

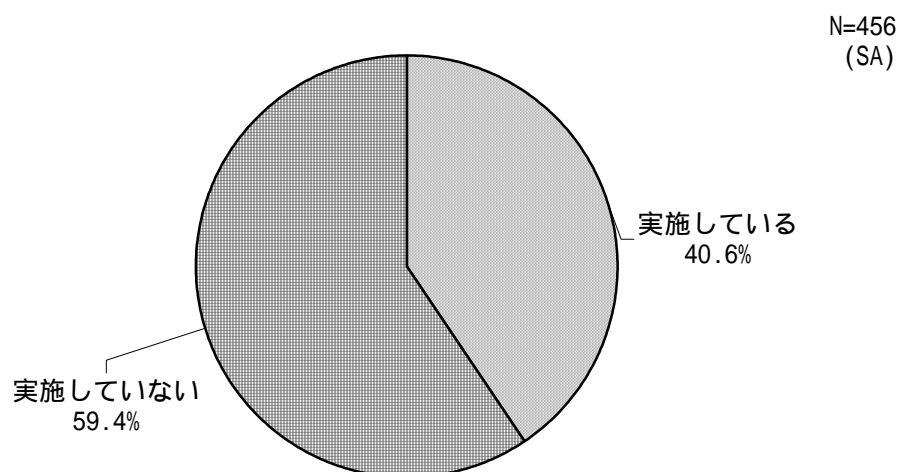
第1章 直接投資の現状

1. 実態（進出先 / 動機 / 販売・調達行動 / 評価）

（1）直接投資の実施状況

アンケート回答企業のうちで何らかの形で海外展開を実施している企業 456 社について、海外に直接投資を行っているかどうかをたずねたところ、実施している企業は 185 社、約 4 割であった。

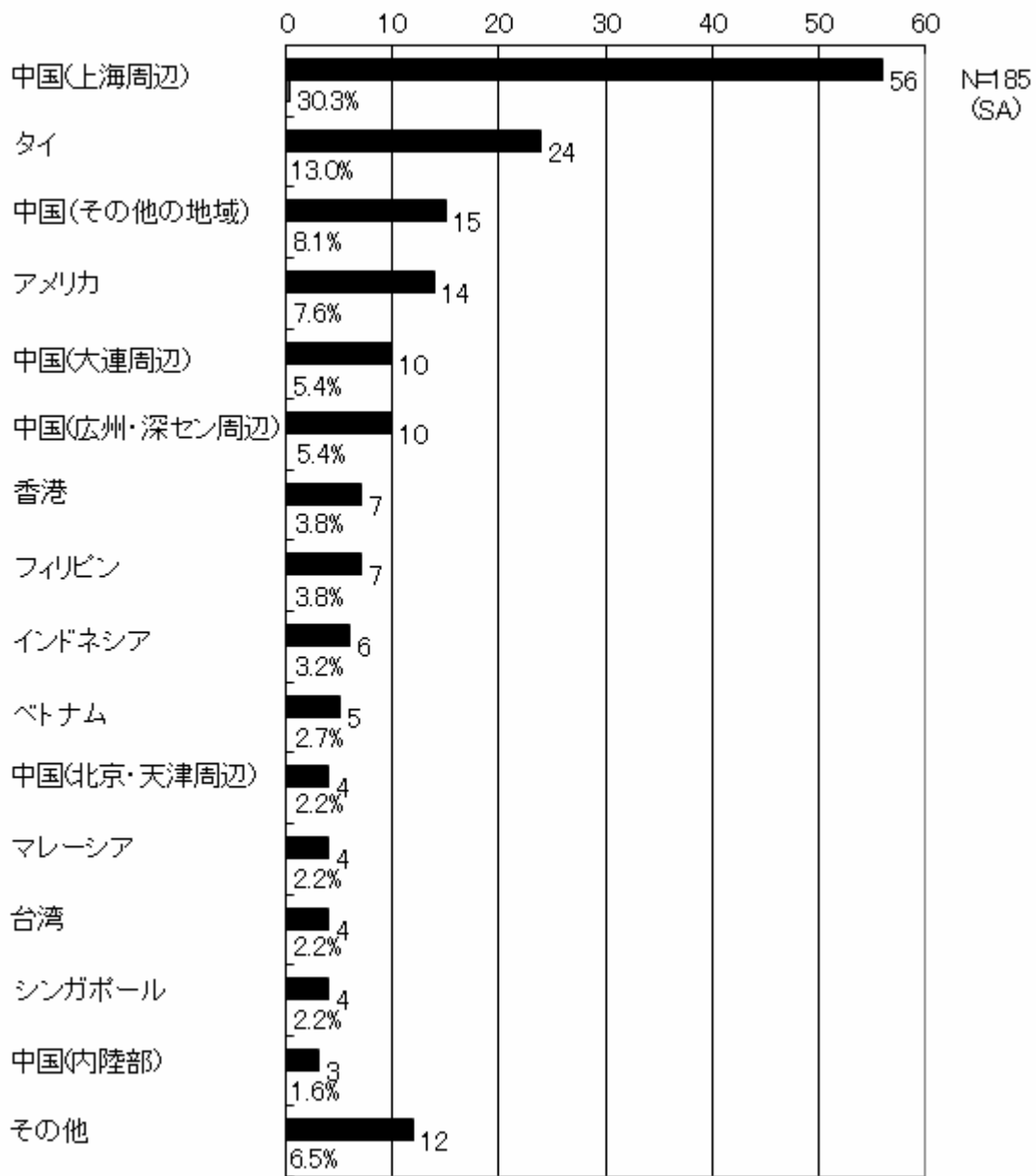
図表 1 - 1 直接投資の実施状況



（2）直接投資先の国・地域

最も主要な海外現地法人について進出先をみると、中国の上海周辺が全体の 30.3% を占めており、他の地域と比べて圧倒的に多い。次いでタイ（13.0%）となっている。以下、中国のその他の地域（8.1%）、アメリカ（7.6%）の順に続いている。

