

「日本企業の海外展開とその影響に関する調査」結果

- I 調査目的
- II 実施要領
- III 海外展開の定義
- IV 調査結果
 - 1 海外展開している中小企業自身への影響
 - 2 海外展開している企業が取引を通じて中小企業に与える影響
 - 3 海外展開とは直接関係がない中小企業への影響
 - 4 海外展開と今後の事業方針
- V まとめ

<問い合わせ先>
日本政策金融公庫総合研究所
小企業研究第一グループ
Tel 03-3270-1687
担当 竹内、藤井

I 調査目的

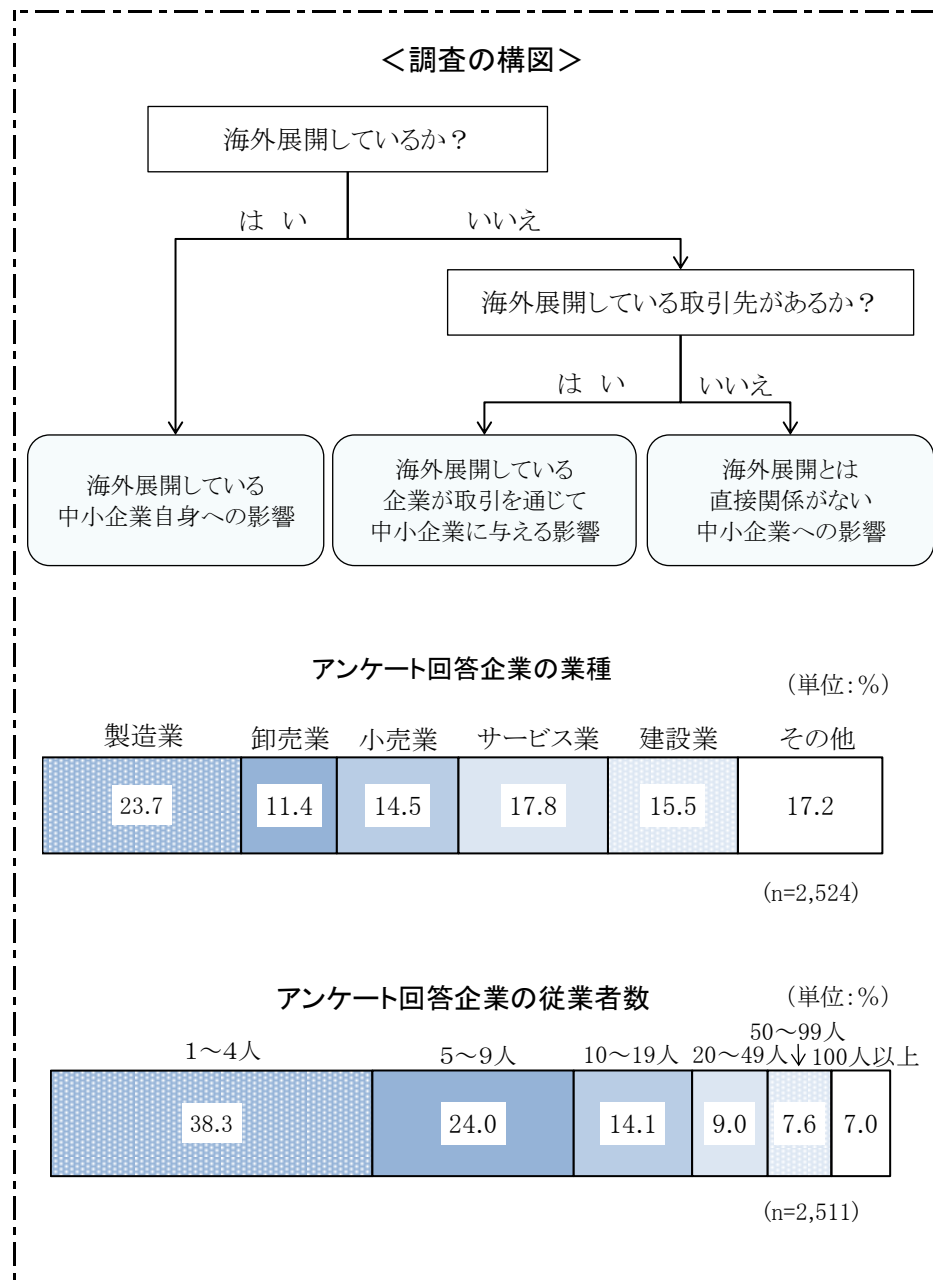
日本経済の低成長が続く中、中小企業経営さらには経済全体を活性化させる手段として直接投資や輸出など海外展開が注目されている。実際、大企業だけではなく、中小企業においても海外展開を行うものが少なくない。しかし、事業の一部を国外で行うことから、企業の海外展開は産業や雇用の空洞化を招くという懸念もある。そこで、日本政策金融公庫総合研究所では、融資先の企業を対象に海外展開による中小企業への影響を調査した。主な調査内容は、①海外展開している中小企業自身への影響、②海外展開している企業が取引を通じて中小企業に与える影響、③海外展開とは直接関係がない中小企業への影響の3点である。

II 実施要領

- 1 調査時点 2012年7月
- 2 調査対象 日本政策金融公庫国民生活事業および中小企業事業の融資先1万500社
- 3 調査方法 調査票の送付・回収ともに郵送。調査票は無記名。
- 4 回収数 2,524社（回収率24.0%）

III 海外展開の定義

- 1 直接投資
海外に法人・支店を保有して、生産・販売など事業活動を行うこと。
- 2 委託
海外の企業に生産を委託すること。
- 3 輸出
自ら直接輸出を行うこと、および商社や代理店を通して間接的に輸出すること。



IV 調査結果

・海外展開企業の割合と展開の形態 ～海外展開している中小企業の割合は16.1%～

- 調査時点で海外展開を行っている企業の割合は回答企業全体の16.1%である(図-1)。
- 海外展開の形態を見ると、生産を行う現地法人を設立している企業の割合が34.4%と最も多く、支店の設立も含め直接投資を行っている企業は合計で46.7%を占める(図-2)。また、生産を委託している企業の割合は28.6%、直接輸出を行っている企業の割合は24.2%、商社などを通じて間接輸出を行っている企業の割合は27.5%で、輸出を行っている企業は合わせて43.9%を占める。

図-1 海外展開している企業の割合

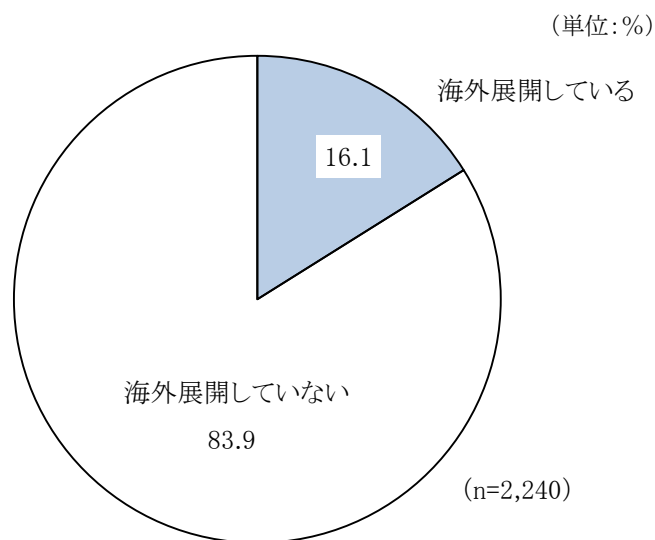
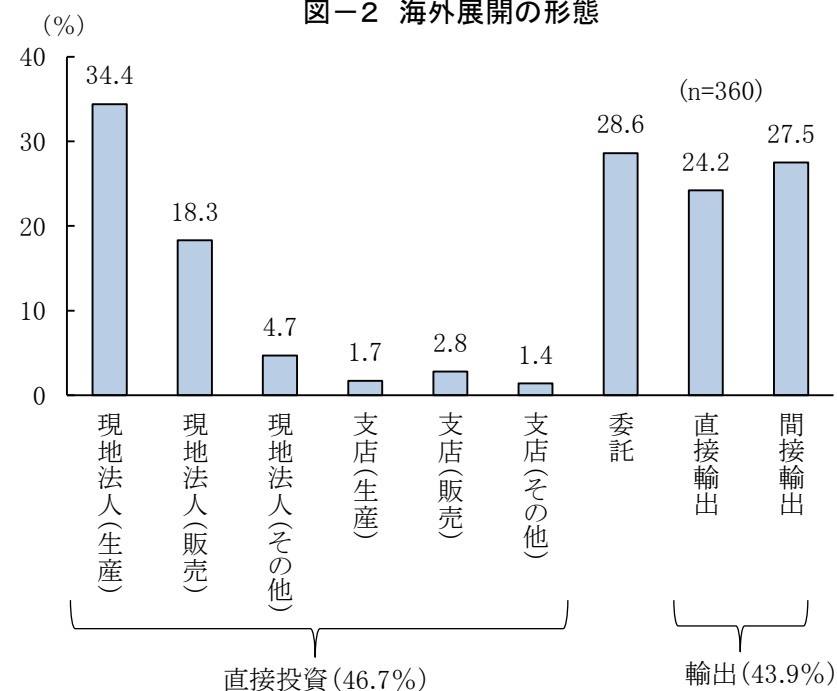


