

2023 年度 物流コスト調査報告書【速報版】



<目 次>

1. 調査の目的	-----	1
2. 調査の要約	-----	1
2.1 ミクロ物流コスト（企業物流コスト）	-----	1
1) 売上高物流コスト比率		
2) 長期的な傾向		
3) 2年連続回答企業の分析		
2.2 値上げ要請の動向（定性調査）	-----	3
1) 値上げ要請の動向		
2) 値上げ要請の応否		
2.3 物流コストなどの見通し	-----	4

集計の対象期間について

本報告書【速報版】は、2023年6月から10月にかけて実施したアンケート調査の集計結果（速報値）を掲載したものである。

本報告書に掲載している物流コストなどのデータについては、原則的に2022年度の実績値を示している。一方、2023年の見通しも含まれるため、データの調査対象期間については注意が必要となる。掲載している各データの調査対象期間は以下のとおりである。

該当箇所	対象期間
2.1 ミクロ物流コスト （企業物流コスト）	2022年度の実績
2.2 値上げ要請の動向 （定性調査）	2022年度の実績
2.3 物流コストなどの見通し	2022年度の実績、及び、 2023年度の予測

1. 調査の目的

物流コストの適正化は、マクロ的には物価の安定に寄与するとともに、ミクロ的には企業経営の根本課題として認識され、きわめて重要な意義をもっている。しかし、物流コストの全容に関して公にされたデータは限られており、有価証券報告書に記載された支払運賃など、物流にかかわる費用の一部を集計した不完全な資料にとどまっているのが現状である。

本調査は、このような状況のもと、通商産業省(現 経済産業省)の『物流コスト算定活用マニュアル』に準拠して物流コストの実態把握を行うとともに、文献調査や国際比較など、多面的な調査により日本の物流コストに関する総合的な基礎データを蓄積するとともに、物流コスト管理に資する情報提供を行うことなどを目的として実施したものである。

本報告書【速報版】は、2023年6月から10月にかけて実施したアンケート調査の集計結果(速報値)を掲載したものである。

2. 調査の要約

2.1 ミクロ物流コスト(企業物流コスト)

ミクロ物流コストとは、荷主企業(物流子会社を含む)を対象としたアンケート調査をベースに、回答企業の売上高物流コスト比率の平均値などを整理したものである。

2023年度調査では、208社から有効回答を得た。回答総数は219社であった。なお、データの対象期間は、調査時点における直近の決算期としており、2022年度(2022年4月~2023年3月)の回答が3分の2程度を占めている。従って、本報告書掲載の物流コストについては、原則的に2022年度の実績値を示しているといえる。

1) 売上高物流コスト比率

売上高物流コスト比率とは、各企業の物流コスト金額を売上高で除した値である。当調査では、回答企業の売上高物流コスト比率を相加平均し、それを日本における全産業の物流コストの指標として分析した。下記に今年度調査の傾向を示す。

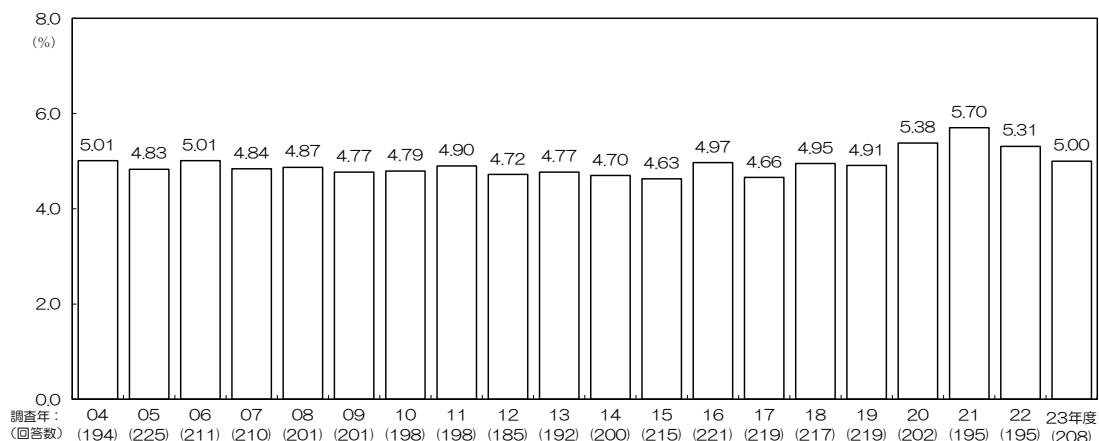
2) 長期的な傾向

図表2-1は、売上高物流コスト比率の推移(全業種)を示したものである。2023年度調査(有効回答208社)の売上高物流コスト比率は5.00%(全業種平均)となった。前年度からの減少幅は0.31ポイントである。

