



<論説>大阪製造業の海外進出の実態

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2009-08-25 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 宮本, 勝浩, 于, 津平 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.24729/00001313">https://doi.org/10.24729/00001313</a>

# 大阪製造業の海外進出の実態\*

宮 本 勝 浩・于 津 平

## I はじめに

世界経済グローバル化の進展、日本国内の生産コストの上昇、円高の推移、そして国内経済の低迷などの経済環境が変化する中、在阪企業の海外事業展開は着実に進展してきている。在阪企業の海外進出は、府内産業の空洞化と府内失業率の上昇をもたらす恐れがあるが、在阪企業の発展と生き残りをかけた非常に重要な選択肢であると考えられる。大阪経済の現状と将来を考察する際に、在阪企業の海外事業活動の実態を的確に把握することは必要不可欠である。さらに、この実態に対する分析は、これから海外進出をしようとする在阪企業、あるいは海外進出の規模を拡大しようとする在阪企業に有益な情報を与えると考えられる。

本論文は、大阪製造業海外進出の業種別地域別分布、進出時期、進出形態、そして収益状況を明らかにし、他の都道府県と比較を行うことにより在阪企業の海外進出の特徴を究明しようとするものである。分析対象企業の業種は、大阪の製造業の中で海外進出が最も盛んでいる食料品、繊維業、化学（医学を含む）、電気・電子業と機械業である。分析に用いられたデータは、主に東洋経済新聞社の『週刊東洋経済海外進出企業総覧2000年版（会社別編）』と『週刊東洋経済海外進出企業総覧2000年版（会社別編）』などから抽出した。

## II 進出企業の業種

表1は、在阪企業の業種別海外進出状況を示している。業種別本社数をみると、回答した進出企業157社のうち、化学業が47社と最も多く、次いで機械業が43社、電気・電子業が30社、繊維業が28社、食料品が9社の順となっている。

また、業種別海外現地法人数をみると、海外進出で最も活発な業種が電気・電子業である。在阪企業の海外現地法人数は、合計1,597社のうち、電気・電子が641社、化学が390社、機械が313社、繊維が171社、そして、食料品が82社となり、全体に占めるシェアはそれぞれ

---

\*本研究は平成12年度大阪府立大学大学院奨励特別研究費の補助を受けて行われたものである。

れ40.1%、24.4%、19.6%、10.7%と5.1%となっている。特に、松下電器産業株式会社の海外進出は特筆に値する。同社の海外法人数は344社に達し、進出先は世界の47ヶ国・地域に及んでいる。これは同社の国際化を如実に物語っている。

表1 業種別本社数と海外現地法人数

(単位：社、%)

業 種	本 社 数	構 成 比	現地法人数	構 成 比
化 学	47	29.9	390	24.4
機 械	43	27.4	313	19.6
食 料 品	9	5.7	82	5.1
繊 維	28	17.8	171	10.7
電 気 電 子	30	19.1	641	40.1
合 計	157	100	1,597	100.0

(出所) 東洋経済新報社『週刊東洋経済海外進出企業総覧2000年版(会社別編)』に掲載された調査データにより整理作成。

### Ⅲ 進出企業の規模

海外進出を行っている在阪企業157社のうち、上場企業は92社で全体の58.6%を占め、未上場企業は57社で全体の41.4%を占めている。海外進出在阪企業の本社平均規模については、一社あたりの平均従業員は2,310人、一社あたりの平均資本金は155.8億円となっている。表2に示すように、業種別一社あたりの平均従業員は電気・電子が最も多く、5,358人となり、それに次いで食料品が2,121人、化学が1,705人、機械が1,555人、そして繊維が1,281人となっている。また、業種別一社あたりの平均資本金は、電気・電子が312.1億円、化学が149.8億円、食料品が130.1億円、繊維が124.5億円、そして機械が79.0億円となっている。つまり、海外進出企業の本社規模は、一社あたりの平均資本金をみると、電気・電子が最も大きく、次いで化学、食料品、繊維、機械の順となっている。また、一社あたりの平均従業員数から見ると、企業の規模が最も大きいのも電気・電子産業であるが、それに次いで食料品、化学、機械と繊維の順となっている。

一社あたりの平均海外現地法人数については、電気・電子業が21社、食料品が9社、化学が8社、機械が7社、そして繊維業が6社である。つまり、電気・電子業の一社あたりの海外現地法人数が他の業種より明らかに多い。その原因は、電気・電子業の本社企業規模が資本金で、従業員数で他の業種より大きいためであると考えられる。業種別本社企業の資本金・労働力比も表2に示されている。資本金・労働力比率は業種の生産パターンを反映して

いる。業種間の自己資金率の相違を無視すれば、労働集約産業においては、資本金・労働力比率は低い。分析対象となった5つ業種のうち、資本金・労働力比が最も小さい業種は、機械で、次いで食料品、電気・電子、化学と繊維の順となっている。

表2 業種別本社一社あたり平均資本金、平均従業員と平均資本・労働比率

(単位：億円、人、億円/人)

業 種	平均資本金	平均従業員	資本・労働比
化 学	149.8	1,705	0.09
機 械	79.0	1,555	0.05
食 料 品	130.1	2,121	0.06
繊 維	124.5	1,281	0.10
電 気 電 子	312.1	5,358	0.06
全 体	155.8	2,310	0.07

(出所) 表1に同じ。

表3 地域別現地法人の雇用者数

(単位：社、人)

	回 答 数	従 業 員 数	一社平均従業員数
ア ジ ア	634	190,277	300
ヨ ー ロ ッ パ	238	51,137	215
北 米	216	48,123	223
中 南 米	43	8,224	191
オ セ ア ニ ア	33	3,798	115
ア フ リ カ	3	55	18
世 界 全 体	1,167	301,614	258

(出所) 表1に同じ。

在阪企業の地域別現地法人の雇用者数は表3に示されている。回答した企業の1,167社のうち、アジアが634社、ヨーロッパが238社、北米が216社、中南米が43社、オセアニアが33社、そしてアフリカが3社である。地域別一社あたりの雇用数を見ると、アジアが最も多く、300人に達した。その原因は、アジアにおける労働力が豊富で、賃金も安いいため、在阪企業の労働集約的業種のアジア進出が多いからであろう。アジアに次いで、一社あたりの雇用者数は、北米が第2位で223人、ヨーロッパが第3位で215人、中南米が第4位で191人、そしてオセアニアが第5位で115人である。なお、アフリカに進出した在阪企業の雇用

者数は、格段に少ない。回答企業の3社をみると、一社あたりの従業員は18人に過ぎない。

アジア各国に進出した在阪企業現地法人の雇用数を比較してみると、一社あたりの雇用数はインドネシアが645人と最も多く、それについてマレーシアが536人、インドが431人、フィリピンが372人、タイが298人、中国が290人、シンガポールが206人、ベトナムが198人、台湾が129人、韓国が125人と香港が102人となっている（表4）。ASEAN4と中国における在阪企業現地法人の雇用規模が比較的に大きいことは、在阪企業がこれらの国への進出が比較的労働集約産業に集中していることを反映している。

表4 アジア諸国・地域における現地法人の雇用者数 (単位：社、人)

	回 答 数	従業員合計数	一社平均従業員	RANK
中 国	182	52,764	290	6
香 港	54	5,524	102	11
台 湾	56	7,238	129	9
シンガポール	84	17,287	206	7
韓 国	26	3,257	125	10
タ イ	84	25,010	298	5
インドネシア	56	36,134	645	1
マレーシア	61	32,706	536	2
フィリピン	15	5,576	372	4
ベトナム	2	396	198	8
イ ン ド	10	4,306	431	3
そ の 他	4	79	20	12

