

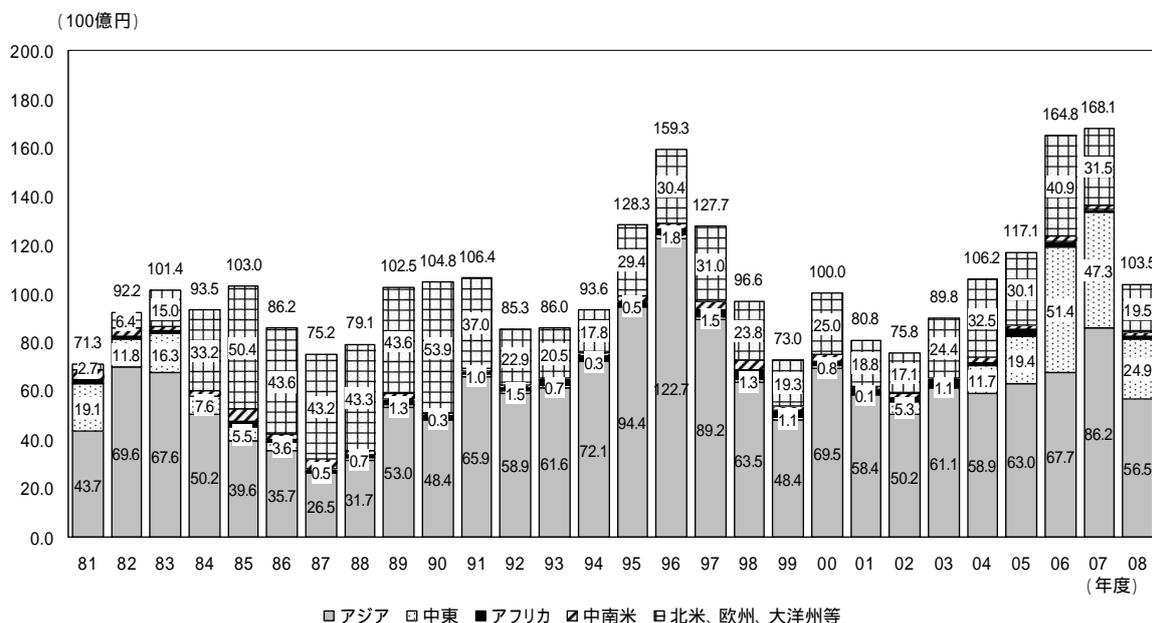
# 第 部

## 序 海外の建設市場

### (1) わが国建設業の海外工事受注実績

2008 年度におけるわが国の建設企業の海外工事受注高は、1 兆 347 億円( 1,648 件 ) と、前年度の 1 兆 6,810 億円に比べて約 39% 減少したものの、近年は 1 兆円を超える規模で推移している。

地域別にみると、アジアが 5,653 億円と最も多く、次いで中東、北米・欧州・大洋州等となっている。アジア地域での受注割合は、1990 年以降 2003 年までは全体の 6 ~ 8 割を占めていたが、その後は 4 ~ 5 割強で推移し 2008 年度は約 55% となっている。



出典：(社)海外建設協会「2008 年度海外建設受注実績」

図 海外工事受注実績の推移

### (2) 世界の建設市場

世界の建設市場は、わが国建設市場の 10 倍を上回る市場規模であると言われている。また、建設市場の成長率は、インドや中国などの旺盛なインフラ需要が存在する新興諸国においては、先進国をはるかに上回るペースで成長を続けると見られている。したがって、建設市場は、世界規模で見れば有望な成長市場であると言える。

2008 年の各国・地域別の建設市場(又は維持修繕を含まない建設投資)の規模につ

いて、日本を 100 として比較する<sup>1)</sup>と、アメリカ 259.4(建設投資 2008 年)、欧州<sup>2)</sup> 411.7(建設市場 2008 年)、アジア<sup>3)</sup> 388.5(建設投資 2007 年)となっている。それらの対 GDP 比率を見ると、日本 10.4%(建設市場 2008 年)、アメリカ 7.4%(建設投資 2008 年)、欧州 11.9%(建設市場 2008 年)に対して、アジアでは 16.6%(建設投資 2007 年)と高い比率となっている。

