

第3章 都内製造業の取引・立地の広域化

昭和40年代から50年代にかけて、公害規制の強化や得意先企業の地方展開に対応する形で、都内中小企業は地方展開を進めていった。そして、その後の円高への対応や安価な労働力・販路を求めて海外にも販売や製造の拠点を設けるなど、取引・立地の広域化・グローバル化の進展がみられる。

また第I編により「情報提供力がある」「提案能力がある」「顧客のニーズをくみ取る能力がある」という企業の経常利益率が高い一方で、得意先と「近接している」という企業が最も低い利益率であった。得意先と近接していれば、情報提供や提案などのコミュニケーションに有利な面は少なくないが、立地や地理的な近接性といった物理的な面だけに依存していたのでは利点とならなくなったことも考えられる。

この章では、立地についての動向、集積のメリットや変化、得意先の所在地、海外展開の動向等について分析し、地理的・位置的な視点からの考察を行った。

【第3章のポイント】

第1節 立地の広域化

1 都内製造業の移転動向

- (1) 極端に低い都内間の移転立地
- (2) ここ数年続く低い「引き止め率」

2 工場等所有の状況

- (1) 従業者規模の小さな企業では「都内のみ」の工場所有が、比較的大きな企業では都外に工場を持つ企業が共に8割超
- (2) 減少した「都内のみ」の工場所有

3 都内立地のメリット・デメリット

- (1) 得意先との近接性が都内立地のメリット（利点）
- (2) 労働力コストの高さ、周辺住民への悪影響が東京立地のデメリット

4 工場拡張・移転計画

- (1) 100人以上では都外への工場移転計画が14.6%
- (2) 移転の際の重視点は「立地コスト（家賃の低さ）」「得意先との近接性」が上位
- (3) メリットを重視した都内移転、デメリット回避の都外移転

5 主要得意先の所在地

- (1) 高い地域内取引の割合
- (2) 減少がみられる地域内取引

6 集積

- (1) 区市町村別事業所数は1位大田区、2位墨田区、3位葛飾区
- (2) 29人以下では「部品・部材が調達しやすい」、30人以上では「情報が入手しやすい」が集積のメリット
- (3) 集積のメリットのうち、「部材、部品が調達しやすい」は大田区、足立区で7割超
- (4) 従業者規模が大きくなるほど感じている集積のメリットの強まり
- (5) 集積のメリットは加工型から情報収集型へ

第2節 海外展開の動向

1 海外進出

- (1) 規模が大きくなるほど高い海外進出の割合
- (2) 「製品等の輸出入」の割合が高い海外企業取引・海外進出の形態
- (3) 9人以下では「現在あり」、30人以上では「検討中」の利益率が高い海外進出企業
- (4) 経常利益減少基調の企業でも増加してきた東アジアへの海外進出

2 海外進出の目的

- (1) 海外進出の目的は、「現地市場の開拓・販路確保」が第1位
- (2) 「安価な部品・原材料」を求める従業者規模1～3人、「現地市場」を求める30人以上

3 海外進出の国・地域

- (1) 圧倒的に高い中国への進出割合
- (2) 今後の進出可能性も高い中国、伸びが目立つベトナム、インド
- (3) 国際見本市に出展したい地域として割合が大きいアジア

4 海外進出の問題点

- (1) 現地に派遣する人材、現地従業員の教育、技術や品質等が海外進出の問題点
- (2) 検討中の企業は「資金調達」、撤退した企業では「採算が取れない」、「模倣品被害」が目立つ海外進出における問題点

第1節 立地の広域化

1 都内製造業の移転動向

都内製造業の事業所数等減少の要因は、開業より廃業の数が多いということのほかに、これまで都内に立地していた企業が他道府県に移転するという面もある。

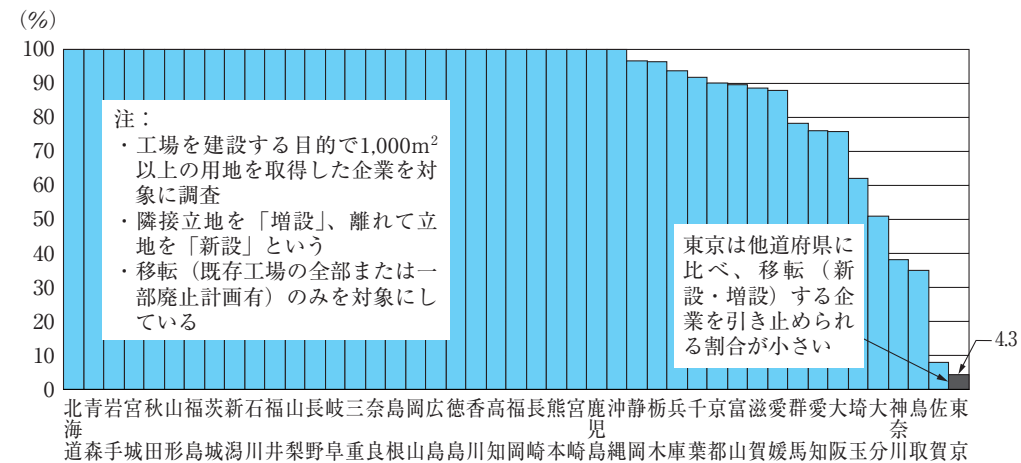
ここでは、工場を建設する目的で1,000m²以上の用地を取得した企業を対象とした「工場立地動向調査」より、移転先に関して考察を行う。

(1) 極端に低い都内間の移転立地

工場を建設する目的で1,000m²以上の用地を取得した企業で、目的が移転（既存工場の全部または一部を廃止する計画がある）の場合、その移転先が同じ都道府県内である土地面積の割合を、ここでは「引き止め率」と定義する。

平成16年では、45都道府県（和歌山、山口は移転のデータなし）のうち、ほぼ6割の道県が引き止め率100%、すなわちすべて同じ道県内への移転になっている。ところが、東京都の「引き止め率」はわずかに4.3%と全国最下位であり、ほとんどが他の道府県への移転であることがわかる。

【図表Ⅱ-3-1】 都道府県別平成16年移転（新設・増設）企業の「引き止め率」



資料：経済産業省「工場立地動向調査」平成16年

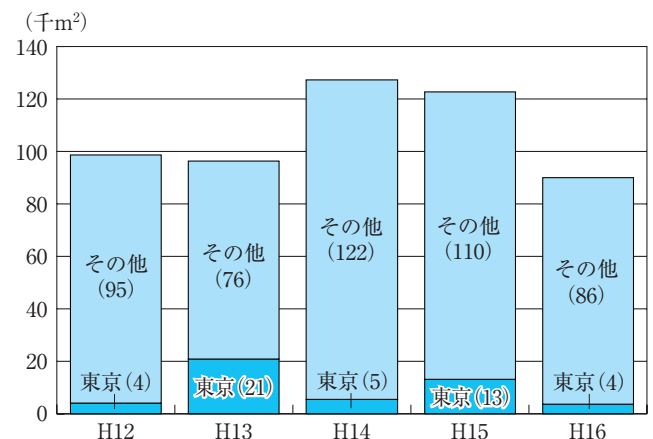
* 「引き止め率」とは、ここでは同じ都道府県内に移転した土地面積の割合をいう

(2) ここ数年続く低い「引き止め率」

大型案件があった場合には極端な数値がでることもあるため、ここ5年の「引き止め率」の推移をみる。面積の比率から「引き止め率」が低い状態は5年間ずっと続いていることがみてとれる。なお、都外から都内へという逆の動きも同時に起きていれば問題はないが、この間都内への移転は「0」であり、都外への移転の傾向が続いていることが分かる。

【図表Ⅱ-3-2】 移転（新設・増設）する都内企業の移転先土地面積の推移

～都外移転の傾向は続いている（この間、都外から都内は「0」）～



※その他＝神奈川・静岡・埼玉等

資料：経済産業省「工場立地動向調査」

2 工場等所有の状況

「引き止め率」が低いことから、都内から工場が流出していることが予想される。現在の工場等所有の状況を、今回と前回のアンケート結果から分析する。

(1) 従業者規模の小さい企業では「都内のみ」の工場所有が、比較的大きな企業では都外に工場を持つ企業が共に 8 割超

従業者規模の小さい企業の数が多いため、全体では「都内のみ」が74.8%、「都外のみ」10.6%、「なし」7.6%と都内のみに工場を持つ企業の割合が高いという結果になる(図表Ⅱ-3-3上表)。

規模別にみると、9人以下では「都内のみ」が8割を超えている。10~29人になると、「都内のみ」は65.2%に落ち、「都外のみ」が16.9%になる。30~99

人では「都内のみ」と「都外のみ」が3割超で拮抗するまでなり、100人以上では「都内のみ」は8.8%とかなり減り、「都外のみ」が50.5%、「都内+都外」21.4%など、都外に工場を持つ企業はあわせて82.6%にも達する。

(2) 減少した「都内のみ」の工場所有

3年前の調査(「平成16年版東京都中小企業経営白書」)での同じ設問の結果と今回の調査結果との差をみることにより、工場等所有の推移をみる。

全体では「都内のみ」が2.5ポイント減少、「都内+都外」が0.4ポイント減少、「都外のみ」が1.7ポイント増加、「なし」も0.6ポイント増加などとなり、都内から都外へ流出したことが分かる(図表Ⅱ-3-3下表)。

規模別にみると、1~3人だけ「都内のみ」が増加している。4人以上になると、「都内のみ」の減少が

【図表Ⅱ-3-3】 工場等所有の状況

今回調査

	都内のみ	都外のみ	海外のみ	都内+都外+海外	都内+都外	都内+海外	都外+海外	なし	n
全体	74.8%	10.6%	0.1%	0.3%	5.3%	0.4%	0.8%	7.6%	2,746
従業者規模別	1~3人	89.3%	1.9%	0.1%	0.0%	0.4%	0.0%	8.3%	952
	4~9人	84.3%	5.4%	0.1%	0.0%	2.7%	0.1%	7.2%	908
	10~29人	65.2%	16.9%	0.2%	0.2%	8.0%	1.4%	8.0%	514
	30~99人	35.7%	31.6%	0.4%	1.5%	19.7%	1.1%	4.8%	269
	100人以上	8.8%	50.5%	0.0%	4.9%	21.4%	0.0%	5.8%	103

