

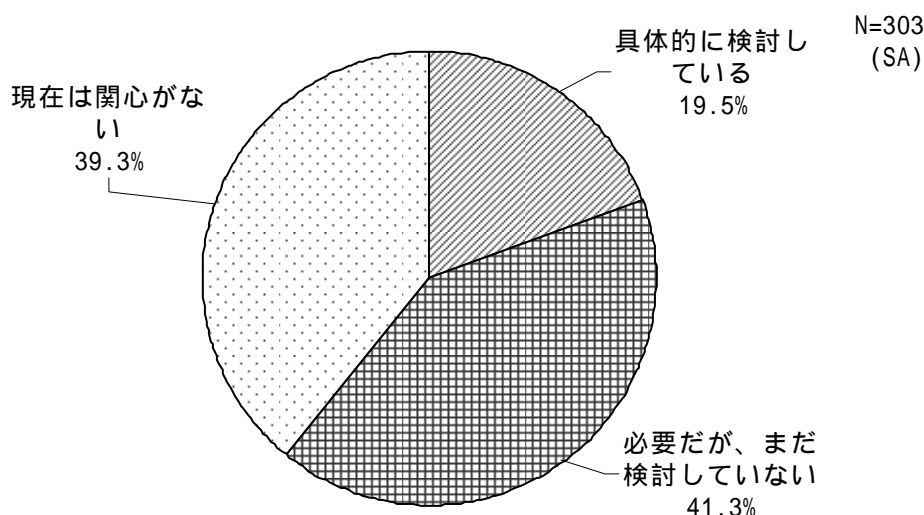
## 第7章 海外展開していない企業の現状

### 1. 今後の意向と関心国

#### (1) 今後の意向

現在、海外展開を行っていない企業は303社であった。このうち、「海外展開を具体的に検討している」企業が全体の19.5%であったのに対して、「必要だが、まだ検討していない」企業が41.3%、「現在は関心がない」企業が39.3%に上った。具体的に検討している企業は2割に満たないが、約6割に相当する184社の企業はなんらかの形で海外展開の必要性を感じている。

