

2010年度 海外進出動向及び課題に関する調査

○調査目的／県内企業の海外進出状況、海外ビジネスの課題などを把握するために実施。

○調査時期／2010年9月上旬～12月中旬

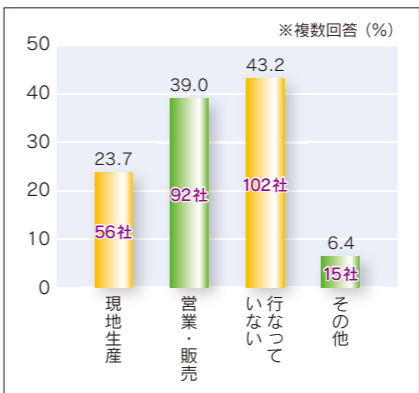
○調査対象／県内企業500社(海外進出・海外取引を行なっている企業を中心とする)

○回答企業／252社(回答率50.4%)
建設業：4社(構成比1.6%)、製造業：144社(57.1%)、情報通信業：3社(1.2%)、卸売業・小売業：70社(27.7%)、医療・福祉：1社(0.4%)、サービス業：5社(2.0%)、その他：25社(9.9%)、合計：252社

海外進出形態

本調査に回答をいただいた252の事業所のうち、236社が現在の

(グラフ1) 海外進出形態

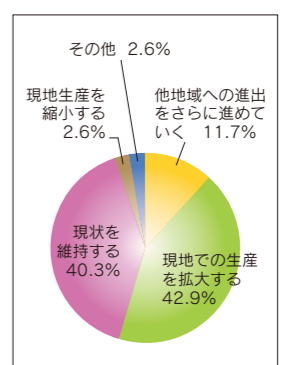


の自社の海外進出形態について回答。結果は、「現地生産」が56社で23.7%、「営業・販売」が92社で39%。「行っていない」が102社で43.2%、「その他」が15社で6.4%となった(グラフ1)。「その他」では「予定はあるが実績はなし」、「出張・展示会のみでの営業」、「国内の卸業者を通して」、「輸入のみ」等の回答が寄せられた。

今後の海外生産の方向性

海外で現地生産を行なっている56社のうち、「他地域への進出をさらに進めていく」が全体の11.7%、「現地

(グラフ2) 今後の海外生産の方向性



での生産を拡大する」が42.9%、「現状を維持する」が40.3%となった(グラフ2)。

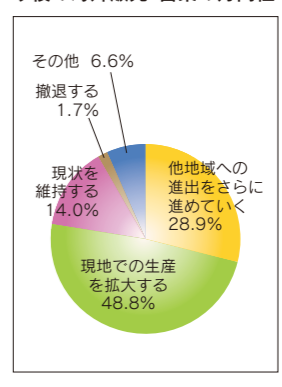
ここから、積極的に現地生産の拡大を行う推進派と現状維持をする慎重派に立場が二分していることが伺える。

今後の海外販売・営業の方向性

海外で販売・営業を行なっている92社のうち、「他地域への進出をさらに進めていく」が28.9%、「現地での販売を拡大する」が48.8%、「現状を維持する」が14.0%となっている(グラフ3)。

海外販売・営業に関しては、全体的に積極的な姿勢が伺える。「その他」の回答では、「国内商社との連携」、「外資系の親会社を中心となって取り組

(グラフ3) 今後の海外販売・営業の方向性



んでいる」、「JETROのTTPP※活用による販売先情報取得」などの回答が寄せられている。

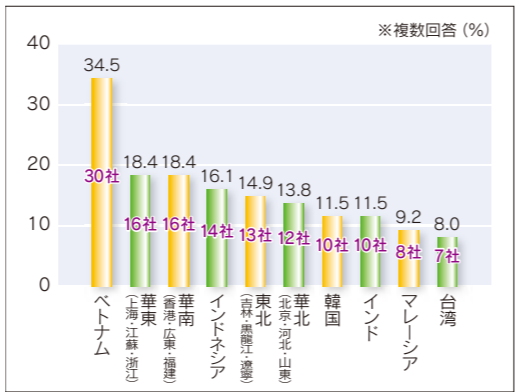
※TTPP(Trade Tie-up Promotion Program)、国際的なビジネスパートナー探しを支援するためのサイト。