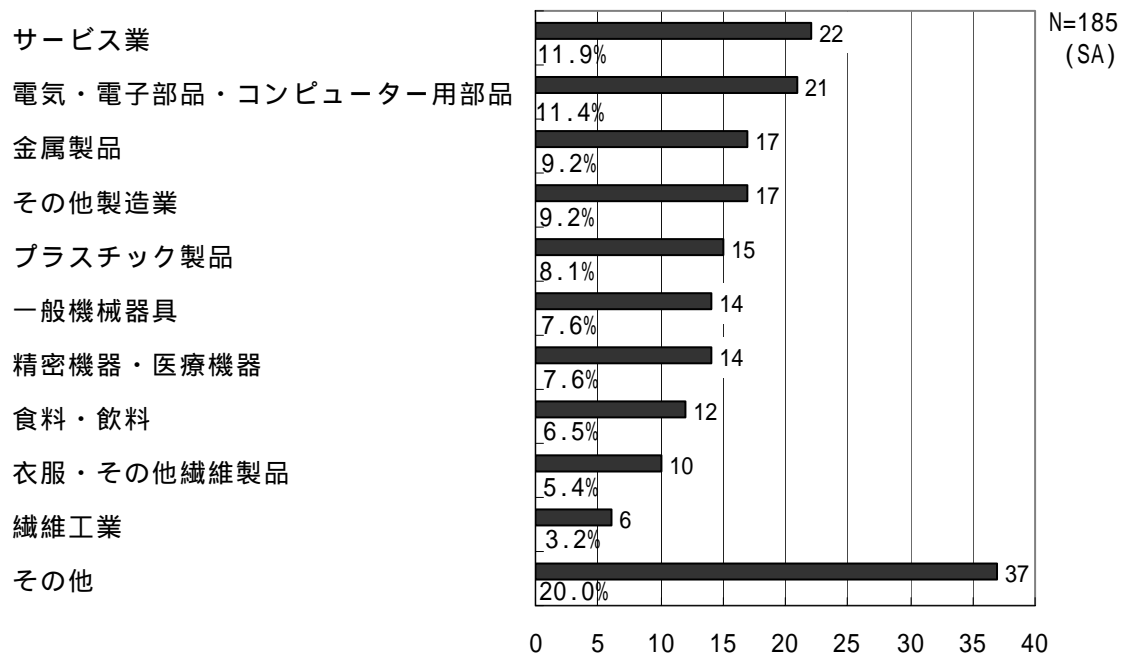
図表 1 - 2 直接投資先の国・地域（上位 15 位）



(3) 業種別現地法人

最も主要な海外現地法人について業種別の傾向をみると、最も多かったのは、サービス業（回答企業全体の 11.9%）であるが、2 位以下は電気・電子部品・コンピュータ用部品（同 11.4%）であり、以下、金属製品（同 9.2%）、プラスチック製品（同 8.1%）、一般機械器具（7.6%）が続く。総じて、機械とその部品類の進出が活発である。

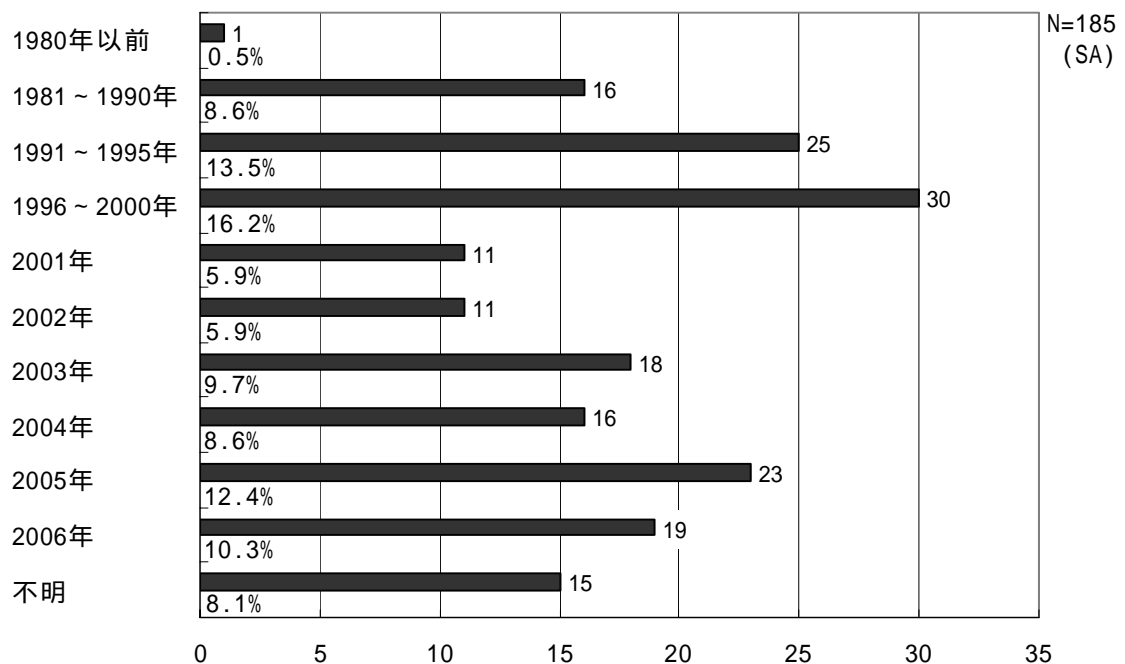
図表 1 - 3 業種別現地法人（上位 10 位）



（ 4 ）現地法人設立時期

最も主要な現地法人の設立年別の傾向をみると、1980 年代が回答企業全体の 8.6%、1990 年代前半（1991～1995 年）が 13.5%、1990 年代後半（1996～2000 年）が 16.2%、2001 年以降が 52.8%と、1990 年代以降の設立が 9 割以上を占めている。単年では 2005 年が 23 件（12.4%）で最も多い。

図表 1 - 4 現地法人設立年

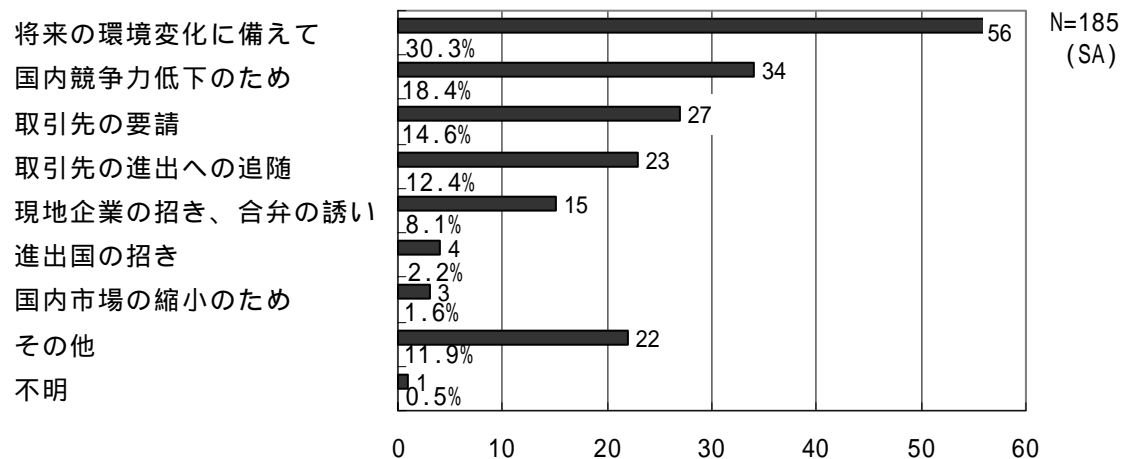


(5) 現地法人進出の動機

最も主要な海外直接投資について企業の進出動機をみると、「将来の環境変化に備えて」が約3割と最も多い。これに次いで「国際競争力の低下のため」、「取引先の進出への追随」、「取引先の要請」が続いている。

取引先に追随して海外に進出しているという企業もあるが、それ以上に自主的な判断で出ている企業が多いことが注目される。

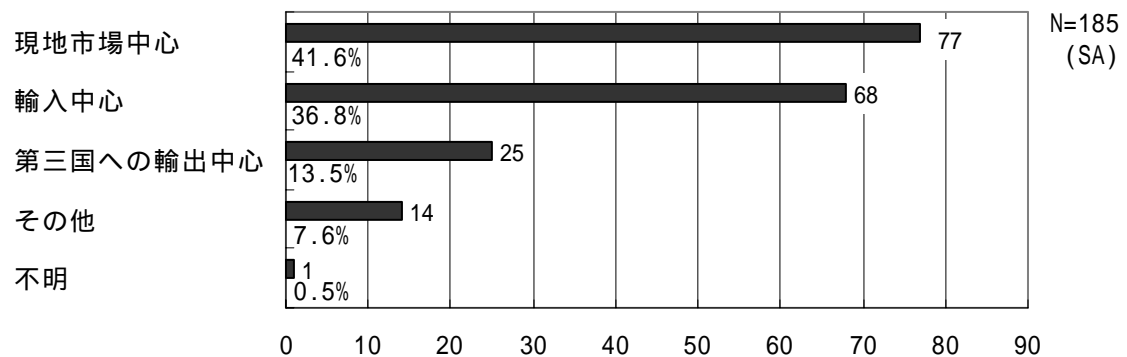
図表1-5 現地法人進出の動機



(6) 現地法人の販売市場

最も主要な海外現地法人の販売市場については、「現地市場中心」と「輸入中心」がいずれも約4割と大きな割合を占めている。また「第三国への輸出中心」という回答が約1割となっている。

