



# 運送事業者とのパートナーシップ構築に対する荷主企業の意向分析

秋田, 直也  
小谷, 通泰

---

(Citation)

都市計画論文集, 48(3):453-458

(Issue Date)

2013-10

(Resource Type)

journal article

(Version)

Version of Record

(Rights)

本著作物の著作権は日本都市計画学会に帰属します。本著作物は著作者である日本都市計画学会の許可のもとに掲載するものです。ご利用に当たっては「著作権法」に従うことをお願いいたします。

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/90002795>



## 50. 運送事業者とのパートナーシップ構築に対する荷主企業の意向分析

### Analysis of Shippers' Attitudes towards the Establishment of Partnerships with Truckers

秋田直也\*・小谷通泰\*  
Naoya AKITA\* and Michiyasu ODANI\*

This study aims to analyze shippers' attitudes towards actual situation of partnerships with truckers and their requirements for measures by truckers for the establishment of partnerships, on the basis of questionnaire survey to shippers conducted by the authors. In this study, we first proposed that the partnerships could be classified into four levels from the viewpoint of the closeness of shippers' relationship with truckers. Second, we revealed that the levels of partnerships much affect both shippers' weighting and evaluation of each measure by truckers. Third, we showed truckers' measures could be divided into three groups, considering how shippers' weighting and evaluation are affected by the increase in the levels of partnerships. Finally, we referred issues on the establishment of partnerships.

**Keywords:** Shippers, Truckers, Partnerships, Shippers' Evaluation, Shippers' Weighting of Measures by Truckers  
荷主企業, 運送事業者, パートナーシップ, 荷主評価, 重要度

#### 1. 研究の背景と目的

近年の経済不況のもと、多くのトラック運送事業者（以下、運送事業者という）が、環境対策に、地球レベルの問題として前向きな姿勢で取り組んでおり、こうした環境対策への取り組みによって、荷主企業からの信頼感・依存度や従業員の意識が向上したという効果を感じている。しかしながら、その一方で、環境対策への取り組みが、取扱い貨物量や取引件数の増加につながらないことや、環境対策にかかる費用をコストとして荷主企業に負担してもらえない実態が報告されており、中小企業が99%を占める運送事業者にとって、環境対策への取り組みは、経営を厳しくするものとして感じられていると考えられる<sup>1)</sup>。

こうした状況の中で、運送事業者の環境対策への取り組みを促進するには、荷主企業に応分の負担を求められる関係が、荷主企業との間に構築されているかが重要であるといえる。一般的<sup>2)</sup>に、パートナーシップとは、「立場の異なる組織や人同士が、明確な目的のもとに、対等な関係を結び、それぞれの得意分野を生かしながら、連携し協力し合うこと。」とされている。また、パートナーシップに求められるものとして以下があげられている。

- ・それぞれの主体が、対等で互いに信頼できる関係を築くこと。
- ・事業の目的や進め方について、各主体が情報を共有し、対話を重視した意思決定に参加すること。
- ・各主体が持つ特性や能力を十分に生かした役割の分担により、より積極的な関わり方ができ、誰にとっても得るものがあるようになること（Win-Winの関係）。

本研究においても、パートナーシップの定義として、これを採用することにした。その上で、筆者ら<sup>3)</sup>の先行研究では、運送事業者からみた荷主企業との関係として、多くの

運送事業者が、特定の荷主企業と長期間にわたる取引を行っているにも関わらず、運送事業者には、運賃に対する交渉力がなく、荷主企業と対等な関係にないと感じている実態を明らかにした。その一方で、荷主企業からみた運送事業者との関係については把握されておらず、とりわけ、荷主企業がパートナーシップをどの様に認識しているのかについての知見は非常に乏しい状況にあるといえる。

そこで本研究では、荷主企業を対象として筆者らが実施したアンケート調査結果をもとに、荷主企業が運送事業者とのパートナーシップをどの様に認識しているのかを客観的に把握するとともに、荷主企業からみた運送事業者との関係を明らかにすることを目的とする。具体的には、まず、最も緊密な関係（通算取引期間が長い、あるいは、取扱貨物量が多い）にある運送事業者（以下、当該運送事業者という）とのパートナーシップの構築実態を、パートナーシップの深度を示す成熟度を設定して把握する。次に、荷主企業における当該運送事業者に対する評価とパートナーシップを構築する上で重視する取り組みをそれぞれ明らかにした上で、これらと成熟度との関係にみられる特徴について示す。そして最後に、本研究で得られた知見をもとに、荷主企業からみたパートナーシップの構築に向けた課題を抽出する。

