

2018年11月1日

HSBC ナビゲーター調査報告

日本企業の7割近くが世界の貿易環境の見通しについて強気

顧客需要と良好な経済状況を背景に、世界の企業は強気な見通しを示しているものの、保護主義が国際貿易の見通しに影を落としているため戦略を修正しています。HSBCが、'Navigator: Now, next and how for business' (HSBC ナビゲーター: ビジネスにとっての現在、今後、あり方) と題して、日本企業 350 社を含む 8,500 社を超える企業を対象に新たに調査したところ、現在の企業の見通しが明らかになりました。

34 の市場を対象としたこの調査によると、4 分の 3 以上 (78%) の世界の企業が世界の貿易環境を楽観的に捉えています。このうち、今後の見通しについて楽観的な日本企業は 69% にとどまり、あまり強気ではないことが分かります。

今後について弱気な見方をしている日本企業のあいだで最も多く言及される理由には、国内および世界経済の成長鈍化に加え、地政学的要因が含まれました。こうした懸念にもかかわらず、最も多くの企業がなおも中国ならびに米国は拡大が見込まれる市場と回答しました (図表 1 参照)。

図表. 1 – 企業が拡大を見込んでいる上位 3 カ国の市場

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|
|  | 中国 | 17 % |
|  | 米国 | 14 % |
|  | インド | 9 % |

全体的にみると、現在の貿易環境でも自社が成功すると確信している日本企業は 60% にとどまり、これは世界平均 (81%) を著しく下回っています。

世界では 3 分の 1 を超える (35%) 企業が拡大する消費が来年の成長を最も強くけん引するとみています。また、ほぼ同数 (33%) の企業が経済環境を注視し、32% が効率性の向上または新しい製品とサービスの開発につながるテクノロジーに重点を置いています。

しかし同時に政治的不安が高まるなか、世界で自国経済についてより保護主義的傾向を強めている政府があると考える企業は 2018 年第 1 四半期から 2% 増加し、63% になっています。自社の展望について弱気な企業については、地政学的要因をこうした見方の主な理由として挙げています。

[次頁に続く](#)

回答した日本企業の約半数（47%）は、主な貿易相手国の政府が自国企業をより保護する動きになっていると考えています。世界的な保護主義による現在の状況と今後予想される影響への懸念が示されているものの、日本企業の回答結果は世界平均（63%）を下回っています。これは、日本の国際的な貿易関係が比較的多様であるためと考えられます。

低い失業率と競争圧力により、企業はより高付加価値を目指し、スキルを重視するよう促されている

企業の近い将来の方向性を決める点は何かという質問に対し、日本企業は成長市場でのシェアアップを重視しています。また、生産性に加え労働力のスキル向上への投資を重視すべきであると広く認識しています。これは、日本国内のタイトな労働市場を反映していると考えられます。

回答した日本企業の多数は自社事業に関する洞察を得るためのデータを現在利用していません。今回の HSBC ナビゲーター調査では、企業の 72%がパフォーマンスの最適化にデータを活用していると答えており、これは世界平均（75%）に近いことがわかっています。売り上げのトランザクション・データを活用することは最も一般的であり、業務に伴って発生した事項や顧客別のデータセットの活用も多く示されました。

一方で、日本企業は世界の企業に比べて新たなデータ革新の利点について概して懐疑的であることは意外でした。「IoT（モノのインターネット）」はビジネス機会をもたらすものとして最も頻繁に認識されていますが、こうした発展について前向きな見方をしている日本の回答企業は 42%にとどまり、依然として世界平均の 56%に大きく後れを取っています。半数を上回る企業（52%）は、仮想現実とは自社ビジネスに無関係であると考えており、またほぼ同じ割合の企業が 3D プリンター技術（49%）とスマートマニュファクチャリング（48%）は自社ビジネスに関連が無いと答えています。

国際化とデジタル化がサプライチェーンの改善をけん引

サプライチェーンの変更計画について見ると、商品生産を行う企業の 5分の1 足らず（18%）が国際的なサプライヤーの変更を考えており、サービス業ではこれに近い割合（15%）の企業が新たな市場で事業を行うことを計画しています。テクノロジーのさらなる活用は、商品生産およびサービス・セクター双方の回答企業（財では 16%、サービスでは 22%）にとって、近い将来における戦略であることが多く示されました。商品生産およびサービス・セクターの双方が、サプライチェーンの変更が計画された主な動機として最も多く挙げられたのはコスト削減で、競争圧力がこのような変化を促進していると考えられます（商品生産では 35%、サービスでは 37%）。

また、商品生産（14%）ならびにサービス（23%）セクター双方で、回答した相当な割合の日本企業が今後 3 年間にサプライチェーンの変更をいっさい計画していないことも注目すべき点です。これらの割合は世界平均より商品生産では 4%、サービスでは 9%高く、根強い日本型のパートナーシップによる生産モデルの反映であるとみられます。

注記:

HSBC ナビゲーター：ビジネスにとっての現在、今後、あり方

HSBC のナビゲーター・レポートは 34 市場の 8,650 人の意思決定者を対象に景況感、貿易活動および事業成長への期待を測る世界的な調査で構成されています。調査は 2018 年 8 月から 9 月の間に HSBC の依頼で Kantar TNS が実施しました。

HSBC ナビゲーターは、国際貿易の見通しを理解することで、企業が新たな機会を十分に利用し、将来に向けて詳細な情報を得たうえでの意思決定を行うのに役立っています。

レポート全体はこちらからご覧いただけます: www.business.hsbc.com/trade-navigator (英語)

HSBC グループ

HSBC グループの持株会社である HSBC ホールディングス plc は英国・ロンドンに本部を置いています。HSBC グループは、ヨーロッパ、アジア・太平洋、南北アメリカ、中東、北アフリカにまたがる 66 の国と地域に 3,800 の拠点を擁し、2 兆 6,030 億米ドル（2018 年 9 月末現在）の総資産を保有する世界有数の金融グループです。

以上