

みずほレポート

2011年3月29日発行

製造業の海外展開について
～日本の製造業は「空洞化」しているのか

みずほフィナンシャルグループは
「お客さまのより良い未来の創造に貢献するフィナンシャル・パートナー」
をめざします。

Channel to Discovery

本誌に関するお問い合わせは
みずほ総合研究所株式会社 経済調査部 大塚哲洋
tetsuhiro.otsuka@mizuho-ri.co.jp
電話 (03) 3591-1283 まで。

本資料は、情報提供のみを目的として作成されたものであり、法務・貿易・投資等の助言やコンサルティング等を目的とするものではありません。また、本資料は、当社が信頼できると判断した各種資料・データ等に基づき作成されておりますが、その正確性・确实性を保証するものではありません。利用者が、個人の財産や事業に影響を及ぼす可能性のある何らかの決定や行動をとる際には、利用者ご自身の責任においてご判断ください。

要旨

1. 日本企業の海外生産活動は、これまで拡大基調を辿ってきた。近年は、特にアジア地域への製造拠点設立の動きが進んでいる。
2. 海外生産比率は増加トレンドにあるものの、拡大する海外需要に応じた現地生産が主目的となっており、これまでのところは企業のグローバル化への対応といった段階にあるといえる。国内市場向けの生産が海外で広く行われる段階には至っておらず、また国内の生産規模や雇用が代替的に大きく損なわれているわけではないことから、現時点で「空洞化」が広く進行しているとは認められない。
3. 海外への生産シフトが発生する要因は、大きく分けると、①内外の事業コスト格差、②為替、③拡大する海外市場への対応、の3点であると考えられる。これまでのわが国企業の海外生産の動きをアンケート調査や計量分析によって検証すると、特に海外市場の拡大が海外生産拡大に大きく影響していることが確認された。
4. 現時点での日本企業による海外生産シフトの国内生産への影響は、間接的な影響まで含めても売上高ベースで▲24兆円程度(名目GDP比約5%)にとどまっている。なお、この数値は海外で高まる需要に輸出ではなく現地生産で対応されたという意味で、「伸びる可能性があったが結果として伸びなかった売上額」が大半であり、生産の純減額ではない。
5. 新興国経済の発展や、経済のグローバル化の進展の中で、今後も海外需要拡大に対応した海外生産拡大の動きは避けられない。国内の生産規模や雇用が大きく損なわれる「空洞化」という事態を回避するためには、国内における高付加価値製品等への生産転換が課題となる。そのためには、企業の税負担軽減やビジネス環境の整備などを通じた国内立地の促進や、高付加価値化のための研究開発を支援する包括的な取組みなどが必要となろう。また、海外現地法人が新たな外需を確実に獲得し、そのリターンを日本へと還流させて、国内における高付加価値化のための投資につなげていくための政策が求められよう。

(経済調査部 大塚哲洋)

目次

1. はじめに	1
2. 「空洞化」とは	1
(1) 「空洞化」の定義	1
(2) 「空洞化」への経路	2
3. 日本企業の海外生産と「空洞化」	3
(1) 日本企業の海外生産の概要	3
(2) 産業・進出先別の動向	5
(3) 日本はどの段階にあるのか	7
(4) 海外拠点と国内拠点の機能的すみ分け	10
4. なぜ製造業の海外移転が進むのか	11
5. 海外生産拡大による影響の試算	14
(1) 海外生産拡大が国内生産活動に与える影響の整理	15
(2) 生産活動への影響の試算方法の先行研究	15
(3) 本稿における独自の試算	17
6. 「空洞化」を防ぐために	18
(1) 生産転換	19
(2) 海外需要の獲得	20
7. おわりに	22

1. はじめに

世界金融危機・同時不況による深刻な景気悪化に見舞われた日本経済は、最悪期を脱し、回復基調にある。しかし、失業率が高止まりするなど、雇用環境は厳しい状況が続いている。このような雇用不振の一因としてしばしば指摘されるのが、製造拠点の海外移転である。日本企業は、近年の円高進行やアジアの発展等を受けた海外進出の動きを活発化させており、これが雇用機会を縮小させるなどして国内経済を「空洞化」させている、あるいはさせていくのではないかという論調が広がっている。このような認識は、適切なのであろうか。

そこで本稿では、近年進む日本企業の海外生産の拡大が、日本経済に対してどのような影響を与えているのか、また日本は本当に「空洞化」といわれる状態に向かっているのかという問題意識の下、製造業の海外生産に焦点を当て、その現況や影響等について分析を行う。さらには、それらを踏まえた上で、わが国が「空洞化」することを防ぐための政策的手立てを検討する。

具体的には、まずそもそも「空洞化」とは何かについて整理を行う（第2章）。次いで、日本企業のこれまでの海外生産の動向を振り返るとともに、足元の動きについて再確認する（第3章）。その上で、製造業の海外生産活動が拡大している要因について把握するとともに（第4章）、海外生産活動が日本経済に与えている影響について分析を試みる（第5章）。

以上を踏まえた上で、結びとして、今後わが国が「空洞化」を回避するために必要となる政策について考察する（第6章）。

2. 「空洞化」とは

「空洞化」という言葉は新聞紙上等でよく目にするが、その意味するところはまちまちで、必ずしも明確ではない。そのため、わが国がすでに「空洞化」しているか否かという判断についても、論者により見解が大きく相違している。そこでまず、「空洞化」とは何を指すのかという点について整理を行った上で、本稿における「空洞化」の定義を明確にしておきたい。

(1) 「空洞化」の定義

経済用語としての「空洞化」という言葉は英語の”Hollowing out”の和訳から来たものであるが、その定義については、論者により様々なものが存在する。しかし、大きく分けると2種類に整理することができる。

その一方は、「生産拠点の海外移転による、国内生産・雇用の減少、技術水準の低下」

といった意味付けの定義である。その代表的なものは伊藤（1989）であり、「空洞化」とは「生産拠点の海外移転により国内の雇用が減少したり、国内の技術開発力が低下すること」と定義されている。また、中村・渋谷（1994）においても、ほぼ同様の定義が採用されている。そしてもう一方が、「国内製造業の競争力の低下に伴う脱工業化（サービス経済化）」といった捉え方である。

これら2種類に集約される定義のほかに、「空洞化」を広くイメージし、現象面を中心に捉えているものもある。その代表例が「平成6年度経済白書」（経済企画庁（1994））であるが、これによれば「空洞化」には3つの側面があると説明されている。すなわち、①海外生産による国内生産の代替（企業と海外市場の関係）、②輸入による国内生産の代替（企業と国内市場の関係）、③製造業の国内生産基盤が縮小し、生産性の低い非製造業のウエイトが上昇すること（製造業と非製造業の関係）、である。その上で、こういった現象（経済白書が定義する「空洞化」）が見られることと、日本経済に悪影響が生じるか否かは、区別する必要があると述べられている。

以上のように、「空洞化」には様々な定義がなされてきたわけであり、「空洞化」を広く捉えれば、企業の海外進出をもって定義付けることもできる。しかし、経済のグローバル化が進展する中で、企業が海外で事業展開を行うことと、国内で生産や雇用、技術が損なわれることは必ずしも直結しないはずである。そこで本稿では、「空洞化」を生産の海外シフトが進み、それによって実際に国内における生産や雇用や技術が損なわれる状況と定義する¹。その上で、企業の海外事業展開は、そうした状況に至る可能性を持つ現象あるいは経路として位置づける。

(2) 「空洞化」への経路

企業の海外進出から始まって「空洞化」へと至る経路は、3段階に分けることができよう。まず第一段階は、国内企業が海外で生産活動を行うことにより輸出を代替する「グローバル化」段階である。例えば、昨今の新興国需要の獲得を目的とした現地生産の拡大は、この段階に該当するケースが多いと考えられる。

次の第二段階は、逆輸入などにより国内市場向けの生産代替が発生する「発展的分業」段階である。例えば、近年よく耳にするオフショアリング²もこの段階に位置付けられよう。「発展的分業」段階になると、必然的に海外現地生産が可能な製品の国内生産が縮小することになるが、国内で高付加価値品や周辺産業への生産転換が行われていれば、製造業全体としての生産規模は維持される。

