製品輸入と港湾運送事業の役割

三　村　真　人
（神奈川大学）

目　次

はじめに
1．輸入構造の変化と製品輸入
(1)．製品輸入の増加とその背景
(2)．輸入額と製品輸入比率の推移
(3)．企業戦略と個人消費に組み込まれる製品輸入
(4)．製品輸入拡大の諸施策
2．港湾運送事業の製品輸入増への対応化
(1)．港湾運送事業の機能とその変化
(2)．港湾運送事業のコンテナ化への対応
(3)．製品輸入への対応
(4)．実現すべき具体的対応策
結びに

はじめに

従来，港・港湾は貨物流通の結節点として貨物の集荷・配送の場として機能してきた。とりわけ貿易貨物の流通においては国際運送＝海上運送と国内運送＝陸上運送を連結させ，貨物集積の場として経済的機能を発揮し，かつ，貿易貨物の取り扱いにおいては公安・治安および社会風俗上の取締の場としても機能しているのである。特に貿易貨物（外国貨物）の集積の場として関税法の指定する開港は貨物流通の場としてのみならず，国家の安寧秩序の観点からみても果たす役割は大きいのである。

製品輸入の増加・拡大は港湾に相当な影響をおよぼすのである。従来，我が国においては，港湾，とりわけ開港（貿易港）は輸出主導型であったと言えよう。従って，輸出向け貨物の保管・管理のための施設・設備は整備され，港湾業者にあっても，貨物取り扱いの技術は優れており貨物取り扱い上の事故発生は僅少であるが，一方，輸入ではバルク貨物が主体であることから製品貨物の保管・管理の為の施設整備は不十分であった。現在，製品輸入が増加する

状況の中で輸入製品の保管・管理が十分に為しうる施設・設備の整備が必要であると同時に港湾業者としても，この製品輸入増に対応しなければならない。

このことは港湾業者としては単に従来通りの港湾貨物の取扱い，すなわち，港湾内のみでの貨物荷役機能を果たすのみでは港湾業者＝港湾産業としての存立が困難になるものと思料される。貿易構造の変化に対応する新たな機能なり役割を港湾業者が演じていかなければ，その将来的存続は望めないのではないだろうか。そこで本稿では製品輸入の増加状況と，これに伴う輸入構造の変化に対応すべき港湾産業＝港湾業者の今後の役割について展望したいと考える。

1．輸入構造の変化と製品輸入

(1)．製品輸入の増加とその背景

近年，我が国の貿易構造は製品輸出主導型から消費財，生活用品を中心とした製品輸入型へと大きく変化しつつある。大幅な貿易黒字を生み出している現状改善のため輸入拡大，とりわけ製品輸入の拡大振興が国策としても計られ，その結果，数年前までは製品輸入比率が25%から30%程度にすぎなかったものだが，1991初頭では50.3%へと僅か2～3年内で2倍の輸入増加を実現した。これほどの増加率であっても欧米諸国の70%～80%の輸入比率とは相当な格差があり，ここに欧米諸国，とりわけアメリカ，フランスなどから市場開放，製品輸入のより一層の拡大を強く要求する理由が存している。

周知の通り，我が国は加工貿易構造の下で鉄鋼，石炭，穀物などのバルク・カーゴを主体に輸入する産業構造を構築して来た結果，輸入に占める原材料の輸入額は勿論，数量においても圧倒的に輸出を上回り輸出入量の割合は輸出1に対し輸入8ともなり輸出入量のインバランスは余りにも著しいのである。また輸入内容を製品と原材料に分けて金額的に見ると原材料の占める割合が70%から80%にも達していたのである最近に至って漸く製品輸入比率が急伸したが，内需拡大の呼び声の下に新しい取引形態が出現した。例えば，消費者による輸入品の使用・消費のためには個人輸入，あるいは逆輸入や再輸入，更にはＯＥＭ生産による開発輸入，そして伝統的輸入取引に対抗する取引形態として並行輸入といった多角的な輸入ルートが開拓され外国商品・

製品の輸入拡大に拍車をかけたのである。輸出では重厚長大型貨物から軽薄短小型製品・部品の取引構造の大変革がみられ，鉄鋼，船舶等の輸出から半導体を中心とする付加価値の高い製品輸出へと輸出構造が大きく変化してきた。この輸出構造の変革に順応するかの如く，輸入振興に伴う製品輸入が一段と増加したのであった。

