

長野県企業の海外進出の現状とその推移

兼村 智也

目 次

はじめに

I. 県内企業の進出状況

II. 県内企業の海外進出の推移

おわりに

はじめに

製造業の国内生産が減少し「世界の工場」中国が注目を集めるなか、セットメーカーを中心とした海外生産が一層顕著なものになりつつある。これらセットメーカーに主として部品を供給する地域の中小企業も、技術的に「海外では困難」など付加価値の追求が国内で可能な一部の企業はともかくとしても、多くは好むと好まざるとアジア、特にその中国を視野に入れた事業展開せざるを得ない状況にある。現に、このなかには自らも海外進出に踏み出し拡大する海外市場を積極的に取り込む地域の中小企業もみられている。

こうした取り組みは、国内でも地域によっても随分と温度差があるようであるが、そのなかでも長野県は割合ベース（進出企業数／域内企業数：製造業に限る）で最も海外進出が進む諏訪地域を抱える都道府県である¹。地域産業と海外進出という視点からみれば、こうした「先進地域」を分析することは地域と海外との結びつきがどのような状況にあるのか、またそうした状況を、他地域に示唆を与える先行指標として捉えることもできる。そこで本稿では、長野県企業における海外進出の現状とその推移を明らかにし、今後の研究課題を提示することを目的としている。

なお海外進出企業のデータとしては、長野県貿易協会が発行する「長野県関係企業海外事業所名簿」²（平成14年3月発行）を用いている。ここでいう海外進出とは①製造現地法人³（以下、製法とする）、②販売現地法人⁴（以下、販法とする）、③駐在員⁵という三つの形態を指す。なお同名簿に掲載されている海外進出企業には、県内に生産子会社などを有するものの、本社は東京などにある、いわゆる県外資本の企業の進出も含まれている。これらの企業は海外進出に係る意志決定権限が県内にはなく、厳密な意味で地域企業とは言いがたい。したがって以下の分析には同名簿からこれらの企業を除いている。

I. 県内企業の進出状況

企業の海外進出には大きく二つの捉え方がある。一つは、国内に視点を置く捉え方で、この場合、ある企業1社が海外に複数の法人等を持っていたとしても、進出数は1社となる。

1 日経新聞社のアンケート調査（2001年実施）によると、国内産業集積のなかで海外生産している企業の割合が最も高いのが諏訪、次いで山形、浜松、豊田、東大阪、大田、広島、北九州、門真、日立という調査結果がある。

2 同名簿は県内に事業所がある製造業を営む企業を対象に、平成11（1999）年12月末日現在で海外事業所の状況を調査したもの（可能な限り平成12（2000）年12月末日現在のデータに更新済み）で、同協会が把握できた範囲内でのデータを掲載したものである（以上、同名簿脚注より）。

3 現地において、子会社（現地法人化）を設立し製造及び製造と販売の両方を行っているもの。

4 現地において、子会社（現地法人化）を設立し販売を行っているもので、製造を行わないもの。

5 駐在員を長期滞在させ、宣伝活動、市場調査、アフターサービス等の業務を行っているもの。

二つは、海外に視点を置く捉え方で、ある企業1社が海外に複数の法人を海外に有していた場合、海外進出数はその数分となる。本稿では前者を「海外進出企業」（単位は社数）、後者を「海外事業所」（件数）と使い分けている。

これを踏まえ、まず2000年⁶の長野県内の海外進出企業数をみると2社で、同年までの累計は129社⁷である。進出企業129社の規模についてみると、従業員300人以下または資本金3億円以下という中小企業の定義（製造業に限る）にあたる企業は99社で全体の77%を占めている。

一方、2000年の海外事業所設立件数は20件、同年までの累計は426件⁸である。これらより進出企業1社あたりの海外事業所は3.3件となる。所有件数別に進出企業数をみると、11件以上の海外事業所を持つ企業は県内に8社あり、これらは全て大企業である。逆に、海外事業所数1件のみの企業は62社と全体の48%を占めており、このうちの55社（89%）は中小企業である。但し、中小企業においても海外に8～10件と多くの事業所を持つ企業がみられていることにも留意が必要である（図表1）。

