

物 流

【要約】

- 2009 年度のトラック輸送量(トン数)は、生産、消費、建設関連貨物の全品目で減少。▲6.7%の大幅減少となる模様。2010 年度についても、海外経済については最悪期は脱したと見られるものの、国内景気の力強い回復までは期待できないことから、前年比 1.7%と小幅増加と予想する。1996 年度のピーク時対比約 3 割減、1970 年代前半の水準にまで減少することに。
- 現下の事業環境悪化を受け、営業用トラック台数(供給)は減少に転換。しかしながら、供給減少を上回る需要の減少から、需給は更に悪化すると予想。需給悪化を背景とした、運賃引き下げ競争激化が顕著に。
- 上場大手 5 社の 2009 年度決算は、荷動きの大幅減少から大幅な減収となる見込み。営業利益についても、減収影響と荷主からの運賃引き下げ圧力から大幅に減益。大手事業者でも黒字確保が精一杯の状況であり、2 期連続で減収減益と予想する。2010 年度は、荷動きの若干の回復と、国内運送会社の淘汰、物流子会社のアウトソース進行から、上位事業者においては、増収増益を見込む。

I. 産業の動き

1. トラック輸送量(トン数)：2009 年度は大幅減少。2010 年度は 2009 年度比若干の回復。

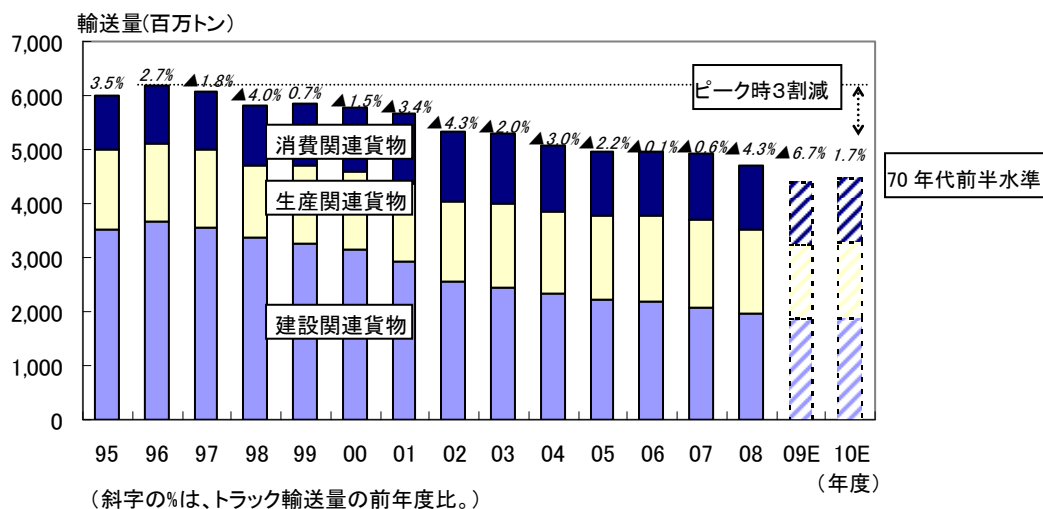
2009 年度は 2 期連続して大幅な市場の縮小

2009 年度のトラック輸送量(トン数)は、2008 年度後半の世界景気の急落を背景とした、企業の設備投資の縮退、雇用・所得環境の悪化から、生産・消費関連貨物が約 1 割程度減少し、建設関連貨物についても住宅着工が減少傾向にあることから減少が継続した模様。この結果、全品目で減少となり、2009 年度のトラック輸送量(トン数)は約 44.0 億トン、前年度比▲6.7%となる模様(【図表 17-1】)。

