

企業の国際化による日本の再生

—政策の役割を議論する—

戸 堂 康 之

目 次

はじめに	2 どのような政策が必要か
I 日本経済の現状	IV インフラ、コンテンツの海外展開
II 国際化が日本を救う	1 インフラ関連産業
III 国際化のための政策	2 コンテンツ産業
1 なぜ政策が必要か	おわりに—要約と結論—

はじめに

本稿では、第I章で日本経済の惨状を簡単に描写し、第II章で日本の再生のためになぜ企業の国際化が必要なのかを述べる。第III章では、企業の国際化のためにはなぜ政策が必要なのか、どのような政策が必要なのかを議論し、第IV章では、特に本書の焦点であるインフラ関連産業とコンテンツ産業についてより詳細に論ずる。最後に要約と結論を「おわりに」でまとめた⁽¹⁾。

I 日本経済の現状

日本経済の凋落が続いている。バブル崩壊後の日本経済の停滞を「失われた10年」と呼んだのはずいぶん昔の話となり、「失われた20年」と呼ばれ始めてすでに数年が経つ。20余年にわたって停滞もしくは縮小し続けた日本経済の現状は悲惨である。例えば、1人当たり実質GDP成長率で見ると、日本は1980年から1990年までは年率で3.3%で、現在のOECD加盟国34か国中3位であったが、1990年から2010年までは0.79%で32位であった⁽²⁾。このような低成長が続いた結果、1人当たり実質GDPは1990年にはOECDで7位だったものが、2010年には17位まで下がっている。スイスのビジネススクールIMDが毎年発表する「世界競争力ランキング」で見ても、日本は1990年には59か国中の1位であったが、2012年には27位となった⁽³⁾。

筆者は2010年に上梓した著作⁽⁴⁾の中で、このような現状を「途上国化する日本」と呼び、こ

(1) 本論文の内容のうち意見にわたる部分は、筆者の個人的な見解であり、国立国会図書館調査及び立法考査局の公的な見解ではない。したがって、本書の中の他の論文と見解を異にする場合がある。

(2) World BankのWorld Development Indicators (<http://data.worldbank.org/>)。なお、本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は2012年6月29日である。

(3) IMD, "IMD World Competitiveness Yearbook" (<http://www.imd.org/research/publications/wcy/index.cfm>)

(4) 戸堂康之『途上国化する日本』日本経済新聞出版社, 2010, pp.17-18.

のままの延長線上では2020年には実質所得レベルで韓国や台湾に抜かれ、マレーシアと同程度になると警鐘を鳴らした。その頃は、「まさかマレーシアと同じにはなるまい」という批判もあったが、2012年4月に日本経済団体連合会（経団連）が出した報告書も、「このままでは先進国としての地位から転落し、極東の一小国に逆戻りしかねない恐れすらある」と述べている⁽⁵⁾。

反面、日本経済の潜在力を考えれば、このような現状を打破し、日本経済を再び成長の軌道に乗せること、例えば2%超の一人当たり実質GDP成長率を達成することは十分に可能である。しかし、その実現には社会や経済の制度を大きく転換することが必要で、そのためには政策の後押しが不可欠である。

制度の大転換が経済成長の経路を大きく変えることは、様々な国の歴史が示している。例えば、中国は18世紀まで数千年にわたって世界の超大国であり、世界全体のGDPの四分の一ほどを占めていたが、1757年の清の鎖国を契機として、同時期に大航海時代や産業革命を経験した西欧諸国に19世紀には追い越され、中国のGDPは世界全体の5%程度となってしまった。しかし、1978年に鄧小平国務院常務副総理（当時）による改革開放路線への大転換とともに、経済規模は急激に復活し、2008年には世界GDPの18%にまで復活した⁽⁶⁾。つまり、制度の大転換によって、1国の経済は30年程度の比較的短期間で、全く別の国に生まれ変わることができるのである。

II 国際化が日本を救う

では、現在の日本において、大きく転換すべき制度とは何であろうか。日本経済には様々な問題がある中で、筆者は最大の問題の1つは、日本経済が内向きであり、十分に国際化できていない、グローバル化できていない点にあると考える。

なぜ経済成長にとって国際化が重要なのだろうか。最も大きな理由は、輸出や海外直接投資といった企業の国際化によって企業の生産性が上昇することが、先進国を含む多くの国で見出されており⁽⁷⁾、日本も例外ではないことである。例えば、輸出を始めることで企業の生産性は平均的に2%上昇することが日本の企業レベルのデータによって確かめられている⁽⁸⁾。図1には、2000年に輸出を開始した企業が、輸出をすることで非輸出企業に比べてより大きく労働生産性を伸ばしていることが表されている。さらには、海外直接投資、海外での研究開発投資、海外生産委託によって、生産性は平均的にそれぞれ2%、3%、0.6%上昇することが見出されている⁽⁹⁾。この20年間の日本の1人当たりGDP成長率が0.8%（第II章参照）であったことを

