

第2節 海外進出を通じたグローバルな活力の取り込み

我が国の製造業企業は、海外進出を通じて、海外のリソースを活用しつつグローバルな需要を取り込み、成長につなげてきた。

しかしながら、急速に海外進出が進むことによって、国内の生産が減少し、雇用が失われるとの懸念もある。実際に、2011～2012年にかけて、円高の進行や新興国の台頭もあって、複数の大企業が国内工場の閉鎖を発表した。

本節では、まず、企業の海外進出が業況や雇用に与える影響を分析する。次に、海外進出を成長につなげる観点から、中小企業を中心に海外進出の障害となる要因を明らかにする。最後に、アメリカとドイツの海外進出の経験を踏まえて、海外進出に対する政策対応の在り方を検討する。

1 海外進出の個別企業への影響

リーマンショック後の円高の進行、東日本大震災後に生じた生産拠点分散化、電力料金の上昇などを背景として、製造業企業の海外進出が加速しているとの指摘が多い⁴¹。製造業企業が海外に進出すると、それぞれの企業の業況や雇用はどのような影響を受けるのだろうか。

また、日本型下請生産システムの下では、元請企業が海外進出した場合には、下請企業の受注は減少することが考えられる。そのため、製造業企業の海外進出による影響も、元請・下請の別で異なると考えられる。

ここでは、海外進出による個別企業の収益や雇用などの変化を明らかにする。その際、企業規模や元請・下請の別によって差が生じているかどうかについても検討する。最後に、中小企業を中心に海外進出の障害となる要因をさぐり、求められる政策対応を明らかにする。

(1) 海外進出が企業の業況や収益に与える影響

ここでは、個別企業における海外進出の動向、目的の変化、業況や収益への影響を見てみよう。

注 (41) 例えば、ある大手電機メーカーは、リーマンショック後の円高や国内市場の縮小を背景として、国内拠点のマザー工場化を進める中で、2011年末から2012年初めにかけて同メーカーの企業城下町（人口3万人程度）の15工場を9工場に再編する方針を公表した。そのため、この企業城下町では、同メーカーとの契約解除を受けた協力工場や、同メーカーからの受注減少を受けた下請企業が従業員を解雇し、若中年男性を含め数百人規模の失業が見込まれている。

●増加する海外進出

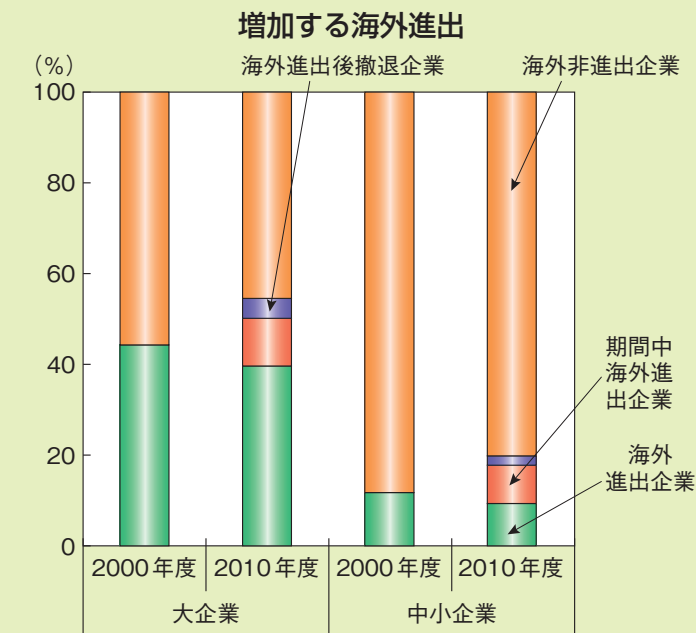
我が国製造業の海外進出の状況について、「企業活動基本調査」の個票を用いて、2000年度と2010年度の状況を比較すると⁴²、大企業は、海外進出している企業の割合が増加しており、半数を超えている。中小企業も大企業を上回る勢いで増加しており、全体に占める割合も大企業に比べれば低いものの約2割となっている⁴³（第2-2-1図）。