この段階からさらに進むと、第三の「空洞化」段階へと至る。高付加価値品や周辺産業

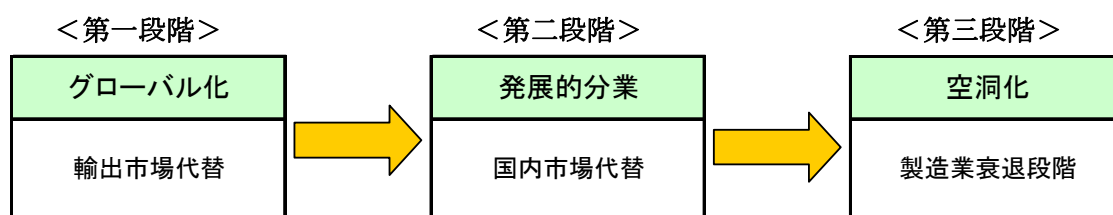
¹ 海外生産や逆輸入を通して国内製造業の生産規模が縮小することであり、生産転換（高付加価値品製造等への生産シフト）等によりトータルの生産水準を維持できていれば、「空洞化」とは言えない。

² 企業が自社の業務プロセスの一部、または全部を海外に移管・委託すること。

への生産転換を果たすことができず、結果としてこの段階に陥ってしまうと、生産活動は専ら海外で行われるようになり、国内製造業全体として生産・雇用の水準を維持できなくなると想定される。仮にサービス産業等の雇用の受け皿が十分でない場合には、国内雇用は急激に縮小し、経済に深刻なダメージが発生することとなる（以上の三つの段階を整理して示したものが図表 1 である）。

日本については、海外生産は拡大基調にあるものの、現在までのところ逆輸入は限定的であり、また製造業の生産規模もトータルでは維持できていることから、「空洞化」段階には至っていないと考えられる。この点について、次章で詳しく検証していきたい。

図表 1 「空洞化」へと至るステップ



(資料)みずほ総合研究所作成

3. 日本企業の海外生産と「空洞化」

ここまで「空洞化」の定義と経路について整理したが、本章では実際に日本企業のマクロで見た海外生産の動向について確認したい。その上で、日本は「空洞化」へと至るステップのどの段階まで進んでいるのかを検証する。

(1) 日本企業の海外生産の概要

まず、日本企業のこれまでの海外生産の動向について見ていこう。図表 2 は、経済産業省「海外事業活動基本調査」に掲載されている、わが国製造業の海外生産比率の推移を示したものである。わが国の海外生産比率はこれまで一貫して上昇トレンドを辿ってきた。1980 年代後半に 5%程度であった同比率は、2007 年度には約 19%にまで上昇している（2008 年度は低下しているが、これは世界金融危機・同時不況の影響等により海外における販売額が急減したためである）。このような中でも、時期によって海外生産が拡大した背景や要因は様々であった。

1980 年代後半から 1990 年代半ばにかけては、日米貿易摩擦の高まりやプラザ合意³以降の円高進行が海外生産拡大の主たる要因となった。特に、1981 年より対米輸出自主規制を開始した日系自動車メーカーの北米における現地生産の拡大が海外生産比率の上昇につな

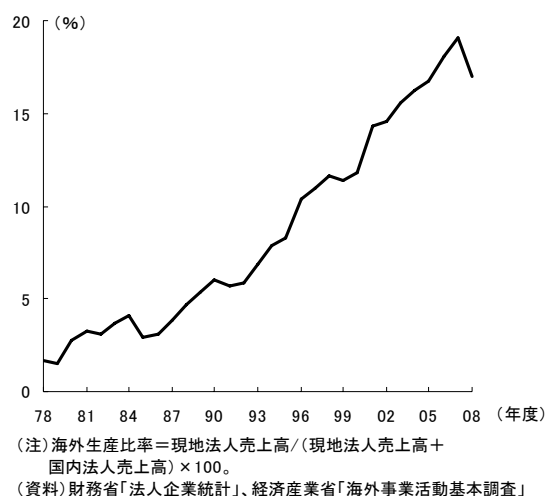
³ 1985 年 9 月に行われた先進 5 国蔵相・中央銀行総裁会議で発表された、為替レート安定化に対する合意。実質的に円高ドル安に誘導する内容であり、その後急激に円高が進行した。

がった。

1990年代後半から2000年代前半にかけては、製品のモジュール化⁴の進行による国際分業の進展が、海外生産の拡大を後押しした。特に、「世界の工場」と呼ばれるようになった中国における生産の拡大が目立った。

そして、2000年代後半には、韓国・中国等の台頭を受け、コスト削減を目的とした新興国への進出の増加が海外生産比率を押し上げた。特に、これまで行われていた工程間分業をさらに発展させ、汎用品の製造は全て新興国にシフトするという製品別分業を行う動きが顕著であった。加えて、近年は拡大する新興国需要の獲得を目的とした海外進出も広がっている。

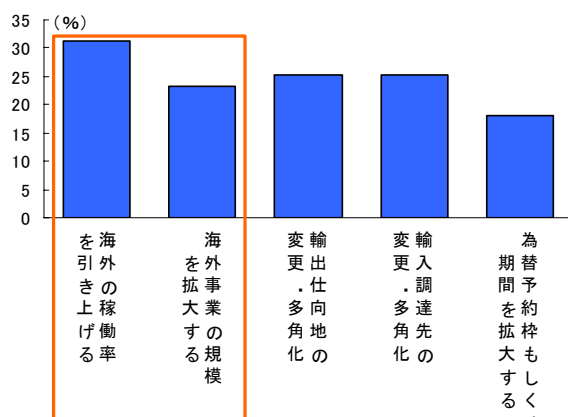
図表 2 海外生産比率の推移



このように、これまで海外生産比率は上昇傾向を続けてきたわけであるが、足元の円高を受けて、企業の海外生産拡大へのマインドはさらに高まりつつある。ジェトロ（日本貿易振興機構）が行った円高への対応策に関するアンケート調査では、企業の円高への対処法として最も回答が多かったのが「海外の稼働率を引き上げる」であった（図表 3）。加えて、「海外事業の規模を拡大する」と回答した企業も一定の割合を占めており、円高進行を受けた事業の海外指向の高まりがうかがえる。また、内閣府の 2009 年度の「企業行動に関するアンケート調査」においても、企業が考える 5 年後の海外生産比率の伸びは +5% ポイントと、2005 年度以来の高い数値となった（図表 4）。

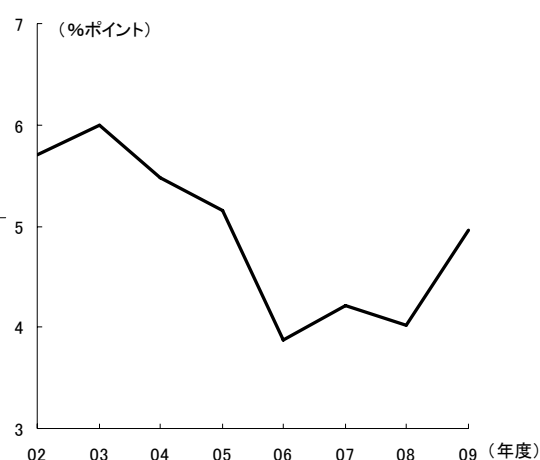
⁴ 製品機能と部品が 1 対 1 対応しており、インターフェースが標準化している製品となること。

図表 3 企業の円高への対応策
(アンケート調査)



(注) 1. 回答の多かった5項目。
2. 2010年9月時点のアンケート調査。
3. 日本貿易振興機構会員企業へのアンケート調査。
(資料) ジェトロ(日本貿易振興機構)

図表 4 5年後の海外生産比率の上昇見込み
(アンケート調査)



(注) 5年後に海外事業を拡大させると回答している企業の平均値。
(資料) 内閣府「企業行動に関するアンケート調査」

実際に、大手企業の海外生産拡大の動きも相次いでいる。自動車業界では、有力メーカーが主力小型車の生産を新興国へシフトさせるといった動きが起きている。また、情報通信機械等その他の業界についても、連日のように海外生産拡大に関する報道がなされている。特に、最近の動きとして注目されるのは、従来は国内に留めていた高付加価値製品の製造工場の海外移転が増え始めていることや、逆輸入を目的とした拠点が増え始めていることだ。仮にこのような移転が広く行われるようなことになれば、生産・雇用・技術等の面で国内経済に深刻な影響が生じることが懸念される。

(2) 産業・進出先別の動向

次に産業別、進出先別の海外生産の動向について確認しよう。まず、産業別の海外生産比率を見ると、いずれの業種についても2000年度以降は増加基調となっている(図表5)。この中で、海外生産比率(売上高ベース)が最も高くなっている業種は輸送機械であり、2008年度時点で39.2%となっている。生産台数ベースで見た海外生産比率はさらに高くなっており、2008年度時点で既に50%を超える水準となっている(図表6)。

一方で、海外生産比率が最も低い業種は繊維である。しかし、繊維の海外生産比率が低い要因は、そもそも日本メーカーによる生産自体が少なく、海外メーカーに生産を委託し、輸入するようなケースが広がっているためと考えられる。実際に、繊維産業は国内市場も既に海外製品にシェアを奪われている。繊維に次いで海外生産比率が低い業種は、一般機械である。一般機械は、繊維とは逆に、大量生産の効かない高付加価値製品が多いため、海外生産シフトが起こりにくいようである。

