

平成27年度物流分野におけるCO₂削減ポテンシャル等に関する調査委託業務

共同輸配送促進に向けた マッチングの仕組みに関する検討会

第3回資料

平成28年 3月24日

- (1)試行結果のご報告**
- (2)アンケート結果のご報告**
- (3)サポートセンターの対応についてのご報告**
- (4)インタビュー結果のご報告**
- (5)データ傾向分析のご報告**
- (6)まとめ**

添付 1 : サポートセンターの対応実績
添付 2 : データ傾向分析資料
添付 3 : システム利活用促進の課題
添付 4 : 共配実現に向けた課題
添付 5 : モーダルシフト実現・CO2削減に向けた課題

1. 試行結果のご報告

荷主企業 最終参加リスト

	昨年度からの継続参加
1	A社
2	B社
3	C社
4	D社
5	E社
6	F社
7	G社

	今年度追加 (第2回検討会でご報告)
8	H社
9	I社
10	K社
11	L社
12	M社
13	O社
14	P社
15	R社
16	S社
17	T社

追加

	二次募集で参加頂いた企業
18	J社
19	N社
20	Q社

荷主企業合計：3社追加で20社

※企業プロフィールは次頁参照

荷主企業 最終参加リスト

NO		主要な取扱製品		事業者規模	
		品目	細品目	従業員数	資本金
1	A社	機械	民生用エアコンディショナ	5千～1万人	500億～1,000億円
2	B社	食料工業品	その他酒類	～1千人	～10億円
3	C社	食料工業品	全般	～1千人	～100億円
4	D社	機械	ラジオ・テレビ受信機	1万～5万人	1兆～5兆円
5	E社	紙・パルプ	洋紙・和紙	5千～1万人	1,000億～1兆円
6	F社	機械	電子計算機本体(除くパソコン)	10万～50万人	1,000億～1兆円
7	G社	ゴム製品・木製品・その他製造工業品	木製家具・装備品	～1千人	～100億円
8	H社	その他の窯業品	日用陶磁器	1万～5万人	100億～500億円
9	I社	機械	医療用機械器具	～1千人	1,000万～5,000万円
10	J社	染料・塗料・その他の化学工業品	ゼラチン・接着剤、その他化学最終製品	1千～5千人	100億～500億円
11	K社	機械	乗用車、トラック・バス・その他自動車	10万～50万人	1,000億～5,000億円
12	L社	食料工業品	茶・コーヒー	1千～5千人	100億～500億円
13	M社	ゴム製品・木製品・その他の製造工業品	製材、建設用木製品	5千～1万人	100億～500億円
14	N社	ゴム製品・木製品・その他の製造工業品	その他のゴム製品、その他の製造工業製品	1万～5万人	100億～500億円
15	O社	金属製品	ガス・石油機器及び暖厨房機器	1千～5千人	100億～500億円
16	P社	食料工業品	調味料	5千～1万人	100億～500億円
17	Q社	染料・塗料・その他の化学工業品	合成繊維、その他合成樹脂	1万～5万人	1,000億～5,000億円
18	R社	食料工業品	調味料, 菓子類	100人～500人	5,000万～1億円
19	S社	機械	民生用エアコンディショナ、その他の電気通信機器	10万～50万人	1,000～5,000億円
20	T社	食料工業品	その他の製粉	100～500人	10億～50億円

物流事業者 最終参加リスト

	昨年度からの継続参加
1	a社
2	b社
3	c社
4	d社
5	e社
6	f社
7	g社
8	h社

	今年度追加 (第2回検討会でご報告)
9	i社
10	k社
11	m社
12	n社
13	p社
14	q社
15	R社
16	t社
17	u社
18	v社

追加

	二次募集で参加頂いた企業
19	j社
20	l社
21	o社
22	s社
23	w社

物流事業者合計：5社追加で 23社

※企業プロフィールは次頁参照

物流事業者 最終参加リスト

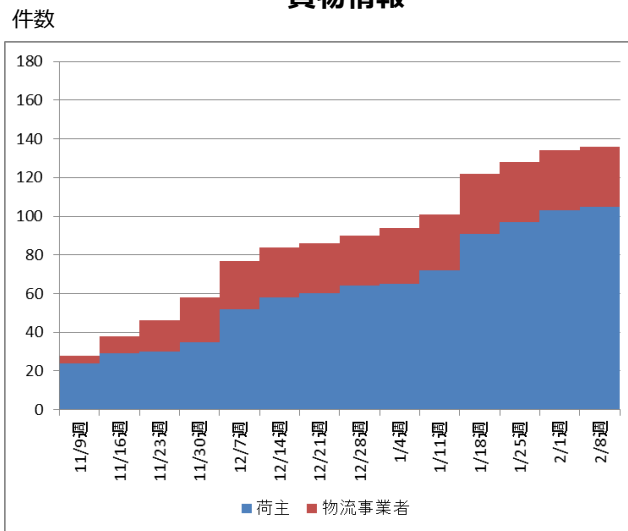
No		主な事業地域		事業者規模		
		分類	地域	従業員数	資本金	車両数
1	a社	全国展開		1000～5000人	10～50億	1000台～5000台
2	b社	全国展開		10000人～	100～500億円	—
3	c社	全国展開		～1000人	50億～100億円	—
4	d社	全国展開		10000人～	100～500億円	1000台～5000台
5	e社	全国展開		1000～5000人	～1億円	1000台～5000台
6	f社	全国展開		1000～5000人	～1億円	1000台～5000台
7	g社	全国展開		～1000人	～1億円	—
8	h社	全国展開		1000～5000人	～100億円	—
9	i社	全国展開		1000～5000人	～10億円	—
10	j社	地域密着型	関東	～1000人	～10億円	—
11	k社	地域密着型	関東	～1000人	～10億円	—
12	l社	地域密着型	関東	～1000人	～10億円	—
13	m社	地域密着型	関東	～1000人	～1億円	～500台
14	n社	地域密着型	関東	1000～5000人	～1億円	～500台
15	o社	地域密着型	東海	～1000人	～1億円	—
16	p社	地域密着型	東海	～1000人	～1億円	500～1000台
17	q社	地域密着型	東海	～1000人	～1億円	—
18	r社	地域密着型	甲信越	～1000人	～10億円	～500台
19	s社	地域密着型	関西	～1000人	～1億円	—
20	t社	地域密着型	関西	～1000人	～1億円	—
21	u社	地域密着型	中四国	～1000人	～10億円	—
22	v社	地域密着型	中四国	～1000人	～1億円	～500台
23	w社	地域密着型	九州	～1000人	～1億円	～500台

1. 物流情報登録件数

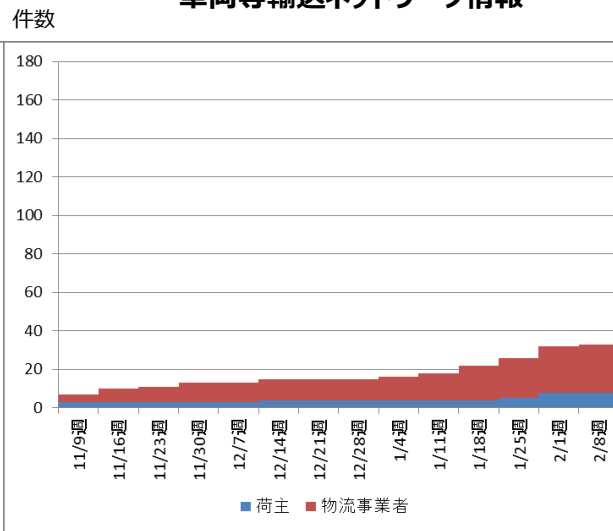
- 11月9日(月)から2月12日(金)までの3か月間の運用の中で、参加企業43社から169件(貨物情報は136件、車両等輸送ネットワーク情報は33件)の物流情報が登録された。
- 貨物情報も輸送ネットワーク情報も、荷主・物流事業者の双方から登録があった。

物流情報の登録件数推移

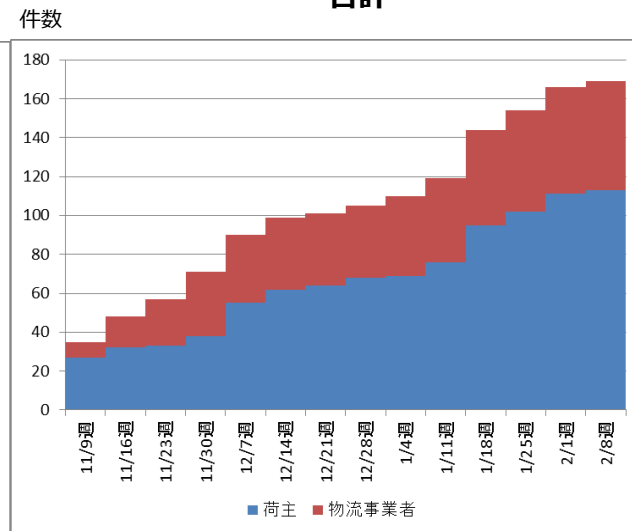
貨物情報



車両等輸送ネットワーク情報



合計



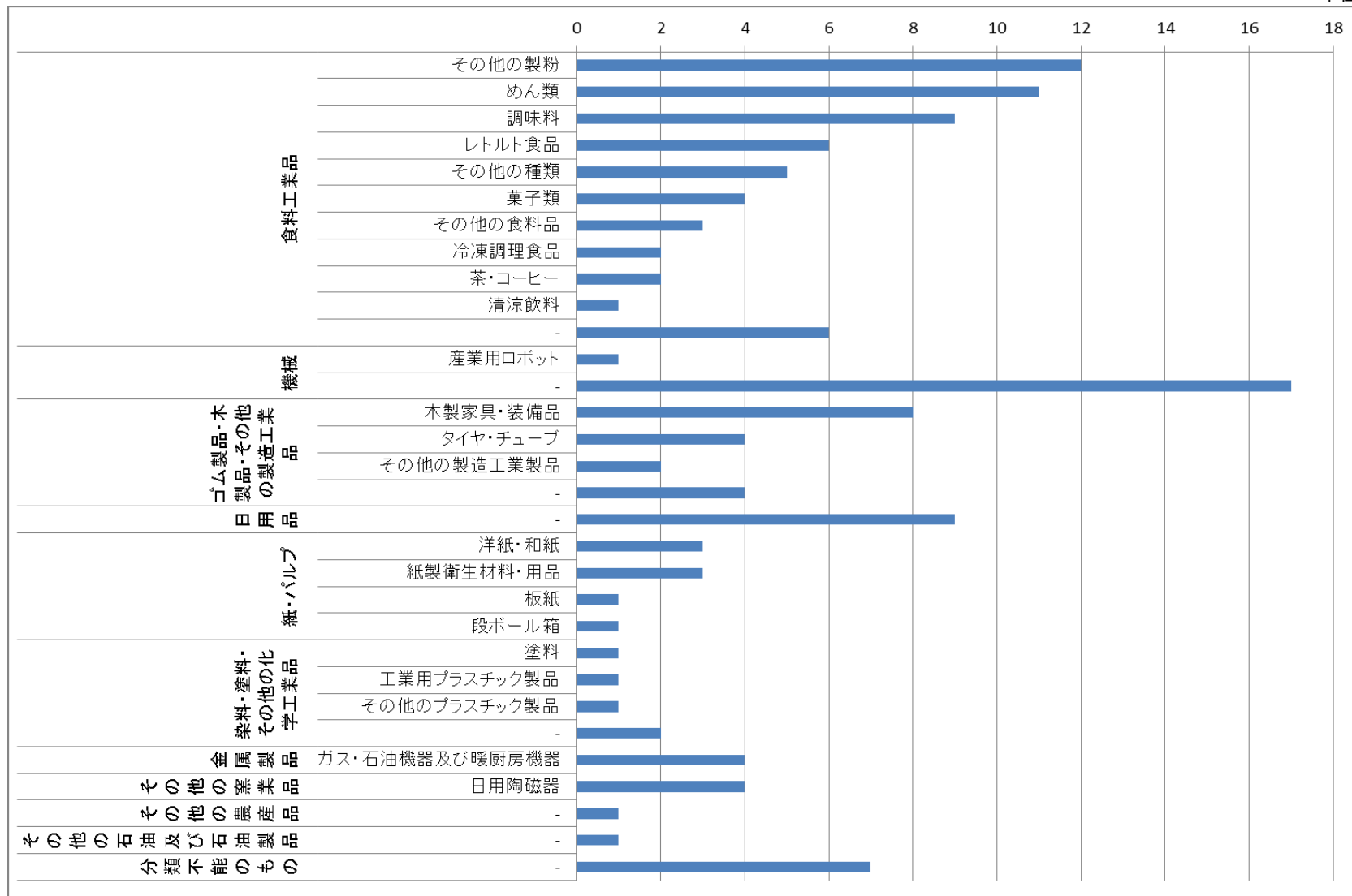
2.貨物情報の品目別分布

- 貨物情報は、機械・金属製品、ゴム・木製品、日用品等の10品目が登録された。
- 『異業種間の出会いの場』に繋がる複数品目/複数部門の情報登録結果となった。

品目名

部門名

単位:件



3. OD別物流情報件数と交渉箇所

- 物流情報169件の中で、エリアをまたぐ『幹線輸送』は121件、エリア内に閉じる『地場輸送』は48件が登録された。
- この中で、赤枠で示す『関東・東北』間、『関東・関東』間等の5エリアで7組が成立した。この他に、交渉実績のあるエリアは、『関東・九州』間、『中部・関東』間等の4エリアである。

OD方面別物流情報件数

 成立した区間 交渉実績のある区間

			発エリア						総計
			北海道・東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄	
着エリア	北海道・東北	貨物情報	3	15					18
		車両等情報	3	3					6
		小計	6	18					24
	関東	貨物情報	1	27	17	11	2		58
		車両等情報	1	8	2	1			12
		小計	2	35	19	12	2		70
	中部	貨物情報		11	1	7	1		20
		車両等情報		7	1		1		9
		小計		18	2	7	2	0	29
	関西	貨物情報	1	7	1	2			11
		車両等情報		4	1				5
		小計	1	11	2	2	0	0	16
	中国・四国	貨物情報	1	1	3	5		2	12
		車両等情報							0
		小計	1	1	3	5	0	2	12
	九州・沖縄	貨物情報	1	3	3	7		3	17
		車両等情報		1					1
		小計	1	4	3	7	0	3	18
総計		貨物情報	7	64	25	32	3	5	136
		車両等情報	4	23	4	1	1	0	33
		小計	11	87	29	33	4	5	169

単位：件数

地場配送

4. 共配成立 及び交渉中の案件内容 詳細

1. 交渉が成立した案件・・・7組

荷主C社
11/25 15:19
貨物：埼玉発 福島着 日用品 求：車扱い車両



物流事業者p社
車両：千葉発福島着 求：車扱い貨物

荷主C社
1/19 10:14
貨物：千葉発 神奈川着 食料工業品 求：車扱い車両



物流事業者d社
車両：千葉発神奈川着 求：車扱い貨物

物流事業者h社
1/29 14:37
車両：埼玉発 愛知着 求：車扱い貨物



荷主C社
貨物：群馬発 愛知着 日用品 求：車扱い車両

物流事業者h社
2/1 19:02
車両：埼玉発 兵庫着 求：車扱い貨物



荷主C社
貨物：埼玉発 愛知着 日用品 求：車扱い車両

物流事業者p社
2/4 7:56
車両：福島発 神奈川着 求：車扱い貨物



荷主C社
貨物：福島発 神奈川着 日用品 求：車扱い車両

物流事業者h社
2/4 15:25
貨物：群馬発 新潟着 食料工業品 求：車扱い車両



荷主C社
貨物：埼玉発 愛知着 食料工業品 求：車扱い車両

物流事業者h社
2/9 18:38
車両：群馬発 愛知着 求：車扱い貨物



荷主C社
貨物：群馬発 愛知着 食料工業品 求：車扱い車両

2. 交渉中となっている案件・・・5件

荷主L社 貨物：静岡発 福岡着 食料工業品 求:車扱い車両	1/7 10:29	→	物流事業者f社 車両：群馬発 大阪着 求：車扱い貨物
荷主G社 貨物：岐阜愛知発 群馬着 家具 求:車扱い車両	1/14 21:14	└→	物流事業者r社(G社からの2件) 車両：愛知発 埼玉着 求：車扱い貨物
荷主G社 貨物：岐阜愛知発 栃木着 家具 求:車扱い車両	1/14 21:15		
物流事業者h社 車両：茨城発 宮城着 求:車扱い貨物	1/21 15:54	→	荷主L社 貨物：茨城発 青森着 食料工業品 求：車扱い車両
物流事業者g社 車両：兵庫発 東京着 求:車扱い貨物	1/26 14:15	→	荷主O社 貨物：兵庫発 東京着 求：車扱い車両

3. 話し合いを中止した案件・・・2件

荷主C社 貨物：群馬発 愛知着 食料工業品 求:車扱い車両	12/8 20:24	話し合い中止	物流事業者f社 車両：群馬発 大阪着 求：車扱い貨物
物流事業者h社 車両：埼玉発 福岡着 求:車扱い貨物	1/25 08:24	話し合い中止	荷主C社 貨物：埼玉発 福岡着 求：車扱い車両

4. 電話による問合せをした案件（アンケート回答より）・・・4件

荷主L社	→	物流事業者w社	海上コンテナの国内ラウンドユースについて	1件
荷主E社	→	物流事業者p社	中越・東北方面小口配送について	1件
物流事業者a社	→	物流事業者o社	東京都内の共配について	1件
荷主N社	→	荷主A社	貨物の詳細情報や出荷頻度について	1件

5. CO2排出量増減量

- 7組の成立に関係する4企業のCO₂排出量の増減量は以下になる。幹線の複荷輸送のため、本事業の参加企業のCO₂排出量は増加するが、他社が輸送し排出していたCO₂排出量が削減したとみなせる。(次頁参照)

