

大塚 章弘（電力中央研究所 主任研究員）

森川 浩一郎（近畿大学経済学部 教授）

本稿では、2011年に実施した日本の製造業企業への海外直接投資に関するアンケート調査結果の概要を紹介するとともに、当調査結果をもとに近年の海外直接投資・海外生産行動を考察した。その結果、日本の製造業企業の海外生産の増加傾向には変化は見られないものの、中国進出企業においては、いわゆるチャイナ・プラスワンの傾向が読み取れることが明らかとなった。こうした企業行動は、日中両国の政治的対立が本格化する以前に、既に起こっていたことが最近公表された統計によって裏付けられている。

## 1. はじめに

我が国の対中関係はこのところ悪化している。特に2012年に入ってから尖閣諸島の領有権を巡る対立が先鋭化しており、それは日中間における政治面のみならず経済面にも影響を落とすようになってきた。2012年10月18日の日本経済新聞では、「ASEAN投資再加速—中国からリスク分散」という記事が掲載された。そこには、日本企業が直接投資の軸足を中国以外のアジア諸国とくにASEAN地域にシフトさせていることが直近のデータを用いて示されている。

日本企業の2012年第2四半期におけるASEAN地域向け直接投資は、3,800億円（前年同期比4割増）であり、中国向け直接投資の3,000億円を上回っている。また国際収支統計をもとに計算すると、2011年の日本企業の対ASEAN地域向け直接投資額は、前年の2.4倍である1.5兆円となり、同時期の対中直接投資額の1.0兆円を2年連続で上回っている。ASEAN地域を国ごとに見てみると、前年同期比で見ると対インドネシア投資が7.0倍、対タイにおいて2.8倍、対ベトナムで2.4倍と、伸び率が高い。さらに直近の2012年第3四半期のデータで見ても、日本企業の対ASEAN向け直接投資額は1,800億円となり、対中国向け直接投資額（1,500億円）を上回っている。

対中投資も依然としてそれなりに重視しながら、直接投資を徐々にASEANを中心とした他地域へとシフトする、いわゆる「チャイナ・プラスワン」の傾向は、ASEAN地域において自動車から生活用品

まで消費市場が急成長していることと無関係ではない。そして中国においても、チャイナ・プラスワンの傾向は単に領土問題を中心とした反日感情の高まりといった政治的な側面だけでなく、中国国内の賃金の上昇等に見られるように純粋に経済的な側面も強く反映していると考えられる。むしろこの傾向は必然であり、領土問題等はそれを少しばかり加速させたにすぎないのではないかというのが筆者らの見解である。なぜならば、一昨年の2011年7～9月にかけて行った「2011年度日本企業の海外直接投資の動向に関するアンケート調査」<sup>1</sup>によって、その兆候が見て取れるからである。

本稿では、このアンケート調査結果の概要について説明するとともに、この一次速報では具体的に言及されなかったチャイナ・プラスワンに関する項目について、より詳しい紹介と考察を行う。

