

【優秀賞】

鉄道コンテナ輸送増送に向けての提案

～ J R 貨物(株)の営業マンとして～



日本貨物鉄道株式会社 関西支社営業部

土口 光浩 様

I. はじめに

1. 提案の目的

私は平成 28 年 4 月に、日本石油輸送株式会社（JOT）より日本貨物鉄道株式会社（JR 貨物株）関西支社に出向となった。JOT は、鉄道の私有タンク貨車、私有ボックスコンテナ、私有タンクコンテナを数多く保有する、創立以来、鉄道貨物と共に歩んできた会社である。

JOT 勤務時代は、管理部門、貨物駅の現場両方を経験しており、貨物駅（札幌貨物ターミナル駅）の現場時代は主に JOT 保有の鉄道用ボックス私有コンテナである保冷コンテナ（UR 形式）、エンジン式冷凍機付冷凍コンテナ（UF 形式）の運用管理業務を担当していた。そこでは、相手となるお客様はコンテナ使用料を頂く通運事業者のみとなっており、真荷主のお客様と接触する機会は試験輸送での集荷・配達立会等位しかなかった。（JOT のボックスコンテナ業務は、コンテナをご利用頂き、使用料を頂戴する通運事業者への「輸送容器提供」の位置付けとなっており、基本的に真荷主のお客様との直接の取引は行わないためである）

JR 貨物株関西支社に出向となってから、真荷主のお客様へ直接、鉄道コンテナ輸送をセールスする立場となれた。このような立場を頂いたことを深く感謝している。

平成 28 年度、初の鉄道部門の黒字化を達成した JR 貨物株にとって、盤石な経営基盤を構築するために、毎年安定した黒字を継続していくことは至上命題である。必要とされることは新たなお客様の開拓・増送を続けることであり、JR 貨物株の営業マンとなっても間もない、新鮮な気持ちの上で気付いたこと、改善したいことをコンテナ増送に向け、本論を以下の 2 つの項目に分けて論じた。

- ・ 第 1 項・・・新たに鉄道貨物輸送をご検討のお客様に向けて
- ・ 第 2 項・・・定温輸送についての考察

上記 2 項目について、各々提案を行うこととする。

II. 本論

第 1 項. 新たに鉄道貨物輸送をご検討のお客様に向けて

1. 新規開拓可能なお客様とは

私は平成 28 年 4 月に JR 貨物株関西支社近畿支店に出向となり、さらに 1 年後の平成 29 年 4 月に JR 貨物株関西支社営業部営業開発グループへ異動となった。最初の近畿支店では、日常業務の他に新規開拓営業を担当させて頂いた。営業エリアの貨物駅は、近畿支店が直轄する百済（夕）・大阪（夕）・吹田（夕）・安治川口・和歌山 ORS・福知山 ORS である。近畿支店が管轄する神戸（夕）、京都貨物駅、姫路貨物駅については各々に営業所

があり、こちらでは営業所が直接対応を行っている。有り難いことに、近畿支店管内、関西支社営業部ともお客様からインターネット（一旦本社経由）や、直接電話でお問い合わせを多く頂ける環境にあり、1年後、関西支社営業部営業開発グループに異動となってからも、近畿支店の営業エリアの新規開発をそのまま引き継ぐこととなった。

平成28年、JR貨物㈱関西支社営業部では、近畿支店、営業所を含めた「開発チーム」メンバーの取り組みとして、こちらからお問い合わせを頂いたことのない、全く新規の大手のお客様に新規開拓セールスを行った。新規開拓セールスの方法、順序は以下の通りである。

- (1) 大手企業を中心にターゲットを絞り、抽出したお客様にダイレクトメール送付
- (2) 返信頂けなかったお客様に電話確認のフォローコールを行う

上記を実行した結果は、実際にダイレクトメールを送ってもほとんど返信はなく、返信頂けなかったお客様に後日フォローコールをしても、多くは冷たくあしらわれ、話を聞いて頂いたお客様でも資料送付許可だけに留まり、往訪させて頂いたお客様はわずかであった。向こうからお問い合わせ頂いたお客様と、こちらからセールスするお客様とでは天と地ほどの差があり、お問い合わせ頂いたお客様は大切にすべきと痛感した次第である。

