

我が国建設業の海外展開戦略研究会

中間報告書<概要版>

第1章 我が国建設業の海外展開の概況

1.1 我が国建設業の海外展開概況

我が国建設業の海外進出は 19 世紀末に遡り、その後我が国の領土拡大とともに各地域に進出したが、太平洋戦争終結により一時中断した。戦後、我が国建設業の海外進出は賠償工事で再開し、1960 年代には徐々に商業ベースに移行した。

1970 年代以降、我が国建設業の海外進出は本格化し、受注実績も大きく伸びた。地域別には、アジアでの受注を伸ばしたが、オイルショック以降は中東産油国の受注も急増した。我が国建設業の海外受注実績は 1983 年度に初めて 1 兆円を超え、その後も 1 兆円前後で推移した。

1980 年代以降は、我が国製造業の生産拠点の海外移転に伴い工場建設等の受注が増えた。また、我が国ODAの拡大とともにその受注も増加した。

1990 年代に入ると、アジア諸国の経済成長に伴いアジアでの受注が増え、1996 年度には約 1 兆 6 千億円と史上最高の受注実績を記録した。しかし、アジア通貨危機後は受注も急減した。2004 年度に 4 年ぶりに 1 兆円台を回復した。

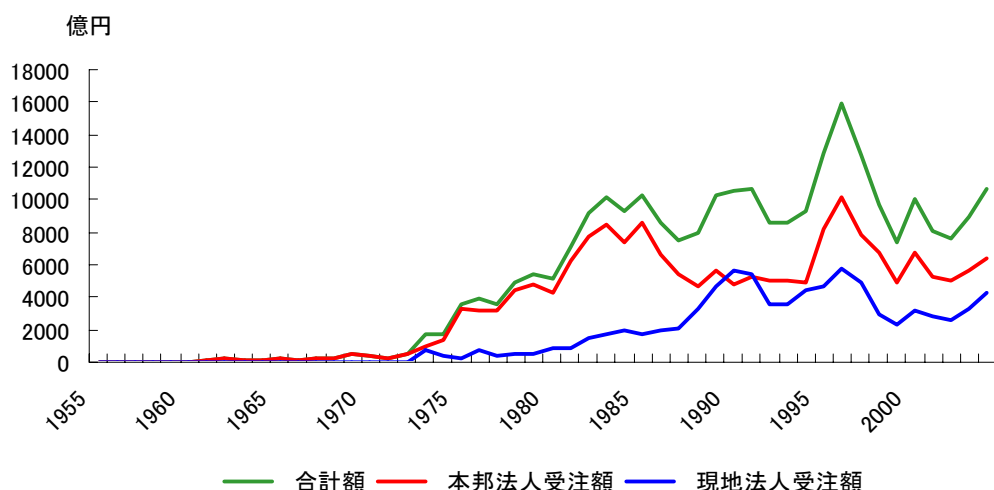


図1 海外建設受注実績の推移(1955年度～2004年度) 出典:OCAJI

1.2 建設業の海外展開の分析

(1)海外受注の占める割合

我が国建設業の全受注に占める海外受注の比率は、過去 30 年にわたり概ね 5%程度で推移しており、その傾向は近年も変わらない。この比率は他の先進諸国の建設各社と比べても低く、我が国建設業の海外受注への依存度が極めて低いことを示している。

(2)受注内容に基づく分析

我が国建設業の海外受注の内訳を見ると、我が国のODA案件や日系企業からの受注が相当の割合を占めている。特に、米国など特定4か国を除けば日系資金割合は約8割に達し、我が国建設業の海外展開がこれらの案件に依存していることがわかる。

