

我が国建設業の海外展開戦略研究会
(シンガポール・マレーシア調査報告書一本編)

2006年1月25日

1. はじめに

国内の建設市場が拡大基調から一転して、縮小に向かうといわれているなかで、我が国の建設業の海外展開は、建設業の戦略の一つである。我が国の建設業における海外事業は、規模こそ大きくなりつつあるとはいえ、国内を「主」とするなかでの「従」という形で捉えられる¹。

ところで、我が国の建設業の海外展開の程度は、原理的には企業の判断で決めるべきことで、その決定は企業の合理的行動の結果として尊重すべきであり、その大きさについて政府が直接関与すべき問題ではない。しかし、もし政府による支援が、社会全体として費用節約になり、制度上海外展開に制約があった企業の海外展開につながり、結果として海外展開が促進るのであれば、社会的に望ましいといえよう。したがって、我が国の建設業の海外展開を公的部門が支援するにあたっては、一企業の事業選択の幅を拡大するという観点が重要である。

本年度の『我が国建設業の海外展開戦略研究会』においては、経済発展段階から公的部門の関与の程度や方法が異なると考えた中国と韓国、シンガポール、マレーシアにおける建設業の海外展開について現地調査を行い、公的支援の方法論や方向性を検討することを目的にしている。そのうち、本報告書では、調査対象国のうち、シンガポールとマレーシアについて、(1)それぞれの国の建設業が海外展開するにあたって公的部門によって行われている支援の目的と対象、内容、および(2)それぞれの国における我が国の建設業の現状と方向性を整理する。ところで、本報告書で整理するにあたっては、大胆ではあるができるだけ経済学的な考え方をを用いる。そして、これらの整理を踏まえて、我が国の建設業が海外展開を促進するための政府の支援において、留意すべき視点を見出すこととしている。

本報告書の構成は、以下の通りである。まず第2節ではシンガポールの建設業の海外展開の状況と公的セクターによる支援の内容を述べる。そして、第3節ではマレーシアの建設業の海外展開の状況と公的セクターによる支援の内容を論述する。次に第4節では、企業の海外展開と政府の関与ということについてより詳細に述べる。最後に第5節では、これまでの議論を踏まえて、我が国建設業の海外展開に対して公的支援をするときに留意しておくべき観点を述べる。

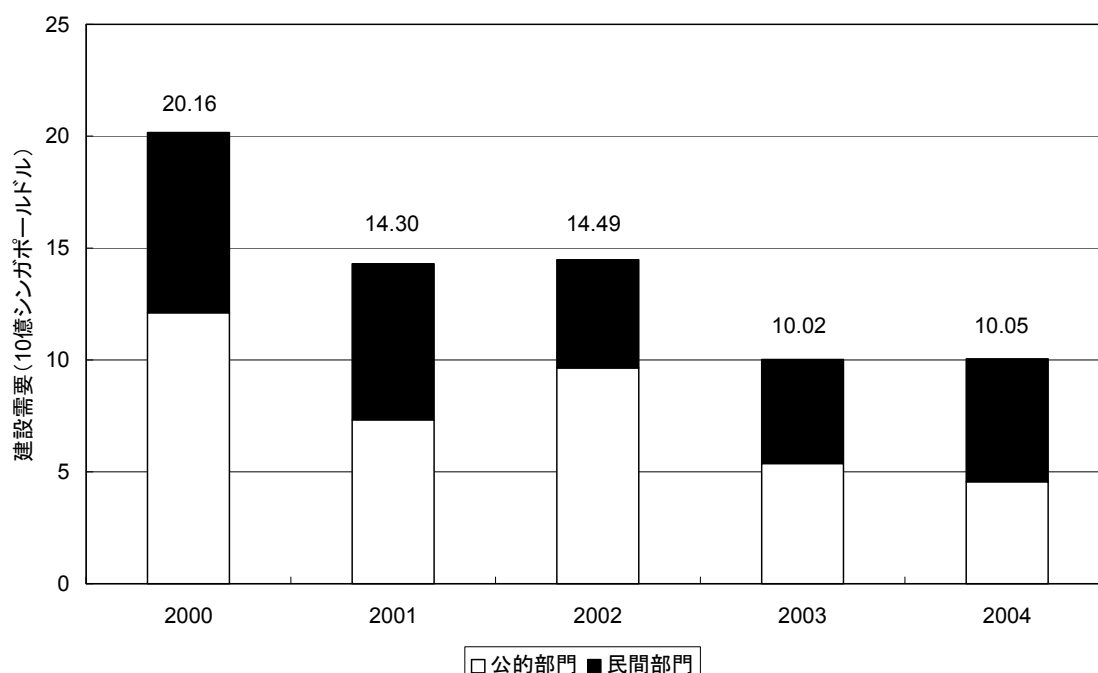
¹ 中間報告書を参照。

2. シンガポール建設業の海外展開の状況

(1) シンガポール建設市場の規模

シンガポールの国内建設市場の規模は 2000 年からほぼ毎年減少している。2004 年の約 **100 億 S\$²**（別紙 S-1・図表 1）は、2000 年の約 200 億 S\$ の半分であり、国内市場のみでは、現在登録数が 1 万社近く存在する建設会社が存続するにはむずかしい状況である。