大手企業のお客様は、もう既にコンテナをご利用頂いているか、JR貨物㈱自身及び通運事業者が既にセールスを行ったが、残念ながらご利用頂いていない状態である。

もっとも、大手企業は専属の運輸会社が入っていたり、自社のグループ会社に物流部門を持っており、割り込む余地がないといった要因も大きいですが、そのような状況の中でも最近の人員確保困難、トラック運賃上昇によりお問い合わせ頂くこともあり、新規販売拡大の「のりしろ」は、これまで鉄道コンテナをご利用経験のない中小規模の会社も合わせて地道に開拓すれば、まだまだ大きいと考える。

2. 初めのお客様の、鉄道貨物輸送に対する認識とは

実際にJR貨物㈱の営業マンとなって、初めて鉄道貨物輸送（コンテナ輸送）にお問い合わせを頂いたお客様と接した中で、JR貨物㈱に質問されるポイントが絞られてきた。

一番気になるのはまず運賃で、「いくらかかるのか？」は当然のことであるが、その次に「ここまで荷物を取りに来てくれるのか？」「きちんとお客さんのところに配達してくれるのか？」と、コンテナ輸送そのものに対する質問が多いことが判ってきた。ほとんどのお客様は、そもそも鉄道貨物輸送へお問い合わせ頂いた理由が、「鉄道貨物輸送はトラックよりコストが低減出来るか」であり、実際にどのようにして輸送されているのか、貨物列車は見たことがあっても鉄道貨物輸送の概要について全くご存知ないのである。

最近ではテレビのニュース等で、モーダルシフトの話題で鉄道貨物輸送の報道を時々見かけるようになった。TV画面では、長編成のコンテナ列車が走行しているところや、貨物

ターミナル駅にコンテナ列車が入線してくるシーンの放映が多く、トラックに積載されたコンテナをお客様の軒先で集荷・配達している場面はほとんど放映されない。

(もっとも、走行中の長編成の貨物列車でないと絵にならず、またお客様軒先での集荷・配達状況は、お客様からの撮影許可が得にくいことも理由であると思われるが) そのためか、鉄道貨物輸送は荷物をどのように集荷・配達しているかご存知ないお客様が多いのである。

JR貨物(株)の営業マンとなって最初の頃は、お客様は鉄道輸送の概要をご存知と思い込んでおり、電話でお問い合わせを頂いたお客様に、取り急ぎご希望区間の鉄道コンテナ輸送見積書をメール、FAX等で提出した時の反応は、見積書にきちんと「鉄道運賃・集荷料・配達料他全て」と記載しているにもかかわらず、「うちではトラックを持っていないが、どうやって荷物を持っていくのか?」とか、「ここまで荷物を取りに来てもらうのに、トラックの料金があといくらかかるのか?」と聞かれることもあった。荷物を貨物駅まで持ち込む必要があると思っておられるお客様が多いのである。見積書にいくら丁寧に細かい内容を記載しても、ほとんどのお客様は、最初の見積合計金額だけチラッとご覧になるだけなのである。

3. 「戸口から戸口へ」のアピールを

そういったお客様には、鉄道コンテナ輸送は、実際には末端部分はトラック輸送であり、貨物駅で大型のフォークリフトやトップリフターの荷役機械を用いてコンテナを貨車からトラックに積替え、通運事業者がトラックにコンテナを積載してお客様まで集荷・配達に伺うことを説明すると、ようやく「ああ、そういうことなのか」とご理解頂けたのである。

環境問題やモーダルシフト等から鉄道貨物輸送の言葉自体をご存知であっても、概要まではご存知ないのが実態であり、これは大手企業、中小企業のお客様に関係なく言えることである。実際に毎日鉄道コンテナ輸送に携わり、きちんと集荷・配達が行われているという、我々にとって当たり前のことが、鉄道コンテナ輸送をご検討のお客様にとっては重要なポイントなのである。

そこで、もう一度昔の原点に立ち返って、鉄道コンテナの「戸口から戸口へ」のアピールが必要であると考えた。かつて国鉄時代、国鉄コンテナにはそのフレーズが記載されていた。あの薄緑色のコンテナに、丸みを帯びた文字で書かれていたフレーズを懐かしく思う方も多いことであろう。個人的には、「戸口」という言葉より、「お客様まで集荷・配達に伺います」というフレーズの方が、アピール力があると思うがどうだろう。

