

(説明要旨)第1セッション(石井代表取締役副社長)：コア事業の成長戦略

(国内の概況と見通し p.1)

- ・日本国内の第1四半期は新型コロナウイルス感染拡大に伴う経済活動の停滞の影響を大きく受けた。日通総合研究所は2020年度の国内貨物の総輸送量が6.9%減の想定。
- ・前年との比較では、アパレル産業と医薬品産業は増加、電機・電子産業は微減、自動車産業においては約2割減の535億円の見通し。
- ・経営計画の最終年度である2024年3月期の目標額に対する今年度の売上見通しの進捗率は重点産業合計で63.5%の見込み。

(海外の概況と見通し p.2)

- ・中国をはじめとした各国で新型コロナウイルスの対策として都市封鎖が行われたことにより、物流が停滞し、重点産業も大きな影響を受けた。※海外業績は会計年度を1月から12月としている。
- ・地域によっては回復傾向に転じたものの、感染の影響はまだ続いており、荷動きが本格化するのには時間が掛かるものと見られる。
- ・2021年3月期の重点産業の売上見通しは、前年に比較して、電機・電子産業と医薬品産業は増加の予想、自動車産業では約1割減、アパレル産業では約2割減の見通し。
- ・経営計画の最終年度である2024年3月期の目標額に対する今年度の売上見通しの進捗率は重点産業合計で60%の見通し。

(重点産業の取組み p.3)

- ・各産業のニューノーマルにおける新たなニーズ、グローバルのサプライチェーンの見直しに着目すると同時に、技術革新によりもたらされる次世代社会を睨んだ成長戦略としている。
- ・電機・電子産業においては、「リモート化」や「自動化」に対応した関連機材、5Gの拡大により需要が増える「基地局」や「サーバー」をターゲットに営業強化を図る。
- ・自動車産業においては、サプライチェーンの変化に対応するために、海外の生産拠点に近接したロジスティクスサービスを展開していく。またCASEに代表されるような次世代自動車の生産に関わる日系ならびに非日系のグローバルサプライヤーとの取引強化を進める。
- ・アパレル産業では、当社が欧州で提供するハイファッション向け倉庫ロジスティクスを、最大市場である北米や、今後市場拡大が期待されるアジアへの横展開を図る。在宅ニーズの拡大とともに成長を続けるEコマース用の倉庫業務が好調であり、今後アジアをはじめ、グローバルに展開を進めていく。
- ・医薬品産業においては、医薬品の偽造問題などを背景に、物流にも高度なトレーサビリティが求められており、日本国内の輸送はもとより、国際フォワーディングにおいてもGDPに準拠した高品質な輸送サービスを提供していく。加えてブロックチェーンを活用したオープン型デジタルプラットフォームの構築にも取り組む。

- ・半導体産業においては、リモート化が進むことによるメモリー半導体の需要の増大、次世代自動車の普及によって車載用半導体の需要の増大を見込む。成長が期待される世界各地の半導体製造拠点に対するグローバルな生産物流を提供するための設備投資を進めていく。

(重点産業の取組み p.4)

- ・重点産業を中心に成長戦略上、グローバル市場を当社の主戦場と位置付け、積極的にグローバルカスタマーへの営業強化を進めていく。当社が強みを持っている日系グローバルカスタマーへの営業強化に加え、非日系グローバルカスタマーへの営業体制を整えている。

(グローバルカスタマー(非日系)への取組み p.5)

- ・非日系顧客の取扱いは、アカウント営業が功を奏し、順調に推移。
- ・2021年3月期見通しの売上高366億円のうち、291億円が海外の売上となる見込み。
- ・2019年3月期から2020年3月期にかけて、当社全体売上は国内海外ともに減少しているのに対し、非日系顧客の売上は着実に増加し。海外においては1,980億円と全体売上の48%を占めており、今後重点産業を中心に非日系グローバルカスタマーへの営業拡販を行うことが、当社の成長戦略の要。

(グローバルカスタマー(非日系)への取組み p.6)

- ・グローバルカスタマーへ営業体制については、本社にグローバルキーアカウントチーム(GKA)を配置し、グローバルカスタマーの営業推進をリードしている。
- ・主要グローバル顧客の10社、主要ターゲット顧客の29社は当社の重点産業からの選定が多く、グローバルカスタマーへの営業を強化することで、周辺産業の取込みも見込む。

以 上