(5) 日本経済団体連合会・21世紀政策研究所・グローバルJAPAN特別委員会『グローバルJAPAN—2050年シミュレーションと総合戦略—』p.1. (<http://www.21ppi.org/pdf/thesis/120416.pdf>)

(6) Angus Maddison, "Statistics on World Population, GDP and Per Capita GDP, 1-2008 AD," University of Groningen, 2010. (<http://www.ggdc.net/MADDISON/oriindex.htm>)

(7) 日本語の最新のサーベイについては、石瀬寛和「国際貿易論の近年の進展：異質的企業の貿易行動と集計的含意に関する理論と実証」『日本銀行金融研究所ディスカッションペーパー』（近刊）を参照。

(8) Fukunari Kimura and Kozo Kiyota, "Exports, FDI, and Productivity: Dynamic Evidence from Japanese Firms," *Review of World Economics*, 142(4), 2006.12, pp.615-719.

(9) Alexander Hijzen, Tomohiko Inui and Yasuyuki Todo, "The Effects of Multinational Production on Domestic Performance: Evidence from Japanese Firms," RIETI Discussion Paper, No. 07-E-006, 2007.3;

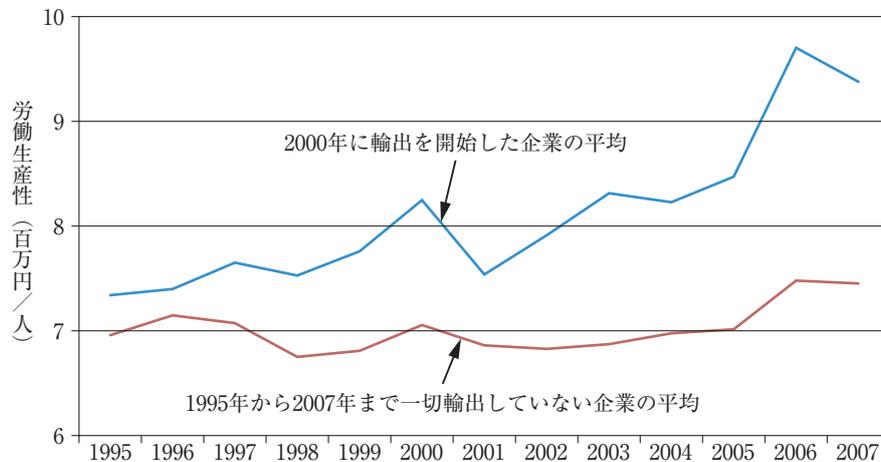
Yasuyuki Todo and Satoshi Shimizutani, "Overseas R&D Activities and Home Productivity Growth: Evidence from Japanese Firm-Level Data," *Journal of Industrial Economics*, 56(4), 2008.12, pp.752-777;

Alexander Hijzen, Tomohiko Inui and Yasuyuki Todo, "Does Offshoring Pay? Firm-Level Evidence from Japan," *Economic Inquiry*, 48(4), 2010.10, pp.880-895.

考えると、このような国際化による生産性の伸びはかなり大きなものだと言える。

貿易の利益の1つは、リカード (David Ricardo) が論じたように⁽¹⁰⁾、各国が比較優位を持つ財の生産に特化し、それを貿易することで、人々の生活が向上することにある。しかし、貿易を含めた経済の国際化の利益はそれだけにはとどまらない。最も大きな国際化の利益は、人々のネットワークが広がることで、お互いに海外の技術や知識を学びあい、それを基に新たなイノベーションが進展することである。例えば、大型航空機ボーイング787は三菱重工をはじめとする多くの日本企業が参画して開発されたものだが、その過程でボーイング社と日本企業とはお互いに学びあい、その知識は例えば三菱重工の国産ジェット機MRJの開発に生かされている。つまり、国際化とは多様な人間がお互いを刺激し合うことで新しい知識や技術が生み出されていくという、いわば「3人寄れば文殊の知恵」の場を作るものなのである。

図1 輸出企業と非輸出企業の労働生産性の推移



(出典) 経済産業省「企業活動基本調査」より筆者作成

各国の技術レベルの指標である生産性と所得レベルとが強く相関していることから明らかなように、経済成長の究極的な源泉は技術進歩である。したがって、国際化によってイノベーションや技術進歩が起きることは、国際化によって経済成長が促進されることを示しているに他ならない。

