

# 我が国建設業の海外展開戦略

国土交通省総合政策局国際建設経済室国際建設市場調整官 森 毅彦

我が国建設業の海外展開を取巻く環境は、国内市場環境の変化と併せて、経済のグローバル化の進展、アジア各国との経済連携の加速化など近年益々大きく変化してきている。こうしたなか、学識者、関係団体、国土交通省のメンバーで構成される「我が国建設業の海外展開戦略研究会」（事務局：財団法人建設経済研究所）が中間報告をとりまとめた。

同研究会は、大手建設各社と併せて既に積極的に海外に展開し相当の実績を上げている総合商社、エンジニアリング会社、コンサルタント会社等にヒアリングを行うとともに、我が国建設業の海外展開に関する過去のデータ、資料を改めて整理し、建設業の海外展開及び我が国建設業の海外展開の経緯、行動様式等について考察、分析を加えた。その成果が中間報告書である。

中間報告書では、我が国建設業の海外展開の経緯とその特徴を振り返るとともに、建設業という産業が他の製造業などと比して海外展開に適しているのかどうかを分析した。さらに、我が国建設業の有する競争優位性と進出相手国へもたらされる効果に触れつつ、我が国建設業の海外展開の是非について若干の考察を試みた。また、我が国建設業の海外展開に当たっての行動様式を計量的に分析しその評価を行った。

今後、同研究会は、これらの考察・分析結果をもとに、我が国建設業の積極的な海外展開を図っていくために、国、業界団体、関連団体、あるいは建設各社において、どのような取組みが期待されるかについて引続き議論していくこととしている。

本報文においては、同中間報告書の概要を紹介することとしたい。なお、同中間報告書の全文は、<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/economy/economy.htm> を参照されたい。

キーワード：建設業、海外進出、海外受注割合、日系資金案件、国内建設投資との関係、競争優位産業としての我が国建設業、能動的な海外展開

## 1. 我が国建設業の海外展開の概況

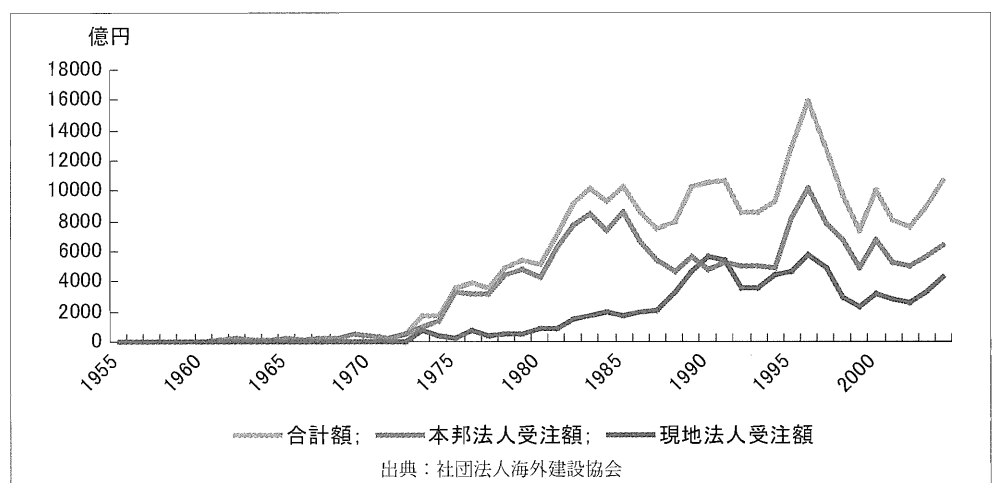
### (1) 我が国建設業の海外展開概況

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



図一1 海外建設受注実績の推移 (1955年度～2004年度)

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)。

(2) 建設業の海外展開の分析

(a) 海外受注の占める割合

米国の専門誌で発表されている世界の売上げ高上位50社の建設会社を国別に分け、その海外売上げ比率を国別に比較したものが図-2である。

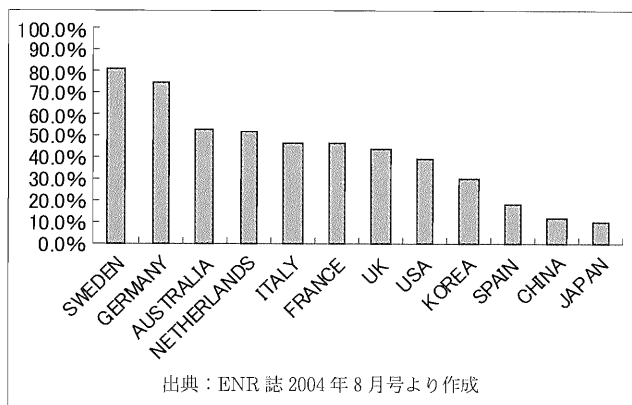


図-2 世界上位50建設会社海外売上げ比率 (2003年)

12カ国の中で、我が国建設業の海外売上げ比率は9.7%と最低であり、40~90%程度の欧米先進国建設会社と比べると、我が国建設会社の国内受注、国内市場への依存は際立っていることがわかる。

(b) 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(図-3の上部(網点)の棒グラフ部分)を占めている。