海外進出する企業が増加している背景としては、①我が国国内市場の縮小と新興国市場の拡大、②新興国の技術水準の上昇、③リーマンショック以降の円高などが指摘されている⁴⁴。また、自由貿易協定（FTA）のメリットを享受するために、FTAを複数の国と締結している韓国のような国に海外進出する例も見られる⁴⁵。

●現地市場獲得型の海外進出が多い

海外進出する企業が増加する中で、目的も変化しているのだろうか。1990年代の円高局面では、生産コストの削減や我が国への逆輸入を目的とした「国内生産代替型」の海外進出が多

第2-2-1図 製造業の海外進出企業の割合



(備考) 1. 経済産業省「企業活動基本調査」の個票データにより作成。
2. 資本金3億円以上を大企業、3億円未満を中小企業とした。

注 (42) 「企業活動基本調査」において2000年度実績と2010年度実績の両年で報告している企業（継続報告企業）を分析した。
(43) ここでは、継続報告企業を見ているため、海外進出に失敗して倒産した企業をカウントしていないことに留意が必要である。
(44) 詳細は、内閣府政策統括官（経済財政分析担当）(2012)を参照。
(45) 例えば、ある化学繊維メーカーは、高付加価値な炭素繊維の生産工場を韓国に建設した。韓国に立地した理由について、製造工程で使用する電気料金の低さなどに加えて、輸出拠点として「韓国が中国を含めFTA締結に積極的に取り組んでいることが魅力的なのは事実だ」と指摘している。

かった。しかし、近年では、進出先の国やその近隣諸国での需要を取り込むことを目的とした「現地市場獲得型」の海外進出にシフトしつつある⁴⁶。

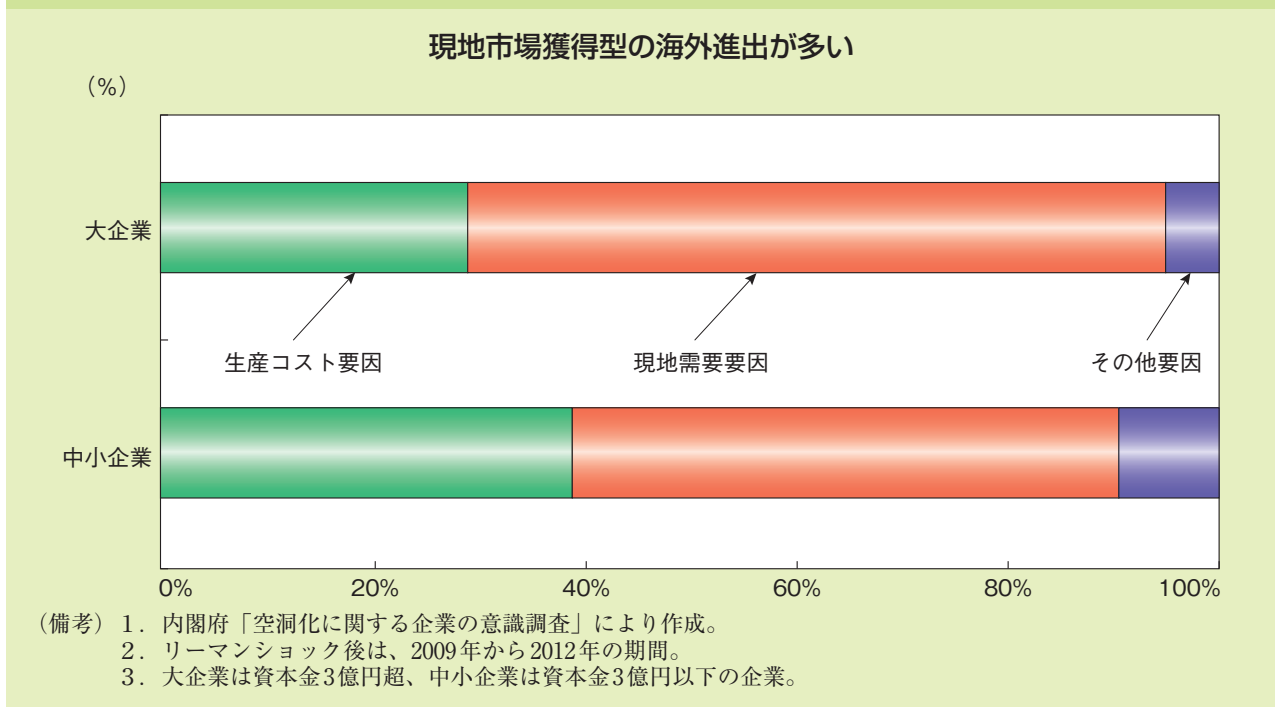
ここでは、「空洞化に関する企業の意識調査⁴⁷」により、最近の海外進出の目的を企業規模別に確認しておこう。リーマンショック後（2009～2012年）における海外進出の目的を聞いたところ、大企業も中小企業も「現地需要要因」と回答する現地市場獲得型の企業が多く、特に大企業は7割弱を占めている。ただし、中小企業については、平均的には大企業と比べて生産性が低く、新興国企業とのコスト競争に強くさらされていることから、「生産コスト要因」と回答する国内生産代替型の企業も4割程度と一定割合の割合を占めている（第2-2-2図）。

