

中小製造業の主な取引先の海外生産は、円安の下でも増加 中小製造業の半数は受注減少等のマイナスの影響を受けている

中小製造業の取引先の海外生産とその影響に関する調査結果
(全国中小企業動向調査(中小企業編)2014年1-3月期特別調査)

○中小製造業の主な取引先の海外生産の状況

中小製造業の主な取引先の5割強は海外生産を実施しており、2012年11月以降の円安の状況下でも、海外生産量を増加させている。今後についても、海外生産量は増加が見込まれており、半面、国内生産量は減少させる傾向にある(以下、海外生産をしている主な取引先を「海外生産実施取引先」とする)。

○中小製造業の海外生産の状況

海外生産実施取引先をもつ中小製造業では、4割強が海外生産を実施しており、取引先と同様、海外生産量を増やしている。

○海外生産実施取引先との取引の状況

主な取引先が海外生産をしている中小製造業の半数は、受注の減少や現地調達品との価格競争などの「マイナスの影響がある」と回答している。そうしたなか、海外生産を実施している中小製造業では、現地調達化を進める取引先からの受注確保や海外市場の独自の開拓など、海外需要の獲得により打開を図ろうとする取り組みがみられる。

○円安の影響

2012年11月以降の円安の影響をみると、「輸出比率25%超」の企業では、5割弱が自社の業績に「プラスの影響がある」と回答した一方、「輸出比率25%以下」「輸出なし」の企業では4割弱が「マイナスの影響がある」としている。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 中小企業研究第一グループ Tel:03-3270-1703(担当:渡辺、神谷)
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティノースタワー

[調査の実施要領]

調査時点 2014年3月中・下旬
 調査対象 当公庫取引先（原則従業員20人以上） 12,267社
 有効回答数 5,342社 [回答率 43.5 %]

<業種構成>

	調査対象	有効回答数	構成比	(うち、製造業)
製造業	4,977社	2,377社	44.5%	(100.0%)
飲食料品	702社	308社	5.8%	(13.0%)
繊維・繊維製品	292社	139社	2.6%	(5.8%)
木材・木製品	167社	71社	1.3%	(3.0%)
紙・紙加工品	184社	92社	1.7%	(3.9%)
化学工業	217社	97社	1.8%	(4.1%)
プラスチック製品	323社	150社	2.8%	(6.3%)
窯業・土石	272社	134社	2.5%	(5.6%)
鉄鋼	202社	107社	2.0%	(4.5%)
非鉄金属	92社	47社	0.9%	(2.0%)
金属製品	689社	316社	5.9%	(13.3%)
はん用機械	260社	129社	2.4%	(5.4%)
生産用機械	437社	209社	3.9%	(8.8%)
業務用機械	107社	39社	0.7%	(1.6%)
電子部品・デバイス	109社	52社	1.0%	(2.2%)
電気機械	209社	101社	1.9%	(4.2%)
輸送用機械	246社	122社	2.3%	(5.1%)
印刷・同関連	363社	158社	3.0%	(6.6%)
その他製造業	106社	106社	2.0%	(4.5%)
非製造業	7,165社	2,965社	55.5%	—
全業種計	12,267社	5,342社	100.0%	—

<調査内容>

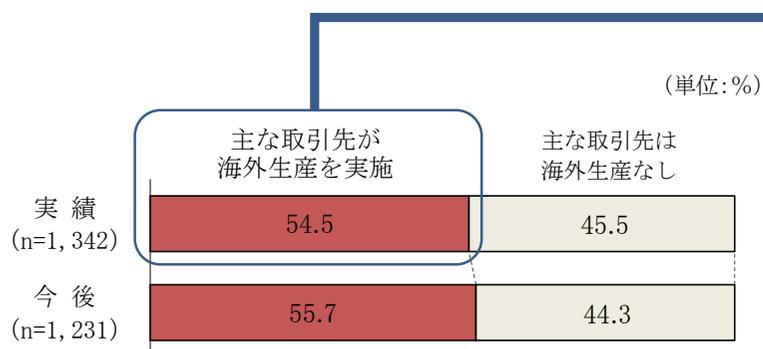
- ・ 中小製造業からみた主な取引先の海外生産の実施状況および海外生産量・国内生産量の増減
- ・ 中小製造業（自社）の海外生産の実施状況および海外生産量・国内生産量の増減
- ・ 2012年11月以降の円安の影響（全業種）