我が国の輸入構造に大きな変化をもたらしたのは1985年後半期以降から始まった大幅な円高であった。石油ショックを境にしてドルの価値は下落し始めたが，70年後半には1ドル190円から170円へと著しく円高になった。80年前半では200円台の為替相場を推移したが，80年代後半に入ると再び円高が進行し，1990年には135円から140円の振幅を示しながら相場は大きく動いているのである。円高の進行は輸入価格を下落させる経済的効果を生じさせる。したがって国内価格に比して有利な輸入価格で製品輸人を図ることができる。円高の効果は特にアジア地域からの輸入に著しく影響をおよぼし，製品や食料品などの普及品である消費財の輸入増加をもたらしている。輸入消費財の加工は国内ではあまり行われないため，原材料や中間財の輸入と比較すると，輸入価格の安価さが価格競争力を直接に発揮し[1]，小売価格に反映されて，それだけに消費財を主流にした製品輸入が著しく増加する要因ともなる。

従来では，商社を主とした輸入ルートでの製品輸入であったが，最近では，大型小売店や流通業者による，いわゆる開発輸入（ＯＥＭ生産による製品輸入）が増えており，国産品よりはるかに安価な外国製品が存在し輸入されることが製品輸入拡大の大きな要因と背景になっている。

⑵．輸入額と製品輸入比率の推移

総輸入額と製品輸入額の推移をみると製品輸入比率が一貫して伸びており，1980年では輸入総額1405億ドルに対し，製品輸入比率は僅か22.9%の低率にすぎなかったが，1988年には輸入総額1873億ドルのうち製品輸入額が918億ドルに達し，その製品輸入比率は49%に上昇した。この間の総輸入額の伸びは約33%であるが，製品輸入比率の伸びは著しく2.13倍にも達し，製品輸入額においても約2.8倍の増加を示したのである。伸び率でみると製品，食料

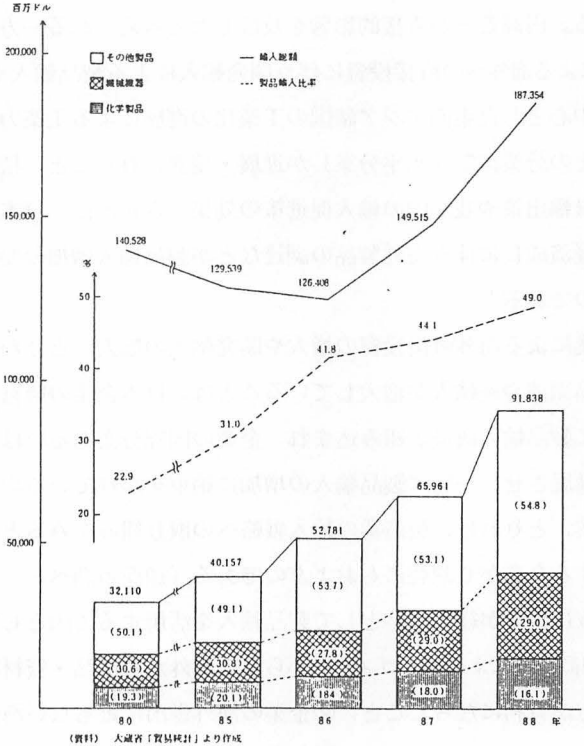
品，原材料等の伸び率が高く，鉱物性燃料は低下の傾向にあった。この中でも製品の伸び率をみると85年には前年度に比してマイナスの伸び率になったものの．それ以降では30%から40%近い伸び率を示し製品輸入の伸び率が一段と顕著であった。とりわけ88年における商品別増加率をみると食料品17.8%．原材料15.9%，鉱物性燃料マイナス2.1%であったのに対して．製品の伸び率は68.4%におよび，製品輸入が総輸入額の著しい増加に大きく寄与しているのである。[2]そして，90年には製品輸入比率は50.3%に増加した。しかし，アメリカ，ドイツ等の先進諸国の製品輸入比率は70%から80%の高率である。また，国民1人当たりの製品輸入額をみると日本434ドル，アメリカ1229ドル，ドイツ2179ドル，カナダ2714ドルで，アメリカの3分の1，ドイツの5分の1，カナダの6分の1にすぎず，著しく低額の輸入状況となっている。ただ，一言，言及するならば，製品輸入の動向はは食糧自給状況や資源の供給状況および周辺工業国の有無等に大きく左右されるものである。[3]また，我が国の場合，原材料や鋼物性燃料の輸入額がフランス，ドイツ，イギリス等に比べて2倍から3.5倍に達していることから製品輸入比率が先進諸国の製品輸入比率に及ばない理由が存しているものである。

