

## 第3章 補論

### 北陸企業の国際化の実態と政策課題

#### －北陸 AJEC・北陸経済連合会アンケート調査から－

丸屋 豊二郎・白又 秀治

- 北陸企業の国際化への取り組み状況は、「既に実施」に「実施を検討中」を含めても23.6%で、国際化が進んでいるとはいえない。特に非製造業の国際化の後れが目立つ。非製造業は国際化のハードルが高いといわれてきたが、近年、中国など新興国の経済発展とサービス分野の市場開放で、非製造業の国際化への取り組みが増加している。豊かな文化産業、接客業、地場産業に付随したサービス業など北陸の非製造業の潜在性は高く、今後の展開が期待される。
- 製造業においても、「電子部品・デバイス」、「生産用機械器具」など機械産業の国際化は進展しているが、その他の業種において国際化への取り組みが後れている。しかし、アジアなど新興国では、経済発展に伴う所得の上昇によって高品質、高機能あるいは安心、安全な製品を求める消費者が急増し、日本の衣料、食料品、紙製品などの日用雑貨へのニーズも高まっている。既にタイやインドネシアなどへ日本企業の進出が相次いでおり、北陸企業の追従が期待される。
- 大企業の国際化は進展しているが、中小企業の国際化は後れているという結果が得られた。中小企業の国際化を阻んでいる要因として、海外情報収集やグローバル人材の確保・育成など国際化に必要な固定費用をねん出できないという構造的な問題が指摘されている。このため、産・官・学が一体となって中小企業国際化の円滑化を支援することは重要である。
- 北陸企業の国際化の対象国・地域が中国、ASEAN 主要国に集中しているが、最近、中国から ASEAN 諸国、インドなどへ分散する傾向がみられる。このため、今後は中国など北東アジアだけでなく、東南アジアを含めた地域まで、情報提供、商談会の開催、海外視察団の派遣、留学生の勧誘など支援の輪を広げていくことが求められている。
- 北陸企業の国際化と国内事業活動の関連については、製造業では、企業の国際化は国内売上額・生産にマイナスの影響を与えることもあるが、国内雇用については関連性がみられない。非製造業については、国際化は、むしろ国内売上額、国内雇用ともプラスの効果が働くと推察される。また国際化と本社の経営戦略機能と研究開発機能との関連性については、製造業、非製造業の区別なく、国際化は本社の経営戦略機能と研究開発機能の拡大に貢献すると推察される。

北陸3県の産・官・学が一体となって設立した対岸諸国(東アジア)との経済交流団体である北陸環日本海経済交流促進協議会(北陸AJEC)と北陸地域を基盤とする経済団体である北陸経済連合会(北経連)が実施した北陸企業の国際化の現状に関するアンケートの調査結果を分析し、北陸企業の国際化の実態を概観する。具体的には、北陸企業の国際化への取り組み状況、国際化を実施・検討している国・地域、国際化と国内事業活動との関連(空洞化問題)、そして国際化の今後の取り組みについて分析・検討し、北陸企業の国際化の新たな課題を探る。

## 1. アンケート調査の概要

2つのアンケート調査の目的、調査対象、調査期間、回収状況、それに本社所在地別の調査対象企業、回収数、構成比等は下記のとおりである。

### (1) 北陸AJEC『北陸地域における企業活動の国際化に関する調査』

調査目的:北陸地域と海外との経済交流の状況を整理し、今後の事業活動に反映させる。

調査対象:北陸経済連合会、北陸AJEC、および北陸の各商工会議所(富山、高岡、金沢、七尾、福井、敦賀)の会員企業、計1,995社。

調査期間:2012年(平成24年)8月27日～9月10日

回収状況:1,995社にアンケートを郵送、517社から回答を得た(回収率25.9%)。このうち有効回答数は505社(有効回答率25.3%)で、国際化展開に関する有効回答数は458社(国際化有効回答率23.0%)。

調査対象企業、有効企業数、国際化への有効回答数は表3A-1のとおり。

### (2) 北陸経済連合会『景況などに関する会員アンケート調査』

調査目的:会員の意見、要望を的確、迅速に把握し、その結果を報告するとともに、各方面への要望活動に活かすため。

調査対象:北陸経済連合会会員企業

調査期間:2013年(平成25年)9月2日～9月12日

回収状況:296社にアンケートを郵送し、185社から回答を得た(回収率62.5%)。

本社所在地別、業種別回収数、構成比は表3A-2のとおり。

表 3A-1. 北陸 AJEC『北陸地域における企業活動の国際化に関する調査』

	調査対象		回収		有効回答		国際化への回答	
	企業数	構成比	企業数	構成比	企業数	構成比	企業数	構成比
富山県	758	(38.0)	203	(26.8)	202	(26.6)	185	(24.4)
石川県	596	(29.9)	165	(27.7)	164	(27.5)	148	(24.8)
福井県	632	(31.7)	129	(20.4)	128	(20.3)	117	(18.5)
その他	9	(0.5)	9	(100.0)	9	(100.0)	7	(77.8)
不明	-	-	11	-	2	-	1	-
総数	1,995	(100.0)	517	(25.9)	505	(25.3)	458	(23.0)

(出所) 北陸 AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

表 3A-2. 北陸経済連合会『景況などに関する会員アンケート調査』

本社の所在地	回収数	構成比	業種	回収数	構成比
富山県	71	(38.0)	製造業	59	(31.9)
石川県	61	(33.0)	非製造業	126	(68.1)
福井県	19	(10.3)		185	(100.0)
北陸3県以外	34	(18.4)			
総数	185	(100.0)			