4. 分かりやすい「コンテナ営業案内」を

お客様にお伺いするJR貨物(株)営業マンとして思ったのは、初めて鉄道貨物輸送をご検討されるお客様に手渡す資料『鉄道コンテナ輸送サービスガイド』(以下「コンテナ営業案内」と社内の通称とする)の表紙に、コンテナ輸送の概要が一目で理解できる写真があれ

ば、非常に営業がやり易いことである。

そのために、「コンテナ営業案内」の大幅な内容変更を提案したい。(イメージ図1参照)

デザイン案として、表紙に上段は12ftコンテナをフォークリフトが貨車からトラックに積替している写真、同じく下段は大型コンテナをトップリフターが積替している写真である。これならお客様に貨車、コンテナ、トラック、フォークリフト、トップリフターの鉄道貨物輸送の主要な用具全てが一目で分かり、またコンテナをトラックに載せてお客様へ直接集荷・配達に伺うことが理解頂ける。

お客様へ往訪し、説明する際、私は自分で撮影した、トラックにコンテナが積載された写真をプリントアウトしたものや、コンテナの模型を持参しており、このような、いわば個人的な“副教材”を使う手間を省くためにも、どのお客様にも直感的に分かる、またどのJR貨物(株)営業マンにも使いやすい営業案内にすべきであると考え。もとより「フォークリフト」の意味すらもご存知でないお客様も多いのである。

また、「コンテナ営業案内」の中に、コンテナトラックが単車の場合、および2個積(あるいはそれ以上)の場合の写真やイラストも載せてほしい。これは集荷・配達先がコンテナ1個の場合でも、通運事業者の配車の都合で他のお客様のコンテナを積載した2個積以上のトラックで行くこともあり、お客様に集荷・配達先に2個積み以上の10t車が入るかを聞くことも多いからである。「2個積みのトラックで・・・」と申し上げてお客様にはピンと来ず、その際にお客様が単車・2個積車をご理解頂ける写真やイラストがあると有り難い。

先述したように鉄道貨物輸送が初めてのお客様の関心は、まず第一に「費用はいくらかかるのか」であり、その次が「荷物をどうやって集荷し、配達するのか」なのである。

さらに、長尺物対応として、20ftコンテナの引合が意外とある。JR貨物(株)ホームページには20ftコンテナの紹介があるが、「コンテナ営業案内」には掲載されておらず、次回制作分ではホームページと同様に掲載し、合わせてほしい。あともう一つ、お客様への営業の際、積載品にラッシングベルト固定の有無を必ず確認しており、12ft、20ftコンテナでのラッシングリング位置の図(寸法図)を入れてもらいたい。

JR貨物(株)としては、一番の商品である機関車や貨車をPRしたいところであるし、実際に現在の「コンテナ営業案内」の表紙も機関車を模したものになっている。しかしそこは抑えて、トラックにコンテナを積載して「お客様まで集荷・配達に伺います」をアピールしたものとしてほしい。

JR貨物(株)のホームページをご覧になってお問い合わせ頂くお客様も多く、ホームページ内の「鉄道貨物輸送サービスのご案内」の中にトラックで集荷・配達に伺うことが掲載されているが、意外とそこまではご覧になっておらず、ホームページでもお客様が必ずご覧になる位置に大きく「お客様まで集荷・配達に伺います」のフレーズを掲載してほしい。

「コンテナ営業案内」、またホームページの内容変更は、次回制作と合わせて行えば、費用もかからないであろう。

(注)イメージ図写真は、自分で撮影したものであり、実際に採用する際は架線を含む背景がゴチャゴチャしていない、貨車、コンテナ、トラック、フォークリフト・トップリフターのみがスッキリと写っているものとすべきである。

第1項、「新たに鉄道貨物輸送をご検討のお客様に向けて」の提案

・お客様に理解しやすい「コンテナ営業案内」を

※補足事項

お客様への鉄道貨物輸送のセールスにあたって、以下を補足事項として述べる。

1. お客様へ積極的な往訪を

これは営業マンとして当然であるが、お問い合わせ頂いたお客様は、距離が近く、往訪可能ならば直ちに往訪し、遠方なら、直ちに資料を郵送すべきである。

実際のところ、お問い合わせを頂いたお客様に「後ほど資料を持って伺います」と申し上げても、たいていは遠慮される。ほとんどが、見積を問い合わせただけで、往訪してもらうのは申し訳ないと思っておられるからであろう。(確かに、自分がおお客様の立場ならやはり遠慮する)