図表1. 所有する海外事業所数と企業規模との関係

所有する海外事業所件数	大企業	中小企業	合計
11件以上	8		8社
10		1	1社
9		1	1社
8		1	1社
7	4	1	5社
6		2	2社
5	1	2	3社
4	2	3	5社
3	2	11	13社
2	6	22	28社
1	7	55	62社
合計	30社	99社	129社

（資料）長野県貿易協会「長野県関係企業海外事業所名簿」
（平成14年3月発行）を基に作成。

次に海外事業所426件の進出形態をみると、製法が219件と全体の51%を占め、次いで販法が158件（37%）、駐在が40件（9%）である。その他としては開発2、統括1、地域統括1、地域本社1、支店1（いずれもセイコーエプソン）、販売会社統括2（飯山電機）、物流・倉庫1（三協精機製作所）である。

国別では中国が最も多く84件、次いで米国58件、香港46件となっている。これを進出形態別にみると製法の割合が高い国が多く、なかでもインドネシアは87%、中国は81%を占めている。一方、販法の割合が高いのは香港、米国でそれぞれ78%、53%となっている（図表2）。

6 可能な限り2000年12月末日データに更新済み（長野県関係企業海外事業所名簿より）。

7 ちなみに同名簿に記載されている進出企業数は205社である。

8 同名簿に記載される海外事業所件数は705件である。

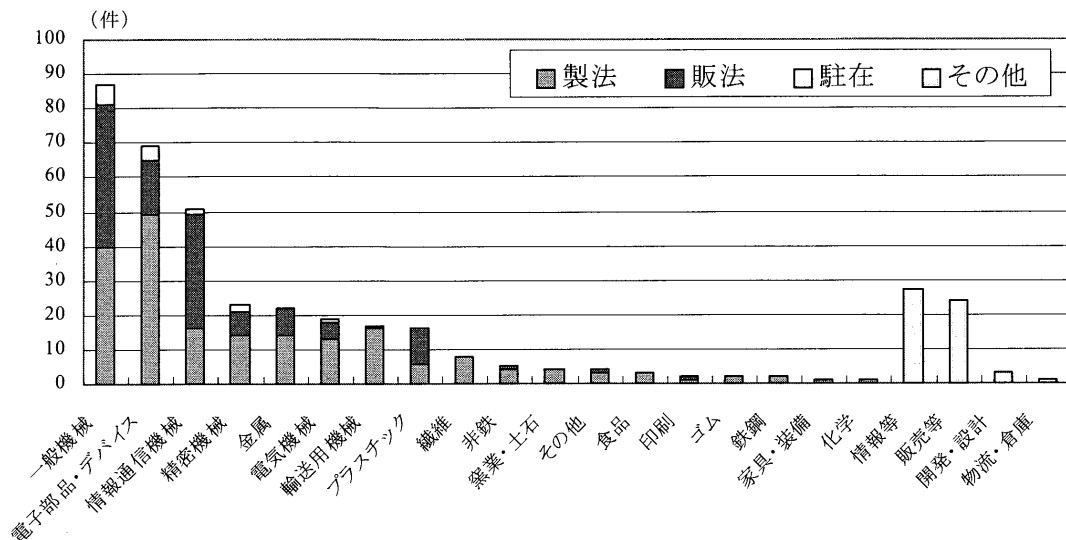
図表2. 国別・進出形態別にみる海外事業所数

	製法	販法	駐在	その他	合計
中国	68	6	8	2	84件
米国	16	31	8	3	58件
香港	6	36	4	0	46件
シンガポール	19	15	2	0	36件
タイ	22	6	2	0	30件
台湾	20	6	1	0	27件
インドネシア	20	1	2	0	23件
マレーシア	15	5	0	0	20件
合計	186件	106件	27件	5件	324件

