市内の指定商店などで決められた金額（8ポンド）を支払うことが義務付けられている。二輪車や低公害車、バス、タクシーにはその義務はない。支払わない場合は、40ポンド（約8,000円）の罰金が課せられる。

池上 その渋滞税の話は後ほどふれるとしまして、齊藤さん、モーダルシフトにすれば明らかに効果はある。しかし、荷主さんにしてみれば、速く・正確に荷物を届けてほしい、そのためにはモーダルシフトもなあとというのが現実ではないかという気もするのですが。

齊藤 そうですね。モーダルシフト自体はすでに1990年から言われていまして、歴史があるわけです。モーダルシフトがどれだけ進んでいるかというのをみる指標があります。それは「モーダルシフト化率」と言います。要するに鉄道とか海運というのは長距離輸送が得意ですから、輸送距離500キロ以上の貨物で、いわゆる雑貨を鉄道や海運がどのくらい運んでいるか、その割合を示したものがモーダルシフト化率という指標です。

これをみますと、全体的に40%程度で低迷しています。その点で言いますと、いまVTRで見たような形で個々の企業の取り組みというのはあるのですが、日本全体からみますとモーダルシフトはそれほど進んでいないというのが現状です。

池上 それは何がネックになっているのでしょうか。

齊藤 基本的には荷主企業が「速く運んでほしい。安く運んでほしい。それならトラックの方がいい」ということだと思います。それ以外に、以前、荷主企業に調査したことがあるのですが、たとえば鉄道コンテナで運ぶ場合、どのような問題点がありますかと尋ねると、鉄道の場合、あまり弾力的

に対応できないという答えが返ってきます。荷主企業の場合、出荷量の変動はつきものです。そうすると急に出荷量が増えると、トラックだったら1台調達すればそれで済んでしまう。鉄道コンテナでは増えたから今日中に運んでくれますかということ、なかなかそれができない。

さらに鉄道コンテナは自然災害に弱いところがあり、自然災害に遭遇してストップしてしまうと、回復するまでに時間がかかる。その間、荷物を運べないこととなりますから、荷主企業にとっては使い勝手が悪い。やはり効率性を求める輸送という点で言いますと、トラックの方がいいという荷主の選考が働いているということです。

池上 豊田さん、モーダルシフトと聞くと、素人目には「あっ、いいことじゃない」と思ってしまうのですが、なかなか難しいのですね。

豊田 ストレートにモーダルシフトという言葉は、私自身あまり好きではなくて、イメージとしてトラックで運んでいること自体が悪いことだから、荷物を横取りして船や鉄道にまわすべきだということになるのですが、私どもは何が何でもトラックで運びたいとは思っていません。それぞれの特性に応じたモードをうまく組み合わせると効率的で環境にやさしい輸送が実現できればそれでいいのです。

VTRにもありましたが、一番ほしいのは荷主さんから私どもへのゆとり。いろいろな選択肢を選べる時間的ゆとり。その次にインフラの面で言うと、JR貨物さんもいろいろ頑張っているのですが、どうしてもダイヤの制約がある。それから災害時や事故時には旅客列車優先で復旧が遅れてしまう。

また、内航海運の方でカバーしてくれるかというと、燃料価格高騰の直撃を受けていてなかなか受け取ってもらえない。

そう考えますと、荷主さんからするとちょっと出荷が遅れそうだという不安があれば、もうトラック以外に使い道がないということになってきます。そういう意味で、私どももモーダルシフトが進むのであればそれはそれで結構ですが、インフラ整備をきちんとして、私どもトラック運送事業者も使いやすい、そういう物流全体の物流システムをつくっていただけたらと思っています。

消費者が時間と運賃で選べる輸送メニューは可能か

池上 残間さん、いかがですか。

残間 これまで聞いていると、荷主の意識改革ということがすごく重要ですね。ではどうしたら荷主の意識が変わるかということですが、消費者の目から見ると消費者が輸送モードを選択できないのかなと思うのです。つまりこれはトラックで、これは鉄道で、これは船でといったようなメニューリストがあり、値段と時間の対比で消費者が選べる。しかもそこには「こうするとCO₂の排出量はこうですよ」ということがわかる。ある種のいまの時代に合致した殺し文句がきちんとあるというようなものはできないのかなと思ってさっきから聞いていました。

池上 なるほど、消費者、使う側からするといまは非常に便利ですから。

残間 私たちは速いことに慣れてしまっているのです。「ドッグイヤー※」とか「チーターイヤー※」だのと言われているから、旅先から出した荷物は自分よりも先に着いているような状態に慣れているので、これをもう一度戻すといっても流通が一度できてしまうとむずかしいんですよ。でもそれを選択させるという手はどうですかね。

※【ドッグイヤー／チーターイヤー】

ドッグイヤーとは英語の「Dog Year」、直訳すると「犬の年」だが、IT業界では技術革新などの変化が速いことを意味する例えとして使われている。犬と人間の寿命から換算すると、1年間に犬は人間の7年分の出来事が起こる計算になる。このことから情報技術分野（IT分野）の1年（ドッグイヤー）は他分野の7年に相当すると例えたもの。つまりIT業界は通常よりも7倍のスピードで変化しているということの意味する。「チーターイヤー」はドッグイヤーよりも速い例えの言い方をされている。

豊田 昔を考えますと、郵便小包は1週間かかって届きましたが非常に温か味がありました。ところがその後、宅配便ができ、郵政さんも競争して速く運ぶようになった。結局、途中でストックしないで流す効率的な輸送の体系ができてしまって、たとえば残間さんから「ゆっくり運んでもらってい

いから安くしてください」と言われても、これを置いておく場所がなく、まったく別のモードを考えないと難しくなってきた。ですから片方で効率を追いかけながら、要するに消費者のわがままに応えながら「もっと安くてもいいよ」と言われても困るなというのが一番の悩みです。

齊藤 いまの問題を考える上でひとつヒントになると思うのですが、ある大手の企業の物流システムをヒアリングしたときに、先ほど話に出たリードタイムを正確に計って、本当にどのくらいのリードタイムをお客さんは必要としているのだろうかということを確認した上で、たとえば翌日配達がいいのであればトラック。そうでなくて3日でも4日でもいいのであれば鉄道と連携してモーダルシフトで運ぶ。そういう仕組みを提供しているメーカーがあります。

それはある意味で非常に進んだ企業だと思いますが、それはメーカーが企業に対して納入するときの条件としてそういういくつかのメニューを設定しているわけです。残間さんがおっしゃったようなそうしたメニューを提供できるかどうかということが大事だし、先ほど荷主企業が変わればトラック運送事業者も変わるんだという話をしました。同じような形で言えば、消費者が変われば、やはりそれに対応して企業もメニューを考えるだろうと思います。そうすると消費者がどう考えるかということがポイントになると思います。