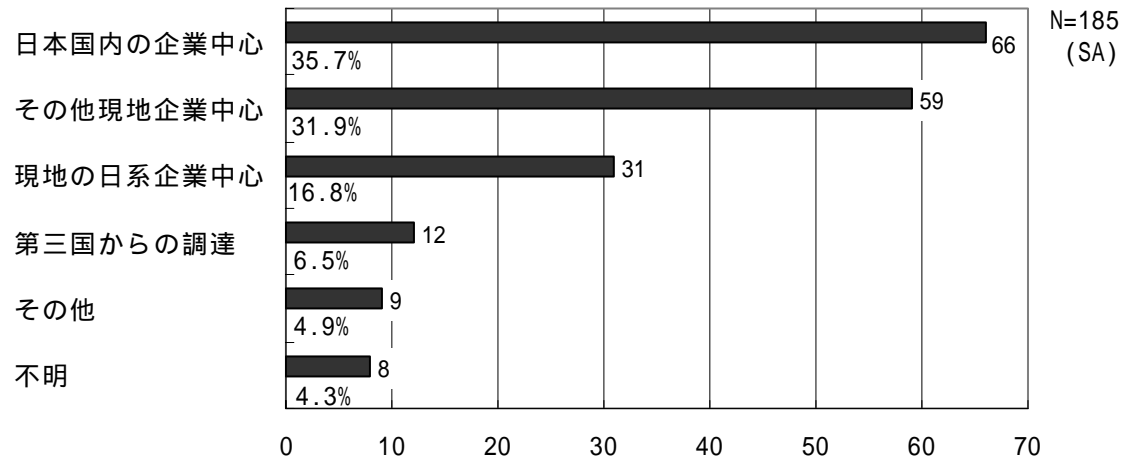
図表1-6 現地法人の販売市場



(7) 現地法人の調達先

最も主要な海外現地法人の調達先については、「日本国内の企業中心」(約4割)と「その他現地企業中心」(約3割)が大きな割合を占めている。「現地の日系企業中心」という回答も目立っており、「その他現地企業中心」と合わせると回答全体の半数近くを占めることから、現地での調達が主流になりつつあることがうかがえる。

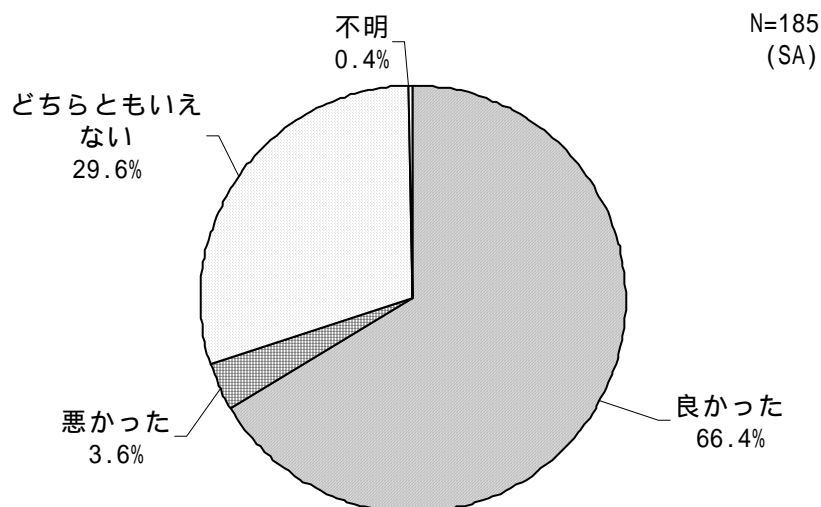
図表1-7 現地法人の調達先



(8) 現地法人の設立に対する全般的評価

最も主要な海外現地法人の設立に対する全般的評価をみると、「良かった」という回答が約7割と最も多く、その一方、「悪かった」という回答は非常に少ない。また、回答企業の約3割は、「どちらともいえない」という回答であった。

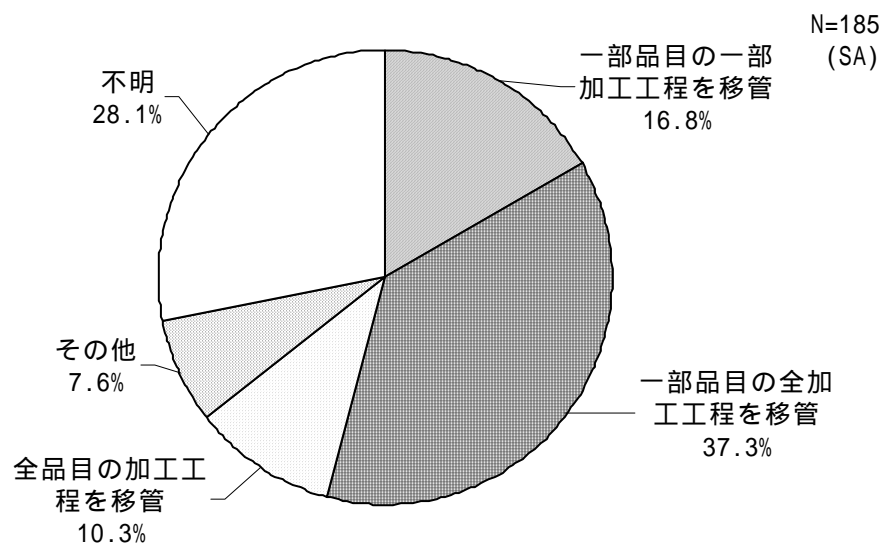
図表1-8 現地法人設立に対する評価



(9) 現地法人の役割

最も主要な現地法人の役割についてその内容をみると、「一部品目の全加工工程を移管」が最も多く約4割となっている。次いで「一部品目の一部加工工程を移管」、「全品目の加工工程を移管」の順となっている。このように、国内と海外との間で工程間分業を行うというよりも、むしろ国内（本国）の工場と海外現地法人は生産品目面で棲み分けを行う場合が多いことがわかる。また、全面的に海外生産に移行している場合も目立つことが注目される。

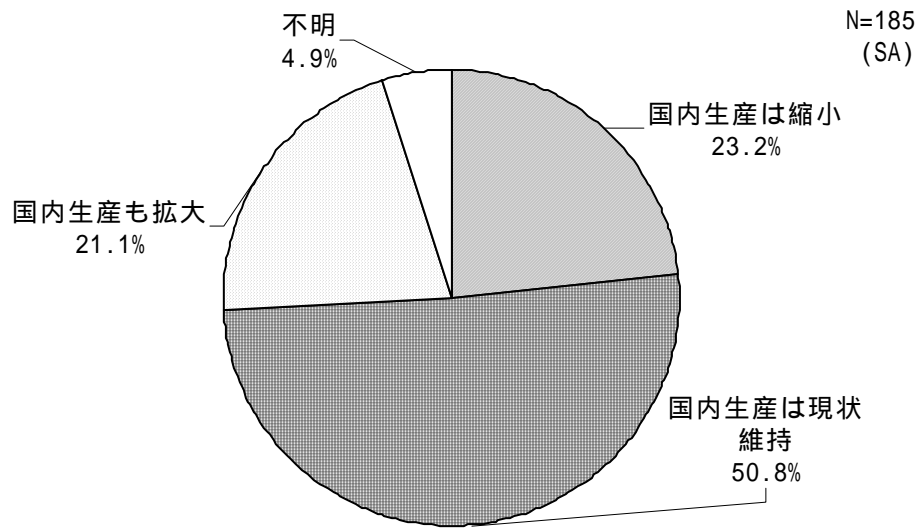
図表1-9 現地法人の役割



(10) 海外直接投資による国内生産の変化

主要な海外直接投資による国内生産の変化についてみると、約5割の企業が「国内生産は現状維持」で最も多い。次いで「縮小」と「拡大」がそれぞれ約2割となっている。このように、国内生産を維持しつつ海外展開をしている場合が多いことが注目される。海外展開によって国内生産は減少する場合もあるが、国内生産が増加する場合も同じ程度あることが注目される。