近年、物流事業者からの値上げ要請などを理由に売上高物流コスト比率は、長期的な上昇傾向にある。実際に、前回の2021年度調査においては過去20年間の調査と比較しても最も高い、5.70%を記録した。

一方、2022年度調査および2023年度調査では揺り戻しとも見える結果となった。指数による分析(p.4)から、物流コスト単価は上昇傾向にあるものの、それ以上に物流量に対する売上高(売上単価)の伸びが大きい。昨今のサプライチェーンの混乱や円安などの状況から仕入価格や製造原価、販売管理費の上昇分が、価格に転嫁され始めていることが推測される反面、物流コストの価格転嫁が進んでいないことが伺える。

図表2-1 売上高物流コスト比率の推移（全業種）



図表 2-2 は、2023 年度調査における売上高物流コスト比率を、2022 年度調査結果と比較したものである。業種大分類別（製造業、卸売業、小売業、その他）にみると、小売業の売上高物流コスト比率が増加した一方で、製造業・小売業・その他業種では減少した。しかし、この比較は業種ごとの回答企業の入れ替わりによる影響が含まれるため、経年変化を見る際には、次項の連続回答企業の分析を参照して頂きたい。

図表 2-2 売上高物流コスト比率と回答数（業種大分類別）

	売上高物流コスト比率			回答数	
	2022年度調査	2023年度調査	増減（ポイント）	2022年度調査	2023年度調査
製造業	5.34%	5.16%	-0.18	134	134
非製造業	5.24%	4.70%	-0.54	61	74
卸売業	5.71%	4.13%	-1.58	44	39
小売業	3.51%	5.32%	1.81	13	28
その他	5.71%	5.42%	-0.29	4	7
全業種	5.31%	5.00%	-0.31	195	208

3) 2年連続回答企業の分析

当調査では毎年、より精度の高い分析を行うことを目的に、2年連続回答企業を分析対象として売上高物流コスト比率の推移を算出している。2年連続回答企業のみを分析の対象とすることで、回答企業の入れ替わりによる影響を取り除いている。

前年度との比較が可能な「2年連続回答企業」（141社）による売上高物流コスト比率（全業種平均）は、前年度から0.15ポイント下降の5.28%（図表 2-3）。

図表 2-3 2年連続回答企業の売上高物流コスト比率の推移

	2022年度 (a)	2023年度 (b)	(b) - (a)	
2022年度調査および2023年度調査に回答した企業（2年連続回答企業）	5.43% (回答企業数=141)	5.28% (回答企業数=141)	0.15 ポイント	下降
うち、製造業	5.72% (回答企業数=100)	5.63% (回答企業数=100)	0.09 ポイント	下降
うち、卸売業	4.84% (回答企業数=31)	4.16% (回答企業数=31)	0.68 ポイント	下降
うち、小売業	3.43% (回答企業数=8)	4.34% (回答企業数=8)	0.91 ポイント	上昇
うち、その他	8.30% (回答企業数=2)	9.26% (回答企業数=2)	0.96 ポイント	上昇