私のセールス方法として、お問い合わせ頂いたお客様には、後日なるべく早い段階でアポなしで伺い、名刺と資料(コンテナ営業案内、コンテナ時刻表)をお渡ししている。お客様が在席しておられても、玄関先だけの挨拶となることが多く、事務所の中で打合せをさせて頂けるのは半数程度であると経験上言えるが、もともと先方よりお問い合わせ頂いた話であることから、邪険に扱われることはない。「JR貨物です。この度はお問い合わせ頂きありがとうございました。アポなしですみません」との謙虚な姿勢で伺っている。先方不在の場合も多いが、名刺と資料を預けて帰るだけでも印象付けられるし、丁寧なお客様からは後ほど電話やメールを頂ける。事務所で打ち合わせさせて頂いたお客様からは、他輸送区間があるとの情報も頂ける。

2. 概算見積だけでも早目の提示を

見積の提示は早目に行う。お客様の輸送内容(配達地の正確な住所、輸送数量等)が確定していなくても、概算だけでも提示すべきである。お客様のお問い合わせでよくあるのが、配達先の正確な住所他詳細が決まっていない引合である。「〇〇県まで送りたいが、運賃はいくらかかるのか」である。

地域別で段ボール1個あたり一律料金の宅配便と違って、鉄道コンテナは引合毎に貨物駅からの距離、積載品の種類、パレット積みか手積みか・・・その他詳細を詰めないと正式な見積もりを出せず、その点が弱いところであるが、概算だけでも提出し、誠意を見せるべきであろう。また、お客様の出荷が自分の管轄外で、見積精査業務に他支店・他営業所の協力が必要な場合もあるが、お互いになるべく早く見積を出し、スムーズに業務が行

えるよう、お互いに協力すべきである。

3. 悪いところは先に言っちゃえ

本論文としては冗漫な言葉使いで申し訳ないが、これは以前、中古車販売会社の車内広告の『中古車下取り価格を上げる方法』のフレーズの一部にあったものである。

「(下取り見積に出した車の) 悪いところは査定マンには必ず分かる。後でバレるとバツが悪い。悪いところは先に言っちゃえ。後は得意のセールスポイントで押せ」と。

これを鉄道コンテナ輸送に当てはめてみると、鉄道は大量・正確輸送が特徴であるものの、(最近は徐々に改善されつつあるが) 実際には輸送障害も多く、定時性は完璧と言えないのが実態である。

お客様に鉄道の定時性を売り込み、実際に輸送が成立した際に、輸送障害で遅れたら話にならない。

私は、初めてご利用のお客様に説明するとき、正直に列車の遅延が多いことを説明しており、余裕日を持って頂くようお願いしている。逆にゆっくりと余裕を持って輸送できることを強みにし、トラックと競争して勝てないところは、安売りしてまで無理に取り込むことはないと考える。(もっとも、ゆっくり時間をかけすぎると、コンテナの回転効率が悪くなり、それとのバランス感覚も営業担当としては当然必要であることは言うまでもない)

宅配便のように、翌日配達が求められる荷物だけではなく、倉庫保管負担軽減から早く出荷してしまっ、ゆっくり運びたい荷物も沢山ある。リードタイムを競う「ウサギとカメ」ではないが、カメだってしっかりと運ぶべき荷物があり、カメにも使命があるのだ。

また、リードタイムが厳しいお客様でも、貨物列車は土・日も運行していることを利用し、金曜日に出荷して、配達先が休みの土・日曜日は貨物駅で預かり、月曜日に配達可能とPRする方法もある。

あと意外と多いのが、コンテナは1個ごとの貸切でなく、他荷主との混載で、重量によって金額が変わると思っておられるお客様が多いことである。これまで機械類をトラック混載便で輸送していたお客様が鉄道コンテナをご利用頂いたとき、コンテナは貸切なので毎行っていた、混載対応のための梱包が不要になって喜んで頂けた例もある。こういった点もお客様にしっかりとアピールすべきである。

4. メール、FAX 連絡後は、確認の電話を

どんな会社にもメールが普及し、見積やデータの送付が楽になった。メールはペーパーレスで、スムーズである。

メールした後、確認の電話をするのはどうかとの意見もあろうが、これについては全く違うと考える。見積書等のメールを送信、(実際にパソコンの送信記録を確認して送信済みとなっており) 先方に届いているものと思っていたが、実際には届いておらずお客様にご迷惑をおかけしたことが何度もあり、痛い思いをしている。JR貨物(株)のメールのシステムは、添付ファイル送付時、先方にパスワードを別途通知するシステムになっているが、