I 中小製造業およびその主な取引先の海外生産

I-1 中小製造業の主な取引先の海外生産の実施状況

- 中小製造業のうち、「主な取引先が海外生産を実施している」（以下、この主な取引先を「海外生産実施取引先」という。）とする企業割合は54.5%となっている。今後については、その割合はさらに高まっている（55.7%）。
- 海外生産実施取引先では、2012年11月以降の円安の状況下でも、61.3%が海外生産量を「増加」させており、その割合は「減少」（12.3%）を大きく上回っている。今後については、「増加」の割合がさらに高まっている（63.3%）。
- 一方、海外生産実施取引先の国内生産量は、「減少」（34.5%）が「増加」（26.9%）を上回っている。今後については「減少」（38.2%）がさらに増え、「増加」（21.8%）が減っており、減少の勢いが増している。

図-1 中小製造業の主な取引先の海外生産の実施状況



海外生産実施取引先の生産量

(1) 海外生産量 (単位: %)

	増加	不変	減少
実績 (n=732)	61.3	26.4	12.3
今後 (n=662)	63.3	23.9	12.8

(2) 国内生産量 (単位: %)

	増加	不変	減少
実績 (n=676)	26.9	38.6	34.5
今後 (n=615)	21.8	40.0	38.2

<参考> 海外生産実施取引先における海外生産量と国内生産量の関係

(1) 実績 (単位: %)

		取引先の国内生産量 (実績)			
		増加 (n=182)	不変 (n=261)	減少 (n=233)	合計 (n=676)
海外生産量 (実績) の取引先	増加 (n=438)	26.3	29.7	44.1	100.0
	不変 (n=189)	21.2	64.6	14.3	100.0
	減少 (n=49)	55.1	18.4	26.5	100.0
	合計 (n=676)	26.9	38.6	34.5	100.0

(2) 今後 (単位: %)

		取引先の国内生産量 (今後)			
		増加 (n=134)	不変 (n=246)	減少 (n=235)	合計 (n=615)
海外生産量 (実績) の取引先	増加 (n=400)	16.5	34.5	49.0	100.0
	不変 (n=174)	25.3	56.3	18.4	100.0
	減少 (n=41)	58.5	24.4	17.1	100.0
	合計 (n=615)	21.8	40.0	38.2	100.0

(注) 1 2012年11月以降における主な取引先の国内生産量、海外生産量の実績および今後の方針について、調査対象企業（中小製造業）に尋ねたもの。主な取引先の生産量の増減が不明とした回答は集計から除外した。

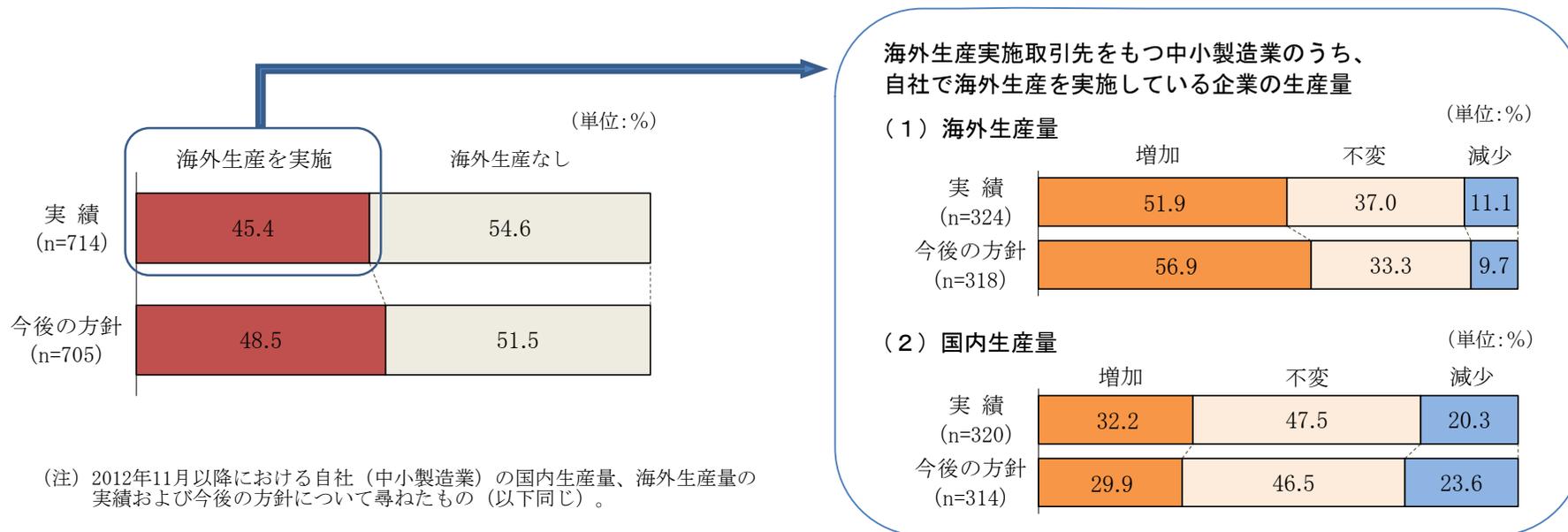
2 「実績」は2012年11月～2014年3月、「今後」は2014年4月以降について（以下同じ）。