3年前調査

	都内のみ	都外のみ	海外のみ	都内+都外+海外	都内+都外	都内+海外	都外+海外	なし	n
全体	77.3%	8.9%	0.1%	0.2%	5.7%	0.3%	0.6%	7.0%	3,755
従業者規模別	1~3人	87.4%	2.3%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	9.6%	1,072
	4~9人	85.2%	4.1%	0.1%	0.1%	2.8%	0.1%	7.5%	1,404
	10~29人	70.9%	12.0%	0.1%	0.0%	10.6%	0.7%	5.5%	800
	30~99人	44.4%	31.3%	0.0%	0.6%	19.5%	1.0%	1.3%	313
	100人以上	13.0%	49.0%	1.0%	0.0%	21.0%	0.0%	15.1%	100

資料：「平成16年版東京都中小企業経営白書」を再編加工

*無回答除く

今回と3年前の差(ポイント)

	都内のみ	都外のみ	海外のみ	都内+都外+海外	都内+都外	都内+海外	都外+海外	なし
全体	-2.5	1.7	0.0	0.1	-0.4	0.1	0.2	0.6
従業者規模別	1~3人	1.9	-0.4	0.1	0.0	-0.2	0.0	-1.3
	4~9人	-0.9	1.3	0.0	-0.1	-0.1	0.0	-0.3
	10~29人	-5.7	4.9	0.1	0.2	-2.6	0.7	2.5
	30~99人	-8.7	0.3	0.4	0.9	0.2	0.1	3.3
	100人以上	-4.2	1.5	-1.0	4.9	0.4	0.0	-9.3

*マイナスに網かけ

みられる。4～9人と10～29人は「都内+都外」も減少し、「都外のみ」が増加していることから、所有工場が1つで、すべての生産機能を都外に移してしまう例が多いと考えられる。30人以上になると、「都外のみ」だけでなく「都内+都外+海外」や「都内+都外」も増加しており、所有工場が複数あり、都内に工場を残した上で、都外にも生産機能を持つ企業も増加したことが分かる。

〈事例Ⅱ-3-1〉 製造部門の採用難を理由に地方展開した大規模企業

金型・工具製造メーカーF社（大田区：約900名）は、東京の本社でも製造部門を持っていた。しかし、東京では事務部門の人材確保はできるものの、製造要員である工業高卒、高専卒、工業系大卒の確保が難しい（大企業へ行く）。そこで、平成5年に東京の製造部門を東北の某県に移し、都内は本社機能のみにした。現在では、製造要員は現地中心に採用している。

3 都内立地のメリット・デメリット

都内の企業が移転する際には、ほとんどが他道府県を選び、工場の流出もみられることが分かった。

それでは、都内立地にはメリットがないのであろうか、ここでは都内立地に対するメリット、デメリットをみる。

(1) 得意先との近接性が都内立地のメリット(利点)

都内立地のメリット（利点）について複数回答できたところ、全体では「得意先と近接」が61.6%と最も高く、次いで「交通の利便性がある」47.2%、「自宅と近接している」33.0%となった。

従業者規模別では、「得意先と近接」はどの規模でも高い割合となり、メリットを感じている。「交通の利便性がある」は10人以上になると半数を超えて特に高い割合となっている。また、「市場情報が収集しやすい」も規模が大きくなるほど高い。「有能な人材を集めやすい」は9人以下の規模ではほとんどないのに対し、30人以上になると2割を超えている。反対に、「自宅と近接している」は規模が小さくなるほど高く、9人以下で4割以上である。

【図表Ⅱ-3-4】 都内立地のメリット（利点）

複数回答

	得意先と近接	交通の利便性がある	自宅と近接している	良い外注先と近接	市場情報が収集しやすい	有能な人材が集めやすい	製造に適した立地である	立地のブランド力がある	その他	労働力コスト(人件費)が安い	n
全体	61.6%	47.2%	33.0%	25.1%	16.3%	8.3%	13.9%	5.4%	3.8%	1.0%	2,717
従業者規模別	1～3人	64.8%	34.1%	43.4%	20.8%	7.0%	0.9%	14.4%	2.8%	4.2%	908
	4～9人	61.0%	48.6%	40.7%	30.1%	12.5%	5.0%	15.5%	4.8%	2.4%	880
	10～29人	59.1%	59.9%	19.2%	28.0%	25.0%	15.1%	15.7%	6.7%	4.2%	504
	30～99人	59.6%	55.8%	9.0%	22.1%	33.3%	24.3%	8.2%	11.2%	6.0%	267
	100人以上	58.3%	67.0%	6.8%	12.6%	42.7%	26.2%	2.9%	12.6%	4.9%	103

*従業者規模別は、従業者数未記入除く

〈事例Ⅱ-3-2〉 得意先である官公庁と近接している企業

電磁波防止フィルタ等を開発しているファブレス企業のCV社（中央区：31名）は、官公庁関係の仕事が6割と大きい。得意先との近接性を重視し、霞ヶ関から1時間以内の場所を探し、中央区の現在の場所に移った。

〈事例Ⅱ-3-3〉 情報が入手しやすいという企業

VOC（揮発性有機化合物）回収装置等、環境関連機器を開発しているMO社（豊島区：32名）にとっての都内立地メリットは情報収集である。東京は官庁組織が集中している、また工業団体も集まっている。技術の発達により、インターネットでも情報は集められるが、やはり直接聞き取ることが重要であ

る。

〈事例Ⅱ-3-4〉 都内に学会、セミナー、連携等の機会が集中

防振・免振装置を手がけるAS社（墨田区：67名）は、東京で学会に参加したりセミナーを受講したりする機会が多い。また、他社との連携や産学連携など、東京に集まっているので便利である。

〈事例Ⅱ-3-5〉 都内では人材を集めやすく、山梨にある工場では集めにくい

国内で初めてプラスチックベアリングを製品化したTB社（板橋区：230名）では、東京の方が人材を集めやすい。技術者・設計・開発担当の人材の採用でも、大卒者は東京が多く、山梨など地方では探すのが難しい。現場のワーカーも東京でならすぐに充足できるが、山梨だと集めるのに苦労している。

(2) 労働力コストの高さ、周辺住民への悪影響が東京立地のデメリット

都内立地のデメリット（欠点）について複数回答できいたところ、全体では「労働力コスト（人件費）が高い」が49.9%、「周辺住民への悪影響がある」が30.9%と続いている。なお、「その他」の項目の自由記入では、「家賃が高い」という意見が多かった。

規模別にみると、10～29人では6割超、30人以上では7割超が「労働力コスト（人件費）が高い」と回答している。「周辺住民への悪影響がある」は、99人以下では約3割がデメリットとして上げている一方で、既に都外に工場を移していると思われる100人以上では他の規模よりも割合が小さくなっている。

なお、都内立地においては、「メリット（利点）」の回答数が「デメリット（欠点）」を上回っており、工場の流出がみられたといえども、都内立地にはメリットが大きいことが分かる。

【図表Ⅱ-3-5】 都内立地のデメリット（欠点）

複数回答

	労働力コスト(人件費)が高い	周辺住民への悪影響がある	得意先と離れている	良い外注先が近くにない	自宅と離れている	有能な人材が集めにくい	交通の便が悪い	立地のブランド力が弱い	市場情報が収集しにくい	その他	n	
全体	49.9%	30.9%	14.2%	11.6%	9.9%	7.5%	5.7%	2.8%	1.6%	13.7%	1,991	
従業者規模別	1～3人	29.4%	32.6%	14.7%	12.4%	9.6%	3.5%	6.0%	3.0%	1.4%	18.4%	565
	4～9人	49.8%	30.9%	14.5%	11.0%	11.1%	7.9%	6.9%	2.5%	2.0%	13.1%	648
	10～29人	61.2%	32.8%	13.3%	12.1%	8.7%	10.0%	4.6%	2.7%	0.5%	10.9%	412
	30～99人	70.2%	30.2%	15.7%	13.6%	6.8%	12.8%	5.1%	3.4%	2.6%	9.4%	235
	100人以上	72.6%	17.9%	7.4%	8.4%	13.7%	7.4%	3.2%	3.2%	1.1%	11.6%	95

*従業者規模別は、従業者数未記入除く

〈事例Ⅱ-3-6〉 都内立地のデメリットは人件費や物流のコスト高

スクリーン印刷機によるプリント基板印刷機で国内シェア30%、世界シェア10%のMI社（府中市：118名）にとって、東京のメリットは交通の便がよいことである。ただし、東京は地価や人件費や物流のコストが高い。つくばにも工場があるが、東京の本社から遠いところがデメリットである。ただ、成田空港からは近いので、海外からのお客様を呼ぶときには楽である。

〈事例Ⅱ-3-7〉 騒音対策で周辺住民に配慮している企業

浄水器製造のSK社（稲城市：17名）の製造現場では、2交代により夜間にも作業を行っている。昭和40年代の創業当初は畑ばかりであった周辺も近年では住宅が増えてきた。そこで、工場の騒音対策を行っている。4年に1回程度4～500万円メンテナンスの費用がかかるが、周辺住民への影響を考えてのことである。

〈事例Ⅱ-3-8〉 マシニングセンターを置くのに苦労した企業

東京に本社、仙台に工場と研究所を持つエンドミル製造・販売のNI社（品川区：189名）では、東京の得意先からの新しい型のサンプル出しなど、営業技術の仕事に関しては品川の本社近くにマシニングセンターを置いて対応している。ただ、かつて町工場が多くあった本社近くでも、最近ではマンションが立ち並び、マシニングセンターを置かせてもらえる場所を探すのはかなり苦労した。

〈事例Ⅱ-3-9〉「ここにいて欲しい」と言われる企業を目指す

一般に「メッキ」というと汚いというイメージをもたれがちだが、硬質炭化クロムメッキのCK社（狛江市：20名）では地域の住民から「ここにいて欲しい」と言われる企業になるため、以下の2点を重視している。

- ① 排水するのではなく、イオン交換樹脂を使って完全リサイクルにした。
- ② 地域貢献として、花壇を用意し、花を植えている。最近ではとなりの住民が水をくれるようになった。今後、花壇の一部を福祉施設に開放し、好きなように植えてもらおうという話もしている。

