

(公財) 福岡アジア都市研究所 平成 27・28 年度 個別研究

**福岡市における
アジアビジネス支援政策に関する
研究報告書**

平成 29 年 3 月

公益財団法人 福岡アジア都市研究所

はしがき

この報告書は、当研究所の平成 27～28 年度にわたる個別研究「福岡市におけるアジアビジネス支援政策に関する研究」の成果を取りまとめたものである。

平成 27 年度発行の「福岡市におけるアジアビジネス支援政策に関する研究（上）報告書」分を第 1 章～第 3 章として取り込み、2 年分を揃えて 1 つの報告書とした。

研究成果の概要は、以下の通りである。

1. 20 年以上にわたるわが国の名目 GDP 成長率の低迷の主因は、外圧により逆貿易志向的直接投資（anti-trade-oriented FDI）の形で推進された、産業連関影響度係数（生産波及効果）が抜群に大きい製造業の海外投資によって生じた「空洞化」にあり、地域経済にとっては製造業を中心とする域内産業連関関係の維持が重要である。
2. 東洋経済「2015 年海外進出企業総覧（企業編）」等のデータを基に、わが国の地域構成、都市システムと企業の海外進出実績との関係を見ると、わが国の海外進出（現地法人設立）の 89.7%が 3 大都市圏（本社）企業であるのに対して、地方中枢都市福岡市を含む福岡県内（本社）企業の海外進出は、わずかに 0.7%（215 社）に過ぎず、海外ビジネスの「経験知」およびそれを持った人材等が圧倒的に少ないことが推測される。
3. 東・東南アジア地域の工業化と経済成長によって、「東アジア先進国群」が形成されるとともに、アセアン経済共同体が発足し、東・東南アジアの経済構造が新しい段階に入りつつあるとともに、ICT（情報通信技術）の急速な普及などによって国際的な「取引費用」が軽減されつつあり、これまで海外ビジネスに取り組みなかった地場企業にも可能性が開かれつつある。このことは、「新々貿易理論」によって理論的にも解明されている。
4. 福岡市内企業 3,000 社を対象とした「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向および取組実態に関するアンケート調査」の結果（795 社、有効回答率 26.5%）においても、海外市場への展開について「既に対応している」が 6.0%に過ぎないのに対して、「将来、当社も取り組んでいく（いきたい）」は、14.5%となっており、両者を合わせると 20.5%（163 社）に達している。
5. 海外市場への展開にネガティブな企業の 64.9%は、「商品やサービスが国内向けで、海外展開できない」が、それ以外の企業（182 社）では、「海外でビジネスする企業体力（余裕人材）がない」（48.4%）、「リスクが大きすぎる」（31.3%）や「海外ビジネスの知識、外国語能力がなく無理」（22.5%）等の回答が多い。
6. 以上のような経緯や実態および福岡市の位置と個性（第 6 章）を踏まえ、第 7 章において福岡市における海外（アジア）ビジネス支援政策のあり方を提案した。

この研究が、福岡市をはじめ関係機関の政策推進に些少ともお役にたてれば幸いである。また、調査の過程で訪問インタビューに応じていただいた企業・機関の皆様、およびアン

ケート調査に回答を寄せられた企業の皆様に心よりお礼を申し上げたい。

平成 29 年 3 月

公益財団法人 福岡アジア都市研究所

目 次

第 1 章	本研究の課題	1
第 2 章	全国における企業の海外進出動向	12
第 3 章	主要都市における企業の海外進出企業の実態	20
補章 1	都道府県別海外進出「企業」比率の重回帰分析について	31
第 4 章	新たな段階に入ったアジア経済	34
第 5 章	福岡市企業の現下および将来のビヘイビア ～アンケート調査に見る福岡市企業の海外ビジネスに対する意向～	44
補章 2	主要都市企業の外国語利用の比較	60
第 6 章	東アジア地域における福岡市の位置と個性および政策の方向性	62
第 7 章	まとめ～アジアビジネス支援政策のあり方	68
	付記：	71
	参考文献	72

資料編

福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向および取組実態に関する

アンケート調査結果	資料 1
同 上 調査票	資料 18

福岡市におけるアジアビジネス支援政策に関する研究

第1章 本研究の課題

1. 四半世紀にわたり低迷するわが国の名目国内総生産

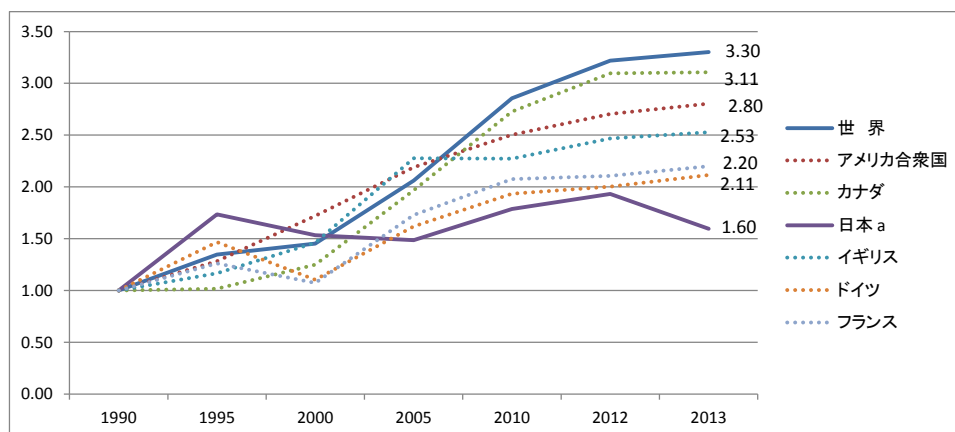
アジア地域の経済を長期的な視点でみると、中国をはじめとした東アジア、東南アジアの工業化と高経済成長の一方で、わが国経済は、平成不況（平成3年）以降のほぼ四半世紀にわたってほとんど成長していないというのが現実である。

小宮一慶氏は、「1990年から2015年（推計値）までの動きをドルベースで比較すると、米国経済はおよそ3倍の規模に拡大しています。中国の伸びは凄まじく、27.2倍にも達しています。ドイツは2.2倍、英国は2.6倍。ところが、日本だけはほとんど伸びていません。…、世界上位60カ国の動きを見渡しても、この20年間ほとんど成長していない国は、日本以外にありません。これだけ成長しないという状況は、はっきり言って異常です。政府も国民も『日本経済は異常な状態なんだ』という認識が必要です。」（小宮一慶「日本経済史の読み方」p125～126）と述べている（図1-1参照）。

その「20年間ほとんど成長していない」状態も累積1,044兆円に及ぶ財政出動（累積赤字）によってかろうじて維持されてきたものであり、他方には、4割に近い非正規・低賃金雇用者が発生し、結婚や子育てができない若者の増加が社会問題になっている。それが国内の消費需要の縮小につながり、民間企業投資を国内から海外へと移動させるという縮小経済循環を継続させてきたからである。

そのような、「今日の日本は、『長期停滞』というレベルを超えて『長期衰退』の途に入ろうとしている。かつて長期衰退に陥った経済状況を『オランダ病』とか『イギリス病』と呼んだ。その意味で、…『日本病』に陥っていると言える。」（金子勝・児玉龍彦「日本

図1-1 主要国のドルベース GDP 指数の推移（1990年=100）



資料：内閣府「国民経済計算（長期統計）」

病」 p9) という状態なのである。

その要因については、近年の構造的、長期的経済分析によって、(1) 人口の少子・高齢化による構造変化に基づく消費の伸び悩み、(2) 金融の自由化と、製造業など産業の海外展開による国内投資の低迷、(3) 産業構造の変化に伴う生産性の停滞が挙げられている(須藤時仁・野村容康「日本経済の構造変化」)。

加えて、(4)「金融緩和(円安誘導・脱デフレ)」等、旧来の経済政策の検証なしの継続による産業転換(意欲)の遅れが下支えしていると考えられつつあるようである(金子勝・児玉龍彦「前掲書」)。

私は、以上4つは、いずれも日本経済(名目国内総生産)の長期の低迷の要因であることは間違いないものの、根本的要因は産業・経済のグローバル化の進展と本格的 ICT 時代への突入という条件変化に適応するために起きたわが国の産業構造の変化のあり方にあると考えている。

上記の4つの要因のうち(1)人口の少子・高齢化による消費需要の低迷そのものは、経済低迷の1つの有力な条件であるものの主因ではないであろう。少なくとも先進国が人口減少という条件の下で、決して高くはないが経済成長を達成している。(3)産業構造の変化に伴う生産性の停滞とは、表1-1に見るように生産設備(額)の大きい電力や重工業を含む製造業などの産業・業種では従業者1人当りの生産性(付加価値/従業者数)が高く、生産設備等へのコストが余りかからない商業やサービス業では生産性(付加価値/従業者数)が低い。産業構造の変化によって、後者のような低生産性の産業・業種の比率が上昇していくために、国全体の生産性が停滞するという傾向を指摘したものである。確かに、先進国の多くが「サービス経済化」を経験し、工業化途上にあり高成長の中進国に比べて、経済成長率は低い。(4)金融緩和等旧来の政策の検証なしの継続による産業転換(意欲)の遅れは、経済低迷状況を長期化させた要因を指摘したものであろう。

表1-1 福岡市の産業別1人当り総生産額(2013年)

(万円)	
産業	就業者1人当り総生産
1. 産業計	71.5
(1) 農林水産業	19.1
(3) 製造業	90.4
(4) 建設業	54.1
(5) 電気・ガス・水道業	167.0
(6) 卸売・小売業	59.4
(7) 金融・保険業	118.9
(8) 不動産業	546.5
(9) 運輸業	66.3
(10) 情報通信業	145.8
(11) サービス業	45.6

資料：内閣府「平成25年国民経済計算」

結局、長期経済低迷の主因は、(2) 金融の自由化と産業の海外展開（国内投資の低迷）による産業構造の変化によって生じていることは間違いないが、それは多くの先進国経済においても同様である。しかし、冒頭で記したように、20 年間あるは四半世紀にわたりほとんど成長していないわが国経済と、低成長状況にありながらも同期間に 2～4 倍の規模に成長している他の先進国経済との違いは何によって生じているのかは、依然として疑問として残るだろう。

ただし、本レポートの課題は、そのこと自体を明らかにしようとするものではない。

本レポートの目的は、成長する他の東アジア、東南アジアに最も近い地方中枢都市である福岡市における、今後のアジア・ビジネス支援政策のあり方を提起することである。

そのために、わが国経済を長期低迷させている要因にも目を向けることは避けられないという思いから推論しようとしているのである。

2. 国内産業システムの弱体化

周知のように、わが国経済は、平成 3 年（1991 年）のバブル経済の破綻による「平成不況」以降、平成 9 年（1997 年）の「疑似」回復とアジア通貨危機、その後の不良債権解消に向けた大手証券会社、銀行の倒産等を含むリストラクチャリングを経て、平成 14～15 年（2002～3 年）にようやく「低迷の底を打ち」、以降「実感なき景気回復」を果たす。しかし、平成 20 年（2008 年）には、世界金融危機（同時不況）の発生、平成 23 年（2011 年）には東日本大震災と続き、結局、「失われた 20 年」を歩んできた。

この間の、わが国の産業構造の変化を国勢調査の産業別就業人口の推移でみると、表 1－2 のように、就業者総数が平成 7 年を 100.0 とした指数で、平成 12 年に 98.2、平成 17 年に 95.9、平成 22 年には 92.9 と減少している。平成 7 年の 6,418 万人から、同 22 年の

表 1－2 産業別就業者数・構成比の推移

産業大分類	就業者数					就業者構成比			
	平成 2 年 (参考)	平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年
総 数	61,681,642	64,182,000	63,032,000	61,530,202	59,611,311	100.0	98.2	95.9	92.9
A 農 業 , 林 業	4,026,150	3,543,000	2,955,000	2,766,689	2,204,530	5.5	4.7	4.5	3.7
B 漁 業	365,131	305,000	253,000	214,142	176,885	0.5	0.4	0.3	0.3
C 鉱 業 , 採 石 業 , 砂 利 採 取 業	63,381	59,000	46,000	31,074	22,152	0.1	0.1	0.1	0.0
D 建 設	5,842,027	6,711,000	6,346,000	5,440,516	4,474,946	10.5	10.1	8.8	7.5
E 製 造	14,642,678	13,166,000	11,999,000	10,485,635	9,626,184	20.5	19.0	17.0	16.1
F 電 気 ・ ガ ス ・ 熱 供 給 ・ 水 道 業	333,614	354,000	338,000	295,145	284,473	0.6	0.5	0.5	0.5
G 情 報 通 信 業		1,307,000	1,555,000	1,612,836	1,626,714	2.0	2.5	2.6	2.7
H 運 輸 業 , 郵 便 業		3,250,000	3,218,000	3,170,769	3,219,050	5.1	5.1	5.2	5.4
(運 輸 ・ 通 信 業)	3,675,718								
I 卸 売 業 , 小 売 業	13,801,675	11,918,000	11,394,000	10,760,196	9,804,290	18.6	18.1	17.5	16.4
J 金 融 業 , 保 険 業	1,969,207	1,974,000	1,751,000	1,514,281	1,512,975	3.1	2.8	2.5	2.5
K 不 動 産 業 , 物 品 賃 貸 業	691,590	1,043,000	1,065,000	1,117,932	1,113,768	1.6	1.7	1.8	1.9
L 学 術 研 究 , 専 門 ・ 技 術 サ ー ビ ス 業		1,963,000	1,974,000	1,910,478	1,902,215	3.1	3.1	3.1	3.2
M 宿 泊 業 , 飲 食 サ ー ビ ス 業		3,778,000	3,803,000	3,664,043	3,423,208	5.9	6.0	6.0	5.7
N 生 活 関 連 サ ー ビ ス 業 , 娯 楽 業		2,424,000	2,404,000	2,329,659	2,198,515	3.8	3.8	3.8	3.7
O 教 育 , 学 習 支 援 業		2,630,000	2,606,000	2,674,606	2,635,120	4.1	4.1	4.3	4.4
P 医 療 福 祉		3,591,000	4,274,000	5,331,814	6,127,782	5.6	6.8	8.7	10.3
Q 複 合 サ ー ビ ス 事 業		698,000	695,000	668,297	376,986	1.1	1.1	1.1	0.6
R サービス業(他に分類されないもの)		2,919,000	3,452,000	4,289,239	3,405,092	4.5	5.5	7.0	5.7
(サービス業)	13,886,738								
S 公 務 (他 に 分 類 さ れ る も の を 除 く)		2,152,000	2,142,000	2,085,318	2,016,128	3.4	3.4	3.4	3.4
T 分 類 不 能 の 産 業	320,919	395,000	761,000	1,167,533	3,460,298	0.6	1.2	1.9	5.8

注：「総数」欄の数値は、平成 7 年を 100.0 とした指数である。

資料：各年「国勢調査」

5,961万人へと457万人も減少している。

産業別就業者数の構成比をみると、平成7年（1995年）では、20.5%を占めて最大であった製造業が、平成22年（2010年）までの15年間に16.1%まで4.4%ポイント（就業者数では▲354万人減）と大きく縮小している。また、同じく物質的生産産業である建設業が10.5%から7.5%へ、農林業が5.5%から3.7%へと縮小している。さらに、商業（卸売・小売）も平成7年の18.6%から平成22年の16.4%と縮小している。

他方、拡大した産業では、医療・福祉が平成7年の5.6%から平成22年の10.3%へと5%ポイント（就業者数では254万人増）拡大し、情報通信業も2.0%から2.7%へと0.7%ポイント（就業者数で32万人増）拡大している。

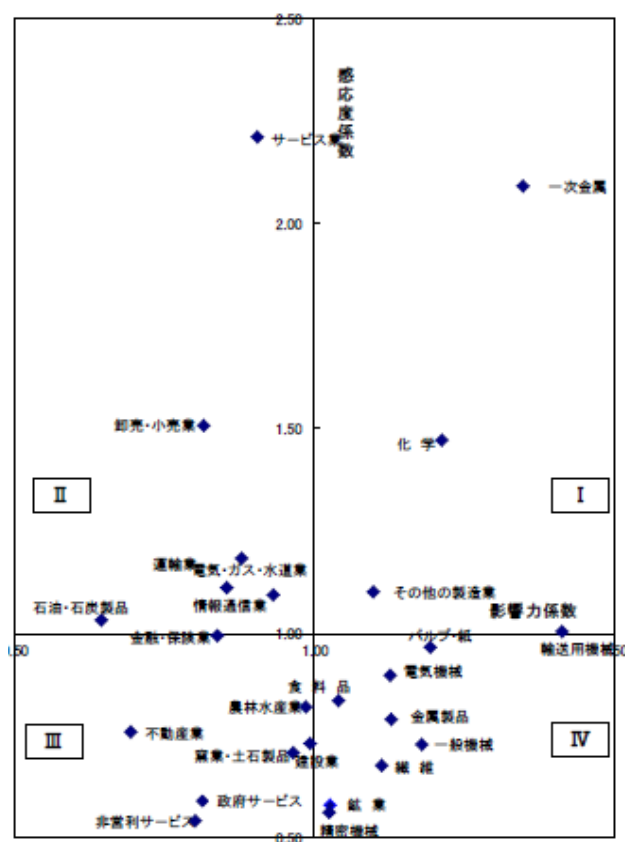
以上のように、わが国の産業構造は、平成バブルの崩壊直後から世界金融危機の間に、物質的生産産業からサービス生産産業へと顕著に変化していることがわかる。

このような変化は、各産業間の連関関係にも変化をもたらさざるを得ない。

わが国では、一般に、産業連関関係と産業・業種との関係は、図1-2のように、捉えられている。

すなわち、図1-2の中の第I象限に位置する部門は、産業全体に対する影響力（＝生

図1-2 影響度係数と感応度係数による産業業種の位置づけ



資料：総務省「平成7年産業連関表（解説編）」による

産波及効果）が強く、かつ、全体に生じた需要によって受ける波及効果の度合い（＝感応度）が高い分野である。一般に基礎資材などの原材料製造業部門がこれに該当し、鉄鋼、パルプ・紙・木製品、化学製品等がこの分野に属している。

第Ⅱ象限に位置する部門は、産業全体に対する影響力（＝生産波及効果）は低い、感応度（全体に生じた需要によって受ける波及効果の度合い）は高い分野である。対事業所サービス、商業、金融・保険、運輸など各産業に対するサービスの提供部門が多くなっている。

第Ⅲ象限に位置する部門は、影響力も感応度も低い分野である。農林水産業、窯業・土石製品などの一次産業型のもののほか、不動産、水道・廃棄物処理などの独立型の産業部門がこの分野に属している。

第Ⅳ象限に位置する部門は、産業全体に対する影響力（＝生産波及効果）は強いが、全体に生じた需要によって受ける波及効果の度合い（＝感応度）はそれ程高くない分野である。最終財の製造業部門が多く、金属製品、一般機械、電気機械、情報・通信機器等がこの分野に属している。

そこで、平成7年～23年の産業連関表から各産業（13部門）の生産誘発係数の平均値を取り出して比較してみると、表1－3の通りである。本来は各種最終需要項目の需要に対する各産業部門の生産誘発度を示すものであるが、ここではその平均を取り出し産業部門間で比較している。各産業部門の合計値を見ると、平成7年が1.707であったが、平成12年、平成17年、平成23年は、1.672、1.681、1.678と1.6代後半に低下している。

産業部門別にみると、平成7年でみて、生産誘発係数が最も高いのは製造業（0.573）で、

表1－3 最終需要項目平均生産誘発係数の推移

	平成7年 平均	平成12年 平均	平成17年 平均	平成23年 平均	傾向値 (傾き)
01 農林水産業	0.028814	0.02505	0.0227447	0.0214904	▲0.0024
02 鉱業	0.003023	0.002403	0.0017435	0.001357	▲0.0006
03 製造業	0.572998	0.53399	0.5309364	0.5176281	▲0.0169
04 建設	0.160572	0.134771	0.1093396	0.0937653	▲0.0226
05 電力・ガス・水道	0.048206	0.047075	0.0466557	0.0459853	▲0.0007
06 商業	0.186388	0.169003	0.1837524	0.1672236	▲0.0043
07 金融・保険	0.066187	0.066504	0.071905	0.0573041	▲0.0021
08 不動産	0.116919	0.114797	0.1144724	0.1271062	0.003
09 運輸	0.091287	0.083513	0.0877389	0.0861225	▲0.0011
10 通信・放送	0.026892	0.038595	0.0794249	0.0824197	0.0207
11 公務	0.047757	0.063151	0.0666334	0.0703585	0.0071
12 サービス業	0.347924	0.382167	0.35844	0.3980947	0.0127
13 分類不明	0.010051	0.007343	0.0068608	0.0089459	▲0.0004
合計	1.707017	1.671573	1.6806476	1.6778011	▲0.0079

注：平成12年は32部門表から算出した。

資料：総務省「各年産業連関表（13部門表）」

次いでサービス業（0.348）であり、両者は群を抜いている。3番目は商業（0.186）、4番目が建設業（0.161）、続いて不動産業（0.117）、運輸（0.091）などとなっている。

時系列の変化を見ると、建設業が平成7年の0.161から平成23年の0.094へ低下しており、低下率は最も高い。生産誘発係数が抜群に高い製造業も平成7年の0.573から平成23年の0.518に低下しており、低下率も高い。その他、農林水産業、鉱業、運輸業など物質的生産関連産業がいずれも低下している。また、サービス系でも商業や金融・保険も低下傾向を示している。

他方、通信・放送が生産誘発係数を顕著に上昇させており、次いでサービス業も上昇させている。また、公務の生産誘発係数もわずかに上昇している。

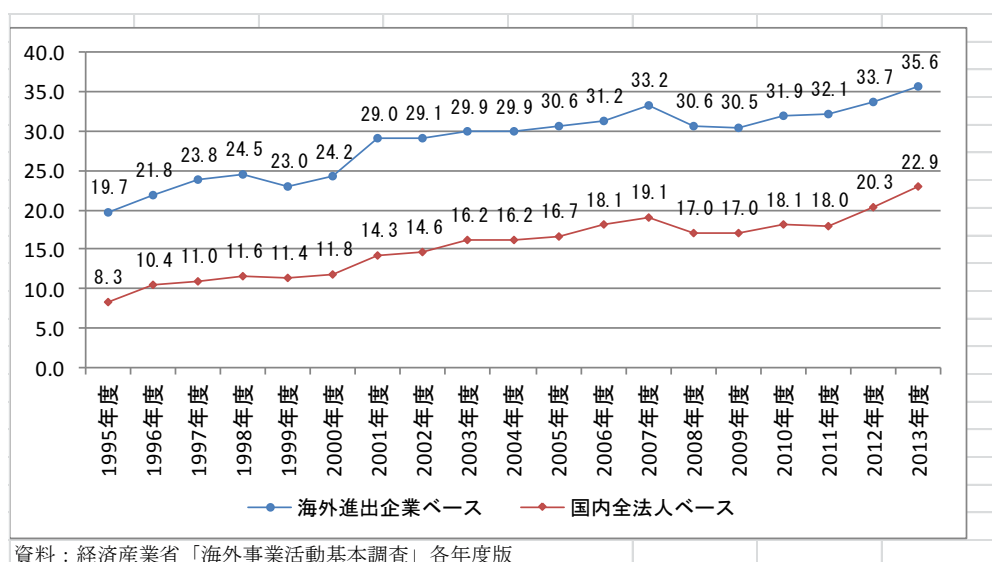
ただし、前掲図1－2からも判るように、建設業部門の感応度係数は低く、影響力係数は平均並みであるのに対して、製造業部門は、恐らく輸出等海外需要からの影響が高いためと思われるが感応度係数は低いものの、影響力係数が抜群に高い。

他方、傾向値（傾き）がプラスとなっている通信・放送部門やサービス業部門は、感応度係数が高く、幅広い需要に感応しているものの、影響力係数は1.00以下と低い。

したがって、製造業部門の生産誘発係数の傾向的低下が、産業連関関係（産業間取引連鎖の網目と規模）の弱化に作用を及ぼしている主因と考えられる。

因みに、わが国企業（製造業）の海外生産比率を見ると、1995年度には19.7%（国内全法人ベースでは8.3%）に過ぎなかった海外生産比率は、2013年度には35.6%（同22.9%）という高率に達している（図1－3）。

図1－3 わが国企業の海外生産比率の推移（製造業）



3. 長期低迷の環境的諸要因

以上のように、わが国経済の長期間の低迷の主因を（国内）製造業部門等生産誘発係数

の高い産業の影響力の弱化にあるとして、それはどのようにして生じたのであろうか。

言うまでもなく、その第一は、グローバリズムの深化に伴うわが国企業の海外進出・海外生産の拡大（前掲図 1－3）による相対的な国内生産の縮小であろう。いわゆる「産業空洞化」現象である。

他方、グローバリズムの深化は、輸入の拡大としても発現する。特に発展途上国や中進国からの輸入の急増は「価格破壊」現象を生み、国内同業企業にいわゆる「ローコスト・マネージメント」を強い、あるいは市場から撤退させることにつながり、国内産業間取引関係を「疎」にするように作用したであろう。

また、高度情報化技術の進歩と普及は、新しい産業・業種を生み出し、または飛躍的な企業生産性の向上をもたらす一方で、かつての卸売業等の「中抜き現象」に示されたように産業構造の再編と産業連関関係の簡素化をもたらした。

しかし、これらの条件も他の先進国においても同様に生じたはずであり、冒頭の図 1－1 で示したように他の先進国では経済成長がみられるのであるから、わが国経済の長期停滞の条件とは言い難いであろう。

わが国経済に及ぼした独自の条件を、私は、次の 3 つではないかと考えている。

1 つは、1985 年の円高誘導を主目的とした G 5 による「プラザ合意」が行われたが、同年に日米 2 国間の貿易不均衡の解消を目的として MOSS 協議「市場分野別個別協議 (Market Oriented Sector Selective talks : MOSS)」(エレクトロニクス、電気通信、医薬品・医療機器、エレクトロニクス、林産物、輸送機械の各分野における日本市場アクセスに対する障害を除去することを目的とした 2 国間協議)が行われたことである。

なお、日米 2 国間協議は、それ以前の 1970 年から日米繊維交渉として始まり、1977 年の日米カラー TV 交渉、1978 年には牛肉・オレンジ交渉、1981 年～84 年には対米自動車自主輸出規制実施が行われている。

MOSS 協議は、1989 年からは日米経済構造協議、1993 年に「日米包括経済協議」と名を変え、1994 年からは「年次改革要望書」、「日米経済調和対話」へとつながり、アメリカの対日貿易・産業「要求」が続いた。

この間に、1985 年にはアメリカ半導体工業会が日本半導体市場の閉鎖性等を理由にスーパー 301 条提訴を行い、1986 年に日米半導体取極めを締結、1987 年～1993 年には工作機械の対米輸出自主規制実施、1991 年には新たな日米半導体取極め、1989 年には移動電話交渉決着、1991 年に新たな日米半導体取極めが締結されている。

このようなアメリカの厳しい対日貿易・産業「要求」には、次のような事情があった。

1973 年の第一次石油ショックを乗り越えた日本経済は、高度経済成長から中成長に減速したものの、依然として対米貿易黒字が拡大し続けていた。

1985 年時点で、米、日 2 各国は世界の 1 位、2 位を占めるようになっており、世界の GDP の 42.5% (アメリカ 32.3%、日本 10.3%) を占めていたが、アメリカ経済は、日本やドイツの工業製品の流入による「産業空洞化」や輸出不振に陥っており、純債務国への

転落によるドルの国際的信用の低下が危惧される状況に陥っていた。「アメリカの貿易赤字の約 40%は日本に起因する」という状態であった。

1990 年には米、日は依然としては世界の 1 位、2 位を占めていたが、世界の GDP に占めるアメリカのそれは、26.1%に低下し、日本の GDP は 13.5%に上昇している。「この年（1991 年―筆者）は、『アメリカにとって最大の脅威はどこ国か?』という（米国の）世論調査で、戦後初めて日本がソ連を上回った時期…」（坂本義和「人間と国家（下）」岩波新書 p 114）でもあった。

このため、日本企業は、アメリカへの輸出自主規制および対米企業進出（現地生産）を余儀なくされたが、一方で、東アジア等第 3 国に進出（工場建設）し、「三角貿易」と呼ばれる体制を構築するようにもなったのである。これらは、かつて小島清氏が整備した「雁行形態型経済成長モデル」における逆貿易志向的直接投資（anti-trade-oriented FDI）のように、工業先進国において依然として比較優位を失っていない産業によって海外直接投資が行われる結果として投資本国では産業の空洞化が懸念される投資であったと考えることもできよう。

図 1－4 にみられるように、わが国の海外直接投資は、1980 年代後半のバブル期に急速に盛り上がり、その後の平成不況を経て、（景気の）「底を打った」2002～3 年以降に再び急上昇している。

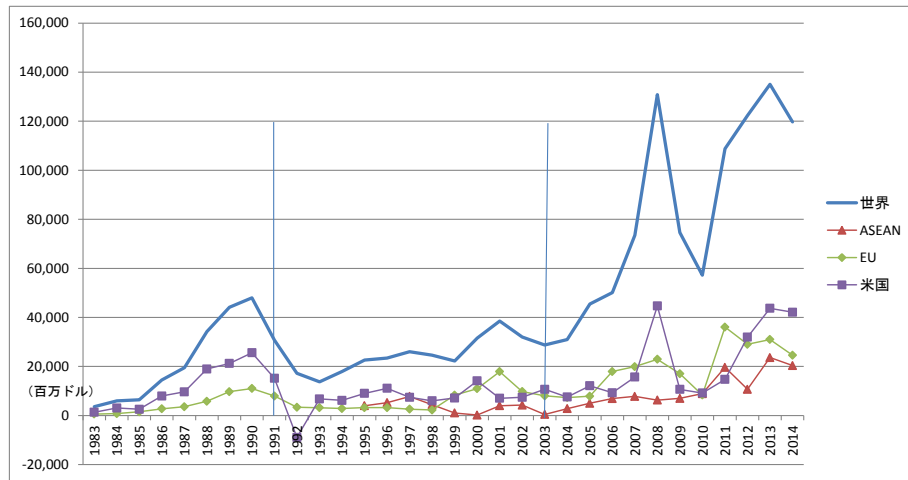
ところが、図 1－5 による（国内の）民間企業設備投資（実質）対前年度比の推移をみると、高度経済成長期（1956 年～1972 年）平均の 17.3%からオイルショック後～1980 年代（1973 年～1990 年）の平均 6.5%、さらに平成不況後の「失われた 20 年」（1991 年～2010 年）平均のマイナス 0.4%へと低下している。

2 つ目は、日米 2 国間貿易摩擦交渉による農産物等の輸入の増加とともに、隣接する中国をはじめ東・東南アジアの工業化・産業発展に伴い「開発輸入」等の安価な輸入品の増加によって、国内価格の「破壊」現象および従来の一次産品加工、地場産業などの市場からの退出が促され、産業連関関係の削減が進んだと考えられる。近隣に発展する中進国・途上国群が存在した日本と、当時、東欧との交易関係が薄く、アフリカ諸国の発展は見られなかったヨーロッパ先進国との地理的環境の違いがあったものと推測できよう。

3 つ目は、いわゆる「金融ビッグバン」によるわが国主要企業の「外資系企業」化も影響しているのではないかと考えられる。

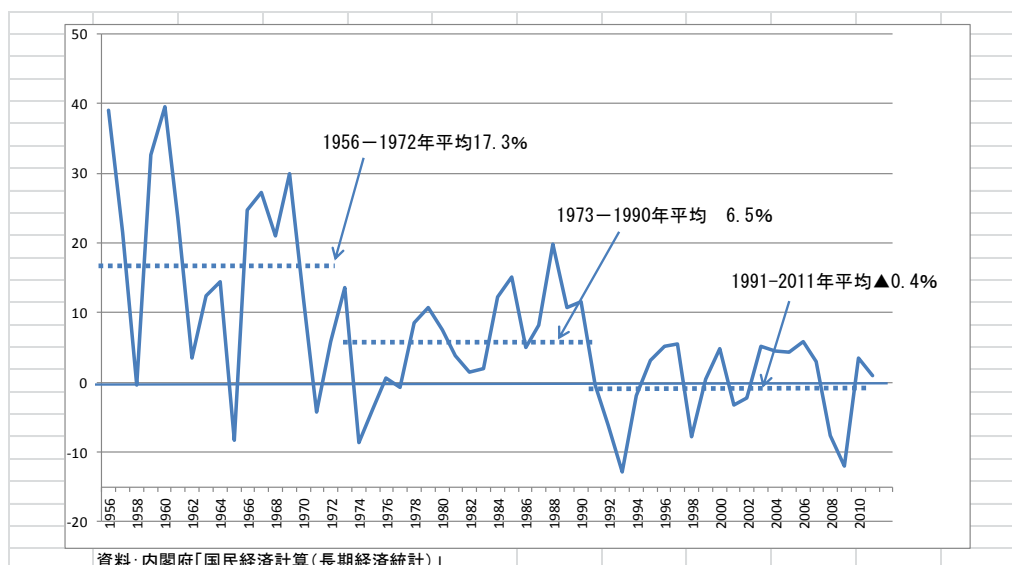
アメリカの財務長官に、ゴールドマンサックスの会長であったロバート・ルービン氏が就任し、「強いドル政策」へと転換するとともに、世界的な金融自由化を進めたが、わが国でも、1996 年～2001 年にかけて、「金融ビッグバン」と呼ばれる外為法の改正を含む金融における自由化が進められた。その結果、株式の持ち合いの解消、間接金融から直接金融（「メインバンク制」の廃止）、会計基準の国際化（「国際財務報告基準」）などが進められ

図 1－4 わが国の海外直接投資額の推移（1983 年以降）



資料：内閣府「国民経済計算（長期統計）」

図 1－5 民間企業設備投資（実質）対前年度比の推移



資料：内閣府「国民経済計算（長期経済統計）」

るとともに、図 1－6 に示すように、日本の株式の約 32%が外資系法人の所有になっており、30%を超えると「外資系企業」としている通商産業省に倣えば、「外資系企業」化していることになる。

「外国人株主が 4 割を超えている主な『外資系企業』を挙げてみると、…、三井住友 F C、りそなホールディングス、第一生命、東京海上日動、損保ジャパン、日本興亜、…、三井不動産、三菱地所、…、日産自動車、スズキ、コマツ、日立製作所、ソニー、…、栗田工業、オムロン、住友重機、村田製作所、任天堂、コニカミノルタ、中外製薬、アステラス製薬、…オリックス、やセコムなど…」（金子勝、児玉龍彦 前掲書 p 47～48）と言った状況である。

他方、アメリカでは、ルービン財務長官の任期中、ドルは最大で 8 割も高騰し、アメリ

カへ流入するマネーは2倍に増えたと言われている。アメリカの GDP は、表1－4のように1990年時点での産業別構成比は、製造業19.4%、金融・保険・不動産21.0%で、不動産を除けば製造業と金融・保険はほぼ拮抗していたものと推測できるが、ルービン財務長官は、金融産業の主導へと舵を切り、金融・保険・不動産の比率は、2000年には22.9%、2010年には24.1%へと上昇している。

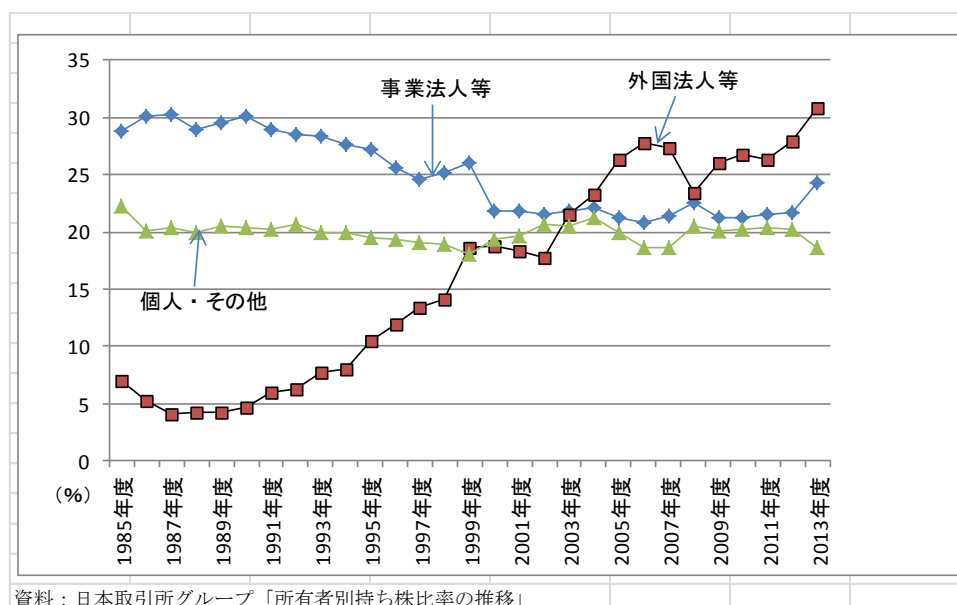
また、従来、企業の海外進出が、日本からの資本財、生産財等の輸出増加につながると、

表1－4 アメリカの産業別国内総生産構成比の変化

	1990年	2000年	(%) 2010年
民間部門	100.00	100.00	100.00
財生産部門	28.00	23.90	20.50
農林水産業	1.90	1.10	1.30
鉱業	1.80	1.20	2.00
建設業	4.90	5.30	4.20
製造業	19.40	16.20	13.00
サービス生産部門	72.00	76.10	79.50
公益	2.90	2.00	2.30
卸売業	7.00	7.10	6.40
小売業	8.00	7.90	7.00
輸送	3.50	3.50	3.40
情報	4.70	4.80	4.90
金融・保険・不動産	21.00	22.90	24.10
専門・医療・社会福祉	7.50	7.80	10.10
娯楽・宿泊	4.00	4.40	4.50
その他	3.10	3.20	2.80

