

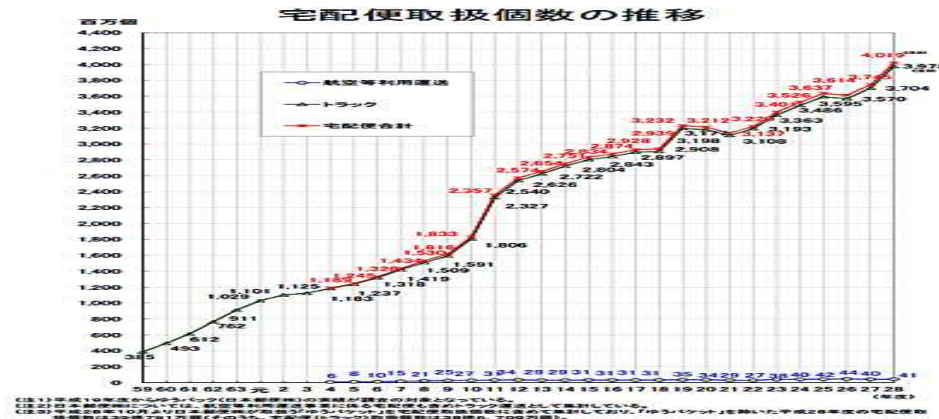
## 일본 택배산업 현황과 물류기업의 대응

- 일본 택배시장은 인터넷쇼핑 고객의 증가와 BtoB, BtoC거래의 활성화로 시장성장세가 회복하기 시작하였고 향후도 지속적으로 확대될 것으로 예상되고 있지만, 일본은 노동력의 절대적 부족과 비용단가의 하락 등의 문제가 심각해지고 있음
- 이러한 상황에서 물류기업들은 (1)대형 물류거점의 설립, (2)전국의 개인운송사업자의 활용, (3)AI, 로봇 등의 활용 등 새로운 비즈니스모델의 개발에 올인 하고 있음

### □ 일본 택배시장 현황

- 일본의 택배취급은 2007년을 정점으로 택배사업의 성장세는 둔화했으나 최근 다시 그 성장세는 회복하기 시작했음
  - 이유는 인터넷쇼핑몰 확대, 3PL(제3자물류)이라고 불리는 재고관리에서 조립포장 시스템의 구축 등, 주변 서비스를 일괄 아웃소싱 하거나, 해외택배시장의 성장 등 새로운 택배산업의 환경변화 때문이라고 할 수 있음
  - 2015~16년의 운송업계의 산업규모(주요기업 39개사 매출액)는 약 10.1조 엔임
  - 최근 인터넷쇼핑몰 시장의 확대로 택배 취급수량은 증가하고 있음. 2015년도의 택배 취급수량은 37억 4493만개로 전년대비 3.6% 증가하였음. 또 트럭운송은 3.8% 증가
  - 인터넷쇼핑몰시장은 앞으로도 꾸준히 성장할 것으로 예상되기 때문에 택배수요도 향후 지속적으로 성장할 것으로 예상
- 일본 국토교통성은 7월28일, 2016년도의 택배 취급수량을 발표해, 40억 1861만개 (트럭은 39억 7780만개, 항공 등 이용운송은 4081만개)이었다고 발표
  - 전년과 비교하면, 전년대비 7.3% 증가한 2억 7367만개를 기록하였음
  - \*트럭운송에 대해서는 상위 5개사(야마토, 사가와, 일본우편)가 전체의 99.8%를 차지하고 있음