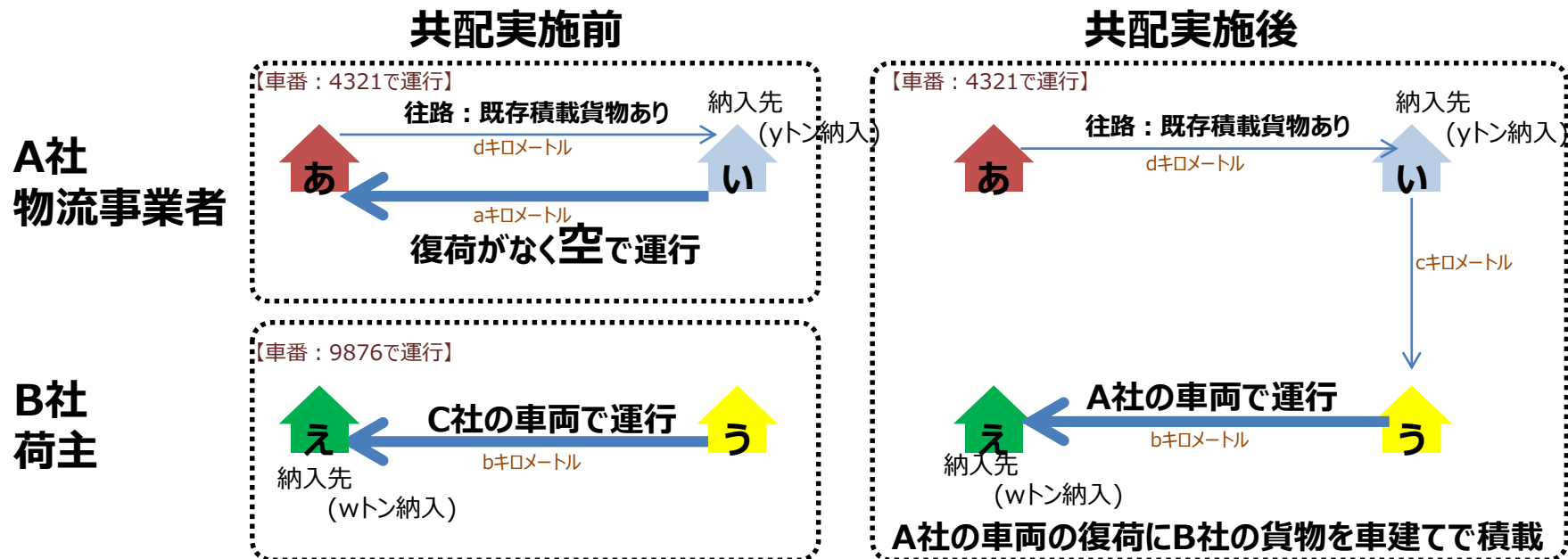
企業名	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)		
	実施前	実施後	差
荷主C社	9.956	9.956	—
物流事業者p社	16.414	18.404	1.990
物流事業者h社	3.424	3.547	0.123
物流事業者d社	0.316	0.316	0.000
合計			2.113

実施前に他社が輸送し排出していたCO₂排出量を、**荷物の発地から着地までの距離と平均的な燃費を元に燃費法を用いて計算すると、8.406t-CO₂である。**

従って、本事業でのCO₂削減量は以下の通りとなる。

$$\text{増加分：2.113} \quad - \quad \text{減少分8.406} \quad = \quad \underline{\text{▲6.293t-CO}_2}$$

幹線往復化(復荷時)のCO2算出の考え方



【マッチングシステムへのCO2排出量登録】

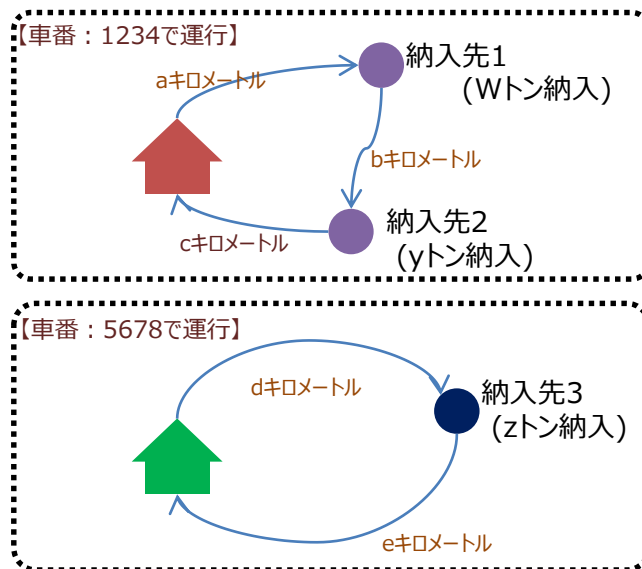
	共配実施前	共配実施後
A社	燃料法(or燃費法)で登録して下さい 燃料使用量：車番：4321の あ→い→あ (往復)の燃料使用量 注1)改良トンキロ法では、A社の空運行時のCO2排出量算出が不可能なため、燃料法にて算出願います 注2)A社の共配実施後のCO2排出量は、共配実施前と比較し増加しますが、登録願います。	燃料法(or燃費法)で登録して下さい 燃料使用量：車番：4321の あ→い→う→え の燃料使用量(A社貨物積載時)
B社	登録に使用する算定法は特に指定なし ＜改良トンキロ法を採択した場合＞ トンキロ：w×b 積載率：C社の車番9876の う→え の積載率	登録に使用する算定法は特に指定なし ＜改良トンキロ法を採択した場合＞ トンキロ：w×b 積載率：A社の車番4321の う→え の積載率 ※なおA社に対して、車番4321の総CO2排出量をトンキロ按分したB社分のCO2排出量を確認し、登録する事も可。 B社登録=(車番4321の総CO2排出量)× (wxb) / {(wxb)+(yxd)}

ご参考 ～積み合わせ時のCO2算出(例)～

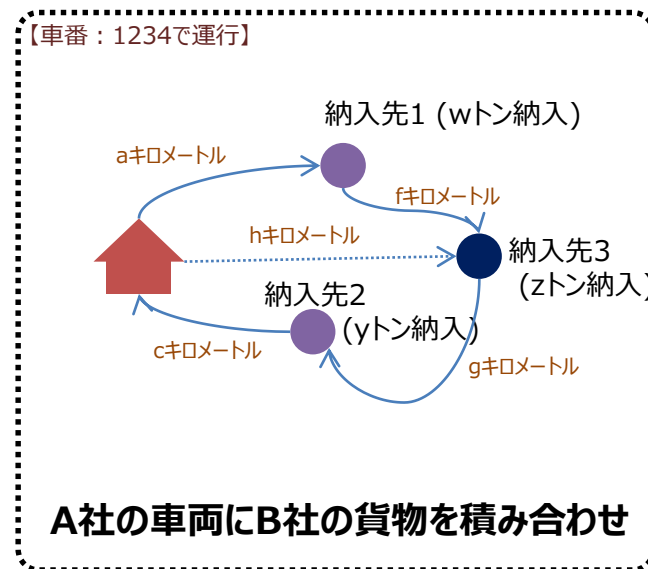
A社
物流事業者

B社
荷主

共配実施前



共配実施後



A社の車両にB社の貨物を積み合わせ

【マッチングシステムへのCO2排出量登録 <両社ともに改良トンキロ法>】

共配実施前

共配実施後

A社

トンキロ : $(w+y) \times a$ (納入先1まで) $(y \times b)$ (納入先1から2まで)
※上記の様に区間単位算出しなくとも $(w \times a)$ $(y \times c)$ でも可 (距離も直接距離可)

積載率 : B社積み合わせ前の車番1234 $w+y$ の積載率
B社積み合わせ前の車番1234 y の積載率
※上記の様に区間単位算出でなくとも 平均積載率でも可

B社

トンキロ : $z \times d$ (納入先3まで)
※距離についても直線距離でも可
積載率 : A社積み合わせ前の車番5678の z の積載率

トンキロ : $(w+z+y) \times a$ (納入先1まで) $(z+y) \times f$ (納入先1から3まで) $y \times g$ (納入先3から2まで)
※上記の様に区間単位算出しなくとも $(w \times a)$ $(z \times h)$ $(y \times c)$ でも可 (距離も直接距離可)

積載率 : B社積み合わせ後の車番1234 $w+z+y$ の積載率
B社積み合わせ後の車番1234 $z+y$ の積載率
B社積み合わせ後の車番1234 y の積載率
※上記の様に区間単位算出でなくとも 平均積載率でも可

トンキロ : $z \times h$ (納入先3について)
積載率 : A社車両の平均積載率 (平均積載率はA社に確認)
※A社車番1234の総CO2排出量のうち、トンキロ按分したB社分の排出量値をA社に確認し登録する事も可 (距離は発着地間の直線)

活動実態の詳細

1. 登録全件数

物流情報全登録件数：169件

貨物情報：136件、車両等輸送ネットワーク情報：33件(トラック31件、鉄道2件)

単位：件数

カテゴリ	企業名	貨物/車両 区分	ニーズ種別	11/9週	11/16週	11/23週	11/30週	12/7週	12/14週	12/21週	12/28週	1/4週	1/11週	1/18週	1/25週	2/1週	2/8週	総計
荷主	A社	貨物	積合せ車両					9										9
			車扱い車両					8										8
	B社	貨物	積合せ車両								3							3
			車扱い車両								1							1
	C社	貨物	積合せ車両	1	1								1					3
			車扱い車両	14	4	1			3	2			1	6	1	4	1	37
			車扱い貨物	3											1			4
	D社	貨物	積合せ車両	1														1
	E社	貨物	積合せ車両										1					1
			車扱い車両									1		1	1			3
	G社	貨物	車扱い車両				5		3									8
	H社	貨物	車扱い車両										4					4
	I社	貨物	車扱い車両	2														2
	N社	貨物	積合せ貨物														1	1
			積合せ車両													1		1
			車扱い車両													1		1
			積合せ貨物													3		3
	O社	貨物	車扱い車両	2										1				3
物流事業者	Q社	貨物	車扱い車両												2			2
	R社	貨物	積合せ車両	2														2
			車扱い車両	2														2
	S社	車両	積合せ貨物						1									1
	T社	貨物	積合せ貨物											10	1			11
			積合せ車両											1	1			2
	a社	貨物	車扱い車両				1											1
			車扱い貨物													1		1
	c社	車両	積合せ貨物				1											1
	d社	車両	車扱い貨物										1					1
	f社	貨物	積合せ車両				1											1
			車扱い車両	1		5	2											8
			車扱い貨物	1														1
	g社	貨物	車扱い車両				1											1
			積合せ貨物				1											1
			車扱い貨物												1			1
	h社	貨物	積合せ車両				1											1
			車扱い車両	2	2		1					1		1				7
			車扱い貨物											4	1	2	1	8
	j社	車両	車扱い貨物										1					1
小計	m社	貨物	車扱い車両	1				2										3
	o社	車両	積合せ貨物									1						1
	p社	貨物	車扱い車両		3	2			1			1						7
			積合せ貨物	1	2	1												4
			車扱い貨物	1	1											1		3
	q社	貨物	車扱い車両									1						1
	r社	車両	積合せ貨物	1														1
	s社	貨物	積合せ車両											1				1
	w社	車両	車扱い貨物						1									1
		貨物	積合せ貨物											10	1		1	12
			積合せ車両	4	1		2	9			3		2	2	1	1		25
			車扱い車両	24	9	8	10	10	7	2	1	4	5	9	4	5	1	99
		車両	積合せ貨物	2	2	1	2		1			1				3		12
			車扱い貨物	5	1				1				2	4	4	3	1	21
総計				35	13	9	14	19	9	2	4	5	9	25	10	12	3	169

2. 閲覧回数について

①ログイン回数

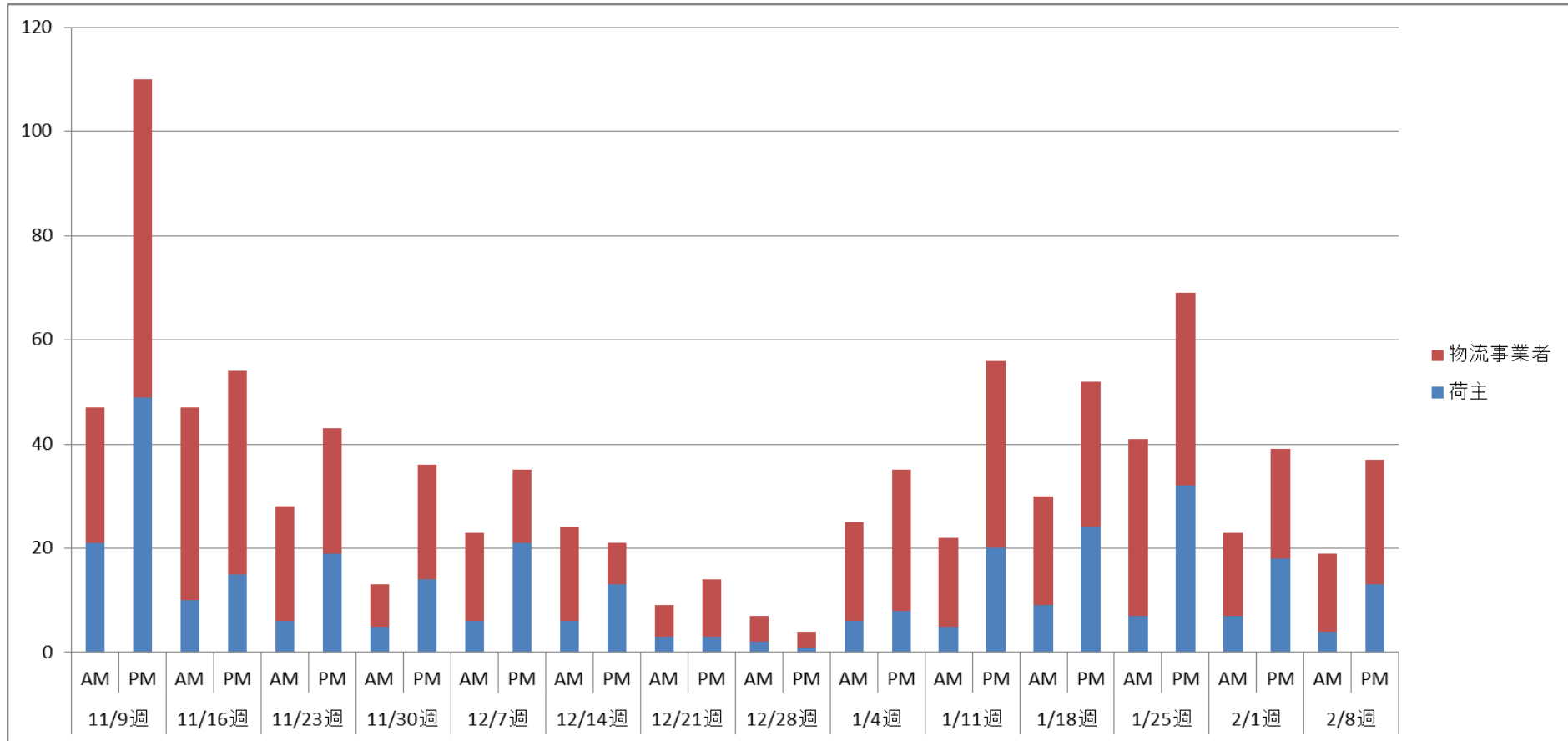
合計：963回 (1社平均22回、1日平均10回)

単位：回数

カテゴリ	企業名	11/9週		11/16週		11/23週		11/30週		12/7週		12/14週		12/21週		12/28週		1/4週		1/11週		1/18週		1/25週		2/1週		2/8週		総計
		AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	
荷主	A社									1																		2	3	
	B社															1													1	
	C社	7	32	8	11		16	1	3	2	12	2	4	3	3	1		1	1		11	3	12	3	23	2	10	1	172	
	D社	1	1						2																				4	
	E社			1	2				2		1							2			4		1	2	1				16	
	F社									2		3															3		8	
	G社								2				1								1	2		1					7	
	H社	3	2							1											2	1	1	2		1			13	
	I社				1	2	2			2	1		1			1		1	2				2		2		1	1	19	
	J社																				1								1	
	K社		1								2																		3	
	L社	1	2			2		1	2	1	1	1						3	3		1								18	
	M社		4																										4	
	N社																					1	1			3	5	3	1	14
O社	1	3	1	1		1	1					1					1		1			1	2			1	1	16		
Q社																								1	1	2		1	5	
R社	8	3					2	2	1											1					2	1		3	23	
S社		1			2							5																8		
T社							1				1											4	4		2				12	
物流事業者	a社	9	11	13	2	7	4	3	2	4		3	1	5		3		5	3	4	1	4	2	7	6	4	3	5	2	113
	b社									1		4		1								3	2	1	1					13
	c社								7	2	3	3	2		1		1				1								20	
	d社		2		1		1			1					2					1	1	3		2	1			2	17	
	e社	2			2						1							1	3										9	
	f社		9	1		3	1	2	2	2	2		1			1		3	2	3	6	1		1				1	41	
	g社			2	3	1	5		4											1	5		1		3				25	
	h社	6	5	7		2	1		2	2								2	1		1	2	7	16	16	7	12	3	10	102
	i社																				1								1	
	j社																												5	
	k社										5		3		1							1					1			13
	l社																							1	1				2	
	m社	3	7	1	5	1	2		2	2	2			2	1				3		1		1	1	1			2	37	
	n社					1							3									1							5	
	o社																	2		1	2			1	1				7	
	p社	4	13	10	17	6	9	2		3			1		2		1	2	2	2	6	2	8	1	3	1	4	4	4	107
	q社																		3		1									4
	r社	2	6	1	3			1			1				1				1											16
	s社																	3	8	2	4	2	5			1		1	1	27
	t社	2	6	2	2	1			1			2		1			1								1					19
	u社				3		1		1																				1	6
	v社				1				1						1				1	3	4	3	1	3	1	2		2	1	24
	w社												3																	3
小計	荷主	21	49	10	15	6	19	5	14	6	21	6	13	3	3	2	1	6	8	5	20	9	24	7	32	7	18	4	13	347
	物流事業者	26	61	37	39	22	24	8	22	17	14	18	8	6	11	5	3	19	27	17	36	21	28	34	37	16	21	15	24	616
総計		47	110	47	54	28	43	13	36	23	35	24	21	9	14	7	4	25	35	22	56	30	52	41	69	23	39	19	37	963