パートナーシップに関する既往研究としては、まちづくりにおける市民と行政との関係や、サプライチェーンマネジメントにおける企業間との関係についての研究<sup>4)</sup>がみられ、いずれの研究においても、パートナーシップの重要性とパートナーシップにいくつかの発展過程があることが示唆されている。こうした中で、本研究で着目する荷主企業と運送事業者との関係についての知見は、非常に乏しい状況にあるといえる。とりわけ、本研究の様に、前述の運送事業

\*正会員 神戸大学大学院海事科学研究科 (Kobe Univ.)

者からみた荷主企業と運送事業者との関係を、反対の立場にある荷主企業から明らかにしようとする研究は、ほとんどみられない。また、本研究では、荷主企業からみた運送事業者との関係を、4つの段階からなる成熟度として設定することで、パートナーシップを定量的に把握しようとするところに特徴があるといえる。そして、筆者らは、先行研究<sup>5)</sup>にて、運送事業者に対する潜在的な評価要因がパートナーシップの構築に及ぼす影響を示したが、本研究ではさらに、荷主企業がパートナーシップを構築する上で運送事業者に求める取り組みを明らかにすることから、本研究で得られた知見は、運送事業者にとって、荷主企業との対等な関係の構築を目指していく上で有用であると考えられる。

## 2. 分析データの概要

本調査は、平成23年11月に、筆者らが実施したもので、神戸市、西宮市、尼崎市に立地する製造業または卸売業を営む荷主企業を対象に、無作為に986事業所を抽出した。そして、アンケート調査票の記入は、荷主企業において物流業務のマネジメント全般に携わっている方に依頼した。また、配布・回収は郵送にて行い、その結果、151票が回収できた(回収率15.3%)。この内、本研究では、荷主企業から出荷される貨物のすべてを自家用トラックを使用して運送している荷主企業を除いた122票を分析データとして用いた。

分析データにおける荷主企業の属性としては、業種は「製造業」が65%で最も多く、以下、「卸売業」の24%、「小売業」の2%の順となっている。また、資本金では、「1千万円以下」が38%で最も多く、「1千万円超～3千万円以下」の28%がこれに次いでいる。従業員数では、「15人未満」が48%と半数近くを占め、「15人以上30人未満」の19%がこれに次いでいる。こうしたことから、比較的小規模な荷主企業からの回答が多くなっているといえる。また、トラックの利用状況は、「すべて営業用トラックを利用」と「主に営業用トラックを利用」がともに33%を占めていることから、営業用トラックでの輸送を主とした荷主企業が多いといえる。

## 3. 荷主企業からみたパートナーシップの構築実態

### 3-1 パートナーシップ構築に対する認識

まず、当該運送事業者との取引状況についてみると、取引年数では、「10年以上20年未満」が31%、「20年以上30年未満」が30%と、取引年数が10年以上の長期間にわたる荷主企業が大半となっている。また、営業用トラックを利用した出荷貨物量の50%以上を当該運送事業者に委託している荷主企業が6割以上となっており、当該運送事業者への依存度が高い荷主企業が多いといえる。

次に、パートナーシップの定義を示さずに、こうした当該運送事業者との間に、現在、パートナーシップが構築されているといえるかと尋ねた結果を示したものが図-1である。これより、「いえる」「ややいえる」の割合は、それ