国際化による恩恵はこれだけにとどまらない。海外進出によって生産量が増えることで、企業は規模の経済を享受して生産コストを下げることができるし、海外へ労働集約的な生産工程を委託することで、国内では知識集約的な工程に特化して生産性を向上させることができる。

しかも、海外直接投資や海外への生産委託は中長期的には必ずしも国内雇用を減らさず、空洞化を引き起こさないことも、日本の企業レベル、産業レベルのデータを利用した多くの研究によって示されている⁽¹¹⁾。これは、短期的には国内生産拠点の閉鎖などによって国内雇用は

(10) David Ricardo, *On the principles of political economy, and taxation*, London: J. Murray, 1817.

(11) 樋口美雄・松浦寿幸「企業パネルデータによる雇用分析—事業組織の変更と海外直接投資がその後の雇用に与える影響」『経済産業研究所ディスカッションペーパー』No.03-J-019, 2003;

Alexander Hijzen, Tomohiko Inui and Yasuyuki Todo, "The Effects of Multinational Production on Domestic Performance: Evidence from Japanese Firms," *op.cit.*(8);

Nobuaki Yamashita and Kyoji Fukao, "The Effects of Overseas Operations on Home Employment of Japanese Multinational Enterprises," *Hi-Stat Discussion Paper*, No.251, 2008.6;

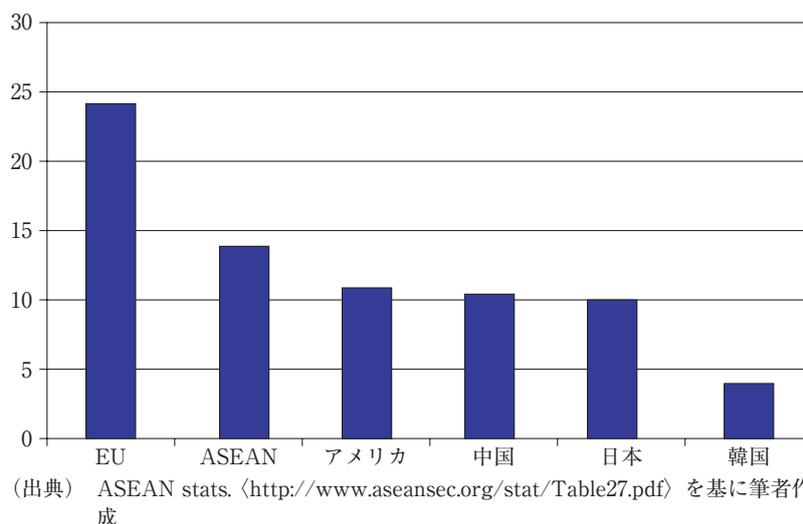
Pablo Agnese, "Japan and Her Dealings with Offshoring: An Empirical Analysis with Aggregate Data," *MPRA Paper*, No.16505, 2009.7;

戸堂康之「日本の中小企業の海外生産委託」『経済産業研究所ディスカッションペーパー』No.12-J-004.

減少するかもしれないが、国際化によってその企業の生産性が向上するために競争力が増し、中長期的には国内雇用が回復するためと考えられる。海外進出に伴って、海外の生産拠点の管理業務や海外に対する技術指導が増加し、国内の雇用が守られるという事例もある。むしろ輸出には逆に国内雇用を増やす働きがある。輸出開始後2～3年後で比較すると、輸出企業は非輸出企業にくらべて雇用の成長率が6%程度高いことがわかっている⁽¹²⁾。

したがって、日本が「失われた20年」から脱出するためには、国際化による空洞化を恐れることなく、より積極的に企業が海外展開していくことが有効であり、絶対に必要であることははっきりしている。しかし、現状では日本の国際化の度合いは著しく低い。輸出額、対内直接投資額、対外直接投資額のGDP比で言えば、OECD加盟国34か国中日本はそれぞれ33位、34位、26位である。少なくともアジアでは日本企業が活発に活動していると思いきや、ASEANへの直接投資額のうち日本からの投資は10%にすぎず、2009年には国・地域別に見ればEU、ASEAN域内、アメリカ、中国に次いで第5位であった(図2)。ASEANにおいてさえ、日本企業の投資が多いとは言えないのが現状なのである。

図2 ASEANへの直接投資の国別シェア (2009年)