<택배거래 취급개수 추이>



(자료) 국토교통성HP

□ 일본 인터넷쇼핑몰시장 확대에 따른 물류기업의 대응

- 아마존(AMAZON)이나 라쿠텐을 중심으로 한 인터넷쇼핑몰시장이 급성장함에 따라 택배취급수량도 증가 추세. 운송업체는 배송거점의 확장에 나서고 있음
  - 2013년 8월, 대형 택배업체인 야마토HD는 카나가와현 아즈기시에 새로운 물류거점 「아즈기 게이트웨이(GW)」를 설립. 향후 중부, 관서지역에서도 GW를 건설할 예정으로 새로운 물류효율화, 고속화를 도모
- 인터넷쇼핑몰시장이 커지면서 택배취급수가 늘어나는 반면, 운송단가의 감소와 드라이버 부족 등의 심각한 문제가 발생
  - 드라이버가 부족하면 채용비용과 인건비가 증가하고 현장의 부담증가와 기업수익을 압박할 우려가 있음
  - 야마토HD는 2017년 5월, 연말까지 직원 1만 명을 새로 채용할 계획을 발표했다. 택배수요의 증가에 따라, 드라이버의 부담을 경감시키는 것이 목적. 앞으로도 인터넷쇼핑몰 확대에 따른 택배수요는 증가할 것으로 예상되고 있으며, 효율적인 시스템 도입과 대규모 거점정비 등 지금까지 이상의 업무 효율화가 요구되기 시작했다
- Amazon로 대표되는 대형쇼핑몰 서비스는 경쟁우위와 차별화를 위해, "경쟁사보다 빨리, 그리고 소액이라도 무료배송"등의 전략을 실행
  - 아마존의 경우, 일본국내 당일배송을 실행하기 위해, 지금까지 야마토 등의 대형 운송사를 활용해 왔으나, 독자적으로 물류기능의 구축에 나서기 시작하였음
  - 아마존은 주문당일에 상품을 배송하는 서비스를 전문적으로 대응하는 개인운송사업자를 2020년까지 10,000명 이상 확보하겠다는 계획을 발표

- 그 아마존의 중기전략의 중심이 되는 업체가 마루와운송이고 이 마루와가 개인사업자들을 조직화시키고 효율적인 배송업무를 달성할 수 있도록 업무 조정할 계획
- \* 마루와는 일본전국에 있는 개인사업자들의 노동관리와 안정적인 수입을 보장하고 아마존의 협력생태계를 구축할 계획
- \* 또 마루와는 확보한 개인사업자들과의 네트워크 유지를 위해, 기숙사나 연료할인, 연수제도 등도 마련할 예정. 필요에 따라 경자동차의 대여도 하면서 많은 개인사업자와의 생태계를 강화할 계획임
- 기타 업체로는 가구, 문방구업체의 아스쿨, 니토리, 세븐일레븐 등에서 독자적인 배송체제 구축과 당일배송 등을 실행하고 있음

기업	대응내용
아스쿨	-주문부터 출하까지 20분의 초고속화 달성을 통해 당일배송 *아스쿨의 피킹방법이 경쟁력 -물류BigData의 활용: 로봇과 AI의 도입 *상품의 주문이나 출하뿐만이 아니라 창고에서의 사람들의 행동과 개개인의 능력까지 수치화. -배송의 자사비율을 20%까지 인상
니토리	-트럭을 구입, 가구운반 협력 운송회사에 대여: 무료 -동사의 가구 배송망을 활용해, 타사 제품의 배송서비스 실시하고 있음
세븐일레븐	-세븐일레븐재팬이 운수업체 세이노홀딩스와 제휴해 택배서비스 시작 *100% 세븐일레븐 전용택배회사 설립
버스, 택시	-17년9월부터 버스, 택시도 택배 운송을 허용하기 위한 화물자동차 운송 사업법과 도로운송법에 관련한 새 지침 작성

□ 시사점

- 인터넷쇼핑몰 확대에 따른 일본 택배회사들은 로봇이나 AI등을 활용한 최신 대형물류센터의 구축을 통해, 물류업계가 안고 있는 문제, 즉 운송단가 하락과 노동력부족 문제를 해결하고자 노력하고 있음
- 니토리의 사례에서 볼 수 있듯이 경쟁사의 제품을 배송해주는 서비스를 실시하는 등 유통망의 공유도 하나의 주목해야 할 시사점이라 할 수 있음
- 기타 AI나 로봇 등, 기계학습에 의한 물류의 자동화와 혁신은 일본의 택배산업의 최신 동향이라 주목해야 할 부분임
- 한국에서도 문제가 심각해지고 있는 노동력의 확보와 효율성, 물류창고의 최신동향 등에 있어, 일본이 먼저 많은 개혁을 실시하고 있으므로 우리나라기업도 일본택배기업의 전략과 시장전망 등을 벤치마킹할 필요가 있음. **KJCF**

<참고자료>

동양경제(2017.03.14), IT medis Business(2015.05.13), 닛케이비즈니스(2017.07.24), 닛케이신문(2017.06.22)