4 工場拡張・移転計画

都内立地にメリットを感じている企業があるにもかかわらず、「引き止め率」（第1項参照）は全国でも最低である。

それでは、具体的に今後の工場・事務所の拡張・移転計画はどうなっているか。

（1）100人以上では都外への工場移転計画が14.6%

全体では、「都内に工場を拡張・集約」が4.6%、「都外に工場を拡張・集約」も4.6%である（図表Ⅱ-3-6）。工場だけでなく事務所も含めた拡張・移転計画がある企業割合は、都内合計で6.3%、都外合計で5.3%であった（図表Ⅱ-3-7）。「縮小する予定である」は4.5%であった。

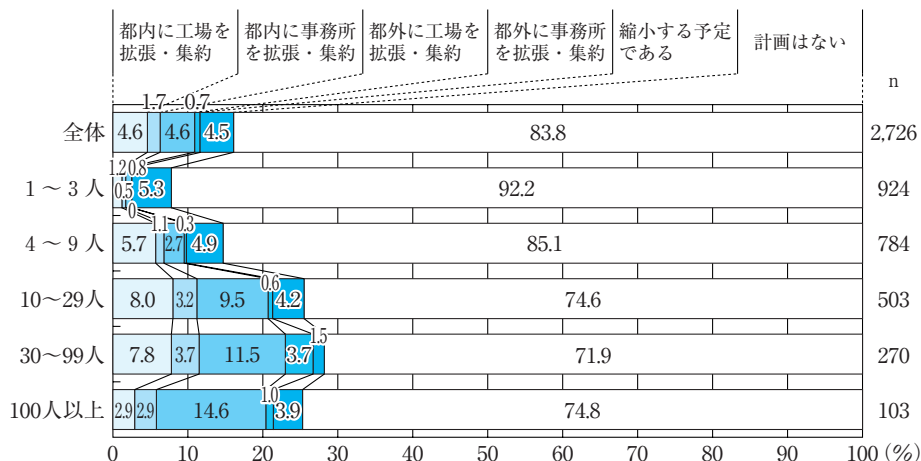
【図表Ⅱ-3-7】 工場・事務所を拡張・移転する計画の企業割合

		都内移転合計 (工場、事務所)	都外移転合計 (工場、事務所)	移 転 合 計
全 体		6.3%	5.3%	11.6%
従業者規模別	1～3人	1.7%	0.8%	2.5%
	4～9人	6.8%	3.0%	9.8%
	10～29人	11.2%	10.1%	21.3%
	30～99人	11.5%	15.2%	26.7%
	100人以上	5.8%	15.6%	21.4%

規模別にみると、29人までは都内への移転の割合が都外への移転の割合より高いが、30人以上になると都外への移転の割合の方が高くなる。規模の大きい企業

【図表Ⅱ-3-6】 今後の工場・事務所の拡張・移転計画

～都外への工場拡張・集約計画は従業者規模が大きくなるほど高くなる～



*従業者規模別は、従業者数未記入除く

は都外への移転計画割合が高いことから、面積ベースで都内から都内への「引き止め率」が低くなっていることが裏付けられる。

〈事例Ⅱ-3-10〉 製造拠点を都外に移した企業

鉄道模型で大手と市場を2分するSE社（新宿区：270名）は都内に1ヶ所、都外（埼玉県）に2ヶ所の工場を持っている。当初は都内工場ですべての生産をまかっていた。都内でそのまま続けたいと思っていたが、機械の自動化が進み、無人で夜間でも稼動する設備が導入できるようになった。周辺的环境を考えると、夜間の工場の稼動が難しい状況になり、他の拠点を求めるに至った。

立地の選定理由は、当時関越自動車道ができて本社との行き来がしやすかったことと、工場用地の開発分譲があったことである。都内に関しては、規模が大きくなってくると、面積的にもコスト的にも合わないと思う。

アンケート結果では、都外への拡張・移転計画を持つ企業の割合が高かったが、ヒアリングの中では、少数ながらも東京に戻ろうという企業もあった。ともに多摩地域であり、区部では難しいかも知れないが、下に例を上げる。

〈事例Ⅱ-3-11〉 都内立地のデメリットから地方に展開したが、今後東京都に技術を集約しようとしている企業

高いプレス加工技術を持つSC社（八王子市：240名）は、かつて八王子に工場を持っていたが、①スペースの問題 ②地価の問題 ③人件費の問題もあり、群馬、甲府、多治見に工場を展開していった。ただ、最近では農業主体の地方圏では若い人が採用できないなど問題が生じてきている。今後は採用して1～2年は工場実習で地方に出すが、開発や設計を東京本社の方に戻すことで技術を中央に集約する戦略に変えようとしている。八王子なら学園都市なのでいい人材が採用できるのではないかと。

〈事例Ⅱ-3-12〉 東京に製造機能を集約した企業

精密機械光学のG社（府中市：150名）では東京本社は営業、山梨工場は製造という体制を取っていた。ただ東京都と山梨の行き来のムダがあること、営業と製造とのコミュニケーションの必要があること、東京出身者から単身赴任は「つらい」という声が出ていたこと、山梨の生産量が減ってきたことなどから、3年前に東京に製造機能を集約した。

(2) 移転の際の重視点は「立地コスト(家賃の低さ)」「得意先との近接性」が上位

拡張・移転計画がある企業に、その際の重視点を複数回答できいたところ、全体では「立地コスト(家賃の低さ)」34.5%、「得意先との近接性」33.2%、「交通の利便性」30.0%、「前の立地場所との近接性」21.9%などとなった。

【図表Ⅱ-3-8】 拡張・移転計画がある企業における、その際の重視点（規模別）

複数回答

	立地コスト(家賃の低さ)	得意先との近接性	交通の利便性	前の立地場所との近接性	外注先・委託先との近接性	周辺住民への配慮	労働力コスト(人件費)の低さ	自宅との近接性	有能な人材の集めやすさ	立地に関する規制	同業者との近接性	市場情報の収集しやすさ	立地のブランド力の強さ	その他	n
全体	34.5%	33.2%	30.0%	21.9%	21.3%	19.4%	14.2%	9.0%	13.9%	9.7%	7.4%	6.1%	4.8%	6.5%	310
従業員規模別	1～3人	30.4%	34.8%	26.1%	8.7%	17.4%	0.0%	26.1%	17.4%	8.7%	21.7%	4.3%	4.3%	8.7%	23
	4～9人	26.2%	40.5%	32.1%	20.2%	22.6%	4.8%	20.2%	9.5%	7.1%	9.5%	7.1%	3.6%	6.0%	84
	10～29人	39.6%	34.9%	27.4%	16.0%	22.6%	24.5%	19.8%	1.9%	15.1%	12.3%	6.6%	3.8%	4.7%	106
	30～99人	31.4%	28.6%	27.1%	31.4%	20.0%	12.9%	20.0%	4.3%	18.6%	11.4%	0.0%	5.7%	8.6%	70
	100人以上	40.9%	18.2%	36.4%	40.9%	22.7%	9.1%	22.7%	0.0%	4.5%	4.5%	9.1%	4.5%	0.0%	4.5%

*従業員規模別は、従業員数未記入除く

*従業員規模別に、最も割合の高い重視点に網掛け

(3) メリットを重視した都内移転、デメリット回避の都外移転

移転の際の重視点を移転計画別にみると、都内に工場を拡張・集約する場合は「得意先との近接性」44.4%が最も高く、「前の立地場所との近接性」32.5%、「交通の利便性」「外注先・委託先との近接性」31.7%が続いている(図表Ⅱ-3-9)。「立地コスト(家賃の低さ)」が他の移転計画に比べて低いのは、立地コストよりもその他の都内のメリットをより重視し、隣接した土地の増設をする企業があるためと思われる。

都内に事務所を拡張・集約する場合は、「交通の利便性」が51.1%と高い。こちらは「前の場所との近接性」

」が低いことから、不便な場所の工場、又は事務所とは別に、新たに利便性のよい場所に事務所を移転する企業が多いためと思われる。

都外に工場を拡張・集約する場合は「立地コスト(家賃の低さ)」の回答割合が5割となった。また、「労働力コスト(人件費)の低さ」28.6%、「周辺住民への配慮」25.4%も高く、都内でのデメリットを避けるために都外に出る企業が多いと思われる。

都外に事務所を拡張・集約する場合は「得意先との近接性」42.1%と「立地コスト(家賃の低さ)」36.8%が高くなった。

【図表Ⅱ-3-9】 拡張・移転計画がある企業における、その際の重視点(移転計画別)

複数回答

移転計画	重視点	立地コスト(家賃の低さ)	得意先との近接性	交通の利便性	前の立地場所との近接性	外注先・委託先との近接性	周辺住民への配慮	労働力コスト(人件費)の低さ	自宅との近接性	有能な人材の集めやすさ	立地に関する規制	同業者との近接性	市場情報の収集しやすさ	立地のブランド力の強さ	その他	n
都内に工場を拡張・集約		19.8%	44.4%	31.7%	32.5%	31.7%	16.7%	3.2%	15.9%	10.3%	7.9%	11.1%	6.3%	4.0%	4.0%	126
都内に事務所を拡張・集約		23.4%	38.3%	51.1%	8.5%	14.9%	8.5%	0.0%	8.5%	19.1%	0.0%	6.4%	12.8%	12.8%	6.4%	47
都外に工場を拡張・集約		50.0%	16.7%	19.8%	17.5%	11.9%	25.4%	28.6%	2.4%	14.3%	15.1%	3.2%	0.8%	2.4%	9.5%	126
都外に事務所を拡張・集約		36.8%	42.1%	21.1%	5.3%	15.8%	15.8%	21.1%	5.3%	15.8%	5.3%	5.3%	15.8%	5.3%	0.0%	19

* 拡張計画別に、最も割合の高い重視点に網掛け

5 主要得意先の所在地

移転計画の重視点が「得意先との近接性」ならば、その得意先が広域化すれば、立地も広域化していくのが自然である。

都内製造業にとっての主要得意先はどの地域であろうか、また、得意先の地域に変化はみられるであろうか。

(1) 高い地域内取引の割合

まず、主要得意先の所在地上位3社について各地域別にみると、「都心」の企業では得意先上位3社に「都心」の企業のある割合が70.5%とかなり大きいのを始めとして、ほとんどの地域で地域内取引（主要得意先上位3社のうち、少なくとも1社は自社と同じ地域にある）の割合が最も高くなっている。唯一「城西」だけは「東京、埼玉、神奈川以外の国内」が地域内取引を上回っている。また「城南」は地域内取引の他、「神奈川」との取引割合も高いなど、特徴がみられる。