## 2. 「2011年度日本企業の海外直接投資の動向に関するアンケート調査」の紹介

### （1）調査概要

まず一昨年行ったアンケート調査の概要から説明する。この調査は、日本企業の今後の海外経済活動

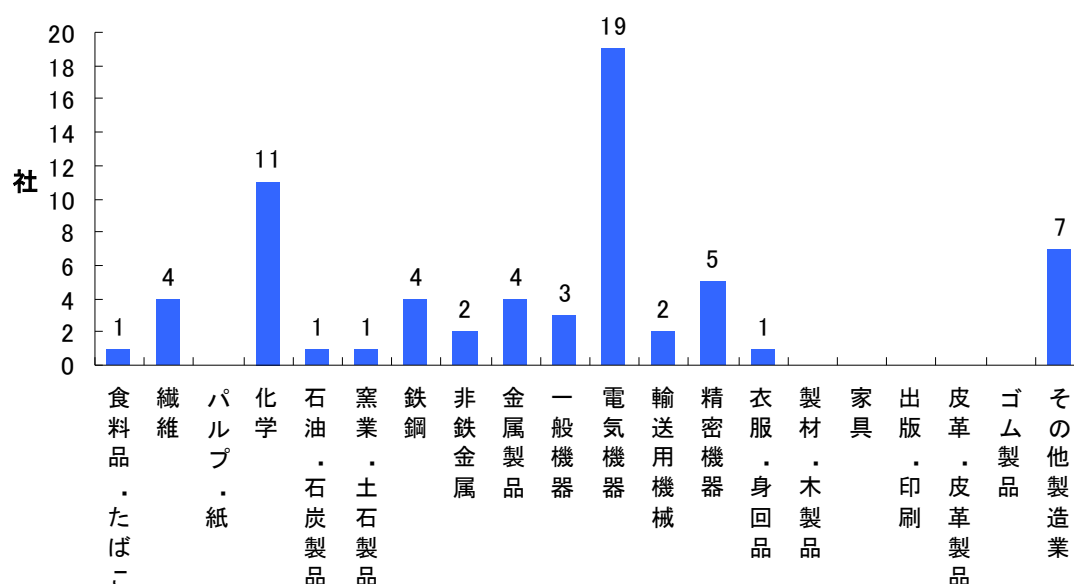
<sup>1</sup>本調査による分析結果は、「2011年度日本企業の海外直接投資の動向に関するアンケート調査（一次速報）」として電力中央研究所社会経済研究所ホームページ

（[http://criepi.denken.or.jp/jp/serc/research\\_to/pdf/report\\_04\\_20120411f\\_rev.pdf](http://criepi.denken.or.jp/jp/serc/research_to/pdf/report_04_20120411f_rev.pdf)）に掲載されているため参照されたい。アンケートデータによる定量分析結果は大塚・森川（2012）を参照。

図表 1 回答本社企業の概要

	回答企業数	平均	最大値	最小値
資本金(億円)	65	305.28	4,399	0
国内売上高(億円)	60	2,986.95	60,074	5
従業員数(人)	65	2,852.69	41,154	10
輸出額(億円)	46	839.28	20,910	0
輸入額(億円)	37	1,165.58	30,319	0
現金給与総額(億円)	41	154.77	2,935	1
研究開発投資額(億円)	47	106.58	2,033	0
広告宣伝費(億円)	44	50.93	734	0
経常利益(億円)	59	176.39	2,000	-17
現地子会社売上高(億円)	56	1,151.71	29,242	2
海外子会社総数(社)	62	17.61	238	1
商社機能を持つ海外子会社数(社)	54	5.09	87	0
海外投融資残高(億円)	33	128.53	3,257	1

図表 2 回答本社企業の業種



の動向を把握するために、海外直接投資の動向とその国内経済に与える影響について調査することを目的としたものである。今回の調査では、日本企業の海外直接投資の動向に関する一般的な設問に加え、近年起こった日本経済と東アジアを取り巻く環境の変化として、中国との政治的対立の問題の影響（尖閣問題やレアアースの輸出制限など）、中国への地域別進出可能性、逆に撤退の可能性、中国への投資の集中傾向に変化の兆しが見られるかどうか、などの諸点に注目し、これらの点が日本企業の海外直接投資・海外生産行動にどのような影響を与えるかという観点から設問を作成した。

この調査は、海外に既に直接投資を行っている日本の製造業企業本社に調査票を郵送し、回答を郵送

により回収する形で実施した。調査対象は、東洋経済新報社が発行している『海外進出企業総覧』（2010年版）に記載のある製造業1,595社としている。調査時期は2011年7月1日から9月30日までの3ヶ月で、回答企業数は65社（回収率4.1%）である。

回収率は、この種のアンケート調査としてはやや低い数字<sup>2</sup>ではあったが、図表1に見るように、回答企業の中にはかなり規模の大きな企業も含まれており、分析意義のあるデータを収集できていると判断される。また、回答企業の業種については、「輸送用

<sup>2</sup>これは、調査票が、かなり多項目であったこと及び東日本大震災後の影響などにより企業側がアンケート調査に対応できなかったこと等が原因であると考えられる。

