

●調査レポート

埼玉県内企業の海外展開に関する調査

この調査は、「埼玉県内企業経営動向調査」(2010年7~9月期)と合わせて実施した「企業の海外展開について」の回答結果をまとめたものである。

調査概要

- (1) 調査時点:2010年8月上旬
- (2) 調査対象:埼玉県内企業 575社
- (3) 回答状況:298社(回答率51.8%) 製造業 165社 非製造業 133社
- (4) 調査方法:郵送によるアンケート方式

今回の調査の結果、海外での業務や取引について、約7割の企業において関わりがあり、その取引内容は、直接的な貿易や投資、間接的な貿易など様々な状況となっている。

ここでは、全体としての分析のほか、規模別・業種別に埼玉県内企業における海外展開の特徴を分析することとした。

1. 海外での業務や取引状況

~7割近い企業で海外での業務や取引がある~

最初に、海外での業務や取引状況について聞いたところ、全体では「今後(取引を)持ちたい」の5%を含めて70%で何らかの関わりがあることがわかった。その主な内容については、多い順に「直接貿易(輸入)」17%、「直接投資(例えば、取引拠点となる事務所や生産拠点(工場等)の設置など。以下省略)」15%、「直接貿易(輸出)」15%、「間接貿易(輸出)」14%、「間接貿易(輸入)」14%となっており、間接取引よりも直接取引している企業の割合が若干高くなっている。

なお、「今後持ちたい」という回答は、5%にとどまっており、現状では海外での業務や取引の必要性がある企業は、既にほとんどが何らかの関連を持っていることが窺える。また、「親会社を通して」という回答も5%にとどまっており、系列関係等への依存度はあまり大きくないことも判明した。

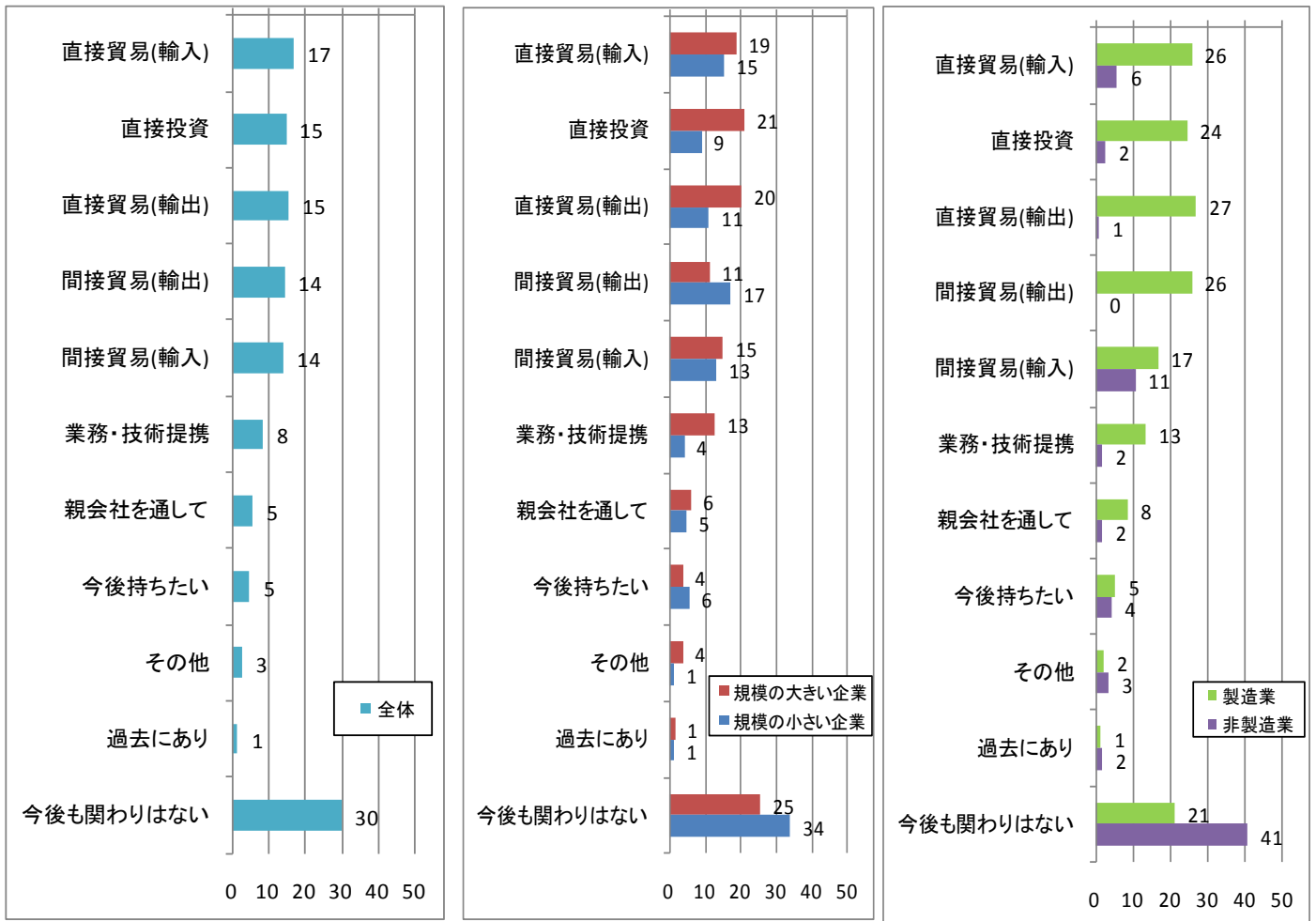
規模別にみると、従業員100人以上の企業(以下、規模の大きい企業)では、回答の上位3位までは、「直接投資」21%、「直接貿易(輸出)」20%、「直接貿易(輸入)」19% となっているのに対して、従業員100人未満の企業(以下、規模の小さい企業)では、「間接貿易(輸出)」17%、「直接貿易(輸入)」15%、「間接貿易(輸入)」13% となっている。このうち「直接投資」については、規模の大きい企業では上記のとおり21%と5社に1社は既に投資を実施しているのに対し、規模の小さい企業では9%にとどまっている。