●元請企業の要請が無くても海外進出する下請企業も多い

下請企業は元請企業の要請を受けて海外進出しているのだろうか。初めて海外進出する際に元請企業の要請があったか否かを聞いたところ、大企業の下請企業では7割弱、中小企業の下請企業では約5割の企業が「要請があった」と答えており、元請企業の要請を受けて海外進出する企業が多いことが確認できる（第2-2-3図）。

ただし、下請企業では、元請企業の要請が無くても海外進出に踏み切っている企業が相当数

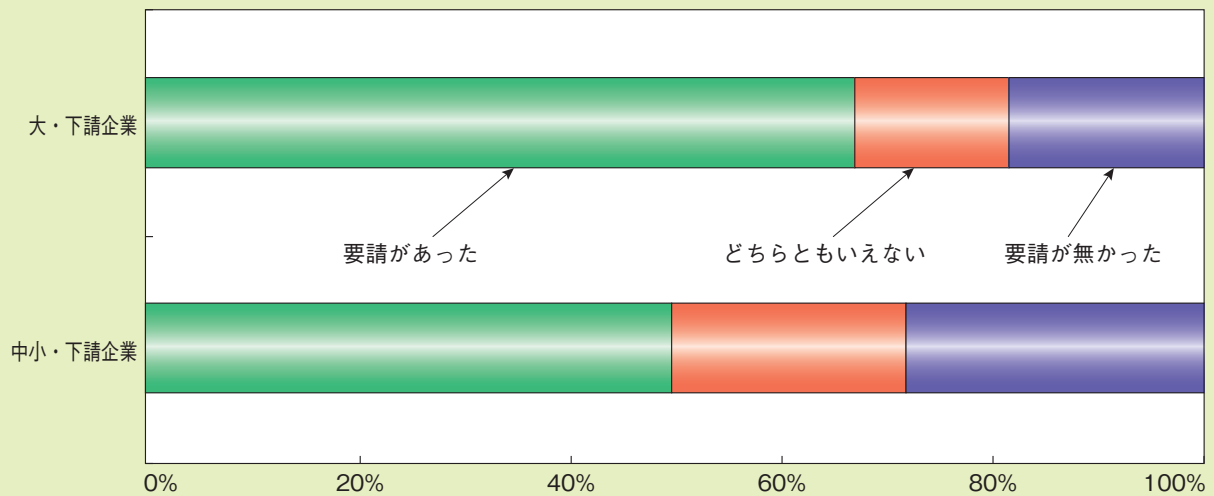
第2-2-2図 海外進出企業の目的（リーマンショック後）



注 (46) 詳細は、内閣府政策統括官（経済財政分析担当）（2012）を参照。
(47) 「空洞化に関する企業の意識調査」は、円高やアジア市場の発展を背景に日本企業の海外進出が加速する中、海外及び国内の事業展開の現状や先行き、雇用動向などの実態把握を目的に、製造業企業を対象に内閣府が2013年1～2月に実施したものである。詳細は、付注2-3を参照。