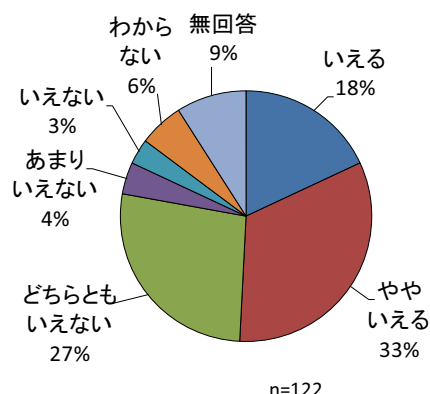


図-1 パートナーシップ構築に対する認識

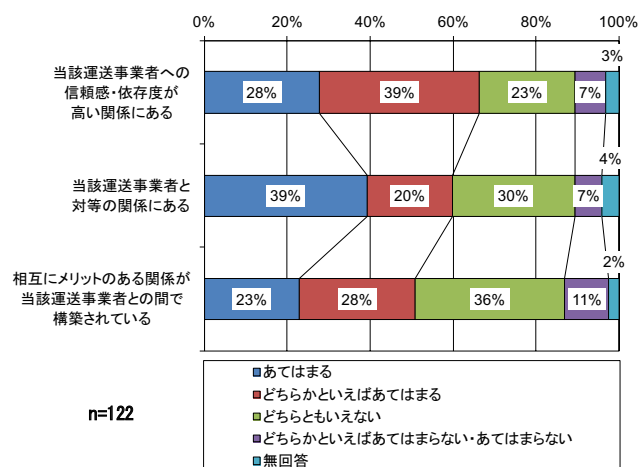


図-2 パートナーシップに求められる要件に対するあてはまりの程度

ぞれ18%、33%となっており、およそ半数の荷主企業が当該運送事業者との間にパートナーシップが構築されていると認識しているといえる。また、パートナーシップが構築されているとは「いえない」「あまりいえない」の割合は、それぞれ3%、4%と非常に少ないことがわかる。

### 3-2 パートナーシップに求められる要件からみた認識

一方、本研究で想定するパートナーシップの定義に基づいて、「当該運送事業者への信頼感・依存度が高い関係にある」「当該運送事業者と対等の関係にある」「相互にメリットのある関係が当該運送事業者との間で構築されている」の3項目について、感覚的なあてはまりの程度を5段階で尋ねた。その結果を示したものが図-2である。「あてはまる」と「どちらかといえばあてはまる」をあわせた回答割合は、「当該運送事業者への信頼感・依存度が高い関係にある」が67%、「当該運送事業者と対等の関係にある」が59%、「相互にメリットのある関係が当該運送事業者との間で構築されている」が51%と、いずれも半数以上を超えている。

また、図-1において当該運送事業者との間にパートナーシップが構築されていると認識する回答者(「いえる」または「ややいえる」)に限って、3項目に対するあてはまりの程度をみたところ、いずれの項目においても、「あてはま

る」「どちらかといえばあてはまる」を合わせた回答割合は7割以上となり、図－2の結果よりも高まる傾向がみられた。こうしたことから、パートナーシップ構築に対する認識と3項目に対するあてはまりの程度との間に関係性があることが確認できる。

### 3-3 成熟度によるパートナーシップ構築実態の把握

ここでは、本研究で採用したパートナーシップの定義に基づいて取り上げた3項目に対し、すべて回答している116サンプルを対象に分析を行う。まず、3項目に対する回答パターンについて序列関係をみたところ、顕著な関係はみられなかった。そこで本研究では、「あてはまる」または「どちらかといえばあてはまる」と回答している項目数を成熟度の判定基準として用いることにし、以下の4つの段階を設定した。

- ・段階0（該当する項目なし）
- ・段階1（1項目に該当）
- ・段階2（2項目に該当）
- ・段階3（3項目すべてに該当）

これにより、荷主企業を分類した結果を図－3に示す。「段階3（3項目すべてに該当）」が37%で最も多く、以下、「段階2（2項目に該当）」の26%、「段階1（1項目に該当）」の21%、「段階0（該当項目なし）」の16%の順となっている。

そして、図－4は、成熟度ごとに、図－1でみたパートナーシップ構築に対する荷主企業の認識を示したものである。これより、成熟度の段階が高くなるにつれて、パートナーシップを構築していると認識する荷主企業が多くなる傾向がみられる。しかし一方で、段階0から段階2の間であっても「ややいえる」と「いえる」、段階3であるにも関わらず「どちらともいえない・あまりいえない・いえない」の回答がみられる。こうしたことから、荷主企業ごとに、パートナーシップに対する捉え方が異なっていることが推測されるとともに、本研究で設定する成熟度によって、運送事業者との関係の深度が、より正確に把握できていると考える。

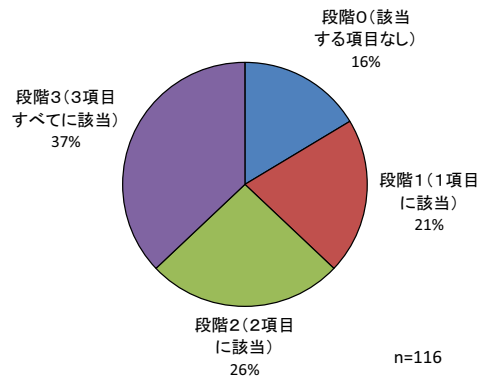
## 4. 成熟度と当該運送事業者に対する評価得点との関係

アンケート調査票では、当該運送事業者の評価項目として28項目を設定し、それぞれを5段階で評価してもらった。さらに、その上で、当該運送事業者に対する総合評価を求めている。