3 「海外生産を実施」は、海外生産量が「増加」「不変」「減少」と回答した企業の合計（海外生産量の「増加」には「新たに海外生産を開始」を含む）。「海外生産なし」は、海外生産量に関する設問で「国内生産のみ」「海外生産から完全に撤退」と回答した企業及び国内生産量に関する設問のみに回答した企業の合計（以下同じ）。

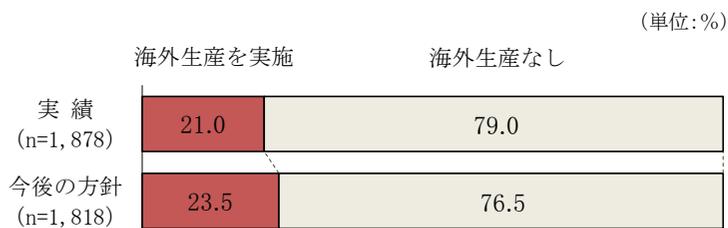
I-2 中小製造業（自社）の海外生産の実施状況

- 海外生産実施取引先をもつ中小製造業についてみると、45.4%が海外生産を実施している。今後の方針では、その割合は高まっている（48.5%）。海外生産を実施している企業の51.9%が海外生産量を「増加」させており、取引先と同様、今後「増加」させる方針の企業割合はさらに高まっている（56.9%）。

図-2 海外生産実施取引先をもつ中小製造業（自社）の海外生産の実施状況



<参考1> 中小製造業全体の海外生産の実施状況



<参考2> 海外生産実施取引先の海外生産量と自社の海外生産量の関係

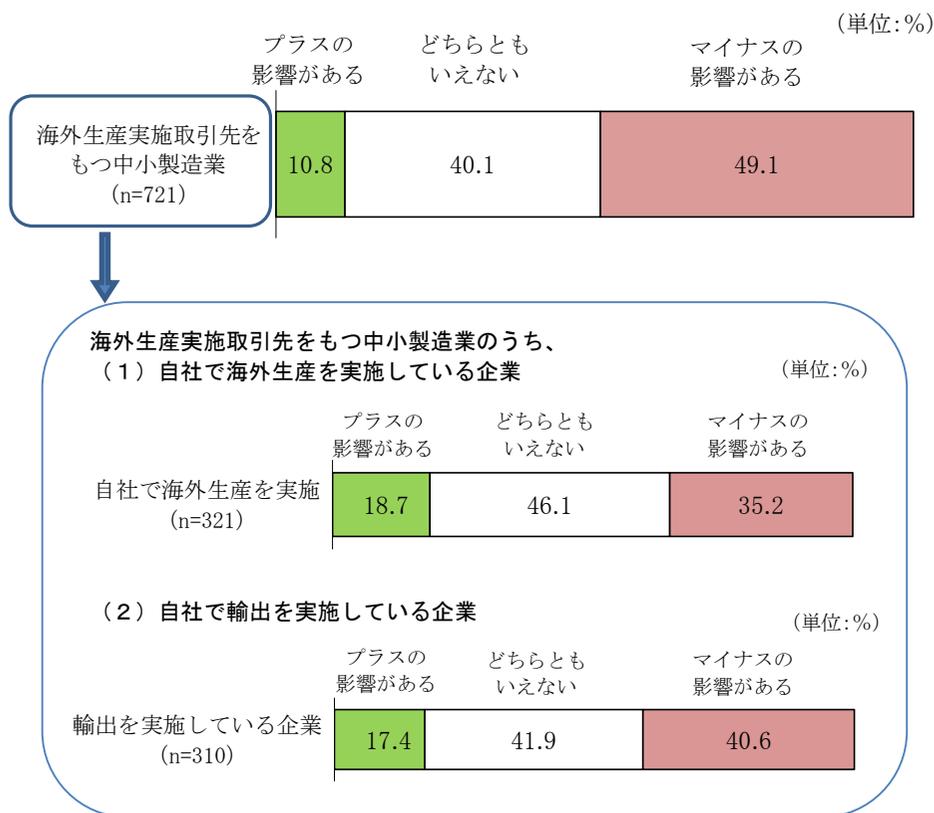
(単位:%)