資料：アメリカ商務省

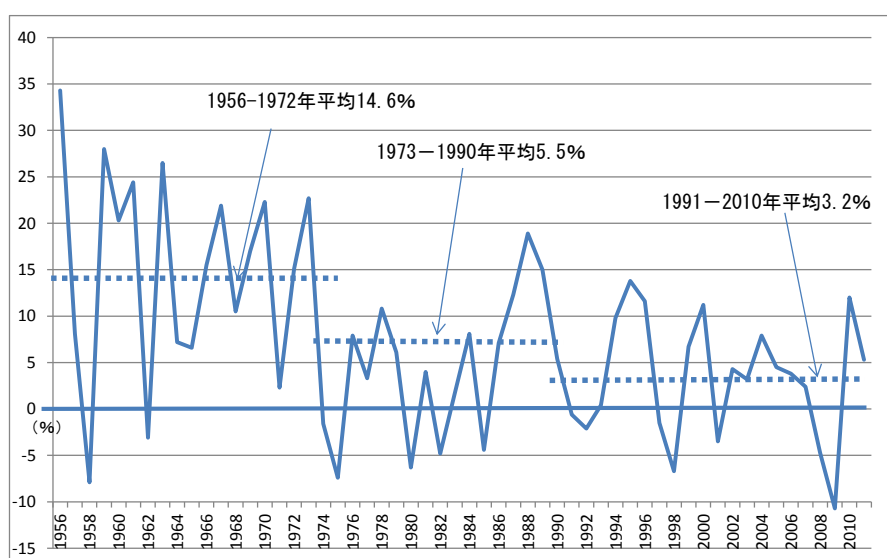
図1－6 投資部門別株式保有比率の推移



考えられてきた。したがって、近年の輸出の低迷、貿易収支の赤字化は、円高によるものと説明されてきたが、アベノミクス政策における超金融緩和の下においても、輸出の増加は見られず、原油価格は低下しているにもかかわらず、貿易収支は赤字にとどまっている。

このように、企業の海外進出が、国内からの輸出の増加につながるという関係も微弱になっていることを窺わせる。図1-7のように、日本の輸出（実質）対前年度増加率は、平成3年の平成不況以降の20年間を平均すると3.2%となり、高度経済成長期の17年間の平均14.6%はもとより、石油ショック後の18年間の5.5%に比べても低水準となっている。前掲図1-4に示した企業の海外進出（投資）の増加とは明らかに、逆相関となっている。

図1-7 わが国の輸出（実質）対前年度増加率の推移



資料：内閣府「国民経済計算（長期統計）」

4. 本研究の課題

本レポートの目的は、成長する他の東アジア、東南アジアに最も近い地方中枢都市であり、かつ、総務省「2015年国勢調査」の結果では人口の増加率が20政令指定都市の中で最も高く、首都東京とともに人口増加の2極を形成している福岡市における、今後のアジア・ビジネス支援政策のあり方を提起することである。

上述のように、今後とも、人口減少及び人口構造の脆弱化による国内消費市場の伸び悩みが予測される上に、長期的な経済低迷または「衰退」の危険性が増している中にあることは、(1) 民間企業の新規事業創出やスタートアップの族生等による新しい産業組織の成長を促すとともに、(2) 工業化をテコに高い経済成長を見せている海外経済とりわけアジア諸国と連携を深め、ともに成長する関係を築くことが重要であることは言うまでもないであろう。

しかしながら、単なる企業の海外進出（現地法人の設立）の促進、あるいは、単なる工

業用部品や材料等を中心とした輸出の振興という従来の支援策を続けることで、本当に都市・地域が停滞状況を打ち破っていくことができるとは考えにくい。上述してきた通りである。

都市・地域の着実な持続的成長のためのカギは、それらに加えて、産業連関関係あるいは各種経済活動主体間の高密度な連携・ネットワークを築いていくことにあるであろう。したがって、スタートアップの族生等による新しい産業組織の成長を促すことはもちろんのこと、それらと企業の海外進出や輸出振興、インバウンド観光振興等が、各種産業活動主体間の高密度な連携・ネットワーク構築に繋がるような振興のあり方を探って行くことが必要である。それは、長期低迷状態にある日本・国内経済の突破口をこの福岡市から開いていくことにつながるはずである。

第2章 全国における企業の海外進出動向

1. 全国レベルの海外進出企業（現地法人設立企業）の動向

経済産業省「日本企業の海外進出状況」によって1969～2003年間の海外進出企業の動向を見ると、図2-1に示すように、いわゆる「プラザ合意」による急速な円高および前述の日米MOSS協議を受けて、北米やアジア地域を中心に1985～1989年に大幅に増加し、バーストバブルの影響で1990～1992年にいったん減少している。しかし、1993年から再びアジアを中心として増加に転じ、1995年にピークを記録し、2000年以降は低迷しているようにみられる。

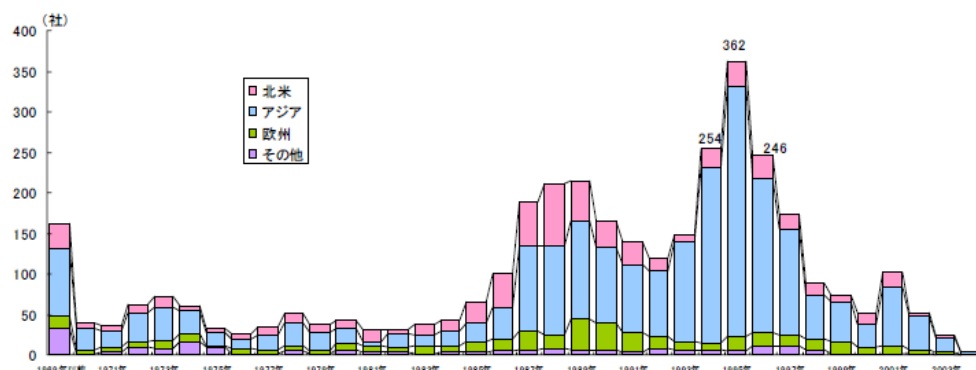
その後の動向を見るために、各年度調査の経済産業省「海外事業活動基本調査」による「新規設立現地法人企業数」をつなげてグラフにしたものが図2-2である。

前の図にもある1997～2003年間のグラフが、図2-2のものと大きく異なっているが、前図（図2-1）の調査対象は、①金融・保険業及び不動産業を除く全業種、②資本金1億円以上、③従業員50人以上の国内企業（本社）がもつ、従業員50人以上出資比率50%以上の製造業の海外現地法人を対象にしているのに対して、後者の図（図2-2）の「海外事業活動基本調査」では、毎年3月末時点で海外に現地法人を有するわが国企業（金融・保険業、不動産業を除く）を対象にし（全数調査であるが有効回答率はおおよそ70%）、日本側出資比率が10%以上の外国法人（海外子会社）と、日本側出資比率が50%超の海外子会社が50%超の出資を行っている外国法人（海外孫会社）を対象にしているという調査対象の違いによっている。

それにもかかわらず、長期的に見た日本企業の海外進出の時期別動向は概ね判断可能であろう。

図2-2について1997～2013年の動向を見ると、1997年に「擬似」回復した日本経済であったが、アジア通貨危機、およびその後の「リストラ」期にあって、新規設立現地法人

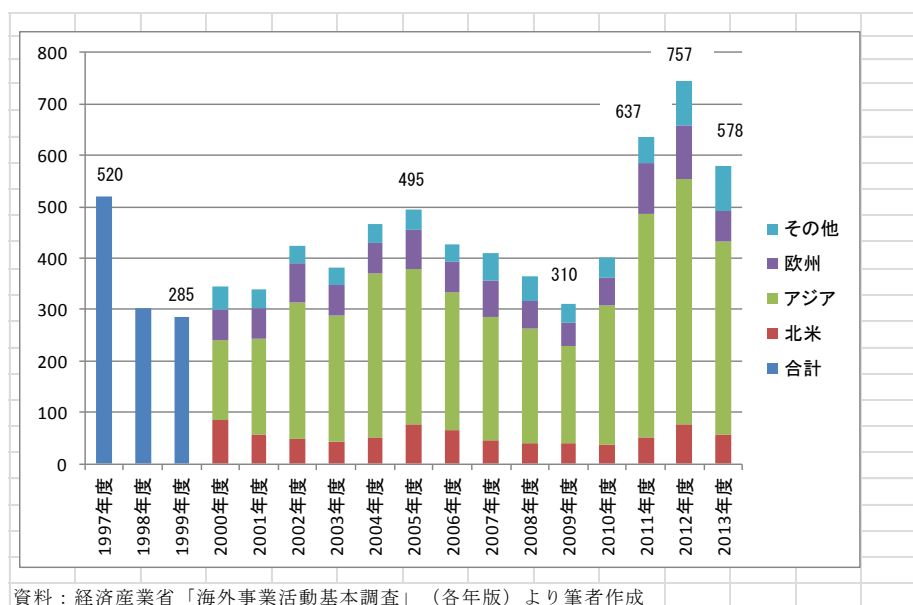
図 2 - 1 地域別設立時期別製造業現地法人数の推移（1969～2013 年）



資料：経済産業省「日本企業の海外進出状況」

www.meti.go.jp/statistics/tyo/genntihou/sanko/pdf/h2c3eln1.pdf

図 2 - 2 新規設立現地法人企業数の推移（地域別）



資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」（各年版）より筆者作成

数は減少するが、2002～2003 年を底としていわゆる「実感なき景気回復」期に入るとともに、アジア地域を中心に 2005 年には 495 社まで回復している。

その後は、徐々に減少していくが、特に 2008 年末からの世界金融危機（世界同時不況）によって 2009 年度は 310 社まで減少するものの、2012 年度には 757 社と恐らく過去最多の海外現法設立を記録している。この時期には、アジア地域とともに欧州、その他地域および北米など全地域で多くなっている。

同じ 1997 年度以降の動向を、産業別に見たのが表 2 - 1 である。途中で産業分類の方法変更になっていることもあり、判断しにくいので、表 2 - 2 のように括り直し、構成比の

形で示してみると、産業別の海外進出（新規設立現地法人）の動向を把握できる。

①表側の右端の列に 17 年間の傾き（傾向値）を示しているが、製造業計は▲1.57 と構成比が低下傾向であり、非製造業計が 1.57 と上昇増傾向にあることが判る。グラフにしてみると図 2－3 の通りである、

②製造業では、唯一金属系産業で傾きがプラスである他は、すべてマイナス＝低下傾向にあり、非製造業では、建設業（0.05）、情報・物流系（0.06）が僅かにプラスであり、商業系（0.72）とサービス業（0.66）では顕著な上昇傾向にある、ことが判る。

さらに、合計＝世界での新規設立現地法人数とアジア地域でのそれとを比較し傾向を見ると、表 2－3 および図 2－4 に示すとおりである。すなわち、合計＝世界に対してアジア地域での新規設立現地法人数の割合は、2000 年の 44.8%から次第に割合を高めており、2013 年度までの 14 年間の平均は 61.6%であるが、傾きは、0.853 とプラスでその割合を高めている。

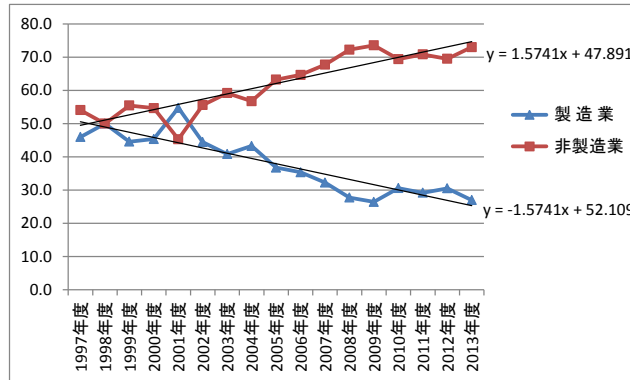
表 2－1 産業別新規設立現地法人企業数の推移

	1997 年度	1998 年度	1999 年度	2000 年度	2001 年度	2002 年度	2003 年度	2004 年度	2005 年度	2006 年度	2007 年度	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度
合 計	520	302	285	344	340	423	382	467	495	427	409	364	310	402	637	757	578
製 造 業	239	151	127	156	186	188	156	202	182	151	132	101	82	123	186	231	156
食 料 品	8	3	5	4	7	8	5	9	9	10	7	3	5	6	4	18	12
織 維	17	5	4	10	2	10	3	8	11	4	3	6	2	5	3	8	4
木材紙パ	3	3	1	3	2	7	0	3	3	0	0	1	1	0	0	2	4
化 学	30	26	15	10	22	23	17	16	18	11	15	11	7	10	11	28	13
石油・石炭		1	1		1				1	1	2	3	0	2	1	3	1
窯業・土石											1	1	0	3	8	6	8
鉄 鋼	5	4	1	4	4	4	5	2	4	4	13	2	4	5	8	6	2
非鉄金属	5	5	4	1	1	3	6	6	2	4	3	4	1	8	3	5	4
金属製品											2	6	4	2	11	7	9
はん用機械	22	10	29	12	33	40	18	35	26	42	6	4	4	3	4	4	4
生産用機械											9	8	8	13	26	16	8
業務用機械											6	3	8	4	6	9	5
電気機械	61	53	31	68	16	19	17	24	20	14	11	3	2	3	11	26	5
情報通信機械					24	24	28	24	21	18	16	8	12	22	23	18	17
輸送機械	56	24	23	32	53	34	35	37	30	25	22	23	12	21	42	49	39
その他の製造業	32	17	13	12	21	16	22	38	37	18	16	15	12	16	25	26	21
非製造業	281	151	158	188	154	235	226	265	313	276	277	263	228	279	451	526	422
農林漁業	1	5	5	2	0	2	3	1	2	1	1	5	0	0	5	3	2
鉱 業	12	3	3	5	3	6	7	3	9	9	11	5	8	5	17	9	3
建 設 業	9	6	7	7	4	9	12	7	5	11	4	7	8	16	16	26	9
情報通信業					27	44	46	21	32	18	31	26	24	21	37	37	44
運 輸 業								38	43	26	29	26	10	25	31	35	30
卸 売 業	135	68	65	64	92	115	108	102	117	132	98	97	93	105	192	212	185
小 売 業								22	16	23	15	14	9	16	19	25	17
サービス業	57	38	46	63	23	35	40	47	54	40	48	50	53	56	89	108	86
その他の非製造業	67	31	32	47	5	24	10	24	35	16	40	33	23	35	45	71	46

注：1997～2006年度は「一般機械」と「精密機械」を「はん用機械」に入れている。
2001～2003年度の「情報通信業」は「運輸業」を含む。
1997～2000年度の「商業」、2001～2003年度の「卸売・小売業」は「卸売業」に入れている。
資料：通商産業省「海外事業活動基本調査」（各年度版）より筆者作成

また、製造業と非製造業別にみると、製造業の 2000～2013 年間の対合計＝世界の比率は、平均して 69.2%でありほぼ 7 割といってよい。非製造業は 57.1%で、6 割に達していないが、その推移をみると図 2－4 のように、非製造業の傾きが大きく製造業に接近してきていることが判る。

図 2-3 日本の新規設立現地法人数構成比の変化



資料：図 1-9 と同じ

表 2-2 産業別新規設立現地法人企業構成比の推移

	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	傾向
(単位：%)																		
合 計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
製 造 業	46.0	50.0	44.6	45.3	54.7	44.4	40.8	43.3	36.8	35.4	32.3	27.7	26.5	30.6	29.2	30.5	27.0	▲1.57
(軽工業)	5.4	3.6	3.5	4.9	3.2	5.9	2.1	4.3	4.6	3.3	2.4	2.7	2.6	2.7	1.1	3.7	3.5	▲0.13
(化学系)	5.8	8.9	5.6	2.9	6.8	5.4	4.5	3.4	3.8	2.8	4.4	4.1	2.3	3.7	3.1	4.9	3.8	▲0.19
(金属系)	1.9	3.0	1.8	1.5	1.5	1.7	2.9	1.7	1.2	1.9	4.4	3.3	2.9	3.7	3.5	2.4	2.6	0.09
(機械系)	4.2	3.3	10.2	3.5	9.7	9.5	4.7	7.5	5.3	9.8	5.1	4.1	6.5	5.0	5.7	3.8	2.9	▲0.13
(電気・電子)	11.7	17.5	10.9	19.8	11.8	10.2	11.8	10.3	8.3	7.5	6.6	3.0	4.5	6.2	5.3	5.8	3.8	▲0.76
輸送機械	10.8	7.9	8.1	9.3	15.6	8.0	9.2	7.9	6.1	5.9	5.4	6.3	3.9	5.2	6.6	6.5	6.7	▲0.33
その他の製造業	6.2	5.6	4.6	3.5	6.2	3.8	5.8	8.1	7.5	4.2	3.9	4.1	3.9	4.0	3.9	3.4	3.6	▲0.13
非製造業	54.0	50.0	55.4	54.7	45.3	55.6	59.2	56.7	63.2	64.6	67.7	72.3	73.5	69.4	70.8	69.5	73.0	1.57
建 設 業	1.7	2.0	2.5	2.0	1.2	2.1	3.1	1.5	1.0	2.6	1.0	1.9	2.6	4.0	2.5	3.4	1.6	0.05
(情報・物流系)	0.0	0.0	0.0	0.0	7.9	10.4	12.0	12.6	15.2	10.3	14.7	14.3	11.0	11.4	10.7	9.5	12.8	0.06
(商業系)	26.0	22.5	22.8	18.6	27.1	27.2	28.3	26.6	26.9	36.3	27.6	30.5	32.9	30.1	33.1	31.3	34.9	0.72
サービス業	11.0	12.6	16.1	18.3	6.8	8.3	10.5	10.1	10.9	9.4	11.7	13.7	17.1	13.9	14.0	14.3	14.9	0.66
その他の非製造業	15.4	12.9	14.0	15.7	2.4	7.6	5.2	6.0	9.3	6.1	12.7	11.8	10.0	10.0	10.5	11.0	8.8	...

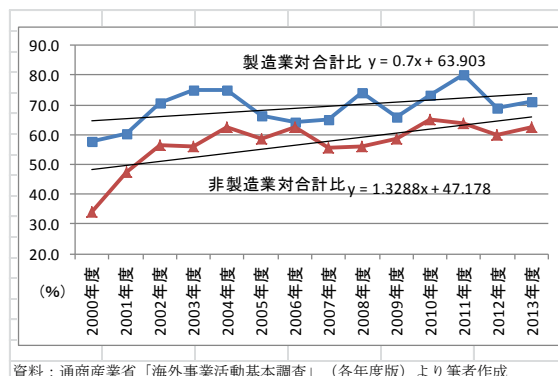
注：「軽工業系」は食品、繊維、木材紙パ、「科学系」は化学、石油・石炭、窯業・土石、「金属系」は鉄鋼、非鉄、金属製品の合計。
「機械系」ははん用機械、生産用機械、業務用機械、「電機・電子」は電気機械、情報通信機械、の合計。
「情報・物流計」は情報通信業、運輸業の合計、「商業系」は卸売業、小売業の合計。
資料：通商産業省「海外事業活動基本調査」（各年度版）より筆者作成

表 2-3 アジア地域での新規設立現地法人数および対合計比の推移

	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
(単位：社、%)														
合 計	154	185	266	244	318	304	270	240	222	188	272	437	475	375
(対世界比)	44.8	54.4	62.9	63.9	68.1	61.4	63.2	58.7	61.0	60.6	67.7	68.6	62.7	64.9
製 造 業	90	112	133	117	152	121	97	86	75	54	90	149	159	111
(対世界比)	57.7	60.2	70.7	75.0	75.2	66.5	64.2	65.2	74.3	65.9	73.2	80.1	68.8	71.2
(軽工業)	9	9	17	6	14	18	11	7	7	4	9	5	14	17
(化学系)	4	12	13	14	10	12	5	11	13	3	10	12	21	12
(金属系)	4	2	6	9	5	5	7	10	10	6	12	17	14	11
(機械系)	10	17	30	10	25	15	25	14	12	15	18	29	24	11
(電気・電子)	41	30	31	32	39	26	23	24	7	8	20	28	26	18
輸送機械	15	31	24	29	28	24	14	9	14	7	12	35	37	26
その他の製造業	7	11	12	17	31	21	12	11	12	11	9	23	23	16
非製造業	64	73	133	127	166	183	173	154	147	134	182	288	316	264
(対世界比)	34.04	47.4	56.6	56.19	62.64	58.47	62.68	55.6	55.89	58.77	65.23	63.86	60.08	62.56
建 設 業	5	2	5	10	6	2	4	3	5	6	11	11	15	8
(情報・物流系)	0	13	26	32	43	50	30	34	33	20	28	45	46	46
(商業系)	29	45	68	56	80	88	109	78	62	70	90	152	165	142
サービス業	20	10	20	26	28	33	25	25	26	28	36	56	67	45
その他の非製造業	10	3	14	3	9	10	5	14	21	10	17	24	23	23

注：「軽工業系」は食品、繊維、木材紙パ、「科学系」は化学、石油・石炭、窯業・土石、「金属系」は鉄鋼、非鉄、金属製品の合計。
「機械系」ははん用機械、生産用機械、業務用機械、「電機・電子」は電気機械、情報通信機械、の合計。
「情報・物流計」は情報通信業、運輸業の合計、「商業系」は卸売業、小売業の合計。
資料：通商産業省「海外事業活動基本調査」（各年度版）より筆者作成

図 2-4 アジア地域新規設立現法の対合計＝世界比の推移



2. わが国の地域構造・都市システムと海外進出企業（現地法人企業設立）の関係

(1) わが国の地域構造・都市システム

以上のように、全国をひとくくりにしたわが国企業の海外進出動向ではなく、地域あるいは都市レベルでそれを捉えるためには、わが国の地域構造や都市システムがどのように構成されているのかを見ておくことが必要である。

実は、現在の時点でそれを的確に捉えた研究資料は見当たらないが、2000年代まで続いた全国総合開発計画（全総）の時代には、経済地理学や地域経済学の分野ではほぼ定説となっていた国土構造の捉え方があった。それが図 2-5 である。地域構造は、1つの地帯と2つの地域、すなわち、①京浜地域～静岡・浜松～名古屋～京阪神～岡山、広島、北九州、福岡に至る太平洋ベルトと、②その中でも東京、名古屋、大阪の3大都市とその影響圏域である3大都市圏地域、および、③概ね、それら以外の地方圏地域とで構成されているとされ、都市システムとしては人口200万人以上の3つの都市、東京都、大阪市、名古屋市を3大都市と呼び、それら3大都市圏地域の中には横浜、京都、神戸を加えた6大都市が並んでいる。

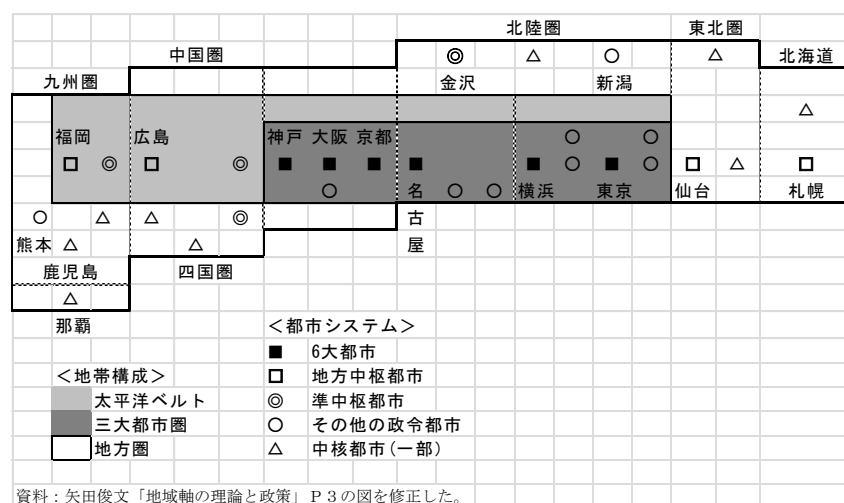
他方、それ以外の北海道、東北、中国、四国、九州の地方圏には、札幌市（北海道）、仙台市（東北）、広島市（中・四国）、福岡市（九州）の4つの地方中枢都市が位置づけられ、それらの下には、県庁所在都市を中心にした地方中核都市、さらに各県内No. 2～3都市の地方中心都市、地方中小都市など都市の階層的な位置づけとそれらのネットワーク＝都市システムが存在すると捉えられていた。

現在は、このような地域構成、都市システムが依然として存続しつつも、新しい条件の下で再構成されつつもあると言ってよいであろう。

(2) 経済主体・企業組織から見た地域構造と企業の海外進出

我々の所得の源泉である毎年の経済的付加価値、すなわち国内総生産額（GDP）は、各種経済活動主体の活動によって生み出されている。2014年の内閣府「国民経済計算統計」に

図 2-5 日本の地域構造、都市システム（「全総」時代）



よると、427.8兆円のGDPの87.9%は産業、9.0%が政府サービス生産者、2.3%が民間非営利サービス生産者の活動によって生み出されている。GDPの87.9%を創り出す産業の活動は、その大部分が企業によって担われている。

総務省「平成26年経済センサス（基礎調査）」によると、わが国の企業約410万社の51.0%が個人企業、175万社、42.7%が会社企業、約26万社、6.3%が会社以外の法人となっている。ただし、従業者数でみると、5,625万人のうち、個人企業は10.6%に過ぎず、会社以外の法人も14.4%であるのに対して、会社企業が約4,220万人、75.0%を占めており、付価値生産の上で圧倒的な存在となっていると見てよいであろう。

その会社企業については、同じ「平成26年経済センサス（基礎調査）」によって資本金階層別企業売上が調べられている。それによると、表2-4に示す通り、資本金1億円以上の会社企業（いわゆる「中堅企業」～「大企業」に当る）が総売上額1,180兆円の66.1%を占めており、わが国GDP、427.8兆円産出のメインプレーヤーであることがわかる。

これらわが国経済のメインプレーヤーの所在を都道府県別にみると、表2-5の通りである。表側の左列の区分名称は、上記の「全総時代」の地域構造区分である。その右列は、

表 2-4 資本金階層別企業売上

資本金	企業数	(単位：社、百万円、%)	
		売上	構成比
～300万円	94,774	5,797,414	0.5
300～500	521,362	35,649,253	3.0
500～1,000	197,285	20,392,273	1.7
1,000～3,000	494,126	159,000,000	13.5
3,000～5,000	61,181	71,638,097	6.1
5,000～1億円	40,731	107,000,000	9.1
1億円以上	25,141	780,000,000	66.1
計	1,460,333	1,180,000,000	100.0

資料：総務省「平成26年経済センサス（活動調査）」

表 2－5 日本の地域構造と産業組織上の地域区分

		(単位：％)						
地域区分	都道府県	資本金 1億円 以上企 業構成 比	企業売 上金額 構成比	上場企 業構成 比	資本金 1億円 以上製 造業企 業数	同佐構成 比	海外進 出企業 数	進出企 業割合 (対総 企業)
3 大 都 市 圏 地 域	東京都	36.7	45.6	49.7	2,012	23.0	17,456	6.72
	大阪府	8.8	9.4	11.9	839	9.6	4,445	3.35
	愛知県	5.5	6.7	6.1	570	6.5	2,892	2.76
	神奈川県	5.4	3.8	5.0	535	6.1	1,459	1.35
	兵庫県	2.8	2.5	3.0	300	3.4	857	1.44
	埼玉県	2.7	2.3	2.0	364	4.2	521	0.61
	京都府	1.6	1.3	1.8	179	2.0	806	2.42
	千葉県	2.3	1.8	1.3	236	2.7	303	0.48
	小 計	65.8	73.4	80.8	5,035	57.6	89.7	2.39
北 陸 、 中 部 、 近 畿 地 域	静岡県	2.2	1.9	1.4	310	3.5	620	1.15
	長野県	1.4	0.9	1.1	186	2.1	357	1.08
	岐阜県	1.0	0.9	0.9	121	1.4	180	0.61
	群馬県	1.1	1.0	0.6	147	1.7	140	0.46
	三重県	0.9	0.7	0.6	121	1.4	210	1.00
	栃木県	0.9	0.8	0.5	129	1.5	76	0.26
	茨城県	1.4	1.0	0.4	188	2.2	30	0.09
	和歌山県	0.3	0.3	0.3	39	0.4	36	0.35
	山梨県	0.5	0.3	0.2	65	0.7	55	0.46
	滋賀県	0.7	0.4	0.2	117	1.3	124	0.90
	奈良県	0.3	0.3	0.1	31	0.4	27	0.25
	新潟県	1.3	1.0	1.2	137	1.6	101	0.31
	石川県	0.8	0.5	0.8	78	0.9	86	0.49
	富山県	1.0	0.6	0.6	116	1.3	141	0.97
	福井県	0.5	0.4	0.5	64	0.7	91	0.73
	小 計	14.3	11.0	9.5	1,849	21.2	7.1	0.61
地 方 圏 地 域	北海道	2.8	2.1	1.2	195	2.2	32	0.04
	宮城県	1.4	0.9	0.7	121	1.4	56	0.21
	福島県	1.0	0.7	0.4	131	1.5	44	0.17
	山形県	0.7	0.5	0.2	108	1.2	32	0.21
	岩手県	0.6	0.4	0.2	69	0.8	4	0.03
	青森県	0.6	0.4	0.1	44	0.5	4	0.03
	秋田県	0.5	0.3	0.1	58	0.7	3	0.02
	広島県	1.5	1.6	1.2	158	1.8	274	0.65
	岡山県	1.0	0.8	0.6	117	1.3	93	0.35
	香川県	0.6	0.5	0.4	56	0.6	61	0.39
	山口県	0.7	0.6	0.4	81	0.9	43	0.26
	愛媛県	0.6	0.6	0.3	58	0.7	42	0.22
	高知県	0.3	0.3	0.2	14	0.2	8	0.09
	鳥取県	0.3	0.2	0.1	25	0.3	16	0.22
	徳島県	0.3	0.2	0.1	27	0.3	39	0.36
	島根県	0.3	0.2	0.1	28	0.3	1	0.01
	福岡県	2.9	2.6	2.3	219	2.5	215	0.37
	鹿児島県	0.6	0.5	0.3	51	0.6	1	0.00
	大分県	0.5	0.5	0.2	56	0.6	0	0.00
	熊本県	0.7	0.6	0.2	79	0.9	9	0.04
	沖縄県	0.8	0.4	0.1	43	0.5	1	0.01
	宮崎県	0.4	0.3	0.1	43	0.5	18	0.25
	佐賀県	0.3	0.2	0.1	40	0.5	21	0.14
	長崎県	0.5	0.4	0.0	31	0.4	9	0.06
	小 計	19.9	15.8	9.7	1,852	21.2	3.2	0.17
合 計		100.0	100.0	100.0		100.0		
		28,630 社	1,336兆 円	3,617 社	8,736 社		32,039 社	1.88

資料 1. 総務省「経済センサス」平成24年および26年

2. 平成25年末の東証1部・2部、マザーズ、JQS、JQB、名証1部・2部、

セントレックス、福商、Q-Board、札証、アンビシャスに上場している企業。

3. 東洋経済「2015年海外進出企業総覧（会社編）」

私が仮説としてわが国の産業企業組織を中心としてみた場合の地域区分を行ったもので、
 3大都市圏地域＝「産業中心地」、3大都市圏の影響圏＝「半周辺地」、地方圏地域＝「周辺地」と言うように地域構造区分と重なることを示している。

第4列は、総務省「平成 26 年経済センサス（基礎調査）」による資本金 1 億円以上の企

業数の対全国構成比を都道府県別に示したものである。28,630社の65.8%が3大都市圏地域（8都府県）＝「産業中心地」に集中しており、3大都市圏の影響圏である北陸、中部、近畿地方の15府県＝「半周辺地」には14.3%（1県平均0.952%ポイント）、他の地方圏地域＝「周辺地」の24県には19.9%（同0.829%ポイント）が立地している。

第5列の複数事業所を持つ企業の売上の全国計である1,336兆円に占める割合を見ると、実に、73.4%が3大都市圏地域で占められており、その影響圏である北陸、中部、近畿地方の15府県は、11.0%（1県平均0.733%ポイント）、地方圏の24県は15.5%（同0.658%ポイント）に過ぎない。

さらに第6列の上場企業数3,617社の構成比をみると、3大都市圏地域の割合はさらに上昇し、実に80.8%に達している。その影響圏である北陸、中部、近畿地方の15府県は9.5%（1府県平均0.633%ポイント）、地方圏の24県は9.7%（1県平均0.404%ポイント）を占めるに過ぎない。以上のように産業・企業組織の配置からも3大都市圏地域が圧倒的な中心地であることがわかる。

また、資本金1億円以上の製造業企業数（第7、8列）をとってみると、全国計の8,736社に対して、5,035社、約6割近く（57.6%）が3大都市圏地域に集中しており、北陸、中部、近畿地方の15府県は1,849社、21.2%（1府県平均123.3社）、地方圏の24県は1,852社、21.2%（1県平均77.2社）となっている。この製造業企業数については、3大都市圏影響圏の北陸、中部、近畿地方＝「半周辺地」と地方圏＝「周辺地」との格差が顕著である。

以上のような産業・企業組織からみた地域構造・都市システムと本研究のテーマに関わる企業の海外進出動向との関係を、同表の第9列、第10列の都道府県別海外進出企業数および総企業数に対する割合によってみておきたい。

全国の海外進出企業数32,039社の実に約9割（89.7%）が3大都市圏企業となっており、さらに集中度が上昇している。その影響圏の北陸、中部、近畿地方は7.1%を占めている。

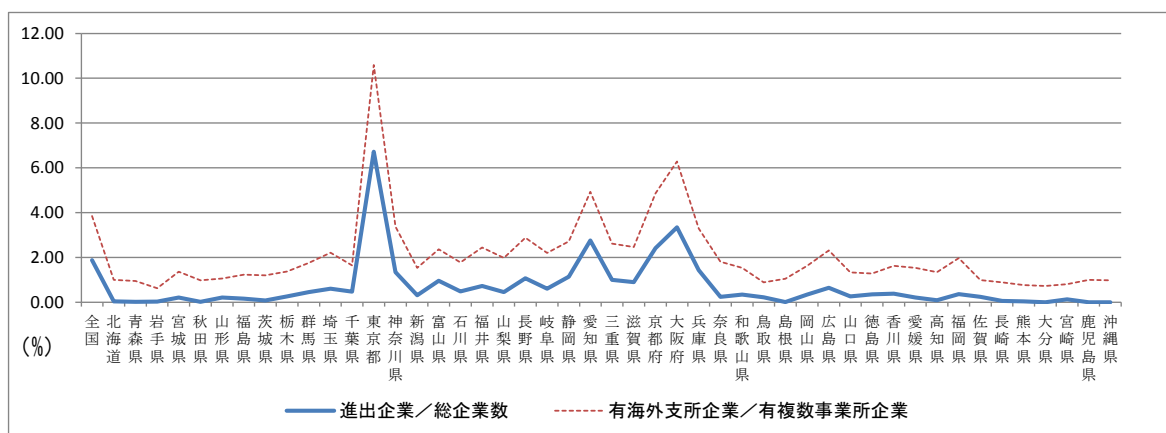
一方、地方圏では3.2%を占めるにすぎず、産業・企業組織から見た地域構造・都市システムの位置づけの違いがさらに鮮明になっている。

なお、第10列の総企業数に対する海外進出企業の割合の算出方法および結果は以下の通りである。

①東洋経済「2015年 海外進出企業総覧（会社別編）」から都道府県別の海外進出企業を採り、総務省「2012年 経済センサス（活動調査）」による都道府県別企業数で除し、海外進出「企業」比率を算出した。その結果を図2-6の実線の折れ線で示している。

②また、総務省「2012年経済センサス（基礎調査）」による都道府県別複数事業所企業数に占める海外支所を有する企業の割合を算出した。その結果を図2-6の点線の折れ線で示した。

図 2-6 都道府県別総企業数に対する海外進出企業の割合
および複数事業所企業のうち海外事業所がある企業の割合



3. まとめ

以上のことから、下記のようなことが明らかになった。

- (1) わが国企業の海外進出は、1985 年のいわゆる「プラザ合意」そして日米 MOSS 協議開始以降の 1985～1997 年に急増し、その後も、アジア通貨危機（1997 年）や世界金融危機（2008 年）の影響による停滞があったものの、傾向的に増加している。
- (2) 産業別には、製造業が先導したが、次第に非製造業の割合が上昇している。
- (3) 地域別には、早期には米国や西欧の比率が高かったが、次第にアジア地域中心になってきている。
- (4) そのアジア地域への企業進出においても製造業から次第に非製造業の割合が高まっている。
- (5) 国内の地域別には、「産業中心地」の 3 大都市圏が海外進出企業（件数）の約 9 割を占めて圧倒的に多い。

第 3 章 主要都市の海外進出企業（現地法人設立企業）の実態

以下では、基本的に東洋経済「2015 年 海外進出企業総覧（会社別編）」によって主要都市における企業の海外進出実態を見ていくこととする。

1. 利用データについて

東洋経済「2015 年 海外進出企業総覧（会社別編）」での海外進出企業数は、20%以上出資による現地法人設立（投資）実績の有無で把握しているが、複数の企業が同一現地法人に投資しているケースもある。