第2-2-3図 海外進出における元請企業の要請の有無

元請企業の要請が無くても海外進出する下請企業も多い



(備考) 1. 内閣府「空洞化に関する企業の意識調査」により作成。
 2. 大企業は資本金3億円超、中小企業は資本金3億円以下の企業。

存在しており、大企業で2割、中小企業で3割に上っている。

この背景として、元請企業が海外進出し、国内受注の減少を懸念した下請企業が、元請企業の要請の有無にかかわらず、海外需要に活路を見出そうとしていることが考えられる。特に、中小の下請企業は、取引の多くを元請企業に依存する傾向が強い。また、元請企業の海外生産拠点は、部品などを日本からではなく現地で調達しようとしている⁴⁸。そのため、仮に元請企業が国内生産拠点を閉鎖する形で海外進出してしまうと、中小の下請企業の受注が激減してしまう。そこで、元請企業の海外生産拠点からの受注を求めて、たとえ要請が無くても、元請企業の後を追いかけて進出することになるケースもある。

●海外進出によって売上や収益は改善

我が国製造業では、海外進出が進展していること、海外進出企業の多くが現地市場の獲得を目的としていることを見た。それでは、海外進出した企業としていない企業（以下、非進出企業という）で、売上や収益に違いがあるのだろうか。また、違いがあるとすればそれはなぜだろうか。ここでは、リーマンショック後（2009～2012年）の状況を見てみよう。

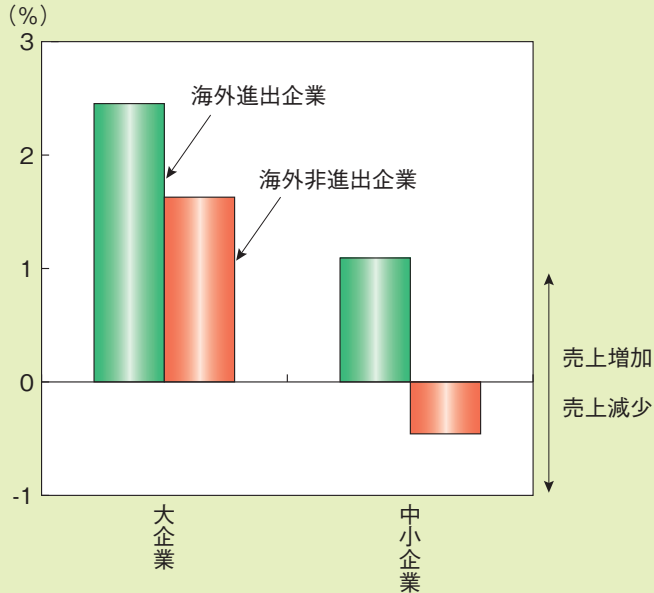
まず、売上高増減率を企業規模別に見ると、大企業・中小企業ともに、海外進出企業の方が非進出企業よりも売上の伸びが大きいことが分かる（第2-2-4図（1））。次に、「企業活動基本調査」の個票データを用いて、海外進出企業の経常利益の伸びを非進出企業と比べてみよ

注 (48) 日本の海外現地法人は、現地生産が増加する中で現地調達を高めようとしているが、高付加価値部品については現地の技術水準が足りず、日本からの輸出も相互に増加している。

