

「見積書内容の重要性再確認を」



全日本電設資材卸業協同組合連合会
会長 忍田 勉

本年7月、ヤマトホールディングスグループの引越サービスについて、水増し請求の問題があった。ヤマト運輸といえば、配送員の過剰労働を背景に、佐川急便など運送業の先陣をきり、27年ぶりに値上げを実施した。他の運送会社も追随し、さらに今秋にも再度値上げ、との話もある。それに伴い、私どもが普段お世話になっているメーカー様からも配送費について従来サービスであったものが、個々の条件で有料化の話が出ている。特別配送については、リノベーション市場の拡大とともに、旧来はお得意先様への納入が主であったものが、小さな現場ごとの配送に小分けされ、配送コストは年々経営負担になってきているのが現状である。労務の観点からも、時間外配送については避けたい中小企業にとって悩ましい問題である。

公正取引の中に「優位的地位の濫用」というものがある。電線業界では旧来より、合意の無い条件での配送を無償で求められる問題、見積もり時と納入時における銅ベースの価格差問題で悩まされてきた。しかし、平成29年3月に経済産業省・国土交通省の連名で「電線の取引条件の改善に向けた取組について」という要請文書が106団体に通達され、発注者側の優位的地位を濫用することに警告を發した。具体的には、契約時点で契約内容（製品単価、納入量、契約金額）および配送条件を明確に確認して契約し、当該契約条件を厳守することが明記されている。

我々卸売業者が持つ社会的機能としてよく言われるのが、在庫、配送、金融、情報の4つである。メーカーから仕入れた商品を倉庫で保管し（在庫）、電気工事会社へ商品を届け（配送）、代金を徴収し（金融）、その後、販売動向や地域の動き、あるいは電気工事会社のニーズやシーズを聞き取りメーカーに伝える。（平成30年3月号電業特報抜粋）そして、それぞれの機能を發揮することで相乗効果を生み出し、電設資材卸売業者としての付加価値が生まれる。しかし、冒頭の配送費用の現状はその利益を大きく圧迫してきている。

余談であるが、先日某ホテルへ団体予約を入れた。電話予約の後に予約確認書が送られ、裏面の条件を確認後、押印して返送せよとの話。裏面にはキャンセル条件などが保険契約書並の細かい文字で書いてある。10万円の予約でこの契約書である。私共は平素の商売で、安易に口頭で契約が済まされていることはないだろうか？私共の見積書の特記事項は、直送費用・搬入費用・加工費用・取扱い説明費用・消費税など多くのものが考えられる。昨今は、単品販売だけではなく、システムのセッティング、取扱い説明など付随作業を伴う案件が増えている。粗利はそのひとつひとつの積み重ねである。

又、この見積書の精度を上げるためには、業界が一体となって取り組む必要がある。決して業界内企業のサービス過当競争にしてはならない。業界間競争が激化している現在、競争相手は他業種からの参入企業であり、打ち勝つためには、得意先と一体となり受注を確保するという活動に、全力をあげることが必須である。