(出所) 北陸経済連合会「景況などに関する会員アンケート調査」。

## 2. 北陸企業の国際化への取り組み状況

### (1) 産業・業種別にみた国際化への取り組み状況

国際化に関する質問に回答した北陸企業 458 社(以下、「回答企業数」という)の国際化<sup>33</sup>への取り組み状況についてみていくことにしよう。まず、回答企業の産業別企業数(構成比)をみると、製造業が 128 社(27.9%)、卸・小売業 126 社(27.5%)、サービス業 114 社(24.9%)、建設業 77 社(16.8%)、電力・ガス等 13 社(2.8%)である。構成比でみると、建設業と電力・ガス等の比率が全国と比較するとやや高めであるが、これは北陸地域の自然環境に応じた経済事情などを反映していると思われる。以下では、製造業と非製造業では業態が異なるため、2つに分けて国際化の傾向を分析する。

まず、国際化への取り組み状況であるが、「既の実施」している企業は 92 社(回答企業数の 20.1%)で、このうち製造業は 49 社(製造業回答企業数の 38.3%)を占め、非製造業は 43 社(非製造業回答企業数の 13.0%)である(表 3A-3)。製造業と非製造業とでは、国際化への取り組み比率において 25%の開きが見られる。これに「実施を検討している」と回答した企業を加えると、製造業 58 社(同 45.3%)に対し、非製造業 50 社(同 15.1%)で、両者の比

<sup>33</sup>「国際化」の定義は、ここでは「海外への直接投資」、「(業務・技術)提携」、それに「貿易(輸出入)」のいずれかに従事している企業を指す。重複している企業もある。

率の差は 30%とさらに広がる。非製造業は文化、習慣、言語などの違いから製造業と比べて国際化のハードルが高いといわれており、この調査結果もそれを裏付けている。

表 3A-3. 北陸企業の国際化への取組状況:産業別

(単位:%)

	既に実施		検討中		必要性を感じる		関心なし	
	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)
建設業 (N=77)	4	(5.2)	1	(1.3)	12	(15.6)	60	(77.9)
製造業 (N=128)	49	(38.3)	9	(7.0)	20	(15.6)	50	(39.1)
卸・小売業 (N=126)	15	(11.9)	2	(1.6)	19	(15.1)	90	(71.4)
サービス業 (N=114)	22	(19.3)	4	(3.5)	11	(9.6)	77	(67.5)
電力・ガス等 (N=13)	2	(15.4)	0	(0.0)	1	(7.7)	10	(76.9)
合計 (N=458)	92	(20.1)	16	(3.5)	63	(13.8)	287	(62.7)

(出所)北陸 AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

それでは、国際化の具体的な内容はどのようになっているのか。既に国際化を実施している 92 社の国際化の内容、つまり「直接投資(海外進出)」、「(業務・技術)提携」、「貿易(輸出入)」への取り組み状況を産業別に示したのが表 3A-4 である。これをみると、「貿易」に従事している企業は 58 社(回答企業数の 12.7%)、海外企業と「提携」している企業は 41 社(同 9.0%)、「直接投資」している企業は 37 社(同 8.1%)である。国際化の段階が「貿易」に始まり、「提携」、「直接投資」へと進展することを考えれば、順当な結果のようにみえるが、国際化の裾野を広げるといふ観点では、貿易に従事する企業が少ないように見受けられる。

表 3A-4. 北陸企業が既に実施している国際化の内容:産業別

(単位:%)

	直接投資		提携		貿易		国際化	
	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)
建設業 (N=77)	2	(2.6)	0	(0.0)	2	(2.6)	4	(5.2)
製造業 (N=128)	18	(14.1)	24	(18.8)	39	(30.5)	49	(38.3)
卸・小売業 (N=126)	7	(5.6)	1	(0.8)	10	(7.9)	15	(11.9)
サービス業 (N=114)	8	(7.0)	14	(12.3)	6	(5.3)	22	(19.3)
電力・ガス等 (N=13)	2	(15.4)	2	(15.4)	1	(7.7)	2	(15.4)
合計 (N=458)	37	(8.1)	41	(9.0)	58	(12.7)	92	(20.1)

(出所)北陸 AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

また国際化への取り組み状況を製造業と非製造業とで比較すると、製造業において「貿易」、「提携」、「直接投資」に従事している企業は、それぞれ 39 社(全製造業の 30.5%)、24 社(同 18.8%)、18 社(同 14.1%)で、非製造業に比べそれぞれ 10%から 25%程度高い。しかし、近年、中国などアジア諸国の経済発展とサービス分野の対外開放によって、運輸・倉

庫、情報サービス、旅行業、レストランなどのサービス業において業務・技術提携や直接投資など国際化への取り組みも高まっている。事実、日本企業の海外展開に関する各種調査をみると、海外展開の時期が製造業と非製造業とで大きく異なる。製造業においては、2000年代前後をピークに減少傾向にあるが、非製造業では、2005年以降、逆に増加する傾向にある。最近、北陸企業でも飲食業、情報産業、不動産業、各種サービス業など非製造業分野での国際展開が目立っており、今後の潜在性に期待される。

次に、製造業の業種別に国際化への取り組み状況を見てみよう(表 3A-5)。業種別に分類すると、サンプル数が少なくなるが、大凡の傾向は把握できる。

表 3A-5. 北陸企業が既に実施している国際化の内容:業種別

(単位: %)