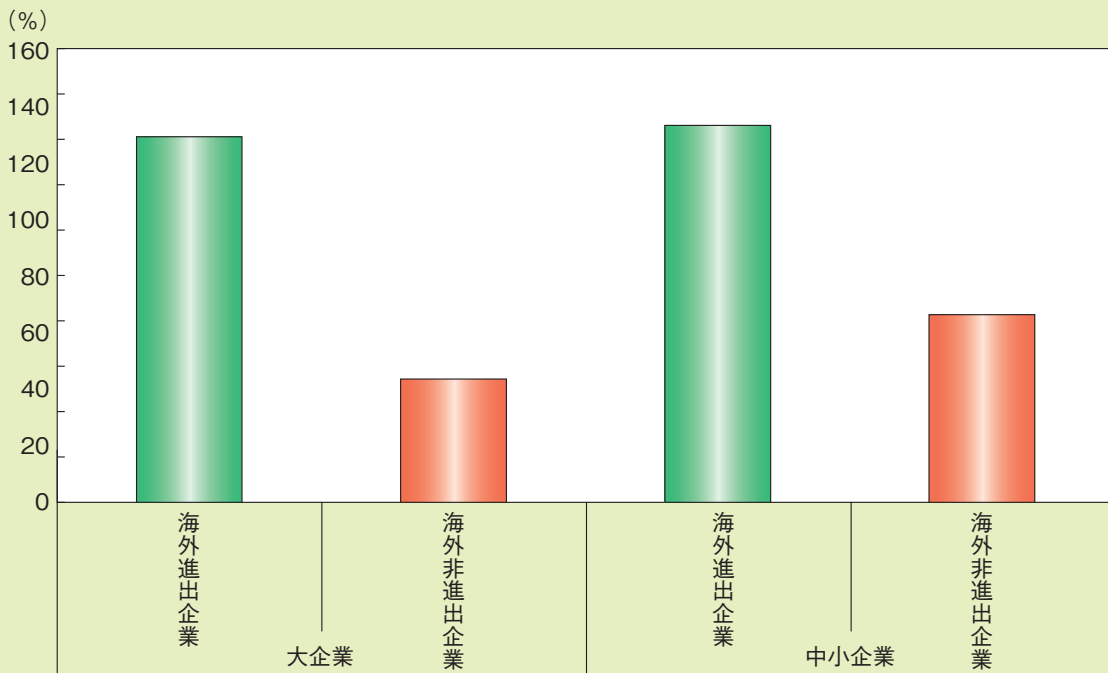
第2-2-4図 海外進出企業と非進出企業の業況

海外進出によって売上や収益は改善

(1) 売上高増減率（リーマンショック後）



(2) 経常利益増減率（2010年）



- (備考)
- (1) は、内閣府「空洞化に関する企業の意識調査」により作成。
 - (1) のリーマンショック後は、2009年から2012年の期間。
 - (2) は、経済産業省「企業活動基本調査」の個票データにより作成。
 - (2) のサンプル対象は、2010年度調査と2011年度調査双方に回答している企業。値は中位数。
 - 売上高増減率は、売上高の年平均伸び率について、「20%以上増加した」=30、「10%以上～20%未満増加」=15、「0%超～10%未満増加した」=5、「0%（水準を維持した）」=0、「0%超～10%未満減少した」=-5、「10%以上～20%未満減少した」=-15、「20%以上減少した」=-30と回答項目にウェイトをつけ、ウェイトと回答割合を乗じた値の合計となっている。
 - 大企業は資本金3億円超、中小企業は資本金3億円以下の企業。

う。大企業・中小企業ともに、非進出企業よりも海外進出企業の方が、経常利益の伸びは大きい（第2-2-4図（2））。

●海外拠点是国内拠点よりも業況が良好

リーマンショック後において、海外進出企業は、非進出企業に比べて売上の伸びが大きく、経常利益の伸びも大きいことが分かった。これは、リーマンショック後においては、海外進出企業の海外事業が集中するアジア⁴⁹で、比較的早く景気低迷から脱したため、海外進出企業がその恩恵を受けたことによると考えられる。

