

# 中小企業の海外進出の動向と課題についての一考察

## —山梨中小企業を事例に—

張 兵

Trend and Issues of Overseas Business by Small and Medium Enterprises:  
—A Case Study of Small and Medium Enterprises in Yamanashi—

ZHANG Bing

### Abstract

This paper deliberates the overseas business situation of medium and small enterprises according to the newest research materials. (1)As national market's decline and the yen appreciate, the business situation of medium and small enterprises is getting harder. The markets of the emergent countries of Asia are expected. (2)But compared to big enterprises, the medium and small enterprises' embarkation is still very little. At all the medium and small enterprises have no eagerness so much. (3)One reason, for the development of foreign embarkation, that it is known there are a lot of problems and worries, like a lack of understanding of the local situation, the lack of talent and so on. (4)Furthermore, for the nation and autonomy, offering local information, building an embarkation's circumstance, supporting for talent and funds, and a reduction of corporation tax are needed.

キーワード：中小企業、海外進出、山梨

Key words: small and medium enterprises, overseas business, Yamanashi

## I はじめに

リーマンショック後の景気後退にデフレや国内市場の縮小、急激な円高などが加わって、日本経済がなかなか足踏み状態から脱出できていない。特に国内市場に大きく依存し、資金力をはじめとする体力も比較的弱い中小企業<sup>1)</sup>のほうが一層きびしいに違いない。そうしたなか、最近では、アジア新興国を中心とする国や地域へ進出し、海外で活路を見出そうとする中小企業が増えつつあるが、全体的に見れば、中小企業の海外進出は必ずしも多いとは言えないような状況となっている。研究の場合でも、海外進出と言えば、多国籍企業の動きに注目が集まりがちであり、中小企業の海外進出に関する研究はまだそれほど多くない。

本稿では、最近公表されているわが国の中小企業の動向に関する調査資料及び筆者たちが調査し

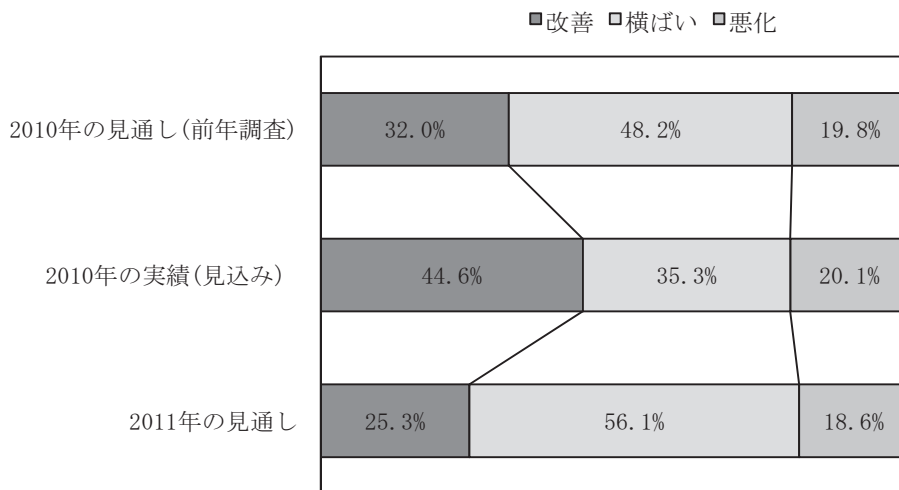
てきた山梨県内の中小企業の事例を利用し、これまであまり研究されなかった中小企業の海外進出の動向と課題について考察を行いたい。

## II 中小企業の経営環境と海外進出の動向

### 1. 多くの不安を抱える中小企業

まず中小企業がいまの景況をどう見ており、またどのような問題や不安を持っているかについて確認してみよう。

図1は2011年の中小企業業況見通し、表1は2011年に向けて中小企業が抱えている不安要素についての調査結果である(ただし、この調査は東日本大震災前の2010年11月時点に行ったものであり、震災の影響が含まれていない)。2011年の業況見通しを見ると、「横ばい」と「悪化」見込みの割合がそれぞれ56.1%と18.6%にも達し、



注：日本政策金融公庫総合研究所が実施した「2011年の中小企業景況見通し調査」の結果である。調査時点は2010年11月。調査対象は、三大都市圏(首都圏・中京圏・近畿圏、下同)の日本政策金融公庫取引先900社。なお、有効回答社数は552社(回答率61.3%)。出所：日本政策金融公庫総合研究所(2011)による。

図1 2011年中小企業の業況見通し

「改善」見込みの割合が25.3%にとどまっている。2010年の業況(実績見込み)に比べて、「改善」見込みの割合が19.3%低下し、一方では「横ばい」見込みの割合が20.8%上昇している。前回の調査(2010年の見通し)と比べても、「改善」が6.7%低下した一方、「横ばい」が7.9%上昇し、中小企業に見られた景況はますます悲観的になることが