特に、アジア地域は、2010 年の経済成長率<sup>4)</sup>が、中国 8.9%、インド 7.0%、ASEAN 主要 5 カ国にベトナムを加えた 6 カ国平均 4.3%などと非常に高く、中長期的に大きな建設需要が見込まれる地域である。

### (3) 地方・中小建設企業の海外進出

「地方・中小建設企業の海外進出報告書(平成 20 年 3 月、国土交通省)」によれば、海外への進出実績をもつ地方・中小建設企業のうち 7 割超が、再び海外建設事業を請負いたいとしている。海外進出への関心は、実績のない企業でも高く、売上増加への期待、技術力・知見の発揮、事業の拡大等を目的に、中国、ベトナム、台湾、タイ、韓国等、東アジア・東南アジアへの進出を検討したいとしている。

また、進出事例<sup>5)</sup>を見ると、地方・中小建設企業の進出形態は、日本の大手建設企業の協力会社として進出するケースが最も多いが、他には、外国の建設企業への技術指導やコンサルティングとして進出するケースや、将来の事業展開を見込んで現地法人を設立しているケースなどが見られる。

進出を果たした専門工事業者を具体的に見てみると、地盤改良工、機械土工、骨材プラントの設計・製作・据付、日本庭園の設計・施工、落石防止工(景観保全を考慮した工法)等の業種で、現地の状況にマッチし、品質やコスト面でも競争力のある技術を有する企業が進出を果たしている。また、現地のビジネス文化を察知し、技術の差別化をしている企業が生き残っている。

---

1) 財団法人 建設経済研究所「建設経済レポート第 53 号」

2) オーストリア、ベルギー、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、アイルランド、イタリア、オランダ、ノルウェー、ポルトガル、スペイン、スウェーデン、スイス、イギリス、チェコ、ハンガリー、ポーランド、スロバキアの 19 ヶ国

3) 中国、香港、台湾、インド、インドネシア、韓国、マレーシア、フィリピン、シンガポール、スリランカ、ベトナム、タイ、オーストラリア、ニュージーランドの 14 ヶ国

4) 「Asian Development Outlook 2009 Update」Asian Development Bank

5) 「資料集 1」海外進出事例

## 1. 海外進出の形態

地方・中小建設企業が海外へ進出するにあたり、まず、自社が海外進出する目的を明確にする必要がある。

海外進出の目的として、例えば、「自社の保有する高度な建設技術や関連する商品販売等で売上拡大を図る」ことについて考えてみる。この目的に沿った海外進出の形態として、「工事施工」、「技術指導・コンサルティング」、「その他」の形態について、検討を行う。

### (1) 工事施工

自社の保有技術・機械を活用し工事施工するもので、日本の大手建設企業等の協力会社として参画することが多いが、自らが元請として受注（日本企業とのJVを含む）したり、現地建設企業（日系の現地法人等を含む）から下請受注することもある。

日本の建設企業が優位な工種（技術）は、下記のように分類される<sup>6)</sup>。

「多種多様な工法等により様々な仕様や工事条件（地盤、地下水、周辺環境等）等に対応できる工種」・・・地盤改良工、シールド工等。

「施工品質や作業効率が高く工程や安全等の施工管理が的確に行える工種」  
・・・機械土工、浚渫工、骨材プラント設計・製作・据付、落石防止工等。

「競合する外国企業がない工種」・・・日本庭園の設計・施工、日本の先端技術である耐震技術や環境技術を用いた施工法等。

また、進出方法としては、プロジェクト毎に日本から社員を海外に派遣して施工を行う場合と、現地に事業所を設けて事業を継続的に展開する場合に分けられる。

#### a) プロジェクト単位で進出する

プロジェクト単位で進出する場合、多くは、日本の大手建設企業やプラントメーカーの協力会社として工事施工又は施工管理業務を行うもので、通常は、プロジェクト単位で自社の技術者を現地に派遣するが多い。