	直接投資		提携		貿易		国際化	
	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)
09 食料品 (N=16)	0	(0.0)	1	(6.3)	3	(18.8)	3	(18.8)
11 繊維 (N=8)	2	(25.0)	3	(37.5)	3	(37.5)	4	(50.0)
14 パルプ・紙・紙製品 (N=5)	0	(0.0)	1	(20.0)	0	(0.0)	1	(20.0)
15 印刷・同関連業 (N=8)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)
16 化学 (N=16)	1	(6.3)	3	(18.8)	7	(43.8)	8	(50.0)
18 プラスチック製品 (N=4)	2	(50.0)	2	(50.0)	2	(50.0)	2	(50.0)
21 窯業・土石 (N=7)	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(14.3)	1	(14.3)
22 鉄鋼 (N=3)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)
23 非鉄金属 (N=5)	2	(40.0)	1	(20.0)	2	(40.0)	3	(60.0)
24 金属製品 (N=15)	3	(20.0)	4	(26.7)	4	(26.7)	6	(40.0)
25 はん用機械器具 (N=4)	0	(0.0)	1	(25.0)	2	(50.0)	2	(50.0)
26 生産用機械器具 (N=11)	6	(54.5)	4	(36.4)	6	(54.5)	9	(81.8)
28 電子部品・デバイス (N=2)	0	(0.0)	1	(50.0)	2	(100.0)	2	(100.0)
29 電気機械器具 (N=11)	1	(9.1)	1	(9.1)	3	(27.3)	4	(36.4)
32 その他製造業 (N=5)	1	(20.0)	1	(20.0)	2	(40.0)	3	(60.0)
上記以外の業種 (N=31)	0	(0.0)	2	(6.5)	3	(9.7)	3	(9.7)
製造業合計 (N=128)	18	(14.1)	25	(19.5)	40	(31.3)	49	(38.3)

(出所) 北陸 AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

国際化に取り組んでいる企業が過半数を占める業種は、「電子部品・デバイス」、「生産用機械器具」、「非鉄金属」、「その他製造業」で、「繊維」、「化学」、「プラスチック製品」、「はん用機械器具」も半分の企業が国際化を実施している。このうち、「生産用機械器具」は半数以上の企業が既に直接投資を実施している。

他方、「食料品」、「パルプ・紙・紙製品」、「印刷・同製品」、「窯業・土石」など国内需要志向の強い産業では、企業の国際化への関心は希薄であることが伺える。

(2) 規模別にみた国際化への取り組み状況

それでは企業規模は北陸企業の国際化にどのような影響を与えているのであろうか。表 3A-6 は従業員、資本金、売上額のそれぞれの規模別に、国際化への取り組みを「既に実施」及び「実施を検討中」している企業と、「関心なし」及び「(検討はしていないが、) 必要性を感じる」企業とに二分して、それぞれの企業数とそのシェアを示したものである。

表 3A-6. 北陸企業の国際化への取り組み状況: 規模別

	既に実施+検討中						必要性を感じる+関心なし					
	全産業		製造業		非製造業		全産業		製造業		非製造業	
	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)	企業数	(%)
<従業員規模別>												
1~10人 (N=69)	4	(5.8)	0	(0.0)	4	(6.3)	65	(94.2)	5	(100.0)	60	(93.8)
11~30人 (N=102)	14	(13.7)	9	(42.9)	5	(6.2)	88	(86.3)	12	(57.1)	76	(93.8)
31~50人 (N=61)	14	(23.0)	7	(38.9)	7	(16.3)	47	(77.0)	11	(61.1)	36	(83.7)
51~100人 (N=73)	16	(21.9)	9	(40.9)	7	(13.7)	57	(78.1)	13	(59.1)	44	(86.3)
101~200人 (N=57)	14	(24.6)	6	(25.0)	8	(24.2)	43	(75.4)	18	(75.0)	25	(75.8)
201~300人 (N=30)	9	(30.0)	6	(60.0)	3	(15.0)	21	(70.0)	4	(40.0)	17	(85.0)
301人以上 (N=63)	36	(57.1)	20	(80.0)	16	(42.1)	27	(42.9)	5	(20.0)	22	(57.9)
回答なし (N=3)	1	(33.3)	1	(33.3)	0	(0.0)	2	(66.7)	2	(66.7)	0	(0.0)
<資本金別>												
5千万円以下 (N=298)	48	(16.1)	22	(31.9)	26	(11.5)	250	(83.9)	47	(68.1)	201	(88.5)
1億円以下 (N=59)	15	(25.4)	10	(41.7)	5	(13.5)	44	(74.6)	14	(58.3)	32	(86.5)
3億円以下 (N=36)	9	(25.0)	4	(50.0)	5	(20.8)	27	(75.0)	4	(50.0)	19	(79.2)
3億円超 (N=61)	35	(57.4)	21	(80.8)	14	(35.9)	26	(42.6)	5	(19.2)	25	(64.1)
回答なし (N=4)	1	(25.0)	1	(100.0)	0	(0.0)	3	(75.0)	0	(0.0)	3	(0.0)
<売上額別>												
2億円以下 (N=80)	7	(8.8)	2	(14.3)	5	(7.6)	73	(91.3)	12	(85.7)	61	(92.4)
2~5億円 (N=78)	13	(16.7)	8	(44.4)	5	(8.3)	65	(83.3)	10	(55.6)	55	(91.7)
5~10億円 (N=55)	9	(16.4)	5	(33.3)	4	(10.0)	46	(83.6)	10	(66.7)	36	(90.0)
10~20億円 (N=45)	11	(24.4)	5	(50.0)	6	(17.1)	34	(75.6)	5	(50.0)	29	(82.9)
20~50億円 (N=78)	17	(21.8)	11	(39.3)	6	(12.0)	61	(78.2)	17	(60.7)	44	(88.0)
50億円超 (N=109)	50	(45.9)	27	(65.9)	23	(33.8)	59	(54.1)	14	(34.1)	45	(66.2)
回答なし (N=13)	1	(7.7)	0	(0.0)	1	(9.1)	12	(92.3)	2	(100.0)	10	(90.9)
合計 (N=458)	108	(23.6)	58	(45.3)	50	(15.2)	350	(76.4)	70	(54.7)	280	(84.8)

