

近海小型船の東洋海運通商

自社船隊と貿易事業拡大



アジア近海航路の小型在来船分野で船舶代理店、ブローカー、海運業を手掛ける東洋海運通商(東京都中央区、李越社長)は、自社船隊による海運業を強化している。2年前から1万重量トンの運航を開始し、配船エリアを従来の日本、中国、韓国から東南アジアまで拡大した。鉄スクラップやプラスチック原料などの貿易事業も拡大する考えで、ブローカー業、海運業とシナジーを出していく考えだ。

同社を率いる李越社長は、1997年に東洋海運通商を設立。日本に寄港する中国船の船舶代理店業からスタートした。その後、近海小型船のブローカー業を開始し、日本商主と海外船主の貨物仲介や日本の中古船の海外への売却仲介などを手掛けている。現在は同社が売り上げの半分を占めている。社員数

平均3日前後の滞在時間増加

西岸混雑の影響で

海事センター

日本海事センターは1日、Sのデータを活用し、今年1月の北西岸のロサンゼルス(LA)港とロングビーチ(LB)港の滞船状況をまとめた。1日発表された。北西岸西岸港では労働交渉の影響で、昨秋から急激に混雑が悪化しており、遅延が深刻化している。その結果、両港での滞在時間が前年同月と比べ、平均で3日前後増加しているように

LA港では昨年12月の入港船数が115隻だったのが、今年1月は82隻と33隻減少している。前年同月の比較では51隻減少している。入港から出港までの滞在時間は昨年12月の91時間(3・8日)から130時間(5・4日)と39時間(1・6日)増加している。前年同月の比較では、84時間(3・5日)の増加となった。滞在時間が最も長くなったのは、MSCの8401TEU型船「MSC Rania」の321時間(13・4日)。

日中間輸送で顧客ニーズ対応

ワイエスシー・エクスプレス



日本と中国間の輸送を主力とするワイエスシー・エクスプレス(本社：横浜市、陳社長)は、顧客ニーズに合わせたサービスを展開している。日本から中国への輸送は、複雑な申請手続きが必要な中、機械の輸送を強みとしており、近年、実績を積み重ねている。中国からの輸入では配船と連携し、迅速な通関と配送を組み合わせたホト・デリバリーサービス(HDS)を提供。FCLだけでなく、パレット貨物を中心に混載貨物の迅速な輸送を

現する。陳社長は「日中間の輸送に精通しており、混載のHDSなどを通じてお客さまにベストなサービスを提供していく」と話している。同社は1998年に設立。約20人の陣容となり、約1000万の売上高をあげ、昨年の上高は47億円。海上コンテナ輸送量は近年、約5万TEU前後を安定的に推移している。また、海上貨物のほか、航空貨物の代理店業務も担っており、「海・空両方のニーズに合わせた体制を整えている」と陳社長。

陳社長は「自社として日本にハードを持つというよりは、日本の各港および各空港に強みを持つ企業と提携して、それぞれの強みを生かしたベストなサービスを提供していく」と話している。同社が特に強みを持つのが、中古機械の輸出だ。中国向けの中古機械の輸出は申請手続きが複雑だが、同社は中国検閲証(集団)(CCIC)が実施する船積み前検査の代行実施から目的地までの仮据え付けまで一貫輸送サービスを提供している。「ドライコンテナだけでなく、オープントップやフラットトラックコンテナなどの特殊コンテナで輸送する案件も増えている」と(李西田副社長)。

輸入については日本の主要港で混載のHDSを提供。上海、青島、新港からのコンテナ貨物の引渡は、貨物到着日当日の引き渡しが可能だ。主にパレット関係の利用が多いという。今後の展開について、陳社長は「活発化しているインターネット通販の需要を

8隻は中国のパートナーと共有し、船舶管理は100%自社保有船を揃えて全て中国のパートナーに委託している。主な輸送貨物は日本産の鋼材、韓国産の鉄スクラップ、造船用厚板、船舶用機械など。中国産の鋼材は、韓国産の鉄スクラップ、造船用厚板、船舶用機械など。中国産の鋼材は、韓国産の鉄スクラップ、造船用厚板、船舶用機械など。中国産の鋼材は、韓国産の鉄スクラップ、造船用厚板、船舶用機械など。

比較では8隻の減少となった。港内所要平均時間は12月の91時間(3・8日)から130時間(5・4日)と39時間(1・6日)増加している。前年同月の比較では、84時間(3・5日)の増加となった。滞在時間が最も長くなったのは、MSCの8401TEU型船「MSC Rania」の321時間(13・4日)。

要10カ国発米国向けの1月の東航荷動きは前年同月比17%減の101万TEUと激減している。中国の春節前は例年、貨物の積み増しが行われるが、大幅な減少になっているため、日本海事センターは遅延により、1月に積み増された貨物が2月に持ち越される可能性が高い」と分析している。

取らねたい。ニーズに合わせてサービス展開していく」と話している。同社が特に強みを持つのが、中古機械の輸出だ。中国向けの中古機械の輸出は申請手続きが複雑だが、同社は中国検閲証(集団)(CCIC)が実施する船積み前検査の代行実施から目的地までの仮据え付けまで一貫輸送サービスを提供している。「ドライコンテナだけでなく、オープントップやフラットトラックコンテナなどの特殊コンテナで輸送する案件も増えている」と(李西田副社長)。

ワイエスシー・エクスプレスは横浜市を移転し、23日から新事務所を業務を開始する。また同日から新規事業の一環として事務所ビルの一階に、カフェ「YSC Space & Cafe」をオープンする。陳社長は「日本と世界の、モノ・文化が出会うコミュニケーションの場にしていく」と話している。新事務所は、〒220-0002 横浜市西区桜木町4-21-1 YSC横浜ビル 2階V電話045-900-1298(代表)・輸入、045-900-2128(輸出)・総務045-900-0451(代表)・輸入、045-900-2918(輸出)・総務