(出所) 表1に同じ。

#### IV 進出形態

在阪企業の海外進出の投資形態は合併投資と単独出資と大別される。まず、世界全体における現地法人への在阪企業の出資形態をみると、50%未満の出資比率の現地法人数は、全体の26.2%、50%以上100%未満は同34.5%、単独出資は同39.3%となっており、合併方式がほぼ全体の6割を占めていることが分かる。出資比率を地域別にみると、地域間の進出形態が異なる様相を呈している。アジアでは、合併投資が全体の76.1%を占めている。これに対し、ヨーロッパ、北米とオセアニアの場合は、合併投資が全体に占める比率は明らかに低く、単独出資が主な投資方式となっている。ヨーロッパ、北米とオセアニアでは、在

阪企業で単独出資方式により進出した現地法人の比率は6割を超えている。中南米とアフリカの場合、在阪企業の出資形態は、アジアの場合と似ている。要するに、在阪企業は先進地域への進出は直接投資の方式が多いが、途上国・地域への進出は合弁方式の方が多(表5)。これについての原因としては、アジア、中南米とアフリカ地域においては、政情不安などリスク要因が多いこと、外資出資比率を規制している国が多いこと、そして途上国における企業経営に欠かせない現地独自の経営慣行、社会慣行、生活慣習についての問題など考えられる。

他方、在阪企業の海外進出の形態を新規設立、買収と資本参加別にみると、新規設立現地法人数が最も多く、回答した1,596社のうち1,475社に達し、全体の92.4%を占めた。次いで、既存企業の買収と回答した現地法人数は全体の4.5%の72社、そして資本参加と回答した現地法人数はわずか全体の3.1%の49社となっている。

表5 合弁投資と単独進出別現地法人数

(単位：社、%)

		合 弁			単独出資	回答数合計
		合弁全体	50%未満出資	50%以上100%未満出資		
ア ジ ア	回答数 (比率)	556 (76.1)	261 (35.7)	295 (40.4)	175 (23.9)	731 (100.0)
ヨーロッパ	回答数 (比率)	80 (39.6)	26 (12.9)	54 (26.7)	122 (60.4)	202 (100.0)
北 米	回答数 (比率)	66 (32.0)	25 (12.1)	41 (19.9)	140 (68.0)	206 (100.0)
中 南 米	回答数 (比率)	26 (52.0)	6 (12.0)	20 (40.0)	24 (48.0)	50 (100.0)
オセアニア	回答数 (比率)	13 (38.2)	3 (8.8)	10 (29.4)	21 (61.8)	34 (100.0)
アフリカ	回答数 (比率)	5 (83.3)	1 (16.7)	4 (66.7)	1 (16.7)	6 (100.0)
世界全体	回答数 (比率)	746 (60.7)	322 (26.2)	424 (34.5)	483 (39.3)	1,229 (100.0)

(出所) 表1に同じ。

## V 直接投資先の地域分布

### 1. 世界における在阪企業の海外現地法人分布

地域別業種別在阪企業海外進出先の分布は、表6にまとめられている。在阪企業の海外投資先は世界の83ヶ国・地域に及んでいる。そのうち、アジアは39ヶ国・地域で、ヨーロッパは23カ国で、北米は2ヶ国、中南米は12ヶ国、オセアニアは3ヶ国、そしてアフリカは4ヶ国である。

業種別の投資先に見ると、電気・電子の進出範囲が最も多く、66ヶ国・地域に及んでいる。そのうち、アジアが28ヶ国、ヨーロッパが22ヶ国、北米が2ヶ国、中南米が10ヶ国、オセアニアが2ヶ国、そしてアフリカが2ヶ国となっている。電気・電子に次いで、化学と機械の進出先は、それぞれ43と42ヶ国・地域に達し、食料品と繊維の29ヶ国・地域を上回っている。

表7は、業種別在阪企業の現地法人数の地域分布を示している。すべての業種において、アジアにおける現地法人数が最も多い。地域別海外現地法人数を見ると、在阪企業の主な投資先は、日本と近隣するアジア諸国・地域であることが分かる。アジア諸国・地域は地理的条件に優れ、日本と密接な関係が続いており、さらに低廉・豊富な労働力と市場のポテンシャルの面で大阪企業の投資に適している。アジア諸国・地域においては、在阪企業の海外現地法人数は846社で、世界全体の53.0%を占めている。業種別をみると、アジアにおける在阪企業の海外現地法人数は、化学が190社で、同業種の世界全体における海外現地法人数の48.7%を占めている。また、機械は147社、食料品は43社、繊維は124社、そして電気・電子は342社で、それぞれ世界全体の47.3%、52.4%、72.5%と53.4%を占めている。つまり、化学、機械、食料品と電気・電子の在阪企業海外現地法人の約半数は、アジアにあり、繊維業については、約7割の海外現地法人はアジアに立地している。

また、海外現地法人数によると、ヨーロッパはアジアに次いで第2番目の在阪企業の大きな投資先であることが分かる。ヨーロッパにおける在阪企業の海外現地法人数は339社で、北米における海外現地法人数の298社を超えている。化学、繊維と食料品に関する海外現地法人数については北米がヨーロッパを上回っているものの、機械と電気電子業の海外現地法人数は、ヨーロッパが北米を大幅に上回っているためである。

その他、在阪企業は中南米とオセアニアにも積極的に投資し、両地域における現地法人数は、それぞれ65社と41社となっている。ただし、アフリカにおいては、投資環境の未整備と市場が将来性を欠くため、在阪企業の同地域の現地法人数はわずか8社にすぎない。

表6 地域別業種別海外直接投資先国の分布

(単位：国・地域)

	化 学	機 械	食 料 品	織 維	電 気 電 子	全 業 種
ア ジ ア	23	21	16	17	28	39
ヨーロ ッパ	11	10	6	6	22	23
北 米	2	2	2	2	2	2
中 南 米	4	5	3	3	10	12
オセアニア	2	2	2	1	2	3
アフリカ	1	2	0	0	2	4
世界全体	43	42	29	29	66	83

(出所) 表1に同じ。

表7 地域別業種別海外現地法人数の分布

(単位：社)

	化 学	機 械	食 料 品	織 維	電 気 電 子	全 業 種
ア ジ ア	190	147	43	124	342	846
ヨーロ ッパ	86	75	9	14	155	339
北 米	97	64	18	16	103	298
中 南 米	7	15	6	12	25	65
オセアニア	8	9	6	5	13	41
アフリカ	2	3	0	0	3	8
世界全体	390	313	82	171	641	1,597

(出所) 表1に同じ。

## 2. アジアにおける在阪企業の海外現地法人分布

アジアにおいては、在阪企業の進出先が39ヶ国・地域に達し、海外現地法人数が846社となっている。海外現地法人数については、中国が254社で最も多く、アジア全体の法人数の約3割を占めている。シンガポールでは、在阪企業の海外現地法人数は106社に達し、中国に次いで第2位となっている。また、タイ、マレーシアとインドネシアにおいては、在阪企業の海外現地法人数は、それぞれ97、87、75社である。しかし、在阪企業の韓国とフィリピンでの海外現地法人数は、それぞれ32と20にとどまり、他の近隣諸国と比べて低い水準にある。これは、在阪企業の韓国とフィリピン向けの進出が中国、タイ、マレーシア、インドネシア、香港と台湾向けの進出状態に比べて、あまり活発でないことを示唆している。また、インドとベトナムでは、在阪企業の海外法人数はそれぞれ23社と5社となっている。その他のアジア諸国の海外法人数の合計が6社しかないことを考えると、インドとベトナム

