

「インランド・ポート(またはデポ)活用における関係者ニーズと期待」

1. 輸入企業

ニーズと期待	
1	CRUによるコスト削減または輸送力確保： コンテナ陸上輸送費削減や輸送力確保の合理的手法として導入するニーズがある。
2	流通在庫保管調整： 販売予想ミス、その他、突発的流通不全に対するバッファ機能としてのニーズがある。
3	定時納入の為のタイミング調整用待機場所： デバン場所の近くにトラックが到着するのは通常、指定時間の数時間前である。 この間のアイドリングが近隣での排ガス、騒音クレームを引き起こす。 ドライバーのストレス低減の為、夏は冷房、冬は暖房の為のアイドリングは必要でありその点から待機場所としてのニーズは存在する。
4	空コンテナの内貨輸送での活用可能性： ドライバー不足はコンテナ輸送だけの問題ではない。拠点間や拠点と店舗間の輸送にコンテナを利用するニーズはある。
5	環境、CSR、ESG（環境、社会性、透明性での企業評価指標）： 各種省エネ法規制、環境レポート等での活用
6	梱包廃棄物の集積と有価処理： 輸入時のワンウェー梱包材は産廃である。パレット、フレコンバック等のリユース・リサイクルの拠点としてのニーズはある。
7	消費税： 外貨輸送区間の消費税は免除となる。
8	小口貨物対応： 越境ECに対応した新サービスに対するニーズある。

2. 輸出企業

ニーズと期待	
1	CRUによるコスト削減または輸送力確保： コンテナ陸上輸送費削減や輸送力確保の合理的手法として導入するニーズがある。
2	工場操業支援： 完成品はコンテナ積みして工場外に出せる為、次のバンニングスペースが確保できる等のメリットがある。
3	環境、CSR、ESG（環境、社会性、透明性での企業評価指標）： 各種省エネ法規制、環境レポート等での活用
4	空コンテナの内貨輸送での活用可能性： ドライバー不足はコンテナ輸送だけの問題ではない。拠点間や拠点と店舗間の輸送にコンテナを利用するニーズはある。
5	ロットの取り纏め：

	古紙などは通関等のコスト削減の為、一定量以上のコンテナ本数で輸出するが古紙を集めるのに時間が掛かる場合がある。
6	梱包材リユース： リユース梱包材の提供によるコスト削減のニーズはある。（サントリー、タニタ等）
7	アイドリング対策： 輸出用空コンテナを輸送してきた車両の近隣での待機場として活用ニーズはある。
8	消費税： 外貨輸送区間の消費税は免除となる。
9	小口貨物対応： 越境 EC に対応した新サービスに対するニーズある。

3. ドレージ企業

ニーズと期待	
1	空コンテナの返却・引き取り： マッチングのためのコンテナ交換が出来る。
2	CRU 予定コンテナの検査と修理： デポ契約コンテナであれば船社保証付きの検査と修理サービスを受ける事が出来る。
3	実入り（空）コンテナの一時保管： シャーシや車両不足の際、実入りや空のコンテナを一時保管できる事へのニーズはある。
4	基幹輸送構築： CY との間での実入り基幹輸送を 2 往復させるニーズはある。
5	荷主との直取引： SIP 活用を前提とした輸送サービスでのマーケティングが可能となる。
6	中継輸送： ドライバーの長時間労働対策としての中継拠点となれる。
7	ネットワーク化： SIP ユーザー・トラッカー間でネットワークを作り、輸送の効率化と波動調整が図れる。
8	環境、CSR、ESG（環境、社会性、透明性での企業評価指標）： 各種省エネ法規制、環境レポート等での活用
9	特殊シャーシの投入： 兼用シャーシ、20ft 空専用シャーシ（2 個イチ・シャーシ）等の活用も可能。

4. 海運会社

1	入札での優位性確保： ラウンド・ユースを入札の条件とする企業が増える。
2	ヤード混雑緩和支援： マイナス船社評価に繋がるヤード混雑の緩和策となる。
3	コンテナ回転時間（ターン・ラウンド）短縮： 日本におけるコンテナ滞留時間の短縮となる。
4	ハンドリングコスト低減：

	豊富な土地資本によるコンテナ保管コストの低減となる。
5	空ポジショニングの脱トライアングル輸送： SIP から CY への返却に於いては不足拠点への直接返却が可能となる。
6	多面的マーケティング： 運賃一辺倒の営業手法からの脱却し、梱包剤再利用関連、CRU 支援関連、その他、多様で多面的なセールス・ツールを開発できる。
7	環境、CSR、ESG（環境、社会性、透明性での企業評価指標）： 各種省エネ法規制、環境レポート等での活用
8	ネットワーク強化： 佐野インランドポート推進協議会を通して、多様な主体との交流が生まれ、川上でのビジネス・モデルを構築できる。
9	マーケティング組織再編： CRU は化石燃料の削減という普遍的価値を生む。 原油価格変動、ドライバー不足や人件費変動、港湾の混雑状況の変化とは次元の違う。 この価値を基礎にした物流システムが最も安定する事は自明である。 とすれば従来の航路別、荷主別組織から CRU を推進し易いエリア別マーケティング組織構築に取り組む必要がある。 SIP の活用はその為の実証モデルとなりうる。