これを検証するため、海外進出企業の業況を国内拠点と海外拠点に分けて比較してみよう。横軸に国内拠点の業況をとり、縦軸に海外拠点の業況をとって、両者の関係を図示した。円の大きさは、該当する国内拠点の業況、海外拠点の業況の組み合わせを選んだ企業の割合を示している。45度線より上側の領域には、海外拠点の業況の方が国内拠点の業況よりも良い企業が分布している。

これによれば、海外進出企業については、リーマンショック前（2004～2007年）には、国内拠点も海外拠点も業況は良かったが、リーマンショック後（2009～2012年）には、国内拠点よりも海外拠点の業況が良いことが分かる。また、この傾向は、大企業よりも中小企業でやや強く見られる。これは、中小企業は取引先の分散化が進んでいないため、国内景気悪化の影響を受け易いことによる。業況の悪化リスクは、複数の企業と取引している企業よりも一つの企業と取引している企業の方が高い（第2-2-5図）。

●元請企業からの要請がなくても海外進出した下請企業の業況は悪化度合いが小さい

先に、元請企業からの要請が無くても海外進出する下請企業が多いことを見たが、こうした企業の海外拠点は、元請企業からの受注や支援が無くとも、業況が良いのだろうか。海外拠点における下請企業の業況DIを、元請企業の要請の有無別に、リーマンショック前（2004～2007年）と後（2009～2012年）で比較する。大企業・中小企業ともに、下請企業では、元請企業の要請の有無にかかわらず海外拠点における業況は悪化しているが、元請企業の要請の無かった下請企業の方が、業況の悪化度合いは小さい。

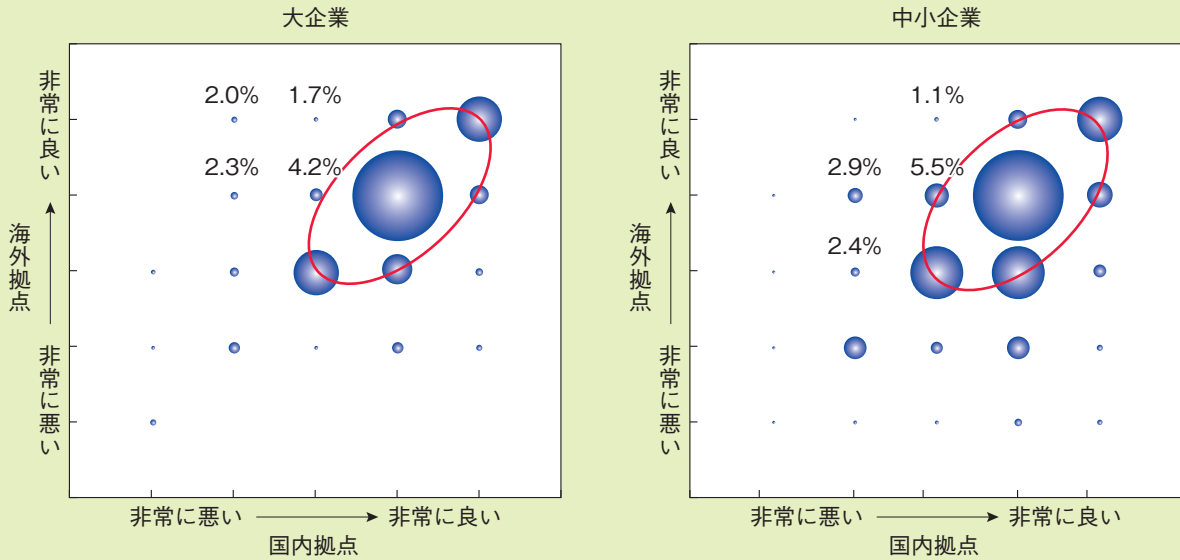
このことは、元請企業から一定の受注を得られる下請企業よりも、元請企業からの受注が無く、海外で独自に取引先を開拓していかなければならない下請企業の方が、リーマンショック後の業況の悪化に上手く対応したことを示唆している。元請企業の海外進出という苦境を乗り越えていく下請企業の力強さがうかがえる（第2-2-6図）。