2. 閲覧回数について

週別・時間帯別・カテゴリ別集計結果



2. 閲覧回数について

② 検索回数

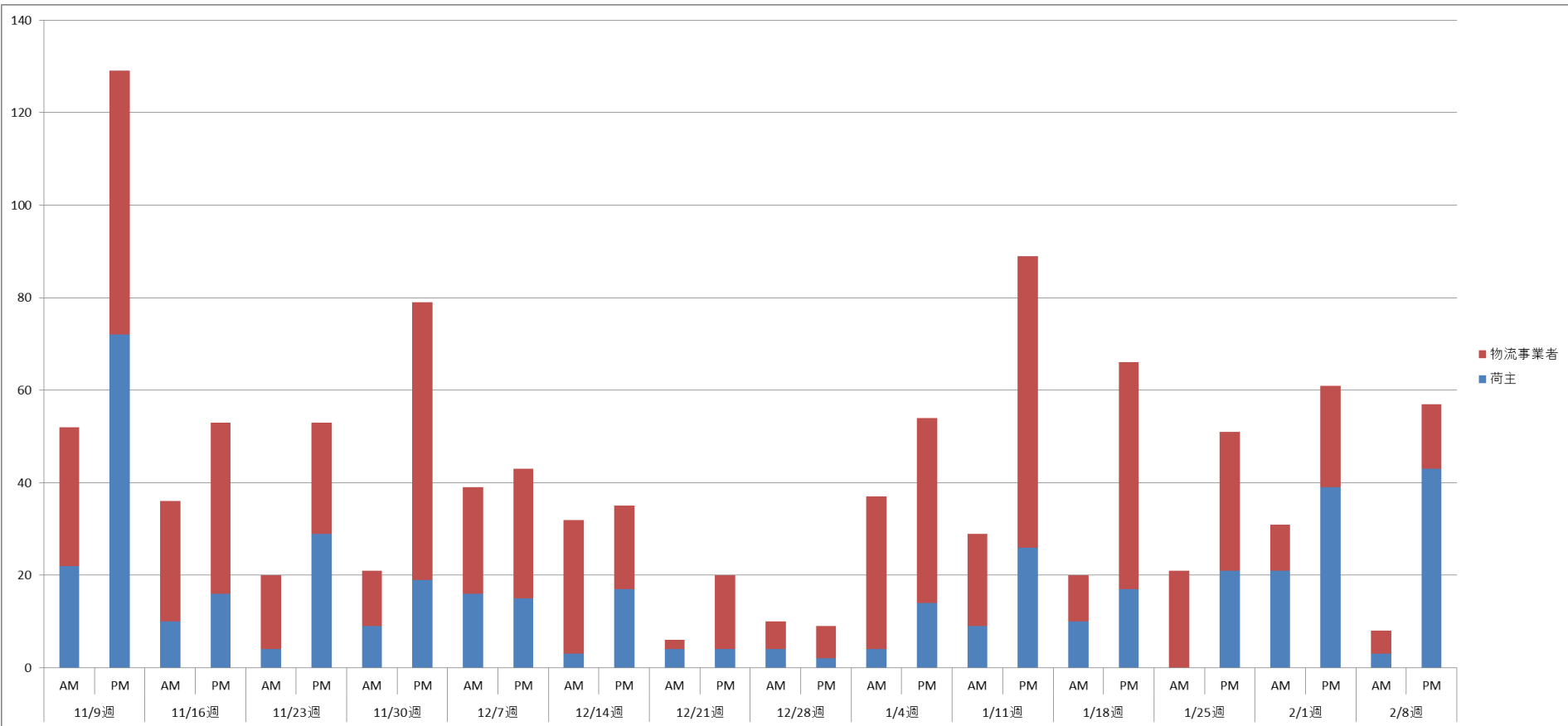
合計：1161回 (1社平均27回、1日平均12回)

単位：回数

カテゴリ	企業名	11/9週		11/16週		11/23週		11/30週		12/7週		12/14週		12/21週		12/28週		1/4週		1/11週		1/18週		1/25週		2/1週		2/8週		総計
		AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	
荷主	A社																2											33	33	
	B社																												2	
	C社	9	41	8	6		24	2	2	3	10	3	4	4	4	3		2		7	2	7			2	11			154	
	D社		1						2											1		4		1					3	
	E社				5				5		1							12											29	
	F社										1																		3	
	G社										1										11		3						15	
	H社	3	1																	6		4		8					22	
	I社				3	4	2			2	1		1			1		1	2			2		2		1			22	
	J社																				7								7	
	K社		3								2																		5	
	L社							2	2	3								1											8	
	M社		1																										1	
	N社																						4	1		13	26	3	47	
	O社		4	2	2		3	1					1							3									16	
	Q社																								3	3	1		7	
R社	10	20					4	5	8															4	3			8	62	
S社		1											6															7		
T社								2				5											3					10		
物流事業者	a社	6	9	11		5	1		1			4	1	2			3						2	1		2			48	
	b社													2							5								2	
	c社								33	7	18	17	6		4		5				5								95	
	d社		2		2		4			5				3						1	1	3		2	1			3	27	
	e社		4																										5	
	f社		18	1		3	3	1	2	3		2			1	19		6	1		1		1				1		62	
	g社			3	6	2	1	18										2	5		1		4					42		
	h社	8	3	6	2	3	2	1	3								2		2	2	16	5	7	2	2			66		
	i社																			2									2	
	j社																				7					1			11	
	k社										4		9		1									1			11		30	
	l社																						5	4					9	
	m社	4	16	3	14	1	5		4	3	3			3	5		5		2			1		7	1		3		80	
	n社																												0	
	o社																		4		4	16			1				25	
	p社	10	4	2	11	2	6	4		3				1		2		1	2	2	9	2	26	2	2	4	6	3	5	109
	q社																												13	
	r社		1					8											5			1							14	
	s社																		5	11		6	3			2			30	
	t社																												2	
	u社	2					2																						3	
	v社				2				2										1	5	4		2	2	1	1		2	1	25
	w社											8																	8	
小計	荷主	22	72	10	16	4	29	9	19	16	15	3	17	4	4	4	2	4	14	9	26	10	17	0	21	21	39	3	43	453
	物流事業者	30	57	26	37	16	24	12	60	23	28	29	18	2	16	6	7	33	40	20	63	10	49	21	30	10	22	5	14	708
総計		52	129	36	53	20	53	21	79	39	43	32	35	6	20	10	9	37	54	29	89	20	66	21	51	31	61	8	57	1161

2. 閲覧回数について

週別・時間帯別・カテゴリ別集計結果



2. 閲覧回数について

③詳細確認回数

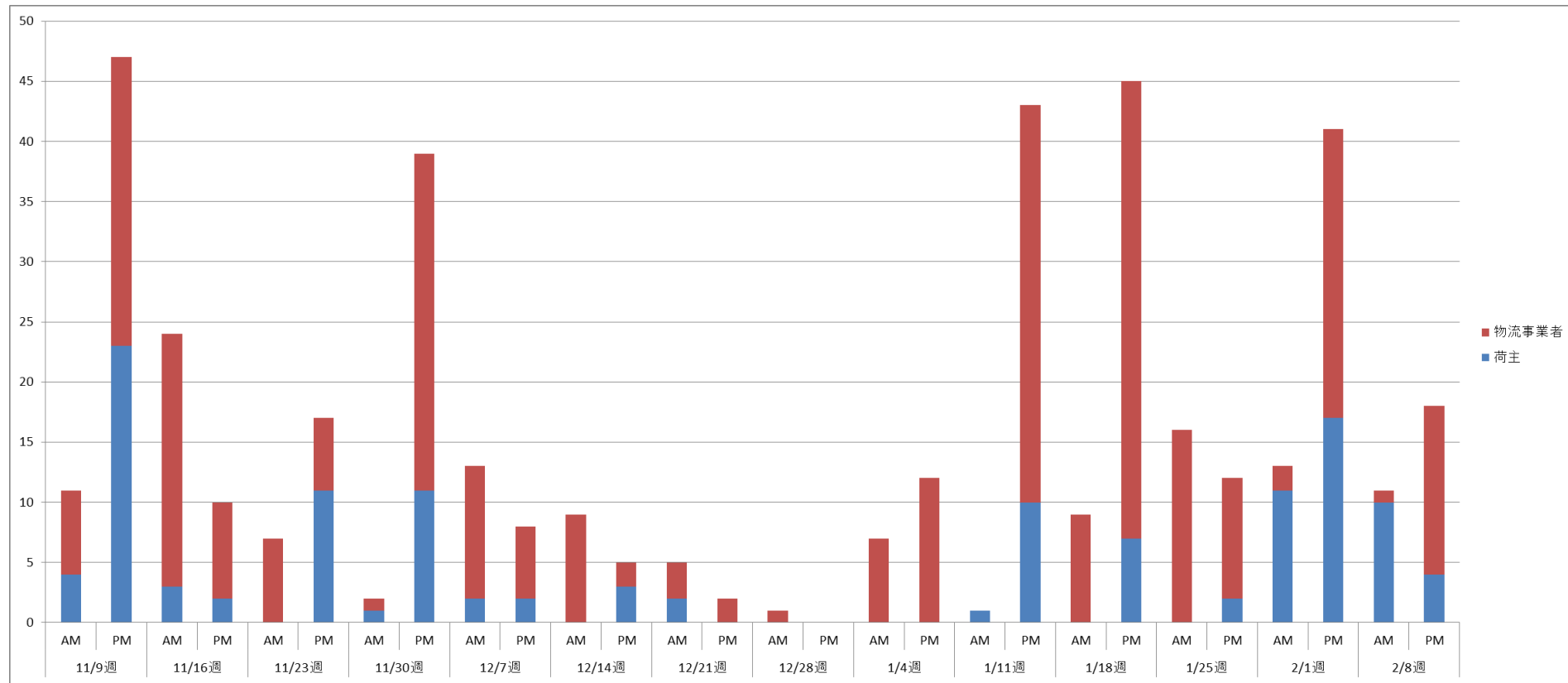
合計：428回 (1社平均10回、1日平均4回)

単位：回数

カテゴリ	企業名	11/9週		11/16週		11/23週		11/30週		12/7週		12/14週		12/21週		12/28週		1/4週		1/11週		1/18週		1/25週		2/1週		2/8週		総計	
		AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM		
荷主	A社																											2	2		
	B社																														
	C社	2	13	3	2		10		1		2		2	2						3		6			2	4			52		
	D社		1						6																				7		
	E社																														
	F社																														
	G社																				5		1						6		
	H社																								1				2		
	I社						1													1									1		
	J社																			2									2		
	K社																													1	
	L社		1																											2	
	M社		1								1																				
	N社																									9	13	10		32	
O社																													1		
Q社																															
R社	2	5						1	2	1														1				2	14		
S社		1																											1		
T社									2					1															3		
物流事業者	a社	2	4	14		6						2	1	3				3						1		4			40		
	b社																														
	c社								17	1	5	6																	29		
	d社		1				1															1							3		
	e社																														
	f社		12	2			1			2								3		7			1		1				28		
	g社				4	1		11													13		1		2				32		
	h社	3	1	5						2								1				4	32	7	1		2		58		
	i社																														
	j社																										2		6		
	k社									1		1		1						3						1	13		17		
	l社																							7	2				9		
	m社	2	3							1				1	1										3			8	19		
	n社																														
	o社																														
	p社																														
	q社		2		4		4	1		5									1	1		7	4	2			2	3	1	2	34
	r社																													3	
	s社		1																											1	
	t社																													7	
	u社																												3	3	
	v社																												1	3	
	w社												1																	1	
小計	荷主	4	23	3	2		11	1	11	2	2		3	2						1	10		7		2	11	17	10	4	126	
	物流事業者	7	24	21	8	7	6	1	28	11	6	9	2	3	2	1		7	12	0	33	9	38	16	10	2	24	1	14	302	
総計		11	47	24	10	7	17	2	39	13	8	9	5	5	2	1		7	12	1	43	9	45	16	12	13	41	11	18	428	

2. 閲覧回数について

週別・時間帯別・カテゴリ別集計結果



2. 閲覧回数について（参照された回数）

- 荷主・物流事業者間の物流情報の参照関係は以下のようになる。
物流事業者が荷主の物流情報を多く参照している。

④ 参照された回数

参照された企業		参照した企業	
		荷主	物流事業者
		68	215
		48	69

参照された企業と参照した企業の内訳

単位：回数

参照された企業		参照した企業																															小計		総計														
		荷主																			物流事業者																												
		H社	I社	G社	J社	A社	K社	L社	M社	B社	N社	C社	O社	Q社	D社	R社	S社	E社	F社	T社	a社	i社	g社	j社	k社	b社	c社	f社	m社	n社	o社	p社	d社	q社		r社	e社	s社	t社	h社	u社	v社	w社	f社	州都府県	都府県			
荷主	A社	1									6	2									2	1			2			8	2	4		3	2				2		3			1	2	9	32	41			
	B社																					2	2							1							2							0	5	5			
	C社										2	3				3	1				12		2	4			7		2			14	1					17	1	1			5	9	65	74			
	D社										2				1												6	1					1					1					3	9	12				
	E社											1									1								1							2						1	5	6					
	F社																																											0	0	0			
	G社											1			2						1			1	5				1	2												2	3	14	17				
	H社										4	2												4																			7	6	14	20			
	I社																																												0	0	0		
	J社																																												0	0	0		
	K社																																												0	0	0		
	L社								1												2		2					3		1				6			1		9				5	24	29				
	M社																																												0	0	0		
N社											7	2																																	9	9	18		
O社											3	4			2	3				6		9	1																					13	24	37			
Q社											4	4								1																									8	3	11		
R社																																													1	1	10	11	
S社																																													0	0	0		
T社											1																																		1	1	2		
物流事業者	a社							1								1						1		2																						2	4	6	
	b社																																													0	0	0	
	c社																																													0	0	0	
	d社											1																																		2	0	2	
	e社																																													0	0	0	
	f社											2	4				4												1																		11	6	17
	g社																																													0	4	4	
	h社																																													0	0	0	
	i社																																													0	0	0	
	j社																																													0	0	0	
	k社																																													0	0	0	
	l社																																													0	0	0	
	m社																																													0	0	0	
	n社																																													0	0	0	
	o社																																													0	0	0	
	p社											2	10				1																														0	1	1
	q社																																													0	0	0	
r社																																													0	0	0		
s社																																													0	0	0		
t社																																													0	0	0		
h社																																													0	0	0		
u社																																													0	0	0		
v社																																													0	0	0		
w社																																																	

2. アンケート結果のご報告

アンケート調査概観

1. 実施概要

試行参加企業43社に対して、以下の2種類のアンケートを実施

- ①システム利活用者様向け : システムの機能・操作性等に関するアンケート
- ②共配を企画・管理なさる方向け : 共同配送のニーズ・プロセスに関するアンケート

2. アンケート回答数（43社のうち、41社から回答）（複数の方から回答を頂いた企業 有り）

荷主企業回答数

No	荷主企業	回答数	
		①利活用者	②管理層
1	A社	1	1
2	B社	1	1
3	C社	1	1
4	D社	1	1
5	E社	1	1
6	F社	1	1
7	G社	1	1
8	H社	1	1
9	I社	1	0
10	J社	1	1
11	K社	1	1
12	L社	1	1
13	M社	1	S社と合わせて回答
14	N社	1	1
15	O社	1	1
16	Q社	1	1
17	R社	1	1
18	S社	1	1
19	T社	1	1

物流事業者回答数

No	物流事業者	回答数	
		①利活用者	②管理層
1	a社	1	1
2	c社	1	1
3	d社	1	1
4	e社	2	1
5	f社	1	1
6	g社	1	1
7	h社	2	2
8	i社	1	1
9	j社	1	1
10	k社	1	1
11	l社	1	1
12	m社	1	1
13	n社	1	1
14	o社	1	1
15	p社	4	1
16	q社	1	1
17	r社	1	1
18	s社	1	1
19	t社	1	1
20	u社	2	2
21	v社	1	1
22	w社	1	1

①システム利活用者様向けアンケート回答数 : 47

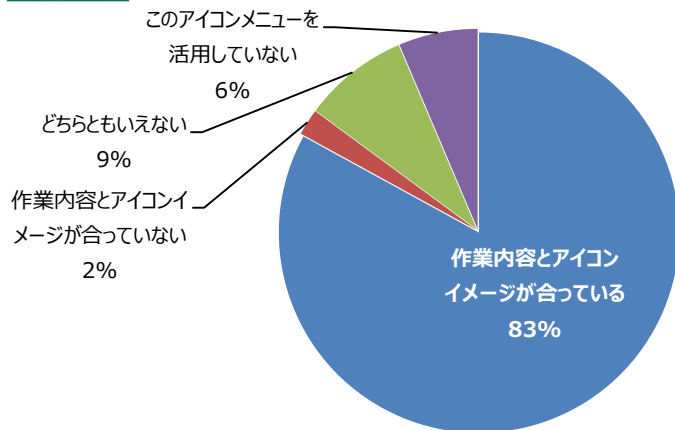
②共配を企画・管理なさる方向けアンケート回答数 : 41

1. システムの仕様 ①アイコンの分かりやすさ(1/2)

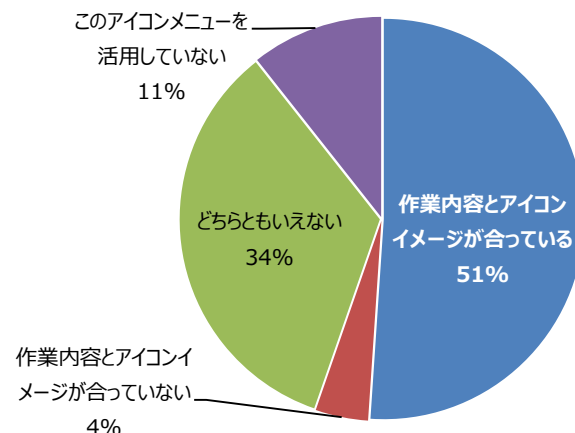
- 『作業内容とアイコンのイメージが合っているか?』という問には、全てのアイコンに於いて『合っている』との回答が多かった。