図表 1（国内建設市場の規模）



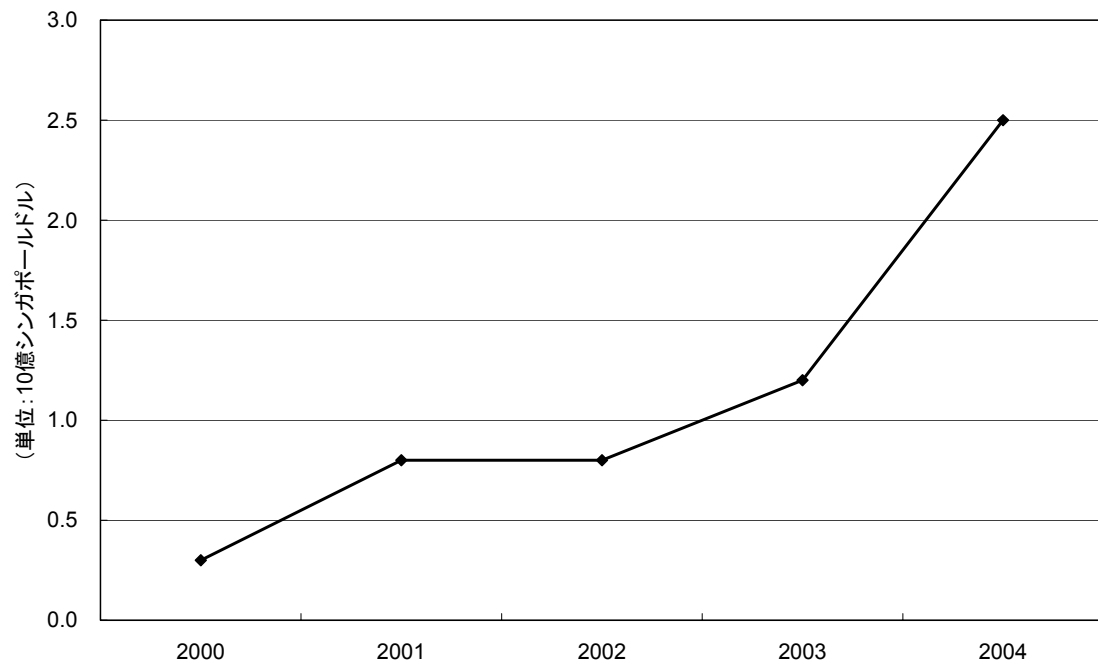
（出典）BCA(Building and Construction Authority)資料

(2) 海外受注の動向

2004 年度、シンガポールの国内建設市場規模 100 億 S\$に対して、海外受注実績は **25 億 S\$**（別紙 S-2・図表 2）となっており、この割合を我が国建設業と比較すると、シンガポール建設業の海外展開比率は高いと言える。ただし、シンガポールの海外受注実績には、シンガポール内で企業登録されている日系を含めた外資系建設企業の現地法人分も含まれている。

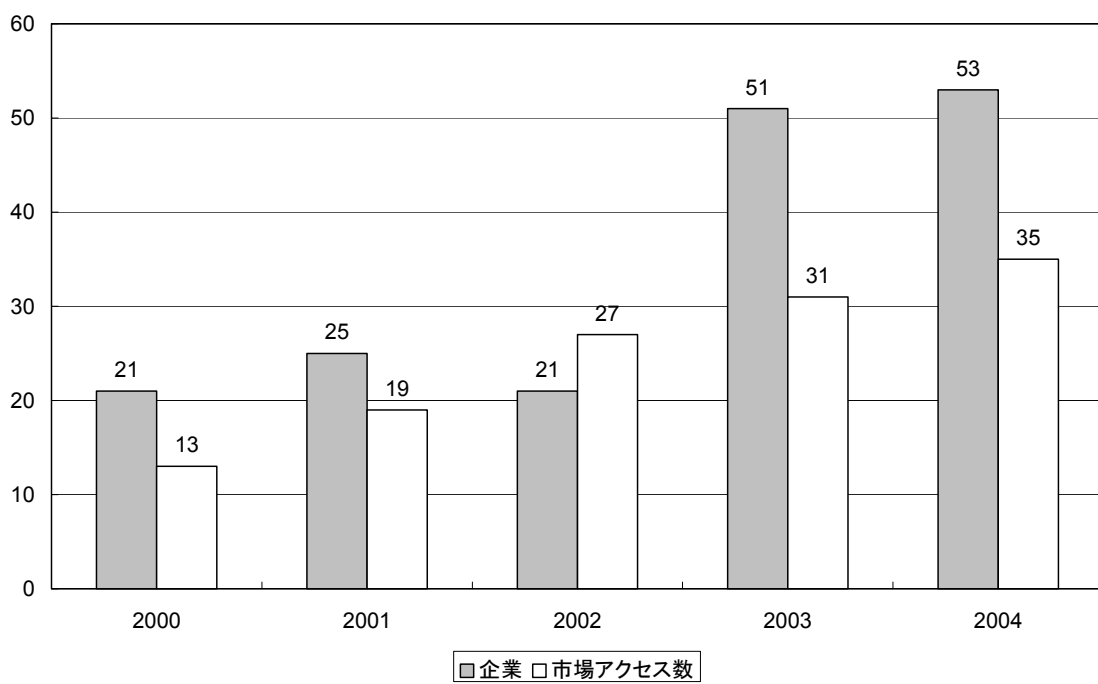
² 1.6902 S\$=1US\$、 1 S\$=64.01 円（JETRO 2004 年期中平均）