図表7-1 海外展開に関する今後の意向

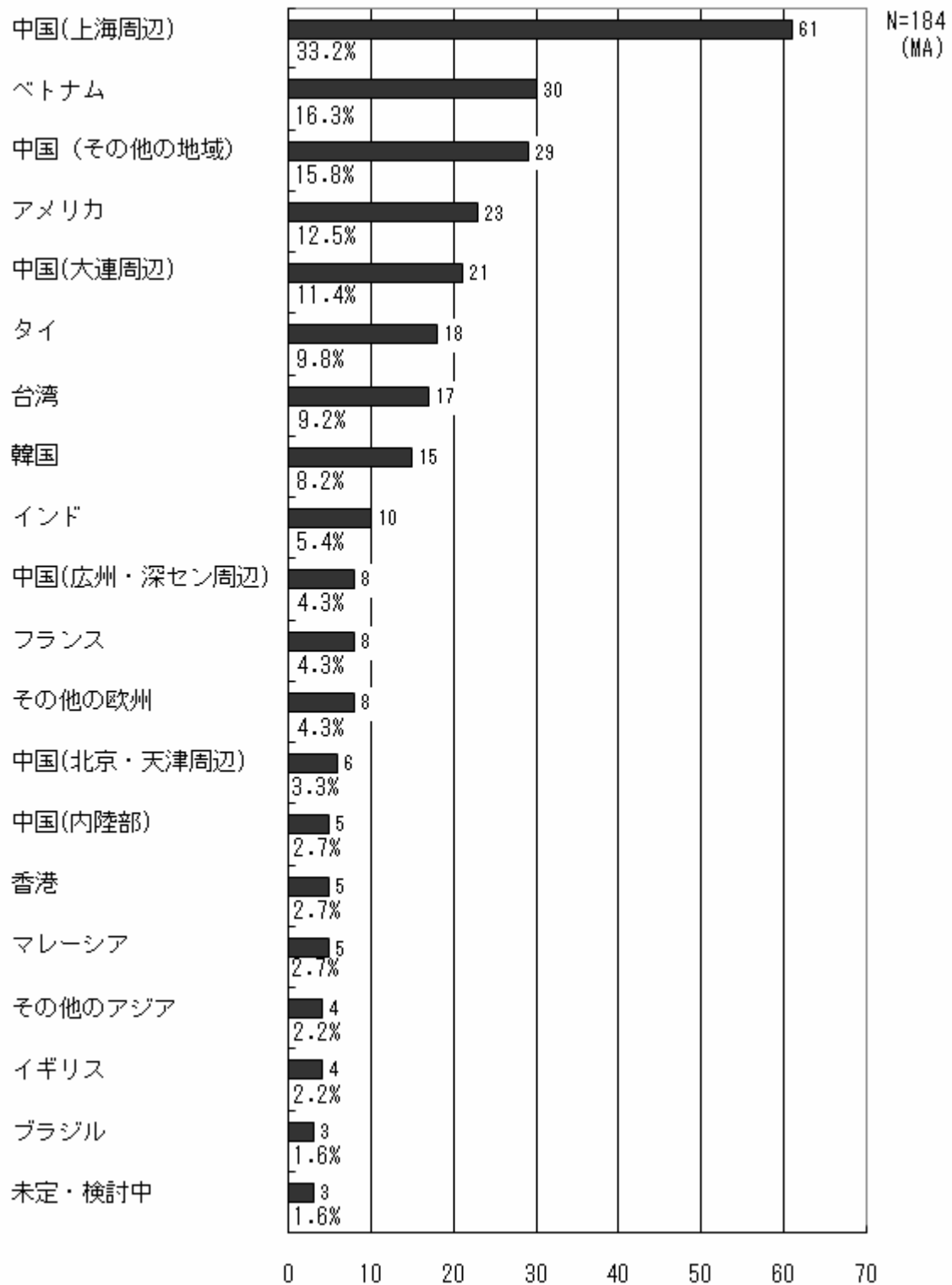


#### (2) 海外展開にあたっての関心国と期待される効果・問題点

海外未展開企業が、今後の展開先として関心を示している国（複数選択）は、中国（上海周辺）61件、ベトナム30件、中国（その他の地域）29件、アメリカ23件、中国（大連周辺）21件と、中国に対する関心が依然として強い。6章で述べた海外展開企業の関心国の傾向と比較しても、未展開企業の方が中国への関心が高いことが分かる。

