

タイで実施した金沢港ポートセールスについて

1、「国際物流拠点を目指す金沢港」の利用促進にむけて、中国に次いで県内進出企業が多いタイでポートセールス活動を行いました。この活動は「官」である県や市と、「民」である船会社や物流事業者がチームを組み、定期的に各国の物流事情についての情報交換や、荷主からのニーズ・利用状況などをヒアリングするものです。ポートセールスチームは「東南アジアポートセールス・チーム」と「上海ポートセールス・チーム」があり、小職は東南アジアチームの一員として活動しています。

こうした港の振興は、昨今、地方港を抱える各自治体の大きなテーマとなっており、各地方自治体が荷主への各種インセンティブを設けて、港の利用を積極的に呼びかけています。こうした活動は本県に限らず、タイ・バンコク駐在している福井県庁のスタッフも福井港の積極的な利用をお願いするため、荷主を周り、ポートセールスを行なっているそうです。

ポートセールスの難しいところは、手当たりしだい営業の数をこなしても利用促進に繋がらないところです。基本、金沢港を利用する可能性のある企業は「石川県内で生産活動をしており、かつ東南アジアに進出している企業」となります。この条件に該当しない事業主に対しては、営業活動をいくら行っても金沢港へのルート転換を図ることはかなり厳しいと考えられます。この営業活動では、輸出しているにもかかわらず金沢港を利用していない事業者を中心に訪問し、Face to Face で意見交換してメリットを丁寧に説明することがとても重要です。電話やメールでは拾えきれない相談事なども、直接訪問することでお話いただけたりもします。こうした活動を通じて、荷主の方には「金沢港＝マイポート」という意識も持っていただけたらと強く願っています。

実際に金沢港からコンテナを東南アジアへ輸出する場合、必ず釜山港(韓国)経由となります。大阪港や名古屋港などの五大港と違って、金沢港から東南アジアへの直行便がないため、例えばタイやシンガポールまでコンテナを運ぶ場合は釜山港でコンテナの積替え作業が必要となります。主要港の直行便と比較すると、運搬日数が余計にかかってしまうというネックもあります。日数が長くなると、納期との兼ね合いで金沢港の利用を断念せざる得ない県内企業も少なくありません。一方で、資材を日本から輸入している企業にとっては、輸送に時間を要すると不要在庫を抱えるリスクにも繋がります。受注量に波のある業種の場合、不要在庫を抱えるリスクを負ってまで金沢港を利用するのは難しいのかもしれない。

次にネックとなるのは荷量です。理想は FCL(1事業主がコンテナ1本を利用する)で金沢港を利用するとシンプルに輸出できますが、1事業主だと荷量が足りず(フルコンを作れず)、LCL(複数事業主で1本のコンテナをシェアする)を利用したいと考えている荷主も多いのが現状です。混載は荷物が集まりやすい港(国内の主要港)だと仕立てやすくなりますが、金沢港で東南アジア方面への混載を仕立てるのはまだまだハードルが高いようです。

こうした現状がある中、県内の食品事業者が中心となり、同じ仕向地の別事業者の荷物を取りまと

めてLCLを仕立て、海外輸出に挑戦するという新聞記事を目にしました。民間企業同士が自発的につながり、より効率的な物流ルートを構築しているようです。一方、当地の食品事業者からは賞味期限が長い冷凍品のようなものであれば、北陸で調達している荷物を金沢港に集めてLCLを仕立て、当地に持ってくる事も検討できるのではと耳にしました。こうした食品分野だと、一つ一つの商品単価が安いので、物流費を削減することで卸値に大きく影響してくるそうです。石川県や関連機関でも、方面や時期等が一致する貨物を集めて合い積み輸送の調整をサポートするなど、1社でも多くの県内企業が金沢港を利用しやすいよう、日々取り組みを進めているところです。

今、日本では物流会社の人手不足が問題となっており、ドライバー不足で太平洋側からの長距離トラック手配が難しいという話もあります。加えて、太平洋側の港から金沢港利用に転換すると陸上輸送にかかる時間やコストが縮減でき、また地元港であれば工場出荷後の製品の緊急の手直しなど、不測の事態への対応も容易です。金沢港の課題はまだまだ多いかもしれませんが、物流産業を取り巻く環境の変化やトレンドをキャッチしつつ、引き続き、官民一体となって金沢港の振興に取り組むたいと考えています。



ポートセールス風景1



ポートセールス風景2



ポートセールス風景3