【図表Ⅱ-3-10】 主要得意先上位3社の所在地

複数回答

所在地	主要得意先の所在地	都心(千代田、中央、港)	副都心(新宿、文京、渋谷、豊島)	城東都心近接(台東、墨田、荒川)	城東周辺(江東、足立、葛飾、江戸川)	城西(世田谷、中野、杉並、練馬)	城南(品川、目黒、大田)	城北(北、板橋)	多摩地域	東京、埼玉、神奈川以外の国内	海外	埼玉	神奈川	n
都心		70.5%	31.3%	11.1%	8.8%	1.4%	16.6%	4.6%	3.2%	35.9%	4.1%	9.2%	14.7%	217
副都心		44.4%	69.6%	15.6%	8.9%	12.5%	10.5%	11.3%	2.7%	21.0%	0.8%	14.0%	8.2%	259
城東都心近接		37.3%	23.9%	56.9%	28.5%	3.9%	7.6%	4.3%	2.1%	30.1%	2.1%	15.7%	8.9%	485
城東周辺		29.9%	17.1%	38.0%	52.7%	4.0%	7.5%	4.2%	1.7%	32.5%	1.4%	15.4%	6.6%	695
城西		29.5%	27.1%	11.4%	5.4%	31.9%	13.3%	11.4%	12.0%	36.7%	5.4%	22.3%	16.3%	166
城南		24.2%	11.4%	5.1%	5.1%	6.6%	61.0%	1.9%	5.7%	35.4%	2.5%	11.2%	40.5%	472
城北		30.9%	30.9%	17.7%	11.4%	9.5%	7.7%	43.6%	6.8%	35.9%	1.8%	27.3%	6.8%	220
多摩地域		18.2%	13.2%	5.5%	2.3%	7.3%	8.3%	2.1%	62.1%	36.4%	4.2%	16.6%	27.8%	385

*各地域で、最も取引先の所在地の高い割合の地域に網掛け

(2) 減少がみられる地域内取引

地域内取引の割合は高いことが分かったが、その推移はどうなっているか、3年前の調査（「平成16年版東京都中小企業経営白書」）の同じ設問の結果との比較¹⁰を行う。

今回と前回の差をみると、8地域中5地域で地域内

取引が最も減少している。また、城西地域でも減少幅こそ「東京、埼玉、神奈川以外の国内」より小さいものの、減少したことに変わりはない。今回は「都内不明」を別計上しているため、本来はさらに地域内取引割合が高かったことからみても、全体的には地域内の取引が減少、つまり取引が広域化しているといえる。

【図表Ⅱ-3-11】 主要得意先上位3社の所在地 今回と前回の差（ポイント）

所在地	主要得意先の所在地	都心(千代田、中央、港)	副都心(新宿、文京、渋谷、豊島)	城東都心近接(台東、墨田、荒川)	城東周辺(江東、足立、葛飾、江戸川)	城西(世田谷、中野、杉並、練馬)	城南(品川、目黒、大田)	城北(北、板橋)	多摩地域	東京、埼玉、神奈川以外の国内	海外	埼玉	神奈川
都心		-12.5	3.8	2.3	1.8	-0.1	4.5	1.1	0.7	3.1	1.0	2.5	2.9
副都心		0.2	-7.6	2.0	2.6	1.1	1.7	1.1	-0.4	2.5	0.2	4.4	0.6
城東都心近接		1.2	1.3	-3.4	5.3	0.6	0.1	-0.7	-0.3	1.6	0.4	1.5	0.5
城東周辺		0.3	1.2	5.5	0.3	0.2	0.6	-0.4	0.1	0.7	0.4	-0.6	0.0
城西		1.3	0.2	3.5	0.6	-0.4	0.4	1.9	1.5	-0.7	1.3	4.5	-1.5
城南		2.7	1.0	1.1	0.7	0.4	-0.9	0.3	-0.4	-0.5	0.3	1.4	0.3
城北		-0.9	2.0	1.3	2.1	0.5	1.2	0.6	1.7	-0.5	-0.5	-1.1	0.1
多摩地域		2.4	1.9	0.8	-0.3	0.7	1.5	-0.1	-5.8	3.1	0.5	1.1	1.4

*最も減少した得意先の地域に網掛け

*前回は「都内不明」を別計上しているため、本来は都内各地域の割合が各1ポイント程度高かったことが予想される

10前回の分析では、合計を100%に加工しているため、それにあわせるように加工してから引き算を行う。また、前回は「都内不明」が入っているため、都内各地域への割合が低めに出ている。

6 集積

「特定分野において相互に連結する企業群と関係機関群が地理的に集中している状態」が産業集積の定義の1つであるが、立地が広域化している中、地理的に企業が集中することによるメリットはあるのであろうか、あるとするなら、そのメリットはどう変化しているであろうか。

(1) 区市町村別事業所数は1位大田区、2位墨田区、3位葛飾区

事業所数が多いだけで集積とはいえないが、少なくとも必要条件であるといえる。参考までに、区市町村別の事業所数上位10位を示す。

1位は大田区の4,774事業所、2位は墨田区の3,833事業所、3位は葛飾区の3,655事業所などとなっている

る(図表Ⅱ-3-12、13)。

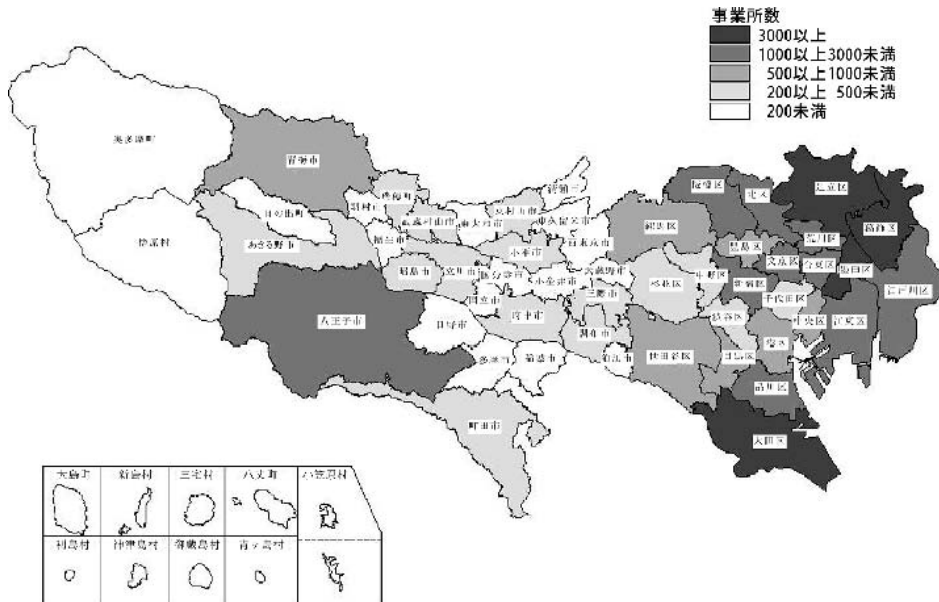
なお、増減率にも着目すると、少なくとも上位10位までは、すべての区で減少していることが分かる。

【図表Ⅱ-3-12】 区市町村別事業所数上位10位

区市町村	実数	構成比(%)	増減率(H15→H17速報)
総数	44,693	100.0	△ 9.9
1 大田区	4,774	10.7	△ 5.3
2 墨田区	3,833	8.6	△ 8.6
3 葛飾区	3,655	8.2	△10.6
4 足立区	3,109	7.0	△10.4
5 江戸川区	2,843	6.4	△13.3
6 荒川区	2,652	5.9	△ 4.1
7 台東区	2,488	5.6	△13.6
8 江東区	2,378	5.3	△11.5
9 板橋区	2,268	5.1	△10.5
10 品川区	1,786	4.0	△ 7.2

資料：東京都総務局「東京の工業」H17年速報

【図表Ⅱ-3-13】 工業統計地図(全数) 事業所数



資料：東京都総務局「東京の工業」平成17年速報

(2) 29人以下では「部品・部材が調達しやすい」、30人以上では「情報が入手しやすい」が集積のメリット

集積のメリットを複数回答できいたところ、全体では「部品・部材が調達しやすい」が31.7%、以下「情報が入手しやすい」23.7%、「輸送費が低減できる」

が20.8%などと続いている（図表Ⅱ-3-14）。

規模別にみると、29人以下までは「部品・部材が調達しやすい」が最も高い割合であり、30人以上になると「情報が入手しやすい」が最も高い割合となる。

なお、「集積の立地がない」は全体で約4割であった。

【図表Ⅱ-3-14】 集積のメリット

複数回答

	部品・部材が調達しやすい	情報が入手しやすい	輸送費が低減できる	連携が図りやすい	地域内で水平分業ができる	人材が集めやすい	公的支援を受けやすい	地域全体のイメージが上がる	その他	集積の立地がない	n	
全体	31.7%	23.7%	20.8%	18.2%	14.6%	9.3%	4.4%	4.3%	1.7%	41.9%	2,128	
従業者規模別	1～3人	30.0%	16.3%	16.4%	15.5%	13.7%	2.3%	2.7%	2.6%	2.0%	49.2%	657
	4～9人	35.9%	23.8%	22.3%	20.0%	14.2%	7.2%	4.5%	5.0%	1.5%	39.2%	719
	10～29人	31.7%	28.1%	22.9%	20.6%	17.0%	16.3%	4.7%	5.7%	1.2%	38.1%	423
	30～99人	28.1%	32.8%	23.4%	14.0%	14.5%	18.3%	7.7%	5.5%	2.1%	37.4%	235
	100人以上	20.2%	29.8%	21.3%	19.1%	11.7%	19.1%	5.3%	3.2%	2.1%	42.6%	94

*従業者規模別は、従業者数未記入除く

*従業者規模別に、最も割合の高いものに網掛け

〈事例Ⅱ-3-13〉 良い外注先が近くにある企業

インパルス巻線試験機で世界シェア80%のDS社（羽村市：29名）は、品質が高く、小ロットに対応できる板金業が多くある羽村の立地を活かして製造をしている。上海にも工場を持っているが、すぐに話が通る外注先が多くある日本（羽村）の方が上だという認識を持っている。