増加する製品輸入の中で欧米諸国からはハイテク製品，付加価値の高い製品および高級品のブランド製品等が主として輸入されている。例えば，アメリカからは航空機，コンピューターや集積回路が高いシェアーを占め，ドイツからは乗用車，顔料，染料，医療品，インク類，イギリスからは乗用車，金や白金の一次製品，フランスからはヘリコプター，核燃料，美術骨董品等の製品が列挙される。

これに対して．アジアＮＩＥＳ．ＡＳＥＡＮ．中国からは労働集約型製品，日用品および汎用品等，主として低コストを生かした廉価品が主流をなしている。具体例としては厚板，傘，ラジオ受信機，衣料品類，貴石・半貴石などである。

以上のように，我が国の製品輸入は欧米諸国とアジアからの輸入という輸入先によって2極分化された状況を呈しており，いずれの地域からの輸入も著しい増加を続けているのである。

図１　製品輸入①



通商白書（平成３年度）より転用。

表１　製品輸入②

（百万ドル）

		80	85	86	87	88
総輸入		140,528 (27.0)	129,539 (▲5.1)	126,408 (▲2.4)	149,515 (18.3)	187,354 (25.3)
	製品	32,110 (11.6)	40,157 (▲1.1)	52,781 (31.4)	65,961 (25.0)	91,838 (39.2)
	食料品	14,666 (1.7)	15,547 (▲3.0)	19,186 (23.4)	22,395 (16.7)	29,120 (30.0)
	原材料	23,761 (7.1)	18,045 (▲7.6)	17,537 (▲2.8)	22,022 (25.6)	28,040 (27.3)
	鉱物性燃料	69,991 (54.6)	55,790 (▲7.5)	36,904 (▲ 33.9)	39,137 (6.1)	38,356 (▲2.0)

（注）（　）内は対前年伸び率
（資料）大蔵省「貿易統計」

(3). 企業戦略と個人消費に組み込まれる製品輸入

円高が輸入促進にインパクトを与え，輸入製品の価格下落の効果が現れたことである。円高こそが直接的影響を及ぼしたと考えられる一方，更には，日本企業による海外への直接投資に伴う開発輸入による製品輸入やアジアN-ＩＥＳを中心とした東南アジア諸国の工業化の進展による工業力の上昇の結果，日本との分業体制（水平分業）が進展・確立されたこと，積極的な外国企業の対日輸出策や我が国の輸入促進策の効果，さらには，日本の旺盛な内需による経済成長に伴う海外製品の調達などが製品輸入増加の要因として挙げられるのである。[4]

日本企業による海外直接投資の増大や開発輸入の拡大，とりわけ，アジアからの製品調達や逆輸入が増大していることは，日本企業の経営のグローバル化戦略に製品輸入政策が組み込まれ，企業の国際分業あるいは企業内分業を一段と進展させ，一層に製品輸入の増加に拍車をかけているのである。

日本企業，とりわけ，製造業の輸入戦略への取り組みをみると輸入拡大を図ろうとする企業が6割強にもおよぶのである（通産省調べ）

このように企業が経営戦略として製品輸入を活用する要因としては，(1)85年以降の円高行進によって，コスト面からみて海外から部品・資材等を調達・輸入した方が有利になったこと，(2)企業の海外進出にともない海外生産が本格的に稼働し始めたことにより逆輸入が行われるようになったこと，(3)外国企業（主としてアジア系）の技術水準の向上により，積極的に外国企業の生産した製品の利用が可能となり，部品や中間財等を自社の生産工程に組み入れるようになったこと，(4)貿易摩擦の回避および国際協調を目的として企業が自ら積極的に輸入拡大政策を立案して製品輸入の拡大に取り組んでいることである。[5]

