

平成29年3月23日

No. 17 073

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

～東南アジア拠点増加、世界の工場としての存在感が高まる～

株式会社 いよぎん地域経済研究センター（略称 I R C、社長 重松 栄治）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、2017年4月1日発行の調査月報「I R C Monthly」2017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29回目となるが、2017年1月上旬から2月上旬にかけて実施、144社から回答を得た。

【調査結果要旨】

- ・ 2016年中の愛媛県内企業の新規海外進出数は15拠点、撤退は13拠点であった。よって12月末時点における海外進出は33の国・地域に及び、企業数で138社、拠点数で339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。なかでも中国が137拠点と最も多く、海外拠点全体に占める割合は4割強となった。ただし近年は、ベトナムやインドネシアなど東南アジアの拠点数が増加傾向にある。
- ・ 将来の進出先としては、ベトナム、タイ、ミャンマー、インドネシアの順で関心が高かった。若い労働力が豊富で経済成長の続くベトナムへの県内企業の関心は高まっている。
- ・ 現地（進出国内）への出荷（販売）は、8割近くの企業が行っている。なかでも、今後は現地の地場企業向けの出荷を強化したいと考える企業が多く、海外に進出している県内企業は、進出国に根付いた展開を考えているようだ。

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 2017 年 1 月上旬～ 2 月上旬
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。

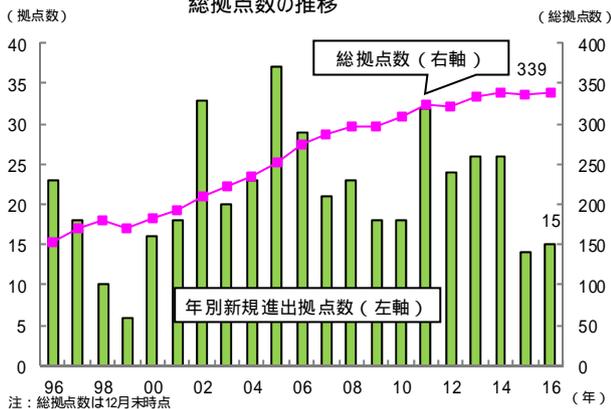
1. 海外進出の現状

(1) 2016 年の海外進出状況

～新規進出は 15 拠点～

2016 年中の海外への新規進出は 15 拠点だった（図表 - 1）。国・地域別では、ベトナムやインドネシアなど東南アジアへの進出が 11 拠点と目立った。

図表-1 進出年別に見る海外新規進出拠点数と総拠点数の推移



(2) 2016 年の撤退状況

～撤退は 13 拠点～

2016 年中の撤退は 13 拠点であった。事業見直しによる撤退や、採算が合わず撤退した事例が見られた。

以上より、2016 年 12 月末時点における県内企業の海外進出先は 33 の国・地域に及び、企業数で 138 社、拠点数で 339 拠点（前年比 2 拠点増）となった（図表 - 2）。

図表-2 国・地域別拠点数

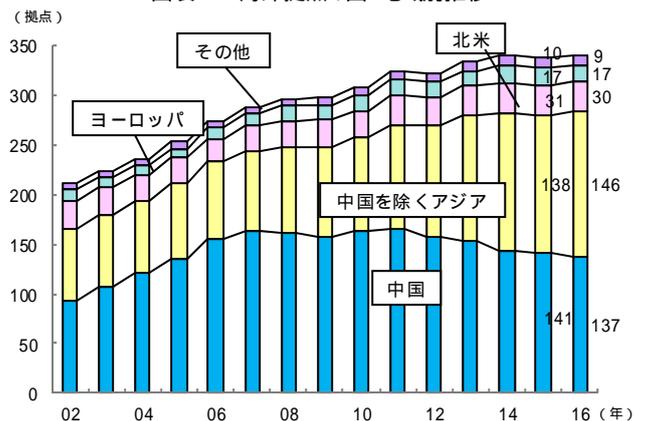
国・地域	拠点数	前年比
アジア	283	4
中国	137	4
ベトナム	26	3
インドネシア	20	1
タイ	17	1
韓国	15	0
シンガポール	15	1
香港	14	2
その他アジア	39	4
北米	30	1
アメリカ	27	1
その他北米	3	0
ヨーロッパ	17	0
オランダ	7	0
フランス	3	0
ドイツ	2	0
その他ヨーロッパ	5	0
その他	9	1
オーストラリア	3	1
ニュージーランド	2	0
ブラジル	2	0
その他	2	0
合計	339	2

(3) 海外拠点の分布状況

～アジアが 8 割強～

2016 年 12 月末時点の海外拠点（339 拠点）をみると、地域別ではアジアが 283 拠点と最も多く、全体の 8 割強を占めた。次いで、北米 30 拠点（8.8%）、ヨーロッパ 17 拠点（5.0%）の順となった。国・地域別では、中国が 137 拠点（40.4%）と全体の 4 割強を占め、以下、アメリカ、ベトナム、インドネシアと続いている。近年、ベトナム、インドネシアの拠点数の増加が続いており、進出先に占めるウエイトは年々高まっている。一方で、中国の拠点数は 5 年連続の減少となった（図表 - 3）。