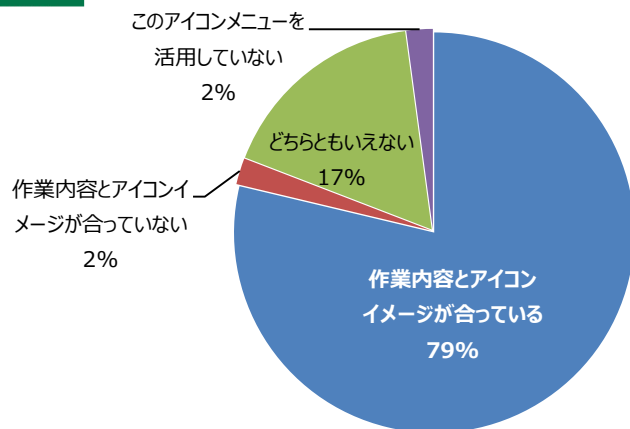
①自分の物流情報を登録する



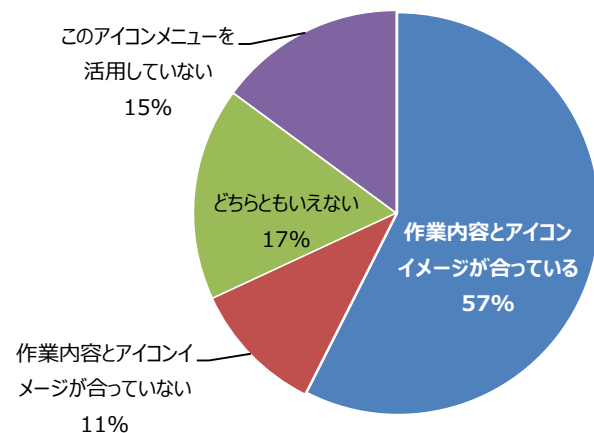
②自分の物流情報を編集する



③物流情報を検索する



④交渉中の情報を見る

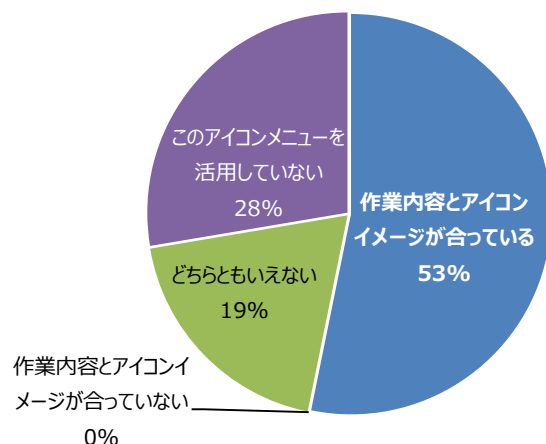


1. システムの仕様 ①アイコンの分かりやすさ(2/2)

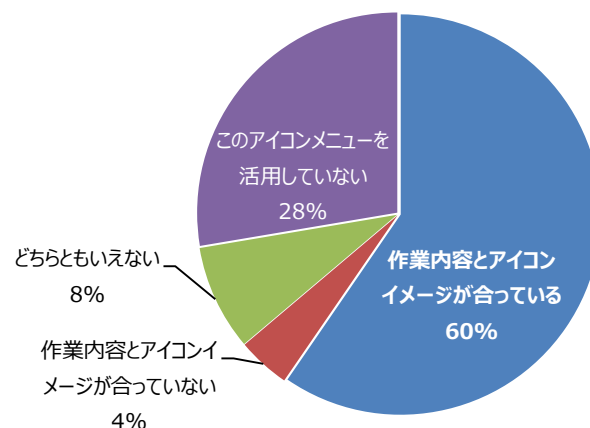
- ⑤CO2排出量を登録する～⑦CO2排出量を試算するは、『活用していない』との意見が多かったものの、イメージとしては『合っている』との回答が多数であった。



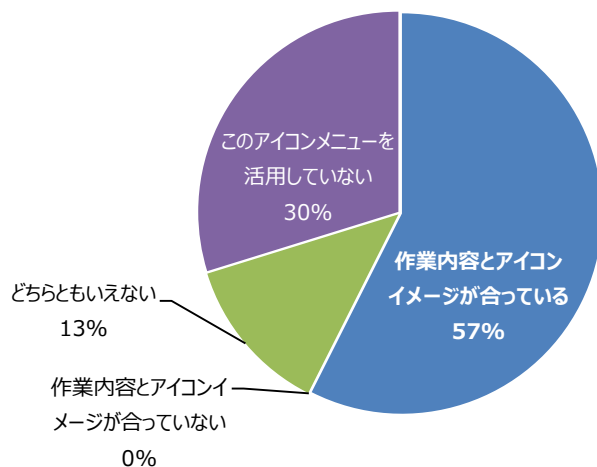
⑤CO2排出量を登録する



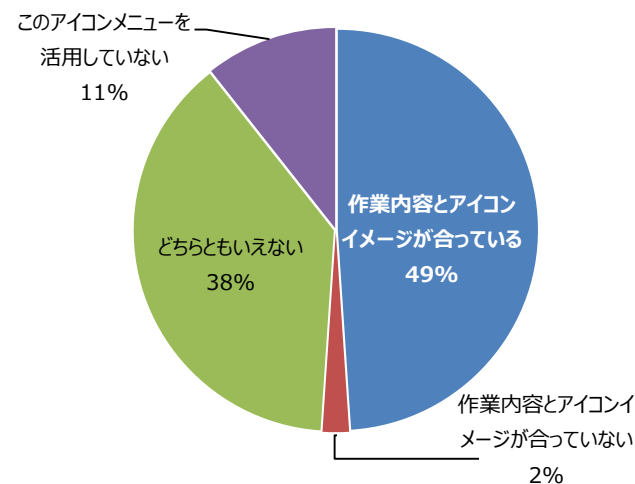
⑥集計結果を見る



⑦CO2排出量を試算する



⑧簡易掲示板

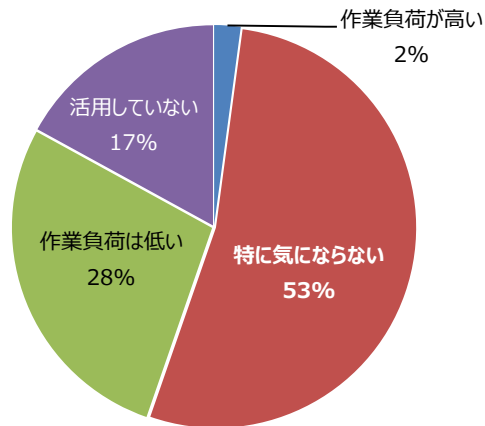


1. システムの仕様 ②オペレーション負荷(1/2)

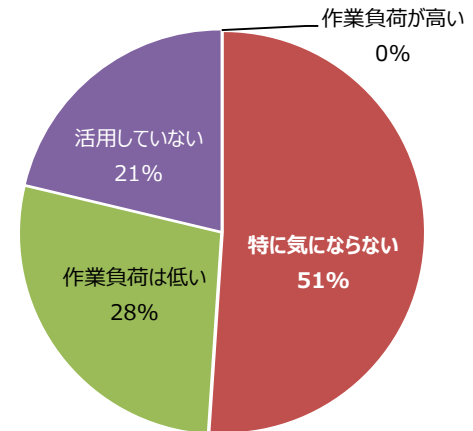
- オペレーション負荷については、『特に気にならない』『作業負荷は低い』との意見が多数であった。
- ③物流情報を検索するは、全てのオペレーションの中で、比較的『作業負荷が高い』との意見が多かった。（理由は次々ページの抜粋コメントを参照）



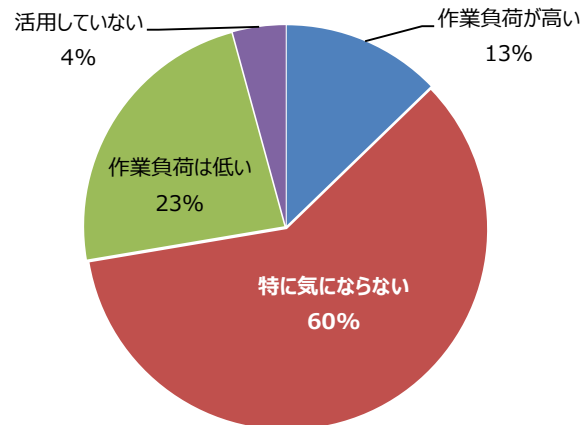
①自分の物流情報を登録する



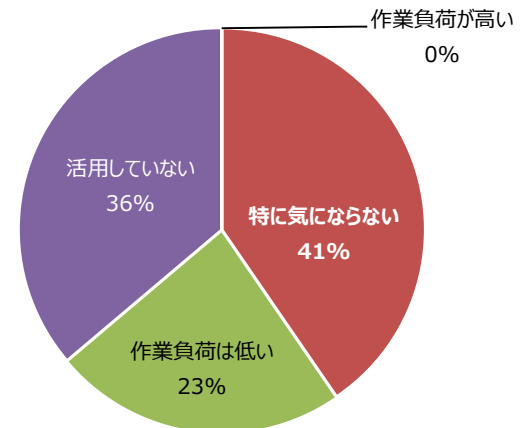
②自分の物流情報を編集する



③物流情報を検索する



④交渉中の情報を見る

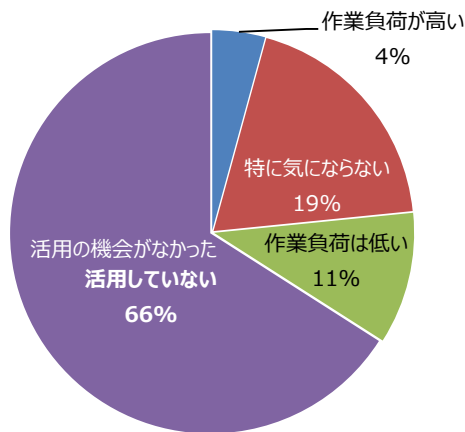


1. システムの仕様 ②オペレーション負荷(2/2)

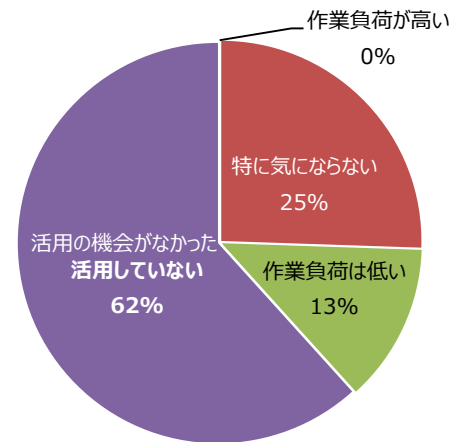
- ⑤CO2排出量を登録する～⑦CO2排出量を試算するは、『活用していない』との意見が約6割を占めたものの、いずれも『特に気にならない』『作業負荷は低い』が『作業負荷が高い』との意見よりも多かった。
- ⑦CO2排出量を試算するについて、『作業負荷が高い』と回答した企業が昨年度より大幅に減少した(22.2%→2%)。これは、システムに距離算出機能を追加改修した効果と推測される。



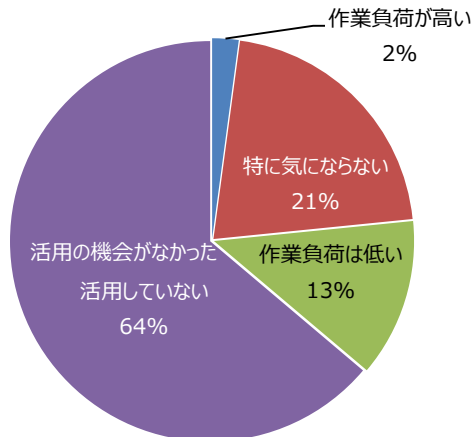
⑤CO2排出量を登録する



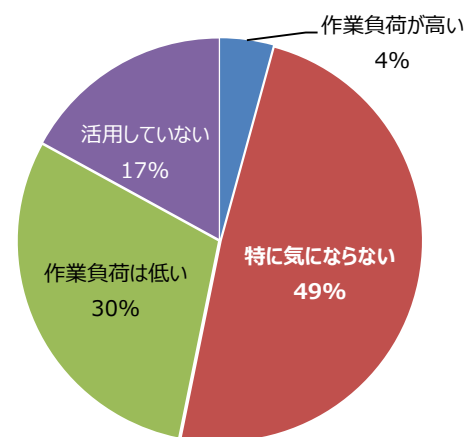
⑥集計結果を見る



⑦CO2排出量を試算する



⑧簡易掲示板



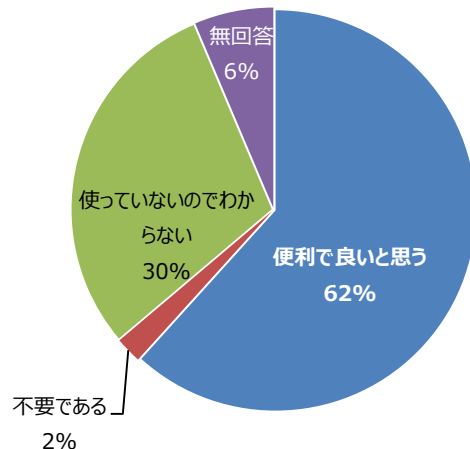
1. システムの仕様 ②オペレーション負荷の高い作業のコメント（抜粋）

アンケート項目	荷主	物流事業者
・オペレーション負荷の高い作業（物流情報を検索する）		
物流情報の検索	①検索結果の確認 ・車両情報の検索はJR、船舶の情報も多数含まれており、閲覧する際に時間を要する。 <R社>	①検索結果の確認 ・「車輛等、輸送ネットワーク情報」にJR貨物の情報が大量に掲載されており、分かり辛かった。 <v社> ・物流情報詳細画面から検索結果一覧画面へ戻ったときに、直前に見ていた物流情報が分からなくなる。 <a社> ・何処まで見たか分からなくなる。（開封済み表示などあったら良い） <h社>

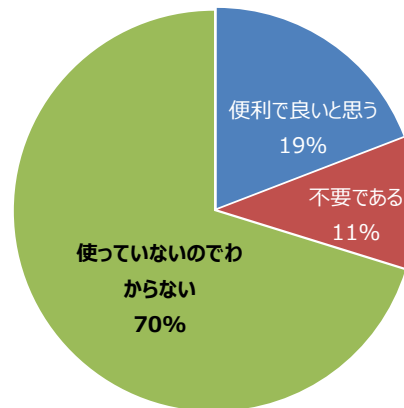
1. システムの仕様 ③今年度の新規追加機能の必要性評価

- 下記3機能のうち、「自拠点エリア内の貨物情報一覧表示機能」は、『便利で良いと思う』という意見が半数以上を占めた。（下図・左の円グラフ）
- 他の2機能は、『使っていないのでわからない』という回答が7割前後を占めたものの、使用者の中で『便利で良いと思う』が『不要である』よりも多かった。（下図・中央および右の円グラフ）
- 「鉄道・船舶情報の閲覧機能」は、鉄道および船舶利用の促進を目的とし、追加開発した機能。未使用の企業が多かったことから、モーダルシフトの促進に向け『見せ方』について検討する必要がある。

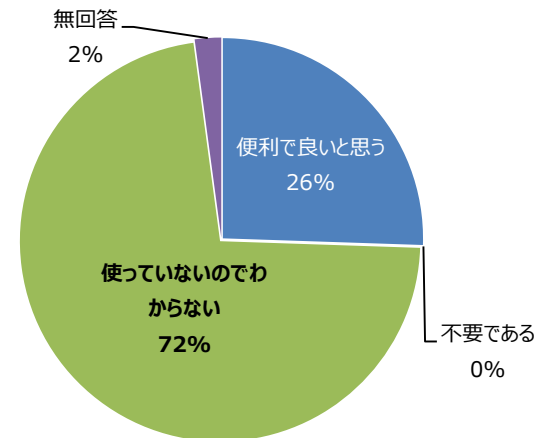
自拠点エリア内の
貨物情報一覧表示機能



鉄道・船舶情報の閲覧機能



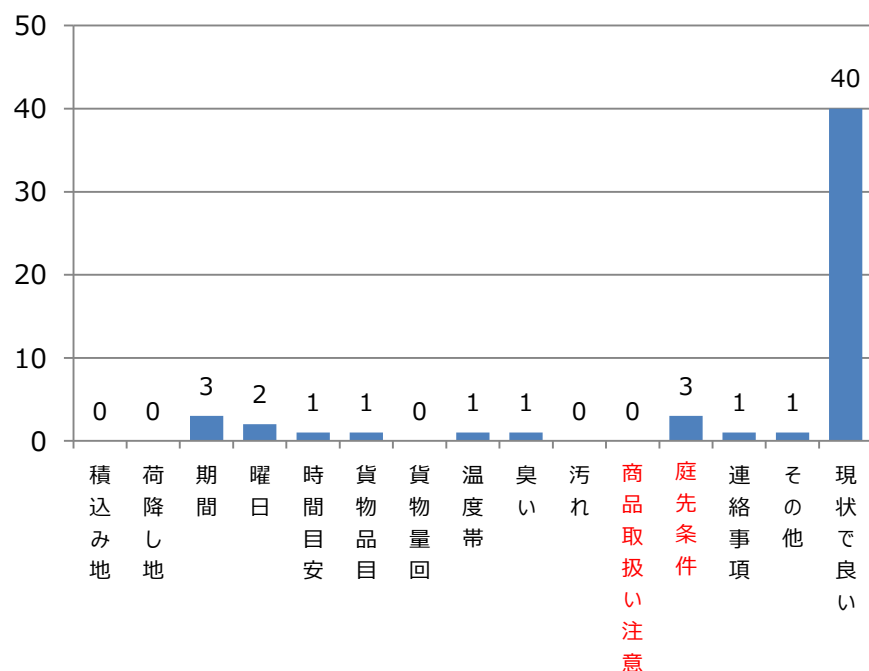
行政区間距離に基づく
CO2排出量の試算機能



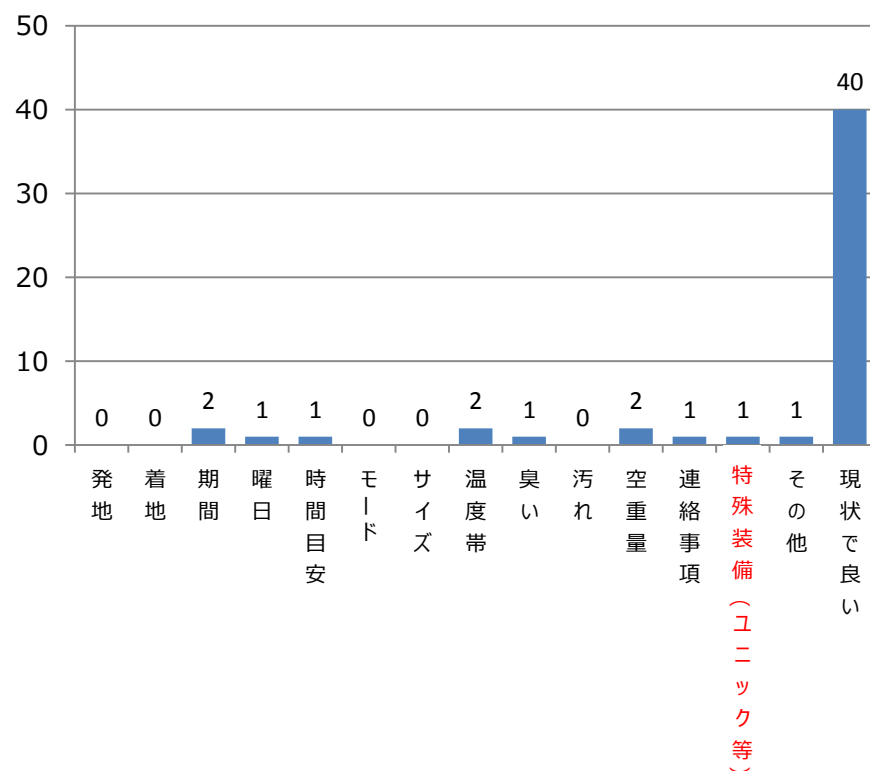
1. システムの仕様 ④登録情報項目の要否

- 『検証用マッチングシステムの物流情報項目で、不要と考える情報項目はあるか？』との問には、『現状で良い』との回答が多数であった。
- 今年度追加した3項目（下図棒グラフの赤字項目）についても、必要と回答した企業が大半であった。