2010 年度は生産関連、消費関連で若干の回復はあるものの、建設関連の更なる減少により、トータルとしては微増

2010 年度は、「子ども手当」等が政策的に実現すれば購買力が下支えされ個人消費は増加基調が予想され、また海外経済も最悪期を脱すると見られるものの、国内景気の力強い回復までは期待できないことから、輸送量は若干の回復に留まる見込み。生産関連貨物は足許一時期の急激な在庫調整期は脱し、その反動から前年度対比では増加に転ずる見込み。消費関連貨物についても、所得環境の一段の悪化はあるものの、現状では「子ども手当」等による下支えを前提にすれば個人消費は増加基調が予想され若干の増加を予想。建設関連貨物については、2010 年度一般会計当初予算で公共事業関係費が 2009 年度一次補正後予算対比で大幅に削減される見込みであることから、マイナスと予想。よって、2010 年度のトラック輸送量(トン数)は約 44.8 億トン(前年度比+1.7%)と、最悪期は脱するものの、若干の回復に留まる見通し。

【図表17-1】品別トラック輸送量(トン数)



(出所) 国土交通省「自動車輸送統計年報」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 2009、2010年度はみずほコーポレート銀行産業調査部予測値

2. 事業者の動向：トラック台数は減少に転じるも、需給ギャップ改善には繋がらず

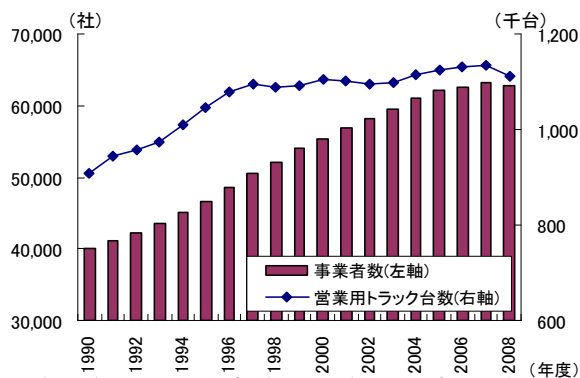
2008年度、事業者数が初めて減少に転じる

トラック事業者数及び台数は、参入障壁の低さと規制緩和を受け、この環境下においても、増加傾向が続いてきた(【図表17-2】)。しかし近年、環境規制の強化、燃油や人件費の負担増、運賃の下落等による業界環境の悪化から、増勢は鈍化し、事業者数については、2008年度に初めて減少に転じた。

大幅な需要減少から、需給の改善には繋がらない

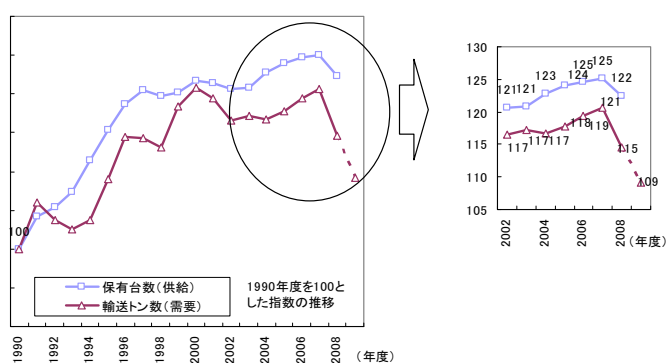
これまで事業環境が悪い中でも供給が増加してきた斯業界において、トラック台数が減少に転じたことは、需給のタイト化・改善という観点からは、期待の持てる動きと評価できる。しかしながら、現実的にはトラック台数の供給の減少を大幅に上回る需要の激減を背景に、当面の間、需給の改善は期待できないだろう(【図表17-3】)。

【図表17-2】営業用トラック事業者数とトラック台数



(出所) 国土交通省資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表17-3】需給ギャップ



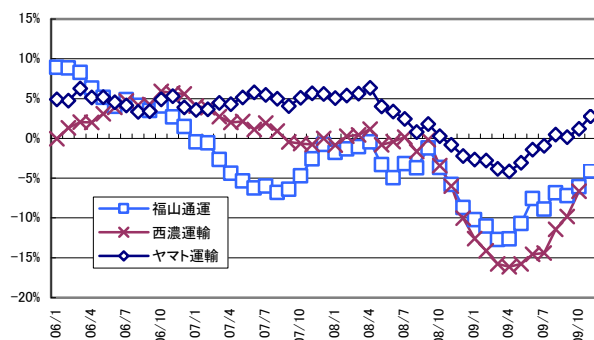
(出所) 国土交通省資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