(出所) 北陸 AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

まず、従業員規模別にみると、国際化を「既に実施+実施検討中」の企業シェアは、「1~10人」規模では6%、「11~30人」では14%、「30~200人」では20%台前半、そして「201~300人」では30%と上昇し、「301人以上」規模では57%と過半を占める。これを製造業についてみると、「既に実施+実施検討中」の企業シェアは、従業員規模「11人~200人以下」では4割前後であるが、「201~300人」になると6割に上昇し、「301人以上」では8割に達する。他方、非製造業では、「既に実施+実施検討中」の企業シェアは、従業員規模「30人以下」では約6%、「31~300人」では10~25%であるが、「301人以上」では42%へと上昇する。

同様に資本金別に国際化への取り組み状況をみると、「既に実施+実施検討中」の企

業シェアは、「5,000万円以下」規模では16%、「5,000万円超～3億円以下」では25%であるが、「3億円超」になると57%へと急増する。これを製造業についてみると、「5千万円以下」32%、「5,000万円超～1億円以下」42%、「1億円超～3億円」50%、そして「3億円超」になると8割を超える。また、従業員、資本金規模別ほどではないが売上額規模別にみても、「50億円超」になると、「既の実施+実施検討中」の企業が急増する傾向にある。

以上をまとめると、北陸企業の国際化への取り組みは、製造業、非製造業とも従業員規模で300人、資本金規模では3億円、売上額規模では50億円が、国際化が大きく進展するかどうかの分水嶺になっている。つまり製造業でいえば、大企業と中小企業とで国際化の進展に大きな違いがみられるということである。

次に規模別に国際化への具体的な取り組みである「直接投資」、「(業務・技術)提携」、「貿易(輸出入)」について、既の実施している企業数とそのシェアを示したのが、表3A-7である。これをみると、「直接投資」、「提携」、「貿易」のいずれにおいても、従業員規模では300人、資本金規模別では3億円が国際化の進展度において分水嶺になっている。

また売上額規模では、「直接投資」では製造業、非製造業とも「50億円超」、「提携」では製造業では「20億円超」、非製造業では「50億円超」、「貿易」については製造業において「50億円超」が国際化進展度での境界線になっている。

表3A-7. 北陸企業が既の実施している国際化の内容:規模別

(単位:%)

		直接投資			提携			貿易		
		全産業	製造業	非製造業	全産業	製造業	非製造業	全産業	製造業	非製造業
<従業員規模別>										
1～10人	(N=69)	1.4	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	3.2
11～30人	(N=102)	0.0	0.0	0.0	7.8	23.8	3.7	7.8	28.6	2.5
31～50人	(N=61)	4.9	11.8	2.3	6.6	11.8	4.5	14.8	29.4	9.1
51～100人	(N=73)	9.6	17.4	6.0	6.8	17.4	2.0	13.7	26.1	8.0
101～200人	(N=57)	7.0	8.3	6.1	7.0	4.2	9.1	10.5	16.7	6.1
201～300人	(N=30)	10.0	20.0	5.0	10.0	20.0	5.0	10.0	30.0	0.0
301人以上	(N=63)	30.2	32.0	28.9	27.0	40.0	18.4	30.2	56.0	13.2
回答なし	(N=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	50.0	0.0
<資本金別>										
5千万円以下	(N=298)	3.0	8.7	1.3	5.4	14.5	2.6	9.1	21.7	5.3
1億円以下	(N=59)	10.2	13.0	7.9	8.5	8.7	7.9	16.9	30.4	7.9
3億円以下	(N=36)	5.6	11.1	4.3	5.6	22.2	0.0	11.1	44.4	0.0
3億円超	(N=61)	32.8	30.8	30.8	27.9	34.6	20.5	26.2	46.2	10.3
回答なし	(N=4)	0.0	0.0	0.0	25.0	100.0	0.0	25.0	100.0	0.0
<売上額別>										
2億円以下	(N=80)	2.5	0.0	3.0	3.8	14.3	1.5	7.5	14.3	6.1
2～5億円	(N=78)	0.0	0.0	0.0	7.7	22.2	3.3	6.4	27.8	0.0
5～10億円	(N=55)	3.6	13.3	0.0	1.8	0.0	2.5	9.1	20.0	5.0
10～20億円	(N=45)	8.9	20.0	5.7	4.4	10.0	2.9	11.1	30.0	5.7
20～50億円	(N=78)	5.1	10.7	2.0	12.8	25.0	6.0	15.4	28.6	8.0
50億円超	(N=109)	22.9	26.8	20.6	16.5	24.4	11.8	22.9	43.9	10.3
回答なし	(N=13)	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0
合計	(N=458)	8.1	14.1	5.8	9.0	18.8	5.2	12.7	30.5	5.8

