

EHIME TRADE & TREND

えひめトレード&トレンド

●エヒメフォーカス

愛媛の国際化に思う

公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会

相談役 麻生俊介（前会長）

●ニューストピックス

愛媛県内企業の海外進出状況調査

IRC 辻井勇二

●貿易投資 Q & A

中国保税区における関税・付加価値税の処理について

●会員紹介

（株）ヒカリ

（株）日本キャリア工業

●愛媛県内企業の貿易・投資実態調査結果について

●福島第一原子力発電所事故による

輸出製品に対する証明書発行について

●協会からのお知らせ

公益社団法人への移行について

輸出有望商品発掘調査事業について

●主要通貨為替レート推移

●編集後記

2011

夏号

VOL.13



愛媛の国際化に思う



公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会
相談役 麻生 俊介（前会長）

愛媛の国際化が遅れた訳は、ジェトロ事務所が無いこと、国際航空路が無いこと、高速道路が無いことと永らく言われてきましたが、今では全てが整い四国4県全体の貿易総額の6割を占めるに至っています。四国4県の中でジェトロ事務所のないのは愛媛県だけでしたが、1991年10月官民挙げての熱意により松山へ誘致いたしました。また、国際航空路の開設は、1995年4月松山～ソウル便就航、2004年6月松山～上海便就航と続きました。四国島内で国際航空定期便を海外2都市と持つのは松山空港のみで中国、韓国との航空インフラを整えています。

その後、海の玄関である松山港の国際定期貨物便も整備され、平成6年7月韓国釜山向け、平成7年8月台湾・マニラ向け、平成12年12月台湾・香港向け、平成15年5月上海向けに就航し、重量貨物の輸送に貢献しています。

高速道路については、松山市・伊予市への延伸が1997年2月、その後2004年3月に松山インターチェンジまでの4車線化が完成いたしました。その後大洲、西予宇和まで延長され、本年度中には宇和島まで開通予定となっています。

人材面では、県庁職員のジェトロ事務所での海外研修も定期的に行われている他、海外に営業拠点を持つ地元銀行も愛媛県内にあり、企業の国際化支援に力を入れています。一方、造船業、鉄工業、縫製業他の労働集約的産業においては、中国人を中心とする外国人研修生・実習生への依存度が高まっており、約5千人を受入れています。また、アジア人財資金構想に基づく、愛媛大学の積極的な留学生への就職斡旋により、優秀な高度人財である留学生の県内企業への定着化も進んでおり、製造現場における研修生・実習生の管理、海外との貿易取引の開始、海外進出に際し貴重な戦力となっています。

県内の国際化の大きなうねりは、TPPへの参加問題、2国間協定であるFTA、EPAの締結促進等の動きと相まって、中国他東アジアへの生産拠点、販売拠点設置へと動いております。これは、日本国内の少子高齢化に伴う必然的な動きだと考えられます。

食品を中心とする愛媛県産品の輸出促進事業は、中国、シンガポール、タイ、台湾、香港等の東アジア諸国に対して行われておりますが、具体的には四国4県共同の中国上海市におけるアンテナショップの開設、シンガポール、タイ、台湾、香港における海外商談会開催が進められております。これらにより、県内産の日本酒、海産物、農産物、加工食品などの輸出が促進される環境整備が行われています。

県内企業の、海外へのこのような機運をさらに高める役割を、今後とも産貿協が担ってゆくものと期待しています。

愛媛県内企業の海外進出状況調査

株式会社いよぎん地域経済研究センター 辻井 勇二

はじめに

株式会社いよぎん地域経済研究センターでは、1989年から愛媛県内企業のグローバル化の動向を探るため、海外進出状況についての調査を実施している。今回は23回目の調査で、以下はその調査結果の概要である（本調査結果の詳細については、調査月報IRC4月号をご覧ください）。

〈調査要領〉

調査対象：愛媛県内に本拠を置く海外進出企業
など140先

調査方法：郵送によるアンケート方式
(一部ヒアリングを含む)

調査時期：2011年1月下旬～2月上旬

回答先数：136先

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) 海外進出先数の推移

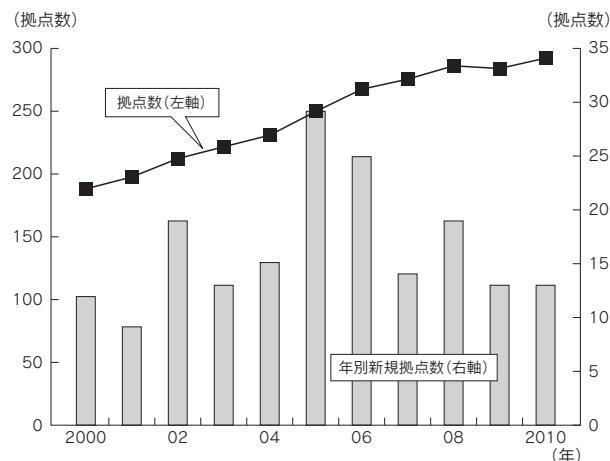
～2年ぶりに拠点数が増加～

2010年12月末時点における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。

2010年中の新規進出数は13拠点と、前年に引き続き低水準であった（図表1）。世界経済は回復基調にあるものの、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（図表2）。

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。

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)



図表2 2010年の新規進出拠点の状況

拠点数	国・地域	進出形態	進出目的
13	中国(7)	子会社(3) 合弁企業(2) 事務所(2)	製造(3) 情報収集(2) 販売(1) 飲食(1)
	シンガポール(2)	子会社(2)	販売(1) サービス(1)
	マレーシア(1)	子会社(1)	製造(1)
	タイ(1)	合弁企業(1)	飲食(1)
	香港(1)	子会社(1)	サービス(1)
	イギリス(1)	子会社(1)	販売(1)

図表3 2010年の撤退拠点の状況

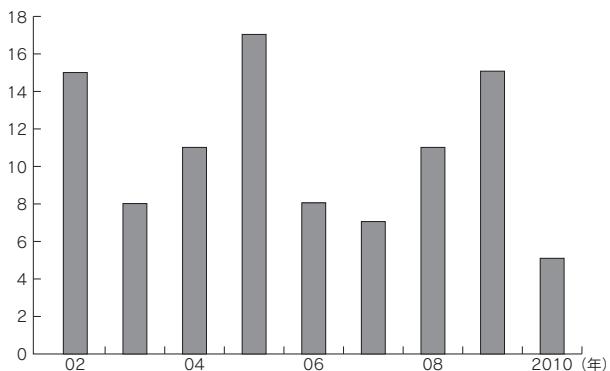
拠点数	国・地域	進出形態
5	中国(3)	子会社(1) その他(2)
	香港(1)	子会社(1)
	ベトナム(1)	子会社(1)

一方、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での販売は続けるという先もある。

撤退拠点数は景気悪化にともなって増加傾向にあったが、2010年は世界的に緩やかに景気が回復する中、撤退数に関しても低水準であった(図表4)。

図表4 撤退拠点数推移



(2) 海外拠点の分布状況

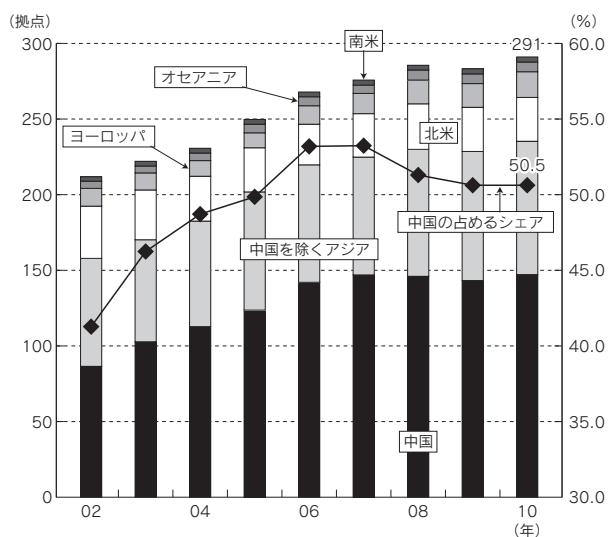
～アジアのシェアが8割～

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い、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る、以下、アメリカと続いている(図表5)。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6)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。