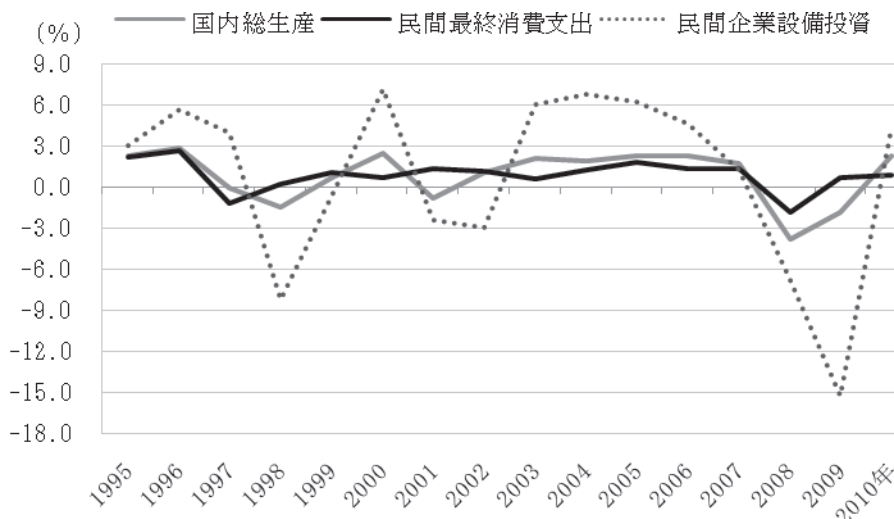
読み取れる。

続いてどこに不安を感じているかについて聞いた結果、「国内の消費低迷、販売不振」が2010年に引き続き最も高い割合(82.8%)を占めるほか、はげしい円高を背景に、「取引先の海外生産進展」、「為替相場の変動」、「アジア企業の台頭」などを不安要素に挙げる企業の割合が高まっており、「為

表1 2011年中小企業の不安要素

不安要素	回答数(%)	2010年回答数(%)
① 国内の消費低迷、販売不振	82.8	86.7
② 原材料価格、燃料コストの高騰	27.4	24.7
③ 取引先の経営不安、経営破綻	21.8	29.8
④ 取引先の海外生産進展	21.8	16.1
⑤ 為替相場の変動	21.4	12.7
⑥ 製品・サービス価格の低下	20.7	19.2
⑦ 海外経済の減速による輸出減少	19.0	17.8
⑧ 人材の不足、育成難	17.6	13.9
⑨ 金融動向(金利上昇、調達難)	15.0	28.7
⑩ 有利子負債の多さ	12.9	14.4
⑪ アジア企業の台頭	8.7	5.3

注：日本政策金融公庫総合研究所が実施した「2011年の中小企業景況見通し調査」の結果である。調査時点は、2010年11月。調査対象は、三大都市圏の日本政策金融公庫取引先900社。有効回答社数は552社(回答率61.3%)。なお、複数回答であるため、合計は必ずしも100にならない。出所：日本政策金融公庫総合研究所(2011)による。

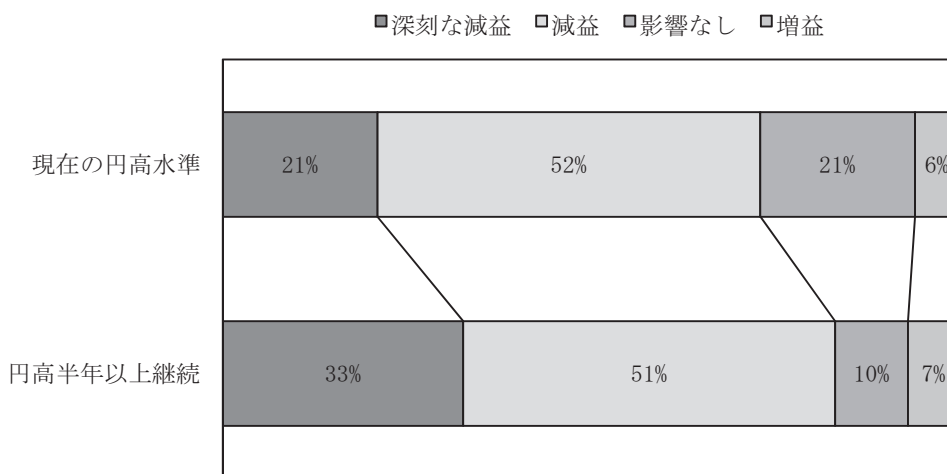


出所：内閣府資料(<http://www.esri.cao.go.jp>)により作成。

図2 国内総生産・民間最終消費支出・民間企業設備投資の推移 (1995～2010年)  
(対前年増減率、%)