現地法人設立だけではなく、駐在員事務所など営業活動を行わない海外事務所の一覧も掲載されているが、基本的に、総務省「経済センサス」による有海外事務所企業を上回る

約 6,000 社に対するアンケート調査をベースとし、電話取材や他の既存公開情報も取り入れながら作成されており、海外現地法人（や店舗）を持ちながらアンケート調査への回答がなく、他の既存公開情報にも掲載されていない企業の捕捉率は低いものと考えられる。それらは、変化の激しい飲食店等サービス業の海外店舗などに多いのではないかと思われる。その意味では産業業種上の若干の偏りがあるものと考えておきたい。

2015 年時点における日本企業の海外進出件数は、32,039 件となっているが、総務省「平

表 3－1 「経済センサス」による産業別海外支所を持つ企業数（平成 24 年）

												(単位: 社、所、%)			
	企業数	海外支所規模別企業数									計	割合	構成比	海外支所 数	同比率
		1か所	2か所	3か所	4か所	5～9か 所	10～19 か所	20～29 か所	30か所 以上						
A～R 全産業(公務を除く)	272,543	2,509	1,001	558	312	552	247	82	113	5,374	2.0	100.0	21,243	7.8	
A～B 農林漁業	1,628	13	4	0	1	1	0	0	0	19	1.2	0.4	32	2.0	
C 鉱業、採石業、砂利採取業	308	0	1	1	0	1	1	0	0	4	1.3	0.1	26	8.4	
D 建設業	22,016	135	44	17	15	30	10	3	2	256	1.2	4.8	836	3.8	
E 製造業	41,206	910	331	198	87	157	72	23	29	1,807	4.4	33.6	6,333	15.4	
F 電気・ガス・熱供給・水道業	244	4	1	2	2	0	0	0	0	9	3.7	0.2	20	8.2	
G 情報通信業	6,141	121	27	14	4	10	8	3	4	191	3.1	3.6	647	10.5	
H 運輸業、郵便業	11,821	94	41	34	18	33	14	6	6	246	2.1	4.6	1,161	9.8	
I 卸売業、小売業	85,305	757	305	149	97	168	81	24	30	1,611	1.9	30.0	6,288	7.4	
J 金融業、保険業	2,823	33	26	9	8	12	6	4	6	104	3.7	1.9	648	23.0	
K 不動産業、物品賃貸業	8,660	48	18	3	4	7	5	1	5	91	1.1	1.7	452	5.2	
L 学術研究、専門・技術サービス業	8,637	112	36	25	13	14	6	6	4	216	2.5	4.0	797	9.2	
M 宿泊業、飲食サービス業	21,012	56	37	31	12	23	10	3	6	178	0.8	3.3	884	4.2	
N 生活関連サービス業、娯楽業	18,336	81	46	26	17	28	9	4	8	219	1.2	4.1	1,057	5.8	
O 教育、学習支援業	8,215	41	16	19	8	9	4	0	2	99	1.2	1.8	361	4.4	
P 医療、福祉	20,092	20	32	20	14	32	8	3	2	131	0.7	2.4	688	3.4	
Q 複合サービス事業	1,046	0	0	1	0	1	1	0	2	5	0.5	0.1	104	9.9	
R サービス業(他に分類されないもの)	15,053	84	36	9	12	26	12	2	7	188	1.2	3.5	909	6.0	
資料：総務省「平成24年経済センサス（活動調査）」															

資料：総務省「平成24年経済センサス（活動調査）」

成 24 年経済センサス（活動調査）」によると、表 3－1 のように複数事業所を持つ企業 272,543 社のうち海外事業所を持つ企業数は 5,374 社、海外支所数は 21,243 カ所と捉えられており、また、経済産業省の毎年実施されている「海外事業活動基本調査」でも、有効回答数が本社企業数 6,378（2014 年度調査）、現地法人数 23,927（同）となっていることからみても、東洋経済「2015 年 海外進出企業総覧（会社別編）」の調査は十分に実態を捉えていると判断してよいであろう。

2. 比較対象とする高「海外進出企業比率」都市の選定

大阪府と愛知県の中核都市は、3 大都市のうちの 2 つである大阪市、名古屋市である。兵庫県、神奈川県を中心都市は神戸市、横浜市であり、ともに大阪市、東京都区部という中核都市との機能分担的な関係を持っている。しかし、大阪市および横浜市の都市規模は大きく、比較しようとする福岡市との差異も大きく、適当ではないと判断される。

また、福岡市に経済規模等が近いという意味では、比較対象の候補として札幌市が挙げられるが、表 3－2 からわかるように北海道の海外進出企業比率が 0.04%と福岡県の 0.37%と比べ大きな格差があり、ふさわしくないと判断される。事実、「海外進出企業総覧」リストのベースでは札幌市企業は(株)ニトリホールディングスと(株)カナモトの 2 社にとどまっている。

表 3－2 比較 5 都市の概要

	福岡市		神戸市		名古屋市	
	実数	対福岡比	実数	対福岡比	実数	対福岡比
人口（2013年推計人口）（千人）	1,506	100.0	1,540	102.3	2,271	150.8
都市圏人口（2010年、10%通勤圏）（万人）	250	100.0	243	97.2	549	219.6
都市計画区域面積（ha）	34,008	100.0	55,337	162.7	32,645	96.0
うち市街化区域面積（ha）	16,267	100.0	20,378	125.3	30,258	186.0
企業数（2009年経済センサス）	21,787	100.0	20,756	95.3	45,680	209.7
民営事業所従業者数（2012年経済センサス）	828,494	100.0	710,518	85.8	1,385,648	167.2
製品等出荷額（2013年工業統計）	570,034	100.0	2,703,968	474.4	3,464,090	607.7
「海外進出企業Ⅰ」企業数	17	100.0	43	252.9	110	647.1
「海外進出企業Ⅰ」設立現地法人数	81	100.0	425	524.7	818	1009.9
「海外進出企業Ⅱ」	11	100.0	22	200.0	56	509.1
	広島市		仙台市		札幌市（参考）	
	実数	対福岡比	実数	対福岡比	実数	対福岡比
人口（2013年推計人口）（千人）	1,183	78.6	1,069	71.0	1,936	128.6
都市圏人口（2010年、10%通勤圏）（万人）	141	56.4	157	62.8	234	93.6
都市計画区域面積（ha）	39,929	117.4	44,293	130.2	56,795	167.0
うち市街化区域面積（ha）	15,984	98.3	18,035	110.9	25,017	153.8
企業数（2009年経済センサス）	19,842	91.1	14,510	66.6	29,163	133.9
民営事業所従業者数（2012年経済センサス）	571,528	69.0	529,525	63.9	831,700	100.4
製品等出荷額（2013年工業統計）	2,369,288	415.6	1,016,213	178.1	510,817	89.6
「海外進出企業Ⅰ」	17	100.0	6	35.3	2	11.8
「海外進出企業Ⅰ」設立現地法人数	79	97.5	34	42.0	12	14.8
「海外進出企業Ⅱ」	8	80.7	3	27.3	5	45.5

注 1. 「海外進出企業Ⅰ」は20%以上出資の現地法人2社以上を持つ企業
2. 「海外進出企業Ⅱ」は同じく1社のみの企業
3. 対福岡比は％表示。

そこで、わが国の経済中心地である 3 大都市圏内都市と周辺地域である地方圏の中核都市との比較という視角を含め、3 大都市圏の中核都市の 1 つである名古屋市と大阪市との機能分担関係があり準中核都市と言ってよい神戸市、周辺地域中核都市として広島市と仙台市をとりあげることとする。

比較する 5 都市の概要を見ると、表 3－2 のように、人口は、福岡市の 150.6 万人に対して、名古屋市は 227.1 万人で福岡市の約 1.5 倍、神戸市はほぼ同レベルの 154 万人であるが、広島市は 120 万人弱で福岡市のほぼ 8 割水準であり、仙台市は 106.9 万人で福岡市の約 7 割の水準となっている。

通勤依存率 10%圏内の都市圏をとると、福岡都市圏は 250 万人であるのに対して、名古屋都市圏は 549 万人で約 2.2 倍に拡大する。神戸都市圏は 243 万人と福岡都市圏とほぼ同水準であり、広島都市圏は 141 万人にとどまり福岡都市圏の 56%水準に低下する。仙台都市圏は 157 万人で福岡都市圏の約 63%水準となっている。なお、参考として掲げた札幌市の人口は 193.6 万人、福岡市の約 1.3 倍であるものの、都市圏人口は 234 万人にとどまり、福岡都市圏の約 94%水準に低下する。

2009 年の総務省「経済センサス（基礎調査）」による企業数を見ると、福岡市は約 2 万 2 千社であるのに対して、名古屋市はほぼ 2 倍の 4 万 5 千社、神戸市はほぼ同水準の約 2 万 1 千社、広島市は約 2 万社、約 9 割水準、仙台市は 1 万 5 千社、約 7 割弱となっている。

同じく 2012 年の「経済センサス（活動調査）」による民営事業所従業者数を見ると、福岡市は 82 万 8 千人であるが、名古屋市は約 1.7 倍の 136 万 8 千人、神戸市は約 86%水準の 71 万人、広島市は約 57 万人、69%、仙台市は 53 万人、64%となっている。人口や都市圏、企業数でほぼ同水準であった福岡市と神戸市の民営事業所従業者数の違い（82.8 万人：71 万人）は、労働集約的業種の多い福岡市と資本集約業型産業を持っている神戸市との産業構造の違いが反映していると考えられる。福岡市と名古屋市との違いも同様であろう。

経済産業省「2013 年工業統計」による製造品等出荷額を見ると、福岡市は約 5,700 億円

にとどまっているのに対して、名古屋市は約 6 倍の 3 兆 4,600 億円、神戸市は 4.7 倍の 2 兆 7,000 億円、広島市は 4.2 倍の 2 兆 4,000 億円、仙台市も約 1.8 倍の 1 兆 0152 億円となっており、福岡市の工業集積の低さが際立っている。

福岡市は自然条件、地理的条件などとともに、歴史的に「商都」と呼ばれ、かつ、アジアとの交流の「玄関口」と認識されてきたこともあって、工業の集積には恵まれなかったことを反映している。

3. 5 都市における海外進出企業の属性

都市別の海外進出企業数等の官庁統計は入手困難なため、東洋経済社「2015 年海外進出企業総覧（会社別編）」から、5 都市の海外進出企業数を抜き出し、検討材料とした。

ただし、同総覧は、出資比率 20%以上の現地法人を複数設立している企業を中心に、社名、本社所在地、資本金額、業種、売上高、従業者数、現地法人設立国、設立年等が掲載されているが、出資比率 20%以上の現地法人が 1 社のみの企業については、社名、本社所在地のみの掲載となっているため、ここで取り上げる海外進出企業も出資比率 20%以上の現地法人を複数設立している企業に限られる（なお、現地法人が 1 社のみの企業は、名古屋市 56 社、神戸市 22 社、福岡市 11 社、広島市 8 社、仙台市 3 社となっている）。

約 3,000 社、27,700 の現地法人リストの中から、5 都市に本社が所在する 176 社、現地法人約 1,324 件について、本社の業種、資本金、売上高、従業員数、国別現地法人数、設立時期別現地法人数などを取上げ、5 都市所在企業の海外進出動向の差異を分析することとした。

上記の定義に基づく海外進出企業数は、3 大都市圏の中核都市である名古屋市が 110 社、現地法人設立件数 818 件、阪神大都市圏の準中核都市神戸市が 43 社、現地法人設立件数 425 件であるのに対して、周辺地域の中核都市広島市は 17 社、現地法人設立件数 79 であり、福岡市は 17 社、現地法人設立件数 81 件であり、仙台市はわずかに 6 社、34 件となっている。

海外進出企業（本社）の資本金階層をみると、表 3-3 のように、名古屋市、神戸市、福岡市では最大階層が 3～50 億円未満の「中堅企業」階層であり、名古屋市は 47 社、神戸市は 16 社、福岡市は 10 社となっている。広島市は 3～50 億円未満の「中堅企業」階層と 1～3 億円未満の「中小企業」上階層が同数であり、仙台市は、3～50 億円未満の「中堅企業」階層がなく、3 億円未満の「中小企業」上階層と 50 億円以上の「大企業」階層に分かれている。

名古屋市、神戸市、福岡市では、「中堅企業」階層に次いで 50 億円以上の「大企業」階層が続いており、名古屋市は 25 社、神戸市は 15 社、福岡市は 5 社となり、両者で、名古屋市は 72 社／110 社＝65.5%、神戸市は 31 社／43 社＝72.1%、福岡市は 15 社／17 社＝88.2%を占めている。つまり、「中堅企業」階層から「大企業」階層が主体となっている。

なお、3 大都市圏の名古屋市では 3 億円未満の「中小企業」上階層も、36 社、32.7%、

表 3－3 5都市の資本金階層別海外進出企業数

	福岡市			名古屋市			神戸市			広島市			仙台市		
	企業数	海外 進出 企業	割合	企業数	海外 進出 企業	割合	企業数	海外 進出 企業	割合	企業数	海外 進出 企業	割合	企業数	海外 進出 企業	割合
総 数	21,787	17	0.08	45,680	110	0.24	20,756	43	0.21	19,842	17	0.09	14,510	6	0.04
300万円未満	1,120			2,807			1,188			781			790		
300～500万円未満	8,093			14,872			6,820			8,458			5,904		
500～1,000万円未満	2,297			4,670	8	0.02	2,016	2	0.01	2,346			1,714		
1,000～3,000万円未満	8,038			18,992			8,543			6,785			4,788		
3,000～5,000万円未満	916			1,822			976			696			558		
5,000万円～1億円未満	650	1	0.15	1,362	17	1.25	650	6	0.92	429	4	0.93	394	2	0.51
1～3億円未満	239			463	11	2.38	158	4	2.53	140	6	4.29	138		
3～10億円未満	147	10	6.80	231	47	13.28	90	16	17.78	53	6	6.90	69		
10～50億円未満	48			123			53			34			28		
50億円以上	27	5	18.52	59	25	42.37	27	15	55.56	11	1	9.09	9	3	33.33
不明		1	...		2	...								1	

資料：企業数は総務省「2002年経済センサス」

海外進出企業は東洋経済社「2015年海外進出企業総覧」による

神戸市でも 12 社、27.9%となっており、広がりを持っていることがわかる。

他方、広島市では、5,000 万～1 億円未満の「中小企業」階層が 4 社、仙台市では 2 社となっている。

総務省「2001 年経済センサス（基礎調査）」による資本金階層別企業数との対比でみると、50 億円以上の「大企業」階層では、神戸市が 15 社／27 社＝55.6%が海外進出企業となっており、名古屋市が 25 社／59 社＝42.4%、仙台市が 3 社／9 社＝33.3%が海外進出企業である。これに対して、福岡市は 5 社／27 社＝18.5%、広島市では 1 社／17 社＝9.1%にとどまり、格差がみられる。3 大都市圏以外の地方中枢都市の各都市経済をリードする「大企業」階層企業のタイプが関係しているのではないかと推測できよう。

次に、（本社）従業員数階層別にみると、表 3－4 のように、名古屋市、神戸市、福岡市、広島市ともに 301～1,000 人以下階層が最頻値となっている。神戸市と福岡市は 2 番目が下位の 101～300 人以下階層となっているのに対して、名古屋市と広島市では上位の 1,000～5,000 人以下となっているという違いがある。仙台市は不明が半数あり、定かではない。また、売上高階層別にみると、表 3－5 のように名古屋市、神戸市、福岡市ともに、100

表 3－4 5都市の従業員規模別海外進出企業数

	福岡市		神戸市		名古屋市		広島市		仙台市	
	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合
5人以下					1	0.9				
6～20人以下										
21～50人以下					5	4.5	1	5.9		
51～100人以下	2	11.8	1	2.3	10	9.1	1	5.9		
101～300人以下	4	23.5	13	30.2	15	13.6	3	17.6		
301～1,000人以下	5	29.4	16	37.2	38	34.5	7	41.2		
1,001～5,000人以下	3	17.6	6	14.0	25	22.7	4	23.5	2	33.3
5,000人以上	2	11.8	3	7.0	3	2.7		0.0	1	16.7
不明	1	5.9	4	9.3	13	11.8	1	5.9	3	50.0
合計	17	100.0	43	100.0	110	100.0	17	100.0	6	100.0

資料：東洋経済社「2015年海外進出企業総覧（会社別編）」による

表 3－5 5都市の売上高階層別海外進出企業数

	福岡市		神戸市		名古屋市		広島市		仙台市	
	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合
1億円未満										
1～30億円未満	1	5.9	2	4.7	6	5.5				
30～100億円未満	3	17.6	7	16.3	14	12.7	4	23.5		
100～1,000億円未満	7	41.2	23	53.5	54	49.1	12	70.6	1	16.7
1,000～5,000億円未満	4	23.5	6	14.0	15	13.6		0.0	1	16.7
5,000億円以上	1	5.9	2	4.7	4	3.6		0.0	1	16.7
不明	1	5.9	3	7.0	17	15.5	1	5.9	3	50.0
合計	17	100.0	43	100.0	110	100.0	17	100.0	6	100.0

資料：東洋経済社「2015年海外進出企業総覧（会社別編）」による

～1,000 億円未満が最頻値である。広島市では、全体の 71%を占め、神戸市、名古屋市では全体の 50%前後、福岡市では約 40%を占めている。仙台市は、半数が不明であり推測できない。

さらに、5都市の海外進出企業を産業別にみると、表 3－6 の通りである。

5都市ともに、製造業が最多となっており、海外進出の中心が製造業であることを物語っている。ただし、神戸市では 29 社／43 社＝67.4%、名古屋市でも 60 社／110 社＝54.5%、広島市では 13 社／17 社＝76.5%と過半を占めているのに対して、福岡市では 5 社／17 社＝29.4%、仙台市は 2 社／6 社＝33.3%に過ぎないという差異がある。

次いで卸売業が多く、名古屋市は、機械系卸を中心に 26 社、23.6%を占め、仙台市も 2 社、33.3%を占めるが、神戸市（5 社）、広島市（2 社）、福岡市（2 社）は、ほぼ 1 割を占めるに過ぎない。福岡市では卸売業よりも小売業系が 3 社、17.6%を占め 2 位となっているという特長がある。また、名古屋市では運輸業（海運業が中心）も 9 社、情報サービス系も 5 社あり、幅広い産業に及んでいることがわかる。

表 3－6 5都市の産業別海外進出企業数

	(単位：社)					
	福岡市	神戸市	名古屋市	広島市	仙台市	札幌市 (参考)
「海外進出企業Ⅰ」（20%以上現法を2社以上持つ）						
鉱業・建設業	2		1	1		
製造業	5	29	60	13	2	
うち軽工業	1	3	8	3		
うち化学・医薬品		2	13	2	1	
うち石油・石炭・ゴム製品・ガラス土石			6	3		
うち鉄鋼・非鉄金属・金属製品	2	5	11			
うち機械・電機・輸送・精密機器	2	9	25	5	1	
その他製造業		4	3			
電力・ガス・鉄道・バス	2		2		1	
貨物運送・海運・航空・倉庫物流	1	5	9			
通信・放送・新聞・出版・映像・音楽・広告・情報サービス			5	1	1	
卸売業	2	5	26	2	2	
うち機械・電機・輸送・精密機器卸売	2		16	2		
百貨店・スーパー・専門店・その他小売業	3	3	2			1
飲食・外食		1	1			
金融・先物・保険	1		3			
不動産	1					
ホテル・旅行			1			
その他サービス業						1
合計	17	43	110	17	6	2
「海外進出企業Ⅱ」（20%出資現法を1社）企業数	11	22	56	8	3	5

資料：東洋経済社「2015年海外進出企業総覧（会社別編）」

4. 5都市所在企業の海外進出動向

次に、5都市に所在する企業の海外進出の動向を、進出の時期および進出地域（国）に絞ってみたい。

まず、海外進出企業の、最初の進出時期（＝進出開始時期）についてみると、表3－7の通りである。

時期区分については、わが国経済の展開動向を中心にするか、進出先である海外とりわけ近年の中心であるアジアの工業化ないし経済発展動向を中心にみるか、判断が難しいところである。ここでは、表3－7のように西暦年代別区分として見ていく。

まず、気づく点は、3大都市圏の名古屋市、神戸市では1960年代以前から海外進出を開始した企業が、名古屋市11企業、神戸市5企業（それぞれ1割超）あるのに対して、福岡市、広島市、仙台市は皆無であり、ひと期間後の1970年代に入ってから3企業（福岡市）、1企業（広島市）2企業（仙台市）が進出開始している点である。

次に、最頻時期は、神戸市が1980年代（13企業、30.2%）であるのに対して名古屋市と福岡市は次の1990年代（名古屋市32企業、29.1%、福岡市4企業、23.5%）、広島市は遅く2000年代（7企業）となっている。仙台市は定かではない。

なお、神戸市は、1980年代の後、1990年代には減少するが、2000年代に入り再び増加し、第2の山をなしている。

また、各期間に海外進出した（＝現地法人を設立した）企業数に対する各期間に進出開始した企業数の割合をとると、時期が遅いほど低下しており、新規海外進出企業割合が低下し、継続して海外進出している企業の割合が高まっていることがわかる。

そのうちの最近、2010年代の新規海外進出企業割合をみると、名古屋市6.7%、神戸市

表3－7 5都市の進出開始時期別海外進出企業数

		(単位：社、%)							
		～1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代	不明	合計
福岡市	進出開始年別企業数		3	3	4	3	3	1	17
	(構成比)		17.6	17.6	23.5	17.6	17.6	5.9	100.0
	進出企業数		3	5	8	11	9		
	(開始企業割合)		100.0	60.0	50.0	27.3	33.3		
神戸市	進出開始年別企業数	5	8	13	5	9	3		43
	(構成比)	11.6	18.6	30.2	11.6	20.9	7.0		100.0
	進出企業数	5	11	23	24	33	30		
	(開始企業割合)	100.0	72.7	56.5	20.8	27.3	10.0		
名古屋市	進出開始年別企業数	11	14	24	32	23	4	2	110
	(構成比)	10.0	12.7	21.8	29.1	20.9	3.6	1.8	100.0
	進出企業数	11	22	42	73	83	60		
	(開始企業割合)	100.0	63.6	57.1	43.8	27.7	6.7		
広島市	進出開始年別企業数		1	5	3	7		1	17
	(構成比)		5.9	29.4	17.6	41.2		5.9	100.0
	進出企業数		1	5	9	13	12		
	(開始企業割合)		100.0	100.0	33.3	53.8	0.0		
仙台市	進出開始年別企業数		2	2	1	1			6
	(構成比)		33.3	33.3	16.7	16.7			100.0
	進出企業数		2	4	5	5	3		
	(開始企業割合)		100.0	50.0	20.0	20.0	0.0		
注：「進出企業数」は、当該期間に進出（現法設立）した企業数。									
資料：東洋経済社「海外進出企業総覧（会社別編）」による。									
注：名古屋市の数値は、総合商社1社（豊田通商）の現法を除いている。									

10.0%であり、広島市と仙台市は皆無であるのに対して福岡市では 33.3%と高いことが注目される。

企業の時期別海外進出動向を、進出企業数ではなく、現地法人設立件数でみると、表 3－8 のように異なった側面を見ることができる。

1 つは、最頻時期である。設立現法件数でみると、名古屋市は 818 件、神戸市は 425 件、福岡市は 81 件、広島市は 79 件、仙台市は 34 件を数えるが、仙台市は 1990 年代が 13 件で最も多いのに対して、名古屋市、神戸市、福岡市、広島市はともに 2000 年代が最頻期間となっている。

ただし、「2010 年代」は、実際には 2014 年までの 5 年間であるので、他期間同様に 10 年に伸ばして（つまり×2として）、推計すると、名古屋市、神戸市、福岡市、広島市は「2000 年代」を上回り、「2010 年代」が最頻期間になるものと推計できるが、仙台市は「1990 年代」の 13 件に及ばず、「1990 年代」をピークに海外進出が低調になっていると見ることもできる。

また、例えば、前掲表 3－7 のように、海外進出企業数では、福岡市の 17 を 100.0 として、名古屋市 110、647.1%、神戸市 43、252.9%、広島市は同数で 100.0%、仙台市 6、35.3% であるが、設立現地法人数でみると、福岡市の 81 を 100.0 として、名古屋市 818、1,009.8%、神戸市 425、524.7%、広島市 79、97.5%、仙台市 34、42.0% となり、格差が拡大していることがわかる。このことは、1 企業当りの現法設立件数、すなわち海外進出ポテンシャルあるいは海外展開力における都市間「格差」があったことを示している。

表 3－8 5 都市の時期別海外進出企業数および現法設立件数

						(単位：法人、%)		
	～1960 年代	1970年 代	1980年 代	1990年 代	2000年 代	2010年 代	不明	合計
福岡市		4	4	15	28	21	9	81
		4.9	4.9	18.5	34.6	25.9	11.1	100.0
神戸市	6	22	56	85	150	101	4	425
	1.4	5.2	13.2	20.0	35.3	23.8	0.9	100.0
名古屋市	31	61	91	165	297	155	17	818
	3.8	7.5	11.1	20.2	36.3	18.9	2.1	100.0
広島市		1	8	16	26	19	9	79
		1.3	10.1	20.3	32.9	24.1	11.4	100.0
仙台市		2	7	13	8	3	1	34
		5.9	20.6	38.2	23.5	8.8	2.9	100.0

資料：東洋経済社「海外進出企業総覧（会社別編）」による。

注：名古屋市の数値は、総合商社1社（豊田通商）の現法を除いている。

次に、進出地域（国）の動向についてみていこう。

表 3－9 は、5 都市の海外進出企業が設立した現地法人の国・地域別動向であるが、第一に、5 都市とも、アジア NIEs、アセアン、中国への進出（現法設立）が多いことがわかる。3 地域合計で、名古屋市は 818 の現法中 459 件で最も低く 56.1%、神戸市は 425 の現法中 262 件、61.6%、広島市は 53 件、67.1%、仙台市は 23 件、67.6%となっており、福

岡市は 81 現法中 59 件、72.8%を占めて最も高い。このうち、韓国、香港、台湾、シンガポールのアジア NIEs 地域への進出については、名古屋市が 11.5%、神戸市が 17.6%、広島市 13.9%であるのに対して、福岡市は 25.9%、仙台市は 29.4%となっており、格差があることがわかる。

また、ASEAN 地域への進出については、名古屋市が 22.5%、神戸市が 19.5%、広島市が 17.7%福岡市が 22.2%であるのに対して、仙台市では 8.8%と少ない。さらに中国への進出については、名古屋市 118 件、22.1%、神戸市 104 件、24.5%、福岡市 20 件、24.7%などであるのに対して、広島市 28 件、35.4%と仙台市 10 件、29.4%とやや高い。

他方、アメリカ、カナダ等の北米およびヨーロッパへの進出については、名古屋市が北米へ 126 件、15.4%、ヨーロッパへ 140 件、17.1%合わせて 266 件、32.5%を占めており、仙台市は北米 6 件、欧州 5 件、合わせて 11 件、32.4%を占めている。神戸市も北米へ 59 件、13.9%、ヨーロッパへ 55 件、12.9%合わせて 114 件、26.8%を占めているが、広島市は北米 11 件、13.9%、欧州 6 件、7.6%、合わせて 21.5%、福岡市は北米、ヨーロッパ合わせて 13 件、16.1%を占めるにすぎない。広島市と福岡市でアジア地域への特化傾向がみられる。仙台市は、アセアン地域が少なく、北米・欧州への進出が比較的多いという特徴

表 3-9 4 都市の国・地域別海外進出企業の実設法数

	(単位: 件、%)									
	福岡市		神戸市		名古屋市		広島市		仙台市	
	現地 法人 数	割合	現地 法人 数	割合	現地 法人 数	割合	現地 法人 数	割合	現地 法人 数	割合
韓国	4	4.9	16	3.8	20	2.4	4	5.1	2	5.9
香港	2	2.5	21	4.9	31	3.8	3	3.8	3	8.8
台湾	6	7.4	19	4.5	24	2.9	2	2.5	1	2.9
シンガポール	9	11.1	18	4.2	20	2.4	2	2.5	4	11.8
アジアNIEs 計	21	25.9	75	17.6	94	11.5	11	13.9	10	29.4
タイ	4	4.9	32	7.5	88	10.8	6	7.6	1	2.9
マレーシア	5	6.2	12	2.8	19	2.3				
インドネシア	5	6.2	16	3.8	44	5.4	3	3.8		
フィリピン	2	2.5	7	1.6	13	1.6			1	2.9
ベトナム	2	2.5	11	2.6	19	2.3	3	3.8	1	2.9
ミャンマー			2	0.5	1	0.1	1	1.3		
その他アセアン			3	0.7			1	1.3		
アセアン計	18	22.2	83	19.5	184	22.5	14	17.7	3	8.8
中国	20	24.7	104	24.5	181	22.1	28	35.4	10	29.4
インド	1	1.2	15	3.5	20	2.4	2	2.5		
その他南アジア			1	0.2	1	0.1				
南アジア計	1	1.2	16	3.8	21	2.6	2	2.5		
西アジア			4	0.9	4	0.5	1	1.3		
オーストラリア	5	6.2	7	1.6	19	2.3	1	1.3		
その他豪州			1	0.2	4	0.5		0.0		
豪州計	5	6.2	8	1.9	23	2.8	1	1.3		
アメリカ	5	6.2	48	11.3	113	13.8	10	12.7	4	11.8
カナダ			7	1.6	13	1.6	1	1.3	2	5.9
その他北米	1	1.2	4	0.9						
北米計	6	7.4	59	13.9	126	15.4	11	13.9	6	17.6
メキシコ	3	3.7	4	0.9	16	2.0	5	6.3		
ブラジル			11	2.6	12	1.5				
アルゼンチン					4	0.5				
その他中南米			2	0.5	6	0.7				
中南米計	3	3.7	17	4.0	38	4.6	5	6.3		
イギリス	1	1.2	7	1.6	27	3.3				
フランス	1	1.2	3	0.7	13	1.6			2	5.9
ドイツ	2	2.5	13	3.1	23	2.8	4	5.1	1	2.9
イタリア			2	0.5	6	0.7				
その他ヨーロッパ	3	3.7	30	7.1	71	8.7	2	2.5	2	5.9
欧州計	7	8.6	55	12.9	140	17.1	6	7.6	5	14.7
アフリカ			4	0.9	7	0.9				
合計	81	100.0	425	100.0	818	100.0	79	100.0	34	100.0
注: 1. 出資比率20%以上の現地法人を2社以上持つ日本企業。										
ただし、名古屋市は総合商社(豊田通商)分を除く。										
資料: 東洋経済社「2015年海外進出企業総覧(会社別編)」										

がある。

以上をまとめると、表3-10のように、3大都市圏の中核都市である名古屋市の企業の海外進出は、わが国の高度経済成長期の「～1960年代」から「1970年代」に、主に北米やヨーロッパに現地法人を設立することを中心にしていた。例えば、日本ガイシ、日本特殊陶業、ノリタケ、パロマ、リンナイ、ジェイテクト、新東工業、アイホン、ブラザー工業、シャチハタなどの製造業とともに、興和、岡谷鋼材の商社（卸売）や名海運輸、名港海運

表3-10 5都市の時期別地域別海外進出（現地法人設立）件数

(単位：件)								
福岡市								
	1960年 代以前	1970年 代	1980年 代	1990年 代	2000年 代	2010年 以後	不明	合計
アジアNIES計		2	3	3	3	6	4	21
アセアン計		1	1	5	8	3		18
中国				3	12	4	1	20
南アジア計					1			1
西アジア								
豪州				1	1	2	1	5
北米計		1			1	3	1	6
中南米計				1	1	1		3
欧州計				2	1	2	2	7
アフリカ								
合計		4	4	15	28	21	9	81
神戸市								
	1960年 代以前	1970年 代	1980年 代	1990年 代	2000年 代	2010年 以後	不明	合計
アジアNIES計	1	5	16	17	20	14	1	75
アセアン計	2	3	10	24	18	26		83
中国				15	56	31	2	104
南アジア計			1	1	4	10		16
西アジア					3	1		4
豪州		1	1	1	3	1	1	8
北米計	2	6	19	13	16	3		59
中南米計		2	2	2	6	5		17
欧州計	1	5	7	12	21	9		55
アフリカ					3	1		4
合計	6	22	56	85	150	101	4	425
名古屋市								
	1960年 代以前	1970年 代	1980年 代	1990年 代	2000年 代	2010年 以後	不明	合計
アジアNIES計	2	11	19	26	18	18		94
アセアン計	1	11	10	52	60	47	3	184
中国				29	112	40		181
南アジア計		2	1	1	11	6		21
西アジア				1	2	1		4
豪州	3	4	4	1	3	7		23
北米計	13	11	39	22	27	12	2	126
中南米計	3	5	1	8	12	9		38
欧州計	9	16	16	25	48	14	12	140
アフリカ		1	1		4	1		7
合計	31	61	91	165	297	155	17	818
広島市								
	1960年 代以前	1970年 代	1980年 代	1990年 代	2000年 代	2010年 以後	不明	合計
アジアNIES計			3	1	1	3		8
アセアン計				4	3	7		14
中国				4	17	5		26
南アジア計			1		1			2
西アジア								
豪州					1			1
北米計		1	4	3	1			9
中南米計				1		3		4
欧州計				3	2	1		6
アフリカ								
合計		1	8	16	26	19	9	79
仙台市								
	1960年 代以前	1970年 代	1980年 代	1990年 代	2000年 代	2010年 以後	不明	合計
アジアNIES計			4	5	2	1		12
アセアン計			1		1			1
中国			1	4	4	1		10
南アジア計								
西アジア								
豪州								
北米計		2	1	2				5
中南米計								
欧州計				2	1	1	1	5
アフリカ								
合計		2	7	13	8	3	1	34

注：1. 出資比率20%以上の現地法人を2社以上持つ日本企業。

ただし、名古屋市は総合商社（豊田通商）分を除く。

資料：東洋経済社「2015年海外進出企業総覧（会社別編）」

の運輸業などが海外進出をしている。それは「1980 年代」にも続くが、「1990 年代」に入って、「1970 年代」から増え始めたアジア NIE s やアセアン地域への進出が中心になっていき、さらに「2000 年代」には中国が進出件数の中心になっていく、という変化として辿ることができる。

阪神大都市圏の準中枢都市、神戸市の企業は、岡崎製作所（アメリカ、1952 年）、川崎重工、（アメリカ、1966 年）をはじめ、上島珈琲、ネオス、ノエビア、バンドー化学、三ツ星ベルト、神戸製鋼所、岡崎製作所、TOA、富士通テン、アシックス、ダンロップスポーツなどのメーカーを中心に、わが国の高度経済成長期の「1970 年代」から「1980 年代」に北米とアジア NIE s を主体にして海外進出し、その後「1990 年代」にはアセアン、「2000 年代」、「2010 年代」には中国を主体に海外進出している。

以上の 2 都市に対して、地方中枢都市、福岡市の企業では、高度経済成長期の「1970 年代」に入って、建設業の九電工（シンガポール、1970 年）、西日本鉄道の航空運輸部門（香港、1973 年）、以西底引漁業から水産品・加工、貿易業に転換を図ったトクスイ（インドネシア、1974 年）の 3 社がアジアを中心に海外進出を開始したのを皮切りに、「2000 年代」には中国、「2010 年～」はアジア NIE s を中心に 17 社が 81 件の海外投資をしている。

同様に、広島市の企業では、「1970 年代」に競技用ボール製造の（株）ミカサがアメリカに進出した例があるが、むしろ「1980 年代」に入って、西川ゴム、ヒロテックなど自動車部品製造企業や食品加工の三島食品や建設資材メーカーのアオイ化学工業等がアメリカやアジア NIE s に進出し始め、「1990 年代」には医療機械メーカーの（株）JMS などが、「2000 年代」に西川工業や磁性材料メーカーの戸田工業が中国を中心に進出している。

東北地方の中枢都市、仙台市では、1970 年代に燃料卸業のカメイ（1972 年、アメリカ）と電気・電子部品製造業の NEC トーキン（1978 年、アメリカ）の 2 社がアメリカに進出したのを皮切りに、1980 年代はアジア NIEs を中心に、カメイ、総合貿易業（株）オーヤマ、NEC トーキンなどが進出し、1990 年代に入り、中国へとシフトしつつ、工業向け包装資材サイデック、ソフトウェア制作のグレープシティなどが進出する。その中でも、（株）オーヤマは欧米へも進出し、アジア NIEs、中国と欧米を中心に、6 社 34 件の海外進出となっている。

5. まとめ

以上のように、東洋経済「海外進出企業総覧」によるデータ分析から、

- (1) （産業）周辺地域の地方中枢都市福岡市の企業の海外進出数（17）、現地法人設立数（81）に比べ、3 大都市圏（＝産業中心地域）の中枢都市名古屋市では、110 企業、6.5 倍、818 現法、10.1 倍、同準中枢都市の神戸市企業においても、43 企業、2.5 倍、425 現法、5.3 倍と大きな差があることが明らかになった、

（なお、周辺地域の中枢都市広島市は、海外進出数（17）、現法数（79）ともに福岡市とほぼ同数であるが、仙台市は企業数（6）、35%、現法数（34）42%に過ぎない、