(出所)北陸AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

### (3) 地域別にみた国際化への取り組み状況

次に国際化への取り組み状況を地域別(富山、石川、福井の3県別)にみたのが、表3A-8である。国際化への取り組み状況に回答した富山県企業185社、石川県企業148社、福井県企業117社のうち、「既の実施」あるいは「実施を検討中」と回答した企業(シェア)は、富山県企業53社(28.6%)で最も多く、次いで石川県企業36社(24.3%)、福井県企業14社(12%)の順である。とりわけ富山県企業は製造業において国際化が進んでおり、石川県企業は非製造業での国際化への取り組みが目立つ。福井県企業は回答企業数に占める非製造業のシェアが高いこともあって、国際化への対応が後れた結果となっている。北陸3県の海外拠点数(第3章)をみても福井県企業の国際化が後れているとは思えず、むしろ調査対象企業に比較的国際化が進んでいる鯖江、越前両市の企業が含まれていないことが影響していると思われる。

表3A-8. 北陸企業の国際化への取り組み状況:地域別

<地域別>	既の実施+検討中			必要性感じる+関心なし		
	全産業	製造業	非製造業	全産業	製造業	非製造業
	企業数 (%)	企業数 (%)	企業数 (%)	企業数 (%)	企業数 (%)	企業数 (%)
富山 (N=185)	53 (28.6)	35 (55.6)	18 (14.8)	132 (71.4)	28 (44.4)	104 (85.2)
石川 (N=148)	36 (24.3)	14 (36.8)	22 (20.0)	112 (75.7)	24 (63.2)	88 (80.0)
福井 (N=117)	14 (12.0)	9 (34.6)	5 (5.5)	103 (88.0)	17 (65.4)	86 (94.5)
その他 (N=8)	5 (62.5)	0 (0.0)	5 (71.4)	3 (37.5)	1 (100.0)	2 (28.6)
合計 (N=458)	108 (23.6)	58 (45.3)	50 (15.2)	350 (76.4)	70 (54.7)	280 (84.8)

(出所)北陸AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

## 3. 北陸企業の国際化の対象となっている国・地域

### (1) 国際化を実施・検討している国・地域

それでは、北陸企業が国際化に取り組んでいる国・地域はどこなのか。表3A-9は国際化を既の実施している北陸企業92社の実施先(国・地域)の上位10位を挙げている。これを見ると、最も多いのが中国58社(69.6%)で、回答企業の実に7割に達する。これに次ぐのがASEAN諸国48社(52.2%)で、以下、台湾、インド、EU、北米、韓国、香港、中南米、ロシアの順である。中国、ASEANを中心にアジア地域に集中しているが、EU諸国、米国とも約3割の企業がビジネス関係にある。

また、前回の調査(平成21年度)と比べると、ASEAN、インド、台湾が大きくシェアを伸ばし、中国、韓国、北米はシェアを落としている。中国からASEANへのシフトが伺えるが、中国とASEANは北陸企業の最大の国際化の相手先であることに変わりない。

次に既に直接投資を実施している企業37社の投資国・地域を示したのが、表3A-10である。これをみると、北陸企業の投資先は「ASEAN」25社(67.6%)が最も多く、次いで「中国」23社(62.2%)である。以下、インドを含む南アジア、北米、韓国、香港、中南米、EU、台湾、



ロシアの順で、国際化の実施先と類似している。さらに、現在、直接投資の実施を検討している企業は17社あり、これらの企業の投資先は、ベトナム、インドネシア、インド(以上、4社)、タイ、台湾(以上、3社)、カンボジア、中国(以上、2社)で、香港、スリランカ、メキシコがそれぞれ1社となっている。直接投資の検討先を含めると、中国からASEANへのチャイナ・プラス・ワンの動きがより鮮明になっている。

表 3A-9. 国際化を実施している

国・地域		, %)		
		企業数	構成比	参考:H21
1	中国	58	(69.6)	(72.7)
2	ASEAN	48	(52.2)	(35.1)
3	台湾	28	(30.4)	(20.8)
4	インド	28	(30.4)	(13.0)
5	EU	27	(29.3)	n.a.
6	北米	26	(28.3)	(23.4)
7	韓国	25	(27.2)	(35.1)
8	香港	21	(22.8)	n.a.
9	中南米	11	(22.0)	n.a.
10	ロシア	7	(7.6)	(7.8)
	回答数	92	(100.0)	(100.0)

表 3A-10. 直接投資している

国・地域		, %)	
		企業数	構成比
1	ASEAN	25	(67.6)
2	中国	23	(62.2)
3	南アジア	10	(27.0)
4	北米	8	(21.6)
5	韓国	7	(18.9)
6	香港	7	(18.9)
7	中南米	7	(18.9)
8	EU	6	(16.2)
9	台湾	5	(13.5)
10	ロシア	3	(8.1)
	回答数	37	(100.0)

(出所)北陸AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

北陸企業が国際化の実施先として上記の国・地域を選んだ理由は、各国・地域ともほぼ共通している。最も多かった理由は、「市場規模と成長性への期待」が56社(66.7%)で、次いで、「生産・販売・輸出拠点としての優位性」32社(38.1%)、「主に人件費等のコストが安い」25社(29.8%)、「関連産業が集積している」23社(27.4%)の順である。上記4項目は、中国、ASEAN、インドの選定理由とほぼ一致しているが、北米とEUの選定理由については1位、2位は同じであるが、3位に「コストの安さ」、「関連産業の集積」に代わって「政治的・社会的リスクが少ない」を挙げている。

#### 4. 北陸企業の国際化と国内事業活動との関連

##### (1) 国際化と国内売上額・生産、国内雇用との関連

企業が国際化、特に海外進出すると、国内の生産、販売額、雇用が減少し、産業空洞化をもたらすという議論がある。今回のアンケート調査では北陸企業の国際化や海外進出が国内の生産、売上額、雇用にどのような影響を与えるかについての因果関係までは分析できないが、国際化あるいは海外進出の実施と国内事業活動(売上額、生産、雇用、経営戦略機能、研究開発機能)との関連性については分析可能である。

