

COA発 0095号

NEWS *Club* OA

外資系企業に
買収された
メーカーの末路

News Club OA 第95号

Presented by Office Azuma

2025年7月20日発行

外資系企業に買収された日系製造メーカーの末路 ～「買収＝救済」とは限らない現実～

2000年代以降、グローバル経済の進展と共に、日本の老舗製造メーカーが次々と海外資本に買収される事例が増えています。特に地方の中堅メーカーにとって、後継者不足や資金難といった課題を背景に、外資からの買収提案は「救いの手」に映ることもあるでしょう。

しかし、「外資に買われた＝復活の道」になるとは限りません。むしろ買収後に待ち受けているのは、これまでの企業文化や雇用慣行が根底から覆される、“大きな転換”です。

【設備投資は？人員補充は？——期待外れの現実】

買収直後こそ、「グローバル展開を支援する」「技術を世界へ発信する」といった華やかなメッセージが飛び交いますが、現場にはあまり変化が見られないケースが大半です。

多くの企業では、設備投資も人員補充も行われず、現状維持どころか削減モードに入る場合が多く見られます。

理由は明確で、外資の視点は「投資価値があるかどうか」に尽きるからです。

将来的な利益が見込めなければ、「縮小」または「撤退」という判断が即下されます。

【長期雇用は“無効化”、日本的経営との決別】

日本企業で根付いてきた「終身雇用」や「年功序列」といった価値観は、外資系企業にとっては非効率そのもの。特にアジア太平洋地域を統括するAPAC本部が関与している場合、雇用面の意思決定はさらにドライになります。

その結果として、買収後すぐに希望退職やリストラが断行されることも珍しくありません。労務・人事の在り方が劇的に変わることで、社内の士気や企業文化が崩壊し、「別の会社」になってしまうのです。

技術・ブランドの形骸化——シャープの例に見る未来】

象徴的なのが、台湾の鴻海精密工業（Foxconn）に買収されたシャープの事例です。

かつて“液晶のシャープ”と称され、世界を席卷した技術ブランドは、買収後に構造改革が加速。多くの国内工場が閉鎖され、従業員の多くが職を離れ、企業としての「DNA」は大きく変質しました。

もちろん、経営的な観点では再建に成功した面もあります。しかし、「日本のモノづくり」の象徴としてのシャープは、買収と共にその本質を大きく変えていったのです。

【買収は“チャンス”か、それとも“危機”か？】

外資による買収は、資本注入やグローバル市場への展開というチャンスにもなり得ます。ただし、それが実現するのは、ごく一部の成功例のみ。

多くの地方メーカーにとっては、「ブランドが残っても中身は消滅する」という結果に終わるリスクの方が高いのが現実です。

「買収はゴールではなく、始まりに過ぎない」。

その後の経営判断や文化のすり合わせを怠れば、いかに技術があっても、“静かなる消滅”の道を辿ることになりかねません。

【編集後記：Club OAより】

News Club OAでは、こうした「グローバル経営に飲み込まれる日本企業」の実態にも注目しています。

ビジネスの多国籍化が進む今、日本企業がどう“芯”を保つべきか。次回以降も掘り下げていきます。