- (2)海外進出企業の業種を見ると、製造業が主体となっており、次いで卸売業が多い。その卸売業も、原材料輸入や製造品輸出等、製造業との関連が強いことは明らかで、企業の海外進出は「ものづくり」産業系が推進力になってきたことが明らかになった。その中で福岡市は、小売業が第2位となっている、
- (3)企業規模を見ると、取り上げた5都市の海外進出企業193社のうち、資本金3～50億円未満の「中堅企業」階層が79社、40.9%を占めて最も多く、次いで50億円以上の「大企業」階層が49社、25.4%を占め、両者で128社、66.3%を占めて中心的な階層となっていることが明らかになった。なお、3大都市圏（＝産業中心地域）の名古屋市では3億円未満の「中小企業」上階層も、36社、32.7%、神戸市でも12社、27.9%となっており、広がりを持っている。他方、総務省「2001年経済センサス（基礎調査）」による資本金階層別企業数との対比でみると、神戸市では50億円以上の「大企業」階層の55.6%が海外進出企業となっており、名古屋市では42.4%、仙台市も33.3%が海外進出企業であるのに対して、福岡市は5社/27社＝18.5%にとどまっている。
- (4) 3大都市圏（＝産業中心地域）の中核都市名古屋市と同準中核都市の神戸市企業は、「～1960年代」以前から欧米を中心に進出しているのに対して、（工業）周辺地域の地方中核都市の福岡市および仙台市の企業はおおよそ1期間遅れて海外進出が始まっている。広島市の企業はさらに1期間遅れ「1980年代」に始まっており、海外進出時期にも違いがあることが明らかになった、
- (5)取り上げた5都市の企業の海外進出、すなわち現地法人設立数（1,437件）は、おおむね時期が下がるほど多くなっており、「2000年代」が最も多い（「～1960年代」37、「1970年代」90、「1980年代」166、「1990年代」294、「2000年代」509、「2010年代」299）。しかし、実質5カ年である「2010年代」を2倍し、10年間に換算すると598件となり、「2010年代」が最大となり、企業の海外進出が増える傾向にあることがわかった、
- (6)ただし、取り上げた5都市の企業の海外進出企業数に占める新しく海外進出をした企業（新規進出企業）の割合をみると、「～1960年代」100%、「1970年代」約72%、「1980年代」約60%、「1990年代」約38%、「2000年代」約30%、「2010年代」約9%となっており、新規進出企業割合は時期が下がるほど小さくなっている。つまり、海外進出すべき、またはその意欲がある企業が「底を打ちつつある」ともみられる。その中で、周辺地域の中核都市福岡市は33.3%と高い割合を維持している、ことなどがわかった。

補章1 都道府県別海外進出「企業」比率の重回帰分析について

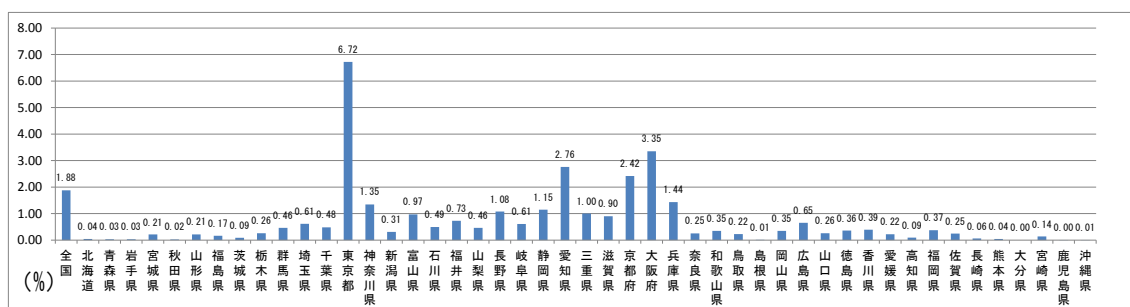
本政策研究のベースは、九州地方の中核都市福岡市であり、今後のアジアビジネス支援政策のあり方を模索することであるが、ここでは統計上の制約から福岡県企業を取上げ、その海外進出比率がどのような水準にあるのかを評価することとする。

1. 都道府県別海外進出「企業」比率の算出

東洋経済「2015 年 海外進出企業総覧（会社別編）」から都道府県別の海外進出企業を採り、総務省「2012 年 経済センサス（活動調査）」による都道府県別企業数で除し、海外進出「企業」比率を算出した。その結果は、図補 1－1 である。

なお、東洋経済「2015 年 海外進出企業総覧（会社別編）」の都道府県別集計表は、10%

図補 1－1 都道府県別企業の海外進出（現法設立）比率



以上出資による現地法人設立（投資）実績の有無で把握されているが、複数の企業が同一現地法人に投資しているケースもある。

2. 重回帰分析の結果

以上の結果を被説明変数のクロスセクション・データ（E）とし、総務省「2012 年 経済センサス（活動調査）」による都道府県別資本金 1 億円以上の企業割合（A）、内閣府「平成 24 年都道府県別経済計算」による都道府県内総生産（産業計）額（B）、総務省「2012 年経済センサス（活動調査）」による都道府県別 1 社平均県外国内支所数（C）を説明変数として重回帰分析を行った。

$$E = D + aA + bB + cC$$

$$= -0.7678 + 0.5661 * A + 0.0038 * B + 0.3974 * C \text{ ————— (1)}$$

$$(P\text{-値}) * (0.00153) (0.0179) (0.0028) (0.02928)$$

*E との相関関係がない確率

$$\text{自由度調整済み決定係数 } R^2 = 0.8566$$

以上の 3 説明変数で 85.7% が説明でき、1 億円以上企業割合が最も強い説明力を持ち (0.5661)、平均県外国内支所数 (0.3974) も強い説明力を持っており、県内総生産（産業計）もプラスの関係にあることがわかった。

なお、平均県外国内支所数は、「複数事業所企業」1 社当たりの県外かつ国内支所数であり、市場圏の広さを代表するものとして使用した。

(1) 式によって、福岡県のあるべき海外進出企業比率を算出、推計すると、

$$Ef = -0.7678 + 0.5661 * 1.42978 + 0.0038 * 158.1948 + 0.3974 * 1.7434$$

$$= -0.7678 + 0.8094 + 0.6011 + 0.6928$$

$$=1.3355$$

つまり、福岡県の企業数 $57,911 \times 1.3355\% = 773$ 社となり、「海外進出企業総覧」の 215 社は 27.8%にしか達していないことがわかる。

第4章 新たな段階に入った東アジア経済

1. 東アジア「先進国群」の誕生

国際経済学の第一人者と評される P.クルーグマン教授は、世界の経済発展・工業化の歴史についての下記のように要約している。

生活水準を引き上げる経済成長は、近代の産物であり、「歴史の夜明けから 18 世紀までずっと、世界は本質的にマルサス的であった。すなわち、技術と資本投資は常に人口の増加によって相殺されていた。」 「18 世紀以降、多くの国々が、…『持続的な成長への離陸（テイクオフ）』を実現した。」 「最初に離陸したのは…、人類最初の産業革命を経験したイギリスであり、その開始は 1790 年頃ということになっている。続いて他の西洋諸国が離陸を始める。最も顕著なのがイギリスをしのぐ速さで工業化を遂げたドイツ（かつて比較的貧しい国）とアメリカ（常に比較的裕福な国）である。19 世紀後半（1890 年代以降一筆者）には、日本が西洋以外では最初の、しかも長い間唯一の工業化を達成した。」

「その後は長い休止の時が続いた。19 世紀後半から 1960 年代まで（約 70 年間一筆者）、先進諸国の経済は成長し続けたが、新しい国が先進国の仲間入りをすることはなかった。第一世界と第三世界は半永久的に分離された観があった。」

「そうしたなかで、アジアの国々が工業化を開始したのである。最初に離陸したのは香港、シンガポール、台湾、韓国という『四頭の虎』と呼ばれた 4 つの国であり、その経済は 1960 年代に成長し始めた。その後に第二波が訪れ、貧しいが大きな人口を抱える東南アジア諸国が続いた。そして最後に中国という巨大な龍（ドラゴン）が驚くべき規模で離陸を開始した。」

「アジア諸国が離陸を始めるまで、経済発展は西洋の専売特許だと思われていて、欧米にもアジアにも属さないように見える日本だけが例外とされてきたのだ。」⁽¹⁾

P.クルーグマン教授は、このように東アジアの「離陸（テイクオフ）」を工業化あるいは近代産業化（の波の波及）によるものと捉えられている。

しかし、1993 年、このような東アジア経済に注目した世界銀行が調査報告書「東アジアの奇跡」を発表したのに対して、1994 年に「まぼろしのアジア経済」をフォーリン・アフェアーズ誌に寄稿し、その急速な成長は、「市場と政府の『協力』によるもの…」であり、東アジア経済には全要素生産性（TFP）の上昇がみられず、旧ソ連経済のように頭打ちになるだろうと「予言」し、大きな話題となったことは周知のことであろう。その後、さらに、1997 年のタイのバース危機に端を発したアジア通貨危機に際して、「世界大不況への警告」（三上義一訳 早川書房 1999 年）を著し、次のように述べている。

「アジア諸国は生産性の相応の向上なしに、驚くべき経済成長を達成したのだ。その成長は効率によるものではなく、資源の投入に基づくものであり、…。」 「…一つの答えは、急速な生産性の上昇がない場合、アジアはソ連のように収穫逡減に直面することになるだろうということである。」⁽²⁾

また、「驚くべき経済成長」の根拠として、「アジア経済はアメリカのそれとは異なる政治形態によって特徴づけられている。アメリカでは政府とビジネス界の関係はあくまで法律を基本とし、かつ敵対的であるのに対して、東アジア諸国では経済界と政府のエリートは非常に緊密で良好な協力関係によって結ばれている。」「間もなく、その緊密さに新しい名がつけられた—『クローニー・キャピタリズム』である。」⁽³⁾と述べている。

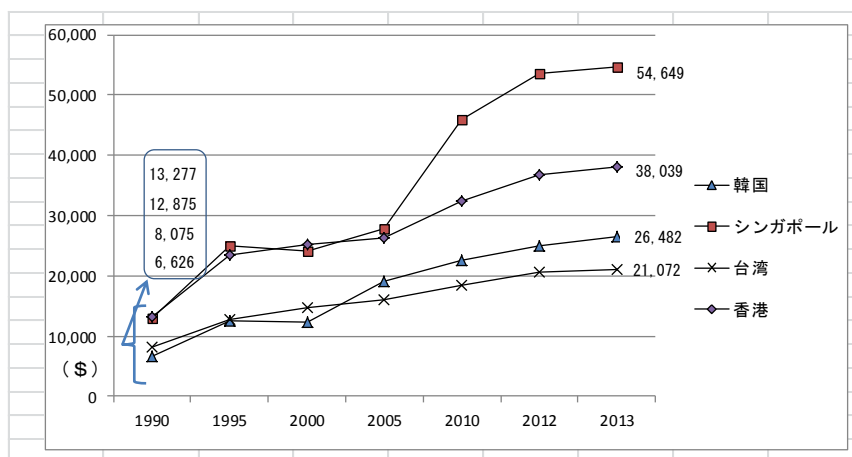
上記のように、P.クルーグマン教授は、東アジアの「離陸（テイクオフ）」を、国際間の全要素生産性（TFP）の比較から、東アジアの経済成長は生産性の成長によるものではないから一時的な現象にすぎず、「まぼろし」に至るだろうと見たのである。

しかし、発展途上国の離陸⇌工業化あるいは近代産業化によるキャッチアップ過程は、1935年に赤松要氏が提唱し、後に小島清氏によって拡充・精緻化された「雁行形態的發展論」あるいは、レイモンド・バーノン氏の「プロダクト・サイクル論」（1966年）として理論化されたように、通常、先進国の機械設備に依拠して（＝機械設備の輸入によって）行われるのであり、伝統的産業が大部分を占めているという産業構造の低位性からも全要素生産性は低い方が普通であろう。多数の工業先進国、「中進国」そして発展途上国という発展段階の異なる「国民経済」体が存在し、相互に経済的関係を取り結ぶことによって成り立つ世界経済（国際経済）を単純に比較生産性論や H-O 理論⁽⁴⁾等によって理解しようとするには無理があるであろう。

因みに、上記の議論の対象となった時期（1990年前後）以降の東アジア経済（韓国、台湾、香港、シンガポールを対象にしていた）の経済成長は、図4-1の通り、1997年のア

図4-1 「東アジア」の1人当り国内総生産の推移

（単位：米ドル）



資料：内閣府「国際経済統計」

表 4－1 東アジア各国の 1 人当り GDP と IMF による先進国および
インターネット普及率

	GDP 額 (US\$)	IMF の規定 による先 進国	インター ネット普 及率 (%)	人口 (千人)
マカオ	69,309		64.3	566 (13)
シンガポール	52,888	○	74.2	3,772 (08)
香港	42,390	○	72.8	7,072 (11)
日本	32,486	○	79.1	128,057 (10)
ブルネイ	28,237	○	60.3	393 (11)
韓国	27,195	○	84.1	48,580 (10)
台湾	22,288	○	76.0	23,063 (09)
マレーシア	9,557		65.8	29,330 (12)
中国	7,990		42.3	1,339,725 (10)
タイ	5,742		26.5	65,982 (10)
モンゴル	3,952		16.4	3,080 (16)
インドネシア	3,362		15.4	237,641 (10)
ベトナム	2,088		39.5	85,747 (09)
ラオス	1,779		10.8	5,622 (05)
(インド)	1,617		12.6	1,210,193 (11)
(パキスタン)	1,450		10.0	130,580 (98)
ミャンマー	1,292		1.1	35,308 (83)
(バングラディシュ)	1,287		6.3	149,772 (11)
カンボジア	1,168		4.9	13,396 (08)
資料：IMF "World Economic Outlook Databases 2016.4"				
ITU "International Telecommunication Union 2012"				
注：人口の () 内は年次。				

アジア通貨危機を乗り越えて成長し、2013 年時点で成長率の最も低かった台湾が 2.61 倍、シンガポールは 4.24 倍となっている。

その結果、東アジア地域では、表 4－1 に示すように、1 人当り GDP が日本の 32,486 ドルを超える国・地域がマカオ、シンガポール、香港の 3 つ、ほぼ同等と見てよい国がブルネイ、韓国、台湾の 3 カ国誕生し、日本を含め 6 か国・地域が IMF の規定による先進国となり、アジア先進国群を形成することとなった。

多少、古いデータであるが、経済産業省「平成 22 年の通商白書」では、アジアの中間層は、2005 年の 4.6 億人から 2020 年には 20 億人に達するであろうという推計結果を掲げている（図 4－2）。

それら中間層の需要は、規格化・コモディティ化された大量生産品だけではなく、消費者の好みに合った独特な価値、個性的な商品へと多様化していくはずである。

また、東ティモールを除くアセアン 10 の平均的国家人口 (5,000 万人弱) のほぼ 20 数カ国に当る 13 億人を擁する巨大な中国の 1 人当り GDP は、9,990US\$ に達しており、大衆消費社会に入っているが、格差の大きい中国では、中間所得階層～高所得階層が大都市を中心に大量に生み出されており、「分衆型消費社会」⁽⁵⁾ に達しているとみられる。

これらのことは、わが国と東アジア地域の経済関係を、新しい段階、すなわち対等な関係へと引き上げることを意味しているであろう。

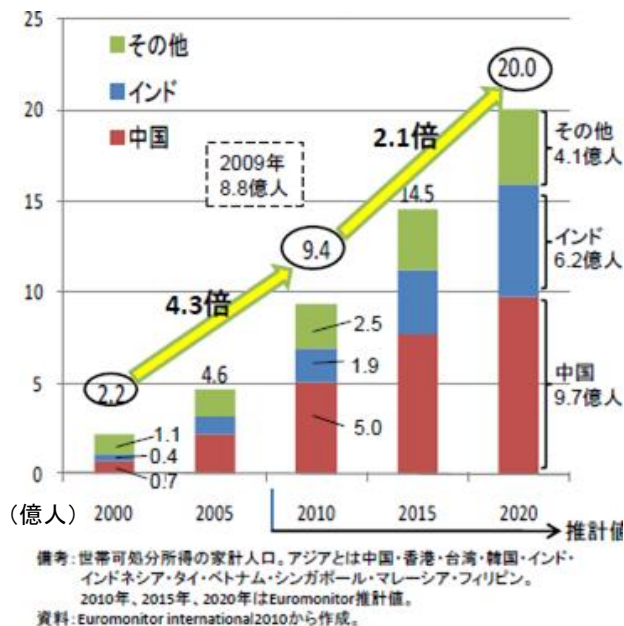
2. アセアン経済共同体の成立と急成長

昨年 (2015 年) 末には、ASEAN 経済共同体 (ASEAN Economic Community、AEC) が発足し、

(1) モノの自由化（域内の関税撤廃、交通インフラ整備等）、(2) ヒトの自由化（短期滞在ビザの撤廃、熟練労働者の移動自由化等）、(3) サービスの自由化（出資規制緩和、金融機関の相互進出等）が進められており、アセアン域内への投資が加速しつつある。

特に、関税自由化とともに、陸続きの東西に伸びるアジアハイウエー1号沿いのホーチミン＝プノンペン＝バンコク＝ヤンゴンは、わが国企業約4,500社（JETROタイ日系企業進出動向調査（2015年6月））が集積し、約7万人の日本人が住み、東南アジアの「工業中心地」になりつつあるタイのバンコク周辺から人・資本・情報が拡散しつつ、交流が促進されつつある地帯であり、表4-2に見られるように、ベトナム、カンボジア、ラオス、ミャンマーは2010年～2014年間のGDP成長率が50%前後に達しており、きわめて高い経済成長率を実現している。また、これらインドシナ5カ国はすべて仏教国であるという特徴を持っている。とりわけ、ベトナムは南北に長い国土等わが国に似ており、きわめて親日的であるなど、福岡企業にとっても相対的に連携しやすい地帯（ベルト）と見ることができよう。

図4-2 アジア中間層の推移



（中間層とは、世帯年間可処分所得が5,000～35,000US\$の所得層）

出典：経済産業省「平成22年版通商白書（概要）」P14

3. 著しい東アジアの情報通信技術（ICT）の普及と新しい経営環境

また、表4-1にはインターネットの普及率も掲げているが、この点においても韓国（84.1%）では、わが国の79.1%を超えて普及しており、韓国は世界でもトップに位置づけられるICT先進国となっている。また、台湾（76.0%）、シンガポール（74.2%）、香港（72.8%）、マレーシア（65.8%）も高い普及率となっている。

表 4-2 東ティモールを除くアセアン 10 カ国の近年の経済成長率

(単位: 百万ドル、ドル、%)

		2010年	2012年	2013年	2014年	伸び率
シンガポール	GDP	236 420	289 942	302 246	307 872	30.2
	1人当りGDP	46 549	54 711	55 920	55 910	12.0
ブルネイ	GDP	13 707	19 048	18 094	17 104	24.8
	1人当りGDP	34 851	46 974	43 971	40 979	17.6
マレーシア	GDP	247 534	304 956	313 158	326 933	32.1
	1人当りGDP	8 803	10 508	10 628	10 933	24.2
タイ	GDP	340 923	397 472	420 16	404 824	18.7
	1人当りGDP	5 112	5 918	6 229	5 977	16.9
インドネシア	GDP	755 094	917 870	910 479	888 538	17.7
	1人当りGDP	3 125	3 701	3 624	3 492	11.7
フィリピン	GDP	199 591	250 240	272 067	284 582	42.6
	1人当りGDP	2 145	2 606	2 788	2 871	33.8
ベトナム	GDP	115 932	155 820	171 22	186 205	60.6
	1人当りGDP	1 312	1 725	1 874	2 015	53.6
カンボジア	GDP	11 242	14 038	15 450	16 778	49.2
	1人当りGDP	783	946	1 025	1 095	39.8
ラオス	GDP	6 744	9 397	10 760	11 749	74.2
	1人当りGDP	1 077	1 452	1 635	1 756	63.0
ミャンマー	GDP	41 445	61 014	62 14	66 478	60.4
	1人当りGDP	801	1 161	1 173	1 244	55.3

資料: 国連「2016年統計年鑑」

膨大な人口を擁する中国は、2012 年時点では、同表のように、42.3%となっているが、最近の情報では、図 4-3 に示すように 50.3%に達しており、ユーザー数は 6 億 8,800 万人に上っている。そのうちモバイルデバイスの利用が 90%を占めているという。

このようなインターネットの普及は、1995年以降に始まったとされているが、2000年前後を境に、世界的な企業の経営環境に大きな変化をもたらしたことが明らかになっている。

それは、中小企業でも世界的規模の事業展開ができるような経営環境の変化が起きたということである。

2009 年ノーベル経済学賞を受賞したオリバー・E・ウィリアムソン等による「取引コスト」に関する研究によれば、不完全な市場においては、取引相手を探し出すコスト、探し出した取引相手と交渉し契約を行うコスト、契約内容が守られたかを管理するコスト等の「取引コスト」が発生するため、世界的規模の事業展開のためには、市場で取引するよりも、その取引を組織内で囲い込んで、これらのコストを下げるができる大企業が圧倒的に有利であった。

ところが、インターネットの普及とともに、人・モノの移動手段の進化、ISO などの国際標準に代表される人工言語の整備、国家間の通商協定等の国際協調の進展、さらに国際的なアウトソーシングサービスの成長などもあって、現在では、取引相手の探索、契約、管理のいずれのコストも大幅に低下し、取引を組織内で囲い込む必要性が低くなり、中小企業でも、世界中の市場に存在する資源を調達し、世界規模で事業を行えるようになったと考えられている。

このため、国境を越えた多数の企業が連携して 1 つの製品やサービスをつくり上げることにより、強みを発揮することが当たり前の「世界的な価値連鎖（バリューチェーン）の時代」となっているだけではなく、例えば、アメリカのテスラ・モーターズは、2003 年の

創業からわずか5年で電気自動車の世界トップ企業に成長し、2010年に創業した中国のスマートフォン企業シャオミは、わずか4年後、2014年にはサムスン、アップルに次いで3位に成長するなど、創業初期から世界中の取引先と手を組み、世界中の顧客に商品やサービスを提供して急成長する新たな組織形態「ボーングローバル企業」⁽⁶⁾が登場しているのである。

この変化は、日本企業の強みが低下した理由の1つでもある。⁽⁷⁾

以上のように、これまで、福岡の地場中小企業は、地方中枢都市という比較的恵まれた市場環境にあったこともあり、海外に進出するインセンティブが起きにくい傾向にあったが、今後、国内市場は確実に縮小していく。一方、海外の「ボーングローバル企業」が世界中の有望な企業と連携してモノづくりやサービス提供を進めており、海外市場へのアプローチを模索すべき時期に来ていると思われる。

その1つとして、「越境電子商取引」の利用によるビジネスの海外展開が考えられる。

以上のような東アジア地域でのインターネットの普及は、電子商取引をも発展させており、とりわけ個人消費（小売機能）やサービス業の社会的定着が遅れた中国では、電子商取引やモバイルデバイスを通じたサービス化が急速に進展している。

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課「平成24年度我が国情報経済社会における基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」（平成25年9月）によると、平成24年（2012年）時点での日、米、中間の越境電子商取引は、表4-3の通りであり、2012年時点の日→中間取引は1,199億円であり、2020年には最低でも2,772億円、2.3倍、最高のケースでは9,403億円へと7.8倍余の増加する可能性があるとされている（4通りの前提で推計されている）。

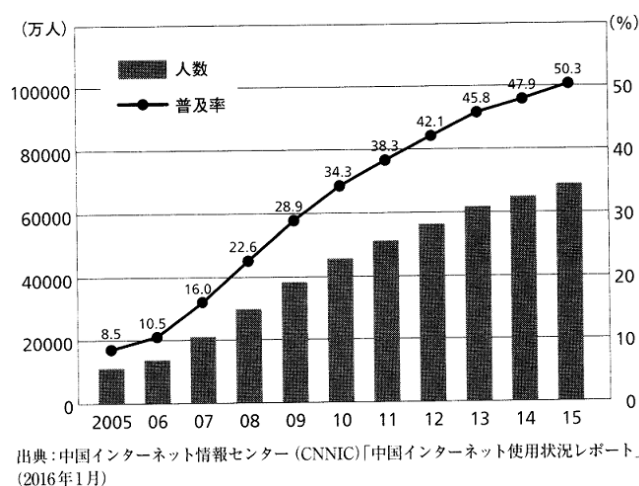
また、経済産業省「平成25年度日アセアン越境電子商取引に関する調査報告書」（平成26年5月）では、アセアン5カ国の越境電子商取引について文献・調査等から推計値を算出している（図4-4）。それによると、シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、ベトナムのうち2012年時点で、EC市場規模が最も大きいのは、タイで871億円、次いでシンガポール（748億円）、インドネシア（584億円）、マレーシア（382億円）、ベトナム（348億円）となっているが、越境EC市場規模ではインドネシア（106億円）やシンガポール（99億円）、ベトナム（82億円）などが大きい。

さらに、日本への越境EC利用率を見ると、マレーシアの5.7%からシンガポールの10.2%の間にとどまっており、平均8.7%に過ぎないとされている。

ただし、同調査報告書によるアセアン5カ国の2018年までの今後6年間のEC市場規模の予測によると、図4-5のように、ベトナムは7.93倍、インドネシアは4.42倍、タイは2.03倍、マレーシアは1.90倍、シンガポールは1.50倍に拡大すると見積もられており、今後有望な市場に育っていくものと予想されている。

事実、総合商社の1つ住友商事は「…2014年4月に仮オープンしていたマレーシアで展開するECサイトを9月29日に本格オープン…」し、日用品や食料品などの販売を始めた

図 4-3 中国のインターネット使用状況



資料：ふるまいよしこ「中国メディア戦争」P49

表 4-3 越境 EC の市場規模 (2012 年) およびポテンシャル (2012 年時算出)

		(単位：億円)			
		日本からの 購入額	米国からの 購入額	中国からの 購入額	合計
日本	2012年実績		150	5	155
	2020年推計		373	54	427
米国	2012年実績	385		372	757
	2020年推計	925		807	1,732
中国	2012年実績	1,199	1,669		2,868
	2020年推計	9,403	11,619		21,022
合計	2012年実績	1,584	1,819	377	3,780
	2020年推計	10,328	11,992	861	23,181

注：2010年推計値は、ECに関心がある層を取り込み、インターネット利用率が先進国並みになる（中国について）状況を想定したもの。

資料：経済産業省 商務情報政策局 情報経済課「平成24年度我が国情報経済

社会における基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」（平成25年9月）

が、既に「中国、インドネシア、マレーシアでは 100%出資会社が EC 事業を展開、ベトナムでは EC 事業を手掛ける企業に出資するなど、アジア地域での EC 事業の拡大を進めている。」「…2020 年に海外・国内の EC 売上高 1,000 億円を目指し、攻勢をかけている。」⁽⁸⁾と報じられているなど、日系企業の東アジアでの電子商取引事業への参入が始まっている。

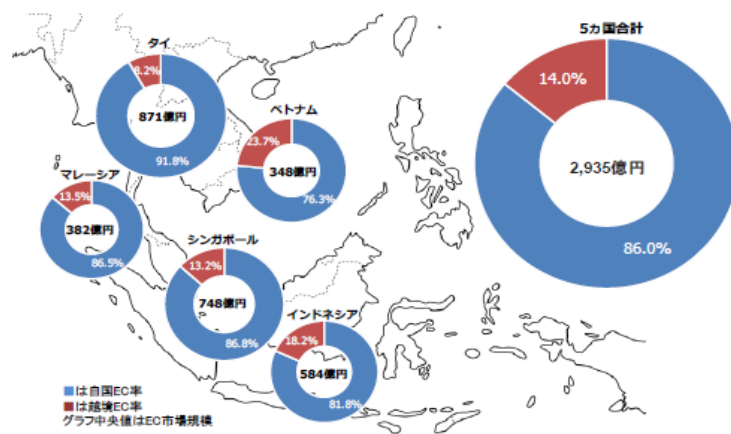
4. 新しい貿易理論が示す地場企業の海外ビジネス推進のメリット

以上のように、東アジア地域の発展が、福岡市との新しい経済関係展開の大きな可能性として登場していることが明らかであろう。

実は、それだけではなく、国際経済理論（貿易理論）の進展も、海外ビジネス推進の産業・企業ひいては都市・地域経済にとっての意義を間接的ではあるが明らかにしている。

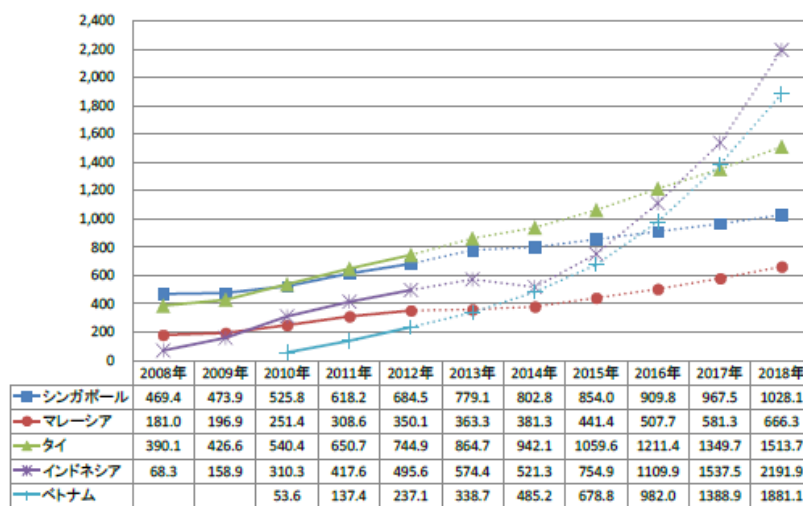
図 4-4 アセアン 5 カ国における電子商取引市場規模等の推計

	シンガポール	マレーシア	タイ	インドネシア	ベトナム	5カ国計
EC市場規模	748	382	871	584	348	2,935
越境市場規模	99	52	71	106	82	410
日本への越境EC利用率	10.2%	5.70%	8.10%	8.90%	7.80%	8.70%



資料：経済産業省「平成 25 年度日アセアン越境電子商取引に関する調査報告書」（要約版）
2014 年 5 月 P 33

図 4-5 アセアン 5 カ国の EC 市場規模予測



(出所)本調査試算より

*注: 2008-2012年はEuromonitorが算出した実績値、2013年より本調査の推計値

資料：経済産業省「平成 25 年度日アセアン越境電子商取引に関する調査報告書」（要約版）
2014 年 5 月 P 16

独立行政法人経済産業研究所の研究員（当時）の田中鮎夢氏は、リカードの貿易理論からヘクシャー&オリーンの H-O 理論までを伝統的貿易理論（旧貿易理論）と呼び、1980 年以降の P.クルーグマンの先進工業国間における貿易のメカニズムを明らかにした「クルーグマン・モデル」以降を「新貿易理論」と位置づけ、さらに、ハーバード大学のメリッ

ツ (Marc Melitz) 教授による、クルーグマンらの「新貿易理論」を発展させた新しい貿易理論すなわち「メリッツ・モデル」(異質な企業理論: *firm heterogeneity model* と呼ばれる: 2003 年) を「新々貿易理論」と位置づけ、概説している。⁽⁹⁾

(以下は、筆者による独立行政法人経済産業研究所「フェローの連載」第 1 回～第 5 回 <http://www.rieti.go.jp/users/tanaka-ayumu/serial/> の要約である。)

それによると、伝統的貿易理論は、リカードの貿易理論では技術の相違を貿易の原因としており、ヘクシャー&オーリンの貿易理論では相対的要素賦存の違いを貿易の原因としていたが、「クルーグマン・モデル」は、先進国間での貿易が世界全体の貿易の多くを占めるという現実を踏まえ、嗜好や技術水準および要素賦存が同じである工業国同士による同じような工業品の産業内貿易がなぜ行われるのかを明らかにしたという。つまり、貿易は必ずしも比較優位が原因で発生するわけではなく、同一工業であっても経済規模の大きな経済においては収穫逓増あるいは規模の経済性効果大きく、単位当たり価格を低く抑えることができ、優位性を持つことができる(「自国市場効果」)。各国はそれが得られる特定の財に特化し、貿易によって国内市場よりも大きな統合市場をめざそうというインセンティブが発生するからであるというものである。加えて、国際貿易によって各国の国内市場よりも規模の大きな統合市場が誕生する。これによって消費者により多くの種類の財をより低い価格で提供することが可能になるということである。

さらに、「新々貿易理論」は「クルーグマン・モデル」を基盤としつつ、企業の生産性は同一であるという暗黙の仮定を変更し、企業の生産性が異なると仮定し、企業の生産性が高いほど、利潤が大きくなり、生産性の低い企業は、利潤が負になるという関係を導入するとともに、輸出には、輸送費用(氷塊型輸送費用)のみならず、輸出固定費用がかかることを前提した。このため、生産性の低い企業は輸出を行えず、結果として、輸出に必要な最低限の生産性(「輸出閾値」)をこえる一部の企業のみが、輸出企業となる。輸出閾値を下回るが、参入に必要な最低限の生産性(「参入閾値」)はこえる企業は、非輸出企業となり、国内市場にのみ製品を供給することとなる。このように「メリッツ・モデル」では、同一産業内においても、輸出する企業としない企業が併存する現実を理論的に裏付けたと述べられている。⁽¹⁰⁾

その結果、貿易費用の低下が進展すると、図 4-6 に示すように、2 つの効果が生じる。

1 つは、貿易費用の低下のために輸出が容易になり、輸出閾値が下がり、これまで輸出できなかった低い生産性の企業の一部も、輸出を行えるようになる。

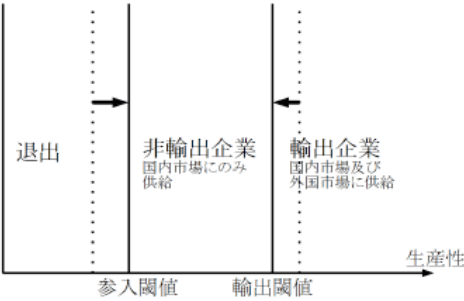
もう 1 つは、国内で活動するために必要な生産性水準(参入閾値)が上昇し、生産性の低い企業は退出を余儀なくされるという関係が発生することになる(図 4-6)。

つまり、伝統的貿易理論では、貿易の厚生利益は、比較優位に従った特化により、双方に得られる(国際分業の利益一筆者)とされてきたが、その上に、新しい貿易理論では、貿易の厚生利益は、規模の経済と消費者が利用可能な製品種類(*variety*)の拡大の両方から生じるとし、貿易によって低生産性企業から高生産性企業への労働者の再配分が起こり、

生産性が上昇するという新しい第3の貿易利益を示したということである（表4-4）。

福岡市地場企業のビヘイビアと意向については、次章において詳しく分析するが、「海外取引（または進出）開始による新しい需要の開拓」、「海外事業の一層の拡大」など海外ビジネスに取り組んでいる企業は合わせて55社、6.9%に過ぎなかったが、今後の海外市場への展開意向は、「すでに対応している」が6.0%、「将来、当社も取り組んでいく（いきたい）」が14.5%となっており、合わせると163社、20.5%に及び、「現在取り組んでいる」企業の約3倍（2.96倍）に達しており、貿易費用の低下あるいは容易化を感じ、海外ビジネスに取り組んでみたいという地場企業の急増がみられる状況である。

図4-6 貿易コストの低下と輸出企業・非輸出企業の増減



資料：田中鮎夢「新々貿易理論」独立行政法人経済産業研究所「フェローの連載」第3回による。

表4-4 貿易理論の3つの源泉

貿易理論	貿易利益の源泉
伝統的貿易理論	比較優位に従った特化
新貿易理論	規模の経済と消費者が利用可能な製品種類の拡大
新々貿易理論	低生産性企業から高生産性企業への資源の再配分

資料：図4-6に同じ。

第5章 福岡市企業の現下および将来のビヘイビア

1. アンケート調査に見る福岡市企業の海外ビジネスに対する意向

福岡市地場企業の実態や意向を把握するために、平成28年9月に「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向および取組実態に関するアンケート調査」を実施した。

以下、その結果を基に福岡市の地場企業の対応と意向を見ていくこととする。

(1) 有効回答率および母集団に対する偏り度

アンケート調査は、福岡市内に本社がある46,435企業から無作為に3,000社を選び調査対象として行ったが、有効回答は795社、回答率26.5%であった。

その業種別および従業者規模別の回答数は、表5-1の通りである。

表5-1 有効回答数の業種別、従業者規模別分布

単数回答 単位:上段(社) 下段斜字(%)		総数	0~4人	5~9人	10~19人	20~29人	30~49人	50~99人	100~299人	300人以上	不明・無回答
総数		795	252	184	153	57	52	42	38	5	12
		100.0	31.7	23.1	19.2	7.2	6.5	5.3	4.8	0.6	1.5
業 種 グ ル ー プ 別	ものづくり系産業	271	87	64	71	16	12	7	10	1	3
		100.0	32.1	23.6	26.2	5.9	4.4	2.6	3.7	0.4	1.1
	情報・通信・物流系業種	44	5	8	10	5	3	8	4	0	1
		100.0	11.4	18.2	22.7	11.4	6.8	18.2	9.1	0.0	2.3
	商業系業種	158	61	41	25	9	8	6	6	1	1
		100.0	38.6	25.9	15.8	5.7	5.1	3.8	3.8	0.6	0.6
	金融・不動産系業種	92	52	19	7	6	1	2	1	1	3
		100.0	56.5	20.7	7.6	6.5	1.1	2.2	1.1	1.1	3.3
	宿泊・生活支援サービス系業種	29	3	6	5	3	4	2	5	0	1
		100.0	10.3	20.7	17.2	10.3	13.8	6.9	17.2	0.0	3.4
業 種 グ ル ー プ 別	医療・福祉業種	64	2	14	17	6	15	4	6	0	0
		100.0	3.1	21.9	26.6	9.4	23.4	6.3	9.4	0.0	0.0
	学術・専門サービス・教育系業種	75	25	20	10	8	5	4	3	0	0
		100.0	33.3	26.7	13.3	10.7	6.7	5.3	4.0	0.0	0.0
業 種 グ ル ー プ 別	その他・分類不能サービス業種	60	17	12	8	4	4	9	3	2	1
		100.0	28.3	20.0	13.3	6.7	6.7	15.0	5.0	3.3	1.7
不明・無回答		2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
		100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