注 (49) 内閣府「空洞化に関する企業の意識調査」によると、リーマンショック後における海外進出企業の海外事業の売上高がもっとも多い地域は、企業数でみてアジアが80%、北米が10%、欧州が5%。

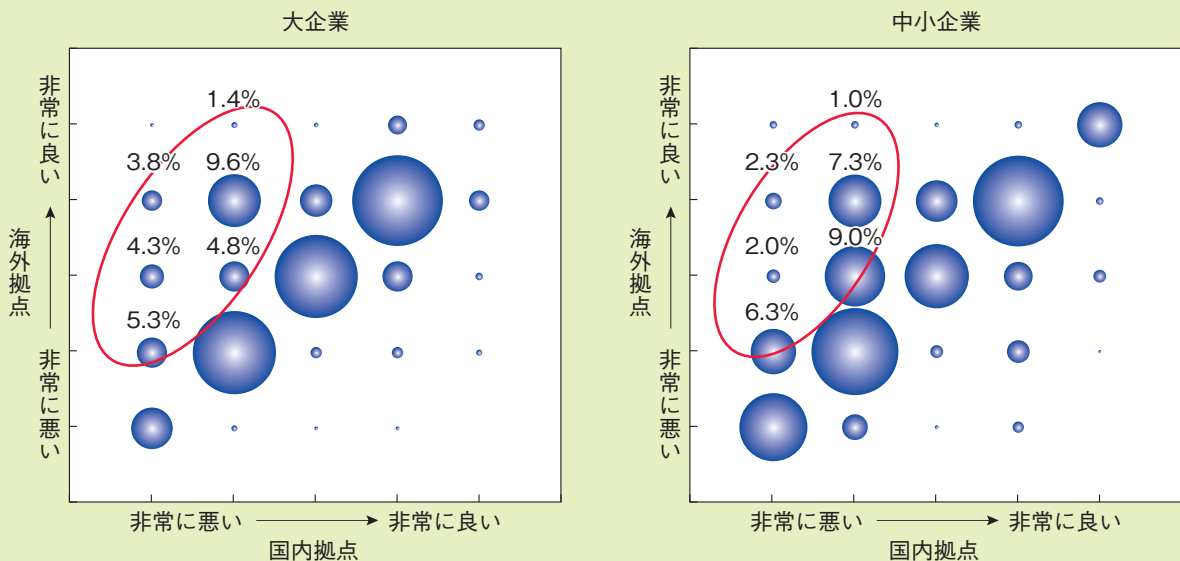
第2-2-5図 海外進出企業の国内拠点と海外拠点の業況（リーマンショック前後）

海外拠点は国内拠点よりも業況が良好

(1) リーマンショック前



(2) リーマンショック後



- (備考) 1. 内閣府「空洞化に関する企業の意識調査」により作成。
 2. 円の大きさが、当該項目を選択した企業の割合の大きさを示す。ただし、同じ割合であっても円の大きさはグラフごとに異なることに注意が必要。
 3. リーマンショック前は2004年から2007年、リーマンショック後は2009年から2012年の期間。
 4. 図で示していない分布の数値は、付注2-4で示している。
 5. 大企業は資本金3億円超、中小企業は資本金3億円以下の企業。

