

EHIME TRADE & TREND

えひめトレード&トレンド

- エヒメフォーカス
海と空の門、税関
- ニューストピックス
愛媛県内企業の海外進出状況調査
上海駐在記
- 貿易投資 Q & A
植物検疫について
- 会員紹介
マルトモ株/井関農機株
- 主要通貨為替レート推移
- 編集後記

EIBA(社)愛媛県産業貿易振興協会

2009

夏号
VOL. 5



海と空の門、税関



神戸税関松山税関 支署長 佐伯 逸夫

今から150年前の安政6年（1859年）6月2日、我が国は、箱館（函館）、神奈川、長崎の3港を開港して世界への門戸を開き、それぞれの港に「運上所」を設け、輸出入貨物の監督や税金の徴収といった運上業務や外交事務を取り扱うことになりました。

これが税関の前身であり、明治5年（1872年）11月28日に運上所は「税関」と改められ、現在は、函館、東京、横浜、名古屋、大阪、神戸、門司、長崎及び沖縄に9税関が設置されています。

そして、今日では全国に開港が118港、税関空港が27港指定（昭和27年の羽田、岩国空港が初）されており、平成20年7月1日現在で9税関の元に税関支署68ヶ所、税関出張所及び税関支署出張所117ヶ所並びに税関監視署及び税関支署監視署9ヶ所が設置されています。

税関の役割は、大きく分けて関税等の適正な賦課徴収及び薬物・銃器等の密輸出入の取締りがありますが、近年は、税関手続の利便性の向上を図るためシステム運用等の改善やコンプライアンス（法令遵守）の優れた輸出入者等に対する特例措置の改善などを行っています。

さて、愛媛県は神戸税関の管轄で県内に税関が設置されたのは明治30年の今治神戸税関監視署が最初であり、開港も大正11年に今治港が開港指定されたのが初めてでした。現在、県内には三島川之江港（昭和44年開港）、新居浜港（昭和23年同）、今治港、松山港（昭和29年同）、宇和島港（昭和46年同）の5つの開港と税関空港として松山空港（平成7年開港）があり、税関支署は新居浜税関支署、今治税関支署、松山税関支署の3支署及び新居浜税関支署三島出張所と松山税関支署宇和島出張所の2支署出張所が設置されています。

こうして愛媛県の外国貿易を行う整備が行われ、コンテナ埠頭の増設等により貿易が進展し、昨年の愛媛県への外国貿易船の入港隻数は、開港（松山、宇和島、今治、新居浜、三島川之江港）5港合わせて4,006隻であり、四国へ入港する外国貿易船総数の65%を占めており、輸出入貿易額は、平成19年の1兆8,403億円という過去最高額には届かず7年ぶりの減少に転じたものの1兆7,308億円であり、四国の輸出入貿易額の58%を占めています。

最近の全国の貿易動向については、昨年好調だった対アジア、対中東地域向け輸出も、10、11月頃からマイナスに転じ本年2月には対米、対EU他全地域について前年比マイナス40%以上という厳しい状況にあります。しかし、各地域とも前年比マイナス幅が拡大している中で対アジア地域については1月よりほんの僅か改善しています。

中国、台湾、韓国向け輸出が全体の約40%を占める愛媛県の貿易動向については、為替相場が比較的落ち着いている状況の中、アジア地域のダイナミックな経済発展に期待し、さらなる発展を祈るところであります。

愛媛県内企業の海外進出状況調査

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21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143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：2009年1月下旬

回答先数：140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

～新規進出数は高水準の19拠点～

2008年12月末時点における愛媛県内企業の海外進出は、29の国と地域に及び、企業数で135、拠点数で281と、前年に比べ8先、11拠点の増加となった。海外拠点数は9年連続の増加となった。