図表 2 (海外受注高推移)



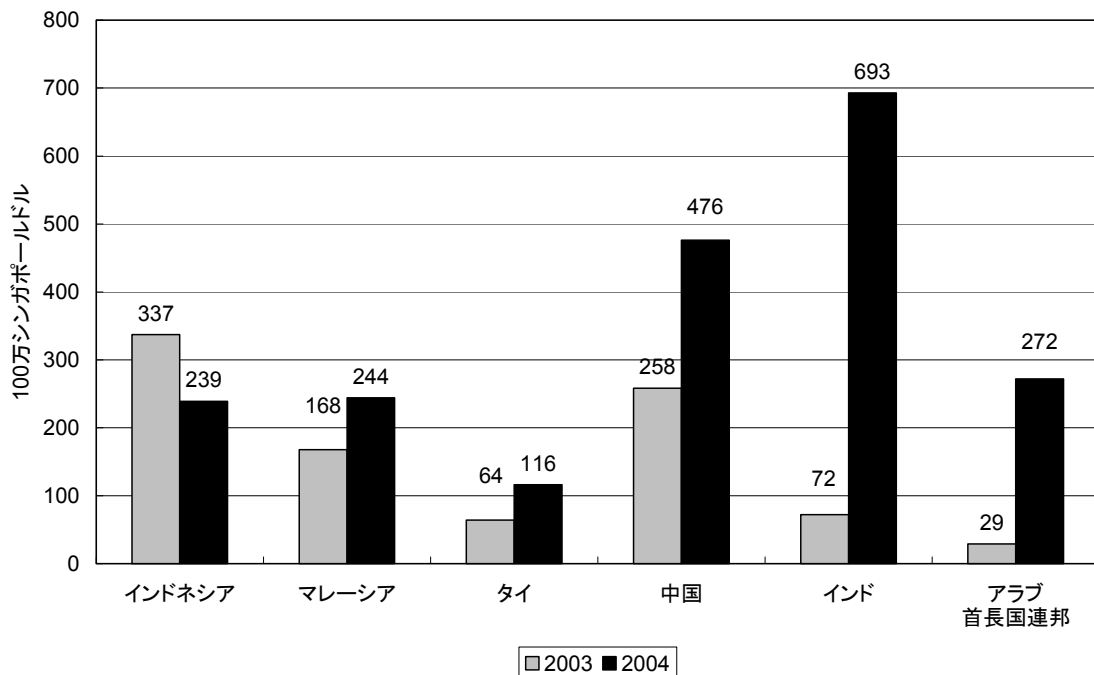
(出典) BCA(Building and Construction Authority)資料

図表 3 (海外展開業者数とアクセス数)



(出典) BCA(Building and Construction Authority)資料

図表 4（主要国での契約高）



（出典）BCA(Building and Construction Authority)資料

海外受注高は、2000 年の 3 億 S\$から、2004 年は 25 億 S\$と大きく伸びている（別紙 S-2・図表 2）。シンガポール BCA（Building and Construction Authority；建築建設庁）によると、1997 年のアジア通貨危機の直前は 12 億 S\$で、2004 年はそれを倍にした実績を出している。

2004 年度実績は、インド、中国、アラブ首長国連邦、マレーシア、インドネシア、という順番であり、金額は、インドが 693 百万 S\$、中国が 476 百万 S\$と、高い数値となっている（別紙 S-2・図表 4）。特に 2004 年度のインドの伸び、また、中国での受注は特筆すべきである。