〈事例Ⅱ-3-14〉 医療器具関連の情報収集は本郷で

臨床検査薬のKA社（文京区：179名）は本社を本郷に置いている。また、医療用X線写真観察装置で約6割のシェアを持つMX社（荒川区：21名）も営業は本郷に置いている。本郷は東大（医学部）が近くにあったためか医療器具関連の企業が多くメッカともいえる。業界関係者とのコミュニケーションが取れ、情報収集しやすい立地にある。

(3) 集積のメリットのうち、「部材、部品が調達しやすい」は大田区、足立区で7割超

集積といっても、地域別の特徴があることも考えられる。ここでは所在地別に、集積のメリットを回答（「集積の立地がない」を除く）した企業の多い上位10位（11区）までを取り上げて分析する。

「部品、部材が調達しやすい」は5割を超えている区が多いが、特に大田区73.6%、足立区73.2%、葛飾区65.4%はかなり高い割合である（図表Ⅱ-3-15）。

「情報が入手しやすい」は上位10位がすべて3割を超えている。中でも台東区48.3%、江東区45.5%、文京区43.5%が高い。

「輸送費が低減できる」は文京区50.0%、江戸川区46.3%、江東区45.5%である。足立区26.8%、台東区23.6%は決して低いとはいえないものの、この中では差がみられた。

【図表Ⅱ-3-15】 所在地別の集積のメリット（上位10位まで）

複数回答

所在地	集積のメリット 部品、部材が調達しやすい	情報が入手しやすい	輸送費が低減できる。	連携が図りやすい	地域内で水平分業ができる	人材が集めやすい	公的支援を受けやすい	地域全体のイメージが上がる	その他	n
大田区	73.6%	42.9%	30.8%	30.2%	36.3%	9.3%	11.0%	8.8%	2.7%	182
台東区	57.3%	48.3%	23.6%	32.6%	19.1%	10.1%	11.2%	12.4%	6.7%	89
墨田区	55.8%	36.0%	38.4%	32.6%	20.9%	19.8%	4.7%	8.1%	0.0%	86
葛飾区	65.4%	35.9%	41.0%	30.8%	21.8%	9.0%	10.3%	1.3%	2.6%	78
足立区	73.2%	32.4%	26.8%	25.4%	21.1%	15.5%	9.9%	5.6%	1.4%	71
江戸川区	56.7%	41.8%	46.3%	32.8%	29.9%	6.0%	10.4%	6.0%	1.5%	67
江東区	50.0%	45.5%	45.5%	39.4%	28.8%	12.1%	6.1%	6.1%	3.0%	66
板橋区	57.9%	38.6%	40.4%	35.1%	19.3%	12.3%	5.3%	10.5%	1.8%	57
荒川区	62.5%	35.4%	35.4%	37.5%	27.1%	20.8%	10.4%	4.2%	2.1%	48
品川区	54.3%	37.0%	43.5%	37.0%	23.9%	10.9%	2.2%	4.3%	2.2%	46
文京区	43.5%	43.5%	50.0%	39.1%	32.6%	15.2%	6.5%	2.2%	0.0%	46

*集積メリット上位5項目別に、割合が多い区3つに網掛け

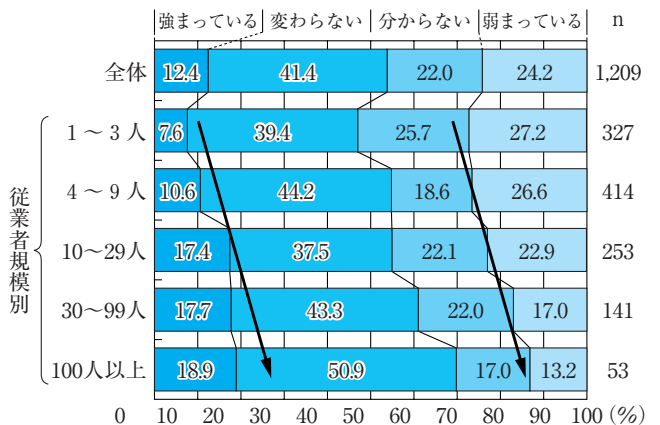
(4) 従業者規模が大きくなるほど感じている集積のメリットの強まり

集積のメリット回答企業に、集積のメリットがどう変化しているかきいたところ、全体では「強まっている」が12.4%、「弱まっている」が24.2%と、集積のメリットが弱まっていると感じている企業の割合の方が高くなった。

規模別で見ると、1～3人では「強まっている」7.6%、「弱まっている」27.2%と一層メリットの弱まりを感じているのに対し、規模が大きくなるにつれて強まりを感じる割合が高くなり、30人以上になると「強まっている」の割合の方が高くなる。100人以上では、「弱まっている」13.2%に対し、「強まっている」は18.9%に達している。

【図表Ⅱ-3-16】 集積のメリットの変化

～集積のメリットは従業者規模の大きい企業の方が強まっていると感じている～



*従業員規模別は、従業員数未記入除く

〈事例Ⅱ-3-15〉 周辺の企業の廃業により集積がなくなった例

体操マット、野球用ベースなどを製造するHU社（荒川区：9名）の周りには、かつてゴルフバッグ等スポーツ用品を大手メーカーM社に納める企業だけでも10社以上あったという。しかし、今ではほとんど海外生産になり、なくなってしまった。

(5) 集積のメリットは加工型から情報収集型へ

集積のメリットの内容別に、変化の大きさを調べることにより、集積の内容の変化を調べる。弱まっている割合が高いメリットは「部品・部材が調達しやすい」「地域内で水平分業できる」である（図表Ⅱ-3-17）。反対に強まっている割合が高いのは「情報が入手しやすい」「輸送費が低減できる」「連携が図りやすい」などとなっている。

ここからいえることは、近接し、地域内で水平分業をするような加工型の集積のメリットは弱まり、情報収集や連携など、情報収集型、本社機能型のメリットへと変貌している可能性があるということである。

【図表Ⅱ-3-17】 集積のメリットと変化との関係

複数回答

集積のメリット 集積のメリット の変化	部品・部材が 調達しやすい	情報が入手 しやすい	輸送費が低 減できる	連携が図り やすい	地域内で水平 分業ができる	人材が集め やすい	公的支援を 受けやすい	地域全体のイ メージが上がる	その他	n
強まっている	52.0%	52.0%	38.0%	44.0%	30.7%	28.7%	10.7%	16.0%	0.7%	150
弱まっている	61.3%	44.5%	32.2%	34.2%	37.7%	15.1%	7.2%	8.2%	0.3%	292
変わらない	55.9%	39.7%	37.1%	28.3%	20.6%	14.6%	8.0%	5.2%	1.6%	501
分からない	42.5%	32.7%	36.1%	24.4%	16.5%	11.3%	5.6%	6.4%	6.8%	266

*各集積メリット別に、変化の大きい方に網掛け

第2節 海外展開の動向

1 海外進出

前節までで、取引が広域化している中で、事業所が複数ある企業においては、情報収集等のために本社機能は都内に置くものの、製造機能の拠点は都外にも設けるなど立地も広域化している現状が浮き彫りになった。それでは、「グローバル化」しているといわれる中で、中小企業の海外展開についてどのような動向がみられるであろうか。

(1) 規模が大きくなるほど高い海外進出の割合

海外進出についてきいたところ、全体では「現在あり」は6.1%、「検討中」3.1%と「撤退した」の1.4%をあわせても約1割であり、決して高い割合とはいえない。

従業者規模別にみると、9人までは「現在あり」が1%台とほとんど進出はみられない。規模が大きくなるにつれて割合が増加し、10～29人では7.4%、30～99人では22.0%、100人以上になると37.5%が「現在あり」と回答している。

〈東京都の商工施策〉

中小企業海外展開支援事業

(1) 国際化対応力増強支援事業

海外展開を志向する都内中小企業を対象にセミナーを開催し、海外展開に係る基礎知識やノウハウの付与を行い、中小企業の国際化対応力の向上を図ります。

(2) 海外展開自立化支援事業

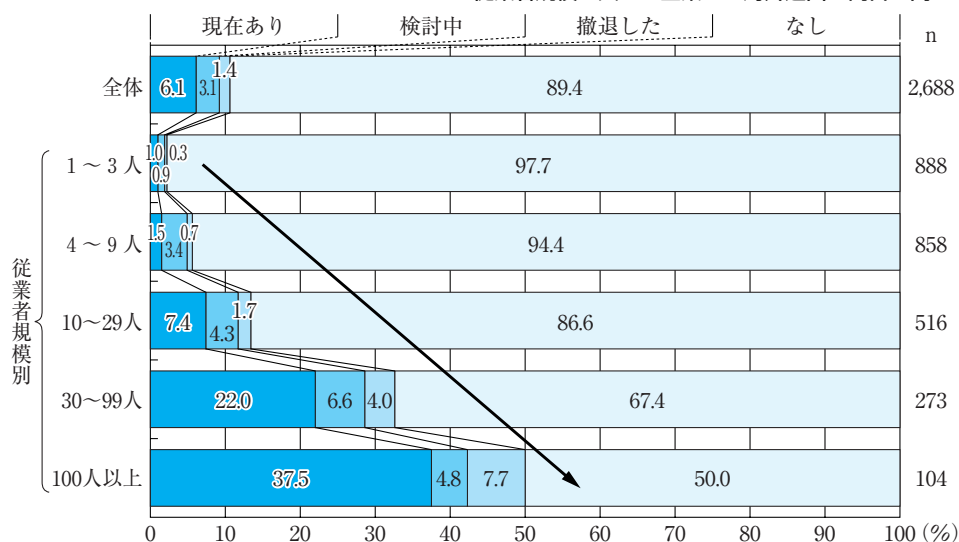
海外進出を志向する都内中小企業に対して、現地のビジネス事業等に詳しい民間企業OBを海外展開推進員として配置し、公的機関等と連携して、海外進出に向けた具体的・実践的な支援（情報提供・アドバイス等）を行い、中小企業の円滑な海外展開を図ります。

〈事例Ⅱ-3-16〉 海外の得意先が多い企業

プラスチック歯車のCD社（葛飾区：34名）は、売上高上位5社のうち、3社が海外の企業である。海外の企業は日本と違い、技術さえあれば名前にはこだわらないで高く買ってくれるので、利益に貢献