(資料) 図表1に同じ。

次に海外事業所数を業種別にみると、一般機械が最も多く87件と全体の20%を占めている。次いで電子部品・デバイスが69件(16%)、情報通信機械が51件(12%)と続いており、この上位三業種と第四位の精密機械以下とのあいだに開きがある。さらに、この上位三業種を進出形態別にみると一般機械では製法と販法がほぼ同じ、電子部品・デバイスでは製法が多く、情報通信機械では販法が多いという違いがみられる(図表3)。

図表3 業種別・進出形態別にみる海外事業所数



(注) その他とは業種(取扱品目)不明で進出形態としては情報収集等,販売等,開発・設計,物流・倉庫。
(資料) 図表1に同じ。

この上位三業種の企業規模をみると、一般機械87件のうち50件（57%）、電子部品・デバイス69件のうち51件（74%）、情報通信機械51件のうち40件（78%）を大企業が占めている（図表4）。

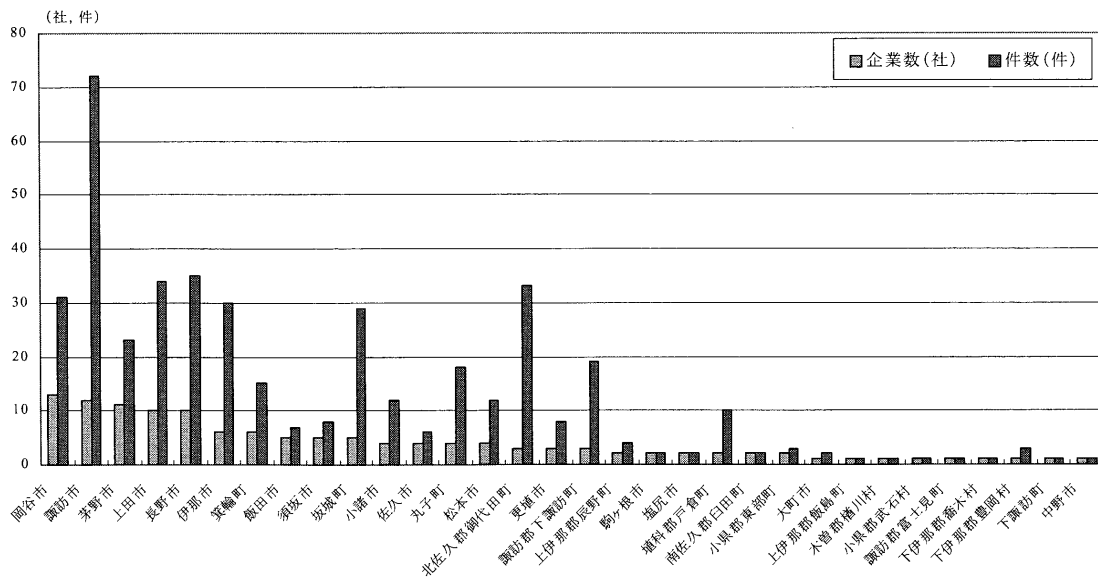
図表4. 業種別・企業規模別にみる海外事業所数

	大企業	中小企業	大企業比率
一般機械	50件	37件	57.5%
電子部品・デバイス	51	18	73.9
情報通信機械	40	11	78.4
精密機械	6	17	26.1
金属	2	20	9.1
電気機械	10	9	52.6
輸送用機械	14	3	82.4
プラスチック	9	7	56.3
繊維	0	8	0.0
非鉄	0	5	0.0
窯業・土石	0	4	0.0
その他	1	3	25.0
食品	1	2	33.3
印刷	1	1	50.0
ゴム	0	2	0.0
鉄鋼	0	2	0.0
家具・装備	0	1	0.0
化学	0	1	0.0