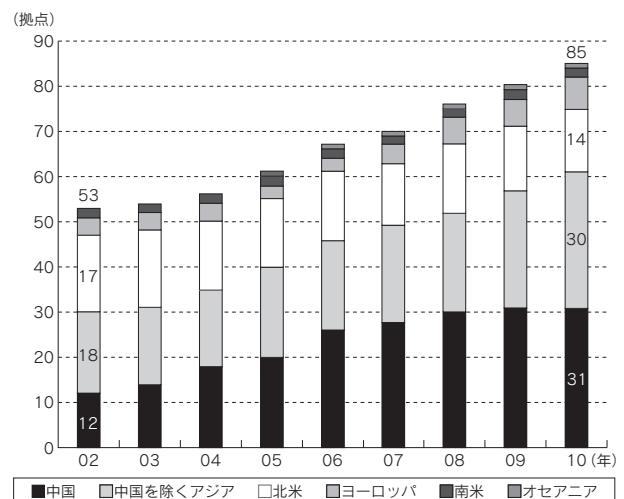
図表5 海外拠点の分布状況

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
カンボジア	1	0
モンゴル	1	0
サウジアラビア	1	0
インド	1	0
北米	29	0
アメリカ	27	0
カナダ	1	0
メキシコ	1	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
フランス	1	0
イタリア	1	0
ベルギー	1	0
チェコ	1	0
オセアニア	7	0
ニュージーランド	4	0
オーストラリア	3	0
南米	3	0
チリ	1	0
エクアドル	1	0
ブラジル	1	0
合計	291	8

図表6 海外拠点の国・地域別推移



図表8 販売・サービス関連を目的とする拠点の国・地域別推移



(3) 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（図表8）。

（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7 海外拠点の進出目的別内訳

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

(4) 海外拠点の業種別・進出形態別内訳

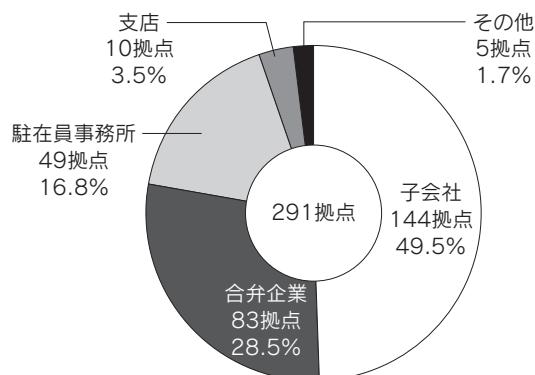
～パルプ・紙・紙加工品製造業が最多～

進出形態別には、図表9のとおり、子会社が144拠点（49.5%）で最も多く、次いで合弁企業が83拠点（28.5%）となった。

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10）。

また製造業の内訳では、パルプ・紙・紙加工品製造業が57拠点で最も多く、繊維工業が35拠点、食料品製造業が30拠点で続いている。

図表9 進出拠点の形態別内訳



図表10 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
食料品製造業	9	30
織維工業	19	35
パルプ・紙・紙加工品製造業	15	57
プラスチック製品製造業	2	8
はん用機械器具製造業	4	10
生産用機械器具製造業	6	18
業務用機械器具製造業	2	5
電子部品・デバイス・電子回路製造業	6	16
電気機械器具製造業	3	14
輸送用機械器具製造業	5	8
その他の製造業	14	20
卸売・小売業・飲食業	28	41
各種商品卸売業	6	7
織維・衣類等卸売業	3	5
機械器具卸売業	3	5
その他卸売業	6	10
その他小売業	7	11
一般飲食店	3	3
サービス業	9	18
その他	5	9
合計	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おり、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増えている。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る。



(1) 進出地域

～上海、華東経済区に集中～

2010年末時点の中国進出拠点(147拠点)をみると、経済区分では上海を含む華東経済区が多く、拠点数で107拠点と7割以上を占めている。次いで、東北経済区27拠点(18.4%)、中南経済区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11)。

図表11 中国拠点の分布状況

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
安徽省	4	▲ 1
江西省	1	0
東北地区	27	0
遼寧省	26	0
黒龍江省	1	0
華南地区	7	0
廣東省	7	0
華北地区	5	▲ 1
天津市	3	0
北京市	2	▲ 1

西北地区（注）	1	0
陝西省	1	0
合 計	147	4

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

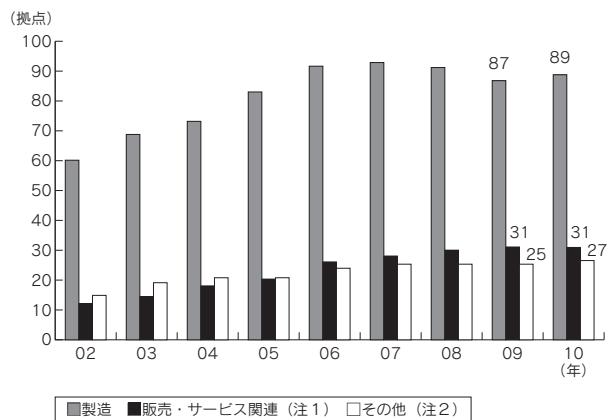
（2）進出目的

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（図表12）。これまで販売・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13）。

図表12 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
研究・開発	2	0
飲食店経営	2	1
レジャー施設	1	0
教育	1	0
合 計	147	4

図表13 中国拠点の進出目的別推移



注1：「販売・サービス関連」は「販売」、「サービス」、「レジャー施設」、「飲食店経営」、「金融」、「不動産業」を合計したものです。

注2：「その他」は「情報収集」、「仕入」、「研究・開発」、「植林」、「教育」、「水産養殖」、「マンニング（船員配乗請負）」、「土木建設」、「資金調達・運用」の合計。

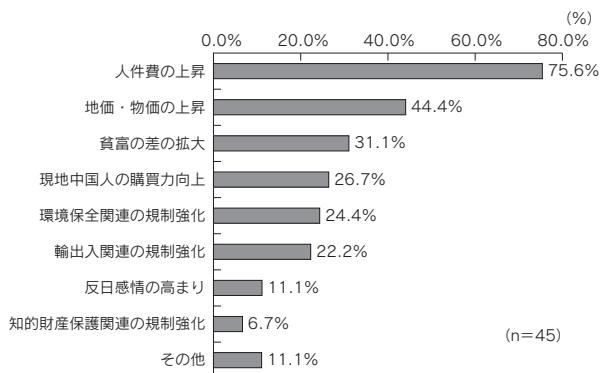
（3）最近の中国国内の動き

～「人件費の上昇」が最多～

最近の中国国内の動きで強く感じることについては、「人件費の上昇」が75.6%で最多であった（図表

14）。次いで「地価・物価の上昇」が44.4%となっており、中国国内ではインフレ懸念が強まっているものとみられる。「反日感情の高まり」は11.1%にとどまり、「マスコミが騒ぐほどの騒動になっていないことが多い」との意見もあった。日本国内での印象と、中国国内の現状にはギャップがみられるようだ。