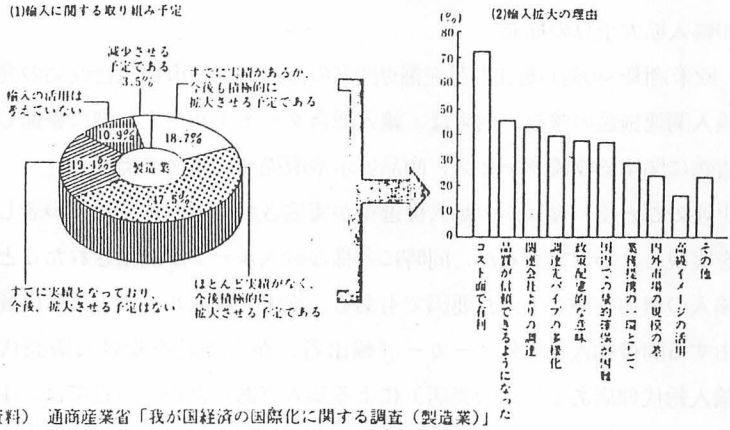
特に，製造業においては「コスト面での有利さ」が輸入を拡大する最大の理由として挙げられるが，さらには，輸入品の品質に対する信用度が高くなったことや，海外進出した関連企業からの調達・輸入等も挙げられる。

外国企業の技術水準の向上や日本企業の海外進出にともなう海外生産体制は水平分業化を実現させることである。その結果，外国企業及び海外生産拠

点から完成品の輸入増加をもたらすのである。地域的にみるとアジアＮＩＥ-Ｓ，ＡＳＥＡＮ諸国からの輸入増加が目立つのであるが，この地域の企業，とりわけ，製造業の技術力向上にともない，我が国の企業が現地地場企業に対して委託生産，いわゆるＯＥＭ生産を行い，その製品輸入を図る企業が増大していることが製品輸入増加に寄与しているのである。

逆輸入を行う企業は海外進出企業のうち約半数近くもある。このうち自社の海外生産拠点からの逆輸入やＯＥＭ生産により自社のブランド名を付けた製品を輸入する企業が全体の約９割弱にもおよぶのである。

図 2　我が国製造業における輸入拡大への取り組み



（資料）　通商産業省「我が国経済の国際化に関する調査（製造業）」通商白書（平成３年度）より転用。

(4)．製品輸入拡大の諸施策

輸出関連企業にあっても国際協調の立場や貿易摩擦回避を目的として海外に生産拠点を移動させる方向にある。その結果，我が国からの輸出減を図る一方，部品，資材等の輸入を拡大する中長期的な戦略を展開しようとする企業が増加しつつある。したがって，今後一層に我が国の輸入は拡大する傾向にあり，その中でも製品輸入の拡大には官民挙げての取り組みが行われていることから一段と輸入増加が行進することであろうが，この動向に対し積極的な輸入促進策が施されている。促進策の幾つかを挙げると次の通りである。[6]

(1)関税の引下げおよび撤廃

工業品を中心とする90年４月に1004品目の関税が撤廃され，４品目の関

税引き下げが実施された。

⑵製品輸入促進税制の創設

流通業者，製造業者に対する税制面での優遇措置。流通業者には製品輸入の増加額の20%を限度とする輸入製品国内市場開拓準備金の積み立ての取り崩しの承認。製造業者には製品輸入増加額の５%の税額控除もしくは製造用機械に対する10%または20%の割増償却の選択の承認。

⑶輸入促進のための政策金融の拡充

日本開発銀行および日本輸出入銀行による輸入関連施設や対日直接投資へ融資の拡充および製品輸入についての外国の輸出企業への直接融資。

⑷輸入拡大予算の拡充

欧米諸国への対日輸出商品発掘専門家の派遣および市場適合商品の発掘，輸入関連施設の整備，例えば，輸入総合ターミナルを主要港に整備し輸入貨物に関する物流サービス，商品展示や販売サービスの提供。

上述のごとく，幾つかの輸入促進策が実施されて製品輸入比率の著しい伸びを実現したわけであるが，同時に多様な輸入ルートが開拓されたことが製品輸入の増加を押し上げた要因でもある。従来，輸入ルートとしては商社を経由する間接輸入と海外メーカー（輸出者）から委託を受けた販売代理店（輸入総代理店あるいは販売店）による輸入であったが，最近では，⑴海外メーカーと直接に接触しての直接輸入，⑵ＯＥＭ生産に代表されるように商品の仕様・規格等を海外メーカーに指示して製品輸入を行う開発輸入，⑶輸入総代理店を経由せずに第三国あるいは第三者を通して輸入する並行輸入等の各種輸入ルートが設定され，商社，百貨店，スーパー，問屋等の，いわゆる流通業者が各輸入ルートを積極的に活用している。