（資料）図表1に同じ。

次に進出企業129社の県内地域分布をみてる（図表5）。進出企業が最も多いのは岡谷市で13社、次いで諏訪市12社と諏訪地域が1、2位を占める。海外事業所数426件について同様にみると諏訪市が72件、次いで長野市が35件となっており、進出企業数で1位であった岡谷市は31件（5位）に留まる。これは諏訪市のセイコーエプソン（57件）、長野市の新光電気工業（11件）など海外に多数の事業所を持つ大企業が地域に立地していることによる。逆に言えば、進出企業数と事業所数が近いところほど、1社1事業所の進出、すなわち海外進出において中小企業性が高い地域といえる。

図表5 県内地域別にみる進出企業数と事業所数

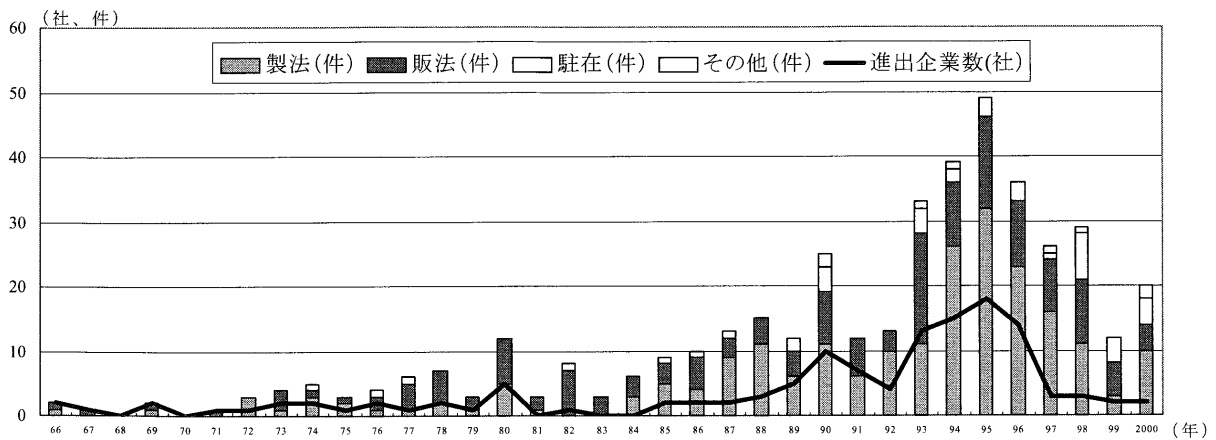


(資料) 図表1に同じ。

II. 県内企業の海外進出の推移

次に、長野県の海外進出企業数を時系列でみる（図表6の折れ線グラフ）。長野県企業の海外進出は1966年のK O Aの台湾進出（製法）、三協精機製作所のドイツ進出（販法）から始まったが、80年代中頃までは毎年1、2社という低いレベルで推移した。増加基調が顕著になり始めたのは80年代末からで95年にはピークの18社の進出数に達した。その後、大きく減少に転じ90年代後半は毎年2、3社というところで推移している。