2008年中の新規進出数は19拠点であり、高い水準となった（図表1）。そのうち、中国への進出は8拠点と、約4割を占めた。

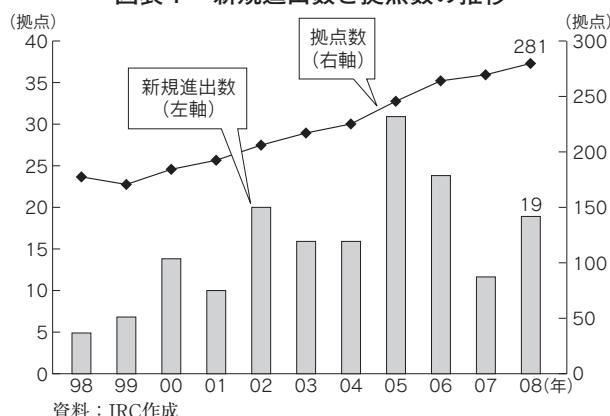
進出目的別では、製造が9拠点で最も多く、業種別では、食料品製造業、一般機械器具製造業、電気機械器具製造業がそれぞれ3拠点で最も多く、製造業が全体の約7割を占めた（図表2）。

製造拠点を海外に設ける動きに加え、販売を目的とした進出が、2000年と並んで過去最高の7拠点と、販路を海外に求める動きが強まっている。

一方、2008年中の撤退は8拠点で、このうち中国

が7拠点であった。撤退理由は、ほとんどが国内法人、あるいは現地法人の採算悪化によるものであった（図表3）。

図表1 新規進出数と拠点数の推移



図表2 2008年の新規進出拠点の状況

拠点数	国・地域	進出目的	業種
19	中国(8) インドネシア(2) ベトナム(2) イギリス(2) 台湾(1) シンガポール(1) アメリカ(1) メキシコ(1) オーストラリア(1)	製造(9) 販売(7) 情報収集(2) サービス(1)	食料品製造業(3) 一般機械器具製造業(3) 電気機械器具製造業(3) 衣服・その他繊維製品製造業(2) パルプ・紙・紙加工品製造業(2) サービス業(2) その他製造業(1) 繊維・衣類等卸売業(1) 飲食料品卸売業(1) その他(1)

資料：IRC作成

図表3 2008年の撤退拠点の状況

拠点数	国・地域	業種
8	中国(7) 韓国(1)	建設業(2) 食料品製造業(1) 一般機械器具製造業(1) その他製造業(1) 各種商品卸売業(1) その他卸売業(1) サービス業(1)

資料：IRC作成

（2）海外拠点の分布状況

～アジアへの進出が最多～

2008年12月末時点の海外進出拠点（281拠点）を見ると、図表4のとおり、地域別ではアジア地域が最も多く、拠点数で227拠点、全体の8割以上を占めている。次いで、北米29拠点（10.4%）、ヨーロッパ15拠点（5.3%）の順となった。2007年12月

末時点と比較すると、アジアが6拠点、北米とヨーロッパが各2拠点、オセアニアが1拠点増加した。国別にみると、中国が146拠点（51.9%）で全体の半数を超え、以下、アメリカ、韓国、タイと続いている。

図表4 海外拠点の分布状況

国・地域名	拠点数	国・地域名	拠点数
アジア	227	ヨーロッパ	15
中國	146	オランダ	6
韓国	13	イギリス	2
タイ	12	ドイツ	2
香港	9	フランス	1
ベトナム	11	イタリア	1
台湾	9	ベルギー	1
マレーシア	6	ロシア	1
シンガポール	7	チエコ	1
インドネシア	8	オセアニア	7
フィリピン	3	ニュージーランド	4
カンボジア	1	オーストラリア	3
モンゴル	1	南米	3
サウジアラビア	1	チリ	1
北米	29	エクアドル	1
アメリカ	27	ブラジル	1
カナダ	1		
メキシコ	1	合計	281

資料：IRC作成

(3) 海外拠点の進出目的

～進出目的は製造が最多～

進出目的別にみると、図表5のとおり、現地での製造を目的とした進出が142拠点（50.5%）となっている。次に多いのは販売で、前年比6拠点増加し、59拠点となった。製造を目的とした進出拠点を地域別にみると、アジアが126拠点（88.7%）、国別では中国が91拠点（64.1%）と圧倒的に多い。次いでベトナムとタイがそれぞれ7拠点（4.9%）で、インドネシアが6拠点（4.2%）と続いている。