図表 5 産業別海外生産比率（売上高ベース）

（単位：％）

	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
繊維	2.7	4.5	4.6	4.9	4.4	4.2	4.2	4.9	3.8
化学	11.8	12.6	13.4	13.6	15.3	14.8	17.9	16.6	17.4
一般機械	10.8	10.2	10.1	10.7	11.7	13.1	14.3	14.4	12.8
電機機械	18.0	21.6	21.0	23.4	9.5	11.0	11.8	11.5	13.0
情報通信機械					33.1	34.9	34.0	32.2	28.1
輸送機械	23.7	30.6	32.2	32.6	36.0	37.0	37.8	42.0	39.2

（資料）経済産業省「海外事業活動基本調査」

図表 6 輸送機械産業の海外生産比率（台数ベース）

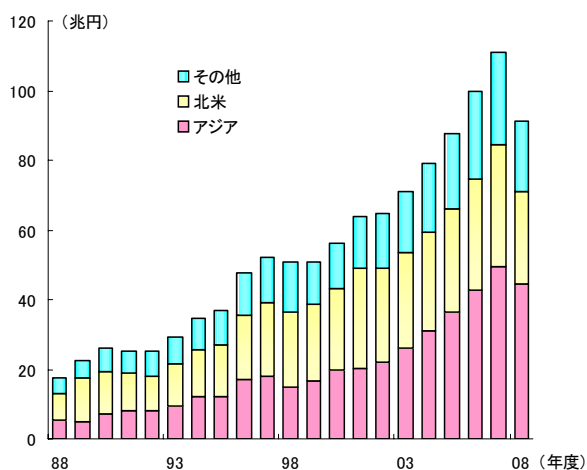
（単位：％）

00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度	09年度
41.0	40.9	43.3	46.2	48.2	50.1	48.6	50.0	51.1	56.4

（資料）日本自動車工業会

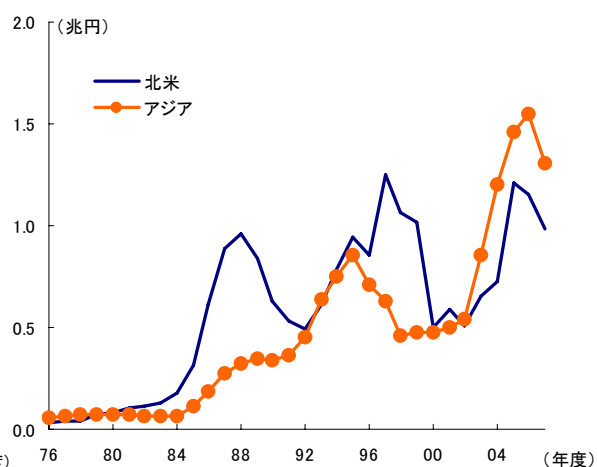
次に、進出先地域別の動向について見ていこう。海外現地法人の売上高を地域別に見ると（図表 7）、1990 年代中盤までは北米への進出が中心で、北米拠点の売上高が占める割合が 40%程度と最も大きい比率を占めた。しかし、2000 年代に入ってから、アジアの現地法人の売上高が急増し、2008 年度時点ではアジアの現地法人売上高が全体の約 50%を占めている。この傾向は、製造業の直接投資動向についても同様であり、2000 年代以降はアジア向け投資が北米向け投資を大きく上回る状況となっている（図表 8）。なお、アジア向けの直接投資先を国別に見ると、中国、シンガポール、タイといった国が多いようである。

図表 7 海外現地法人の地域別売上高



（資料）経済産業省「海外事業活動基本調査」

図表 8 北米・アジア向け直接投資額の推移



（注）1 後方3期移動平均。
2 04年以前は財務省、05年以降は日本銀行が出所で連続していない。
（資料）財務省、日本銀行

(3) 日本はどの段階にあるのか

ここまで見てきた通り、日本企業の海外生産活動は総じて拡大基調にあるといえるが、それでは、わが国の製造業は本稿で「空洞化」と定義したような状況、すなわち生産の海外シフトが進み、それによって実際に国内における生産や雇用や技術が損なわれる状況に陥っているのであろうか。ここでは、逆輸入や雇用、海外生産の状況などから、この点について検証したい。

まず、日本の現地法人からの逆輸入の状況について確認しよう。ここでは、海外現地法人、国内市場それぞれにおける逆輸入品の位置づけの変化を観察することにより、わが国の海外生産活動が国内市場代替（「発展的分業」段階）となっているのかを考察する。

日本の現地法人からの逆輸入高（日本向け売上高）を見ると、直近こそ減少しているが、概ね増加トレンドを辿っている（図表 9）。しかし、現地法人の総売上高に占める日本向けの売上高の割合を見ると 10%台前半と低く、傾向として高まってもいない。そのため、現地法人が逆輸入機能を高めているとは言い難い⁵。国内市場における逆輸入品の位置づけという観点から見ても同様のことがいえる。業種別国内販売高に占める逆輸入の割合は、情報通信機械を除く業種では 5%前後と低い水準に留まっている（図表 10）。また、増加トレンドもほとんどみられない。そのため、国内市場において逆輸入品が広く浸透する状況にはなっていないと考えられる。以上から総じていえば、日本は海外生産が拡大する「グローバル化」段階にはあるものの、逆輸入が目立って増加する局面には到っていないと結論付けることができる。

ただし、現地法人ではなく海外のメーカーに生産の委託を行い、その海外メーカーの製品が輸入されるという形で国内市場代替現象が起きている可能性があることには留意が必要である⁶。また、個別産業を見れば、情報通信機械のように逆輸入品の割合が 2 割を超えるまでに高まっている業種もある。

図表 9 現地法人の売上高の内訳

(単位:兆円)

	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
現地法人売上高	57.8	70.8	78.1	88.2	100.0	80.8
うち現地・第三国向け売上高	51.0	62.3	68.8	76.8	89.0	70.5
うち日本向け売上高	6.8	8.5	9.3	11.4	11.0	10.3
現地・第三国向け売上高の占める割合	88%	88%	88%	87%	89%	87%
日本向け売上高の占める割合	12%	12%	12%	13%	11%	13%

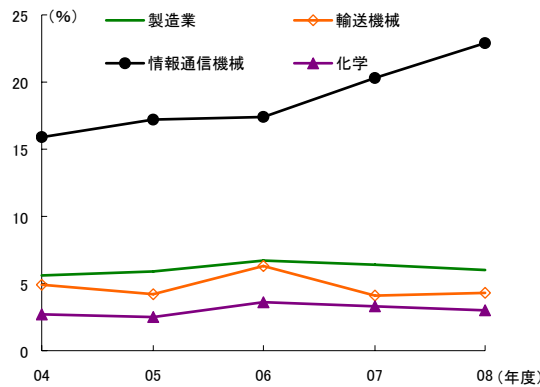
(注)対象は、海外に現地法人を保有する企業かつ、「海外事業活動基本調査」に算入されている企業。

(資料)経済産業省「海外事業活動基本調査」より、みずほ総合研究所作成

⁵ 経済産業省「海外事業活動基本調査」における現地法人の売上高には、生産拠点に加え販売拠点も算入されていることには注意が必要。

⁶ もっとも、海外メーカーに委託生産を行っているような製品は、その多くにおいて、国内製品が著しく価格競争力を失っているとみられ、委託生産によって失われる国内生産額は限定的との見方もできる。

図表 10 業種別国内販売高に占める逆輸入の割合

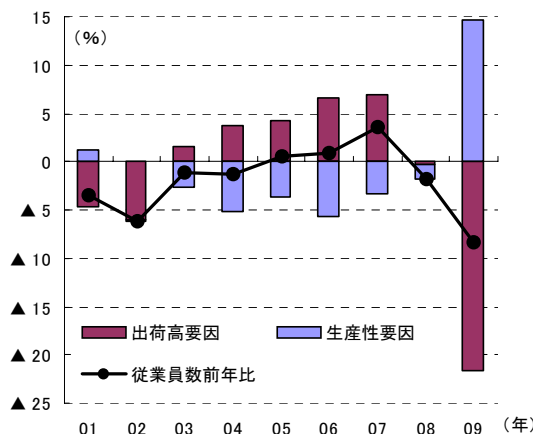


(資料) 経済産業省「海外事業活動基本調査」より、みずほ総合研究所作成

次に雇用の面から、海外生産拡大の国内経済への影響を検証してみよう。図表 11 は製造業の従業員数の変化を出荷高要因と生産性要因に分解したものである。仮に雇用の縮小が生産規模の縮小（出荷高の縮小）で説明されれば、海外生産の拡大が国内生産の縮減を招き、雇用にマイナスの影響を与えている可能性があると考えられる。しかし、実際には、景気後退期の前後（2001年～2002年、2008年～2009年）を除けば基本的に雇用の縮小や伸び悩みは生産性の上昇によりもたらされており、出荷高の減少によるものではないことが分かる。なお、得地・和知（2004）⁷の分析結果から、1990年代においてもほぼ同様の傾向が見られる。

