

第3回物流政策アドバイザー会議資料

鉄道貨物輸送の利用促進のための取組み



平成26年5月29日
日本貨物鉄道株式会社

1. JR貨物の最近の状況と課題

最近の状況

- ・景気回復による貨物量の増加に伴い、トラックのドライバー不足が顕在化、特に長距離ドライバーが不足。
- ・ドライバーの高齢化と大型免許取得者の減少により、今後の大型トラックドライバー数はさらに減少。
大型1種免許合格者数 平成15年度:11万7千人、平成25年度:5万7千人（51%減少）
- ・消費税増税後は、輸送量の落ち込みが懸念されたが、平成26年4月のコンテナ輸送量は、前年同月比103.8%と堅調に推移。
- ・コンテナ輸送量は平成25年9月より8ヶ月連続で前年を上回る状況が継続。新規荷主及び既存荷主の新規案件が増加。
- ・全国通運連盟による「鉄道コンテナお試し輸送」も急増
平成25年度 482件、636個
(平成24年度 202件、316個)
- ・「エコルールマーク」認定商品も大幅増加
平成26年2月現在 認定商品138件、192品目、認定企業83社
(平成25年9月現在 認定商品100件、154品目、認定企業79社)

課題

- ・船社との連携のもと、海上コンテナの鉄道誘致に向けた効率的輸送体系の構築やSea & Railサービスの拡充、海上コンテナと12ftコンテナとの迅速な積替え、港湾との結節強化による輸出入貨物の取込み等、国際物流への取り組みを強化（JR貨物『中期経営計画2016』）
- ・鉄道へのモーダルシフトの障害となっている、天災等による列車遅延のバックアップ体制の確立（コンテナ列車運休本数:H25年度1,730本）
（H23年度モーダルシフト等推進官民協議会の荷主アンケート調査では、鉄道利用の際の課題として輸送障害が第2位）
- ・魅力ある鉄道輸送とするため、新たな輸送サービスの提供
- ・荷主が利用しやすい鉄道拠点の維持・拡大と復路の低積載列車の輸送力の有効活用
- ・消費者等、一般社会への鉄道貨物輸送の認知度の向上

モーダルシフトの受け皿として、大量輸送特性を発揮できる魅力ある鉄道輸送サービスの提供

2. 鉄道による国際海上コンテナの輸送の円滑化

ねらい

国際海上コンテナの鉄道輸送のボトルネックの解消を行い、円滑な鉄道輸送を実現

現状認識

(1) 海上コンテナ輸送の取組み強化

- ・戦略港湾を対象に鉄道輸送の取組強化
- ・カーゴソースの多様化に向けた営業展開

<海上コンテナ取扱総量(実入り・空回送合計)>

年度	H23	H24	H25
TEU	19,541	21,185	19,391

<うち、盛岡事業の海上コンテナ専用列車輸送実績>

輸送実績 (年度、TEU)	実入り			空回送		
	H23	H24	H25	H23	H24	H25
下り8075列車	3,540	4,876	5,068	1,442	1,050	1,164
上り8074列車	2,186	1,744	1,441	2,806	3,911	4,098
合計	5,726	6,620	6,509	4,248	4,961	5,262

(2) 12ftコンテナを利用した中国・韓国とのSea&Railサービス強化

<Sea&Railサービス輸送実績>

輸送実績(年度、TEU)	H23	H24	H25
対 中国	1,348	1,134	1,306
対 韓国	1,083	1,025	1,034
合計	2,431	2,159	2,340

実施すべき事柄

(1) 海上コンテナ輸送

①40ft重量物コンテナの取込み

現在、40ft対応荷役機器は25駅に配置。但し、40ft重量物(総重量約30t)対応可能な荷役機器は5駅のみ。
(仙台港・宇都宮タ・東京タ・横浜本牧・北九州タ)

②コンテナラウンドユース(特に盛岡事業)

- ・新規荷主の開拓
 - ・輸出入不均衡の是正
 - ・輸出用コンテナの確保
- (利用船社の違い、コンテナサイズ、クリーンコンテナ*提供)