3. 運賃の動向

需給緩和も背景
に運賃引き下げ
競争が再燃

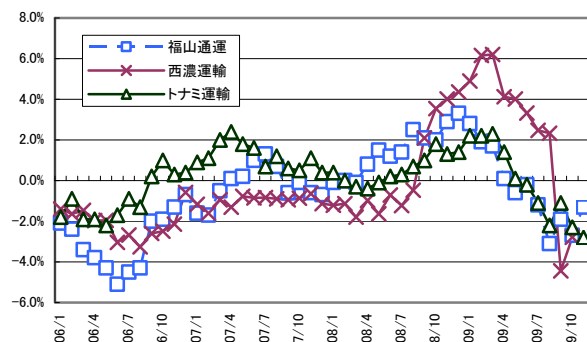
近年有力事業者は、輸送量の拡大を背景に、荷主への運賃値上げ交渉を行い、運賃適正化を進めてきていた。しかしながら、2008年度後半の荷動き急落に伴って、足許運賃単価が急速に下落し歯止めがかからない。荷動きの低迷を背景に、運賃引き下げ競争の激化が予想されるが、これ以上運賃下落が進むと、大手でも営業黒字確保が困難となる可能性もあり得る。取扱量の確保と収支採算を睨んだ各社の運賃戦略が問われよう。(【図表 17-4、5】)。

【図表 17-4】特積み大手の月次取扱量(前年同月比)



(出所) 公表資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成
(注) 福山、西濃はトン数、ヤマトは宅急便個数(3ヶ月平均に補正)

【図表 17-5】特積み大手の運賃単価(前年同月比)

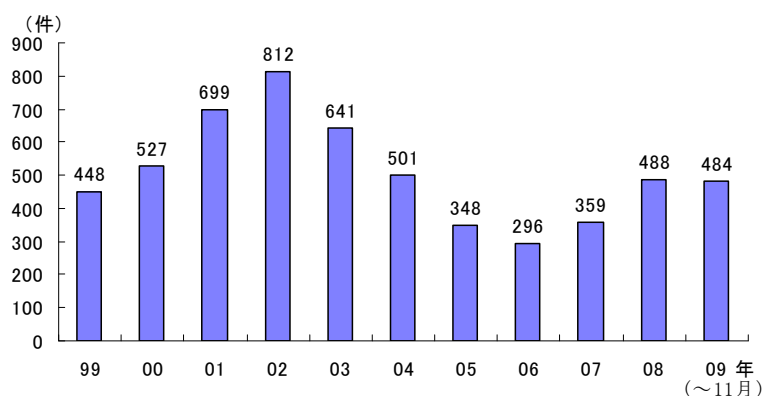


(出所) 公表資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

運送事業者の倒
産件数が増加傾
向に

中小の事業者については、他の事業者とサービスの差別化を図りにくいこともあり、単純な価格競争に陥りやすい。足許の環境下、中小事業者は収支改善が進まず、倒産件数は増加している。2009年は11月時点で既に昨年と同等レベルの件数となっているが、今後も倒産件数は増加していくものと見ている。また中堅クラスの事業者であっても収益性の悪化から倒産へと追い込まれ、結果として、大手事業者が荷物を引継ぐといったケースも増加する可能性が高いと思われる(【図表 17-6】)。