池上 豊田さんのお話を聞いていて、それこそ自動車産業で言いますと、在庫を持たないという経営手法をとることによって非常に経営が効率化した。運送事業においても、預かった荷物をどこかに置いておくよりはどんどん流通ルートに流した方が効率的になるということばかりをこれまで考えてきた。

しかし、残間さんもおっしゃったように荷物のなかには「何としても明日までに届けてほしい」というものもあれば、「1週間以内に届けばいつでもいい」というものもありますよね。それもある種のわがままに応えますという宅配事業者もあり

ますが、これもまた新たなわがままというか、消費者側から「急がなくてもいいですよ」というものも選択できるようにしてほしい。そういう新たなニーズが出てくれば、それに対応する業界の努力・工夫というのもまた生まれてくるんだろうということですね。

残間 荷主さんがいたり、荷物が着いたところにまた受け取る人がいるということ自体私たちには無意識のなかなんですよね。宅配に関していえば、出してしまえばどこかに届くと無意識に思っている。生きていくための物資としての輸送品が、どういう経路で行くかということをもう一度きちんとみる、こういう機会は本当に大切だと思います。

豊田さんが言うように、既存のものだからなかなか壊せないと言っても、もう壊さざるを得ないぐらいに地球がこんなふうになっているという、



プロデューサー

残間 里江子氏

(ごんま りえこ)

1950年生まれ。静岡放送アナウンサー、「女性自身」記者などを経て、80年に企画制作会社キャンディッド・コミュニケーションズ設立。内閣官房「都市再生戦略チーム」委員など、行政機関の委員も数多く務めている。著書に『それでいいのか蕎麦打ち男』『モグラ女の逆襲』。

これは新たなひとつのファクターですから、ここで1回何かを変えるには世論を喚起する。さっき荷主さんのことを言いましたが、それはみんなビジネスですから少しでも儲けたいと思うのは当然のことなので、世論喚起はすごく重要ですね。

「カーボン・フットプリント」「渋滞税」導入が先か、道路整備が先か!?

池上 石谷さん、いかがですか。

石谷 こういうことを言うと差し障りがあるかもしれませんが、ヨーロッパの一般消費者は、日本の一般消費者に比べるとそういう意識が非常に高いように思います。大体CO₂の問題でも、あるいは環境問題でもヨーロッパから発信されて、日本はやむを得ずというわけではないのですが、やれればいぶん先へ進むといったケースが非常に多いかと思えます。

いま、「カーボン・フットプリント※」あるいは「カーボン・オフセット※」がヨーロッパで非常に流行っています。これはどのような活動によって、どのくらいのCO₂を排出したかを明示して消費者に知らせるという仕組みです。手間暇のかかるものですから、日本でもちょっと困ったなところも多いのですが、やはり輸送に関しても、こっちの輸送だとこれだけしかCO₂が出ない、あっちの輸送はこんなにも出る。そういうことによって消費者が選択に口を出すようになりますと、これは着荷主であれ、荷主であれ、やはり自分たちの商売にかかわってきますから、そういったことがだんだん普及していくにつれ、モーダルシフト

の方がいいものはモーダルシフトで、トラックの方がいいものはトラックでという具合に進むと思えます。

※【カーボン・フットプリント】

カーボン・フットプリントは、人間活動が地球温暖化に及ぼす影響を、二酸化炭素(CO₂)の排出量に数値換算した指標のことである。個人の活動、企業による製品・サービスなどが、地球温暖化にどの程度の影響を与えているのかを把握するのに用いられる。カーボン・フットプリントの考え方は、自ら排出したCO₂を相殺する「カーボン・オフセット」の目安となるものであり、英国を中心に広まっている考え方である。

※【カーボン・オフセット】

カーボン・オフセットは、自らのCO₂排出量を知ることから始まる。その方法として英国の環境団体「クライメイト・ケア(Climate Care)」は、日常生活の行動をCO₂排出量として算出し、相殺するのに必要な金額に換算するウェブサイトを運営している。

日常生活や経済活動のなかで排出されるCO₂量を知ることが、人々の意識の向上や行動の変化を促す。人間活動が地球に与える影響を中和させるという点で、カーボン・オフセットは有効だと考えられており、個人でも企業でも取り組むことができる。

池上 つまりある行動を起こすことによって、これだけCO₂が出ますよというデータを示すということですね。

石谷 簡単に言うとそういうことです。植物がどのくらいのCO₂を吸収しているのかを面積で表すとか、いろいろな考え方があります。

残間 ヨーロッパというのは極点に近いというのと、国同士が隣り合っているから環境については自分たちだけの問題ではないという、早くからそういう意識は高いですね。

池上 そうすると、たとえば「明日までに届ける場合は二酸化炭素がこれくらい出ます。1週間後だったらその半分くらいで済みますが、いかがですか」というメニューを提示されると、こちらでもずいぶん考えますよね。

残間 どっちが賢くみえるかとか、どっちが格好良くみえるかとか、どっちが時代にちゃんとフィットした考え方かということが問われますね。

池上 そうですね。すべてはヨーロッパから始まるという話ですが、先ほど石谷さんが、イギリスはいわゆる「渋滞税」をとっているということですね。これもまさにヨーロッパから始まるということですが、具体的にどういうことですか。

石谷 ロンドンの中心部の一画を閉鎖しまして、そのなかに入る車は、インターネットでも活用できますが、朝のうちに登録しておいて8ポンドを払う。そうするとそのナンバーの車はその日、自由に通れますが、うっかりそれをしないで入って見つかりますと、罰金40ポンドをとられる。実は私もとられまして、レンタカーだったものですから知らなくて入ってしまいました。

結局、そうすることによってユーザーに最もわかりやすいコストで環境をわからせると。それによって一般の乗用車は、これは非常に狭い地域ですから、そこを迂回するのは十分にできるわけです。ロンドンの、東京で言えばちょうど霞が関周辺みたいなところを閉鎖したわけです。公共交通は自由にしたものですから、いまロンドンの街中はバスとタクシーしか走っていません。その結果、バスが非常に速くなった。これによってバスの台数がいらなくなったという副産物もあったようで、ますます広げようとしていますが、これには問題がありまして、あまり広げすぎると経済活動に支

障を来す。その辺の見極めが非常に難しいのではないかと思います。

そういった意味で、日本でもこの「渋滞税」を導入しようとするれば、そういう効果もよく事前に評価しておかないと、うっかりすると経済活動に支障を来すこともあり得ると考えます。

残間 日本でも何度かやろうというか、掛け声だけは結構かかっているのですが、やはり経済活動との間でせめぎ合いがあるみたいです。

豊田 石谷さんからのご提案なんですけど、東京でもいろいろ勉強されているのですが、たとえばパリはもう環状道路のなかに大型トラックは入れませんが、その上にちゃんとトラックターミナルがあって、積み換えができるようになっています。日本の場合はそういう環状道路が未整備ですから、入ってくると言われてもどうにもなくなる。