貨物情報項目



車両等輸送ネットワーク情報項目



※赤字は、今年度追加した登録情報項目。

1. システムの仕様 ⑤追加すべき情報項目

- 『共配を検討する上で、追加すべき情報項目はあるか？』との問には、「荷姿」という意見が挙げられた。

アンケート項目

荷主

物流事業者

・追加すべき情報項目

「荷姿」項目の
追加要望

- ①荷姿
・荷姿（積み込み形態）。<D社>
・パレット輸送かそれ以外かなど荷姿を選択できれば良い。
<C社>

②地域情報（発・着）について、都道府県だけでなく、関東地方などの地方（エリア）の入力項目の追加。 <L社>

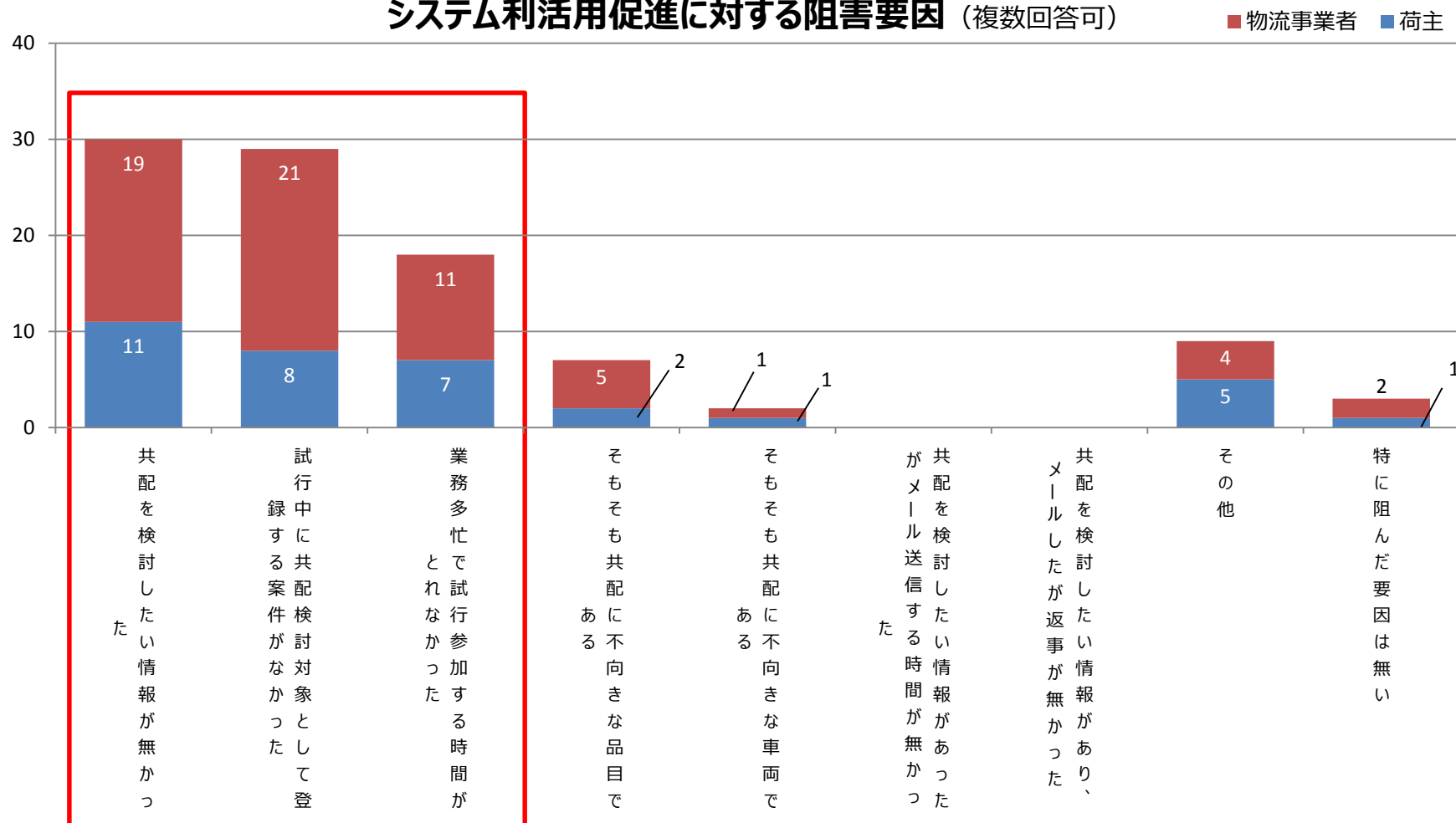
③汚れの種類（油など）の追加と、危険物（薬品など）の追加。
<R社>

④運送費用。 <M社>

2. システム利活用を阻んだ要因

- システム仕様の要因ではなく、『共配の検討をしたい情報が無かった』という回答が最も多く、続いて『試行中に共配検討対象として登録する案件がなかった』『業務多忙で試行参加する時間がとれなかった』という回答が続いた。
- これは今回の試行期間が、『繁忙期も含む3ヶ月の限定期間』であった事も重要な要因のひとつであり、継続的に実施すればその解消は期待できると思われる。

システム利活用促進に対する阻害要因（複数回答可）



2. システム利活用を阻んだ要因のコメント（抜粋）

アンケート項目

荷主

物流事業者

・利活用を阻んだ要因で『その他』を選択した方のコメント

業種の特 性 (話し合 いの負 荷)

①業種の特 性（話し合 いの負 荷）

- ・時間指定が厳しいため、異業種との積み合わせを開始するまでの事前調整の負荷が高い。 <D社>
- ・カレンダーに則った運行が求められる為、他業種との混載は稼働条件での折り合いがやはりつきにくい印象を受けた。 <K社>

②マッチングシステムの運用プロセス

- ・参加企業で情報のエントリー前に他社情報を閲覧する企業が多いと感じた。自社エントリー情報に対する秘密保持が担保されないなか、多くの企業が様子見であり積極的な情報エントリーがなかったのが自社情報のエントリーを限定した理由である。 <Q社>

①共配の実行可能な物流情報の登録がなかった

- ・弊社千葉県の積地、卸地が非常に少なかったためより多数の情報がほしかった。 <d社>
- ・車立ての貨物情報が多かったため。（乗務員の不足により、定期運行前提でなければ対応できないため。） <j社>

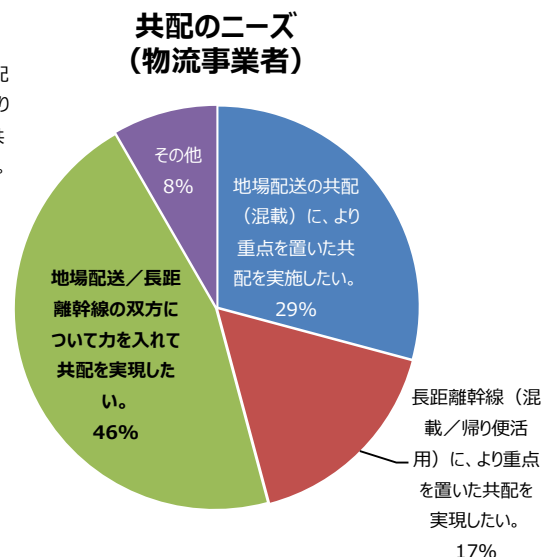
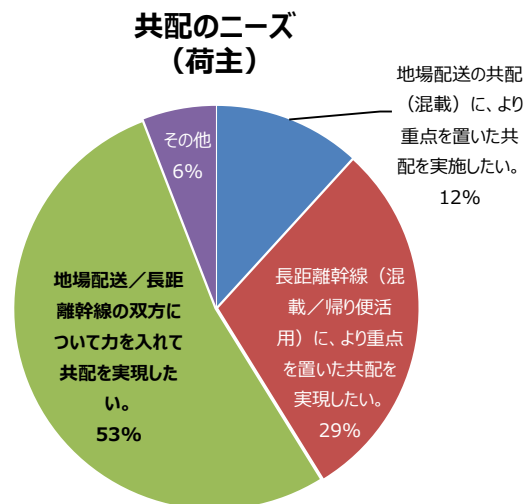
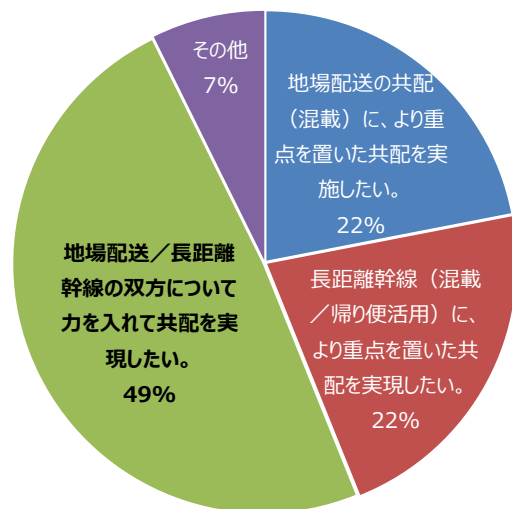
②マッチングシステムの運用プロセス

- ・運賃の記載が無く、情報を得るために相手企業へ直接電話を行わなければならなかった。 <p社>

3. 共同配送実現の課題について

- 『共配実施のニーズ(地場・幹線)で、一番近いものは何か?』の問については、荷主・物流事業者ともに『地場・幹線の双方に力を入れて共配を実現したい』との回答が多数であった。
- ただ、荷主は幹線に、物流事業者は地場に、より強い共配ニーズが見られる結果となった。

共配のニーズ（荷主および物流事業者）



アンケート項目

荷主

物流事業者

・共同配送のニーズで『その他』を選択した方のコメント（抜粋）

①地場、幹線の双方にニーズはあるが、現時点では東京－大阪、静岡から両方向といった幹線についてスタディーし、有効性があれば地場への展開を模索する。 <L社>

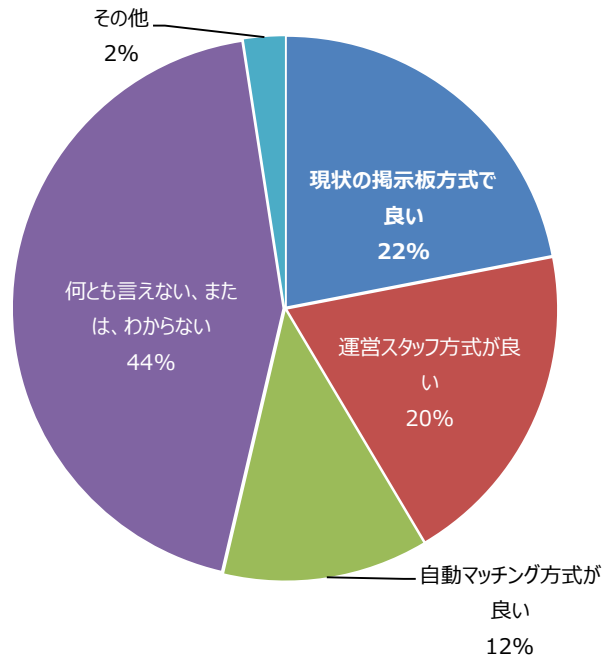
①関西～中京～関東間での中ロット商品の混載輸送を実施したい。 <r社>

②当社での「共配」は複数車両による複数軒先様への混載貨物の輸配送ネットワークを前提としている。 <c社>

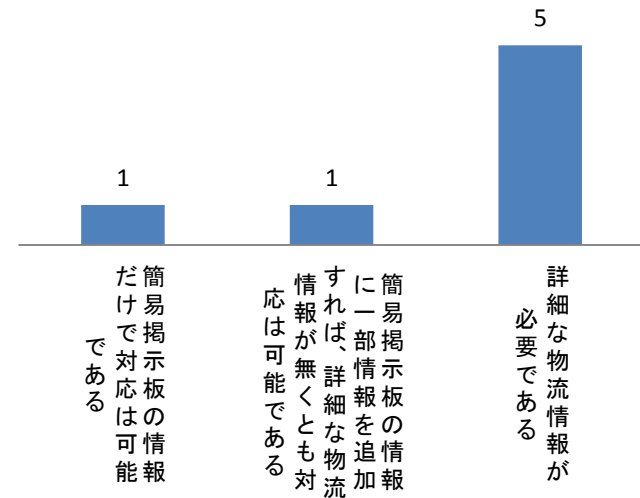
4. あって欲しいマッチング方式

- 『あって欲しいマッチングの方式(掲示板・運営スタッフ・自動)は何か』の間については、『何とも言えない、または、わからない』との意見が最も多いものの、3方式の中では『現状の掲示板方式』が最も多かった。
- 『現状の掲示板方式で良い』と回答した方に『簡易掲示板のみで出会いの実現は可能か?』の問は、『簡易掲示板だけで出会いの実現は不可能』と回答した企業が多かった。
- 現状のシステム仕様が望ましいことが裏付けられた。
(掲示板方式、貨物情報および車両情報を登録する方式)

あって欲しいマッチング方式



掲示板方式で良いと回答した方の
簡易掲示板の有用性について



4. あって欲しいマッチング方式についてのコメント（抜粋）

アンケート項目

荷主

物流事業者

・『掲示板方式』を選択した方の理由コメント

出会いだけで
十分

①具体的な検討は個別に顔を突き合わせて話し合う必要がある。十分な情報でなくても糸口をつかみ、まず話し合いができるかどうか判断したい。 <S社>

①契約や取引条件確認などを含めて、具体的な検討は個別に顔を突き合わせて話し合う必要がある。十分な情報でなくても糸口をつかみ、まず話し合いができるかどうか判断したい。 <複数社>

②シンプルな仕組みの方が普及すると思う。
<s社>

・『運営スタッフ方式』を選択した方の理由コメント

元請けが
必要

①掲示板方式だけではニュアンスがお互い伝えづらく、マッチング成立につながりにくい。 <R社、T社>

①元請けがいてケアが必要（仲介ではなく）。 <f社>

・『自動マッチング方式』を選択した方の理由コメント

情報検索の
負荷軽減

①情報登録や情報検索の負荷を軽減できる。 <複数社>

②掲示板方式は自らマッチング候補を探す手間がかかる。運営スタッフ方式は運営スタッフの力量に左右されやすい。 <A社>

①参加事業者、情報量が多くなった場合、検索条件を何回も変えながら検索することになり、負担に感じることが想定される。
<j社>

5. インセンティブのアイデア（抜粋）

アンケート項目	荷主	物流事業者
・インセンティブのアイデア		
	①コストメリットがあるからマッチングをするのであって、インセンティブは特に必要ない。 <A社> ②システム利用が目的化するには違和感があります。 <T社>	
制度設計 (補助金や減税)	③補助金などの制度設計 ・CO2削減による補助金制度。 <B社> ・活用による減税や補償金の交付など。 <D社> ・マッチングが成立した案件ごとに補助金を交付。 <H社> ・マッチングシステム使用料の値引き。 <Q社>	①減税などの制度設計 ・法人に掛かる税金のある程度長期間の減税又は免税制度。 <w社>
制度設計 (表彰制度)		②表彰制度 ・一定期間の取組結果で表彰される制度。 <a社> ・成功事例紹介として、発表会(表彰付き)などで、成功事例を参考に活用へ向ける。 <k社>

6. モーダルシフトの課題（抜粋）

アンケート項目	荷主	物流事業者
・モーダルシフトの課題		
JR貨物および船社への要望	①リードタイム短縮または遵守。 <複数社> ②コスト低減。 <複数社> ③コンテナ枠の確保、船舶の確保。 <複数社> ④輸送の安定性。 <A社、H社>	①リードタイム短縮または遵守。 <複数社> ②コスト低減。 <複数社>
自社努力または荷主の理解	⑤出荷物量平準化。 <D社> 往復の輸送量のバランス。 <C社>	③荷主の理解。 <e社> ④出荷物量の較差の縮小化。 <a社>
・現状の取り組み内容		
	①鉄道輸送の取組 ・海上コンテナの鉄道輸送。 <J社> ・トラック輸送からJRコンテナ(12f、31f)へのシフト。 <C社> ②船舶輸送の取組 ・関東～北海道向け フェリー小口輸送。 <E社> ③その他 ・海陸一貫輸送による物流拠点間の補充輸送。 <T社> ・自拠点同士の在庫補充、返品輸送。 <D社> ・(1)生産工場から遠隔地ユーザーへの鉄道輸送、(2)工場間貨物の船舶輸送。 <Q社>	①鉄道輸送の取組 ・JRコンテナ(12f、31f)利用によるラウンド輸送。 <a社> ・海上コンテナ40FHQを内貨転用した鉄道輸送。 <w社> ②船舶輸送の取組 ・フェリー、RORO船を利用したトレーラー運行。 <t社> ③その他 ・海運事業、通運事業の特化部署、複合輸送の営業部署の設置による営業拡販。 <g社>

7. 共配拡充に向けた今後の取り組み（抜粋）

アンケート項目	荷主	物流事業者
・共配拡充に向けた今後の取り組み		
	輸送ネットワーク の充実	①輸送ネットワークの充実 ・弊社各拠点を有効利用した配送網を東日本エリアに広げ、小規模地域密着型の共同配送を目指した拠点展開。 <p社> ・中ロット商品の混載輸送を拡大させるよう、運行車両の増車。 <r社> ・関東、中部、関西、九州の各事業所域内の積合輸送と各域内を結ぶ幹線輸送ネットワーク拡大。 <g社>
拠点配置の 見直し	①今夏に首都圏向けの配送拠点に引っ越しを予定。 <T社>	②倉庫の大型化・高床化・集約。 <j社>
ICTの利活用	②ICT（自動配車システム、動態管理システム）を活用した共同配送インフラの拡大。 <H社>	③GPSシステムでの車両情報による余積利用。 <a社>
共配相手企業 および新規荷主 の開拓	③共配相手企業の開拓 ・取引先物流会社、面識のある荷主との個別対応による共同輸送の検討。 <Q社> ・物流子会社同士の共同運行。物流子会社同士の情報交換会の実施。 <C社>	④新規荷主の開拓 <複数社>