図表14 最近の中国国内の動きについて
強く感じること（複数回答）

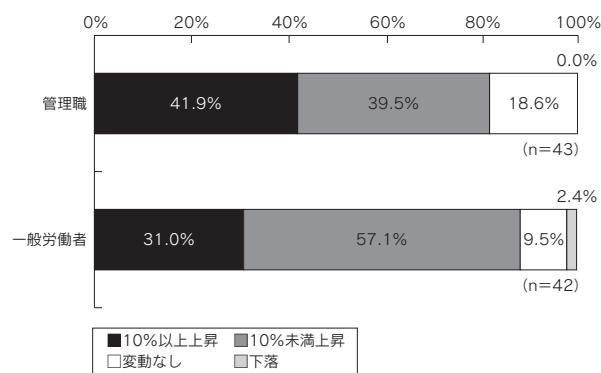


（4）現地従業員の人件費の変化

～強い賃金上昇圧力～

この1年間における人件費の変化について尋ねたところ、管理職では「10%以上上昇」と回答した割合が41.9%であったのに対し、一般労働者では31.0%にとどまった。中国では、一般労働者以上に日本語のできる管理職の確保が難しくなってきており、賃金の面にも影響が出ているものとみられる。

図表15 現地従業員の人件費の変化率（09年比）



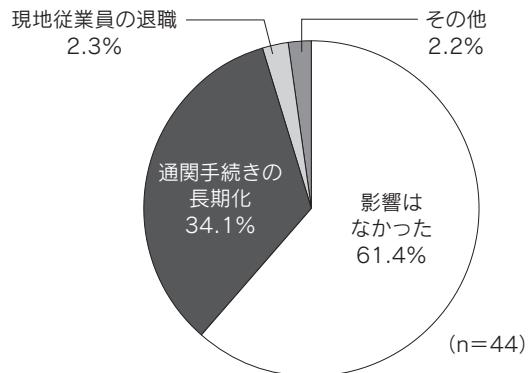
（5）日中の政治的混乱の影響

～「影響はなかった」が最多～

レアアースなど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16)。しかし「通関手続きの長期化」も34.1%あり、経済へも少なからず影響はあったとみられる。

図表16 日中の政治的混乱に対する影響



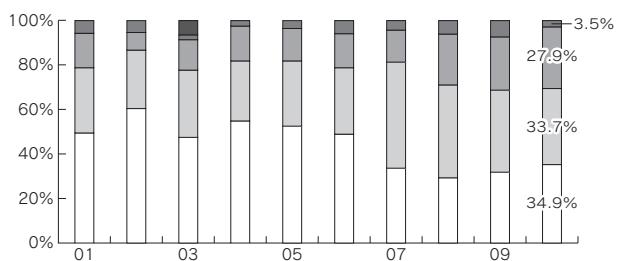
3. 経営に関する諸課題

(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%、「收支トントン」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17)。

図表17 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:サンプル年数は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。

- わからない
- 赤字経営であり、今後も赤字が続く見通し
- 赤字だが、将来黒字化の見通し
- 收支トントン
- 黒字

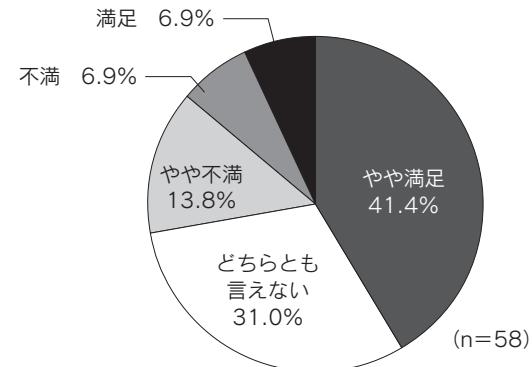
(2) 海外投資に対する満足度

～「満足」「やや満足」で5割程度～

これまでの海外投資に対する満足度を尋ねたとこ

ろ、「満足」「やや満足」を合わせた割合は5割をやや下回った。一方、「不満」「やや不満」と回答した割合も2割強あった(図表18)。

図表18 海外投資に対する満足度

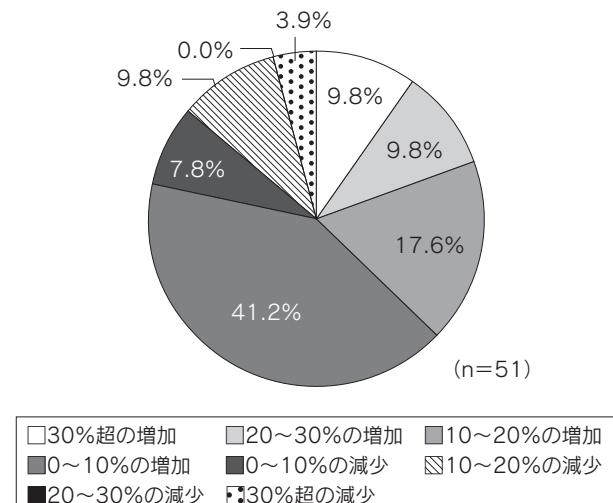


(3) 海外拠点の出荷(販売)状況

～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19)。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19 海外拠点全体の出荷(販売)額の増減率(09年比)



(4) 最終的な出荷(販売)先

～進む販売先の現地化～

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%弱であった(図

表20)。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存在しており、販売先の現地化が進みつつあることがうかがえる。また第三国については、90%の企業が「2割以下」と回答しているものの、第三国への出荷割合が大きなウェイトを占めている企業も一部にみられる。

図表20 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

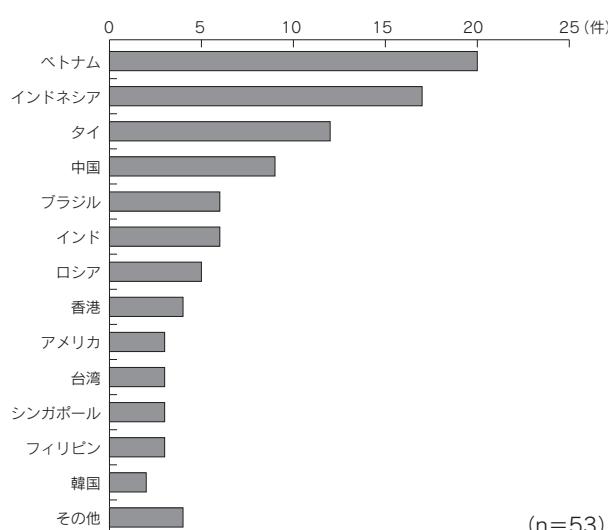
(5) 将来の進出先として興味のある国

～東南アジア3カ国が人気大～

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21）。FTA締結により関税面で有利であることや他地域・他国に比べてカントリーリスクが低いこと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21 将来の進出先として興味のある国・地域
(複数回答)



図表22 2011年1月25日現在の日本のFTA一覧

【発効済み】

名称	発効時期
新時代における日本・シンガポール経済連携協定	2002年11月 2007年9月（注1）
日本・メキシコ経済連携協定	2005年4月
日本・マレーシア経済連携協定	2006年7月
日本・チリ経済連携協定	2007年9月
日本・タイ経済連携協定	2007年11月
日本・インドネシア経済連携協定	2008年7月
日本・ブルネイ経済連携協定	2008年7月
日本・フィリピン経済連携協定	2008年12月
日本・ASEAN包括的経済連携協定（AJCEP）（注2）	2008年12月
日本・スイス自由貿易・経済連携協定	2009年9月
日本・ベトナム経済連携協定	2009年10月