次に、従業員数、出荷高、従業員一人当たり出荷高（生産性）の関係を業種別に調べたものが図表 12 である。この図表の通り、一部の業種では雇用の減少と同時に出荷高が減少しているが、大半の業種で出荷高は増加しており、雇用の減少は労働生産性の上昇（1人当たり出荷高の増加）によってもたらされていることが分かる。したがって、近年の海外生産拡大が国内雇用に与えた影響は限定的とみることが妥当であろう。

図表 11 製造業の従業員数の変化の寄与度分解



(注) 従業員数前年比を、出荷高前年比と一人当たり出荷高（生産性）前年比で寄与度分解したもの。

(資料) 経済産業省「工業統計表」よりみずほ総合研究所作成

⁷ 伊丹敬之（2004）『空洞化はまだ起きていない』（NTT 出版）に所収。

図表 12 業種別の従業員数・出荷高・従業員一人当たり出荷高の関係

(単位: %)

	従業員増減率	出荷高増減率	従業員一人当たり 出荷高変化率
製造業	0.49	24.58	23.97
繊維	▲ 24.48	▲ 8.61	21.01
化学	▲ 1.20	23.66	25.16
一般機械	29.41	57.97	22.07
電気機械	▲ 14.77	▲ 5.34	11.07
情報通信機械器具	3.41	17.09	13.23
電子部品・デバイス	5.33	29.42	22.87
輸送用機械	20.64	32.85	10.12

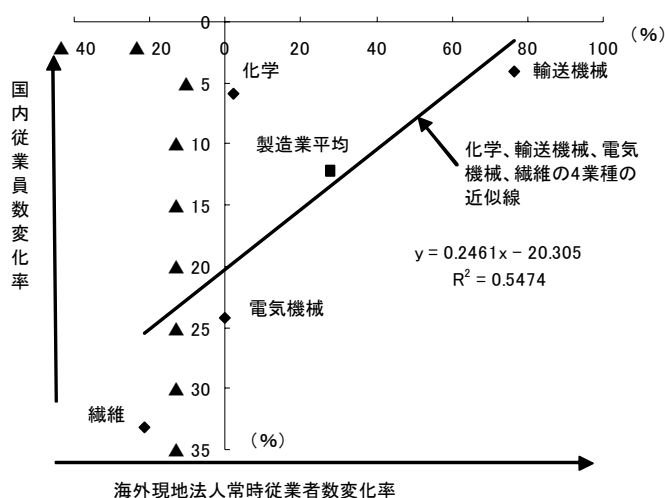
(注) 1.02年対比08年の数値。

2.従業員4人以上の企業に限定。

(資料) 経済産業省「工業統計表」等より、みずほ総合研究所作成

さらに、日本企業における現地法人と国内法人の従業員数の変化を見ても、海外生産拡大と国内雇用減少の繋がりが薄いことが読み取れる。図表 13 は、2000 年対比 2008 年の国内法人及び現地法人の従業員数の変化を業種別にプロットしたものである。この図表を見ると、現地法人の従業員数の増加率が最も高い輸送機械で、国内の従業員数の減少率が最も低くなっていることが分かる。一方で、現地法人において従業員を減らしている繊維が、国内の従業員数を最も減らしている。したがって、国内の雇用は、現地法人の雇用の変動の影響をほとんど受けておらず、むしろ業種ごとの産業競争力が国内の雇用にも現地法人の雇用にも色濃く反映されるとみる方が妥当であろう。実際に、化学、輸送機械、電気機械、繊維の 4 業種の値から描き出される近似線を見ても、海外の従業員数の変化率と国内の従業員数の変化率が比例する形状となっている。

図表 13 海外現地法人と国内の従業員数の変化 (産業別)



(注) 00年対比08年の数値。

(資料) 経済産業省「海外事業活動基本調査」等よりみずほ総合研究所作成

ここまで見てきた分析結果から判断すると、日本の海外生産は現状では輸出市場代替が中心で、国内の生産・雇用への直接的な影響はこれまでのところ限定的であると結論づけられる。ただし、海外で拡大した需要に国内生産・輸出で対応するのではなく、海外での現地生産で対応がなされたことで、本来国内で増加するはずであった生産・雇用が失われたという見方も当然ありうる。この点については、第5章で検討する。

(4) 海外拠点と国内拠点の機能的すみ分け

前項で日本の海外生産は海外需要への対応が中心であり、対象マーケットのすみ分けができていることを確認したが、機能的なすみ分けは存在するのであろうか。近年、高付加価値製品の製造工場や研究開発拠点を海外に設置する日本企業についての報道等をよく目にするが、従来通り海外生産は汎用品中心というスタンスに変わりはないのであろうか。ここではアンケート調査等を通して、海外拠点と国内拠点の機能的すみ分けの実態を把握しておきたい。

まず、海外現地法人の技術力の変化から見てみよう。海外現地法人を所有する日本企業に対する、現地法人の技術力に関する経済産業省のアンケート調査によれば、現地法人の技術水準が日本と同等と考える企業の割合は年々上昇しており、2008年度時点では76.1%となっている（図表14）。この結果を踏まえると、現地生産拠点の技術力が向上し、高付加価値品の製造を日本から海外へとシフトする土壌ができつつあると考えるのが妥当であろう。

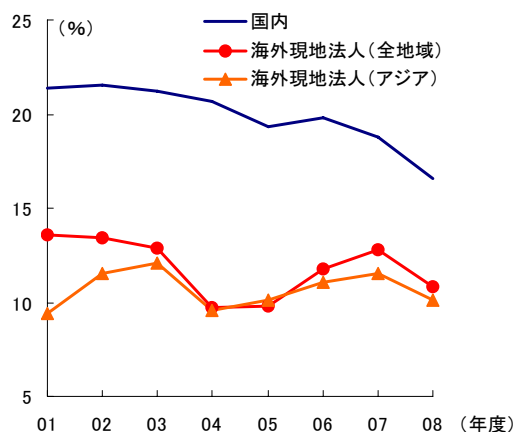
しかし、技術流出（日本の高度技術がコピーされ転用されること）等の問題もあり、高付加価値品の製造拠点を海外に移していく動きが急速に広がっているとはいえない。内外拠点の付加価値率（付加価値／売上高）の推移を確認してみると、2001年に13.6%であった海外全地域ベースの現地法人の付加価値率は、その後のアップダウンを経て、2008年には10.8%に低下している（図表15）。景気変動の影響等はあるものの、海外生産拠点の高付加価値化がすう勢的に進行しているとは言い難い。

図表 14 現地法人の技術水準
(アンケート調査)

(単位: %)			
	日本より高い	日本と同等	日本より低い
96年度	2.9	53.5	43.6
99年度	2.2	57.9	39.9
02年度	3.0	59.4	37.6
08年度	1.7	76.1	22.2

(注)1.現地法人を所有する企業に対するアンケート調査。
2.数値は、回答社数に対する構成比。
(資料)経済産業省「海外事業活動基本調査」

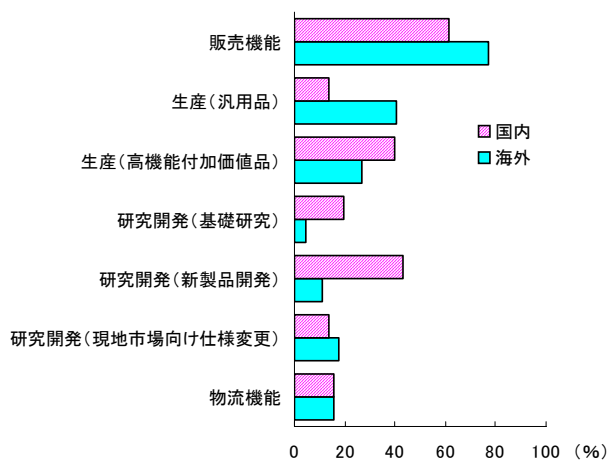
図表 15 内外拠点の付加価値率の推移



(注)付加価値率=付加価値/売上高
(資料)経済産業省「海外事業活動基本調査」等より、みずほ総合研究所作成

実際に、企業へのアンケート調査を見ても、高付加価値品の海外への生産シフトの動きは限定的であることが分かる。ジェトロ（日本貿易振興機構）の調査によれば、今後海外において国内より拡大する方向の機能は、汎用品生産や販売機能が中心であった(図表 16)。一方で、高付加価値品の生産については、従来通り国内重視のスタンスであることが見て取れる。