も在阪企業にとって無視できない重要な海外進出先国であるが分かる（表8）。

業種別の法人数をみると、何れの業種でも中国における在阪企業の現地法人数がトップの座にある。これは大阪経済と中国経済との繋がりの深さを反映している。また、業種別海外現地法人数をみると、中国に次いで在阪企業のアジアでの第2位と第3位の大きな投資先国・地域となったのは、化学がそれぞれシンガポールと台湾、機械がタイとシンガポール、食料品がシンガポールと香港、繊維がタイとマレーシア、そして、電気・電子がマレーシアとシンガポールとなっている（表8と表9）。なお、繊維業投資先の地域分布の特徴は、投資先が中国、タイ、インドネシアと香港に集中していることである。韓国と台湾においては、繊維業の海外法人数がそれぞれ1社に過ぎず、さらに、フィリピン、インドとベトナムにおいては、繊維業の在阪企業の海外現地法人はゼロである。

表8 アジアにおける国・地域別業種別在阪企業現地法人数

(単位：社)

	化 学	機 械	食 料 品	繊 維	電 気 電 子	合 計
中 国	37	41	16	51	109	254
香 港	14	13	6	16	19	68
台 湾	25	14	2	1	31	73
シンガポール	34	22	7	6	37	106
韓 国	14	8	0	1	9	32
タ イ	23	23	4	20	27	97
インドネシア	10	10	2	20	33	75
マレーシア	20	9	1	9	48	87
フィリピン	6	3	2	0	9	20
ベトナム	2	0	1	0	2	5
イ ン ド	4	3	2	0	14	23
他	1	2	0	0	4	6
アジア全体	190	148	43	124	342	846

(出所) 表1に同じ。

表9 在阪企業の主な進出先と順位（現地法人数ベース）

	化 学	機 械	食 料 品	織 維	電 気 電 子	全 業 種
1位	中国	中国	中国	中国	中国	中国
2位	シンガポール	タイ	シンガポール	タイ	マレーシア	シンガポール
3位	台湾	シンガポール	香港	インドネシア	シンガポール	タイ
4位	タイ	台湾	タイ	香港	インドネシア	マレーシア
5位	マレーシア	香港	台湾	マレーシア	台湾	インドネシア
6位	韓国	インドネシア	インドネシア	シンガポール	タイ	台湾
7位	香港	マレーシア	フィリピン	台湾	香港	香港
8位	インドネシア	韓国	インド	韓国	インド	韓国
9位	フィリピン	フィリピン	マレーシア	フィリピン	韓国	インド
10位	インド	インド	ベトナム	インド	フィリピン	フィリピン
11位	ベトナム	ベトナム	韓国	ベトナム	ベトナム	ベトナム

（出所）表1に同じ。

## VI 海外進出の時期

### 1. 年度別在阪企業の海外進出

在阪企業の海外進出は、比較的早く1950年初期から始まった。年度別在阪企業の新規海外現地法人数の推移が図1に示されている。

年度別新規海外現地法人数の推移をみると、1950年から1985年までの間に、在阪企業の海外投資は着実に増加した。年間新規海外現地法人数は、60年代半ばまでは10社以下の水準にあったが、1966年になると10社を超え、さらに1985年になると、32社となった。1985年のプラザ合意以降、急激な円高により在阪企業は海外進出を積極的に行った。1987年から1994年までの間、毎年の新規海外現地法人数は60-90社となり、1996年になると在阪企業の年間新規海外現地法人数は史上最大の133社に達した。しかし、その後アジア向け大型投資が一巡したことや、長引く国内不景気により、東アジア通貨・経済危機が発生した1997年には、在阪企業の海外進出は加速から減速に転じた。1997年世界全地域における新規海外現地法人数は108社になったが、これは対前年比で大幅な減少であった。さらに、1998年と1999年になると新規海外現地法人数はそれぞれ80社と30社の水準にまで急落した。

なお、プラザ合意前とプラザ合意後の在阪企業の海外法人数を比較してみると、プラザ合意前の現地法人数は462社であったが、プラザ合意後の現地法人数は1,105社となった。つまり、7割の在阪企業の海外現地法人はプラザ合意以降に設立されたものであった。

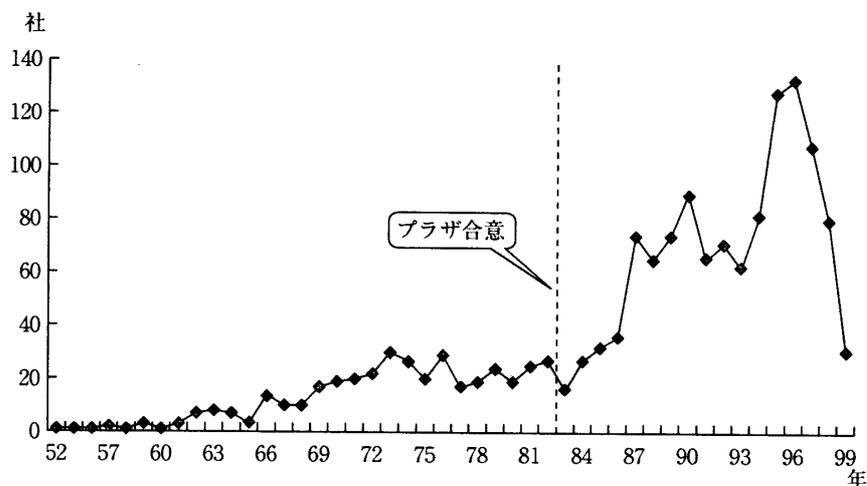


図1 世界向け新規海外現地法人数の推移

(出所) 表1に同じ。

## 2. 年度別地域別在阪企業の海外進出

1960年までは、在阪企業の海外現地法人は9社あった。そのうち、北米向けが4社で最も多く、中南米向け2社、ヨーロッパ向けが2社、アジア向けはわずか1社であった。つまり、在阪企業の海外進出は欧米からスタートしたことが分かる。1960年から1965年までの間に、北米への進出が鎮静化し、他方アジア向けの新規進出は17社に急増した。その後、在阪企業の北アメリカへの進出が活発になり、1966年から1970年までの間に北米向けの新規現地法人数は15社に増加した。1971年になると、在阪企業のアジア、ヨーロッパと中南米への進出が揃って加速し、1971年から1975年までの5年間にアジア、ヨーロッパと中南米向けの新規現地法人数は、それぞれ53社、29社と16社となった。1976年から1980年においては、北米向けの進出が目立った。1981年から1985年までの海外進出は、欧米向けの増勢とアジア向けの減勢に特徴付けられる。1986年からは、急激な円高のため在阪企業の海外進出は新たな時期を迎えた。1986年から1990年までの間に、在阪企業のアジア、ヨーロッパと北米向けの新規海外法人数はそれぞれ144社、89社と89社へと増加した。その後、1991年から北米とヨーロッパへの進出は減速したが、アジアへの進出は増勢を続けた。しかし、1997年になるとアジアの通貨・経済危機が発生し、それまでのアジアでの大型投資の一巡と日本国内の景気低迷などの原因で、在阪企業のアジア進出は急速に減少に転じた。1999年になると、在阪企業のアジアへの新規進出現地法人数は12社に過ぎず、1995年の101社と比較すると、在阪企業アジア進出の鎮静化傾向が明らかになってきている。アジアとは対照的に、アメリカ経済の好調を背景に、最近では北米向けの在阪企業の進出が増加して

いる（表10と図2－図4）。

在阪企業の海外進出がピークに達したのは、アジアでは1995年、欧米では1990年、そして、中南米では1974年であった。中南米では、70年代後半から経済の低迷が長引いたために、円高の進行にも関わらず、在阪企業の同地域向け進出は発展しなかった。