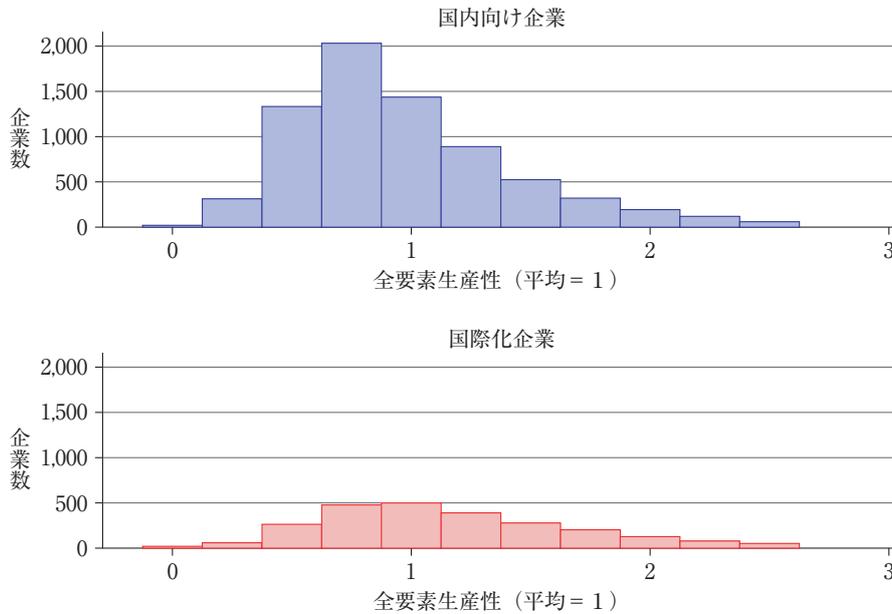
ただし、企業が国際化していくためには、その前提として高い技術が必要である。図1は輸出企業は輸出をする前から(図の例では2000年以前から)非輸出企業よりも生産性が高かったことを示している。海外で製品を売るためには、マーケティングや製品の改変のための初期投資がかかるので、それをカバーできるだけの技術力、競争力を持つ企業でなければ海外には出られないからである。上述したボーイング787の例でも、日本企業が技術力を持っているからこそ、ボーイング社の開発に参画できたのである。

したがって、企業を国際化させて経済成長の推進力としようとするとき、通常の国の場合にはその技術力がないことがネックとなる。まず、技術力を上げないことには国際化したくてもできないからである。しかし、日本の場合には全く状況が違う。技術力があり、十分に世界の市場で競争力があると思われる企業の多くが実際には海外市場に出ていかず、国内市場にとどまっているのである。図3は、国内向け企業と輸出または海外直接投資を行うグローバル企業

(12) Ayumu Tanaka, "The Causal Effects of Exporting on Japanese Workers: A Firm-Level Analysis," *RIETI Discussion Paper*, No.12-E-017, 2012.3.

(国際化企業)に分けて、全要素生産性⁽¹³⁾分布をみたものである。これを見ると、平均的にはグローバル企業の方が生産性が高いものの、国内向け企業の中にも平均的なグローバル企業よりもはるかに高い生産性を持つ企業も多く存在していることがわかる。筆者は、潜在的な能力が活かしていないという意味を込めて、これらの企業を「臥龍企業」と呼んでいるが、臥龍企業はどんな地方にもどんな産業にも多く存在していることが企業データから確かめられている。

図3 国内向け企業・国際化企業別の生産性分布 (2005年)



(出典) 若杉隆平・戸堂康之・佐藤仁志・西岡修一郎・松浦寿幸・伊藤萬理・田中鮎夢「国際化知る日本企業の実像—企業レベルデータに基づく分析—」『経済産業研究所ディスカッションペーパー』No.08-J-046.

例えば、さいたま市にある中小企業のK社は数年前までは正にそのような臥龍企業であった。高い技術を持ち、医療・航空機関係の金属部品を生産していたが、大手企業の下請けに甘んじて長い間海外で自社の製品を売ることなど考えたこともなかったのである⁽¹⁴⁾。しかし、たまたまさいたま市の主催するセミナーに参加したのを契機として、日本貿易振興機構 (JETRO) の支援を受けて海外展示会に出展した結果、すぐに海外との取引が始まった。K社の場合には、政策的支援もあって臥龍から昇龍へと脱皮できたが、日本全国には、高い技術を持ち国際競争力があるにもかかわらず、海外に出ていかない臥龍企業がまだまだたくさん存在しているのである。

日本企業が国際化して、それによってさらに生産性や競争力を高めることが、日本経済が再び成長するための1つの重要な手段となるが、臥龍企業に象徴されるように日本企業は潜在力をもっており、以下で述べるような政策によって十分にそれが可能となるはずである。