なお、調査票では関心国を3つまで回答する形式としており、それぞれの回答件数はその合計を表記している。

図表7 - 2 海外展開にあたっての関心国

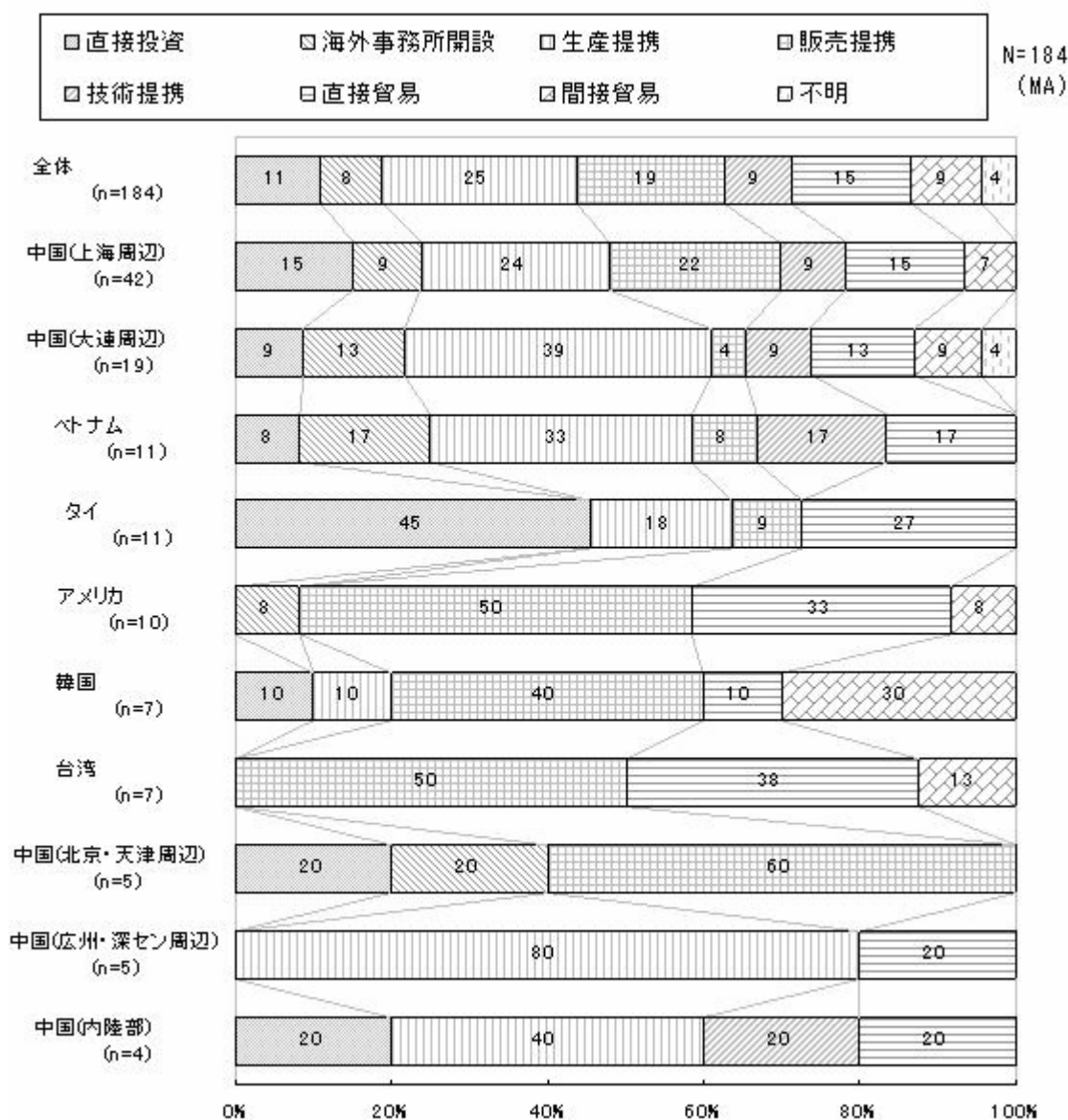


どのような形態での海外展開に関心を持っているかをみると、全体では、生産提携 24.6%、販売提携 18.8%、直接貿易 15.5%、直接投資 11.1%であり、資金面、人手の面で負担の少ない形態に対する関心が高い。

しかし、国や地域別にみるとその傾向には特徴があり、同じ中国でも大連周辺および深セン・広州周辺では「生産提携」の割合が高いが、上海周辺および北京周辺では「販売提携」の割合が高い。また、タイでは「直接投資」の割合が他の国に比較して際立って高く、生産拠点としての優位性や市場としての価値を反映している。

なお、ここでは回答全体に対する選択肢の割合を分析するため、回答で選択された選択肢ののべ数を 100 とし、それを分母にして各選択肢の回答割合をみた。(以下、図表 7 - 5 まで同様。)