資料:(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)

注)業種グループ別分類に含まれる大分類業種は下記の通り

ものづくり系産業＝農林漁業、建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業

情報・通信・物流系業種＝情報通信業、運輸・郵便業

商業系業種＝卸売業、小売業

宿泊・生活支援サービス系業種＝宿泊・飲食サービス業、生活支援サービス・娯楽業

医療・福祉業種＝医療・福祉

学術・専門サービス・教育系業種＝学術研究・専門技術サービス、教育・学習支援

その他・分類不能サービス＝複合サービス、他に分類されないサービス

なお、有効回答の母集団に対する業種別および従業者規模別偏り度は、表5-2、5-3のとおりであり、宿泊・生活支援サービス系業種において有効回答が22.4pp(パーセント・ポイント)過少である一方、ものづくり系業種で21.6pp過多となっている。「海外ビジネスに対する意向および取組実態」という調査のテーマに対する企業側の関心の業種

による差異が現れたものと考えられる。

同様に従業者規模別の偏り度を表5－3によって見ると、0～4人階層で37.4 p pの大幅な過少となっており、10～19人（11.1 p p）、5～9人（9.9 p p）、20～29人（4.2 p p）、30～49人（4.0 p p）など、わずかに少ない300人以上（△0.06 p p）を除く各階層で過多となっている。

表5－2 有効回答の母集団に対する業種別偏り度（業種別）

		経済センサス(2014)		アンケート有効回答		構成比差 (ポイント)
		企業数(社)	構成比(%)	企業数(社)	構成比(%)	
総数		46,435	100.0	795	100.0	(1.71%)
業 種 グ ル ー プ 別	ものづくり系産業	5,789	12.5	271	34.1	21.6
	情報・通信・物流系業種	1,731	3.7	44	5.5	1.8
	商業系業種	10,360	22.3	158	19.9	△2.4
	金融・不動産系業種	4,870	10.5	92	11.6	1.1
	宿泊・生活支援サービス系業種	12,084	26.0	29	3.6	△22.4
	医療・福祉業種	4,042	8.7	64	8.1	△0.7
	学術・専門サービス・教育系業種	5,119	11.0	75	9.4	△0.6
	その他・分類不能サービス業種	2,440	5.3	60	7.5	2.3

資料：総務省「経済センサス基礎調査」(2014年)、(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)

注)「総数の構成比差カラム内は、センサス企業数に対する有効回答企業数の割合

表5－3 有効回答の母集団に対する従業者規模別偏り度（従業者規模別）

		経済センサス(2014)		アンケート有効回答		構成比差 (ポイント)
		企業数(社)	構成比(%)	企業数(社)	構成比(%)	
総数		46,435	100.0	795	100.0	(1.71%)
従 業 者 規 模 別	0～4人	32,080	69.1	252	31.7	△37.4
	5～9人	6,143	13.2	184	23.1	9.9
	10～19人	3,766	8.1	153	19.2	11.1
	20～29人	1,379	3.0	57	7.2	4.2
	30～49人	1,173	2.5	52	6.5	4.0
	50～99人	911	2.0	42	5.3	3.3
	100～299人	662	1.4	38	4.8	3.4
	300人以上	321	0.69	5	0.63	△0.06

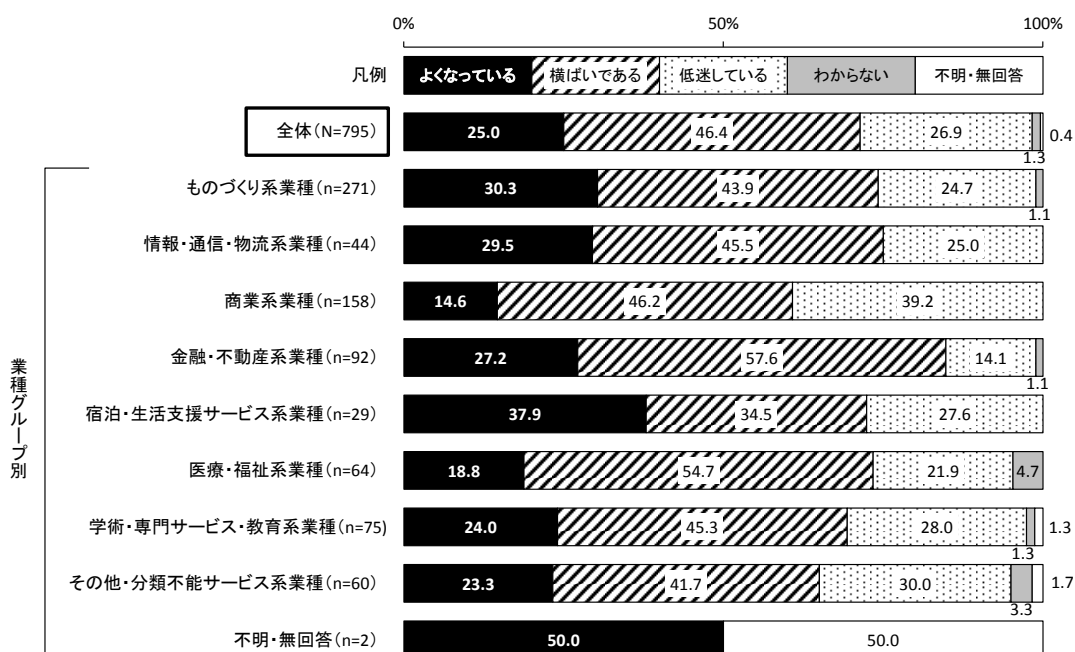
資料：総務省「経済センサス基礎調査」(2014年)、(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)

(2) 過去3年間の企業業績（収益）の動向

図5－1に示すように、全体として、「よくなっている」企業は25.0%、「横ばいである」は46.4%であるのに対して「低迷している」が26.9%となっており、やや「低迷している」状況であることが窺われる。

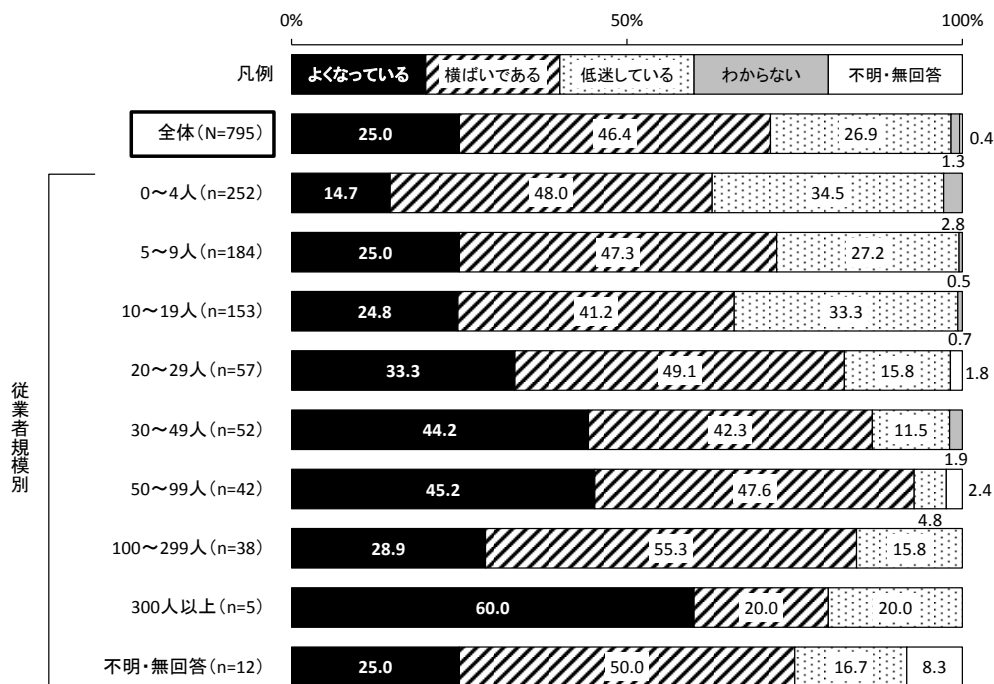
業種別にみると、ものづくり系では「よくなっている」(30.3%)と「低迷している」(24.7%)との割合を比べると5.6ポイントのプラスで、やや「よくなっている」状況であることが

図 5 - 1 最近 3 年間の業績（収益）の傾向（業種別）



資料：（公財）福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」（2016 年 9 月）

図 5 - 2 最近 3 年間の業績（収益）の傾向（従業員規模別）



資料：（公財）福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」（2016 年 9 月）

窺われる。同様に、情報・通信・物流系業種（5.5 p）、金融・不動産系業種（13.1 p）、宿泊・生活支援サービス系業種（10.3 p）でも「よくなっている」。

他方、商業系業種では△24.6 ポイントとなっており、かなり「低迷している」状況が広がっているようである。また、医療・福祉業種（△3.1 p）、学術・専門サービス・教育系業種（△4.0 p）、その他・分類不能サービス業種（△6.7 p）などではわずかに「低迷している」状況であることが窺われる。

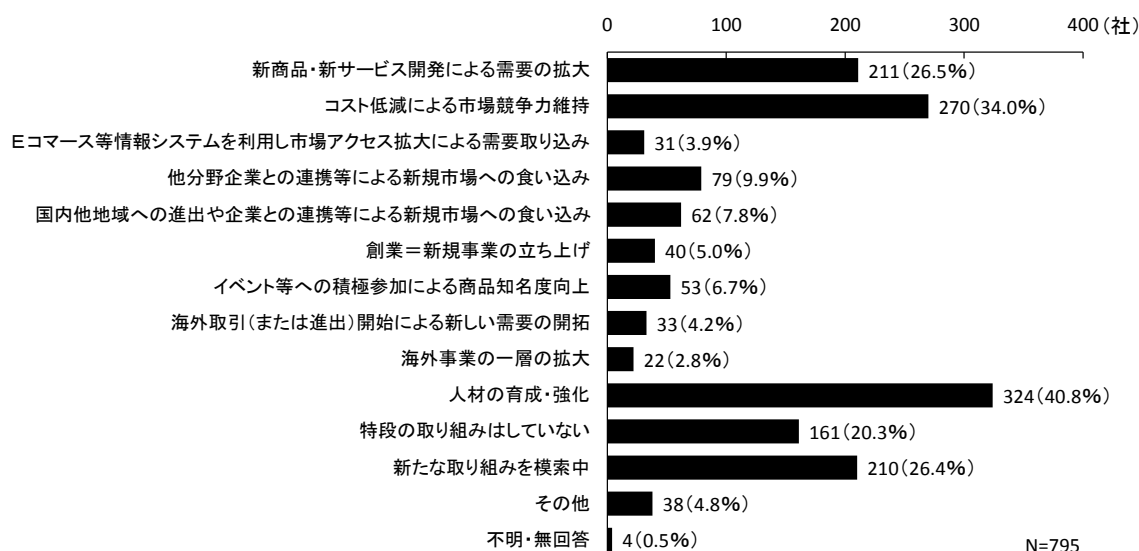
従業員規模別に見ると、図5－2のように、0～4 人（△19.8 p）、5～9 人（△2.2 p）、10～19 人（△8.5 p）等で「低迷している」状況と判断されるが、20～29 人（17.5 p）、30～49 人（32.7 p）、50～99 人（40.4 p）、100～299 人（13.1 p）、300 人以上（40.0 p）などでは「よくなっている」状況にあると言えよう。

（3）市場の伸び悩みや構造変化への対応

全体としては、「特段の取り組みはしていない」と回答した企業が 20.3%あり、「新たな取り組みを模索中」と回答した企業が 26.4%あったが、3つ以内の複数回答であるため、両者は重複している可能性が高く、最大で 26.4%の企業が「新たな取り組みを模索中」であり、その内には「特段の取り組みはしていない」企業も含まれるものと考えられる。

それ以外の企業は、何らかの取り組みをしているとみられるが、その内容としては「人材の育成・強化」が最も多く 40.8%、次いで「コスト低減による市場競争力維持」が 34.0%、「新商品・新サービス開発による需要の拡大」が 26.5%と続き、3大対応策を形成している。

図5－3 市場の伸び悩みや構造変化への対応（3 以内回答）



資料：（公財）福岡アジア都市研究所「福岡市市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」（2016 年 9 月）

図5-4 市場の伸び悩みや構造変化への対応（3以内回答）（業種別、従業者規模別）

3つ以内回答／単位（％）	業種別			
	ものづくり系業種 (n=271)	情報・通信・物流 系業種 (n=44)	商業系業種 (n=158)	金融・不動産系 業種 (n=92)
新商品・新サービス開発による需要の拡大	19.6	50.0	36.1	19.6
コスト削減による市場競争力維持	39.5	34.1	35.4	23.9
Eコマース等情報システムを利用し市場アクセス拡大による需要取り込み	3.0	2.3	5.7	4.3
他分野企業との連携等による新規市場への食い込み	9.2	15.9	12.0	6.5
国内他地域への進出や企業との連携等による新規市場への食い込み	7.4	20.5	10.1	8.7
創業＝新規事業の立ち上げ	1.8	2.3	7.6	10.9
イベント等への積極参加による商品知名度向上	3.7	18.2	8.2	3.3
海外取引(または進出)開始による新しい需要の開拓	3.3	6.8	6.3	1.1
海外事業の一層の拡大	0.4	4.5	7.6	0.0
人材の育成・強化	48.3	40.9	30.4	20.7
特段の取り組みはしていない	20.3	4.5	17.1	33.7
新たな取り組みを模索中	25.8	36.4	26.6	31.5
その他	3.7	6.8	4.4	5.4
不明・無回答	0.7	0.0	0.0	1.1

3つ以内回答／単位（％）	業種別（続き）			
	宿泊・生活支援 サービス系業種 (n=29)	医療・福祉系業 種 (n=64)	学術・専門サービ ス・教育系業種 (n=75)	その他・分類不能 サービス系業種 (n=60)
新商品・新サービス開発による需要の拡大	58.6	10.9	29.3	23.3
コスト削減による市場競争力維持	37.9	29.7	32.0	25.0
Eコマース等情報システムを利用し市場アクセス拡大による需要取り込み	6.9	3.1	5.3	1.7
他分野企業との連携等による新規市場への食い込み	6.9	4.7	12.0	13.3
国内他地域への進出や企業との連携等による新規市場への食い込み	0.0	1.6	8.0	3.3
創業＝新規事業の立ち上げ	10.3	1.6	5.3	6.7
イベント等への積極参加による商品知名度向上	6.9	9.4	8.0	6.7
海外取引(または進出)開始による新しい需要の開拓	10.3	3.1	5.3	1.7
海外事業の一層の拡大	10.3	1.6	2.7	1.7
人材の育成・強化	51.7	54.7	42.7	41.7
特段の取り組みはしていない	6.9	31.3	16.0	20.0
新たな取り組みを模索中	20.7	20.3	28.0	21.7
その他	3.4	3.1	10.7	3.3
不明・無回答	0.0	1.6	0.0	0.0

3つ以内回答／単位（％）	従業者規模別			
	0～4人 (n=252)	5～9人 (n=184)	10～19人 (n=153)	20～29人 (n=57)
新商品・新サービス開発による需要の拡大	21.0	22.8	25.5	40.4
コスト削減による市場競争力維持	26.2	33.2	41.8	40.4
Eコマース等情報システムを利用し市場アクセス拡大による需要取り込み	3.6	3.8	4.6	5.3
他分野企業との連携等による新規市場への食い込み	7.9	10.9	7.2	14.0
国内他地域への進出や企業との連携等による新規市場への食い込み	4.8	8.2	7.2	21.1
創業＝新規事業の立ち上げ	4.4	4.3	2.6	12.3
イベント等への積極参加による商品知名度向上	4.8	8.2	5.2	3.5
海外取引(または進出)開始による新しい需要の開拓	2.8	4.9	1.3	7.0
海外事業の一層の拡大	1.6	2.7	0.7	3.5
人材の育成・強化	14.3	42.4	50.3	57.9
特段の取り組みはしていない	33.3	20.7	16.3	7.0
新たな取り組みを模索中	30.2	25.0	28.1	21.1
その他	5.2	4.9	5.9	5.3
不明・無回答	0.8	0.0	0.7	1.8

3つ以内回答／単位（％）	従業者規模別（続き）			
	30～49人 (n=52)	50～99人 (n=42)	100～299人 (n=38)	300人以上 (n=5)
新商品・新サービス開発による需要の拡大	34.6	35.7	47.4	0.0
コスト削減による市場競争力維持	25.0	45.2	39.5	60.0
Eコマース等情報システムを利用し市場アクセス拡大による需要取り込み	5.8	0.0	5.3	0.0
他分野企業との連携等による新規市場への食い込み	7.7	14.3	18.4	20.0
国内他地域への進出や企業との連携等による新規市場への食い込み	7.7	14.3	5.3	0.0
創業＝新規事業の立ち上げ	7.7	7.1	7.9	0.0
イベント等への積極参加による商品知名度向上	11.5	7.1	15.8	0.0
海外取引(または進出)開始による新しい需要の開拓	7.7	2.4	13.2	0.0
海外事業の一層の拡大	7.7	4.8	10.5	0.0
人材の育成・強化	69.2	66.7	63.2	30.0
特段の取り組みはしていない	11.5	4.8	0.0	0.0
新たな取り組みを模索中	26.9	26.2	10.5	20.0
その他	1.9	4.8	2.6	0.0
不明・無回答	0.0	0.0	0.0	0.0

資料：（公財）福岡アジア都市研究所「福岡市市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」（2016年9月）
 注）業種別の不明・無回答（n=2）、従業者規模別の不明・無回答（n=12）は掲載を省略

その他、市場の拡大・開拓策には、「他分野企業との連携等による新規市場への食い込み」(9.9%)、「国内他地域への進出や企業との連携等による新規市場への食い込み」(7.8%)、「イベント等への積極参加による商品知名度向上」(6.7%)、「創業＝新規事業の立ち上げ」(5.0%)、「E コマース等情報システムを利用し市場アクセス拡大による需要取り込み」(3.9%) など種々選択肢が与えられているものの、いずれも1ケタ台の回答率にとどまっている。それら選択肢の1つでもあるが、「海外取引（または進出）開始による新しい需要の開拓」(33社、4.2%)、「海外事業の一層の拡大」(22社、2.8%) という海外ビジネス志向の選択肢への回答は、合わせて55社、6.9%に過ぎなかった。

業種別にみると、「特段の取り組みはしていない」という回答比率が高かったのは、最近の業績が「よくなっている」という回答率が比較的高かった金融・不動産系業種(33.7%)と制度的な規制が強い医療・福祉業種(31.3%)であった。

逆に「特段の取り組みはしていない」という回答比率が低く、活発に対応策をとっているのは、情報・通信、物流系業種(4.5%)と宿泊・生活支援サービス系業種(6.9%)であった。

各業種とも、「人材の育成・強化」、「コスト低減による市場競争力維持」、「新商品・新サービス開発による需要の拡大」の3大対応策が大きな比率を占めていることには変わりがないが、情報・通信、物流系業種では「国内他地域への進出や企業との連携等による新規市場への食い込み」(20.5%)や「イベント等への積極参加による商品知名度向上」(18.2%)などでも比較的回答率が高く、多彩な取り組みをしていることがわかる。

「海外取引（または進出）開始による新しい需要の開拓」や「海外事業の一層の拡大」という海外ビジネス志向の取組については、宿泊・生活支援サービス系業種で最も高く、両選択肢合わせて20.6%となっている。次いで、情報・通信、物流系業種が両選択肢合わせて11.3%であった。他方、ものづくり系業種は3.7%に過ぎず低調であった。

また、従業者規模別にみると、「特段の取り組みはしていない」という回答比率が高いのは、0～4人(33.3%)、5～9人(20.7%)など、小規模企業が中心であり、100～299人や300人以上では皆無であった。

3大対応策のうちでも「人材の育成・強化」については、概ね従業者規模が大きくなるほど回答比率が高まっており、5～9人(42.4%)、10～19人(50.3%)、30～49人(69.2%)、300人以上(80.0%)などとなっている。

また、20～29人階層では、「国内他地域への進出や企業との連携等による新規市場への食い込み」(21.1%)や「創業＝新規事業の立ち上げ」(12.3%)において最も高い回答率を示している。

「海外取引（または進出）開始による新しい需要の開拓」や「海外事業の一層の拡大」という海外ビジネス志向の取組については、100～299人階層で最も高く、両選択肢合わせて23.7%に達している。次いで、30～49人階層で15.4%であった。

(4) 海外市場への今後の展開意向

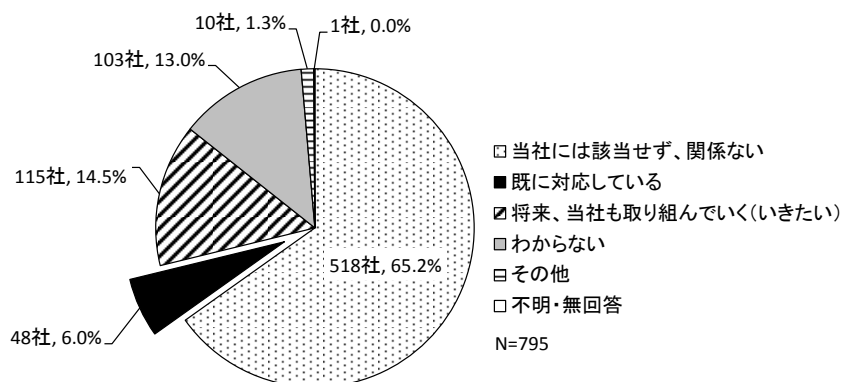
上記のように、現在取り組んでいる対応策として、「海外取引（または進出）開始による新しい需要の開拓」や「海外事業の一層の拡大」という海外ビジネスに対する回答は 55 社、6.9%に過ぎなかったが、今後の海外市場への展開意向を訊ねたところ、結果は図 5－5 の通りであった。

全体として、「当社には該当せず、関係ない」という回答が 518 社、65.2%、「すでに対応している」が 48 社、6.0%、「将来、当社も取り組んでいく（いきたい）」が 115 社、14.5%、「わからない」が 103 社、13.0%などとなっており、「すでに対応している」と「将来、当社も取り組んでいく（いきたい）」を合わせると、20.5%（163 社）に及んでいる。

業種別にみると、宿泊・飲食サービス業（46.2%）、情報通信業（34.5%）、生活関連サービス業、娯楽業（31.3%）、製造業（28.8%）、卸売業（20.0%）、教育・学習支援業（18.2%）、学術研究、専門技術サービス業（17.2%）などで「将来、当社も取り組んでいく（いきたい）」という回答率が高い。なお、「すでに対応している」の回答率が高い業種は、卸売業（20.0%）、複合サービス業（16.7%）、生活関連サービス業、娯楽業（12.5%）、情報通信業（10.3%）などであった（図 5－6）。

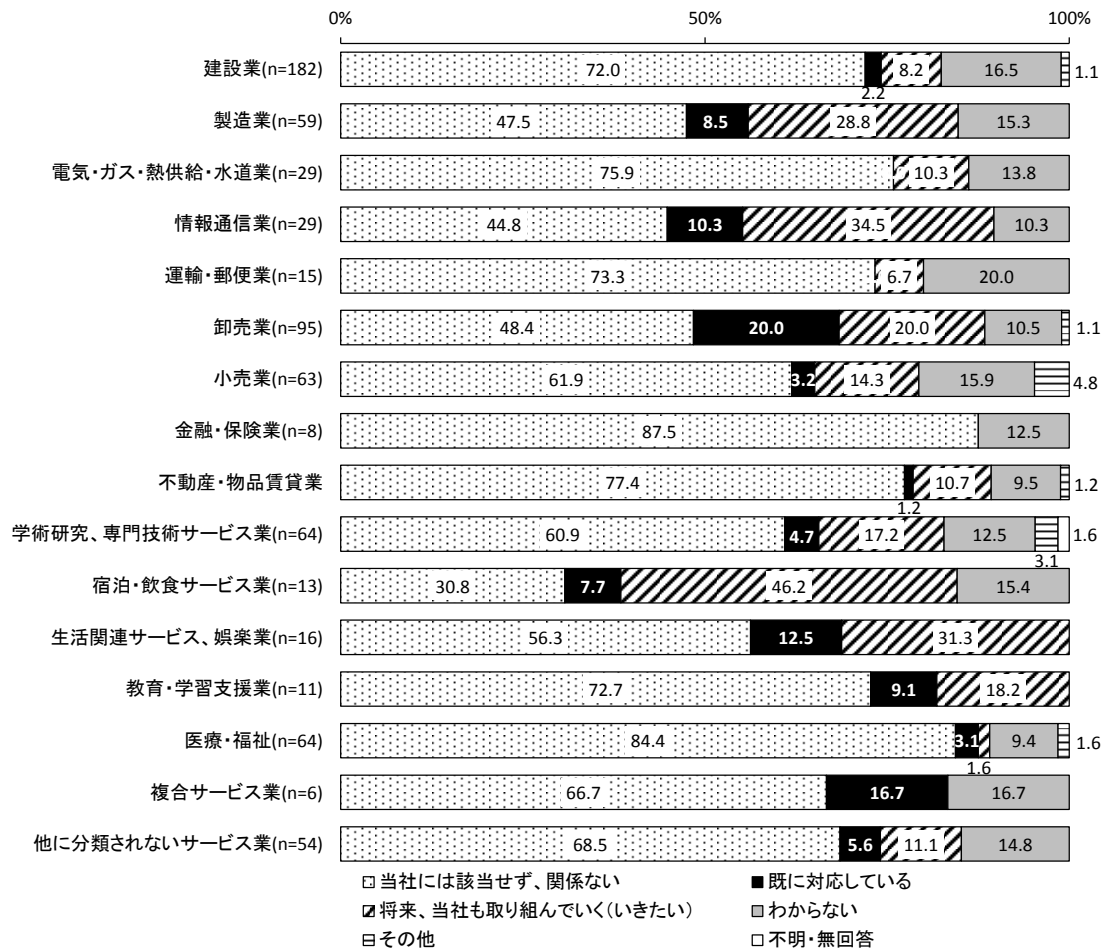
ところで、海外ビジネスに「既に対応している」と回答した 48 企業のビジネス形態を見ると、図 5－7、表 5－4 のように、卸売業を中心に「海外取引企業（直接輸出先）がある」が 19 社、39.6%を占めて最も多い。次いで、「海外に販売・サービス拠点（店舗・事業所）を持っている」が 10 社、20.8%であり、幅広い業種に広がっている。「海外に生産拠点（工場）を持っている」と「商社等を通じて間接輸出している」がともに 9 社、18.8%となっているが、主体は卸売業である。なお、製造業では、「海外に生産拠点（工場）を持っている」が 2 社、「海外取引企業（直接輸出先）がある」、「商社等を通じて間接輸出している」、「その他」がともに 1 社ずつであった。以上のように、海外ビジネスに「既に対応している」企業を中心は、卸売業であることがわかる。

図 5－5 海外市場への今後の展開意向



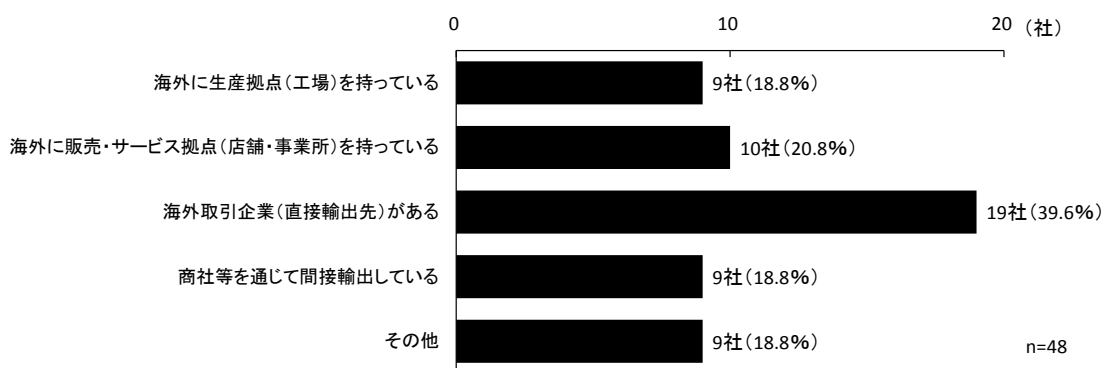
資料：(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016 年 9 月)

図 5－6 海外市場への今後の展開意向（業種別）



資料：(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)
 注)業種のうち農林漁業(n=1)、不明・無回答(n=2)は該当数が少ないため掲載を省略

図 5－7 海外ビジネスに「既に対応している」企業のビジネス形態（複数回答）



資料：(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)

表５－４ 海外ビジネスに「既に対応している」企業のビジネス形態（業種別）

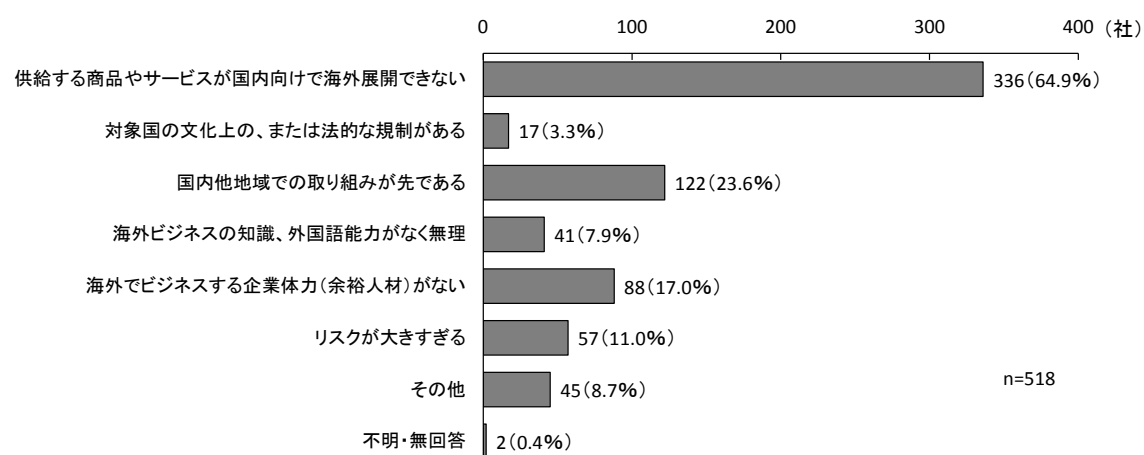
	対応済企業数(社)	対応済企業のビジネス形態(社)				
		海外に生産拠点(工場)を持っている	海外に販売・サービス拠点(店舗・事業所)を持っている	海外取引企業(直接輸出先)がある	商社等を通じて間接輸出している	その他
農林漁業	1			1		
建設業	4	1	1	1		1
製造業	5	2		1	1	1
情報通信業	3		1	3		
卸売業	19	5	3	9	8	
小売業	2		1			1
不動産・物品賃貸業	1					1
学術研究、専門技術サービス業	3		1	1		2
宿泊・飲食サービス業	1					1
生活関連サービス、娯楽業	2			2		
教育・学習支援業	1		1			
医療・福祉	2	1		1		
複合サービス業	1					1
他に分類されないサービス業	3		2			1
合計	48	9	10	19	9	9

資料：(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)

(5) 海外市場への展開が「該当しない」と回答した企業の理由

前掲図５－５において、海外市場への今後の展開が「当社には該当せず」と回答した518社について、その理由や根拠を訊ねたところ、図５－８に示すように、「供給する商品やサービスが国内向けで、海外展開できない」が最も多く、336社、64.9%を占めた。次いで、「国内他地域での取り組みが先である」が122社、23.6%、さらに、「海外でビジネスする企業体力（余裕人材）がない」が88社、17.0%を占めた。

図５－８ 海外市場への展開が「該当しない」と回答した企業の理由（２以内回答）



資料：(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)

図 5-9 海外市場への展開が「該当しない」と回答した企業の理由（業種別）

複数回答(2以内)／単位(%)	業種別			
	建設業(n=131)	製造業(n=28)	電気・ガス・熱供給・水道業(n=22)	情報通信業(n=13)
供給する商品やサービスが国内向けで、海外展開できない	60.3	75.0	63.6	61.5
対象国の文化上の、または法的な規制がある	2.3	0.0	9.1	15.4
国内他地域での取り組みが先である	26.0	25.0	13.6	46.2
海外ビジネスの知識、外国語能力がなく無理	8.4	7.1	9.1	7.7
海外でビジネスする企業体力(余裕人材)がない	19.8	10.7	22.7	38.5
リスクが大きすぎる	17.6	14.3	9.1	7.7
その他	5.3	14.3	0.0	0.0
不明・無回答	0.8	0.0	0.0	0.0

複数回答(2以内)／単位(%)	業種別(続き1)			
	運輸・郵便業(n=11)	卸売業(n=46)	小売業(n=39)	金融・保険業(n=7)
供給する商品やサービスが国内向けで、海外展開できない	72.7	69.6	51.3	100.0
対象国の文化上の、または法的な規制がある	0.0	0.0	0.0	0.0
国内他地域での取り組みが先である	27.3	15.2	20.5	42.9
海外ビジネスの知識、外国語能力がなく無理	0.0	6.5	17.9	0.0
海外でビジネスする企業体力(余裕人材)がない	18.2	26.1	15.4	0.0
リスクが大きすぎる	0.0	13.0	23.1	0.0
その他	0.0	6.5	10.3	0.0
不明・無回答	0.0	0.0	0.0	0.0

複数回答(2以内)／単位(%)	業種別(続き2)			
	不動産・物品賃貸業(n=65)	学術研究、専門技術サービス業(n=39)	宿泊・飲食サービス業(n=4)	生活関連サービス、娯楽業(n=9)
供給する商品やサービスが国内向けで、海外展開できない	63.1	51.3	50.0	55.6
対象国の文化上の、または法的な規制がある	6.2	2.6	0.0	0.0
国内他地域での取り組みが先である	18.5	35.9	75.0	44.4
海外ビジネスの知識、外国語能力がなく無理	9.2	10.3	0.0	11.1
海外でビジネスする企業体力(余裕人材)がない	12.3	33.3	25.0	11.1
リスクが大きすぎる	6.2	7.7	0.0	0.0
その他	10.8	10.3	0.0	11.1
不明・無回答	1.5	0.0	0.0	0.0

複数回答(2以内)／単位(%)	業種別(続き3)			
	教育・学習支援業(n=8)	医療・福祉(n=54)	複合サービス業(n=4)	他に分類されないサービス業(n=37)
供給する商品やサービスが国内向けで、海外展開できない	62.5	85.2	75.0	64.9
対象国の文化上の、または法的な規制がある	12.5	3.7	0.0	5.4
国内他地域での取り組みが先である	25.0	14.8	0.0	21.6
海外ビジネスの知識、外国語能力がなく無理	0.0	1.9	0.0	8.1
海外でビジネスする企業体力(余裕人材)がない	12.5	1.9	0.0	10.8
リスクが大きすぎる	12.5	1.9	0.0	8.1
その他	12.5	11.1	50.0	16.2
不明・無回答	0.0	0.0	0.0	0.0

資料：(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)
注)業種のうち農林漁業(n=0)、不明・無回答(n=1)は、該当なしまたは該当数が少ないため掲載を省略

この質問は、2つまでの複数回答となっているので、重複して回答している企業があるが、最大の回答率である「供給する商品やサービスが国内向けで、海外展開できない」を回答した 336 社の場合は、論理的にはほぼ他の選択肢を回答することはないと推測・仮定することができる。

他方、この回答をした企業を除く約 182 社については、「…海外展開できない」わけではないので、その理由や根拠に当る選択肢を選んでいられる。「供給する商品やサー

ビスが国内向けで、海外展開できない」以外の6つの選択肢の回答数の合計は370で、ほぼ2倍になり、2つの回答をしていると推測できる。

「…海外展開できない」わけではない約182企業の「海外市場への展開が該当しない」理由や根拠は、「国内他地域での取り組みが先である」(182社の63.0%)、「リスクが大きすぎる」(同31.3%)、「海外でビジネスする企業体力(余裕人材)がない」(同48.4%)、「海外ビジネスの知識、外国語能力がなく無理」(同22.5%)などであると推測できよう。特に、後者の2つの選択肢を合計すると129社、70.9%という高率になる。

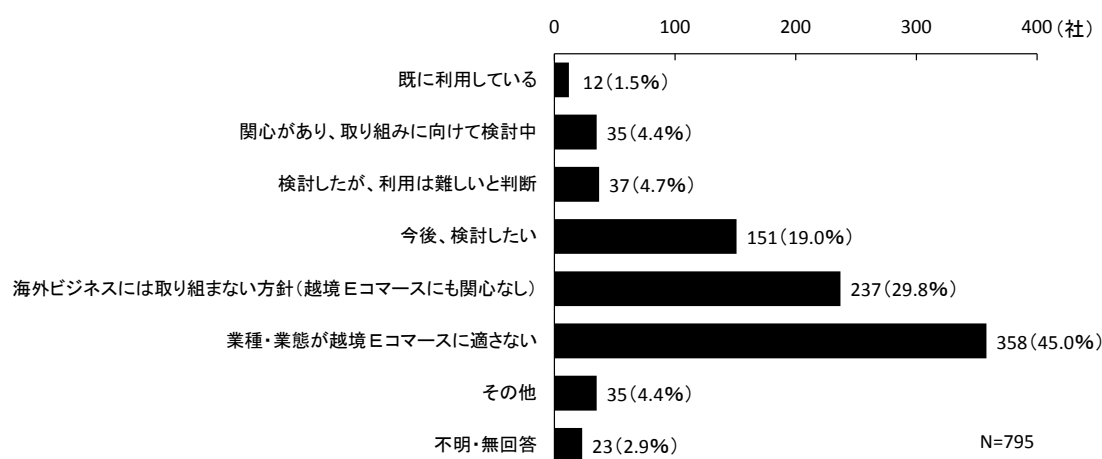
業種別にみると、情報通信業(「供給する商品やサービスが国内向けで、海外展開できない」を含む7選択肢の回答に対し46.2%)、学術研究、専門技術サービス業(同43.6%)、小売業(同33.3%)、卸売業(同32.6%)、建設業(同28.2%)などで特に高率であった。