中国については、シンガポール国民の多数が中国系ということもあり、共通の文化や言語等を足がかりとした進出が容易という利点を持っている（BCA）。ただし、企業組織に対し相応の帰属意識を持つ中国系シンガポール人と、個人の利益を徹底追求する中国本土の中国人では、必ずしもメンタリティが同じではなく、英語を解するという面からも日本企業にとっては後者の方が与し易く、中国市場進出を図る上でシンガポール企業は良いパートナーとなるのではないかとの見方がある（SCAL）。一方で、シンガポール企業といえども進出の失敗はあり、祖先が共通なので展開が容易ということでは必ずしも無いという話が聞かれた。

また、インド系シンガポール国民の存在や、近年の経済発展により、インドからの受注が飛躍的に増えている。2005 年 4 月には、BCA とインドの建設産業発展協議会（CIDC; Construction Industry Development Council；建設産業発展協議会）が、協力のための覚書（Memorandum of Cooperation）を締結した。内容は、BCA

の建築物評価制度（CONQUAS; Construction Quality Assessment System）のノウハウをインドの建設業界に提供する他、建設産業情報の共有・相互の情報技術交流を推進するものであり、当面は、シンガポール側が技術を提供し、インド側が資材・労働力を提供することとされている。

（３）建設業の海外展開の状況

シンガポール建設企業の海外展開の特徴は、技術提供、幹部社員の派遣であるが、未だ単純施工中心ではあるものの、設計施工の受注も模索し、投資を伴う equity 投入型も模索したいという発言が SCAL 幹部からあった。しかし日本の建設業の海外展開と大きく違うのは、国内経済規模とあいまって、シンガポールの建設会社のほとんどが中小企業レベルであり、単独で大型プロジェクトを受注するだけの規模がないことである。したがって、公的部門のサポートとして、コンソーシアム形成についての言及が多かった（IE シンガポール（International Enterprise Singapore ; シンガポール貿易開発庁）・BCA）。

中小企業的規模しかない建設業が、海外展開の必要性に迫られているなかで、シンガポールの建設会社は、一般的に日本の大手建設会社ほどの情報収集能力やリスク負担能力がない。したがって、政府は、情報収集やビジネスマッチングなどの大手企業であれば独力で行うことも多い部分について、補完的機能を果たし、民間建設企業に海外展開を選択できる機会を提供している。

（４）建設業の海外展開に対する政府の支援策

基本的に自由経済・自由貿易の大枠の中での、民間活力を引き出すための側面支援が主である。例えば、市場情報・プロジェクト情報の提供、セミナー開催、ミッションを主催することである。先述のように、中小企業レベルのシンガポール建設会社が、単独で大型プロジェクト受注をするのはむずかしいので、公的機関（IE シンガポール・BCA）がコンソーシアム形成を支援する。

また、提供した情報に基づき、建設会社が海外案件を受注した時の資金需要に関して、BCA が建設会社を銀行に紹介し、その建設会社が銀行から比較的低利の融資を受けるといことも行っている。ただし、この融資については、あくまで民間銀行が自身の与信管理と経営判断で行うものであり、万が一のことがあっても BCA が何らかの責任を取るものではない。先述の部分を繰り返すが、このような情報提供は、建設会社に対しては、海外展開時のリスクを認識させ、結果的に海外案件を受注するかどうかについては、あくまで各企業の経営判断に任せ、紹介した資金面でのパートナーとなる金融機関についても、融資実行の判断については、あくまで私企業としての自主的判断ということに任せている。

（５）建設業の海外展開にあたっての今後の見通し

IE シンガポールも BCA も、国益を伸張させるために、今後も自国企業の海外展開に関して、積極的に支援を行うことを表明している。ただし、補助金等の形での経済的支援には言及していない。

また、SCAL、IE シンガポール、及び BCA 共、シンガポール企業と中国の取引相手との間では、たとえ同根の民族であっても、現在は考え方が大きく違って、問題が発生することが多いことも表明された。インドについては、BCA 幹部より、**協力のための覚書**を締結はしたが短期的な効果を期待しているわけではなく、長い目で見えていく必要があることが強調され、受注実績をあげつつも、文化・商慣習等の違いにより、さまざまな問題が発生していることを示唆していた。

3. マレーシア建設業の海外展開の状況

(1) マレーシア建設市場の規模

マレーシア国内建設市場の規模は 2001 年の 525 億リングをピークとし、2002 年の 468 億リング（どちらもアジアコンストラクト会議数値）、2003 年の 468 億リング、2004 年の 410 億リング³（別紙 M-1・図表 5）と、ほぼ毎年減少している。2005 年も上半期が 163 億リングであり、年間を通じてさらに減少する見込みとのことである。

図表 5（国内建設市場の規模）

請負額			
地域	2003年	2004年	2005上半期
北部	5.19	4.42	1.74
中部	19.84	18.77	7.72
南部	11.86	11.55	3.54
東部	3.91	1.86	1.65
東マレーシア	6.06	4.44	1.65
合計	46.87	41.04	16.30
変化率	+12.8%	-12.4%	-14.6%