図表 16 国内と海外で拡大する機能 (アンケート調査)



(注)1.2009年11月時点のアンケート調査。複数回答。
2.海外で事業規模の拡大を考えている524社に対するアンケート調査。
(資料)ジェトロ(日本貿易振興機構)

4. なぜ製造業の海外移転が進むのか

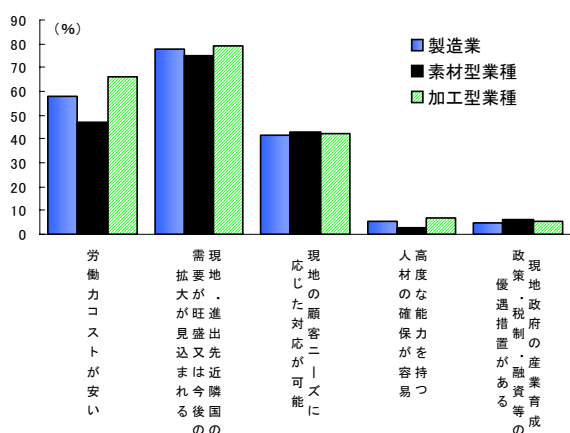
ここまで日本企業の海外生産の概要について見てきたが、なぜ日本企業は海外移転を進めているのであろうか。本章では、日本企業の海外移転の理由について検証する。

まず、アンケート調査を元に企業の意識・見解を確認する。内閣府の「平成 21 年度企業行動に関するアンケート調査」において、企業の海外進出の理由で回答の割合が 80%程度と最も高かったのが、「現地・進出先近隣国の需要が旺盛又は今後の拡大が見込まれる」

であった（図表 17）。また、「現地の顧客ニーズに応じた対応が可能」の占める割合も高くなっており、拡大する現地需要の獲得や、それに向けた対応が海外進出の最大の要因となっていることが分かる。その他で回答が多かった項目が「労働力コストが安い」ことであり、加工業種では70%程度の高い回答割合が示されている。

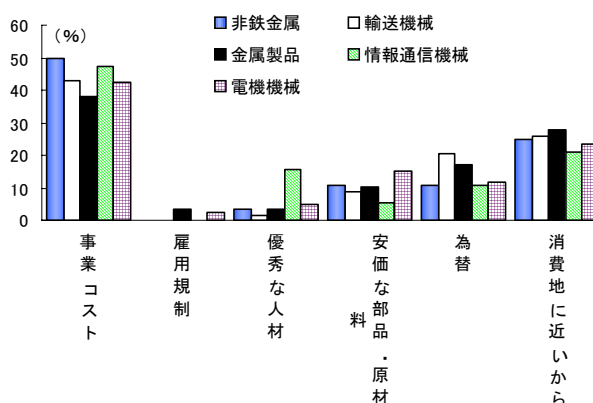
経済産業省の「我が国の産業競争力に関するアンケート調査」でも、同様の質問が行われている⁸。この調査によれば、企業の海外展開の理由として最も回答の割合が高かった項目は、「事業コスト」であった。その他の回答としては、「消費地に近いから」、「為替」等が一定の割合を有した（図表 18）。

図表 17 企業の海外進出の理由
(内閣府のアンケート調査)



(注)1,032社の上場企業(製造業532社、非製造業500社)に対するアンケート調査。複数回答。
(資料)内閣府「平成21年度企業行動に関するアンケート調査」

図表 18 企業の海外展開の理由
(経済産業省のアンケート調査)



(注)283社に対するアンケート調査。複数回答。
(資料)経済産業省「我が国の産業競争力に関するアンケート調査(2010年1月～2月)」

以上のアンケート調査結果から、企業の海外進出は、拡大する海外需要、事業コスト差、為替、人材、制度等の影響を受けていることが浮かび上がる。このような調査結果を踏まえて、これらの要因が実際に企業の海外生産拡大にどの程度影響を与えているのか計量的に分析してみた。ここでは、海外生産比率を被説明変数とする回帰分析を行い、海外需要拡大、事業コスト差、為替、人材・技術、制度といった要因が説明変数として有意であるかを調べた。その結果をまとめたものが、図表 19 である。

⁸ 内閣府と経済産業省のアンケートは、調査時点及び回答項目が異なることに留意が必要である。

図表 19 海外生産比率の推計結果

区分	制度要因	海外需要拡大要因	為替要因	為替+コスト要因		人材・技術要因		Adjusted R ²	dw
				実質実効為替レート(ULCベース)	実質実効為替レート(消費者物価ベース)	中国研究者数/日本研究者数	日本を除く国の、生産に関わる技術研究のレベル(注6)		
推計①	2.866* (0.0186)	5.474*** (0.0004)			1.603 (0.1435)			0.67	2.21
推計②	3.181* (0.0112)	5.713*** (0.0003)		2.049* (0.078)				0.72	2.08
推計③	3.083* (0.0131)	5.382*** (0.0004)	-1.868* (0.0946)					0.70	2.35
推計④	2.453* (0.0397)	4.199** (0.003)		1.736 (0.1209)		0.554 (0.5979)		0.69	2.12
推計⑤	3.511** (0.0079)	5.463*** (0.0006)		2.438* (0.0407)			1.343 (0.216)	0.74	1.89

(注) 1. 全ての変数は前期との階差を用いて推計。
 2. ***はP<0.001、**はP<0.01、*はP<0.1の有意確率。
 3. GDPは2期ラグ、実質実効為替レートは1期ラグ、米ドルレートは2期ラグ、研究者数は1期ラグを取っている。
 4. 世界金融危機等の影響で急激に海外生産比率が変化した2008年にはダミー変数を入れている。
 5. 年ベースの推計。推計期間は1996年～2008年。
 6. トムソンロイター「Web of Science」を基に科学技術政策研究所が集計した数値。科学技術政策研究所「科学技術指標2010」において「世界の論文の生産への関与度」として掲載されているデータを利用した。

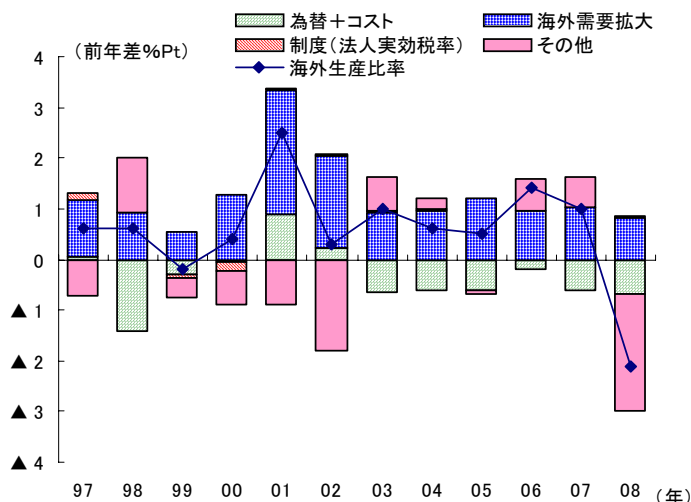
(資料) 各種統計資料等により、みずほ総合研究所作成

想定した海外生産比率の上昇要因の中では、単位労働コスト (Unit Labor Cost=ULC) ベース実質実効為替レート (為替+コスト要因)、日本以外の国の GDP シェア (海外需要拡大要因)、日本と世界の平均法人実効税率の差 (制度要因) が説明変数として有意であった。このことから、海外需要の拡大、円高、日本における事業コスト高、重い税負担が、海外生産を拡大する要因となってきたことが認められる。

その中でも、特に海外需要拡大の影響は大きい。図表 20 は、海外生産比率の変化を図表 19 の推計②に基づき寄与度分解したものであるが、2000 年以降の海外生産比率の上昇の大部分は、海外需要拡大によって説明できることがわかる。ここから、企業が「グローバル化」に対応して海外生産を拡大してきたことが計量分析によっても裏付けられた。なお、為替+コストについては、2003 年から 2008 年にかけて海外生産比率に対して引き下げ要因として作用してきたことが見て取れる。これは、時系列で見れば、わが国のデフレ等の影響で内外コスト差が縮小基調にあったことや、2003 年から 2008 年にかけては為替レートが円安基調で推移していたことが影響しているものと考えられる。ただし、日本と海外とのコスト差はいぜんとして大きいことには変わりはなく⁹、そのような中で現地市場のインフラが整備されたことが、海外生産拡大要因となった可能性が高い¹⁰。また、2009 年以降については、為替相場が急激に円高となっており、為替+コスト要因 (実質実効為替レート) は計量的にも海外生産の拡大要因として作用することになる見込みである。