(6)「越境電子商取引」等の利用による海外ビジネスの展開についての意向

次に、世界各国で拡大を続ける電子商取引、とりわけ越境電子商取引を利用しての海外ビジネスの展開に対する意向を訊いた。結果は、図5-10の通りである。

この問いでは、2つ以内での複数回答可としていたが、795企業が888の回答をしており、わずかに12%弱、93回答が複数回答であったことがわかる。その他を含め7つの選択肢を用意したが、「既に利用している」、「関心があり、取り組みに向けて検討中」、「今後、検討したい」の3選択肢は、利用および海外ビジネス展開にポジティブであり、「検討したが、利用は難しいと判断」、「海外ビジネスには取り組まない方針(越境Eコマースにも関心なし)」、「業種・業態が越境Eコマースに適さない」の3選択肢はネガティブな内容である。

図5-10 「越境電子商取引」の利用による海外ビジネスの展開についての意向(2以内回答)



資料: (公財)福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)

図5-11 「越境電子商取引」の利用による海外ビジネスの展開についての意向（業種別）

複数回答(2以内)／単位(%)	業種別			
	建設業(n=182)	製造業(n=59)	電気・ガス・熱供給・水道業(n=29)	情報通信業(n=29)
既に利用している	1.1	0.0	0.0	6.9
関心があり、取り組みに向けて検討中	0.0	6.8	0.0	0.0
検討したが、利用は難しいと判断	3.8	8.5	6.9	6.9
今後、検討したい	15.4	28.8	13.8	44.8
海外ビジネスには取り組まない方針(越境Eコマースにも関心なし)	31.3	18.6	27.6	24.1
業種・業態が越境Eコマースに適さない	54.4	33.9	51.7	31.0
その他	2.7	8.5	0.0	0.0
不明・無回答	4.4	3.4	3.4	0.0

複数回答(2以内)／単位(%)	業種別(続き1)			
	運輸・郵便業(n=15)	卸売業(n=95)	小売業(n=63)	金融・保険業(n=8)
既に利用している	0.0	2.1	6.3	0.0
関心があり、取り組みに向けて検討中	6.7	11.6	9.5	0.0
検討したが、利用は難しいと判断	6.7	6.3	11.1	0.0
今後、検討したい	6.7	25.3	14.3	0.0
海外ビジネスには取り組まない方針(越境Eコマースにも関心なし)	60.0	27.4	39.7	37.5
業種・業態が越境Eコマースに適さない	13.3	29.5	31.7	75.0
その他	0.0	8.4	3.2	0.0
不明・無回答	6.7	1.1	1.6	0.0

複数回答(2以内)／単位(%)	業種別(続き2)			
	不動産・物品賃貸業(n=84)	学術研究、専門技術サービス業(n=64)	宿泊・飲食サービス業(n=16)	生活関連サービス、娯楽業(n=16)
既に利用している	0.0	1.6	0.0	0.0
関心があり、取り組みに向けて検討中	3.6	1.6	15.4	18.8
検討したが、利用は難しいと判断	6.0	0.0	0.0	0.0
今後、検討したい	14.3	23.4	46.2	25.0
海外ビジネスには取り組まない方針(越境Eコマースにも関心なし)	35.7	28.1	15.4	31.3
業種・業態が越境Eコマースに適さない	44.0	54.7	23.1	25.0
その他	4.8	4.7	0.0	0.0
不明・無回答	2.4	3.1	0.0	6.3

複数回答(2以内)／単位(%)	業種別(続き3)			
	教育・学習支援業(n=11)	医療・福祉(n=64)	複合サービス業(n=6)	他に分類されないサービス業(n=54)
既に利用している	0.0	0.0	0.0	1.9
関心があり、取り組みに向けて検討中	9.1	1.6	0.0	3.7
検討したが、利用は難しいと判断	0.0	1.6	0.0	0.0
今後、検討したい	36.4	3.1	0.0	16.7
海外ビジネスには取り組まない方針(越境Eコマースにも関心なし)	27.3	20.3	16.7	35.2
業種・業態が越境Eコマースに適さない	45.5	75.0	83.3	40.7
その他	0.0	4.7	0.0	9.3
不明・無回答	0.0	1.6	0.0	5.6

資料：(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016年9月)
注)業種のうち農林漁業(n=1)、不明・無回答(n=2)は該当数が少ないため掲載を省略

回答の結果、最も回答率が高かったのは、「業種・業態が越境Eコマースに適さない」で45.0% (358社)であった。次いで、「海外ビジネスには取り組まない方針(越境Eコマースにも関心なし)」で、29.8% (237社)であり、「検討したが、利用は難しいと判断」が4.7% (37社)であり、3回答を合わせると、79.5% (632社)とほぼ8割に達する。

他方、「既に利用している」は1.5% (12社)、「関心があり、取り組みに向けて検討中」が4.4% (35社)、「今後、検討したい」が19.0% (151社)に上り、合計24.9% (198社)となっている。この3選択肢は内容的に重複回答はわずかと考えられるから、これら以外

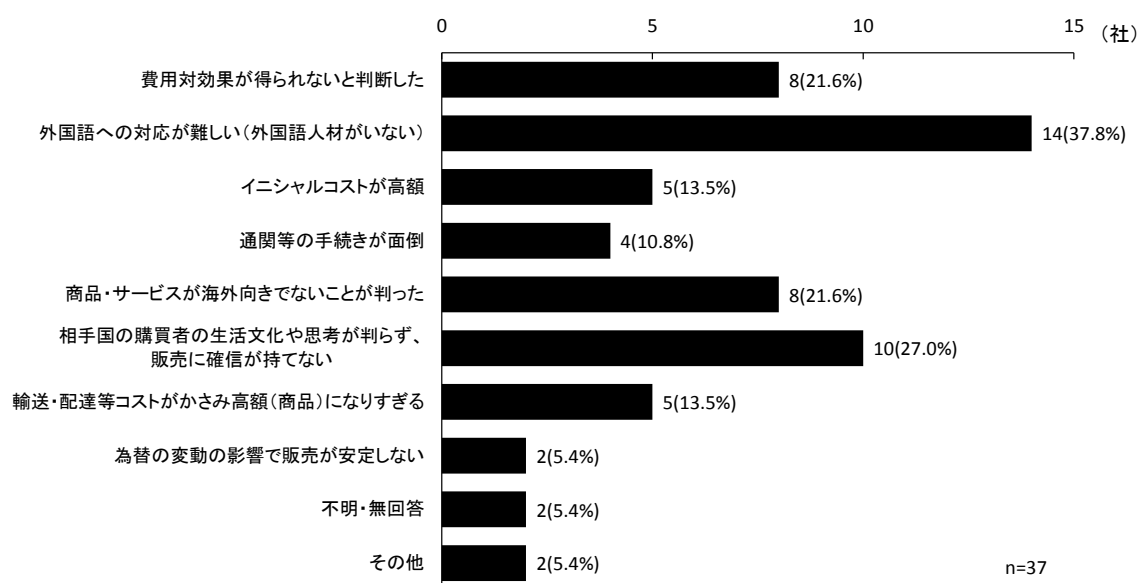
の約 597 社が、上記のネガティブな 3 選択肢を回答したと推測でき、実際は、597 社/795 社×100=75.1%程度がネガティブ回答であったと推測することができよう。つまり、4 分の 1 の企業は、「電子商取引」にポジティブな意向を持っていると言える。

業種別にみると、「今後検討したい」を中心にポジティブな回答比率が高いものは、農林漁業（100.0%）、宿泊・飲食サービス業（61.5%）、情報通信業（51.7%）、教育・学習支援業（45.5%）、生活関連サービス、娯楽業（43.8%）、卸売業（38.9%）、製造業（35.6%）などであった。逆に、金融・保険業（0.0%）、複合サービス業（0.0%）、医療・福祉（4.7%）、運輸・郵便業（13.3%）、電気・ガス・熱供給・水道業（13.8%）、建設業（16.5%）、不動産・物品賃貸業（17.9%）などでは低く、業種によって意向が大きく分かれていることがわかる。

なお、上図 5-10 において、「検討したが、利用は難しいと判断」した企業が 37 社あったが、その理由については、図 5-12 の通り、「外国語への対応が難しい（外国語人材がいない）」が最も多く、37.8%、次いで「相手国の購買者の生活文化や思考が判らず、販売に確信が持てない」が 27.0%、さらに「費用対効果が得られないと判断した」と「商品・サービスが海外向きでないことが判った」が 21.6%で同率であった。

ただし、「輸送・配達等コストがかさみ、高額（商品）になりすぎる」（13.5%）と「費用対効果が得られないと判断した」を「輸送・配達等コストがかさみ、費用対効果が得られないと判断した」と一体の内容と判断すると 35.1%となり、「外国語への対応が難しい（外国語人材がいない）」（37.8%）とほぼ並ぶ 2 大理由と考え得ることができよう。

図 5-12 越境電子商取引について「検討したが、利用は難しいと判断」した理由



資料：(公財)福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」(2016 年 9 月)

(7) 行政や商工会議所等に果たしてほしい役割・機能

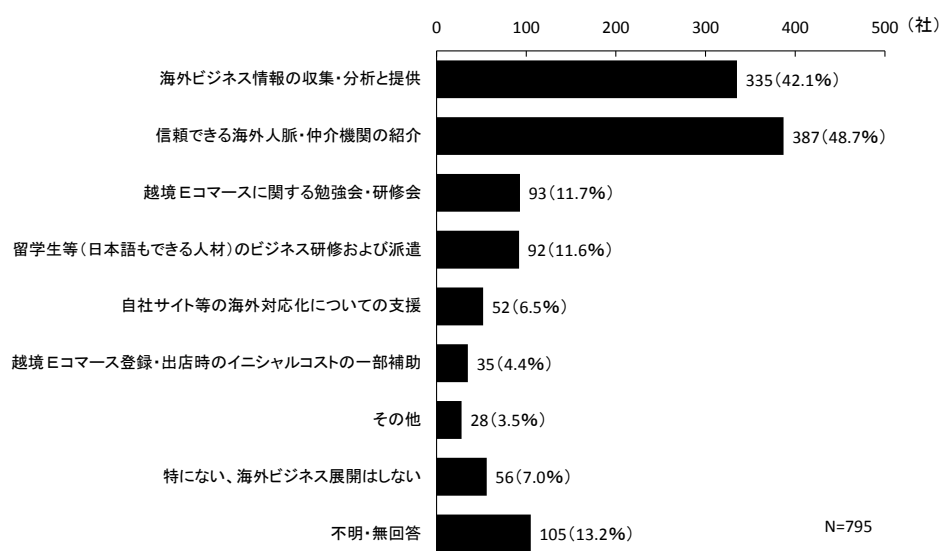
最後に、行政や商工会議所等に果たしてほしい役割・機能について、海外ビジネス展開に関わる7つの選択肢（「その他」を含む）を用意して意見を聞いたが、その結果は図5-13の通りである。2つ以内の複数回答を求めたが、795社に対して1,183の回答数で、概ね1.5倍であった。

最も回答率が高かったのは、「信頼できる海外人脈・仲介機関の紹介」で48.7%、次いで、「海外ビジネス情報の収集・分析と提供」で42.1%であり、この2者で9割以上の回答率になる。

それ以外の選択肢では、「留学生等（日本語もできる人材）のビジネス研修および派遣」「自社サイト等の海外対応化についての支援」という海外ビジネス展開に関連した具体的な選択肢と、「越境Eコマースに関する勉強会・研修会」、「越境Eコマース登録・出店時のイニシャルコストの一部補助」という越境電子商取引に関する選択肢であるため、上記の2つとは、回答率に大きな格差が出ている。

前2者については「留学生等（日本語もできる人材）のビジネス研修および派遣」が11.6%、「自社サイト等の海外対応化についての支援」が6.5%合わせて、16.0%、127社であり、後2者については、「越境Eコマースに関する勉強会・研修会」（11.7%）と「越境Eコマース登録・出店時のイニシャルコストの一部補助」（4.4%）を合わせて、12.3%、98社であった。

図5-13 行政や商工会議所等に果たしてほしい役割・機能（2以内回答）



資料：（公財）福岡アジア都市研究所「福岡市市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」（2016年9月）

図 5-14 行政や商工会議所等に果たしてほしい役割・機能（業種別）

複数回答／単位（％）	業種別			
	建設業(n=182)	製造業(n=59)	電気・ガス・熱供給・水道業(n=29)	情報通信業(n=29)
海外ビジネス情報の収集・分析と提供	39.6	59.3	69.0	51.7
信頼できる海外人脈・仲介機関の紹介	48.9	54.2	44.8	65.5
越境Eコマースに関する勉強会・研修会	9.3	10.2	10.3	13.8
留学生等（日本語もできる人材）のビジネス研修および派遣	13.7	11.9	0.0	13.8
自社サイト等の海外対応化についての支援	4.9	6.8	3.4	10.3
越境Eコマース登録・出店時のイニシャルコストの一部補助	1.6	1.7	0.0	3.4
その他	3.3	1.7	0.0	6.9
特になし、海外ビジネス展開はしない	8.8	3.4	6.9	0.0
不明・無回答	12.6	6.8	10.3	6.9

複数回答／単位（％）	業種別（続き2）			
	運輸・郵便業(n=15)	卸売業(n=95)	小売業(n=63)	金融・保険業(n=8)
海外ビジネス情報の収集・分析と提供	33.3	41.1	38.1	75.0
信頼できる海外人脈・仲介機関の紹介	26.7	51.6	47.6	50.0
越境Eコマースに関する勉強会・研修会	6.7	14.7	15.9	0.0
留学生等（日本語もできる人材）のビジネス研修および派遣	13.3	7.4	9.5	12.5
自社サイト等の海外対応化についての支援	6.7	7.4	12.7	0.0
越境Eコマース登録・出店時のイニシャルコストの一部補助	0.0	9.5	12.7	0.0
その他	0.0	6.3	1.6	12.5
特になし、海外ビジネス展開はしない	6.7	4.2	1.6	0.0
不明・無回答	26.7	15.8	12.7	0.0

複数回答／単位（％）	業種別（続き3）			
	不動産・物品賃貸業(n=84)	学術研究、専門技術サービス業(n=64)	宿泊・飲食サービス業(n=16)	生活関連サービス、娯楽業(n=16)
海外ビジネス情報の収集・分析と提供	47.6	40.6	38.5	37.5
信頼できる海外人脈・仲介機関の紹介	50.0	51.6	46.2	75.0
越境Eコマースに関する勉強会・研修会	16.7	20.3	23.1	0.0
留学生等（日本語もできる人材）のビジネス研修および派遣	9.5	9.4	15.4	12.5
自社サイト等の海外対応化についての支援	2.4	7.8	15.4	18.8
越境Eコマース登録・出店時のイニシャルコストの一部補助	3.6	4.7	0.0	18.8
その他	0.0	4.7	15.4	0.0
特になし、海外ビジネス展開はしない	3.6	9.4	0.0	0.0
不明・無回答	15.5	6.3	7.7	6.3

複数回答／単位（％）	業種別（続き4）			
	教育・学習支援業(n=11)	医療・福祉(n=64)	複合サービス業(n=6)	他に分類されないサービス業(n=54)
海外ビジネス情報の収集・分析と提供	45.5	28.1	0.0	31.5
信頼できる海外人脈・仲介機関の紹介	72.7	29.7	16.7	44.4
越境Eコマースに関する勉強会・研修会	0.0	6.3	0.0	7.4
留学生等（日本語もできる人材）のビジネス研修および派遣	27.3	14.1	16.7	16.7
自社サイト等の海外対応化についての支援	0.0	6.3	0.0	5.6
越境Eコマース登録・出店時のイニシャルコストの一部補助	0.0	3.1	0.0	3.7
その他	0.0	1.6	16.7	7.4
特になし、海外ビジネス展開はしない	18.2	18.8	0.0	13.0
不明・無回答	0.0	25.0	50.0	14.8

資料：（公財）福岡アジア都市研究所「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向・取組実態に関するアンケート調査」（2016年9月）
注）業種のうち農林漁業（n=1）、不明・無回答（n=2）は該当数が少ないため掲載を省略

業種別にみると、「留学生等（日本語もできる人材）のビジネス研修および派遣」、「自社サイト等の海外対応化についての支援」については、宿泊・飲食サービス業（2者合わせて 30.8％）、生活関連サービス、娯楽業（同 31.3％）、教育・学習支援業（同 27.3％）、医療・福祉（20.4％）、他に分類されないサービス業（同 22.3％）などで比較的回答率が高い。

また、「越境Eコマースに関する勉強会・研修会」、「越境Eコマース登録・出店時のイニ

シャルコストの一部補助」については、小売業（２選択肢合わせて 28.6%）、学術研究、専門技術サービス業（同 25.0%）、卸売業（同 24.2%）、宿泊・飲食サービス業（同 23.1%）などで比較的高い回答率であった。

行政や商工会議所等公的機関や組織は、積極的に海外の経済・産業組織や企業と接触し、情報の収集や交流、ビジネス動向の把握などに務め、海外ビジネス情報の収集・分析と提供」を行うとともに、「信頼できる海外人脈・仲介機関の紹介」を可能にするような活動が求められる。また、留学生等の研修や派遣、ウェブサイトの海外対応や越境電子商取引の研修支援など具体的な対策も求められている。

2. まとめ

- (1) 過去３年間の業績（収益）については、全体として、「よくなっている」企業は 25.0%、「横ばいである」は 46.4%であるのに対して「低迷している」が 26.9%となっており、伸び悩み状況であるが、業種別にみると、ものづくり系、情報・通信・物流系業種、金融・不動産系業種、宿泊・生活支援サービス系業種で「よくなっている」。他方、商業系業種、医療・福祉業種、学術・専門サービス・教育系業種、その他・分類不能サービス業種などではわずかに「低迷している」状況である。
- (2) 市場の伸び悩みや構造変化への現在の対応については、「人材の育成・強化」(40.8%)、「コスト低減による市場競争力維持」(34.0%)、「新商品・新サービス開発による需要の拡大」(26.5%)が、３大対応策を形成している。その他の７つの選択肢は、いずれも１ケタ台の回答率にとどまっており、「海外取引（または進出）開始による新しい需要の開拓」、「海外事業の一層の拡大」という海外ビジネス志向の選択肢への回答は、合わせて 55 社、6.9%に過ぎなかった。
- (3) しかし、今後の海外市場への展開意向は、「すでに対応している」が 6.0%、「将来、当社も取り組んでいく（いきたい）」が 14.5%となっており、合わせると 20.5%（163 社）に及び、「現在取り組んでいる」企業の約 3 倍（2.96 倍）に達している。
- (4) 海外市場への展開にネガティブな企業の理由を見ると、「供給する商品やサービスが国内向けで、海外展開できない」が最も多く 336 社、64.9%を占めている。それ以外の企業 182 社については、「国内他地域での取り組みが先である」（182 社の 63.0%）、「リスクが大きすぎる」（同 31.3%）、「海外でビジネスする企業体力（余裕人材）がない」（同 48.4%）、「海外ビジネスの知識、外国語能力がなく無理」（同 22.5%）などであり、後者の２つの選択肢を合計すると 129 社、70.9%という高率になる。
- (5) 「越境電子商取引」の利用による海外ビジネスの展開の意向については、「業種・業態が越境 E コマースに適さない」（45.0%）、「海外ビジネスには取り組まない方針（越境 E コマースにも関心なし）」(29.8%)、「検討したが、利用は難しいと判断」(4.7%)の３回答を合わせると、重複回答を除き 75.1%に達すると推測される。

他方、「既に利用している」は 1.5% (12 社)、「関心があり、取り組みに向けて検討中」が 4.4% (35 社)、「今後、検討したい」が 19.0% (151 社) に上り、合計 24.9% (198 社) と、ほぼ 4 分の 1 の企業が「越境電子商取引」の利用意向をもっていると思われる。

(6) 「越境電子商取引」の利用による海外ビジネスの展開を「検討したが、利用は難しいと判断」した企業が 37 社あったが、その理由については、「外国語への対応が難しい (外国語人材がいない)」(37.8%)、「輸送・配達等コストがかさみ、費用対効果が得られないと判断した」(35.1%) が 2 大理由となっている。

(7) 行政や商工会議所等に果たしてほしい役割・機能としては、「信頼できる海外人脈・仲介機関の紹介」(48.7%)、「海外ビジネス情報の収集・分析と提供」(42.1%) に集中している。

「留学生等 (日本語もできる人材) のビジネス研修および派遣」(11.6%) と「自社サイト等の海外対応化についての支援」(6.5%) の海外ビジネス支援関連施策が合わせて 16.0%、また、「越境 E コマースに関する勉強会・研修会」(11.7%) と「越境 E コマース登録・出店時のイニシャルコストの一部補助」(4.4%) の越境 E コマース関連施策が合わせて 12.3% であった。

補章 2 主要都市企業の外国語利用の比較

近年、欧米の投資企業等において「言語監査」が重視されているという。言うまでもなく「財務監査」と同様に、企業の言語 (外国語) 利用に対する対応や従業員教育のあり方が「監査」され、それが当該企業の将来成長性のメルクマールとして注目されているのである。

このことは、グローバル経済化が進む昨今、都市の将来成長性のメルクマールの 1 つと考えることも可能であろう。

都市の経済的基盤を支えている最大の要素は各種の企業体であることは言うまでもないであろう。そこで、「福岡市におけるアジアビジネス支援政策に関する研究 (上)」の第 2 章、第 3 章でも取り上げた、3 大都市圏の中核都市名古屋市、近畿大都市圏の副中核都市神戸市と地方圏の中核都市の仙台市、広島市そして福岡市を取上げて、各都市の代表的企業群として上場企業をとり、そのホームページの言語対応を比較し、いわば都市の「言語監査」を行ってみたものが、表補一 1、表補一 2 である。ただし、名古屋市については 142 社の中からランダムに 50 社を抽出して調べた。他の 4 都市は全上場企業 (仙台市 20 社、神戸市 50 社、広島市 20 社、福岡市 49 社) を調べた。

表補一 1 のように、外国語対応が最も進んでいる都市は、神戸市 (64%)、次いで仙台市 (60.0%) であり、名古屋市は 48%、広島市 40.0%、福岡市は 36.7% と最も低いことが判

表補— 1 各市上場企業の言語対応状況 (1)

	(単位：%)				
	外国語				
	5言語	4言語	3言語	2言語	1言語
名古屋市	2.0	0	4.0	6.0	36.0
神戸市		2.0	12.0	14.0	36.0
仙台市				5.0	55.0
広島市					40.0
福岡市		4.1		6.1	26.5

注：各市上場企業のホームページの言語対応状況である。

なお、名古屋市、神戸市は50社、仙台市、広島市は20社、福岡市は49社。

表補— 2 各市上場企業の言語対応状況 (2)

	(単位：%)				
	名古屋市	神戸市	仙台市	広島市	福岡市
英語	48	64	60	40	37
中国語	12	26	5	0	10
韓国語	0	6	0	0	2
タイ語	2	0	0	0	4
各欧州語	8	10	0	0	2
アラビア語	0	2	0	0	0
日本語のみ	52	36	40	60	63
合計	100	100	100	100	100

注：各市上場企業のホームページの言語対応状況である。

なお、名古屋市、神戸市は50社、仙台市、広島市は20社、福岡市は49社。

る。他方、表補— 2によって、対応外国語の多様性を見ると、広島市企業は英語のみであり、仙台市企業は英語と中国語に限られるが、神戸市企業では、英語、中国語、韓国語、各ヨーロッパ言語およびアラビア語と広範に利用され、名古屋市企業は英語、中国語、タイ語、各ヨーロッパ言語が利用されている。

福岡市もそれぞれ割合は低いものの、英語、中国語、韓国語、タイ語、各ヨーロッパ言語が利用されており、多彩である。

福岡市企業の「言語監査」は、外国語対応が遅れている（割合が低い）ものの、少数の外国語対応が進んでいる企業ではアジア地域言語を主体に多彩であるという特徴を持っていると評価できよう。

第6章 東アジア地域における福岡市の位置と個性および政策の方向性

1. わが国の自然・地理的特徴

わが国の太平洋に面した「列島状」の国土は、海岸線が長く、複雑で多様な景観を形づくっており、かつ、温帯に位置し、四季を持つとともに、南北に長い国土は同時に多彩な季節に触れることができる。また、列島は山岳・高地に富み、標高差による自然の多様性も持っている。

このような国土の多様性は、美しい景観や多彩な農林水産物等を産み出す基盤ともなっているが、他方において、地震をはじめ自然災害が多く、自然と折り合う（調和した）生活態度をつくり出している。また、ユーラシア大陸から「適当に」離れた島国であることから、海外の優れた文化・技術については積極的に取り入れつつ、他方で、頻繁な干渉から「隔離」し、自分たちの生活に合わせて独自に醸成・成熟させ、個性的な「日本文化」、「伝統技術」として継承・発展させることができた。

2. わが国の近代史上の特徴

東アジア地域の近代におけるわが国の際立った特徴の1つは、近代化（伝統的社会からのテイクオフ）が最も早く達成され、資本主義経済化または西欧合理主義の導入と「国民国家」としての歴史が、明治維新以降150年に及んでいることであろう。

米国の政治学者サミュエル・P・ハンティントンは、1996年に著した「文明の衝突」の中で、現代世界の主要な文明圏を、①中華文明、②日本文明、③ヒンドゥー文明、④イスラム文明、⑤西欧文明、⑥ロシア正教会文明、⑦ラテンアメリカ文明であると述べ、わが国を1国のみの日本文明圏と位置付けている。

その根拠として、中華文明から派生して成立した文明圏であるが、紀元5世紀～7世紀ごろから独自の発展を遂げはじめ、19世紀に近代化を遂げたものの、「日本の文明と文化は、西欧のそれと異なったままである。日本は近代化されたが、西欧にならなかったのだ。」⁽¹¹⁾

「…世界のすべての主要な文明には、2カ国ないしそれ以上の国々が含まれている。日本がユニークなのは…。」「…日本は孤立しており、世界のいかなる他国とも文化的に密接なつながりをもたない」⁽¹¹⁾点であるとし、どの文明圏にも受け入れられるコスモポリタン的特質を示唆している。この点は、近年の日本食やアニメーションや動画などわが国文化が広く世界各国で受け入れられていることにも示されているであろう。

もちろん、一方では、資本主義経済化または西欧合理主義の導入に当って、専門的な翻訳者を育て、翻訳文化を高度に発達させてきたため、非外国語専門者自身が外国語によってコミュニケーションする機会や必要性が比較的少なく、外国語使用者の広がりには欠けたということも事実であろう。さらに言えば、わが国に独特な「総合（貿易）商社」という業態が発達し、とりわけ地方の中小企業等が直接海外ビジネスに取り組むことが少なかったということも指摘できよう。

他方、わが国を除く東アジア諸国の近代化は、ここ 40～50 年前に過ぎず、両者の間は、次のような関係であったことが明らかにされている。

わが国は 1910 年前後には工業化を達成し、いわゆる「西欧列強」に伍すこととなり、東アジア地域を支配下に置くとともに、1941～45 年には米英諸国と敵対（太平洋戦争）し、東南アジア地域を侵略した。1945 年の敗戦によって、いわば「生まれ変わった（＝民主化した）」のであるが、70 年余が経った現在に至るも、これら歴史的問題が主に中国、韓国との政治的軋轢の要因となっている。

他方、とりわけ戦後、わが国の海外直接投資が、「雁行形態型経済発展」と言われた東アジア地域の工業化・経済成長のテコの役割を果し、また、東アジア地域に集中した、戦後賠償の意味をも含んだわが国の政府開発援助（ODA）が東アジア各国の経済発展に貢献してきたこと、そして戦後 70 年に亘り、平和国家として国際社会に貢献してきたことも事実である。

2 つ目の特徴は、1960～70 年代に高度経済成長期を経て、アジアにおける唯一の「工業中心地」⁽¹²⁾ となり、短期間ではあった（1980 年代）が世界経済発展の先頭集団であった米国、EC、日本という世界経済の 3 極の一角を占めたことであろう。

その後は、第 1 章で分析したように、およそ四半世紀にわたって経済成長率が低迷し、国民 1 人当たり GDP において、わが国はすでに東アジア No. 1 ではなく、かつ、人口減少と人口構造上、超高齢社会に入っており、いわば「課題先進国」と言ってよい位置にある。

しかしながら、戦後のノーベル賞受賞者数にみられる科学技術発展レベルや、世界の技術革新企業 100 社を選ぶトムソン・ロイターの「Top 100 グローバル・イノベーター 2015」⁽¹⁰⁾ において、わが国企業 40 社が選ばれ、米国を抜いて、国別で 2 年連続で第 1 位になったこと等に示されているような、材料・化学、精密機械、エレクトロニクス等の企業技術の高さが依然維持されている。さらに多数の世界遺産、プロ・スポーツや世界的に活躍する映像（映画）文化、音楽演奏・舞踊など文化活動家等の多さなどは東アジア地域の先端にあると見てよいであろう。

また、近代化以降の長期間にわたり培われてきた、わが国社会、特に都市の安全・安心、便利・快適、健康、自由さ等「住みよさ」＝Quality of Life レベルの高さに対する海外の評価が高いことも事実である。

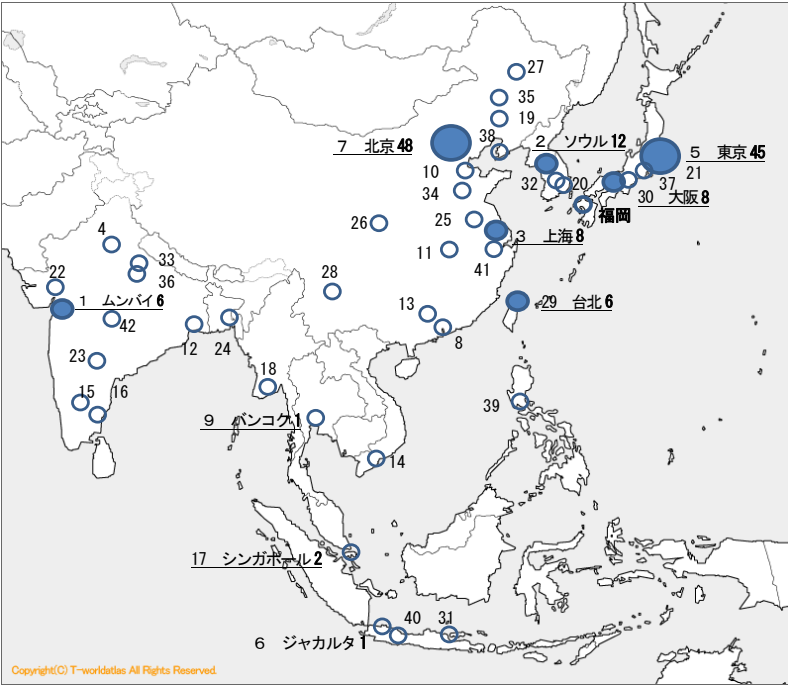
すなわち、依然として、トップグループの位置にある科学技術等を駆使し、他の東アジア地域に先駆けて「課題先進国」となっているわが国の社会や都市を改革し、未来の姿を提示していくことが、わが国の「取り柄」、特性を最もよく発揮できる領域ではないかと考えられる。

3. アジア東部における福岡市の位置と都市機能の特徴

今、南アジアの中心インド以东のアジア東部地域をとり、福岡市の人口を上回る 200 万人以上の都市をピックアップすると、図 6-1、表 6-1 の通り 42 都市に及んでいる。人

口、国土の大きい中国（14 都市）とインド（10 都市）に多く、両国で過半を占め、日本（4

図 6－1 アジア東部地域の人口 200 万人以上の都市およびフォーチュン「グローバル 500」の所在数



注：都市名の前の数字は付表の通りである。都市名の後ろ数字はフォーチュン「グローバル 500」にリストアップされた企業数。

表 6－1 アジア東部の人口 200 万人以上都市

番号	都 市	人口	番号	都 市	人口
1	ムンバイ	1,191	22	アーメダバード	352
2	ソウル	1,028	23	ハイデラバード	345
3	上海	1,000	24	グワング	339
4	デリー	982	25	南京	323
5	東京	840	26	西安	323
6	ジャカルタ	835	27	哈爾濱	274
7	北京	788	28	成都	266
8	香港	671	29	台北	264
9	バンコク	636	30	大阪	263
10	天津	515	31	スラバヤ	259
11	武漢	459	32	大邱	254
12	コルカタ	458	33	カーンブル	253
13	広州	456	34	済南	235
14	ホーチミン	455	35	長春	228
15	バンガロール	429	36	ラクナウ	221
16	チェンナイ	422	37	名古屋	220
17	シンガポール	429	38	大連	218
18	ヤンゴン	410	39	ケソン	217
19	瀋陽	399	40	バンドン	214
20	プサン	375	41	杭州	206
21	横浜	356	42	ナーンブル	205

注：1. 太文字は首都。

資料:「世界の主要都市 270」(http://www.geocities.jp/minnasaitama_jin/worldcityranking.htm)
から筆者作成

都市)、韓国とインドネシア(各3都市)の外は、台湾、香港、フィリピン、ベトナム、シンガポール、タイ、ミャンマー、バングラデシュが各1都市あげられる。また、フォーチュン「グローバル500」(世界のトップ500社)の所在都市を見ると、北京が48社、東京45社、ソウル12社、上海と大阪が各8社、台北とムンバイが各6社、シンガポール2社、バンコクとジャカルタが各1社となっており(なおクアラルンプールが1社あり、合計138社)、経済拠点都市は、北京と東京を両極として北東アジアに集中しており、東京、大阪、ソウル、北京、上海、台北、香港などが福岡市を取り囲むような形となっている。逆に言えば、福岡市は東アジア経済圏の中心部に位置すると見ることもできよう。

福岡市は、前述のような、わが国全体としての自然的、地理的、歴史的特徴を共有しており、その上に、国内的には下記のような特徴＝「取り柄」を持っている。

- ①福岡市は、わが国土の南西部、九州の北端に位置するが、基幹国土軸(太平洋ベルト)上(西端)に位置し、東アジア地域とは最も近い港湾(空港も)都市であり、東アジアとの海上輸送における抜群の優位性を持っている。
- ②したがって、歴史的に西日本の東アジア地域との交流・交易の「中継地」、「取次機能都市」として発展してきた。将来も重要な基盤的都市機能の1つである。
- ③国内的には、基幹国土軸上に位置していることから、中央部＝3大都市圏との交流が容易で、かつ、九州地方・山口県を含む広域のネットワーク・ハブ機能を持った都市である。
- ④その条件を基盤に、広域消費拠点都市、広域的高等教育拠点(かつ研究開発機能の集積)となっており、マスメディアが集中し、プロ・スポーツや文化活動、都市アミューズメントの拠点ともなっている。

特に、九州大学には農学部、医学部、工学部等に多くのアジア地域からの留学・卒業生があり、ネットワークが存在している。

- ⑤地形的に工業集積都市とはならなかったが、商業・サービス産業や情報通信関連産業の集積が大きく、かつては文化的先進地(＝取り入れ口)であったことから、博多織、博多人形等の伝統文化産業があり高等教育に美術系学部が多いことや、上記④の条件もあって、ゲームやアニメーション、映像などの作家、ミュージシャン等が輩出している。
- ⑥また、福岡市の1日行動圏内には、佐賀県、長崎・雲仙、熊本・天草、阿蘇・九重高原、高千穂、大分、別府、湯布院、北九州、宗像などを含み、全国と同じような特徴を持つ九州の自然や社会へのアクセスが可能である。

以上のような福岡市の個性、特徴を活かす形で、海外ビジネスの展開が図られていくことになるだろう。

4. 福岡市における経済政策の方向性について

海外ビジネス支援政策のあり方を述べる前に、全体的な産業経済政策の方向性について3～4の点に触れておきたい。

(1) 経済（量的）成長から質的发展へ

第1章で分析したように、わが国の名目 GDP は、ほぼ四半世紀にわたって低迷しているが、2008 年末の世界金融危機以降、アメリカ、EU などの既存先進国群だけではなく、BRICS など中進国群も含めて経済不調に見舞われている。

このような状況を篠原三代平氏はコンドラチェフの長期波動における世界的な低迷期とみて、回復まで（すなわち「グローバル・アジャストメント局面」の終了まで）に 20 年程度の長期を要すると記している。⁽¹⁴⁾ その意味でも、単純に経済的成長（＝GDP 成長率）のみにこだわることについては再考を要するのではないかと思われる。

したがって、今後しばらくは、経済成長率＝量的な伸び率ではなく、「経済発展」＝経済社会の質的充実、すなわち、①これまでの 100 万人都市に合わせて整備されてきた空港、港湾、道路、地下鉄、中心街区などを 150～200 万人都市に適応したものへの整備充実や、福岡城跡・鴻臚館の復元整備等による歴史文化機能の振興および都市の風格や景観の向上を図るとともに、他方では、②「保健医療 2035 プラン」など ICT を「社会情報基盤」として都市経済社会の基盤に取り入れることによって、合理的経済社会構造、効率的経済・生活、安全・安心な社会の形成を図り、さらに、③アクティブラーニングなど教育方法の改革等による教育・研究の充実など質的な改善を図ることに傾注することが望まれよう。もちろん、それらの政策の実行自体、新たな経済成長のシーズとなり、結果として経済成長を促すことになろう。