表10 五年ごと地域別新規現地法人数

（単位：社、％）

		－60	60－65	66－70	71－75	76－80	81－85	86－90	91－95	96－
ア ジ ア	法人数 (構成比)	1 (11.1)	17 (60.7)	35 (50.0)	53 (44.5)	48 (44.4)	38 (29.9)	144 (42.5)	278 (68.3)	220 (61.3)
ヨーロ ッパ	法人数 (構成比)	2 (22.2)	5 (17.9)	8 (11.4)	29 (24.4)	15 (13.9)	44 (34.6)	89 (26.3)	74 (18.2)	67 (18.7)
北 米	法人数 (構成比)	4 (44.4)	2 (7.1)	14 (20.0)	14 (11.8)	30 (27.8)	36 (28.3)	89 (26.3)	43 (10.6)	60 (16.7)
中 南 米	法人数 (構成比)	2 (22.2)	4 (14.3)	8 (11.4)	16 (13.4)	10 (9.3)	3 (2.4)	4 (1.2)	8 (2.0)	5 (1.4)
オセアニア	法人数 (構成比)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (4.3)	7 (5.9)	5 (4.6)	5 (3.9)	13 (3.8)	3 (0.7)	4 (1.1)
ア フ リ カ	法人数 (構成比)	0 0.0	0 0.0	2 2.9	0 0.0	0 0.0	1 0.8	0 0.0	1 0.2	3 0.8
世 界 合 計	法人数 (構成比)	9 (100.0)	28 (100.0)	70 (100.0)	119 (100.0)	108 (100.0)	127 (100.0)	339 (100.0)	407 (100.0)	359 (100.0)

（注）構成比は各地域の現地法人数対同時期の新規現地法人数合計の比。

（出所）表1に同じ。

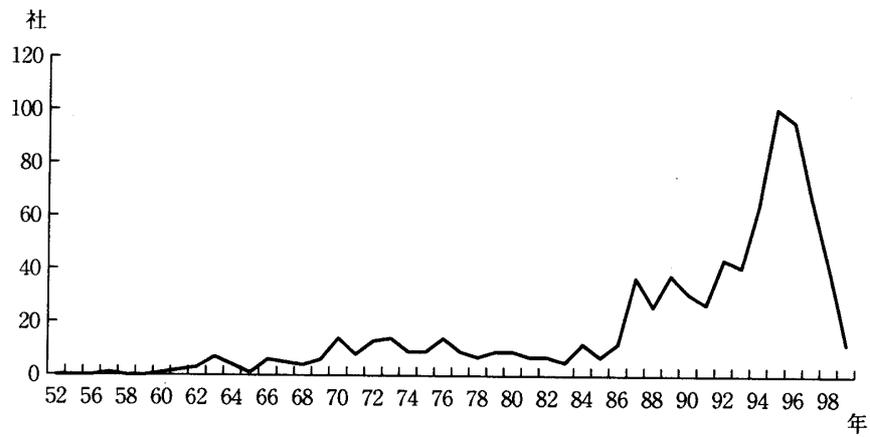


図2 アジア向け年度別新規現地法人数の推移

(出所) 表1に同じ。

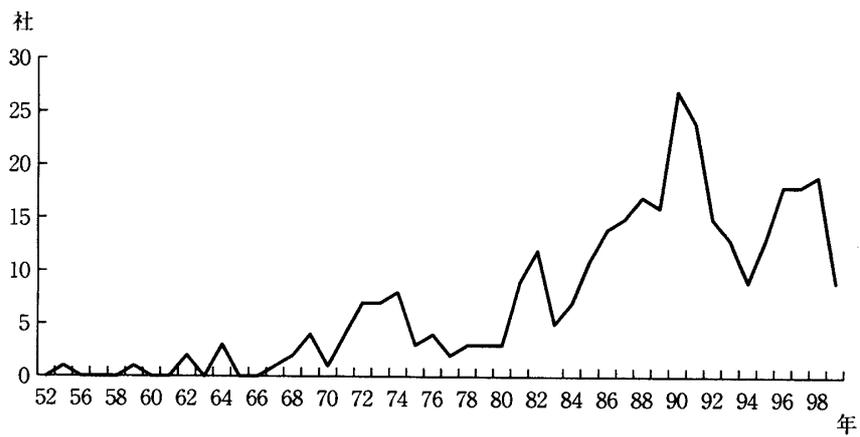


図3 ヨーロッパ向け年度別新規現地法人数の推移

(出所) 表1に同じ。

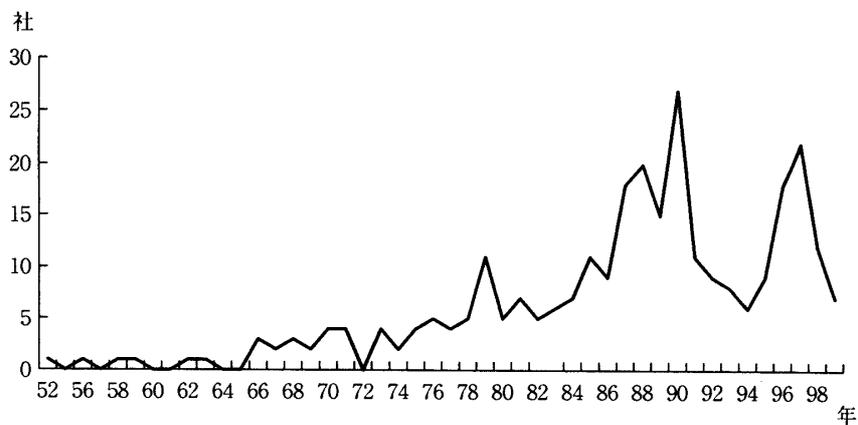


図4 北米向け年度別新規現地法人数の推移

(出所) 表1に同じ。

### 3. 年度別国別在阪企業のアジア進出

表11は、各時期における在阪企業のアジア諸国・地域向け進出状況を示している。60年代前半、在阪企業のアジア向けの進出先は、主に香港、台湾とシンガポールであった。61年から65年までの5年間に、7割以上の新規現地法人がNIES 4（香港、台湾シンガポールと韓国）に進出していたが、60年代の後半になると在阪企業の投資先は、輸入代替工業化政策を推進していたASEAN 4に拡大した。1966年から1975年までの間に、NIES 4とASEAN 4における在阪企業の新規現地法人数は、それぞれ同期間のアジア向け新規現地法人数の約半数を占めていた。1976年から1980年までの5年間に、在阪企業の進出は再びアジアで工業化水準の高いNIES 4に偏り、この時期NIES 4向けの新規現地法人数はアジア向け新規法人数の66.7%を占め、それとは対照的にASEAN 4向けの新規現地法人数は31.3%に下落した。在阪企業の中国進出は80年代の後半から始まり、NIES 4とASEAN 4への進出と比べて進出時期は20年ほど遅れた。90年代になると、改革開放政策の下で中国経済の成長と急激な円高を背景に、在阪企業は中国向けの進出を大規模に進展させた。1995年になると、中国が在阪企業にとってアジアでの最も大きな投資先となった。1991年から1995年までの5年間に、在阪企業のアジアでの新規現地法人数は史上最大の278社に達したが、そのうち半数以上は中国にあった。表11に示されたとおり、1997年以降在阪企業のアジア諸国・地域向けの進出は総じて減少に転じた。これは大阪経済の長引く低迷やアジア経済危機の影響、さらにアジア諸国の経済成長の鈍化などによるものと思われる。

在阪企業のアジア諸国・地域への最初の進出時期については、シンガポールが1957年、香港が1960年、台湾とタイが1961年、マレーシアが1965年、フィリピンが1967年、インドネシアが1969年、インドが1975年、中国が1983年、そして旧社会主義国であるベトナムが1996年となっている。また、在阪企業のアジア諸国・地域向けの進出ピークは、中国が1995年の65社、香港が1995年の13社、台湾が1987年の7社、シンガポールが1996年の12社、韓国が1973年の5社、タイが1997年の11社、インドネシアが1996年の13社、そしてマレーシアが1990年の9社となっている。つまり、在阪企業の主なアジア諸国・地域向けの進出の最も盛んだった時期は、円が最も高く評価された1995年－1997年の間であった。

表11 五年ごと在阪企業アジア向け進出の動向

(単位：社、%)

