

日本企業は日本を捨てたのか

東レ経営研究所 産業経済調査部
チーフエコノミスト 増田 貴司

最近、日本企業がこぞってアジア新興国など海外の有望な市場へ活動の軸足を移しつつある。円高対応として安い人件費を求めた企業の生産拠点の海外移転が活発化している。さらに、高成長が見込まれるアジア新興国市場を開拓するための海外シフトの動きが後を絶たず、国内の空洞化懸念が強まっている。

これを見て、「とうとう日本企業が日本を捨て始めた」とセンセーショナルにとらえるのは必ずしも正しくない。今起きているのは、従来「まずは国内市場ありき」で国際化を進めてきた日本企業が、最初から世界市場を視野に入れて構想し、その中で日本の位置づけを考える真のグローバル企業への変身に挑み始めた現象と理解すべきだ。

人口減少下の日本で国内市場が縮小する一方、新興国市場が先進国市場に代わってビジネスの主戦場になったという環境変化を踏まえ、生き残りのために内外分業体制の再構築を行っているのである。

ボーダレスの時代に国が経済政策を国境の中だけで考えることはできないし、外へ出ようとする企業を国内に縛りつけることは不可能だ。国はこうした企業のグローバル戦略をむしろ支援すべきだろう。日本企業が新たな価値を生み出すイノベーションを国内で起こし、それを世界にもたらして、海外で稼いだ利益を国内に還元する活動を促す政策を推進すべきである。

現実には、たとえば新薬開発では、日本は治験（臨床試験）にかかるコストが海外より高いため、国内製薬企業でさえも治験を日本ではなく海外で行う例が増えている。

このような空洞化に歯止めをかけるには、企業が日本でイノベーションを起こす気になるようなビジネス環境を地道に整備していくしかない。海外の優れた人材や企業を国内に呼び込み、成長の原動力にしていくオープンな政策こそが空洞化対策の要となるだろう。

（本稿は、2010年10月7日 日本経済新聞夕刊「十字路口」に掲載されました）