替相場の変動」が前年調査の12.7%から21.4%へ、「取引先の海外生産進展」が同16.1%から21.8%へ、「アジア企業の台頭」が同5.3%から8.7%へと、今回の調査で1、2、4番目の上昇幅となっている。中小企業の直面している経営環境が国内・国外のいずれから見てもきびしさを増していると言える。

なお、中小企業の不安要素として表1に示されている11項目が挙げられているが、それを大まかに「国内市場の縮小・業績不振」(①③⑥⑦)、「円高・空洞化」(④⑤⑪)、「コスト増」(②)、「人材不足・資金難」(⑧⑨⑩)との4つにまとめることができよう<sup>2)</sup>。これらに、2011年3月に発生した東日本大震災の影響が新たな不安要素として加



注：経済産業省が実施した「現下の円高が産業に与える影響に関する調査」の結果である。調査期間は、2011年8月22日～26日。調査対象は、輸出製造企業を中心とした中小企業93社(製造業83社、非製造業10社)。回答数89(回答率95.7%)。なお、調査期間中の為替レート(東京市場、17:00時点終値)は、1米ドル=77.06円(最安値:8月26日)～76.63円(最高値:8月24日)。

出所：経済産業省(2011)による。

図3 円高の中小企業収益への影響

わってくるのは言うまでもない。

では、なぜこれらの要素に対して不安に思われているか、あるいはどれほど不安に思われているかについて、国内市場の縮小と円高を例にもう少し具体的に見てみよう。

図2は1995～2010年の国内総生産、民間最終消費支出、民間企業設備投資の推移（対前年増減率）を示すものである。2010年の水準を1995年のそれと比べて見ると、民間企業設備投資が3.1%から4.4%へとわずかな高まりがあったものの、国内総生産は全く同じの2.3%であり、民間最終消費支出はむしろ2.2%から0.9%へと大きく落ち込んでいる。総じて、日本の内需も経済成長も停滞状態にあるのが実情である。さらに震災の影響もあって、これからも国内市場の拡大が期待できないと言えよう。

近年、円高が急激に進行し、それが中小企業の収益に対してどのような影響があると考えられるのか。図3はその調査結果を示すものである。現在の円高水準では、減益となる企業が7割強に上り、円高が半年継続した場合には、減益を予想する企業が8割を超え、うち深刻な減益を予想する企業が3分の1にも達している<sup>3)</sup>。

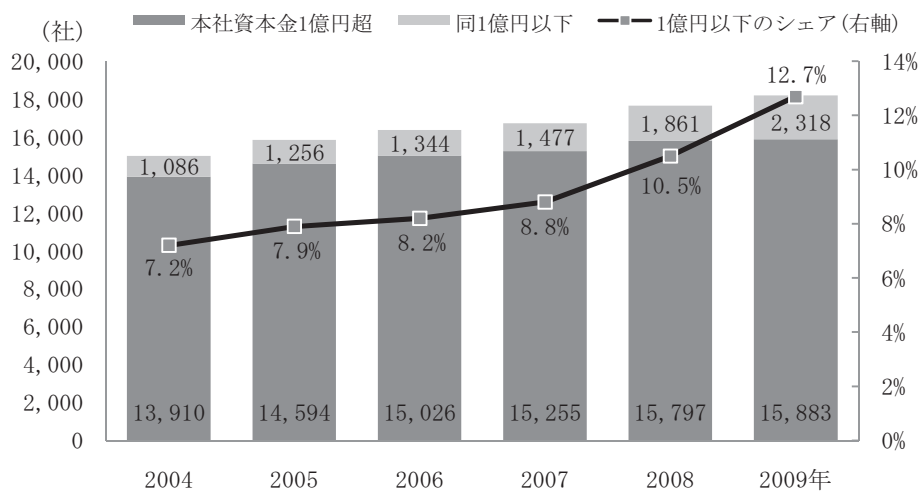
このような状況の中、中小企業も国内市場に依

存しての維持と発展が難しくなっており、生き残りをはかるためには、いかに新興国をはじめとする海外市場の成長を取り込むことがかぎとなろうと考えられる。

## 2. 伸び悩んでいる中小企業の海外進出

しかし、それで海外進出に踏み出す中小企業が多くなるかと言えば、実は必ずしもそうではない。総務省が2006年に行った調査によると、全国中小企業1,493,258社のうち、海外に子会社又は関連する会社を保有する企業がわずか0.51%の7,551社にとどまるという（中小企業庁編2011）。また三菱東京UFJ銀行（2010）によると、本邦中堅中小企業のうち現地法人を設立している企業の割合は、本社資本金1～10億円の企業で約3.5%、本社資本金5千万円以上1億円以下の企業では1%にも満たないという。