請負数			
地域	2003年	2004年	2005上半期
北部	827	799	329
中部	1621	1604	627
南部	856	821	358
東部	397	294	174
東マレーシア	539	457	185
合計	4240	3975	1673
変化率	-15.6%	-6.2%	-22.4%

単位：10 億リング

（出典）CIDB(Construction Industry Development Board)資料

(2) 海外受注の動向

2005 年度上半期のマレーシアの国内建設市場希規模は約 160 億リングに対して、海外受注実績は **32.7 億リング**（別紙 M-1・図表 6）となっており、この割合を我が国建設業と比較すると、マレーシア建設業の海外展開比率は高いということが言える。

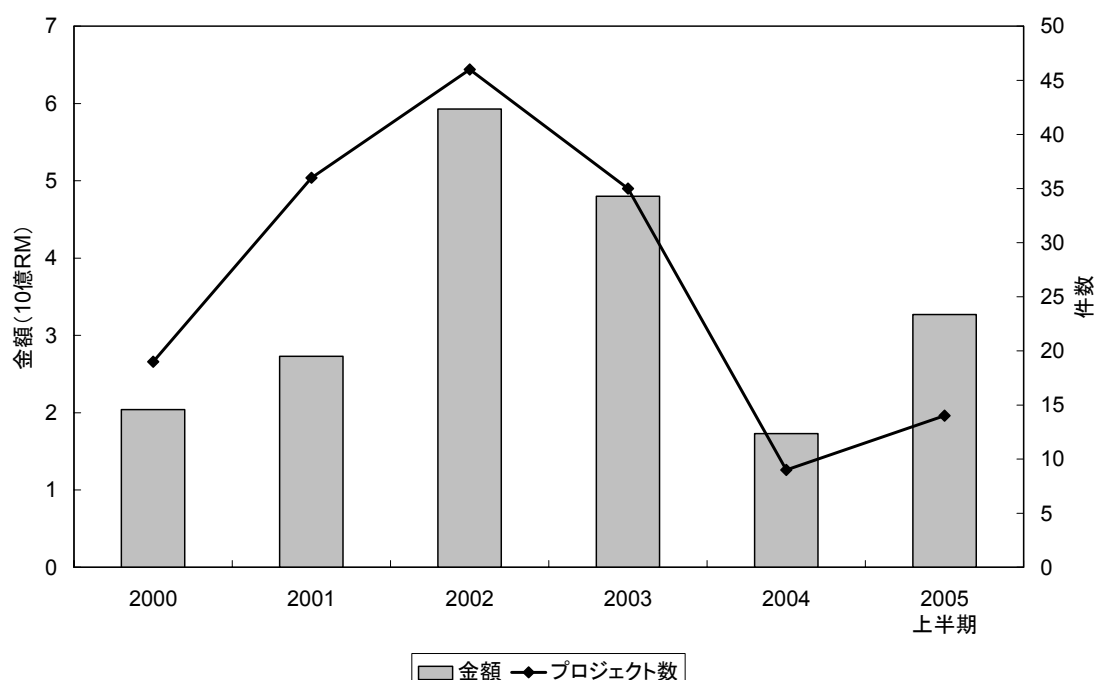
海外受注の推移については、2002 年の 46 件、59.3 億リングから、2003 年の 35 件、48 億リング、2004 年の 9 件、17.3 億リングと（別紙 M-1・図表 6）、2002

³ 3.8 リング=1US\$、1 リング=28.47 円（JETRO 2004 年期中平均）

年の突出から見ると大幅に減少した。CIDB (Construction Industry Development Board ; 建設産業振興庁) によると、個別プロジェクトに起因する理由もあるが、全体的には、安い人件費を武器とした労働力輸出から、より高度な幹部社員のみの派遣による工事施工に転換中という側面があるとのことである。

2005 年稼動中プロジェクトについての、各国地域別金額実績は、インドが 18 件 40 億リング、湾岸地域（近年ほとんどがアラブ首長国連邦であるとのこと）が 14 件 28 億リングと、総合計 50 件 139 億リングの中では圧倒的に多い(別紙 M-1)。

図表 6 (海外受注高推移)



(出典) CIDB(Construction Industry Development Board)資料

(3) 建設業の海外展開の状況

マレーシアでは、名目（実質）GDP の成長率が 2002 年から 2004 年まで、それぞれ 8.3 (4.4) %、9.1 (5.4) %、13.8 (7.1) %（内閣府経済財政分析統括官付海外担当編月間海外経済データによる）と大きく成長を続けていることで、一人当たり GDP も 2004 年は約 4,600US\$ と発展途上国の中では高いレベルとなってきたことにより、安い労働力を武器とするという競争性が失われてきた。1980 年代に進出した日系製造業の拠点も、さらに安い労働力を中国等に求めて、2001 年以降、現在まで、次々に撤退している⁴。