図-2 海外展開の形態



(注) 複数回答である。

・海外展開企業の属性①
 ～非製造業が4割を占める～

- 海外展開を行っている企業の業種構成を見ると、製造業が最も多く61.9%を占めているが、卸売業をはじめ非製造業も38.1%と4割近くを占めている(図-3)。
- 海外展開の形態別に業種構成を見ると、「直接投資」では製造業が81.0%、卸売業が11.3%と2業種で9割を占めている(図-4)。「委託」では、製造業が35.8%で最も多いが、卸売業が25.9%、小売業が16.0%、サービス業が13.6%と非製造業が64.1%を占めている。「輸出」も製造業が52.3%で最も多いが、卸売業が30.6%、小売業が9.9%あるなど非製造業も47.7%を占めている。

図-3 海外展開企業の業種

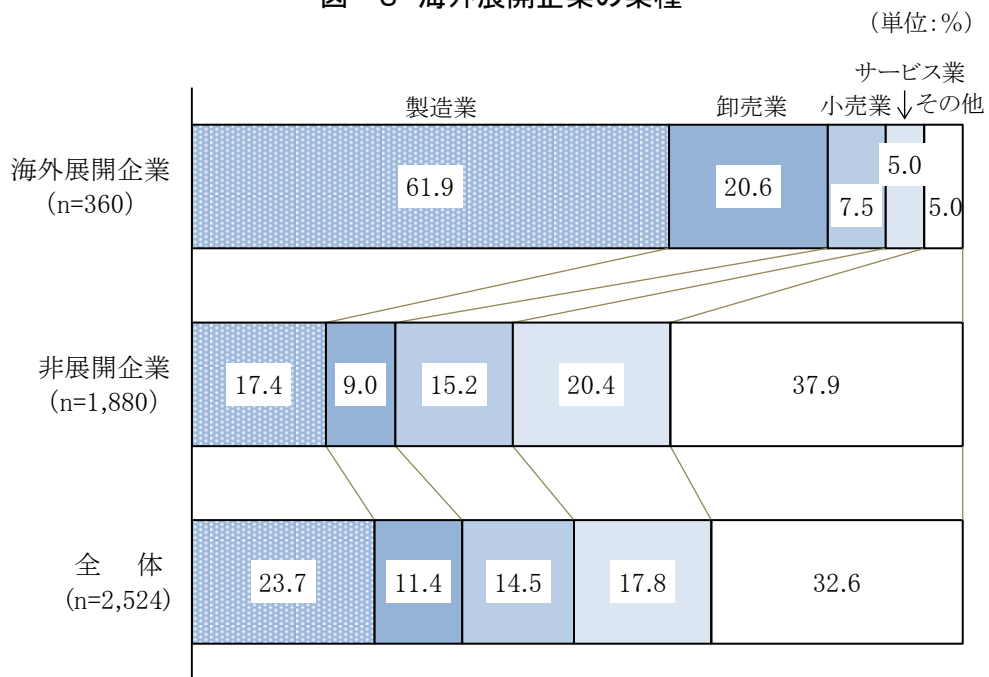
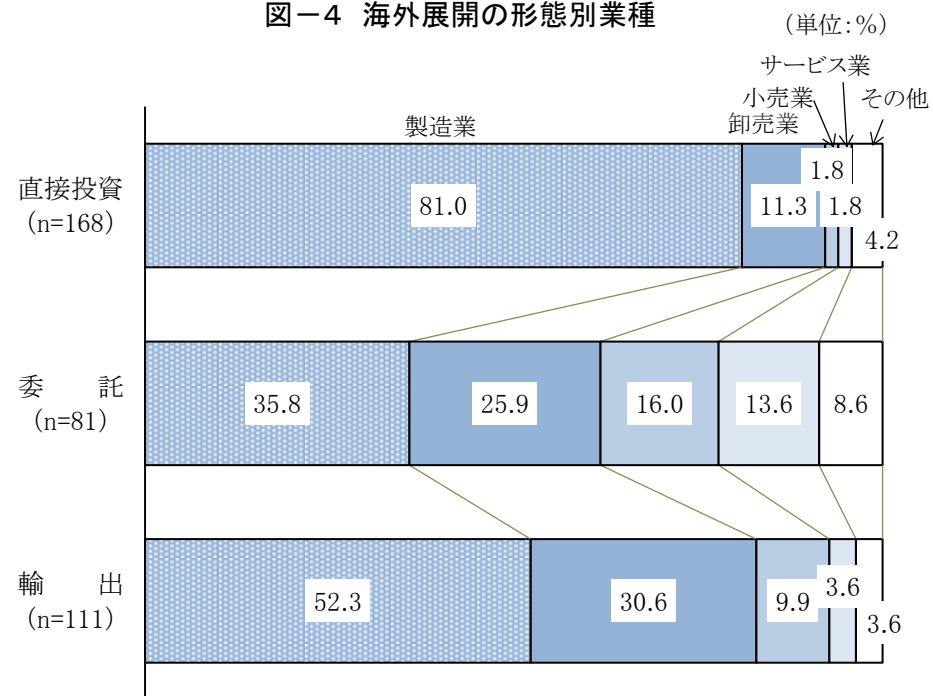


図-4 海外展開の形態別業種



(注) 「委託」は直接投資は行っていないが委託は行っている企業、「輸出」は直接投資も委託も行っていないが輸出は行っている企業(以下同じ)。

・海外展開企業の属性②
 ～19人以下の企業が4割を占める～

○ 海外展開を行っている企業の従業員数を見ると、非展開企業よりも規模の大きな企業の割合が多い(図-5)。
 ○ 海外展開の形態別に従業員数を見ると、「直接投資」では「100人以上」の割合が38.9%で最も多いなど、規模の大きな企業の割合が多い(図-6)。一方、「委託」と「輸出」では「1～4人」の企業が最も多いなど、19人以下の比較的小規模な企業が約6割を占めている。

図-5 海外展開企業の従業員数 (単位:%)

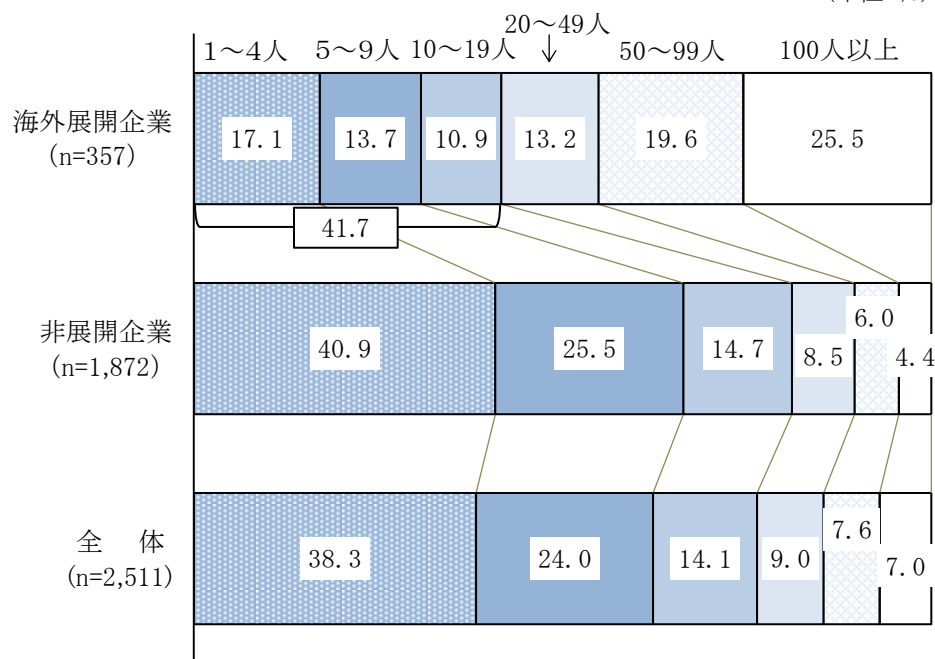
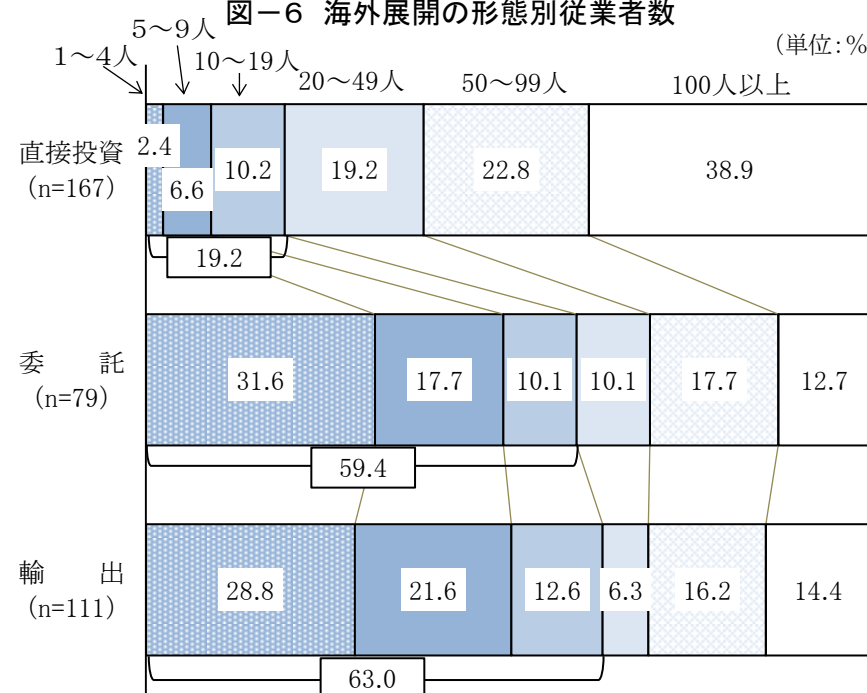