先ほど石谷さんからはトラックが少なくなると車の流れがよくなるというお話がありましたが、私どもの立場からすると、この東京23区内こそ不要な自家用乗用車をどけてくれれば、もう少しトラックが、というのはわがままでなくて、これだけ公共交通のネットワークの整備されている都会ですから、旅客は無理して入ってこなくてもいいのではないかと。それなら私どもも賛成できる。ただ、そういう積み換え施設も整備されていない、環状道路も整備されていない状態で、そのような制度だけ導入されてトラックを苛められても困るという感じです。

石谷 私は別にトラックだけのことではなく、一般の、特に自家用車の問題が大きな課題になっていると思います。そういった意味で先ほどのモデルシフトの件も、そういう効果があるということであって、必要なものとそうでないものとは区別する必要は厳然としてありまして、その辺が何もかも一緒になって、一種の過剰サービスで非常に速く着くし、道路が混雑するということは避けられるところから避けていくべきだと思います。最初に申し上げた、いまできるところからやっていくしかないというのはそういうことで、その辺を区別なくやるというようなことは申し上げたつもりはないので、そこはご理解いただきたいと思います。

池上 このアイデア、残間さんはどうですか。

残間 それぞれの人の欲望をどうやって制御するかという問題になってきますから、一概に、たとえば国が音頭をとってやるというような問題ではないと思います。先ほどの「カーボン・オフセット」で言うと、アーティストたちが世界中を移動するときに、飛行機に乗ってどれくらいのCO₂を排出したかということをお金に換算して、それをどこかの団体に寄付するとか、あるいは航空会社でも運賃に上乗せして、それをどこか環境に対して負荷を補うところに寄付するとか、このように1人だけが努力してもなかなか難しいけれど、その努力のほどがどこかに具体的な形で、お金ならお金で見えることはすごく重要ですね。

池上 そうですね。「カーボン・オフセット」という言葉が出ましたが、「カーボン・フットプリント」で言ってみれば、これだけ二酸化炭素を出したのだから、その代わりに木を植えるなどという形で。

残間 「オフセット」というのは「相殺する」という意味ですよ。

池上 それを打ち消すために何かをやるということ。

残間 それもお金さえ払えばとなると、お金のある人だけがどんどん環境に悪いことをしても、お金で補えばいいのかとなるとこれはまた問題ですけどね。

池上 お金で解決するという話では必ずしもないわけですね。

残間 何も出さないよりはいいだろうと、またそこにも違う議論が出てくるのですが、やはりみんなで住んでいる地球の問題ですから、何らかの形で自分たちが自分を抑制したり、我慢したり、不便を不便ではないようにみせるということは重要でしょうね。

池上 石谷さん、どうぞ。

石谷 話を面白くするつもりはないのですが、やはりお金のある人が率先してCO₂を削減するということは非常に良いことだと思います。自然エネルギーとか何もかも大量に導入できれば問題ないのですが、いまの経済性から言うと絶対に勝ち目がありません。だけど余裕のある人がまず始めてもらえば、それによってマーケットも広がって下がるケースもある。ちょっと輸送機関から外れますが、これはぜひ残間さんあたりから始めていただきたいと思います。

残間 途上国がなかなかできないことを、先進国の技術でやってあげるというの、そのひとつとしてありますね。

池上 そうですね、わかりました。先ほどからも荷主とトラック運送事業者との関係が、大変厳しいけれど大事だというお話がありました。その荷主と事業者とが協力し合った取り組みが、実はすでに始まっています。その取り組みをVTRにまとめました。ご覧ください。

たとえば“グリーン物流”によるCO₂削減の割当・比率はどうなるのか

VTRレポート要旨

住宅建材メーカー、原材料メーカー、トラック運送事業者の3者が一体となって取り組んでいる「グリーン物流パートナーシップ」を紹介。この取り組みにより約81トンのCO₂削減に成功。建材メーカーは「単独でのCO₂削減は非常に難しいので、連携が重要」とパートナーシップを強調する。

池上 こうした連携を「グリーン物流パートナーシップ」と呼ばれるのだそうですが、齊藤さん、これは良い試みだとは思いますが、この体制というのはいまどこまで進んでいるのでしょうか。

齊藤 「グリーン物流パートナーシップ」というの

は、元々は一般の企業が自社の物流におけるCO₂排出削減、環境にやさしいことを積極的にやるためには、物流事業者との連携・協力が必要不可欠だから、そういった企業と物流事業者との間で連携しCO₂排出削減をすることに対して支援しようとした試みです。

いま、「グリーン物流パートナーシップ」のなかでいくつかのタイプの取り組みが行われています。ひとつはいままで出てきましたモーダルシフトです。鉄道へのモーダルシフトと海運へのモーダルシフトの2種類の取り組みがあります。

もうひとつは、これは少しわかりづらいかもし

れませんが、物流拠点を集約するという事です。大型の物流センターを建て、そこに貨物を集約することによってそこから出るトラック台数を削減するという試みです。結果的にトラック台数が削減できれば、CO₂の排出量を削減することが可能だということです。これが拠点集約と言われるものです。

もうひとつは、共同配送で荷主企業同士が、たとえば帰り荷を相互に斡旋してトラックの輸送効率を高めようというものです。結果的にCO₂の排出量を削減しようという試みが共同配送です。このようにいくつかの取り組みがなされています。

池上 これから産業別に二酸化炭素を減らしていきなさいよという割り当てになってくるだろうと言われていているときに、いまのような「グリーン物流パートナーシップ」で減らした場合は、荷主側が減らしたことになるのか、物流事業者が減らしたことになるのか、その削減比率の割り当てというのはどういうことになるのでしょうか。

齊藤 それについては特に検討されていないのですが。

池上 つまりこれは両方が協力して削減することができたわけですね。その場合、それぞれの事業者が「こうやって協力したことによって、これだけ減らすことができたのです。これはわが社の削減分です」というのは、割り当てなり比率がある程度決まると、協力すればするほど減らすことができるということになりますね。

齊藤 そうですね。そういう形の協力ができれば一番いいですね。

池上 石谷さん、どうぞ。

石谷 いま、「省エネ法」の改正を検討中でして、いまの例と必ずしも整合しないのですが、たとえば下請業者と親会社が協力して削減した場合には、親会社の方で省エネ削減1%という義務を達成したというふうに見直すようにしたい。あるいは異業種間で協力した場合に、削減を適当な分担によってそれぞれの省エネの対象として認める。こういったような動きをいま検討中です。

これは国際的に同じような動きがありまして、いわゆるポスト京都の枠組みで先進国と途上国の協力、いまでもやっているクリーン開発メカニズム（CDM）・共同実施（JI）、あるいはご承知か