図表6 県企業の海外進出企業数と形態別進出件数の推移

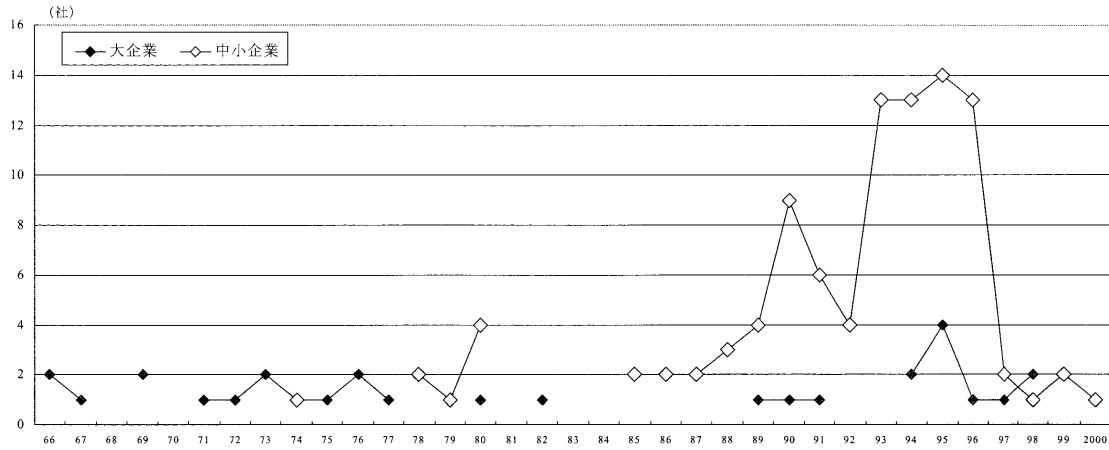


(注) 折れ線グラフが進出企業数(社)、棒グラフが海外事業所数(件)

(資料) 図表1に同じ。

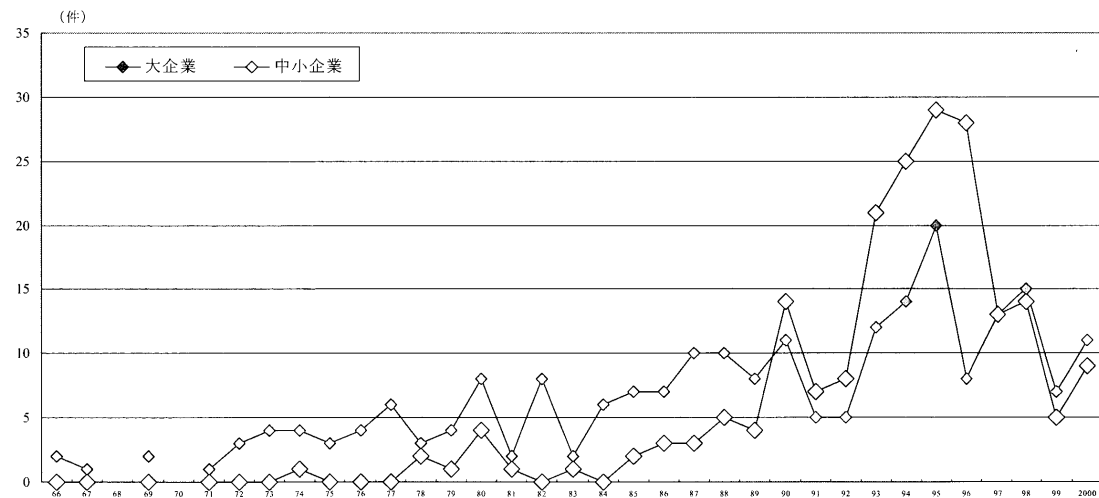
これら進出企業を企業規模別にみると、当初は大企業中心の海外進出であったが、80年代末からにかけての増加は、ほとんど中小企業の進出によるものであることがわかる（図表7）。これらデータのうえでは県内大企業の後を追うように中小企業も海外進出を果たしたことがみてとれる。

図表7 企業規模別にみる海外進出企業数の推移



(資料) 図表1に同じ。

図表8 企業規模別にみる海外事業所数の推移



(資料) 図表1に同じ。

次に、海外事業所数の推移（図表6の棒グラフ）についてみると、三つの拡大期があることがわかる。一つ目は80年までの拡大（以下、第一期とする）、二つ目は80年から90年にかけての拡大（第二期）、そして三つ目は93～95年にかけてみられる拡大（第三期）である。

これらそれぞれの拡大期を進出企業数、進出形態（以上、図表6）、企業規模（図表7、8）、進出先（図表9）との関係を見ると次のことが指摘できる。まず第一期であるが、海外事業所数が拡大するなかでも進出企業数は低い水準で横ばいである。すなわち、この期の拡大は既に進出した大企業の事業所増設によるものであることがわかる。主だったところでは、69年に初めてフランスに販法を設立したセイコーエプソンはこの期に10件、71年にイギリスに販法を設立したミネベアは7件、前記した三協精機も7件の事業所を構えている。事業所を形態別でみると第一期は販法が中心で（図表6）、事業所を設置する国としては米国、シンガポール、台湾に多く見られる（図表9）。