図表 1 - 1 0 国内生産の変化

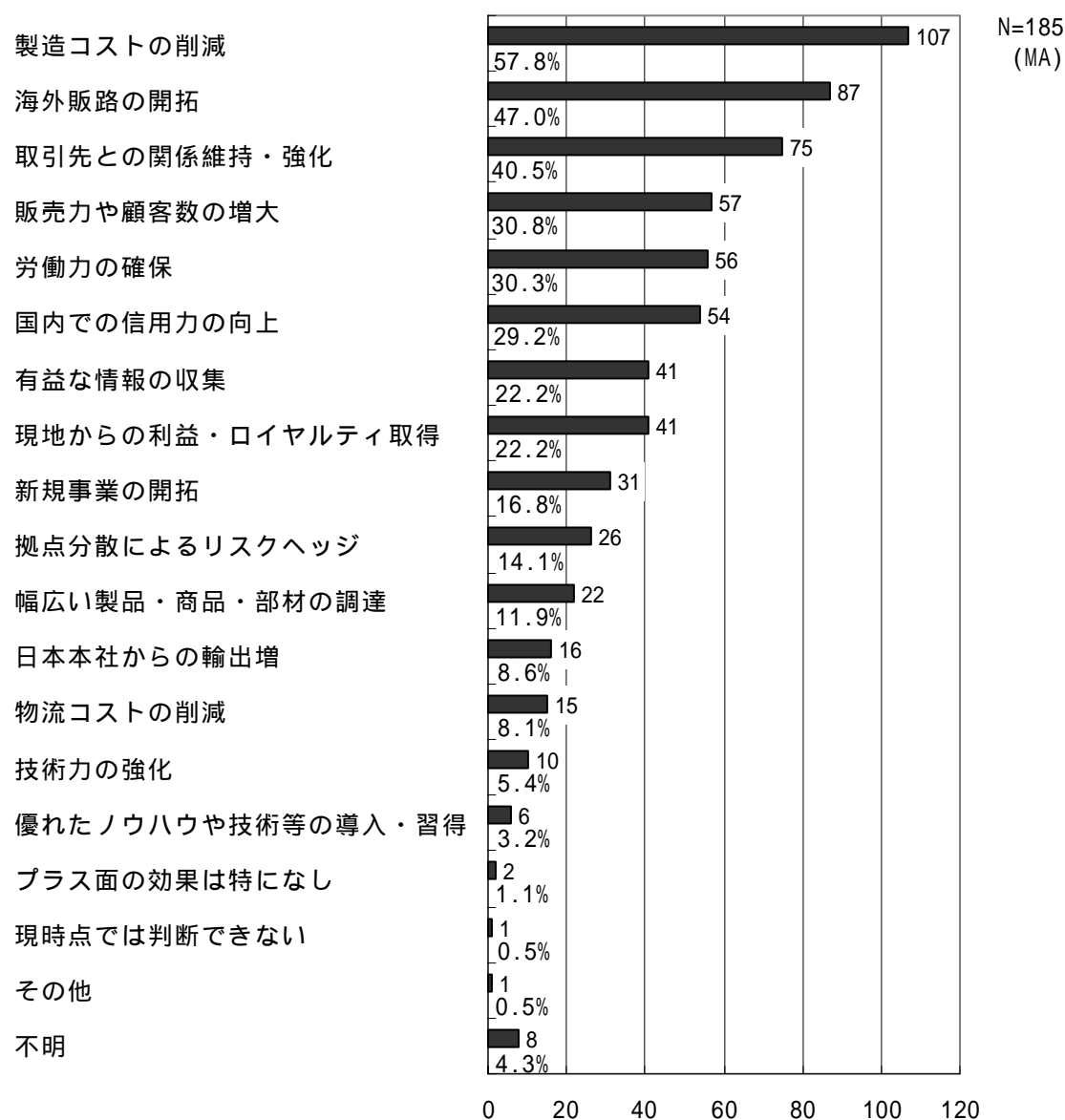


2. 直接投資の影響（プラス面・マイナス面 / 経営への影響）

（1）直接投資によるプラス面の効果

海外直接投資によるプラス面の効果についてみると、最も多いのは「製造コストの削減」で約6割の企業が回答としてあげている。次いで「海外販路の開拓」（約5割）、「取引先との関係維持・強化」（約4割）の順となっている。それ以外では、「販売力や顧客数の増大」や、「労働力の確保」、「国内での信用力の向上」などが目立っている。従来はコスト削減を目指した海外進出が中心であったが、今日では海外進出の結果、取引先の開拓や取引関係の強化につながっていることが注目される。

