|  |
| --- |
| 貿易商社 |

貿易商社の輸出は、2018年まで堅調であったが、2019年に入って中国経済の減速等により弱含んでいる。輸入についても、国内需要が盛り上がりに欠けるため、このところ、横ばいないし減少基調であるが、消費財の一部に売上げを伸ばしている企業もみられる。

業界の概要

貿易は、様々な主体によって行われる。経済産業省「企業活動基本調査」をみると、モノの輸出入の割合が最も高い業種は製造業であるが、卸売業はそれに次いで高く、2017年度において輸出は23.4％、輸入は43.9％を占める。

輸出入を手がける卸売業者は、貿易商社と呼ばれるが、国内で仕入れて国内で販売したり、三国間取引を行なったりすることも少なくない。

貿易商社には、国内外において幅広い商品を取り扱うとともに、各種サービス事業や投資事業まで幅広く行う総合商社と、特定分野の商品の取引を中心とした中堅・中小規模の専門商社がある。ここでは、後者について取り扱う。

中堅・中小規模商社では、メーカーによる直接貿易や大手商社での取引が少ない、中南米や中東・アフリカなどの地域や、ニッチな商品の小ロットの取り扱いが存立の重要な基盤となっている。

商社の機能と貿易相手国

商社は、在庫保有、品質保証、技術的サポートといった機能を保有し、物の輸出入における要となっている。取引先に迅速かつ正確な情報を伝えることで、サプライチェーンを円滑に機能させている。トラブル発生時に、現地企業と話し合い、日本語に翻訳して国内取引先に提供するなどの対応が商社を経由した取引のメリットとして意識されることも少なくない。

地域別に貿易商社の輸出入金額をみると、輸出では、アジアが63.2％と圧倒的な割合を占める（経済産業省『平成30年企業活動基本調査』）。以下、ヨーロッパ（12.4％）、北米（11.8％）である。

財務省「貿易統計」をみると、中国を中心とした東アジア諸地域への輸出は、2018年秋頃から減少基調であり、2019年に入ってから中国、韓国向けが大きく減少している（表１）。

為替動向

わが国の貿易における決済通貨をみると、輸出は、米ドルが50.4％、円が36.7％、輸入は米ドルが69.8％、円が23.7％を占める（2018年下期、財務省関税局「貿易取引通貨別比率」）。近年、中国の元の割合が高まりつつあるが、元の割合が高いアジア向け輸出入でも、それぞれ2.9％、2.0％に留まる。

為替は2017年以降、１米ドル110円前後で安定的である。2019年８月に106円台へと、やや円高になったが、10月に入ってから108円台に戻っており、ボックス圏での動きとなっている。

輸出は減少

経済産業省「商業動態統計」によると、2017年、2018年と増加していた輸出入は、2019年に入って減少に転じ、減少幅が拡大している（表２）。

府内企業に対する聞き取り調査でも、売上げは横ばいないしは減少している。ある電子部品を扱う商社では、2019年に入って、中国市場が１割程度縮小したとみている。特に、自動車や半導体製造装置向けが厳しい。

別の電子部品の商社では、中国向け輸出が２～３割減少した。これは、米中貿易摩擦の影響から販売先の台湾企業が中国拠点の生産を台湾拠点へと移転したことによるもので、台湾での販売額の増加により相殺された。

韓国向け輸出についても、２～３割程度減少した企業もある。政府は、2019年８月から韓国に対する輸出管理運用を見直したが（いわゆるホワイト国からの除外）、韓国向け輸出の減少は、これとは関係なく、中国経済減速を背景とした韓国現地市場低迷の影響とみられている。

これに対して、別の電子部品の商社では、韓国向け輸出が増加した。ただし、それまで国内で納品していたメーカーが、生産拠点を日本から韓国に移管し、商品の納品先が国内工場から韓国工場へと移転したことによるもので、全社での売上の増加にはなっていない。

