

平成25年3月26日

No. 13-064

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

愛媛県内企業の海外進出状況について

～2012年の新規進出は18拠点、東南アジアへの関心高まる～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 山崎 正人）では、このたび下記のとおり、愛媛県内企業の海外進出状況について取りまとめましたので、お知らせいたします。なお、詳細は、2013年4月1日発行の調査月報「IRC Monthly」2013年4月号に掲載いたします。

記

【調査概要】

当社では1989年以降、愛媛県内に本拠を置く海外進出企業に対し、進出時期、進出目的、撤退時期、進出に対する評価、経営状態などについてアンケートを実施している。調査は今回で25回目となるが、2013年1月下旬から2月下旬にかけて実施、153先のうち152先より回答を得た。

【調査結果要旨】

1. 2012年中の愛媛県内企業の新規海外進出数は18拠点、撤退は11拠点であった。12月末時点における海外進出は29の国と地域に及び、企業数で134、拠点数で306となった。
2. 進出地域は、アジアが全体の8割以上を占めている。時系列で見ると、ベトナムやインドネシアなど中国を除くアジア地域の拠点がわずかながら増加傾向にある。
3. 中国の進出拠点数は156拠点で、海外拠点全体の51.0%を占めている。拠点数は近年伸び悩みが続いているものの、所得水準の上昇で消費市場としての魅力は増している。
4. 海外拠点の採算状況は、2008年を底に「黒字」とする企業の割合が上昇傾向にあったが、中国の景気減速や反日運動の激化、欧州経済の冷え込みの続いた2012年は、「黒字」の割合がやや低下した。
5. 日中の政治的混乱に関しては、「影響はなかった」が49.2%で最多であった。しかし、「通関手続きの長期化」など、少なからず影響があったようだ。
6. 将来の進出先としては、ベトナム、インドネシア、ミャンマーの順に関心が高く、一方で中国への関心にややかげりが見られる。

以上

＜調査の概要＞

1. 調査対象 愛媛県内に本拠を置く海外進出企業など 153 先
2. 調査方法 郵送によるアンケート方式（一部ヒアリングも含む）
3. 調査時期 2013 年 1 月下旬～2 月下旬
4. 回答数 152 先

＜海外進出について＞

本調査では、愛媛県内に本拠を置く企業（個人・団体を含む）が、資金や機械設備などを海外に直接投資している場合を「海外進出」と捉え、製造、販売、情報収集などの現地活動を行うために設けている拠点を対象としている。具体的には、海外支店や駐在員事務所の設置、海外での子会社設立、海外のパートナーとの合弁企業の設定などである。外航船舶貸渡業者の便宜置籍は含んでいない。

1. 海外進出の現状

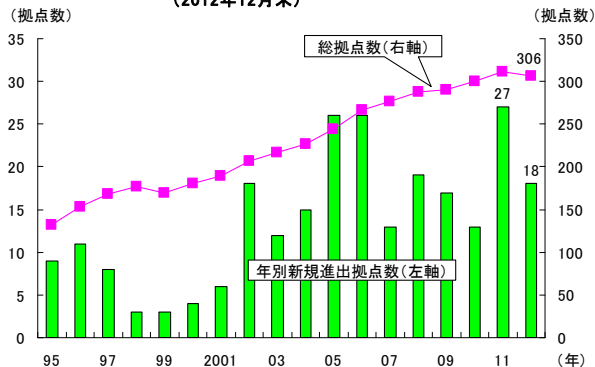
(1) 海外拠点の進出状況

～新規進出数は 18 拠点～

2012 年中における県内企業の新規進出は 18 拠点で、2011 年の 27 拠点と比較するとやや減少した（図表－1、2、付表）。国別にみると、ほとんどがアジアの国々への進出であった。

進出目的別では、2012 年は販売目的が 7 拠点で最も多く、次いで製造目的が 6 拠点であった。

図表－1 進出年別にみる海外新規拠点数と総拠点数の推移
(2012 年 12 月末)



(付表)