8. 環境負荷低減に向けた今後の取り組み（抜粋）

アンケート項目	荷主	物流事業者
・環境負荷低減に向けた今後の取り組み		
	【物流の仕組み改革等】 ①東西二カ所生産体制構築による輸送距離削減。 <R社> ②長距離輸送のスイッチセンター構想。 <C社> ③幹線輸送車両の大型化、積載率の向上(積み荷姿改善)。 過疎地エリアの共同配送。 <H社>	【ハード面の施策】 ①新車への入替（車両の性能向上）。 <d社> ②計画的な車両の入替。（経過年数が大きい車両割合の減少化。 使用内容に応じたハイブリット車やCNG車の導入。）グリーン経営 認証の継続と省エネ運転活動。 <p社> ③省燃費エンジンオイルの導入。省エネ型冷凍機、エコタイヤの利用 拡大。 <j社> 【物流の仕組み改革等】 ④デジタコやタイヤ等、IC Tを含む道具面での取り組みは実施済み。 物流の仕組み見直しや改善による取組を継続して実施する。 <i社> ⑤積載率を向上させ、無駄な運行を削減させる。 <r社>

9. その他意見（抜粋）

アンケート項目	荷主	物流事業者
・その他意見	①弊社同様に、車両を探す登録が多く、さらに登録企業が増えればマッチングの可能性も高まるのではと思う。 <R社> ②コンセプトとしては非常に有意義であると感じる。反面、他業種の物流情報を閲覧している中で、様々な条件での折り合いが必要であるとも実感。 <K社> ③東北地区での当社車両活用情報を登録したが、他社からのニーズはなかった。ドライバー不足が深刻化しており、運賃高騰も続く中で、共同配送の促進は必要であると思う。 <S社> ④取り組みとしては興味深いが、荷主企業のエントリーが遠隔地（東北・九州）等の下り車両を求める内容が多く、また、物流会社のエントリーは上り貨物を求める内容が多く、現在物流業界が抱える慢性的課題が浮き彫りになったと考える。 <Q社> ⑤情報量が少なかったり、更新率が悪かったりが続くと、システムから遠ざかってしまう。サポートセンターのように定期的に情報が来ると情報入手しやすい。 <G社> ⑥弊社の車両、荷物共に特殊なもので、マッチングシステムを活用することができなかった。荷物情報が多ければ活用できたかもしれない。仕組みは面白く感じたので、また機会があれば参加したい。 <I社> ⑦「出会いの場」の提供を「掲示板で行うというのはSNS的な発想であり、実際には輸送上の制約条件の調整という作業がないと、具体的な事例を増やしていくのは難しい。 <T社> ⑧当社の荷物は、製品に対しての慣れが必要で、安全対策として走行にも気をを使う為、実績がある会社でなければ難しいと思う。 <E社>	①今後、参加企業様、案件が増えてくると思うので、今後も参加したい。 <d社> ②共同配送の貨物が多い荷主様を増やした上で、再度実施してほしい。 <r社> ③弊社内業務の消化で手一杯となり、マッチングシステムを十分活用できなかった。様々な企業様が参加され情報登録できるシステムは、非常に有用ですので、今後とも機会あれば活用していきたい。 <g社> ④年末年始の空車情報検索の手段としての掲示が多かったように感じた。本来の目的と大きくかい離している印象を受けたため、利用を控えた。通常期、閑散期であれば目的に沿った運用に近付けるのではないかと。 <t社> ⑤マッチングさせる為の自社貨物登録がなかった（できるものがなかった）ので、活用に至らなかったが、当該仕組み（システム）を使うメリットはあると感じた。 <k社> ⑥弊社の場合、ほぼ自社内で積み合せ輸送を完結させており、日々物量変動中、本システムで共配貨物を検索するのは難しいと感じた。 <v社>

3. サポートセンターの対応についてのご報告

第2回検討会で提示

【サポートセンターの3つの役割】

【本日のご説明項目】

- ① 試行期間中の『マッチングシステム運用面の質問』
『マッチングシステム オペレーション面の質問』
『マッチングシステムの不具合』等
試行全般に亘る問い合わせ対応



サポートセンターが受けた問合せ実態

- ② ログインしていない/登録件数が少ない等、
試行期間中の利用実態※をモニタリング。
利用率の低い企業とコンタクトをとり、
活用を依頼。

※閲覧件数/登録件数/メール件数等、22の指標を設定済み



サポートセンターでのモニタリング項目

- ③ 登録情報の内容を確認/分析し、
マッチングの可能性のある情報(※)を
関係企業に情報発信。

※登録データのOD(From/To)を分析。

・OD(From/To)が合致するもの(××地方レベル)を
メールにて参加企業に情報発信。



サポートセンターからの情報発信実態

サポートセンターが受けた問合せ実態

試行期間中、システム不具合が1件発覚したものの、それ以外に重大なシステム上の問題は発生せず、殆どが操作に関する質問であった。

参加企業の方々のご協力により、非常に円滑に試行を行う事ができた。

【試行期間中、サポートセンターが問合せを受けた内容】

問合せ内容の分類	件数	問合せ(抜粋)	サポートセンタ対応
システム運用の問い合わせ	2	■ 幹線を走っていた車両の複路に貨物を積むことになった場合に、空で走行していた時の排出量をどのようにとらえて良いか分からない。 ■ 頂いたパスワードでログインできない	■ 改良トンキロ法では計算出来ないため、国交省と調整の上、燃料法にて登録してもらう旨を連絡。 ■ 再度パスワードを送信
システム操作の問い合わせ	2	■ 共配が実現した際の交渉中へのステータス変更の仕方が分からない。 ■ 物流情報を登録したはずの物流情報を閲覧出来ない。	■ オペレーションを説明 ■ ログを確認した所、登録情報項目の不足でエラーになっていたことが判明。原因を伝えて入力が正常に終了。
システム不具合の確認	1	■ 自身が最終ログインした以降に登録された情報に『NEW』表示がされるはずだが、朝から見ている物流情報が、何回ログインしても『NEW』表示のままである。	■ 問合せがあった11/9中に修正を行い、アクセスがない23時24分にリリース。
その他	1	■ 物流情報検索画面ですがピンポイントに都道府県を選択するのではなくある程度のエリアで検索したい。 例) 東北・関東・東海	■ 来年度に向けた改修候補項目として認識をした旨をメールにて返信

合計：6件

サポートセンターでのモニタリング項目と情報発信

ログインしていない/登録件数が少ない等、試行期間中の利用実態を2週間に1度の頻度でモニタリング。利用率の低い企業とコンタクトをとり、活用を依頼。(活動詳細は、『添付1_マッチングシステム利活用促進対応』参照)

【利用率に関する 2つのモニタリングの仕方】

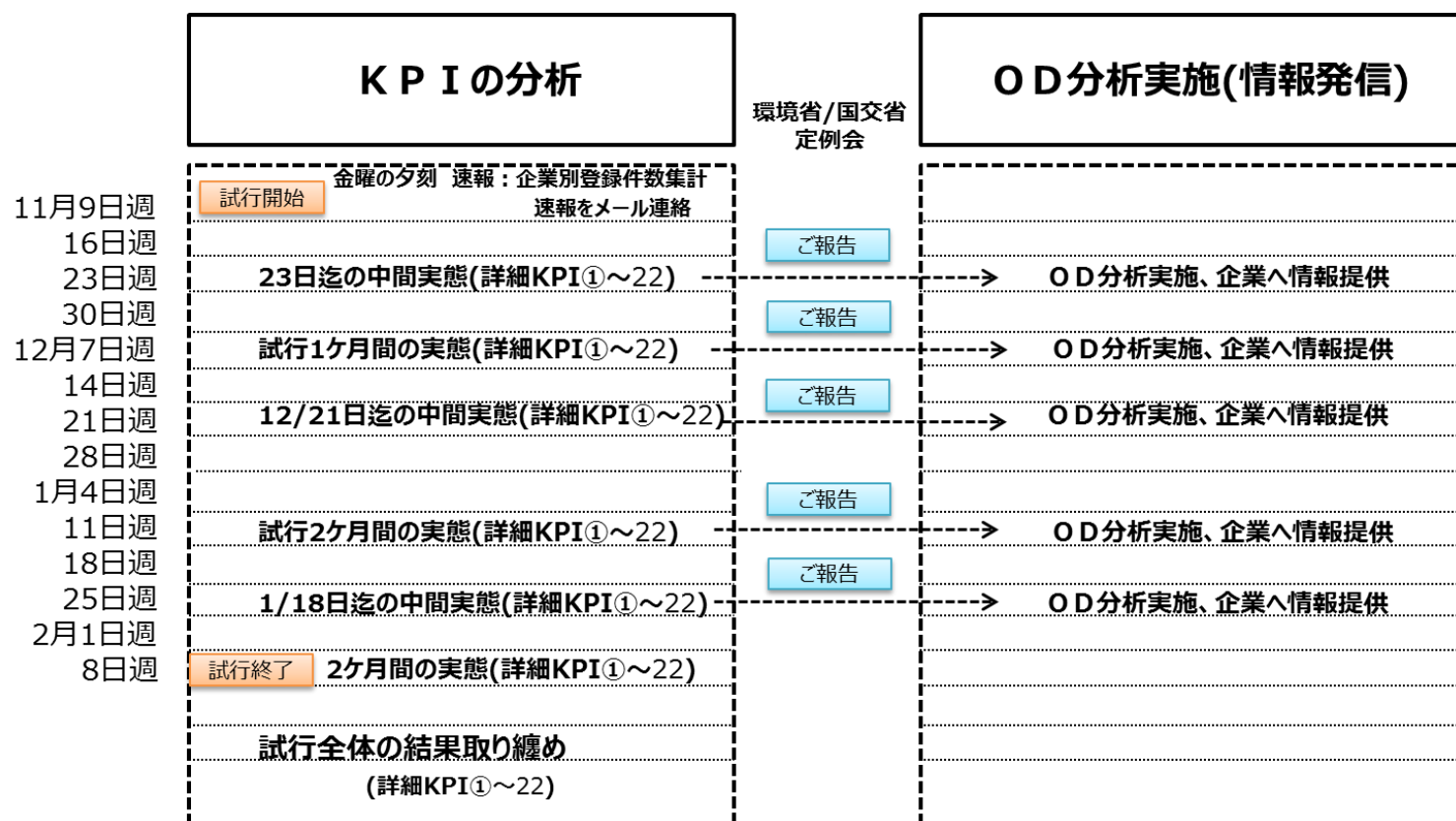
①ログデータ分析によるモニタリング

閲覧件数/登録件数/メール件数等、設定した利活用度を診断する22の指標を分析。

※22の指標は次頁参照。

②目視によるモニタリング

※簡易掲示板のメッセージ入力有無を目視モニタリング



ご参考：利活用度を診断する22の指標

KPI	定義(算出)		最終取り纏め単位
閲覧回数	見る	①閲覧企業別・ユーザー別の『ログイン回数(ログインボタンを押した回数)』	日別・午前/午後別
		②閲覧企業別・ユーザー別の『検索回数(検索ボタンを押した回数)』	日別・午前/午後別
		③閲覧企業別・ユーザー別・登録物流情報別の『詳細確認回数(詳細を確認するボタンを押した総回数)』	日別・午前/午後別
	見られる	④登録企業別・登録物流情報別・閲覧企業別の『照会された回数(詳細を確認するボタンを押された回数)』	日別・午前/午後別・・・③に同じ 切り口を変えただけ
登録件数	⑤登録企業別・ユーザー別・貨物/車両情報区分別・連絡事項別の『物流情報登録件数』 ～削除/編集を考慮せず～		日別 と 2週間トータル
	⑥登録企業別・ユーザー別・貨物/車両情報区分別の『物流情報削除件数』		日別
異業種登録件数	⑦品目名別・部門名別の『物流情報登録件数』・・・貨物情報のみ		2週間トータル
検索機能利用件数	⑧閲覧企業別・ユーザー別の『検索回数(検索ボタンを押した回数)』		2週間トータル・・・②の合計値
	⑨閲覧企業別・ユーザー別の『固定条件として反映させる+固定条件として登録する の合計回数』		2週間トータル
	⑩自拠点エリア内貨物情報を選択した回数		2週間トータル
	⑪鉄道・船舶の詳細情報を閲覧した回数		2週間トータル
メール送信件数	⑫閲覧(送信)企業別・閲覧企業ユーザー別・受信企業別の『メール送信件数』		日別
	⑬閲覧(送信)企業別・紐付け物流情報別・受信企業別の『メール送信件数』		2週間トータル
メール受信件数	⑭受信企業別・受信企業ユーザー別・閲覧(送信)企業別の『メール受信件数』		日別・・・⑭に同じ 切り口を変えただけ
	⑮登録企業別・登録物流情報別・閲覧(送信)企業別の『メール受信件数』		2週間トータル
マッチング成立件数	⑯マッチング成立件数		日別
	⑰登録企業別・マッチング先企業別の『マッチング件数』		2週間トータル
	⑱登録企業別・鉄道船舶企業別の『マッチング件数』		2週間トータル
類型別マッチング件数	⑲ 車両情報 登録企業別・連絡事項等(積み合わせできる貨物を探したい/車扱いで...)別の『マッチング件数』		2週間トータル
	⑳ 貨物情報 登録企業別・連絡事項等(積み合わせできる貨物を探したい/積み合わせできる車両...)別の『マッチング件数』		2週間トータル
	㉑ 鉄道・船舶情報 登録企業別・連絡事項等(積み合わせできる貨物を探したい/積み合わせできる車両...)別の『マッチング件数』		2週間トータル
CO2排出量登録件数	㉒ 共配を実施し、CO2排出量を登録した件数		1か月単位

サポートセンターからの情報発信内容

物流情報のマッチング促進を目的に、下記の2種類の情報を参加企業にメールを送信。

- i) OD(From/To)が合致しマッチングの可能性のある物流情報
- ii) 物流情報が貨物または車両に偏っている区間の情報 ... 第2回検討会ご報告内容より新規に追加

エリア別OD集計結果（サンプル）

1月24日時点の 物流情報件数		発地							総計
		北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四	九州・沖縄	
着地	北海道								
	東北		貨物:0 車両:3	貨物:4 車両:2					貨物:4 車両:5
	関東			貨物:6 車両:6	貨物:4 車両:1	貨物:9 車両:0	貨物:1 車両:0		貨物:20 車両:7
	中部			貨物:1 車両:0	貨物:1 車両:0	貨物:6 車両:0			貨物:8 車両:0
	関西					貨物:4 車両:2			貨物:4 車両:2
	中国・四国				貨物:3 車両:0	貨物:1 車両:0			貨物:10 車両:0
	九州・沖縄		貨物:1 車両:0	貨物:1 車両:1	貨物:1 車両:0	貨物:4 車両:0		貨物:3 車両:0	貨物:10 車両:1
総計			貨物:3 車両:3	貨物:13 車両:11	貨物:9 車両:1	貨物:24 車両:0	貨物:2 車両:0	貨物:5 車両:0	貨物:56 車両:15

i) マッチングの可能性のある
物流情報の存在する区間

ii) 物流情報のアンバランスな
区間

i)OD(From/To)が合致しマッチングの可能性のある区間の物流情報については、 物流情報を登録した関係企業に検討依頼のメールを発信

メール発信内容

★★★株式会社様

いつもお世話になっております。

こちらは、検証用マッチングシステム サポートセンターです。 検証用マッチングシステムの試行へご参加頂き、ありがとうございます。

さて早速ですが、検証用マッチングシステムの登録情報(18日時点)より、貴社にマッチングするかもしれない情報をピックアップさせて頂きました。
是非ともご参考ください。～既にご確認済みの際はお許し下さい！～

※貴社登録情報と、大まかに方面が合致する他の参加企業の方の情報をピックアップしています。

※本メール送信時点で、既に他の参加企業の方との共配成立等なされている可能性もあります。

※情報は、トップ画面のアイコン『物流情報を検索』でIDからの検索もできます。 オペレーションマニュアル 12頁を参照下さい。
不明な点はサポートセンターにお問い合わせ下さい。

■関東地方→東北地方

①貴社情報ID K00001 K00003

②マッチングするかもしれない他の参加企業の方の情報

・×××運輸様ID Y000005 Y000006 Y000007

■関東地方→関東地方

①貴社情報ID K00222

②マッチングするかもしれない他の参加企業の方の情報

・△△興行様ID Y000012

・〇〇産業様ID Y000013 Y000019

検証用マッチングシステムの試行も本日で折り返し点を迎えました。
引き続きの活用をよろしくお願いします。

ご参考：サポートセンターからの情報発信 内容

ii)物流情報が貨物または車両に偏っている区間については、今回システム改修で増やしたユーザの自拠点の住所情報を活用し、荷主・物流事業者別に情報登録の依頼メールを発信

例1) 発地：関西→着地：関東の区間

貨物情報:9件
車両情報:0件

発地または着地に自拠点を持つ
物流事業者に情報登録依頼の
メールを発信

例2) 発地：東北→着地：東北の区間

貨物情報:0件
車両情報:3件

発地または着地に自拠点を持つ
荷主に情報登録依頼の
メールを発信

メール発信内容

★★★株式会社様

いつもお世話になります。こちらはマッチングシステム サポートセンターです。

さて現在、下述の貨物情報(求:車両)が登録されています。
貴社にて共配可能な車両はありませんでしょうか？ 是非ともご検討下さい！！

【貨物情報(求:車両)】

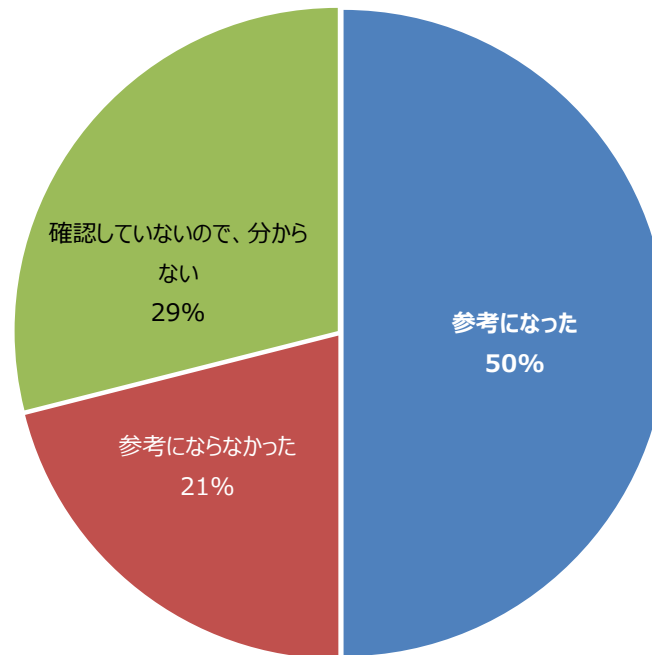
ID	発地	着地	登録企業名
K000002	関西エリア	関東エリア	株式会社〇〇〇
K000013	中部エリア	関東エリア	□□□株式会社
K000022	関東エリア	九州エリア	株式会社◆◆◆