注1：02年11月に発効、07年9月に改定議定書発効

注2：ASEAN諸国の中、インドネシアについては批准待ち

資料：JETRO

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。

貿易投資

日本企業が中国の保税区に自社の在庫を保有し、当該国の顧客からの注文を受けて受注品を納入する場合の関税・付加価値税処理

Q. 日本企業が中国の保税区に自社の在庫を保有し、当該国の顧客からの注文をインターネットで受けて、受注品を納入する場合の関税・付加価値税の処理について教えてください。

A. ここでの日本企業は、中国において事務所等を有していない中国非居住法人と考えます。よって、ご質問の取引は、いわゆる非居住者による自社の保税貨物の保管です。日本企業は中国の保税物流园区に自社の保税在庫を保有し、中国企業へ受注品として納入できます。その際、日本企業は関税および輸入増增值税を負担しません。

非居住法人による海外在庫とは、輸出時点においてはまだ契約が成立していないものも含めた輸出原材料等で、海外の保税区域に保有する自社の保税在庫をいいます。保税転売とは、日本企業が、自社の保税在庫を保税区域内で輸入通関前に転売することです。

保税物流园区は中国国内ですが、関税および増增值税の観点からは国外とみなされています。そのため、日本企業が保税物流园区に搬入した貨物は、外国貨物として扱われます。日本企業は、保税物流园区で保税在庫を保有でき、それらの保税転売もできます。

中国企業が、日本企業から納入された保税貨物を、保税貨物として搬出する場合は関税および輸入増增值税は負担しませんが、内国貨物として輸入する場合には関税および輸入増增值税を負担します。中国で自社の保税貨物を保管し、保税区・保税物流园区で保税貨物を中国企業へ販売した日本企業は、関税および輸入増增值税を負担しません（ただし、日本企業は、現地で恒久的施設に該当しないように注意する必要があります）。

保税物流园区で非居住者が保税在庫を保管するのは、非居住法人であるベンダーの保税在庫（＝中国法人であるバイヤーの保税在庫）として、バイヤーが必要に応じて輸入する物流手法としてのVMI



(Vendor Managed Inventory) を構築するためです。具体的には、ベンダーからバイヤーへの納品のリードタイムの短縮によって、バイヤーである現地の工場の在庫削減しているJIT (Just In Time) にも関連した調達物流としてのVMIがあります。販売サプライチェーンとの関連では、中国販売拠点の販売在庫や店頭在庫を削減するための販売物流としてのVMIもあります。

なお、ここでは一般的な質問に対する一般的な回答を述べておりますので、具体的な事例にはあてはまらない可能性もあります。特に、中国の保税区に関しては、例えば蘇州における物流园区や上海における物流园区等の運用を比較しても地域によって運用が異なっており、地方政府の関係法令等も頻繁に改正されていますから、具体的な件につきましては現地の税関等も含めた各方面の専門家にご相談ください。

根拠法令

「税関の保税物流园区に対する管理弁法」税関総署令第134号（2005年11月28日公布、2006年1月1日施行）

関係機関

中国税関 <http://www.customs.gov.cn>

調査時点：2010/3

出所：「貿易・投資相談Q&A」『ジェトロ海外ビジネス情報』(<http://www.jetro.go.jp/world/qa/>) より転載

（まとめ：合田謙司／愛媛県産業貿易振興協会）

会員紹介

株式会社ヒカリ



富田耕治
代表取締役

本社：東温市南野田418-4

設立：昭和36年1月

事業内容：合理化省力化自動機械の設計・製造・販売・メンテナンス・油圧機器・農業機械の精密部品加工

代表者：代表取締役 富田 耕治

資本金：9,900万円

売上高：6,465百万円（23年3月予定）

従業員数：320名

（グループ企業を含み海外は含まない）



本社工場

1. 会社沿革

- 昭和36年1月 初代社長 富田洋司が(株)光鉄工所を設立
- 昭和44年10月 松山市和気町へ本社、工場を移転
- 昭和59年7月 (株)光真商事設立
- 昭和62年10月 双葉工業株設立
- 平成3年1月 株式会社ヒカリに社名変更
- 平成6年11月 重信工業団地へ本社、工場を移転
- 平成12年10月 シンガポール駐在員事務所を開設
- 平成14年10月 バンコックに Hikari Tech (Thailand) Co., Ltdを設立
- 平成15年5月 Hikari Tech (Thailand) Co., Ltd.アユタヤ県ロジャナ工業団地に移転

- 平成17年4月 Koshin Trading (Thailand) Co., Ltd. ロジャナ工業団地に設立
- 平成19年8月 中国（大連）にHikari Dalian Software Technology Development Co., Ltd.を設立
- 平成20年2月 資本金を9,900万円に増資

2. 業務内容紹介



本社工場内組立工場

1) FA事業

ヒカリのFAシステムには、お客様の役に立ちたいという、エンジニア達の思いによって生まれた様々な技術が生かされている。画期的な生産ライン作りを目指して、付加価値の高いFAシステムを創造し、提供している。

2) 加工事業

部品加工において単品加工、量産加工を問わず、卓越した高度加工技術でお客様のニーズに応えている。また、部品加工以外にも、油圧アッセンブリー製品や転造ブーリー、各種治具等の製作を行う。多様な設備を完備しあらゆる加工に対応できるようになっている。単品加工においては、納期対応への柔軟性を発揮している。また、部品加工は双葉工業（南吉田町、従業員40名）においても行っている。

3) 商社事業

FA機器部品・機械工具販売、加工部品販売等を、主に(株)光真商事を通じて行う。

3. わが社の国際化

1) 国際化の経緯

平成12年にシンガポールに事務所を開設した当時、当社の東南アジア向けの販売高が家電メーカー向けを中心に全体の20%であり、自動車メーカーもタイへの進出を加速させている中にあって、①東南アジアでの日系進出企業への営業拡大、②輸出商品のメンテナンス体制作り、

③価格競争力UP、④標準機や標準部品の業務委託及びコストダウン、を目的としてタイに進出した。生産に必要な資材、メンテナンスサービス等の調達やコストダウンの必要性から商社を設立。次いで、アジア最大のマーケットである中国における顧客サービスの充実と営業展開、コストダウンを目的として、平成19年に大連市に会社を設立。

2) 國際化の現状

平成14年バンコックにHikari Tech (Thailand) Co., Ltd.を設立。翌年の平成15年には、アユタヤ県ロジャナ工業団地に移転し、タイでの生産を開始。平成17年には、商社事業を営む、(株)光真商事の現地法人Koshin Trading (Thailand) Co., Ltd.をロジャナ工業団地に設立。日系企業の東南アジア進出の活発化に伴い、当社の海外売上比率は順次拡大し、現在約30%に達している。また、平成19年には、中国大連市にHikari Dalian Software Technology Development Co., Ltd.を設立し、中国の優秀な人材を採用し、画像処理システムのハード・ソフトの製品開発、自動化システムの機械設計、制御設計を行っている。

(1) Hikari Tech (Thailand) Co., Ltd.



ヒカリテック全景

- 所在地 タイ（アユタヤ）
- 設立 平成14年
- 資本金 13,000万バーツ（邦貨約4億円）
- 従業員 108名（内日本人8名）
- 事業概要 自動組立機・ラインの開発、設計、製造、販売、メンテナンス、機械加工。東南アジアに進出する日系企業を主得意先とする。

(2) Koshin Trading (Thailand) Co., Ltd.

- 所在地 タイ（アユタヤ）
- 設立 平成17年
- 資本金 400万バーツ（邦貨約12百万円）
- 従業員 14名（内日本人2名）



コーシントレーディング事務所

- 事業概要 機械装置及びメンテナンスに関する市販品と機械加工品の販売

(3) Hikari Dalian Software Technology Development Co., Ltd.