なお、国際化すべきなのは製造業だけではないし、臥龍企業が製造業だけにいるわけでもない。この報告書の柱であるインフラ関連産業やコンテンツ産業をはじめ、小売・医療・介護・教育などのサービス業や農林水産業においても国際化は必要であるし、可能である。むしろ、製造業と比べると従来は生産性の低かったサービス業や農林水産業でこそ、国際化を通じた「3

(13) 全要素生産性とは、一般的に使われる技術レベルの指標である。全要素生産性が2倍になれば、同じ労働力と設備を使っても、生産量は2倍となる。

(14) 著者自身のインタビューによる。

このような政策はすでに広範に行われている。例えばJETROは、刊行物やセミナー、インターネットを通じて、海外市場に関する情報をほとんど無料で国民に提供している。海外市場の視察ツアーを提供したり、国内外での展示会への参加に対して補助したりもしている。インターネット上で、自分の商品を登録したり海外の商品を検索したりして、海外のビジネスパートナーを探すことができるためのウェブサイトも作られている⁽¹⁵⁾。JETRO以外にも、中小企業基盤整備機構、日本商工会議所、各地域の自治体などが同様の施策を手厚く行っている。これらの施策は、国際化を志向する企業に有効に活用されている。また、同様の政策は世界各国でも行われている。例えばドイツでは、中小企業の国際化振興策として見本市の参加に対する支援に重点が置かれている（第Ⅱ部伊藤論文）。

とは言え、これらの施策に問題がないわけではない。まず第1に、JETROや中小企業基盤整備機構など様々な機関が入り乱れて似たような施策を行っているために、利用者の企業からすると自分に適した施策を見つけるのにも時間と労力が必要である。反面、多くの施策が行われ、それがウェブサイトやパンフレットなどで広報されているにもかかわらず、実はその情報は多くの企業、特に中小零細企業には届いていないという現実がある。中小企業庁が2009年に中小企業を対象に行った『国際化と企業活動に関するアンケート調査』⁽¹⁶⁾によると、国際化支援策の最大の問題点として企業が挙げたのは、「情報が入手しにくい」ことであり、しかもすでに国際化している企業の方がむしろそのように回答する傾向が強かった⁽¹⁷⁾。

したがって、これらの問題を解消するためには、例えば国際化支援をしている機関が連携して、施策を統合したり、統合できない場合でもワンストップの相談窓口を設けたりすることが望まれる。また、広報手段をインターネットやパンフレットなどに過度に依存せず、既存のネットワークを活用すべきである。インターネットやパンフレットは、すでにJETROなどが国際化支援をしていることを知っている企業であれば、ウェブサイトや事務所を訪れることで情報を得ることができるが、そのような支援にこれまで全く縁がなかった企業はウェブサイトや事務所の存在をも知らないために、情報が行き届かないことも多い。実際、筆者自身がある地方においてインタビューした企業の経営者が、新聞記事に取り上げられたこともあるような高い技術をもっていて、すでに輸出をし始めているにもかかわらず、JETROの存在を全く知らなかったということもあった。このように、国際化支援の施策は十分にあるように見えながら、まだ改善すべき点も多い。

さらに留意すべきなのは、支援をすればするほど望ましいというわけではないことである。そもそも企業の国際化支援は、民間企業もビジネスとして行っている。例えば、商社や金融機関は、顧客への付帯的なサービスとして海外市場の情報を提供したり、海外進出に関わるコンサルティングを行ったりしている。そのような情報提供やコンサルティングを主たる業務としている企業もあるし、日本企業と海外企業とをマッチさせるための仲介業者や商用のウェブサイトも存在する。したがって、JETROなどの公的機関による支援は、これらの民業を圧迫せず、むしろ民間の支援機関の業務を支援する形で行われることが望ましい。民間支援機関への直接的な補助は形式上難しいかもしれないが、例えば公的機関が獲得した情報やネットワークを民

(15) 「引き合い案件データベース (TTPP)」JETROウェブサイト <<http://www.jetro.go.jp/tppoas/indexj.html>>

(16) 中小企業庁の委託により三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)が18,000社を対象に実施した。回収率は19.2%であった。

(17) 戸堂 前掲注(4)

間機関と共有し、両者が連携して企業に対して国際化支援を行うという形は十分に可能であろう。

なお、情報支援やネットワーク支援以外にも、企業の国際化支援としては金融支援が考えられる。国際化には情報収集やマーケティング、市場に合わせた製品の改良に初期投資が必要であり、多くの場合、その費用を金融機関から借り入れる必要がある。しかし、実際には技術力・競争力があって国際化に成功するはずの企業の場合でも、金融機関が企業の潜在能力を完全に把握できないために、国際化のための融資を受けられないこともある。これは、先に述べた「情報の非対称性による市場の失敗」のケースであり、このようないわゆる信用制約があるときには、政府が介入することが望ましい。実際に、国際化に対する金融支援は、国際協力銀行 (JBIC) などが実施している。