期 間		-60	61-65	66-70	71-75	76-80	81-85	86-90	91-95	96-
NIES4	法人数 (構成比)	2 (100.0)	13 (76.5)	17 (48.6)	25 (47.2)	32 (66.7)	20 (52.6)	71 (49.3)	50 (18.0)	45 (20.5)
香港	法人数 (構成比)	1 (50.0)	2 (11.8)	3 (8.6)	7 (13.2)	5 (10.4)	5 (13.2)	17 (11.8)	23 (8.3)	4 (1.8)
台湾	法人数 (構成比)	0 (0.0)	8 (47.1)	12 (34.3)	1 (1.9)	6 (12.5)	7 (18.4)	18 (12.5)	9 (3.2)	11 (5.0)
シンガポール	法人数 (構成比)	1 (50.0)	3 (17.6)	1 (2.9)	8 (15.1)	17 (35.4)	8 (21.1)	29 (20.1)	14 (5.0)	24 (10.9)
韓国	法人数 (構成比)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.9)	9 (17.0)	4 (8.3)	0 (0.0)	7 (4.9)	4 (1.4)	6 (2.7)
ASEAN4	法人数 (構成比)	0 (0.0)	4 (23.5)	18 (51.4)	24 (45.3)	15 (31.3)	9 (23.7)	55 (38.2)	80 (28.8)	71 (32.3)
タイ	法人数 (構成比)	0 (0.0)	3 (17.6)	10 (28.6)	5 (9.4)	3 (6.3)	1 (2.6)	24 (16.7)	21 (7.6)	30 (13.6)
インドネシア	法人数 (構成比)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (14.3)	9 (17.0)	4 (8.3)	1 (2.6)	5 (3.5)	30 (10.8)	20 (9.1)
マレーシア	法人数 (構成比)	0 (0.0)	1 (5.9)	1 (2.9)	8 (15.1)	7 (14.6)	5 (13.2)	22 (15.3)	24 (8.6)	18 (8.2)
フィリピン	法人数 (構成比)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (5.7)	2 (3.8)	1 (2.1)	2 (5.3)	4 (2.8)	5 (1.8)	3 (1.4)
中国	法人数 (構成比)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (15.8)	14 (9.7)	142 (51.1)	91 (41.4)
インド	法人数 (構成比)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (5.7)	1 (2.1)	2 (5.3)	4 (2.8)	6 (2.2)	6 (2.7)
ベトナム	法人数 (構成比)	0 (0.0)	4 (1.8)							
他	法人数 (構成比)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.9)	0 (0.0)	1 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (1.4)
アジア合計	法人数	2	17	35	53	48	38	144	278	220

(出所) 表1に同じ。

## Ⅶ 海外進出の動機

在阪企業の海外進出動機は、(1) 市場：現地市場の確保と開拓、(2) 生産：国際的な生産ネットワークの構築、(3) 労働：労働力の確保と利用、(4) 情報：情報の収集、(5) 流通：国際的な流通ネットワークの構築、(6) 優遇：現地政府の優遇制度の利用、(7) 第三国：第

三国への製品の輸出、(8) 開発：商品の企画・研究と開発、(9) 逆輸入：日本への逆輸入、(10) 資源：資源・素材の確保と利用、(11) 統括：地域統括機能の強化、(12) 資金：資金調達の運用・為替リスク対策、(13) 摩擦：通商摩擦の回避である。

表12は、地域別在阪企業の進出動機を集計したものである。世界全体をみると、在阪企業の進出動機については、「現地市場の確保と開拓」を挙げた海外法人数が最も多く743社となり、有効回答総数993社のうち74.8%を占める。また、「国際的な生産ネットワークの構築」を挙げた海外現地法人が367社で全体の37.0%、「労働力の確保と利用」が191社で、同19.2%、「情報の収集」が161社で同16.2%、そして「国際的な流通ネットワークの構築」が152社で同15.3%となっている。つまり、在阪企業は海外市場の確保・拡大と新たな生産流通拠点の設立を主な目的として海外進出を行っている。なお、他の動機については、回答した海外法人数が少なく、「現地政府の優遇制度の利用」、「第三国への製品の輸出」と回答した海外現地法人はそれぞれ97社と93社で全体の9.8%と9.4%を占めている。「商品の企画・研究と開発」、「逆輸入」と「通商貿易摩擦の回避」と回答した海外法人数はさらに少なくなり、いずれも全体の6%以下である。

次に、進出動機を地域別に比較してみよう。アジア向け、ヨーロッパ向け、北アメリカ向けを問わず、在阪企業は現地国の市場の確保と生産拠点の拡大を最も重要な目的としている。ただし、アジア向け進出については「労働力の確保と利用」を理由とした企業が159社となり、これはアジア現地法人数合計の31.1%を占めている。それに比べて、ヨーロッパ向けと北米向けの進出については、同理由を選んだ現地法人数は、それぞれ同地域現地法人数全体の6.6%と6.2%でしかない。つまり、アジアにおける低廉・豊富な労働力を狙った在阪企業の進出が多いことがわかる。また、アジア諸国・地域の外資導入の優遇政策は、在阪企業にとって魅力的なものとなっている。「現地政府の優遇制度の利用」を理由としてアジアに進出した現地法人数は61社で、アジア全体の11.9%を占めている。これはヨーロッパの7.0%や北アメリカの4.6%を超えている。なお、アジアの近隣諸国・地域が日本と地理的に近く、しかも労働と資源のコストが低いため、「第三国への輸出」、「逆輸入」と「資源の利用」を理由としたアジアへの進出もヨーロッパと北アメリカを上回っている。ただし、「市場の確保と拡大」、「商品の企画・研究と開発」、「情報収集」と「国際的な流通ネットワークの構築」を進出の理由として挙げた現地法人の割合については、アジアにおける数値は、ヨーロッパと北米には及ばない。これは欧米の市場規模と発展水準がアジア近隣諸国を上回るためと考えられる。要するに、在阪企業のアジア諸国・地域への進出動機と欧米への進出動機の間には明らかな相違があることがわかる。

アジア諸国・地域の中でも、在阪企業の進出動機は種々様々である。これについては、表13に示されている。中国への進出動機としては、「生産」、「市場」、「労働」と「逆輸入」が

主な理由に挙げられている。そのうち、「生産」を挙げた現地法人は130社の中87社(66.9%)、「市場」を挙げた現地法人は83社(63.8%)、「労働」を挙げた現地法人は39社(30.0%)、そして「逆輸入」を挙げた現地法人は27社(20.8%)であった。

香港への進出要因については、「市場」を挙げた現地法人は46社の中37社(80.4%)、「生産」を挙げた現地法人数は13社(28.3%)、「流通」を挙げた現地法人は12社(26.1%)、「第三国」を挙げた現地法人は11社(23.9%)、そして「情報」を挙げた現地法人は10社(21.9%)である。香港への進出動機の特徴は、「市場の確保と拡大」、「流通」と「情報」を進出の要因として挙げた現地法人の比率が大きいことである。

台湾を選んだ理由としては、「市場」を挙げた現地法人は56社中の46社(82.1%)、「生産」を挙げた現地法人数は21社(37.5%)、「労働」を挙げた現地法人数は17社(30.4%)であった。

シンガポール進出の動機は、前述した香港進出の動機と相似している。シンガポールへの進出要因としては、「市場」を挙げた現地法人は最も多く、70社うちの56社(80.0%)、「生産」を挙げた現地法人数は16社(22.9%)、「流通」を挙げた現地法人が15社(21.4%)、「労働」を挙げた現地法人数が14社(20.0%)、「第三国」と「情報」を挙げた現地法人は同数の13社(18.6%)であった。

韓国への進出動機については、「優遇」と「労働」を進出理由として選んだ現地法人の比率は比較的が多い。「優遇」と「労働」を挙げた現地法人は、それぞれ6社(23.1%)と11社(42.3%)に達した。