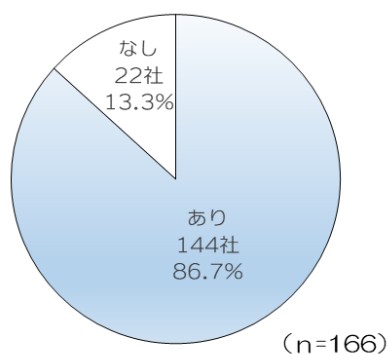
2.2 値上げ要請の動向（定性調査）

2016 年度調査以降、物流コストの値上げに関連した設問を追加している。2023 年度調査では、2022 年度の値上げ要請を対象としてアンケート調査を行った。

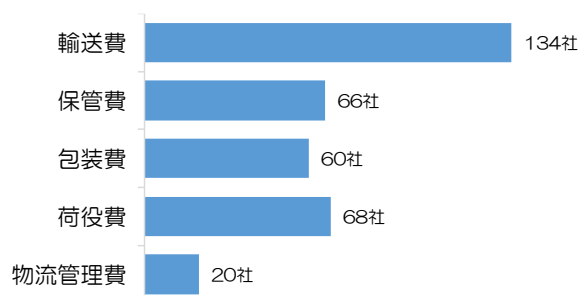
1) 値上げ要請の有無

2023 年度調査において、値上げ要請の有無については、回答企業（166 社）のうち 86.7%が要請を受けたと回答した（図表 2-4）。値上げを要請された主なコストの種類については輸送費と回答した企業が 134 社で最も多く、荷役費がこれに続いている（図表 2-5）。なお、2022 年度調査では 76.2%（165 社のうち 144 社）が要請を受けたと回答した。値上げ要請を受けた企業の割合は 2023 年度調査と比較して 10.5 ポイント上昇した。

図表 2-4 値上げ要請の有無



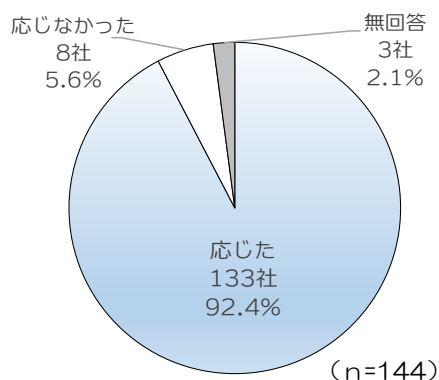
図表 2-5 値上げを要請されたコストの種類
(複数回答)



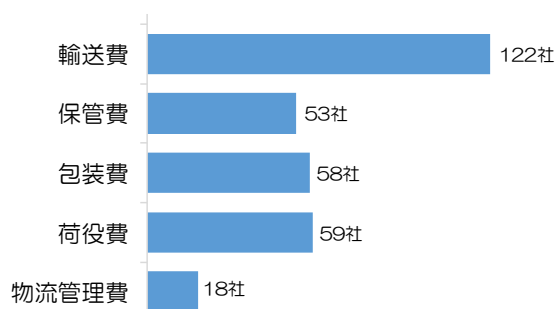
2) 値上げ要請の応否

値上げ要請があったとの回答した企業（144 社）のうち、133 社（92.4%）の企業が「応じた」と回答した（図表 2-6）。なお、2022 年度調査では 95.2%（125 社のうち 119 社）が値上げ要請に応じたと回答した。値上げ要請に応じた企業の割合は 2023 年度調査と比較して 2.6 ポイント下降した。要請に応じた主なコストの種類については輸送費と回答した割合が 122 社で最も多く、荷役費がこれに続いている（図表 2-7）。

図表 2-6 値上げ要請に対する応否



図表 2-7 値上げに応じたコストの種類
(複数回答)



2.3 物流コストなどの見通し

本調査では、物流コストなどの動向（増えているか、減っているか）についての定性的な調査も行っている。この「動向調査」は大まかな傾向を把握することを目的としており、調査結果をもとに、2020年度から2022年度にかけての動向を以下に概観する。

ここでは、①売上高、②物流量、③物流コスト（総額）、の3項目について、それぞれ、回答企業の前年度に対する変化（増加／横ばい／減少）を指標化することで、物流コストなどの動向を単純化し、傾向を把握できるようにしている。指数が大きくなるほど、「増加」と回答した企業の割合が高くなっていることを表している。

$$\text{指数} = \frac{\text{増加} - \text{減少}}{\text{増加} + \text{不変} + \text{減少}} \times 100$$