⁹ 日本の単位労働コスト (人件費/付加価値) は、中国より輸送機器で 5 割、情報通信機器で 2 割程度高い。
¹⁰ 海外生産比率を推計する際に、インフラの整備を説明変数として入れるのは困難であり、推計式には含まれていない。ただし、インフラの整備は、広い意味で GDP (海外需要拡大要因) の拡大の中に含まれていると考えてよいであろう。

図表 20 海外生産比率の変化の要因分解



(注) 図表19の推計②に基づきプロット。図表19では、Adjusted R²が推計⑤の方が高いが、有意でない被説明変数があるため推計②を採用。
 (資料) みずほ総合研究所作成

実際に、拡大する海外需要の獲得における現地法人の役割は高まっている。現地法人を所有する日本企業の海外向け販売高は、2003年度の76兆円から2008年度は101.5兆円まで約25兆円増加しているが、このうち約23兆円は海外現地法人によって生み出されており、新規海外需要獲得における海外現地法人の貢献の高さがわかる(図表21)。現地法人を所有する企業の海外向け販売高に占める海外現地法人の割合も、同期間に76%から80%まで上昇している。このような点からも、海外生産比率の上昇は拡大する海外需要の獲得を目的としたところが大きいと考えられよう。

図表 21 現地法人を所有する企業の海外向け販売高の内訳

(単位:兆円)

	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
日本企業の海外向け販売高(a)	76.0	90.3	98.5	116.1	121.2	101.5
うち輸出分(b)	18.2	19.5	20.4	27.9	21.2	20.7
うち海外現地法人計上分(c)	57.8	70.8	78.1	88.2	100.0	80.8
(c)/(a)(海外向け販売高に占める海外現地法人の割合)	76%	78%	79%	76%	83%	80%

(注) 1. 海外に現地法人を保有する企業かつ、経済産業省「海外事業活動基本調査」に算入されている企業。
 2. 海外向け販売高=現地法人の売上高(逆輸入を除く)+本社法人輸出高(現地法人への輸出を除く)。
 (資料) 経済産業省「海外事業活動基本調査」より、みずほ総合研究所作成

5. 海外生産拡大による影響の試算

ここまで、日本の海外生産の現況や、海外移転が進む要因について確認してきたが、こうした製造業の海外生産の拡大は日本経済にどのような影響を与えているのだろうか。ここでは国内の生産や雇用に与える影響を中心に検証したい。

(1) 海外生産拡大が国内生産活動に与える影響の整理

まず、製造業の海外事業活動が国内経済に与える影響について整理する。海外生産拡大が与える影響としては、①輸出代替効果、②輸出誘発効果、③逆輸入効果、④輸入転換効果の4種類が考えられる（図表 22）。それぞれについて具体的に説明すると、輸出代替効果とは、現地で生産された製品が日本の完成品の輸出を代替し、日本からの輸出が減少する効果である。次に輸出誘発効果とは、海外事業活動の拡大に伴い、日本からの資本財・中間財の輸出が増加する効果である。3番目の逆輸入効果とは、現地で生産された製品の輸入の増加である。最後に輸入転換効果とは、海外生産シフトに伴う、国内生産で利用する原材料等の輸入の減少である。

この中で、輸出代替効果と逆輸入効果は貿易収支に対して黒字を縮小（赤字を拡大）する方向の影響を、輸出誘発効果と輸入転換効果は黒字を拡大（赤字を縮小）する方向の影響を与える。他方、国内の生産への影響という点では、輸出代替効果と逆輸入効果はマイナスの影響を、輸出誘発効果はプラスの影響を与える（輸入転換効果は、国内の生産には直接影響しない）。

図表 22 製造業の海外事業活動が与える影響

輸出代替効果	現地で生産された製品が、日本の完成品の輸出を代替
輸出誘発効果	海外事業活動の拡大に伴う、資本財・中間財輸出の増加
逆輸入効果	現地で生産された製品の輸入の増加
輸入転換効果	海外生産シフトに伴う、国内生産で利用する原材料等の輸入の減少

（資料）みずほ総合研究所作成

(2) 生産活動への影響の試算方法の先行研究

海外生産拡大の国内生産へのトータルな影響を試算するためには、輸出代替効果、輸出誘発効果、逆輸入効果の3つについて個々に試算し、これを合算することになる。試算に当たっては、輸出誘発効果と逆輸入効果は、既存の統計値から抽出することができる（図表 23）。一方で、輸出代替効果は、既存の統計から直接把握することはできず、想定を置いて試算しなければならない。試算のためには、日本の輸出額の減少をもたらすような海外生産品の比率¹¹、すなわち輸出代替率を設定しなければならないが、その代替率をいかに

¹¹ そもそも事業コストが相対的に高い国内で製造した場合価格が上がってしまい販売が見込みにくくなる製品や、海外進出したことによって取引が開始（拡大）した顧客向けの生産等、国内生産・輸出の減少をもたらさない海外生産もある。

現実的で計算可能な想定とするかがポイントとなる。実際に、先行研究においても様々な試算が試みられているが、ここでは代表的な手法を2つ採り上げたい¹²。

図表 23 製造業の海外事業活動が国内生産に与える影響の試算方法

○生産への影響の試算方法

①輸出代替効果＝現地法人の売上高(現地向け＋第三国向け)×輸出代替率

*輸出代替率の設定方法については、別途説明

②輸出誘発効果＝中間財の輸出(現地法人の日本からの仕入高)＋資本財の輸出(現地法人の日本からの輸入高)

*資本財の日本からの輸入高のデータが無い年については、資本財の総輸入高×中間財の日本からの仕入比率にて算出

③逆輸入効果＝現地法人の日本への販売高

①～③の合計を生産への影響とする。

まず、1つ目の手法として中村・渋谷(1994)によって行われたものがある。この試算方法によれば、輸出代替効果＝現地法人の売上高(現地向け＋第三国向け)×日本製品の世界シェア(日本からの輸入額/世界の総輸入額)と設定している。この方法は財別に算出できるというメリットがあるものの、既存の取引関係等を考慮していないというネックがある。

2つ目の手法として経済産業省「産業活動分析(平成21年年間回顧)」によって行われたものがある。これによれば、輸出代替効果＝現地法人の売上高(現地向け＋第三国向け)×(アンケートにおいて当初進出目的がコスト削減等、明確に日本で生産できない理由以外の比率)としている。これは簡易に試算できることや地域別に算出できるメリットがある反面、進出後の価格競争力の変化や、その後の進出目的の変更等について考慮されないため、輸出代替効果が大きく計算されてしまう問題点がある。また、試算の際に用いられている進出目的に関するアンケートについても、複数回答であること等の問題点があり、試算に適したものとは言い難い。

ちなみに、後者の経済産業省の手法をベースに製造業の海外事業活動による国内生産への影響を試算すると(図表23の①＋②＋③)¹³、08年度における影響は、年間で約▲37兆円(売上高ベース)となる。その内訳は、輸出代替効果が約▲51兆円、輸出誘発効果が約＋24兆円、逆輸入効果が約▲10兆円である。

¹² その他、後藤(1988)等の一定の仮定を置いた上でケース分けして推計した方法などがある。

¹³ アンケートの母体に本来排除すべき逆輸入目的の法人が入っている点等については、試算を行う際に修正した。

(3) 本稿における独自の試算

上記のように、既存の輸出代替率の計算手法がそれぞれ問題点を抱えていることを踏まえ、本稿では、特に価格競争力、すなわち事業コストが高い日本で生産しても売れる製品の金額に着目し、輸出代替効果について独自の試算を行った。

まず、日本で生産した場合と海外生産した場合の価格差について調べた。ここでは、経済産業省の「中間投入に関わる内外価格差調査」で調べられている工業製品等の内外価格差¹⁴の数値を採用した¹⁵。これによれば、日本の工業製品等の価格は、中国の 1.78 倍、米国の 1.2 倍、ドイツの 0.87 倍となっている。

次に、上記で求められた価格差に、現地需要の価格弾性値¹⁶を乗じることにより、海外生産から国内生産に切り替えた際の需要の減少額を算出した。なおここで、現地需要の価格弾性値は、日本からの輸出の価格弾性値をもって代用した。

現地法人の売上高（現地向け＋第三国向け）から上記で算出した国内生産に切り替えた場合の需要の減少額を差し引くことによって、国内に生産を移管しても需要が減少しない金額（それにもかかわらず海外で生産している金額）、すなわち輸出代替効果を求めることができる（輸出代替率は、輸出代替効果÷現地法人の売上高（現地向け＋第三国向け）として算出可能）。なお、ここでは輸出代替効果は地域別（北米、EU、ASEAN、NIEs、中国、その他）に算出し、その総和をもってマクロでの影響とした。

