

海外進出・海外展開：
日本企業が海外進出を行うメリットとは？
| 海外進出・海外展開のメリットと進出を
検討する際に確認すべきリスクを解説

弁護士法人
ファースト&タンデムスプリント法律事務所



概要

本記事では、海外進出を検討している日本企業が知っておくべきリスクや海外進出のメリットを詳しく解説します。海外でビジネスを行う際の注意点を掘り下げるとともに、弁護士と連携することの重要性についても考えていきましょう。

目次

- 1 はじめに
- 2 日本企業の海外進出における最新動向：日本企業の国別海外進出件数
- 3 日本企業が海外進出を検討すべき理由
 - 3.1 自社の商品・サービスの販路開拓・拡大
 - 3.2 生産拠点の海外移転によるコスト削減と効率化
- 4 日本企業が海外進出を行うメリット
 - 4.1 販路開拓による売上の大幅な増加
 - 4.2 低い税率によるコストの削減
 - 4.3 新規事業につながる経験値やノウハウの蓄積
- 5 海外進出を行う際のリスク
 - 5.1 カントリーリスクの影響
 - 5.2 文化的・言語的障壁によるトラブル
 - 5.3 人材育成と管理の課題
- 6 海外進出を検討する日本企業は弁護士との連携をご検討ください

1 はじめに

グローバル化が進む現代では、多くの日本企業が新たな成長機会を求めて海外へ目を向けています。しかし、海外市場へ進出することは、大きなチャンスである一方で、さまざまな課題やリスクを伴います。国内での事業運営とは異なる、法律や文化の違い、人材管理の問題などにより、より多くの不確定要素が発生するからです。

では、日本企業が国際的に競争力を持ち、持続的な成長を遂げるためには、どうしたらよいのでしょうか？

2 日本企業の海外進出における最新動向：日本企業の国別海外進出件数

ここでは、日本企業の海外進出における最新動向について見ていきましょう。国別の企業拠点数は、その進出戦略の多様性と重点エリアを示す貴重な指標となります。外務省が公表したデータ（「海外進出日系企業拠点数調査」2023年調査結果（令和5年10月1日現在））によると、中国が31,060の企業拠点数で最も多く、日本企業にとって最大の海外市場となっています。中国の巨大な市場は、消費者基盤の広がりや経済の成長により、多くの産業で機会を提供しています。しかし、中国でのビジネス運営は、その政治経済の複雑さや日中関係の変動により、特に慎重なアプローチが求められることに注意する必要があります。

米国は8,982の企業拠点数で、中国に次いで日本企業にとって重要な市場となっています。米国市場の大規模さとその成熟度は、技術、自動車、製薬などの分野で多大なビジネスチャンスを提供しています。米国への進出は、グローバルな競争力を追求する日本企業にとって、特に戦略的な意味合いを持ちます。

アジア地域では、上述の中国以外では、タイが5,856の企業拠点数で、インドが4,957と続きます。これらの国々は、成長が見込まれる市場として、また製造業の基地として、日本企業にとって魅力的な選択肢となります。特にインドは、その人口規模と経済の急速な成長により、今後さらに多くの日本企業が関心を持つ市場となることが予想されます。

他のアジア諸国、インドネシア、ベトナム、マレーシアは、それぞれ 2,182、2,394、1,617 の企業拠点数を持ち、製造業を中心に日本企業の活動が盛んとなっています。これらの国々は、比較的 low コストの労働力でありながら、国内市場の成長も著しく、日本企業にとって魅力的な投資先となっています。

ヨーロッパでは、ドイツ (1,947)、英国 (928)、フランス (820) が日本企業にとって主要な拠点といえます。これらの国々は技術革新の中心であり、日本企業にとって重要なビジネスパートナー及び市場を提供しています。

メキシコ (1,498)、ブラジル (656)、アラブ首長国連邦 (358) など、ラテンアメリカや中東も、エネルギー資源やインフラ建設、消費市場の拡大により、日本企業に新たな機会を提供しています。

