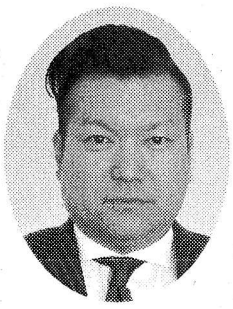
平野ロジスティクス

成田―羽田間でOLT強化

「＋2」など積極的に活用

平野ロジスティクス（本社・神戸市、田中英治社長）が成田空港―羽田空港間の保税転送サービス（OLT）を強化している。96チェ仕様のユニット・ロード・デバイス（ULD）を5台搭載できるフル・トレーラー車「＋2」を投入するなど、横持ち輸送の効率化で両空港の一体運用に貢献している。中部空港や関西空港と首都圏を結ぶOLTには、ULD4台搭載の「＋1」も活用してニーズに対応している。さらに現在、「＋1」や空調車両の増車、新型車両の開発も計画している。大型ローラーベッド車や空調車、「＋1」「＋2」、そして開発中の新型車両を加える形で、航空会社やフォワーダーなどの円滑な事業展開に貢献する構えだ。

長距離は「＋1」を中心に



平野ロジスティクスの現在の車両は大型車両を中心に40台強。「＋1」は8台、「＋2」は2台。「＋1」は、1台は関東をベースに、7台は関東をベースに運行。「＋1」を牽引するトレーラーヘッドは計12台あり、ヘッドを変えながらトレーラー部分を365日稼働させている。さらに大型ローラーベッド車を組み合わせることで、航空会社やフォワーダーなどの横持ち輸送ニーズに対応している。航空会社のOLTの受託企業数は約40社。成田空港到着貨物の荷主への配送サービスなども複数のフォワーダー、インテグレーターから受託している。

平野ロジスティクスはAEO特定保税運送者の承認を受けて2年。航空貨物分野でのセキュリティー体制の重要性はますます高まっている。そうした中にあって、AEO認証の取得、貨物輸送時の封印・施錠の徹底など、セキュリティー分野での先駆的な取り組みに対する業界からの評価も高い。

首都圏での事業は主に関東支店（千葉県成田市三里塚、益子研一支店長＝写真）がコントロールしており、成田空港外に拠点（倉庫を併設）をもつ。都内の東京営業所（江東区）がこれに加わる。東京営業所は2トン、4トン車を中心に運行している。関東支店の倉庫面積は約1000平方メートル。梱包関連資材の保管などを手がけており、すでにフル稼働の状況だ。空調倉庫のニーズもあり、今後の対応を検討している。

首都圏での事業概況をみると、航空会社のOLTに関しては、成田―羽田間では「＋2」をチャーター便の形で運行しているほか、「＋1」や大型ローラーベッド車による混載輸送も提供。成田―羽田間で1日35往復の水準で輸送サービスを提供している。首都圏―中部空港、首都圏―関西空港のOLTに関しては「＋1」や大型ローラーベッド車が活躍している。「＋1」については近く1台を増車する計画だ。首都圏―中部・関西などのOLT需要への対応を強化する。さらに現在、「＋1」「＋2」に続く新型車両の開発も進めており、成田―羽田間のOLTを中心に投入する計画だ。

関東支店の益子研一支店長は「『＋1』『＋2』、そして開発を進めている新型車両を含めて、空港間のOLTのニーズに確実に対応する。首都圏では成田―羽田の一体的な運用について、物流面で貢献する」と強調する。新型車両については今年夏の運行開始を目指している。

現在、医療関連貨物の輸送ニーズも多く、これに対応する形で、96サイズコンテナの搭載が可能な空調車を運行している。空調車については近く2台を増車。計5台体制でサービスを提供する予定だ。

米国西岸港湾の荷役遅延に伴い、今年2月から3月にかけてOLT需要が急増した。3月の中旬まで、航空会社のチャーター便への対応が続いたという。一方、OLTの事業傾向全般として益子支店長は「首都圏から西日本向けの需要が増加している」と説明する。