		中小製造業（自社）の海外生産量（実績）			
		増加 (n=168)	不変 (n=120)	減少 (n=36)	合計 (n=324)
海外 取 引 先 の 生 産 量 （ 実 績）	増加 (n=184)	82.6	14.1	3.3	100.0
	不変 (n=113)	11.5	79.6	8.8	100.0
	減少 (n=27)	11.1	14.8	74.1	100.0
	合計 (n=324)	51.9	37.0	11.1	100.0

I-3 海外生産実施取引先との取引の状況

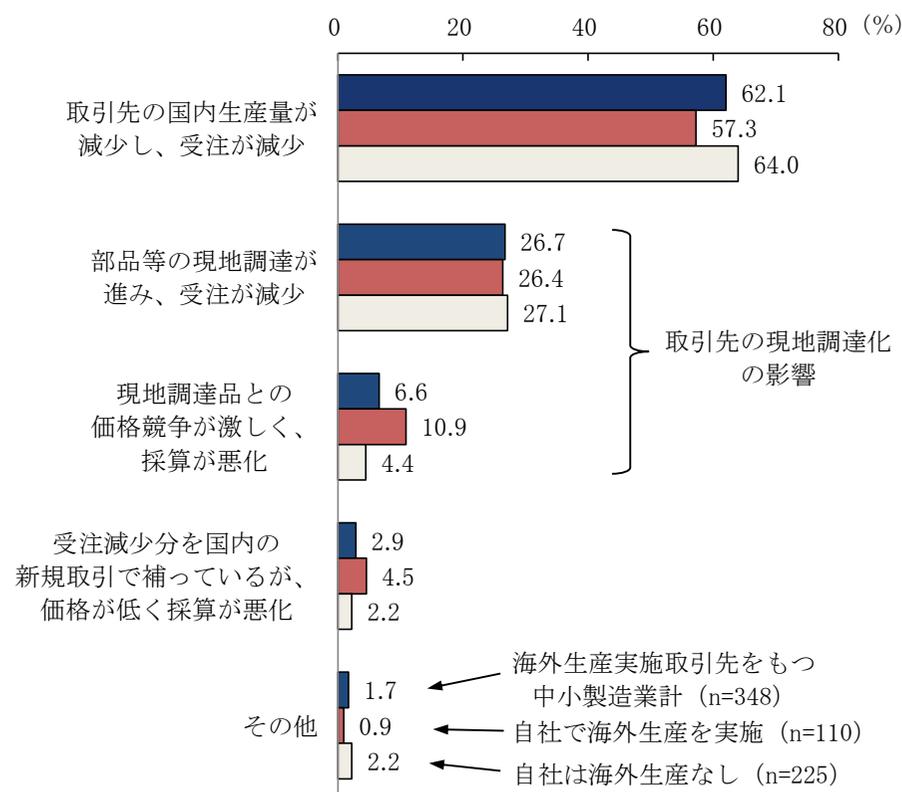
- 海外生産実施取引先の海外生産が「マイナスの影響がある」と回答した中小製造業（自社）の割合は49.1%となっている。「プラスの影響がある」は10.8%、「どちらともいえない」は40.1%となっている。
- 海外生産や輸出を実施している中小製造業（自社）では、全体と比べて「プラスの影響がある」とする回答割合が高くなっている。
- マイナスの影響がある理由をみると、「取引先の国内生産量が減少」（62.1%）を挙げる企業が多く、取引先が生産を海外にシフトするなかで中小製造業が受注を減らしている様子が見えてくる。次いで、取引先による「部品等の現地調達」（26.7%）、安価な「現地調達品との価格競争」（6.6%）が挙げられており、現地調達化の進展が、中小製造業の輸出量や採算面に影響していることがわかる。

