

第 17 回交通経営マネジメント研究会議事録

- (1) **日時** 2009 年 1 月 24 日(土曜日) 13:30~15:30
- (2) **場所** 吉田キャンパス総合研究 2 号館 3 階 マルチメディア講義
- (3) **配布資料**
 17-1:第 17 回交通経営マネジメント研究会
 17-2:第 16 回交通経営マネジメント研究会議事録
 17-3:交通経営マネジメント研究会名簿
- (4) **話題**
 「国際航空貨物のトレンドについて」
 :滝本哲也 氏 (株)南海エクスプレス ソリューション営業部
- (5) **出席予定** (順不同, 敬称略)

	名 前	所 属
1	小林潔司	京都大学経営管理大学院/京都大学大学院工学研究科
2	石原克治	京都大学経営管理大学院/株式会社日建総合研究所
3	文 世一	京都大学大学院経済学研究科
4	河野広隆	京都大学経営管理大学院/京都大学大学院工学研究科
5	宇野伸宏	京都大学経営管理大学院/京都大学大学院工学研究科
6	松田秀夫	国土交通省都市地域整備局/京都大学経営管理大学院
7	望月明彦	UR都市機構/京都大学経営管理大学院
8	松島格也	京都大学大学院工学研究科 都市社会工学
9	大西正光	京都大学大学院工学研究科 都市社会工学
10	林良太郎	国土交通省 都市・地域整備局
11	滝本哲也	(株)南海エクスプレス
12	宮坂典男	三菱UFJリサーチ&コンサルティング
13	西田純二	(株)社会システム総合研究所
14	坂東 弘	プロジェクト&ソリューション・システム株式会社
15	森 悠	京都大学経営管理大学院
16	Nguyen Quy Hoang	京都大学経営管理大学院
17	白水靖郎	京都大学経営管理大学院
18	森 悠	京都大学経営管理大学院
19	丁子 信	京都大学大学院工学研究科
20	渡邊大真	京都大学工学部地球工学科

(6) 主な質疑応答

小林：船舶にするのか航空機にするのかという選択はどこが行っているのか？

滝本：メーカーは海上輸送が主流。製品の梱包設計が海上貨物のコンテナにぴったりと納まるように設計されている。航空運賃は高く、航空便を使った場合にかかる費用は海上輸送の場合の10倍以上になるので、航空便は緊急時に利用されている。

小林：いつまでに届けるかわかっているのか？

滝本：最終的にそれは荷主が判断する。顧客の商売・取引の中で、営業マンが商売を成立させる。その際在庫がない場合にはそこからものを作り始めたり、在庫をかき集めたりというのではすぐに日が過ぎていく。約束契約が履行できなくなるので、航空貨物を利用するというケースがある。

小林：海上輸送・航空輸送の両方を統括するフォワーダーはいるのか？

滝本：ある。こちらの会社でも海上輸送・航空輸送の両方をやっている。顧客からの依頼があり、最初は海上輸送を予定していたが、予定が変更になり一部の貨物を航空便で輸送するというケースはよく起こる。

小林：料金が着払いというのは？

滝本：たとえば、このマウスの価格が1000円だとしたら、この価格が工場出荷価格1000円なのか、顧客の手元で1000円なのかというところが問題。このマウスの価格が商品代金だけで判定するのか、輸送費込みでやるのかでは競争力が大きく変わってくる。最近では、運賃を着払にして、顧客の方で取りに行く形にして、商品代金はそのままこれだという形でやっている。他はすべてバイヤーのリスクで、運賃も保険費用もバイヤー側の負担になっている。

小林：どの段階で競争しているのか？

滝本：見積もりの段階。たとえば、椅子をスウェーデンから輸入する場合、南海に頼めばいくら、近鉄に頼めばいくら、阪急に頼めばいくらというように顧客は見積もりを取る。

文： 商社とフォワーダーの役割の違いはどこにあるのか？

滝本：商社は製品を購入する業務と販売する業務を持っている。輸送は商社がフォワーダーに依頼する。

小林：サプライチェーンの中で誰に価格決定力があるのか、実はよくわかっていない。

文： 生産者は買い手によって価格を変えるのか？

滝本：変わる。

文： ある意味では、メーカーが値下げして輸送費を負担している形なのか？

滝本：ものを売る方も、これは買う側がここのメーカーのマウスならいくらと買う方も比べる。どこも国際競争力を出したいから、運賃を含ませるとややこしくなるので、裸の値段を出したがる。運賃込みの値段になると競争力がなくなる。結局、込みの値段は出したがらない。