一方、販売を目的にした進出を国別にみると、中国が21拠点、米国が10拠点であった。経済発展によって、中国国民の所得水準が上昇しており、中国に販売拠点を設ける企業が増えつつある。

図表5 海外拠点の進出目的別内訳

進出目的	拠点数	前年比
製造	142	4
販売	59	6
情報収集	35	1
仕入	12	0
サービス	7	1
レジャー・施設	5	0
研究・開発	4	0
飲食店経営	3	0
植林	3	0
教育	3	0
水産養殖	2	0
資金調達・運用	2	0
マンニング(船員配乗請負)	1	0
土木建設	1	▲1
不動産業	1	0
金融	1	0
合計	281	11

資料：IRC作成

2. 中国進出の状況

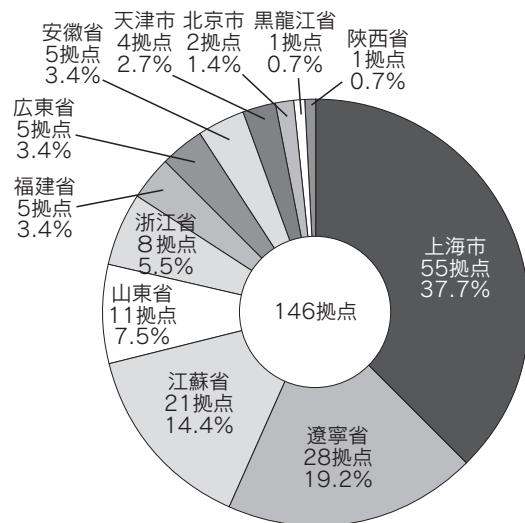
県内企業の中国拠点は、2008年12月末時点で146拠点と全体の半数を超えていた。以前は、製造を目的とした進出が続いていたが、中国がWTOに加盟した2001年以降は、規制緩和や現地の購買力の上昇に伴い、販売やサービスを目的とした進出も増加している。

(1) 進出地域

～進出地域は“華東地区”に集中～

進出地域別でみると、1位が上海市の55拠点、2位が遼寧省の28拠点、3位が江蘇省の21拠点となっている（図表6）。上海市を中心に、江蘇省・浙江省・安徽省を含む「華東地区」と呼ばれる地域には89拠点が集中、全体の約6割を占めている。また、前年と比べると、上海市、浙江省で増加した。

図表6 中国進出企業の地域別内訳



資料：IRC作成



(2) 人件費の変化

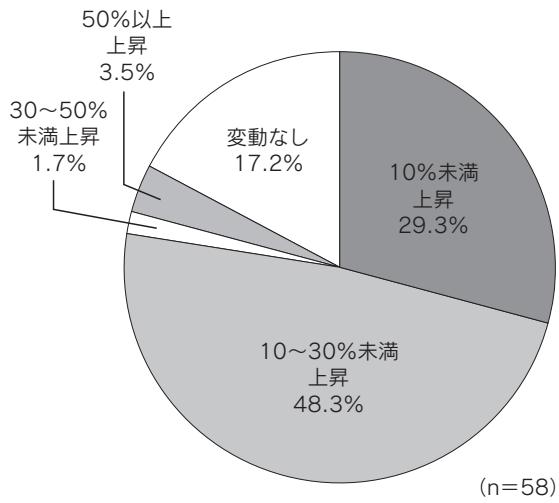
～上昇が8割を超える～

1年前と比べた人件費の変化について尋ねたところ、8割以上の企業が「上昇した」と回答した。なお、「10%以上上昇した」と回答した先は全体の5割を超えていた（図表7）。