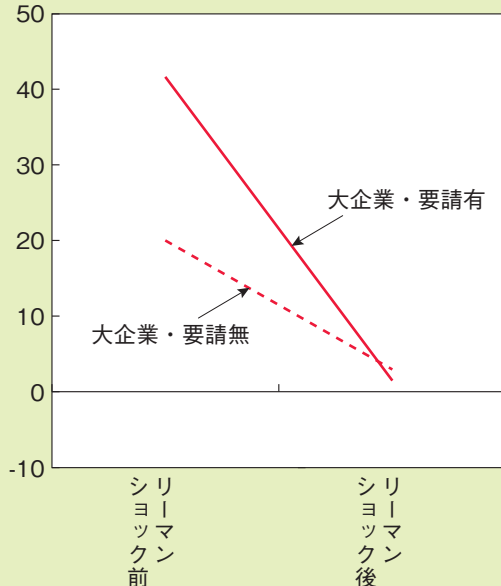
● 現地市場獲得型の企業の業況は国内生産代替型の企業を上回る

最後に、海外進出企業の中で、海外進出の目的によって海外拠点における業況が異なるかどうかを見てみよう。海外進出企業の海外拠点におけるリーマンショック前（2004～2007年）と後（2009～2012年）の業況DIの変化を見ると、海外進出の目的や企業規模によらず、悪化

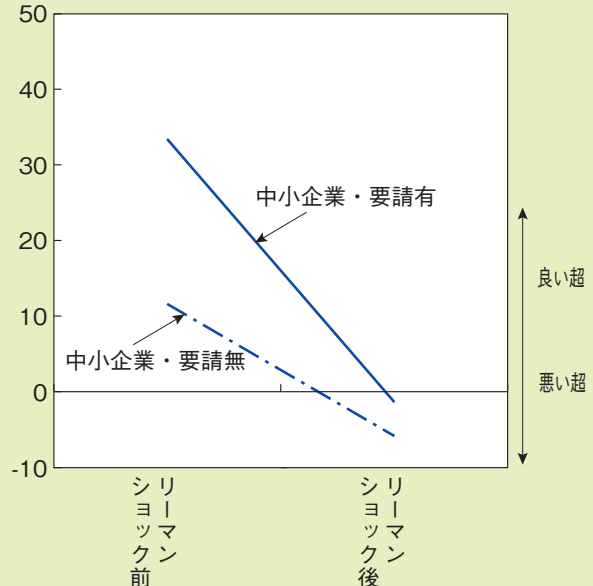
第2-2-6図 海外進出要請有無別に見る下請企業の海外業況DIの変化（リーマンショック前後）

元請企業からの要請無しに海外進出した下請企業の業況は悪化度合いが小さい

(1) 大企業



(2) 中小企業



- (備考) 1. 内閣府「空洞化に関する企業の意識調査」により作成。
 2. リーマンショック前は2004年から2007年、リーマンショック後は2009年から2012年の期間。
 3. 海外業況DIは、海外法人の業況について、「非常に良い」=1、「やや良い」=0.5、「どちらともいえない」=0、「やや悪い」=-0.5、「非常に悪い」=-1と回答項目にウエイトをつけ、ウエイトと回答割合を乗じた値の合計となっている。
 4. 大企業は資本金3億円超、中小企業は資本金3億円以下の企業。

している。また、中小企業においては、海外進出の目的として「生産コスト要因」を挙げる国内生産代替型の企業の業況よりも、「現地需要要因」を挙げる現地市場獲得型の企業の業況の方が悪化幅は小さい。さらに、リーマンショック後においては、国内生産代替型企業の業況は「悪い」超であるが、現地市場獲得型の企業の業況は「良い」超となっている（第2-2-7図）。

海外進出企業の海外拠点における業況が現地市場獲得型の企業において相対的に良いのは、リーマンショック後に、海外拠点の多くが立地しているアジアの景気が比較的早く低迷を脱し、海外現地での受注増加につながったためであると考えられる。他方、国内生産代替型の企業において相対的に悪いのは、海外現地での受注や第三国への輸出よりも、日本への逆輸入の部分が大きいいため、日本国内の生産や内需の低迷を受けて海外拠点の生産も減少したためであると考えられる。

このように、海外進出企業は、リーマンショック後において、国内の業況が悪くても海外の業況が相対的に良かったことから、非進出企業に比べて、国内外を通じた売上の伸びが大きく、経常利益の伸びも大きかったと考えられる。