図表 3 進出地域先と進出地域別の現地子会社数

	回答企業数	平均	最大値	最小値
アメリカ	35	3.1	28	1
カナダ	8	1.8	4	1
アジアNIEs3	33	2.7	27	1
ASEAN4	36	3.1	25	1
中国	54	4.2	65	1
ベトナム	10	1.8	7	1
ミャンマー、ラオス、カンボジア	1	1.0	1	1
インド	9	1.6	4	1
スリランカ、ラオス、バングラデッシュ	2	1.0	1	1
その他アジア	3	2.7	6	1
EU	22	7.0	52	1
欧州(除EU)	4	2.5	6	1
ブラジル	7	2.4	8	1
中南米(除ブラジル)	6	5.0	16	1
オセアニア	10	1.9	5	1
中近東	3	2.0	4	1
アフリカ	1	1.0	1	1
旧ソ連	4	1.5	3	1
その他	0	-	-	-

機械」がやや少なかった点を除けば<sup>3</sup>、現在の海外進出を行っている日本の製造業企業の業種別企業数分布とそれほど大きな違いはない(図表 2)。さらに、進出地域先及び進出地域先の現地子会社数についても、図表 3 を見る限りでは、現在の日本企業にとって、アジア地域が主要な進出先であることが再確認できる。

## (2) 今後の海外生産計画と国内生産

本調査では、まず、今後 3 年程度の海外生産計画について尋ねている(図表 4)。それを見ると、「ある程度の海外生産拡大」と回答した企業が全体の 7 割弱を占め、もっとも多い回答数となっている。引き続き「相当の海外生産拡大」と回答した企業が 2 割強でこれらの二つを合わせると実に 9 割弱の企業が海外生産の拡大を計画しており、海外生産を拡大しないと回答した企業数を大きく上回る。日本の製造業企業の海外生産は、引き続き拡大傾向となることは間違いのないであろう。

そのような今後の海外生産拡大に伴って、現地調達率はどのように変化するであろうか。その結果を見ると、6 割の企業が「現地調達率をある程度高め

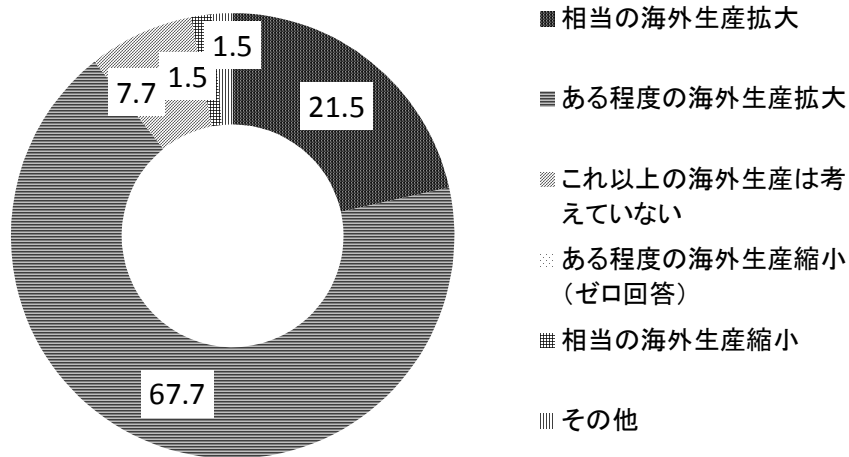
る」と回答しており、約 15%の企業が「現地調達率を相当高める」と回答している。それに対し「現地調達率はそのまま」と回答した企業は 18.5%で、「現地調達率を低める」と回答した企業は極めて少ない。これらの結果から、現地調達率は高まっていくものと推測される。

そこで、海外生産を進展させる際、国内生産をどうするかについて尋ねたところ、全体の 1/3 以上の企業が「高付加価値商品を海外生産へ、国内生産縮小せず」(34.9%)と回答している(図表 5)。これに対して「高付加価値商品を海外生産へ、国内生産縮小」と回答した企業は全体の 4.8%にすぎず、「高付加価値商品を国内生産、低付加価値商品を海外生産へ」(33.3%)、「高付加価値商品、低付加価値商品とも国内生産で」(6.3%)とした回答企業数も考慮すると、今の段階では海外生産によって国内産業の高付加価値化は進むものの、必ずしも産業空洞化が進むとは言い切れない。

