

# 北海道における国際輸送プラットフォームの構築に関する研究

千葉 博正・小山 茂・三岡 照之  
(札幌大学) (札幌大学) (北海道開発局)

## 1. 国際輸送プラットフォーム構築の経緯

### (1) 道産食品輸出の現状

現在、北海道の外貨貨物は輸入超過の状況にあり、道内の物流費を押し上げる要因となっている。この課題の解決にあたっては輸出貨物の増加を図ることが重要であるが、その輸出商材の候補として、近年、輸出量の増加が著しく、アジア各国においても非常に人気の高い北海道食品（農水産品・食料加工品）に着目し、輸出促進を通じた北海道経済発展に貢献できるものとして各種取組を行っている。

北海道食品のアジア各国への輸出経路を調べてみると、下記表のとおり水産品以外（食品関連）では、道内でのコンテナ詰め率は15.2%となっている。これは、道外（首都圏等）へ陸送しコンテナ詰めした後に、道外の港湾から海外へ輸出されている状況を示している（表1）。

表1 北海道産食品の輸出時におけるコンテナ詰め地 [2008年11月調査]

品目	取扱量	北海道詰め	北海道以外詰め	北海道詰め率
水産品	10,770	10,707	63	99.4%
食品関連	782	119	643	15.2%

食品の輸出にあたっては、中小規模の生産者が多いため貨物の大ロット化が難しく小口混載輸送の仕組みが必要なこと、食品は品質の関係上、冷凍・冷蔵輸送が必要なこと、検疫・通関等の手続き対応を要すること等の特徴がある。しかし、北海道には冷凍・冷蔵の小口混載輸送サービスを行う物流機能や、各種食品を集約し海外で販路を開拓・販売する商流機能を有する事業者が不在であることから、道外の商社等が商材を買い取り、首都圏等で集約の上、輸出しているのが現状である。

しかし、この輸出方式は、北海道から首都圏等までの物流コストが付加されること、輸出が道外事業者任せであることから自ら輸出に取り組もうという意欲ある道内輸出者が増加しないという課題があった。

### (2) これまでの取組と新たな体制

北海道内では、これまでも道産品の輸出拡大を図るための取組を行ってきたが、物流、商流どちらかのみ主眼をおいた取組が多かった。例えば、各種小口輸送方法や輸送容器に着目し、輸送時の品質維持やコスト縮減に関する研究を行った事例がある。輸送ルートは構築できるとの結論を得ても、「具体的に誰が輸送ルートを運営し貨物を載せるのか」といった物流を担う主体

が不在であったことや、「仮に輸送ルートができたとしても、これまで道外商社の商流を通じて輸出してきたので、輸送ルートを急に变えるのは難しい」といった商流に関する問題があったことから、北海道から直接輸出するというルート変更には至らないのが実情であった。

食品輸出は、コスト、リードタイム、品質保持等の物流要素のみでルートが決まるものではなく、生産者から消費者に至る各国の商慣習、販路等の商流に関する複雑な仕組みと絡みながら形成される。そのため、物流・商流一体となった取り組みとしていかなければ、「北海道から本州経由で輸出される流れ」を、「北海道から直接輸出する流れ」に変えることは出来ないことが明らかであった。

そこで、商流などの民間ビジネス分野に多数の知見を有する札幌大学と物流面でこれまで取組を進めて来た北海道開発局の間で「北海道経済の発展に資する国際物流活性化連携協定」を2011年9月に締結し、商流・物流双方の課題に総合的に取り組むため「国際物流を通じた道産品輸出促進研究会」(以下、研究会)を同年10月に設立した。