新しい輸入ルートには取引上のリスク負担およびサービス提供やノウハウ不足についての懸念があるが，消費者の要望にあった商品提供を可能とし，また，輸入品を安く流通させ得る利点を生み出していることから，旧来からの輸入ルートに加えて多様な輸入ルートが製品輸入の拡大に大きく貢献しているところである。したがって今後，これら輸入ルートでの製品輸入は更に拡大を続けることであり，市場には消費者の好みに合った豊富な商品が流通

し消費者に豊かな消費生活を実現してくれるものと期待されうる。

2．港湾運送事業の製品輸入増への対応化

(1)．港湾運送事業の機能とその変化

製品輸入が拡大の方向にあることは記述した通りである。重厚長大型商品取引から軽薄短小型商品取引へと取引形態が転換して来た。特に輸入においては原材料主流型の輸入形態から製品輸入型の取引形態へと輸入構造の変容が進行しているのである。このような様相の下で，港湾産業は輸入構造の変化に対応すべき方策を講じなければならない。

今，「港湾産業」なる語句を用いたが，港湾産業の概念については，ここでは，深く考察するつもりはなく，かなり狭義の意味で港湾運送事業（者），すなわち港運業（者）に限定しておきたい。(7)

港湾運送事業（者）は海上運送と陸上運送との結節点である港湾において一つの事業主体および経営体として公共的役割を果たし，当事業が生産するサービスを利用者に提供し利用者もこのサービスを要求することで運送貨物が商品として価値を生み出し，また，貿易取引上の価値も生み出されるのである。そして，当事業は海上運送および貿易運送の補完的構能も果たしているのである。実務的にみるならば，国際海上運送人（船社）や貿易商人（荷主）に対し港湾サービス（貨物の適切な取り扱い，保管・管理および円滑な受渡しなど）を提供することで運送人や商人をして船舶等の適確な配船および運航や正確で適時の商品受渡しを可能にしているのである。

港湾運送事業は港湾という限られた場所で機能を果たし存立して来ているが，港湾は商品流通と物流の連結点であるからして，この連結点に存立する港湾運送事業は商品流通と物流の両分野で事業体として機能し得る可能性を有しているものと考えられる。この分野において港湾運送事業が新しい機能を果たすことで，従来からの港湾内のみでのサービス提供から脱出して新たな総合的物流機能を果たす事業体として存続しうるのである。

従来，港湾運送事業は労働集約型ないしは依存型の荷役事業として位置付けられるところでもあり，また，公共規制の下で公益サービスを提供する規

制産業として存立してきたが,[8]この労働集約型ないしは依存型事業から資本集約型事業へと変革を余儀なくされてきた。すなわち，総合物流業への展開であるが変革を余儀なくされて来た背景には国際貨物運送形態の改革であるコンテナ化がある。貨物運送のコンテナ化は当然に港湾貨物の取り扱いにおいてのコンテナ化でもあった。

⑵港湾運送事業のコンテナ化への対応

昭和43年に始まった海上運送革新はコンテナ化であったが，今日では世界主要定期航路は殆どがコンテナ化されている。昭和45年ではコンテナ化率は輸出では僅かに12.1%，輸入では5.3%に過ぎなかったが，昭和62年では輸出で48.7%，輸入で30.1%となった。横浜港においては輸出では13.1%から60.1%輸入では9.1%から57.1%へと著しくコンテナ化が押し進められて来ている。製品輸出型の貿易構造であった我が国の貿易状況からすれば，輸出面でのコンテナ化率が輸入に比して一段と進行したことは当然であった。コンテナ貨物として最も適しているのがロット積みできる製品貨物であれば商港として位置づけられる港湾のコンテナ化は急速に発達したのである。一方，輸入においては原材料主体の海上運送であることからコンテナ化は進まなかったのである。しかし，今日，今後においては製品輸入が拡大するに伴い輸入面でのコンテナ化が益々進展するものと考えられる。したがって，港湾運送事業にあっても，このコンテナ化に対応しなければならない。勿論，輸入でのコンテナ化が進行たとしても，コンテナ取り扱い，あるいはコンテナ荷役のノウハウについては熟練し，輸出同様に適切かつ安全な荷役が遂行されることは間違いない。効率的計画的なコンテナ作業が行われることで確実かつ正確な輸入貨物の荷捌き・流通が港湾の中で実現することになるのであるが，港湾内で荷捌きされる貨物は出来るだけ迅速にかつ完全に港湾を流通して目的地あるいは荷受人への引渡しが行われなければならない。ジャスト・イン・タイムの貨物流通を強く求めているのが今日の商業界である。荷主側からの要請に応じた貨物取り扱いから港湾の枠を抜け出し，積極的に貨物流通の需要を掘り起こして行かなければならない。

