

< 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 140 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 2011年1月下旬～2月下旬
4. 回答数 136 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。

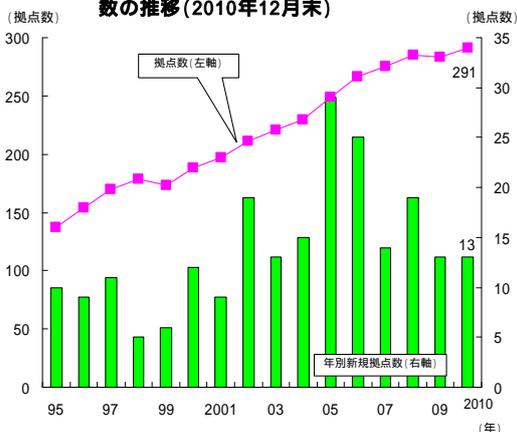
1. 海外進出の現状

(1) 海外進出先数の推移

～ 2年ぶりに拠点数が増加～

2010年12月末時点の愛媛県内企業の海外進出は30の国と地域に及び、企業数で129、拠点数で291となった。前年に比べて8拠点の増加であり、2年ぶりの拠点数増となった。（図表1、2ページ付表参照）。

図表1 進出年別にみる海外新規拠点数と拠点数の推移（2010年12月末）



(2) 海外拠点の進出・撤退状況

～ 新規進出数は低水準の13拠点～

2010年中における新規進出は13拠点と、近年と比較すると低水準であった（図表2）。世界経済は回復基調にあるものの、県内企業の海外への新規進出の増加にはつながっていないようだ。国別にみると、ほとんどがアジアへの進出であった。

進出目的別では、製造が4拠点で最も多く、次いで販売が3拠点であった。また飲食でも2拠点の進出があり、サービス分野のグローバル化が進んでいる。

また、2010年中の撤退は5拠点であった（図表3）。撤退理由としては、ほとんどが進出拠点の採算悪化によるものであった。

ただ、中には、撤退こそするものの、進出期間中に築き上げた人脈・信頼関係を活用して、輸出という形で海外販売は続けるという先もある。

図表2 2010年の新規進出拠点の状況

国・地域別	拠点数
中国	7
シンガポール	2
マレーシア	1
タイ	1
香港	1
イギリス	1
進出目的別	
製造	4
販売	3
サービス	2
飲食	2
情報収集	2
業種別	
サービス業	3
パルプ・紙・紙加工品製造業	2
生産用機械器具製造業	2
食料品製造業	1
繊維工業	1
業務用機械器具製造業	1
その他製造業	1
飲食店	1
電子部品・デバイス・電子回路製造業	1

図表3 2010年の撤退拠点の状況

国・地域別	拠点数
中国	3
香港	1
ベトナム	1
業種別	
繊維・衣類等卸売業	2
その他小売業	2
その他卸売業	1

(3) 海外拠点の分布状況

～アジアのシェアが8割～

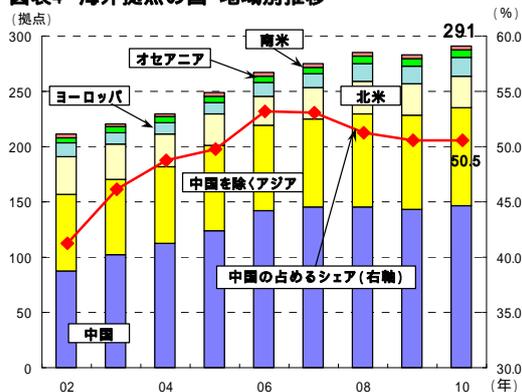
2010年12月末時点の海外拠点（291拠点）をみると、地域別ではアジアが最も多く、拠点数で235拠点と全体の8割以上を占めている。次いで、北米29拠点（10.0%）、ヨーロッパ17拠点（5.8%）の順となった。また国別には、中国が147拠点（50.5%）で全体の半数を超え、以下、アメリカ、韓国、タイと続いている。