滝本：結局、航空会社の人々は定時運行と安全運行に集中している。このような実貿易・貿易形態のトレンドなどには無頓着なところがある。

小林：情報が全くなく、実態がよくわかっていない。

石原：海運ならば、バルティック指数というものがあるが、空運にもハルティック係数的な指数はないのか？

滝本：運賃という意味だと思うが、一応、空運にも定価はある。これは IATA という国際運送協会が決めている。交通経済のなかで当然距離と運賃は比例する。これは当たり前で、交通貨物も同じ。マイル・距離が伸びたら運賃が伸びる仕組みになっている。しかし、時間のベクトルが入るので、これが実際になっていない。JAL で行くと 18 万円でいける。エミレーツのエコノミーで関空からドバイ、ドバイからヒースロー。この南回りの場合、距離は伸びるが、14 万円でいける。本来は距離が伸びたら運賃は高くなるはずだが、このようなことが起きている。直行便は値段が高くなる。経由便の場合、時間がかかるので、リードタイムが伸び、劣化する。トランジットする度、コンテナの積み下ろしがあり、取扱の丁寧さが落ちるので、運賃が安くなる。そのため、直行便は高くなる。海上輸送ではそのような指数があるが、航空輸送にはない。

坂東：定常と非定常。エアカーゴの場合、定常的に運ぶ割合と緊急性のある割合。飛行機は定常的に飛ばしたいので安いチケットがある。定常の物流と非定常の物流を見た上で、非定常の物流をいかに定常でやれるか。

滝本：需要予測が大きく影響する。元来、こく食う貨物に適するものとしては、医薬品などの生鮮商品があり、航空便でしか対応できない。それ以外にも納期の関係で、海上便が航空便に変更になるという場合が多くある。この変更は予測ができない。

坂東：保険と同じで、どこまで保険でカバーするか。過去のトレンドなどを参考にして対応を考えるなどして、リスクを何とかしないといけない。どこまで定常的にカバーするか、それ以上のものは対応できないという形でやるのがいいのでは。

小林：向こうに行ったコンテナを戻すのはどうしているのか？

滝本：プログラムがある。航空会社と契約している。パッセンジャーキャリアーならば、一般のバゲージコンテナとして持ってくる。あれを貨物として考えるとしんどい。

文：P&G とウォルマートが一緒になって、ウォルマートのデータが直接 P&G に行き一体となってやっている。この小売業と生産者が一緒になっているケースで、その間にフォワーダーが入ってきたりしているのか？

滝本：サプライチェーンの中で、入っている場合もあるし、入っていない場合もある。

滝本：コンビニを例にするとわかりやすい。おにぎりを買うとき、レジに持ってきバーコードを通したとき在庫が減る。このとき、瞬時におにぎりセンターに注文が行き、自動的にそれを受注して、次のトラックで補給する。コンビニの場合はいろんな商品をまとめている会社がある。そのまとめている会社にも発注がある。おにぎりセ

ンターが個別に各コンビニに配送しているのでは非効率。いったんまとめている会社を持って行って集約して、輸送する（混載）。多頻度に個別輸送するのも、在庫の面からはいいのかもしれないが、ある程度集約しないとデメリットが大きくなる。

文：PG とウォルマートの件で、間にフォワーダーが入っていれば、いったん中継していることになる。

滝本：PG もやっているし、他もやっている。

文：そのシステムのメリットは、間に入らないからリードタイムを短縮できる。

松田：物流は単価が低いと聞いたが、なぜその分野で高いコストで土地を押さえることができるのか？ほかの業種とセットにして、ビジネスとして単価を高めるような状況になってきているのか？なぜそのような高い単価で買っても、業務をやっていることになっているのか？

滝本：同じような疑問を持っている。バブル的な側面が感じられた。思い切った投資だと皆みている。それは極端な例かもしれないが、単価の高い取扱いは増えている。それはなぜかと考えると、国際物流が一次加工など重要なこととドッキングさせることによって、今までメーカーが自分で物流していたのを、アウトソーシングする傾向が進んでいる。昔はビジネスチャンスがなかった所にチャンスが出てきたので、物流業者のニーズが出てきたといえると思う。

宇野：航空会社とフォワーダーの間で、どこまでが契約なのか？

滝本：二地点間を運ぶということのみ。

宇野：積み替えが発生すると商品の質が下がる。時間が伸びる商品の質が下がるが、それについてのコントロールはどうなっているのか？

滝本：海外においてトランジットする場合はリスクがあるので、荷主の重要度に応じて選択される。

林：航空輸送の競争において、自分で飛ばしていないところのメリットは？

滝本：価格的には、自社で飛ばしている場合には競争力は確かに強いが、頻度が制約されてしまう。航空便は急ぎのパターンが多いので、他にも航空機が飛んでいるのにもかかわらず、なぜ自社便をまたないといけないのかという話になる。インテグレーターは自社便に乗せるしかないのだからこういう問題が起こる。その点、自社で航空機を飛ばしていない会社では選択肢が広く、これがメリットになる。

松田：航空貨物ニーズに対するキャパシティーは十分あるのか？

滝本：一年前は供給不足、今は過剰な状況にある。航空貨物に対するニーズはブレが大きい。