ただし、いわゆる「貸し渋り」が起きているように見えても、潜在的には返済能力がある企業が借りられないでいるのか、返済能力がない企業が借りられないでいるだけなのかを見極めることは難しい。もし情報の非対称性がなく、金融機関が企業に返済能力がないことを完全に見極めたうえで融資していないのであれば、政策的に金融支援をすることは好ましくない。なぜなら、政策金融によって返済能力に乏しい企業に融資すれば、中長期的にはそれらの融資は不良債権となって国民が返済を担うことになってしまうからである。したがって、金融支援は適切になされなければ中長期的には国民負担が増加することを理解した上で、慎重になされるべきである。特に、国際化の意図とは関係なく、広く中小企業を対象にした金融支援（例えば、中小企業金融円滑化法⁽¹⁸⁾など）は、競争力のない「ゾンビ企業」⁽¹⁹⁾をいたずらに生きながらえさせることになり、適切な金融支援とは言えない。反面、国際化を意図する企業を対象にした政策金融（例えば、JBICの融資）には、潜在能力がありながら融資を受けられないために国際化できなかった臥龍企業をふるいにかける働きがあり、より望ましい。

さらに、企業が海外進出するにあたって海外市場のリスクが大きいために躊躇することは多く、その意味ではリスクを軽減するような政策も考えられる。その1つは日本貿易保険 (NEXI) による貿易保険の対象や範囲を拡大する政策である。例えば、NEXIには通常よりも申込みや保険金支払い手続きが簡素化された中小企業向けの貿易保険の制度があるが、2012年4月にその対象を資本金10億円未満から3億円未満に引き下げた。しかし、このようなリスク支援も金融支援と同じく、不適切に行われれば保険金支払いが過大になり、結果として国民の負担となって返ってくることを十分に理解した上で、慎重に実行していく必要がある。

IV インフラ、コンテンツの海外展開

この報告書では、日本企業の国際化の中でも、特にインフラ関連産業やコンテンツ産業の輸出を中心とした海外展開に焦点を当てている。本章では、これらの産業の海外展開について、これまでの考察に基づきながら、より詳しく議論したい。

(18) 中小企業等に対する金融の円滑化を図るための臨時措置に関する法律（平成21年法律第96号）

(19) Ricardo J. Caballero, Takeo Hoshi and Anil K. Kashyap, "Zombie Lending and Depressed Restructuring in Japan," *American Economic Review*, 98(2008), pp.1943-1977. は、日本では金融機関による救済によって、むしろ生産性の低い企業が存続しやすい傾向にあることを見出し、そのような低生産性のまま存続し続ける企業をゾンビ企業と呼んだ。

1 インフラ関連産業

インフラ関連産業とは、社会基盤、例えば道路、鉄道、港湾、空港、電力、ガス、上下水道などの整備に関わる産業を指す。2006年のOECDの推計によれば、2010年から2030年までに世界全体のインフラ需要は50兆ドルに上ると見積もられており⁽²⁰⁾、この巨大な需要をどこまで日本企業が受注できるかということは日本経済にとって大きな意味をなす。

海外のインフラ整備事業に関してよく指摘されるのが、インフラ事業の発注は、インフラ関連機器の販売や設備の建設だけではなく、設備の運転・保守などの長期間の運営事業をも含めた「パッケージ」で発注されることが多い点である。したがって、受注側はこれらのパッケージに対応した多様な能力を持つ必要があり、複数の企業が連合して受注を目指すこととなる。

このように複数の企業が連携しなければならない場合、例えばインフラ機器のメーカー、プラント設置企業、運営企業間での短期的な利害が必ずしも一致せず、また企業間の情報の非対称性の問題が生じて市場の失敗が生じ、企業間連携が成立しない可能性がある。このような場合には、政府が介入して企業間連携を支援することで、経済成長を促進し、国民の厚生を向上することができる。

このようなことから、2010年6月に日本政府によって閣議決定された「新成長戦略」においても、パッケージ型インフラの海外展開の推進が盛り込まれた⁽²¹⁾。国家戦略室が主導して2010年4月に開かれたパッケージ型インフラ海外展開推進実務者担当者会議では、国際競争力の強化、金融支援の強化、発注国に対する計画策定段階からの積極的な協力、支援のパッケージ化・トップ外交の推進、海外展開を推進するための国際ルール対応、オールジャパンの体制構築などが提唱されている⁽²²⁾。

