

中国における物流の現状と課題

1. はじめに

中国経済の急激な成長に伴って、現在中国の物流業界は大きく成長している。中国で生活する中で多くの人がネットショッピングを利用したり、スーパーでは外国製品を簡単に手に入れることができたりと、国内物流さらには国際物流をも発展を続けている。私たち日本人が輸入製品に頼っているように、実際に中国のスーパーでは多くの中国人が外国製品を当たり前購入し使用しているのを見て中国人にとっても輸入製品は欠かせないものとなっているのだと考えた。こうした輸入製品を含む物流は私たちの暮らしを支え、必要不可欠であることに改めて気づかされた。

私は将来の職業として物流業界にも興味を持っている。そこで今回のレポートでは、現在の中国の物流業界の現状と課題について調査し物流に関しての知識を増やしたいと思う。

2. 中国物流の現状

急速に発展する中国物流業界では、中国経済の急激な成長、経済構造の第3次産業へ変換、都市化の加速などの背景に伴い、物流業の市場は大きく拡大している。図1のCEInetによると、世界金融危機の2009年を除いて、中国国内総生産は2001年の11兆元から2014年に63.6兆元へと成長した。

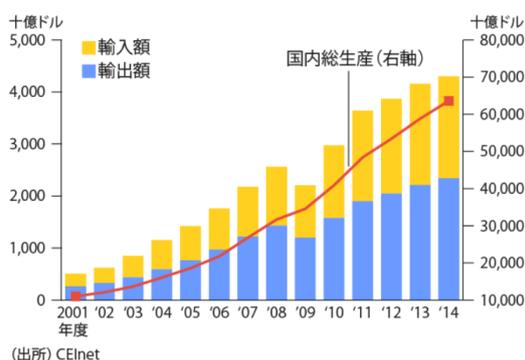
2001～14年までの輸出は年平均18.2%、輸入は年平均17.4%で増加、2014年度には、輸出が2兆2,423億ドル、輸入は1兆9,592億ドルに達した。これに沿うかたちで、中国社会物流総額も2001年の20兆元から年平均20%で成長、2014年には214兆元となり、世界第1位となっている。

図2の貨物運送量から確認すると、2001～2014年にかけて、貨物運送量は年平均9.2%拡大している。運送方法別に見ると、2014年度、各運送方法の輸送分担率は：鉄道が8.7%、道路が76.0%、水運が13.6%、航空が0.01%、パイプラインが1.7%である。この14年間、道路運送の占有率は安定、鉄道運送から水運などへのシフトの傾向が見られている。

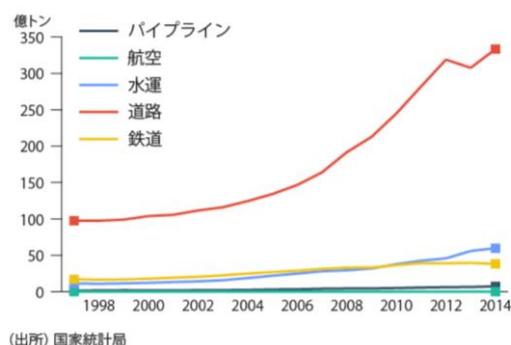
次に、図3の物流貨物額を種類別で見ると、2014年度工業製品は社会物流総額の92%を占めている。また、企業・住民用品（主に社会小売品）は高い成長率を維持、2014年の貨物額は前年比33%増の3,696億円となった。社会小売品の単価は低いいため、金額面では

占有率が低かったが、数量面では、かなり拡大していると考えられる¹。

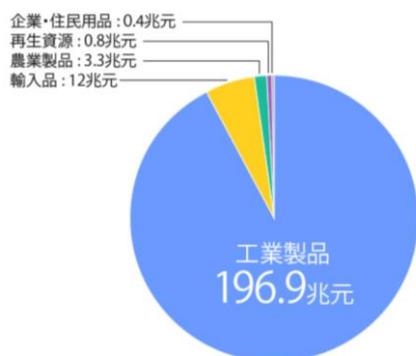
このように中国経済の発展に伴って物流業市場はさらに拡大している。先ほど述べたように、道路輸送の占有率は安定で十数年前と比べて貨物の量が10倍ぐらいになっており、急速に増加している。道路建設も、高速道路を中心に急速にインフラ整備が進んでいる。2009年に新車販売台数が世界一となり2018年末の四輪車保有台数も2億5000万台越で間もなく世界一となる中国。急速な車の普及に合わせて高速道路網の整備も急ピッチで進むだろう。