回答先からは、「人件費の上昇だけでなく、保険料支払負担が増加している」といった声があった。

一方で、「ヒトの確保がしやすくなつたことで、企業側の立場が強くなってきており、人件費を上げないなど、強い態度で臨む企業が増えているらしい」といった声もあった。

図表7 人件費の変化（前年比）



資料：IRC作成

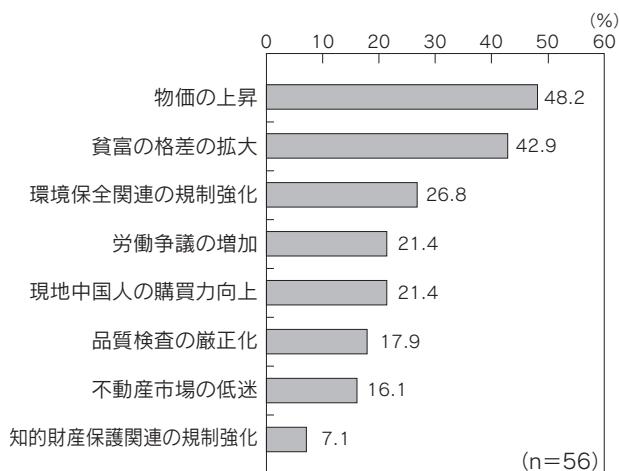
(3) 最近の中国国内の動きについて

～「物価の上昇」が最多～

最近の中国国内の動きについて強く感じることを尋ねたところ、「物価の上昇」が48.2%で最も多かった。2008年上半年に原油高や干ばつの影響で諸物価が高騰したことを反映したものと思われる。以下、「貧富の格差の拡大」(42.9%)、「環境保全関連の規制強化」(26.8%)などが続いた（図表8）。

ヒアリングでは、「所得の向上に伴って、テニス、ゴルフ、スキーなどのレジャー産業が急速に成長しており、中国が『市場』としての存在感を増しつつある」、「以前は製造過程で出た排水は、見た目さえきれいであればよかったが、今はその排水の成分チェックが行われるなど、環境関連の規制が厳しくなってきてている」といった声が聞かれた。

図表8 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）



資料：IRC作成

～労働契約法施行の影響があった先は約25%～

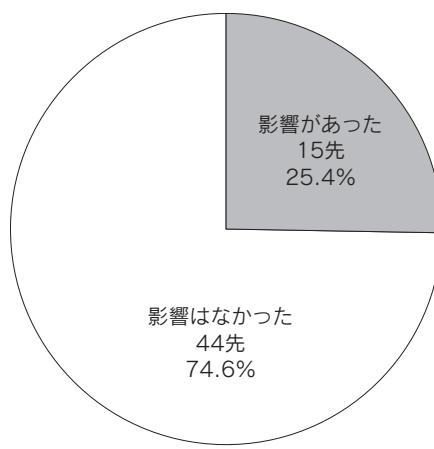
また今回、労働契約法施行による影響を尋ねたところ、「影響があった」と回答した先の割合は25.4%であった（図表9）。

業種別にみると、「影響があった」との回答が最も多かったのはパルプ・紙・紙加工品製造業であった。

法施行に対する具体的対策として、雇用契約期間を複数年に変更することで、更新の時期を少しでも先に伸ばそうとしている（※）先もあった。

※…労働契約法施行により、「期限付き契約」を結び、その更新を行った労働者は、3回目の契約更新の際には、労働者が実質的な終身雇用を要求できるようになった。

図表9 労働契約法施行の影響について



資料：IRC作成

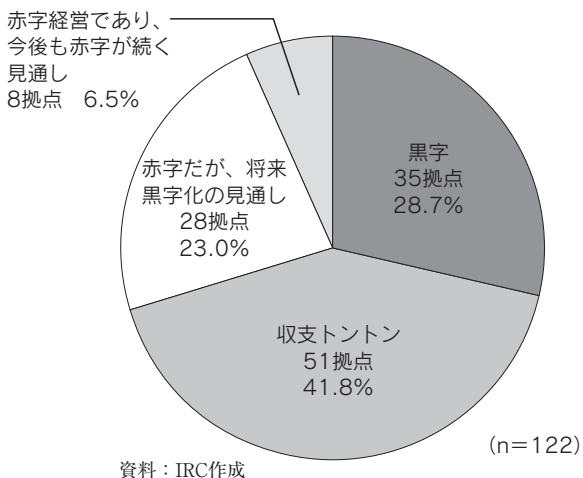
3. 経営に関する諸課題

(1) 採算状況

～赤字の割合の増加～

海外進出拠点の採算状況をみると、「黒字」(28.7%)と「収支トントン」(41.8%)の合計が、前年より約1割低下した。一方、赤字となっている先の割合は、前年よりも増加し、3割近くに達した。急激な世界経済の変調で採算面に影響が出ているものとみられる（図表10）。