注)発/着地の何れかが、貴殿の営業拠点所在地に該当する情報を抜粋しています。

サポートセンターからの情報発信の有用性(アンケートより)

- 半数の企業がサポートセンタから発信された情報が参考になったとの回答であった。

サポートセンタからの情報発信（OD情報）について



4. インタビュー結果のご報告

インタビュー実施 概観

1. インタビュー実施の目的

目的 A : インタビュー方式で確認する事により

アンケートでは分らないマッチングシステム利活用促進に向けた課題を更に発掘

目的 B : 『共同輸配送の取組み実態』 と 『実現に向け感じている課題』 を確認

＜インタビュー内容の構成＞

【 目的 A 】

マッチングシステム利活用の促進



＜マッチングの促進＞

- ・話し合い依頼する
決め手
- ・話し合いを中止した
要因 等

＜インセンティブ＞

システム利活用を促進する
インセンティブのアイデア



【 目的 B 】

共同輸配送の促進



＜共同輸配送の取組み＞

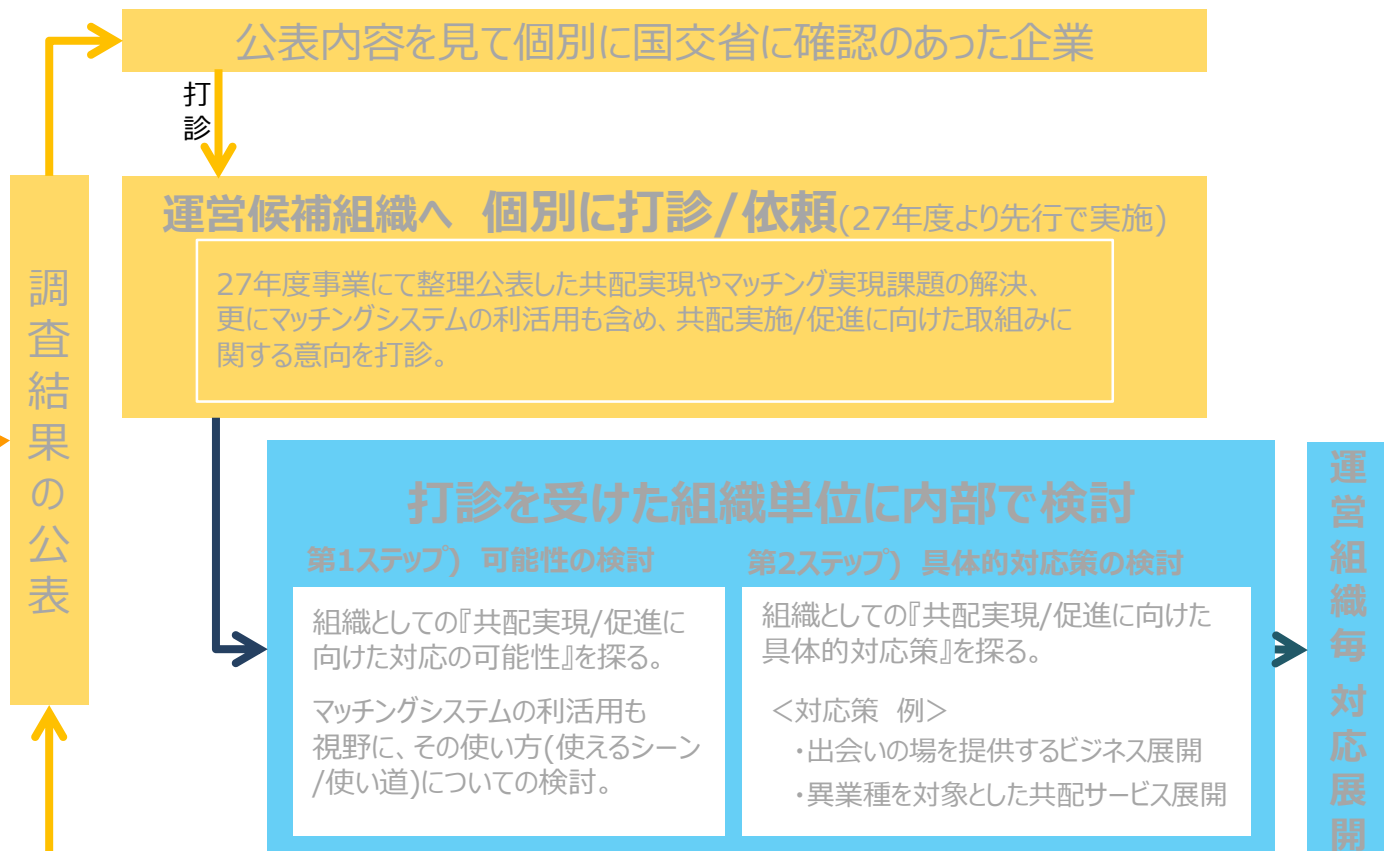
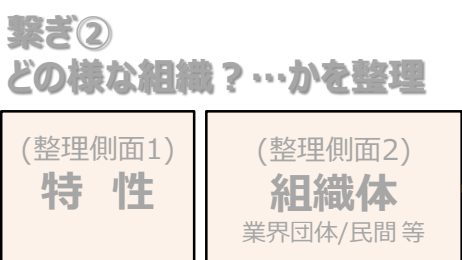
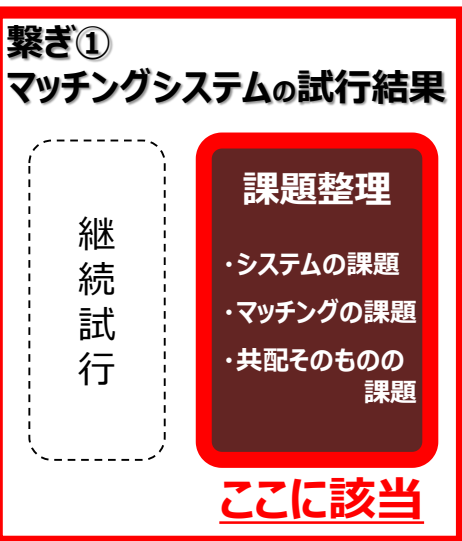
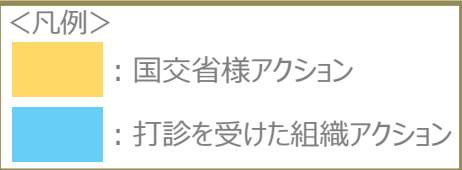
- ・現在の取組み状況
(含：モーダルシフト/CO2削減)
- ・共同輸配送実現に向けた課題



来年度以降の運営候補組織との個別打診/依頼に繋ぐ

(内容は第2回検討会でご報告済み・・・次頁参照)

28年度以降にMatchingシステムを運営する組織を検討するにあたっての全体像を示す。



インタビュー企業について

1. インタビュー実施企業数

試行参加企業の中から、 荷主：3社 物流事業者：3社 合計：6社

■ インタビュー企業抽出の基本的な考え方 ■

試行期間中に利活用度の高く、『話合い』や『共配成立』に到った企業にインタビューを実施。

※利活用度が低い要因については、その要因はアンケート項目にあり

2. インタビュー企業

荷 主

- ①C社
- ②G社
- ③L社

注)本枠とは別に、S社にも個別にインタビュー実施

物流事業者

- ①f社
- ②h社
- ③p社

5. データ傾向分析のご報告

1. 傾向分析実施の目的

マッチングシステム利活用の実態を分析する事により、下述 2 項目の潜在性を探る

- ① 共同輸配送実現に向けた**荷主/物流事業者のニーズを整理**
- ② 共同輸配送促進に向けた**新たな施策発掘の可能性を検証**

注) マッチングシステムの継続試行運用は、エリア限定、更に限られた企業間での活用。
よって物流業界全体の実態と乖離している可能性もあり。

2. 傾向分析実施の切り口

- 切り口 1. 登録されている情報の傾向を診る
- 切り口 2. 閲覧される(されない)情報の傾向を診る
- 切り口 3. 共配成立案件に着目 話し合い依頼まで期間と、話し合い期間の傾向を診る

3. 傾向分析対象のデータ

11/9から2/12までの継続試行期間にマッチングシステムに登録された全情報

切り口1. 登録されている情報の傾向を診る

貨物情報登録者の思い(希望)

積合せできる貨物を探したい

積合せしてくれる車両を探したい

車扱で積んでくれる車両を探したい

分析①

貨物情報登録者の思い(希望)について

- 件数比率
どのニーズが高いのか？
- エリア毎の特性有無
登録者の勤務地によって、傾向差はあるのか？

車両情報登録者の思い(希望)

積合せできる貨物を探したい

車扱で積める貨物を探したい

分析①

車両情報登録者の思い(希望)について

- 件数比率
どのニーズが高いのか？
- エリア毎の特性有無
登録者の勤務地によって、傾向差はあるのか？

分析②

貨物情報登録者の思いと、車両情報登録者の思いのギャップ

積合せしてくれる車両を探したい

車扱で積んでくれる車両を探したい

バランスは？

積合せできる貨物を探したい

車扱で積める貨物を探したい

分析③

積み合せニーズ ～中長距離での積み合せと近距離での積み合わせ

積合せしてくれる車両を探したい

ニーズは？

積合せできる貨物を探したい

分析① ・ 分析②

貨物情報登録者は

- ・積み合わせ貨物を求めているのか？
- ・積み合わせ車両を求めているのか？
- ・車扱い車両を求めているのか？

車両情報登録者が

- ・積み合わせ貨物を求めているのか？
- ・車扱い貨物を求めているのか？

登録情報区分	求める貨物 / 或いは車両	登録件数	区分内の割合	全体割合
貨物情報	1. 積合せ貨物を求める	12	9%	7%
	2. 積合せ車両を求める	25	18%	15%
	3. 車扱い車両を求める	99	73%	59%
	小計	136	100%	80%
車両情報	1. 積合せ貨物を求める	12	36%	7%
	2. 車扱い貨物を求める	21	64%	12%
	小計	33	100%	20%
合計		169		100%

貨物・車両情報登録者の双方が、車扱いの車両や貨物を主に求める。両者の思い(希望)は合致。

※試行期間中に共同輸配送が成立した案件全てが、車扱いでの共同輸配送であった事もその裏付け

この思いに、エリア間 (=登録者の勤務地) の格差はあるのか？ 次頁

切り口 1. 登録されている情報の傾向を診る 傾向分析結果

貨物情報登録者・勤務地別の登録内容

(上段：件数、中段：エリアごとの百分率、下段：ニーズごとの百分率)							
登録情報区分	求める貨物 / 或いは車両	勤務地 東北	勤務地 関東	勤務地 中部	勤務地 関西	勤務地 九州	総計
貨物 情報	1. 積合せ貨物を求める		11 15% 92%	1 6% 8%			12 9% 100%
	2. 積合せ車両を求める	3 75% 12%	8 11% 32%	2 13% 8%	12 32% 48%		25 18% 100%
	3. 車扱い車両を求める	1 25% 1%	55 74% 56%	13 81% 13%	26 68% 26%	4 100% 4%	99 73% 100%
	合計	4 100% 3%	74 100% 54%	16 100% 12%	38 100% 28%	4 100% 3%	136 100% 100%

車両情報登録者・勤務地別の登録内容

登録情報区分	求める貨物 / 或いは車両	勤務地 東北	勤務地 関東	勤務地 中部	勤務地 関西	勤務地 九州	総計
車両 情報	1. 積合せ貨物を求める	2 50% 17%	4 19% 33%	5 100% 42%	1 33% 8%		12 36% 100%
	2. 車扱い貨物を求める	2 50% 10%	17 81% 81%		2 67% 10%		21 64% 100%
	合計	4 100% 12%	21 100% 64%	5 100% 15%	3 100% 9%		33 100% 100%

大半エリアに於いて、車扱いの車両や貨物の思い(希望)が高い。顕著なエリア間格差はない。

※貨物情報の東北は積み合わせ車両の比率が高いが、全件数が4件。

車両情報の中部は、積み合わせ貨物を求めているが、件数母数は5件と少ない。

※『車扱い車両』、『車扱い貨物』にニーズは関東エリアが高いが、これは全体として関東の件数が多いからだと思われる。(赤字の百分率)

分析③

積合せの思い(希望)に着目

※貨物情報登録者の思い(希望)は、
・中長距離輸送での積み合わせ
・近距離輸送での積み合わせ
どちらのニーズが高い？

＜『積み合わせ車両を求める』情報に着目＞

発地エリア	着地エリア							総計
	東北	関東	中部	関西	中国	四国	九州	
東北					1		1	2
関東	4	5	1		1			11
中部		3	1					4
関西		2	2		2		1	7
中国								
四国								
九州							1	1

■ : 近距離輸送

※車両情報登録者の思い(希望)は、
・中長距離輸送での積み合わせ
・近距離輸送での積み合わせ
どちらのニーズが高い？

＜『積み合わせ貨物を求める』情報に着目＞

発地エリア	着地エリア							総計
	東北	関東	中部	関西	中国	四国	九州	
東北	3							3
関東		4						4
中部		2	1	1				4
関西								
中国				1				1
四国								
九州								

■ : 近距離輸送

■ 貨物情報登録者は、中長距離輸送での思い(希望)が強い

■ 車両情報登録者は、近距離輸送での思い(希望)が強い

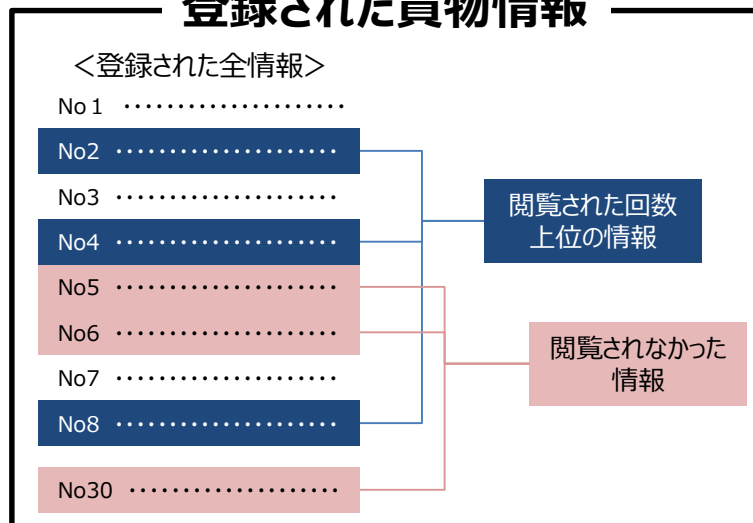
⇒この点では、ニーズ格差が伺える

※今回の共配成立案件は関東地方内が1件、残り6件は地方を跨る成立 ただし全て車扱い

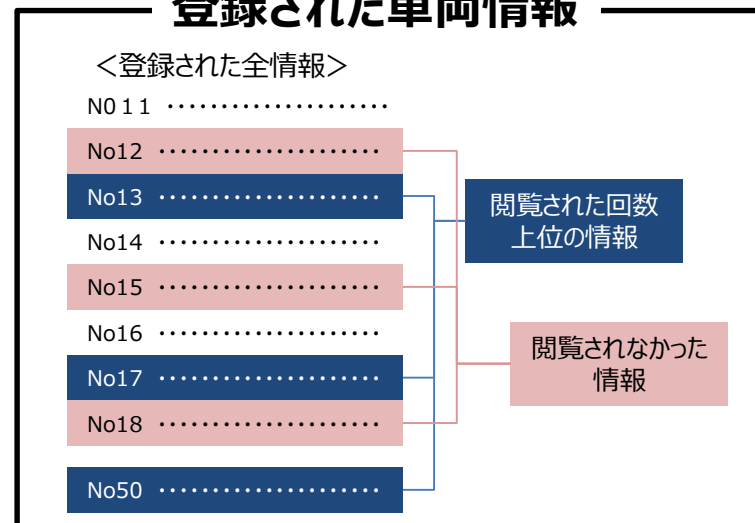
切り口2. 閲覧される(されない)情報の傾向を診る

分析①

登録された貨物情報



登録された車両情報



貨物情報登録項目(OD/臭い/汚れ/庭先条件等)に着目し

- 閲覧される回数の多い情報の共通点を診る
- 閲覧されない情報の共通点を診る

車両情報登録項目(OD/臭い/汚れ/特殊等)に着目し

- 閲覧される回数の多い情報の共通点を診る
- 閲覧されない情報の共通点を診る

分析②

登録された貨物情報



<参加荷主企業の業種グループ>



分析③

登録されている情報(貨物/車両)

<登録された全情報>

		< 期 間 >	
		FROM	TO
No 1		×月×日	×月×日
No2		☆月☆日	登録無し
No3		×月×日	×月×日
No4		×月×日	×月×日
No5		☆月☆日	登録無し
No6		×月×日	×月×日
No7		☆月☆日	登録無し
No8		×月×日	×月×日
No30		☆月☆日	登録無し

※FROMの登録がなくTOのみ入力している情報は無し

登録情報項目に『期間』に着目し

- FROM Toの双方が登録されている情報件数と、FROMのみ登録されている情報件数の比率
- FROM Toの双方が登録されている情報と、FROMのみ登録されている情報ではどちらが閲覧されているか？

分析①

貨物情報登録項目に着目し ■ OD別の閲覧傾向を診る

<OD別 閲覧された回数>

(単位: 回)

		発地エリア							
		東北	関東	中部	関西	中国	四国	九州	総計
着地 エリア	東北	1	73						74
	関東	3	56	24	49	1	1		134
	中部		18	6	14				38
	関西	2	16	1	1	2			22
	中国	1	2	11	7			9	30
	四国			1				3	4
	九州	1	4	17	7			9	38
	総計	8	169	60	78	3	1	21	340