この手法により、2004 年度から 2008 年度における製造業の海外事業活動の国内生産への影響を試算した結果が図表 24 である¹⁷。これによれば、海外生産拡大の生産への単年度の影響は 2008 年度時点で約▲24 兆円となった（売上高ベース）。その内訳は、輸出代替効果が約▲38 兆円、輸出誘発効果が約+24 兆円、逆輸入効果が約▲10 兆円となっている。また、地域別の分析結果からは、新興国に生産を移した製品は低価格品が多く、仮に事業コストが高い国内で製造しても販売価格が高くなって販売することができないため、新興国への生産シフトが国内生産に与える影響は極めて少ないということも併せて確認できた。

ただし、この推計は統計データ等の制約がある中で一定の想定を置いて試算しており、その推計値についてはかなり幅をもってみる必要がある¹⁸。また、前述の通り日本の製造業の国内生産水準が切り下がっているわけではなく、ここでの試算値は生産の純減といった

¹⁴ 内外価格差＝日本での価格（円建て）÷〔海外での価格（現地通貨建て）×為替レート（円／現地通貨）]

¹⁵ 日本企業の現地法人が製造する財とは内訳が違ふことには、留意が必要である。

¹⁶ 実質輸出額＝ $\alpha \ln(\text{輸出先実質 GDP}) + \beta(\text{内外価格差}) + \gamma$ として推計。

輸出関数推計の際、輸出物価（の相対的な変動値）に替えて内外価格差を用いた。なお、内外価格差と輸出物価とで推計値が大きく異なることを事前に確認している。

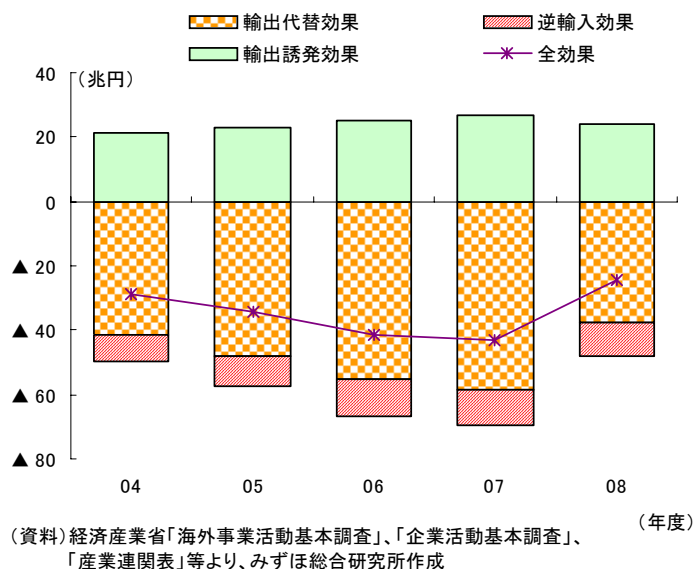
推計期間は、1999～2008年。なお、推計期間を変えると価格弾性値が変わりうることには留意が必要。

¹⁷ 貿易摩擦の影響、日本企業と現地企業の販売製品の構成が異なること等については考慮していない。

¹⁸ 推計の際に利用した内外価格差の財の内訳が、実際に日本企業の現地法人が販売している財の内訳と異なっていることや、現地法人の売上に対する弾性値の代わりに輸出の弾性値を用いていること等に留意が必要である。

意味での効果ではないことに留意が必要である。すなわち、「仮に海外ではなく国内で製造・輸出すれば伸びる可能性があったものが伸びなかった」という意味での間接的な影響である。

図表 24 製造業海外事業活動の国内生産への影響



6. 「空洞化」を防ぐために

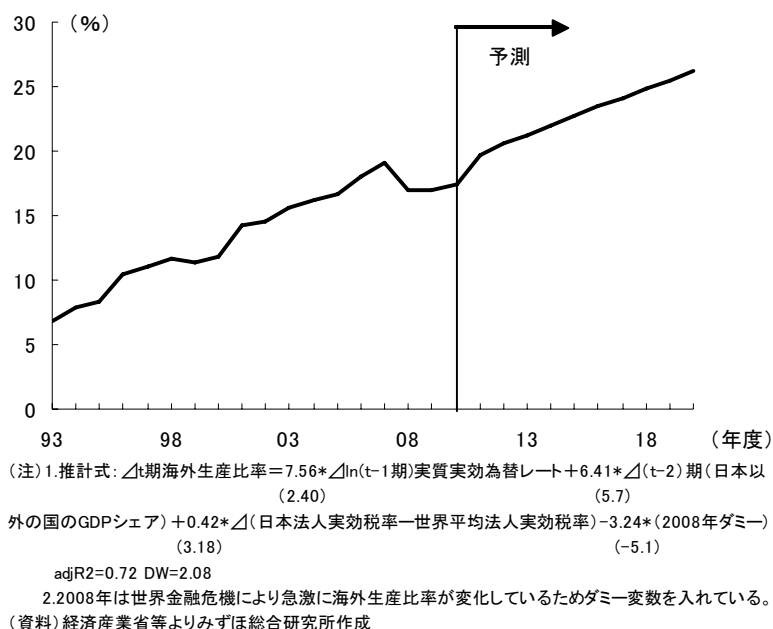
本稿では、わが国の「空洞化」の現況、要因について確認した上で、製造業の海外生産シフトがもたらす影響について考察してきた。現状では、わが国の海外生産拡大は海外需要拡大に対応した「グローバル化」段階であり、これまでのところ国内経済への直接的な影響は限定的である。しかし、今後も海外生産比率が引き続き上昇していく方向が十分に予想される。試みに、第4章で分析した海外生産比率の推計式をベースに今後の同比率を推計してみた。これによれば、海外・国内経済が一定の成長率で成長を続け¹⁹、実質実効為替レート、日本法人実効税率、海外平均法人実効税率が変化しないとの仮定のもとで、2020年の海外生産比率は、26%程度まで上昇すると試算される(図表 25)。仮に、円高が進めば、この比率はさらに高まることになろう。また仮に、国内の生産規模が拡大しないままに、このように海外生産比率が高まってくると、国内経済に深刻な影響を与えることになろう。

このような事態は、本稿で定義した「空洞化」に近づくことであり、国内経済や雇用の観点から考えれば回避しなければならない。そのためには、①高付加価値品の開発強化および生産拡大、②海外を含む新たな需要の獲得とそのリターンなどにより、国内の生産規模を維持・拡大していくことが必要となろう。以下では、それぞれの課題の解決に向けた施

¹⁹ 海外経済の成長率 4%、日本経済の成長率 1.5%と仮定して計算した。

策について検討したい。

図表 25 海外生産比率の予測



(1) 生産転換

「空洞化」を避けるための最重要課題は、高付加価値品の製造等への生産転換を行い、国内生産規模を維持することである。ポイントとなるのは、高付加価値品の開発・製造拠点の国内立地を促進することであり、そのためにはビジネス環境の整備が重要となる。実際に、第4章で確認した海外生産比率に影響を及ぼす要因を踏まえて「空洞化」防止策を考えても、事業コストや税といったビジネス環境の整備が最重点課題となる。なぜなら、海外需要や為替といった他の要因については、わが国がこれを政策的に操作することは不可能もしくは非常に困難だからである。

ビジネス環境の整備については、政府の国内投資促進円卓会議²⁰においても、国内の投資・事業環境を世界水準に近づけることが重要な課題とされ、政府が重点的に取り組むべき施策として、企業負担の軽減、貿易自由化の推進等が提示された(図表26)。特に、法人実効税率の引き下げは優先的に取り組むべき項目である。第4章で行った海外生産比率の計量分析では、法人実効税率の海外生産比率への直接的な影響は限定的であったが、法人税減税を通じた研究開発への取り組みの強化等の間接的効果を考えれば、事業に関わる税負担の軽減は「空洞化」の有力な防止策となりうる。また、外資系企業の日本からの撤退抑止、進出促進といった点においても法人税減税は有効である。実際に、欧米では、国

²⁰ 新たな雇用につながるような内外企業の思い切った国内投資を促進するための課題と対応策を、産業界や労働界の幅広い代表者の間で議論するために政府が2010年9月に設置した会議。

内メーカーの雇用者数が減少するなかで、外資系メーカーが雇用の下支え役となっているケースが参考になる。

図表 26 国内投資促進円卓会議で挙げられた政府が重点的に取り組む課題

施策	点数
企業負担の実質的軽減と法人実効税率引下げ	25
TPPへの早期参加、EUとの交渉開始等、主要国・地域との質の高いEPAの推進	11
為替の安定化	8
国民・産業界の負担、他国とのイコールフットイングを考慮した、温暖化対策の制度設計	7
中小企業ものづくり力強化支援	7
ベンチャー企業支援	7
研究開発促進税制の維持・強化	7
海外からの投資呼び込みに関する税制等の優遇措置	6

