

平成 14 年度 流通情報工学課程 卒業論文要旨
海上コンテナ輸送における船社戦略についての検討

学籍番号 99760

氏名 増森大輔

指導教官名 鶴田三郎 黒川久幸

1. はじめに

現在、定期船航路ではたとえアライアンスに加盟していても原則的には自由競争であるため、自社獲得貨物は他社との戦略及びサービス水準の違いによって決定される。従って、各船社は自社貨物を獲得するための戦略、及びサービス内容を決定する必要がある。しかし、海運アライアンスの極めて劇的な変化、及びコンテナ船大型化の急速な発展に、船社は経営戦略を決めかねている。そこで、本研究では船社のとるべき戦略の意思決定支援を行うことを目的とする。

2. 船社戦略モデル

船型の異なる複数船社の競合下において各船社の利益最大を目的とし、荷主行動を考慮した船社戦略モデルを構築する。この船社戦略モデルを用いて、各船社が船型を変化させた場合と、コンテナ需要を変化させた場合についての感度分析を行い、船社が投入すべき船型について検討する。同時に、小型船型を用いる船社が大型船型を用いる船社の隙間を縫った航路開設行動についての検討も行う。

3. 船社戦略についての検討

船社の船型及び航路開設行動に関する戦略には、「大型化の戦略」の他、「小型化の戦略」があることがわかった。

「大型化の戦略」の結果を図 1 に示す。大型船を運用している船社は、規模の経済性の追及による「大型化の戦略」が、利益向上につながる。現需要において平均船型 6000TEU 程度までの大型化で利益向上となる。

小型船を運用している船社が、大型化の戦略をとった場合の結果を図 2 に示す。中途半端な大型化は利益減少となることがわかり、他船社の平均船型を上回ることが利益向上につながると言える。これには、多大な資本投入が必要となる。従って、他船社の平均船型を上回るだけの資本投入の決定が重要であると言える。

「小型化の戦略」の結果を図 2 と 3 に示す。小型船を運用している船社は大型化戦略と小型化戦略の 2 つ選択があるが、小型化の戦略のほうが資本投入を考慮して比較的推進しやすい戦略であると考えられる。小型化の戦略を用いる場合は、積載率向上と隙間を縫った航路開設行動が重要であることがわかった。その際、積み残しコンテナの多い地域へ航路開設するよりも、思い切った小型化を行い、隙間配船、積載率向上の戦略で利益向上につながることが考えられる。

4. おわりに

大型化の戦略は、他船社の戦略に多大な変化を引き起こすことがわかった。従って、大型化の戦略は他船社の戦略を考慮し、自社戦略を決定する寡占市場であるといえる。一方小型化の戦略は、他社の戦略に対応したニッチ市場への進出であるといえる。

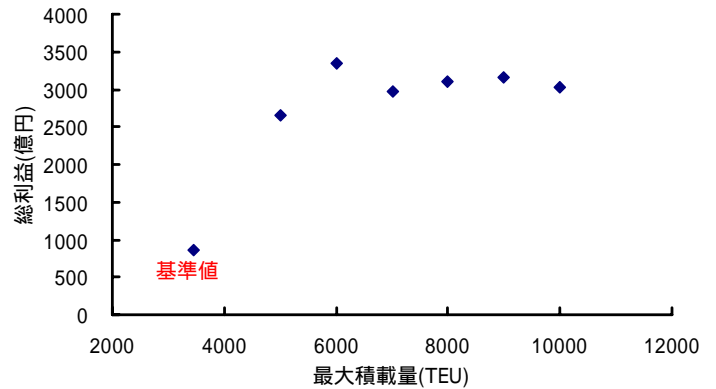


図1 Maersk-Sealandが大型化した場合の総利益の推移

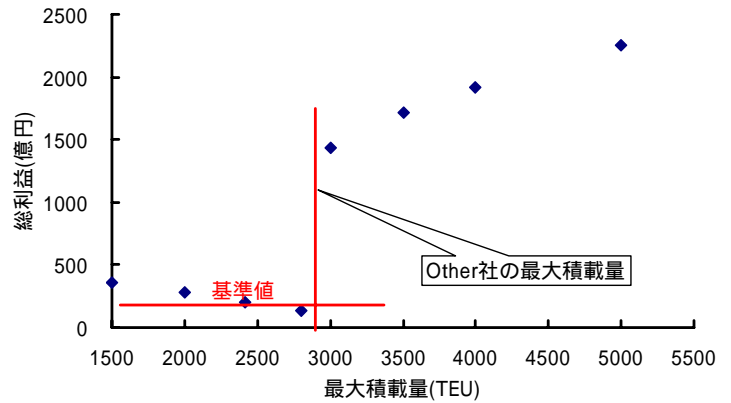


図2 COSCO-K Line-Yang Mingが大型化した場合の総利益の推移

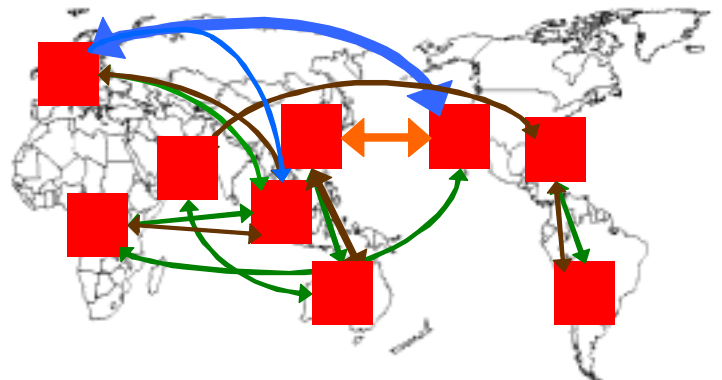


図3 小型化した場合の航路開設行動