車両情報登録項目に着目し ■ OD別の閲覧傾向を診る

<OD別 閲覧された回数>

(単位: 回)

		発地エリア							
		東北	関東	中部	関西	中国	四国	九州	総計
着地 エリア	東北	5	15						20
	関東	3	4	11	1				19
	中部		3	5					8
	関西		12			1			13
	中国								0
	四国								0
	九州								0
	総計	8	34	16	1	1	0	0	60

■ 最も閲覧された回数の多い情報は、貨物情報・車両情報ともに『関東⇒東北』

■ 発地エリアにのみ着目した場合は

貨物情報は、関東発・関西発の順で閲覧された回数が多いものの
関西発の車両情報閲覧回数は低い。

⇒ 関東発の閲覧回数が多い事は、登録件数比率が高い事も起因。

⇒ 関西発の車両情報が1件しかなかったため、関西発の車両情報閲覧回数が低い。但し本件、共配に向け現在話合い中

切り口2. 閲覧される(されない)情報の傾向を診る 傾向分析結果

貨物情報

マッチング実現の条件に着目し、その閲覧傾向を診る

→『臭い』『汚れ』『商品取り扱い注意』『庭先条件』

※今回の登録情報で、『臭い』がある情報は全て『汚れ』もあり。

■臭い有無別の閲覧された回数

(百分率は各項目の合計に対する割合)

	貨物 情報数	マッチングした 貨物情報数	閲覧された回数	平均閲覧回数/件
臭いなし 情報	132 97%	8 100%	323 95%	2.4
臭いあり 情報	4 3%	0 0%	17 5%	4.3
合計	136 100%	8 100%	340 100%	

■汚れ有無別の閲覧された回数

(百分率は各項目の合計に対する割合)

	貨物 情報数	マッチングした 貨物情報数	閲覧された回数	平均閲覧回数/件
汚れなし 情報	132 97%	8 100%	323 95%	2.4
汚れあり 情報	4 3%	0 0%	17 5%	4.3
合計	136 100%	8 100%	340 100%	

■商品の取り扱い注意（強度）有無別の閲覧された回数

(百分率は各項目の合計に対する割合)

	貨物 情報数	マッチングした 貨物情報数	閲覧された回数	平均閲覧回数/件
注意なし 情報	103 76%	8 100%	249 73%	2.4
注意あり 情報	33 24%	0 0%	91 27%	2.8
合計	136 100%	8 100%	340 100%	

■庭先条件有無別の閲覧された回数

(百分率は各項目の合計に対する割合)

	貨物 情報数	マッチングした 貨物情報数	閲覧された回数	平均閲覧回数/件
条件なし 情報	96 71%	7 88%	232 68%	2.4
条件あり 情報	40 29%	1 13%	108 32%	2.7
合計	136 100%	8 100%	340 100%	

■平均閲覧回数に着目すると、『臭い』『汚れ』『取り扱い注意』『庭先条件』の有無が
閲覧に及ぼす影響(条件有りの閲覧を敬遠)は低い。

■しかし、『臭い』『汚れ』『取り扱い注意』が有りの共同輸配送成立案件はない。

⇒共同輸配送成立案件で庭先条件ありの案件は、納入順を指定

切り口 2. 閲覧される(されない)情報の傾向を診る 傾向分析結果

車両情報

マッチング実現の条件に着目し、その閲覧傾向を診る

→ 『臭い』『汚れ』『特殊車両』

■ 臭い有無別の閲覧された回数

(百分率は各項目の合計に対する割合)

	車両情報数	マッチングした 車両情報数	閲覧された回数	平均閲覧回数/件
臭い貨物 積載NG	22 67%	6 100%	45 75%	2.0
臭いあり Ok・相談可	11 33%	0 0%	15 25%	1.4
合計	33 100%	6 100%	60 100%	

■ 汚れ有無別の閲覧された回数

(百分率は各項目の合計に対する割合)

	車両情報数	マッチングした 車両情報数	閲覧された回数	平均閲覧回数/件
汚れ貨物 積載NG	25 76%	6 100%	50 83%	2
汚れあり Ok・相談可	8 24%	0 0%	10 17%	1.3
合計	33 100%	6 100%	60 100%	

■ 特殊車両有無別の閲覧された回数

(百分率は各項目の合計に対する割合)

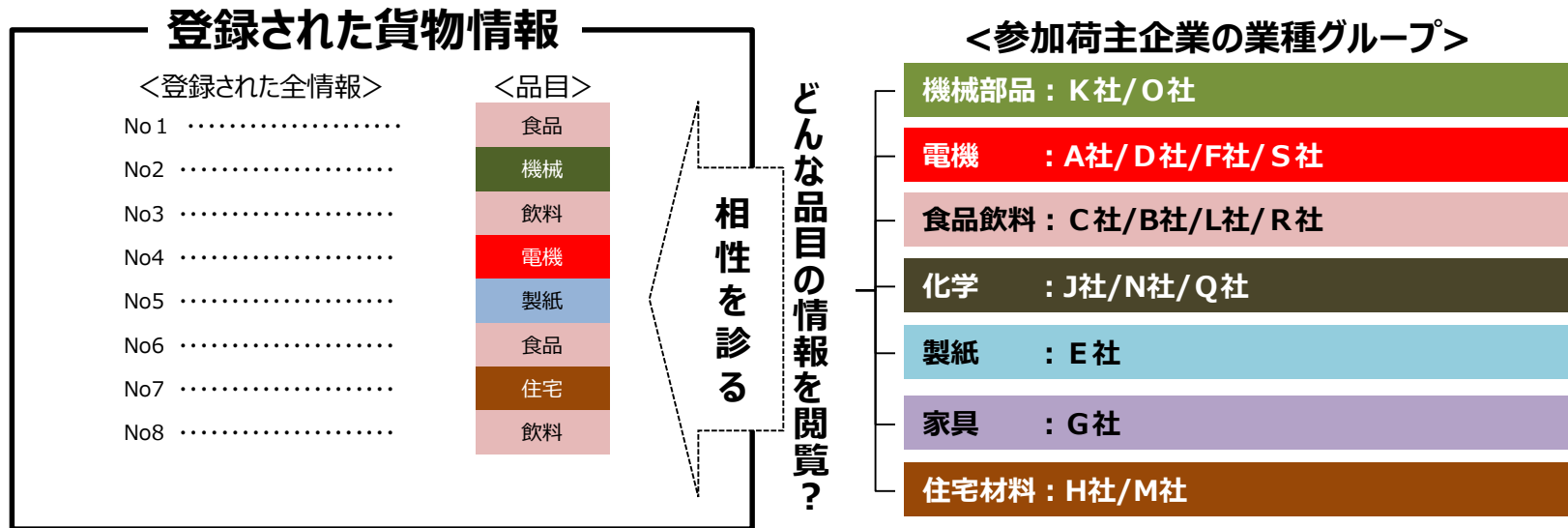
	車両情報数	マッチングした 車両情報数	閲覧された回数	平均閲覧回数/件
特殊なし 情報	31 94%	6 100%	59 98%	1.9
特殊車両 情報	2 6%	0 0%	1 2%	0.5
合計	33 100%	6 100%	60 100%	

■ 貨物情報と比較すると、『臭い』『汚れ』『特殊車両』の有無が閲覧に及ぼす影響は強いが
顕著な影響は伺えない。

■ 『臭いあり貨物積載可』『汚れあり貨物積載可』『特殊車両』で成立した共同輸配送はない

分析②

業種別荷主企業のグループの閲覧傾向を診る



添付 2 を参照

分析③

登録情報項目に『期間』に着目し

- FROM Toの双方が期間登録されている情報と、
FROMのみ期間登録されている情報では どちらが閲覧されているか？

期限の有無	物流情報件数 (件)	平均閲覧回数 (回)
期限あり	104	1.54
1ヶ月以内	85	1.22
期限なし	65	3.69
総計	169	2.37

情報登録において、期間を期限限定的に登録された情報は閲覧されない傾向にある。

今回、共配が実現した 7 案件に着目し

■ 登録してから話し合い依頼に到るまでの『期間』と『プロセス』

■ 話し合いを開始してから共配成立に到るまでの『期間』

を分析する。

依頼した企業	ニーズ種別	品目名	発地エリア	着地エリア	依頼した企業の 物流情報 登録日	依頼した企業が メールを送信した日	話し合い後 共配成立 登録日時	依頼された企業
●●会社					●	●		☆☆商事
●●会社					話し合い依頼に到るまでの『期間』と『プロセス』			■●興行
▲▲工業								◎◎産業

共配実現に向けた
話し合いに要した『期間』



依頼した企業	ニーズ種別	品目名	発地エリア	着地エリア	依頼した企業の 物流情報 登録日	依頼した企業が メールを送信した日	話し合い後 共配成立 登録日時	メール送信から 共配成立まで 話し合い期間	依頼された企業
C社	車扱い車両	日用品	関東	東北	2015/11/9	2015/11/9	2015/11/25	17日間	p社
C社	車扱い車両	食料工業品	関東	関東	2016/1/19	2016/1/19	2016/1/26	8日間	d社
h社	車扱い貨物		関東	中部	2016/1/21	2016/1/21	2016/1/29	9日間	C社
h社	車扱い貨物		関東	関西	2016/2/1	2016/2/1	2016/2/1	当日	C社
p社	車扱い貨物		東北	関東	2016/2/4	2016/2/4	2016/2/4	当日	C社
h社	車扱い車両	食料工業品	関東	関東	2016/1/21	2016/2/4	2016/2/4	当日	C社
h社	車扱い貨物		関東	中部	2016/2/9	2016/2/9	2016/2/9	当日	C社

A 話し合い実現までのプロセスにおいて、今回の試行では次のプロセスもあったと想定。

- ①『情報を閲覧』
- ②『話し合いをしたい情報を発見』
- ③『自身の情報を登録のうえ即メール送信』

B 話し合いに要した期間は、1週間から2週間程度。

当初予想よりも話し合いに要する期間が実態として短かった事が伺える。

5. まとめ

本事業の全体像と 今後の対応

H26年度・H27年度の事業の全体像概要と、調査結果を受けた今後の対応※です。

※今後の対応については第2回検討会にてご提示済み

【 H26年度 】

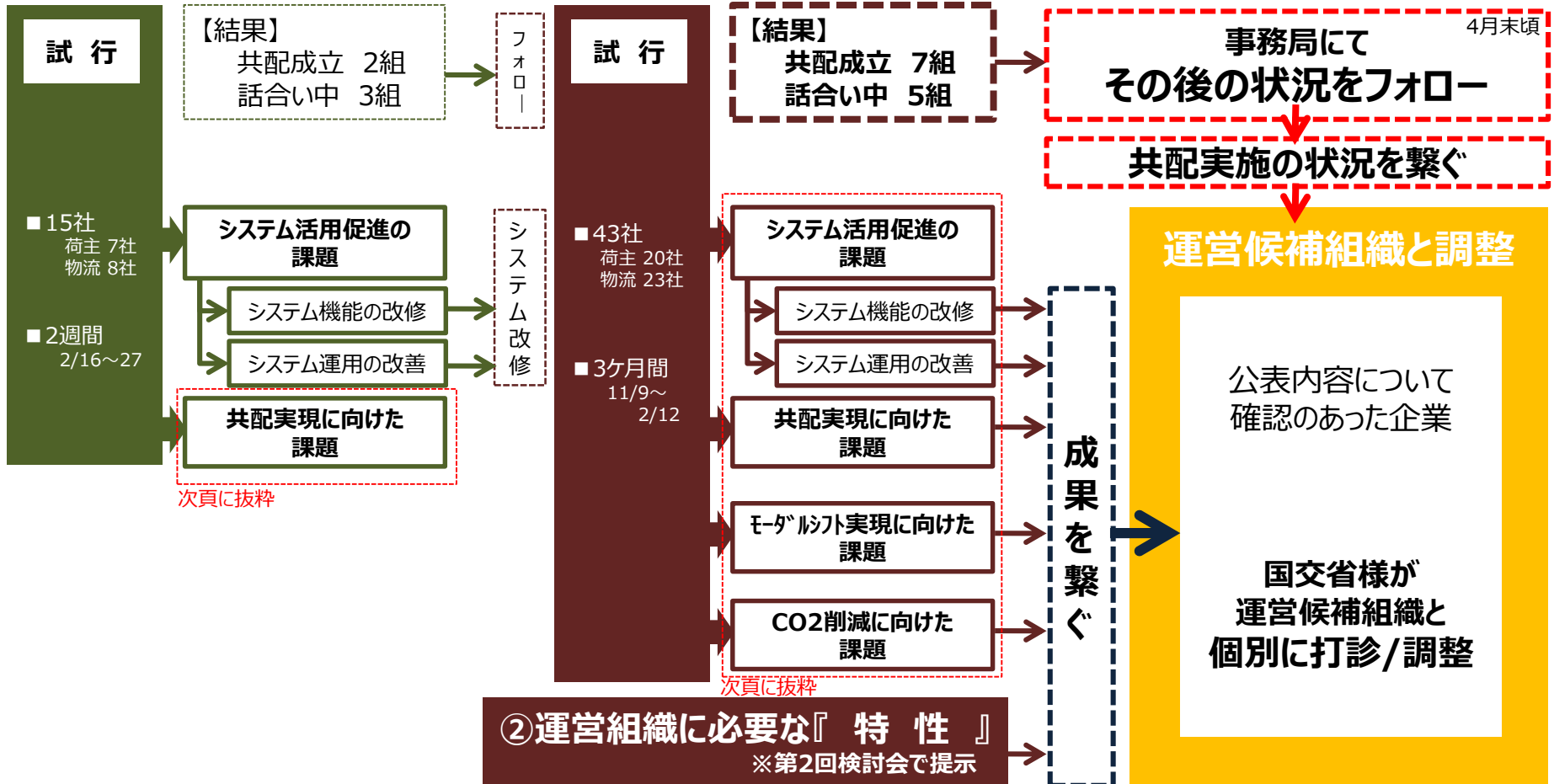
【 H27年度 】

【 H28年度以降 】

①第1弾 検証用マッチングシステム試行

①第2弾 検証用マッチングシステム試行

マッチングシステムを運営する 組織の検討



システム活用促進の課題

添付3

① マッチングシステムのオペレーション全般に亘る『システム機能』に関する要望/提言

より利便性の高いマッチングシステムの構築を繋がる『16項目の改修要望』を頂いた。改修効果を勘案のうえ対応する必要がある。

② マッチングシステムの運用面に係わる要望/提言

効果的なマッチング方式や、利活用を促進するインセンティブに関する提言を頂いた。

今後継続して運用し更なる共配実績を積み重ねていく中で、最適な運用要領の検討を深めていく必要がある。

共配実現に向けた課題

添付4

① 与信・信頼性の担保

与信体制は共配の礎となる重要な要素である。与信/信頼が担保されていない場合は、共配は実現しえない。

② 運用面での各種条件の合致

当事者間で解決する料金や荷扱い等の条件合致だけでなく、

納入リードタイムや納入頻度の見直し等、(着)荷主を巻き込んだ改革が重要である。

③ 荷主の理解/協力

積下し地での待ち時間削減や荷姿、更に物流事業者に対するパートナー意識が、共配の安定的継続を左右する重要な要因である。

モーダルシフト実現に向けた課題

添付5

① JR貨物/船社に対する課題

輸送の安定性やキャパの制限等、JR貨物や船社とともに解決しなければならない課題が多い。

② 利活用者の課題

区域間の荷量バランス是正や、既存の付き合い事業者との対応(既得権・共配検討時も同様の課題)等の課題を解決する必要がある。

CO2削減に向けた課題

添付5

① 新規車両の導入

4温度帯対応車両の新規開発/導入等、環境配慮型の新規車両を導入。しかし導入に伴う初期投資は莫大である。

② 仕組みの改革

ドライバー不足解消にも繋がる中継輸送、スループットタイムの改革、車両の大型化等の施策を展開。但しコスト増の要因もある。

最後に

- **CO₂排出量削減に有用な共同輸配送の促進**に向けた重要な施策のひとつである『**効果的かつ利便性の高いマッチングシステムの在り方**』について、平成26年度より2カ年に亘り検証をした。
- 同業種・異業種間の出会いの場を提供するマッチングシステムの2回の試行では、**約20件の出会い**を実現しており、このうち半数の**9件で共同輸配送が成立**したことから、本事業の目的である共同輸配送による**CO₂排出量削減の成果も確認**することができた。さらに、本試行での出会いを契機として、企業同士が共同輸配送にともに取り組むパートナーとしての**関係性を継続発展**させる動きもある。
本検証により、共同輸配送に向けた**企業間の出会いのためにマッチングシステムを導入・活用することについて、一定の有用性**があることが確認できた。
- 一方で、共同輸配送の実施に向けた**出会いは容易に実現するものではなく**、「第5章 共同輸配送実現に向けた課題」で整理したとおり、企業間の**与信や信頼性**、更には**運用面での各種条件の合致**など、様々な課題解決が必要な事もわかった。
また共同輸配送は、**荷主と物流事業者が一丸となって実施**する必要があるとの意見も多く、積下し地での待ち時間削減や荷姿改善等、荷主の理解や協力を求める声も多くあげられた。
- 『効果的かつ利便性の高いマッチングシステムの在り方』については、貨物情報・車両情報を登録する**現状の掲示板方式が良いとの声**が、試行運用に参加した事業者から多く寄せられた。
- **今後、共同輸配送を実施・検討している業界団体や民間事業者**においては、企業間の出会いを一層促進する**マッチングシステムを導入**することで、共同輸配送の輪を継続的に広げ、**共同輸配送成立率の向上**を図っていくことも大いに検討すべきである。その際は、**本検証において試行運用を実施した検証用マッチングシステムのあり方や整理された課題・ポイントを活用し**、利用者の具体的なニーズに応じたマッチングシステムの仕様や運営組織のあり方のほか、企業間の与信や信頼性、運用面での各種条件の合致等のシステム外の課題等について、十分に検討を行う必要がある。
- **CO₂排出量の削減は急務**であり、共同輸配送の促進のみならず、モーダルシフトの促進等、試行に参加頂いた企業がCO₂排出量の削減に繋がる様々な物流効率化の取組みをしている事もわかった。引き続き、**環境省においても低炭素化への取組みに繋げるための検討**を行うとともに、**国土交通省においても荷主、物流事業者等の関係者の連携による共同輸配送やモーダルシフト等物流の低炭素化に向けた取組み**を推進していくことが必要である。