と思いますがセクターアプローチと呼ばれているトッランナー方式で、先端技術を途上国に動かした時に先進国側にカウントさせたりとか、そういったようなことを日本の国内でも少し試行しておきたいというような意図もありまして、いまおっしゃったような方法で少しでも効果を上げていきたいと考えているわけです。

池上 なるほど。京都メカニズムで先進国の技術を使って開発途上国で削減することができたら、それは先進国としてカウントしていいよと。それを日本国内で下請業者が削減すれば、それは結果的に親会社としても削減したことになるというふうにカウントできると。

石谷 そういった方向で考えていきたいということです。

池上 そうなると当然のことながら、下請会社や中小の会社にしてみればなかなか削減はできないけれども、親会社が援助してくれる、支援してくれることが可能だということですね。

石谷 ですからそれを親会社・子会社の関係でなくても、異業種であっても同じようなことが言えると思います。とにかく効果を上げ、できることをやっていきたいということが目標になっています。

池上 豊田さん、そういった議論も含めてトラック運送業界としてはこの取り組みをどう受け止めていらっしゃるでしょうか。

豊田 「グリーン物流パートナーシップ」自体は非常に良い取り組みだと思うのですが、いまいろいろお話がありましたが、たとえば環境負荷が減ったとか、あるいはトータルとして物流コストが減ったときに、その利益を誰がとるかです。

一番最初にお話がありましたように、どうしてもわれわれ物流事業者側というのは荷主さんに対して弱いものですから、いろいろな提案をしても「ああ、良い提案だね、ありがとう」と持っていかれると、あまり努力しようという意欲がなくなる。ですから本当はこの「パートナーシップ」は「イコール・パートナーシップ」であってほしい。そうすればもっとお互いにアイデアを出して取り組めると思っています。

池上 イコール・パートナーシップですね。当然のことながら二酸化炭素を削減することができたら、どちらもそのうちの半分を削減実績として獲

得できるとか、コスト削減ができればそれを半分ずつ利益を得られるような、そういう仕組みですね。

残間 ただやっぱり何か弱いような気がしますね。つまりCO₂を削減して偉いねとか、良かったねとか、それをある程度あなたたちの偉業として称えようとか、その配分をどうにかして利益に還元しようといっても何か弱い気がします。みんなにとってメリットは何かというと、荷主さんから最後のところまでの人たちが一丸となって、たとえば交通網の整備に対してきちんとモノを言っていくとか、もっと大きいところに何かそういう動きを具体的に働きかけていかなければいけないと思います。

自分たちのCO₂削減というのはもちろん人としてやらなければいけないことですが、それだけやっているためだけにこの“グリーン物流”があるのではないと思います。グリーンとつくると、それだけでいい人ぶっているという感じがしないでも

ないのですが、もうちょっと踏み込んで使命として意識してほしい。事業者だけの努力ではなかなかうまくいかないところもあります。

特に日本の道路は東西はわりに整備されていますが、南北は少し切れています。これからはアジアを意識した、たぶん物流事業者のみなさんも、運送事業者のみなさんも、アジア進出とか、国際化を意識していると思います。そうしたときにこの南北の道路整備みたいなものがあると、日本海側の11くらいの港がかなり拠点化し、その港が繋がって今度は外国に出るようなこともあり得るわけです。それも遠い話だと言われればそれまでなんですが、何かもう少し具体的に自分たちの日常的な利益になるようなことで団結するというか、一緒に組むということがないと、CO₂削減は重要だけれど、それだけだと結びつきとしてはちょっとまだ柔らかすぎるかなという気がしないでもないです。

イコール・パートナーシップを成立させる提案力とは

池上 齊藤さん、どうぞ。

齊藤 先ほど豊田さんのお話のなかで、「グリーン物流パートナーシップ」を組んでも利益配分をどうするんだという指摘がありました。提案してもそれに対する評価というものがあまりなされていないという側面も確かにあるのですが、もう一方で荷主企業が物流事業者に対する不満として、提案してくれないということもあると思います。

そういう点で言いますと、トラック運送事業者もビジネスとしての提案のほかに、プラス環境にやさしいという点で何ができるのかというのを積極的に荷主企業に提案するという姿勢も非常に重要ではないかと思います。

豊田 基本的には提案力のある経営力をつけようということをめざしたいのですが、提案しないのは提案しても持っていかれるなら提案しないということになるので、そこは3PL（サードパーティロジスティクス）自身もそうですが、ゲインシェアリング（利益配分）という姿勢がないと、やはり提案しっぱなしになってしまう。もっとひどいの

はアイデアだけとられてしまうということもあり得るわけです。

ただ一方で、私どもとしては、荷主さんを確保するために差別化しないといけませんから、差別化するためには自分たちが環境にやさしく安全な輸送で、なおかつ荷主さんにも利益になる提案力を持つというのは理想だと思っています。

池上 パートナーシップを組んでいくと、残間さんが先ほどお題目のようなことをおっしゃいましたが、単に二酸化炭素を削減してだけでなく、エコロジーはエコノミーということであれば、当然そこでコストが削減され、利益が生まれる。それぞれが言ってみればイコール・パートナーシップで両方に利益が得られるようなルールをつくっていかないと、せっかく提案したのに持っていかれちゃうということになると、提案する気にもならなくなるということですね。

齊藤さん、そういうルールづくりというのはどこがすべきなんでしょうか。

齊藤 基本的には各トラック運送事業者が実力をつ

けて、この事業者でなければ駄目だと、あるいはその提案が非常に良い提案だから積極的に採用しよう、そういった提案力を身につけることがまず重要ではないかと思います。

何かルールづくりといっても形としてはできるかもしれませんが、それが実行できるかというやはりなかなか難しいので、基本的にはその企業、トラック運送事業者あるいは物流事業者がそういった提案力を身につけて、魅力的な提案をすることが大事だと思います。

池上 いわゆる過当競争のなかで、その提案力をどうつけていけばよろしいのでしょうか。

齊藤 なかなか難しい問題ですが、具体的にはそういった企業のなかの専門の人間、コンサルティングができる人間を教育していく。それはトラック運送事業者であっても、ただ単にトラックドライバーだけを教育するのではなくて、荷主企業の物



フリージャーナリスト/元NHK週刊こどもニュースキャスター

池上 彰氏

(いけがみ あきら)

1950年生まれ。NHK入局後、報道記者として取材活動を行う。首都圏ニュースキャスター、94年から週刊こどもニュースキャスターとして活躍。現在、フリージャーナリストとしてテレビや著作活動に幅広く活動中。

流システムがよくわかっていて、どこに問題点があるのかということもちゃんと把握していて、環境にやさしいシステムにするにはどうしたらいいのかということを理解できて、システムを組める人間を企業内で育成していくしかないと思います。