本来，港湾運送事業は他人の需要に応じて港湾荷役を行うものである。[9]し

かし，この場合の需要はあくまでも輸出入貨物の本船への，あるいは本船からの受渡しにともなう港湾荷役を請負うもので，荷主側からの荷役委託に過ぎないのである。したがって，かかる荷役作業は港湾内に止どまるにすぎない。コンテナ化の進行はポート・ツー・ポートからの運送からドアー・ツー・ドアーの運送の複合化であるため，多様な運送サービスを荷主に提供することが強く求められる。それ故に，港湾運送事業においては港湾内を脱出して倉庫地点にまで眼を向けた内陸志向の貨物流通機能を遂行しなければならない。

(3)製品輸入への対応

製品輸入の増加は輸入港に到着した製品が迅速・円滑に消費市場に商流して行くことが強く要請される。コンテナ埠頭に到着したコンテナ船からの荷卸から市場への搬出，またはＣＦＳでデバニングされた製品がいち早く消費者の需要に応じるように港から持ち出される物流サービスが港湾に求められるのである。港湾から市場に向けての物流・商流が速やかに実現するためには港湾運送事業の機能の拡大が否応なしに要求されるのである。まさに港湾運送事業は港湾における物流の主体事業（者）である。[10] したがって，製品輸入の増加に対して多様なサービスが輸入者や小売業者および消費者等から要請されるのである。輸入通関，荷主別，地域別区分けおよび確実な荷渡しの実行，かつ損害防止等に対して細心にして木目細かい貨物取扱いおよび諸手続きの遂行である。製品輸入を阻害する要因として輸入関係者が指摘することは(1)輸入通関の面倒さ・煩雑さ，(2)輸入品の保管場所の散在や不明確さ，(3)適切な保管・管理情報の提供不足等である。[11] これらの阻害要因を除去できるのは輸入製品の輸入港到着から小売・消費時点までの物流・商流サービスが効率的に組み合わされ，一貫した製品流通が実現してこそである。

製品輸入は産業構造および消費構造の高度化・多様化によって，より拡大し少量・多品種で軽薄短小の製品が，その輸入の対象となったのである。このため，製品輸入者あるいは利用者，いわゆる荷主からの港湾運送事業に対するニーズは多様化しているのである。輸入製品の運送・保管といった個別的機能サービスは勿論，製品の在庫管理，流通加工および情報処理等のサー

ビスを含む製品流通における一貫したトータルな物流サービスの提供が期待されるのである。多品種小口の輸入製品であればある程，無在庫＝即納化，納期の指定＝ジャスト・イン・タイムの納入化が要請されるのである。[12] こうした多様なサービスのニーズに対して港湾運送事業が呼応することこそが製品輸入への対応化であり，経営構造の改革であり，また，経営の高度化を実現し得るのである。

(4)．実現すべき具体的対応策

港湾運送事業が果たすべく具体的対応策として若干次のことが列挙される。[13]

①輸入製品の保管・管理機能の拡充――ストックポイントの創設

製品輸入は多品種・小口の輸入である。この種製品の輸入時から荷主への受け渡しまでの全区間および全期間にわたる流通調整を行い，製品保管・管理から需要に応じての流通加工および配送・受け渡しの機能を拡充することである。輸入製品は種類によるとしても，輸入通関手続きをはじめ検査・検疫が実施されることもあるため，これら諸作業に応じ得る機能を果たし得ることが求められる。このため，一ケ所に製品を集荷して製品輸入に必要とする一切の輸入物流作業（業務）が遂行され，製品の物流が円滑に行われることが必要である。このような機能を果たす施設を製品ストックポイントと呼ぶが，この施設で経営活動を展開することが港湾運送事業にとっては新しい事業を引き起こすことになるのである。