タイは、中国とシンガポールに次いで在阪企業の第3番目の大きな投資先である。タイへの主な進出動機は、「市場」、「生産」と「労働」が挙げられる。NIES4への進出動機と比べてみると、タイへの進出動機については、「市場」を挙げた現地法人の比率(71.4%)はNIES4の同比率より低い、「逆輸入」、「生産」と「労働」を挙げた現地法人の比率がNIES4の同比率より高い。

インドネシアへの進出動機として、「労働」、「優遇」、「第三国」と「逆輸入」を挙げた現地法人の比率は比較的が多い。40社現地法人の中、「労働」、「優遇」、「第三国」と「逆輸入」を挙げた企業は、それぞれ21社(52.5%)、8社(20.0%)、6社(15.0%)と5社(12.5%)である。つまり、インドネシアの優遇措置のもとで、豊富な労働力を利用して製品を生産し、そして製品を第三国あるいは日本に輸出するのは、在阪企業のインドネシア進出の主な原因と考えられる。

表12 地域別海外進出の動機（地域別）（複数回答）

（単位：社、％）

		アジア	ヨーロッパ	北 米	中南米	オセアニア	アフリカ	世界全体
市 場	回答数 (比率)	368 (71.9)	172 (80.8)	153 (77.7)	26 (70.3)	20 (66.7)	4 (100.0)	743 (74.8)
生 産	回答数 (比率)	231 (45.1)	56 (26.3)	62 (31.5)	11 (29.7)	6 (20.0)	1 (25.0)	367 (37.0)
労 働	回答数 (比率)	159 (31.1)	14 (6.6)	12 (6.1)	4 (10.8)	2 (6.7)	0 (0.0)	191 (19.2)
情 報	回答数 (比率)	53 (10.4)	42 (19.7)	57 (28.9)	4 (10.8)	5 (16.7)	0 (0.0)	161 (16.2)
流 通	回答数 (比率)	57 (11.1)	48 (22.5)	32 (16.2)	8 (21.6)	7 (23.3)	0 (0.0)	152 (15.3)
優 遇	回答数 (比率)	61 (11.9)	15 (7.0)	9 (4.6)	9 (24.3)	2 (6.7)	1 (25.0)	97 (9.8)
第 三 国	回答数 (比率)	57 (11.1)	21 (9.9)	13 (6.6)	1 (2.7)	1 (3.3)	0 (0.0)	93 (9.4)
開 発	回答数 (比率)	14 (2.7)	18 (8.5)	25 (12.7)	1 (2.7)	2 (6.7)	0 (0.0)	60 (6.0)
逆 輸 入	回答数 (比率)	45 (8.8)	4 (1.9)	5 (2.5)	1 (2.7)	1 (3.3)	0 (0.0)	56 (5.6)
資 源	回答数 (比率)	24 (4.7)	2 (0.9)	8 (4.1)	6 (16.2)	4 (13.3)	0 (0.0)	44 (4.4)
統 括	回答数 (比率)	18 (3.5)	10 (4.7)	13 (6.6)	0 (0.0)	1 (3.3)	0 (0.0)	42 (4.2)
資 金	回答数 (比率)	1 (0.2)	15 (7.0)	6 (3.0)	0 (0.0)	2 (6.7)	0 (0.0)	24 (2.4)
随 伴	回答数 (比率)	9 (1.8)	2 (0.9)	5 (2.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	16 (1.6)
摩 擦	回答数 (比率)	2 (0.4)	7 (3.3)	3 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (1.2)
有効回答数 合計		512	213	197	37	30	4	993

(出所) 表1に同じ。

表13 在阪企業アジア向け進出の動機（国・地域別）（複数回答）（単位：社、%）

		中 国	香 港	台 湾	シン ガ ポ ール	韓 国	タ イ	イン ド ネ シア	マ レ ー シ ア	フィ リ ピ ン	イン ド	ベ ト ナ ム	他
開 発	回答数 (比率)	2 (1.5)	1 (2.2)	3 (5.4)	5 (7.1)	0 (0.0)	1 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (6.7)	1 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
逆輸入	回答数 (比率)	27 (20.8)	2 (4.3)	1 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (9.5)	5 (12.5)	4 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
市 場	回答数 (比率)	83 (63.8)	37 (80.4)	46 (82.1)	56 (80.0)	21 (80.8)	45 (71.4)	27 (67.5)	31 (62.0)	12 (80.0)	6 (54.5)	1 (100.0)	3 (75.0)
資 金	回答数 (比率)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
資 源	回答数 (比率)	10 (7.7)	1 (2.2)	1 (1.8)	4 (5.7)	0 (0.0)	1 (1.6)	1 (2.5)	3 (6.0)	2 (13.3)	1 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
情 報	回答数 (比率)	7 (5.4)	10 (21.7)	6 (10.7)	13 (18.6)	1 (3.8)	7 (11.1)	1 (2.5)	6 (12.0)	2 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
生 産	回答数 (比率)	87 (66.9)	13 (28.3)	21 (37.5)	16 (22.9)	10 (38.5)	29 (46.0)	21 (52.5)	22 (44.0)	5 (33.3)	6 (54.5)	1 (100.0)	0 (0.0)
労 働	回答数 (比率)	39 (30.0)	6 (13.0)	17 (30.4)	14 (20.0)	11 (42.3)	28 (44.4)	21 (52.5)	16 (32.0)	5 (33.3)	2 (18.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
第三国	回答数 (比率)	12 (9.2)	11 (23.9)	6 (10.7)	13 (18.6)	1 (3.8)	5 (7.9)	6 (15.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (25.0)
統 括	回答数 (比率)	5 (3.8)	3 (6.5)	1 (1.8)	3 (4.3)	1 (3.8)	1 (1.6)	1 (2.5)	2 (4.0)	1 (6.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
摩 擦	回答数 (比率)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.8)	0 (0.0)	1 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
優 遇	回答数 (比率)	8 (6.2)	0 (0.0)	7 (12.5)	8 (11.4)	6 (23.1)	8 (12.7)	8 (20.0)	11 (22.0)	1 (6.7)	3 (27.3)	0 (0.0)	1 (25.0)
流 通	回答数 (比率)	5 (3.8)	12 (26.1)	7 (12.5)	15 (21.4)	1 (3.8)	7 (11.1)	3 (7.5)	3 (6.0)	3 (20.0)	1 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
回答数合計		130	46	56	70	26	63	40	50	15	11	1	4

（出所）表1に同じ。

マレーシアへの進出動機について考察すると、「労働」、「優遇」、「第三国」と「逆輸入」が進出の目的として大きく挙げられた点で、インドネシアへの進出動機と相似する点が多い。ただし、マレーシアの場合、「労働」を挙げた企業の比率32.0%は、インドネシアの同52.5%より20%程度低い。これについてはマレーシアの人口がインドネシアより少ないことやマレーシアの生産コストがインドネシアより高いことなどが挙げられる。

フィリピンに進出した在阪企業の現地法人の数は、NIES4の中で最も少ない。フィリピンへの投資の動機を「市場」とした現地法人の比率は、80.0%に達した。しかし、その一方「資金」、「第三国」と「逆輸入」を目的とした企業はゼロとなった。

## Ⅷ 収益状況

在阪企業の海外現地法人の収益状況（1997年と1998年）について考えると、「順調」を挙げた企業の比率は65.9%、「収支均衡」を挙げた企業の比率は20.1%、そして「欠損」を挙げた企業の比率は14.0%である。つまり、世界全体における在阪企業の収益状況をみると、「黒字」企業数は「赤字」企業数を大きく上回っている（表14）。