国・地域	拠点数	新規進出 拠点数	撤退 拠点数(▲)	調査対象外 となった拠点数(▲)	前年比
アジア	255	15	10	8	▲3
中国	156	5	6	4	▲5
韓国	15	2	1	1	0
ベトナム	15	1	1	0	0
タイ	14	0	0	1	▲1
インドネシア	12	3	0	0	3
シンガポール	11	2	1	0	1
香港	10	1	1	1	▲1
台湾	6	0	0	1	▲1
マレーシア	6	0	0	0	0
フィリピン	3	0	0	0	0
カンボジア	3	0	0	0	0
モンゴル	1	0	0	0	0
サウジアラビア	1	0	0	0	0
インド	1	0	0	0	0
ラオス	1	1	0	0	1
北米	28	1	1	2	▲2
アメリカ	25	1	1	2	▲2
メキシコ	2	0	0	0	0
カナダ	1	0	0	0	0
ヨーロッパ	14	1	0	2	▲1
オランダ	7	1	0	0	1
ドイツ	2	0	0	0	0
ロシア	2	0	0	0	0
イギリス	1	0	0	1	▲1
ベルギー	1	0	0	0	0
チェコ	1	0	0	0	0
フランス	0	0	0	1	▲1
オセアニア	6	0	0	0	0
南米	2	1	0	0	1
アフリカ	1	0	0	0	0
合 計	306	18	11	12	▲5

図表－2 2012年の新規進出拠点の状況

国・地域別	拠点数
中国	5
インドネシア	3
韓国	2
シンガポール	2
香港	1
ベトナム	1
ラオス	1
アメリカ	1
ブラジル	1
オランダ	1
進出目的別	
販売	7
製造	6
サービス	2
情報収集	2
仕入	1
業種別	
紙・パルプ・紙加工品製造業	3
繊維工業	2
業務用機械器具製造業	1
電気機械器具製造業	1
その他製造業	1
プラスチック製品製造業	1
生産用機械器具製造業	1
食料品製造業	1
はん用機械器具製造業	1
電子部品・デバイス・電子回路製造業	1
その他卸売業	1
小売業	1
飲食業	1
サービス業	1
その他	1
合 計	18

(2) 海外拠点の撤退・拠点数

～撤退は11拠点～

2012 年中の撤退は 11 拠点であった（図表－3）。本邦企業の破綻や現地拠点の経営悪化のため撤退した事例が見られた。

2012 年 12 月末時点における愛媛県内企業の海外進出は 29 の国と地域に及び、企業数で 134、拠点数で 306 となった。なお、今回の調査では、調査対象外となる拠点があったため（付表）、拠点数は前年に比べて 5 拠点の減少となった。

図表－3 2012年の撤退拠点の状況

国・地域別	拠点数
中国	6
韓国	1
アメリカ	1
シンガポール	1
香港	1
ベトナム	1
進出目的別	
サービス	8
販売	1
仕入	1
不動産	1
業種別	
サービス業	10
生産用機械器具製造業	1
合計	11

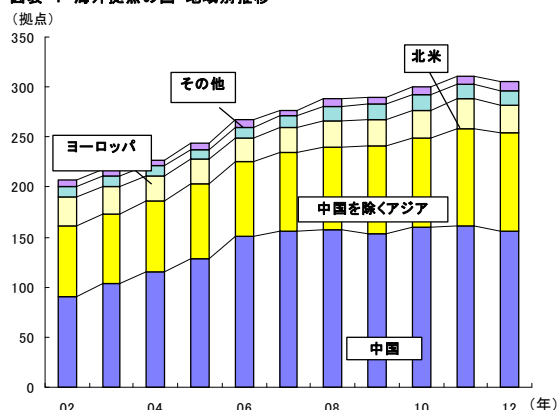
(3) 海外拠点の分布状況

～アジアが8割以上～

2012 年 12 月末時点の海外拠点(306 拠点)をみると、地域別ではアジアが最も多く、拠点数で 255 拠点と全体の 8 割以上を占めている。次いで、北米 28 拠点 (9.2%)、ヨーロッパ 14 拠点 (4.6%) の順となった。また国別では、中国が 156 拠点 (51.0%) で全体の半分程度を占め、以下、アメリカ、韓国、ベトナムと続いている（付表）。

