

特集

3PL白書

サードパーティ・ロジスティクス2006

日本の3PL市場の現状を調査した。国内の主要3PL企業を対象にアンケート調査を実施。合わせて有力各社へのヒアリングを行った。そこから現在の市場規模と勢力図を分析し、3PL事業の経営環境とビジネスモデルを整理した。日本の3PL市場の全貌が初めて明らかになった。

解説

日本市場の規模と勢力図

一兆円を超える市場規模

荷主企業のロジスティクス機能を代行するアウトソーサーを「3PL (Third Party Logistics : サードパーティ・ロジスティクス)」と呼ぶ。輸送や保管など、物流を構成する諸機能を個別に請け負う従来の物流業とは異なり、荷主のサプライチェーンを支えるロジスティクス業務を包括的に運営管理する。一九九〇年頃に欧米で開花した新しい物流サービスだ。それが現在、日本にも広がっている。

このたび本誌は国内の主要3PL企業を対象に、直近決算における3PL事業の売上高や組織体制、ビジネスモデルをたずねるアンケート調査を行った。その結果、二〇〇五年度の日本の3PL市場の規模は少なくとも一兆円を超えていることが分かった。日本の物流市場は現在二〇兆円規模といわれる。そのうち五%以上を3PLが占めている計算だ。

しかも過去三年間にわたり3PLの市場規模は急拡大していることがうかがえる。3PL事業のセグメント売上高を従来から開示してきた主要企業の業績推移を見ると、いずれも3PL事業は増収基調にあり、その平均成長率は年一〇%を超えている(図1)。総売上の伸びをはるかに上回るペースだ。

米国では九五年以降、〇五年までの過去一〇年間にわたり3PL市場規模が年率約一五%のペースで拡大を続けている(図2)。米国よりも七〜八年遅れるかたちで日本市場も同じトレンドに入った可能性がある。国内物流市場全体のパイの拡大が期待できない状況で3PLのシェアが高まっていくことで、物流業界の勢力図は塗り替えられることになる。

もつとも、3PL事業売上高の定義には今のところコンセンサスがなない。日本通運では、「契約書ベース

図3 国内主要3PL企業の業績

(単位: 億円)

会社名	3PL売上高	連結総売上高	決算期
日立物流	1,385	2,857	2006.3
日本通運	約1300*	17,939	2006.3
ヤマトホールディングス	1,115	11,450	2006.3
キューソー流通システム	957	1,302	2005.11
SGホールディングス(佐川急便)	約900*	8,243	2006.3
センコー	686	1,903	2006.3
三井物産物流本部	約600*	—	2006.3
近鉄エクスプレス	515	2,688	2006.3
山九	377	3,641	2006.3
福山通運	300	2,525	2006.3
ハマキョウレックス	285	776	2006.3
鈴与	198	876	2006.8
日本梱包運輸倉庫	約180	1,346	2006.3
名糖運輸	約150	458	2006.3
バンテック・グループ・ホールディングス	約145	1,389	2006.3
ニチレイ	130	4,694	2006.3
富士物流	130	396	2006.3
トランコム	129	478	2006.3
第一貨物	110	800	2006.3
セイノーホールディングス(西濃運輸)	90	4,275	2006.3
日本トランスシティ	約90	831	2006.3
富士ロジテック	61	175	2005.8
丸全昭和運輸	51	876	2006.3
商船三井ロジスティクス	41	416	2006.3
新開	約40*	304	2005.12
NYKロジスティクスジャパン	20	20	2006.3
王子運送	12	331	2006.3
東海運	10	385	2006.3
フットワークエクスプレス	5	806	2005.12
合計	10,012	72,180	