これらのデータは、日本企業がグローバルな視野を持って多様な地域に進出していることを示しており、各市場の特性を理解し、適応する能力が今後の成功の鍵となります。中国のような大規模な市場もあれば、特定のニッチな需要を満たす小規模な市場もあり、日本企業の海外戦略は、これら多様な機会をどのように活用できるかにかかっています。

3 日本企業が海外進出を検討すべき理由

3.1 自社の商品・サービスの販路開拓・拡大

日本企業が海外進出を検討すべき最も直接的な理由は、自社の商品やサービスの販路を開拓し、拡大するためといえます。国内市場は成熟しており、人口減少の影響もあって、多くの産業で成長の限界が見え始めています。対照的に、海外市場、特に新興国では、経済成長が続いており、中産階級の拡大により消費者の需要が高まっています。これらの市場に進出することで、日本企業は新たな顧客層を開拓し、売上の増加を目指すことが可能です。さらに、グローバルな競争に直接参加することで、ブランドの国際的な認知度を高め、ビジネスモデルの革新を促すことも期待できます。

3.2 生産拠点の海外移転によるコスト削減と効率化

もう一つの重要な理由は、コスト削減と効率化を目的とした生産拠点の海外移転です。日本国内での製造は高品質な製品を提供する一方で、労働力や資材の

コストが高くつく場合があります。これに対し、海外、特に発展途上国では、比較的 low コストで労働力を確保できる上、地域によっては税制上の優遇措置を受けられることもあります。生産拠点を海外に移転することで、製造コストの削減はもちろん、供給チェーンの最適化、市場への迅速な対応が可能になります。また、現地での生産は関税障壁の影響を受けにくく、グローバルな供給網の一環として機能させることができるため、国際競争力の強化にもつながります。

4 日本企業が海外進出を行うメリット

4.1 販路開拓による売上の大幅な増加

日本国内の市場は、人口減少と平均賃金の停滞により、縮小傾向にあります。このような状況の中、日本企業は新たな成長機会を海外市場で求めています。世界の多くの地域、特に新興国では人口が増加しており、経済成長によって中産階級の層が厚くなっています。これらの地域における販路開拓は、日本企業にとって莫大なビジネスチャンスを含みます。より大きな市場規模では、製品やサービスに対する需要が高く、多様な顧客ニーズに応えることで、売上の大幅な増加を実現できる可能性があります。海外市場への進出は、国内市場の縮小を補うだけでなく、企業の成長を加速させる重要な戦略となり得ます。

4.2 低い税率によるコストの削減

世界各国では法人税率の引き下げ傾向が続いており、特にアジア諸国では外資誘致を目的とした税優遇制度が積極的に導入されています。これらの措置は、日本企業にとって直接的なコスト削減の機会を提供します。税率が低い国でビジネスを展開することにより、企業の利益率を改善し、再投資や研究開発への余裕を生むことが可能になります。さらに、税優遇制度を利用することで、初期投資の負担を軽減し、ビジネスの立ち上げを容易にすることができます。このように、税率の低さを活用することは、国際競争力を高め、事業運営の効率化を図る上で重要な戦略となります。

4.3 新規事業につながる経験値やノウハウの蓄積

海外市場でのビジネス展開は、現地のビジネス環境や顧客ニーズに対する理解を深める絶好の機会です。多くの場合、日本企業は現地のパートナーや企業と

提携することで、このような市場への進出を図っています。これらの提携は、単に市場へのアクセスを容易にするだけでなく、新規プロジェクトや商品開発につながる相乗効果を生み出すことが期待されます。現地企業のノウハウやリソースを活用することで、日本企業は、より革新的で競争力のある製品やサービスを開発することができます。また、異文化間の交流は新たなアイデアの創出を促し、企業の創造性と柔軟性を高めることにも繋がります。このような海外ビジネス経験を通じた経験値やノウハウの蓄積は、企業が継続的にグローバルな市場で成功を収めるための重要な要素となります。