【図表Ⅱ-3-18】 海外進出について

～従業者規模の大きい企業ほど海外進出の割合は高い～



* 従業者規模別は、従業者数未記入除く

している。海外との交渉のため、当社では英語は必須となっている。業界の中で、打ち合わせを英語で行う日本企業は少ないとのことで、海外での知名度は高い。

〈事例Ⅱ-3-17〉海外進出を検討中の企業

防振・免振装置を手がけるAS社（墨田区：67名）は得意先が海外に進出しているので、出張も多い。しかし、直接の進出は今のところ考えていない。海外に関する情報は得意先から入手すると共に、出張で確認している。

〈事例Ⅱ-3-18〉海外進出していない企業

半導体製造装置の開発をしているLM社（千代田区：25名）は、海外で生産する予定は今のところない。当社の装置はかなり精度が要求される。組み立ても部品1つ1つがほとんど日本製である。韓国や台湾でも作ろうとはしているが、インフラが整っていない現在ではなかなかできない。逆にいえば、そのような海外ではできないものをつくるのが、日本で成り立つ製造業なのではないかと考えている。

〈事例Ⅱ-3-19〉流通の拠点と情報収集のため海外に営業所を置く企業

鉄道模型で大手と市場を2分するSE社（新宿区：270名）はアメリカに現地法人の営業所がある。機能は流通の拠点と現地の情報収集である。ヨーロッパには代理店がある。当社の独自の製造技術は他社では真似できないため、製品を海外で作るという考えはない。

〈事例Ⅱ-3-20〉大手の得意先の要請により進出した企業

国内で初めてプラスチックベアリングを製品化したTB社（板橋区：230名）は中国の深圳・上海に工場を作った。今まで納めていた大手の取引先が海外に工場を作り、「部品を現地調達したい」と当社に要請したため、出ざるを得なかった。ただ、生産を中国に全て移すつもりはなく、日本での生産を継続

するつもりである。

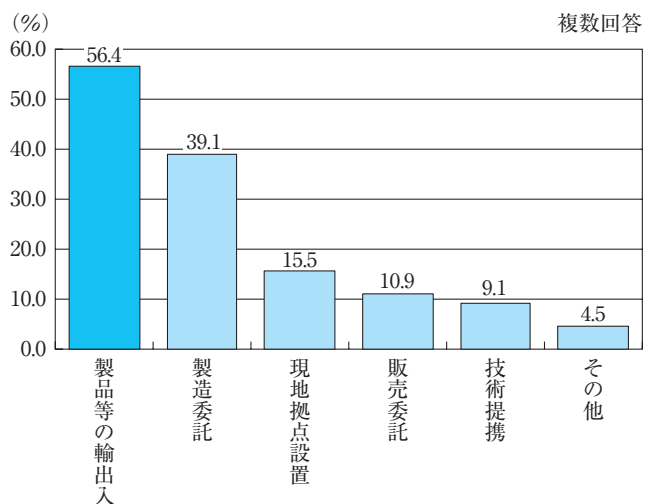
(2) 「製品等の輸出入」の割合が高い海外企業取引・海外進出の形態

次に、平成18年6月の産業労働局「東京都中小企業の景況」の付帯調査で行った「都内中小企業の国際化に関する調査」から、海外取引・海外進出「現在あり」「検討中」の都内中小製造業における海外進出の形態をみることにする。なお、この調査では進出のみでなく、製品等の輸入も加えた海外取引も回答に含まれているため、留意を要する。

最も割合が高いのが「製品等の輸出入」56.4%、次いで「製造委託」39.1%、「現地拠点設置」15.5%、「販売委託」10.9%、「技術提携」9.1%と続いている（図表Ⅱ-3-19）。

【図表Ⅱ-3-19】 海外企業取引・海外進出の形態について

～製品等の輸出入が5割超～



資料：「東京都中小企業の景況」平成18年6月調査

〈東京都の商工施策〉

海外貿易情報の収集提供支援

日本貿易振興機構（JETRO）の保有する貿易・投資情報の提供を通じて、都内中小企業の海外投資や貿易の振興等を促進します。

輸出信用補償

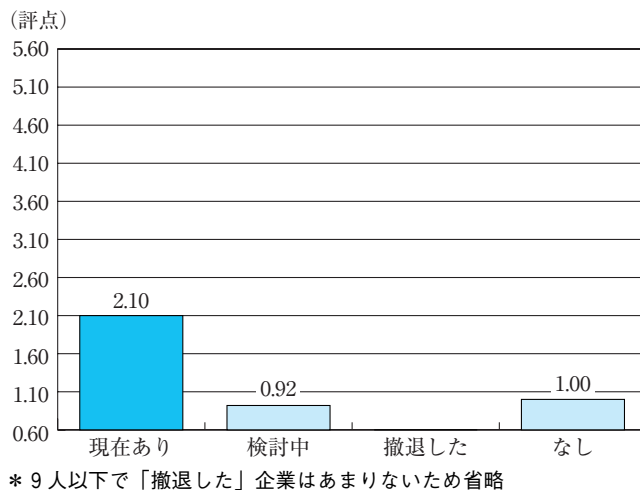
日本貿易保険が実施している輸出手形保険に対し、都は15%を上限に上乘せ補償を行ってきました。現在、新規付保や荷為替手形買取金融機関へのてん補金の支払いは終了していますが、過去にてん補金を受けた金融機関からの回収金の受入等を行っています。

(3) 9人以下では「現在あり」、30人以上では「検討中」の利益率が高い海外進出企業

次に、今回のアンケート調査に基づき、海外進出をしている企業はどのような経常利益率をあげているかを「評点」を用いて調べる。従業者規模が大きいほど進出割合が高いことから、規模の影響を除くため、3つの規模別にみると、9人以下では「現在あり」が2.10点と、「検討中」の0.92点、「なし」の1.00点と比べて高くなっている（図表Ⅱ-3-20）。（「撤退した」は企業数が少ないため省略）

【図表Ⅱ-3-20】 海外進出と経常利益率との関係（評点：9人以下）

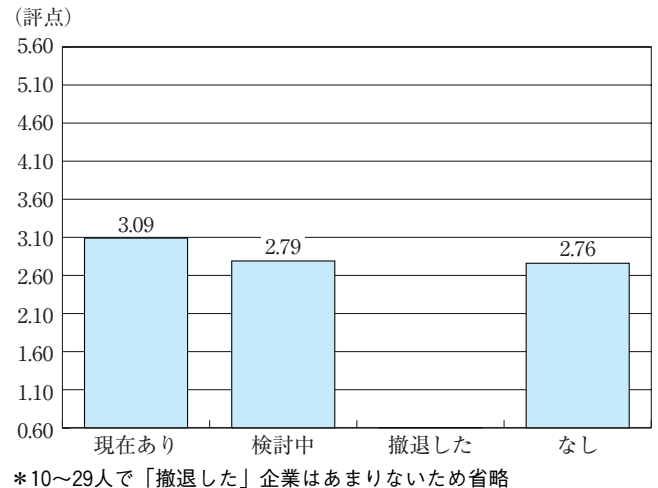
～9人以下では、海外進出「現在あり」の企業は評点が高い～



10～29人では、「現在あり」が3.09点と最も高いものの、「検討中」の2.79点、「なし」の2.76点とそれほど差はみられない（図表Ⅱ-3-21）。

【図表Ⅱ-3-21】 海外進出と経常利益率との関係（評点：10～29人）

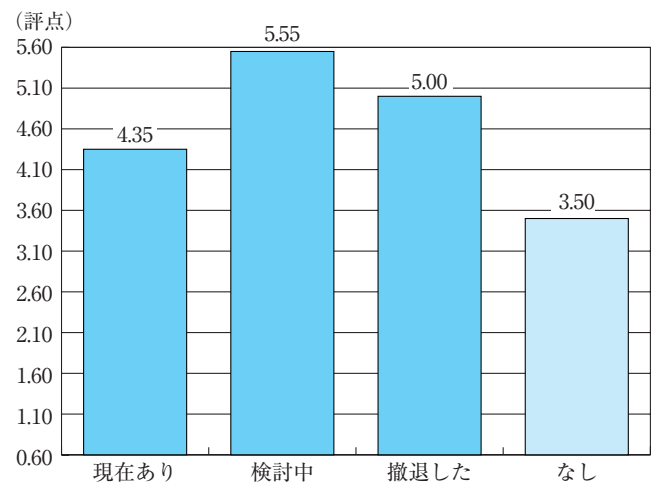
～10～29人では、海外進出と評点との関係は明確にみられない～



30人以上では、「検討中」の5.55点が最も高く、以下「撤退した」5.00点、「現在あり」4.35点と続く。「なし」は3.50点と、検討もしくは進出経験のある企業より低くなった（図表Ⅱ-3-22）。

