

2019年4月22日

No. 19-121

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調査

～拠点数は横ばい圏内で推移、海外進出への一服感が続く～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称 IRC、社長 重松 栄治）では、このたび、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、下記のとおりお知らせいたします。

なお、詳細は2019年5月1日発行の「IRC Monthly」2019年5月号に掲載いたします。

記

【調査概要】

- ・ 2018年中の愛媛県内企業の新規海外進出数は10拠点と、前年に比べて増加したものの、ここ20年では3番目に少ない結果となった。
- ・ 2018年末時点における県内企業の海外進出先は34の国におよび、企業数は131社、拠点数は341拠点となった。
- ・ 進出地域はアジアが全体の8割以上を占めている。なかでも中国が127拠点と最も多いが、2011年の164拠点をピークに7年連続減少している。一方、東南アジアは同期間で63拠点から104拠点に増加している。
- ・ 将来の進出先としてはベトナム、ミャンマー、インドネシアの順に関心が高く、上位3カ国は前回と同じ結果となった。
- ・ 海外進出で苦労している点は、「税制や法制度」を挙げる企業が最も多く、次いで「管理職クラスの確保・育成」「人件費の上昇」となった。なかでも、「管理職クラスの確保・育成」を挙げる企業の割合が前回に比べて大きく上昇した。
- ・ 進出企業数は前回に引き続き一服感がみられるが、新たな分野での進出など企業の多様化も進んでいる。
- ・ グローバル人材の不足という問題が顕在化しているが、国内外を問わず優秀な人材を登用することでこの課題を乗り越え、県内企業が更に飛躍することを期待したい。

以上

はじめに

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、アンケートを実施している。今回は31回目で、2019年1月上旬から3月上旬にかけて実施、136社から回答を得た。

<調査の概要>

1. 調査対象 愛媛県内本拠を置く海外進出企業など
136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 2019年1月上旬～3月上旬
4. 回答数 136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」ととらえ、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) 2018年の海外進出・撤退状況

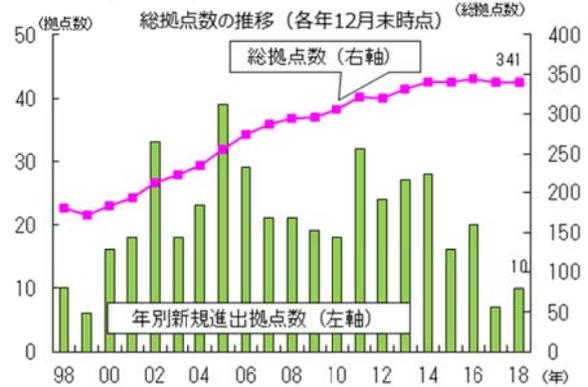
2018年中の海外への新規進出は10拠点だった（図表-1）。前年より3拠点増加したが、ここ20年では3番目に少ない結果となった。また、海外への初進出という企業は少なく、複数拠点目の進出となる企業が多数を占めた。

2018年中の撤退は9拠点で、撤退理由として倒産や不採算部門の見直し、現地責任者を確保できないといった人材面の問題が挙げられた。

(2) 海外進出している企業数および拠点数

2018年末時点における県内企業の海外進出先は34の国におよび、企業数は131社、拠点数は341拠点となった（図表-2）

【図表-1】進出年別に見る海外新規拠点数と

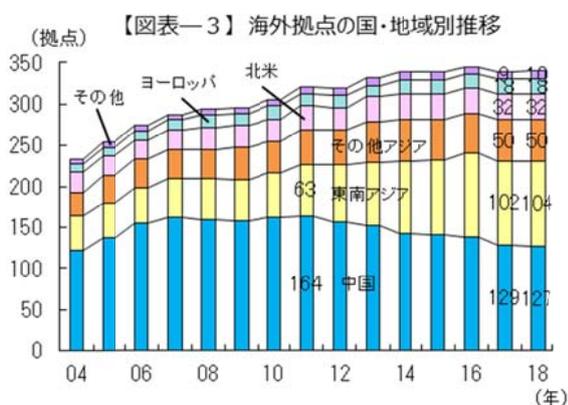


【図表-2】国・地域別拠点数(2018年12月末時点)

