

## ポイント

日本企業は、海外での販路拡大、生産コスト削減、海外現地での材料調達等を目的として海外展開を推進している。海外市場の成長性が高いことから、今後も、生産・販売の両面で企業の海外展開はますます活発になると考えられる。

## 1

## 企業の海外進出の理由

企業が海外に進出する理由はさまざまだが、①海外市場への販路拡大のための販売拠点の設置、②国内・国際両面における価格競争力確保のための日本より労働コストの低い国への生産拠点の設置、③生産に必要な部品の調達拠点の設置、などが主な動機となっている。

## 2

## 歴史的経緯

日系企業の海外進出は、次のようなトレンドで進んでいる。

- ・ 1960年代……欧米市場への輸出拡大、販売会社設立
- ・ 1970年代……アジア諸国の成長、アジアへの販売拠点設置、一部生産現法立上げ
- ・ 1980年代……ブラザ合意後の円高対応、海外に生産拠点を移転、海外進出ブーム（アジアおよび米国への進出）
- ・ 1990年代……アジア投資拡大後にアジア通貨危機発生、一方で対中投資が拡大
- ・ 2000年代……対中投資・新興国投資拡大、製造業生産拠点に加え販売拠点設立が徐々に盛んに
- ・ 2010年代……リーマン・ショック後、欧州経済も低迷しアジア向け投資に

## 回帰、サービス業の海外進出加速

戦後、日本経済は急速に成長し、労働コストが上昇した。このため、日本国内で生産されていた労働集約的な製品の製造工程はASEAN・中国など労働コストの低い国にシフトし、日本国内には資本集約型の製造工程が残った。

また、近年は、海外市場、特に成長著しい新興国市場における販路拡大を目的として、現地において生産・販売を行う動きが加速している。海外事業拡大に向け、現地企業を買収または出資する動きも活発になっている。

## 3 最近の海外進出動向とその背景

### (1) 生産コスト削減のための製造業の海外進出加速

近年、日本の製造業の海外への生産移転が加速した。

背景には、日本企業が外国企業に比べて不利とされる六重苦<sup>1</sup>ともいわれる状況がある。

最近、政府はこれらの悪条件を改善すべく、努力を続けており状況は好転しつつある。それでも、より安い商品を求める消費者ニーズに対応するために、労働集約型の生産工程は海外にシフトしていくトレンドが続くとみられる。

### (2) 中堅、中小企業の海外進出増加

日本では、少子高齢化が進み、国内市場の大きな伸びは見込めなくなっている。このため、中堅、中小企業においても、日本国内での販売だけでは売上増加が望めない業種が増えており、これまで海外進出をしていなかった企業の海外進出が増加している。

---

1 円高による他国比での生産コスト高、高い法人税率、自由貿易協定（FTA）交渉の遅れ、労働規制（製造業への派遣禁止等）、環境規制（温室効果ガス規制）強化、電力不足（と高コストの電力）を指す。

中堅、中小企業が海外での生産を検討する背景には、これまで日本国内で製品を納入していた大企業が生産が海外にシフトし、大企業の海外拠点向けに海外で生産して製品を納入しないと、売上げが減少してしまうこともある。

また、飲食・サービス業の海外進出も加速しており、外食チェーンやファストファッション小売店なども世界各国に店舗展開を進めている。

### (3) 海外拠点間の生産分業、統括会社機能の充実

本格的な海外展開を開始して数十年を経た日系企業が増加しており、海外に複数の生産拠点をもつ企業も多くなっている。これらの企業では、それぞれの海外拠点の特徴（労働コストの低さ、部材調達の容易さ、納入先への近さ、自由貿易協定を利用した関税率の優劣など）を生かし、海外拠点間で生産品目を分け、生産工程を分業している。

また、複数の海外拠点を統括する拠点をシンガポールなど、統括会社に対する税制インセンティブがある国に設置する企業も増加している。

〔三菱東京UFJ銀行 国際業務部 北村広明〕