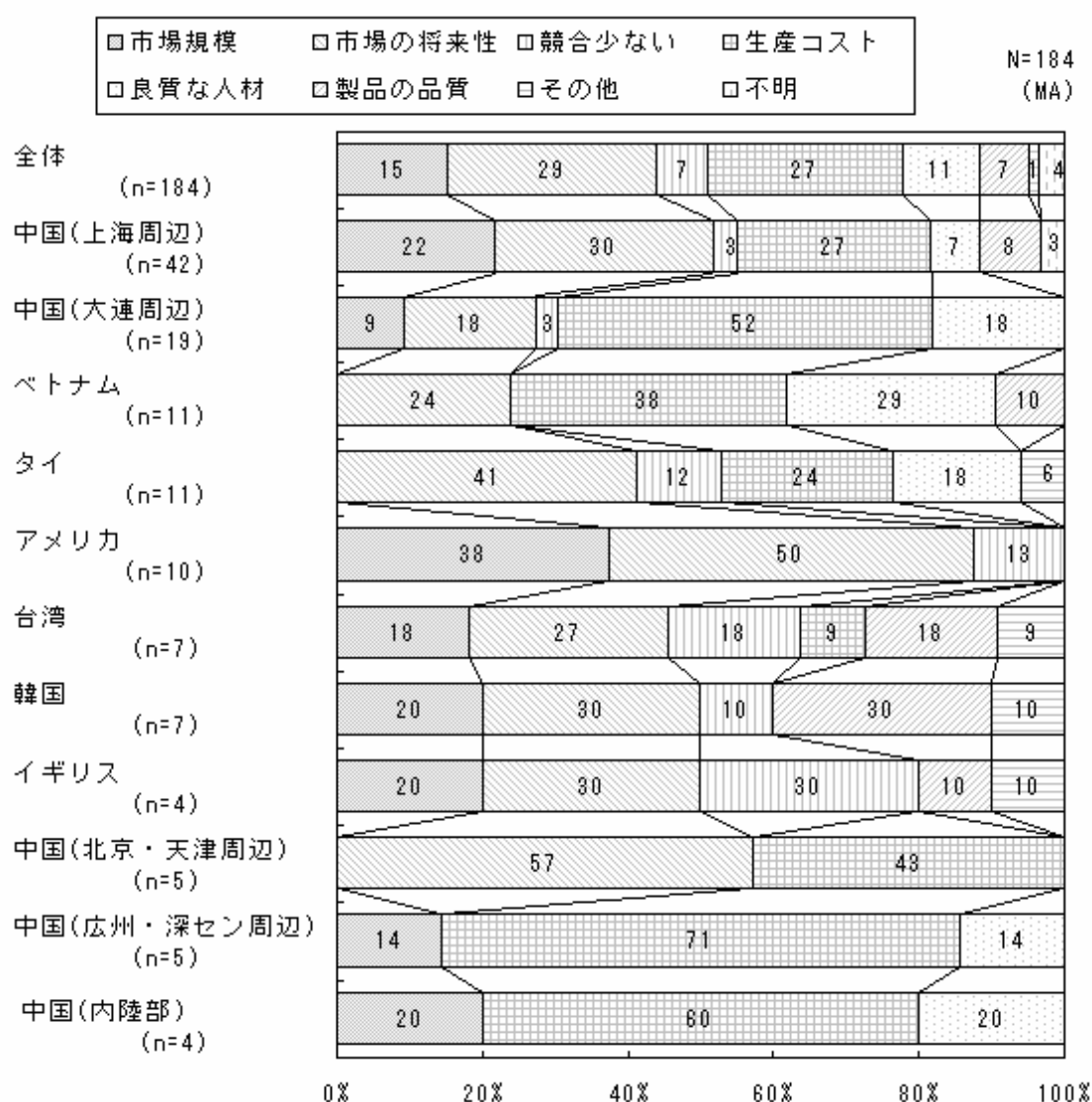
図表 7 - 3 関心国別の海外展開形態



海外展開に期待するメリットは、全体としては、市場の将来性 28.8%、生産コスト 27.0%、市場規模 15.1%、良質な人材 10.5%となっている。

国・地域別の傾向をみると、「市場規模」に対する期待が最も大きいのはアメリカであるが、同時に「市場の将来性」に関する期待も大きい。「市場の将来性」に対しては、中国の北京周辺、上海、タイでも大きい。一方、「生産コスト」に対する期待が大きいのは、中国の大連周辺、広州・深セン周辺および内陸部とベトナムである。「良質な人材」の割合が高いのは、インド、ベトナムであった。インドでは「製品の品質」に対する期待が大きい点も目立つ。