注: *印は本誌推定、他は自己申告。各社の詳細は本特集「資料」参照

図1 3PLセグメントの売上高推移

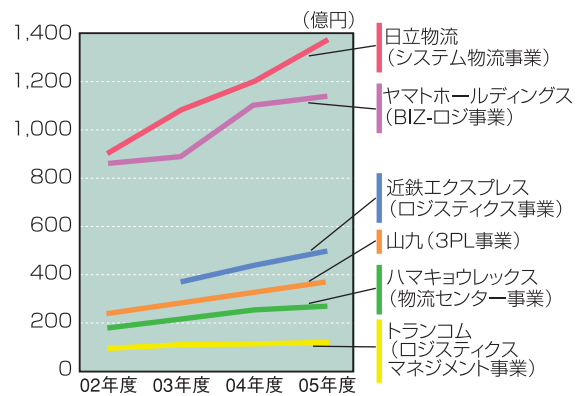
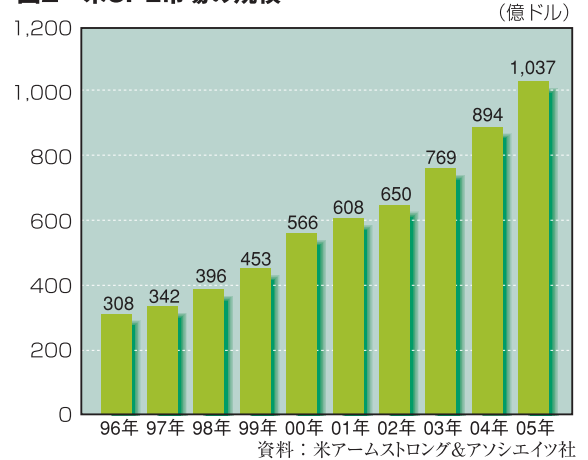


図2 米3PL市場の規模



【調査の方法】

調査は国内物流業売上高上位企業を対象にした。ただし総売上高の規模が大きくても、そのほとんどを親会社およびグループ会社に依存する物流子会社は除外した。法人格が分離されていても、グループ内取引の場合はサードパーティとは呼べないと判断した。そのうえで50社に質問票を送付し、うち29社から有効回答を得た。3PL事業売上高の金額は各社の自己申告に基づく。ただしヒアリングと各種資料から本誌が金額等を推定した企業も一部含まれている。その場合には「本誌推定」と明記した。

で複数の物流機能を一括して提供している荷主という広いとらえかたをすれば、当社の売り上げ全体の六割程度が3PLだと言っても嘘ではない」という。〇六年三月期の業績に当てはめると、一兆円以上を同社だけで売り上げていることになる。

一方で独大手3PLのシエンカー社と提携を結んでいるセイノーホールディングスによると、「シエンカーでは、単なる保管や輸送のオペレーションではなく、個々の荷物を製品在庫として品番で管理している業務を3PL事業として定義している」という。

日本政府の総合物流施策大綱で3PLは「荷主に對して物流改革を提案し、包括的に物流サービスを委託する業務」と定義されている。この「包括的」という表現を、どこで線引きするかによって、3PL事業の売上高は大きく変わってしまう。そのために市場規模の算出も、これまでは困難だった。

今回の調査では、3PL事業売上高の算定基準を各社の判断に委ねた。物流子会社の場合に親会社やグループ会社向け売り上げを除くという条件だけを提示して、各社に算定基準を併記するかたちで売上金額を自己申告してもらった。売上規模は大きいものの外部に公表するための社内的な調整がつかなかった企業で、ヒアリングと各種資料から本誌が金額を推定したものも含まれている。

その結果が図3だ。ここに挙がっている二九社の3PL事業だけでも市場規模は一兆十二億円。調査に漏れた分が他に一〇〇億円以上はあると見られる。市場の概要を把握することを優先し、数字の厳密性には目をつぶったことは否定できない。それでも今回の調査を出発点として本誌は今後継続的に日本の3PL市場の調査を行い、その精度を高めていきたいと考えている。関係者の協力を期待したい。(大矢昌浩)