図表10 海外進出拠点の採算状況



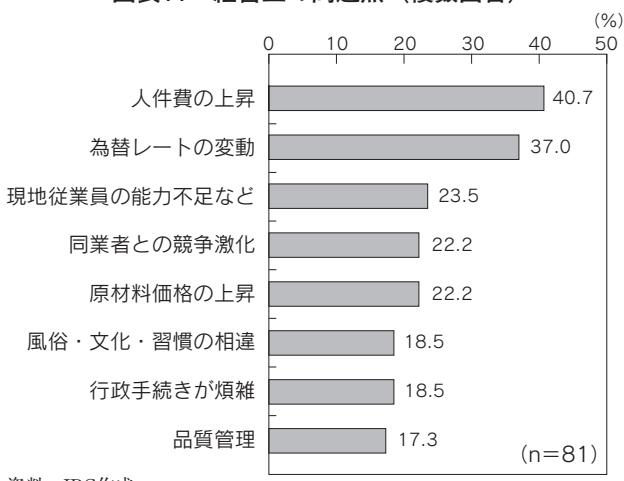
(2) 海外拠点が抱える経営上の問題点

～最も多いのは「人件費の上昇」～

経営上の問題点を尋ねたところ、「人件費の上昇」が40.7%と最も多く、次いで「為替レートの変動」が37.0%、「現地従業員の能力不足など」(23.5%)となっている（図表11）。

前年と比べると、「人件費の上昇」は1割ほど減少している。倒産の増加で、人員が確保しやすくなっていることや、最低賃金の引き上げ凍結の動きなどが影響しているとみられる。一方、「為替レートの変動」が1割ほど増加しており、2008年後半の円高の動きを反映したものとなっている。

図表11 経営上の問題点（複数回答）



(3) 世界的な景気悪化の影響

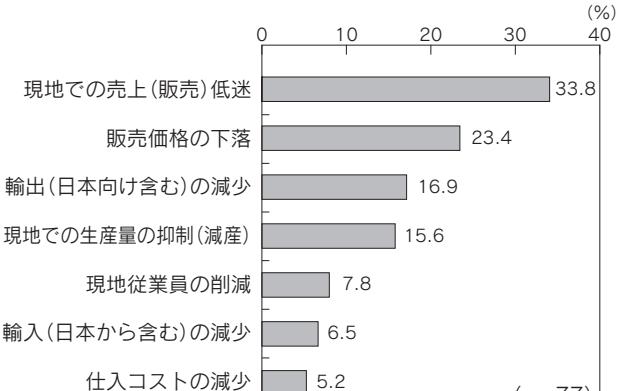
～「現地での売上（販売）低迷」が最多～

今回、世界的な景気悪化の影響について尋ねたところ、「現地での売上（販売）低迷」が33.8%で最も多かった。次いで「販売価格の下落」が23.4%となったほか、「輸出（日本向け含む）の減少」などを挙げる先もあった。一方で、「影響はなかった」とする先も28.6%あり、企業によって差があるようだ。

各社へのヒアリングでも、「ヨーロッパや韓国向けの輸出が大幅に減少し、現地拠点の売上が低迷している」といった動きがあった。また逆に、「今期・来期ともに増収増益見込み」と、景気悪化の影響を受けていない先もあった。

今後の見通しについては、「海外拠点での商談成立件数の大幅減少で、少なくとも今後半年間は閑散としたものになる」といった声や、「原料価格の下落で、製品販売価格の大幅下落が予想される」といった意見があった。

図表12 世界的な景気悪化が海外拠点の経営に与えた影響
(複数回答)



4. おわりに

以上見てきたように、2008年の県内企業の新規進出は、世界的な経済情勢が悪化する中でも高い水準を保った。中国では、人件費の上昇などで、製造業の進出にやや落ち着きがみられるものの、中国国民の所得上昇に目を付け、販売拠点を設ける先が増えている。一方で、休業状態となっている拠点も幾つかあり、中国拠点の経営がうまくいっている先と、そうでない先との差が広がっているように思われる。