【図1】



【図2】



(出所) 中国統計局の発表データを基にUZABASE作成

【図3】

3. 中国物流の特徴

(1) ネット通販の取引額は世界最高額の40%越

中国のネット通販の取引額が世界総額に占める割合は40%を超え、先進5か国(米国、英国、フランス、ドイツ、日本)の合計を上回る結果となっている。2018年の「独身の日」、11月11日におけるネット販売額は、アリババ社1社だけで1600億元(約2兆7千億円)

¹ 物流業界の動向を見る～後編中国市場

に上り、過去最高を記録した。中国では現在、海外との越境 EC (国境を越える E コマース) の貿易規模が、貨物貿易全体の増加ペースを大幅に上回る状況が続いており、中国全体の貿易量の 3 割弱を占めるようになった。2020 年には、その市場規模は 12 兆元 (約 185 兆 6187 億円) に達すると予想され、EC ビジネスが中国のグローバルビジネスの重要なツールとなっている²。

(2) ロボットによる仕分と新幹線による配達で物流をさらに効率化

中国では多くの民営宅配物流センターが、ロボット型の仕分けセンターを導入しているが、中国郵政 (China Post) においても、2017 年の 11 月にスマート仕分けプロジェクトをスタートさせた。従来 6 時間かかっていた業務が 2 時間に短縮、作業は大幅に効率化された。

また、独身の日の 11 月 11 日のように一時的に急増する需要に対応するため、京滬高速鉄道 (北京～上海間) の「復興号」を利用した超高速宅配便新サービス「極速達」が開始され、北京～上海間で注文から 10 時間での配達を実現することになった。中国の民間企業と政府が、成長する EC ビジネスに高度なスピード感を持って対応していることを強く印象づける出来事であった³。

(3) 中国宅配企業の国際化

越境 EC (インターネット通販サイトを通じた国際的な電子省取引) の発展は、中国宅配企業の国際化を後押ししている。数年前まで中国の国際宅配市場は、FedEx、UPS、DHL、TNT の外資系 4 社が 75% のシェアを占める寡占市場となっていた。しかし現在では、中国の SF (順風速達) 社等の民営物流企業が、国境を越え日本を含む世界十数か国に進出し、進出先国の企業とも協業して、世界規模の宅配サービスを展開するようになっている³。

(4) スマート宅配ロッカーの普及

ネットショッピング利用者が増えている中、消費者が荷物を簡単に受け取ることや配達員の過剰労働を減少すること、そして再配達率を下げるために普及されたのがスマート宅配ロッカーである。荷物を届ける側は不在だった時に再配達をする必要がなくなり、受け取る側も各々が都合の合う時間で利用することができる。このロッカーに宅配便をとどけてもらうと、受取人には場所とパスワードが送られる。後は時間が空いた時にロッカーに出向いて受け取ればいい。中国コンサルティング企業 iResearch の報告書「2018 年中国スマート宅配ロッカー業界研究報告」によると、その数は 17 年までに 20 万 6000 基に達した。中国政府が第 13 期 5 年計画などで普及を提唱したこともあり、今後も急ピッチで普及は続くと思われる³。

