

世界

中堅・中小企業が目指す先は…

ジェトロ海外調査部国際経済研究課 赤平 大寿

日本の中堅・中小企業の海外進出先は、タイを中心に ASEAN 域内で広がりを見せる。特に、ミャンマーやカンボジアへの進出を目指す企業が増えている。一方、自動車産業に限ってみると、メキシコへの進出希望企業が多い。足元の中堅・中小企業の進出動向を追った。

ASEAN への進出意欲が突出

ジェトロが 2013 年 12 月に実施した「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」（以下、海外ビジネス調査）によると、回答が得られた中小企業 1,203 社のうち中国に拠点を持つ企業は 59.2%。以下、タイ（24.4%）、米国（18.5%）と続き、第 9 位に西欧が入った以外は第 10 位までをアジアが占める。（表 1）

今後の日本企業の進出先にはどのような傾向があるのか。ジェトロが実施する新興国進出個別支援サービス^{注1}（採択企業数 1,314 社。14 年 7 月時点）の利用企業のうち、進出希望先が判明している 1,157 社を見ると、中堅・中小企業の進出意欲が最も高かったのはタイ（19.6%）だ。次にベトナム（18.3%）が続いた。表 1 から分かるように、両国とも海外ビジネス調査における海外拠点所在国の順位はそれぞれ第 2 位、第 6 位と上位だ。海外拠点の所在国として第 11 位に入ったインドネシアは進出希望先の第 3 位に入り、高位にある。同国は ASEAN の中で最も GDP が大きく、人口は 2 億 4,000 万人と世界第 4 位を誇る。

進出希望先の第 6 位にはフィリピンが入った。同国には、英語に堪能な人材の活用を求めて進出する企業が多い。産業用機械の設計・開発などを手掛けるエイチ・アイ・デー（北九州市）は、周

辺国の拠点への人材供給基地とすべく、フィリピンへの進出を希望する。シンガポールとマレーシアは、海外拠点の所在国、進出希望先ともに上位 10 位以内だった。進出希望先の上位 10 カ国・地域を見ると、実に 8 カ国・地域が ASEAN 加盟国だ。この調査から、ASEAN への進出を希望している中堅・中小企業が多いことがあらためて明らかになった。

タイ・プラス・ワンの動きも

ASEAN の中でも、特に注目を集めているのがミヤ

表 1 海外拠点の所在と進出希望先の割合

海外拠点の所在 (海外ビジネス調査) n=1,203社/中小企業のみ			進出希望先 (新興国進出個別支援サービス利用企業) n=1,157社/中堅・中小企業			順位の 差
順位	国・地域名	割合 (%)	順位	国・地域名	割合 (%)	
1	中国	59.2	1	タイ	19.6	↑(1)
2	タイ	24.4	2	ベトナム	18.3	↑(4)
3	米国	18.5	3	インドネシア	12.2	↑(8)
4	台湾	15.0	4	ASEAN	9.7	-
5	香港	14.7	5	シンガポール	5.9	↑(3)
6	ベトナム	14.2	6	フィリピン	4.8	↑(7)
7	韓国	12.6	7	ミャンマー	4.8	↑(14)
8	シンガポール	11.6	8	メキシコ	3.5	↑(12)
9	西欧	11.1	9	台湾	3.5	↓(5)
10	マレーシア	7.6	10	マレーシア	3.4	→(0)
(以下、主要国のみ抜粋)						
11	インドネシア	7.6	11	インド	3.1	↑(1)
12	インド	5.7	12	カンボジア	2.4	↑(11)
13	フィリピン	5.4	13	中国	1.4	-
17	ブラジル	2.5	14	ブラジル	1.1	↑(3)
19	ロシア・CIS	2.3	15	バングラデシュ	1.0	↑(9)
20	メキシコ	2.2	16	香港	0.8	↓(11)
21	ミャンマー	2.1	17	ロシア・CIS	0.6	↑(2)
23	カンボジア	1.5	18	モンゴル	0.5	-
24	バングラデシュ	1.3	19	その他	3.4	-

注：①海外拠点の所在、進出希望先ともに複数回答。②ASEAN は具体的な進出希望国が定まってい
ないものの、ASEAN 加盟国への進出を希望している企業を集計。③順位の差の（ ）は、海外拠
点の所在と進出希望先の順位の差。「-」は比較できないことを表す。④網掛け箇所は大きく順位を
上げた国。⑤進出希望先については、サービスの性格上、日本企業の進出実績が少ない新興国が優
先される。よって先進国は対象外となり、新興国であっても多くの企業が進出済みの中国などは優
先順位が低くなる

資料：ジェトロ「2013年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」（2013年度）などを
基に作成