生産拠点について関心のある地域

今後の生産拠点として最も関心が高い地域は、87社中30社が回答した「ベトナム」で34.5%、続いて、「中国(華東)」と「中国(華南)」に16社が回答し18.4%となっている(グラフ4)。なお、2009年度の調査と比べて「インドネシア」を生産拠点として関心を持つ事業所が昨年の5社から14社に増加し、「マレーシア」に関心を持つ企業も、昨年の2社から8社に増加。「韓国」もウオ

ン安の影響からか昨年の4社から10社に増加している。

(グラフ4) 生産拠点として関心のある地域[上位10ヶ国]

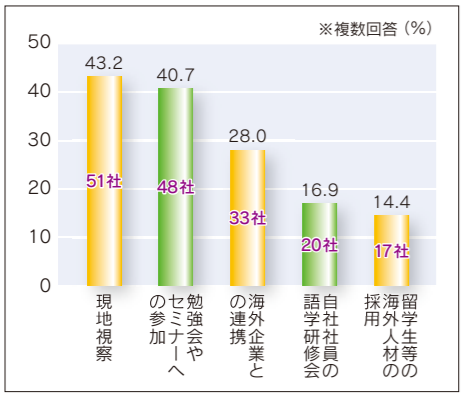


販売拠点について関心のある地域

今後の販売拠点として最も関心が高い地域は、105社中36社が回答した「中国(華南)」で34.3%、続いて「中国(華東)」で32.4%、中国以外では「インド」の22.9%、「ヨーロッパ」の21.0%が挙げられる(グラフ5)。インドは人口の多さやGDPの伸び率から関心が高まっており、ヨーロッパや北米が続いている理由としては、既に高価格帯の市場があるため商品の販売先として重要なエリアと考えられている。

海外進出に向けて各事業所が行なっている国内での取組み

(グラフ6) 海外進出に向けて各事業所が行っている取組み



最も多い回答は「現地視察」の43.2%、次いで、「勉強会やセミナーへの参加」が40.7%となっている。また、「海外企業との連携」は28.0%

回答企業へのアンケート

%あり、海外進出に向けて積極的な取組みを行なっている事業所が多い(グラフ6)。

【海外生産について】

①中国・フィリピンで生産し日本で販売。現地にそれぞれ子会社があるが従業員とのコミュニケーションが一番の課題。ヒューマンスキルの向上が急務。ベトナムに関して関心はあるが、今のところ生産も販売も考えていない。東南アジア諸国には常にアンテナを張っている。(繊維機械器具卸売)

②現在、中国で委託生産し日本で販売。技術的な面で、中国では生産困難なものがあるため品質の維持が課題。東南アジアの国々に対しては、経済成長といった面に関心がある。(繊維製品製造)

③中国で生産し日本で販売。中国だけではリスクがあるため、チャイナプラスワンとしてベトナムをはじめとした東南アジアに目を向けている。同業者がベトナムで生産しているのに関心が特に高い。生産拠点をベトナムに移す可能性

【海外販売について】

①日本と中国で生産。製品が特殊なため、インド・ロシア・東ヨーロッパといった国々は市場の広域性という面から販売拠点として非常に関心がある。(繊維製品製造)

②香港・台湾・シンガポール・マレーシア・韓国で販売。海外では「Made in Japan」というだけで品質が良いという認識があるため、その強みを維持するため海外での生産は考えていない。(眼鏡フレーム製造)

③中国で生産しているが人件費等のコストが増加してきているので中国だけでやっていくことにリスクを感じる。特殊な製品が多いため、インドやロシア、ヨーロッパに関心がある。まずは、ディーラーとしての役目を他の企業とタイアップすることで実現したい。(繊維製品製造)

※「お知らせ」海外進出動向及び課題に関する調査の結果は、福井商工会議所HPに掲載しています。

福井商工会議所 地域事業課
TEL0776(33)82203