*家電・精密機器等の輸出荷主から求められる傷や汚れ等がなく状態の良いコンテナ

③背高40ftコンテナ支障区間の解消

需要の見込まれる東京⇄中京・関西・九州圏での輸送の実現。
安全確保の一手段として低床貨車の開発。

④港湾との結節

中長期的にオンドックレール化を目指すも、ショートドレージの効率化や貨物駅側での受入態勢の早期検討が必要。

(2) Sea&Railサービス

- ・新規荷主の獲得
- ・新規航路開発
- ・中国鉄道との連携

3. 輸送障害時の代行輸送の強化

ねらい

鉄道へのモーダルシフトには、輸送障害時のバックアップ対策が課題であり、コンテナ積卸し・代行輸送の強化により鉄道輸送へのシフトをはかる

現状認識

【輸送障害の実態】

- ・ゲリラ豪雨、台風、豪雪等の自然災害による輸送障害が多発し、また復旧期間が長期化する傾向
- ・運休影響コンテナ・・・約114,000個/年(H25・H24平均)
- ・異常時代行実績・・・約16,000個/年(H25・H24平均)
- ・東海道・山陽ルートにおいて、異常時代行輸送の要望が大きい
- ・鉄道へのモーダルシフトに際し、列車遅延とその対策に対する荷主の要望が非常に多い。(課題の第2位)

【問題点】

- ・代行輸送する利用運送事業者等は、通常のコンテナ集配業務に影響が無い「余力車両」での対応に留まり、輸送障害時のバックアップ体制は極めて脆弱
- ・異常時代行輸送のためだけにトラック及びトレーラーを所有することは経費面で大きな負担
- ・大型荷役機器が配備されていないため、代行輸送が実施できない場合がある。

実施すべき事柄

- ・利用運送事業者の代行輸送可能なコンテナ集配車両保有の促進
- ・大型荷役機器の取扱駅の拡大



- (1) 利用運送事業者のコンテナ集配車両の配備拡大
- (2) 大型コンテナ荷役機器の拡充



鉄道を利用する場合の課題について

(平成23年度モーダルシフト等推進官民協議会での荷主63社のアンケート結果、複数回答)

- ・1位 出荷量の急な増減に対して対応できない(44.4%)
- ・2位 輸送障害(41.2%) (時間通り到着しない、輸送障害時の対応が悪い、輸送状況に対する情報が入手しにくい)
- ・3位 輸送コストが高い(39.7%)

4. コンテナ輸送効率の向上

<新規輸送サービスの提供>

ねらい

混載貨物、温度管理貨物を対象とした新たな輸送サービスを提供するとともに、荷主が利用しやすい物流ネットワークを構築し、鉄道でのコンテナ輸送効率の向上を図る

現状認識

(1) 混載貨物

- ・トラックとコンテナ間で貨物の積替施設が十分ではなく、トラックとの結節が弱い
(昨年10月に東京タに積替施設を新設、積替実績: 1,991個/6ヶ月)
- ・荷量が少ない中小荷主は鉄道輸送を直接的に利用するサービスは無く、利用運送事業者による他荷主とのマッチングが必要
- ・混載貨物の鉄道輸送は極わずか

(2) 31ft温度管理コンテナ

- ・消費者ニーズ、製品仕様の高度化により、温度管理を求める荷主ニーズは高く、今後も市場の拡大が想定される。(チルド・冷凍食品、農産品等)
- ・現状の31ft温度管理コンテナは、コンテナにエンジン、燃料タンクを積載しているため、大型トラックと同等の容積を確保できず、モーダルシフトの阻害要因
- ・冷凍冷蔵トラックからのモーダルシフトを促進するにあたり、大型トラックと同等の容積を有するコンテナが必要