### (3) 北海道国際輸送プラットフォームの提案

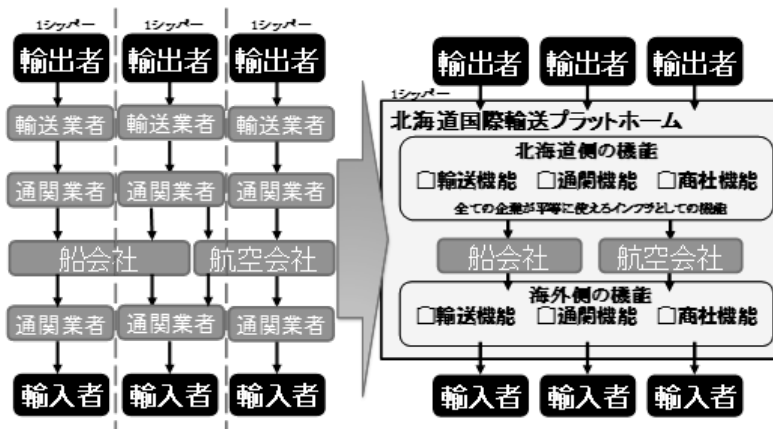
道産品の輸出拡大を図るためには、貨物の小口混載輸送サービス、商取引、マーケティング等の課題を解決し、北海道産品を直接かつ安定的に輸出できる仕組みの構築が必要である。

一方前述のとおり食品は貨物のロット(単位)が小さいことから、物流コストは高価なものとなっている。物流の基本として、ロットが大きくなればなるほどコスト縮減が図られ、効率的な輸送ルートが構築されることから、小口ではあっても多くの貨物を集めるため、北海道全域から貨物を集約する必要性があり、その為にはその受け皿が必要である。

また、輸出貨物の創出には、道内企業と海外現地企業の商談が成立する必要があるが、そのためには海外へ赴く費用・時間を確保し、現地バイヤーのニーズを掴むための調査等を行う必要がある。また、海外と日本では商慣習の違いがあることや、代金の不払い等のトラブルへの対応が必要となる。さらに通関においても、食品の検疫には各種申告書類の作成が課せられ、高度な専門知識が必要であるなど、中小規模の単独企業では対応が難しい。

このように物流・商流の各課題を解決するため、従来、輸出者(シッパー)毎に手配が必要であった輸送業者・通関業者・商社の有する機能の一つにまとめ、大ロット化によるコスト縮減や、各種専門知識を皆が持たなくても解決する受け皿となる組織が「北海道国際輸送プラットフォーム」(Hokkaido export Platform 以下HOP)である(図1、図4)。

図1 北海道国際輸送プラットフォームのイメージ



#### (4) 北海道国際輸送プラットフォーム事業の活動概要

前述の研究会では、平成24年4月に北海道国際輸送プラットフォームの構築に向け中核事業を担う事業者を公募によりヤマトグループ（ヤマト運輸、ヤマトホームコンビニエンス）を選定し、平成24年9月から香港向けに小口冷凍・冷蔵貨物の航空輸送サービス（HOP 1 サービス）を開始した（図5, 図6, 図7）。

あわせて北海道産品の海外における評価や輸出の可能性を検討するため、香港等の飲食店経営者へサンプルを輸送するサンプル輸送事業、将来のさらなる輸送量の拡大に向けた海上小口冷蔵・冷凍混載輸送実験などを行ってきた。また海外のテレビ局と連携して、道産品・食文化等の情報発信をおこないさらなる輸出拡大を図るための北海道産品ブランド形成事業なども実施している。またHOP 1 サービスを活用し独自にネットショッピングを開始し、海外からの観光客にお土産を自国に輸送するサービスを提供している。このようにHOP 1 サービスを中心に様々な関連事業が派生してきているのが現在の状況である。