5 海外進出を行う際のリスク

5.1 カントリーリスクの影響

海外進出を行う際、日本企業は現地の法制度や規制、政治状況、治安といったカントリーリスクを十分に考慮する必要があります。これらのリスクは、予期せぬ法律の変更、政治的不安定性や、治安の悪化という形で現れ、事業の運営に大きな障害をもたらすことがあります。また、経済情勢の不確実性も企業の収益性に直接影響を及ぼします。為替レートの急激な変動や、インフレ率の上昇などは、コスト管理や価格設定戦略に直接的な影響を与えるため、これらのリスクに対する適切なリスクマネジメント戦略が必要となります。カントリーリスクは、海外進出の大きな課題の一つであり、これを軽減するためには現地での情報収集や、リスクヘッジ戦略の策定が不可欠です。

5.2 文化的・言語的障壁によるトラブル

海外市場における文化的、言語的な違いは、日本企業が直面する大きな挑戦の一つです。言語の違いはコミュニケーションの障壁となり得ますが、さらに深刻なのは、宗教や習慣、商習慣などの文化的な違いから生じる誤解やトラブルです。これらの文化的な差異を十分に理解していないと、現地のパートナーや顧客との間で思わぬ誤解を招き、ビジネスチャンスを損なうことにもなりかねません。例えば、契約の締結過程やビジネスミーティングの進め方において、文化的な違いが大きな影響を及ぼすことがあります。これらのリスクを最小限に抑えるためには、現地文化に対する深い理解と尊重、そして適応が求められます。

5.3 人材育成と管理の課題

海外進出におけるもう一つの大きなリスクは、現地での人材育成と管理です。異なる文化背景を持つ従業員を効果的に管理し、育成することは、海外事業の成功において重要な要素となります。現地の労働市場における人材の質や、労働法制、労働倫理といった要素が、人材管理戦略に大きく影響します。また、企業文化の浸透や、コミュニケーションの効率化も重要な課題です。これらの課題に対処するためには、現地の文化や価値観を理解し、適応する柔軟性が求められるとともに、現地人材を尊重し、活用するための戦略的なアプローチが必要です。適切な人材育成と管理が行われることで、現地での事業拡大と持続的な成長が実現可能になります。

6 海外進出を検討する日本企業は弁護士との連携をご検討ください

海外進出を目指す日本企業にとって、弁護士との連携は事業の成功に不可欠な要素です。グローバル市場への進出は複雑で多様な課題を伴いますが、特に法的な側面での支援は企業にとって重要な安心材料となります。海外の法制度や規制は日本と大きく異なる場合が多く、これらを正確に理解し遵守することは事業運営の基礎となります。また、契約交渉や知的財産権の保護、労働法の適用など、法的知識が直接的にビジネスの成功に影響を及ぼす場面は少なくありません。

弁護士や法律事務所との連携により、これらの課題に対する専門的なリーガルチェックを受けることができます。特に、現地法令に精通した法律専門家のサポートは、カントリーリスクを軽減し、現地でのビジネスを円滑に進めるための鍵となります。さらに、文化的・言語的障壁によるトラブルや、人材育成・管理における法的問題に対しても、適切なガイダンスを期待できるでしょう。

弁護士との連携は、事前のリスク回避だけでなく、万が一発生した紛争の解決においても重要な役割を果たします。紛争解決の過程で必要とされる法的手続きや交渉戦略に関して、専門的な知見を提供し、企業の利益を守るための支援を行います。

海外進出における成功は、市場や技術のみならず、法的側面の適切な管理にも依存していることを忘れてはなりません。そのため、事業計画の初期段階から弁護士と密接に連携し、包括的なリスクマネジメントと戦略的なアプローチを

確立することが、海外での持続可能な成長と成功への道を拓く鍵となるでしょう。

ファースト&タンデムスプリント法律事務所では、弁護士によるご相談やリーガルチェックのご依頼をお受けしていますので、いつでもお問合せください。

弁護士法人ファースト&タンデムスプリント法律事務所

メール相談：info-fts@tandemsprint.com

(代表弁護士：小野智博)

※本稿の内容は、2024年8月現在の法令・情報等に基づいています。
本稿は一般的な情報提供であり、法的助言ではありません。正確な情報を掲載するよう努めておりますが、内容について保証するものではありません。