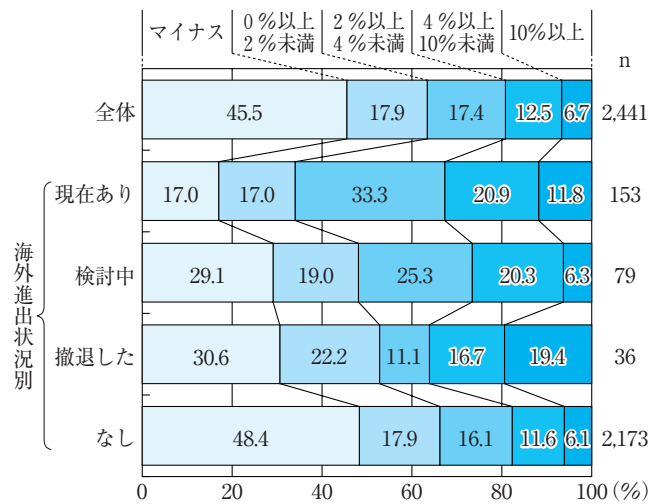
【図表Ⅱ-3-22】 海外進出と経常利益率との関係（評点：30人以上）

～30人以上では海外進出「検討中」の企業の評点が高い～



10～29人ではそれほど差はないものの、海外進出「なし」の企業より進出したか検討中の企業の方が評点は高かった。

【図表Ⅱ-3-23】 海外進出と経常利益率との関係（全体）



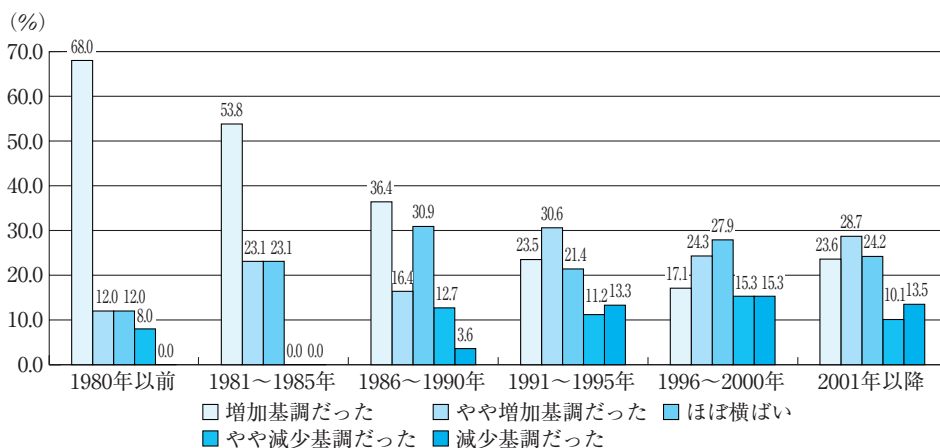
(4) 経常利益減少基調の企業でも増加してきた東アジアへの海外進出

9人以下では海外進出「現在あり」、30人以上では「検討中」の企業の利益率が高かったが、傾向はどうかであろうか。2005年11月に行われた、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「最近の製造業を巡る取引環境の実態にかかるアンケート調査」から、「東アジア進出時の経常利益状況」をみる。中小企業庁「中小企業白書2006年版」のコメントにも「以前は利益増加基

調の中で体力的余裕があり進出した企業が多かったのに対し、1980年代後半以降には、円高や東アジアの台頭の中で経常利益の減少に直面していた企業の割合も少なくない。つまり、海外展開した多くの中小企業は、自社を取り巻く経営環境の変化に対応して、海外市場へのアクセスという『攻めの経営』を選択した」とあるように、海外進出の裾野は次第に広がっていることがうかがえる。

【図表Ⅱ-3-24】 東アジア進出時の経常利益状況（進出年次別）

～かつては経常利益増加基調の企業が海外進出していたが、近年は減少基調の企業でも進出している～



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「最近の製造業を巡る取引環境変化の実態にかかるアンケート調査」(2005年11月)

2 海外進出の目的

(1) 海外進出の目的は、「現地市場の開拓・販路確保」が第1位

海外進出「現在あり」「検討中」「撤退した」と回答した企業に、海外進出の目的について複数回答できいたところ、全体では「現地市場の開拓・販路確保」が47.9%で第1位。また、「安価で豊富な労働力の確保」が41.1%、「安価な部品・原材料の調達」は40.4%と、上位3項目は4割を超える企業が目的としており、以下「受注量の確保」24.3%、「親会社・取引先の要請」17.9%と続いている（図表Ⅱ-3-25）。

(2) 「安価な部品・原材料」を求める従業員規模1～3人、「現地市場」を求める30人以上

規模別にみると、1～3人では「安価な部品・原材料の調達」が47.6%と高い一方で、「現地市場の開拓・販路確保」は9.5%と低い。4～29人では「現地市場の開拓・販路確保」「安価で豊富な労働力の確保」「安価な部品・原材料の調達」が約3割から4割で大きな差はない。30人以上になると、「安価で豊富な労働力の確保」も4割超と高い割合であるが、「現地市場の開拓・販路確保」が6割を超え、より高くなっている。

【図表Ⅱ-3-25】 海外進出の目的

複数回答

	現地市場の開拓・販路確保	安価で豊富な労働力の確保	安価な部品・原材料の調達	受注量の確保	親会社・取引先の要請	設備投資負担の軽減	海外の人材の優秀さ	海外の技術力の吸収	その他	n
全体	47.9%	41.1%	40.4%	24.3%	17.9%	10.0%	7.9%	5.0%	3.2%	280
従業員規模別	1～3人	9.5%	19.0%	47.6%	23.8%	23.8%	4.8%	4.8%	4.8%	21
	4～9人	40.4%	34.0%	36.2%	31.9%	12.8%	4.3%	10.6%	8.5%	47
	10～29人	37.9%	40.9%	43.9%	22.7%	10.6%	6.1%	6.1%	6.1%	66
	30～99人	59.8%	50.6%	42.5%	25.3%	24.1%	13.8%	8.0%	4.6%	87
	100人以上	63.5%	42.3%	32.7%	19.2%	17.3%	15.4%	7.7%	1.9%	52

*従業員規模別は、従業員数未記入除く

*従業員規模別に、最も割合の高い目的に網掛け

〈事例Ⅱ-3-21〉 海外に市場を求めていく企業

国内需要はほぼ頭打ちだと思っているTB社（板橋区：230名）は、海外営業部を作り、アメリカ・ヨーロッパなどに直接行って、個別の会社や商社とコンタクトを取って話をしている。これからはグローバルに売っていくつもりである。

〈事例Ⅱ-3-22〉 コスト削減のため、海外に材料を求める企業の例

野球用ベースでは東京圏で約5割のシェア（野球用ベースの製造は東京圏で5社、全国で10社程度である）を持つHU社（荒川区：9名）は、毎年得意先からコストダウン要請を受けている。

ベースの表面の素材は、歴史的に麻→綿→ゴム→塩ビと移り変わってきた。近年、塩ビをなくそうと

いう動きのなか、新素材としてTPE（熱可塑性エラストマー）を使おうと考えていたが、日本での価格は塩ビの4倍である。脱塩ビでコストダウンをするために、生地は価格の安い台湾から仕入れ、加工は人件費の安い中国で行うという「世界最適生産」を模索中である。

〈事例Ⅱ-3-23〉 進出も撤退も得意先の動向次第

高いプレス加工技術を持つSC社（八王子市：240名）はシンガポールとマレーシアと中国の上海に工場を展開した。どちらも得意先から支援してくれないか、という要請があつてのこと。その後マレーシアは撤退したが、それも得意先がマレーシアから引き上げたためである。

3 海外進出の国・地域

(1) 圧倒的に高い中国への進出割合

次に、海外進出「現在あり」「検討中」「撤退した」と回答した企業に海外進出先の国・地域について複数回答できいたところ、「中国（香港含む）」が68.5%、次いで「韓国」21.1%、「台湾」19.0%、「米国」17.9%と続いている。「中国（香港含む）」は2位の「韓国」の3倍以上の回答があり、進出国としての人気の高さをうかがわせる。

〈事例Ⅱ-3-24〉 海外の従業員はすべて中国人に

インパルス巻線試験機で世界シェア80%のDS社（羽村市：29名）は、1996年に中国の上海に進出した。11人の社員は責任者も含めすべて中国人である。拠点の効果は、日系企業だけでなく中国、台湾、韓国、欧米などの企業への新市場開拓ができたことである。中国では売掛金が回収できない企業の例をよく聞かすが、当社は100%回収できており、また値段を下げなくても販売できている。現地ならではの仕事のやり方、営業の仕方は現地の人間がいちばんよく知っているのも、うまくいっているのではないか。

【図表Ⅱ-3-26】 海外進出をしている企業（検討中と撤退含む）における、進出先の国・地域について（規模別）

		複数回答															n
		中国（香港含む）	韓国	台湾	米国	タイ	ベトナム	EU諸国	マレーシア	インド	インドネシア	ロシア	ブラジル	カナダ	メキシコ	その他	
全体		68.5%	21.1%	19.0%	17.9%	12.9%	8.2%	7.5%	7.2%	6.5%	4.3%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	5.4%	279
従業員規模別	1～3人	50.0%	20.0%	25.0%	5.0%	20.0%	5.0%	10.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%	10.0%	20
	4～9人	66.0%	21.3%	12.8%	23.4%	12.8%	4.3%	10.6%	2.1%	10.6%	12.8%	0.0%	2.1%	2.1%	0.0%	4.3%	47
	10～29人	71.6%	28.4%	20.9%	13.4%	11.9%	13.4%	6.0%	9.0%	4.5%	1.5%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	67
	30～99人	66.3%	15.1%	20.9%	14.0%	12.8%	8.1%	4.7%	4.7%	4.7%	2.3%	0.0%	1.2%	1.2%	2.3%	4.7%	86
	100人以上	78.8%	23.1%	15.4%	28.8%	9.6%	5.8%	9.6%	9.6%	7.7%	3.8%	3.8%	3.8%	1.9%	3.8%	7.7%	52

*従業員規模別は、従業員数未記入除く

(2) 今後の進出可能性も高い中国、伸びが目立つベトナム、インド

今後の進出国の可能性を調べるために、進出状況別に進出国・地域をみる。現在あり、と回答した企業は「中国（香港含む）」が76.7%と高い。検討中、と回答した企業でも「中国（香港含む）」が63.3%と、同率2位である「韓国」「米国」の17.7%と比べて圧倒的に高く、今後も中国に対する進出割合は高くなりそ

うな勢いである。「韓国」「米国」「台湾」は、現在ありよりも検討中の割合の方が低いのに対し、「タイ」「ベトナム」「インド」「EU諸国」は検討中の割合の方が高い。特に「ベトナム」は7.2ポイント、「インド」は6.5ポイント高く、今後、進出割合が伸びる可能性がある。

【図表Ⅱ-3-27】 海外進出をしている企業（検討中、撤退含む）における、進出先の国・地域について（進出状況別）

		複数回答															n
		中国（香港含む）	韓国	米国	台湾	タイ	ベトナム	インド	EU諸国	マレーシア	インドネシア	ロシア	ブラジル	カナダ	メキシコ	その他	
検討中		63.3%	17.7%	17.7%	16.5%	15.2%	13.9%	11.4%	8.9%	2.5%	2.5%	1.3%	1.3%	2.5%	0.0%	3.8%	79
現在あり		76.7%	23.3%	18.4%	22.7%	14.1%	6.7%	4.9%	8.0%	9.2%	4.3%	1.2%	1.8%	1.2%	2.5%	1.8%	163
撤退した		44.4%	19.4%	16.7%	8.3%	2.8%	2.8%	2.8%	5.6%	8.3%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	36