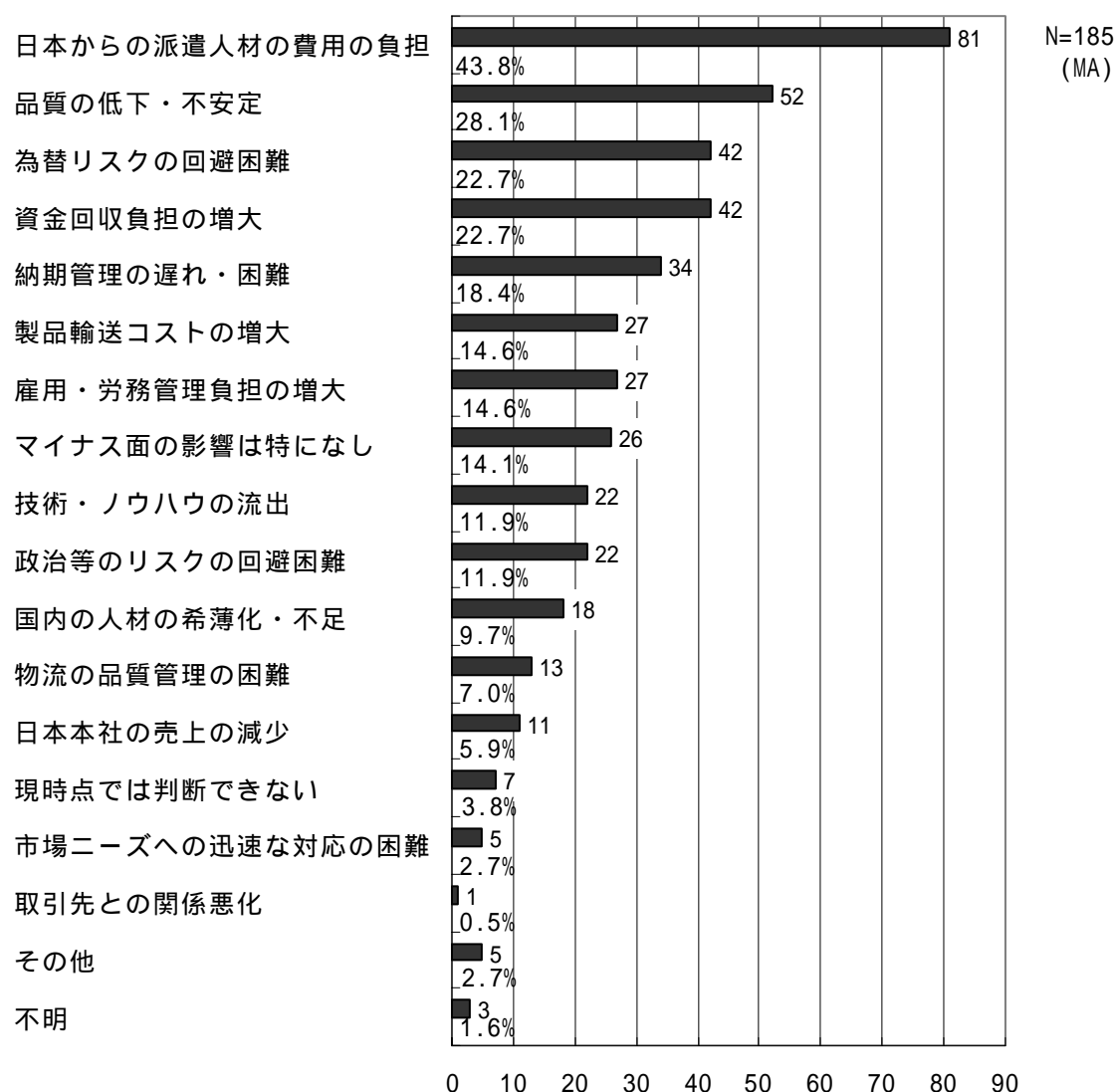
図表1 - 1 1 直接投資によるプラス効果



(2) 直接投資によるマイナス面の影響

海外直接投資によるマイナス面の影響として最も多いのは、「日本からの派遣人材の費用の負担」(約4割)である。次いで「品質の低下・不安定」(約3割)、「為替リスクの回避困難」、「資金回収負担の増大」(いずれも約2割)の順となっている。中小企業にとって日本からの派遣人材の費用がかなりの負担になっていることが明らかであり、コスト削減の面からも経営の現地化が重要となっていることがうかがえる。

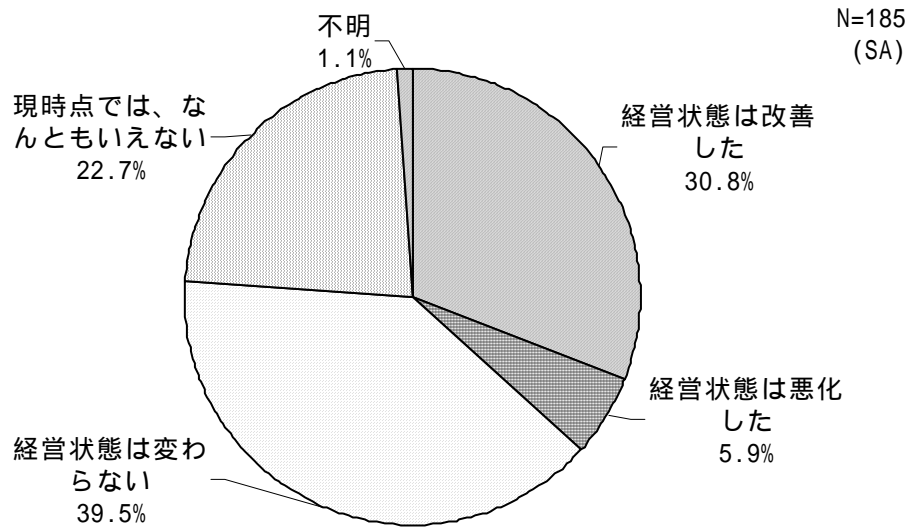
図表1-12 直接投資によるマイナス影響



(3) 海外展開後の経営状態の推移

海外展開後の経営状態の推移についてみると、「経営状態は変わらない」が4割で最も多く、次いで「経営状態は改善した」(約3割)となっている。これに対して、「悪化した」という回答は1割以下で非常に低い水準となっている。このように、海外への現地法人の進出が中小企業の経営状態の改善にプラスになっている割合が高いことがわかる。

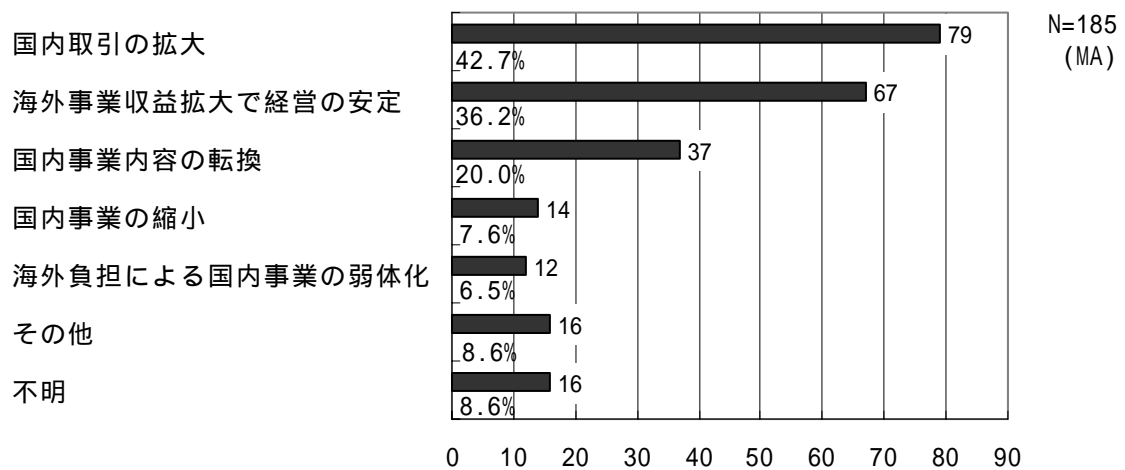
図表 1 - 1 3 海外展開後の経営状態の推移



(4) 海外事業の経営への影響

海外事業がもたらした影響については、「国内取引の拡大」で最も多く、約 4 割の企業が回答としてあげている。第 2 位は「海外事業収益拡大で経営の安定」(約 4 割)、第 3 位は「国内事業内容の転換」(約 2 割)となっている。このように、海外展開が国内の取引をも拡大する効果を有している点が注目される。先の直接投資によるメリットに関する設問についても同様の回答がなされており、海外に出ることで国内の取引先企業との関係も密接になるという大きな効果があることがうかがえる。

図表 1 - 1 4 海外事業の経営への影響



3 . 進出先別にみた傾向

(1) 進出先別にみた進出の動機

ここでは、最も主要な海外現地法人に関する回答結果をもとに、進出先別に進出の動機をみる。まず全体としては「将来の環境変化に備えて」が3割と最も多く、次いで「国内競争力低下のため」、「取引先からの要請」、「取引先の進出への追随」となっていた。