図-3 海外生産実施取引先の海外生産が中小製造業（自社）に与える影響



(注) 1 海外生産実施取引先をもつ中小製造業についての集計。
2 「輸出を実施している企業」とは、2014年1-3月期において直接および商社経由で製商品の輸出を行った企業。

図-4 「マイナスの影響がある」理由

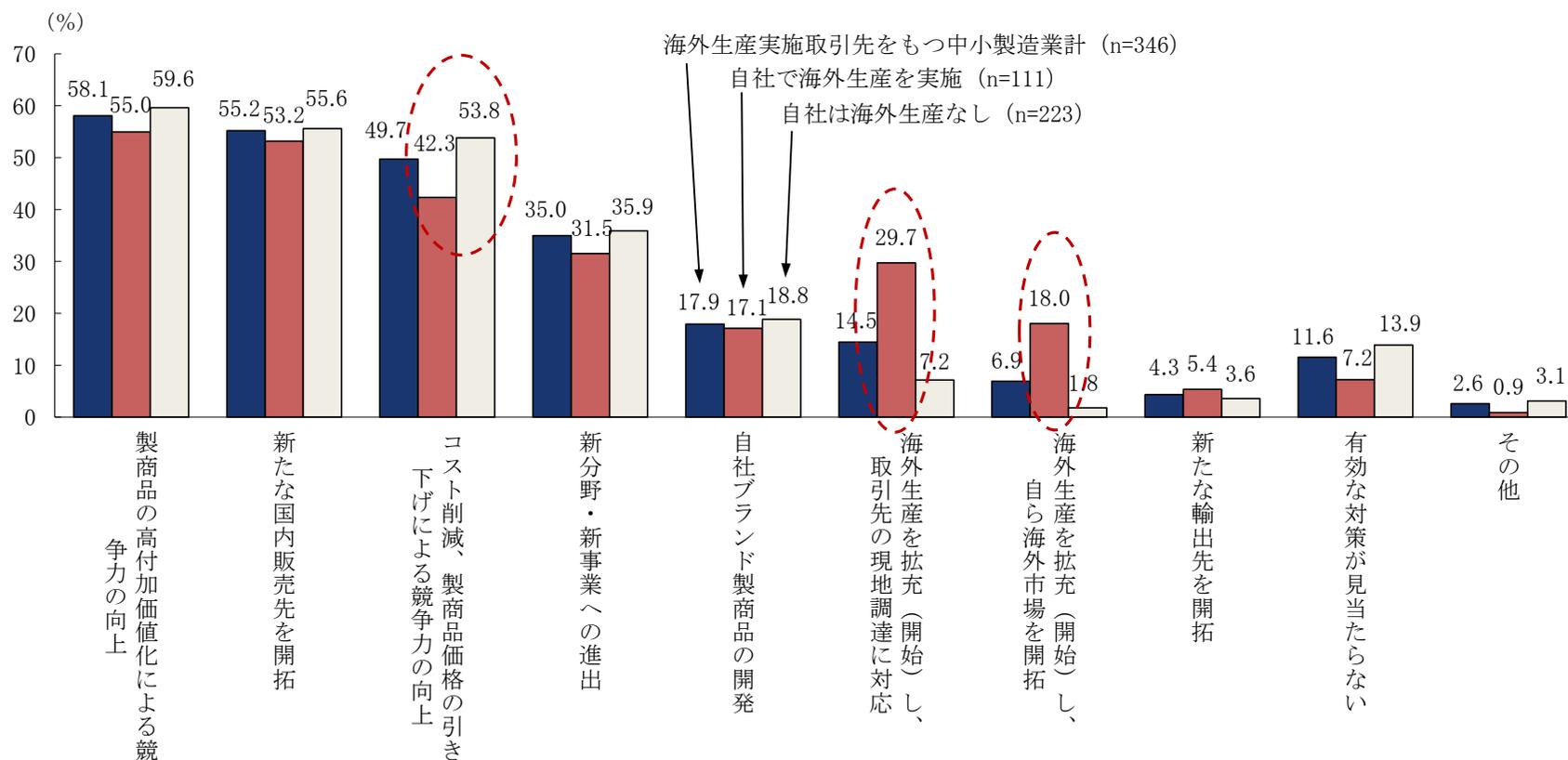


(注) 図-3で「マイナスの影響がある」と回答した企業に対して、その理由を尋ねたもの。

I-4 中小製造業が実施または検討している対応策

- 海外生産実施取引先の海外生産は自社に「マイナスの影響がある」と回答した企業が、実施または検討している対応策をみると、「製商品の高付加価値化」（58.1%）、「新たな国内販売先を開拓」（55.2%）、「コスト削減、製商品価格の引き下げ」（49.7%）などの回答割合が高い。
- 海外生産を実施していない企業では、「製商品の高付加価値化」（59.6%）など上記三つの対応策の回答割合が、いずれも5割を超えている。
- 海外生産を実施している企業では、これらのうち「コスト削減、製商品価格の引き下げ」が42.3%と、国内生産のみの企業（53.8%）よりも10ポイント以上低くなっている。一方、「海外生産を拡充し、現地調達に対応」（29.7%）や「自ら海外市場を開拓」（18.0%）など、国内でのコスト競争を回避しつつ、海外での需要獲得により打開を図ろうとしていることがうかがえる。