〈事例Ⅱ-3-25〉記事ではなく、海外情報は自分の目で

新聞や雑誌などで「中国では精密なモノは作れない」という記事がでるが、行ってみると日本では見たことがないような新しい設備が山ほどあり、実際に細かい部品が作られているのを目にする。コネクタ等電子部品のMK社（大田区：100名）は知り合いの企業に、ツアー旅行に行くだけではなく、海外の生産現場や海外の企業が積極的に投資・消費する姿を見て、現実をまず直視することを勧めている。

(3) 国際見本市に出展したい地域として割合が大きいアジア

平成18年6月の「東京都中小企業の景況」の「都内中小企業の国際化に関する調査」において、国際見本市が海外で開催される場合、どの地域で出展したいかを複数回答できいたところ、「アジア」が55.2%と最も高く、次いで「ヨーロッパ」41.8%、「北米」31.3%となり、アジアへの関心の高さがうかがえる。

〈東京都の商工施策〉

中小企業海外経済活動支援事業

ア 東京都主催の展示商談会

「TOKYO SHOWCASE」

優れた製品や技術力を有する東京の中小企業が、東京のものづくり産業の代表として海外（欧州）へ出向き、現地企業との商談会を行います。

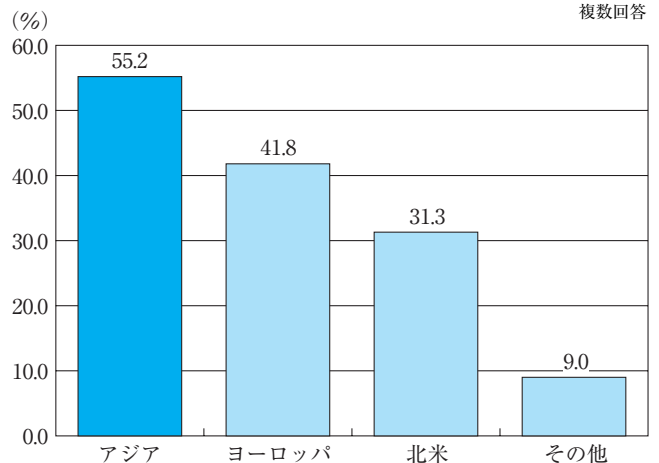
イ メタルアジア（国際金型・工作機械見本市）出

展事業

ベトナムで開催予定の金型・工作機械見本市（MTA：メタルアジア）に出展する企業に対して支援します。

ウ 出展先選択型（オーダーメイド型）展示会事業
中小企業関連の団体やグループに対し、アジア地域で開催される見本市への出展を支援します。

【図表Ⅱ-3-28】 国際見本市に出展したい地域



資料：「東京都中小企業の景況」平成18年6月調査

4 海外進出の問題点

(1) 現地に派遣する人材、現地従業員の教育、技術や品質等が海外進出の問題点

海外進出企業（検討中と撤退含む）に、問題点について複数回答できいたところ、全体では「現地に派遣する人材の不足」36.0%、「技術や品質での課題がある」34.9%、「現地従業員の教育・労務管理」32.6%となった。

【図表Ⅱ-3-29】 海外進出をしている企業（検討中、撤退含む）における、海外進出の問題点について（規模別）

従業員規模別	現地に派遣する人材の不足	技術や品質での課題がある	現地従業員の教育・労務管理	進出のための資金調達	各種制度や政策の変化	言語が異なる	通貨・為替の問題	現地人材の確保が困難	模倣品・知的財産被害	現地パートナーの不在	代金回収が困難	賃金の上昇	採算がとれない	資材・原材料の調達困難	インフラの未整備	環境基準等製造環境が異なる	下請・外注企業が不足	その他	n
全体	36.0%	34.9%	32.6%	27.9%	26.0%	23.3%	21.3%	20.5%	18.6%	14.7%	14.3%	13.2%	11.2%	11.2%	10.9%	7.0%	5.4%	3.5%	258
1～3人	11.8%	35.3%	17.6%	35.3%	17.6%	41.2%	0.0%	17.6%	11.8%	11.8%	0.0%	5.9%	11.8%	5.9%	11.8%	5.9%	0.0%	5.9%	17
4～9人	34.1%	36.6%	24.4%	39.0%	19.5%	24.4%	17.1%	12.2%	19.5%	22.0%	9.8%	2.4%	17.1%	9.8%	4.9%	7.3%	12.2%	2.4%	41
10～29人	35.9%	32.8%	21.9%	34.4%	21.9%	20.3%	20.3%	25.0%	21.9%	15.6%	9.4%	4.7%	9.4%	14.1%	7.8%	6.3%	9.4%	4.7%	64
30～99人	42.5%	33.8%	45.0%	22.5%	27.5%	25.0%	27.5%	23.8%	16.3%	17.5%	21.3%	23.8%	12.5%	13.8%	11.3%	8.8%	3.8%	3.8%	80
100人以上	38.0%	36.0%	38.0%	18.0%	38.0%	18.0%	26.0%	16.0%	22.0%	4.0%	16.0%	18.0%	8.0%	6.0%	20.0%	6.0%	0.0%	2.0%	50

*従業員規模別は、従業員数未記入除く

〈事例Ⅱ-3-26〉 海外に派遣する人材が不足

金型・工具製造メーカーF社（大田区：約900名）は、タイと中国上海に展開している。海外に派遣する人材は語学が堪能で、海外に駐在できる人間でなければならない。従業員数900名弱と、中小企業としては大規模な部類に入るものの、大企業と比べれば豊富に人材を採用できるわけではない。海外展開の際に現地に派遣する人材には苦勞しているとのことである。

〈事例Ⅱ-3-27〉 海外の品質はまだ日本に追いついていないという意見

油圧シリンダ製造のMS社（大田区：95名）は中国の大連に進出して16年経った。中国国内に販売するシリンダと、日本国内でアセンブリするための部品を製造している。現地ではすべて中国人でやっており、日本に比べてまだ品質要求レベルが低い中国国内向けの製品は任せられるが、世界一と目される日本企業の品質要求レベルはかなり高く、40～50年の歴史がある日本工場の高い品質が必要とのこと。

〈事例Ⅱ-3-28〉 海外の現地法人の品質に課題

民生用ヒーターを主力としているSA社（港区：84名）は、中国の現地法人に生産を委託している。日本から部長級の人間を派遣し、技術指導しているが、中国の品質に関する意識が日本と違ってまだ低く、技術的にも不十分である。また、従業員の定着

率も悪く、管理職でも辞めていく。品質の安定性を維持・確保していくため、日本から人材を派遣しなければならない課題がある。

〈事例Ⅱ-3-29〉 問題がない企業

高いプレス加工技術を持つSC社（八王子市：240名）は中国の上海に進出したが、よく言われているさまざまな問題は幸運なことにまだ経験していない。昔は合弁でなければ進出できなかったが、独立資本でも行けるようになったことが大きいと思っている。

(2) 検討中の企業は「資金調達」、撤退した企業では「採算が取れない」、「模倣品被害」が目立つ
海外進出における問題点

進出状況別に問題点をみると、全体での上位3項目「現地に派遣する人材の不足」「技術や品質での課題がある」「現地従業員の教育・労務管理」は、進出・検討中・撤退の状況に関わらず問題点とする割合が高い（図表Ⅱ-3-30）。

その他、現在ありでは「各種制度や政策の変化」27.0%、「通貨・為替の問題」23.3%が高い。また検討中の企業の中では「進出のための資金調達」46.8%が最も高い割合であり、撤退したでは「採算がとれない」36.1%、「模倣品・知的財産被害」27.8%が目立つ。

【図表Ⅱ-3-30】 海外進出をしている企業（検討中、撤退含む）の海外進出の問題点について（進出状況別）

	現地に派遣する人材の不足	技術や品質での課題がある	現地従業員の教育・労務管理	進出のための資金調達	各種制度や政策の変化	言語が異なる	通貨・為替の問題	現地人材の確保が困難	模倣品・知的財産被害	現地パートナーの不在	代金回収が困難	賃金の上昇	採算がとれない	資材・原材料の調達困難	インフラの未整備	環境基準等製造環境が異なる	下請・外注企業が不足	その他	n
現在あり	30.1%	36.8%	28.8%	16.0%	27.0%	22.1%	23.3%	17.2%	15.3%	5.5%	11.0%	19.0%	6.1%	10.4%	9.8%	8.0%	3.7%	4.3%	163
検討中	32.9%	24.1%	30.4%	46.8%	22.8%	24.1%	16.5%	21.5%	16.5%	26.6%	17.7%	3.8%	7.6%	10.1%	11.4%	5.1%	6.3%	1.3%	79
撤退した	50.0%	30.6%	36.1%	25.0%	13.9%	13.9%	11.1%	22.2%	27.8%	22.2%	13.9%	0.0%	36.1%	11.1%	8.3%	2.8%	8.3%	2.8%	36

*従業員規模別は、従業員数未記入除く
*各進出状況別に、上位5項目に網掛け

〈事例Ⅱ-3-30〉 模倣品と政策変化が問題点

インパルス巻線試験機で世界シェア80%のDS社（羽村市：29名）によると、中国での展示会場で、外見は異なるが、説明書をみるとどう考えても自社のコピー製品でないかと思われる製品が出ている。

ただ、自社製品の品質には自信がある。使ってもらえば違いがわかるので、コピー商品が買いたければ買ってもらい、壊れたら本物を買ってもらえばいいと考えている。

中国は法律がよく変わるが、問題なのは施行までの周知期間がないことである。そのため、法律を遵守していたと思っても、気がついたら突然法律違反の状態になっていることがある。

〈事例Ⅱ-3-31〉 模倣品が出た企業

国内で初めてプラスチックベアリングを製品化したTB社（板橋区：230名）によると、中国の内陸部は全て統制されているため、資金の自由度などが乏しい。移転価格税制など全部考えながらやらないといけない。中国当局は日によって言うことが変わることがあり、一番困る。また、インフラの整備がされていないことと、電力事情が悪いことが問題である。

さらに、模倣品（知的財産）被害がある。どこで作っているのか定かではない。品質は落ちるのだが、見た目はまったく同じものが出回る。

〈東京都の商工施策〉

中小企業経営・技術活性化支援事業

・外国侵害調査助成事業

外国における模倣品被害の事実確認調査に対する助成（再掲）