(2) 都市社会（都市生活）のあり方における「先進モデル都市」の追求

1990 年代以降の主導技術進歩である ICT の発達・普及は、2010 年代に入り VR や IoT など画期的な技術進化の段階に入りつつあるものの、現在までのところ、実体経済の量的な成長の推進力とはなっていないようにみられる。むしろ、インターネットやクラウド、ロボット等の普及・進展は、既存の医療や介護などの社会生活や交通体系等の都市基盤の刷新＝質的改善を促しつつある。

上記のようにアジア的社会・文化基盤を持ちながら早期に先進工業国となり、高質な社会生活基盤をもつ「住みやすい都市」との評価を得ている福岡市ではあるが、さらに、現在の主導技術進歩である ICT を「社会情報基盤」として装備し、高齢社会化対応や地震や台風等災害対策、貧困等経済格差対策、多文化共生社会化、財政問題等の課題への対応に成功した、さらに高質な生活を可能とする「先進モデル都市」を追求することが望まれる。

例えば、福岡市も「超高齢社会」に入ったという現実を踏まえ、「市民総支え合い社会」構築に向けた社会情報基盤の整備や上記のプランの実現、先端医療・介護等の社会システムの整備、さらには、それら技術・システムの国際研修機能の形成などが考えられよう。

(3) スタートアップを推進力にコンテンツ創作都市の追求

福岡市は平成 26 年（2014 年）5 月に「グローバル創業・雇用創出特区」に指定され、「グローバル創業都市・福岡ビジョン」に基づいて各種の取り組みを遂行しており、全国トッ

プといえる新規創業比率を続けている。

他方、従来からのゲーム、音楽、映画・映像・アニメーション、ファッション・デザインなどの創作産業群を、相乗効果を求めてコンテンツ振興政策としてまとめ、総合的に振興を図っている。「クリエイティブ・ラボ・フクオカ」の設立、「アジアンパーティ」の開催などもあって、世界的な評価を得るクリエイターが輩出されており、徐々にコンテンツ創作都市としての実体がつくられつつある。これらの特色が都市ブランド化されれば、価格プレミアム効果やロイヤリティ効果等による新しい価値の創出につながるであろう。

(4) 国際交流（窓口）都市機能を基盤としたアジアビジネス拠点都市の構築

福岡市は、古来、わが国随一の国際交流機能を持った博多を核とし、先進文化都市として発展してきた。ただし、わが国社会の発展につれて政治経済の中心が京・大阪から江戸・東京へと東に移るに従い、福岡はアジア交流の窓口に甘んじることとなり、第 2 次世界大戦後は、主たる交流相手が太平洋を挟んだ米欧に変化したことで、太平洋ベルトの 3 大都市圏と大きな格差が生じ、地方（中枢）都市に甘んじてきた。

しかしながら、上記のように、福岡は依然としてアジアに向けた有数の交流都市機能を保持している。この都市機能を基盤として、上記のような東・東南アジアの経済発展による世界経済構造の変化という環境条件を活かし、アジアビジネス拠点都市としての発展を目指すべきであろう。

そのための政策課題については章を改めて述べる。

第7章 まとめ～アジアビジネス支援政策のあり方

1. 海外ビジネス経験知をもつ人材の誘致・集積に対する支援

第3章の地域別、都市別海外直接投資動向分析で明らかなように、福岡市の産業・企業では海外ビジネスにおける「経験知」の蓄積が3大都市圏等に比べると圧倒的に小さいとみられる。このことが、福岡市の地場企業経営者が海外ビジネスに目を向けることに躊躇する大きな要因になっているのではないかと推測される。

福岡市には、JETRO 福岡、中小企業基盤整備機構九州、福岡県アジアビジネスセンター、福岡商工会議所、福岡市貿易会などの公的サービス提供機関の外、民間のアジアビジネスコンサルタント等が存在し、相談・指導等サービスには恵まれているものの、具体的に海外ビジネスを推進するに当たっては、随時必要な時に必要なアドバイスや助力が得られることが求められる。

とは言え、スタート時点で、海外ビジネス経験知を持った高度人材の雇用には負担が大きいであろう。そこで、海外ビジネス経験知を持った高度人材を「オンデマンド型」就労という形で活用できる、ICT を利用したジョブ・マッチング・システム等の構築または導入を図ること等が考えられる。

2. 多言語の産業・企業利用向上のためのサービス体制整備

福岡市内での各所での外国語表示や外国語対応はもとより、コミュニティでの多文化・多言語対応とともに、海外ビジネスをめざす企業の外国語でのコミュニケーション能力の向上は不可欠である。つまり、産業企業向けも含めて多文化・多言語化社会に向けての都市機能の強化に取り組まなければならないであろう。

民間 ICT サービス企業等によるモバイル端末による通訳・翻訳サービスが普及しつつあるものの、ビジネスには一定程度の専門的語学力が必要であり、福岡市の都市機能として通訳・翻訳サービス等多言語業務力の向上（＝強化）・集積とともに、集中的に需要を獲得し、かつ、専門分野や T.P.O. に応じた振り分け（およびマネジメント）することが可能なセンター組織と「プラットフォーム」の構築およびネットワーク化（＝連携化）を図り、多言語化業務（機能）を強化する必要がある。

各国出身の留学生等の協力も得て、産業・企業内での語学研修等を支援したり、緊急時の通訳・翻訳に対応できるシステム等も整備が求められる。

3. 越境電子商取引の利用を含む直接・間接輸出への支援

第1章での、わが国の長期経済停滞の要因分析で明らかなように、国内における生産過程を核とした産業連関関係を脆弱化させない形での海外ビジネスの振興が重要である。

また、海外直接投資（海外現地法人設立）による本格的な海外ビジネス参入は、大手企業等の取引先がある場合を除き、壁が高く、踏み切れないのはやむを得ないであろう。

直接輸出、間接輸出先の開拓もさることながら、急速に拡大しつつある越境電子商取引を利用することで、国内での生産関係を保持したまま（むしろ強化しつつ）海外需要を取り込むことができることに注目すべきであろう。むしろ、越境電子商取引経験を踏まえることで、間接輸出、直接輸出にも乗り出すという経路がありうるであろう。

したがって、越境電子商取引への参入を促すために適切な支援政策が必要であろう。

また、輸出の振興については、貿易商社が取り扱わない地場企業の商品種等に関して、九州農産物通商（株）の例のように、福岡市に限らず九州全域に広げ、業界や企業グループによる共同輸出企業等を設立し、市場開拓には海外ビジネス経験知をもつ人材をリクルートするなどして当たる形も考えられよう。そのようなケースについても一定の支援策が採られてしかるべきである。

4. アジア地域総括機能事業所の誘致と技能・技術研修都市機能の構築

もちろん、既に海外ビジネスを営んでいる内外の企業の、アジア地域統括拠点等としての支社・支店事業所の誘致は中心的な政策であろう。

加えて、人材が不足する国内各産業のために、アジア地域の発展途上国などから技能実習生などの形で、あるいは、内視鏡手術など先進的な医療等技術の研修医として人材を誘致し、言語習得、技能実習・研修等の場を提供することも考えられてよいであろう。福岡市に一定期間居住し、技能や技術を習得した後、帰国した研修生は、アジア＝日本のビジネスネットワークを築くことにも寄与するであろう。

5. インバウンド旅行客増を地元の个性的商品・サービスの海外販売 PR 機会としての活用

近年の我が国の入国規制の緩和や「円安」状況もあって、インバウンド旅行客が急増している。とりわけ、中国や台湾、タイなど東アジア地域からのインバウンドの増加が著しいが、東・東南アジア地域の経済発展を基盤にしていることは明らかであり、短期のブームには終わらないであろう。

これらインバウンド旅行客への受け入れ国、受入れ都市として体制の整備も重要課題であり、インバウンド対応それ自体も海外ビジネスの重要部分であるが、国際観光、MICE、ビジターズ・インダストリーの振興という政策・施策の流れ（系）があるので、ここでは、アウトバウンド観点からの提案に限っておきたい。

i. 地元産品・地元企業製品・コンテンツ等の PR 体制

海外からの来訪者に、福岡市あるいは北部九州内で製造・供給される生活関連商品や生活基盤設備・サービスなどを実際に見て、触れて、評価する機会や場を作り、輸入や越境電子商取引での購入につなげるよう連携した対応を組織化することが必要である。

民間の越境電子商取引運営業者、越境電子商取引支援業者などからの提案を募り、評価後に一定の支援を行うなどの工夫が求められる。

ii. 福岡城・鴻臚館復元等観光スポットのモバイル端末による案内、ゲーム等コンテンツ

利用体験発信

福岡市の都市魅力（歴史文化的要素）増強の大きな要因となる福岡城・鴻臚館復元には長期間を要するであろうが、その間にも福岡発コンテンツも含め福岡城・鴻臚館復元の姿や観光スポット等の VR（バーチャル・リアリティ）等を利用したモバイル端末による案内システムの構築と提供が望まれる。

また、福岡市や九州紹介の TV 番組の海外販売なども大切である。都市 PR の一環として一定の支援が望まれる。

6. サービス業等の海外進出への支援～きめ細かな情報交流機会

第2章において分析したように、わが国の海外直接投資は、現地法人設立件数でみると、製造業系（部門）は頭打ち傾向にあり、商業系（0.72）とサービス業（0.66）で顕著な上昇傾向にあり、情報・物流系（0.06）などの構成比が高まっている。

福岡市は、生活関連製造業やサービス系業種が厚い集積を持っており、経済成長に伴ってアジア各国における消費需要も急速に多様化、高質化、個性化が進むことが予測されることから、サービス系業種などのアジア進出が盛り上がりを見せるであろう。

ただし、既に海外展開し、失敗して撤退したサービス企業・店舗も少なくないが、撤退要因等の調査分析も含め、詳細な海外ビジネス情報とともに、現地語による PR 情報の発信サポート体制などが求められよう。

また、国別・主要都市別、業種・業態別等のきめ細かな情報交流機会を提供していくことが求められる。そのための海外主要地域・都市レベルでの経済社会調査や研究体制さらには情報交流のネットワークの強化を図ることが必要である。

7. 海外ビジネスにおける広域的な産業連関＝ネットワークの追求

（公財）福岡アジア都市研究所平成 21 年度（2009 年度）の「福岡市と九州各自治体との交流・連携に関する調査」レポートによると、福岡市（の都市機能）に対して、九州の各自治体からは、①アジアネットワークの提供に期待し、②福岡市の人材や企業の活用や、③福岡市の大学や研究機関を活用した共同開発事業などが強く望まれていることが明らかになっている（表 6-2）。特に、アジアネットワークとして括られている海外交流や交易における福岡市の都市機能に大きな期待が寄せられているのである。

広域中枢都市として、市域を超えたネットワークを強化していくことについても対策が望まれる。第1章で分析したように、国内の生産・流通等産業連関の広域での強化を図り、そのことによって国内企業間、地域間の所得循環を維持し、格差拡大を防ぐことに繋げていくことが重要である。

表 6－2 福岡市に対する九州各自治体のニーズ等

類型	九州各自治体が求めるもの
福岡市の位置づけ	*観光客発生地域 *物産等のマーケット *海外観光客の経由地 *情報収集・発信地
福岡市の役割	*アジアネットワークの提供 *消費の場の提供 *交通ハブ・サービスの提供
福岡市の活用したい「資源」	*駅・空港・港湾等交通施設 *百貨店やモール等大型商業施設 *人材や企業 *福岡市という場、福岡市のネットワーク
福岡市と実施したい事業	*アジアを中心とする海外観光客向け共同PR *駅や百貨店等の民間施設を活用した販促活動 *定住や就職に関する首都圏等での情報発信 *地場企業の国内市場向け共同商談会・企業誘致 *福岡市の大学・研究機関を活用した共同開発 *文化・体育施設の相互利用（都市圏自治体） *行政間の現場の各種情報交換会（勉強会、研修会）

資料：1. 自治体アンケート調査および訪問インタビューによる。
2. (財)福岡アジア都市研究所「福岡市と九州各自治体との交流・連携に関する調査最終報告書」（平成22年3月）による

付記：

本研究で実施した「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向および取組実態に関するアンケート調査」に回答していただいた企業主から、別途、面接で情報提供があった。

内容は、インドシナ半島からの「研修生」受入制度を求めるものであった。

国内の労働力不足化から、ホテル・旅館の清掃・整頓、ベッドメイキング、配膳など裏方業務の人手が不足し、わが国の「おもてなし」文化や清潔な環境を提供することができなくなっている。これら作業は自動化が難しく、人の熟練＝技が求められる。そこで、親日的な（仏教文化の土壌がある）インドシナ半島などから「研修生」制度で人材を誘致し教育訓練を兼ねて働いてもらうことが可能な制度的な対応をして欲しい、というものであった。

ビジターズ・インダストリーの振興を政策の 1 つに掲げる福岡市にとっては検討に値するであろう。

国連年鑑によると 2014 年のベトナムの 1 人当り GDP は 20.2 万円（ただし、1 ドル=100 円として換算）、ラオスは 17.6 万円（同）、カンボジアは 11 万円（同）であり、わが国の 1 人当り GDP、363 万円（同）は、ベトナムの 18 倍、ラオスの 21 倍、カンボジアの 33 倍に当る。

したがって、近代産業の発展途上にあるこれらの国では、首都など大都市ではともかく、地方ではまだ貧困からの脱出に成功していない人々が多いとみられ、上記のような大きな国際的所得格差および労働力の不均等（アンバランス）状態を「利用」して所得を得、豊かになる 1 つの機会ととらえ、日本語を習い、日本を目指す人々が発生することは自然なことであろう。基本的に、期間を限った労働力の国際移動によって、受入国経済にとって

も派遣国経済にとっても「利益」が得られる「国際的な機能分担」関係であろう。

ただし、わが国のこれまでの「研修生受け入れ制度」には、短所や問題点も指摘されてきたこともあり、新たな「あり方」が検討されているようである。地方都市の側から課題の提起を行うことも必要ではないかと考えられる。

<注：参考文献>

- (1) P. クルーグマン「世界大不況への警告」三上義一訳 早川書房 1999年 p52～53
- (2) 同書 p 69～70
- (3) 同書 p 74～75
- (4) 「H-O 理論」とは、ヘクシャーおよびオリーンによって提唱された貿易理論である。
対象商品の貿易両国（輸出国、輸入国）における生産・供給に関連する労働力を含む諸要素の賦存状態に基づく価格の比によって決まると考える理論。
- (5) 「分衆型消費社会」とは、1. 高度経済成長期のように量的満足を志向し、誰もが画一性を求める大衆消費社会から、2. 必需品がある程度普及すると、大衆が質的満足志向に向かう「一億中流」。さらに、3. 絶対的に「欲しいもの」がなくなり、個人主義の進む中で価値が多様化した「分衆型消費社会」となる。ただし、実体は「ニュープア」と「ニューリッチ」に分かれる。
- (6) 総務省「平成 27 年度版情報通信白書」第 2 部 p 300 によると、「ボーン・グローバル企業」とは、「…国内で事業を行った後次第に海外に拡大していくプロセスに対して、…、起業時からすぐさま海外市場に参入したり、あるいは同時に多数の諸外国に参入したり、また経験が限定的である中で合弁会社を形成するなど、創業間もなく国際的な活動を展開する…」
「…ベンチャー・中小企業、ハイテク系スタートアップ、そしていわゆるグローバル企業のそれぞれの要素を併せ持つ形態といえる。」
- (7) 第 4 章 p 40 の下から 9 行～p 41 の上から 12 行は、琴坂将広「シャオミやテスラはなぜ、世界規模に急伸したか？」（プレジデントオンライン 2017. 1. 2）からの要約引用である。
- (8) 日本経済新聞電子版 2014 年 9 月 30 日
- (9) 独立行政法人経済産業研究所「フェローの連載」第 4 回（2011 年 4 月）
<http://www.rieti.go.jp/users/tanaka-ayumu/serial/>
- (10) 独立行政法人経済産業研究所「フェローの連載」第 3 回（2011 年 2 月）
<http://www.rieti.go.jp/users/tanaka-ayumu/serial/>
- (11) サミュエル・P・ハンティントン「文明の衝突」（鈴木主税訳）（株）綜合社 1998 年刊
日本語版への序文 p 3
- (12) 「工業中心地」とは、谷浦孝雄氏によると、①技術開発力を備え、②「先発のコスト」を分担しつつ工業技術の発展を担えること、③消費財生産→生産財生産→情報財生産等一連の工業発展過程を経験し、かつ、各段階の工業技術の蓄積・供給力をもっている（＝

体系性、総合性を備えている) こと等を満たしている工業地域のことで、具体的には西欧、米国、日本を念頭に置いている(アジア経済研究所「アジア工業化の成果と展望」)。

(13) ip-science.thomsonreuters.jp/press/release/2015/TOP100 による。

(14) 篠原三代平「長期不況の謎を探る」(株)勁草書房 2000年1月刊 p 212～213

資料編

「福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向および取組実態に関するアンケート」

集計表	-----	資料－ 1
白票	-----	資料－18

F2:業種(従業者規模別)

SA 上段：社 下段：%		総 数	農 林 漁 業	建 設 業	製 造 業	電 気・ガ ス・熱 給・水 道業	情 報 通 信 業	運 輸・郵 便業	卸 売業	小 売業	金 融・保 険業
総数		795 100.0	1 0.1	182 22.9	59 7.4	29 3.6	29 3.6	15 1.9	95 11.9	63 7.9	8 1.0
従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	0 0.0	2 22.2	1 11.1	0 0.0	1 11.1	0 0.0	1 11.1	0 0.0	0 0.0
	1～4人	243 100.0	1 0.4	56 23.0	12 4.9	15 6.2	4 1.6	0 0.0	31 12.8	29 11.9	2 0.8
	5～9人	184 100.0	0 0.0	50 27.2	11 6.0	3 1.6	7 3.8	1 0.5	25 13.6	16 8.7	1 0.5
	10～29人	210 100.0	0 0.0	57 27.1	21 10.0	9 4.3	9 4.3	6 2.9	23 11.0	11 5.2	3 1.4
	30～99人	88 100.0	0 0.0	9 10.2	9 10.2	1 1.1	5 5.7	5 5.7	11 12.5	2 2.3	0 0.0
	100～499人	44 100.0	0 0.0	4 9.1	5 11.4	1 2.3	3 6.8	2 4.5	3 6.8	4 9.1	1 2.3
	500～999人	3 100.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1,000人以上	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	1 50.0
	不明・無回答	12 100.0	0 0.0	3 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 8.3	0 0.0	1 8.3	0 0.0

(F2：続き)

SA 上段：社 下段：%		総 数	不 動 産・物 品賃 貸業	学 術研 究、専 門技 術サー ビス業	宿 泊・飲 食サー ビス業	生 活関 連サー ビス、 娯楽業	教 育・学 習支 援業	医 療・福 祉	複 合サー ビス業	他 に分 類され ない サービ ス業	不 明・無 回答
総数		795 100.0	84 10.6	64 8.1	13 1.6	16 2.0	11 1.4	64 8.1	6 0.8	54 6.8	2 0.3
従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	4 44.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1～4人	243 100.0	46 18.9	25 10.3	1 0.4	2 0.8	0 0.0	2 0.8	4 1.6	13 5.3	0 0.0
	5～9人	184 100.0	18 9.8	19 10.3	2 1.1	4 2.2	1 0.5	14 7.6	1 0.5	11 6.0	0 0.0
	10～29人	210 100.0	10 4.8	14 6.7	6 2.9	2 1.0	4 1.9	23 11.0	0 0.0	12 5.7	0 0.0
	30～99人	88 100.0	3 3.4	4 4.5	0 0.0	5 5.7	5 5.7	18 20.5	0 0.0	11 12.5	0 0.0
	100～499人	44 100.0	0 0.0	2 4.5	4 9.1	2 4.5	1 2.3	7 15.9	1 2.3	4 9.1	0 0.0
	500～999人	3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 66.7	0 0.0
	1,000人以上	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	12 100.0	3 25.0	0 0.0	0 0.0	1 8.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 8.3	2 16.7

F3:従業者総数(業種別)

[illegible]

Q1:3年間(2013～2015年度)の収益状況(業種別／従業者規模別)

SA 上段：社 下段：%		総 数	よ く な っ て い る	横 ば い で あ る	低 迷 し て い る	わ か ら な い	不 明 ・ 無 回 答
総数		795 100.0	199 25.0	369 46.4	214 26.9	10 1.3	3 0.4
業 種 別	農林漁業	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	182 100.0	58 31.9	85 46.7	39 21.4	0 0.0	0 0.0
	製造業	59 100.0	16 27.1	21 35.6	22 37.3	0 0.0	0 0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	29 100.0	7 24.1	13 44.8	6 20.7	3 10.3	0 0.0
	情報通信業	29 100.0	9 31.0	12 41.4	8 27.6	0 0.0	0 0.0
	運輸・郵便業	15 100.0	4 26.7	8 53.3	3 20.0	0 0.0	0 0.0
	卸売業	95 100.0	18 18.9	44 46.3	33 34.7	0 0.0	0 0.0
	小売業	63 100.0	5 7.9	29 46.0	29 46.0	0 0.0	0 0.0
	金融・保険業	8 100.0	2 25.0	6 75.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不動産・物品賃貸業	84 100.0	23 27.4	47 56.0	13 15.5	1 1.2	0 0.0
	学術研究、専門技術サービス業	64 100.0	13 20.3	31 48.4	19 29.7	1 1.6	0 0.0
	宿泊・飲食サービス業	13 100.0	6 46.2	3 23.1	4 30.8	0 0.0	0 0.0
	生活関連サービス、娯楽業	16 100.0	5 31.3	7 43.8	4 25.0	0 0.0	0 0.0
	教育・学習支援業	11 100.0	5 45.5	3 27.3	2 18.2	0 0.0	1 9.1
	医療・福祉	64 100.0	12 18.8	35 54.7	14 21.9	3 4.7	0 0.0
	複合サービス業	6 100.0	1 16.7	2 33.3	2 33.3	1 16.7	0 0.0
	他に分類されないサービス業	54 100.0	13 24.1	23 42.6	16 29.6	1 1.9	1 1.9
	不明・無回答	2 100.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0
従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	0 0.0	4 44.4	5 55.6	0 0.0	0 0.0
	1～4人	243 100.0	37 15.2	117 48.1	82 33.7	7 2.9	0 0.0
	5～9人	184 100.0	46 25.0	87 47.3	50 27.2	1 0.5	0 0.0
	10～29人	210 100.0	57 27.1	91 43.3	60 28.6	1 0.5	1 0.5
	30～99人	88 100.0	41 46.6	37 42.0	8 9.1	1 1.1	1 1.1
	100～499人	44 100.0	12 27.3	26 59.1	6 13.6	0 0.0	0 0.0
	500～999人	3 100.0	2 66.7	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0
	1,000人以上	2 100.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	12 100.0	3 25.0	6 50.0	2 16.7	0 0.0	1 8.3

Q2: 需要の伸び悩みや構造変化への対応(業種別／従業者規模別)

(次頁へ続く)

MA 上段：社 下段：%		総 数	新 商 品 ・ 新 サ ー ビ ス 開 発 に よ る 需 要 の 拡 大	コ ス ト 低 減 に よ る 市 場 競 争 力 維 持	E コ マ ー ス 等 情 報 シ ス テ ム を 利 用 し 市 場 ア ク セ ス 拡 大 に よ る 需 要 取 り 込 み	他 分 野 企 業 と の 連 携 等 に よ る 新 規 市 場 へ の 食 い 込 み	国 内 他 地 域 へ の 進 出 や 企 業 と の 連 携 等 に よ る 新 規 市 場 へ の 食 い 込 み	創 業 Ⅱ 新 規 事 業 の 立 ち 上 げ	イ ベ ン ト 等 へ の 積 極 参 加 に よ る 商 品 知 名 度 向 上
総数		795 100.0	211 26.5	270 34.0	31 3.9	79 9.9	62 7.8	40 5.0	53 6.7
業 種 別	農林漁業	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	182 100.0	23 12.6	72 39.6	4 2.2	19 10.4	8 4.4	3 1.6	5 2.7
	製造業	59 100.0	24 40.7	24 40.7	4 6.8	4 6.8	10 16.9	1 1.7	4 6.8
	電気・ガス・熱供給・水道業	29 100.0	5 17.2	11 37.9	0 0.0	2 6.9	2 6.9	1 3.4	1 3.4
	情報通信業	29 100.0	21 72.4	10 34.5	1 3.4	6 20.7	7 24.1	1 3.4	8 27.6
	運輸・郵便業	15 100.0	1 6.7	5 33.3	0 0.0	1 6.7	2 13.3	0 0.0	0 0.0
	卸売業	95 100.0	41 43.2	33 34.7	6 6.3	16 16.8	13 13.7	7 7.4	6 6.3
	小売業	63 100.0	16 25.4	23 36.5	3 4.8	3 4.8	3 4.8	5 7.9	7 11.1
	金融・保険業	8 100.0	2 25.0	3 37.5	1 12.5	0 0.0	2 25.0	0 0.0	1 12.5
	不動産・物品賃貸業	84 100.0	16 19.0	19 22.6	3 3.6	6 7.1	6 7.1	10 11.9	2 2.4
	学術研究、専門技術サービス業	64 100.0	18 28.1	21 32.8	2 3.1	7 10.9	6 9.4	3 4.7	3 4.7
	宿泊・飲食サービス業	13 100.0	7 53.8	5 38.5	0 0.0	1 7.7	0 0.0	1 7.7	1 7.7
	生活関連サービス、娯楽業	16 100.0	10 62.5	6 37.5	2 12.5	1 6.3	0 0.0	2 12.5	1 6.3
	教育・学習支援業	11 100.0	4 36.4	3 27.3	2 18.2	2 18.2	0 0.0	1 9.1	3 27.3
	医療・福祉	64 100.0	7 10.9	19 29.7	2 3.1	3 4.7	1 1.6	1 1.6	6 9.4
	複合サービス業	6 100.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7
	他に分類されないサービス業	54 100.0	14 25.9	14 25.9	1 1.9	8 14.8	2 3.7	4 7.4	3 5.6
	不明・無回答	2 100.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0
従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	1 11.1	0 0.0	0 0.0	1 11.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1～4人	243 100.0	52 21.4	66 27.2	9 3.7	19 7.8	12 4.9	11 4.5	12 4.9
	5～9人	184 100.0	42 22.8	61 33.2	7 3.8	20 10.9	15 8.2	8 4.3	15 8.2
	10～29人	210 100.0	62 29.5	87 41.4	10 4.8	19 9.0	23 11.0	11 5.2	10 4.8
	30～99人	88 100.0	33 37.5	29 33.0	3 3.4	10 11.4	10 11.4	7 8.0	8 9.1
	100～499人	44 100.0	18 40.9	18 40.9	2 4.5	7 15.9	2 4.5	3 6.8	7 15.9
	500～999人	3 100.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1,000人以上	2 100.0	0 0.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	12 100.0	3 25.0	6 50.0	0 0.0	2 16.7	0 0.0	0 0.0	1 8.3

(Q2:続き)

MA 上段：社 下段：%		総 数	海外 取引 （または 新しい 需要の 開拓開	海外 事業の 一層の 拡大	人材の 育成・ 強化	特 段の 取 り 組 み は し て い な い	新 た な 取 り 組 み を 模 索 中	そ の 他	不 明 ・ 無 回 答
総数		795 100.0	33 4.2	22 2.8	324 40.8	161 20.3	210 26.4	38 4.8	4 0.5
業 種 別	農林漁業	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	182 100.0	4 2.2	0 0.0	98 53.8	38 20.9	50 27.5	8 4.4	1 0.5
	製造業	59 100.0	5 8.5	1 1.7	18 30.5	11 18.6	9 15.3	1 1.7	1 1.7
	電気・ガス・熱供給・水道業	29 100.0	0 0.0	0 0.0	15 51.7	6 20.7	11 37.9	1 3.4	0 0.0
	情報通信業	29 100.0	3 10.3	2 6.9	9 31.0	0 0.0	9 31.0	1 3.4	0 0.0
	運輸・郵便業	15 100.0	0 0.0	0 0.0	9 60.0	2 13.3	7 46.7	2 13.3	0 0.0
	卸売業	95 100.0	6 6.3	12 12.6	30 31.6	13 13.7	22 23.2	6 6.3	0 0.0
	小売業	63 100.0	4 6.3	0 0.0	18 28.6	14 22.2	20 31.7	1 1.6	0 0.0
	金融・保険業	8 100.0	0 0.0	0 0.0	3 37.5	2 25.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0
	不動産・物品賃貸業	84 100.0	1 1.2	0 0.0	16 19.0	29 34.5	28 33.3	5 6.0	1 1.2
	学術研究、専門技術サービス業	64 100.0	3 4.7	2 3.1	24 37.5	12 18.8	17 26.6	7 10.9	0 0.0
	宿泊・飲食サービス業	13 100.0	1 7.7	1 7.7	7 53.8	1 7.7	4 30.8	1 7.7	0 0.0
	生活関連サービス、娯楽業	16 100.0	2 12.5	2 12.5	8 50.0	1 6.3	2 12.5	0 0.0	0 0.0
	教育・学習支援業	11 100.0	1 9.1	0 0.0	8 72.7	0 0.0	4 36.4	1 9.1	0 0.0
	医療・福祉	64 100.0	2 3.1	1 1.6	35 54.7	20 31.3	13 20.3	2 3.1	1 1.6
	複合サービス業	6 100.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7	4 66.7	1 16.7	0 0.0	0 0.0
	他に分類されないサービス業	54 100.0	1 1.9	1 1.9	24 44.4	8 14.8	12 22.2	2 3.7	0 0.0
	不明・無回答	2 100.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	5 55.6	3 33.3	2 22.2	1 11.1
	1～4人	243 100.0	7 2.9	4 1.6	36 14.8	79 32.5	73 30.0	11 4.5	1 0.4
	5～9人	184 100.0	9 4.9	5 2.7	78 42.4	38 20.7	46 25.0	9 4.9	0 0.0
	10～29人	210 100.0	6 2.9	3 1.4	110 52.4	29 13.8	55 26.2	12 5.7	2 1.0
	30～99人	88 100.0	5 5.7	5 5.7	59 67.0	8 9.1	23 26.1	2 2.3	0 0.0
	100～499人	44 100.0	5 11.4	5 11.4	29 65.9	0 0.0	6 13.6	2 4.5	0 0.0
	500～999人	3 100.0	0 0.0	0 0.0	3 100.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0
	1,000人以上	2 100.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	12 100.0	1 8.3	0 0.0	8 66.7	2 16.7	3 25.0	0 0.0	0 0.0

注) その他の内容は資料－6 頁

Q2(その他)

業種	「その他」の記述内容
建設業	コスト低減だけでなく、存在価値の高い技術・商品の提供を意識している
	営業強化
	自社の技術の向上を図っている
	自社特許工法の市場拡大中
	手詰まり状態である
	受注価格のアップ(適正価格)
製造業	IoTに力を入れている
電気・ガス・熱供給・水道業	新規案件の稼働
情報通信業	ICT利活用による条件不利地域への応用提案
運輸・郵便業	HPの充実
	現取引先の取引量増加と単価見直しが急務
卸売業	卸としての新規開拓と小売としての増客
	後継者がおらず、高齢のため廃業を考えている
	新規および既存顧客の底上げ
	新規開拓のみ
	廃業を念頭に業務を続けている
	利益限界をいかにやれるか、もうかる商売を心がける
小売業	技術力の向上
不動産・物品賃貸業	既存事業分野の拡大
	現在営業活動はしておらず、グループ会社がメンテナンスを行っているだけ
	時が来れば集中的に投資すべく準備中
	自社管理(ビル経営)をし、クレームに即座に対応
学術研究、専門・技術サービス業	デザイン力・企画力・提案力の強化
	英語力の向上
	業務推進方法の再検討(新技術の取入等)
	顧客の拡大
	新規顧客の開拓
	生産性の向上＝個々のスキルアップ
宿泊・飲食サービス業	福島県において原発関連事業の業務を受注(環境省)
宿泊・飲食サービス業	宣伝活動
教育・学習支援業	園児が保育園に行く傾向があり、幼稚園児数減少が予測される
医療・福祉	設備投資
他に分類されないサービス業	ホテル・旅館のバッグの請負業務スタッフ不足で困っている。優秀な人材はラオス、カンボジア他、ビザの問題でなかなか招へいできない。品質を売り物にしている日本もこういうバッグ部分のクオリティーを上げるため、特定業種に特別のビザ発給ができればよい。現在の送り出し・受け入れ機関は営利性が強く、業種によってはなかなか叶わない。
	会の存続維持のための新規会員入会推進

Q3:海外市場展開に対する考え(業種別／従業者規模別)

SA 上段：社 下段：%		総 数	当 社 に は 該 当 せ ず、 関 係 な い	既 に 対 応 し て い る	将 来、 当 社 も 取 り 組 ん で い く (い き た い)	わ か ら な い	そ の 他	不 明 ・ 無 回 答
総数		795 100.0	518 65.2	48 6.0	115 14.5	103 13.0	10 1.3	1 0.1
業 種 別	農林漁業	1 100.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	182 100.0	131 72.0	4 2.2	15 8.2	30 16.5	2 1.1	0 0.0
	製造業	59 100.0	28 47.5	5 8.5	17 28.8	9 15.3	0 0.0	0 0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	29 100.0	22 75.9	0 0.0	3 10.3	4 13.8	0 0.0	0 0.0
	情報通信業	29 100.0	13 44.8	3 10.3	10 34.5	3 10.3	0 0.0	0 0.0
	運輸・郵便業	15 100.0	11 73.3	0 0.0	1 6.7	3 20.0	0 0.0	0 0.0
	卸売業	95 100.0	46 48.4	19 20.0	19 20.0	10 10.5	1 1.1	0 0.0
	小売業	63 100.0	39 61.9	2 3.2	9 14.3	10 15.9	3 4.8	0 0.0
	金融・保険業	8 100.0	7 87.5	0 0.0	0 0.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0
	不動産・物品賃貸業	84 100.0	65 77.4	1 1.2	9 10.7	8 9.5	1 1.2	0 0.0
	学術研究、専門技術サービス業	64 100.0	39 60.9	3 4.7	11 17.2	8 12.5	2 3.1	1 1.6
	宿泊・飲食サービス業	13 100.0	4 30.8	1 7.7	6 46.2	2 15.4	0 0.0	0 0.0
	生活関連サービス、娯楽業	16 100.0	9 56.3	2 12.5	5 31.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	教育・学習支援業	11 100.0	8 72.7	1 9.1	2 18.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	医療・福祉	64 100.0	54 84.4	2 3.1	1 1.6	6 9.4	1 1.6	0 0.0
	複合サービス業	6 100.0	4 66.7	1 16.7	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0
	他に分類されないサービス業	54 100.0	37 68.5	3 5.6	6 11.1	8 14.8	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	2 100.0	1 50.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	9 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1～4人	243 100.0	159 65.4	14 5.8	32 13.2	35 14.4	3 1.2	0 0.0
	5～9人	184 100.0	120 65.2	11 6.0	21 11.4	27 14.7	5 2.7	0 0.0
	10～29人	210 100.0	139 66.2	9 4.3	31 14.8	28 13.3	2 1.0	1 0.5
	30～99人	88 100.0	57 64.8	5 5.7	18 20.5	8 9.1	0 0.0	0 0.0
	100～499人	44 100.0	22 50.0	8 18.2	11 25.0	3 6.8	0 0.0	0 0.0
	500～999人	3 100.0	2 66.7	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1,000人以上	2 100.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	12 100.0	8 66.7	1 8.3	1 8.3	2 16.7	0 0.0	0 0.0

注) その他の内容は資料－9 頁

Q3-1: 海外事業展開が該当しない理由(業種別/従業者規模別)