図-6 海外展開の形態別従業員数 (単位:%)



1 海外展開している中小企業自身への影響

・最近3年間の売り上げと採算

～海外展開している企業では上回っている割合が多い～

○ 最近3年間の国内事業の売上高が「増加傾向」とする企業の割合は、海外展開していない企業では「減少傾向」とする企業の割合を下回っているのに対し、海外展開している企業では上回っている(図-7)。
 ○ 最近3年間の国内事業の採算が「改善傾向」とする企業の割合も、海外展開していない企業では「悪化傾向」とする企業の割合を下回っているのに対し、海外展開している企業ではわずかながら上回っている(図-8)。

図-7 最近3年間の国内事業の売上高

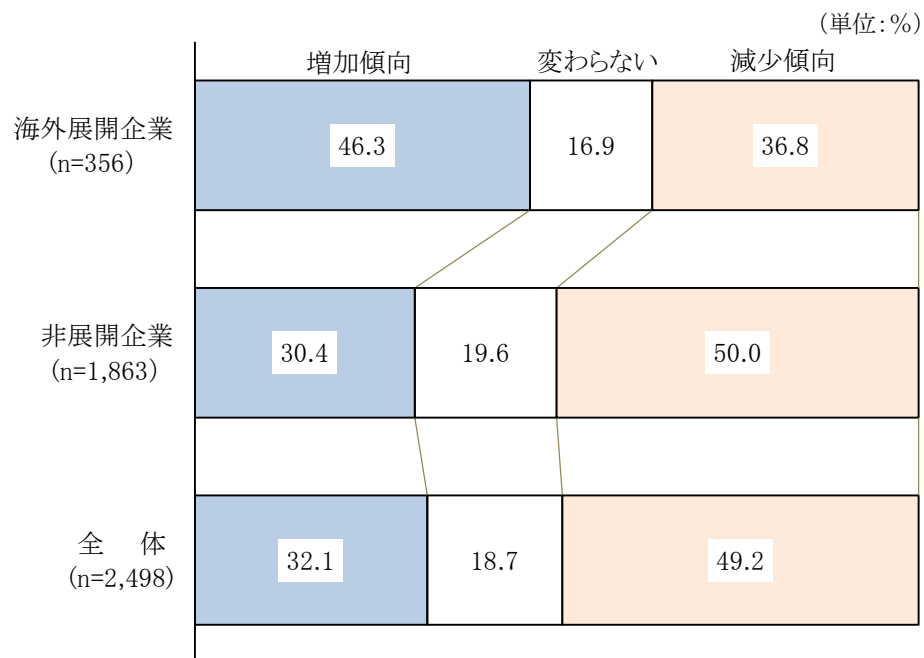
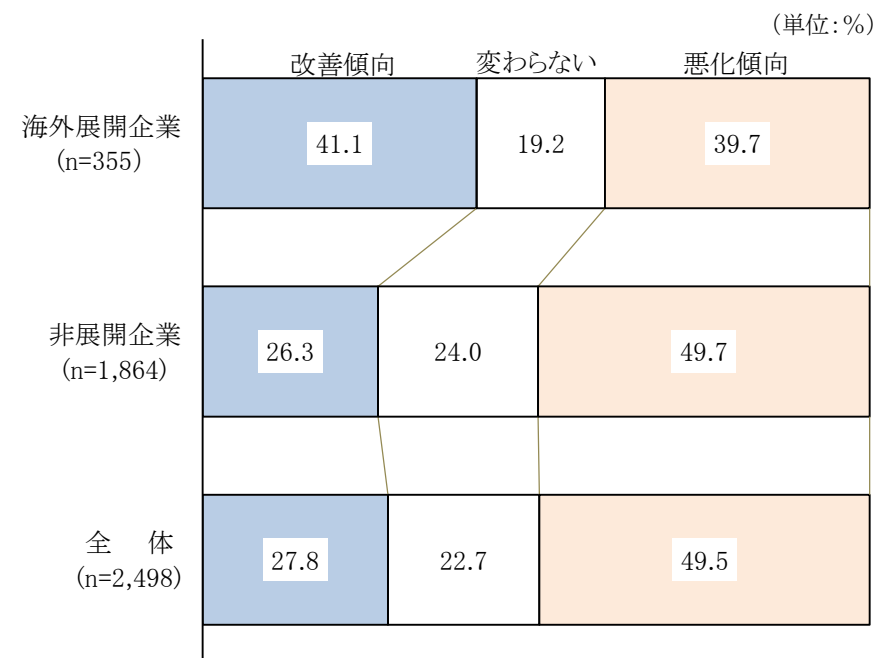


図-8 最近3年間の国内事業の採算



・3年前と比べた国内の従業者数
 ～海外展開している企業には雇用を増やしている企業が多い～

- 3年前と比べた国内の従業者数を見ると、「減少した」とする企業の割合は海外展開している企業もしていない企業もほぼ同じ割合であるが、「増加した」とする企業の割合は海外展開している企業の方が多い(図-9)。
- 海外展開している企業について従業者規模別に見ると、「増加した」とする企業の割合は、「1～4人」層を除き、どの規模でも「減少した」とする企業の割合を上回っている(図-10)。

図-9 3年前と比べた国内の従業者数

(単位:%)

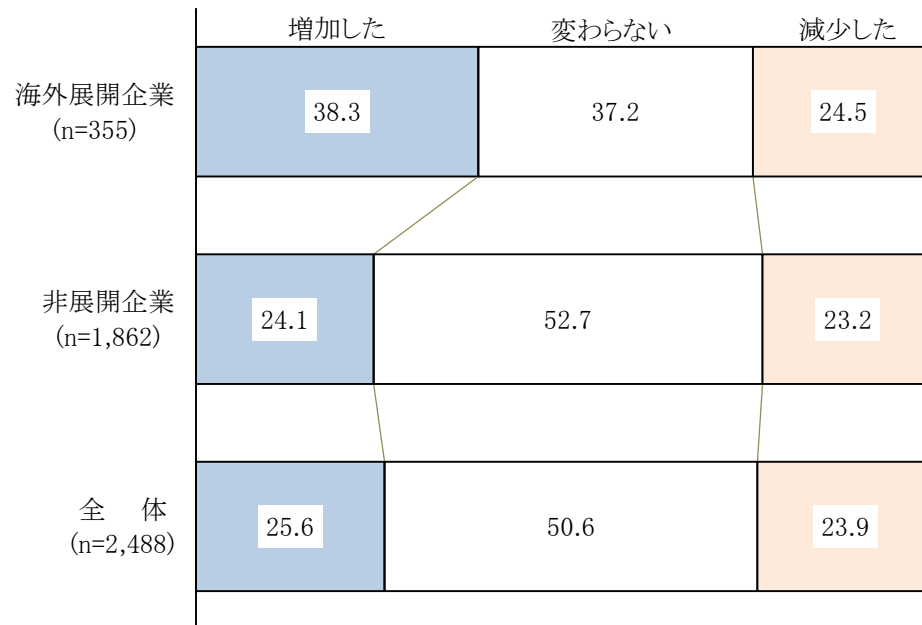
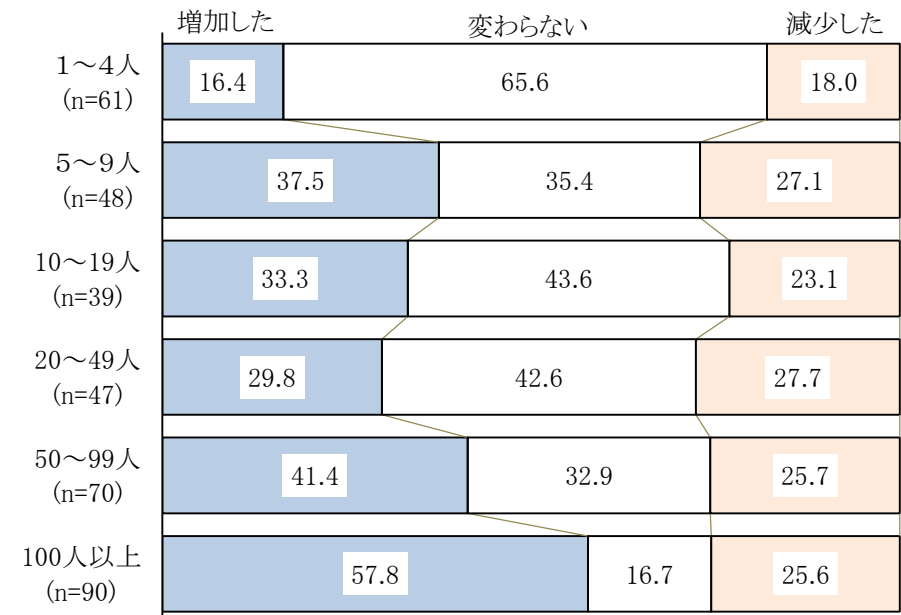