表 3A-11 は、国内売上額、国内生産、国内雇用について、製造業と非製造業別に国際化を実施している企業(国際化企業)と実施していない企業(未国際化企業)の過去5年間の国内事業状況(業況)の変化(拡大、変化なし、縮小)を示したものである。

まず、製造業についてみると、国内売上額との関連では、国際化企業及び未国際化企業とも過去5年間の業況が「拡大」した企業シェアよりも、「縮小」した企業シェアの方が大きい。しかも、国際化企業の方が未国際化企業よりも「拡大」した企業シェアは小さく、「縮小」した企業シェアが大きい。つまり、「拡大」-「縮小」=「業況指数」と定義すると、国際化あるいは未国際化企業とも業況指数はマイナスである。未国際化企業の業況指数もマイナスであるということは、リーマン・ショック後の景気後退が北陸企業のすべてにマイナスの影響を与えていると思われるが、重要な点は国際化企業の方が未国際化企業よりもマイナスの数値が大きく、その分、業況が悪いということである。これは、工場の海外移転に伴う影響も一部あるものの、国内に強固な需要基盤を持つ未国際化企業に比べ国際化企業の方が、リーマン・ショック及びその後の景気後退のマイナス影響を強く受けたことも影響していると考えられる。

表 3A-11. 北陸企業の国際化と国内事業活動の関係

	過去5年間の業況の変化			(%)
	拡大(A)	変化なし	縮小(B)	業況指数 = (A) - (B)
<b>&lt;国内売上額&gt;</b>				
製造業 (国際化: N=49)	22.4	34.7	42.9	-20.4
(未国際化: N=79)	27.8	41.8	38.0	-10.1
非製造業 (国際化: N=43)	30.2	32.6	34.9	-4.7
(未国際化: N=334)	18.3	31.4	46.1	-27.8
<b>&lt;国内生産&gt;</b>				
製造業 (国際化: N=49)	26.5	28.6	42.9	-16.3
(未国際化: N=79)	26.6	46.8	29.1	-2.5
<b>&lt;国内雇用&gt;</b>				
製造業 (国際化: N=49)	24.5	55.1	20.4	4.1
(未国際化: N=79)	25.3	59.5	21.5	3.8
非製造業 (国際化: N=43)	27.9	48.8	23.3	4.7
(未国際化: N=334)	17.7	52.7	24.6	-6.9

(出所) 北陸 AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

国内生産についても同様で、国際化企業の方が、未国際化企業よりも業況指数は悪化している。しかし、国内雇用との関連では、国際化、未国際化企業とも業況指数はプラスで、かつその数値もほぼ同じであることから、企業の国際化と国内雇用との関連性はみられない。

以上の結果から、製造業においては、国際化は国内売上額・生産にマイナスの影響を与えることもあるが、国内雇用との関連性は薄いと推察される。

次に、非製造業について企業の国際化と国内売上額との関連をみると、国際化、未国

際化企業とも業況指数はマイナスで、しかも両者の数値(国際化企業:-4.7、未国際化企業:-27.8)に大きな開きがある。これはリーマン・ショック後の景気後退の悪影響と未国際化企業の業況指数の大きな落ち込みを考えれば、国際化企業の国内売上額は落ち込んだというよりも、むしろ縮小を食い止めたと解釈すべきであろう。国内雇用との関連では、国際化企業の業況指数は4.7、未国際化企業は-6.9であることから、国際化企業の方が未国際化企業よりも業況が良い結果となっている。

以上、非製造業では、国内売上額、国内雇用とも国際化企業の方が未国際化企業よりも業況指数で上回っていることから、北陸企業の国際化は国内売上額及び国内雇用に対してプラスの影響を与えていると推察される。

## (2) 国際化と本社の経営戦略機能、研究開発機能との関連

企業の国際化は、グローバル市場をターゲットにするため、企業の経営戦略や研究開発の機能はともに拡充するとみられている。北陸企業の実態はどうなっているのか。北陸企業の国際化と本社の「経営戦略機能」と「研究開発機能」との関連を示したのが、表 3A-12 である。

表 3A-12. 北陸企業の国際化と国内事業活動の関係

	過去5年間の業況の変化			業況指数 = (A) - (B)
	拡大(A)	変化なし	縮小(B)	
(%)				
< 経営戦略機能 >				
製造業 (国際化: N=49)	24.5	75.5	0.0	24.5
(未国際化: N=79)	16.5	32.9	3.8	11.6
非製造業 (国際化: N=43)	30.2	146.5	18.6	12.7
(未国際化: N=334)	11.7	70.1	9.6	2.1
< 研究開発機能 >				
製造業 (国際化: N=49)	32.7	63.3	4.1	28.6
(未国際化: N=79)	13.9	83.5	7.6	6.3
非製造業 (国際化: N=43)	14.0	74.4	7.0	7.0
(未国際化: N=334)	5.1	69.2	9.0	-3.9

(出所) 北陸 AJEC「北陸地域における企業活動の国際化に関する調査」。

まず、製造業についてみると、国際化企業、未国際化企業とも、過去 5 年間に「経営戦略機能」及び「研究開発機能」を「拡大」した企業の方が「縮小」した企業よりも多く、かつ国際化企業の方が未国際化企業よりも「拡大」と回答した企業のシェアが大きく、「縮小」と回答した企業のシェアは小さい。これより、北陸企業の国際化は、製造業では本社の「経営戦略機能」と「研究開発機能」双方の拡大に貢献したと推察できよう。