MA 上段：社 下段：%		該 当 数	内 向 給 す で、 海 外 展 開 で き な い	対 象 国 の 文 化 上 の、 ま た は 法	国 内 他 地 域 で の 取 り 組 み が 先	海 外 ビ ジ ネ ス の 知 識、 外 国 語	海 外 で ビ ジ ネ ス す る 企 業 体 力 (余 裕 人 材) が な い	リ ス ク が 大 き す ぎ る	そ の 他	不 明 ・ 無 回 答
総数		518 100.0	336 64.9	17 3.3	122 23.6	41 7.9	88 17.0	57 11.0	45 8.7	2 0.4
業 種 別	農林漁業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	131 100.0	79 60.3	3 2.3	34 26.0	11 8.4	26 19.8	23 17.6	7 5.3	1 0.8
	製造業	28 100.0	21 75.0	0 0.0	7 25.0	2 7.1	3 10.7	4 14.3	4 14.3	0 0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	22 100.0	14 63.6	2 9.1	3 13.6	2 9.1	5 22.7	2 9.1	0 0.0	0 0.0
	情報通信業	13 100.0	8 61.5	2 15.4	6 46.2	1 7.7	5 38.5	1 7.7	0 0.0	0 0.0
	運輸・郵便業	11 100.0	8 72.7	0 0.0	3 27.3	0 0.0	2 18.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	卸売業	46 100.0	32 69.6	0 0.0	7 15.2	3 6.5	12 26.1	6 13.0	3 6.5	0 0.0
	小売業	39 100.0	20 51.3	0 0.0	8 20.5	7 17.9	6 15.4	9 23.1	4 10.3	0 0.0
	金融・保険業	7 100.0	7 100.0	0 0.0	3 42.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不動産・物品賃貸業	65 100.0	41 63.1	4 6.2	12 18.5	6 9.2	8 12.3	4 6.2	7 10.8	1 1.5
	学術研究、専門技術サービス業	39 100.0	20 51.3	1 2.6	14 35.9	4 10.3	13 33.3	3 7.7	4 10.3	0 0.0
	宿泊・飲食サービス業	4 100.0	2 50.0	0 0.0	3 75.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	生活関連サービス、娯楽業	9 100.0	5 55.6	0 0.0	4 44.4	1 11.1	1 11.1	0 0.0	1 11.1	0 0.0
	教育・学習支援業	8 100.0	5 62.5	1 12.5	2 25.0	0 0.0	1 12.5	1 12.5	1 12.5	0 0.0
	医療・福祉	54 100.0	46 85.2	2 3.7	8 14.8	1 1.9	1 1.9	1 1.9	6 11.1	0 0.0
	複合サービス業	4 100.0	3 75.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0	0 0.0
	他に分類されないサービス業	37 100.0	24 64.9	2 5.4	8 21.6	3 8.1	4 10.8	3 8.1	6 16.2	0 0.0
	不明・無回答	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	4 44.4	0 0.0	3 33.3	0 0.0	1 11.1	1 11.1	2 22.2	0 0.0
	1～4人	159 100.0	91 57.2	4 2.5	37 23.3	13 8.2	34 21.4	18 11.3	19 11.9	0 0.0
	5～9人	120 100.0	81 67.5	3 2.5	21 17.5	13 10.8	26 21.7	14 11.7	9 7.5	0 0.0
	10～29人	139 100.0	97 69.8	5 3.6	37 26.6	10 7.2	19 13.7	17 12.2	6 4.3	2 1.4
	30～99人	57 100.0	39 68.4	4 7.0	13 22.8	2 3.5	6 10.5	3 5.3	8 14.0	0 0.0
	100～499人	22 100.0	16 72.7	0 0.0	8 36.4	1 4.5	1 4.5	3 13.6	1 4.5	0 0.0
	500～999人	2 100.0	1 50.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1,000人以上	2 100.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	8 100.0	5 62.5	1 12.5	2 25.0	2 25.0	1 12.5	1 12.5	0 0.0	0 0.0

注) その他の内容は資料-9 頁

Q3(その他)

業種	「その他」の記述内容
建設業	中国への拠点設置を検討したことがあったが建設業には中国市場は厳しい 直接影響はないものの、間接的にインバウンド等が関係してくるので、検討していかなければならないと思う
卸売業	カンボジアで市場調査、現地ヒアリングを行い、模索中。スリランカも案件対応可否について進捗中
小売業	海外への催事にて商品紹介を試みてもよいと思っている。興味はある、現在国内の催事は全国的に減少してきている 新規事業で海外へ販売していく 他社、海外より輸出の打診がある(台湾・インド)検討中
不動産・物品賃貸業	チャンスがあれば
学術研究、専門・技術サービス業	かつては取り組んでいたが、代表者の高齢化により、行っていない 設計なので海外市場の状況が必要とされているかわからない
医療・福祉	アジアではなくアメリカからレア部品を輸入している
他に分類されないサービス業	公益活動を行う団体である

Q3-1(その他)

業種	「その他」の記述内容
建設業	一定の業者からの仕事で、二次・三次の下請けだから 海外ビジネスに取り組む考えがない 現顧客対応を重視 高齢のためできない 弱小企業には関係がない 土木建設業、公共工事受注が主体である 必要としない
製造業	考えていない 拡大予定がない 近々解散予定 事業縮小している
卸売業	アジアの商品は取り扱わない グループ会社の販売店として活動しているため 海外輸出が低迷しているから
小売業	アフターフォローが必須。眼鏡なのでフィッティング調整などが購入後も必要となる ヨーロッパ製のものが多く、アジア向きではない 行動範囲が限られているかレア 閉店し、アフターフォローのために店名のみ残している状況
不動産・物品賃貸業	コカ・コーラウェストグループ社員向けのサービスであるため マンション管理業のため国内に限られている 業務的に 考えていない 国内の顧客のみ 資産管理のための法人 不動産売買・賃貸の仲介および管理業を、今後も国内のみで行う
学術研究、専門技術サービス業	一般財団法人で、収益事業は行っていない 現時点では考えられない 反対である、デフレ下では国内需要の拡大を目指すべきである(投資は国内に行うべき)
生活関連サービス、娯楽業	国内製品のほうが品質が良いので、安く仕上げるという意味だけでは将来の発展がない
教育・学習支援業	幼稚園なので
医療・福祉	医業のため、利益追求はない 医療機関なので(2件) 営利目的でないため 業種が適さない 認可保育園のため、取り組みはない
複合サービス業	協同組合のため 生活協同組合だから
他に分類されないサービス業	営業目的ではない 海外での具体的なビジネスモデルを知らない 大学同窓である 売上のすべてはグループ会社(国内)からのコンサルタント料である 必要がない 福岡市のゴミ処理に限定されている

Q3-2: 海外市場展開の取組内容(業種別／従業者規模別)

MA 上段：社 下段：%		該 当 数	海外に生産拠点（工場）を 持っている	海外に販売・サービス拠点 （店舗・事業所）を持っている	海外取引企業（直接輸出 先）がある	商社等を通じて間接輸出 している	その他
総数		48 100.0	9 18.8	10 20.8	19 39.6	9 18.8	9 18.8
業 種 別	農林漁業	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	4 100.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0
	製造業	5 100.0	2 40.0	0 0.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	情報通信業	3 100.0	0 0.0	1 33.3	3 100.0	0 0.0	0 0.0
	運輸・郵便業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	卸売業	19 100.0	5 26.3	3 15.8	9 47.4	8 42.1	0 0.0
	小売業	2 100.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0
	金融・保険業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不動産・物品賃貸業	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0
	学術研究、専門技術サービス業	3 100.0	0 0.0	1 33.3	1 33.3	0 0.0	2 66.7
	宿泊・飲食サービス業	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0
	生活関連サービス、娯楽業	2 100.0	0 0.0	0 0.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0
	教育・学習支援業	1 100.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	医療・福祉	2 100.0	1 50.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0
	複合サービス業	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0
	他に分類されないサービス業	3 100.0	0 0.0	2 66.7	0 0.0	0 0.0	1 33.3
	不明・無回答	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
従 業 者 規 模 別	0人	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1～4人	14 100.0	4 28.6	1 7.1	6 42.9	5 35.7	2 14.3
	5～9人	11 100.0	2 18.2	2 18.2	6 54.5	1 9.1	1 9.1
	10～29人	9 100.0	3 33.3	0 0.0	2 22.2	3 33.3	2 22.2
	30～99人	5 100.0	0 0.0	1 20.0	5 100.0	0 0.0	0 0.0
	100～499人	8 100.0	0 0.0	5 62.5	0 0.0	0 0.0	4 50.0
	500～999人	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1,000人以上	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	1 100.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

Q3-1 海外市場への対応内容と展開先(海外対応企業48社)

業種 (企業数)	海外市場への対応内容と展開先(国・都市)							越境Eコマース利用状況				
	海外に生産拠点		海外に販売・サービス拠点		直接輸出	間接輸出	その他の展開内容等	既に 利用	検討 中	今後 希望	関心 なし	
	拠 点 数	国(都市)	拠 点 数	国(都市)	国(都市)	国(都市)						
農林漁業 (1)					香港					●		
建設業 (4)	NA	NA									●	
			1	ミャンマー(ヤンゴン)							●	
					台湾(業者2〜3社程度)		東南アジア諸国より部品の輸入				●	
製造業 (5)	3	中国(上海) 台湾(新竹) 韓国									●	
	1	ベトナム			香港						●	
						メキシコ モンゴル(開始予定)			●			
							海外事業部を設立し、営業活動を行っている				●	
情報通信業 (3)			NA	NA	中国(大連) 中国(上海) 香港			●				
					タイ ベトナム インドネシア ブラジル ペルー アメリカ コートジボワール、他 カンボジア(プノンベン)			●		●		
卸売業 (19)	1	中国(大連)	1	中国(大連)							●	
	6	中国(広東省) 台湾 ミャンマー									●	
	3	タイ 中国 中国(温州)									●	
	2	中国									●	
	1		2	中国						●		
			1	台湾							●	
					台湾 香港 韓国 香港 韓国(プサン)	中国 ベトナム シンガポール アメリカ(ニューヨーク他)		●	●	(改善案検討中)		
					中国 香港 台湾	中国 ベトナム			●			
					中国(大連)	中国(上海)			●			
					韓国 中国 ベトナム シンガポール						●	
					韓国 中国 台湾						●	
					中国(香港) アメリカ(ハワイ)						●	
					中国						●	
						香港 台湾 中東					●	
						NA					●	
	小売業 (2)			1	中国(北京)						●	
	不動産・物品賃貸業 (1)							香港・台湾での展示会参加により、積極的に販路拡大をしている				●
	学術研究、専門・技術サービス業 (3)			1	シンガポール			新規事業				●
	宿泊・飲食サービス業					中国(上海)		海外工事の技術サポート				●
							中国、韓国、タイ、台湾、NZと直接仕事をしている				●	
生活関連サービス、娯楽業 (2)							NA				●	
教育・学習支援業 (1)					世界各国 中国 香港 マカオ 台湾 シンガポール						●	
			3	香港(2か所) 中国(大連)							●	
医療・福祉 (2)	2	中国(天津) 中国(青島)									●	
					フィリピン(セブ) フィリピン(バコロド) カンボジア(シェムリアップ) 上記に人材育成のための職員を派遣(ボランティア)。現在もフィリピン人を雇用しているが、これからは日本での教育(研修)だけでなく、現地(海外)での教育も重要になってくると思う				●			
複合サービス事業 (1)							輸入(中国)				●	
他に分類されないサービス業 (3)			3	カンボジア(シェムリアップ) カンボジア(プノンベン) ラオス(ビエンチャン) ラオス(ルアンパバーン) ベトナム(ホーチミン) 海外進出+外国人労働力供給をめざしている								
			1	インドネシア(バタム)							●	
							国際交流事業を協働するパートナー(団体、機関)が、アジア地域・太平洋地域の約40都市に存在する				●	

Q4:越境Eコマースによる海外ビジネス展開についての考え(業種別／従業者規模別／海外ビジネス展開状況別)

MA 上段：社 下段：％		総 数	既に 利用して いる	関 心 が あ り、 取 組 み に 向 け て 検 討 中	検 討 し た が、 利 用 は 難 し い と 判 断	今 後、 検 討 し たい	海 外 ビ ジ ネ ス に は 取 組 ま な い 方 針 に は （越 境 E コ マ ー ス に も 関 心 な し）	業 種・業 態が越 境E コ マ ー スに 適さ ない	そ の 他	不 明・無 回 答	
総数		795 100.0	12 1.5	35 4.4	37 4.7	151 19.0	237 29.8	358 45.0	35 4.4	23 2.9	
業 種 別	農林漁業	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	
	建設業	182 100.0	2 1.1	0 0.0	7 3.8	28 15.4	57 31.3	99 54.4	5 2.7	8 4.4	
	製造業	59 100.0	0 0.0	4 6.8	5 8.5	17 28.8	11 18.6	20 33.9	5 8.5	2 3.4	
	電気・ガス・熱供給・水道業	29 100.0	0 0.0	0 0.0	2 6.9	4 13.8	8 27.6	15 51.7	0 0.0	1 3.4	
	情報通信業	29 100.0	2 6.9	0 0.0	2 6.9	13 44.8	7 24.1	9 31.0	0 0.0	0 0.0	
	運輸・郵便業	15 100.0	0 0.0	1 6.7	1 6.7	1 6.7	9 60.0	2 13.3	0 0.0	1 6.7	
	卸売業	95 100.0	2 2.1	11 11.6	6 6.3	24 25.3	26 27.4	28 29.5	8 8.4	1 1.1	
	小売業	63 100.0	4 6.3	6 9.5	7 11.1	9 14.3	25 39.7	20 31.7	2 3.2	1 1.6	
	金融・保険業	8 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 37.5	6 75.0	0 0.0	0 0.0	
	不動産・物品賃貸業	84 100.0	0 0.0	3 3.6	5 6.0	12 14.3	30 35.7	37 44.0	4 4.8	2 2.4	
	学術研究、専門技術サービス業	64 100.0	1 1.6	1 1.6	0 0.0	15 23.4	18 28.1	35 54.7	3 4.7	2 3.1	
	宿泊・飲食サービス業	13 100.0	0 0.0	2 15.4	0 0.0	6 46.2	2 15.4	3 23.1	0 0.0	0 0.0	
	生活関連サービス、娯楽業	16 100.0	0 0.0	3 18.8	0 0.0	4 25.0	5 31.3	4 25.0	0 0.0	1 6.3	
	教育・学習支援業	11 100.0	0 0.0	1 9.1	0 0.0	4 36.4	3 27.3	5 45.5	0 0.0	0 0.0	
	医療・福祉	64 100.0	0 0.0	1 1.6	1 1.6	2 3.1	13 20.3	48 75.0	3 4.7	1 1.6	
	複合サービス業	6 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7	5 83.3	0 0.0	0 0.0	
	他に分類されないサービス業	54 100.0	1 1.9	2 3.7	0 0.0	9 16.7	19 35.2	22 40.7	5 9.3	3 5.6	
	不明・無回答	2 100.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	
	従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 11.1	5 55.6	4 44.4	1 11.1	0 0.0
		1～4人	243 100.0	2 0.8	10 4.1	14 5.8	43 17.7	79 32.5	94 38.7	10 4.1	14 5.8
5～9人		184 100.0	6 3.3	7 3.8	7 3.8	33 17.9	60 32.6	87 47.3	9 4.9	2 1.1	
10～29人		210 100.0	3 1.4	8 3.8	9 4.3	38 18.1	53 25.2	109 51.9	11 5.2	5 2.4	
30～99人		88 100.0	1 1.1	8 9.1	1 1.1	17 19.3	23 26.1	44 50.0	3 3.4	0 0.0	
100～499人		44 100.0	0 0.0	2 4.5	4 9.1	15 34.1	11 25.0	12 27.3	1 2.3	1 2.3	
500～999人		3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	0 0.0	0 0.0	
1,000人以上		2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	
不明・無回答		12 100.0	0 0.0	0 0.0	2 16.7	3 25.0	4 33.3	6 50.0	0 0.0	1 8.3	
海 外 ビ ジ ネ ス 展 開 状 況 別	当社には該当せず関係ない	518 100.0	4 0.8	1 0.2	17 3.3	38 7.3	215 41.5	274 52.9	21 4.1	18 3.5	
	既に対応している	48 100.0	3 6.3	11 22.9	5 10.4	17 35.4	2 4.2	10 20.8	4 8.3	0 0.0	
	将来、当社も取り組んでいく（いきたい）	115 100.0	2 1.7	22 19.1	8 7.0	72 62.6	1 0.9	20 17.4	1 0.9	1 0.9	
	わからない	103 100.0	1 1.0	1 1.0	6 5.8	22 21.4	18 17.5	52 50.5	5 4.9	4 3.9	
	その他	10 100.0	2 20.0	0 0.0	1 10.0	2 20.0	1 10.0	1 10.0	4 40.0	0 0.0	
	不明・無回答	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	

注）その他の内容は資料－14 頁

Q4-1: 越境Eコマースによる海外ビジネス展開を「検討したが利用は難しい」とする理由(業種別／従業者規模別)

MA 上段：社 下段：%		該 当 数	費用対効果が得られないと判断した	外国語への対応が難しい（外国語人材がいない）	イニシャルコストが高額	通関等の手続きが面倒	商品・サービスが海外向きでないことが判った	相手国の購買者の生活文化や思考が判らず、販売に確信が持てない	輸送・配達等コストがかさみ、高額（商品）になりすぎる	為替の変動の影響で販売が安定しない	その他	不明・無回答
総数		37 100.0	8 21.6	14 37.8	5 13.5	4 10.8	8 21.6	10 27.0	5 13.5	2 5.4	2 5.4	2 5.4
業 種 別	農林漁業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	7 100.0	2 28.6	2 28.6	1 14.3	0 0.0	2 28.6	2 28.6	1 14.3	1 14.3	0 0.0	1 14.3
	製造業	5 100.0	0 0.0	2 40.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	2 100.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	情報通信業	2 100.0	0 0.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	運輸・郵便業	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	卸売業	6 100.0	2 33.3	1 16.7	0 0.0	3 50.0	1 16.7	1 16.7	1 16.7	0 0.0	1 16.7	0 0.0
	小売業	7 100.0	2 28.6	3 42.9	2 28.6	0 0.0	1 14.3	1 14.3	2 28.6	1 14.3	0 0.0	0 0.0
	金融・保険業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不動産・物品賃貸業	5 100.0	1 20.0	2 40.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0	3 60.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0	0 0.0
	学術研究、専門技術サービス業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	宿泊・飲食サービス業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	生活関連サービス、娯楽業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	教育・学習支援業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	医療・福祉	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	複合サービス業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	他に分類されないサービス業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	1 100.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
従 業 者 規 模 別	0人	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1～4人	14 100.0	3 21.4	5 35.7	2 14.3	1 7.1	3 21.4	3 21.4	3 21.4	2 14.3	1 7.1	0 0.0
	5～9人	7 100.0	3 42.9	4 57.1	0 0.0	2 28.6	0 0.0	2 28.6	2 28.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	10～29人	9 100.0	2 22.2	1 11.1	0 0.0	1 11.1	4 44.4	3 33.3	0 0.0	0 0.0	1 11.1	2 22.2
	30～99人	1 100.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	100～499人	4 100.0	0 0.0	1 25.0	3 75.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	500～999人	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	1,000人以上	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	2 100.0	0 0.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

注）その他の内容は資料－14 頁

Q4(その他)

海外展開への考え方	「その他」の記述内容		回答数
当社には該当せず関係ない	業種・事業内容が海外展開に適さない	医療機関	1
		宗教用具販売	1
		大学同窓会事業	1
	海外展開ができない、しよと思わない	営利目的ではない	1
		代理店なので販売範囲限定	1
		考えていない	2
		必要がない	1
		国内優先	1
	事業縮小、廃業予定のため		2
	不動産業のため、空家・空室の有効活用として、世界中から外国人観光客を福岡に引き寄せる、民泊、Air B&Bで福岡の良さをアピールする 外国人観光客は 아이폰とwifiを頼りに移動しているので、wifi通信できる場所の拡大が必要		1
	価格重視でしかない、商売本来の流通崩壊の原因。雇用本来の専門業種の人材育成不足。無視はできない世界ではあるが、今のままではすべてにおいて経済が成り立たないと思う。		1
既に対応している	ASEANの流通の現状を勉強してほしい		1
	アジアの人々は日本人の体型と同じなので、パターンなどの変更なしで販売できる		1
	現在は、見本市で購入してもらった方のために、自社サイト内で持っており、改善案も検討中である		1
将来取り組みたい	買付、工場で商品作成時に現地のインフラの現状を見て、また現地の人々の生活・性格を知り、まずは家業をちゃんとやり、いつかは海外にもかかわっていきたいと考えている		1
わからない	インターネットをしていない		1
	レベルが高いのでわからない		1
	今は国内に集中		1
	廃業検討中(高齢のため)		1
その他	海外では日本製の価値観が高いから、商品的に絞り込むのが重要かもしれない		1
	関連商品・部品についての購入は、すでに利用中。海外への直接通販は検討中		1
	今後検討する可能性がある		1

Q4-1(その他)

業種	「その他」の記述内容
卸売業	PL保険など、どんなリスクがあるかわからない
不動産・物品賃貸業	法整備の遅れ

Q5:行政・商工会議所に期待する役割・機能(業種別／従業者規模別)

MA 上段：社 下段：%		総 数	海外ビジネス情報の収集・分析 と提供	信頼できる海外人脈・仲介機関 の紹介	越境Eコマースに関する勉強 会・研修会	留学生等（日本語もできる人 材）のビジネス研修および派遣	自社サイト等の海外対応化につ いての支援	越境Eコマース登録・出店時の イニシャルコストの一部補助	その他	特にない、海外ビジネス展開は しない	不明・無回答
総数		795 100.0	335 42.1	387 48.7	93 11.7	92 11.6	52 6.5	35 4.4	28 3.5	56 7.0	105 13.2
業 種 別	農林漁業	1 100.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	182 100.0	72 39.6	89 48.9	17 9.3	25 13.7	9 4.9	3 1.6	6 3.3	16 8.8	23 12.6
	製造業	59 100.0	35 59.3	32 54.2	6 10.2	7 11.9	4 6.8	1 1.7	1 1.7	2 3.4	4 6.8
	電気・ガス・熱供給・水道業	29 100.0	20 69.0	13 44.8	3 10.3	0 0.0	1 3.4	0 0.0	0 0.0	2 6.9	3 10.3
	情報通信業	29 100.0	15 51.7	19 65.5	4 13.8	4 13.8	3 10.3	1 3.4	2 6.9	0 0.0	2 6.9
	運輸・郵便業	15 100.0	5 33.3	4 26.7	1 6.7	2 13.3	1 6.7	0 0.0	0 0.0	1 6.7	4 26.7
	卸売業	95 100.0	39 41.1	49 51.6	14 14.7	7 7.4	7 7.4	9 9.5	6 6.3	4 4.2	15 15.8
	小売業	63 100.0	24 38.1	30 47.6	10 15.9	6 9.5	8 12.7	8 12.7	1 1.6	1 1.6	8 12.7
	金融・保険業	8 100.0	6 75.0	4 50.0	0 0.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0
	不動産・物品賃貸業	84 100.0	40 47.6	42 50.0	14 16.7	8 9.5	2 2.4	3 3.6	0 0.0	3 3.6	13 15.5
	学術研究、専門技術サービス業	64 100.0	26 40.6	33 51.6	13 20.3	6 9.4	5 7.8	3 4.7	3 4.7	6 9.4	4 6.3
	宿泊・飲食サービス業	13 100.0	5 38.5	6 46.2	3 23.1	2 15.4	2 15.4	0 0.0	2 15.4	0 0.0	1 7.7
	生活関連サービス、娯楽業	16 100.0	6 37.5	12 75.0	0 0.0	2 12.5	3 18.8	3 18.8	0 0.0	0 0.0	1 6.3
	教育・学習支援業	11 100.0	5 45.5	8 72.7	0 0.0	3 27.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 18.2	0 0.0
	医療・福祉	64 100.0	18 28.1	19 29.7	4 6.3	9 14.1	4 6.3	2 3.1	1 1.6	12 18.8	16 25.0
	複合サービス業	6 100.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	3 50.0
	他に分類されないサービス業	54 100.0	17 31.5	24 44.4	4 7.4	9 16.7	3 5.6	2 3.7	4 7.4	7 13.0	8 14.8
	不明・無回答	2 100.0	2 100.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
従 業 者 規 模 別	0人	9 100.0	1 11.1	5 55.6	1 11.1	4 44.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 11.1	1 11.1
	1～4人	243 100.0	100 41.2	101 41.6	34 14.0	17 7.0	15 6.2	14 5.8	5 2.1	16 6.6	43 17.7
	5～9人	184 100.0	69 37.5	97 52.7	24 13.0	23 12.5	17 9.2	5 2.7	9 4.9	9 4.9	22 12.0
	10～29人	210 100.0	91 43.3	105 50.0	23 11.0	29 13.8	9 4.3	9 4.3	7 3.3	18 8.6	24 11.4
	30～99人	88 100.0	39 44.3	46 52.3	5 5.7	8 9.1	6 6.8	6 6.8	4 4.5	10 11.4	10 11.4
	100～499人	44 100.0	26 59.1	23 52.3	5 11.4	8 18.2	3 6.8	1 2.3	2 4.5	1 2.3	4 9.1
	500～999人	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 33.3
	1,000人以上	2 100.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	12 100.0	7 58.3	8 66.7	0 0.0	2 16.7	2 16.7	0 0.0	0 0.0	1 8.3	0 0.0

注）その他の内容は資料－17 頁

Q5:行政・商工会議所に期待する役割・機能(海外ビジネス展開状況別／越境Eコマース利用意向別)

MA 上段：社 下段：%		総 数	海外 ビジネス 情報の 収集・ 分析 と提供	信 頼 で き る 海 外 人 脈 ・ 仲 介 機 関 の 紹 介	越 境 E コ マ ー ス に 関 する 勉 強 会 ・ 研 修 会	留 学 生 等 （ 日 本 語 も で き る 人 材 ） の ビ ジ ネ ス 研 修 お よ び 派 遣	自 社 サ イ ト 等 の 海 外 対 応 化 に つ いて の 支 援	越 境 E コ マ ー ス 登 録 ・ 出 店 時 の イ ニ シ ヤ ル コ ス ト の 一 部 補 助	そ の 他	特 に な い、 海 外 ビ ジ ネ ス 展 開 は し な い	不 明 ・ 無 回 答
総数		795 100.0	335 42.1	387 48.7	93 11.7	92 11.6	52 6.5	35 4.4	28 3.5	56 7.0	105 13.2
海外 ビ ジ ネ ス 展 開 状 況 別	当社には該当せず関係ない	518 100.0	209 40.3	234 45.2	52 10.0	51 9.8	29 5.6	11 2.1	14 2.7	51 9.8	82 15.8
	既に対応している	48 100.0	23 47.9	28 58.3	4 8.3	7 14.6	5 10.4	6 12.5	6 12.5	1 2.1	1 2.1
	将来、当社も取り組んでいく（いきたい）	115 100.0	60 52.2	71 61.7	23 20.0	19 16.5	11 9.6	10 8.7	4 3.5	0 0.0	2 1.7
	わからない	103 100.0	37 35.9	49 47.6	12 11.7	13 12.6	6 5.8	7 6.8	3 2.9	4 3.9	19 18.4
	その他	10 100.0	6 60.0	5 50.0	2 20.0	2 20.0	1 10.0	1 10.0	1 10.0	0 0.0	0 0.0
	不明・無回答	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0
越 境 E コ マ ー ス 利 用 意 向 別 ＊	既に利用している	12 100.0	4 33.3	3 25.0	2 16.7	2 16.7	2 16.7	3 25.0	3 25.0	1 8.3	0 0.0
	関心があり、取組みに向けて検討中	35 100.0	18 51.4	25 71.4	5 14.3	6 17.1	6 17.1	6 17.1	3 8.6	0 0.0	0 0.0
	検討したが、利用は難しいと判断	37 100.0	15 40.5	20 54.1	5 13.5	10 27.0	3 8.1	2 5.4	1 2.7	0 0.0	5 13.5
	今後、検討したい	151 100.0	74 49.0	85 56.3	25 16.6	27 17.9	19 12.6	11 7.3	6 4.0	1 0.7	5 3.3
	海外ビジネスには取り組まない方針	237 100.0	109 46.0	119 50.2	29 12.2	21 8.9	7 3.0	6 2.5	7 3.0	14 5.9	31 13.1
	業種・業態が適さない	358 100.0	143 39.9	174 48.6	39 10.9	38 10.6	18 5.0	9 2.5	8 2.2	35 9.8	48 13.4
	その他	35 100.0	11 31.4	11 31.4	3 8.6	2 5.7	0 0.0	2 5.7	6 17.1	9 25.7	6 17.1
	不明・無回答	23 100.0	2 8.7	3 13.0	1 4.3	0 0.0	1 4.3	0 0.0	0 0.0	1 4.3	18 78.3

＊越境Eコマース利用意向（Q4）はMAのため、総数の合計はN=795より大きい

注）その他の内容は資料－17 頁

Q5(その他)

海外展開への考え方	「その他」の記述内容		回答数
当社には該当せず関係ない	海外ビジネスの可能性がない、支援の必要がない、該当しない、他		48
	海外ビジネスに適さない業種・業態	組合	2
		工事業者・下請け	2
		消防関連	1
		理美容専門学校	1
		労働金庫	1
	法的に不可能		1
	法律の確認、特に許認可について		1
	地場小企業が海外ビジネスを検討する問題ではない		1
	外需頼みはやめるべき		1
	期待していない		1
	役割は期待しない。必要な時は直接行う		1
既に対応している	なし		1
	ワーキングホリデーを新入社員全員実施、金銭的サポートを		1
	各種証明書等の発行インフラの整備		1
	国内90%、台湾10%が能力の限界と考えている(今後は、ベトナム、ミャンマー)		1
	日本はこの部分が最も弱い。この質問は20年前の内容、もっと具体性のある、現実に即応できる、スピード、内容にしなければついていけない		1
	福岡の市場拡大		1
	福岡市の越境ECサイトがあるとよい。当社ではすでに自前で翻訳などは終わっているの で、初心者と同じ費用は払いたくない 活用メニューに合わせて課金されるほうがよい。Wechat決済可能なサイトを作って下さい		1
将来取り組みたい	海外進出に大変興味がある、一度お話しをお願いします		1
	行政や商工会議所と連携をとるイメージがわからない		1
	自動車関連全般の会社を運営し、アメリカにも拠点を持っているおり(別企業)、アジア以外でも考えているため、それら外国の情報はほしい		1
	中国・韓国のビジネスラブルの事例を情報集約してほしい		1
わからない	なし		4
	リスク対応		1
その他	業界および国(現地)の施策の情報集約		1

福岡市内企業の海外ビジネスに対する意向および取組実態に関するアンケート

【調査の目的】

このアンケートは、福岡市内の民間企業に対し、「海外ビジネスに対する意向・取組実態」について伺い、今後の海外ビジネス支援政策構築のための基礎資料とする目的で実施するものです。何卒ご協力下さいますようお願い致します。

【ご提出】 平成 28 年 **9 月 26 日(月曜日)**までに、同封の返信用封筒にて投函して下さい。

【調査主体】公益財団法人 福岡アジア都市研究所

調査に関するお問い合わせ先

お問い合わせは、下記までご連絡下さいますようお願い致します。

【調査実施機関】公益財団法人 福岡アジア都市研究所

〒810-0001 福岡市中央区天神 1 丁目 10-1 TEL : 092-733-5686 担当：岡田、畠山

ご協力いただきましたご意見等は、個人情報保護方針に従い、情報の管理を徹底致します。

■F1. 企業概要

御 社 名		
所 在 地	〒	
ご記入者	お名前	役 職
ご連絡先	電 話	E メール

■F2. 貴社の業種をお選び下さい。複数の業種にまたがる場合は、主たる業種についてお答え下さい（○印 1 つ）。

- | | |
|------------------|--|
| 1. 農林漁業 | 11. 不動産・物品賃貸（レンタル）業 |
| 2. 鉱業 | 12. 学術研究、専門・技術サービス業 |
| 3. 建設業（リフォームを含む） | （土業、設計・コンサルタント、広告・デザイン等） |
| 4. 製造業（製造販売を含む） | 13. 宿泊・飲食サービス業 |
| 5. 電気・ガス・熱供給・水道業 | 14. 生活関連サービス（理美容、家事サービス、旅行、冠婚葬祭
など）、娯楽業 |
| 6. 情報通信業 | 15. 教育・学習支援業（公民館、図書館、学習塾を含む） |
| 7. 運輸・郵便業 | 16. 医療・福祉 |
| 8. 卸売業 | 17. 複合サービス事業（郵便局、協働組合等） |
| 9. 小売業 | 18. 他に分類されないサービス業（自動車整備、労働者派遣など） |
| 10. 金融・保険業 | |

■F3. 貴社の従業者数（平成 28 年 4 月現在）について、（ ）内に数字を記入してお知らせください。

従業者 総数（ ）名 →うちパート・派遣・アルバイト（ ）名

すべての企業にお尋ねします。

Q1. 福岡地区の人口は微増していますが、九州全体としては人口減少が著しく、今後の消費需要が伸び悩むと予測されています。貴社のここ3年間（2013～2015年度）の業績（収益）はいかがでしょうか？次の1～4の中から近いものを1つだけ選び番号に○印をつけて下さい（○印1つだけ）。

1. よくなっている 2. 横ばいである 3. 低迷している 4. わからない

Q2. 今後とも予想される需要の伸び悩みや構造変化に対して、貴社では現在どのような対応を採っていますか？次の1～13の中から、該当する主なものを3つまで選び、番号に○印をつけて下さい（○印3つ以内）。

1. 新商品や新サービスを開発し、需要の拡大を図ろうとしている。
2. コスト低減を図り、市場での競争力を維持しようとしている。
3. Eコマースなど情報システムを利用して市場へのアクセスを広げ、需要の取り込みを図ろうとしている。
4. 他分野の企業等と連携するなどし、新規市場への食い込みを図ろうとしている。
5. 国内他地域への進出や国内他地域の企業等と連携するなどし、新規市場への食い込みを図ろうとしている。
6. 創業＝新規事業を立ち上げている。
7. イベント等への参加を積極化し、商品知名度を上げるようにしている。
8. 海外との取引(または海外進出)を開始し、新しい需要の開拓を図ろうとしている。
9. 海外事業の一層の拡大を図っている。
10. 人材の育成、強化を図っている。
11. 特段の取り組みはしていない。
12. 新たな取り組みを模索している。
13. その他 具体的に⇒ ()

Q3. 今後とも予想される需要の伸び悩みや構造変化に対して、「海外市場とりわけ近隣のアジア市場への商品・サービス供給（海外生産、海外店舗、輸出等）を考えるべきである」という提案についてどう思いますか？次の1～5の中から、お考えに近いものを1つ選び、番号に○印をつけて下さい（○印1つだけ）。

1. 当社には該当せず、関係ない → 1に○の方は次のQ3-1にもお答え下さい
2. すでに対応している → 2に○の方は次頁のQ3-2にもお答え下さい
3. 将来、当社も取り組んでいく（取り組んでいきたい）
4. わからない
5. その他 具体的に ⇒ ()

Q3で、「1.当社には該当せず、関係ない」に○印をつけた方のみお答え下さい。

Q3-1. 「1.当社には該当せず、関係ない」とお答えになった理由に近いものを、次の1～7のうちから2つまで選び、番号に○印をつけて下さい。（○印2つ以内）。

1. 供給する商品やサービスが国内向けで海外展開できない
2. 対象国の文化上の、または法的な規制がある
3. 国内他地域での取り組みが先である
4. 海外ビジネスの知識、外国語能力がなく無理
5. 海外でビジネスする企業体力（余裕人材）がない
6. リスクが大きすぎる
7. その他 具体的に ⇒ ()

Q3 で、「2 すでに対応している」に○印をつけた方のみお答え下さい。

Q3-2. すでに対応なさっている内容について、次の 1～5 のうちで該当する番号に○印をつけ、() 内に数字や国・都市名等を記入して下さい。(○印いくつでも)。

1. 海外に生産拠点（工場）を持っている
⇒ () 箇所、および国・都市名 ()
2. 海外に販売・サービス拠点（店舗・事業所）を持っている
⇒ () 箇所、および国・都市 ()
3. 海外取引企業（直接輸出先）がある
⇒ 主な輸出先の国・都市名 ()
4. 商社等を通じて間接輸出している
⇒ 主な輸出先の国・都市名 ()
5. その他 具体的に⇒ ()

すべての企業にお尋ねします。

Q4. 近年、アジア諸国では ICT（情報通信技術）の発展・普及および宅配システムの整備が進んでおり、国境をまたぐ『越境 E コマース（電子商取引）』システムも急速に拡大しつつあり、20 億人の東アジア市場の融合化も展望されています。なお『越境 E コマース』につきましては末尾の参考資料をご覧ください。

貴社では、海外（＝越境）インターネット通販等の利用による、海外へのビジネス展開について、どのようにお考えでしょうか？
1～7 の中からお考えに最も近いものを 1 つだけ選び、番号に○印をつけて下さい。(○印 1 つだけ)。

1. すでに利用している
2. 関心があり、取組みに向けて検討中である
3. 検討したが、利用は難しいと判断している → 3 に○の方は次の Q4-1 にもお答え下さい
4. 今後、検討したい
5. 海外ビジネスには取り組まない方針で「越境 E コマース」にも関心がない
6. 業種・業態が「越境 E コマース」には適していない
7. その他 具体的に⇒ ()

Q4 で、「3. 検討したが、利用は難しいと判断している」に○印をつけた方のみお答え下さい。

Q4-1. 「3. 検討したが、利用は難しい」とお答えになった理由に近いものを、次の 1～9 のうちから 2 つまで選び、番号に○印をつけて下さい。(○印 2 つ以内)。

1. 費用対効果が得られないと判断した
2. 外国語への対応が難しい（外国語人材等を持っていない）ため
3. イニシャルコストが高額のため
4. 通関など手続きが面倒なため
5. 商品・サービスが海外向きでないことが判ったため。
6. 相手国の購買者の生活文化や嗜好が判らず、販売に確信が持てないから
7. 輸送・配達等コストがかさみ、高額（商品）になりすぎるから
8. 為替の変動の影響で販売が安定しないから
9. その他 具体的に⇒ ()

Q5. 貴社が海外ビジネスを展開しようとした場合、地元行政や商工会議所に、どのような役割・機能を果たしてほしいとお考えになりますか？次の 1～7 のうち、お考えに近いものを 2 つまで選び、番号に○印をつけて下さい（○印 2 つ以内）。

ご協力ありがとうございました。返信用の封用にて **平成 28 年 9 月 26 日(月)**までにご投函下さい。

平成 27・28 年度 個別研究
福岡市におけるアジアビジネス支援政策に関する研究報告書

■研究担当者

岡田 允 (公財) 福岡アジア都市研究所 特別研究員(本文)
白水美津代 (公財) 福岡アジア都市研究所 研究スタッフ(集計、作図)

福岡市におけるアジアビジネス支援政策に関する
研究報告書

刊 行 2017 年 3 月

刊行者 公益財団法人 福岡アジア都市研究所

住 所 〒810-0001 福岡市中央区天神 1 丁目 10-1

電 話 092-733-5686

e-mail info@urc.or.jp

URL <http://www.urc.or.jp>