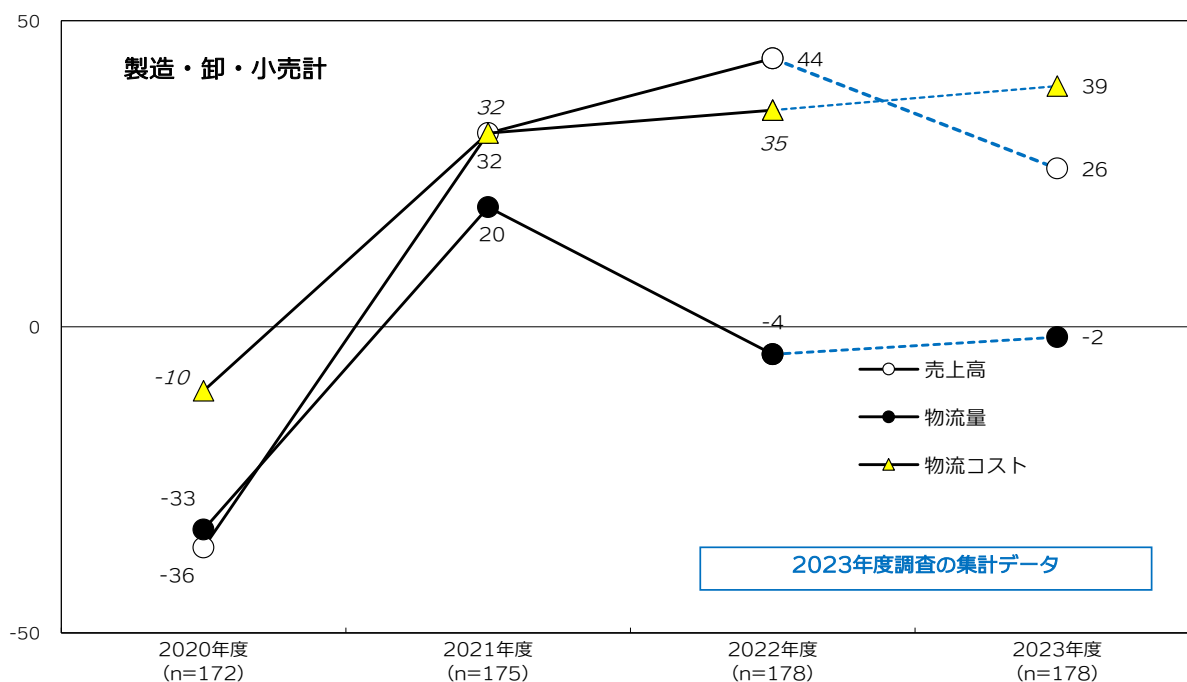
図表 2-6 は、この指数の算出結果を示したものである。参考値として前回 2021 年度の調査対象である 2020 年度の動向指数も掲載している。

今回の調査対象である 2022 年度の指数は、売上高が（+44）、物流量が（-4）、物流コストが（+35）となったが、荷動きが鈍化する一方、売上高の伸びが顕著である。

実際、2022年4月の消費者物価指数の発表以降、日本経済はインフレに転じたともいわれる。昨今のサプライチェーンの混乱や円安などの状況から仕入価格や製造原価、販売管理費の上昇分が、価格に転嫁され始めていることが推測される。

その一方で、物流コストについては売上高ほどの上昇はみられない。物流コストは物流事業者にとっての収益ともいえる。物流量に変化がなく、荷主企業の売上高が大きく伸びる一方、物流コストが伸びていないということは、物流事業者から荷主企業への価格転嫁が進んでいないという見方もできる。