なお、規模の大きい企業では「業務・技術提携」が上位5番目に当る13%に上っていることから、単に原材料や製品の輸出入だけでなく、技術交流などに関しても既にある程度の関わりを持っていることがわかった。

業種別にみると、製造業では、回答の上位3位までが「直接貿易(輸出)」27%、「直接貿易(輸入)」26%、「間接貿易(輸出)」26% と直接貿易が多くなっているのに対して、非製造業では、「間接貿易(輸入)」11%、「直接貿易(輸入)」6%、「今後持ちたい」4%の順となっている。製造業の約80%、非製造業の約60%の企業が海外での業務や取引があるという回答状況ではあるが、非製造業の関わりが相対的に低く、製造業の方が業種柄海外での業務や取引を直接的かつ積極的に展開していることがわかる。(図表1)

図表 1 海外での業務や取引状況(複数回答)

(単位:%)



2. 海外業務や取引の具体的内容

～原材料を輸入し製品を輸出する加工貿易が依然として多い～

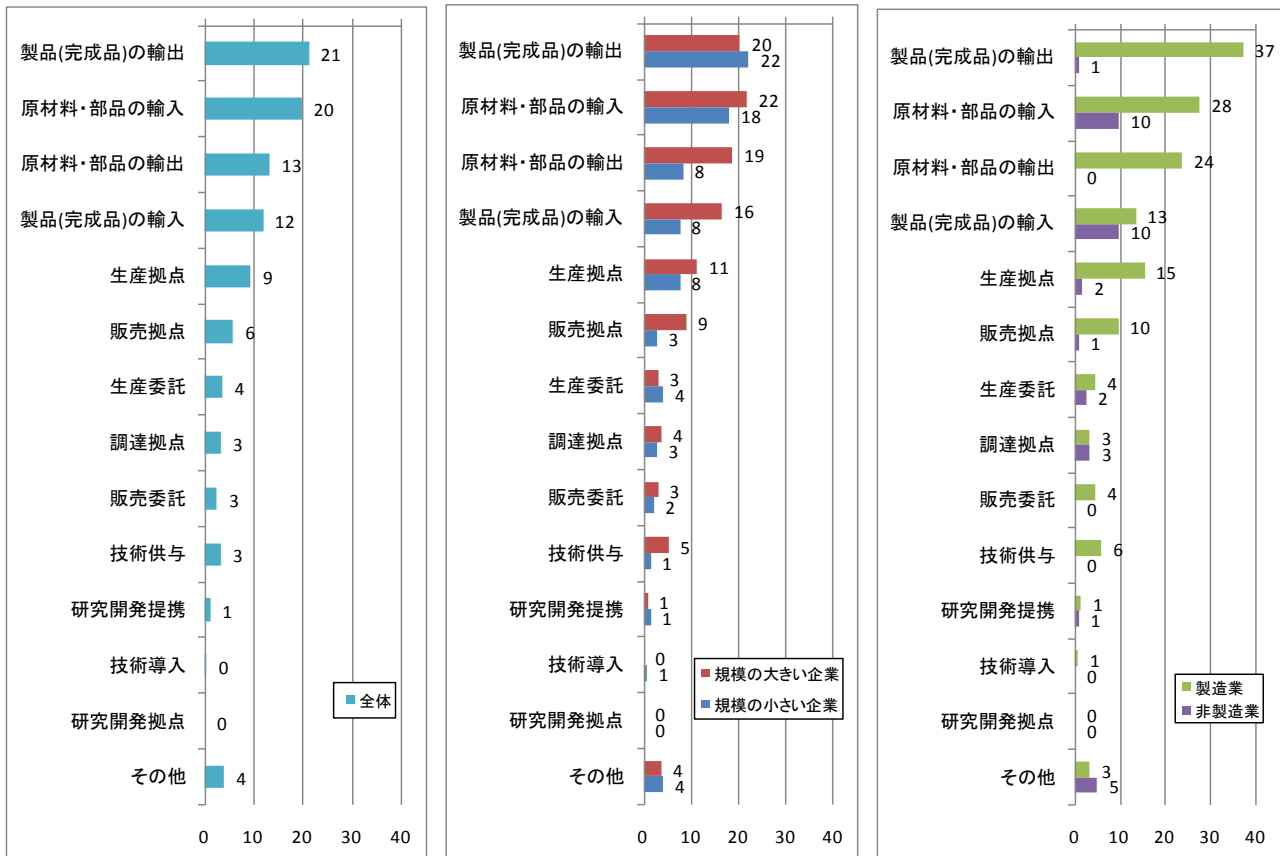
海外での業務や取引の具体的内容については、全体では「製品(完成品)の輸出」が最も多く21%、次いで「原材料・部品の輸入」が20%となっている。総じて、原材料や部品を輸入して国内で加工し製品を輸出するという加工貿易のウエイトが依然高い内容となっている。