ドイツポストDHL

EBIT、1%減の7.2億ユーロ

1～3月期　フォワーディング65%減

ドイツポストDHLの2015年1～3月期連結決算は、売上高が前年同期比8・8%増の147億ユーロ（1兆9698億円、1ユーロ＝134円換算）、EBITが1%減の7億2000万ユーロ（965億円）、純利益が1・4%減の4億9500万ユーロ（663億円）だった。グローバルフォワーディング／フレート部門のEBITが65・3%減だった。各市場で利益圧迫要因が続いていることや昨年来、IT（情報技術）を含めた組織改正プログラム（ニュー・フォワーディング・エンバイロメント＝NFE）を進めており、関連費用を計上しているため。

15年通期のEBITの目標は30億5000万～32億ユーロで変更なし。内訳は、「Post 0-eCommerce-Parcel」（PeP）部門が少なくとも13億ユーロ、「DHL」（エクスプレス部門、グローバルフォワーディング／フレート部門、サプライチェーン部門の合計）が21億～22億5000万ユーロだ。

決算をセグメント別にみると、PeP部門の売上高は3・6%増の41億1000万ユーロ、EBITは0・8%増の3億9900万ユーロだった。同部門のうち、eコマース・パーセル事業（ドイツ国内およびクロスボーダーのeコマース関連）の売上高は13・7%増の15億3700万ユーロ。今年2月からスロバキアで事業を開始した。同事業の売上高のうち、ドイツおよび欧州以外での事業に分類される「DHL eコマース」の売上高は25・8%増の3億2200万ユーロだった。

エクスプレス部門は売上高が12・5%増の32億4000万ユーロ、EBITは20・3%増の3億3200万ユーロ。各サービス取り扱い実績をみると、国際エクスプレスの配送時間指定サービス（タイム・デフィニット・インターナショナル＝TDI）の1日当たりの取扱量は7・1%増の約71万個、1日当たりの売上高は3・5%増の3520万ユーロだった。売上高を地域別にみると、欧州は5・4%増の14億2700万ユーロ、米州は14・1%増の5億9000万ユーロ、アジア太平洋地域（APAC）は19・4%増の11億7700万ユーロ、MEA（中東・アフリカ）は15・5%増の2億5400万ユーロ。

グローバルフォワーディング／フレート部門の売上高は7・6%増の37億8900万ユーロ、EBITは65・3%減の1700万ユーロだった。売上高の主な内訳は、航空が11・9%増の12億9000万ユーロ、海上が12・2%増の9億4000万ユーロ。貨物取扱量は、航空が0・3%増の93万5000トン、海上が0・4%増の52万2000TEUだった。

サプライチェーン部門は売上高が12・4%増の39億4200万ユーロ、EBITが37・6%減の5300万ユーロ。売上高の主な産業構成は、

UPS

革新性でエジソン賞金賞

UPSの「UPS My Choice（UPSマイチョイス）」サービスおよび「UPS Access Point（UPSアクセスポイント）」ネットワークが2015年エジソン賞のカスタマーサービス部門で革新的サービスとして評価され、金賞を受賞した。同賞は未来のイノベーター育成に尽力する非営利法人エジソン・ユニバースが運営するプログラム。UPSはこれら取り組みにより、オンラインで買い物をする多忙な消費者やグローバルにビジネスを行う小売業者が、個人宅への商品配達を円滑に行えるよう、個別ニーズに対応したソリューションを提供している。

今回の受賞者は、過去の受賞者や学トップクティた、「U世界16ぶ登録配達予用してョン設貨物をされる可能だ一部物の受「UP指定すコンビの「Uでは、可能に「UPネット昨年は年5月ボストている全米4UPSSも含まには欧ケット見込み

「UPSマイチョイス」および「UPSアクセスポイント」新製品開発チーム