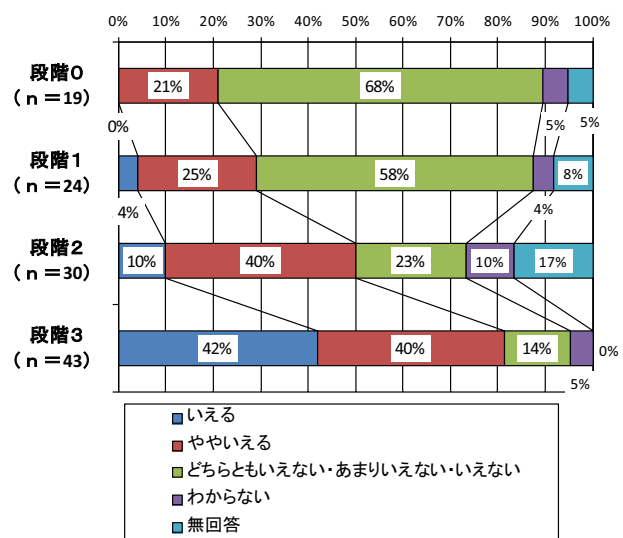
### 4-1 成熟度と総合評価との関係

まず、当該運送事業者に対する総合評価では、「やや満足」が36%で最も多く、以下、「普通」の32%、「満足」の17%の順となっている。また、「不満」と回答した荷主企業はみられず、「やや不満」も3%と非常に少なくなっている。

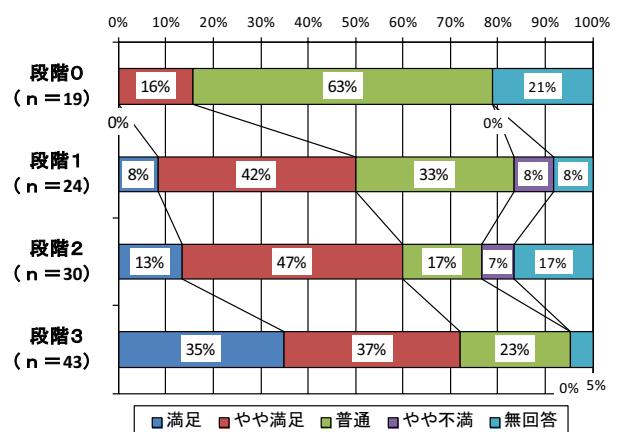
次に、成熟度と当該運送事業者に対する総合評価との関係を示したものが図－5である。これより、成熟度が高くなるにつれて、「満足」と「やや満足」を合わせた割合が高



図－3 成熟度による荷主企業の構成



図－4 成熟度とパートナーシップ構築に対する認識との関係



図－5 成熟度と当該運送事業者に対する総合評価との関係

くなることがわかる。

### 4-2 成熟度と設定した28項目に対する評価との関係

まず、設定した28項目に対する評価についてみると、以

下の5項目で、「満足」と「やや満足」をあわせた回答が50%を上回っていた。

- ・正確性の水準（誤配・誤納率の低下、盗難防止など）（57%）
- ・時間的品質の水準（納期遵守、遅延防止、リードタイム短縮など）（56%）
- ・ドライバーのマナーや身だしなみ（54%）
- ・物理的品質の水準（温度管理、汚損、濡損、荷崩れ防止など）（54%）
- ・交通事故の少なさ（51%）

これより、荷主企業が、当該運送事業者の輸送品質や交通安全対策、ドライバー品質に対して、高い評価を示していることがわかる。

次に、設定した28項目について、成熟度別の評価得点を算出した。その結果を、表－1に示す。これより、段階3では、すべての項目において、高い評価得点が得られていることがわかる。また、段階0から段階3になるにつれて、高い評価得点（例えば、一つの目安として3.50以上）が得られている項目数が増加する傾向がみられる。とりわけ、段階3では、高い評価得点が得られている項目数が急激に増加しており、「エコドライブへの取り組み」「低公害車の導入率」「コンプライアンス経営」といった全体では評価が低い傾向にある項目に対しても、一定以上の評価が得られている様子が窺える。