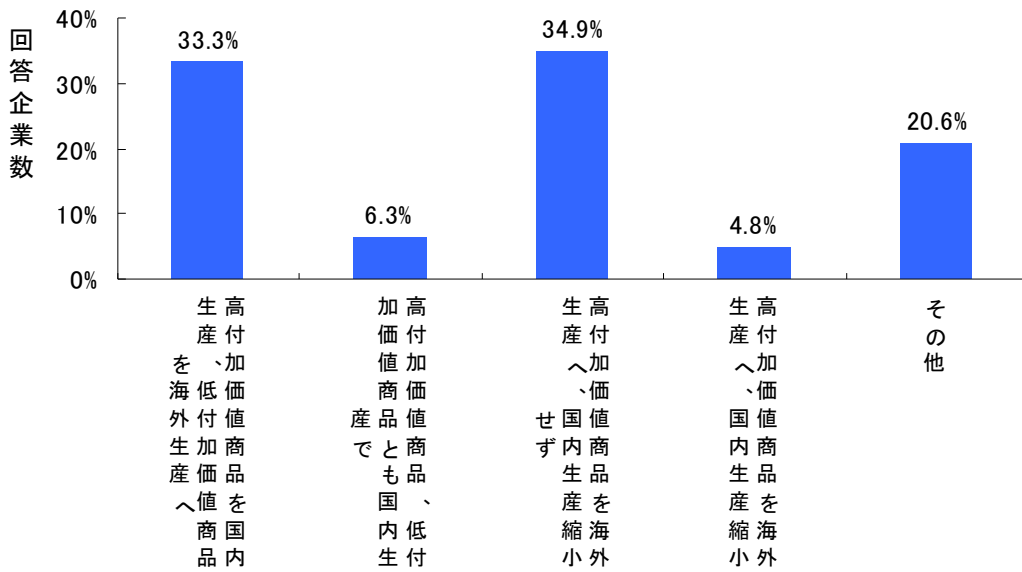
では、今後海外生産が進展する際には、長期的には日本の製造業企業はどのような機能を海外に移転するのであろうか。この設問に対する回答を見ると、「生産」、「販売」が多い。「商品開発・応用研究」、「統括機能」がこれらに続くが、それほど多い企業がそのように回答したわけではない。さらには「人事」について海外に移転できると回答した企業は、かなり少ない。このような傾向は、2007 年度調

<sup>3</sup>「輸送用機械」の回答企業数が少なかったのは、自動車産業では、地震によりサプライチェーンが寸断され、完成車の生産がストップした時期があったため、アンケート調査に回答することができなかった企業が多く存在したのが主な原因であると考えられる。

図表 4 今後3年程度の海外生産計画



図表 5 今後3年程度の国内・海外生産の棲み分け



注：棒グラフ上の数値は割合を示している。

査（電力中央研究所（2008）、森川（2009））でもほぼ同じであり、今のところ長期的に海外に移転できる機能については、大きな変化が生じていない。

### （3）今後の有望な進出先とその理由

今後、海外進出を優先する地域については、ASEAN4<sup>4</sup>と回答した企業がもっとも多いことに注

目したい（図表 6）。ASEAN4 に次いで進出を優先すると回答した企業が多い地域は、中国、インド、ベトナム、アジア NIEs3<sup>5</sup>、ブラジル、アメリカ、EU と続く。これらの地域に関してもう少し細かく見ていくと、ASEAN4 と中国と回答した企業がやや飛び抜けて多く、インド、ベトナム、アジア NIEs3 が第2グループを形成している。また、それらの進出優先地域への進出理由は何であるのかについて詳