図-10 従業者規模別海外展開企業の3年前と比べた国内の従業者数

(単位:%)



～雇用を増やした割合は直接投資をした企業が最も多い～

- 3年前と比べた国内の従業者数を海外展開の形態別に見ると、「減少した」とする企業の割合は「直接投資」が最も多いものの、「増加した」とする企業の割合も「直接投資」が最も多い(図-11)。
- 直接投資を行っている企業について、3年前と比べた国内の従業者数を業種別に見ると、「減少した」とする企業の割合は非製造業よりも製造業の方が多いものの、「増加した」とする企業の割合もまた製造業の方が多い(図-12)。

図-11 海外展開の形態別3年前と比べた国内の従業者数

(単位:%)

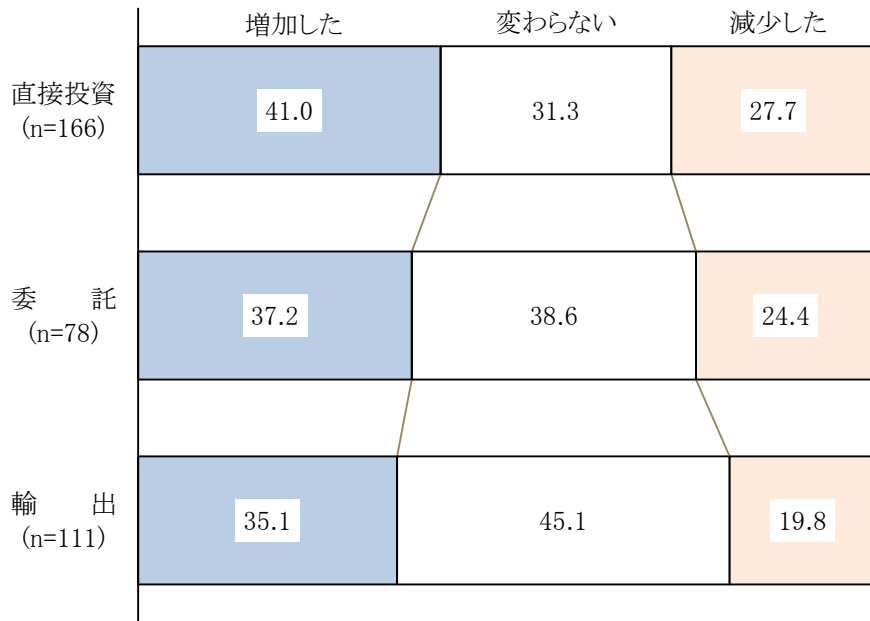
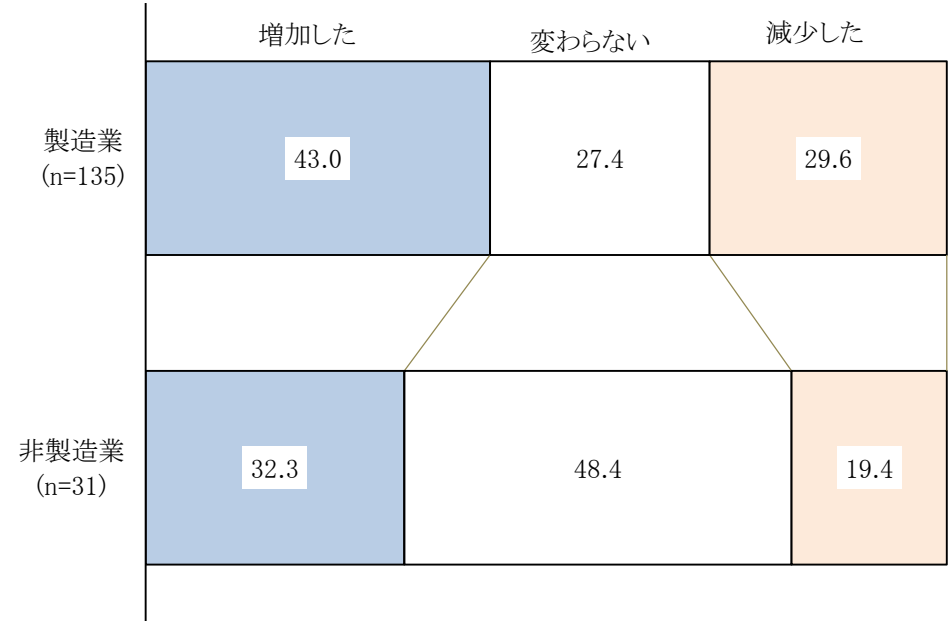


図-12 業種別直接投資企業の3年前と比べた国内の従業者数

(単位:%)



2 海外展開している企業が取引を通じて中小企業に与える影響

・海外展開している企業との取引(受注・販売)

～自ら海外展開していない企業でも4社に1社は海外展開している受注・販売先をもつ～

- 海外展開している企業を受注・販売先にもつ企業の割合は全体では36.8%である(図-13)。この割合は自ら海外展開している企業では85.5%に上るが、自らは海外展開していない企業でも26.5%と4社に1社を占める。
- 自らは海外展開していないが、受注・販売先には海外展開している企業があるものについて業種を見ると、製造業が37.9%で最も多く、サービス業、卸売業が続く(図-14)。一方、海外展開している受注・販売先がない企業では建設業が最も多く、サービス業、小売業が続く。
- 自らは海外展開していないが海外展開している受注・販売先をもつ企業は、海外展開している受注・販売先をもたない企業よりも比較的従業者規模の大きな企業が多い(図-15)。

図-13 海外展開している受注・販売先の有無

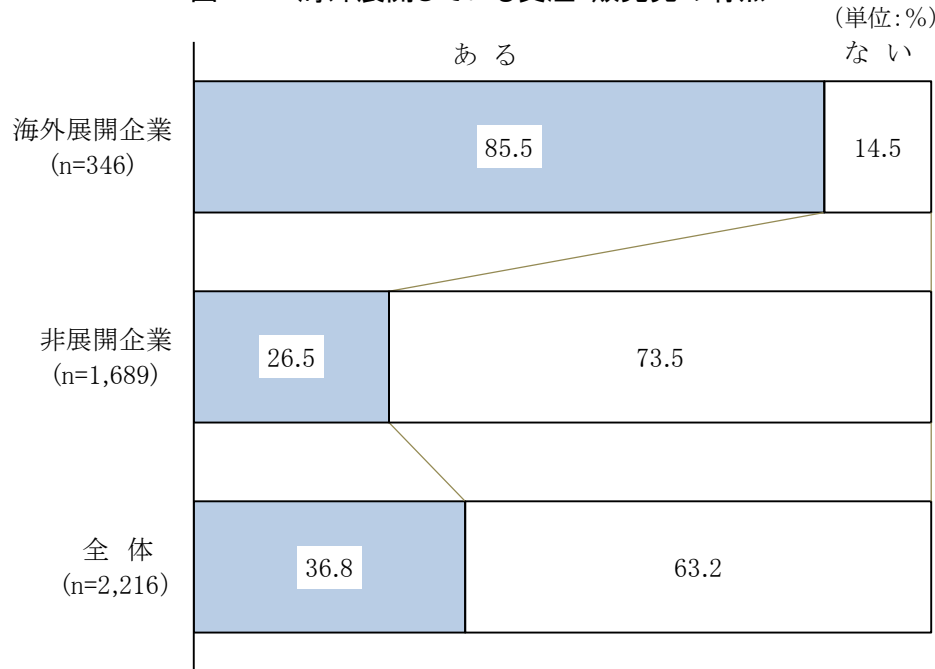
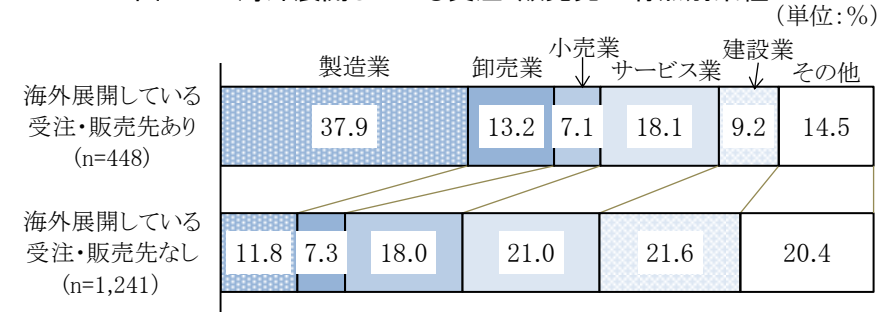
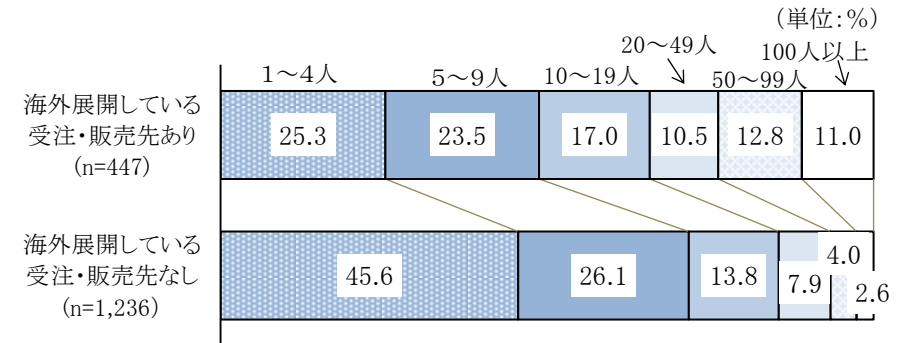