図-5 実施または検討している対応策（三つまで複数回答）

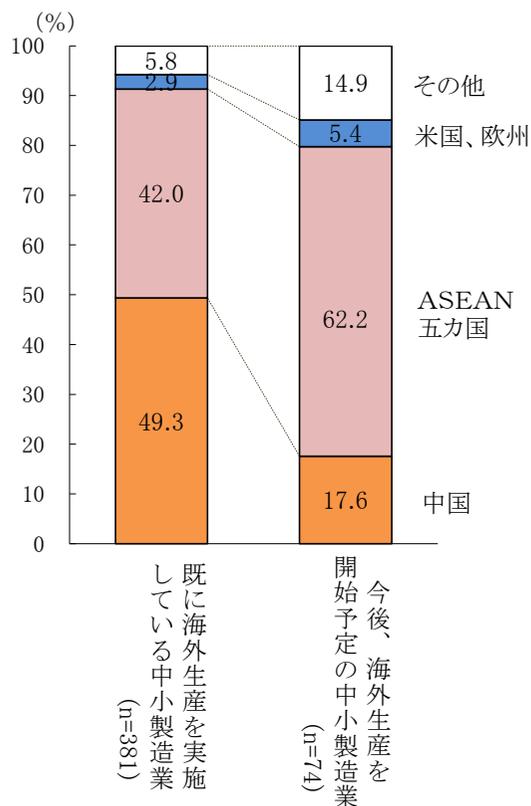


(注) 図-3で「マイナスの影響がある」と回答した企業に対して尋ねたもの。

I-5 中小製造業の主な海外進出先、海外生産を行う理由

- 主な海外進出先をみると、既に海外生産を実施している企業では、「中国」の割合が49.3%と最も高く、次いで「ASEAN五カ国」が42.0%となっている。今後、海外生産を開始予定の企業では、「ASEAN五カ国」が62.2%、「中国」が17.6%となっている。
- 海外生産を行う理由をみると、既に海外生産を実施している企業では「取引先の進出」(39.7%)、進出先の「人件費の安さ」(37.6%)、「進出先の需要」(35.7%)の回答割合が高い。今後、海外生産を開始予定の企業では、約6割が「進出先の需要」と回答し、次いで「取引先の進出」(48.6%)となっている。一方、進出先の「人件費の安さ」や「原材料・部品の安さ」を挙げる割合は、既に海外生産を行っている企業よりも低くなっており、コスト低減よりも海外の需要や取引関係に着目して進出する傾向が強まっていることがうかがえる。