【図表 17-6】運送業者の倒産件数



(出所) 帝国データバンクよりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

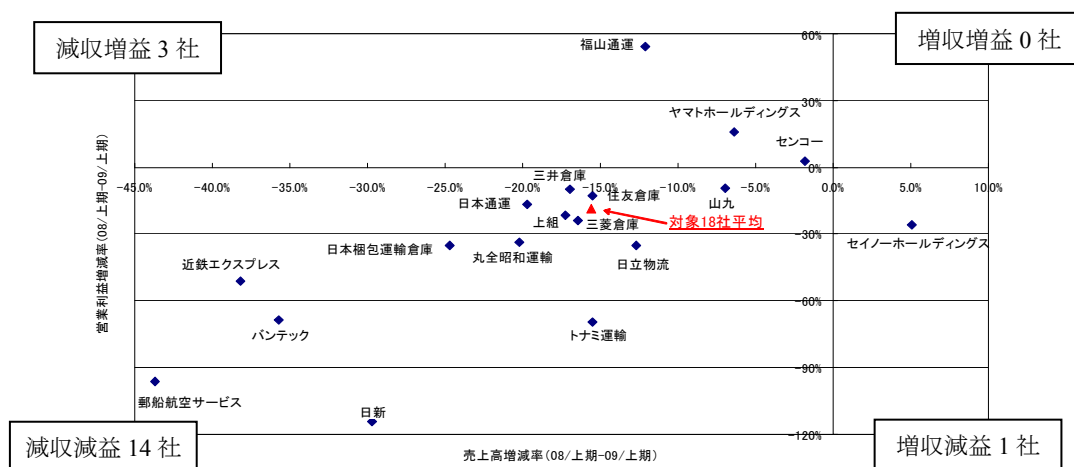
Ⅱ. 企業業績

1. 主要物流企業の 2009 年度上期決算概況

2009 年度上期
は軒並み減収、
減益

対象 18 社の 2009 年度上期売上高は、リーマンショック以降の急激な荷動き減少の影響が大きく、買収により増収となったセイノーHDを除いた全 17 社で減収、18 社合計では前年同期比▲15.6%の約 2 兆 8 千億円となった。営業利益についても、減収による影響に加え、荷主からの運賃引き下げ圧力も強く、18 社中 15 社が減益となり、前年同期比▲18.4%の約 938 億円と、大幅減益に転じた決算であった（【図表 17-7】）。2008 年度決算において「独り勝ち」となった日立物流やセンコーといった 3PL 事業に強みを有する事業者も、これまでの勢いを考えれば厳しい決算を強いられる結果といえよう。

【図表 17-7】 主要物流事業者の売上高と営業利益の成長率



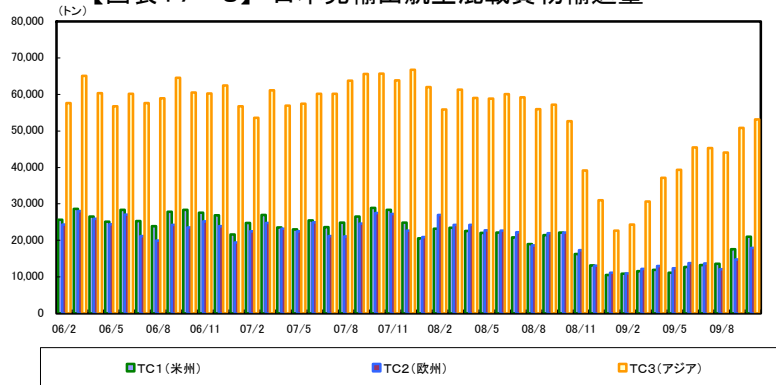
(出所) 各社決算資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 主要物流事業者: 上場物流企業上位 20 社のうち、前年同期と比較可能な 18 社を対象

国際航空貨物は
1～3 月期に底入
れし、アジア向け
中心に回復基調
に転ずるも、本格
的回復には至ら
ず

2009 年度上期の国際航空貨物は、昨年秋以降の世界的景気後退の直撃を受ける形で 5 割超の減少となった 2009 年 1 月～3 月期の最悪期を脱し、回復基調。中国など各国の景気対策の効果からアジア向けを中心に荷動きは底入れを見せてきているが、米国、欧州経済の回復テンポが依然として緩やかな状況にあり本格的な需要回復にまでは至っていない（【図表 17-8】）。

【図表 17-8】 日本発輸出航空混載貨物輸送量



(出所) 航空貨物運送協会資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

2. トラック上場大手 5 社

2009 年度は減収減益となり、下落幅は大幅に拡大

トラック上場大手 5 社の 2009 年度決算については、上期から依然として厳しい環境下、下期についても国内景気の力強い回復が期待しがたいことから、消費関連貨物、生産関連貨物の荷動き低迷が継続すると予想され、売上高は 2008 年度比大幅に減少(同売上高計 37,945 億円、同▲7.7%)と、大手 5 社全社での減収を予想する。営業利益についても、売上減による減益影響が大きく、依然として荷主の運賃引き下げ圧力は強いことから、各社のコスト削減努力では対応し得ないものであり、同営業利益 1,012 億円、同▲12.0%、売上高営業利益率 2.7%と減益が継続すると予想する(【図表 17-9】)。