例えば、「国際競争力の強化」は、企業間連携を支援して受注体制を構築することによつてされ、上述した短期的な利害対立や情報の非対称性を、政府が間に入ることで解決しようとする試みである。「発注国に対する計画段階からの協力」は、海外でのインフラ事業に関する情報の流入や、海外の発注者と日本企業とのネットワークの構築を支援するという側面がある。さらに、開発途上国のパッケージ型インフラ海外展開支援のために円借款（政府開発援助）を活用することも決定されている（2011年8月19日のパッケージ型インフラ海外展開関係大臣会合）⁽²³⁾。インフラに対する日本の政府開発援助が被援助国への日本企業の海外直接投資の呼び水となることは、データで実証されているが⁽²⁴⁾、これは援助をすることで被援助国の情報が日本にもたらされるからだと考えられており、円借款を活用したインフラ海外展開は、海外直接投資全般に対するネットワーク支援ととらえることもできる。いずれにせよ、前章で述べたように、これらの情報支援・ネットワーク支援は、企業の国際化に際して政府が担うべき重要な役割であり、そのような支援の方向性は高く評価できる。

また、「海外展開を推進するための国際ルール対応」には、「租税条約・投資協定の締結促進

⁽²⁰⁾ OECD, *Infrastructure to 2030: Telecom, Land Transport, Water and Electricity*, OECD, 2006.

⁽²¹⁾ 『新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～』（平成22年6月18日閣議決定）〈<http://www.kantei.go.jp/jp/sinseichou/sinseichou01.pdf>〉

⁽²²⁾ 経済産業省『インフラ関連産業の海外展開のための総合戦略（案）～システムで稼ぐ～』（平成22年4月6日）〈http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kokkasenryaku/image/20100406_infra_haihu_3.pdf〉

⁽²³⁾ 外務省「パッケージ型インフラ海外展開支援のための円借款の活用（プレスリリース）」（平成23年8月19日）〈http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/8/0819_01.html〉

⁽²⁴⁾ Hidemi Kimura and Yasuyuki Todo, "Is Foreign Aid a Vanguard of FDI? A Gravity-Equation Approach," *World Development*, 38(4), 2010, pp.482-497.

等の投資環境の整備」が含まれる。途上国に対する投資には、資本規制をはじめとする様々な障壁が残っており、これらを投資協定によって除去することは、インフラ投資の道ならしともなる。また、原子力発電分野などでは輸出にあたって二国間協定が必要となる（第Ⅱ部山口論文を参照）。これらの協定の締結もむろん政府の重要な役割である。

ただし、支援をすればするほどよいというわけではなく、支援の効果を見極めながら施策を行っていかねばならないことには変わりはない。例えば、上記のパッケージ型インフラ海外展開推進実務者担当者会議で強調された「金融支援の強化」については、インフラ事業の投資額が巨額であることや、投資回収に時間がかかり、リスクも大きいことだけをもって、政府が金融支援を行うべきであるとは言えない。しかも、政府が巨額の資金を要するインフラ事業に金融支援をすれば、もしそれが失敗した場合の負担は国民が担わなければならないことを十分に理解しなければならない。「トップ外交の推進」についても、日本ではしばしば諸外国に比べてトップセールスが不十分であると批判されることが多いが⁽²⁵⁾、その効果にあまり大きく期待すべきではない。提案内容が不十分なのにトップセールスで受注できるほど、国際入札は甘いものではないだろう。実際、2009年11月の東芝によるフランス・アレバ社の送配電事業売却案件への入札の際に、経済産業大臣がフランス政府にサポートレターを出してトップセールスを行ったが、受注はできなかった⁽²⁶⁾。

一例として、2009年12月に韓国企業がアラブ首長国連邦で原子力発電所を受注したケースを取り上げてみよう。この案件の入札には日立製作所がアメリカのゼネラル・エレクトリックとエクセロンと連合して参加していたが、韓国企業連合が落札したことで、日本においてインフラ海外進出支援が盛り上がるきっかけともなった。この発電所建設にかかる186億ドルのうち100億ドルは韓国輸出入銀行による融資で賄われ⁽²⁷⁾、また、事業の開札直前には李明博大統領が現地を訪れてトップセールスを展開しており、韓国政府の手厚い支援があった（韓国政府の支援策については第Ⅲ部魏論文を参照）。しかし、この契約にあたって韓国企業連合は原発としては異例の60年間の運転を保証しており、かなり無理をしておいたことから、韓国内でも手厚い政策支援が問題視された。したがって、一時は韓国企業の歴史的な勝利として称えられたこのケースも、長期的には原発の建設・運転に何らかの問題が生じて巨額の融資が焦げ付いて、韓国国民の厚生を損なう可能性は十分に考えられる。韓国政府の支援によって韓国企業連合が原発の受注に成功したからと言って、日本政府としてさらに手厚い支援を行うべきだと単純に考えるべきではないであろう。