⁴ 2004 年 1～9 月期の製造業分野への外国投資受け入れ額（認可ベース）は前年同期比マイナス 46%と大幅に減少している。（ジェトロ）

建設企業の海外展開の特徴としては、既に安い人件費を武器とした労働力輸出がむずかしくなっている状況下、道路工事や通常の建築物工事という、単純技術中心の工事需要を拾っているという状況である。しかし、一方で国内産業保護のために、民族マレー系を優遇し、外資を規制するプミプトラ政策⁵の下、日系建設業をはじめとする外資系企業の進出の鈍化・撤退は、マレーシア国内の建設業にかかわる労働者にとって、外資系企業と国内企業との共同事業や外資系企業の下での労働を通じた技術取得の機会を奪っている可能性もある。CIDB との会見では、上記にも関わらず、高度な先端技術取得ということに非常に熱意を持っていたが、現状のプミプトラ政策のもとでは、単純技術から、高度な技術を使った海外展開に転換していくことはむずかしいのではないかと思える。

（４）建設業の海外展開に対する政府の支援策

国内産業保護政策の延長で、海外展開においても、政府職員による直接営業活動を含めて、さまざまな受注支援策をとっている。直接の営業活動として、重点国大使館に民間出身のアタッシェを配置するほかに、度々公共事業大臣が直接当該国担当者にトップ営業を行っている。

それ以外の間接支援では、技術指導、コンソーシアム（事業共同体）の形成支援、海外プロジェクト情報の提供等がある。

（５）建設業の海外展開にあたっての今後の見通し

CIDB の話では、マレーシアの主たる宗教と同一のイスラム教国である中東（湾岸）地域に今後も力を入れて海外展開するとのことであった。

また、引き続き、政府・公的機関の直接営業活動を続けていくもようである。しかし、外資の進出に対して国内産業保護のため、規制が存在する中、国内外資系企業から技術を取得するという手段は限られている。政府が主導で技術セミナーを積極的に開催することで、国内産業保護による技術獲得機会の喪失を補う役割を担わせようとしているようであるが、それだけで先端技術を取得できるか、少々疑問がある。

一つの例であるが、クアラルンプールの交通渋滞の緩和と治水対策として、自動車専用道路に治水機能を持たせたトンネルを作る SMART（Stormwater Management and Road Tunnel）プロジェクトを見学した。このプロジェクトではトンネルボーリングマシン（以下 TBM）を利用しているが、サブコンとして、ドイツの会社を雇い TBM の運転技術取得も行っていると事前に説明された。しかし、現場で確認したところ、運転は TBM サブコン所属のドイツ人に任せているということであった。また、基本設計はイギリスの会社が行っており、外資規制の中で、こうした先端的な技術を取得し、それを海外展開に転換できるかについては疑

⁵ 外資が 30%を超えると外国法人と分類され、国内法人が受ける内国民待遇が受けられない。

間がある。

4. 建設業の海外展開における政府の存在意義

(1) シンガポールの基本政策と建設業

シンガポールの建設会社は、中小規模企業を中心であるので、大手企業ほどの情報収集能力やリスク負担能力がない。したがって、政府は、情報収集、市場情報提供、ビジネスマッチング、コンソーシアム形成（別紙 S-3）等の大企業であれば独力で行うことも多い部分について、側面支援を行い、海外展開を選択できる機会を提供している。また、資金面を補完するため金融機関への紹介も行っている。ただし、直接的な資金支援までが行われている訳ではなく、建設業の海外案件受注、海外進出、金融機関の融資についても、その企業自身の経営判断・経営責任であるという原則が貫かれている。

(2) シンガポールの業界団体の役割

SCAL (Singapore Contractors Association Ltd.) (⇔マレーシアの場合は政府機関である CIDB がこの機能も担っている) の場合は、外国企業も構成会員となっている。これは市場の内外無差別の反映であるとも言える。現在の幹部は、日系建設会社からも選出されている。

SCAL の財源は会費収入が中心で、補助金等に頼らない完全自主的運営となっており、別途事業子会社を 2 社持っている。事業内容としては、建設業関連の法規の説明、安全講習、セミナー等であり、行政サイドとの定期的なミーティングによる、政府へのフィードバック機能も持っている。

(3) シンガポールにおける外資系企業の状況

シンガポールにおいては、基本的に透明性の高い産業政策のもとで、国内・外国資本の区別はない。また、①整備された法律、②良好な治安、③国民全体の英語能力、④中国系中心ではあるが多民族国家であること、⑤ハブ機能・中継基地に適した地理的優位性により、企業立地上独特の国際競争力を持ち、その結果として、外資系企業に魅力的なインフラが整備されて、多国籍企業のアジア統括会社が多数活動を行っている。