図表-3 海外拠点の国・地域別推移

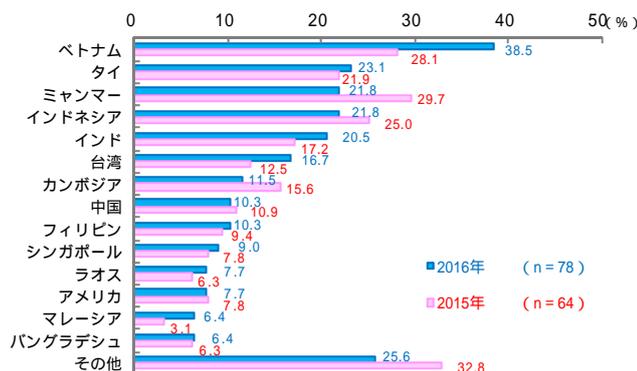


2. 今後の進出先

～ベトナムへの関心高まる～

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、「ベトナム」(38.5%)への関心が最も高く、次いで「タイ」「ミャンマー」となった(図表-4)。ベトナムは国民の半数近くが30歳未満と若い労働力が豊富で、経済成長が続いており、魅力的なマーケットといえよう。

図表-4 将来の進出先として興味のある国
(複数回答)



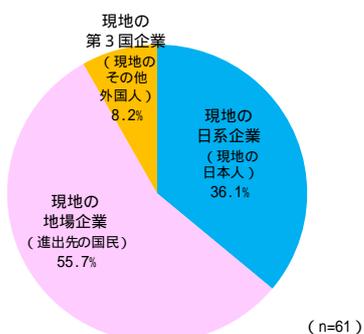
3. 進出先での販売戦略

～拡大市場での展開を視野に～

現地での出荷(販売)を行っている企業は8割近くにのぼり、そのうち「現地の日系企業(現地の日本人)」「現地の地場企業(進出地の国民)」をターゲット先に行っている割合はいずれも6割を超えた。

これらの企業に対し、今後について尋ねたところ「現地の地場企業(進出地の国民)」向けの出荷(販売)を強化したいとした企業が6割弱を占めた(図表-5)。

図表-5 今後進出国内で販売を強化していきたい先



注: 「今後現地への出荷(販売)を強化していきたい」と回答した企業を対象に質問

4. 進出先の人事

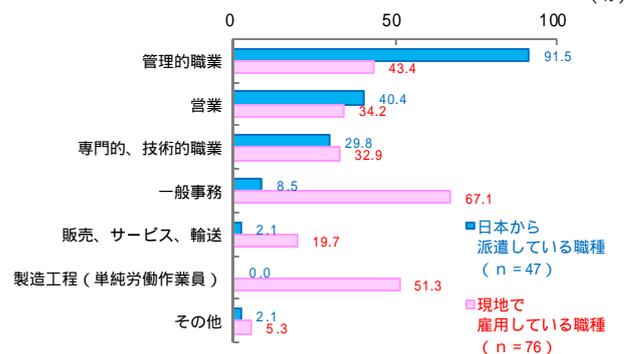
～雇用のローカル化を志向～

海外拠点への日本からの従業員の派遣(出向、赴任、駐在などを含み、短期の出張を除く)の有無について尋ねたところ、半数以上(54.0%)の企業が日本から従業員を派遣していた。

日本からの派遣従業員の現地での職種(複数の業務を兼ねている場合は最も主たる業務)は「管理的職業(社長、工場長、店長、営業や生産などの部門トップ)」の割合が最も高く、従業員を派遣している企業の9割以上が該当した。一方、管理職を現地で採用している企業は4割ほどにとどまっており、日本からの派遣従業員が役割を担っているのが現状だ(図表-6)。

今後については、国内の人手不足の深刻度が増すなか、現地人材の管理職への登用を増やしたいと考えている企業が多く、雇用面でもローカル化が加速することが予想される。

図表-6 現地での雇用の状況<職種別>
(複数回答)



注: 「日本から従業員を派遣している」「現地で従業員を雇用している」とそれぞれ回答した企業を対象に質問

4. おわりに

今回の調査では、中国からの撤退が進む一方で、東南アジアに進出する動きが続いているほか、現地人材の管理職への登用や現地での販売強化など、ローカル化を進める企業が増えているという実態が明らかとなった。

トランプ政権の発足によりTPP発効への道筋が見えなくなり、世界の自由貿易体制が揺らぐなか、日本や中国、ASEANなど計16カ国の間で、東アジア地域包括的経済連携(RCEP)妥結に向け交渉が進められている。実現すれば世界の約半分の人口(約34億人)を占めることとなる広域経済圏の誕生は、県内企業の海外戦略にも影響する可能性があり、今後の動向が注目される。

(門川 真由美)