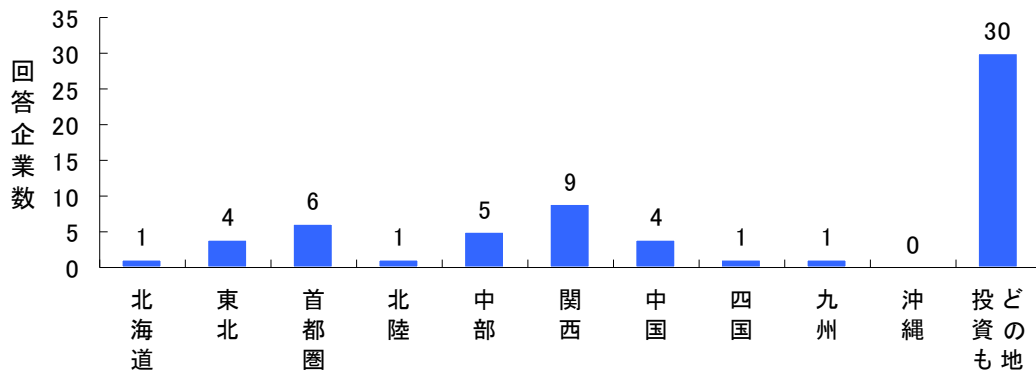
<sup>4</sup> ASEAN4 諸国は、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピンである。

<sup>5</sup> アジア NIEs3 諸国は、韓国、台湾、シンガポールである。

図表 6 今後の進出企業先とその進出理由

	今後進出	進出理由(1位, (回答数))	進出理由(2位, (回答数))
アメリカ	8	現地市場の確保(5)	有能な人材の確保(2), 生産ネットワーク構築(2), 産業集積(2)
カナダ	0		
アジアNIEs3	13	現地市場の確保(9)	流通ネットワーク構築(3), 第三国輸出目的(3)
ASEAN4	29	現地市場の確保(12)	安い労働力の確保(7)
中国(含香港)	25	現地市場の確保(19)	安い労働力の確保(12)
ベトナム	13	安い労働力の確保(9)	現地市場の確保(8)
ミャンマー, ラオス, カンボジア	3		
インド	17	現地市場の確保(14)	生産ネットワーク構築(6)
スリランカ, ラオス, バングラデッシュ	3		
その他アジア	1		
EU	7	現地市場の確保(4)	有能な人材の確保(2), 産業集積(2)
欧州(除EU)	1		
ブラジル	9	現地市場の確保(8)	原材料・部品等の確保(2), 生産ネットワーク構築(2)
中南米(除ブラジル)	1		
オセアニア	3		
中近東	3		
アフリカ	2		
旧ソ連	2		
その他	1		

図表 7 今後海外生産を増やす場合に生産・投資を縮小させる国内地域



※東北：青森県，宮城県，秋田県，山形県，福島県，新潟県，首都圏：埼玉県，千葉県，東京都，神奈川県，茨城県，栃木県，群馬県，山梨県，北陸：富山県，石川県，福井県，中部：長野県，岐阜県，静岡県，愛知県，三重県，関西：滋賀県，京都府，大阪府，兵庫県，奈良県，和歌山県，中国：鳥取県，島根県，岡山県，広島県，山口県，四国：徳島県，香川県，愛媛県，高知県，九州：福岡県，佐賀県，長崎県，熊本県，大分県，宮崎県，鹿児島県

しく見てみると、ベトナムを除くと進出を優先する第1の理由は、「現地市場の確保」となっている。ベトナムについてのみ「安い労働力の確保」が進出優先理由の第1位となっており、この結果は興味深い。これは、労働集約的な産業のベトナムへの進出意欲が強いことを示唆していると考えられる。確かに中国、ASEAN4についても「安い労働力の確保」は、進出を優先する理由の第2位であるが、第1位の理由とは回答企業数においてやや差がある。また、中国への進出優先理由では、「原材料・部品等の確保」、

「生産ネットワーク構築」を挙げた企業もある程度多い。これは、中国を足場にして世界的な分業体制を構築していこうとする企業の姿勢を表しているものと考えられる。

なお、当然予想されることではあるが、アメリカやEUの進出優先理由の第2位は、「有能な人材の確保」や「産業集積」といった理由である。いずれにしても今後の日本の製造業企業の有望進出地域は、アジアであることは間違いない。

最後に、今後海外生産を増やす場合に生産・投資

を減少させる国内地域はどこであるかを尋ねてみた（図表7）。この問いに対しては、関西、首都圏、中部の順に回答企業数が多かった。ただし「どの地域の生産・投資も減少させず」と回答した企業が圧倒的に多いため、特に日本国内のどの地域に影響が大きいかといったことを明確に断言するとはできない。