ヒカリ大連入居のビル

- 所在地 中国（大連市）
- 設立 平成19年
- 資本金 4,800万円
- 従業員 20名（内日本人2名）
- 事業概要 画像処理システムのハード・ソフト及び製品開発、販売及び関連のサービス。自動化システムおよび部品の機械設計、制御設計、開発、販売および関連のサービス。

3) 國際化戦略

(1) サプライチェーンの拡充

本社での自動機製造や部品加工の中には、タイにおいて受注したものもあり、当社グループとして、サプライ・チェーンは東アジア全体を巻き込んだ形で展開されている。また、納入先が世界中にあり、当社製品の海外据付比率は40%に達しているところから、経済のグローバル化に伴い当社の国際化は、今後ますます加速されるものと思われる。

当面の予定としては、中国の現地法人を拡充

し、タイ現地法人と同様のコンセプトでの工場建設計画がある。

(2) 人事管理の重要性

FAシステムの設計、制御には、熟練したノウハウと技術が必要であり、ジョブホッピングが一般的な海外工場においては、転職防止の人事管理が重要となる。ローカルスタッフの教育を徹底して、必要な人材を育成しても退職されれば海外工場運営に必要なノウハウと技術は根付かない。また、ライバル企業への技術流失を招きかねない。この為の努力は惜しみなくなされており、経営者の現地訪問時での交流、日本国内での研修教育制度他の、フレンジベネフィットの供与が充分に行われている。

また、今春の採用面接において、応募者からのどんな会社にしたいかとの質問に対し「この会社で働いて良かった」と思われる会社にしたい」と回答した社長の言葉は応募者の胸に響いたものがあったと思われる。

4. 経営理念（モットー）

存在意義

ゆとりを創造する

ヒカリは、人々の時間の価値を高め、心のゆとりを生み出し快適で、優雅な明日をつくります。

経営姿勢

人を活かし、時を生かす

ヒカリは、人を大切にする心で人に役立つことを考え、「確かなものづくり」を通して、お客様の「時」を豊かに広げます。

行動指針

自らの可能性に挑戦する

私たちは、ひとりひとりが目標を持ち、自らの可能性を信じて、いつも笑顔で行動します。

（インタビュー：柴尾義弘／愛媛県産業貿易振興協会）

株式会社日本キャリア工業



仲野 整
代表取締役社長

本 社：松山市東垣生町980-5
設 立：昭和45年10月
事業内容：食品加工機械の開発・設計・製造・販売・メンテナンス
代表者：代表取締役社長 仲野 整
資 本 金：4,000万円
売 上 高：1,510百万円
従業員数：62名

1. 会社沿革

- ・昭和45年10月 松山市にて創業
- ・昭和50年5月 会社設立資本金500万円
- ・昭和55年9月 現在地に移転
- ・平成元年3月 南吉田町に第2工場建設
- ・平成4年9月 本社工場増築
- ・平成8年2月 増資 資本金4,000万円
- ・平成18年7月 本社工場増築 第2工場移転統合
石巻営業所独立。(株)日本パシフィックを設立し「重量選別機」の業務を引継ぐ。



本社全景（東垣生町）



工場内組立風景

- ・平成19年4月 青島事務所開設
- ・平成19年10月 九州事務所を熊本に開設
- ・平成20年4月 青島事務所を閉鎖し、上海へ移転

2. 業務内容紹介

1) 食品加工機械の開発・設計

開発、製作のイニシアチブは自社にあるが、顧客のカスタマイズニーズ、新規開発ニーズに対しても弾力的に対応することができる。また、加工対象材料もチルド肉・冷凍肉から魚介類海藻類、チーズ、胡麻、大豆、茶葉、卵黄・卵白、油脂、野菜類、ペットフード等多岐にわたり実績を有する。

2) 食品加工機械の製造

製缶、機械加工、組み立てと幅広く自社工場内で行っているため、特注品や仕様変更への柔軟な対応ができる。内製化比率は同業他社比が高いためフットワークが良く、設計セクションとの綿密な連携により「細部にこだわるものづくり」が可能となっている。



工場内設備



作業前ミーティング

3) 食品加工機械の販売・メンテナンス

当社の製品は、全国の食品加工場、スーパー・マーケット、食品小売店で使われている他、海外にも広く輸出されている。販売に際し、自社工場内においてテスト室を完備している他、ユーザーの使用現場に実機を持ちこんだ上でのテストランも行っており、好評を博している。

3. 製品開発の歩み

●草創期

「永久ブナ」と呼ばれたチョッパー用ナイフを開発。飛躍的に向上した耐久性向上により大ヒット。

●70年代後半

「フードフォーマー」（卓上型成型機）発表。回転ドラムに材料を連続充填して定量成型を行う機構は、当社オリジナルで、現在国内外の成

型マシーンにこの機構が採用されている。

●80年代

「バーチカルコンベア」(縦型螺旋搬送装置)を発表。垂直に搬送することにより省スペース化を実現。

「ミンスパッカーライン」(ミンチ肉の定量盛付装置、スーパー関係者との協力により開発)を発表。

●90年代～現在

「ベンディングスライサー A to Z」を発表～人手による困難な作業の機械化を実現した他、切斷性能安全性も飛躍的に改善

「ミクロダイサー」を発表～材質を痛めない独自の「ステップカッティング」機構は、次世代の食品加工技術として期待されている。押しつぶすのではなく、カッティングするため食感が残り、肉マン、餃子の中身に使用される。中国、シンガポール向けに商社経由であるが輸出されている。



ベンディングスライサー A to Z

受賞歴

- ・2004年2月 (財)機械振興協会より、ミクロダイサーが、「第1回新機械振興賞」受賞
- ・2005年11月 (社)発明協会より、ベンディングスライサーが「平成17年度四国地方発明表彰発明奨励賞」を受賞
- ・2006年3月 松山商工会議所より、ベンディングスライサーが「第1回松山ブランド新製品コンテスト“NEXT ONE”松山商工会議所会頭賞」を受賞
- ・2007年8月 経済産業省他より、ベンディングスライサーが、「第2回ものづくり日本大賞四国経済産業局長賞」を受賞
- ・2009年11月 (社)発明協会より、ベンディングスライサーが、「四国地方発明表彰中小企業長官奨励賞」を受賞
- ・2011年4月 平成23年度化学技術分野の文部科学大臣表彰「科学技術賞（技術部門）」受賞

4. わが社の国際化

1) 現状

貿易形態としては、間接貿易が多く商社経由で年間50百万円程度輸出している。商品としては、フードフォーマー（成型機）を筆頭に、スライサー、ミンチ定量盛付機と続く。輸出先としては、アメリカ、中国、韓国、台湾、タイ等のアジアの他、イタリア、オランダ向けが多い。現在、広告はせず、受身の姿勢で対応しているが、製品に特性があるため、ユーザーが直接・間接にコンタクトし、直接貿易、商社経由の間接貿易となっている。

2) 海外事務所

平成19年4月、中国青島事務所開設、平成20年4月青島事務所を上海に移転。その後、平成21年4月より現地代理店経由で営業活動を行っている。

また、平成23年4月、韓国における総代理店として日系現地法人を指定。6月新規納品予定。

3) 今後の海外戦略

当社の製品は単品受注のため、直接貿易だと、常時担当スタッフを置く必要があり、国内販売比率の高い当社としては、当面商社経由の間接貿易を志向している。ただ、国際見本市や国内商談会、海外商談会は積極的に活用したい。