2 コンテンツ産業

コンテンツ産業とは、映画、テレビ番組、アニメーション、漫画、ゲームなどを制作する産業である。近年、日本のアニメーションが海外において人気を博しているが、第Ⅱ部内山論文で詳細に述べられているように、現時点ではコンテンツ産業の海外売上高は、製造業にくらべれば大きなものではない。しかし、コンテンツにはまだまだ潜在力があると思われ、その海外

(25) 例えば、堀義人「インフラ・プロジェクトに政府のトップセールスを！」堀義人ブログ「起業家の風景/冒言」2011.10.3.
(<http://blog.globis.co.jp/hori/2011/10/100-148-2207.html>)

(26) 経済産業省 前掲注(16)

(27) “South Korea plans to lend \$10 billion for U.A.E. nuclear plants” Bloombergウェブサイト (2010年10月7日付) (<http://www.bloomberg.com/news/2010-10-06/south-korea-plans-to-lend-a-total-of-10-billion-for-u-a-e-nuclear-plants.html>)

展開を政策的に支援することが正当化される理由もある。なぜなら、日本のコンテンツの海外展開によって日本文化に対する理解が深まり、日本に対する親近感が増すことによって、日本製の他の製品やサービスに対する需要も増加する可能性があるからである。このことは必ずしもデータによって示されているわけではないが、一般的に2つの国が言語的、文化的、宗教的に近接していることによって貿易量はより大きくなるということがいくつかの研究成果によって示されている⁽²⁸⁾。文化言語的、文化的な親近感が増せば、経済的な利益だけではなく、外交上の利益をも期待できるかもしれない。もしそうだとすれば、コンテンツの海外展開や日本語の海外への普及活動（第Ⅱ部津田論文を参照）には第Ⅲ章第1節で述べたような社会に対する「よい副作用」があるということになり、政策的にこれを特に奨励することは他の産業の海外売上を増やすことにつながるのだから、社会全体の利益となる。なお、このような他の財・サービスへの波及効果を除いても、コンテンツ産業には市場の失敗が存在しており（第Ⅱ部内山論文を参照）、政策支援は必要である。

ただし、他の政策と同様、コンテンツの海外展開に対する政策も十分にその効果を見極めることが必要である。先に述べたように、コンテンツの海外展開の外部効果は必ずしもデータによって立証されているわけではないからである。例えば、日本における韓流ブームによって、確かに韓国人スターは身近になったが、それによって韓国製品が国内でより売れるようになったかどうかははっきりしない。プーチン首相は柔道の黒帯であるが、だからといって北方領土返還交渉が進展するとは限らないのと同じである。

おわりに—要約と結論—

日本企業の国際化（輸出、海外直接投資など）は諸外国に比べて遅れているが、潜在的には世界市場での競争力を持ちながらも、国際化していない企業も多い。国際化によって企業の生産性が向上することは様々な研究によって立証されているため、企業の国際化を進展させることが、日本経済の成長につながるといえるであろう。しかし、企業が国際化するためには、海外市場に関する情報を獲得することが必要だが、そういった情報は他社に漏出してしまうという外部性（社会全体に対する副作用）の問題から、市場均衡では十分には国際化が進まない。このような「市場の失敗」に対して政策的に介入することで、企業の国際化は促進され、経済成長によって国民の厚生は改善される。この時、特に情報支援・ネットワーク支援が重要である。なお、本書の焦点であるインフラ関連産業、コンテンツ産業にはさらに産業固有の市場の失敗が存在する可能性があり、その点からもこれらの産業の海外展開を政策的に支援することは望ましいが、過重に手厚い政策を行うことは国民の負担をむしろ増やすことになる。また、実際に市場の失敗が起きているかどうかの判断は必ずしも簡単ではない。したがって、政策の実施に当たってはその効果を見極めつつ、勇み足にならぬように注意することが必要である。

⁽²⁸⁾ Rongxing Guo, "How Culture Influences Foreign Trade: Evidence from the U.S. and China," *Journal of Socio-Economics*, 33(6), 2004, pp.785-812;

Bedassa Tadesse and Roger White, "Cultural Distance as a determinant of Bilateral Trade Flows: Do Immigrants Counter the Effect of Cultural Differences?" *Applied Economics Letters*, 17(2), 2009, pp.147-152.