



## ダブル連結トラック(フルトレーラー)の 対象路線を拡充

令和6年9月17日に国土交通省よりダブル連結トラックの対象路線拡大の発表がありました。1台で通常的大型トラック2台分の輸送能力を持つダブル連結トラックは、1人のドライバーでより多くの物資輸送を可能にすることから2024年問題への対策として注目されてきました。しかし、特殊車両通行許可申請において通行可能経路が限定的であったため、運用しづらい部分がありました。

今回の路線拡充は北海道、首都高速、阪神高速、上信越道、北陸道、中国道などで実施され、ダブル連結トラックが通行できる区間は全国で23%程度広がりました。



図1 現在走行区間と今回拡充区間 (図1～3出所：国土省「ダブル連結トラック」の対象路線を拡充)

### 首都圏



図2 拡充する区間 (首都圏)

首都高湾岸線が対象路線として拡充されたことは、ダブル連結トラックを運用する運送事業者にとってメリットは大きいでしょう。外環道を大回りすることなく、千葉への足掛かりとなります。しかし、東名高速道路から湾岸線までの高速道路は対象となっていないため、西日本から千葉へ高速道路でいく場合はやはり外環道を大回りするしかありません。

### 近畿圏



図3 拡充する区間 (近畿圏)

近畿圏は、阪神高速道路4号湾岸線及び関西国際空港連絡橋が対象路線として拡充されたことによって、関西空港へのアクセスが可能になりました。これにより、陸路と空路による円滑な輸送が可能になりました。



## 「特定事業者」基準を規定

『さくマガ』9月号(vol.32)で取り上げた「物資流通効率化法」における特定事業者の定義について新たな動きがありました。

国土交通省、経済産業省、農林水産省の3省合同会議(2024年9月26日開催)にて、物資流通効率化法における運送事業者の特定事業者の基準として、「保有車両台数150台以上」という基準が示されました。今まで報道されていた「保有車両台数200台以上」よりも対象は拡大する見込みであり、全運送事業者の車両別規模で考えれば上位1%程度が特定事業者として指定されることになります。

特定事業者に指定される運送事業

者は中長期計画の作成が義務づけられます(さくマガ9月号参照)。中長期計画の内容は①ドライバーの荷待ち荷役時間の短縮、②1回当たりの積載量増加に向けた措置、③①～②の目標値等を記載することです。内容等に変更がなかったとしても、5年に1度の提出が求められます。

トレーラを運送する会社にとってはヘッ드의台数なのか、トレーラも合わせた台数なのかは大いに関心があるところだと思います。早速国交省に問い合わせましたが、明確な回



答は得られませんでした。今回の基準は3省合同会議にて示されたものであり、まだ正式に決定していないからというのが理由でした。

私見ではありますが、道路運送車両法における車両の定義は原動機を備えておく必要があります。物資流通効率化法も道路運送車両法の定義を踏襲するのであれば、トレーラを運用する運送事業者の場合、「ヘッ드의台数および単車の台数で150台以上」と考えるのが自然です。引き続き続報を追ってまいります。



## すごいビジネス

最近の仕事で全国津々浦々にうかがわせていただく機会が増え、その地方の食や文化を楽しんでいます。そして何とんでもなく地方都市の楽しみはナイトサファリ(笑)。訪れた先の夜の生態観察は忘れられない思い出となります。しかし、初めての土地でいきなり知らない店に飛び込むと痛い目に合います。最初の1件目がとても大切です。一番安全な方法は無料案内所等で紹介してもらうパターンですが、それだと面白くありません。私の心の中にある冒険心が「そんなつまらない方法でおまへは店を選ぶのか?」と語りかけてくるのです。

心のコンパスに従い、選んだお店は雑居ビル1Fの通路の奥まったところにある店舗(いきなり危険臭がします!)。扉を開けると、コの字型のカウンターが2つのこぢんまりとしたガールズバーです。店内の雰囲気は明るく、キャストの方々も明るい子が多い印象でした。席につけてくれた21歳のキャストに翌日寄ろうと考えていた伊勢神宮の回り方を教えていただきました。やけに詳し

かったので聞いてみると、地元の大学の神道学部の学生さんでした。これで翌日のお伊勢さん回りはばっちりです。

しばらくすると、お店のママがお客様を連れて戻ってきました。ママ(私の2つ年下)は、はじめて見る私にも気さくに話しかけてくださり、とても雰囲気の良い店だと改めて思いました。お店の壁に目を移すと、「トレーディングカード発売中」という気になる張り紙を見つけ、早速ママに現物を見せていただきました(写真)。

トレーディングカードは本格的に作りこまれており、そのクオリティに感動しました。ママに聞いてみると、そのガールズバーの運営会社は



ガールズバーのトレーディングカード

ガールズバー、キャバクラ、ラウンジを全国展開しており、お店のキャストでトレーディングカードを作成しているとのこと。所属店舗名と源氏名が記載されているあたりから察するに、このトレーディングカードはお店のPR活動の一環として行っているのでしょうか。しかし、そのトレーディングカードを1枚200円で販売するとはすごいビジネスだと思いませんか。通常、PR用の販促グッズは無料で配るものです。社名が入ったペン、付箋、マウスパットなど皆さんもご覧になったことがあるはずです。そのPR用グッズを顧客に購入させるとは恐れ入りました。常識的なビジネスの枠外となる戦略に、自分が持っている常識を疑い始めました(笑)。もしかしたら私たちは自分が見聞きした範囲内での知識・経験によって勝手な常識を作り上げているのかもしれない。その常識を超えたアイデアを得られるという意味で、ナイトサファリは私たちビジネスマンの血となり肉となるでしょう。

写真左側の「ちか」の特殊効果が恐ろしすぎます…。「このカードを引いた人はテキラショット5杯ドーン」。このカードを自分のデッキに入れる人は相当なドMであることは間違いありません(笑)。