

2026 年 9 月 18 日

NIPPON EXPRESS ホールディングス株式会社

IR Day2026 主な質疑応答（要旨）

9 月 18 日(金)に動画配信および対面形式にて IR Day を実施しました。寄せられた質問と当社説明は下記の通りです。

【セッション 2：グローバル市場での事業成長の加速

スピーカー：NXHD 代表取締役社長 堀切 智、専務執行役員 大槻 秀史、
専務執行役員 大辻 智】

Q1. フォワーディングの事業環境について、今後の見通しを教えてください。

A1. 現時点の事業環境は、スペースが不足し、運賃も上昇傾向である。さらには、燃油費が高騰しており、これから年末にかけてピークシーズンを迎える航空貨物においては、燃油費の上昇に加え、スペースタイトにより運賃が上昇するものと想定している。来年以降については、米国の中間選挙といったイベントも控えている中で見通しづらいが、現在のイラン情勢が続く限り燃油費は高止まりとなるだろう。一方、現時点では物量が大幅に減る様子もないことから、スペースタイトが継続するだろう。

若干補足すると、本年 7 月から EU のデミニミス制度が廃止になったことから、中国発欧州向け越境 e コマースの物量が減少することが懸念材料であった。実際に 7 月以降、航空貨物マーケットにおいて、おおよそ 2 割から 3 割程度、当該物量が減少している。当社も cargo-partner 社や NX 中国や香港において越境 e コマースの取扱いがあるものの、依存度はそこまで大きくないこと、こうした物量減少リスクを一定程度想定して事業を行っていたことから、現状では業績に大きな影響は出ておらず、このままの状況で推移するのであれば、大きな懸念材料にはならないと想定している。

Q2. グローバル集中購買体制により航空フォワーディング事業の収益力を強化する点について、どのような体制となるのか、教えてください。

A2. グローバル事業本部内に新たに組織を作り、その組織に、航空会社からスペースを購入し、グループ内の事業会社に社内販売する機能を持たせる。当該体制開始当初においては、ある程度収益性が厳しくてもグローバル顧客のアジア発欧米向けロングホールを積極的に獲得し、取扱数量を増やしていくことを考えている。増量した上で、次に航空会社と交渉する際により競争力のある運賃を仕入れ、収益性を改善させるというサイクルを回し、4 年目あたりから黒字転換することを目論んでいる。市況を見ながら、各リージ

ョンと確認し、戦略的にボリュームを拡大させるレーンをグローバル事業本部が決め、購買していくことが集中購買の機能となる。

この集中購買に加え、定期チャーター便の運航も開始する。定期チャーターで得たスペースは、営業推進により売り切る必要がある。先ほどの集中購買体制により獲得した運賃競争力と、定期チャーター便の運航により獲得した安定したスペースを武器に事業の拡大を図っていく。

Q3. 組織体制について詳しく教えてほしい。

A3. 既に設立済みの子会社の支社をグローバル事業本部内に置き、約 10 名のメンバーで進めていく。このメンバーは、グローバル事業本部の既存部署である航空フォワーディング部に所属しており、既存部署の業務と新組織の業務を兼務する形となる。また、各リージョンには、カウンターパートを置き、コミュニケーションを密にとり、戦略的な購買を推進していく。数年前に海運フォワーディングの集中購買の推進を念頭に、シンガポールに NGO (NX Global Ocean Network Pte. Ltd.) という子会社を立ち上げていたのだが、税務上の課題があり、当初想定していた機能を果たせていなかった。この度、税務上の課題がクリアできる目途が立ったことから、航空を中心に推進していく。ただし、スタート時点において、必ずしも黒字が確保できるわけではないので、組織をしっかり運営していくために日本の CMS (Cash Management System) を使うこととし、NGO の日本支社を中心とした体制を構築した。ターゲットとするトレードレーンはアジア発着が中心となることから、日本通運の航空フォワーディング部門や海外リージョンの航空フォワーディング部門との連携、調整を図っていくことになる。

Q4. 今回の定期チャーターに関して、どの程度スペースが増えることになるのか。

A4. 貨物専用機 1 機分のスペースが増えることになる。

Q5. 御社が購買しているスペースの中で、チャーターの占める割合が大きく増えることになるのか。

A5. 週 1 便のため、当社全体のスペースとの比較では大宗ではないが、レーンによっては、このチャーター便のスペースが大宗を占めることになる。例えば、今現在、スペースタイトとなっている東京ー台北間に関しては、チャーター便を増やせば、新規貨物が獲得できることになる。当社の既存貨物だけでもチャーター機 1 機分のスペースは十分に満載できるが、新規貨物を獲得するためにチャーターを活用していく。

Q6. チャーター便のスペースを埋められないリスクを想定する必要はないのか。

A6. リスクがないわけではないが、当社が取り扱う既存貨物をチャーター便に搭載すれば、8 割程度は埋まるので、大きなリスクはないと捉えている。現在の市況を鑑みて、当面は

貨物需要の高い状況が続くと見込まれるレーンが中心のチャーター便のため、今から数か月先に空きスペースが生じるといったリスクは低いと考えている。しかしながら、2年間の定期チャーターを想定しているため、毎週1便として、年間約50便、2年間で100便となり、100億円を超える投資になる。設備投資とは異なるものの、航空フォワーディング事業の収益力強化に向けたマネジメントアロケーションの有効な使い道、挑戦として捉えている。

Q7. SkyNeXus 事業について、欧米メガフォワーダーが先行して展開している施策と認識しているが、後発の御社に勝算はあるのか、他社と比較した際の優位性について教えてほしい。