### 3. チャイナ・プラスワンについての考察

さて、本調査では、今後の中国での海外生産についてより突っ込んで尋ねている質問項目がいくつかある。

まず、中国への進出の今後3年程度の方向性について尋ねたところ、中国での「生産拠点・規模を縮小する」と回答した企業はなく、「拠点の拡大、または規模を拡大する」と回答した企業が35.4%、「拠点または規模を維持する」と回答した企業が49.2%と多数を占めた。では、そうした今後3年程度の中国における拠点・規模の拡大は、中国内のどの地域で行う予定であるかについても尋ねたところ、「華中（上海市・江蘇省・浙江省・安徽省・江西省・山東省）」を挙げた企業が最も多く、次いで「華南（河南省・湖北省・湖南省・広東省・広西壮族自治区、海南省）」、「華北（遼寧省・吉林省・黒龍江省）」と回答した企業が多かった。また中国進出の目的について回答してもらったところ、「販売路線拡大」が最多で、次いで「製造コスト削減」、「現地に取引先あり」といった目的を挙げる企業が多く、中国での海外生産のプレゼンスは、日本の製造業企業においてかなり大きいことが分かった。

しかし、その状況は今後徐々に変化するかもしれない。なぜなら「今後3年程度での中国での現地生産拡大に関して懸念材料はあるか」という問いに対して、65.6%もの企業が「ある」と回答し、「ない」（8.2%）、「どちらとも言えない」（26.2%）を大きく上回ったからである。今後3年程度の進出優先地域において上位になっている中国での生産拡大について、実に7割近くの企業が「懸念あり」と回答している点は興味深い。中国では、日本の製造業企業が生産拡大路線をとるのは間違いないが、それには、懸念材料も多いということである。