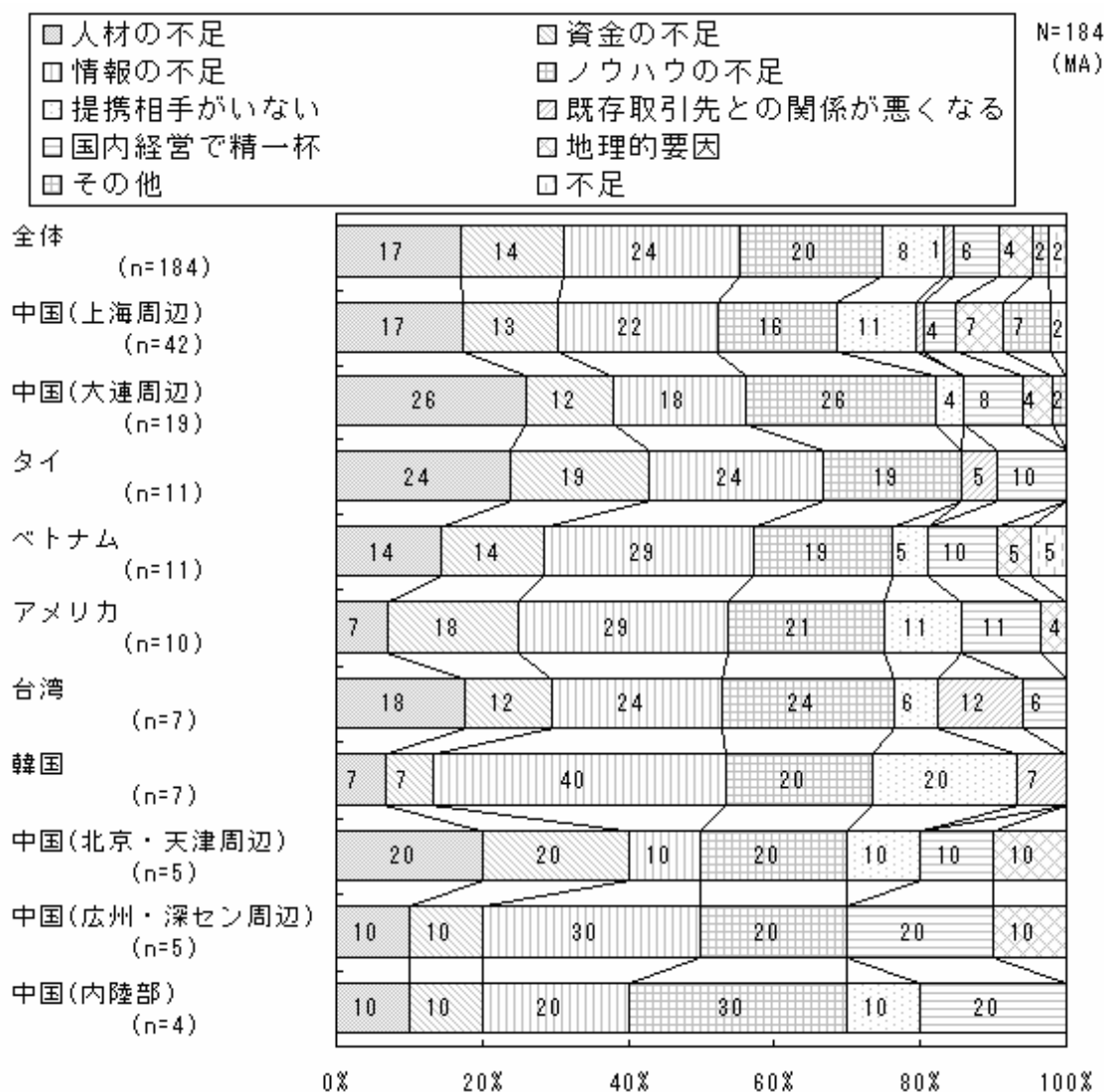
図表7 - 4 海外展開で期待される効果・メリット



一方、海外展開における問題点については、全体としては、情報の不足 24.0%、ノウハウの不足 19.6%、人材の不足 17.1%、資金の不足 14.1%があげられている。

国別の傾向をみると、「情報の不足」の割合が相対的に高いのが、韓国、中国（広州・深セン周辺）、ベトナム、アメリカである。このうち、韓国については、「提携相手がない」という回答の割合が高いように、一般的な投資情報以上のものが求められている可能性がある。