図-14 海外展開している受注・販売先の有無別業種



(注) 自ら海外展開している企業を除く。

図-15 海外展開している受注・販売先の有無別従業者数



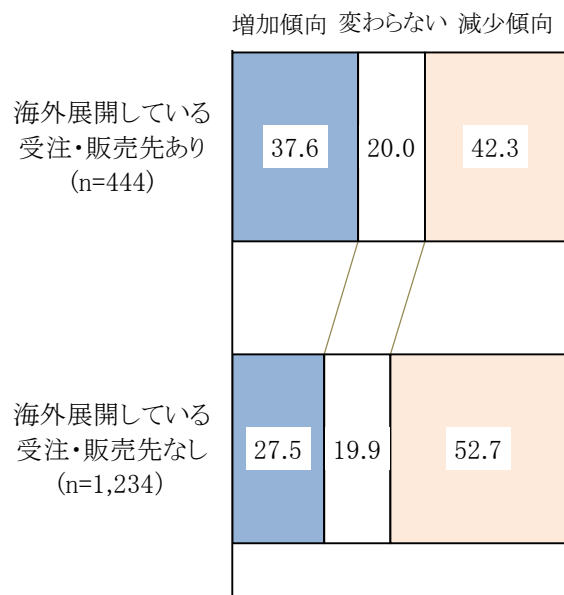
(注) 図-14に同じ。

・海外展開している受注・販売先をもつ企業の業況
～もたない企業よりも上向きの企業が多い～

- 自らは海外展開していないが、海外展開している受注・販売先をもつ企業について最近3年間の売上高を見ると、「減少傾向」とする企業の割合が「増加傾向」とする企業の割合を上回ってはいるものの、海外展開している受注・販売先をもたない企業と比べれば「減少傾向」とする企業の割合は少なく、「増加傾向」とする企業の割合は多い(図-16)。
- 同様に最近3年間の採算について見ても、「悪化傾向」とする企業の割合が「改善傾向」とする企業の割合を上回っているが、海外展開している受注・販売先をもたない企業に比べると「悪化傾向」とする企業の割合は少なく、「改善傾向」とする企業の割合は多い(図-17)。
- 3年前と比べた従業員数について見ると、「減少した」とする企業の割合は海外展開している受注・販売先をもつ企業の方がもたない企業よりもやや多いが、「増加した」とする企業の割合も海外展開している受注・販売先をもつ企業の方が多い(図-18)。

図-16 最近3年間の売上高

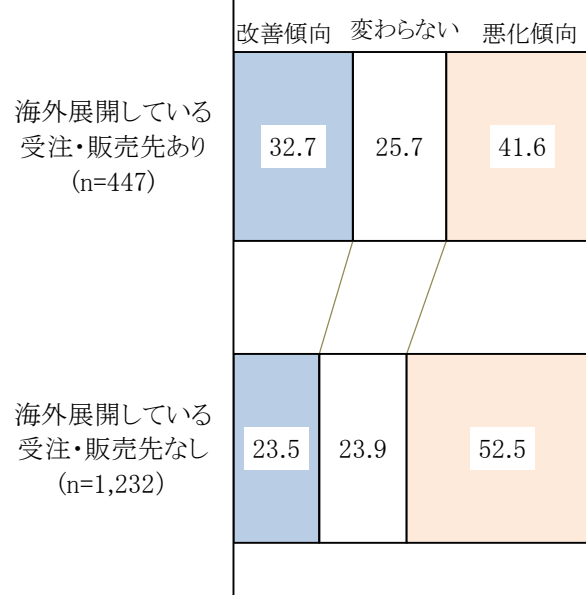
(単位:%)



(注) 自ら海外展開している企業を除く。

図-17 最近3年間の採算

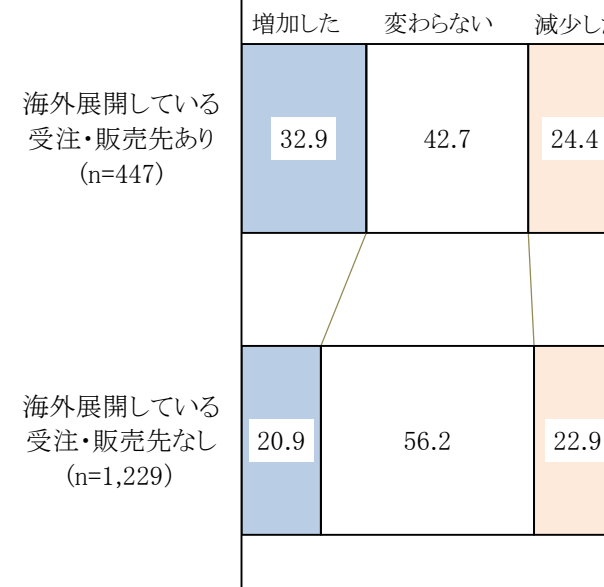
(単位:%)



(注) 図-16に同じ。

図-18 3年前と比べた従業員数

(単位:%)

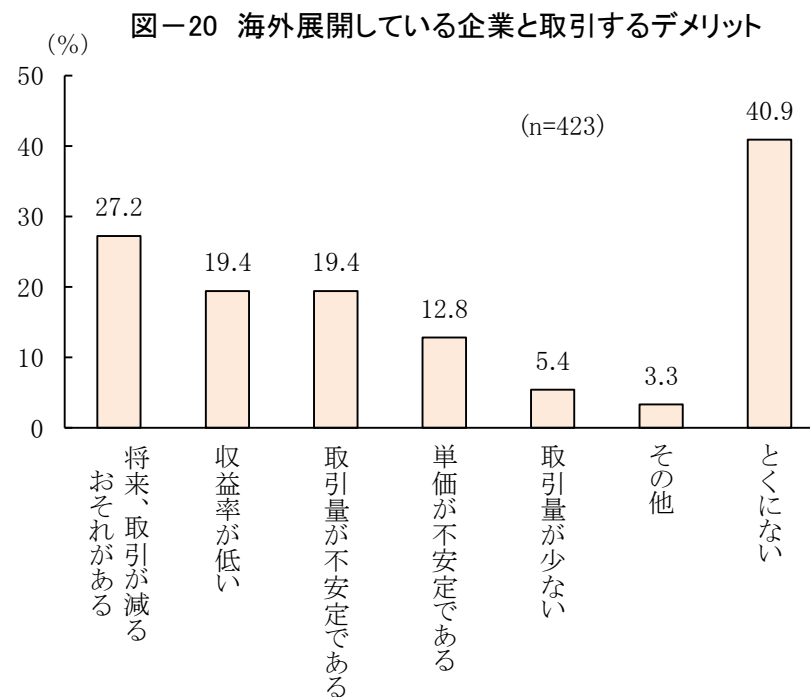
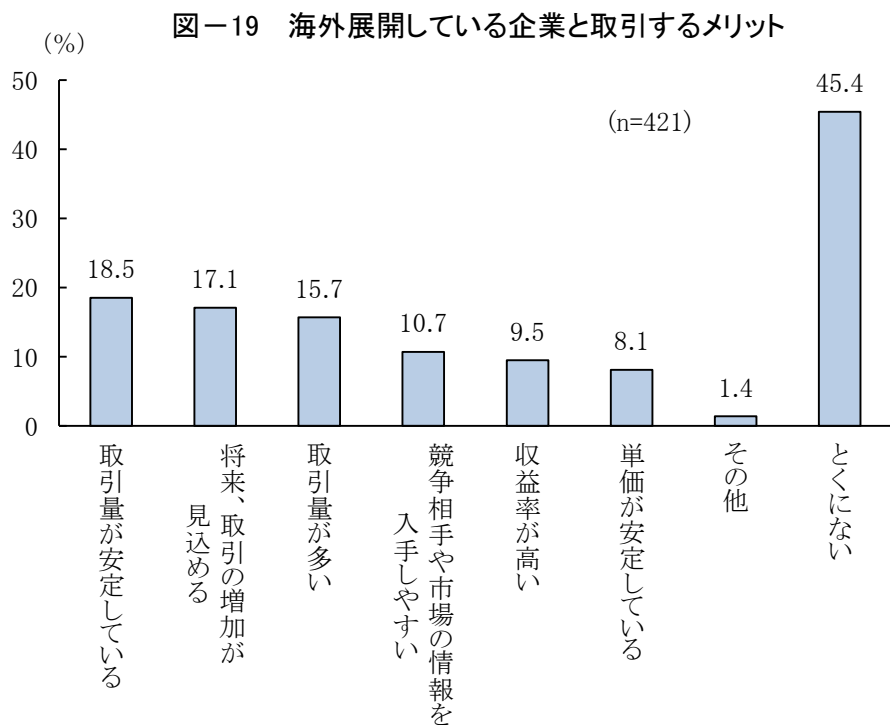