5. 経営理念

「完璧に挑戦する日本キャリア工業」

「開拓なくして成長なし、
ブランドなくして安定なし」

「工場は我社のショールーム」



ステンレスの加工業

幻の生物「ツチノコ」を探し出したい。
不可能を可能にしたい。
これがツチノコに込められたわが社の想い。

食品加工機械一筋40年、培った技術力とニーズを先取りした独創性で、業界トップのシェアを誇り、アメリカや、中国・韓国・台湾等の東アジアの他、イタリア、オランダなどヨーロッパや世界各国へ輸出している。

(インタビュー:柴尾義弘／愛媛県産業貿易振興協会)

愛媛県内企業の貿易・投資実態調査結果について (愛媛県国際取引企業リスト 2010-2011年版)

公益社団法人 愛媛県産業貿易振興協会

ジェトロ愛媛貿易情報センターと当協会は、愛媛県内企業が行っている国際経済取引、具体的には、(1)輸出・輸入の貿易取引、(2)海外進出、(3)海外企業との提携、(4)外国人研修生等の受け入れ、について実態調査のため、アンケート方式による調査を実施し、その結果を「愛媛県国際取引企業リスト」としてまとめ、このほど発刊いたしましたので、ポイントと概要をお知らせいたします。

ポイントと概況

県内企業の国際取引のエリア別、国・地域別分布をみると、全ての項目について東アジアが第1位で、貿易相手先は延企業数で、輸出が52.4%、輸入が53.9%と、共に過半数を越え、海外進出は延拠点数で84.6%、海外企業との延提携件数は74.5%、外国人研修生等受入は延企業数で80.2%に達している。

このうち、中国が全体計数において占める割合は、貿易37.7%、海外進出56.2%、提携35.8%、研修生等受け入れ67.6%で、全ての項目で増加を続けており、県内との結びつきの強さがわかる。

1. 貿易取引

(1) 貿易を行っている企業335社 (357社)

() 内は前回調査時計数

区分	企業数
輸出	193 (192) 社 〈うち、輸出のみ66社〉
輸入	269 (295) 社 〈うち、輸入のみ142社〉
輸出・輸入	127 (130) 社

○本調査による国際取引企業430社（前回調査では464社）のうち、「貿易を行っている」企業は上記の通り335社（357社）で22社（6.1%）減少した。

○前回調査との対比で輸出・輸入別の増加状況をみると、輸出は1社（0.5%）増、輸入は26社（8.8%）減、輸出・輸入両方の取引企業は3社（2.3%）減となった。

輸入取引企業は国内少子高齢化、不況の影響もあり26社（8.8%）の大幅減となった。一方、輸出企業は、政府並びに愛媛県の輸出振興策もあり、1社（0.5%）増となった。

(2) エリア別、国・地域別輸出・輸入取引状況

	エリア	企業数	割合(%)	国・地域	企業数
輸出	アジア	168(165)	51.4(52.4)	中國	105(101)
	北米	63 (60)	19.3(19.0)	韓国	71 (71)
	ヨーロッパ	51 (45)	15.6(14.3)	台湾	68 (63)
	中南米	18 (16)	5.5(5.1)	アメリカ	56 (55)
	オセアニア	13 (16)	4.0(5.1)	タイ	44 (39)
	中東	8 (7)	2.4(2.2)	香港	37 (31)
	アフリカ	6 (6)	1.8(1.9)	シンガポール	30 (28)
	計(延企業数)	327(315)	100(100)		
輸入	アジア	223(234)	55.5(53.9)	中國	173(181)
	北米	70 (79)	17.4(18.2)	韓国	79 (79)
	ヨーロッパ	58 (64)	14.4(14.7)	アメリカ	65 (75)
	オセアニア	22 (26)	5.5(6.0)	タイ	42 (39)
	中南米	22 (22)	5.5(5.1)	台湾	41 (38)
	中東	6 (7)	1.5(1.6)	インドネシア	32 (31)
	アフリカ	1 (2)	0.2(0.5)	カナダ	24 (26)
	計(延企業数)	402(434)	100(100)		

○エリア別、国・地域別輸出・輸入取引状況をみると、上記3の通りとなっている。

これは各企業が取引をしている相手エリア、国・地域について、「延企業数」として集計したものであるが、上位3エリアは輸出入とも、アジア、北米、ヨーロッパの順となっていて、前回調査と同じであった。また、上位3エリアで輸出86.3%、輸入87.3%を占めている。

○国・地域別上位3社は、輸出が中国、韓国、台湾、輸入は中国、韓国、アメリカの順となった。現在躍進中の中国は、輸出はアジアの62.5%（前回調査比+1.3ポイント）、全体の32.1%（同同率）、輸入はアジアの77.5%（同+0.1ポイント）、全体の43.0%（同+1.3ポイント）と圧倒的なシェアを占めている。

2. 海外進出

海外進出のエリア別分布

エ リ ア	拠 点 数	割 合 (%)
ア ジ ア	167(170)	80.2 (84.6)
北 米	25 (19)	12.0 (9.4)
ヨーロッパ	10 (7)	4.8 (3.5)
中 南 米	3 (3)	1.5 (1.5)
オセアニア	3 (2)	1.5 (1.0)
中 東	0	0.0 (0.0)
ア フ リ カ	0	0.0 (0.0)
計	208(201)	100.0(100.0)

海外進出の国・地域別分布

国・地域	拠 点 数	割 合 (%)
中 国	103(113)	49.5 (56.2)
ア メ リ カ	23 (18)	11.0 (9.0)
韓 国	12 (10)	5.8 (5.0)
タ イ	11 (10)	5.3 (5.0)
香 港	7 (7)	3.4 (3.4)
インドネシア	7 (7)	3.4 (3.4)
マ レ ー シ ア	6 (5)	2.9 (2.5)
シンガポール	9 (5)	4.3 (2.5)
ベトナム	5 (5)	2.4 (2.5)
台 湾	4 (4)	1.9 (2.0)
そ の 他	21 (17)	10.1 (8.5)
計	208(201)	100.0(100.0)

○海外進出企業119社が種々な形態で展開している拠点数は、201件で前回比件40件 (24.8%) の大幅増となった。進出の形態は、日本企業100%出資の子会社が111件、合弁会社が44件、事務所36件、支店6件、合作会社が4件計201件となっている。

○進出先としては、アジアが170件、シェアーで84.1%を占めている。そのうち中国は113件、シェアー56.2%を占め、前回調査時比35件増加シェアー7.8ポイントと、集中が続いている。

3. 海外企業との提携

海外提携エリア別分布

エ リ ア	件 数	割 合 (%)
ア ジ ア	135(152)	74.6 (74.5)
北 米	19 (22)	10.5 (10.8)
ヨーロッパ	19 (19)	10.5 (9.3)
オセアニア	6 (8)	3.3 (3.9)
中 南 米	2 (3)	1.1 (1.5)
中 東	0 (0)	0.0 (0.0)
ア フ リ カ	0 (0)	0.0 (0.0)
計	181(204)	100.0(100.0)

○「海外企業と生産・販売・業務・技術等について提携を行っている」企業は107社、延べ提携件数は204件となり、前回調査比企業数で7.0%、延件数で11.5%の増加となった。

○海外提携先のエリア別分類をみると、アジアが圧倒的に多く152件、前回調査比25.6%増、全体の74.5%を占めている。国・地域別では、中国が第1位で突出しており73件、次いで、第2位が韓国33件、第3位アメリカ20件となっている。

4. 外国人研修生等の受入

○「海外から外国人研修生、技能実習生の受入を行っている」企業は95社 (119社)、延べ企業数では122社 (142社) となり、企業数で24社、延べ企業数で20社減少した。