こうしたことから、高い成熟度を構成している荷主企業ほど、多くの項目で運送事業者を高く評価していることがわかる。とりわけ、段階3とそれ以下の段階では、荷主企業が運送事業者を評価する姿勢が大きく異なっていることが推測される。

## 5. 成熟度と運送事業者の取り組みの重要度との関係

アンケート調査票では、パートナーシップを構築する上で重要だと考える運送事業者の取り組みとして18項目を設定し、それぞれに対する重要性を5段階で求めている。

まず、設定した運送事業の取り組み18項目に対する重要性についてみると、以下の4項目で、「重要」と「やや重要」をあわせた回答割合が80%を上回っていた。

- ・安全で安定した運送サービスの継続（88%）
- ・輸送の利便性・確実性の向上への取り組み（86%）
- ・社会からの信用（83%）
- ・運賃水準の低さ（80%）

これより、荷主企業がパートナーシップを構築する上で、荷主企業・社会からの信用が重要だと考えていることがわかる。

次に、設定した18項目について、成熟度別の重要度を算出した。その結果を表－2に示す。これより、「重要」と「やや重要」をあわせた回答割合が高かった「安全で安定した運送サービスの継続」「輸送の利便性・確実性の向上への取り組み」「社会からの信用」「運賃水準の低さ」の4項目に

表－1 成熟度別にみた当該運送に対する評価得点

項 目	段階0 (n=11)	段階1 (n=18)	段階2 (n=19)	段階3 (n=34)
正確性の水準（誤配・誤納率の低下、盗難防止など）	3.36	<b>3.67</b>	<b>4.21</b>	<b>4.00</b>
時間的品質の水準（納期遵守、遅延防止、リードタイム短縮など）	3.18	3.39	<b>3.84</b>	<b>3.79</b>
ドライバーのマナーや身だしなみ	3.18	<b>3.56</b>	<b>3.79</b>	<b>3.94</b>
物理的品質の水準（温度管理、汚損、濡損、荷崩れ防止など）	3.18	3.33	<b>3.79</b>	<b>3.94</b>
交通事故の少なさ	3.18	3.39	<b>3.84</b>	<b>4.06</b>
運賃水準	2.82	3.17	<b>4.00</b>	<b>3.78</b>
運賃算出基準の明確さ	2.91	3.33	<b>3.89</b>	<b>3.82</b>
ドライバーのコミュニケーションの高さ	3.09	3.39	3.42	<b>3.71</b>
利用される貨物車の品質	2.91	3.44	3.37	<b>3.91</b>
突発的に発生する貨物への迅速な対応	2.64	3.28	3.26	<b>3.78</b>
高度な情報システムの活用	3.18	3.39	3.16	<b>3.59</b>
ドライバーの経験の豊富さ	3.00	3.44	3.26	<b>3.82</b>
出荷量の波動への対応	2.82	3.39	3.37	<b>3.88</b>
輸送障害時の情報提供	2.73	2.94	3.32	<b>3.50</b>
交通安全対策への取り組み	3.00	3.44	3.32	<b>3.85</b>
輸送ルート・輸送ロットの効率化に向けた取り組み	2.91	3.17	3.37	<b>3.71</b>
クレームへの素早い対応	2.73	2.94	3.26	<b>3.59</b>
貴社の輸送コースへの対応	3.00	2.89	3.26	<b>3.71</b>
実車率・積載率・回転率の向上に向けた取り組み	3.09	3.00	3.32	<b>3.68</b>
エコドライブへの取り組み	3.18	3.22	3.00	<b>3.71</b>
財務状況の良さ	3.09	3.06	3.21	<b>3.59</b>
低公害車の導入率	3.09	2.94	3.11	<b>3.59</b>
コンプライアンス経営への取り組み	3.00	3.00	3.05	<b>3.50</b>
付帯業務など包括的な業務の請負	2.73	3.11	3.32	3.44
貴社への提案力	3.00	2.72	3.11	3.35
ウェブサイトやパンフレットの内容	2.82	3.00	2.95	3.41
環境対策への取り組み	2.82	2.94	2.95	3.41
環境負荷に関する数値データの提示	2.73	2.89	2.89	2.94

注)・評価得点は、「満足」:5点、「やや満足」:4点、「普通」:3点、「やや不満」:2点、「不満」:1点とした各グループの平均値を示す。  
・評価得点が3.50以上の場合は下線を引いている。  
・ハッチングは評価得点が4.00以上のセルを表す。