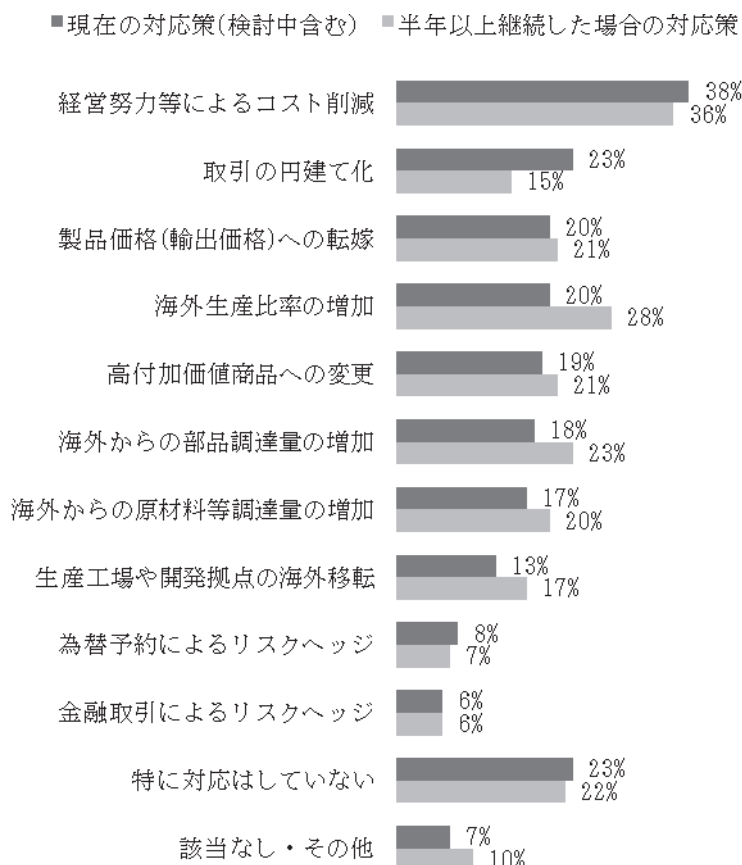
図4は2004～2009年本社資本金規模別にみた現地法人企業数を示している。本社資本金1億円以下の現地法人数は2004年の1,086社から2005年1,256社、2006年1,344社、2007年1,477社、2008年1,861社、2009年2,318社と年々増加しているが、現地法人総数に占めるシェアはこの6年間でそれぞれ7.2%、7.9%、8.2%、8.8%、



注：経済産業省が実施した「海外事業活動基本調査」第35回～第40回の結果である。

出所：経済産業省資料(<http://www.meti.go.jp>)により作成。

図4 本社規模別にみた現地法人企業数（2004～2009年）



注：経済産業省が実施した「現下の円高が産業に与える影響に関する調査」の結果である。調査期間は、2011年8月22日～26日。調査対象は、輸出製造企業を中心とした中小企業93社(製造業83社、非製造業10社)。回答数は、現在84(回答率90.3%)、半年継続86(同92.5%)。なお、調査期間中の為替レート(東京市場、17:00時点終値は、1米ドル=77.06円(最安値：8月26日)～76.63円(最高値：8月24日))。

出所：経済産業省(2011)による。

図5 中小企業の円高対策

10.5%、12.7%にとどまっており、大企業と比べて現地法人における中小企業のシェアがまだ非常に少ないと言わざるを得ない。

### 3. 海外進出についての中小企業の意識

なぜ海外進出している中小企業が比較的小さいのか。その背景には、中小企業が海外進出に対して必ずしも積極的でないという事情があると考えられる。先ほど述べた経済産業省の円高に関する調査では、円高の影響について現在の円高水準では7割強、円高半年以上継続した場合8割超の中小企業が減益となると予想するものの、図5で示されているように、円高対策として「生産工場や

開発拠点の海外移転」を選ぶ企業が現在の対応策(検討中含む)で13%、半年以上継続した場合の対応策で17%にとどまっており、それより「経営努力、製品設計変更等によるコスト削減」(選ばれた割合が最も高い現在の対応策で38%、半年以上継続した場合の対応策で36%)や「取引の円建て化」(同23%、15%)、「製品価格(輸出価格)への転嫁」(同20%、21%)、「高付加価値商品への変更」(同19%、21%)、「海外からの部品調達量の増加」(同18%、23%)、「海外からの原材料等調達量の増加」(同17%、20%)、「為替予約、金融取引によるリスクヘッジ」などが主流策に挙げられ、国内に留めるままで対応していこ

