

中国に進出している中小物流事業者の実態に関する調査研究（概要）

主任研究官 久保 麻紀子
 研究官 熊坂 祐一
 研究官 加藤 賢
 前研究官 渡邊 裕樹

調査研究の背景・目的

中国では著しい経済発展を背景に物流需要が増加し続けており、我が国物流事業者にとって魅力的な市場となっている。しかし物流事業者の海外展開に関する実態等の情報は体系的に整理されておらず、今後物流事業者、特に中小物流事業者が進出を検討するうえで参考となる情報が不足しているのが現状である。

本調査研究は、こうした問題意識の下、中国市場においてサービスを展開する日系中小物流事業者の事業実態を把握し、進出の決定から経営機能の充足、事業規模の拡大に至る成長プロセスやそれぞれの成長段階における事業運営の特徴を分析することを目的として実施した。

調査方法

■アンケート

- ◇調査対象：既存文献等から日系中小物流事業者（資本金 10 億円未満）を抽出
- ◇調査項目：事業概要（売上高、従業員数等）、進出の仕方、荷主構成、物流サービスの内容、競争環境、現地法人における役割分担、事業運営上重要となるポイント 等
- ◇配布事業者数：64 社 回収事業者数：27 社








■ヒアリング

- ◇上記アンケート回答事業者を対象に実施（11 事業者）

調査研究結果

- ・ **進出決定**については、既存荷主が中国に進出したことを機会に進出する傾向が強い。荷主の進出に合わせ自社にないサービス・機能を備え、荷主に売り込んで進出を果たすケースもある。
- ・ **進出時に必要な経営機能**としては、現地パートナー、駐在員のリーダーシップ、優秀な中国人社員の確保を上げる事業者が多い。また、現地パートナーとの提携のメリットとして、多岐に渡る経営機能を提携先から吸収すること等があげられている。一方、提携のデメリットとして、中国事業の位置づけが合弁先と異なることと思うような意思決定ができない部分も存在する。
- ・ **事業規模の拡大にあたっては**、既存荷主の要望にきめ細かく応えることにより、既存荷主からの担当工程や取扱量の拡大に成功する事例がみられた。
- ・ 事業の経過とともに日本人スタッフの担当業務が社内マネジメント的役割に集約される傾向。多くの事業者が「優秀な中国人社員の確保」を**組織運営上の重要なポイント**として指摘。

進出事業者のビジネスモデルの一例

| 場所 | 荷主工場 | | A社現地倉庫 | | | | 中国港 | |
|---------|---|---|---|---|--|---|--|----------|
| |  |  |  |  |  |  |  | |
| 物流サービス | — | 運送 | 荷役・保管 検品 | 流通 加工 | 通関 業務 | コンテナ 積み | 運送 | 海上 運送 |
| 自社 | — | | ○ | ○ | ○ | ○ | | |
| 協力会社 | — | ○ | | | | | ○ | ○ |
| 受注拡大の流れ | — | | ◎ | 徐々に提供サービスを拡大 | | | | |

不良品の発生を水際で止めるため、荷主が検品業務を日本から中国に移したことをきっかけに中国進出



高い品質での検品サービスの提供と、荷主のニーズに合った様々なサービスの提案により徐々に提供サービスを拡大し、複合一貫輸送に繋げていった

日本国内へ