²中国の EC ビジネスと物流の現状 | 日通総研ろじたん Hbf

<https://blog.nittsu-soken.co.jp/logistics/20180122-01> 最終閲覧日 1 月 18 日

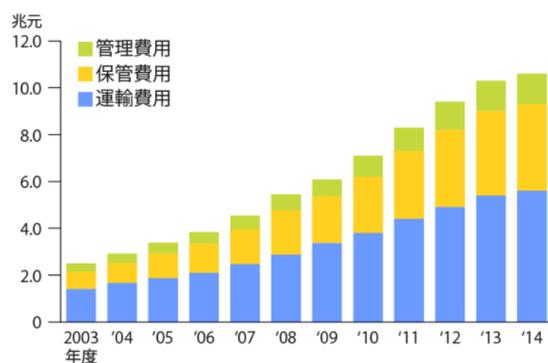
³ 物流を制するものが中国 EC を制す——火花散る “再配達ゼロ、競争

<https://wedge.ismedia.jp/articles/-/14258?page=3> 最終閲覧日 1 月 18 日

4. 中国の物流の課題

現在、中国の物流の課題には大きく三つある。

一つ目は、物流サービスや保管管理の品質が低いことである。図4を見ると、総費用のうち、運輸と保管費用が8~9割を占める。物流費用が拡大しているものの、物流産業自体のソフト（サービスやシステム）面、管理面の品質は未だ低水準である。具体的な物流管理費をみると、2014年度管理費は全体のわずか12.2%であった。物流産業自体の未成熟な構造、割高な物流コスト、在庫の圧縮困難などに加え、物流サービスの品質や自動化システム、政策法規の未整備などが改善課題となっている。



(出所) CEInet

【図4】

二つ目は、GDPに占める物流費がアメリカやヨーロッパや日本に比べて非常に高いことである。日本企業が現地での販売費や一般管理費の中に占める物流費用は平均で7.9%、EU地域では5.4%、北米では5.8%であるのに対し、中国では13.3%ということで、非常に物流に手間とコストがかかっていることが分かる。国土が広大で輸送距離が長く、高速道路網が未整備といった構造的問題もあるが、個人事業主のトラック輸送が中心の旧来の輸送システムを引き継いでいることが背景にある。再配達率が高いことも物流が非効率であることにつながっている⁴。

三つ目は、過積載の問題である。2004年5月に道路交通安全法が施行され、規制が非常に厳しくなったが、厳しくされると物流コストにはね返ってくるという問題がある。また、中国の運輸業界では積載の2、3倍の過積載が「暗黙のルール」となっている。過積載は車両のブレーキが効かなくなるなどトラックの傷みもひどく事故を誘惑する原因となる。また道路の劣化が早く、事故も起きやすい。中国では、乗用車は外資系のものが入ってきているので品質はよくなっているが、トラックは商売に使うものなので、品質がいいとは言えない。これから高速道路がどんどん伸びてくると、トラックの品質もよくなっていかねければ、

⁴物流業界の動向を見る～後編中国市場

いろいろな問題が出てくることになるに違いない⁵。

5. おわりに

私たちが生活する中で日頃意識することはないが、災害が起きた時には物流の大切さが注目される。物流業界が経済の成長に伴って発展することは日本も中国も変わらない。しかし日本の2.6、7倍の国土面積を持つ広大な中国においては、距離と時間などが非常に大きな問題となっているように、中国ならではの物流に関する課題や問題が多くあることが分かった。現在では、「一带一路（1ベルト・1ロード）」構想、すなわち「シルクロード経済ベルト」と「21世紀海上シルクロード」の二つのルートを通じて、中央アジアおよび南アジアをつないだ一つの輸送網形成を促進し、域内の潜在的な成長を喚起すると計画している。これは、元々中国国内で物流業の発展が遅れている北西経済区と西南経済圏に新たな力を注入することを意味し、港湾、空港、道路、鉄道の建設と運営に加え、物流業などにかかわる中国企業にとって、朗報であることは間違いないが、競争環境は一段と激化すると予測している。これからの中国経済の発展と共に中国の物流業の成長に注目していきたい。

⁵ 中国物流の現状と将来

<https://www.near21.jp/kan/publication/journal/70/saya.pdf#search=%27%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E7%89%A9%E6%B5%81+%E6%97%A5%E6%9C%AC%E3%81%A8%E3%81%AE%E9%96%A2%E4%BF%82%27> 最終閲覧日 1月19日