提案力に対し行政、業界、協会は何ができるのか

池上 石谷さん、こういった取り組みについてのいわゆる行政側からの援助・支援とか枠組みというのは何か考えられますか。

石谷 現在はおそらく先ほどのパートナーシップを推進するとか、その程度だと思いますが、いま、齊藤さんのお話にあったように、やはりそういう専門的なビジネスが今後成り立つ可能性は十分にあると思います。

エネルギーの方では「エスコ (ESCO)」と呼ぶエネルギー・サービスカンパニーがあります。これはエネルギーの効率利用を提供する専門家集団で、会社にもなっています。「これだけやればこれだけ得しますよ」という提案を持って、場合によっては機器まで持って企業に乗り込む。新しい省エネ機器を導入させて、その保証した額だけを、要するにシェアしながら、自分のところも儲けるし、相手も損をしないというような提案企業ができていますから、もし運輸関係でもこういうシステムを組むことによって、こういう提案が実際に関係者全員の利益になると思います。場合によっては運輸業も含めて。それは逆に言えば、

運輸業がそういうものをつくれればそういうことを道具を持って提案できるわけで、そういった可能性も今後あるのではないかと考えています。そのなかには技術も新しいものを入れる。とにかくいままでできることでやれることが残っていたら、それをやるしかたぶんCO₂削減はほかに手段はないわけです。

夢みたいなことを言ってもこれは絶対無理で、非常にコストをかければ削減ができますが、コストをかけないで、いわゆるウインウイン (WinWin) というケースですが、それによっても利益があがるような場面があるかもしれない。そのなかのひとつとしてこういうパートナーシップもあり得ると思いますので、そういったところを少し推し進めるようなビジネスモデルも検討していけるといいのではないかと感じます。

池上 豊田さん、いかがですか。

豊田 その3PLを含めたそういう提案力をつけるための研修とか、あるいはうまくいった提案事例とか、そういうことの紹介は私どもはやっていますし、国の方もそういう研修の機会はつくってはく

れていますが、ただトラックの保有台数が10台以下の事業者は、人材育成も提案も無理なところがありますので、いまお話にありましたようにできるところがその力をつけて、その力をつけたところにみんなで一緒にやっていく、それがこれからの道かなと思います。

池上 そこで業界団体の役割というのは当然ありますね。

残間 それは大きいですね。それこそ全ト協がいまやるべきですね。全体がわかっているからわけですから。

豊田 言うは易く、なかなかシナリオ通りに動いてくれないのがうちの業界ですから。

池上 そこで豊田さんにもうひとつお伺いしたいのは、先ほど残間さんが「グリーン物流パートナーシップ」ももちろん大事だけれども、もっと大き

な絵を描いて流通全体のことを考えてもっと提案していくべきだと。言ってみれば政策提言がもっとあって然るべきではないかと。それはトラック運送業界だけでなく、流通業界全体でもっと考えていく必要があるのではないかと問題提起がありました。その点についてはいかがですか。

豊田 難しいのはトラック運送業界の横に流通業界、物流業界がある。これらを総合的に担当している行政があるかということ、これがあるようなないような、やっとな国土交通省と経済産業省が一緒になっているいろいろなことを始めてくれたのですが、物流全体をみてくれていないので、われわれからいろいろな提案が全部できるかということなかなか難しく、それこそわれわれの業界団体とパートナーを組んでいただいて、荷主側にいろいろ働きかけをしていくことが必要かなと思います。

不合理な商習慣の打破に輸送効率、CO₂削減の道が残されている

池上 齊藤さん、どうぞ。

齊藤 先ほどのVTRに出てきた住宅建材メーカーの事例ですが、あの事例で非常に面白いのは、あるいは注目すべきところは、トラックからフェリーにモーダルシフトしましたということだけでなく、原材料メーカーに対して住宅建材メーカーが直接とりに行くというやり方に変えたということなのです。それによって全体的な効率を良くしたということです。

池上 普通は原材料メーカーが建材メーカーのところへ持っていきますね。それが逆だということですね。

齊藤 逆だということです。これはいわゆる従来の商習慣を変えたということだと思います。日本にはいろいろな商習慣があって、なかには非常に不合理な商習慣もたくさんある。その商習慣があることによって、物流の効率性も阻害されている面が多々あると思います。

そういったなかでこのような形で従来の商習慣を改めて、効率の良い方向へ動いていく。結果としてこの住宅建材メーカーのサプライチェーン全体を効率化する。そしてサプライチェーン全体を

効率化するなかで、物流も全体的に効率化するという方向が出てきているわけです。CO₂削減ということを考えますと、残されている余地としてこういった商習慣を改めることによって物流を効率化する、そしてCO₂を削減するという方向性というのは、これから重要になってくると思います。

そういう意味でも、それは企業だけの問題ではなくて、物流事業者として積極的に提案をして、「不合理な商習慣を改めると効率化します」という提案ができるかどうかというのも大きなポイントではないかと思います。

池上 商習慣を改める、その提案をしていくことがもっと大事だということですね。豊田さん、商習慣についていかがですか。

豊田 はっきり申し上げますと、私どもの運送業界のなかにいる立場から従来の商習慣を突き破るのはなかなか勇気がいるのですが、まさにそういうことができる池上さんのようないいコーディネーターが出てきて、従来の考え方にとらわれない提案をしていただくなかでわれわれも協力できる、そういう発想もいいかなと思っています。

消費者に見えるトラック輸送の環境貢献

池上 先ほど豊田さんのお話にもありましたように、経済産業省と国土交通省という役所がわかれています。それを協力していくためにも、ある種専門的なコーディネーターが必要になってくるということですね。残間さん、いかがですか。

残間 豊田さんの気持ちはよくわかるのですが、つまりこれまでの既存のシステムが堅牢でなかなか動かし難いということですね。しかし環境問題がそうですが、ネガティブなアプローチをして、もう間に合わないと思ってしまうと全部駄目になってしまいます。先ほどから石谷さんが繰り返しているように「できること」ということは、いきなり商習慣を変えるまでいかななくても、立场上、今日は豊田さんは仕方ないと思うのですが、ポジティブな方向で、いまは提案者がいなくても育てていく。育てる人がいなかったら、自分がやるくらいまでいかないと、たぶん世の中は変わりません。環境問題は一番恩恵がみえにくいのです。いつか子孫の代に困らないようにと言われても。

それと実際、自分がどれだけCO₂を排出しているか、これもいま見えるようにしようと、いろいろな機械を使って、子供たちの前で風船をふくらませてみたり、チェックカードみたいな、みんなの払っている電気料金などからどのくらい自分がCO₂を排出しているかを測るといった動きにだんだんなってきていますが、ネガティブではないことからスタートしないと人がついてこないというのもこの環境問題の特色です。大変なことはわかりますが、池上さんも私もできることは何でもやりますので、異業種の人たちにわからせるとか、一見関係なさそうな人にわからせるといったことがかなり重要かもしれないと思って今日は聞いていました。