先方にメール本体が届かず、パスワードだけが届いているというトラブルも経験した。

見積書等、本当に大事なものをメール送信した際は、必ず先方に確認の電話を入れるべきであり、アナログ的な対応も必要であると思う。これは FAX 送信した際も同様である。

第 2 項. 定温輸送についての考察

1. 需要のある定温輸送

J R 貨物(株)は、定温輸送の拡大に取り組んでおり、海上リーファーコンテナを貨車に積載した際に用いる電源コンテナを製作したり、私有コンテナでは一部、蓄電池を使用した冷凍コンテナを試作されたりしている。しかし定温輸送ではやはり冷凍機の温度管理、稼働時間の性能上、私有コンテナの鉄道用リーファーコンテナ（コンテナ個別にエンジンの付いた冷凍コンテナ）に代わる決定打となるものがないのが現状である。

当部でもお客様から鉄道でスポット的にご利用の定温輸送のお問い合わせを時々頂くが、現状、スポット的に使用可能な私有コンテナでのリーファーコンテナの使用料を提案すると高額のため躊躇され、全く輸送が成立しない状況であり、需要があるのに金額面で応えられない状況が継続している。

12ft コンテナで言えば以前、J O T と ヤンマー(株)社とでスポット的にご利用可能なリーファーコンテナを 1,000 個位運用していた時期もあったが、両社とも既に採算面から撤退、特定のお客様に専用提供している残存分も数年後には全面廃棄となり、現在、スポット的に提供可能な 12ft コンテナでは丸和通運(株)所有の少数しかなく、また 31ft コンテナでは、私有各社は既に自社用、又は特定のお客様リース用として保有しており、一般のお客様は余程の運賃負担力のある荷物でない限り、気軽に小ロットの輸送で 12ft コンテナをご利用頂く訳にはいかないのが現状である。高額なのは理由があり、もとよりそれに見合う使用料を頂かないと鉄道用のリーファーコンテナの業務は成り立たないのである。

2. リーファーコンテナの J R 貨物(株)保有の是非について

私が J O T 勤務時代、実際に鉄道用リーファーコンテナの運用管理業務を行った経験より、結論から言って、もしリーファーコンテナを J R 貨物(株)が自社で所有すると、12ft タイプ、31ft タイプとも保守に手が負えず、赤字になることは必至であり、不可能であると考える。

リーファーコンテナは導入コストが高額であることに加え、日常の保守管理が極めて大変なのである。また列車走行中のエンジン・冷凍機の故障リスクもあり、故障を皆無には出来ないのが正直なところである。(冷凍トラックでは、運転士が冷凍機の状況を監視しており、冷凍機が故障した場合、近くの冷凍機のサービスセンターに持ち込んで修理対応を行っている)

鉄道用リーファーコンテナをお客様に提供する前には、毎回所有者が使用前点検として、エンジン、冷凍機作動及び稼働時間の確認、エンジンオイル、温度記録紙の確認・補充を

した上で通運事業者へ渡さねばならない。稼働時間が次回点検時期に近付いておれば冷凍機保守管理者への手配、故障が発生すればお客様へのお詫び（通運事業者を介して）、冷凍装置製造業者と打ち合わせして故障原因究明と対策、通運事業者、お客様への報告、製品賠償手続きと、維持管理だけでも厄介なのだ。また現在はコンテナに遠隔監視システムが搭載されており、温度・燃料残・その他冷凍機異常時にはコンテナからエラーメールが発信され、24時間対応しなければならない。エラーメールを確認しても、列車輸送中は途中で自由に下ろして点検というわけにはいかず、故障を認識したまま着駅まで走行せざるを得ないことが多い。

定期点検は、通常のコンテナの交番検査と同じくコンテナ本体の年1回点検の他に、冷凍機メーカーが定めたエンジン稼働時間毎による冷凍機の定期点検、さらにはトータルのエンジン稼働時間が規定に達しておればエンジン交換も必要となってくる。

私有コンテナなら、所有者自身が自社でリーファーコンテナの使用前点検、定期点検を行い、通運事業者へ渡す。これがもし、リーファーコンテナをJR貨物自身が所有すると、毎回貨物駅内で使用前点検整備し、通運事業者へ渡す必要がある。一般のコンテナのように年1回の交番検査はJR貨物が検修庫で行い、通常の運用は各通運の運転士がコンテナ使用前にコンテナをチェックする形で済むのと違い、大変な手間となる。

