

IT革命の進展と物流部門の対応

橋本昌史
HASHIMOTO, Shoshi

(財)運輸政策研究機構理事長

アメリカの数年後を追いかけて、最近、我が国においても、情報通信技術の進歩を活用した企業間取引や対消費者販売方法が登場し、商取引に劇的な変化が見られるようになってきた。

証券取引においては、インターネットをはじめとするITを積極的に取り入れることにより、数年前には想像もできなかった安い売買手数料で取引に応じる証券会社が、激しい顧客獲得競争を行っている。IT革命の進展は、あらゆる分野に対して、程度の差こそあれ、証券市場が直面しているような大きな変革を迫っており、今後も迫り続けるだろう。

すでに日本に住んでいる我々も、自宅のパソコンから瞬時にamazon.comに欲しい本を注文できるし、英国の環境・運輸・地域省のホームページから「交通法(Transport Bill)案」をダウンロードできる。今後、情報ネットワークを利用する企業や人々が全世界に広がれば、ますます取引範囲が広がり、大げさにいえば、世界中が取引の視野に入ることになるだろう。また、ITの進歩は、大量生産・大量販売の時代と異なり、すでにデル・コンピュータの成功にみられるように、流通、生産部門においても、

川下(最終需要者)の注文を受け、順次、川上へ情報が伝達されて生産・供給するシステムを採用する企業が増えるだろう。

以上のような経済社会の劇的な変化は、物流部門にどのよ

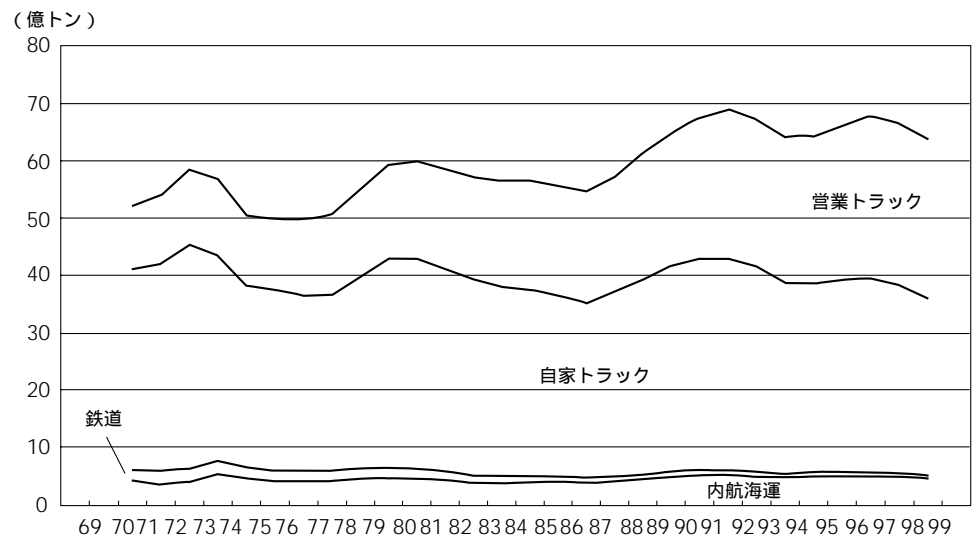


図 1 輸送機関別国内輸送量の推移

出典：運輸経済統計要覧(平成10年版)及び運輸経済年次報告(平成11年度)より作成

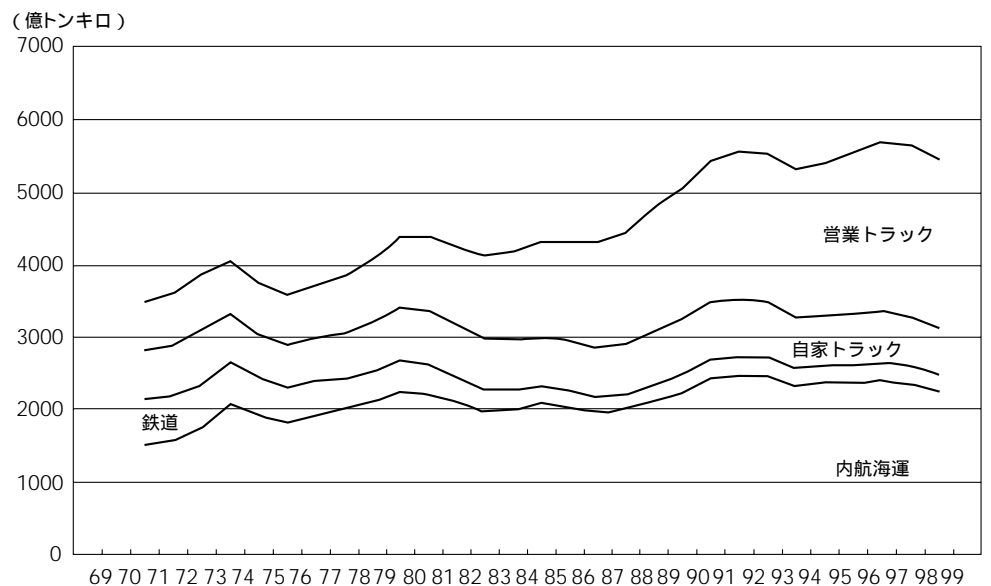


図 2 輸送機関別輸送トンキロの推移

出典：運輸経済統計要覧(平成10年版)及び運輸経済年次報告(平成11年度)より作成

うな影響をもたらすだろうか。本題に入る前に、ごく簡単にこれまでの物流活動の状況を、物流の代表的な指標である貨物輸送でみておきたい。

まず、最近2～3年の国内貨物輸送量(輸送トン数)であるが、バブル崩壊後、長引く経済低迷のため、図1右端にみられるように減少気味で推移している。趨勢をもう少し長期的に確認するため、1970年度以降についてみても、営業用トラック以外の輸送機関、すなわち、自家用トラック、内航海運および鉄道による輸送量合計は、この間GDPはかなり増加したにもかかわらず、微減傾向で推移した。(注)

ただ、ひとり営業用トラックだけが、トン数、トンキロとも30年間で3倍前後の増加をみせた。しかし、バブル崩壊後、前年比で減少したことのなかった営業用トラックの輸送トンキロが98年度は減少に転じ、今後の動向が注目される。

図3は、81年度以降の宅配便及び郵便小包の輸送個数である。郵便小包は90年代になって、図1や図2の貨物輸送量と同様、増加の勢いが止まったが、宅配便は依然として高い伸びを維持している。