池上 そうですね。消費者の立場でいいますと、店でいろいろな商品を買うときに、最近は生産者をはっきりわかる、生産者の顔が見えるような形の商品がたくさん出ていますね。それも流通過程でこれだけ二酸化炭素削減に努力していますという

その過程が見える形になると、消費行動というものも変わってくるような気がするのですが。

残間 そうというような輸送をする人たちをよりたくさん使っている荷主さんが表彰されるとか。裏を返せばそういうことをしないで儲けばかりに走っている人はみんなでワーストランキングをつけるとか。あまり理屈っぽくないやり方で少しずつ意識改善はできるような気がします。立场上仕方ないですけどね、そういうネガティブなことを言わなければならないのは。

豊田 そうですね。最終的に消費者の方にいろいろ優劣をご判断いただいて、それが荷主に反映されて、そのなかで輸送の品質で運送事業者が選ばれる。そういう時代になるといいと思うのですが、なかなかいまは難しいです。

残間 少なくとも宅配事業者に対しては女の人は選び始めていますよ。やはりその会社がどんな姿勢で何をやっているかとか、来てくれる人たちがどれだけ親切かとか、この荷物がどういうふうに行くかをちゃんと教えてくれるとか、そういうことまで消費者もわかるようになってきていますから、そこまでいってるのもうちちょっとだと思います。

池上 むしろそういうお客に対してネガティブな情報をあえて提示した会社の方が、消費者にとっては非常に好感が持たれる時代になってますよね。

残間 正直ですしね。

豊田 簡単に言いますと、たとえばいまでも鉄道で運ばれてきた荷物だというマークがつくようになっているのですが、環境にやさしい物流事業者が運んだマークというのはなかなか難しいですね。そここのところは全体として配慮しているということ、これからパートナーを組んでいっていかないといけないと思います。

齊藤 私が基本的に思うのは、消費者に環境問題の重要性といいますか、それをわかってもらうのはなかなか難しいのではないかと思います。特に物流というのは、先ほどおっしゃったように目に見えない。どういうふうになっているのか一般の方にはよくわからないと思います。

一般の方が物流に対して直接ふれる機会というのは何かというと、やはり宅配便かなと思います。その点で言いますと、ひとつのやり方として、宅配便で何か環境問題に消費者の方が敏感になるような仕組みを考えてあげる。そこで環境問題に慣れるといいますか、環境問題の重要性を知る取っかかりとして、そういう仕組みがあるとわりとスムーズに消費者の方も物流における環境問題に入っていけるのかなと思います。

池上 いま消費者運動にもずいぶんいろいろありまして、グリーン購入という形で環境にやさしい商品を育てていこう、それを買っていこうという消費者運動もあるわけです。

そのなかで原材料の記述について非常にいま厳しく言われるようになりました。つくった後、どのように運ばれるかという流通過程についてももっと明らかにして、商品にそれがハッキリとわかるような形に表示しなさいという運動をしていく

のもひとつの手なんでしょうね。

残間 流れとしてはいまそういう流れですから、ある意味では千載一遇のチャンスかもしれないです。ここできちんとしたアイデアさえ浮かべば。

池上 そのときにトラック運送業界として「こういう取り組みをしています」あるいは「こういう取り組みをしているのがわが社です」という形でアピールしていくというところにもビジネスチャンスが生まれる可能性はありますよね。

残間 そう思いますね。

豊田 いろいろ勉強させていただきます。石谷さんのお話にありました「省エネ法」の適用で、荷主さんから「うちの荷物を運んで、いくらCO₂を出したの」と言われるのですが、積み合わせて運んで、距離も違って、まして宅配便1個1個でCO₂を計算するととなると相当難しいので、何かほかのアプローチを考えないといけないと思います。

環境面でのトラックの頑張りをもっとPR

池上 それが即座にわかるソフトがつくられるだけでもずいぶん違ってくるんだらうと思います。そういう形でさまざまな課題はありつつも、それぞれの取り組み、今日はいろいろなヒントがみえてきたのではないかと思います。

最後にこれからどうあるべきなのか、それを物流の専門家、消費者の立場、環境の専門家、トラック運送業界の方からそれぞれお伺いしようと思います。まずは齊藤さんから今後の課題は。

齊藤 今後の課題ですが、CO₂の排出を削減するためには、まず荷主が変わればトラック運送事業者も変わるのではないかと思います。

トラック運送業界がCO₂削減に向けて主体的に取り組まなければいけないということは事実ですが、トラック運送事業者が事業を展開しているのは、あくまで荷主企業の物流システムのなかのひとつの機能として輸送しているわけですから、それを考えますとやはり荷主が環境に対して環境対応をちゃんととるという姿勢をハッキリさせる。それによってトラック運送事業者も変わっていく

と思います。

そういう点で荷主企業と物流事業者、トラック運送事業者との間のCO₂削減のための連携といったものを強めていく必要があると思います。

池上 はい、残間さん。

残間 そういう課題としては業界的にも残るのですが、忘れていけないのはドライバーも人で、その人たちにも個々の労働環境があります。この辺は基本ですが、何か大きな地球の話のなかで少しおいていかれそうなところもあるので、それは先ほどから言っている人材教育などのゆとりも含めて、10台、20台の車しかないところは難しいのならば、そこも協会などで何かできるような制度をつくっていく。いくつかの教育のチャンスはあるみたいですが、そういうところに参加できるようなチャンスを業界と両面で、荷主さんの意識改革もですが、業界の基になっている運転手さんたちの意識改革のみならず、意識と日常の体制みたいなものも私たちにとってすごく気になるところです、みていると。日常のなかでみえるのはトラ

ックを運転している運転手さんの顔なので、そこもちょっと気をつけてほしいなと思います。

池上 消費者の立場からはどうですか。

残間 消費者の立場からは、もちろん安くというのは重要ですが、やはり安いだけではなくて、もしかしたらいままでの商取引などの形が変わるにせよ、あくまで消費者という立場で言うと、私たちも意識改革をしなければいけない。

何でも速ければいいとか、何でも正確に着けばいいではなくて、ときどきやつれて戻ってきたバッグなんか愛おしくて、よく帰ってきたなという感じがして、後でお詫び状なんか来ると、「誰かがこの荷物のことを意識していたんだな」ということが、実は無意識の向こう側にある物流という全然肉薄してこないものを運んでいるところにも思いとしては馳せることができるのです。私たち自身もいろいろな運び方がある、いろいろな人たちが運んでいる、そのなかにいろいろな仕組みがあるということ、今日は良い機会でしたが、改めてこういうことをどんどんやってほしいなと。

