

事業説明会第1セッション「コア事業の成長戦略」における主な質疑応答(要旨)

2020年8月26日

日本通運株式会社

(医薬品産業)

Q1. 昨年の事業説明会では、重点5産業のうち医薬品に注力すると聞いていたが、新型コロナウイルス感染症拡大により、変化があるのか。

A1. 変化は多少ある。新型コロナウイルスのワクチンの輸送・保管に関するお問い合わせを頂く様になっている。世界各国でワクチン開発が進んでおり、米国・欧州・日本で輸送に関する引き合いが来ている。以前から治験薬やバイオ医薬品の輸送について準備をしているので、ワクチンの輸送についても対応可能である。マイナス20℃での輸送・保管が求められるが、オペレーションについても準備を進めている。

Q2. 医薬品専用倉庫を用いた業務の開始については、2021年1月と聞いていたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で遅れが出ているのか。今後のスケジュール感について、教えて欲しい。

A2. 医薬品専用倉庫の建設を中断せざるを得なかったので、1ヶ月程度当初のスケジュールから遅れが出ている。この点はお客様にもご理解頂いており、既にスケジュールを調整している。契約締結済みのお客様では、2月末から当社医薬品専用倉庫に搬入開始、3月上旬から出庫開始というスケジュールで準備を進めている。

Q3. 医薬品の専用倉庫建設で約500億円の投資の他に100数十億の別の投資が発生すると聞いているが、全体でいくら位の投資をするのか、教えて欲しい。また投資回収に必要な期間や回収戦略について、教えて欲しい。

A3. 現在、医薬品倉庫建設で約500億円の他に約150億円、合計650億円の投資をしており、将来的には海外も含めると1,000億円程度の設備投資が見込まれる。150億円の内容については、医薬品専用車両とロジスティクス・プラットフォーム等のシステム開発、医薬品専用倉庫に導入するマテハン等である。

4つの倉庫のうち、3つについては流動化を予定している。資産となる富山の倉庫については、他の3つの倉庫に比べれば投資額は少ない。倉庫の場合、回収期間は15年～18年程度、利益率が良いもので12年程度が必要である。車両については7、8年、システムについては通常4、5年が回収期間となるが、今回については、広範囲に渡るので、少し長く掛かるのではないかと考えている。

(医薬品以外の重点産業)

Q4. 医薬品以外の重点産業で、新型コロナウイルス感染症拡大により、新たに対応を迫られていることや、コロナ対策としての新たな取組みや成果について、教えて欲しい。

A4. 他の重点産業も新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けている。

最も影響を受けたのは自動車産業であるが、中国は2月、米国は4月、日本は5月に販売の底を打ち、以降回復に向かっており、日本でも8月の後半で、コロナ以前の90%以上に生産が回復している。第2波による感染症再拡大の状況次第ではあるが、今後各地域とも年末に向けて、コロナ以前の生産に向けて回復して行くことが見込まれる。この回復による輸送需要に対して、当社は航空輸送を主体として対応している。

航空輸送では、半導体もアパレル産業に対しても同様だが、国際線では旅客便の運航が未だに非常に少ない状況である。貨物専用機だけでは需要に対して供給が追い付かない。貨物専用機が運航していない地域もある。これに対して、旅客便を貨物用として利用している。5月以降、各航空会社も旅客便を貨物便として運航することが常態化している。運賃は高止まりしているが、サプライチェーン維持には一定の輸送需要があり、回復に合わせて、物量が増えてきている。

半導体に関しても、昨年から今年に掛けて、設備投資がかなり進んだ。コロナの影響で一時的に停滞したものの、製造装置の輸送を含めて、徐々にではあるが、回復してきている。

アパレルでは、イタリアが大きなダメージを受けた。しかしながら、コロナ禍で旅行やレジャーに使用できないお金を、物の購入に充てている例が増えており、ブランド品の購入が少しずつではあるが、回復傾向にある。日本でも輸入が増加しており、今後ECの拡大が見込まれる。