○本調査を開始した1995年は62社、以降2年毎に85社、87社、99社、106社、前回119社と着実に増加していたが、昨年7月1日からの法改正により受入条件が厳しくなったことに加え、国内景気の停滞に伴う人員削減によるものと思われる。本調査では「外国人研修生等の受入のみを行っている」企業を充分に把握できていないくらいがあり、実態はもっと多くの企業が受入を行っているものとみられる。

受入相手先国・地域の分布 (16か国・地域)

国・地域	企 業 数	割 合 (%)
中 国	82 (96)	67.2 (67.6)
フィリピン	11 (6)	9.0 (4.3)
インドネシア	6 (7)	4.9 (4.9)
タ イ	6 (5)	4.9 (3.5)
ア メ リ カ	0 (4)	0 (2.8)
ブ ラ ジ ル	0 (4)	0 (2.8)
そ の 他	17 (20)	14.0 (14.1)
計 (延べ企業数)	122(142)	100.0(100.0)
受入企業数	95(119)	

○受入相手先としては、中国がもっと多く、82社 (96社)、全体の67.2% (67.6%) を占めている。第2位以下は極端に少なく、フィリピン11社 (6社)、インドネシアが6社 (7社)、タイ6社 (5社) となっている。

○「海外から外国人研修生、技能実習生の受入を行っている」企業は119社、延べ企業数では142社となった。本調査を開始した1995年は62社、以降2年毎に85社、87社、99社、106社、今回

119社で着実に増加している。

○受入相手先としては、中国がもっとも多く、96社、全体の67.6%を占めている。

第2位以下は極端に少なく、インドネシアが7社、フィリピン6社、タイ5社、アメリカが4社、ブラジルが4社等となっている。

品目・サービスグループ別受入企業数

品目・サービスグループ別	企業数	割合 (%)
農水産品・飲食料品	21 (21)	22.2 (17.7)
石 材・陶 磁 器	1 (1)	1.0 (0.8)
織 綿・織 綿 製 品	19 (24)	20.1 (20.2)
製 紙・紙 製 品	14 (16)	14.7 (13.4)
木 材・木 製 品	1 (1)	1.0 (0.8)
化 学 製 品	3 (4)	3.2 (3.4)
雜 貨	1 (1)	1.0 (0.8)
機 械・金 属	21 (22)	22.2 (18.5)
電 気・電 子 機 器	2 (6)	2.1 (5.0)
輸 送 機 器	4 (6)	4.2 (5.0)
そ の 他 品 目	2 (2)	2.1 (1.7)
総 合 流 通 業	1 (4)	1.0 (3.4)
運輸・通信・観光	1 (3)	1.0 (2.5)
建 設・土 木	1 (4)	1.0 (3.4)
そ の 他 サ ー ビ ス 業	3 (4)	3.2 (3.4)
受入企業数	95(119)	100.0(100.0)

○品目・サービスグループ別受入企業数は、前回トップの「織維・織維製品」は、24社から19社に減少しシェアー20.1% (20.2%) となり、第3位となった。第1位は「機械・金属」21社(22社)、「農水産品・飲食料品」21社 (21社)、各シェアー22.2%。第4位、「製紙・紙製品」14社 (16社)となっている。前回調査時との比較では、「農水産品・飲食料品」が21社で同数であった他はすべての業種で減少した。

5. 今後の展望

県内企業で売上を伸ばしている先は、何らかの形で外国と経済的係わり合いを持っていると言われていますが、日本国内の少子高齢化現象の中で売上を伸ばすためには、国際化を推進していくことが必要だと考えます。

特に中国を中心とする東アジアは、人口も多く、日本にとって距離的にも近いことから、生産拠点として、投資先として、また消費市場として極めて有望な地域になっていくものと思われます。

(詳細は「愛媛県国際取引企業リスト2010－2011版4－15ページをご参照下さい)

福島第一原子力発電所事故の影響による輸出製品に対する証明書発行について

さる3月11日に発生した福島第一原子力発電所事故による、各国の輸入規制強化に対応して、日本から輸出する際に必要な証明書の発行等については、平成23年6月1日現在、次の通りとなっています。

1. 食品等の輸出に関する証明書発行について

1) 証明書発行対象国・地域（5カ国・地域）

- EU及び欧州自由貿易連合
- シンガポール
- 韓国
- マレーシア
- タイ

2) 各国・地域の規制内容

- EU及び欧州自由貿易連合

日本から輸入される食品及び飼料について必要です。なお、この規制は欧州自由貿易連合加盟国のうち、アイスランド、ノルウェー、スイス及びリヒテンシュタインについても必要です。

- シンガポール

4月22日以降日本から発送する牛乳・乳製品、食肉、果実（生鮮・加工）、野菜（生鮮・加工）、水産物については、産地の証明書が必要となります。その他の产品についての証明書は不要です。

- 韓国

5月1日以降輸入申告する食品については、すべて証明書が必要となります。

- マレーシア

4月27日以降日本から輸出される食品については、すべて証明書が必要となります。

- タイ

5月16日以降日本から輸出される食品については、すべて証明書が必要となります。

3) 証明書発行申請先

- 愛媛県農林水産部管理局 ブランド戦略課
〒790-8570 松山市一番町4-4-2

Tel : 089-912-2569 Fax : 089-912-2561

なお、申請書様式等詳細は愛媛県のホームページを参照下さい。

- 水産物の証明書申請先は水産庁であるが、シンガポール、韓国、マレーシア、タイの4カ国向けについては県庁水産局漁政課（Tel : 089-912-2606）への申請となります。

2. 工業製品に対する非放射能汚染に関する証明書への対応について

1) 商工会議所のサイン証明

工業製品については、放射能汚染がないとした自社宣誓文書に認証を与える商工会議所の「サイン証明」の利用。各地商工会議所にご相談下さい。

2) 愛媛県における放射線検査機関について

商工会議所のサイン証明では輸出が認められず、放射線検査の実施を求められる場合があります。この場合、県内で検査が可能な検査機関は次の通りです。

- 日本海事検定協会新居浜事業所
新居浜市西原町2丁目7番66号
Tel : 0897-37-3308

- 新日本検定協会 松山事業所
松山市大可賀3丁目580番地コスモ松山石油内
Tel : 089-951-0598

3) 県内放射線検査の利用状況について

5月20日現在、県内で約30件の検査が実施されているが、検査費用は6万円から8万円となっている。このため国において検査料の補助制度を検討しており、中小企業で規定料金の10%、大企業で50%の負担で利用できるようになる見込み。

なお、今回の証明等への対応は、各国の動向や政府間の交渉により日々変化しており、必ず最新の情報をご確認ください。

公益社団法人への移行について

「公益法人制度の抜本改革に関する法律」が平成20年2月1日に施行されたことに伴い、5年以内に新制度に基づく法人（公益認定社団法人または一般法人）へ移行することが必要になりました。これに伴い、当協会は公益認定社団法人への移行申請を行っておりましたが、3月28日に認可を受け、新年度である4月1日より、公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会として活動いたしております。これにより、当協会の業務は公益事業4事業と収益事業1事業に分類されることとなり、詳細は次の通りとなります。

公益事業

1. 貿易・海外投資等に関する指導事業

- (1) ジェトロ・愛媛産業国際化センターにおける貿易投資相談
- (2) 県内企業への海外取引アドバイス、情報提供
- (3) 経済団体、地方公共団体へのアドバイス、情報提供、提案