## 2. 本国際輸送プラットフォーム（HOP）の特徴

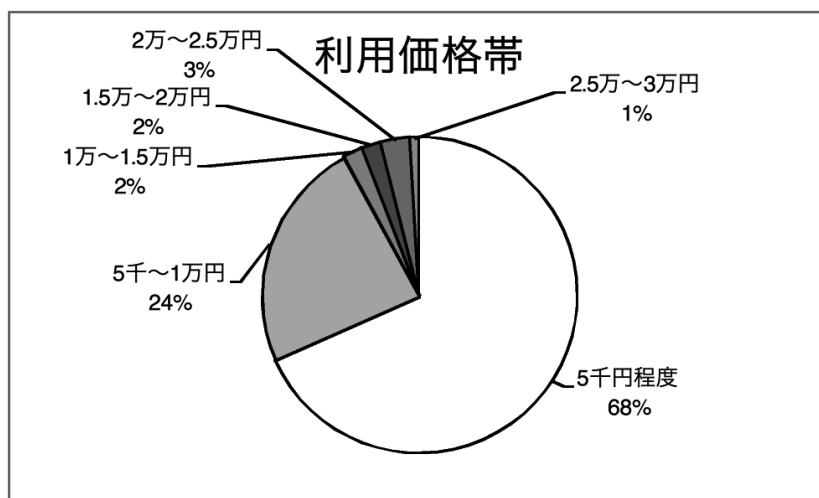
### (1) 実践的・実務的体制

本取組の特徴としては、物流・商流一体となった取組であり、実際に「商売に使える仕組みを構築する事」に主眼を置いている。

これまで国際輸送の費用は、書類作成費用、荷物取扱料金、海外輸送費用などの各種料金を積み上げてコストを算定する。また料金体系は相応の輸送量（ロットサイズ）が前提とされることから、商談途中の段階やそれ以前の市場開拓の段階における、少量のサンプル輸送などには極めて高額なものとなり利用には不向きであった。

図2は道内飲食関係事業者へのアンケート結果である。香港、シンガポールなどのバイヤー等へのヒアリング結果では、航空輸送であれば、「1箱1万円以下でなければ、商売は出来ない」との回答が多い。通常、北海道から香港までドアtoドアで1箱を、冷凍・冷蔵で運ぶサービスは、当時（平成24年9月）日本には無かった。

図2 航空輸送における1箱当たりの許容輸送費



あえて、前述の積み上げ方式のコスト算定をすれば、1箱5万円という結果となった。それを1/5の1万円とするには、物流の基本である、大量に荷物を集めコスト縮減を図ることが必要である。

本事業（HOP）では初期段階から大量に集めるのは困難なことから、少しでも大量に集めるリスクを下げるため、物流だけでなく、商流も束ね1シッパーとし各種通関費用までコスト縮減を図る事により北海道のどこからでも、香港の軒先まで1箱9千円（15kg、3辺の合計120cmまで）という価格を実現している。このサービスは「相乗りコンテナ」としてマスコミ（NHK全国放送）で取り上げられ、全国からも反響を得ている。

## (2) 公募による事業者参加型

### ① 自律的参加型

一般に行政が行う事業において、公募を行う際は「補助金で支援するから事業を実施して欲しい。」という手段を取ることが多いが、この方法は補助金の出ているうちは事業が継続するが、支援が無くなった途端、事業休止に追い込まれるというケースが少なくなかった。

継続的な事業としていくには、補助金をあてにせず、最初から商売として成り立つ仕組みとなるよう努力することが重要である。そのため、本事業（HOP）においては、「参加希望事業者は自らの資金をもって参加する」自律的参加型としている。

### ② 長期的視点にたった参加

HOPの仕組み構築には、長期的な協力関係が必要であるが、期間のない協力関係では、事業者途中で離脱されるリスクがある。また料金設定についても将来の貨物増加を見据えた安価な料金設定を初年度から導入することが必要である。このためにHOPの参加事業者には長期的視点に立った活動をもとめている。

### ③ 複合的事業体連合

本事業（HOP）は輸送事業者の他に、海外での道産品拡大を図るためのPR機能を担う北海道テレビ放送（HTB）との連携協定の締結をはじめ、様々な民間企業からの協力によって成り立っており、様々な事業者から参加希望が寄せられている。このように官民一体となった取組が拡大している要因は、この事業が実効性と継続性を有する事に加え、官と民の各々が持つ長所を最大限に活用し、各々の役割を認識した上で、各自の責任を果たしている事も大きな要因である。

図3 HOP1サービスの概要

### ●他社の国際宅配便等との料金比較（10kg/箱、香港の場合）

	HOP1	国際宅配便				国際航空輸送
		A社	B社	D社	クールEMS <sup>※1</sup>	小口 <sup>※2</sup>
価格	7,000円	19,400円	15,100円	6,500円	20,600円	50,000円
小口対応	○	○	○	○	○	○
クール対応	○	×	×	×	○	○
事前申請 <sup>※3</sup>	○	×	×	×	×	○

※1 H25.4.1～H26.3.31の試験運用、対象国は台湾・シンガポールのみ

※2 現在このようなサービスは存在しないが、個別に10kgの段ボール1個を一般フォワーダーに依頼した場合

※3 事前申請の確認が無い場合、検疫等の関係で輸出できない可能性が高くなる。（未達率が高い）

民間事業者の長所は、商売に関するノウハウを多く持ち、実際に事業を動かす為の各種インフラを多数持つことにあると思われる。本取組においても、長期的に継続可能な仕組みを、コスト計算をした上で、自らのインフラをフル活用して仕組み構築に向け取り組んでいる。

