

平成27年3月26日

No. 15-058

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

～海外拠点数は増加するも、中国拠点は減少続く！～

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、2015年4月1日発行の調査月報「IRC Monthly」2015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27回目となるが、2015年1月下旬から2月下旬にかけて実施し、144社から回答を得た。

#### 【調査結果要旨】

- ・ 2014年中の愛媛県内企業の新規海外進出数は20拠点、撤退は15拠点であった。よって12月末時点における海外進出は32の国・地域に及び、企業数で135社、拠点数で333拠点となった。
- ・ 進出地域は、アジアが全体の8割強を占めている。国・地域別では、成長を続けるASEANの魅力の高まりから、インドネシア、シンガポールなど中国を除くアジア地域の拠点の増加傾向が続いている。
- ・ 中国の進出拠点数は144拠点で、拠点数は3年連続減少し、海外拠点全体に占める割合は4割強となった。2014年の撤退15拠点のうち12拠点は中国であった。製造を目的とした拠点の撤退が多く、製造拠点としての中国の魅力が低下していることがうかがえる。
- ・ 将来の進出先としては、ベトナム、ミャンマー、タイ、インドネシアの順で関心が高かった。インドネシアへの関心は、昨年調査と比べると大きく低下した。
- ・ 国内・海外事業を含めた円安の影響については、「大きくマイナス」、「どちらかといえばマイナス」と回答した企業の割合は7割近くであった。

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 144 社
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 2015 年 1 月下旬～2 月下旬
4. 回答数 144 社

＜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、海外に拠点を有している場合を「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立など  
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

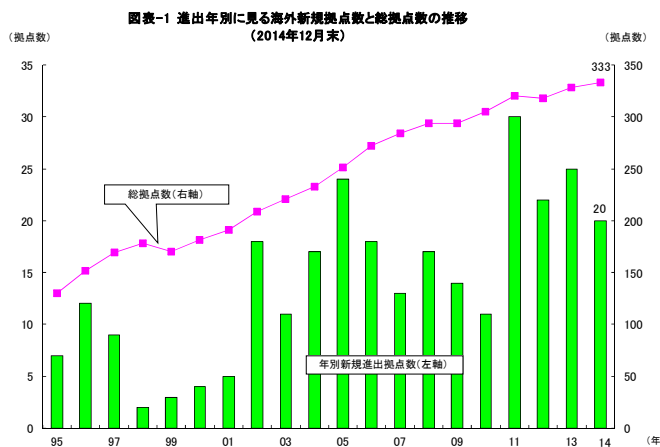
(1) 2014 年の新規進出状況

～新規進出数は 20 拠点～

2014 年中の新規進出は、20 拠点だった。（図表－1、  
2）。

進出先を国・地域別にみると、ほとんどがアジアの  
国・地域への進出であったが、フランス、オランダ、  
ブラジルへの進出もみられた。

進出目的別では、販売が 10 拠点、製造が 9 拠点、サ  
ービスが 1 拠点であった。



図表-2 2014年の新規進出拠点数の状況

国・地域別	拠点数
中国	4
インドネシア	3
シンガポール	2
タイ	2
カンボジア	2
フランス	2
香港	1
台湾	1
ベトナム	1
オランダ	1
ブラジル	1
進出目的別	
販売	10
製造	9
サービス	1
業種別	
パルプ・紙・紙加工品製造業	5
はん用機械器具製造業	2
食料品製造業	2
その他製造業	2
その他卸売業	2
小売業	2
サービス業	2
生産用機械器具製造業	1
繊維工業	1
飲食業	1
合 計	20

図表-3 国・地域別拠点数

国・地域	拠点数	前年比
アジア	276	2
中国	144	▲8
ベトナム	19	1
韓国	17	0
インドネシア	17	3
香港	16	0
タイ	16	1
シンガポール	14	2
台湾	12	1
カンボジア	6	2
マレーシア	5	0
フィリピン	3	0
インド	2	0
モンゴル	1	0
サウジアラビア	1	0
ラオス	1	0
ミャンマー	1	0
バングラデシュ	1	0
北米	30	▲1
アメリカ	27	▲1
メキシコ	2	0
カナダ	1	0
ヨーロッパ	17	3
オランダ	7	1
フランス	3	2
ドイツ	2	0
ロシア	2	0
イギリス	1	0
ベルギー	1	0
チェコ	1	0
オセアニア	6	0
オーストラリア	4	0
ニュージーランド	2	0
南米	3	1
チリ	1	0
ブラジル	2	1
アフリカ	1	0
エジプト	1	0
合 計	333	5

## (2) 2014年の撤退状況

### ～撤退は15拠点～

2014年中の撤退は15拠点、うち12拠点は中国であった。効率化のために近接した拠点を統合したり、円安の進行と人件費の高騰で採算が合わず撤退したりする事例などが見られた。