(注) 図-16に同じ。

・海外展開している企業と取引(受注・販売)するメリット、デメリット
 ～取引量に期待、しかし安定性と収益性に問題～

○ 自らは海外展開していないが、海外展開している受注・販売先をもつ企業にとって、海外展開している企業と取引するメリットは何かを見ると、「取引量が安定している」「将来、取引の増加が見込める」といった取引量の大きさに期待する回答が多い(図-19)。

○ 一方、海外展開している企業と取引するデメリットについて見ると、「将来、取引が減るおそれがある」「収益率が低い」「取引量が不安定である」といった収益性や安定性に問題があるとする回答が多い(図-20)。



(注) 1 複数回答である。
 2 自らは海外展開していないが、海外展開している受注・販売先をもつ企業について集計したもの。

(注) 図-19に同じ。

・海外展開している企業からの調達

～自ら海外展開していない企業でも4社に1社は海外展開している企業から調達～

- 海外展開している外注・仕入先をもつ企業の割合は、全体の31.0%を占める(図-21)。この割合は、自らも海外展開している企業では65.5%、自らは海外展開していない企業では23.4%となっている。
- 自らは海外展開していないが、外注・仕入先には海外展開している企業があるものについて業種を見ると、小売業が26.5%で最も多く、製造業、卸売業が続いている(図-22)。一方、海外展開している外注・仕入先をもたない企業ではサービス業が22.3%で最も多く、以下建設業、製造業、小売業となっている。
- 海外展開している外注・仕入先をもつ企業ともたない企業とでは、従業員規模の分布に大きな差は見られない(図-23)。

図-21 海外展開している外注・仕入先の有無 (単位:%)

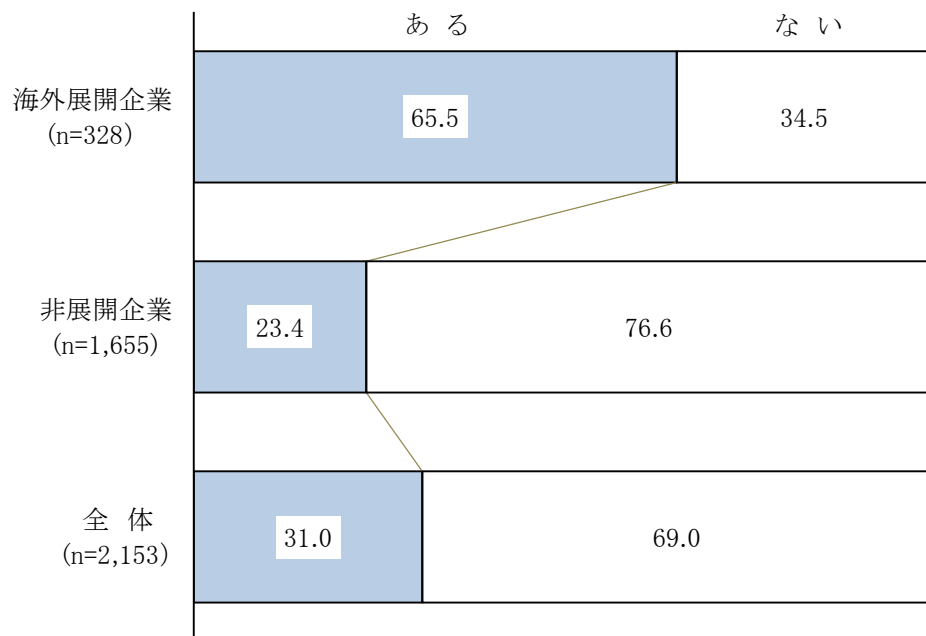
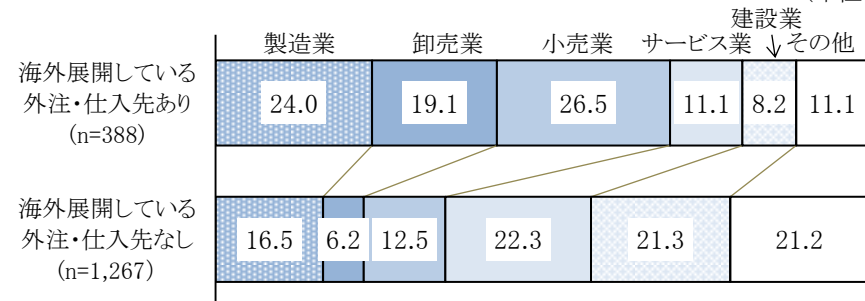
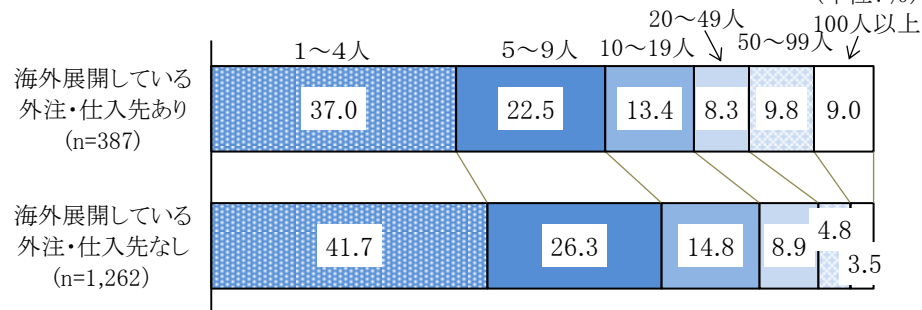


図-22 海外展開している外注・仕入先の有無別業種 (単位:%)



(注) 自ら海外展開している企業を除く。

図-23 海外展開している外注・仕入先の有無別従業員数 (単位:%)

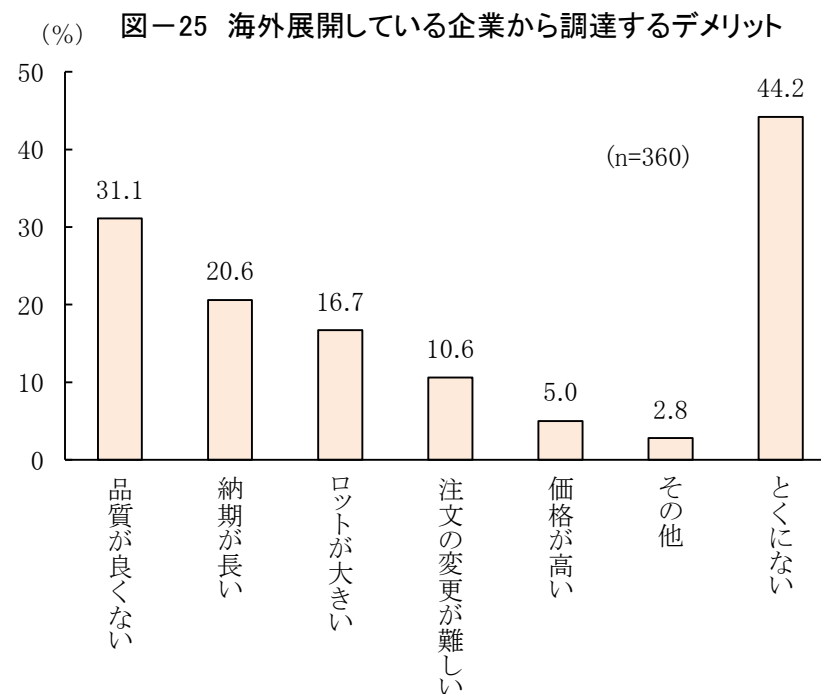
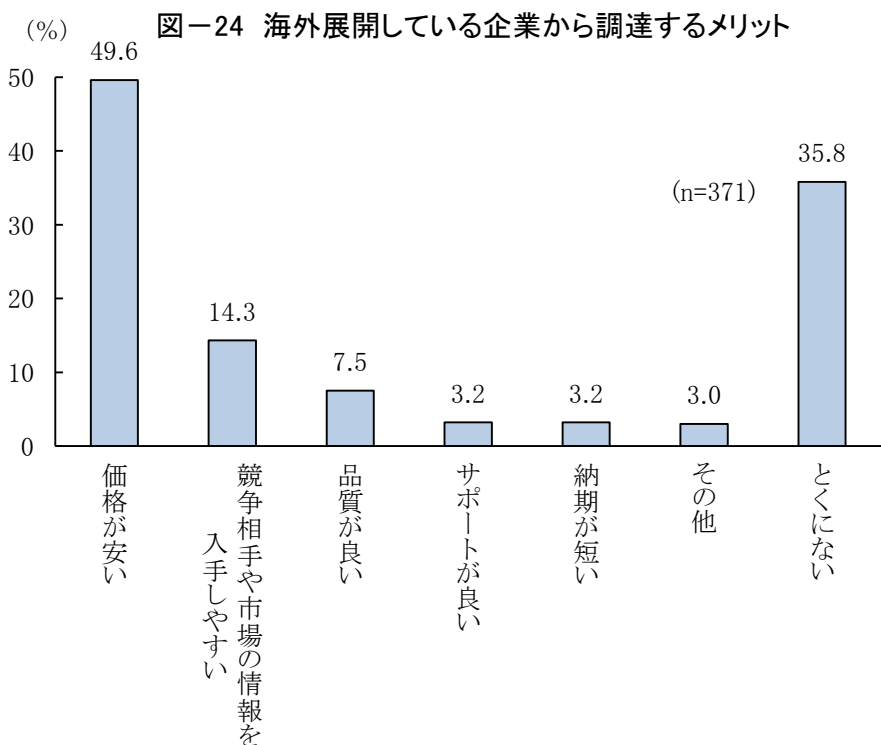