非製造業については、まず「経営戦略機能」との関連では、国際化企業、未国際化企業

とも業況指数はプラスで、かつ国際化企業の業況指数が未国際化企業の同指数を大きく上回っている。また「研究開発機能」との関連では、国際化企業の業況指数はプラス、未国際化企業はマイナスと明確に別れる。これらから判断すると、非製造業においても、企業の国際化は本社の「研究開発機能」及び「経営戦略機能」の双方に対しプラスの影響を与えていると推察されよう。

## 5. 国際化への今後の取り組みと有望な国・地域:北経連アンケート調査

北陸経済連合会では毎年 2 回、会員企業を対象に景気見通し等に関するアンケートを実施している。ここでは 2013 年 9 月に行ったアンケート調査の中で国際化に関する設問についての回答結果を紹介する。

### (1) 国際化への今後の取り組み

今後、国際化について「拡大する」と答えた企業は 40.0%、「現状維持」は 23.2%であった。業種別に見ると、「拡大する」と答えた企業は製造業で 61.0%であるのに対し、非製造業では 30.2%となっている(表 3A-13)。また、企業の規模別にみると、大企業が 62.9%、中堅企業が 31.4%、中小企業が 21.9%と、規模が大きいほど国際化に前向きな結果となっている。ここでも大規模な製造業に積極的な取組姿勢が見られる。したがって、北陸地域がより大きな国際化のメリットを得ていくためには、国際化の裾野を非製造業、中堅・中小企業にも広げていくことが課題といえよう。

表 3A-13. 国際化への今後の取り組み

(単位:社、%)

	拡大する		現状維持		縮小する		検討していない		無回答	
	企業数	比率	企業数	比率	企業数	比率	企業数	比率	企業数	比率
全産業(n=185)	74	40.0	43	23.2	1	0.5	60	32.4	7	3.8
製造業(n=59)	36	61.0	14	23.7	0	0.0	8	13.6	1	1.7
非製造業(n=126)	38	30.2	29	23.0	1	0.8	52	41.3	6	4.8
大企業(n=70)	44	62.9	18	25.7	0	0.0	7	10.0	1	1.4
中堅企業(n=51)	16	31.4	10	19.6	1	2.0	18	35.3	6	11.8
中小企業(n=64)	14	21.9	15	23.4	0	0.0	35	54.7	0	0.0

(出所)北陸経済連合会「景況などに関する会員アンケート調査」。

### (2) 生産拠点または消費市場として有望な国・地域

次に、今後、生産拠点または市場として有望な国・地域について尋ねると、ASEAN 諸国を挙げる企業が極めて多かった(表 3A-14)。中でも最も有望な国は、ベトナム(30.8%)で、次いでタイ(23.2%)、インドネシア(21.1%)、インド(16.8%)、ミャンマー(16.2%)の順で、ベスト 5 に ASEAN 諸国から 4 か国が名を連ねている。

北陸 AJEC が 2012 年 9 月に実施した北陸企業の国際化に関するアンケート調査では、今後の海外展開先として ASEAN と中国が同率首位であったが、今回のアンケートでは中国は 6 位に後退し、チャイナ・プラス・ワンの動きがこの 1 年間で急速に拡大したことが窺える。

表 3A-14. 今後、生産拠点あるいは市場として有望な国・地域(3 つまで回答)

(単位:社、%)

		全産業(n=185)		製造業(n=59)		非製造業(n=126)	
		回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
1	ベトナム	57	30.8	18	30.5	39	31.0
2	タイ	43	23.2	15	25.4	28	22.2
3	インドネシア	39	21.1	15	25.4	24	19.0
4	インド	31	16.8	14	23.7	17	13.5
5	ミャンマー	30	16.2	13	22.0	17	13.5
6	中国	24	13.0	14	23.7	10	7.9
7	台湾	18	9.7	5	8.5	13	10.3
8	米国	16	8.6	6	10.2	10	7.9
9	カンボジア	12	6.5	3	5.1	9	7.1
10	フィリピン	9	4.9	3	5.1	6	4.8
11	ロシア	4	2.2	1	1.7	3	2.4
12	欧州	4	2.2	3	5.1	1	0.8
13	韓国	2	1.1	1	1.7	1	0.8
14	その他	10	5.4	4	6.8	6	4.8

(出所)北陸経済連合会「景況などに関する会員アンケート調査」。

なお、今後、有望な国・地域の選定理由は表 3A-15 の通りである。

表 3A-15. 今後、有望な国・地域の選定理由

国・地域	理由
ベトナム	・経済発展が著しい ・安価な人件費 ・労働者の質が高い ・ASEAN経済統合(2015年)の中心
タイ	・経済成長が見込まれる ・経済社会の安定性 ・親日的である ・日系企業が多数進出
インドネシア	・経済成長が見込まれる ・治安が安定、親日的 ・日系企業が多数進出
インド	・人口増による購買力アップ ・IT先進国
ミャンマー	・経済成長が見込まれる ・安価な人件費
中国	・まだまだ発展が見込まれる ・市場が大きい ・労働人口が多い
台湾	・互いの文化を共有できる ・中国市場の組み込み
米国	・世界経済の中心 ・政治・経済の安定性と規模
カンボジア	・安価な人件費
フィリピン	・経済成長が見込まれる
ロシア	・ポテンシャルが大きい
欧州	(ドイツ・フランス・スイス )・市場として期待できる