表－2 成熟度別にみた運送事業者の取り組みに対するパートナーシップ構築のための重要度

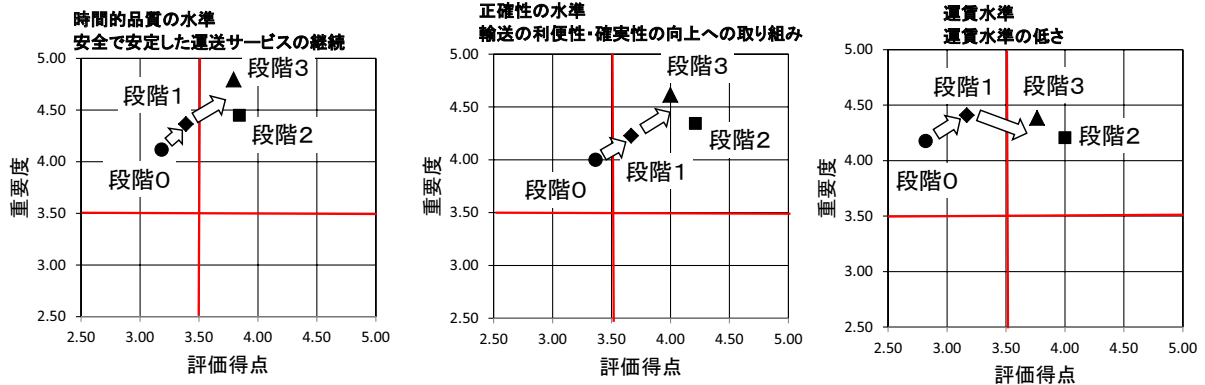
項 目	段階0 (n=17)	段階1 (n=22)	段階2 (n=29)	段階3 (n=39)
安全で安定した運送サービスの継続	<b>4.12</b>	<b>4.36</b>	<b>4.45</b>	<b>4.79</b>
輸送の利便性・確実性の向上への取り組み	<b>4.00</b>	<b>4.23</b>	<b>4.34</b>	<b>4.62</b>
社会からの信用	<b>4.00</b>	<b>4.23</b>	<b>4.21</b>	<b>4.46</b>
運賃水準の低さ	<b>4.18</b>	<b>4.41</b>	<b>4.21</b>	<b>4.36</b>
適正運賃の収受への取り組み	<b>3.76</b>	<b>4.00</b>	<b>4.07</b>	<b>4.31</b>
貴社からの信頼感・依存度	<b>3.65</b>	<b>3.91</b>	<b>4.28</b>	<b>4.46</b>
交通安全対策への取り組み	<b>3.76</b>	<b>3.82</b>	<b>4.03</b>	<b>4.36</b>
ドライバー教育への取り組み	<b>3.76</b>	<b>4.14</b>	<b>3.83</b>	<b>4.31</b>
経営コスト削減への取り組み	<b>4.06</b>	<b>3.84</b>	<b>3.79</b>	<b>4.18</b>
貴社との緊密なコミュニケーション	<b>3.86</b>	<b>3.84</b>	<b>3.72</b>	<b>4.13</b>
物流における環境対策への取り組み	3.41	3.32	<b>3.66</b>	<b>4.10</b>
コンプライアンス経営への取り組み	3.41	3.41	<b>3.52</b>	<b>4.18</b>
貴社との取引期間の長さ	3.29	3.41	3.48	<b>3.85</b>
ISO認証やGマーク認定などの認証・認定の取得	3.24	3.32	3.28	3.46
提案力の高さ	3.35	3.32	2.90	3.49
他の運送事業者との差異化・オンリーワン化	3.12	3.00	3.03	3.49
運送業務以外の付帯業務への対応	2.82	2.45	2.79	3.21
運送事業以外への事業領域の拡大	2.82	2.18	2.55	2.62

注)・重要度とは、「重要」:5点、「やや重要」:4点、「どちらともいえない」:3点、「あまり重要でない」:2点、「重要でない」:1点とした各グループの平均値を示す。  
・従業度が3.50以上の場合は下線を引いている。  
・ハッチングは重要度が4.00以上のセルを表す。