また時系列にみると、インドネシア、ベトナムなど、中国を除くアジア地域の拠点数がわずかながら増加傾向にある。（図表－4）。

図表－4 海外拠点の国・地域別推移



(4) 海外拠点の進出目的

～サービスなどの拠点が減少～

進出目的別にみると、現地での製造を目的とした進出が 159 拠点 (52.0%) で最も多く、販売の 66 拠点 (21.6%) がこれに続いた（図表－5）。

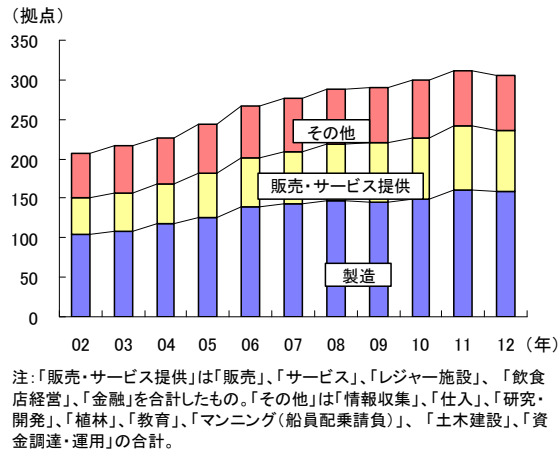
ここ数年、販売やサービスの提供を目的とした拠点の数は増加傾向にあったが、2012 年は、サービスを目的とした拠点を多く持つ県内企業の破綻があったため減少した（図表－6）。

また、製造目的での新規進出を国別にみると、2012 年はインドネシアが 3 拠点で、中国の 1 拠点を上回り、最も多かった。

図表－5 海外拠点の進出目的別内訳

進出目的	拠点数	前年比
製造	159	▲ 1
販売	66	1
情報収集	39	2
仕入	16	0
研究・開発	7	0
サービス	6	▲ 6
植林	3	0
教育	3	0
レジャー施設	2	0
資金調達・運用	1	0
飲食店経営	1	0
マンニング（船員配乗請負）	1	0
土木建設	1	0
金融	1	0
不動産	0	▲ 1
合 計	306	▲ 5

図表-6 海外拠点数の推移(進出目的別)



(5) 海外拠点の業種別内訳

～パルプ・紙・紙加工品製造業が最多～

進出企業を業種別にみると、製造業が企業数で 98 先 (73.1%)、拠点数で 247 拠点 (80.7%) で最多となり、卸売・小売業がこれに続いた (図表-7)。

また、製造業の内訳では、紙・パルプ・紙加工品製造業が 62 拠点で最も多く、繊維工業が 40 拠点、食料品製造業が 31 拠点で続いている。

図表-7 海外進出企業の業種別内訳(注)

業 種	企業数(先)	拠点数(拠点)
建設業	1	1
製造業	98	247
食料品製造業	10	31
繊維工業	20	40
紙・パルプ・紙加工品製造業	16	62
プラスチック製品製造業	4	12
はん用機械器具製造業	6	18
生産用機械器具製造業	10	21
業務用機械器具製造業	1	4
電子部品・デバイス・電子回路製造業	7	22
電気機械器具製造業	3	7
輸送用機械器具製造業	6	8
その他の製造業	15	22
卸売・小売業	21	38
繊維・衣類等卸売業	3	6
飲食料品卸売業	1	4
機械器具卸売業	2	5
その他卸売業	8	12
小売業	7	11
サービス業	6	6
飲食業	2	2
その他	6	12
合 計	134	306

注:本邦企業の業種分類に基づいて算出。

2. 中国進出の状況

県内企業の中国拠点は、2012 年末時点で 156 拠点和海外拠点全体の約半数を占めた。近年、県内企業の中国の拠点数に大きな変化は見られないが、2010 年に GDP が世界第 2 位となり、所得水準の上昇で消費市場としての魅力を増す中国は、海外進出の動向を掴むうえで、依然重要な位置を占めている。