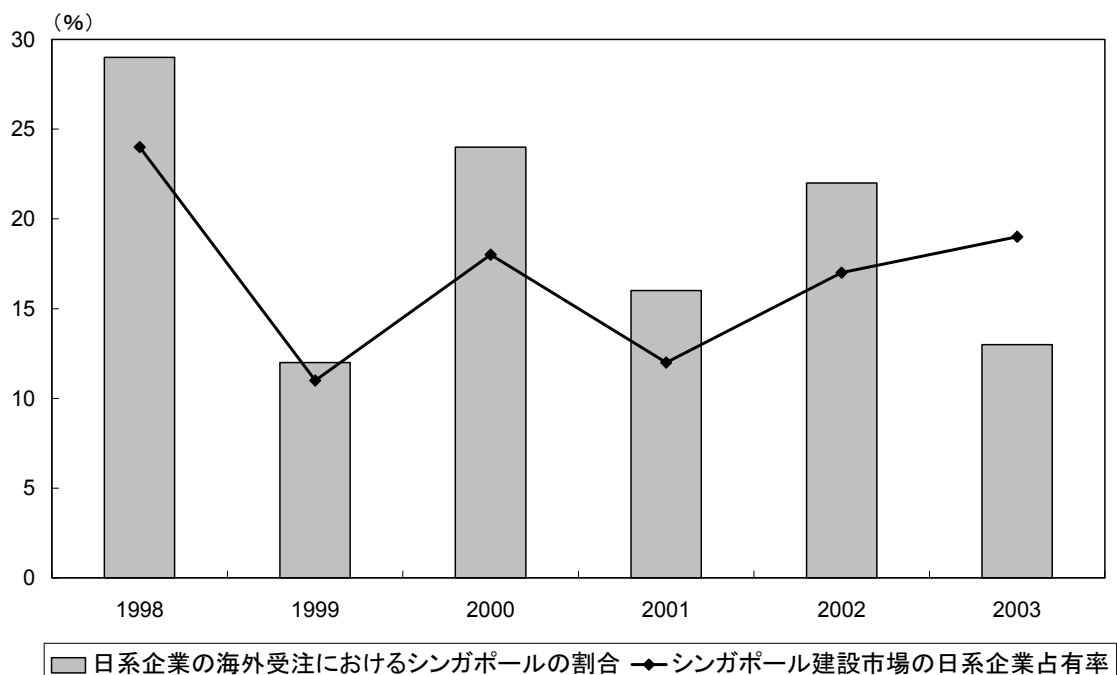
(4) シンガポールにおける日系建設会社の状況

シンガポールの国内建設市場全体における 2003 年の約 20 社存在する日系建設会社合計の売上比率は 19%程度であり、平均的には 20%弱の占有率がある（図表 7）。

このように日系建設会社の市場占有率が高い理由については、シンガポールが国際的に開かれて、外資系企業が進出しやすいインフラを保っていることが根本にあるが、日本の建設技術力が発揮しやすい国土という要素もあると考えられる。すなわち、国土が狭く人口密度が高いために、地下トンネル工事や埋め立て工事が多く、これらの工事は日系建設業が技術的な比較優位を持っていることがあげられる。また、日本の技術力に対して、シンガポール国民がブランドとして認識していることも、日系企業の受注に有利との指摘が、SCAL より出された。一般に、日系建設企業の顧客満足度重視の姿勢は、施主から高い信認を得ているとされている。

また、シンガポールにおける日系建設企業は、単にシンガポール国内の建設工事受注を目的に設置されているのみならず、他国の多国籍企業同様、地域統括法人、あるいはそれと同等の機能を付与されている例も多く見受けられる。これについては、在シンガポール日本大使館の報告書（別紙 S-4）に詳述されている。

図表 7（シンガポール建設市場における日系企業の市場占有率）



（出典） 社団法人海外建設協会資料

（５） シンガポール日系建設会社からの要望

シンガポールの日系建設会社は、受注面では堅調であり、海外の商習慣や語学に堪能な人材を求めているが、日本からの派遣社員では、人件費が高すぎるというデメリットがあるため、海外経験のある優秀な OB を、比較的安い人件費で雇うことを望んでいる。このような制度の整備が公的セクターとして支援にふさわしいという意見が日系建設会社から出された。

海外建設協会で、OB の登録制度は 2004 年からスタートしているが、まだその存在が知られていないので、その存在を周知させることが必要という指摘があった。

(6) マレーシアの基本政策と建設業

民族資本・産業保護政策（プミプトラ政策）のもと、国内法人＝民族資本系建設業に対しては、海外での受注について政府職員・トップが直接的な営業活動を行い、技術トレーニングなどの技術教育など、種々の優遇策と支援を行っている。