図-6 主な海外進出先



<参考> 取引先の主な海外進出先

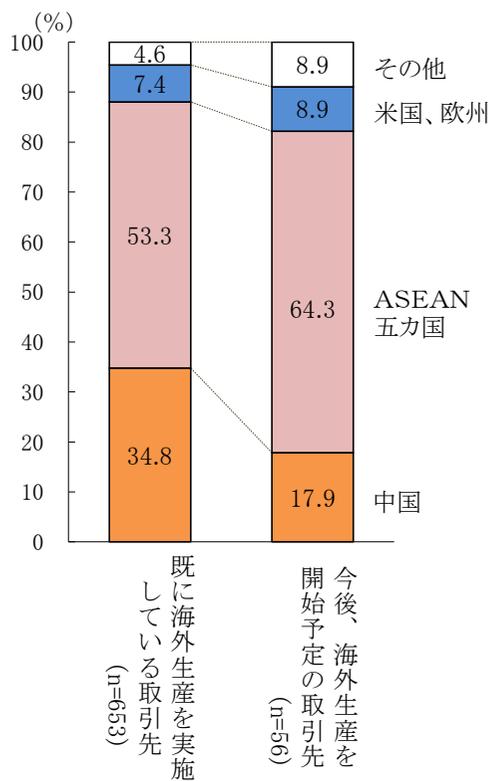
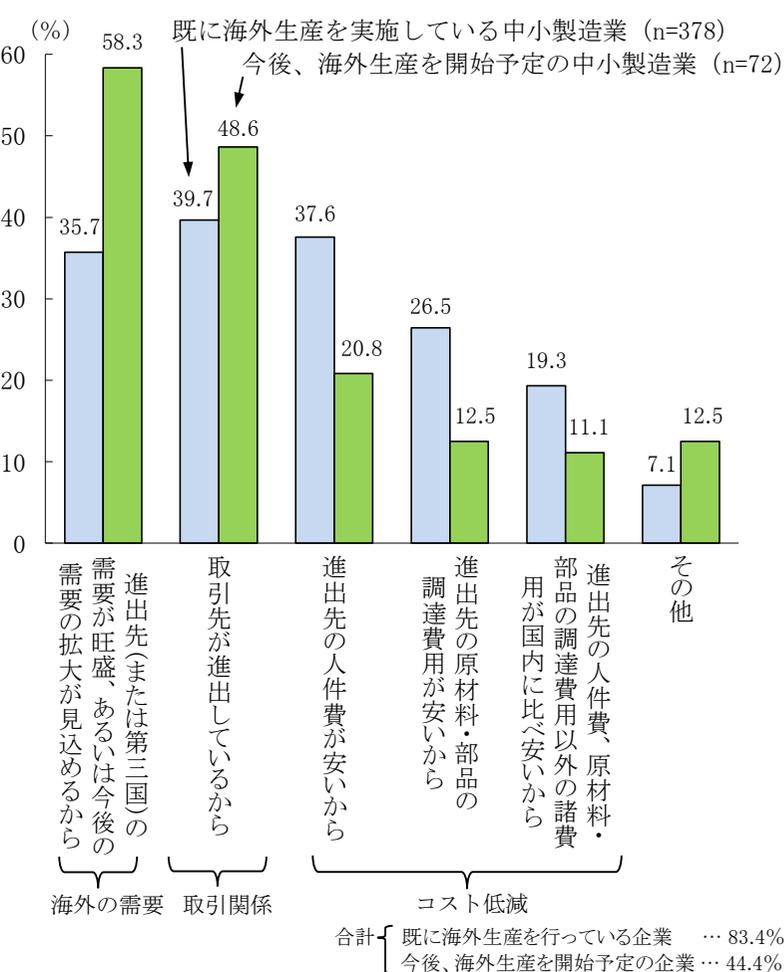


図-7 海外生産を行う理由 (二つまで複数回答)