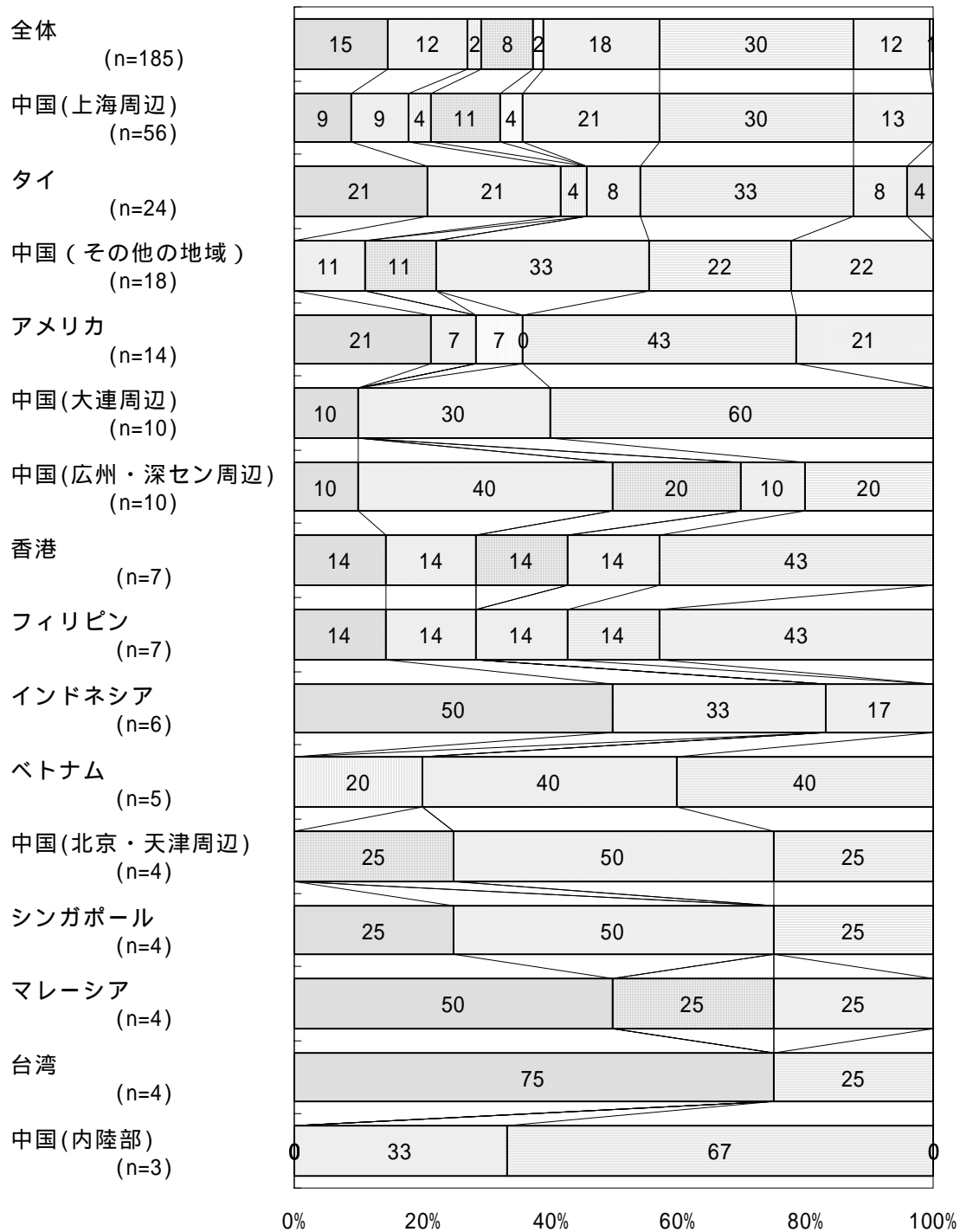
これを国・地域別にみると、進出先として最も多かった中国の上海周辺地域は、全体の傾向とほぼ同じであるが、「取引先の要請」や「取引先への追随」という回答は少なく、「現地企業の招きや合併への誘い」という回答が多くなっている。また、中国の「その他の地域」へ進出した場合については、「国内競争力低下のため」という回答が非常に目立つ。

これに対して、ASEAN 諸国や台湾などの傾向としては、「取引先の進出への追随」、「取引先からの要請」という回答が全体よりも高い割合を示している。

以上をみると、中国への進出は国内市場の縮小などを背景として、コストの安さや販路開拓などを目指した自主的な進出が多く、これに対してアセアン諸国は取引先である大企業との直接的な関係によって進出している傾向が高いことがうかがえる。

図表 1 - 1 5 現地法人の進出先別にみた進出の動機

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 取引先の要請 | <input type="checkbox"/> 取引先の進出への追随 |
| <input type="checkbox"/> 進出国の招き | <input type="checkbox"/> 現地企業の招き、合併の誘い |
| <input type="checkbox"/> 国内市場の縮小のため | <input type="checkbox"/> 国内競争力低下のため |
| <input type="checkbox"/> 将来の環境変化に備えて | <input type="checkbox"/> その他 |
| <input type="checkbox"/> 不明 | |
- N=185
(SA)