なお、企業規模別にみても、規模の大小にかかわらず「原材料・部品の輸入」と「製品(完成品)の輸出」が2割前後と全体と大差のない内容となっている。ただし、やや些細にみると規模の大きい企業では「原材料・部品の輸出」「製品(完成品)の輸入」も20%近くとなっているのに対し、規模の小さい企業では、これらは10%未満の回答と、かなりの格差がみられている。

業種別にみると、製造業は「製品(完成品)の輸出」37%や「原材料・部品の輸入」28%が多く加工貿易が主体となっている一方、非製造業は輸出がほとんど無く、最も多い取引は「原材料・部品の輸入」「製品(完成品)の輸入」が、それぞれ10%と輸入中心の構造となっている。この間、製造業においては、「生産拠点」や「販売拠点」の設置もそれぞれ15%、10%と相応のウエイトを占めているが、「製品(完成品)の輸出」や「原材料・部品の輸入」に比べると相対的に低い割合にとどまっている。こうした状況から、原材料・部品の仕入先や製品の販売先として海外市場を重視しつつも、現地生産などの直接投資には、今後なお拡大の余地があることが想定される。また、「研究開発拠点」という回答は皆無であり、研究開発拠点は国内に残置させていることが判明した。(図表2)

図表 2 海外での業務や取引の具体的内容（複数回答）

（単位：%）



3. 海外での業務や取引の相手国

～製造業を中心に中国と米国が多い～

海外での業務や取引の相手国を聞いたところ、規模別・業種別とも中国が最多となっており、全体でも1/3を占める結果となっている。次いで、米国15%、韓国13%、台湾10%、タイ9%などとなっている。一方、カナダ、オセアニアなどのウエイトは1%と低く、素原料を輸入する企業の割合が少ない当県の特徴を表しており、また、ロシアとの取引についての回答は皆無であった。