特に、米国など特定4カ国を除けば、これらの日系資金案件の割合は約8割に達しており、我が国建設業

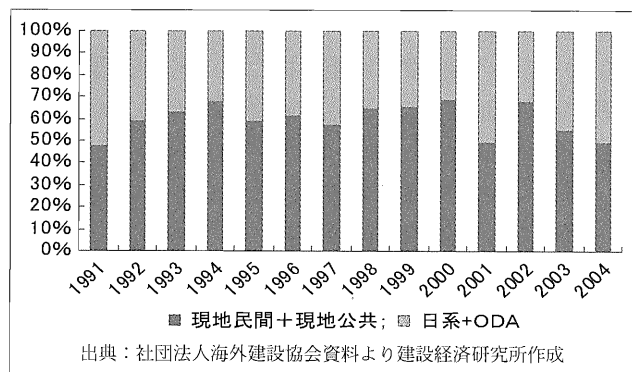


図-3 発注者別受注推移

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。

(c) 国内建設投資との関係

我が国建設業の海外受注実績の推移と我が国の国内建設投資額の推移を比較すると、1960年代以降国内建設投資が伸びていくのに遅行して、海外受注実績も着実に伸びてきており、国内市場で技術力を培った我が国建設業が徐々にその活躍の場を海外に広げていることがわかる(図-4)。

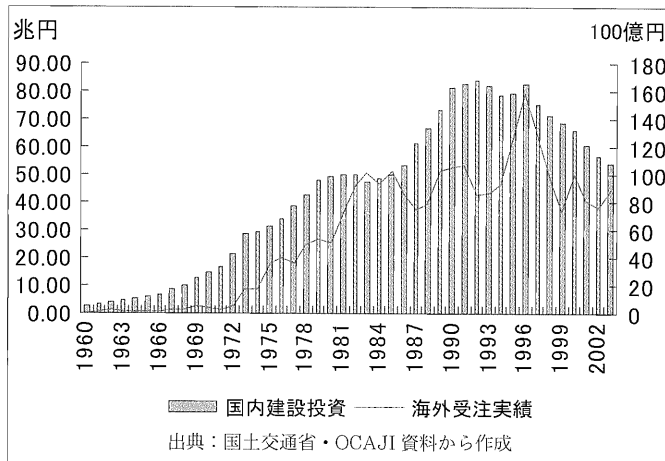


図-4 国内建設投資と海外受注実績

この傾向は1980年代後半までは変わらないが、1980年代後半から国内建設市場が急激に過熱化していく時期に海外受注実績が初めて停滞を見せている。これは活況を呈する国内市場への対応が海外市場への対応より優先されたことを示唆している。

その後、我が国国内建設投資が徐々に縮小していく中で、一時期の著しく増加した時期を除けば、中期的には我が国建設業の海外受注実績は概ね1兆円前後を推移してきたところであり、バブル崩壊後我が国建設業の海外展開が一進一退を繰り返してきたことが窺える。

2. 建設業と海外展開

(1) 建設業の特徴

(a) 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。

(b) 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。

#### (c) 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、も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言える。

### (2) 建設業と海外展開

#### (a) 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。

#### (b) 生産活動の海外展開

企業の生産活動での海外展開は、生産物を産み出す過程を海外で行うことにすぎない。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、受注量が変動的であるため、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。

#### (c) 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上げていくためには、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分析すると、全社員に占める海外部門の割合の平均は、2.7%と極めて低い水準にとどまっている。また海外事業部門の位置づけも、総じて限定的である。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である。

### 3. 我が国建設業の海外展開の是非

#### (1) 非とする論拠

##### (a) 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。

#### (b) 「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しすることができる「モノ」をつくる製造業とは異なり、海外展開やグローバル化といった議論にはなじまないとの指摘がある。しかし、建設業が産み出す最終財は「モノ」であり、コストに見合った優れた「モノ」を産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。

#### (c) 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、さらに多様で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。しかし、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。

#### (d) 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。しかし、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たことではなく、このことをもって海外展開に向かないと結論づけることは適当ではない。

### (2) 是とする論拠

#### (a) 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巻く諸条件の下で発展してきた。その結果、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おいて当然の帰趨である。

#### (b) 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、
- ・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と考えられる。

#### 4. 海外展開の行動様式に関する定量評価及びまとめ

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クを有し、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し、発展することを阻害してきたとも考えられる。

2004 年度の海外受注実績は 3 年連続で増加し 4 年ぶりに 1 兆円台を回復した。今後この増加基調が本格化するかどうかは、「能動的」な海外展開に転換できるか否かにかかっている。

JCMA

## 大深度地下空間を拓く 建設機械と施工技術

最近の大深度空間施工技術について取りまとめました。

主な内容は鉛直掘削工，単円水平掘削工，複心円水平掘削工，曲線掘削工等の実施例を解説，分類，整理したものです。

工事の調査，計画，施工管理にご利用ください。

定価 2,310 円（本体 2,200 円）送料 500 円

社団法人 日本建設機械化協会

〒105-0011 東京都港区芝公園 3-5-8（機械振興会館） Tel. 03(3433)1501 Fax. 03(3432)0289