Q5. 自動車産業について、主要メーカーは生産能力を落とす方針を出しているが、その対応について教えて欲しい。また、2024年3月期に目指している収入はどのような要因を見込んで目標設定をしているのか、現状はどうであるのか。

A5. 日系のセットメーカーでは、海外生産を日本生産に戻す会社もあれば、海外に新工場を稼働させ、生産を拡張する会社もある。後者に対しては、工場近接地域に倉庫を建設し、JIT納入をする計画をしており、今秋から来年に向けて稼働する予定である。このような要素を見込んで目標数値を設定している。また、グローバル調達を重視している会社もある。各社の方針に合わせた対応をしていく。欧州系の自動車メーカー、ピックアップライヤーに対しても同様である。自動車産業は昨年厳しい状況であったが、コロナ以降は工場の立上げが進むのではないかと考えている。

Q6. アパレル産業について、どの価格帯を持ってハイファッションとしているのか、コロナの影響による過剰在庫等による顧客の倒産リスクは考慮する必要はないのか。

A6. イタリア・フランス・スペインの高級ブランドが当社のハイファッションの対象であり、これらに対する消費者の購買意欲は衰えていない。イタリアでもロックダウンによって倉庫が稼働できなかった時期があったが、ロックダウン解除後は不良在庫にはなっておらず、供給が開始されている。当社の倉庫は全て稼働しており、過剰在庫による顧客の倒産リスクに対しては、大きな心配をする必要はないと考えている。しかしながら欧州でも第2波が起こっている。政府の対応如何では、ロックダウン時と同様の状況が考えられるが、現段階ではそのような状況になっていない。

(営業利益率)

Q7. 営業利益率5%という目標数値を掲げていたが、新型コロナウイルス感染症拡大によって目標数値が変更となるのか。

A7. 条件的に厳しくはなっている。特に海運事業については厳しい状況には変わりがなく、現在は5%を下回っているが、航空事業については混載効率が上がっており、5%は目標として維持したいと考えている。

(非日系への営業強化)

Q8. 非日系企業への営業強化について。どのような仕事をどのように獲得しているのか。競合他社からどのように奪取しているのか。日系と比較した場合の利益率の違いはどれ位なのか、教えて欲しい。海運の取扱いが増加する場合や、競争が激しくなる場合、利益率が厳しくなっていくことが想定される。入札の場合、投資リターンや収益を考えて応札しているか、まずは利益を犠牲にしても、顧客に入っていくことを重視するのか。

A8. 営業は入札に対して応札していくという手法である。毎年応札している中でシェアを上げていく。全てのRFQに対して、応札する訳ではなく、エリアやレーンで、当社としてサービス提供と利益の確保が出来るところから始め、実績を積み上げていくことで、シェアを拡げていくことが基本的な戦略である。競合については欧州系のグローバル・メガフォワードが中心となる。グローバル企業は毎年入札をするので、最初は赤字でも徐々に利益を上げて、獲得後に改善していくという方法もあるが、これは過去の形となりつつある。今年については、コロナ影響で航空運賃は2~3倍、中国発米国向けの海上運賃は年初と比較し、約2倍になっている。このような運賃の上下にどのように対応するかが課題となっている。当社は利用運送の分析をし、対応するサービスを1

つのルートに限定せず、複数のプランニングをする。実行段階ではキャリアと交渉をする、このような手法が主流であり、赤字で獲得するという手法は取っていない。

Q9. GTA(Global Target Accounts)について 29 社に絞っているが、選定の基準について、教えて欲しい。ターゲット社数が少ないのではないか。

A9. GTA の選定については、多くの産業に対して、当社業務が将来的に成長していくと考えられる顧客に絞っており、多くても 40 社程度が上限だろうと考えている。また、日本だけではなく、海外 4 極も役割を担ってアプローチしていく形で運営している。直近では、大手の自動車サプライヤーの欧州発日本・韓国向けの海・空フォワーディングを欧州系のフォワーダーから奪取した。また、ある半導体メーカーからもグローバルサプライチェーンに対する提案が評価され、他社から当社の取扱いに変更して頂いた。

以 上