(注) 図-22に同じ。

・海外展開している企業から調達するメリット、デメリット
 ～低価格が魅力だが、品質と柔軟性に問題～

○ 自らは海外展開していないが、海外展開している外注・仕入先をもつ企業にとって、海外展開している企業から原材料や商品等を調達するメリットには何があるかを見ると、「価格が安い」が49.6%と他のメリットを大きく上回っている(図-24)。

○ 一方、海外展開している企業から調達するデメリットを見ると、「品質が良くない」の他に「納期が長い」「ロットが大きい」「注文の変更が難しい」を回答する企業の割合が多く、柔軟性に問題があることがうかがえる(図-25)。



(注) 1 複数回答である。
 2 自らは海外展開していないが、海外展開している外注・仕入先をもつ企業について集計したもの。

(注) 図-24に同じ。

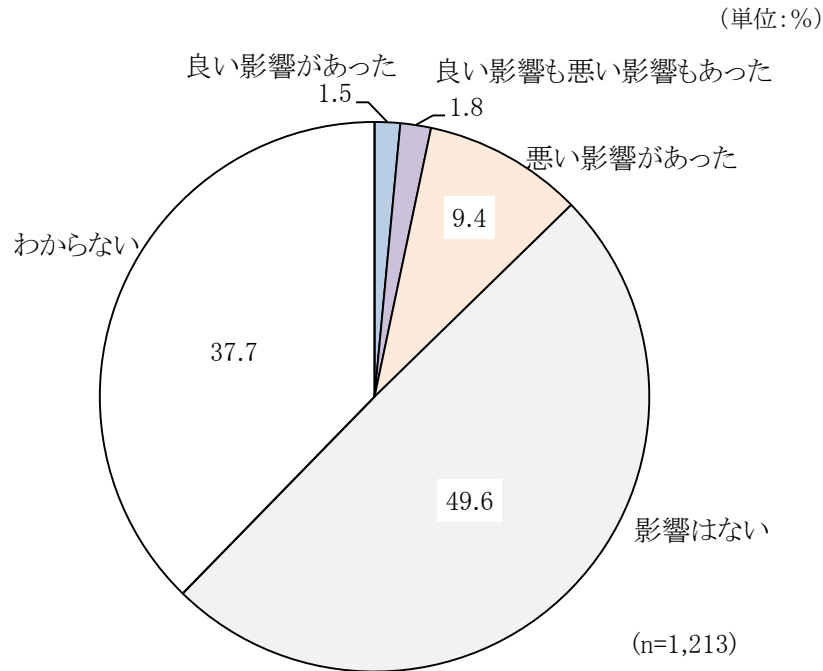
3 海外展開とは直接関係がない中小企業への影響

・海外展開する日本企業が増加していることの影響

～9割弱は明確な影響なし～

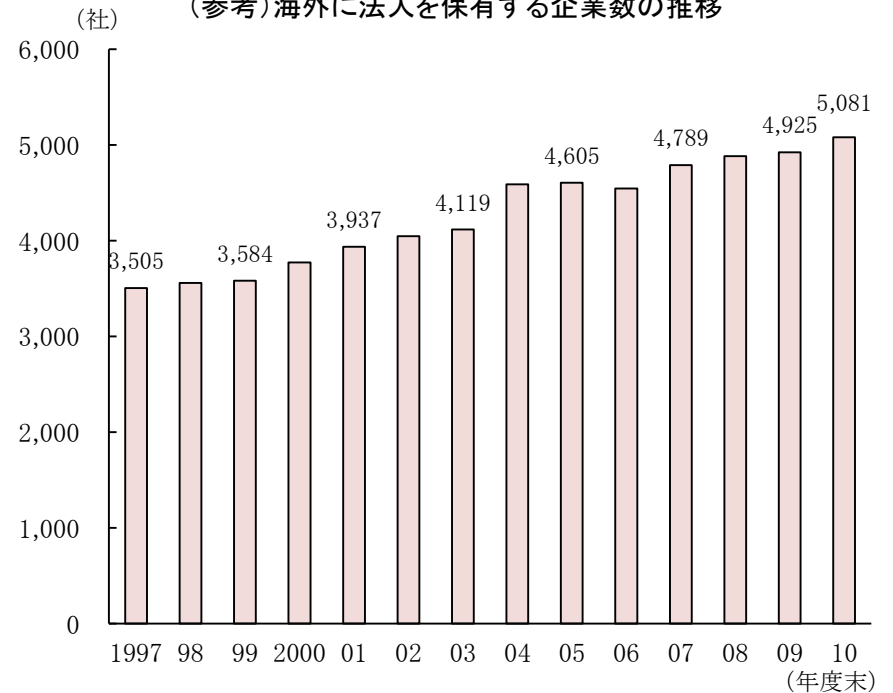
- 自ら海外展開しておらず、また海外展開している取引先もない企業について、海外展開する日本企業が増加していることの影響を見ると、「影響はない」が49.6%、「わからない」が37.7%となっており、明確な影響がないとする企業が9割弱を占める(図-26)。
- 影響があったとする企業について見ると、「良い影響があった」とする割合は1.5%、「良い影響も悪い影響もあった」は1.8%、「悪い影響があった」とする企業は9.4%で、「悪い影響があった」とする企業の方が多い。

図-26 海外展開する日本企業が増加していることの影響



(注) 自ら海外展開しておらず、また海外展開している取引先もない企業について集計したもの。

(参考)海外に法人を保有する企業数の推移



資料：経済産業省「企業活動基本調査」

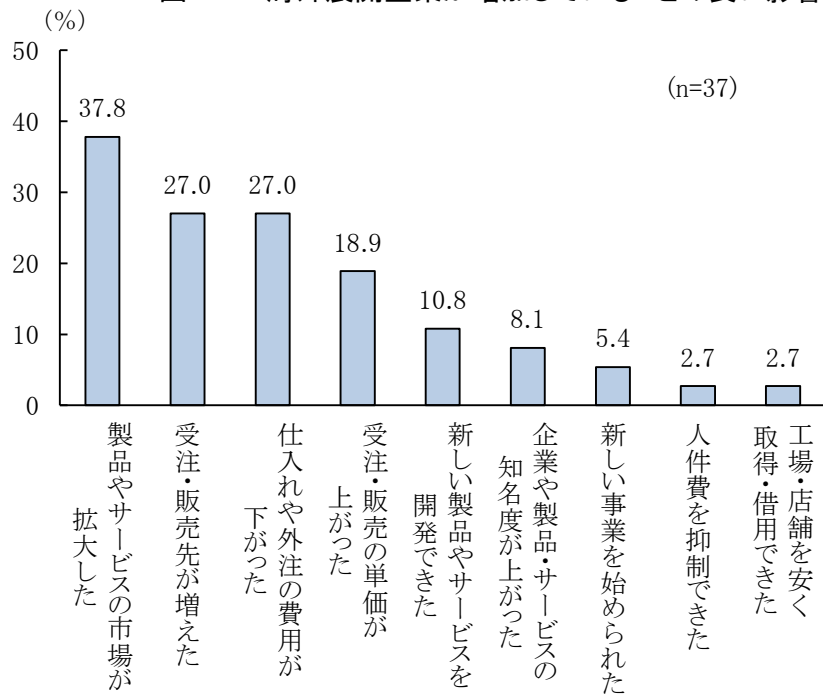
(注) 調査対象は従業者数50人以上かつ資本金または出資金額が3,000万円以上の会社。