(出所)北陸経済連合会「景況などに関する会員アンケート調査」。

## 6. 結論:政策課題

北陸 AJEC と北陸経済連合会が実施した北陸企業の国際化に関するアンケート調査結果から、北陸企業の国際化への取組み状況と国内事業活動との関連について分析してきた。特に北陸 AJEC が実施した国際化に関する調査は、サンプリングが北陸経済連合会、北陸 AJEC の会員企業だけでなく、北陸の主要 6 か所の商工会議所の会員企業を合わせた 1,995 社を調査対象とし、505 社から有効回答数を得ていることから、本調査の分析結果は北陸企業の国際化の実態を知るうえでかなり有益な示唆を与えてくれている。最後に、上記の分析結果から、今後、北陸企業の国際化を推進していくための政策課題を提示する。

第 1 に、北陸企業が国際化への取組みを「既の実施している」及び「実施を検討中」と回答した企業シェアは 23.6% で、国際化の水準が決して高いとは言えない。とりわけ製造業において国際化を既の実施あるいは検討中の企業シェアが 45.3% であるのに対し、非製造業では 15.1% と低く、非製造業の国際化の後れが目立つ。非製造業は製造業に比べて国際化のハードルが高いといわれているが、近年、中国などアジア諸国の経済発展とサービス分野の市場開放によって運輸・倉庫、情報サービス、旅行業、飲食業などサービス業での国際化への取組みが増加傾向にある。豊かな文化産業、おもてなしの心を備えた接客業、地場産業に付随したサービス業など北陸の非製造業の国際化の潜在性は高く、今後の展開が期待される。

第 2 に、製造業においても「電子部品・デバイス」、「生産用機械器具」など機械産業の国際化は進展しているが、その他の業種では国際化への取組みが後れている。しかし、アジア諸国では、近年の経済発展に伴う所得の上昇によって、高品質・高機能あるいは安心・安全な製品を求める消費者は着実に増えている。このため、日本の「繊維・衣料」、「食料品」、「パルプ・紙・紙製品」など日用雑貨へのニーズも高まっている。既に中国、タイ、インドネシアなどへ日本企業の進出が相次いでおり、潜在性を有する北陸企業の追従が期待される。

第 3 に、企業規模別に北陸企業の国際化への取組みをみると、製造業、非製造業の区別なく、従業員規模では 300 人以上、資本金規模では 3 億円以上、売上額規模では 50 億円以上になると、既に国際化に取り組んでいる企業の割合が急増している。つまり、大企業は国際化が進展しているが、中小企業はその取組みで後れを取っている。そして中小企業が国際化に躊躇する主な理由は、事例研究においても市場ニーズに関する情報収集や海外取引に従事するグローバル人材の確保・育成など国際化に必要な固定費用をねん出できないという構造的な問題が指摘されている。したがって、中小企業の国際化が円滑に進むように、公共関係機関、各種経済団体、大学が一体となって国際化支援に取り組むことは重要である。

第 4 に、北陸企業の国際化の対象国・地域が中国、ASEAN などアジア諸国に集中しているが、最近、中国から ASEAN にシフトする動きが鮮明になっている。これは北陸企業に限らず、全国的な傾向でもある。したがって、今後は中国だけでなく、ASEAN 諸国やインドを含めた情報提供、商談会の開催、海外視察団の派遣、留学生の勧誘などに産・官・学が一体と

なって取り組むことが求められている。北陸 AJEC は昨年から対象地域を対岸諸国である環日本海諸国から ASEAN を含む東アジア諸国へと拡大したが、これは正に時宜を得たものとして評価できる。

第 5 に、北陸企業の国際化と国内事業活動に関連する問題である。過去 5 年間の北陸企業の業況の変化をみると、製造業では、国際売上額・生産について国際化企業は未国際化企業と比べて業況が悪化しており、国内雇用との関連性では国際化企業と未国際化企業とも業況はわずかにプラスで、かつ両者の差はほとんどない。つまり、製造業では、国際化は国内売上額・生産にマイナスの影響を与えることもあるが、国内雇用については関連性がみられないと推察される。非製造業では、逆に国際化企業の方が未国際化企業よりも国内売上額、国内雇用とも業況が拡大しており、空洞化どころか地元経済にプラスの影響を与えていると推察される。これは製造業では、国際化は生産現場の海外移転を伴うケースがあるのに対し、非製造業では、国内拠点はそのまま、新たな海外市場の開拓が主流を占めることが影響していると思われる。

最後に、北陸企業の国際化と本社の経営戦略機能や研究開発機能との関連である。まず、製造業では、国際化企業、未国際化企業とも過去 5 年間に本社の経営戦略機能、研究開発機能とも拡大した企業が多いが、その拡大幅は 2 つとも国際化企業の方が未国際化企業よりも圧倒的に大きい。つまり、国際化企業の方が未国際化企業よりも本社の経営戦略機能と研究開発機能の拡大に大きな貢献をしたと推察される。

非製造業においても、本社の経営戦略機能と研究開発機能については国際化企業の方が未国際化企業よりも拡大したと回答した企業が圧倒的に多かった。これらから判断すると、非製造業でも、企業の国際化は本社の研究開発機能及び経営戦略機能の双方に対しプラスの影響を与えていると推察される。

## 参考文献

北陸環日本海経済交流促進協議会[2013].『北陸地域における企業活動の国際化に関する調査報告書』。

北陸経済連合会[2013].『景況などに関する会員アンケート 調査結果』。

中小企業基盤整備機構 国際化支援センター[2012].『平成 23 年度 中小企業海外事業活動実態調査 報告書』。

中小企業基盤整備機構 経営支援情報センター[2013].『地域中小企業における国際展開の取組み事例および課題に関する調査研究』、中小機構調査研究報告書、第5巻 第2号(通号 21 号)。