

山梨県内企業の海外展開等の動向報告書(概要版)

県内企業の海外展開の状況把握することで、効果的な施策展開を図るとともに、県内企業の海外ビジネスの円滑化に貢献することを目的にアンケート調査を実施した。

- 調査時期:平成26年8月～9月
- 調査対象:県内に本社を置く製造業(主に機械電子産業)を中心とした企業
- 調査項目:海外展開動向、貿易動向、海外展開等における課題と方向性

海外展開の動向

調査結果概要

●海外展開先として地域別はアジア、国別では「中国」、「タイ」

地域別ではアジアが115件で全体の83.3%を占めた。国別では中国(香港除く)が最多の41件、次いでタイの17件となった。アジア以外では、米国の11件である。上位10ヶ国は、米国が3位に入ったほかは全てアジアであった。

●海外進出の目的は「市場開拓」と「受注確保」

海外展開の目的は、「現地市場の開拓」、「海外展開した取引先、親企業からの受注確保」。海外展開の目的を国別でみると、展開先として最も多かった中国は「現地市場の開拓」を目的としたものが最多であった。

●現地調達率は「中国」で低く、「ASEAN」で高い傾向

中国では現地調達率を「0～20%未満」とした企業が多く、調達率が低い。一方、ASEANは現地調達率60%以上と回答した企業が多い結果となった。

●今後もアジアに向けての海外展開に高い関心

海外展開を計画している企業にその国名を挙げてもらったところ、タイ、中国、ベトナムが上位3か国となった。ASEANは全体のほぼ半分を占める結果となった。

貿易動向

●輸出・輸入ともに「中国」が最多

輸出先を見てみると「中国」、「米国」、輸入でも、「中国」が最も多く、続いて「タイ」という結果となった。

●今後の貿易相手もアジア

輸出を拡大させたい地域としてアジアが約7割、国別では中国が最多。理由として「市場規模」となった。輸入についてもアジアが8割を超え、中国が多い。その理由として「価格の安さ」を挙げる企業が最多であった。

海外展開等に向けた課題

●現地での人件費高騰が大きな課題

海外事業所等を保有している企業に問題点を尋ねたところ、「現地人件費の上昇」が最も多かった。次いで、「現地労働力の確保」、「販売・受注の不振」、「原材料・部品のコストアップ」の順となった。

●県や経済団体に期待することは「現地情報」

「現地の経済・ビジネス情報の提供」が最も多かった。続いて、「現地の危機管理を含む安全情報の提供」、「現地事情調査及び市場調査等の支援」、「海外市場開拓のための資金援助の充実」の順となった。

まとめ

海外展開、目指す先はASEAN、中国、現地人件費の上昇が課題

- 中国は、人件費の高騰や反日デモ等の影響でASEANシフトの動きがあったものの引き続き関心が高いことが判明。
- 海外展開において、進出先のアジア新興国の経済成長に伴う諸課題を抱えていることが窺える。
- ASEAN、中国を中心に海外展開を目指す企業が多い一方、「現地の経済・ビジネス情報の提供」など現地情報を公的機関の支援、サポートを求める声が多いことが判明。