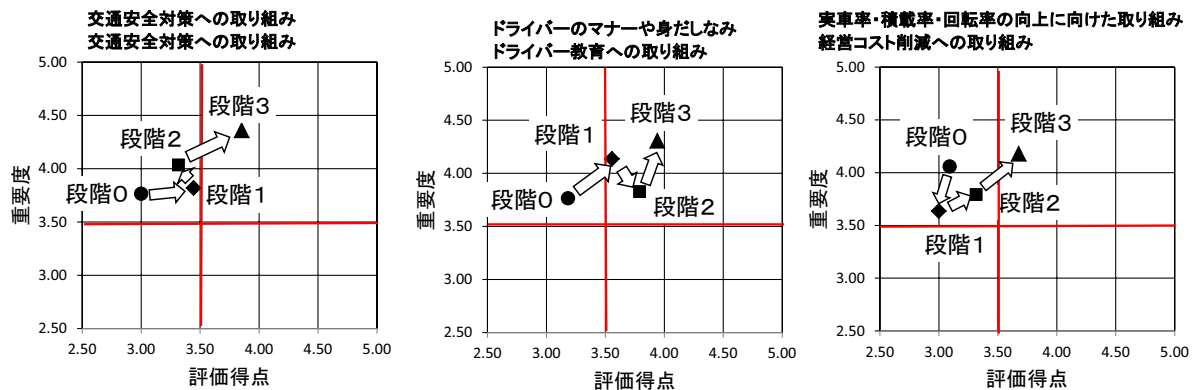
ついては、いずれの段階においても重要度が4.00以上と高い。また、成熟度が段階0から段階3になるにつれて、高い重要度（例えば、一つの目安として4.00以上）をもつ項目が増加する傾向がみられる。

こうしたことから、高い成熟度を構成している荷主企業ほど、多くの項目を重視していることがわかる。とりわけ、「物流における環境対策への取り組み」や「コンプライアンス経営への取り組み」などを重視する荷主企業は、段階

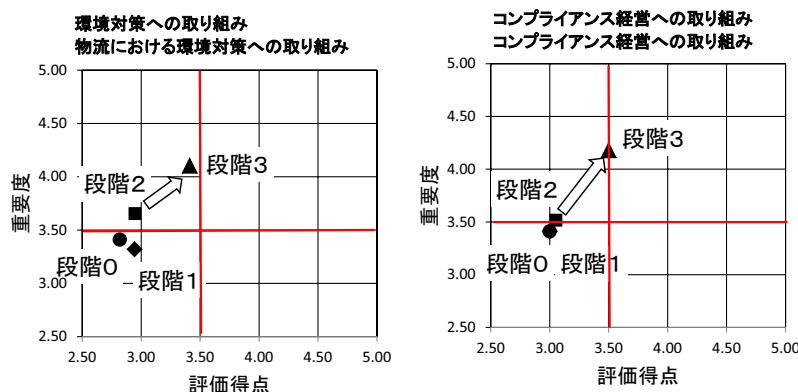
a) グループa



b) グループb



c) グループc



【凡例】

上段: 評価項目 (表-1)  
下段: 重視項目 (表-2)

図-6 成熟度による当該運送事業者に対する評価得点と取り組みに対する重要度との関係の変化

3を構築している荷主企業に限られているといえる。

## 6. 成熟度による評価得点と重要度との関係の変化

前述した当該運送事業者の評価に関する28項目とパートナーシップを構築する上で重要だと考える運送事業者の取り組み18項目の内、ほぼ一致する8項目について、当該運送事業者に対する評価得点と運送事業者の取り組みに対する重要度との関係をXY平面上に成熟度別にプロットした。その結果、成熟度による評価得点と重要度との関係にみられる変化の特徴から、これら8項目を以下の3つのグループに大別することができた。図-6は、その結果を示したものである。

まず、グループaでは、重要度は、いずれの成熟度にお

いても4.00以上と高いといえるとともに、評価得点が、段階0→1→3→2の順に高くなるといった序列関係がみられる。こうした特徴は、「安全で安定した運送サービスの継続」「輸送の利便性・確実性向上への取り組み」「運賃水準の低さ」の3項目にみられ、重要度が高い傾向は、これらが5.で示したパートナーシップを構築する上で重要性が高い取り組みであることと一致する。また、運送事業者に対する評価得点が成熟度2と成熟度3で逆転する背景として、表-1で示したように、段階2に比べ段階3では、運送事業者を高く評価する項目が急激に増加していることがその一因であると考えられ、段階3での評価が多面的に行われていることが推測される。