一方、中東やアフリカへの自動車の輸出では、各地で政情不安や紛争が生じていることにより、輸出が減少している。

テキスタイルの貿易商社では、欧州向けの輸出が増加しているが、中国のアパレル市場が不調で全体としては前年並みである。

輸入品の国内販売はまだら模様

国内需要については、モバイル機器の需要が落ち着いていることから電子部品の輸入販売は減少している。

消費財について、ある繊維商社では2018年度は２～３％増収であったが、2019年度は減収で推移している。一方、欧州から雑貨を輸入している企業では、インバウンド需要等に支えられて、売上げは底堅く推移している。食品や雑貨などを輸入している企業でも、消費者の好みに合った新規性のある商品の輸入をしており、売上げは２桁増という。

収益は横ばいからやや悪化

中国や韓国からの輸入品の仕入れ価格は、元安・ウォン安のため低下している物もあるが、概ね横ばいである。

消費税率引き上げ前の駆け込みや反動はあまり見られない。ただし、受注先が増税後も販売価格を据え置きにするために、仕入先である商社に納品価格の引き下げを期待し、それに応じると収益圧迫要因となるといった声が聞かれた。

昨今の物流業界における人手不足の問題から、トラックの手配が予定通り行えず、遅配が生じたり、運送費が上昇したりという問題が生じている。物流費増加の販売価格への転嫁は十分ではなく、収益悪化の一因となっている。

売上が減少する中で、コスト上昇要因もあることから、一部企業を除き、2019年度上期の収益は、横ばいないしやや減益といった状況である。

設備投資は底堅い

ある企業では、商品の不具合を検査する装置を導入したり、省力化投資をしたりしている。消費税率引き上げに対応するためのシステムの改修などを行ったり、業務システムをクラウド環境に置き換えるための投資を行なったりする企業もみられる。

また、中国や中南米など、海外に生産拠点や販売拠点を増やすことを計画している企業もある。

採用は容易に

人材の募集について、ある企業では、３年前までは採用予定人員の３分の１程度しか採用できなかったが、大学訪問やセミナー開催などを積極的に実施した結果、地方大学の学生を予定人数だけ採用できるようになったという。従来は男性がほとんどであったが、最近は半数が女性である。別の企業では、留学生の合同就職説明会に参加し、語学が堪能で業務に積極的な姿勢の中国や韓国出身の学生を採用できたという。また、2018年春の採用に苦戦していた企業でも2019年春には採用が容易であった。

従業員の過不足感については、環境規制への対応や自然災害が続く中で事業継続計画の準備など人手を要する業務が多く人手不足感が続いている。しかし、売上げの拡大が見込みにくい状況では、採用人数は増やせないという声が聞かれた。

海外情勢によるビジネスの支障

アメリカ向け輸出を行う自動車部品商社では、現地駐在員を交替できないという支障が生じている。米国政府のアメリカ人雇用を優先する方針から日本から派遣する交代要員の就労ビザが下りないためである。

また、中国向け輸出を行う企業では、ドル建てで取引しているが、現地企業が米ドルの調達が難しく、支払い遅延が生じているという。

経済連携協定の影響

日EU・EPA等は、一部の企業で活用されている。欧州に輸出している企業では、取引先から経済連携協定利用の申出があり、それに対応している。輸入についても、既に活用している企業や、通関手続きを代行する海運貨物取扱業者と活用を検討している企業がある。

一方、経済連携協定によるメリットのある品目を扱っていないという企業も多い。ロットが大きければメリットがあるが、小ロットでは手続きに見合う節税効果がないということで、利用していないという企業も少なくない。

今後の見通し

今後の販売見通しは不透明とする企業が多いが、2019年度下期において売上げの５～10％減少や減益を見込む企業がみられるなど弱気である。

中国向け輸出については、米中貿易摩擦、元安により中国の購買力が低下し、輸出が減少することが懸念されている。

（町田　光弘）

※前回の調査時期は、2018年１～３月期

 表１　近畿の仕向地別輸出額の推移



資料：財務省『貿易統計』

表２　大規模卸売店の輸出入額・増減率（全国）



資料：経済産業省『商業動態統計』

（注）調査対象は、従業者100人以上の各種商品卸売事業所及び従業者200人以上の卸売事業所で、経済産業大臣が指定する事業所。増減率は、対前年増加率。