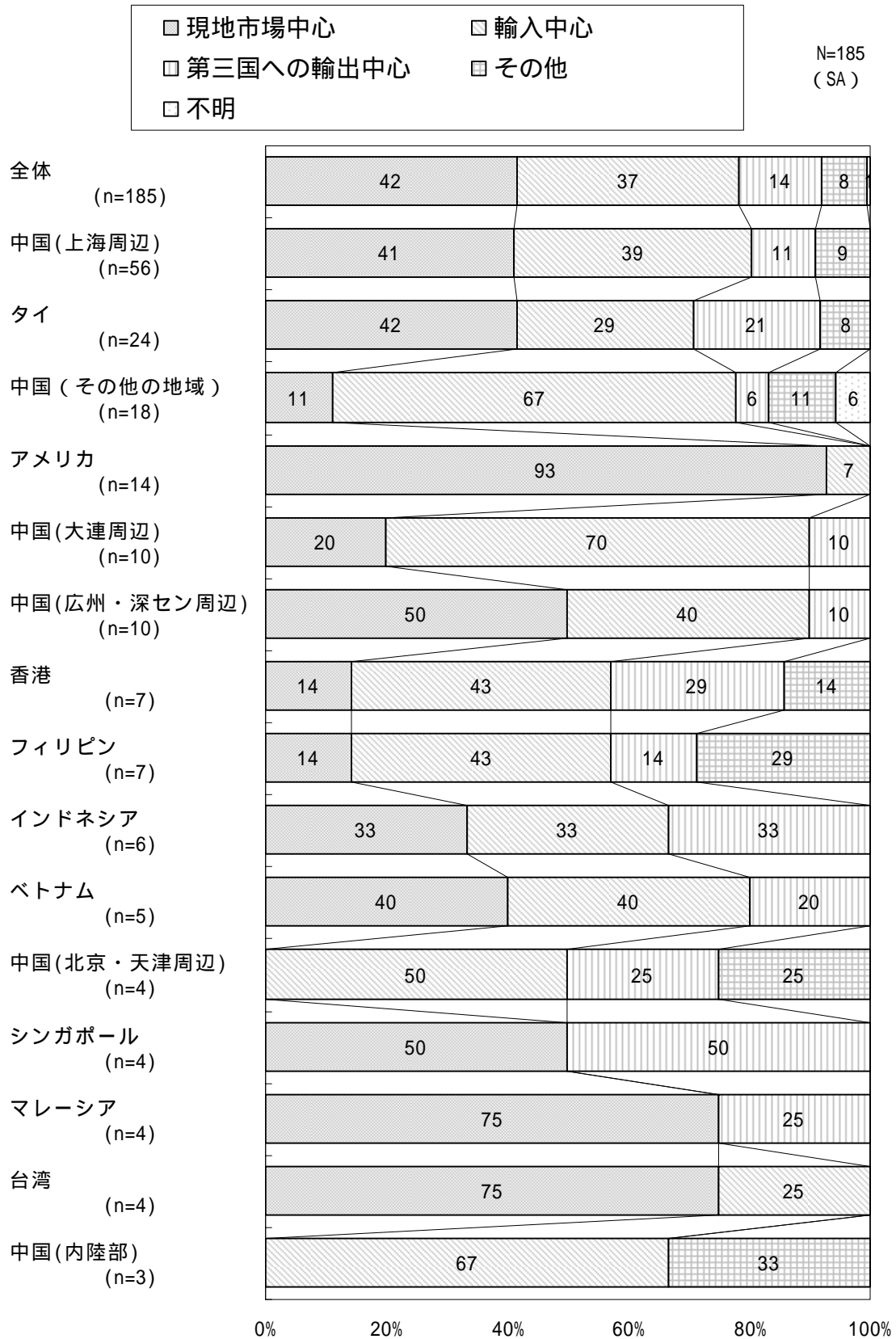
(2) 進出先別にみた現地法人の市場特性

ここでは、最も主要な海外現地法人に関する回答結果をもとに、現地法人の市場特性（販売市場）について進出先別にみる。まず全体としては「現地市場中心」が約4割と最も多く、これに「輸入中心」が続いている。

進出先として最も多かった中国の上海周辺地域やタイは、全体の傾向とほぼ同じである。

同じ中国でも、広州・深セン周辺は「現地市場中心」の割合が高く、大連周辺やその他の地域は「輸入中心」の割合が高い。このようにみると、中国進出においても、地域によって進出のねらいが相当異なっていることが注目される。例えば広州や深セン周辺は電気・電子や自動車など大手企業が早くから進出しており、それが現地市場中心という市場特性となって現れていると考えられる。

図表 1 - 1 6 進出先別にみた現地法人の市場特性

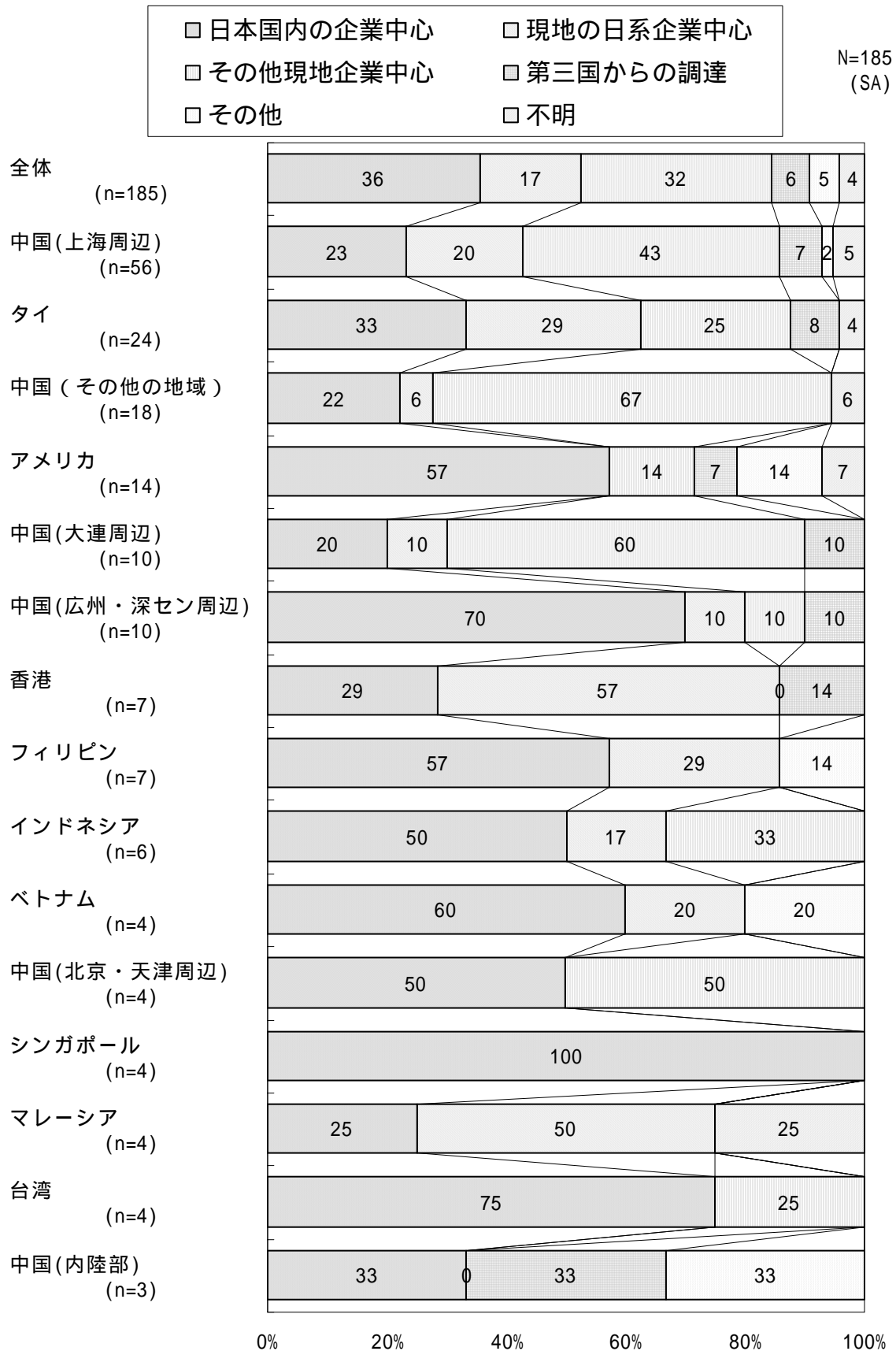


(3) 進出先別にみた現地法人の調達先状況

ここでは、最も主要な海外現地法人に関する回答結果をもとに、現地法人の調達先状況を進出先別にみる。まず全体としては「日本国内の企業中心」が約4割と最も多く、これに「その他現地企業中心」(約3割)が続いている。

進出先の国として最も多かった中国の上海周辺地域は、全体の傾向と比べて「その他現地企業中心」の割合が高いことが分かる。中国(その他の地域)や中国(大連周辺)も同様である。これに対して、「日本国内の企業中心」の割合が全体よりも高い国・地域としては、アメリカや中国の広州・深セン周辺、フィリピンなどがあげられる。これらの地域的な違いは、その国・地域の調達基盤の違いや、製品に求められる品質水準の違いを反映していると考えられる。