国際物流においては、航空貨物の伸びが目覚ましい。輸送量としては、輸出入合わせて年間200万トン台だが、全貿易額に占める航空輸送比率は3割近く、成田空港だけで輸出入金額の約2割、15兆円も取扱っている。航空貨物と比較し、海上輸送の増加はゆるやかなものの、わが国企業の立地、調達等のグローバル化を反映して、製品輸入を中心に着実な増加傾向にあり、国内物流の停滞とは対照的である。

以上の物流動向を要約すると、

- ・過去30年間、営業トラックは急増し、需要増すべてを吸収。自家トラックを含め他モードは微増ないし減少で推移
- ・営業トラックも最近になって全体としては低迷。その中において、宅配輸送は増勢を持続

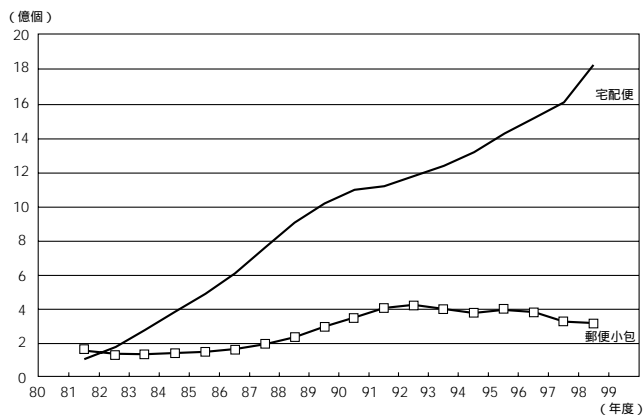


図3 宅配便及び郵便小包の輸送個数

出典:「数字でみる物流1999」

・国際物流では、航空貨物が高価格商品輸送を中心に堅調といえよう。

貨物輸送をみる限り、すでに90年代初めに量的拡大は止まった。今後もITの進歩により、物流管理技術はますます向上するだろうから、輸送、保管等の中抜きが進み、結果として物流量は減少気味に推移すると考えられる。しかし、電子取引の普及は、小口ロットの物流需要を増加させる可能性が高い。そして、取引のグローバル化は、国際物流の増加をもたらそう。

現に、宅配便や国際航空貨物は、バブル崩壊以降も増加を続けている。物流単位の小口化と物流発注頻度の増加は、取引が簡単に行えるようになればなるほど深化しよう。IT革命の物流部門への最大のインパクトは、「発注頻度の増加にもかかわらず、物流量は減少傾向」といえるのではなかろうか。

以上述べた方向に、今後経済社会と物流需要が展開すれば、IT革命に対応できる情報システムを装備するとともに、多様化、高度化する需要に応えられる輸配送、保管、流通加工等の供給体制を確保できる物流事業者の前途は、明るいといえよう。

いかに取引が迅速に成立しても、買い手の手元に現物が届かなければ取引は完成しないのであるから、今後は、一層、直接顧客と接する末端配送のサービス水準がセールスポイントとなろう。

将来、書籍、CD、乗車券、音楽会の入場券等情報媒体によって伝達可能なものはデジタル化され、物流の対象でなくなる可能性があるが、食物、衣類、家具等デジタル化できない物資は、物流が情報によって代替されることはない。逆説的に聞こえるかもしれないが、情報化が進めば進むほど、ますます優れた物流サービスが求められそうだ。自宅なり、工場・事務所なり、コンビニなりへ物資を届けるサービスは、ITが進歩してもなくなるならない。

逆に、IT革命が進めば進むほど、物流の出番は一層増加しよう。これからも、物流部門にはさまざまなビジネスチャンスが訪れよう。

注:輸送機関別輸送トンキロは、交通インフラの整備、地域の拡大、地域間交流の増大等を反映して、輸送距離が長くなる傾向があるため、営業トラック以外の交通機関合計は、バブル期まで微増傾向で推移した。(図2参照のこと)