(1) 進出地域

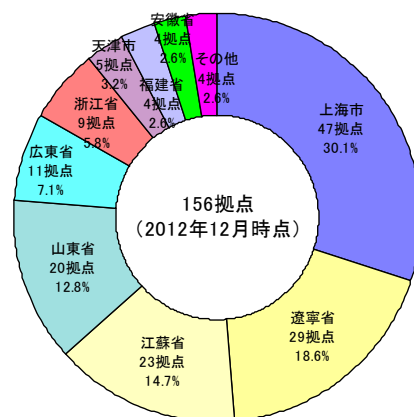
～上海など沿海部に集中～

2012 年末時点の中国進出拠点 (156 拠点) をみると、ほとんどが沿海部の省・市に位置している。

最も多いのは上海市で、拠点数で 47 拠点と、全体の 3 分の 1 近くを占めている (図表-8)。中国で最も発展した都市である上海には、製造以外にも、販売や仕入、情報収集など、様々な目的で多くの拠点が置かれている。しかし、2012 年は上海に複数の拠点を有していた企業が破綻したことなどから、7 拠点の減少となった。

次いで、遼寧省が 29 拠点 (18.6%)、江蘇省が 23 拠点 (14.7%) となっているが、これらの省では製造目的の拠点数が多い。

図表-8 中国拠点の分布状況



(2) 進出目的

～製造目的の拠点が最多～

進出目的別にみると、製造が 92 拠点 (59.0%) で最も多く、次いで販売が 24 拠点 (15.4%) となっている (図表-9)。2011 年と比較すると、製造、サービスなどで減少している。サービスは、本邦企業の破綻によるものが 4 拠点あった。

図表-9 中国拠点の進出目的別内訳

進出目的	拠点数	前年比
製造	92	▲ 2
販売	24	▲ 1
情報収集	18	1
仕入	12	1
サービス	4	▲ 4
研究・開発	3	0
レジャー施設	1	0
教育	1	0
飲食店経営	1	0
合計	156	▲ 5

(3) 最近の中国国内の動き

～「人件費の上昇」が最多～

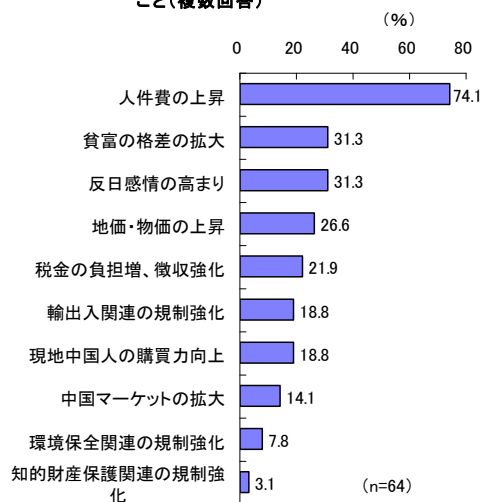
最近の中国国内の動きで強く感じることを尋ねたところ、「人件費の上昇」が 74.1% と突出している (図表-10)。

中国では各地で最低賃金の引き上げが行われている。ここ数年の賃金上昇率は年平均 10%を超えており、平均賃金は 2006～11 年の間で約 2 倍になっているほか、社会保険料の負担増も加わり、労働コストの上昇圧力が強まっているようだ。

次いで「貧富の格差の拡大」が 31.3% となっている。このほど中国政府が発表した、所得格差の度合いを表すジニ係数は 0.474 (2012 年) と、社会不安が生じる警戒ラインとされる 0.4 を上回っている。2000 年のジニ係数は 0.412 と推計されており、所得格差が拡大していることがうかがえる。

また昨年は尖閣諸島問題の影響で、「反日感情の高まり」も 31.3% と上位に位置している。

図表-10 最近の中国国内の動きで強く感じること(複数回答)

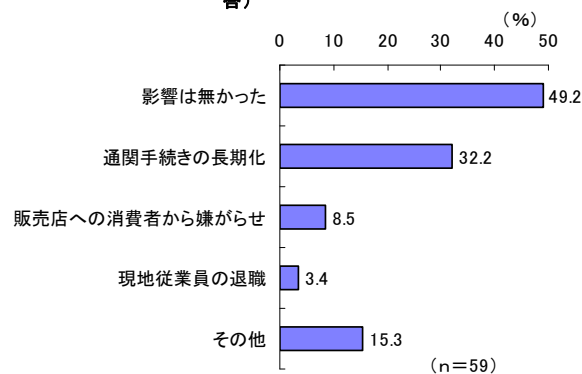


(4) 日中の政治的混乱による影響

～「影響は無かった」が最多～

昨年の日中間の政治的混乱でどのような影響があったか尋ねたところ、「影響は無かった」(49.2%) が最多となった (図表-11)。しかし、「通関手続きの長期化」が 32.2% あったほか、広告・宣伝活動の自粛、進行中であった新規取引のキャンセルなどの事例もあるなど、少なからず影響があったようだ。