私有12ftリーファーコンテナでは貨物駅内の用地で点検整備しているものもあるが、私有31ftリーファーコンテナは、所有者がトラックで自社の敷地に持って帰り、保守点検を行っている。もしJR貨物が所有すると、貨物駅の構内で保守点検をすることは簡単ではない。（貨物駅内に保守点検の用地が必要で現状余裕がない、またコンテナの移送も12ftコンテナと違い小回りが利かずトップリフターで端から端まで移送は不可でトラック手配が必要）また大規模修繕、エンジン交換は冷凍機メーカーへの持ち込みが必要であり、はっきり言ってとても手に負えるものでないと断言できる。

鉄道用リーファーコンテナをJR貨物が所有できる条件として、以下の2点が挙げられると考える。

- (1) 既に冷凍トラックを所有しており、トラックで使用していた用地・メンテナンス設備、人員を鉄道コンテナに使用（共用）できること。（特に31ftコンテナの場合）
- (2) 自社で鉄道コンテナを運搬できるトラックを所有しており、貨物駅内、駅外ともにコンテナの移送が迅速に行え、かつ移送費が社内経費として安価に処理出来る体制にあること。

3. 定温輸送拡大のために

残念ながらJR貨物は上記条件を満たしておらず、保守・運用管理のノウハウもない中で、無理に取り組むと定温輸送は破綻、赤字事業になるのは最初から目に見えており、やはり定温輸送はこれまで通りコンテナの所有・運用は私有コンテナに任せるべきと考える。

今後の拡大のためにはコンテナ所有者にメリットのあるように、積運賃、空回送運賃の弾力的な対応（割引）により誘導、お客様の問い合わせはコンテナ所有者と打ち合わせして対応するのが一番現実的で、今後も定温輸送の需要が拡大すれば、それに従ってこれまで以上に鉄道貨物輸送の運賃負担力のある荷物も現れてくることであろう。運賃の割引は当然収入減となるが、リーファーコンテナを所有する費用・リスクを比較すると、収入減を発送個数増でカバーした方が得策であると考え。これは化成品輸送が全て私有のタンクコンテナになっているのと同様である。

4. J R貨物㈱の定温輸送取組のアピールを

J R貨物㈱が世間に定温輸送へ積極的に取組しているアピール方法として、J R貨物㈱自身でリーファーコンテナを所有、運用することが一番であるが、先述した理由から現状では不可能と思われる。しかし一番の商品であるコンテナに、直にJ R貨物㈱のロゴを大きく表記、運用したい。

そこでJ R貨物㈱がリーファーコンテナを所有するのが困難なら、「私有コンテナにJ R貨物表記を行ってもらおう」考え方は出来ないだろうか。私有コンテナはこれまで、「J R構造基準に適合したコンテナに、所有会社の表記を行う」考えであるが、これを逆に「私有コンテナにJ R貨物の表記を行ってもらおう」のである。（「私有J R表記」コンテナ）

コンテナを所有会社に、コンテナ表記だけを例えば『環境にやさしい鉄道貨物輸送 J R貨物』としてもらう。コンテナ表記は所有会社のコンテナ新造に合わせ実施し、所有会社に違和感を持たれることのないよう、所有・運用・廃棄ルールはこれまでの私有コンテナと同様とし、一切の条件をつけないものとする。（**イメージ図2参照**）

また仮にこれが実現したとしても、このままではやはり所有者は自社のPRのため、既所有の自社表記コンテナ運用を優先することになるかも知れず、もとより「私有J R表記」コンテナの話に乗ってこないことも考えられる。そこでこの「私有J R表記」コンテナに限っては、運賃をさらに割引、コンテナを運用する際の「お得感」を出せば、所有会社は抵抗なく「私有J R表記」コンテナを製作、ご利用頂け、J R貨物㈱は所有、保守管理リスクを負わず定温輸送への取組がPR出来る。コンテナ表記フィルム作成費用は、所有者と打ち合わせして決定となるが、これ位はJ R貨物㈱が負担、支給してもいいと考える。

