

独立系NVOCCの優位性発揮へ

ジャパントラストは、全世界向けオーバーゲージ（規格外）貨物、北米輸出入FCL（コンテナ単位）貨物を強みに事業拡大してきた。昨秋からはアジア、欧州など仕向け地を広げた営業活動も実施。ノンセット型独立系NVOCC（海上利用運送）事業者ならではの集荷代理店制度など、先進的な取り組みも推進する。

菅哲賢社長は「全世界向けオーバーゲージと北米輸出入FCLが中軸なのは変わらない」とした上で、「米中貿易摩擦の影響で貨物減は避けられず、昨秋ごろからアジアや欧州などのFCLも積極的に集荷している」と語る。

仕入れ・スペース確保などの強みを発揮しやすい北米、煩雑な調整、迅速な判断が必要なオーバーゲージを磨き上げるため、これまでは航路拡大による業務過多を避けてきた面があるが、工作機械などの減少が避けられない事態にコロナ禍以前からいち早く手を打った。アジア、欧州向け集荷活動は既存顧客が中心。仕入れには以前より定評があり、一度でも同社サービスを使ったことのある顧客には好評だという。

コロナ禍の業績への影響については、「本格的な影響は夏以降」と話す。主力の工作機械や自動車関連は受注から出荷まで時間がかかるため、夏ごろまでは受注残があるという。「影響は短くて1年、最悪は3年で、リーマン・ショック以上の落ち込みを覚悟して経営判断しなくてはいけない」と危機感も示す。

一方、事業拡大のため昨年からは積極的に進めているのが集荷代理店の新規契約。20年以上前からあり、既に10社以上と契約する制度で、個人や企業が同社のBL（船荷証券）、運賃を使い貨物集荷する仕組みだ。代理店は粗利に応じてコミッション（手数料）が入る一方、書類作成業務などは不要。業界経験者や独立を目指す個人、海上輸送事業を始めたい企業など、双方がプラスになる施策として幅広く展開し契約も増加している。



菅社長

ジャパントラスト

さらに、ドレージ（コンテナ陸送）、梱包、港湾作業など輸出入に伴う国内業務を本業とする物流業者に向けた集荷取次店制度も構築。集荷代理店と違い自ら海上輸送の営業をせず、同社への顧客紹介で利益を得られる。同制度を利用すれば本業に注力できる上、海上輸送をきっかけに荷主の物流全般が他業者に流れるのを防ぐメリットもあるという。現状でも同社顧客の半数は航空貨物フォワーダーや通関、梱包業者など物流業者が占める。

コロナ禍に対してはコンテンツを充実させたホームページが奏功した。在宅勤務が増えた時期、ウェブ経由の見積もり依頼が1日3-4件あったという。「荷主自ら情報収集する必要があったのだろう」とした上で、「実荷主や船会社と関係の深い『デジタルフォワーダー』になれば、さらなるコストセーブ、ボリュームディスカウントによる競争力のある運賃提示が可能だ」と見通す。

経済情勢に応じた柔軟な対応、集荷の仕組みに関する大胆な取り組みなど、今後も独立系NVOCCならではの強みを発揮し、「ウィズコロナの時代」に立ち向かう考えだ。