2. 国際経済に関する情報の収集及び提供事業

- (1) 国際経済、貿易取引等に関する「えひめトレード&トレンド」の発行
- (2) 貿易金融、国際取引等の制度、基準等の制定、改訂に関する情報提供

3. 県内企業の海外取引促進事業

- (1) 海外経済ミッション、海外商談会への派遣協力による海外取引の促進

- (2) 県内自治体、経済団体等の国際交流促進事業への支援、協力
- (3) 国際化関連協議会等への参加

4. 県内企業の国際化推進のための人材育成及び調査研究事業

- (1) 県内各地における「産業国際化セミナー」の開催
- (2) 当協会総会記念講演会の開催
- (3) 「愛媛県国際取引企業リスト」の発行（ジェトロとの共同事業）
- (4) 愛媛県より、「愛媛の輸出有望産品発掘調査事業」を受託、実施する

収益事業

1. 国際ビジネス支援講座の運営

- (1) 国際ビジネス支援講座（輸出取引・輸入取引コース）の運営

当協会が設立21年目の節目に、公益法人移行認定を受けたことは、当協会に対する国際化支援への期待が大きいものと考えております。これも21年間の永きにわたる会員様各位のご支援、ご指導の賜物と厚く感謝申し上げます。公益法人であることを肝に銘じ活動を継続してまいります。

輸出有望產品発掘調査事業について

当協会は、昨年11月より愛媛県が実施する「緊急雇用創出事業臨時特例交付金」を活用した「愛媛の輸出有望品発掘調査事業」を受託し実施いたしました。これは、雇用創出事業を通じて、農林水産物やその加工品の輸出有望案件を調査発掘するものです。

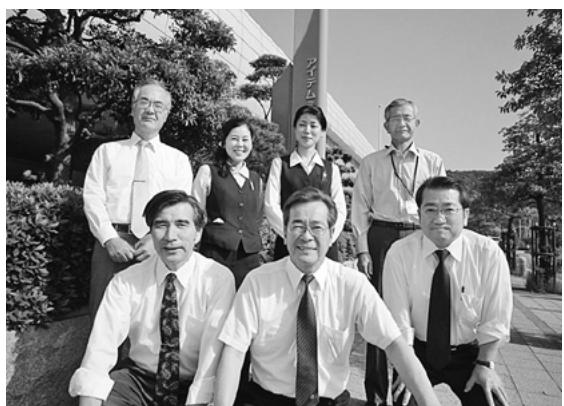
このため3名の調査発掘要員を採用し、食品を中心に輸出できそうな商品の発掘調査を行いデータベースの作成を行いました。今期は食品に加えて、工業製品についても調査を行い調査結果をまとめ、商品毎のデジカメ写真、輸出単価、PR等をデータベースにまとめ、輸出商談が可能な状態にしたいと考えています。

調査員が発掘した案件を、愛媛県が“地域育成商社”に指定した、愛媛FAZ株式会社、芙蓉海運株式会社並びに既存の県内商社他と連携しながら、シンガポール、香港、台湾、タイ、中国他のアジア新興国へ輸出したいと考えています。

会員様で、この商品を輸出してみたいと思われる

ものがありましたら是非、協会にご連絡ください。

なお、調査員は次の3人です。東予担当 高橋宗治、中予担当 田中晨彦、南予担当 酒井英行。公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会「地域産品輸出推進員」の名刺を持参いたします。訪問した際はご協力をお願いいたします。

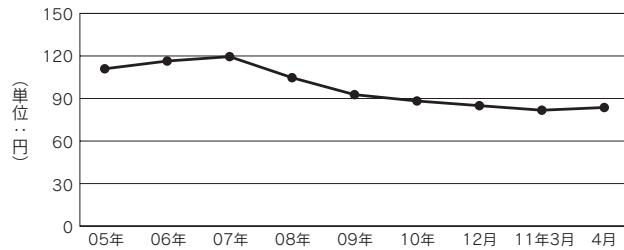


地域育成商社との打合せ会議の後で
東予担当 高橋宗治（前列左）
中予担当 田中晨彦（前列中央）
南予担当 酒井英行（後列左）

主要通貨為替レート推移

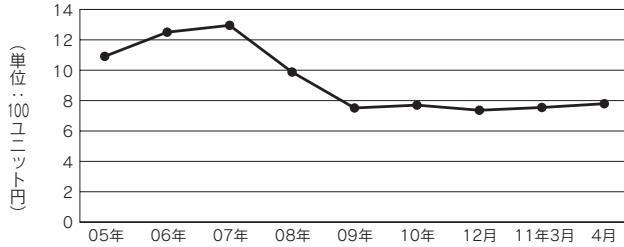
■円・ドル (TTS平均)

05年	111.21
06年	117.38
07年	118.84
08年	104.45
09年	94.57
10年	88.81
12月	84.85
11年 3月	82.81
4月	84.44



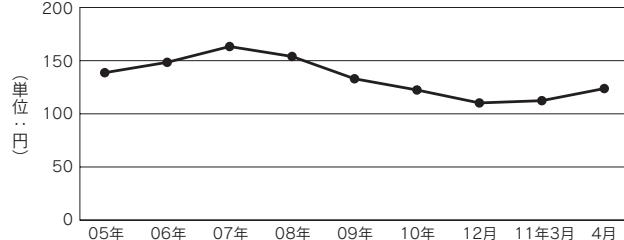
■円・100ウォン (TTS平均)

05年	11.02
06年	12.45
07年	12.95
08年	9.85
09年	7.57
10年	7.81
12月	7.49
11年 3月	7.51
4月	7.9



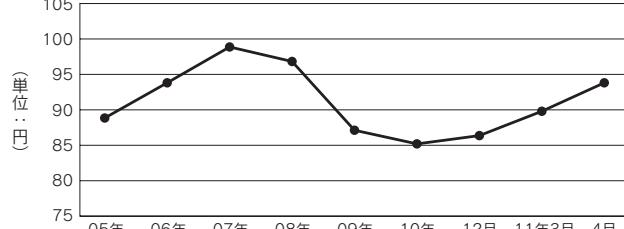
■円・ユーロ (TTS平均)

05年	138.42
06年	147.64
07年	162.74
08年	153.94
09年	131.7
10年	117.89
12月	111.69
11年 3月	115.95
4月	121.82



■円・SFr (TTS平均)

05年	89.34
06年	93.8
07年	99.03
08年	96.83
09年	87.15
10年	85.07
12月	86.74
11年 3月	89.79
4月	93.59



◎中国・人民元は、基準相場制を採用、6.4990米ドル（4月末現在） 12月末比0.1237米ドル上昇

編集後記

公益法人移行認定の申請手続きは、予想以上の難物で2年越の対応となりました。申請手続きが一段落した3月11日、東日本大震災、福島原子力発電所の事故が発生し、シンガポール政府による愛媛県産野菜の輸入禁止措置が採られました。これは、事実誤認として後日判明いたしましたが大きな出来事でした。福島原発はその後も安定せず、世界各国から非汚染証明書の提出が要求されております。また、自動車、電子部品の生産が回復せず、輸出は3月以降急減し、回復までにはなお時間がかかるものと思われます。早く原発が安定し震災復興が軌道に乗り、県産品が世界各地へ輸出されることを切に祈っております。

発行

EIBA 公益社団法人 愛媛県産業貿易振興協会

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。

〒791-8057 松山市大可賀2-1-28 アイテムえひめ3階
TEL 089-953-3313 FAX 089-953-3883

ホームページ：<http://iyocom.jp/eibassn/>

メールアドレス：eibassn@smile.ocn.ne.jp

印刷：セキ株式会社

〒790-8686 松山市湊町7丁目7-1

TEL 089-945-0111 FAX 089-932-0860