表 2 調査企業の業種

業種	回答数
食料品	3
酒類	5
繊維・縫製	4
医薬品	1
医療機器	1
精密機器(含部品)	5
電子電気機器	2
コンピュータ製品	1
住宅設備家具	1
プレス加工	2
機械彫刻	1
宝石貴金属(含卸・販売)	16
その他製造業	14
情報・通信業	3
無回答	3
計	62

出所：「山梨県内企業の海外進出等に関する調査」により作成。

うとする姿勢が窺われる<sup>4)</sup>。

### Ⅲ 中小企業の海外進出の課題—山梨県内企業の調査に基づいて

#### 1. 調査の概要

山梨県内企業の海外進出の実態と企業ニーズを把握するため、2010年8月に、甲府商工会議所・山梨県立大学・山梨総合研究所3者共同で甲府商工会議所会員企業62社に対して、「企業の海外進出等に関する調査」を実施した（以下、「山梨県内企業の海外進出等に関する調査」と記す。なお、同調査の結果については、張兵ほか2011にも紹介している<sup>5)</sup>。以下では、その結果を説明し、あわせて若干の分析を行うことにする。

「貴社では海外に現地法人、支社、工場、営業拠点がありますか」の質問に対して、

「ある」の回答が15社、「ない」の回答が47社となっている。また業種別から見ると、62社のうち、製造業56社、情報通信業3社、無回答3社となっている（表2）。

#### 2. 海外進出企業の状況

「海外に現地法人、支社、工場、営業拠点がありますか」の質問に「ある」と答えた企業に対して、その進出先、事業所の形態、現地の事業内容、従業員数、進出時期について記入を求め、回答は表3の通りである。

進出先31カ所のうち、アジアは25（うち中国だけで15）、次いでアメリカ3、フランス1、オーストラリア2の順であり、圧倒的にアジア特に中国に集中している。中国進出にあたっては、最近、賃金上昇などさまざまなリスクが指摘されているが、金融危機後の中国経済の底堅さなどから、投資先としての重要度がむしろ高まっていると見られる（三菱東京UFJ銀行2010）。

事業所の形態は、現地法人が28で最も多く、ほかに工場6、営業拠点7がある。

現地の事業内容は生産製造が中心でありながら、販売、輸出入、部材調達供給なども含まれている。総じて、これまで山梨県内企業の海外進出はメーカーが中心となっており、これは地域の特徴又は強みの1つであるが、これからは中国の「世界の工場」から「世界の市場」への転換に伴い、



表3 海外進出企業の概要

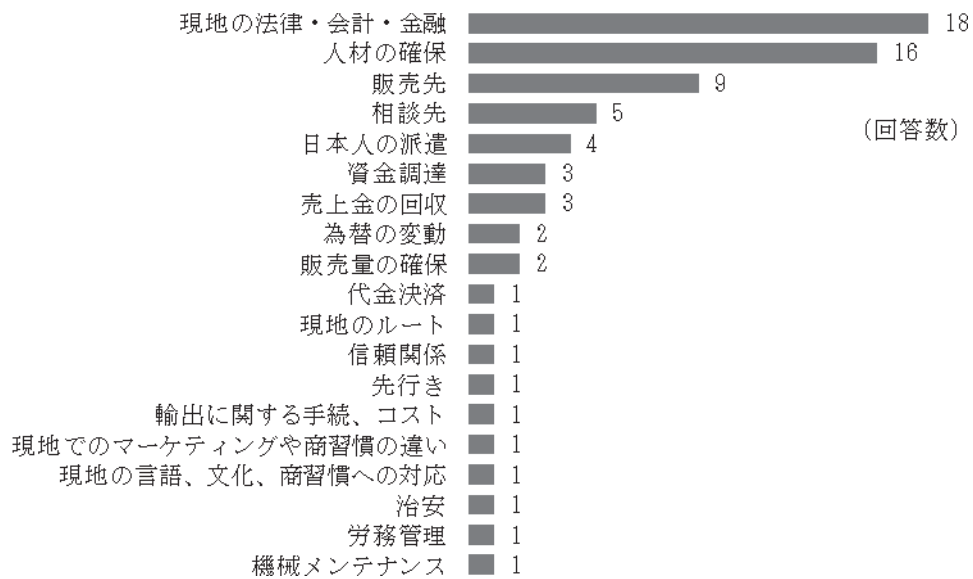
進出先国(都市)	回答数	海外事業所の形態	回答数	従業員数	回答数
中国(香港)	3	現地法人	28	1~10人	10
中国(深圳)	3	支社	0	11~50人	8
中国(上海)	2	工場	6	51~100人	3
中国(江蘇省)	2	営業拠点	7	101~200人	5
中国(大連)	1	現地の事業内容	回答数	300人以上	5
中国(天津)	1	食品製造	2	日本人数	回答数
中国(西安)	1	ニット製品生産・管理	2	0人	10
中国(成都)	1	部材調達支援	1	1人	2
中国(瀋陽)	1	プレス加工	1	2人	11
台湾(台北)	2	輸出入	1	3人	1
シンガポール(シンガポール)	1	輸出入・小売	1	4人	2
タイ(バンコク)	1	衣料品製造	1	5人	3
タイ(ラヨーン)	1	水晶製造・販売	3	8人	1
タイ(チョンブリー)	1	水晶製造	1	15人	1
タイ(スラート)	1	乾麺製造・販売	2	進出時期	回答数
ベトナム(ホーチミン)	1	農場運営	1	1970年代	1
マレーシア(イポー)	1	菓子販売	1	1980年代	2
フィリピン(ラグナ)	1	ねじ等製造	2	1990年代	9
アメリカ(ワシントン)	1	製造	1	2000年以降	17
アメリカ(オハイオ州)	1	営業	1	※2000年以降の内訳： 2000年3、2002年2、2003年2、 2005年1、2006年1、2007年4、 2008年1、2009年2、2010年1	
アメリカ(マンハイム)	1	木製家具	1		
フランス(エンジスハイム)	1	生産	4		
オーストラリア(バララト)	1	生産・販売	3		
オーストラリア(タムワース)	1	生産・供給・販売	1		