ンマーとカンボジアだ。ミャンマーは経済開放を機に、安価で豊富な労働力や人口5,000万人を超える市場などに注目が集まる。現在は、その市場の潜在性に着目した進出が多い。同サービスを利用して同国への進出を希望する企業は製造業が37.3%と最も多かった。これには、15年夏に開業が予定されているティラワ経済特区（SEZ）の開発が影響していると考えられる。現段階ではまだ製造業の進出ラッシュは起きていないが、製造業の進出準備は着実に進んでいるようだ。

カンボジアは安価な労働力や、タイとベトナムに挟まれた地理的優位性に加え、外資規制の少なさが進出先としての魅力だ。ASEAN諸国には流通関連事業に対しての外資規制が残る。そんな中、同国は卸売業、小売業、物流業の全てにおいて、外資100%の出資が認められている。また、法人税が最大9年間免除される適格投資プロジェクト（QIP）もある。

ミャンマー、カンボジアにベトナムとラオスを加えた4カ国をCLMVと呼ぶ。CLMVは近年、人件費の高騰やカントリーリスクの回避を目的にタイから拠点を分散するタイ・プラス・ワンの移管先国として注目を集める。CLMVが位置するメコン川流域は、経済回廊の整備など国家の枠を超えたサプライチェーンの構築が進んでおり、今後、企業の進出が増えるものと予測される。

魅力増すメキシコ

ASEAN以外で日本企業の進出意欲が最も高いのがメキシコだ。前出のサービス利用企業のうち、同国への進出を希望する中堅・中小企業は製造業が88.4%と圧倒的に多く、中でも自動車関連企業が68.4%と過半以上を占めた。同サービスを利用している自動車関連企業の進出希望先を見ても、タイ、インドネシア、ベトナムを抑えて、メキシコが最も多い（表2）。同国

の自動車生産台数は13年に293万3,465台^{注2}と、過去最高を記録した。メーカー別生産台数は、日産が68万213台で首位。メーカー別国内販売シェアを見ても、日産が約25%を占め、日系ブランド全体では40%を超える。

精密機械部品加工の専門メーカーである共進（長野県諏訪市）は、北米市場を開拓するための拠点としてメキシコ進出を狙う。リーマン・ショック後の09年以降は完成車メーカーが次々に製造拠点を海外に移したため、国内では必要な部品の情報が入手しにくくなった。このことが受注・生産減という危機感につながり、海外進出を決断した。同社は既にインドネシア、タイ、インドへと進出しており、アジア以外の市場を獲得したい思惑がある。

共進以外にも、メキシコを拠点に北米をはじめ、南米、欧州などの市場開拓を狙う企業は増えている。それを促すのは、同国が持つ自由貿易協定（FTA）網だ。メキシコは日本、米国、EUなど主要先進国とFTAを締結している。特に米国との結びつきが深く、メキシコの完成車における13年の対米輸出額の割合は76%と突出している。さらに中南米諸国とは、FTAを締結していない国との間であっても自動車協定などにより、製品の多くを無税で輸出することができる。

進出判断にはリスクも踏まえて

新興国への進出は企業にとってビジネス機会を拡大する可能性を秘めるとともにリスクも伴う。ミャンマーではインフラの未整備、メキシコでは政情・社会情勢・治安に対する懸念が、それぞれリスクとして捉えられる。とはいえ、その市場規模や成長性から、新興国へ進出するメリットは大きい。前出の海外ビジネス調査によると、全ての新興国に共通して、市場の規模や成長性が新興国の魅力として最も高く評価された。こうした将来性のある市場を取り込んでいくためにも、各国固有のリスクを精査し、自社にとって適切な進出先国を判断していくことが肝要となる。

JS

^{注1}：海外進出を目指す中堅・中小企業に対し専門家が個別に対応し支援するサービス。日本企業の進出実績が少ない新興国が優先されるため、先進国は対象外。新興国であっても既進出企業が多い中国などは優先順位が低くなる点に留意が必要。

^{注2}：大型バス・トラックを除く。メキシコの自動車生産・販売台数に関わる数値は、メキシコ自動車工業会（AMIA）による。

表2 製造業の業種別進出希望国

（単位：社）

		1位		2位		3位	
自動車	88	メキシコ	26	タイ	2	インドネシア	19
機械	86	タイ	37	インドネシア	12	ベトナム	11
非鉄・金属	71	ベトナム	24	タイ	22	インドネシア	6

注：本サービス利用企業を業種別で見ると、製造業が53.3%と過半数を超える。製造業の中でも自動車、機械、非鉄・金属の順で多く、3業種で製造業の約40%を占める。自動車の4位はベトナム

資料：ジェトロ「新興国進出個別支援サービス」資料を基に作成