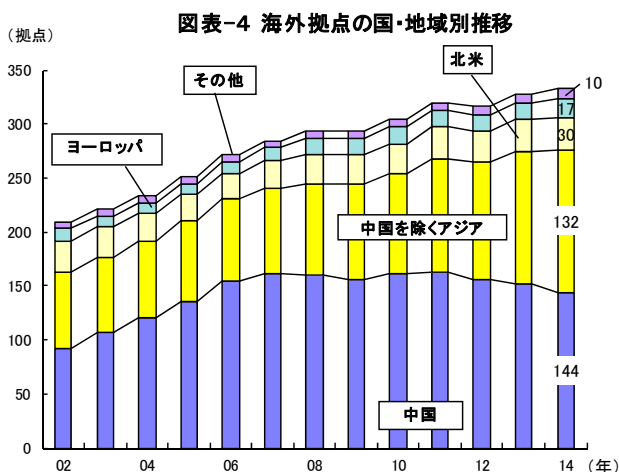
2014年12月末時点における愛媛県内企業の海外進出先は32の国と地域に及び、企業数で135社、拠点数で333拠点となった(図表-3)。

## (3) 海外拠点の分布状況

### ～アジアが8割以上～

2014年12月末時点の海外拠点(333拠点)をみると、地域別ではアジアが276拠点(82.9%)と最も多かった。次いで、北米30拠点(9.0%)、ヨーロッパ17拠点(5.1%)の順となった。国・地域別では、中国が144拠点と全体の43.2%を占め、以下、アメリカ、ベトナム、韓国、インドネシアと続いている。なお、中国の拠点数は3年連続減少しており、シェアとともに低下傾向にある。

成長を続けるASEANの魅力の高まりから、インドネシア、シンガポールなど中国を除くアジアの拠点数は増加が続いている(図表-4)。

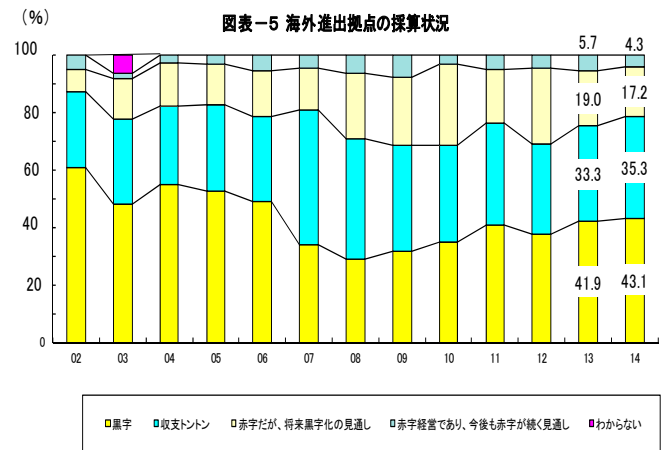


## 2. 経営に関する諸事項と今後の進出先

### (1) 採算状況 ～改善が続く～

海外拠点の採算状況を尋ねたところ、「赤字経営であり今後も赤字が続く見通し」が4.3%(前年5.7%)、

「赤字だが、将来黒字化の見通し」が17.2%(同19.0%)となり赤字の拠点の割合が減少、一方「黒字」、「収支トントン」の拠点の割合が増加しており、改善がみられた(図表-5)。



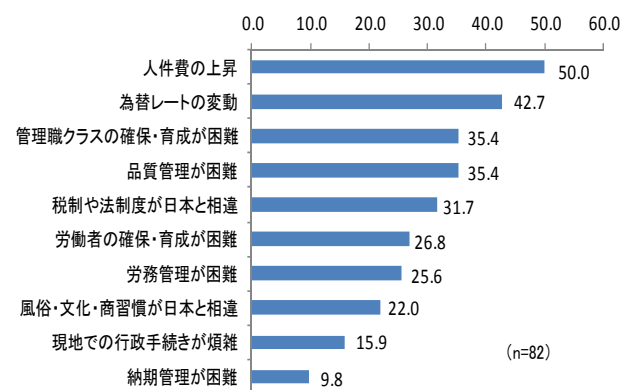
注1:「赤字経営であり、今後も赤字が続く見通し」は、07年以前は「赤字経営で、根本的な見直しを検討中」としていた。  
注2:03年のみ、「わからない」という選択肢を含む。

## (2) 海外進出先で苦労している点

### ～「人件費の上昇」が最多～

海外進出先で苦労している点を尋ねたところ、「人件費の上昇」(50.0%)が最も多く、次いで「為替レートの変動」(42.7%)、「管理職クラスの確保・育成が困難」、「品質管理が困難」(ともに35.4%)が続いた(図表-6)。東南アジアでは、想定以上に賃金が増加しているとの声もあった。

図表-6 海外進出で苦労している点(上位10項目・複数回答)