第二期の拡大では、大企業の新規進出がほとんどみられないところに大きな特徴がある（図表7）。これより海外事業所の拡大は、すでに進出する大企業の事業所増設（図表8）と、この時期から顕在化する中小企業の新規進出（図表7）によってもたらされていることがわかる。大企業では先述したセイコーエプソンが26件、ミネベアが13件、さらに増加させている。また図表1でみた現在、海外に複数事業所を有する中小企業のほとんどが、この時期から進出を開始している。進出形態では製法が増加の要因となっており、事業所設置国としては米国に加え、香港、タイなどに多くみられる。

第三期の拡大では、中小企業の新規進出が急拡大した時期である（図表7）。これに加え進出済み中小企業の2件目、3件目といった事業所増設も合わせてみられている。形態別にみると第三期も第二期同様、製法が増加の牽引役となっており、事業所設置国としては第二期まで8件に留まっていた中国が急拡大、第三期だけで37件増加させ、米国を凌ぐ多さとなっている。

図表9. 主要進出先別にみる海外事業所数の推移

	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85
中国																				3
米国								1		2	2	4	1	2	7		1		2	2
香港								1	2						1		2			1
シンガポール							2	1					1		2	2	1			1
タイ									1						1				2	
台湾	1	1		1						1	1		1	1	1	1				1
インドネシア																			1	
マレーシア								1	1								1			

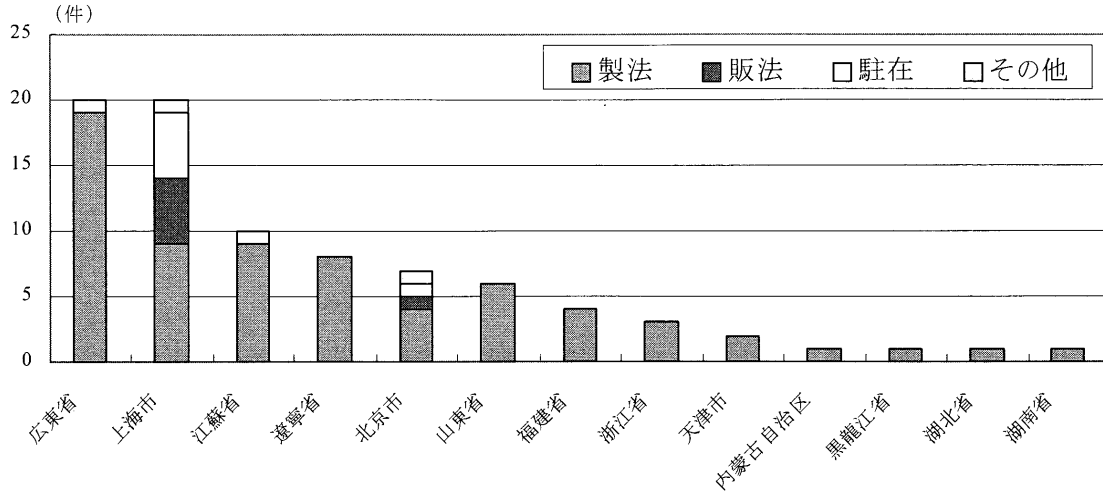
	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	合計
中国			1	1	3	2	5	3	14	20	9	3	12	1	7	84件
米国	1		5	2	4			3	1	3	1	4	5	2	3	58件
香港	1	2	1	1	3	1		11	5	7	4		1	2		46件
シンガポール	2	1		2		1	1	6	1	3	6		2	1		36件
タイ		1	4		4		1	1	3	1	6	2			3	30件
台湾	4	1		1			1	1		2		3	1	1	2	27件
インドネシア				1	1	1	1		5	2	3	7	1			23件
マレーシア			1		3	3	1	2	3	1	1	1			1	20件