今後の県内企業の海外進出については、海外での販路開拓の動きや、今後の為替動向によっては、外国法人の合併・買収が増えてくることも考えられる。

上海駐在記

三浦工業(株) 内部統制室

室長 林 茂登志
(元上海三浦鍋炉 総經理)



上海万博会場・中国館建設中（21年2月撮影）



上海三浦鍋炉有限公司全景

1. はじめに

私は上海三浦鍋炉有限公司が設立されました1993年に、日本三浦工業より出向し中国上海に駐在をしました。上海三浦は15年の営業許可期限を満了し、2008年末に清算手続きを終えましたが、この間11年半上海に駐在員として生活し、15年に渡り中国ビジネスに関わって参りました。この15年の中国の発展・成長は、同じ国とは思えないほど目覚しいものがありますが、その変化を現地駐在員として体験できたことは、企業人として何より幸せであったと感じています。以下15年の体験の中からいくつかをご紹介させて頂きます。

2. 三浦工業の中国事業展開

(略歴)

1993年5月：上海三浦鍋炉有限公司設立

(合弁、資本金：150万ドル)

2004年8月：三浦工業設備（蘇州）有限公司設立

(独資、資本金：500万ドル)

2007年2月：上海三浦独資化手続き完了

2008年1月：蘇州三浦へ生産、販売、メンテ業務全面移行

2008年12月：上海三浦清算手続き完了、蘇州三浦と吸収合併

(2009年2月末現在、資本金：750万ドル、従業員数213名)

(経緯)

上海三浦設立の1993年以前は、香港の代理店を通じ中国大陸に年間40～50台のボイラーを販売していましたが、一層の拡販とより良いサービスを提供するために、上海に合弁工場を立ち上げました。最初は広東省の仙頭のボイラー会社との合弁を進めしており、意向書まで交わし設立寸前までいきましたが、事業経営に対する考え方の隔たりが埋まらず、またちょうどその頃鄧小平氏の南巡講話により上海が一躍注目を浴びるようになり、最終的に上海のボ

イラー研究所と合弁会社を設立しました。

結果的にはこの決断が良かったことになるのですが、5月に会社設立、機械・設備を設置し、7月末には1号機を完成させ試運転する事ができました。初年度から利益を計上し、以降黒字、無借金経営を毎年続ける事ができましたが、この要因としては商品の良さが第一にあげられます。この他に進出の時期（他社より少し早かった）、場所（中国沿岸部の中心）、合弁相手（ボイラーライター専門の研究所で強い人脈あり）が良かった事があげられると思います。

合弁事業は困難も多く、失敗例も多く耳にしますが、上海三浦は日中双方が比較的友好的に協力し合い、経営できたと思っております。ただ、更なる中国事業拡大の為、最後は上海三浦も独資化し、新しく蘇州に独資の会社を設立しました。



三浦工業設備（蘇州）有限公司全景

3. 中国・上海15年の変遷

中国の最近の発展ぶりは皆さん既にご存知だと思いますが、駐在員として実際に生活した者の視点から、その変わり様の一端を紹介させて頂きます。

- 1) 上海の浦東地区は今は高層ビルが林立していますが、93年当時はまだ1軒も高層ビルが建っていませんでした。この変化のエネルギーには本当に驚きます。
- 2) 93年当時は上海市内に自動車専用の高架道路は無く、郊外に延びる高速道路もありませんでした。