（付表）

国・地域	拠点数	前年比
アジア	235	7
中国	147	4
韓国	13	0
タイ	13	1
ベトナム	11	1
香港	11	0
シンガポール	11	2
台湾	8	0
インドネシア	8	0
マレーシア	6	1
フィリピン	3	0
その他	4	0
北米	29	0
アメリカ	27	0
その他	2	0
ヨーロッパ	17	1
オランダ	6	0
イギリス	3	1
ドイツ	2	0
ロシア	2	0
その他	4	0
オセアニア	7	0
南米	3	0
合計	291	8

また時系列の推移では、中国の拠点数にやや伸び悩みがみられる（図表4）一方、シンガポールは11拠点のうち5拠点が、08～10年の3年間での新規進出である。

図表4 海外拠点の国・地域別推移



(4) 海外拠点の進出目的

～販売・サービス関連の割合が上昇～

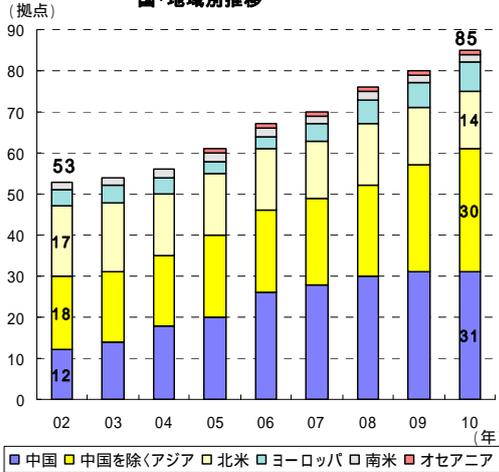
進出目的別にみると、現地での製造を目的とした進出が141拠点（48.5%）で、次に多いのは販売の66拠点（22.7%）であった。中国をはじめとして、海外に販路を求める動きが強まっていることから、販売・サービス関連（注）の拠点数は増加傾向にある。

（注：「販売」、「サービス」、「レジャー施設」、「飲食店経営」、「金融」、「不動産業」を合わせたものを販売・サービス関連としている。）

図表5 海外拠点の進出目的別内訳

進出目的	2010	前年比
製造	141	2
販売	66	0
情報収集	36	2
仕入	14	0
サービス	10	2
飲食店経営	5	2
研究・開発	4	0
植林	3	0
教育	3	0
レジャー施設	2	0
水産養殖	2	0
資金調達・運用	2	0
マンニング(船員配乗請負)	1	0
不動産業	1	0
金融	1	0
合計	291	8

図表6 販売・サービス関連を目的とする拠点の
国・地域別推移



販売・サービス関連を目的とした拠点数を国・地域別にみると、北米やヨーロッパでは大きな変化はみられないが、アジア地域は一貫して増加傾向にあり、02年の30拠点から10年の61拠点へと、8年間でほぼ倍増している（図表6）。

(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85先（65.9%）、拠点数で221拠点（75.9%）で最多となり、卸売業・小売業・飲食業がこれに続いた。（図表7）

また製造業の内訳では、パルプ・紙・紙加工品製造業が57拠点数で拠点数では最も多く、繊維工業が35拠点、食料品製造業が30拠点となっている。

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)
漁業	2	2
製造業	85	221
うちパルプ・紙・紙加工品製造業	15	57
うち繊維工業	19	35
うち食料品製造業	9	30
うちその他製造業	14	20
うち生産用機械器具製造業	6	18
卸売・小売業・飲食業	28	41
サービス業	9	18
その他	5	9
計	129	291

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、2010年12月末時点で147拠点と海外拠点全体の半数を超えている。以前は製造コストの削減を目的とした進出が多くみられたものの、最近では、規制緩和や現地の購買力の上昇に伴い、現地での販売やサービスを目的とした進出が多くみられ、今後も海外進出の動向をつかむうえで中国は重要な位置を占めている。