図表 1 - 1 7 進出先別にみた現地法人の調達先状況

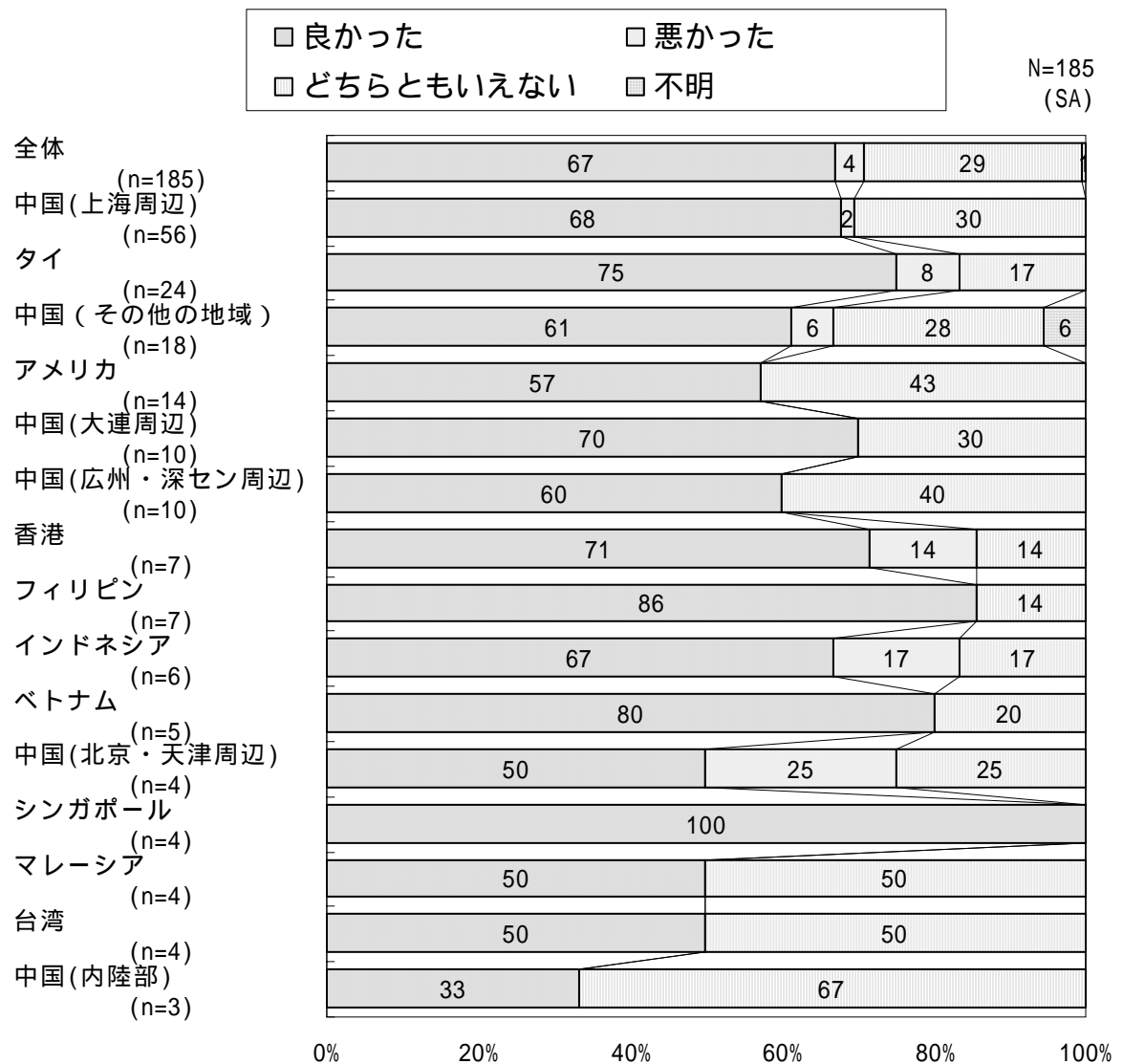


(4) 進出先別にみた総合的評価

最も主要な海外現地法人に関する回答結果を元に、現地法人に対する総合的評価を進出先別にみると、まず全体集計では、「良かった」という回答が約7割と多く、「悪かった」という回答はほとんどない。

「良かった」という回答の割合が高い地域としては、フィリピンやベトナム、シンガポールがあげられる。中国は地域によって大きな違いがある。すなわち、上海周辺や大連周辺では「良かった」という割合が高く、北京・天津周辺や内陸部は評価が低い。

図表1 - 18 進出先別にみた総合的評価



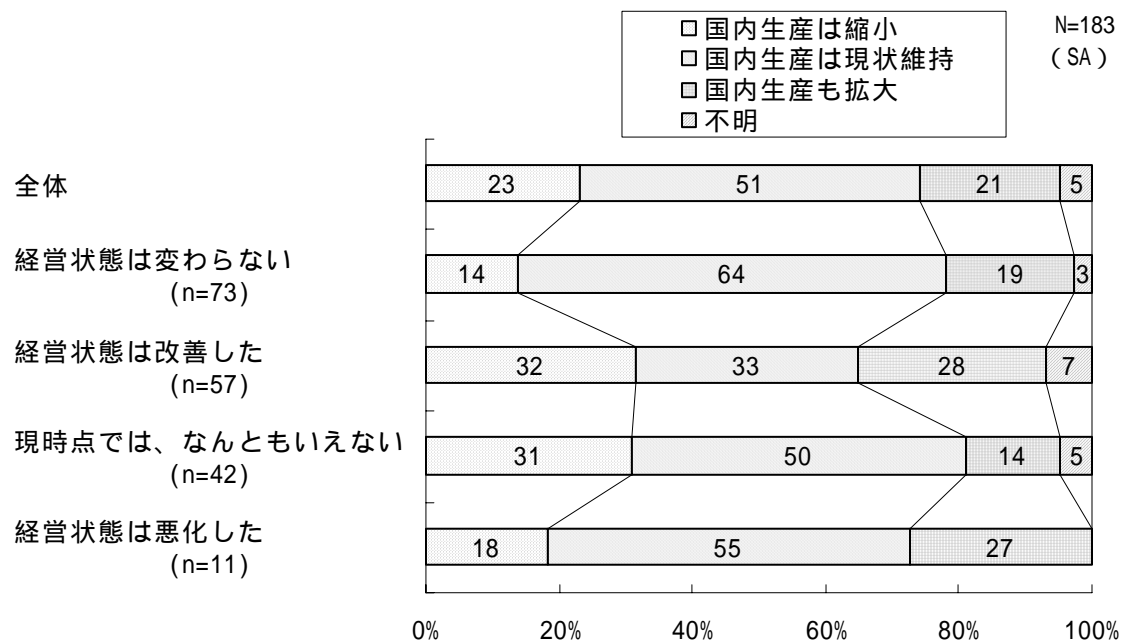
(5) 直接投資による国内生産の変化と経営状態の動向

ここでは、最も主要な海外現地法人に関する回答結果をもとに、直接投資による国内生産の変化と経営状態の動向の関係についてみる。まず、全体をみると、「国内生産は現状維持」という企業が約5割を占め、「縮小」と「拡大」がそれぞれ2割程度であった。

直接投資により「経営状態は改善した」という企業は、全体の割合と比べて「国内生産は現状維持」と回答した割合が少なく、国内生産が「縮小」、または「拡大」のどちらかに変化している割合が多くなっている。

これに対して、「経営状態は悪化した」と回答した企業は、全体とほぼ同様の結果で、「国内生産は現状維持」という回答が過半数を占めている。また、「経営状態は変わらない」と回答した企業の場合は、「国内生産は現状維持」という回答が6割以上を占めていることが注目される。

図表 1- 1 9 直接投資による国内生産の変化と経営状態の動向



(6) 直接投資の内容と経営状態の動向

最も主要な海外現地法人に関する回答結果をもとに、直接投資の内容と経営状態の動向の関係についてみると、全体では「一部品目の全加工工程を移管」という回答割合が約4割、「一部品目の一部加工工程を移管」が約2割、「全品目の加工工程を移管」が約1割である。

このうち「経営状態は改善した」という企業についてみると、回答結果は全体の傾向と似ているが、その中で「全品目の加工工程を移管」という回答の割合がやや高くなっている。これに対して、「経営状態は悪化した」という企業に関しては、「一部品目の全加工工程を移管」及び「一部品目の一部加工工程を移管」という割合が目立って高い。

この結果からは、国内で生産していた製品を全面的に海外生産に切り替え、本国では新しい生産品目を開拓・展開するという方法が、企業の経営に比較的良好な影響を与えていると考えられる。

図表1-20 直接投資の内容と経営状態の動向