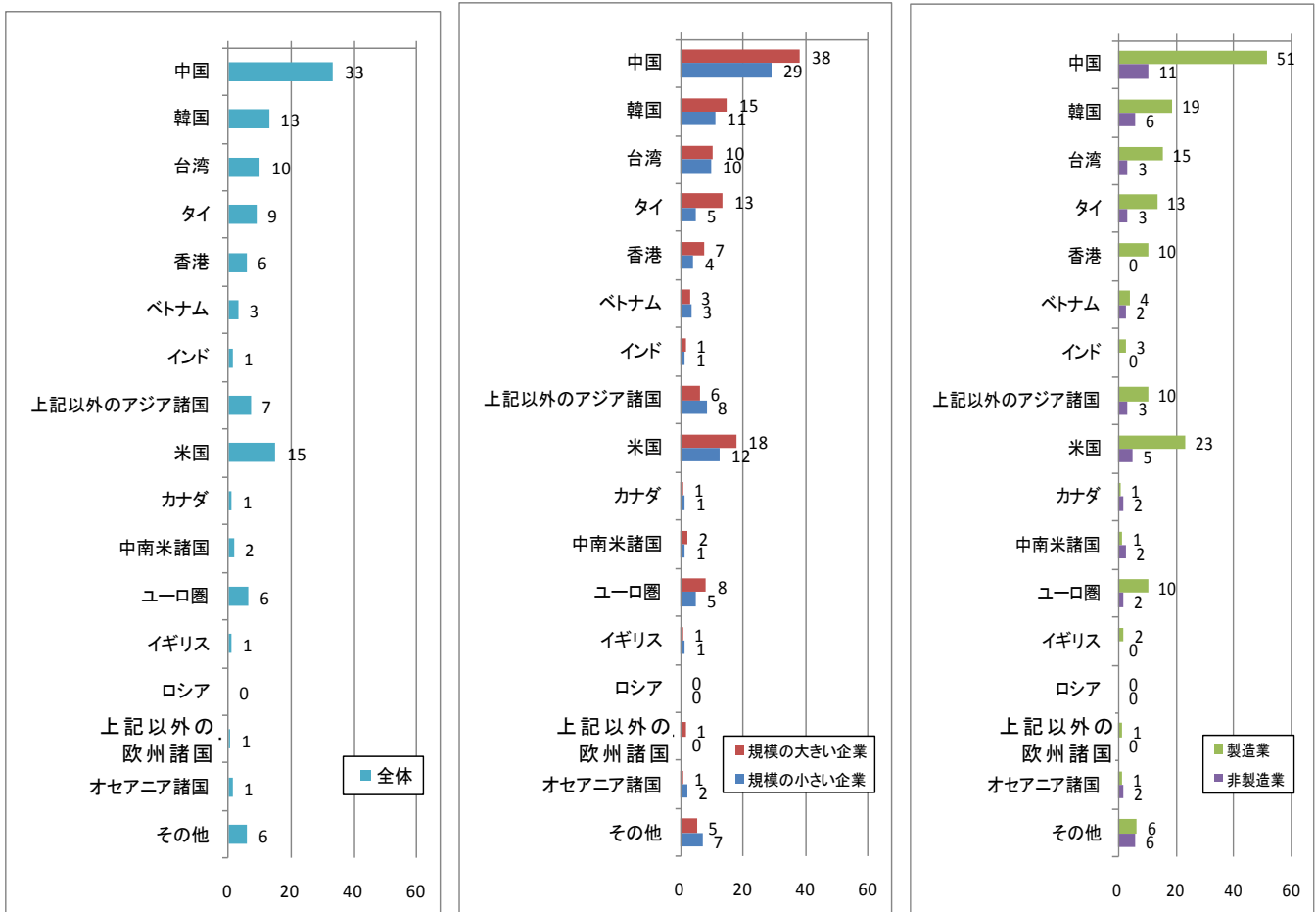
こうした東アジア、米国主体という傾向は製造業でかつ規模の大きい企業ほど顕著となっており、特に製造業では中国との関わりは5割を超えている。

このように、海外との取引等の相手国は、米国を除くと、アジア中心、なかでも中国が主たる相手先となっている。

同国については、様々なリスクが報じられているが、製造業を中心として、これまでは安価な製品や原材料の輸入先、あるいは生産拠点として、また今後は同国市場の需要拡大を見込んで、多くの先で中国との取引拡大を選択してきた状況が窺われる。（図表3）

図表3 海外での業務や取引の相手国（複数回答）

（単位：%）



4. まとめ

～貿易を中心に展開。今後のリスク回避が投資の課題～

今回の調査の結果、約7割の企業において海外での取引や業務での何らかの関わりがあり、その取引内容は、直接及び間接貿易を中心とした展開となっている。規模別における傾向の差異は、あまり見られないものの、業種別の特性を反映して製造業の方が非製造業よりもかなり活発に取引等を行なっていることが見て取れた。また、「今後関わりを持ちたい」という回答は全体で約5%にとどまり、総じて海外展開の必要性を感じている企業は既に何らかの関わりを持っていることも判明した。

海外との取引関係については、規模の大きい企業ほど、また当然のことながら製造業の方が非製造業よりも活発な取引を展開しているが、製造業でもこれまでのところ「原材料・部品」を輸入して「製品(完成品)」を輸出する加工貿易を主体としている様子が窺われた。ただし、製造業では「生産拠点」の設置が15%、「販売拠点」の設置も10%となっており、県内企業にとっても単なる貿易相手国だけでなく製造・販売拠点としてのウエイトが相応にあることも判明した。

海外業務や取引の相手国については、製造業の取引相手国としては5割が中国となっていることなどをはじめとして東アジアの割合がかなり高いことがわかった。

埼玉県内の企業は、政治面の問題や為替相場の変動、さらには賃上げ圧力など様々なリスクを認識しつつも、低廉な労働力の確保に加え近い将来の有望市場としての需要拡大を見込んでアジアを中心に海外展開していることが窺える。今後は当面の経済的な誘因だけでなく、展開する国の政治的安定度合い等をも考慮に入れた取り組みや複数の国への分散投資によるリスクの軽減などを図っていくことが求められていると言えよう。

以上