一方、従来型の取組みでは、行政機関（官）が事業の仕様を定めて補助金等による支援を行っていたが、この方法は、民間事業者の自由度を制約し、ノウハウや能力を十分に活用できなかった点に課題があった。

一方民間事業者は単なる自社の利益追求に留まることなく、企業としての社会的存在を自覚し企業活動を通じて社会貢献に資することが必要である。この点において本事業（HOP）の参画事業者であるヤマトグループが、自分の利益は最小限に抑え、将来の北海道の物流を見据えた取組として本事業に取り組んでいる点は特筆される。

また行政機関（官）が参画する最大の長所は、社会的影響力を持つ点であると思われる。

このような事業を民間企業が単独で行う場合に比べると、行政機関や大学（官・学）が主導する場合には公平性の観点から多数の民間企業からの賛同を得ることは容易であり、各行政機関や民間団体等への協力要請についても、好意的に受け入れられる場合が多い。

図4 北海道国際輸送プラットフォームの構築過程

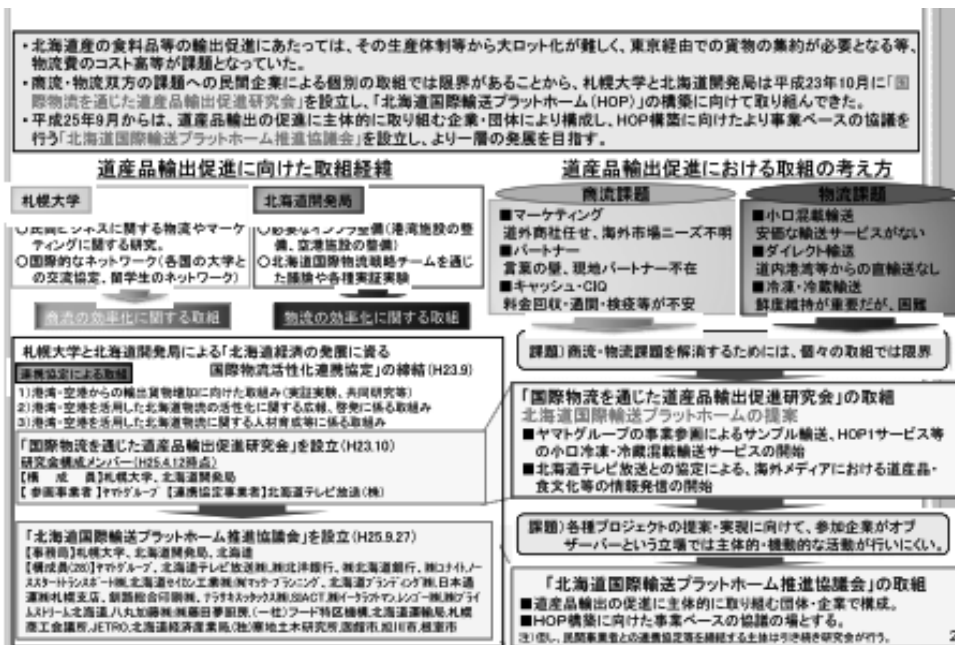


図5 北海道国際輸送プラットフォームの構成



図6 北海道国際輸送プラットフォームの取組内容

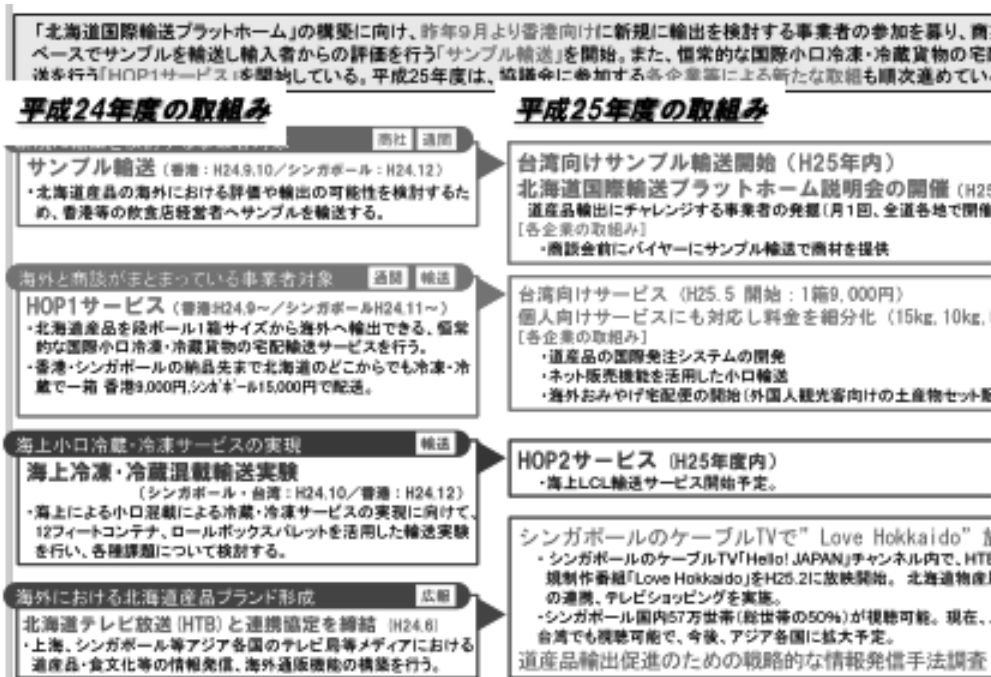
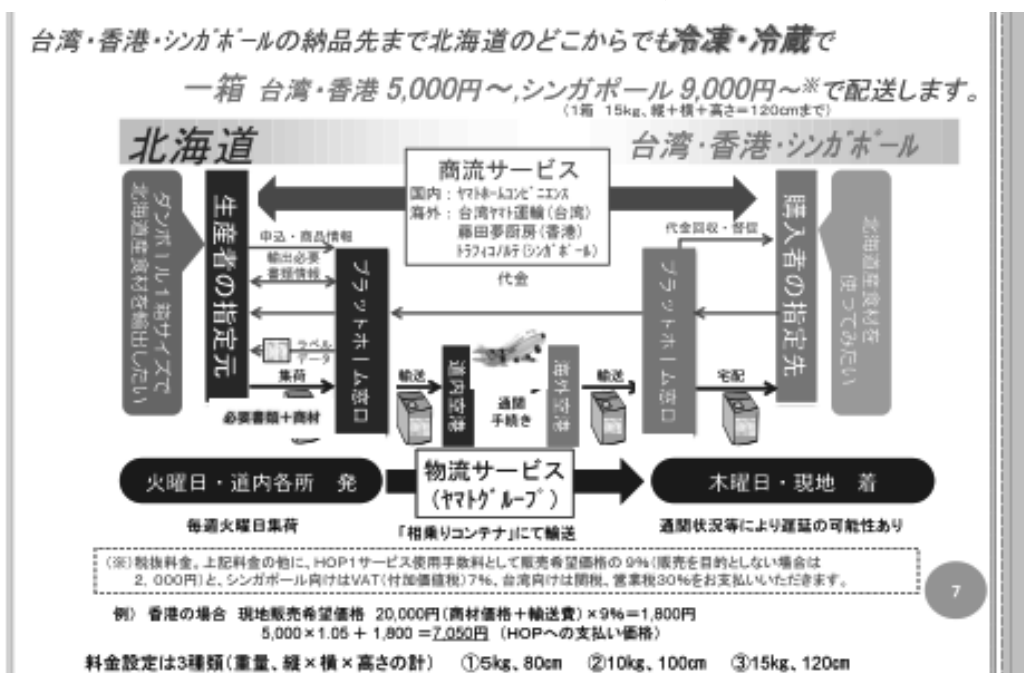


図7 HOP1 サービスの概要1



参考文献

千葉他「商流・物流一体となった北海道産農水産品等の輸出促進の取り組みについて」『日本物流学会第30回全国大会研究報告集』, pp183-186, 2013. 9

千葉他「中国の食品市場における道産食材の輸出可能性について」『産研論集 No42・43』 pp81-85, 札幌大学経営学部, 2012. 10

千葉博正・キンエイ著「道産食品の中国輸出可能性に関する分析」『日本商店街学会 “商店街研究” No22, pp41-44, 2010. 10