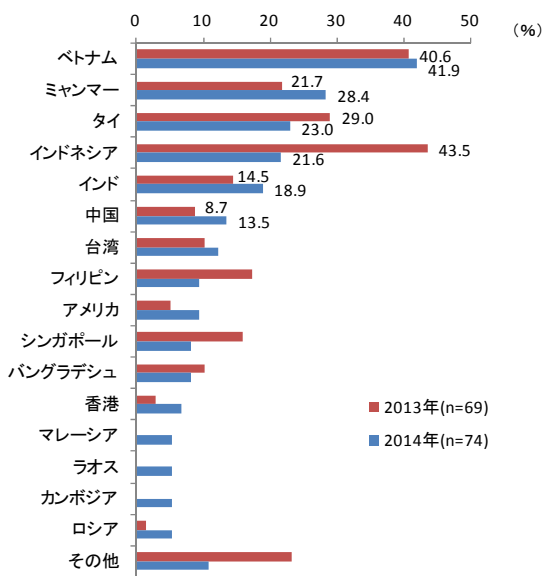
## (3) 将来の進出先として興味のある国

### ～ベトナム、ミャンマーへの関心高まる～

進出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、最も関心が高かった

のは、親日的で経済成長が期待されるベトナム（41.9%）で、次いでミャンマー（28.4%）、タイ（23.0%）と続いた。そのほか、新首相が進める経済改革への期待が大きいインド（18.9%）への関心も高かった（図表-7）。

図表-7 将来の進出先として興味のある国(複数回答)



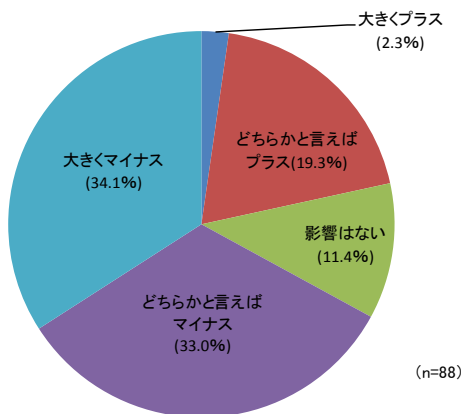
### 3. 円安の影響

#### (1) 円安による業績への影響

##### ～7割近くの企業がマイナス～

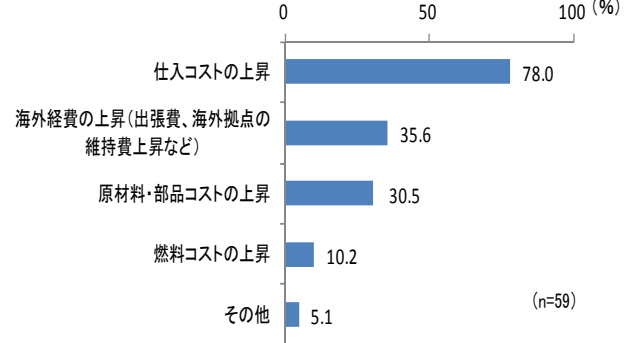
国内・海外事業を含めた円安の影響について尋ねたところ、「大きくマイナス」、「どちらかと言えばマイナス」と回答した企業の割合は67.0%となった。一方、「大きくプラス」、「どちらかと言えばプラス」と回答した企業の割合は21.6%であった（図表-8）。

図表-8 国内・海外拠点を含めた円安の影響



業績にマイナスの影響がある理由としては、「仕入コストの上昇」(78.0%)が最も多く、「海外経費の上昇(出張費、海外拠点の維持費上昇など)」(35.6%)、「原材料・部品コストの上昇」(30.5%)と続いた(図表-9)。

図表-9 円安によるマイナスの影響(2つまで回答)



#### (2) 円安への対応

##### ～コスト上昇分の価格転嫁が最多～

円安への対応（検討段階も含む）を尋ねたところ、「コスト上昇分の価格転嫁」(47.7%)が最も多く、「合理化・省力化」(33.8%)、「仕入先の見直し」、「為替予約」（ともに26.2%）と続いた。

円安の進行により一部の企業では海外生産から国内生産に切り替える動きがみられるものの、本調査では円安への対応として「国内の生産比率引き上げ」と回答した企業は9.2%と少なかった。近年は海外需要の取り込みを目的に、現地で生産・販売する動きが増えており、円安のみを理由とした国内回帰の動きは限定的なものと考えられる。

### 4. おわりに

中国の拠点数は減少傾向にあるものの、インドネシア、シンガポール、カンボジアなど東南アジアへの進出は増加が続いており、全体としても海外進出拠点数の増加基調に変わりはない。

人口減少により市場が縮小する日本と比べ、新興国では経済発展に伴う市場の拡大が見込まれるなど、今後も県内企業の海外進出は続いていくものと考えられる。

(川原 隆司)