実施すべき事柄

(1) 混載貨物輸送サービスの新規導入

中小荷主の小口貨物を対象としたコンテナ混載輸送サービスの新規導入



(2) 集中電源方式による31ft温度管理コンテナでのコールドチェーン物流の新規導入

大型トラックと同等の容積を確保した温度管理コンテナによるコールドチェーン物流サービスを新規導入し、成長分野である温度管理貨物の鉄道シフトを進める。

【参考】 導入車両イメージ



4. コンテナ輸送効率の向上 <ネットワーク構築と積載率向上>

ねらい

混載貨物、温度管理貨物を対象とした新たな輸送サービスを提供するとともに、荷主が利用しやすい物流ネットワークを構築し、鉄道でのコンテナ輸送効率の向上を図る

現状認識

(3) オフレールステーション(ORS)

- ・ 全国37箇所にORSを設置
- ・ 過去、列車輸送を行っていた経緯から、駅前など顧客の立地場所から離れた場所に設置
- ・ 新設は平成10年に新設した羽生ORSの1箇所のみ
- ・ 顧客企業周辺に鉄道輸送の拠点が存在しない空白地帯が存在

(4) 低積載列車対策

- ・ 地域間の貨物流動のアンバランスにより、低積載率の列車が存在
- ・ 積載率は平日は高いが、休日は低下
(平成25年度積載率: 純平日76%、休日53%)

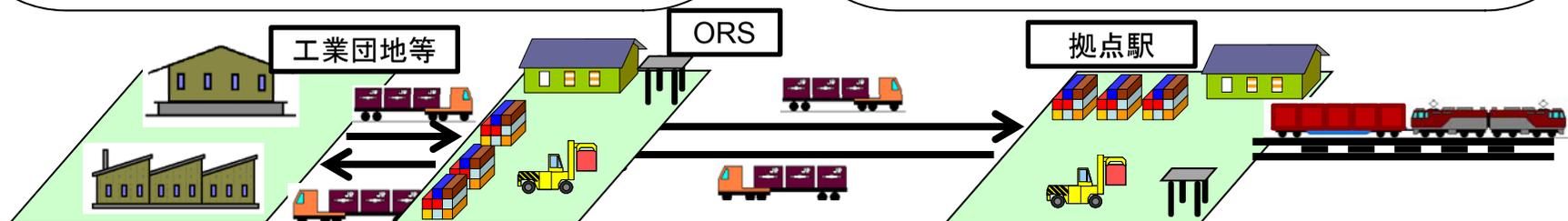
実施すべき事柄

(3) オフレールステーション(ORS)の移転・新設

鉄道輸送拠点の空白地帯の解消や荷主の立地箇所の近隣に移転・新設することによる効率的な輸送を実現し、顧客企業が利用しやすい物流ネットワークを構築

(4) 低積載区間における新規貨物誘致

国内各地の貨物情報を参考に、新規開発を専門に行う開発チームによる低積載列車への新規貨物の誘致を実施。また、納期余裕のある貨物の週末列車へのシフトの実施



5. 鉄道貨物輸送の認知度向上の推進

ねらい

消費者等、社会へのエコレールマークの浸透をはかり、鉄道貨物輸送の認知度を向上



現状認識

【エコレールマークのメリット】

- ・エコレールマークの取得により、環境に配慮している企業としてのイメージアップ。
- ・消費者は店頭で環境にやさしい商品を選択して購入する事が可能。

【現状における問題点】

- ・エコレールマークの表記が、商品パッケージではなく、外装段ボールのみにとどまる場合も多い。
- ・取得商品は増加しているが、一般社会での認知度は高いとは言えず、さらなる広報活動が必要。
- ・より多くの企業がエコレールマークを取得するためには、消費者に対する訴求力の高い広報活動が必要。



出張型教室(新潟市太夫浜小学校)



京都環境フェスティバル2013

実施すべき事柄

エコレールマークの広報活動の強化。

(1)各種イベントに参加

ショッピングセンター、展示会等へのイベント出店を積極的に行い認知度向上の取組を強化

(2)小学校訪問による出張型教室の展開

地球温暖化や鉄道のCO2排出量などテーマに、小学生を対象に環境問題の重要性について出張型教室による特別授業を実施

(3)各種広報活動の強化

認定商品・企業とのタイアップ、電車広告のリニューアルなど認知度向上に向けた活動強化