J R貨物㈱と所有会社とが一体となって、定温輸送のアピール、拡大に取り組みたい。

第2項. 定温輸送についての考察の提案

- 定温輸送拡大へ運賃割引誘導による私有コンテナの増備を
- 「私有J R表記」コンテナの導入を

Ⅲ. 終わりに

再度まとめると、本論文では以下の3つの提案を行った。

第1項. 新たに鉄道貨物輸送をご検討のお客様に向けて

- ・お客様が理解しやすい「コンテナ営業案内」を . . . (提案1)

第2項. 定温輸送についての考察

- ・定温輸送拡大へ運賃割引誘導による私有コンテナ増備を . . . (提案2)
- ・「私有JR表記」コンテナの導入を . . . (提案3)

JR貨物㈱は、直接一般消費者に結び付いた製造業と違い、一発当てれば大きいヒット商品のようなものではなく、自動車会社の部品輸送専用列車や、路線貨物のお客様の専用列車定形契約による収入増を除けば、それ以外の特効薬はない。

日常の地道な1個1個の取り組みが増送につながっていくのであり、「小さく産んで大きく育てる」ことが重要であると思う。運輸業界の人手不足を背景としたモーダルシフトの流れは、JR貨物㈱の輸送量が着実に前年を上回っていることから感じられ、この波に乗るとともに、追い風に大きく帆を広げて前進すべきである。

第1項では、お客様にお渡しする資料、ホームページのデザイン変更提案と合わせ、補足として鉄道コンテナ輸送のセールスそのものについて論じた。既に営業担当のベテラン先輩方は実践されておられ、当たり前のことであり「何を今さら . . . 」と思われる内容であるかもしれないが、民間企業から出向し、初めてJR貨物㈱の営業マンになった新鮮な目で見た感想を述べてみた。

第2項では、一番目に、自身がリーファーコンテナで苦勞した経験を生かし、定温輸送拡大のために私有コンテナの運賃割引拡大提案を行った。これは運賃収入減（コンテナ1個あたりの運賃単価減）となるが、輸送個数が増加すればカバーできるものである。二番目の「私有JR表記コンテナ」の提案は、JR貨物㈱自身の所有・運用リスクを回避できるもので、私有コンテナ制度を変える必要もなく対応できるものである。

本論文では、設備投資や改良等のハード面ではなく、JR貨物㈱にとってあまり費用のかからない、ソフト面での実現可能と思われる提案をした。JR貨物㈱の営業マンとして地味な提案ながら、本論文がコンテナ増送の一助となれば幸いである。

- 参考資料
- ・鉄道コンテナ輸送サービスガイド
 - ・日本貨物鉄道株式会社ホームページ
 - ・JR貨物ニュース他情報誌

イメージ図 1

鉄道コンテナ輸送 サービスガイド

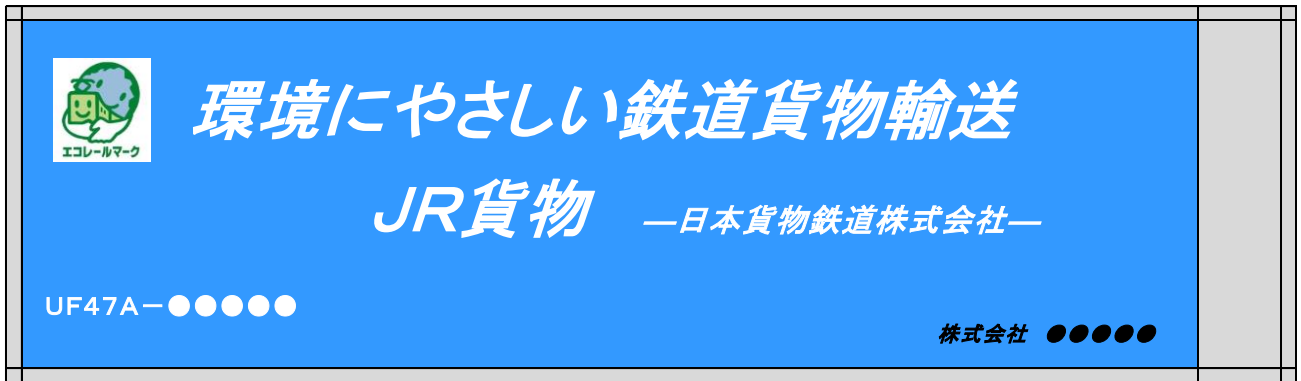
お客様まで集荷・配達に伺います！



イメージ図2

「私有JR表記コンテナ」

(31ftリーファーコンテナのイメージ)



(12ftリーファーコンテナのイメージ)