・海外展開する日本企業が増加していることによる影響の内容
 ～事業機会は増加するも、競争も激化～

○ 自ら海外展開しておらず、また海外展開している取引先もない企業について、海外展開する日本企業が増加していることの良い影響を見ると、「製品やサービスの市場が拡大した」や「受注・販売先が増えた」といった既存事業の売り上げ増加につながっていると回答が多い(図-27)。また、少数ではあるが、「新しい製品やサービスを開発できた」「新しい事業を始められた」とする企業もあり、海外展開する企業の増加をビジネスチャンスとして生かしている企業もある。

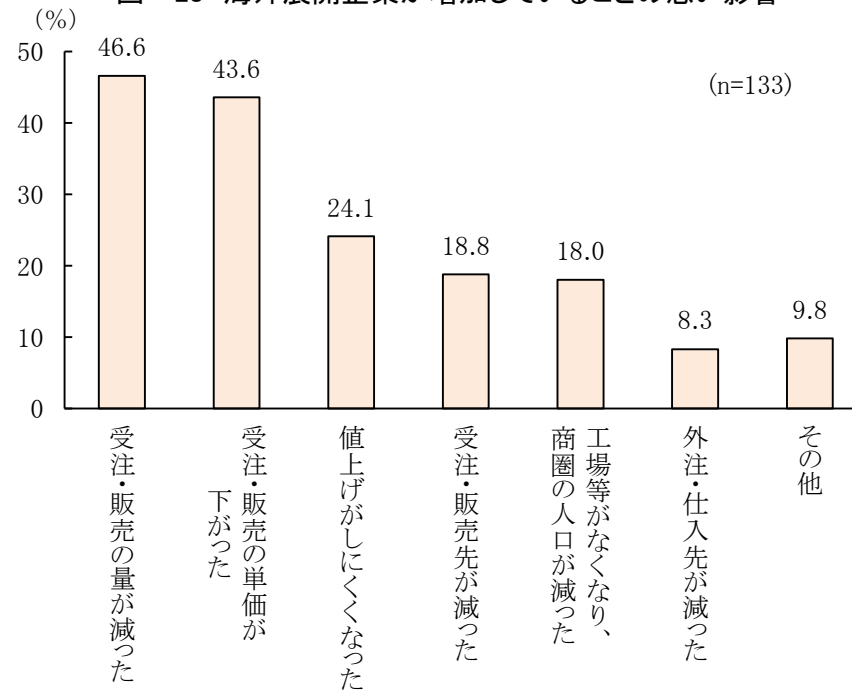
○ 一方、悪い影響の内容を見ると、「受注・販売の量が減った」「受注・販売の単価が下がった」とする企業の割合が多く、一部とはいえ海外展開の増加によって企業間競争が激しくなっている様子がうかがえる(図-28)。

図-27 海外展開企業が増加していることの良い影響



(注) 1 複数回答である。
 2 自ら海外展開しておらず、海外展開している取引先もない企業について集計したもの。

図-28 海外展開企業が増加していることの悪い影響



(注) 図-27に同じ。

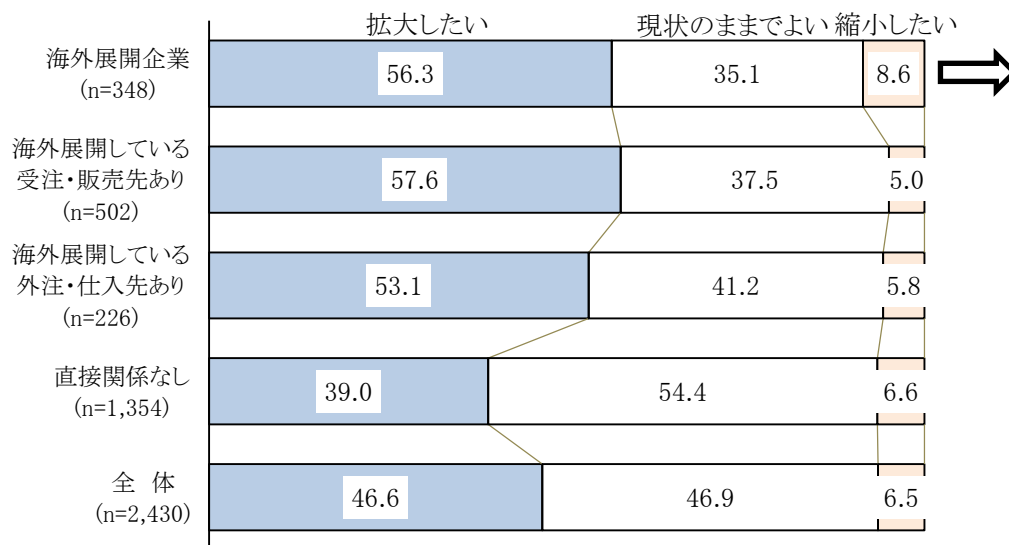
4 海外展開と今後の事業方針

～海外展開している企業の方が国内事業を拡大する方針の企業が多い～

○ 国内事業の規模について今後の方針を見ると、自ら海外展開している企業や受注・販売先または外注・仕入先が海外展開している企業では「拡大したい」とする企業の割合が50%を超えており、「現状のままでよい」「縮小したい」とする企業の割合を上回っている(図-29)。一方、自ら海外展開しておらず、海外展開している取引先もない企業では「現状のままでよい」とする企業の割合が最も多い。

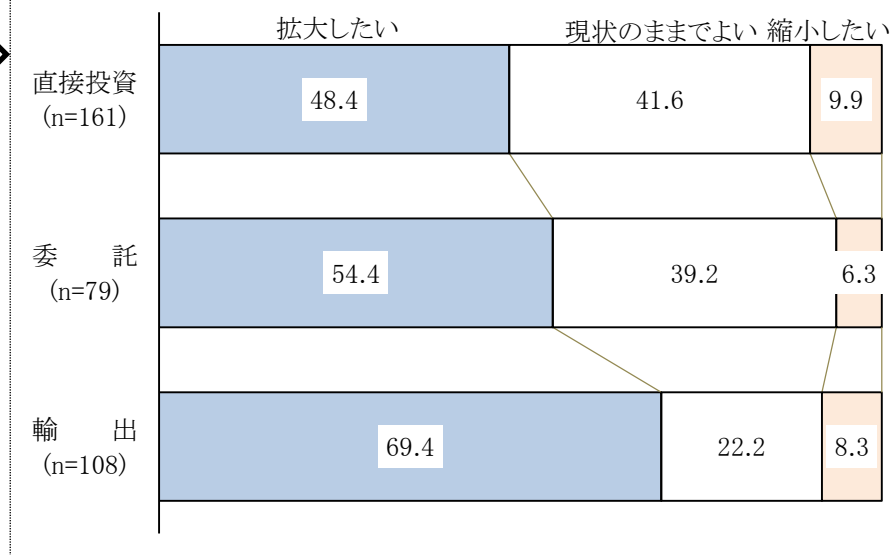
図-29 海外展開企業との関わりと国内事業の規模に関する方針

(単位:%)



(参考) 海外展開の形態別国内事業の規模に関する方針

(単位:%)



(注) 「海外展開している受注・販売先あり」は、自らは海外展開していないが受注・販売先に海外展開している企業があるもの。
 「海外展開している外注・仕入先あり」は、自らは海外展開しておらず、受注・販売先にも海外展開している企業はないが外注・仕入先にはあるもの。
 「直接関係なし」は、自らは海外展開しておらず、取引先にも海外展開している企業がないもの。

V まとめ

1 海外展開している企業の業況は海外展開していない企業よりも上向き

直接投資、委託、輸出という海外展開を行っている企業はアンケート回答企業全体の16.1%にとどまっている。しかし、海外展開している企業は、海外展開していない企業に比べて最近3年間の売上高、採算ともに上向いているものが多い。また、国内事業の従業者数を見ると、3年前に比べて雇用を減らしている企業の割合は、海外展開している企業もしていない企業も4分の1程度あるが、雇用を増やした企業は海外展開している企業の方が多い。海外展開は中小企業にとって成長戦略の一つとなっている。

2 海外展開している企業と取引している企業の業況も上向き

自らは海外展開していない場合でも、海外展開している受注・販売先をもつ企業は、そうした取引先をもたない企業と比べて、最近3年間の売上高、採算ともに上向きにある企業の割合が多い。3年前と比べた従業者数を見ても雇用を増やした企業の割合は、海外展開している受注・販売先をもつ企業の方が多い。海外展開している企業は、取引を通じて中小企業に好影響を与えているといえる。

3 海外展開の影響を受けている企業は少ない

自ら海外展開しておらず、また海外展開している取引先もない企業では、日本企業の海外展開が増加していることによって経営に何らかの影響があったとする割合は12.7%である。良い影響としては受注・販売先の増加や市場の拡大、新製品・新事業の開発など事業機会の増加を、悪い影響としては受注・販売単価の低下や受注・販売量の減少など企業間競争の激化を挙げる企業が多い。

4 海外展開している企業は拡大意欲も強い

自ら海外展開している企業や海外展開している取引先をもつ企業では、今後事業を拡大したいとする企業が半数を超える。一方、海外展開と直接関係のない企業では拡大の意向をもった企業は約4割で、5割強は現状維持でよいと考えている。