A7. ご指摘の通り、欧米メガフォワーダーと設計は同じであるが、これまでグローバル顧客の入札において競合他社に後塵を拝していた状況を打破するには、集中購買機能確立し、挑戦する必要があると考えている。グローバル顧客は当社の品質には満足しているが価格が高いと評価しており、価格面で欧米メガフォワーダーに追いつければ、ビジネス獲得確度は高まると考えている。また、欧米メガフォワーダーが規模を拡大する中で、彼らが顧客に対して優位な立場を取るケースが増えていることから、グローバル顧客のトップマネジメントから、当社を選択肢として位置付けたいとの評価を得ていることも、挑戦する意義の一つであると考えている。当社がこのレーンであれば勝負できる、あるいは勝てると思うところに投資し勝負をしていくので、後発であることが理由で勝負が難しいとは考えていない。

Q8. CargoWise One の導入について、生産性が8%向上する根拠を教えてください。

A8. CargoWise One の開発・提供元である WiseTech 社との協議の中で、既に CargoWise One を導入している競合他社の状況を反映した数値である。競合他社においては、生産性向上が概ね2桁パーセントに及ぶ中で、少し保守的に見て当社では8%を目標としている。

Q9. CargoWise One は従量課金と認識しているが、生産性が8%向上すれば、取扱量が増えたとしても、ライセンス費用の増加を上回る効果を想定しているのか、教えてください。

A9. 導入国数、取扱件数の増加に伴い、コスト総額は上昇するが、そのコスト上昇を上回る導入国における生産性の向上と間接費の削減を図ることで効果を最大化していく。

Q10. 生産性向上の効果が発現する時間軸を教えてください。

A10. 今年、オランダとシンガポールに導入を完了し、来年には、ドイツや米国での導入を予定している。導入の都度、導入した事業会社での生産性を上げ、2028年までにグループ全体への導入を完了する予定としている。今年導入した事業会社の生産性向上効果は、

来年以降に発現する。2028 年に導入する事業会社の場合、生産性向上効果は 2029 年以降に発現するものと認識している。

Q11. フォワーディング事業の拡大戦略など「強者の戦略」とも見えるが、規模の経済性を志向し、グローバルシェア 3 位以内を目指す方向性なのか。

A11. 欧米のメガフォワーダーであるキューネ&ナーゲル、DHL、DSV、これら 3 社は、当社規模の 2〜3 倍程度となり、現時点で規模では伍していけないと認識している。そのため、当社の強みであるアジアをベースに戦っていく。また、当社の強みは、高い End to End ソリューションの品質を提供する点にあるので、この強みをアジア中心に、アジア発着で勝負していく。当社の強みを活かして戦えるところで戦い、弱い部分を補っていく方向性と認識している。一方、アジア域内を意識するだけで事業が成長するわけではなく、cargo-partner 社の買収により獲得した中東欧の基盤を活かし、中東欧とアジアとのトレードレーンを強化していくことや、Metro Supply Chain 社の買収により北米での顧客基盤を強化し、北米とアジアのトレードレーンを伸ばしていくなど、アジアに関連するビジネスをグローバルで伸ばしていくという方向性である。

Q12. 注力するエリアや重点産業での目指すシェアなど具体的な目標を教えてください。

A12. 航空フォワーディングで言えば、日本発、フィリピン発、香港発では当社がシェア 1 位となっており、アジアの主要ゲートウェイでのトップシェアは目指したいと考えている。しかしながら、欧米などアジア以外のゲートウェイでの目標順位を持っているわけではなく、アジアの強みを活かして伸ばしていく中で、収益を上げていくことが重要と考えている。

Q13. Metro Supply Chain 社の買収に関し、アメリカとカナダ間の関税問題による影響を教えてください。

A13. Metro Supply Chain 社のトップ、NX カナダのトップとそれぞれ話をしているが、事業への影響はマイナスよりプラスの影響が大きいというのが現時点での彼らの印象である。カナダは広い意味での米国経済圏の一部として、例えば、日本からカナダに輸出する場合において、米国に輸出し、米国内の配送と同時に米国内からカナダに配送するようなサプライチェーンを構築する企業が従来は多かった。しかし、昨今の関税障壁により、従前のサプライチェーンは割高となり、日本からカナダに直送し、カナダに DC 拠点を持つといったサプライチェーンの変化が起き始めている。それに伴い、カナダ国内での 3PL を中心とする事業の需要は増えている。これまで NX アメリカのお客様だった日本のメーカーが、NX カナダとも取引するようになり、カナダでのビジネスチャンスが増えていると実感している。また、NX カナダの業績もこの 2〜3 か月は良くなっているので、今のところ関税に関する悲観的な見方は必要ないと感じている。

Q14. Metro Supply Chain 社の買収目的の一つは北米での事業基盤強化とのことだが、同社の本拠地はフランス語圏にあるので、北米よりもフランスとの結びつきが強いのではないのか。

A14. 確かに同社は創業の地がケベック州モントリオールだが、オンタリオ州トロントでの事業が主である。

Q15. 事業の成長性を鑑みた選択と経営資源の集中が必要だと思うが、事業の優先順位等を教えてほしい。

A15. 日本は少子高齢化の中で、長いスパンでみると物流需要は低下していくことから、大きく成長することは望んでいない。2027 年から 2028 年にかけて、日本の不動産を 3,300 億円程度売却することを決定しており、日本では選択と集中をさらに進めていく。ライトアセット化のほかに事業ポートフォリオ経営も掲げており、日本では収益性を重視しているので、低収益不動産に限らず、事業においても低収益であれば、強みのある事業にシフトしていく考えである。

以 上