

スライド1

研究報告の総括

～「輸出する中小企業」の再興～

2016年12月1日(木)
東洋大学経済学部教授
安田武彦

スライド2

1. 本日の2報告のテーマ

～中小企業の輸出について～

(1) 丹下報告

中小企業の輸出の**現状**

- ① 輸出が取引市場(相手)の拡大以上にもたらす効果
- ② 輸出を巡る環境

(2) 竹内報告

これからの輸出として越境EC市場の可能性とリスク

⇒ 中小企業の輸出活動の現在と将来

スライド3

2. 輸出についての今までの議論での位置づけ

- ① 伝統的貿易理論(比較優位論)
- ② 90年代からの新貿易論(クルーグマン)
規模の経済(による生産の一点集中)と輸送コストの大きさ(による生産の分散化)
- ③ 今世紀の新々貿易論
製造業の国際展開の国内製造業への影響(空洞化論への反論)
但し、輸出については、独自に位置づけるというより、海外進出の前段階的位置づけの評価が多い(中小企業白書等)

⇒ 今回のテーマは、「輸出」にテーマを絞る点で関心。

スライド4

3. 輸出と海外進出

- ①新々貿易理論的には「輸出」は過渡期的存在

しかし、長期にわたり「輸出産業」であり続ける産業もある。

(例)戦前の製糸業

生糸の全輸出に占める割合は1860年代～1930年代まで3, 4割台

逆にすぐ海外展開する例:

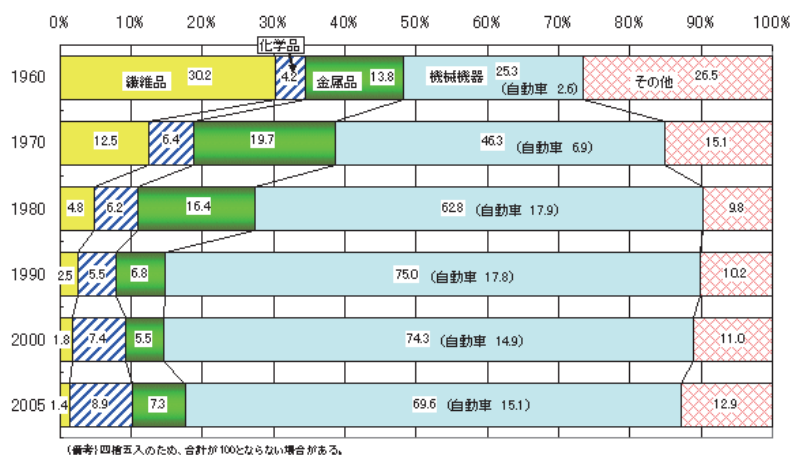
フォード 1903年創業 1911年 英国に工場 1925年 日本に工場 1931年 ドイツに工場

⇒ 米国製外車(軍用車)に乗って日本軍出陣(熱河作戦(1933))
フォードに乗って軍事作戦

スライド5

復興後、日本の輸出の主力は、機械工業(しかし、90年代以降、シェア低下)

第2図 日本の商品別輸出構造の推移



スライド6

4. 容易に海外展開できない産業

⇒ 海外進出ではなく、輸出による海外展開

(例) 食料品、ブランド品(ファッション等)

日仏貿易(日本の42億ドル赤字)における日本の輸入品

医薬品17%、飲料11%

日伊貿易(日本の39億ドル赤字)における日本の輸入品

一般機械12%、バッグ類11%、衣服・同付属品11%

日スイス貿易(日本の47億ドルの赤字)における日本の輸入品

精密機械34%、医薬品31%、たばこ9%

(JETRO統計から2015年)

おいしいもの、身に着けて心地よいもの ⇒ 輸出による国際展開

広い意味の地域資源を生かしたもの ⇒ 輸出による国際展開

輸出による国際展開は、地域創成と強い関係

スライド7

5.二つの報告の評価

①「地域資源」を活かそうとする企業(つまり、外に出ることは競争力喪失となる企業)にとって海外展開のひとつの道を示すもの

②輸出の「外部効果」(丹下論文)

- ・ 「従業員の士気」といった企業内部にも影響あり(小規模企業ほど効果大)
⇒ 輸出環境の変化(日本製品への関心の高まり)を考えると、企業への総合的影響を考え輸出も選択肢とするべきではないか。

スライド8

②輸出へのアクセスを容易にするEC(竹内論文)

- ・ 丹下報告(8. 輸出しやすくなった理由)の3番目「情報通信技術の発達」を掘り下げたもの。
- ・ ECは
 - (1) 月商も小さい(10万円以下が3割)が、
 - (2) 開業費用はもっと小さい(10万円以下が36%、うち4割は月商10万円超、ということは、他に費用がかからなければ、1か月で開業コスト回収)

⇒ 気軽な「貿易」の可能性に注目すべき
「もはやマルコポーロの時代ではない」

スライド9

6. 19世紀の「ジャポニズム」の教訓を活かし、新たな「日本」を国際的に演出すべき

(1) ジャポニズム

- ・ お雇い外国人の疑問 ⇒ 前田正名の『興業意見』

(2) クールジャパン 全部がうまくいっているわけではない)

- ・ ジャパニメーション; ドラえもん? (主人公×)

キャプテン翼、ナルト ○

(3) 何か持っていることは、確か(ザビエル以降ペリーなんかも指摘)

世界に受け入れる形で演出すべき