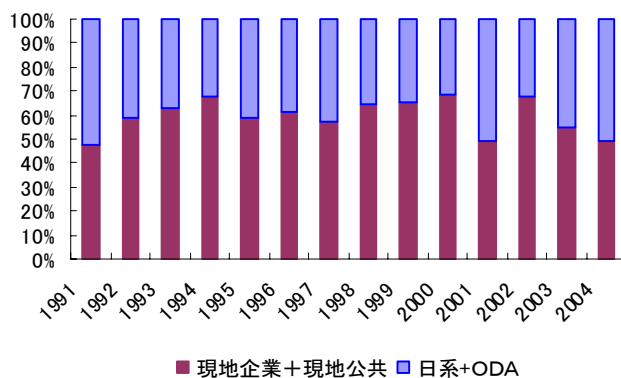


図 2 発注者別受注推移 出典:OCAJI 資料より RICE 作成

(3)国内建設投資との関係

我が国建設業の海外建設受注高は国内建設投資の推移に遅行して伸びてきたが、1980 年代後半以降は国内建設投資の増加・縮小の中で中期的には概ね一進一退を繰り返してきた。

(4)組織・体制面からの分析

全社員に占める海外部門の割合平均は、2.7%と極めて低い水準に留まっており、また海外事業部門の位置づけも、総じて限定的である。

第2章 建設業と海外展開

2.1 建設業の特徴

(1)生産物の特徴

建設業の生産物を、「同一の生産物を大量に生産するか否か」と「生産物の在庫が存在するか否か」という観点からみると、厳密には同一の生産物はなく、在庫ができないので、建設業はサービスを生産する産業と同じように考えることができる。

(2)産業別で見た生産性の伸び率の違い

建設業の生産性の伸び率は製造業などに比べると高くない。これは建設業がサービスを生産する産業の側面を有しているためである。他方、建設業は他の産業に比べて経験による生産性上昇を享受できる可能性があり、経験を重ねる観点からも安定的に受注を得ることが重要である。

(3)生産物の広報手段の違い

建設業の広報手段としては、需要者が限られることから一般的な「広告」は非効率的であるが、他方で、実績を作る若しくは需要者に認知してもらうように個別に働きかけるようなネットワーク構築は効率的といえる。

2.2 建設業と海外展開

(1)生産地と消費地の関係からみた海外展開

サービスを生産する産業においては、生産地と消費地は同じであり、国内生産か現地生産しか成立しない。したがって、モノを作る産業に比べると、建設業を含むサービスを生産する産業の海外展開の形態は限定的であり、その海外展開はモノを生産する産業の海外展開とは異なる性質を有すると考えられる。

(2)生産活動の海外展開

企業の生産活動での海外展開は、生産物を生み出す過程を海外で行うことに過ぎない。すべての産業において生産活動を行うに当たって労働力や原材料を調達するためのネットワークの維持は極めて重要であるが、特に建設業は、受注量の変動的であるため、ネットワークを維持し続けるためのコストが相対的に大きくなる。

(3)建設業の海外展開と資源の投入

建設業において、海外展開を通じて安定的な収益をあげていくためには、資材調達や需要のネットワークの構築及び維持が極めて重要であり、他産業に比べるとその費用も大きくなる可能性が高い。しかし、現在、建設業が海外展開に当たりどれだけのリソースを振り向けているかを他産業と比べると、建設業は売上高に比して人員の投入が少ない。今後、海外展開において企業の収益の安定化を図るには、より一層の人的資源の投入が必要となる。

第3章 我が国建設業の海外展開の是非

3.1 非とする論拠

(1)地場産業

建設業は、労働集約的な、いわゆる「地場産業」であるがゆえに、国際的な進出にはなじまないとの指摘は適切ではない。

(2)「モノ」をつくる製造業との違い

建設業は、国境を越えて容易に取引することができる「モノ」をつくる製造業とは異なり、海外展開やグローバリゼーションといった議論にはなじまないとの指摘があるが、建設業が生み出す最終財は「モノ」であり、コストに見合った優れたモノを生み出すことができれば海外市場に展開できるはずである。

(3)海外展開のリスクとそのヘッジ

国内市場は中長期の受注見通しが立つのに対し、海外市場は1,2年先でも見通しが立たず、さらに多様かつ高いリスクに対してヘッジが不十分との指摘があるが、海外市場についても相応のリソースを傾注すれば、中長期の見通しを立てることができ、またリスク管理体制を構築することができるはずである。