2010 年度は荷動きの回復から若干の回復傾向に

2010 年度決算については、国内景気の力強い回復は期待しがたいものの、消費関連貨物、生産関連貨物は前年度対比で若干の回復が予想され、また下位事業者の淘汰等による影響から、大手 5 社全体においては売上高は 2009 年度比小幅な増収(同売上高計 38,791 億円、同+2.2%)を予想する。営業利益についても、リーマンショック以前の平均営業利益率約 3.5%～3.7%までは回復しないものの上位事業者についてはコスト競争力を背景にある程度の改善も期待できることから同営業利益 1,245 億円、同+23.1%、売上高営業利益率 3.2%と僅かながらではあるものの回復基調に転ずるものと予想する。

【図表 17-9】トラック上場大手 5 社業績見通し

【実額】

	社数 (単位)	08fy (実績)	09fy (見込み)	10fy (予想)
売上高	5社 (億円)	41,105	37,945	38,791
営業利益	5社 (億円)	1,150	1,012	1,245
(参考)売上高営業利益率 (%)		2.8%	2.7%	3.2%

【増減率】

(対前年度比)

	摘要 (単位)	08fy (実績)	09fy (見込み)	10fy (予想)
売上高	5社 (%)	▲ 1.5%	▲ 7.7%	+ 2.2%
営業利益	5社 (%)	▲ 21.5%	▲ 12.0%	+ 23.1%

(出所) 各社有価証券報告書よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 数値: 連結ベース

トラック上場大手 5 社: 日本通運(株)・ヤマトホールディングス(株)

セイノーホールディングス(株)・(株)日立物流・福山通運(株)

2009、2010 年度: みずほコーポレート銀行産業調査部予想

Ⅲ. トピックス：我が国物流産業の競争力と今後の方向性

1. スピード感を求められる物流のグローバル戦略

中長期的には、
内需<外需

リーマンショック後の2008年後半以降、急激な世界経済の落込みから、内需・外需を問わず伴に危機的な減少となった。この危機的な状況からの本格的な回復には、相応の時間を要するものと予想される。しかしながら、中長期的な視点で捉えた場合、世界では人口は増加傾向にあり、経済においても新興国中心に基本的には成長基調が続くとみられ、総貨物量は確実に増加傾向に向かうものと予想される。逆に、国内では人口は減少傾向にあり、経済成長は鈍化する公算が高く、総貨物量は緩やかな減少トレンドといえる。従って、今後の日系物流事業者の基本的な成長戦略の柱は、内需の減少は所与のものとし、その減少分を外需で如何にカバーできるかということであろう。但し、「外需」といっても世界の物流市場を取巻く環境は変化が激しく、適合する戦略を日系物流企業として如何に取れるかが重要なポイントとなる。

「外需」の多様化

最終消費マーケットのグローバル化(或いは多様化)を背景に、各企業がグローバルレベルでの最適なサプライチェーンの構築を追及するなか、物流業界においてもそれに呼応する形でグローバルレベルでの最適な調達・製造・保管・販売物流が求められ、物流のボーダレス化(多様化・複雑化)が加速している。加えて、各日系企業が海外(特に新興国)を製造拠点から販売市場として見做すようになったことで、日系物流企業は、従来のフォワーディングを中心としたネットワーク戦略に加え現地のロジスティクス強化という大きな課題に直面しているのが現状であろう。新興国市場において日系物流企業の高い物流コストは最終製品への価格上乗せ要素として競争力の阻害要因となりうるため、(一定の付加価値が期待できる低温物流や危険品物流を除いて)輸送品質だけでは勝機を見い出すことは困難であろう。日系物流企業の海外戦略は、荷主が求める最適なサプライチェーン構築に寄与するリードタイム短縮、可視化といった高付加価値の物流企画の提供が求められようが、それと同時に、実際のオペレーションでは「世界で売る」ための物流コスト削減要請から現地化を進める必要があり、難しい戦略が迫られている。各社の事情(貨物の種別、荷主の業種、地域特性等)によって戦略が異なってくるであろう。