(1) 進出地域

～上海、華東地区に集中～

2010年末時点の中国進出拠点(147拠点)をみると、地区別では上海を含む華東地区が多く、拠点数で107拠点と7割以上を占めている。次いで、東北地区27拠点(18.4%)、華南地区7拠点(4.8%)の順となった。省・市別にみると1位が上海市の54拠点(36.7%)、2位が遼寧省の26拠点(17.7%)、3位が江蘇省の23拠点(15.6%)となっている（図表8）。

図表8 中国拠点の分布状況

地区、省・市	拠点数	前年比
華東地区	107	5
上海市	54	3
江蘇省	23	2
山東省	12	1
浙江省	8	0
福建省	5	0
その他	5	1
東北地区	27	0
遼寧省	26	0
黒龍江省	1	0
華南地区	7	0
広東省	7	0
華北地区	5	1
天津市	3	0
北京市	2	1
西北地区(注1)	1	0
陝西省	1	0
合計	147	4

注1：西北地区に該当するのは、陝西省、甘肅省、青海省、新疆ウイグル自治区、寧夏回族自治区。

(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 89 拠点 (60.5%) で最も多く、次いで販売が 21 拠点 (14.3%) となっている。これまでは販売・サービス関連を目的とした拠点数に増加傾向がみられたものの、2010 年については、新規進出数が少なく、前年に比べて横ばいとなった (図表 9)。

図表9 中国拠点の進出目的別内訳

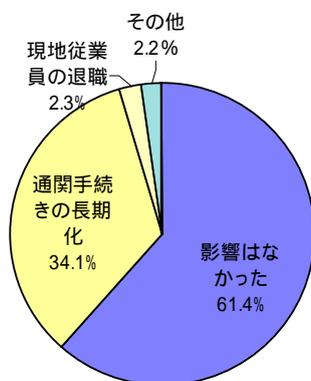
進出目的	2010	前年比
製造	89	2
販売	21	1
情報収集	16	2
仕入(検品含む)	8	0
サービス	7	0
その他	6	1
合計	147	4

(3) 日中の政治的混乱の影響

～「影響はなかった」が最多～

レアアースの日本向け輸出の停滞など、日中間の政治的な混乱でどのような影響があったか尋ねたところ、「影響はなかった」(61.4%) が最多となった (図表 10)。しかし「通関手続きの長期化」も 34.1% あり、進出企業への影響も少なからずあったとみられる。

図表10 日中の政治的混乱による影響



(n = 44)

3. 経営に関する諸課題

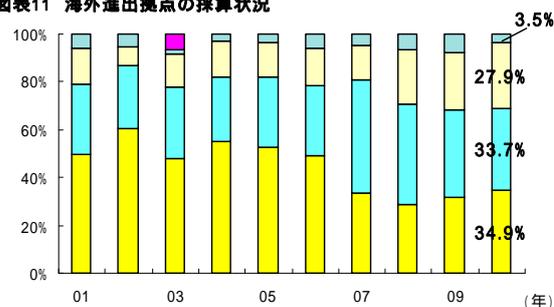
ここからは、海外拠点の経営状況についてみていく。

(1) 採算状況

～若干ながら改善～

海外拠点の採算状況をみると、「黒字」が 34.9%、「収支トントン」が 33.7%、「赤字だが、将来黒字化の見通し」と「赤字経営であり、今後も赤字が続く見通し」の合算が 31.4% となった。前年に比べると、黒字の割合が 3.1 ポイントの増加となった (図表 11)。