地盤改良工やシールド工、機械土工、浚渫工、骨材プラント設計・製作・据付等の専門的な工事業種が協力会社として期待される。

日本の大手建設企業等に従って海外に進出することから、自社で行う手続きが少なく、また、海外工事に伴うリスクも比較的小さい。

<sup>6)</sup> 詳しくは「資料集1」海外進出事例を参照されたい。

## 第 部

しかし、その一方でプロジェクト終了後は撤収してしまうため、現地での継続的な事業展開にはつながりにくい。

また、プロジェクト単位で日本の ODA による社会インフラ整備工事を請負う場合も想定される。外国において、日本政府発注の庭園工事等の設計や施工を元請又は下請として請負う。

多くの場合、日本政府の関与があり、又は日本政府が発注者であることから、工事代金の回収リスクが小さい。

その一方で、プロジェクト終了後は撤収してしまうため、現地での継続的な事業展開にはつながりにくい。

### b) 現地法人や支店等を設立して工事を請負う

日本の製造業の海外進出に応じて日系の民間発注者や商社発注の工事、また、日本政府関与の工事を自らが元請として請負う場合、さらには進出国政府や現地企業から請負う場合が多い。これらの場合、進出国におけるビジネスライセンスや就業許可取得のため、現地法人や支店等を設立して対応するのが一般的である。

現地法人や支店等の設立に時間や費用等を要する反面、進出国において継続的な事業展開が可能となる。

当初は日本の大手建設企業等の協力会社として、プロジェクト単位で進出していた企業が、海外工事のノウハウを蓄積し、それを足がかりに現地法人や支店等を設立して、本格的な事業展開を行うことも考えられる。

## (2) 技術指導・コンサルティング

現地で工事施工は行わず、自社の保有技術に基づき現地企業に対して指導・コンサルティングを行う。

工事施工の場合と同様に、日本の建設企業が優位な技術分野（地盤改良工、シールド工、機械土工、浚渫工、骨材プラント設計・製作・据付等）での指導・コンサルティングのニーズは高い。また、こうした技術指導やコンサルティングサービスを行いながら、工事受注や資機材販売につなげることも可能である。日本の建設機械メーカーが進出し、資材や機械の販売のために工事施工を指導している例もある。

## (3) その他

日本で製作した建設資機材や商品（家具、サニタリー用品等）を外国に販売（輸出）する。海外の建設企業に資機材を販売することを通じて、工事の受注につながる可能性もある。

また、日本で取組んでいる新分野事業の商品（農産物等）やサービスをもって、海外市場で事業展開を行うこともあり得る。

以上の形態から、自社の海外事業の目的・内容を踏まえつつ、これまで築いてきた実績や技術力、ネットワーク、経営資源等を考慮して決定することが重要である。

## 2. 海外市場へのアプローチ

海外進出の形態を定めた次の段階は、どのようなアプローチ方法で、どの国に進出するかの検討を行う。

### (1) アプローチ方法

アプローチ方法として、次の2つの方法が挙げられる。

プロジェクト単位で進出する。  
現地法人や支店等を設立して事業展開する。

#### 「プロジェクト単位で進出する」方法

日本の大手建設企業の協力会社としてプロジェクト単位で進出し、工事施工や施工管理を行う方法である。

この方法は、進出に伴う手続きや海外工事に伴うリスクが比較的小さく、施工実績を積むことができることから、初めての企業でも取り組みやすいアプローチ方法である。

#### 「現地法人や支店等を設立して事業展開する」方法

進出当初から現地法人や支店等を設立し、現地及び周辺国の建設市場で工事施工等の事業を展開していく方法である。事前の国内及び現地での調査・検討やフィージビリティ・スタディなどを十分に行い、手順を踏んで事業展開を図る。

この方法は、現地での煩雑な手続きにかなりの時間や労力、費用を要するが、進出国で継続的に幅広い事業展開が期待できるアプローチ方法である。

### (2) 進出国の検討

進出国については、自社の想定する進出形態と市場等の可能性を踏まえ、各国の投資規制や市場性等について十分な検討を行ってから絞り込む。

検討にあたっては、国内や現地での調査<sup>7)</sup>が必要となる。その際、必要な情報を自力で収集するほか、進出国におけるビジネスライセンス（事業許可）や就労許可については（独）日本貿易振興機構等の公的機関、並びに商社、銀行、コンサルタント等の専門家に相談したり、それらのネットワークを利用して情報収集するのが効率的である。

<sup>7)</sup> 国内及び現地での具体的な調査・検討については「第 部」において解説している。