出所：「山梨県内企業の海外進出等に関する調査」により作成。

表4 海外進出を考えている企業の概要

計画進出先国(都市)	回答数	進出を計画する理由	回答数
中国	3	販路の拡大	5
中国(香港)	1	市場開拓	2
中国(上海)	4	新規開拓	1
中国(深圳)	1	生産拠点	1
韓国	1	新技術を広めるため	1
韓国(ソウル)	1	国内人件費が高いため	1
タイ	1	販売製品のメンテナンス拠点として	1
ベトナム(ハノイ)	1	取引先大手メーカーの動きにより	1
マレーシア	1	インチョン空港が便利だから	1
インド	2		

出所：「山梨県内企業の海外進出等に関する調査」により作成。



出所：「山梨県内企業の海外進出等に関する調査」により作成。

図6 海外進出際の問題や不安

製造業以外の企業の進出も期待されている。

従業員数から見ると、100人以内の小規模な企業が多く（21社）、また日本人従業員数は全体的に少数にとどまっている。

進出時期は、1970年代1、1980年代2、1990年代9、2000年以降17となっており、2000以降の進出が最も多い。先ほど述べた全国の傾向と同じように、大企業と比べて、県内中小企業の海外進出は比較的立ち遅れていると言えよう。

### 3. 海外進出を考えている企業の状況

現在海外進出はしていない企業に対して、「今後、進出を計画している、または今後考えたい国、地域はありますか」と聞いたところ、肯定の回答が多数あり、またその計画進出先としてやはりアジア特に中国に集中し（回答数の16分の9）、また進出する理由として販路の拡大や市場開拓が上位に挙げられており、その背景には前述した国内市場の縮小・業績不振といった要因が最も大きいと感じられる（表4）。

### 4. 海外進出の課題

県内企業は海外進出を計画するにあたって、ど

のような問題や不安があるだろう。言い換えれば、中小企業の海外進出に影響している課題は何だろうか。その答えは図6で示されているとおりである。

「現地の法律・会計・金融」（18）と「人材の確保」（16）が上位にあり、この2つに関わる問題と不安が特に多いようである。続いて「販売先」（9）、「相談先」（5）、「日本人の派遣」（4）、「資金調達」（3）、「売上金の回収」（3）、「販売量の確保」（2）、「為替の変動」（2）など、さまざまな問題点と不安が挙げられている。

海外進出際の問題と不安に関連して、「海外進出を図るため、または既に進出しているが課題となっている事項に関して、どのような支援要望等がありますか」と聞いたところ、表5で示されている事項が挙げられた。これらの事項は多岐にわたっており、大まかに整理してみれば、特に①人材に関する支援、②現地情報の提供、③資金調達に関する支援などが中小企業から望まれていると言えよう。



表 5 海外進出のための支援要望等

<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材等の紹介支援</li> <li>・日本人スタッフの確保</li> <li>・日本人を派遣する際の留意事項</li> <li>・現地での人的窓口の確保</li> <li>・海外で国内生産した商品を販売する際のエージェントの確保</li> <li>・現地の情報提供（販売先の紹介を含めて）</li> <li>・進出（候補）先の政治・経済・金融事情、言語事情等の情報提供</li> <li>・海外進出に伴う各国の進出制限条項と優遇策及び市場規模、業界に関わる規則（法律）とその内容</li> <li>・現地での市場動向</li> <li>・現地企業の仲介やマッチングサービス等</li> <li>・資金の支援相談</li> <li>・マーケティングリサーチ費用の負担</li> <li>・プロモーション費用の負担</li> <li>・海外における展示会等の経費への助成</li> <li>・販売ルートの開拓</li> <li>・費用面での補助</li> <li>・売上代金の回収</li> <li>・輸入関税として消費税が高く、海外商品との競争力が弱くなってしまう</li> </ul>
--