（資料） 図表1に同じ。

さらに90年代末から2000年にかけての動きをみると、前記したように進出企業数は2～3社で推移するなか、事業所数は99年に一旦、大きく減少するものの2000年には再び増加に転じており、その数は20件となっている。2000年の進出企業数は中小企業1社（図表7）であることから、残りの19件分は増設された事業所ということになる。これを企業規模別にみると大企業が11件、中小企業が進出企業数1社分を除く8件となり、増設分の半数近くが依然、中小企業によって担われていることがわかる（図表8）。国別では、やはり中国が7件と多くなっている。

ちなみに、その中国の事業所を地域別にみると広東省と上海市が最も多く20件となっている。但し、その形態には大きな違いがみられ、広東省がほぼ全て製法であるのに対し、上海市は販法、駐在などが半分を占める。

図表 10 進出形態別にみる中国の事業所数



(資料) 図表 1 に同じ。

この進出件数の上位 6 地域を時系列で見ると、ここにも違いがみてとれる。つまり初期の進出先は広東省であったのに対し、上海市の改革・開放が始まった92年からは同市が増え始め、近年では隣接する江蘇省にまで広がりを見せていることである (図表11)。特に98年以降の 9 件については非製法がほとんどを占めており (製法 1、販法 3、駐在 4、物流 1)、対中進出も広東型の製造業中心から中国市場を視野に入れたものに変化してきていることがわかる。

図表11. 中国主要進出地域の経年推移

	広東省	上海市	江蘇省	遼寧省	北京市	山東省
85年	2				1	
89						
90	1			1		
91				1	1	
92	1	2	1			1
93		1	1	1		
94	8	2		1		1
95	2	3	3	4	2	3
96	3	3	1			
97			1		1	
98	2	5	1		2	
99		1				
2000	1	3	2			1
合計	20件	20件	10件	8件	7件	6件

(資料) 図表 1 に同じ。

なお業種ごとにみた推移については大きな特徴はみられない。これは2000年時点での海外拠点の業務内容から分類したものであり、進出当時とは業務内容が異なるためと認識できる。

おわりに

本稿の目的は海外進出が進む長野県企業の状況、その経緯をデータで把握することにある。本稿の最後にデータを通じて明らかになったこと、また今後の研究課題をまとめておきたい。

まず第一に、長野県企業の海外事業所設置には三つの拡大時期があることがある。これらの要因として考えられるのが、円高という海外進出が進む一般的な経営環境要因の他に、以下の県固有の要因があったと推察される。一つに、セイコーエプソン、三協精機など域内大企業の海外生産拡大に伴ない、それらメーカーとのつながりが強い域内関連部品メーカーの海外進出が、まとまった形で表出したことである。また長野県、特に最も海外進出が進む諏訪地域（岡谷、諏訪）では多くの地域企業間のネットワーク⁹が形成されている。こうした地域企業同士の結びつきが、1社単独ではなく数社がまとまるなど海外進出の進展を促したものとも考えられる。いずれにせよ、こうしたことをみていくには県内企業の海外展開の状況を、域内大企業と地域企業との関係を意識しながら地域ごとに分析するなどの詳細な検証が必要になってこよう。

第二に、少なくともデータからは長野県の新規海外進出の伸びは止まっており、むしろ既に進出する企業が海外での事業所をさらに増やしている段階にあることである。こうした傾向は大企業だけではなく、中小企業においても同様で、なかには海外に複数の拠点をもち、アジア全体を視野にいったグローバル戦略をとる企業さえある。特に近年では、その増設先として中国が中心となっており、アジアでの多極化も中国を中心に展開されると想定されることである。これらを含む今後の研究課題であるが、海外進出する企業の国内との分業体制はどのようなものになっているのか、また海外事業所数を増やす企業のなかで、海外生産拡大イコール地域産業の空洞化という因果関係が指摘されるなか、企業ベースでみた場合、果たしてそのような状況にあるのか、海外進出する企業ほど国内での操業も維持できる部分があるのではないかとこの点を明らかにすることである。

参考文献

長野県貿易協会「長野県関係企業海外事業所名簿」（平成14年3月1日発行）

9 例えば岡谷市にはNIOM (New Industry Okaya Members), NEXT, 21経営者研究会など様々な企業グループがある。