図表11 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」という設問項目を含む。

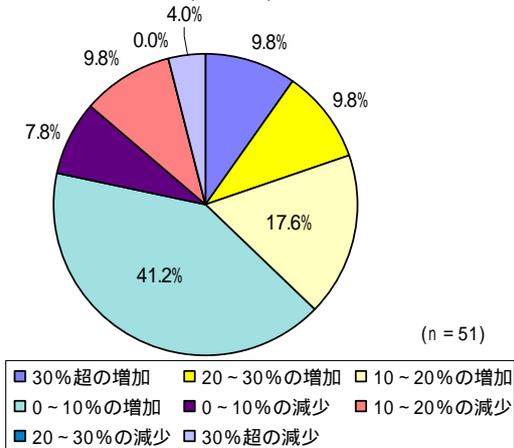
注3: サンプル数は01年 = 149、02年 = 137、03年 = 152、04年 = 135、05年 = 147、06年 = 174、07年 = 82、08年 = 122、09年 = 88、10年 = 86となっている。

(2) 海外拠点の出荷 (販売) 状況

～8割近くで前年を上回る～

09年と比較した海外拠点全体の出荷 (販売) 額を尋ねたところ、8割近くの企業で増加している (図表 12)。世界的な景気回復とともに、モノ・カネの動きも活発になっているようだ。増加幅の大きい企業では、中国拠点における販売が特に増加しているとの声も聞かれた。

図表12 海外拠点全体の出荷（販売）額の増減率（09年比）



(3) 最終的な出荷（販売）先

最終的な出荷（販売）先の国・地域別の構成について尋ねたところ、日本向けの出荷（販売）が「8割以上」を占めている企業の割合は40%弱あった（図表13）。また、現地（進出国）での出荷（販売）割合については、「2割以下」とした企業が最も多いものの、「8割超」が現地での出荷という企業も約4分の1存在している。

図表13 最終的な出荷（販売）先の国・地域別構成

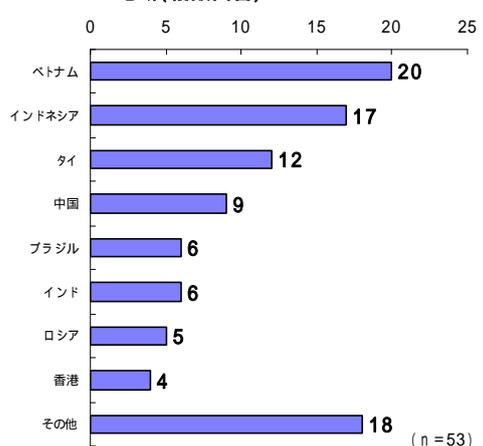
	日本	現地	第三国
8割超	39.2%	24.0%	0.0%
6割超8割以下	13.7%	10.0%	2.0%
4割超6割以下	5.9%	4.0%	2.0%
2割超4割以下	7.9%	14.0%	6.0%
2割以下	33.3%	48.0%	90.0%
総回答件数	51	50	50

(4) 将来の進出先として興味のある国 ～東南アジア3カ国が人気～

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で、インドネシア、タイと続いた（図表14）。FTA締結により関税面で有利であることや親日的な国民感情などが要因のようだ。

以下、中国、ブラジル、インド、ロシアと、大きな市場と豊富な資源を有するBRICsが続いた。

図表14 将来の進出先として興味のある国・地域（複数回答）



4. おわりに

以上見てきたように、2010年の県内企業の新規海外進出は13拠点と低水準にとどまった。しかし、国内における人口の減少などから、長期的には県内企業の海外進出の動きは今後も続くことになるだろう。

その中でも、日本国内への逆輸入より、現地や第三国での販売を主な目的とした進出が今後も増えていくと思われる。また将来の進出先として、東南アジアなど地理的に近く、関税面でのメリットのある国の人気は高く、今後もアジア地域を中心とした進出が続くものとみられる。

企業の海外進出によって、県内の雇用空洞化などマイナスの影響が懸念されるが、今後の事業拡大にはグローバル化への対応は避けがたい状況となっている。

海外進出が県内企業の発展につながることを大いに期待したい。

(辻井 勇二)