(4)センシティブ・セクターとしての建設業

建設業は、地場の政治的影響を受けやすい、センシティブな業界であるため、各国においても保護的な色彩の強い産業であり、国際的に自由な競争が阻害されやすく、建設業の海外展開は難しいとの指摘があるが、政治的影響を受けるセンシティブな産業は建設業に限られず、このことをもって海外展開に向かないとの結論づけることは適当ではない。

3.2 是とする論拠

(1)競争優位産業としての我が国建設業

我が国建設業は、①戦後の多大な国内建設投資、②過酷な地理的・自然的条件、③国民性、関連支援産業や人材の存在、④国内における強力なライバル企業の存在、⑤海外進出のきっかけの存在、といった我が国を取り巻く諸条件の下で発展してきた結果、他国建設業に比して競争優位産業であると考えられ、競争優位を活かした海外展開はグローバル化、ボーダーレス化が進む国際社会の中にあって当然の帰趨である。

(2)我が国建設業が相手国にもたらす効果

我が国建設業は競争優位産業であるがゆえに、我が国建設業の進出は、優れた投資環境の形成、優れた社会資本整備の実現、地元経済への貢献、あるいは地元建設業の育成等、相手国に対しても必ずや利益をもたらす。

第4章 海外展開の行動様式に関する定量評価

我が国建設業は、国内市場を「主」、海外市場を「従」と捉えてきた結果、「受動的」な海外展開が行われてきた。

我が国建設業の海外展開の行動様式を定量的に分析すると、海外受注はリスクが大きいため、万一の事態に備えて海外での受注額は国内受注の一定割合以内に抑制しようとする傾向が従来はあったことが立証された。

他方、我が国のODA案件による受注については相対的にリスクを小さく評価してきたため、これらを主として受注してきた本邦法人による海外受注は国内受注との連動性が見られないが、現地法人による受注は国内受注と明確なリンケージを有し、一定の制約を受けることが判明した。

相対的にリスクの小さい我が国のODA案件を優先的に受注すると、これを支援せざるを得ない現地法人は限られたリソースしか持たないため、その活動を抑制せざるを得ない。こうした行動様式が、現地法人が戦略拠点として機能・発展することを阻害してきたとも考えられる。

今後の海外受注実績の動向は「能動的」な海外展開に転換できるか否かにかかっている。

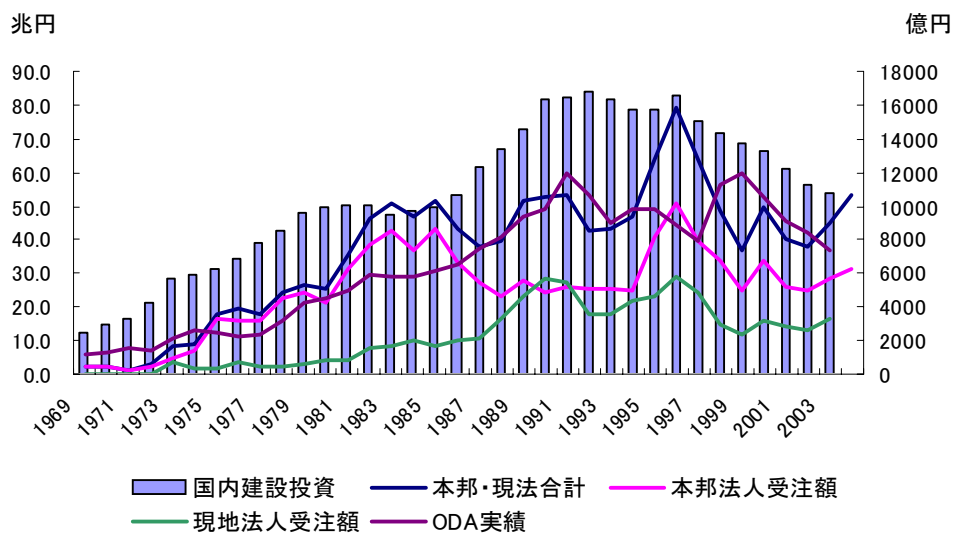


図 3 国内建設投資と海外受注実績の推移