それでは、この懸念材料とは具体的に何であるかを尋ねた結果をまとめたものが、図表8である。最大の懸念材料は、「人件費の上昇」であった。以下「中

国のみに生産拠点を集中させることのリスク」、「電力供給不安」を懸念材料に挙げる企業が多かった。

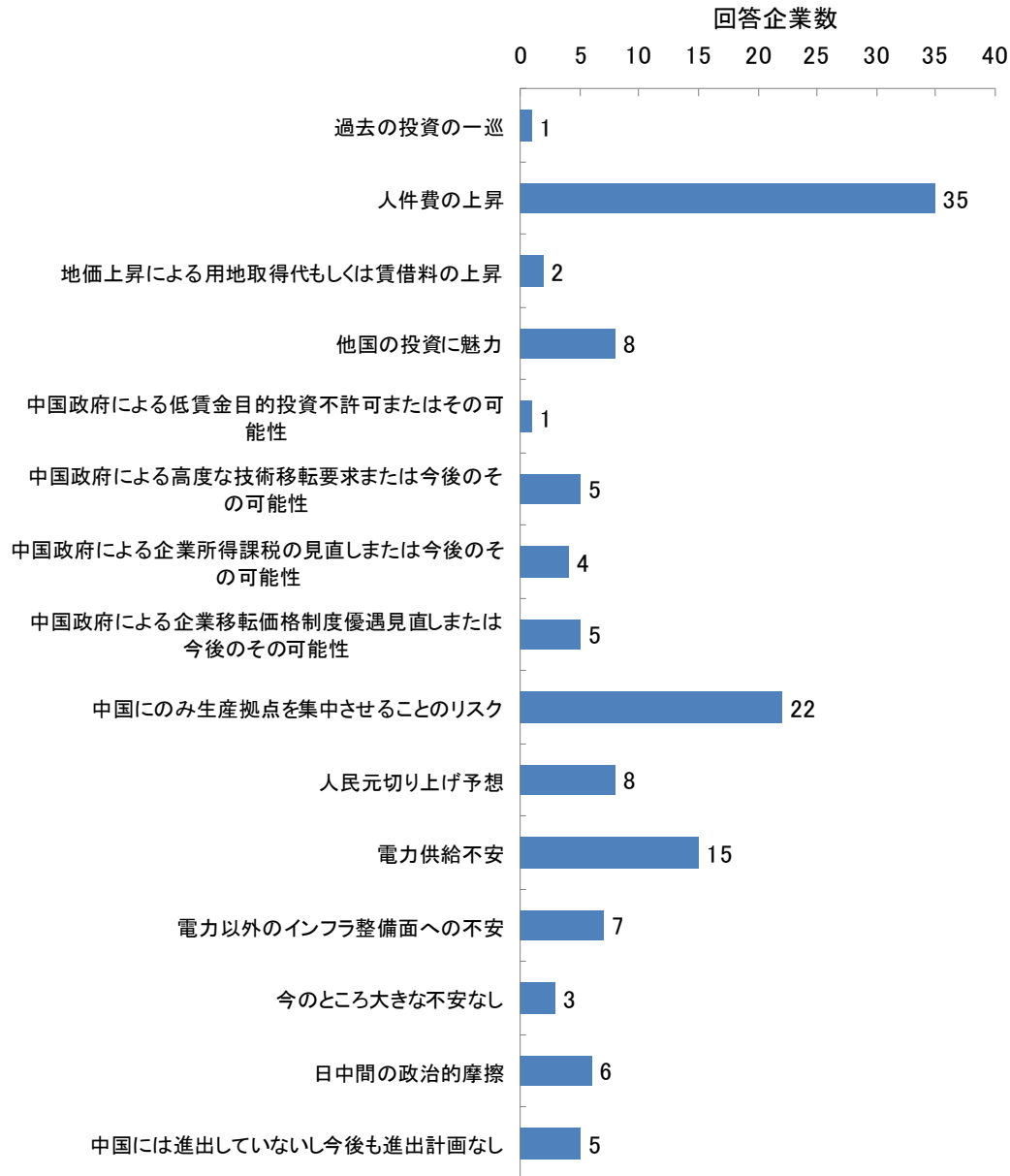
「人件費の上昇」に関しては、ここまではっきりと現れるとは予想してはいなかった点である。また第2位の「中国のみに生産拠点を集中させることのリスク」の回答が多数を占めたことについても、かなり多くの企業がそのような認識を持っていることがはっきりしたのは興味深い。これはいわゆる「チャイナ・プラスワン」の傾向を表しており、2007年度調査でも確認された点である。つまり、中国進出企業は、中国との政治的緊張が激しくなる前から既にリスクを十分に意識していたことが窺える。

次に、このようなリスクが存在する場合、どこに海外生産拠点を分散させるか尋ねたところ、実に30社の企業がASEAN4地域に、19社の企業がベトナムに進出先を分散させると回答し、ASEAN地域への進出と回答した企業が圧倒的であった。ASEAN4と回答した企業が最多であったのは、最初に述べた統計情報と整合的であり、かつ今後進出を優先する地域として最多の回答企業数を得たのがASEAN4であったことと整合的である。またベトナムを挙げる企業が多かったのは、ベトナムを今後の進出優先地域と回答した企業が、その理由として「安い労働力の確保」を第1位に挙げたこと、中国からの撤退可能性理由として「人件費の上昇」を第1位に挙げたこと、また中国での現地生産及びその拡大に関する懸念材料として「人件費の上昇」を理由としている企業が最多であったことと整合的である。今後、労働集約的な産業においては、中国からベトナムへとある程度の生産拠点のシフトが起こる可能性があることをこの結果は示唆していると考えられる。

以上のような考察から、チャイナ・プラスワンの対象となる地域は、ASEAN4、ベトナム、インドといったアジア新興国となる可能性が高いと結論づけてもよいだろう。

最後に、本調査では中国への過度の生産増加が懸念材料になる場合の日本への生産回帰について尋ねている。「日本国内の生産・投資等の環境に対する制度変更がなされた場合には検討する」と回答した企業はある程度あったが、ここでの最多の回答を集めた選択肢は「高付加価値生産を日本に残すなど品目によって中国生産と国内生産とを棲み分ける」というものであり、また「製品開発を日本に残すなど生産段階に応じて国内生産と中国生産を棲み分ける」と回答した企業も多かった。こうした結果を踏まえ