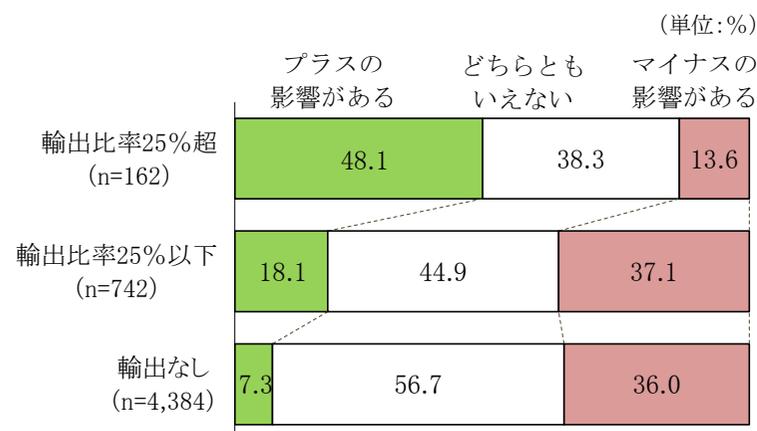


- (注) 1 進出予定先を含む。取引先の進出先は、調査対象企業(中小製造業)に尋ねたもの。
 2 「ASEAN五カ国」はインドネシア、タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア。
 3 「今後、海外生産を開始予定」には、既に海外生産を行っており、今後、別の国や地域で新たに海外生産を開始予定の企業を含む。
 4 「その他」の内訳(今後海外生産を開始予定の企業)は、メキシコ(4社)、台湾(3社)、バングラデシュ(2社)、カンボジア(1社)、香港(1社)となっている。

Ⅱ 2012年11月以降の円安の影響

- 2012年11月以降の円安が自社の業績に与えた影響をみると、輸出比率25%超の企業では「プラスの影響がある」と回答した企業割合が5割弱ある一方、輸出比率25%以下の企業、輸出を行っていない企業では4割弱が「マイナスの影響がある」としている。
- 円安によるプラスの影響の理由をみると、「取引先の業績が改善」（58.7%）し、間接的に好影響を受けたとする回答が最も多い。
- マイナスの影響がある理由は「輸入品・原材料の仕入価格が上昇」（71.8%）や「燃料・エネルギー価格の上昇」（55.5%）が多く、円安によるプラス面の影響は主に取引先を介して間接的に受ける一方、マイナス面の影響は直接受けている状況がうかがえる。

図－8 2012年11月以降に進んだ円安の自社への影響
(全業種計、輸出比率別)



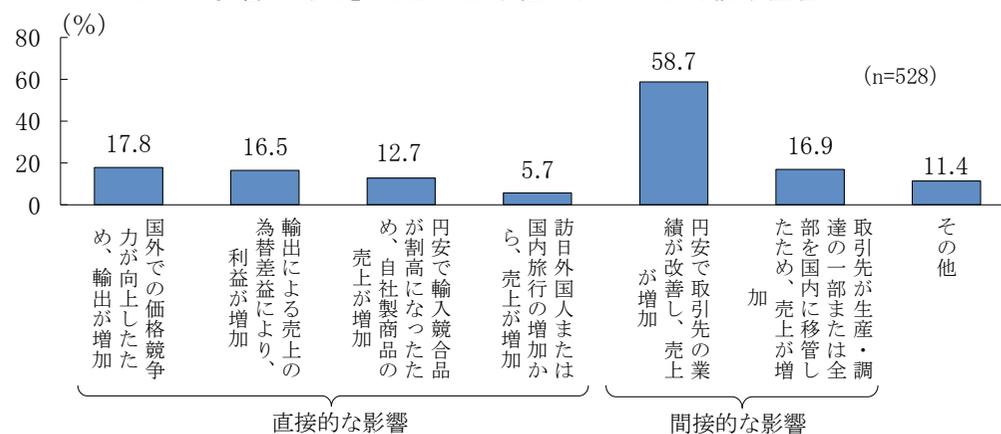
<参考> 輸出を行っている企業の割合



(注) 「輸出比率」は、2014年1-3月期における直接および商社経由の製商品の輸出に関する売上が、売上全体に占める割合。

図－9 円安の影響の理由

(1) 「プラスの影響がある」理由 (全業種計、二つまで複数回答)



(2) 「マイナスの影響がある」理由 (全業種計、二つまで複数回答)