広報活動でも特に女・子供という言い方はあまり好きではありませんが、わかりやすいことばで言えば、女の人や子供たちにも「そうか、トラックというものの輸送のプロセスにはこんなドラマがあるんだ」ということを、いろいろな機会で教えていただきたいし、私たちも知ることをしなければいけないと思いました。

池上 そうですね。最近、食品の安全性がずいぶん問われるようになってきて、安ければいいという時代ではないということ、私たちは改めて痛感するようになりましたよね。

残間 だから速ければいいということではなく、スローフードみたいな、これも食べ物の周辺から出てきましたが、生き方自体もスローライフということ、こことも関係があるかもしれませんね。

池上 物流費も安ければいいという問題ではないんだらうということも、消費者の側も改めて考えていかなければいけないということですね。

残間 これは少し話がそれるかもしれませんが、安直にその土地のものを簡単に持ってくればいいというような、あるいはどこかに送ったものは右から左に行けばいいというようなことを、先ほどの齊藤さんのお話ではありませんが、つい宅配便に

こと寄せて私たちは思ってしまうのですが、本当に良いものはその土地に行って味わうみたいな意識も重要だし、そこで味わってすごく素晴らしいものに出会ったら、あの人にこれを届けたいと、そういうふう意識を転換する。何でもかんでもここに居ながらにして全部利便性の名の下に、自分で手繰り寄せて独り占めするということもちょっと恥ずかしいという動きも出てきているのです。これからだと思います。

池上 では、石谷さん。

石谷 あまり付け加えることはないのですが、先程から出ているように物流事業者だけ、輸送業界だけでは解決が非常に難しい問題で、いかにしてサプライチェーン全般、最終的には消費者までもがこういう意識を持って、意識を持つだけでは解決できませんので、ひとつは情報の提示といいますか、それが非常に重要だと思います。

池上 情報の提示と言いますと。

石谷 要するにどのくらいの環境負荷をこの輸送のなかで与えたかといったようなことが消費者まで伝わらないといけない。これをやろうと思いますと、先ほど豊田さんがおっしゃったように非常に手間暇がかかるわけです。ただ、ある意味でこれも情報技術などを活用して、必ずしも正しくなくてもいいから、近似値でもいいから消費者にこれだけのCO₂が出たとか、ほかの輸送手段とどちらを選びますかと。

そういうことをスムーズにやろうと思うと、大変な情報の操作と計画性があるわけです。そういうことこそいまの技術であればできるので、そういう技術を活用して、少しでも消費者に届くような省エネとかCO₂体制をつくっていくことが、長い目でみると必要なという感じがしました。

池上 そういう情報技術の導入・活用が、結果的には長い目でみれば経営の効率化に進んでいくということですね。

石谷 いままでは迅速に届けるという方向で最大の努力がなされていて、その結果としてああいう技術が発達してきたんだと思いますが、それに付け加えて環境面も入れて、問題はその環境面がちゃんとしたビジネスにならないと結局はやる甲斐もないし、下手をすると競争に負ける。ですからこのところが消費者が変わらないと難しいので、

そのあたりのPRはむしろメディアにお願いしたいということですね。

池上 環境にこうやって配慮してるんですよというところを高く評価され、それが結果的には経営に資するような仕組みをつくっていく必要があるということですね。わかりました。では、豊田さん、最後をお願いします。

豊田 ディーゼルトラックは本当に大気汚染の元凶みたいにいわれていた頃から比べますとはるかに環境対策が進みまして、環境基準も達成の見通しが立って参りました。

そのなかで、地球環境対策、省エネから言うとなかでもディーゼルトラック、なかでも営業用トラックは優等生だと、これは胸を張って言えます。ただ残念ながら軽油価格の高騰のなかで、さらに私ども自身も省エネに取り組んでいきますが、運賃ではなくて安全・環境に取り組んでいるという輸送品質で私どもを、ぜひ評価していただければさらに変わるかなと思います。

今日、いろいろご議論がありましたように、このシンポジウムを含めて、私どもトラックが環境面で頑張っているということ、これから一生懸命PRしていかなければいけないなと思いました。

池上 輸送品質というのはなるほどなと思う一方で、非常に抽象的ですね。輸送品質とは何ですか。

豊田 簡単に言いますと、たとえば引越を頼んだときに時間通りに来てくれない、向こうに着いたら置きっぱなしにする。あるいはいくつか壊れていても知らないとか、やはり壊さない、放置しない、時間通りきちんと運ぶ、そういうようなことがまさに輸送品質だと思います。

池上 さらに言いますと。

豊田 環境にやさしいということ。

池上 そうですね。これだけ運ぶときにこれだけ二酸化炭素を使ったけれども、ほかのものに比べると、これだけ少なくて済んだよということまで含めて、それが輸送品質になるということですね。

豊田 逆に言いますと、そういう面での輸送品質をPRできる力を私どもが持っていかなければいけないということだと思います。

池上 その力を自ら、あるいはそれができない中小のところに対して業界として何らかの手だてが求められるということですね。

豊田 ボトムアップを図れるように頑張っていきます。

池上 はい、わかりました。パネリストの方々からのご発言がありました。いわゆる石油製品の価格が上がっています。ディーゼルトラックの軽油も上がっています。そのときだからこそ、そのようなエネルギーを少しでも効率的に使う。それが結果的に環境にやさしいことになっていく。「エコノミーはエコロジー」ということが、いままさに問われているんだろうと思います。

そのなかで何ができるのか、やはり荷主の意識を変える手だてが必要だ、あるいは受ければいいというだけのものではない、情報をきちんと提示することが必要である。その全体が輸送品質になるんだということだと思います。

今日はさまざまなVTRをみてきました。そのなかにもたとえばデジタルタコグラフを導入することによって、運転している人自身がこういう運転をしていたんだということが自分で見えるということです。残間さんがしきりに見えることが大事とおっしゃっていました。いまさまざまな経営のなかで「見える化」というのがあります。どれだけの仕事がみんなに見えるというのがとても大事なことで、それは運送業界で働いている人ももちろんですが、商品を買うお客さんにとってもそういうものがしきりに見えることが実はとっても大事なことなんだなと思います。

残間さんもおっしゃっていました、運送業界がどれだけ頑張っているのか、今日初めて知ったことがたくさんあるということがありました。どうしても消費者としてはなかなか見えてこないのです。想像力が大切なんです。その想像力を補ってくれるためにも、消費者に見えるようなデータの提示の仕方、「これが輸送品質なんですよ」というのを業界からきちんと提示していただけるような、そうなることを望みたいと思いました。

