

物流企業の海外展開に関する研究

坂本 将吾 研究員

1. 研究の背景および目的

総合物流施策大綱(2013-2017)における「我が国物流企業の海外展開の促進」に向けた環境整備が、国土交通省によりハード・ソフト両面から進められている。具体的な取組としては「制度改善に向けた働きかけ」「先駆的な取り組みの支援」「現地人材育成事業」「物流関連インフラの整備」「物流機材の標準化等」が挙げられている。これらにより、我が国物流事業者による海外展開の促進に向けた環境整備を進めるとしている。

今後さらなる「我が国物流システムの国際展開の促進」を検討・実施していく際、これまで日系物流企業の海外展開がどのように進められてきたか、その実績を踏まえることでより効果的な取組につながると考えられる。

日系物流企業の海外展開はすでに数十年が経過している。事業内容、規模、進出国数など、物流企業はさまざまな形態で海外展開を果たしており、その実績も多様であると予想される。これまでは各国の現地法人数の推移などの把握にとどまっており、現地法人単位の実績の推移など、詳細な日系物流企業の海外展開の実績は把握されていない。

本研究では、これまで海外展開を進めてきた日系物流企業の実績と各現地法人の規模や業務内容、進出先の物流環境の関係性を明らかにすることで、今後の「我が国物流システムの国際展開の促進」を進める上で参考となる基礎的な情報を提供することを目的とする。

2. 分析対象とする物流企業の範囲

本研究で分析対象とする「物流企業」は、実運送業、利用運送業、倉庫業、通関業など一般的に物流事業とされる事業を行っている企業をすべて含める。具体的には『海外進出企業総覧 会社別編』において「貨物運送」「海運」「航空」「倉庫・物流関連」に分類されている企業である。

3. 日系物流企業の海外展開の実績と課題

(1) 海外展開進展状況(進出率・進出国数等)

日系物流企業のうち、海外展開を果たして

いる企業の割合(進出率)を、JIFFA(国際フレイトフォアダーズ協会)会員企業に占める進出企業の割合の推移(2010-2014)と、JETRO『サービス産業の海外展開実態調査』の回答結果を用いて推測した。その結果、海外に現地法人を設立している企業の割合(進出率)の推移をみると4~5割でほぼ一定であることを示す。また、未進出企業の進出意欲を調査した結果を見ると、未進出企業の約80%が「海外展開に関心がない、関心があまりない」と回答している(N=50)。理由としては「国内市場に注力する」が最も多く、今後新たに海外展開を進めていこうとしている企業はそれほど多くはないことを示す。

(2) 進出先、事業内容による物流企業の類型化

世界6地域(アジア、欧州、北米、中南米、オセアニア、アフリカ)への「地域進出パターン」により物流企業を類型化する。一部の大手物流企業を除いて、大部分がアジアのみへの進出に留まっていることを示す。

事業内容(輸送、保管・流通加工・包装・荷役、フォワーディング、通関、その他)により「事業内容パターン」により類型化する。これらにより日系物流企業の海外展開の代表的なパターンを示す。

(3) 現地法人の実績の規定要因分析

日系物流企業が設立している現地法人の実績(今回は売上を指標)が、現地法人の属性や本社の属性、進出先の物流環境などによりどの程度規定されているのかを明らかにする。事業内容パターンごとに売上が異なること、進出先の物流環境(世界銀行が調査公表しているLogistic Performance Indexを代理指標として使用)が規定要因であることを重回帰分析の結果より示す。

(4) 日系と欧米系物流企業の競合状況

日系物流企業と欧米系物流企業の競合状況の実態を、統計資料やヒアリング調査(日系物流企業6社、欧米系物流企業3社、日系荷主企業6社、外資系日系荷主企業4社へ実施)をもとに把握した。日系と欧米系のビジネススタイルの違いも考察する。