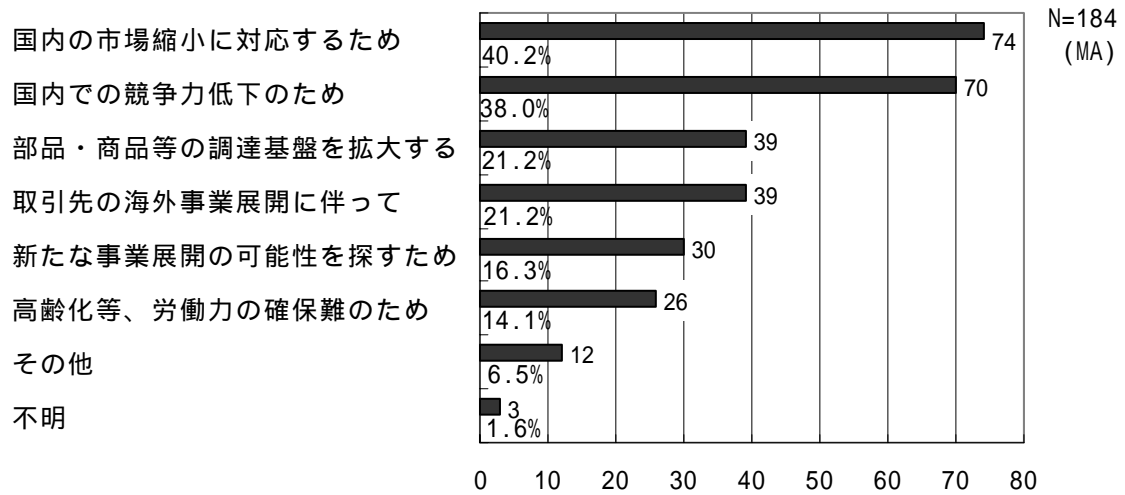
図表7 - 5 想定される海外展開上の問題点



### (3) 海外展開の背景

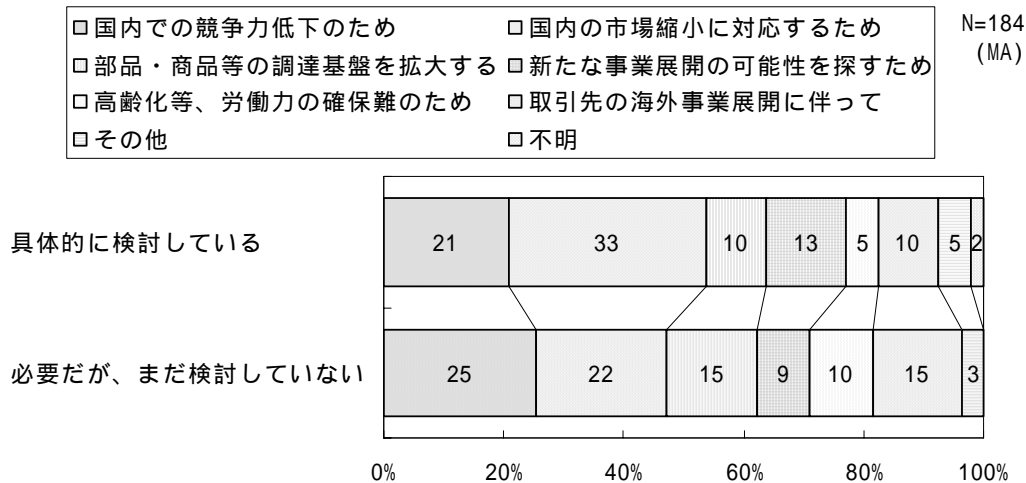
今後、海外展開をおこなう場合、その背景として考えられるものとしては、国内市場の縮小 74 件、国内での競争力低下 70 件、部品・商品等の調達基盤の拡大、および、取引先の海外事業展開によるものが各 39 件であった。労働力の確保難をあげている企業は 26 件とあまり多くはない。

図表 7 - 6 海外展開の背景



こうした海外展開の背景を、海外展開を「具体的に検討している」企業と「必要だが、まだ検討していない」企業とに分けて傾向をみしてみる。前者は、「国内市場の縮小への対応」と「新たな事業展開の可能性を探すため」という積極的な回答の割合が相対的に多い。一方後者は、「国内競争力の低下」や「取引先の海外事業展開に伴って」といった、どちらかといえば、やむにやまねずという背景がみられる点が興味深い。(回答で選択された選択肢ののべ数を 100 としている。)