先述のように、プミプトラ政策の下では、外国法人は実質的に政府の支援策を受けてはいない。具体的に建設業関連では、外国法人と認定されると、公共工事・民間工事に関わらず、プロジェクトの入札ごとに建設業登録を行わねばならず、その時に登録料を支払う必要が生じる。公共工事の入札に関しては、外国法人の場合は、外資比率でさらに制限があり、外資 100% の場合は元請としての参加ができない制度となっている。

(7) マレーシアにおける日系建設会社の状況

先述のように、マレーシア政府の民族資本国内業者保護政策により、実質的に公共工事に元請で参加する機会が全く無いこと、それに加えて日系製造会社の建設工事も、近年は日系製造業がマレーシアにある工場を閉鎖し、他国へ移転することが潮流となっており、日系建設会社も規模縮小・撤退という段階となっている。現在の政策が取られる限り、この傾向が今後も続くと思われる。

5. 我が国建設業の海外展開に際しての公的セクター支援について

シンガポールとマレーシアは、地理的にも近接し関係の深い2国である。そのうち、シンガポールは日系建設業が活発な事業展開を図り、建設市場における占有率が高いが、他方でマレーシアでは規模縮小・撤退という状況となっている。こうした対照的な結果から見える公的支援においてとくに留意すべき点として、国別の観点と企業規模別観点を挙げて述べる。

(1) 国別重点政策

シンガポールは、外国資本に対する規制が少なく、法律や商習慣においてルールが明確化されている意味で透明性が高い国である。こうした国で、日本の建設業は、技術優位性を活かして、国際競争に十分に対応できたことを示しているといえよう。また、この成功事例の背景には、必ずしも政府による建設業の海外展開支援を直接に意図した政策があったわけではない。したがって、日本の建設業は、長期的にみれば十分に国際競争が可能で、相手国の法律や商習慣の理解を深めれば、需要を獲得できる能力を持っているといえ、個々のケースを除けば、公的セクターによる直接的な支援が不可欠とまでは言い難い。

一方で、マレーシアは、国内民族資本保護政策がとられており、民間会社レベルでこれらの政策に対応するには限界がある。また、その国の法律や商習慣に不透明さが存在する場合も、民間会社レベルではそれを是正することを要求することもできない。そうしたことから、日本の建設業は、受注する機会が少なくなったと考えられる。

したがって、海外展開時における支援策については、シンガポールのように透明性が高い国と、マレーシアのように保護政策をとっている国を分けて、国別に政府・公的セクター支援の対象分野を重点化することが必要であると考え。たとえば、商行為における建設企業の予見可能性が高い国においては、制度改訂時における情報収集・提供や、市場情報の提供等を中心に捉え、法制度や商習慣等で不透明な国においては、相手国政府に対して、外国資本の導入に向け、透明性を持った自由な市場環境整備をより強力に進める要求等を含めた支援を優先することが必要であると考え。

(2) 企業規模別政策

これまで事業展開していなかった国に新たに進出しようとしている企業は、たとえその国が将来有望であると分かっているとしても、当該国における法律や商習慣の習得のように海外展開の前段階で必要な初期費用が膨大であるために、進出の初期段階で採算がとれないことが多い。このとき、大手企業であれば、初期費用を企業内の他の部門の利益から充当するなどの内部補助を通じて負担することもできる。これに対して、中小企業は、内部補助ができるほどの余裕がないので、初期費用の負担

は困難である。これは、進出国におけるリスクのありようについて認識することが難しいことを意味するので、中小企業の海外展開は大手企業に比べて不利になる。また、海外で大規模な土木工事を受注するにしても、中小企業であれば、単独での受注は難しく、共同で行う事業者を探すための費用も必要となる。これは、受注可能な工事の選択肢を狭め、企業規模による機会の不平等を発生させることになるので、ほとんどの企業で共通した基礎情報の提供を、業界団体や政府が行えば、このために使われる費用を社会全体で小さくできる一方、中小企業からみれば、業界団体や政府によって提供されたほうが、同一の内容の情報をより安価で手に入れることができる。また、建設業全体でみても、海外展開企業の裾野を広げることにつながるといえよう。

このように、進出の初期段階で必要な内容や共同事業者を探すことを、公的セクターが行うことは、ひいては建設業の海外展開を推進するのに寄与することになるだろう。こうした施策は、中小の建設業者がほとんどであるシンガポールやマレーシアでは中心的なものである。したがって、日本の建設業の海外展開の対象企業を中小建設業者とするならば、両国と同様の施策を行うことで、海外展開を志向する中小企業も現れると思われる。また、未進出の地域に政府などの公的セクターが事前に調査しておけば、今後その地域に海外展開を推進しようとする大手企業だけでなく独自の技術をもったサブコン、中小業者の全ての企業に対して均等に海外展開の機会を提供することになるだろう。

以上