内販に対する現
地ロジスティクス
強化

国際的に潮流変化のスピードが加速するなか、日系物流企業に許された時間的余裕はさほどないのも事実である。今更、自ら販売網を構築することはリスクも大きく非効率であり現実的には困難と考えられ、短期間でシェアを獲得するには信頼のおける現地物流パートナーの存在は欠かせない。複合一貫物流を支えるためのラストワンマイルの輸送手段として、「時間を買う」意味で地場物流企業との提携、或いは買収が今後も必要となる可能性は高い。しかしながら、前述の通り、オペレーションは現地化することから、現地での物流会社としての運営、労務管理等、経営マネジメント力が問われることになる。

強みを発揮する
ためのアライア
ンス

また、グローバル市場が流通市場の整っていない新興国へとシフトするなか、日系物流企業の強みであるIT(情報インフラ・可視化)、ミルクラン、JIT(Just In Time)、VMI(Vendor managed inventory)といった物流ノウハウを横展開で

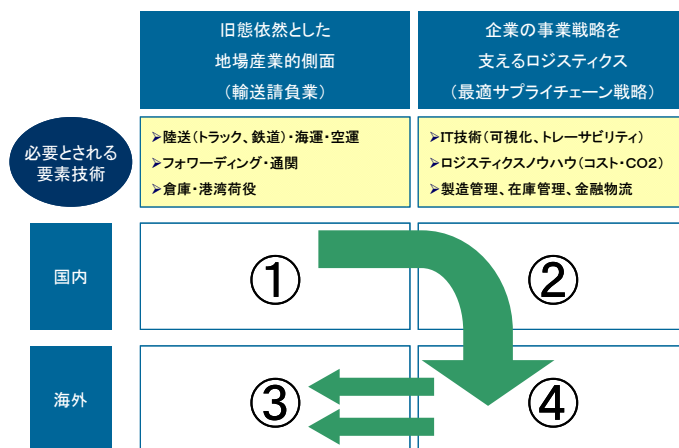
日系物流企業の 海外戦略方向性

きるフィールドは広い。但し、日系物流企業が「強み」を活かし取扱貨物量を獲得するには、グローバルベースでの人材・人脈(顧客基盤)は欠かせない要素であろう。従来より、日系物流企業の海外進出のボトルネック(海外拠点・人材)解消の手段として大手総合商社と部分的に連携するケースがあった。今後より一層のボーダレス化が進行し多様化・複雑化するなかにおいて、元々グローバルビジネスの経験豊富な総合商社と組むことは、将来の商流を抑えるという意味において、相互にプラスの効果を得る可能性がある。荷主の「世界でものを売る」戦略においてマーケティングや物流の果たす重要性は増しており、物流企業と商社の間で相互に戦略と重要性を理解し、役割分担を明確にすることで、今までにない WIN-WIN の関係構築を期待したい。

日系物流企業は、これまで日系荷主の物流ニーズに最大限応えることを指向し、その延長線上として、日系荷主の要請に応える形で海外進出してきたというのが実情であろう(【図表 17-10】①→②の順)。その結果、荷主と長年に渡る取引で構築された「信頼関係」は強固なものとなり、これこそが現在の日系物流企業の最大の強みとなっているともいえよう。そこに外資系巨大物流企業が本格的に参入する余地はほとんどなく、1990 年～2000 年前半全世界的に巻き起こった物流企業再編の嵐には巻き込まれなかった一因でもあろう。