国・地域	拠点数	前年比
アジア	281	0
中国	127	▲2
東南アジア	104	2
ベトナム	28	1
インドネシア	20	
タイ	18	
シンガポール	16	1
カンボジア	8	
マレーシア	6	
フィリピン	5	
ミャンマー	2	
ラオス	1	
その他アジア	50	0
韓国	15	▲1
香港	14	
台湾	13	
インド	5	1
サウジアラビア	1	
モンゴル	1	
バングラデシュ	1	
北米	32	0
アメリカ	29	
メキシコ	2	
カナダ	1	
ヨーロッパ	18	0
オランダ	7	
ドイツ	3	1
フランス	2	▲1
トルコ	2	
ロシア	1	
ベルギー	1	
イギリス	1	
スイス	1	
オセアニア	5	0
オーストラリア	3	
ニュージーランド	2	
南米	3	0
ブラジル	2	
チリ	1	
アフリカ	2	1
エジプト	1	
マラウイ	1	1
合計	341	1

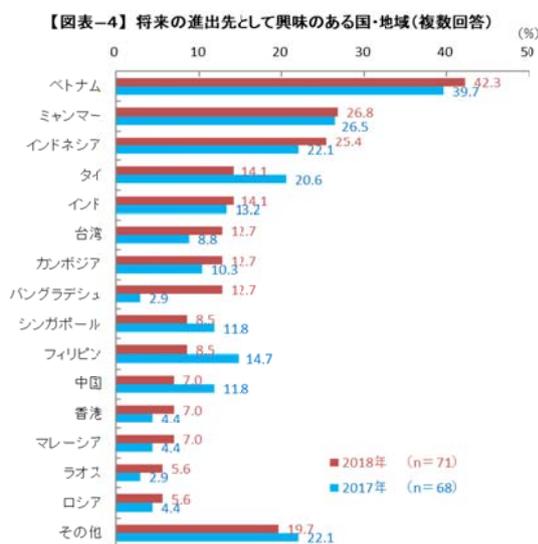
(3) 海外拠点の国・地域別推移

2018年末時点の海外拠点の分布状況を見ると、アジアが281拠点と最も多く、次いで、北米32拠点、ヨーロッパ18拠点となった。アジアの内訳をみると、中国は2011年の164拠点をピークに7年連続で減少し127拠点となったものの、アジアの拠点数の約半数を占めており、存在感はなお大きい。拠点数が右肩上がりの東南アジアは、中国が減少に転じた2012年以降41拠点増加しており、中国から東南アジアへのシフトが続いている（図表-3）。



2. 今後の進出先

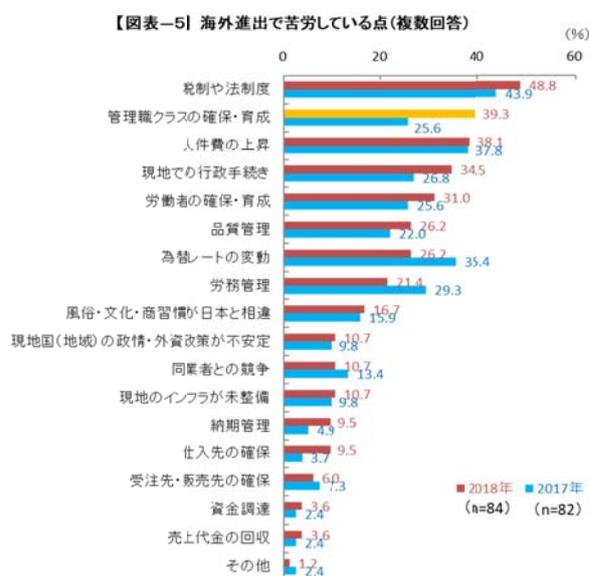
進出予定の有無にかかわらず、将来の進出先として興味のある国・地域を尋ねたところ、ベトナムへの関心が最も高く、次いでミャンマー、インドネシアと上位3カ国は前回と同じ国となった（図表-4）。



3. 海外進出で苦労している点

海外進出先で苦労している点を尋ねたところ、「税制や法制度」（48.8%）が最も多く、次いで「管理職クラスの確保・育成」（39.3%）、「人件費の上昇」（38.1%）となった（図表-5）。

なかでも、「管理職クラスの確保・育成」は前回（25.6%）から大きく上昇している。今回の調査で判明した撤退先からは「現地責任者が確保できない」などの声も聞かれており、人材の確保が今後の海外展開の鍵を握りそうだ。



おわりに

今回の調査で判明した新規進出拠点数は前回に比べ増加したものの、ここ20年間でみると低水準であり、前回に引き続き一服感がみられる。ただし、飲食やソフトウェア開発など新たな分野での進出もあり、企業の多様化が進んでいる。

グローバル人材の不足という問題が顕在化しているが、国内外を問わず優秀な人材を登用することでこの課題を乗り越え、県内企業が更に飛躍することを期待したい。

(岩本 卓也)