次に、グループbでは、重要度が、グループaより低い

ものの、いずれの成熟度においても 4.00 前後と高い傾向を示している。一方、評価得点では、段階3において、最も高い評価が荷主企業から得られているものの、成熟度が高まるにつれて評価得点が順に高くなるといった傾向はみられない。こうした特徴は、「交通安全対策への取り組み」「ドライバー教育への取り組み」「経営コスト削減への取り組み」の3項目にみられる。こうしたことから、これら項目では、荷主企業にとって、パートナーシップを構築する上で必要な要件として認識される一方で、グループaでみられた成熟度による評価得点の序列関係が明確となっていないものと推測される。

最後に、グループcでは、重要度と評価得点が、段階3になると、ともに急激に高くなる特徴がみられ、「物流における環境対策への取り組み」「コンプライアンス経営への取り組み」の2項目が該当している。これら項目では、段階3の関係を構築する荷主企業のみが重要と認識し、他の段階に比べて、運送事業者を高く評価しているといえる。こうしたことから、これら項目が、段階3の関係を構築する上で、最終的に必要となる要件になっていると考えられる。また一方で、段階2までの荷主企業では、運送事業者がこれら項目に折角取り組んでも充分理解されない可能性があることが推測され、運送事業者にとって、これら項目に取り組むことを躊躇させる一因となっていることが示唆される。

以上のことから、成熟度による評価得点と重要度との関係にみられる変化は、運送事業者の取り組みによって異なっているといえ、取り組み全体の重要度が高いほど、成熟度による評価得点の序列関係（段階0→1→3→2の順）が明確になっていく様子が窺える。こうしたことは、重要度が低い運送事業者の取り組みでは、荷主企業が正当な評価を行えていない可能性があることを示唆していると考えられる。このため、段階3を構築する荷主企業が、パートナーシップを構築する上で、複数の運送事業者の取り組みを強く重視している実態を、段階2以下の荷主企業に認識してもらうとともに、運送事業者の取り組みに対する重要度を全体的に高めるような意識改革を荷主企業に求めていく必要があると考える。

## 7. おわりに

本研究で得られた成果を以下に示す。

- (1) 荷主企業ごとに、パートナーシップに対する捉え方が異なっている実態にあることを推測することができた。
- (2) 荷主企業からみた当該運送事業者との関係を、本研究で採用したパートナーシップの定義に基づいて取り上げた3項目に対する該当数を用いた成熟度として設定できることが示された。
- (3) さらに、パートナーシップを構築する上で重視する運送事業者の取り組みとして、高い重要度が得られていない取り組みでは、荷主企業が正当な評価を行えていない可能性があることが示唆された。
- (4) また、運送事業者の環境対策への取り組みが、重要度と

評価得点が、段階3になると、ともに急激に高くなるグループcに属していることから、荷主企業に対して、段階3の関係を運送事業者との間に構築することを求めていくことが、運送事業者の環境対策への取り組みを促進させることに寄与する可能性があることが示唆される。

さらに、本研究に残された課題として、まず、追加調査などを行ってサンプル数を増やすことで、成熟度の有効性を統計的に検証していく必要があるといえる。また、本研究で得られた荷主企業からみたパートナーシップ構築に対する認識と、筆者らの先行研究<sup>6)</sup>で得られた運送事業者によるものとは比較し、これらの差異を明らかにすることで、両者のパートナーシップの構築を促進するための課題を検討していきたい。

## 謝辞

本研究を遂行するにあたり、神戸大学海事科学部 小林直子氏のご支援を得た。ここに記して謝意を表します。

## 参考文献

- 1) 社団法人兵庫県トラック協会(2012): フォーラムの記録〜環境にやさしい物流に向けたパートナーシップ実現のために〜
- 2) <http://www.geoc.jp/>: 地球環境パートナーシッププラザ Web ページ, 2012年1月現在
- 3) 秋田・小谷(2012): 「運送事業者からみた荷主とのパートナーシップの実態分析」, 都市計画論文集, Vol.47, No.3, pp.331-336
- 4) 例えば、(a)三橋・金(1997): 「自治体とコミュニティにおけるまちづくりパートナーシップー福井県上中町・大島羽における事例ー」, 都市計画論文集, Vol.31, pp.235-240、(b)丘・真野ら(2003): 「千葉県市川市の行政発意事業における市民と行政のパートナーシップ形成に関する研究ー3つの指標を用いた分析と類型を通じてー」, 都市計画論文集, Vol.38, No.3, pp.349-354、(c)美藤信也(2008): 「サプライチェーンマネジメントの基礎理論ーパートナーシップとアライアンスー」, 日本物流学会誌, No.16, pp.89-96
- 5) 前掲3)
- 6) 前掲3)