高速道路開通 アクセス向上

吾主幹が同港の概要について説明した。渡部主幹は、北海道横断自動車道が今年3月29日に釧路港から約30キロ西の位置にある白根町ICまで開通する点を白線からさらに14キロ東の阿寒町まで延伸し、最終的には釧路港背後まで伸びる予定だ。これまでは、高さが3・8メートルを超える特殊車両は迂回ルートを走行する必要があったが、「時間・距離的に短縮され、一層便利になる」と渡部主幹。このほか、国際バルク戦略港としての取組も、今年度から国際物流センターの整備が本格化する。17年度に完成予定だ。また高速道路の整備も進んでおり、アクセスが格段に改善する」と話している。

UASC 南米3国で代理店契約締結

南米地域のプレゼンスを高めるべく、UASCは、ウルトラマール(Ultramar)グループを起用する。南米で代理店業務を強化している。UASCは、南米に事業を強化しており、昨年には南北航路に強みを持つハンブルグ・シュトゥットガルト・ライプツィヒ・ロレーションは、釜山北港(水)・博多(木)・志布志(金)・伊豆(土)・細島(土)・大分(日)の

大阪港 14年は217万TEU

大阪港 2年ぶり前年割れ

日本郵船 各人が考え行動を再確認

日本郵船は16日、2カ月間にわたり冬季安全推進キャンペーン「SAFETY」を実施した。同キャンペーンは冬季の荒天に起因する事故など海難防止のための全社的な安全推進活動。今年から「Think Act and Be Safe」を新たなテーマに掲げ、安全運航達成について一人ひとりが考え、行動することの重要性を再確認した。

項目	12月		14年通年	
	実績	前年同月比(%)	実績	前年同期比(%)
合計	179,677	90	2,172,153	99
輸出	82,870	91	987,182	100
輸入	96,807	90	1,184,971	98
実入	128,889	92	1,547,572	99
輸出	35,003	102	389,242	105
輸入	93,886	89	1,158,331	97
空	50,788	87	624,581	99
輸出	47,867	84	597,940	98
輸入	2,921	162	26,640	117

大阪港の14年と12月の外貨コンテナ取扱量は、前年同月比で90%減となった。12月の取扱量は179,677TEUで、前年同月の177万TEUを大きく下回った。14年通年でも99%減となった。14年12月の取扱量は前年同月比で90%減となった。12月の取扱量は179,677TEUで、前年同月の177万TEUを大きく下回った。14年通年でも99%減となった。

日本郵船は16日、2カ月間にわたり冬季安全推進キャンペーン「SAFETY」を実施した。同キャンペーンは冬季の荒天に起因する事故など海難防止のための全社的な安全推進活動。今年から「Think Act and Be Safe」を新たなテーマに掲げ、安全運航達成について一人ひとりが考え、行動することの重要性を再確認した。

近畿運輸局は、小中学校高学年以上を対象に3月25日に開催する「海の教室」の一環として、大阪港の観光船「サンタマリア」号に乗船し、大阪港を見学する。参加費は無料、定員は40人(応募者多数の場合は抽選)。申し込み締め切り3月10日。小学生の参加者には保護者の同伴が必要。問い合わせ先は近畿運輸局交通環境部物流課(電話06-6949-6410)。

米月、冷蔵倉庫見学と大阪港観光船乗船会

ひびき(日) 釜山新港

消費者の望むときに、望むものを届ける。

通販ビジネスで成功するのに、物流は欠かせません。アマゾン、楽天、ヤフーなどの大手は物流競争にしのぎを削っています。本書ではその「通販物流」に必須の要件を1つずつ明らかにしています。通販物流を担う物流企業、これから参入を考える企業はもちろん、通販ビジネスを手掛ける企業の方にも必携の書籍です。

絶賛発売中!

通販物流

ビジネス成功への必要条件

著：浜崎章洋 上村聖 電計かおり
大北勝久 大西康晴

【仕様】A5判 182ページ
定価 1,500円+税 978-4-905781-53-0

— 主な内容 —

第1章 通販物流は魅力あるビジネスか?

第1節 物流とロジスティクスの重要性

第2節 配送から物流、ロジスティクス、フルフィルメント

第3節 三次巨頭 — ヤマト運輸と佐川急便 —

第2章 通販ビジネスの物流戦略と課題

第1節 消費者の不満は「物流」

第2節 当日配送・送料無料は「当たり前」

第3節 ライフサイクル別に見る物流戦略

第4節 アウトソーシングの判断基準

第3章 フルフィルメント参入の道しるべ

第1節 フルフィルメントの全体像

第2節 受注方法や稼働日を確認【受注業務】

第3節 取扱商品から運営パターン設計【庫内業務】

第4節 特定エリアでの宅配受注目録【配送業務】

第5節 多様な決済がビジネスを知る【決済代行・代金回収】

第6節 迅速な庫内作業が成否を握る【返品処理】

第7節 受注担当者の教育と庫内業務関係法令【補足】

第4章 中小・異業種からの参入事例

事例1 日新倉庫 — EC物流で急成長した倉庫会社

事例2 タイエール — 「人材」に力を入れる包装資材メーカー

事例3 エスアール — セロから出発した人材派遣会社

番外編 ネット通販の「巨人」アマゾン

第5章 海外の通販事情

第1節 中国 / 大手通販は自社配送で差別化

第2節 欧州 / 返品率30%を補完するシステム

第3節 アメリカ / 生鮮宅配市場のポテンシャル