②情報流通・管理の充実・拡充

適確な情報収集および提供こそが円滑な製品輸入を実現させ得る。仕出国における船積情報をはじめ，船舶動静，陸揚げ，通関，在庫，保管，管理および配送等の製品流通に関する一切の情報を収集かつ提供することである。多品種で小口の製品を多頻度輸送するのが製品輸入であるため，情報管理の整備・充実は港湾運送事業が総合物流業に進出する場合には不可欠な基盤とる。特に顧客へのサービス機能の拡充こそが港湾運送事業の情報化の目的の一つである。

③製品流通との連携

製品の生産に合わせて貨物を適確に運送し，需要に応じて確実に配送する

ことが必要である。即ち生産と配送において時間の無駄を生じさせないことである。ジャスト・イン・タイムの納入・配送が可能となる物流システムを構築することが必要である。

輸入振興，とりわけ製品輸入の増大に伴い港湾での流通システムが組織化・高度化される。ストックポイント，流通加工，情報流通，管理等の各機能の充実・整備が図られることで製品輸入は一段と促進される。同時にこれら諸機能を港湾運送事業が果し得るならば，当事業の高度化を促すものでもある。正に新しいサービスとして港湾運送事業が顧客に対して提供すべきサービスであり，これらの業務分野に進出することが港湾機能の高度化ともなり，また，港湾の発展にもなるのである。

結びに

製品輸入—輸入振興が輸人構造を変容させて来たが，この事象は単に貿易問題だけでなく，港湾のあり方，港湾に存立する産業—港湾運送事業の質的改革を余儀なくさせている。港湾は貨物通過の場であり，同時に集積の場でもあるが，また情報収集の基地でもある。この場所に存在する産業—事業は多角的な機能を果たし，サービスを提供することが求められる。国際複合運送の発展は輸出国の倉庫から輸入国の倉庫までの貨物運送に関する一切の情報を入手・活用することで確実で，かつ完全な運送，即ち貨物の受渡しが実現しうるのである。国際運送人として国際フォーワーダーが出現し船社との緊密な連携の下に一貫運送が遂行されている。この国際フォーワーダーとして業務展開することが今後の港湾運送事業の方向付けであろう。現時点で思料するなら，製品輸入増への対応として，内陸志向型の事業経営を展開させ，記述したごとき諸機能を果たすことが港湾運送事業の課題であり役割でもある。また，製品輸入を実行する需要者のニーズに呼応しうる組織化・高度化を推進することが緊要である。そして機構，施設の整備・拡充は当然であるが，これらを業務遂行の中で有機的に結合させ，成果を現出させ，顧客の最も欲するサービスを提供するためには優れた人材を必要とする。人材教育こそが経営の要である。人材教育の環境整備もまた港湾

運送事業には大きく課せられていることを指摘しておきたい。

注(1) 経済企画庁・総合計画局編 『輸入と物価』 平成元年7月，13頁。

(2) 前掲書，1頁。

(3) 通商産業省，通商白書 平成3年6月，157頁。

(4) 日本貿易振興会，ジョトロセンサー，「特集・輸入大国ニッポンへ」，昭和63年10月，第38巻。

(5) 通商白書，168頁。

(6) 前掲書，170頁～174頁。

(7) 港湾産業としては，次のような業種がある。港湾建設業，土木建築業，通関業，倉庫業，海運貨物取扱業，梱包業，港湾運送事業，船舶代理店業，船用品販売業，通運業等々である。喜多村昌次郎著，『港湾産業』 成山堂，昭和46年，11頁～12頁参照。

(8) 富田功 港運業の変貌と課題，『港湾経済研究』（日本港湾経済学会編）No.27，1989年10月，158頁。

(9) 港湾運送事業法第2条第1項。

(10) 港湾近代化促進協議会「新しい国際状勢の下での港湾運送事業の高度化」平成元年3月，15頁。

(11) 前報告書，18頁。

(12) 日本港運協会編集部，港運「港運業の活性化対策」1989年1月，14巻，72頁。

(13) 港湾近代化促進協議会，「国際物流の変化の中での港運業の対応策に関する調査報告書」昭和63年3月，65頁。