今後の日系物流企業の成長戦略として、海外荷主も視野に入れた自律的な海外展開を指向し、グローバルネットワークを拡充し巨大インテグレーターと伍していくという戦略も否定はできないが、インテグレーターと同じビジネスモデルで真正面から戦うためにはあまりにも規模が違いすぎる状況となってしまったことも事実である(【図表 17-10】①～④を面で押さえるイメージ)。また輸送請負業としての「物流」(【図表 17-10】①、③)は本質的に国民性や商慣習と密接な関係があり、巨大インテグレーターの全世界戦略が現時点で成功したと言えるかどうかは疑問もある。日系物流企業の現実的な戦略としては、「弱みを補完」するより、長年日系荷主企業との間で培った「強み」である物流要素技術を活かす形で、外資系荷主に対する展開の可能性を残しつつも、まずは日系荷主の変化するサプライチェーンへの対応を主軸とし、企業の事業戦略を支えるロジスティクスの再構築の提供を通じてトータルでのメリットを訴求する取組みを強化していく中で勝機があるのではないかと考える。

【図表 17-10】 日系物流企業の海外展開



(出所)みずほコーポレート銀行産業調査部作成

2. 日本国内における中長期的ビジョン

CO2 削減問題

深刻化する地球温暖化に対応するため、全世界的に温室効果ガス削減が求められるなか、我が国においても継続可能な削減の具体的方策立案が重要な課題となっている。運輸部門は、日本全体のCO2排出量のうち約2割(うち約9割が自動車)を占めており、その対応が求められるところである。

モーダルシフトを実現するためには国家的な戦略立案が不可欠

鉄道輸送はトンベース約1%(トンキロベース約4%)に過ぎず、長距離輸送においてモーダルシフトが進んでいないが、自動車に比べ遥かに大量輸送・エネルギー効率に勝る鉄道貨物輸送や内航海運輸送へのモーダルシフトはCO2削減の有効策として検討すべきであろう。但し、自動車輸送のもつ品質性や柔軟性、迅速性というものは我が国の国民性に合致している部分が多いことに加え、荷主のそのような物流品質へ要求は高まるばかりであり、モーダルシフトが進行しないというのが現状であろう。そのような現状下、モーダルシフトを実現させていくためには、単に荷物の輸送モードシフトではなく、荷主の高度化する物流ニーズに応えサービス劣化しないことが必要不可欠であろう。鉄道貨物の主たる担い手であるJR貨物による自助努力も欠かせない要素ではあるが、現実的には輸送モード間の適切な役割分担が求められ、既存インフラ基盤では限界があることは明らかである。環境面に優れた持続可能な物流体系を構築するためには国家的な物流戦略が必要不可欠であり、「東海道貨物新幹線構想」のような抜本的な輸送力増強策も検討に値しよう。また、トラック業界が従来から抱える長距離トラックドライバー不足という大きな懸念事項への解決策としても重要な課題と考える。

政策のあるべき方向性

高速道路無料化や暫定税率の廃止は、単視眼的に見れば物流業者のコスト削減に繋がるため物流事業者の競争力強化へ寄与する可能性もあるが、現実問題として荷主が圧倒的に強い物流業界の立場を鑑みれば、荷主からの単価引き下げ要請は不可避であり、物流業者にとってのメリットは極めて限定的と言わざるを得ない。そればかりではなく、中長期的に見れば、①高速道路渋滞化による遅延や重大事故、②CO2排出量の更なる増大、③長距離トラックのドライバー不足の慢性化、といった諸問題を増幅するものであり、我が国物流業界の弱体化の要因ともなりうる可能性も含んでいる。

「物流」の担う役割期待

我が国全産業にとって、マーケット市場を海外に求める大きな流れがあるなかで、その競争力強化の要素として日系物流企業の担う役割は大きい。現在、日系企業は「世界でものを売る」競争環境のもと、グローバルベースでの最適なサプライチェーンを再構築する必要があるなかで、「物流」は本業の事業戦略自体を左右する「経営戦略」そのものであり、企業のロジスティクスの再構築は産業構造見直しの基本的なテーマとなろう。日系企業との強固な信頼関係と日系物流企業が培ってきたロジスティクスノウハウの役割を再確認した上で、新たな戦略構築が求められる。

(社会インフラ・物流チーム 吉岡 圭一)
keiichi.yoshioka@mizuho-cb.co.jp