「順調」を挙げた企業の比率をみると、地域間収益状況の格差は見当たらない。しかし、「欠損」を挙げた企業の比率を地域別に比較してみると、オセアニアにおける在阪企業の営業状況が最もよいことが分かる。北米とヨーロッパにおいては、欠損企業の比率は、それぞれ11.9%と13.1%で、オセアニアの同比率には及ばないが、アジアと中南米の同比率より高いことがわかる。また、欠損企業の比率が15.4%となったアジアでは、在阪企業の営業状況は中南米における状況よりはよいと言える。中南米地域の欠損企業の比率は20.8%を上回っている。

表14 地域別現地法人の収益状況

(単位：社、%)

		順 調	収支均衡	欠 損	回 答 数
ア ジ ア	回答数 (比率)	238 (65.6)	69 (19.0)	56 (15.4)	363 (100.0)
ヨ ー ロ ッ パ	回答数 (比率)	88 (67.7)	25 (19.2)	17 (13.1)	130 (100.0)
北 米	回答数 (比率)	82 (65.1)	29 (23.0)	15 (11.9)	126 (100.0)
中 南 米	回答数 (比率)	16 (66.7)	3 (12.5)	5 (20.8)	24 (100.0)
オセアニア	回答数 (比率)	13 (65.0)	7 (35.0)	0 (0.0)	20 (100.0)
世 界 全 体	回答数 (比率)	437 (65.9)	133 (20.1)	93 (14.0)	663 (100.0)

(出所) 表1に同じ。

表15 業種別現地法人の収益状況

(単位：社、%)

		順 調	収支均衡	欠 損	回答数合計
化 学	回答数 (比率)	134 (70.2)	31 (16.2)	26 (13.6)	191 (100.0)
機 械	回答数 (比率)	120 (66.3)	39 (21.5)	22 (12.2)	181 (100.0)
食 料 品	回答数 (比率)	19 (82.6)	2 (8.7)	2 (8.7)	23 (100.0)
織 維	回答数 (比率)	44 (49.4)	23 (25.8)	22 (24.7)	89 (100.0)
電 気 電 子	回答数 (比率)	120 (67.0)	38 (21.2)	21 (11.7)	179 (100.0)
全 業 種	回答数 (比率)	437 (65.9)	133 (20.1)	93 (14.0)	663 (100.0)

(出所) 表1に同じ。

業種別にみると、「欠損」企業の比率は繊維業が最も高く、24.7%となっている。それと対照的に、「欠損」企業の比率が一番低いのは食料品で、8.7%である。他の業種の「欠損」企業の比率は何れも11.7%－14.0%の間である。さらに、「順調」と回答した企業の比率を業種別に比較すると、食料品の収益状況が最もよく、繊維業の収益状況が最も厳しいことが分かる。表15に示されたように、食料品の約8割以上の海外現地法人は順調である。繊維業において「順調」と回答した企業の比率は、5割を下回っている。また、化学、機械と電気・電子業については、順調企業のシェアは約7割に達している。

アジアの中で、「欠損」企業の比率が最も高いのは、アジア通貨・経済危機の打撃を最も大きく受けたインドネシア、タイと韓国である。特に、インドネシアの場合、約3割の在阪企業現地法人は「欠損」状態となった。これは、アジア通貨・経済危機以降、政情不安に落ち込んだインドネシアにおける在阪企業の経営が厳しいことを示している。アジア通貨・経済危機の打撃を大きく受けた韓国、タイとマレーシアにおいては、在阪企業経営状態は良くない。韓国、タイとマレーシアにおいては、「欠損」となった進出企業の比率は、それぞれ25.0%、23.3%と18.2%となっている。1996－1997年の間、在阪企業の中国進出がブームとなった。しかし、そのブームの裏側には不振な事業も存在している。中国での「欠損」となった進出企業の比率は20.2%となった。フィリピンの場合、在阪企業の進出企業数はタイとインドネシアほど多くはないが、回答した11社の現地法人はすべて「順調」か「収支均衡」状態となっている。インフラが比較的整備された香港、台湾とシンガポールにおい

では、在阪企業の経営状態は非常に優れている。香港における在阪企業の現地法人40社のうち、「順調」企業の比率は82.5%に達し、「欠損」の同比率7.5%を大きく上回った。香港と同様に、台湾とシンガポールにおいては、「順調」と答えた企業の比率はそれぞれ76.6%と75.5%となっており、それぞれの「欠損」企業の比率の4.3%と6.1%を大幅に上回っている（表16）。

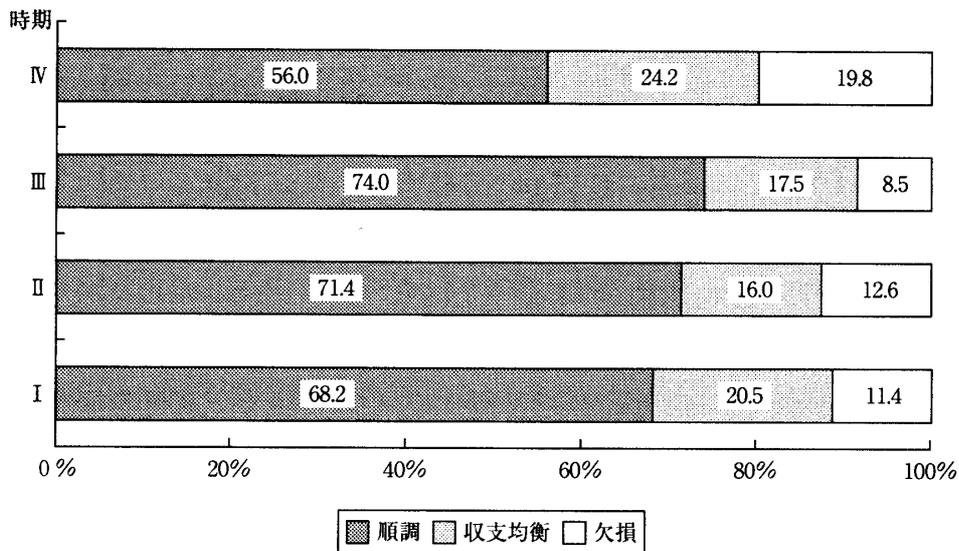
進出時期別収益状況は、図5に示されている。1990年以降進出した現地法人273社のうち、「順調」、「収支均衡」と「欠損」と回答した法人は、それぞれ153社、66社と54社で、全体に占める割合はそれぞれ56.0%、24.2%と19.8%となっている。1990年以前の各時期に進出した海外現地法人の経営状況と比較して、1990年以降進出した現地法人の経営状況は非常に悪いということが示されている。

表16 国別現地法人の収益状況

(単位：社、%)

		順 調	収支均衡	欠 損	回答数合計
中 国	回答数 (比率)	47 (56.0)	20 (23.8)	17 (20.2)	84 (100.0)
香 港	回答数 (比率)	33 (82.5)	4 (10.0)	3 (7.5)	40 (100.0)
台 湾	回答数 (比率)	36 (76.6)	9 (19.1)	2 (4.3)	47 (100.0)
シンガポール	回答数 (比率)	37 (75.5)	9 (18.4)	3 (6.1)	49 (100.0)
韓 国	回答数 (比率)	8 (50.0)	4 (25.0)	4 (25.0)	16 (100.0)
タ イ	回答数 (比率)	23 (53.5)	10 (23.3)	10 (23.3)	43 (100.0)
インドネシア	回答数 (比率)	18 (60.0)	2 (6.7)	10 (33.3)	30 (100.0)
マレーシア	回答数 (比率)	20 (60.6)	7 (21.2)	6 (18.2)	33 (100.0)
フィリピン	回答数 (比率)	8 (72.7)	3 (27.3)	0 (0.0)	11 (100.0)
ベトナム	回答数 (比率)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
イ ン ド	回答数 (比率)	5 (71.4)	1 (14.3)	1 (14.3)	7 (100.0)
そ の 他	回答数 (比率)	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (100.0)

