

- 2. 欧州非製造業の戦略から学ぶ

- 2 - 1. はじめに

非製造業の成長は日本経済の発展に不可欠

戦後の日本経済の発展を牽引してきた製造業の競争力強化は我が国にとって引続き重要な課題である。一方、諸外国と同様、経済のサービス化が進展する中、日本の GDP および雇用の 7 割近くを占める非製造業の成長が経済全体に与える影響は一層高まっており、日本経済の発展には非製造業の成長が不可欠である。

生産年齢人口の減少幅が拡大するとともに総人口も減少局面に入り、本邦非製造企業はマザーマーケットである国内消費市場の縮小という問題に直面している。斯かる状況下、持続的成長を実現するには、競争激化が必然的な国内マーケットでの生き残りと共に、海外展開において国際競争を勝ち抜くことが求められている。

欧州の非製造業を見渡してみると、様々な産業で世界トップクラスの企業がある。世界マーケットを相手に歴史的に自由競争の中で鍛えられてきた産業、各国や欧州地域において規制を受ける中で発展してきた産業、経済統合を契機とする規制の緩和・撤廃を追い風に世界的企業が生まれた産業等々、それぞれの産業を取り巻く環境は様々であるが、概して自国及び欧州のマザーマーケットで確固たる基盤を構築しつつ、海外展開することで世界トップクラスに成長していった。

欧州非製造業の戦略から学ぶ

本章では、欧州の非製造業の中から複数の産業を採り上げ、その産業を取り巻く環境や当該産業における世界的企業の戦略を考察することで、日本の非製造業が更なる発展を遂げ、ひいては日本経済の成長に繋がるヒントを探っていく。

【図表1】 分析対象とした産業及び企業

産業	企業
エネルギー	E.ON, RWE, Centrica, GDF Suez
通信	Vodafone
物流	Deutsche Post DHL
海運	A.P.Moller-Maersk
アパレル	Inditex, H&M

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

エネルギーについては、欧州において拡大している再生可能エネルギーと分散型電源の普及がもたらしている様々な課題と、それに対する各国政府や事業者の対応を分析し、我が国におけるエネルギー新時代の政策の在り方と、新たなビジネスの潮流を考察することとする。

通信については、欧州において通信事業自体が縮退に向かいつつあり、新たな分野への取組みが重要な課題となっている。これは、遠からず本邦企業も直面するであろう課題であることに鑑み、欧州企業の取組みにフォーカスを当て、本邦企業へのインプリケーションを導出する。

物流・海運・アパレルについては、各産業を代表する世界的企業の戦略を考察し、本邦企業へのインプリケーションを導出する。各企業の戦略は様々であるが、本邦企業が参考とすべきいくつかの共通項がある。一つはポートフォリオ戦略であり、事業ポートフォリオやブランドポートフォリオにおける戦略に各社特徴がある。もう一つは、グローバル展開手法であり、この 2 軸を中心に考察する。

繰り返しになるが、非製造業の成長は日本経済の発展に不可欠である。以降各章の考察が、我が国非製造業の成長に繋がるヒントになれば幸いである。

【図表2】 各産業における着眼点

産業	着眼点	ポートフォ リオ戦略	グローバ ル展開
エネルギー	エネルギー新時代の政策と欧州企業の戦略を考察		
通信	成長の為に新たな分野への取組から学ぶ		
物流	勝ち組企業から学ぶ		
海運	同上		
アパレル	同上		

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

(社会インフラチーム 川手 康司)
koji.kawate@mizuho-bk.co.jp

©2015 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。