図表 8 中国での現地生産及びその拡大に関する懸念材料



ると、今後は国内・海外での生産の棲み分けがより進展するという見方ができると考えられる。

#### 4. おわりに

今回我々が行った 2011 年度海外直接投資アンケート調査では、海外に既に直接投資を行っている日本の製造業企業を対象として実施したものであること、回収率が電力中央研究所の既往の同種調査のなかで最も低く、業種も電気機械、化学に偏っていることなど、そこから何らかの示唆を得るには一定の限界があることを指摘しておかねばならない。その

限界を認識した上で、結果を取りまとめると、以下のような傾向が捉えられる。

- 1) 9割弱の企業が、今後、海外生産の拡大を計画している。
- 2) 国内生産との棲み分けについては、「高付加価値商品も海外生産へ、国内生産縮小せず」が 34.9%、「高付加価値商品を国内生産、低付加価値商品を海外生産へ」(33.3%) などの回答比率が高く、今の段階では海外生産によって国内産業の高付加価値化は進むものの、必ずしも産業空洞化が進むとは言い切れない。
- 3) 今後の進出優先地域は ASEAN4 と中国が多く、

次いでインド、ベトナム、アジア NIEs3、ブラジル、アメリカ、EUの順である。

4) 進出目的は、ベトナムを除く地域で「現地市場の確保」がトップであり、ベトナムでは「安い労働力の確保」がトップである。

これらの結果は日本企業の海外進出が今後、進展する中、チャイナ・プラスワンの傾向を示すものである。我々が2007年に行った調査では、特に労働集約的な産業において、中国からベトナムへと生産拠点を移動させる可能性が高いことについて既に言及している。つまり、日本の製造業企業はかなり以前から様々な経済的な理由を背景にチャイナ・プラスワンを考えており、2012年に入ってから政治問題は、それを加速させ、より顕在化させたにすぎないと言える。

今回の調査だけでなく、最近のメディア記事は、そのことを如実に示している。例えば、2012年11月15日の日本経済新聞記事「ミャンマーで衣料生産」では、日本の衣類輸入に占める中国シェアが、2007年の92%から徐々に低下し、2011年では、86%になっていることを示している。その他に中国リスクに言及した特集が、2012年11月上旬に週刊エコノミスト、週刊東洋経済、週刊ダイヤモンドに掲載されている。これらを総合的に鑑みると、近年の対中政治関係は、あくまでこうしたチャイナ・プラスワンの加速要因にすぎないと言えよう。

## 《参考文献》

- 電力中央研究所（2008）「海外直接投資の中期的動向に関する調査－2007年度アンケート調査結果報告－」、『電力中央研究所調査報告』、Y07034.
- 森川浩一郎（2009）「2007年度日本企業の海外事業活動に関するアンケート調査－チャイナ・プラス・ワンに関する分析を中心に－」、『アジア市場経済学会年報』、第12号.
- 大塚章弘・森川浩一郎（2012）「日本の製造業における企業経営資源による海外直接投資の分析－サーベイデータによる実証分析－」、『電力中央研究所社会経済研究所ディスカッションペーパー』、SERC 12005.
- 大塚章弘・森川浩一郎（2013）「サーベイデータに基づく企業経営資源による海外直接投資の実証分析」、『国際経済』、第64巻（刊行予定）.

プロフィール

おおつか・あきひろ

電力中央研究所 主任研究員。1977（昭和52）年生まれ。2004（平成16）年 電力中央研究所入所。2005（平成17）年 岡山大学大学院文化科学研究科修了。博士（経済学）。著書に、『産業集積の経済分析』（単著、大学教育出版）等。

もりかわ・こういちろう

近畿大学経済学部 教授。1962（昭和37）年生まれ。神戸大学大学院経済学研究科博士前期課程修了。電力中央研究所研究員、愛知学院大学商学部専任講師・助教授、三重大学人文学部助教授を経て現職。商学博士。代表的な論文に“Impact of Japanese Foreign Direct Investment on the Japanese Trade Surplus,” *Journal of Policy Modeling* 20(4) pp.427-460.等。