出所：「山梨県内企業の海外進出等に関する調査」により作成。

#### IV 大月精工の事例

##### 1. 会社概要

- ・商号：大月精工株式会社
- ・住所：山梨県大月市初狩町
- ・設立：1969年（昭和44年）7月
- ・業種：精密機器の製造
- ・資本金：21,000千円
- ・従業員：100名（グループ全体640名、2011年2月現在）

県内企業として、大月精工は比較的早い時期に海外への進出を実現した。1987年5月、台湾桃園県に台湾大月精工股份有限公司を設立したのを皮切りに、1989年台湾高雄県、1992年マレーシア、1997年香港、1998年に中国広東省、2002年中国蘇州市、2007年タイに相次いで現地法人や工場を設立し、現在は合計8の海外拠点（①台湾大月精工、②台湾大月精工股份有限公司中壠工場、③台湾大月精工股份有限公司高雄工場、④OHTSUKI SEIKO (MALASIA) SDN.BHD、⑤大月精工（香港）有限公司、⑥大月精工（長安）工場、⑦大月精工（蘇州）精密機械有限公司、⑧

OHTSUKI SEIKO (THALAND) CO., LTD.) を展開している。

以下、大月精工会社訪問調査資料の中から<sup>6)</sup>、中小企業の海外進出の動向と課題に関する考察に有用と考えられるいくつかの内容を抽出し箇条書きで概括しておく。

##### 2. 海外進出の目的

低コスト生産の追求と市場の開拓が目的とされている。進出当時は中国に工場を作り、生産した製品を日本へ輸出するパターンが多かったが、同社は、日本国内のコスト高かつ市場の縮小を念頭において、海外進出の当初から、中国などアジアの国における低コストの利点を活かして生産を行い、かつ現地で販売して行くことを目的にした。

##### 3. 事業展開の状況及びその要因：中国工場のケース

###### (1) 進出先都市の決定

現在の主力生産拠点である蘇州工場を設立した際、実は中国のあちこちに行って、地元の政府と

折衝したりして場所探しをした。蘇州に決定した最大の要因は蘇州地方政府の対応の良さであった。市政府の担当者が日本留学経験有り、日本語と日本事情に精通している人であり、積極的に接してくれたという。

#### (2) 優遇政策

工場は蘇州の高新技術開発区に立地するため、税制を含め、さまざまな優遇政策を享受することができる。設立の当初は企業所得税（法人税）が免除され、以降現在に至るまで減税などの優遇措置が与えられている（ただし、これらの優遇措置は現地法人の場合に限定している）。

#### (3) 従業員

長安の工場が130名、蘇州の工場が180名超の中国人従業員を有しているが、大きな問題がないようである。特に蘇州の工場の場合、ほとんど地元出身の人であり、また同じ場所、同じ学校から採用された人が多いので、従業員間の感情や人間関係が非常に良いという。生活が改善され、車まで購入しており、わざわざ日本人の上司に自宅の様子を見てもらう人もいるという。

#### (4) 設備機械

蘇州に進出してもう1つ良かったのは、現地で必要な機械設備を調達できるということだという。中国生産（日系企業）の設備機械と言っても、充分利用可能であり、かつスピーディーな保守サービスも行ってくれるのである。

#### (5) 関連会社との連携・協力

①キャノンの部品加工を下請するなど、日本の大企業との間に良い関係を築いている。

②一部受注した仕事を生産能力の不足やコスト減のため、ローカルの中国系工場へ外注するなど、地元中国系企業とも良好で柔軟な関係を持っている。

③輸出入においては、上海にあるパートナーの会社から大きな協力を得ている。

### 4. 課題及び国・自治体への要望

(1) 日本における法人税率が高すぎる。特に中小企業に対しては法人税の軽減が望ましい。

(2) 一企業として進出先の地方政府と付き合う

のが大変なことであり、自治体などが前面に出て進出先の地方政府と交流を行ったりして、人脈づくりや進出環境づくりなどの面でサポートしてくれるありがたい。一方、企業もできるだけ努力や協力をを行い、官民の緊密な連携が望まれる。

(3) 山梨中央銀行のような地域の主力銀行に対しては、海外情報の収集や中小企業への資金支援などにおいて、一層サポートしてほしい。

### V おわりに

以上、公表されている最新の調査資料に基づいてわが国における中小企業の経営環境と海外進出の動向を考察し、筆者自ら参加した現地調査の事例を取り入れながら中小企業の海外進出の課題について分析を行った。本稿の結論が以下のとおりである。