図表 7 - 7 海外展開の意向別にみた背景



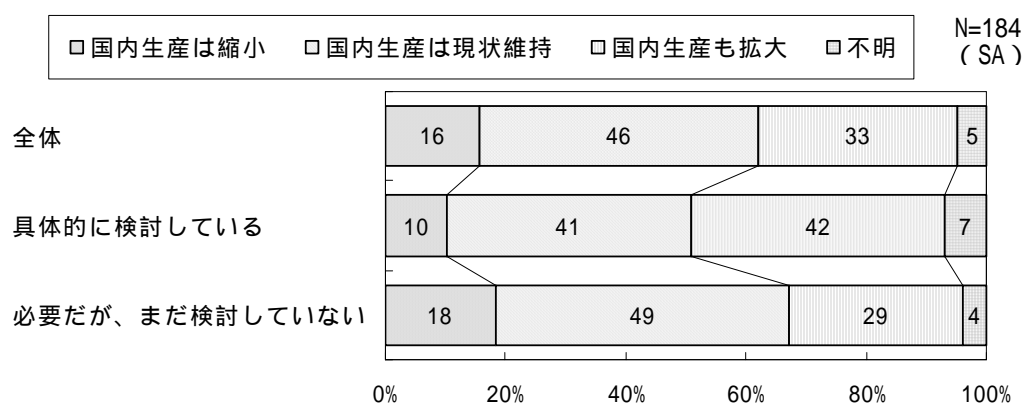
## 2 . 国内事業との関係

### ( 1 ) 国内生産の見通し

今後、海外展開を行う場合の国内生産の変化の見通しは、「現状維持」が46.2%、「国内生産も拡大」が33.2%、「国内生産は縮小」が15.8%であった。

海外展開を具体的に検討している企業では、まだ検討を行っていない企業に比べると、国内生産の拡大を見込む企業の割合が高く、縮小を見込む企業の割合は低いという傾向が表れている。

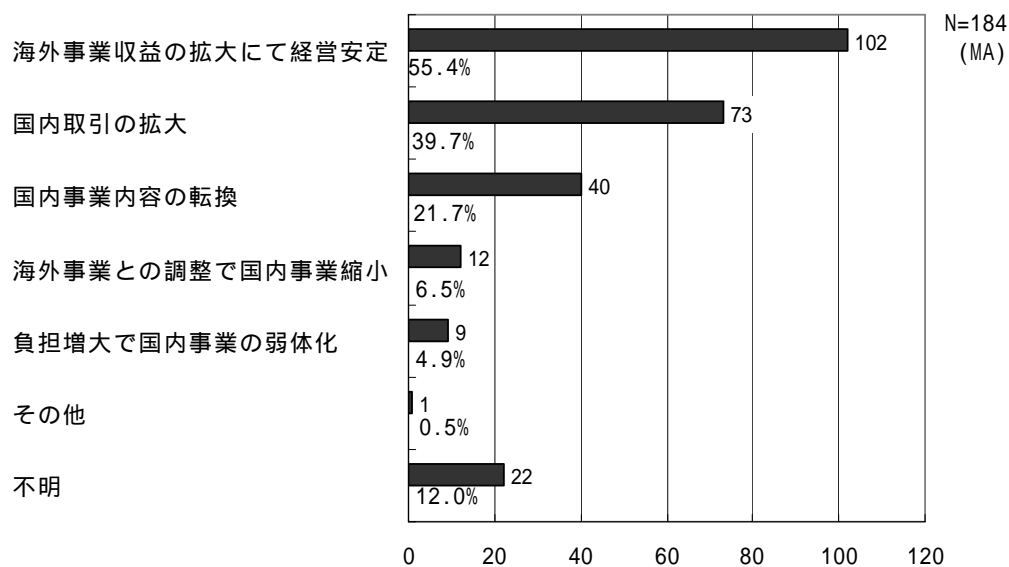
図表7 - 8 海外展開の意向別にみた国内生産の見通し



### ( 2 ) 海外展開の影響

海外展開によって生じると想定される影響として、回答企業の55.4%が「海外事業収益拡大による経営安定」、同じく39.7%が「国内取引の拡大」という、「純増」を見込んでいる。また、約2割の企業は「国内事業内容の転換」を想定している。一方、国内事業の「縮小」や「弱体化」を見込む企業の割合は、1割を下回った。

図表7 - 9 想定される海外展開の影響



### 3 . 今後の事業展開における重点

今後、国内外における事業展開上、どのような分野に重点的に取り組んでいきたいかという点については、コスト削減（回答企業全体の55.4%）、独自技術の開発（同54.5%）、オリジナル製品の開発（同48.2%）、従業員の教育（同48.2%）、新規国内販売先の開拓（同47.5%）という回答が上位を占めた。海外展開をあげた企業は21.1%であった。

図表7 - 10 今後の事業展開における重点