図表 2-6 売上高・物流量・物流コストの増減指数（製造・卸売・小売業計）



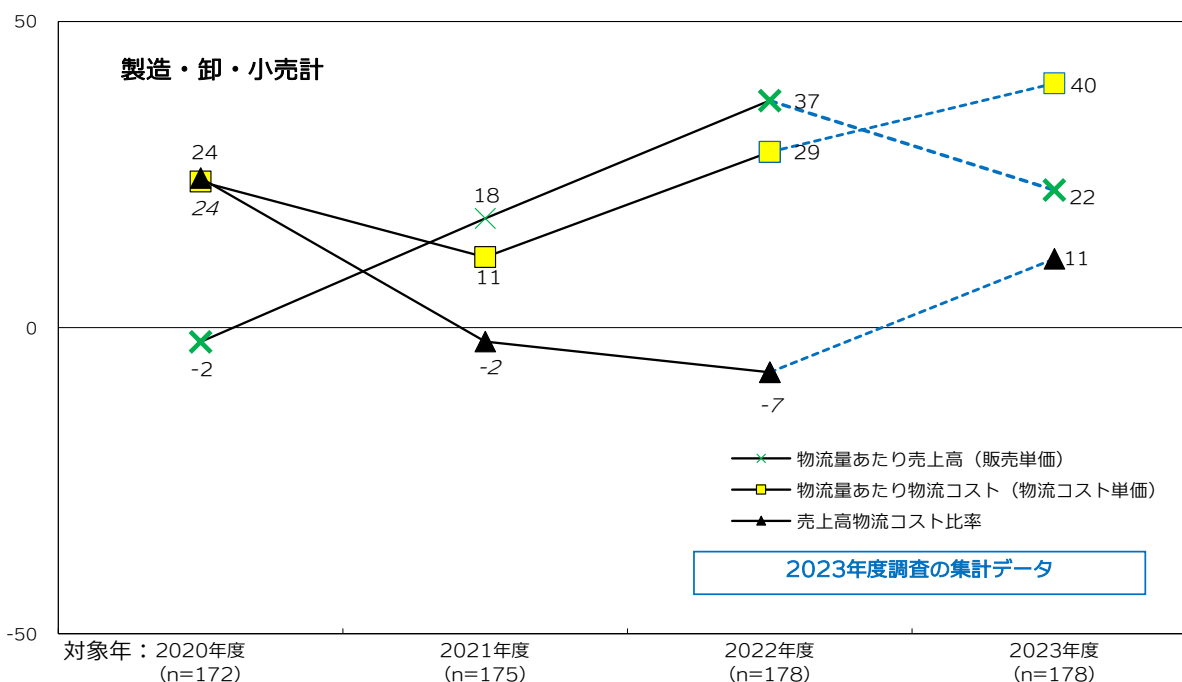
2023年度の指数（見通し）は、売上高が（+26）、物流量が（-2）、物流コストが（+39）となり、荷主企業の売上高の伸びに物流コストが追いつき、物流事業者から荷主企業への価格転嫁が進む可能性を示唆している。

さらに本調査では、アンケート調査から判明した売上高・物流量・物流コストの増減幅¹から、①物流量あたり売上高（販売単価）²、②物流量あたり物流コスト（物流コスト単価）³、③売上高物流コスト比率⁴の増減を推計し、指数化した。図表 2-7 はこれら指数の算出結果を示したものである。

2022年度の指数については、②物流コスト単価が増加（+29）したものの、それを上回る①販売単価の増加（+37）が起こり、その結果が③売上高物流コスト比率の減少（-7）につながった。

2023年度の見通しについては、②の物流コスト単価の増加（+40）が進み、①の販売単価の伸び（+22）を上回ることにより、③の売上高物流コスト比率が増加（+11）することが予想される。

図表 2-7 売上高物流コスト比率の増減要因の分析のため指数



¹ 本アンケート調査では、売上高・物流量・物流コストなどの対前年度の増減幅について、9つの区分で質問している。

² 売上高・物流量の増減から、物流量あたり売上高（販売単価）の変化を推計し、増加・維持・減少に回答企業を区分した。さらに前ページにおける算出式により、区分ごとの回答企業数をもとに、増減のトレンドを指数化した。

³ 物流コスト・物流量の増減から、物流量あたり物流コスト（物流コスト単価）の変化を推計し、増加・維持・減少に回答企業を区分した。そして物流量あたり売上高（販売単価）と同じ方法で指数化した。

⁴ 売上高・物流コストの増減から、売上高物流コスト比率の変化を推計し、増加・維持・減少に回答企業を区分した。そして他の指標と同じ方法で指数化した。

2023年度 物流コスト調査報告書【速報版】

2023年12月発行

公益社団法人 日本ロジスティクスシステム協会 編・発行

〒105-0022 東京都港区海岸 1-15-1 スズエベイディアム 3階

ホームページ <https://www1.logistics.or.jp/>

禁無断転載