今日は長時間、ありがとうございました。

参 考 資 料

シンポジウム・メモ

<p>テ ー マ 21世紀の物流を考える 開 催 日 平成10年9月18日(金) 開 催 場 所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1 パネリスト 浅井 時郎(全日本トラック協会会長) 岡田 清氏(成城大学教授) 五代利矢子氏(評論家) 藤原 直哉氏(経済アナリスト) コーディネーター 水城 武彦氏(NHK解説委員)</p>	<p>テ ー マ トラック事故を防ぐ —安全で適切な物流環境の構築— 開 催 日 平成16年3月2日(火) 開 催 場 所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1 パネリスト 白石 真澄氏(東洋大学経済学部助教授) 竹内 健蔵氏(東京女子大学文理学部教授) 長江 啓泰氏(日本交通科学協議会理事 日本大学名誉教授) 三輪 武男(全日本トラック協会交通対策委員長) コーディネーター 藤田 太寅氏(元NHK解説委員 関西学院大学総合政策学部教授)</p>
<p>テ ー マ 高度情報化時代の“物流” —改革迫られる運輸業界— 開 催 日 平成12年2月23日(水) 開 催 場 所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1 パネリスト 内橋 克人氏(経済評論家) 草柳 文恵氏(テレビキャスター) 鈴木 敏文氏(株式会社イトヨーカドー社長) 湯浅 和夫氏(株式会社日通総合研究所取締役) コーディネーター 藤田 太寅氏(NHK解説委員)</p>	<p>テ ー マ 企業の社会的責任 —物流におけるCSRの襷リレーを考える— 開 催 日 平成17年3月17日(木) 開 催 場 所 全労済ホール スペース・ゼロ 東京都渋谷区代々木2-12-10全労済会館B1F パネリスト 長見萬里野氏(日本消費者協会参与) 川村 雅彦氏(ニッセイ基礎研究所上席主任研究員) 常盤 敏時氏(イオン株式会社取締役会議長) 藤本 義一氏(作家) 高橋 喬郎(全日本トラック協会会長) コーディネーター 藤田 太寅氏(元NHK解説委員 関西学院大学総合政策学部教授)</p>
<p>テ ー マ 21世紀“IT物流”新時代 開 催 日 平成13年3月15日(木) 開 催 場 所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1 パネリスト 天野 祐吉氏(コラムニスト) 小川 健秀氏(三井物産株式会社運輸・物流本部ロジスティクスSCM室長) 中田 信哉氏(神奈川大学教授) 湯浅 和夫氏(株式会社日通総合研究所取締役) コーディネーター 藤田 太寅氏(NHK解説委員)</p>	<p>テ ー マ 原油高価格時代をどう乗り切るか —物流を中心に検証する— 開 催 日 平成18年3月14日(火) 開 催 場 所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1 パネリスト 金子 勝氏(慶應義塾大学経済学部教授) 齊藤 実氏(神奈川大学経済学部教授) 酒井 清氏(株式会社リコー常務執行役員) 佐野真理子氏(主婦連合会事務局長) 豊田 榮次(全日本トラック協会専務理事) コーディネーター 藤田 太寅氏(元NHK解説委員 関西学院大学客員教授)</p>
<p>テ ー マ 物流と高速道路 —有効活用と適正料金を考える— 開 催 日 平成14年3月6日(水) 開 催 場 所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1 パネリスト 竹内佐和子氏(東京大学大学院助教授) 田中 直毅氏(経済評論家 21世紀政策研究所理事長) 坪井 孚夫氏(東北経済連合会副会長) 中野 正彦(全日本トラック協会副会長) 根本 敏則氏(一橋大学大学院教授) コーディネーター 藤田 太寅氏(NHK解説委員)</p>	<p>テ ー マ トラック輸送と安全管理を考える —安全・安心・社会との共生— 開 催 日 平成19年3月9日(金) 開 催 場 所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1 パネリスト 菰田 潔氏(モータージャーナリスト) 竹内 健蔵氏(東京女子大学文理学部教授) 奈良平博史氏(国土交通省自動車交通局貨物課長) 山村レイコ氏(エッセイスト/元国際ラリスト) 豊田 榮次(全日本トラック協会専務理事) コーディネーター 池上 彰氏(フリージャーナリスト/元NHK週刊子どもニュースキャスター)</p>
<p>テ ー マ 物流と環境 開 催 日 平成15年3月4日(火) 開 催 場 所 千代田放送会館 東京都千代田区紀尾井町1-1 パネリスト 紙本 治男氏(株式会社リコー代表取締役副社長 上席執行役員) 幸田 シャーミン氏(ジャーナリスト) 杉山 雅洋氏(早稲田大学商学部教授) 三橋 規宏氏(経済・環境ジャーナリスト 千葉商科大学政策情報学部教授) 豊田 榮次(全日本トラック協会専務理事) コーディネーター 藤田 太寅氏(NHK解説委員)</p>	<p>※パネリストおよびコーディネーターの役職はシンポジウム開催時のものです。</p>

社団法人 全日本トラック協会概要

わが国の国内貨物輸送量のおよそ54億トン（平成18年度）のうち、90%以上を占めているのがトラック輸送です。そして国内物流の基幹産業としてトラック輸送を支えているのが、62,567事業者（平成19年3月末現在）で構成される営業用トラック運送業界です。

トラック運送事業は、産業経済に係わる諸資材から生活必需品まで、日本経済を支える動脈として、暮らしを守るライフラインとして、重要な役割を担っています。しかし業界の99.9%を中小トラック運送事業者が占め、近年の高騰する燃料価格、ドライバー不足、輸送需要の伸び悩みなどトラック運送業界をとりまく環境は厳しく、克服課題も山積しているのが現状です。

こうした課題を克服するために積極的に取り組み、トラック運送事業の健全な発展を促し、社会に貢献し、社会と共生できる事業を育成していくのが、事業者団体であるトラック協会の重要な役割であり、使命でもあります。

「社団法人 全日本トラック協会」の事業の主な目的は、

- ①トラック運送事業の適正な運営、健全な発展の促進
 - ②公共の福祉に寄与するための施策の実施
 - ③事業者の社会的、経済的地位の向上と会員間の連携・協調の緊密化
- などを図ることです。

より質の高い輸送サービスを安定的に提供するため、交通安全、環境、情報化等各種対策や事業者が必要とするあらゆる分野を事業対象に、さまざまな事業活動を展開すると同時に、よりよい輸送・経営環境づくりをめざしています。

所在地

東京都新宿区西新宿1-6-1 新宿エルタワー19階
TEL 03 (5323) 7109 (代)

創立年月日

昭和23年2月17日

発行所 **社団法人 全日本トラック協会**

〒163-1519 東京都新宿区西新宿1-6-1 (新宿エルタワー19階)

TEL.03(5323)7109 FAX.03(5323)7230

<http://www.jta.or.jp>

平成20年3月発行



社団法人 全日本トラック協会