(出所) 表1に同じ。



I : 70年以前、II : 70-79年、III : 80-89、IV : 90以降

図5 進出時期と経営状況

(出所) 表1に同じ。

#### IX 在阪企業と他の都道府県企業の比較

『海外進出企業総覧2000年版（国別編）』に掲載された日本企業の海外向け出資件数は、24,490件（全業種）である。本社所在県別出資件数をみると、出資件数の多い都道府県は、東京都、大阪府、愛知県と神奈川県である。大阪の出資件数は5,392件で、東京の13,146件には及ばないが、愛知県の1,423件と神奈川県の699件より遥かに多い。地域別進出件数を見ると、各都道府県の最大進出先はアジアで、次いで北米、ヨーロッパ、オセアニアとアフリカの順となっている。また、大阪のアジア向けの進出件数が海外進出総件数に占めるシェア60.7%は、東京都の同54.7%、愛知県の54.4%と神奈川県の58.5%を上回っている。つまり、東京都、愛知県と神奈川県の海外進出と比べて、在阪企業の海外進出先国はアジアに集中している。

また、アジア向け在阪企業出資件数3,250件の中、中国向けの出資件数のシェアは31.5%となっている。東京都、愛知県と神奈川県の同シェアはそれぞれ21.0%、25.5%と25.7%となっていることをみると、在阪企業の中国進出は非常に盛んでいることが分かる。同様に、中国のように低廉豊富な労働力を持つインドネシア、マレーシア、インドとベトナム向けの在阪企業出資件数のシェアも東京の同シェアを超えている。つまり、東京と比べて、在阪企

業のアジア進出先は労働賃金コストが安く、将来性のある国々に集中していることが分かる。

表17 地域別県別海外進出先分布の比較

(単位：件、%)

		東京	大阪	愛知	神奈川	その他	全国
アジア	件数 (比率)	7,186 (54.7)	3,271 (60.7)	774 (54.4)	409 (58.5)	3,135 (59.7)	14,001 (57.2)
ヨーロッパ	件数 (比率)	2,155 (16.4)	748 (13.9)	219 (15.4)	108 (15.5)	715 (13.6)	3,726 (15.2)
北米	件数 (比率)	2,527 (19.2)	883 (16.4)	322 (22.6)	143 (20.5)	1,064 (20.3)	4,617 (18.9)
中南米	件数 (比率)	691 (5.3)	271 (5.0)	291 (20.4)	27 (3.9)	198 (3.8)	1,187 (4.8)
オセアニア	件数 (比率)	503 (3.8)	174 (3.2)	43 (3.0)	7 (1.0)	132 (2.5)	816 (3.3)
アフリカ	件数 (比率)	84 (0.6)	45 (0.8)	2 (0.1)	1 (0.1)	13 (0.2)	143 (0.6)
世界全体	件数 (比率)	13,146 (100.0)	5,392 (100.0)	1,423 (100.0)	699 (100.0)	5,253 (100.0)	24,490 (100.0)

(注) 全業種の集計結果。

(出所) 東洋経済新報社『海外進出企業総覧2000年版(国別編)』により作成。

表18 国・地域別県別アジア向けの出資件数

(単位：件、%)

		東 京	大 阪	愛 知	神 奈 川
中 国	件数 (比率)	1,496 (21.0)	1,025 (31.5)	196 (25.5)	105 (25.7)
香 港	件数 (比率)	740 (10.4)	265 (8.2)	64 (8.3)	39 (9.5)
台 湾	件数 (比率)	524 (7.4)	199 (6.1)	64 (8.3)	40 (9.8)
シンガポール	件数 (比率)	754 (10.6)	322 (9.9)	61 (7.9)	54 (13.2)
韓 国	件数 (比率)	265 (3.7)	90 (2.8)	28 (3.6)	23 (5.6)
タ イ	件数 (比率)	1,689 (23.7)	498 (15.3)	162 (21.0)	56 (13.7)
インドネシア	件数 (比率)	522 (7.3)	322 (9.9)	62 (8.1)	18 (4.4)
マレーシア	件数 (比率)	574 (8.1)	286 (8.8)	59 (7.7)	41 (10.0)
フィリピン	件数 (比率)	308 (4.3)	96 (3.0)	26 (3.4)	17 (4.2)
イ ン ド	件数 (比率)	79 (1.1)	55 (1.7)	21 (2.7)	10 (2.4)
ベトナム	件数 (比率)	116 (1.6)	68 (2.1)	10 (1.3)	5 (1.2)
そ の 他	件数 (比率)	47 (0.7)	24 (0.7)	17 (2.2)	1 (0.2)
アジア全体	件数 (比率)	7,114 (100.0)	3,250 (100.0)	770 (100.0)	409 (100.0)

(出所) 表17に同じ。

## X まとめに

アジア近隣諸国・地域への在阪企業の進出は、60年代にNIES4からスタートした。現在の地域別海外現地法人数をみると、在阪企業の主な投資先は、日本と隣接するアジア諸国・地域であることが分かる。化学、機械、食料品と電気・電子の在阪企業海外法人の約半数は

アジアにあり、繊維業については約7割の海外現地法人はアジアに立地している。アジアの近隣諸国・地域における在阪企業の現地法人数は、中国が最も多く、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、台湾、香港、韓国とフィリピンの順となっている。

在阪企業海外進出の主な動機は、国際的な生産拠点の設置と現地市場の確保と開拓である。それ以外の目的は国により異なる。中国の低廉豊富な労働力と市場の将来性、香港とシンガポールの商業、金融業と流通業の発達、台湾と韓国の質の高い労働力とインフラの整備、タイ、インドネシアとマレーシアの低廉な労働力と目立った外資奨励政策などは、在阪企業にとって魅力的な存在である。

大阪の海外現地法人に占めるアジアのシェアは、東京都、愛知県と神奈川県と同シェアを上回っている。これは日本とアジア諸国の関係は、大阪にとって特に重要であることを意味している。中小企業が多く、商業と金融業が非常に発達している大阪にとっては、NIES4が商業と金融業の有望な進出先であり、低廉豊富な労働力と巨大な潜在市場を持つ中国とインドネシアが在阪企業（特に中小企業）の比較的に理想的な進出国であると考えられる。

ただし、最近の海外進出企業の経営状態は、1997年のアジア通貨・金融の影響もあって、厳しくなっている。特にアジアに進出した繊維業の現地法人の中で、黒字企業は5割を下回っている。海外進出には、進出先を選択する必要があるとともに企業の自らの技術革新とグローバル経営の改善も必要である。

## 参考文献

大野健一・桜井宏二郎『東アジアの開発経済学』有斐閣アルマ、1999年。

大阪商工会議所・国際投資交流特別委員会『在阪企業の海外進出のあり方』大阪商工会議所、2000年。

笈武雄・赤松弥太郎『日中合弁企業奮闘記—中国進出と撤退のドラマ』蒼蒼社、1998年。

小林英夫『東アジアの日系企業』日本評論社、1992年。

島田克美・藤井光男・小林英夫『現代アジアの産業発展と国際分業』ミネルヴァ書房、1997年。

関口末夫・田中宏・日本輸出入銀行海外投資研究所『海外直接投資と日本経済』東洋経済新報社、1997年。

高倉信昭『海外進出の企業戦略』財経詳報社、1998年。

滝井光夫・福島光丘『アジア通貨危機—東アジア動向と展望』日本貿易振興会、1998年。

東洋経済新報社『週刊東洋経済海外進出企業総覧2000年版（会社別編）』東洋経済新報社、2000年。

東洋経済新報社『週刊東洋経済海外進出企業総覧2000年版（国別編）』東洋経済新報社、2000年。

日本輸出入銀行『海外投資研究所報』日本輸出入銀行、1997年。

原田泰『図解アジア経済』東洋経済新報社、1999年。

三菱総合研究所『中国情報ハンドブック2000年版』蒼蒼社、2000年。