図表-11 日中間の政治的混乱による影響(複数回答)



3. 海外拠点の採算と今後の進出先

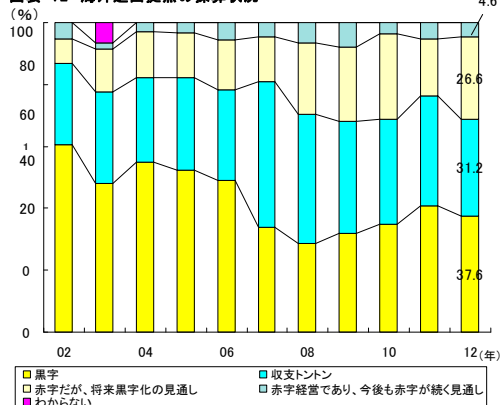
(1) 採算状況

～やや悪化～

海外拠点の採算状況をみると、「黒字」が 37.6%、「収支トントン」が 31.2%、次いで「赤字だが、将来黒字化の見通し」(26.6%)、「赤字経営であり、今後も赤字が続く見通し」(4.6%)となった。

リーマン・ショックにより、世界的に景気が悪化した 2008 年を底に、「黒字」とする企業の割合は上昇していたが、中国の景気減速や反日運動の激化、欧州経済の冷え込みなどのあった 2012 年は、「黒字」の割合がやや低下した(図表-12)。

図表-12 海外進出拠点の採算状況



注1:「赤字経営であり、今後も赤字が続く見通し」は、07年以前は「赤字経営で、根本的な見直しを検討中」としていた。
注2:03年のみ、「わからない」という選択肢を含む。

(2) 将来の進出先として興味のある国

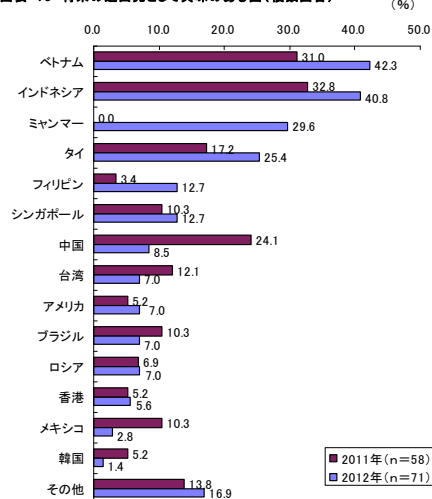
～東南アジア諸国に関心高まる～

進出予定の有無にかかわらず、将来の進出先として興味のある国・地域を尋ねたところ、最も多かったのはベトナム(42.3%)で、インドネシア(40.8%)、ミャンマー(29.6%)と続いた。海外進出企業の多くは製造業であることから、人件費の安い東南アジア諸国への関心が高い(図表-13)。

特にミャンマーは、人件費の安さに加え、新政権が発足した 2011 年頃から投資環境

が急速に好転している。外資導入のための法改正や工業団地の建設などの動きが活発であり、今後の海外進出を検討する企業から注目を集めている。

図表-13 将来の進出先として興味のある国(複数回答)



4. おわりに

国内大手家電メーカーや自動車メーカーは、中国よりも人件費が安く、カントリールリスクが低いと思われる東南アジアへ製造拠点を移す動きを強めている。

県内企業でも同様に、インドネシアなど東南アジアに進出する動きが見られ、進出を計画している企業もある。一方で、将来の進出先としての中国への関心にややかげりが見え始めている。

県内企業の海外進出の動きは今後も続いていくとみられる。ただ、進出の内容はこれまでのような製造・販売ともに中国への一極集中から、「製造は中国よりも人件費の安い東南アジアなどで、販売はマーケットとしての魅力が増す中国で」のように、目的に応じて進出先を多様化させていくものと考えられる。

(辻井 勇二・川原 隆司)