(1) 国内市場の縮小・業績不振や急激な円高・空洞化などを背景に、昨今における中小企業の経営環境は非常にきびしいものである。国内での生き残りがますます難しくなり、アジア新興国をはじめとする海外市場の成長を取り込むことが期待されている。

(2) しかし、大企業と比べて中小企業の海外進出はまだ非常に少ないし、そもそもその意欲も積極的とは言えない。総じて、海外事業の意義と必要性について中小企業が充分認識しているものの、なかなかその足を踏み出せないとの状況となっている。

(3) その原因はどこにあるのか。山梨県内企業に対して調査を行った結果、海外事業展開にあたっては、現地の法政策や会計、金融、文化、商習慣など諸事情の理解の欠如、人材不足、販売先や相談先の未確保、資金調達難など、さまざまな問題と不安があることがわかった。

(4) 今後、国や自治体などに対して、現地関連情報の提供及び進出環境づくり、人材の育成・確保に関する支援、販路開拓に関する支援、資金調達に関する支援、法人税の軽減などが求められている。

## 注

- 1) 本稿における中小企業の定義は原則として中小企業基本法に依拠している（製造業は資本金3億円以下もしくは従業員300人以下、サービス業は資本金1億円以下もしくは従業員100人以下）が、データの出所が異なるため、一部上記基準を満たさないケースもある。
- 2) 帝国データバンクが2011年7月に実施した調査によると、山梨県内企業の場合、産業空洞化を懸念する企業は79.1%に達し、全国平均（76.5%）に比べて2.6%高く、また企業の海外流出が加速する要因として、「人件費が高いため」（構成比53.8%）、「円高」（同45.1%）、「電力などエネルギーの供給問題」（同31.9%）、「経済のグローバル化」（同27.5%）、「新興国など海外市場の成長性」（同26.4%）、「取引先企業の海外移転」（同25.3%）、「税制（法人税や優遇税制など）」（同22.0%）、「人口の減少」（同19.8%）、「取引企業の減少」（同13.2%）、「国内用地が高いため」（同9.9%）、「規制や法制度（工場立地法や薬事法、年間最低製造量、参入・退出規制など）」（同9.9%）などが挙げられている。帝国データバンク甲府支店（2011）。
- 3) 山梨県内企業の場合、甲府商工会議所が2011年8月に実施した「円高に関する緊急FAX調査」によると、円高により業績にマイナスの影響を受ける企業は60%のうち「どちらかと言えばマイナスの影響」37.1%、「マイナスの影響」22.9%に達する。甲府商工会議所（2011）。
- 4) 山梨県内企業の場合、円高対策として選ばれたのは「国内での販路拡大（新分野・新市場の開拓など）」が57.1%で第1位となり、次いで「人件費以外のコスト削減」38.1%、「新製品・新技術開発」33.3%、「海外生産比率を上げる」28.6%、「人件費の削減」19.0%、「その他」14.3%、「販売価格へ転嫁」9.5%、「海外調達や輸入を増やす」9.5%、「デリバティブ取引やオプション取引によるリスク回避」4.8%の順である。甲府商工会議所（2011）。
- 5) この調査は単独に行われたものではなく、甲府商工会議所会員企業全体（工業部会530社、水晶宝飾部会472社、ソフトウェア関連10社で合計1012社）への複数の書類を含む郵送物に折り込み、その記入と返送を求めた形で実施した付帯調査であったため、回答社数と回答率はそれぞれ62社、6.1%にとどまっている。
- 6) 筆者が行った大月精工会社訪問調査。調査期間は2011年2月24日。調査対応者は大月精工代表取締役社長小笠原則雄氏。調査内容は中国進出についてのインタビューと工場内部見学。

## 参考文献

甲府商工会議所(2011)「円高に関する緊急FAX調査」(<http://www.kofucci.or.jp>)。

経済産業省(2011)「現下の円高が産業に与える影響に関する調査」(中小企業編) (<http://www.meti.go.jp>)。  
経済産業省ホームページ (<http://www.meti.go.jp>)。  
中小企業庁編(2011)『中小企業白書』2011年版同友館。  
張兵ほか(2011)「山梨企業の中国進出の動向と課題」山梨県立大学地域研究交流センター2010年度研究報告書。  
帝国データバンク甲府支店(2011)「山梨県・産業空洞化に対する企業の意識調査」(<http://www.tdb.co.jp>)。  
内閣府ホームページ (<http://www.esri.cao.go.jp>)。  
日本政策金融公庫総合研究所(2011)「2011年の中小企業景況見通し」(<http://www.jfc.go.jp>)。  
三菱東京UFJ銀行(2010)「拡がるわが国中堅中小企業の海外展開」(<http://www.bk.mufg.jp>)。