(注)国内投資促進円卓会議の17人の委員が1人当たり3つまで順位をつけ、1位3点、2位2点、3位1点でウエイト付けをして集計し、点数の高い順に表示したもの。

(資料)国内投資促進円卓会議

もつとも、単に国内投資・事業環境を整備し、国内投資を促進させたとしても、高付加価値品への生産シフトが成功裏に進むとは限らない。というのも、日本の単位研究開発投資当たりで得られるリターン（企業収益）は、他の先進国と比べて低い水準となっており、仮に研究開発投資が増加したとしても、それだけで大きなリターンが約束されるような状況にはないからである²¹。実際に、日本の研究開発投資額は米国に次ぐ水準であるにもかかわらず、近年日本発のハイテク製品は世界市場で存在感を落としている。

このような状況を打開するためにも、国内投資・事業環境の整備と合わせて、包括的な研究開発支援策と研究開発の成果を事業そして収益へと結び付けていくための基盤づくりが必要であり、オープンイノベーション²²の推進、ベンチャー・中小企業等へのサポートの充実等を行うべきであろう。

(2) 海外需要の獲得

高付加価値品製造等への生産転換とともに求められるのが、新たな需要の獲得である。しかし、わが国は人口減少局面に入っており、国内需要の大幅な増加は期待しにくい。やはり、新たな海外需要の獲得が必要となろう。

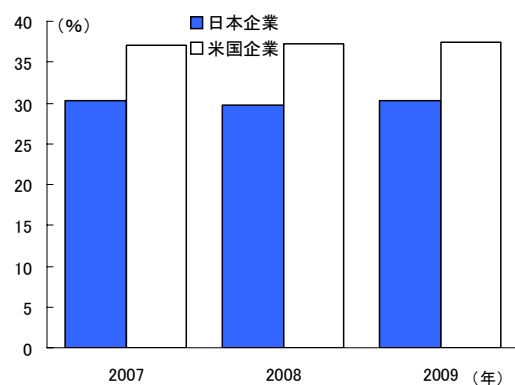
²¹ 大塚（2010）参照。

²² 他社の技術やアイデアの相互活用を通じた技術革新・製品開発。

新たな海外需要を獲得するに当たって、最も重要となるのが既存現地法人の競争力強化である。一見すると海外現地法人の売上増加と「空洞化」防止は相反するように思われるが、現地法人が新規取引先を開拓し売上を増加させれば、日本からの中間財の輸出の増加により、国内生産の拡大に結び付く（海外事業活動の輸出誘発効果）。また、日本ブランドを進出先に浸透させることにより、日本からの高付加品の輸出の増加にも繋がりうる。

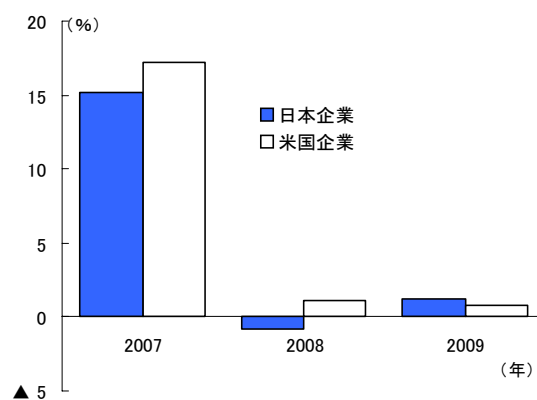
今のところ、日本企業の海外現地法人の競争力は高いとはいえない。上場企業の現地法人の売上高総利益率や、売上高の増加率をみると、日本企業の現地法人の実績は米国企業の現地法人を総じて下回る水準となっている（図表 27、28）。

図表 27 上場企業の現地法人の売上高総利益率（日米比較）



(注) 1. 上場製造業かつ、企業財務データベース「OSIRIS」でデータ取得可能な企業。
2. 各年で取得可能な企業の中間値のデータ。
(資料) OSIRISより、みずほ総合研究所作成

図表 28 上場企業の現地法人の前年比売上増加率（日米比較）



(注) 1. 上場製造業かつ、企業財務データベース「OSIRIS」でデータ取得可能な企業。
2. 各年で取得可能な企業の中間値のデータ。
(資料) OSIRISより、みずほ総合研究所作成

その主要な要因の一つとして考えられているのが、日本企業の現地化への対応の遅れである。新興国をはじめとする海外市場において販売競争は激化しており、現地の需要に即した製品開発が求められている。しかし、日本企業の場合は、海外で費やされる研究開発費の比率²³が減少トレンドを辿っていること等からも分かる通り、進出先のニーズに対応した開発に積極的な取り組みが行われておらず、現地化が遅れている。現地法人の競争力を強化するためには、海外における研究開発活動を強化し、現地に根付いた製品開発を行うことが不可欠である。

現地法人の競争力強化と並行して求められるのが、海外現地法人が上げた利益を日本に還流させ、高付加価値化のための国内投資に繋げる仕組み作りである。これにより、海外生産の拡大が国内投資を促進し、日本からの高付加価値品の輸出も増やすという好循環を期待することができるであろう。こうした流れを太くしていくためにも、税制、規制の見直しを含むビジネス環境の整備が期待される。

²³ 現地法人研究開発費 / (本社研究開発費 + 現地法人研究開発費)。

7. おわりに

本稿では、前半部分で現在までの日本企業の海外生産の動向を、後半部分で海外生産の拡大の要因およびその影響について考察した。

結論としては、現状までについていえば、日本企業の海外生産は拡大する海外需要への対応を目的としたものが中心であり、本稿の冒頭で示した 3 段階の中では「グローバル化」段階にあるといえよう。そのため、国内経済への直接的な影響は限定的であり、また「空洞化」が進行しているとも言えない。

しかし、今後も日本が「空洞化」に向かうことはないとは言いきれない。新興国をはじめとした海外市場の拡大が継続する見込みであることを考えると、今後も海外生産拡大の動きは止められそうにない。日本企業の海外現地法人は、現地化という点では相対的に見劣りするものの、内外拠点の技術差の縮小や逆輸入高の増加等からも分かる通り、着実に強化されつつある。また、新興国などでは、海外拠点の高度化を支える現地人材も育っている。今後新興国で知財制度が整備され技術流出リスクの問題がクリアされるなどすれば、海外拠点への高付加価値品の生産が急激にシフトする可能性がある。昨今出始めている高付加価値製造拠点の海外立地の動きは、急激なシフトの予兆なのかもしれない。

GDP の日中逆転に象徴されるように、先進国と新興国の位置関係は変化しつつあり、先進国にとっても新しい世界経済に適応できる成長モデルの導入が求められている。そのためには企業活動の変革が重要であり、わが国企業も内外でいかに事業拠点の最適立地を図っていくかが、ポイントとなる。また、政府に対しては、事業を行いやすい環境づくりが、これまで以上に問われることになるはずである。こういった官民の取り組みは、「空洞化」を防止するという観点にとどまらず、これからの日本の持続的成長という面からみても不可欠なものとなる。

【参考文献】

- 叶芳和（2003）『産業空洞化はどこまで進むのか』（精文堂印刷）
- 伊丹敬之（2004）『空洞化はまだ起きていない』（NTT 出版）
- 小島清（1989）『海外直接投資のマクロ分析』（文眞堂）
- 伊藤元重（1989）『ゼミナール国際経済入門』（日本経済新聞社）
- 経済企画庁（1994）『平成 6 年度経済白書』
- 後藤純一（1988）『国際労働経済学』（東洋経済新報社）
- 経済産業省『我が国企業の海外事業活動〔海外事業活動基本調査〕』各年度版
- 日本貿易振興機構（ジェトロ）『ジェトロ貿易投資白書』各年度版
- 大塚哲洋（2010）「日本企業の競争力低下要因を探る～研究開発の視点からみた問題と課題」（みずほりポート）
- 中村吉明、渋谷稔（1994）「空洞化現象とは何か」（通商産業研究所研究シリーズ 第23 号）
- 深尾京司、袁堂軍（2001）「日本の対外直接投資と空洞化」（経済産業研究所ディスカッションペーパーシリーズ 01-J-003）
- 広瀬哲樹、森藤拓（2003）「貿易、立地と「均衡」為替レートについて」（内閣府経済社会総合研究所 ESRI Discussion Paper Series NO.27）
- 内閣府経済社会総合研究所（2010）「平成 21 年度企業行動に関するアンケート調査」
- 経済産業省（2010）「我が国の産業競争力に関するアンケート調査」
- 財務省（2010）「新興国の経済成長と我が国の経済・貿易構造に関する調査」
- 内閣府政策統括官室（2011）「日本経済 2010-2011」
- 経済産業省（2010）「産業活動分析（平成 21 年年間回顧）」