た。もちろん地下鉄もまだ無く、移動に時間はかかりますし約束の時間を決めるのが一苦労でした。

- 3) 93年当時、従業員の通勤の足は自転車かバスを中心で、私も当初バスの定期券を購入し、バスを乗り継ぎ自転車で通勤していました。今は地下鉄を利用したり、中には自家用車で通勤する者も増えてきています。
- 4) 日本料理は高級ホテルに行かないと言えることが出来ませんでしたが、今は数百軒という日本料理屋やカラオケ・バーなどがあり、また日本の食材も昔は日本に帰国時に超過料金を払って買出しに行っていましたが、今はお金さえ出せば簡単に手に入れることができます。本当に生活しやすくなりました。
- 5) 93年に私の子供が上海日本人学校に通学するようになりましたが、その時の全校生徒数（小学校1年生から中学校3年生）は100名余りでした。ところが現在は浦東、蘇州の分校を合わせると3,000名弱までになっています。それだけ日本人の駐在者が増えた証ですが、領事館へ登録している日本人だけでも5万人くらいいますし、未登録者や出張者を合わせると10万人とも言われています。
- 6) 93年当時は人民元も外国人が使用する兌換券と2種類が存在し、観光地の入場料や航空運賃なども中国人と外国人は差がある二重価格制でした。昔の中国は外貨も殆ど無く貧しい国でしたが、今の中は外貨保有高世界一ですし、人民元の切り上げも要求されています。この短期間での変わり様は驚くばかりです。
- 7) 赴任した当時は各家庭に固定電話は無く、公衆電話が所々設置されている状況で、携帯電話などはもちろんありませんでした。従業員との連絡はポケットベルでの呼び出しでしたが、公衆電話が少なく連絡に苦労したものです。今は子供や出稼ぎ労働者まで携帯を持っています。
- 8) 上海の夏は夜中でも連日30度を超える猛暑が続き、日中は37、38度になることもしばしばです。93年当時は各家庭にクーラーなど無く、多くの

人が屋外で寝たりしていました。36度以上は2時間休憩、37度以上は半日休み、38度以上は1日休みと市が定めていますが、最初は何と非効率的と思いましたが、工員の安全のためにはやむを得ないと後で納得したものです。現在は各家庭、事務所にはクーラーが設置され環境は改善されていますが、逆に電力不足という新たな問題の要因になっています。

4. 「日の丸」と「じゃこ天」

私が中国に赴任した当初は中国語も全く話せませんし、会社には通訳もいませんでしたので、仕事を進めるにあたり日本と同じようには思い通り事が運びませんし、何をするにも時間がかかるてはがゆい思いをすることが多くありました。そんな中で私の心の支えとなり元気付けてくれたのが、「日の丸」と「じゃこ天」、そして「家族」でした。

私が中国に赴任した最初の2年間は日本人は私ひとりで、特に最初は合弁会社でしたので、中方パートナーとの良い関係づくりに気を配っていました。93年当時は日本人がまだ少ない環境でしたので、三浦工業の代表であるのはもちろんですが、それより日本人として恥ずかしくない言動を心がけていました。会社の玄関には中国の国旗と日本の国旗を掲げていましたが、毎朝出勤しては日の丸を仰ぎ見て「今日も一日頑張ろう」と自分に言い聞かせたものです。

また、月に一度日本より私の上司が出張で来ましたが、その時に毎回じゃこ天をお土産として持ってくれました。当時は日本の食材も簡単に手に入りませんし、私はじゃこ天が大好きでしたので、毎月の愛媛のじゃこ天のお土産が唯一の楽しみとなり、心待ちにしておりました。ふるさとは遠きにありて思うものと言われますが、まさしく日本を離れてより強く日本を、愛媛を意識するようになりました。

もう一つ有難みを感じたのは家族の存在でした。日本で仕事をしている頃は、家族と共に夕食をとることなどは極稀でしたが、上海に駐在になってからは、共に食事をし、その後一緒にスポーツしたり遊んだりする時間もとれ、家族の良さを改めて

感じることが出来ました。また、子供たちにとっても日本と違う異文化を経験できたことは、貴重な経験になったと思っています。

5. 「愛は愛を生み、信は信を生む」

この言葉は三浦工業の創業者「三浦保」の言葉です。社内研修や社員の結婚式などでよく話をされていました。人は信頼すれば必ずそれに応えてくれるという信念を持たれて我々社員にも接し、そのように教え導かれてきました。我社はコミュニケーションのとれる風通しの良い社風を受け継いでいますが、中国においてもそのような職場づくりを目標に努めてまいりました。

言葉は分からなくとも思いは伝わるものです。日本では「同じ釜の飯を食う」「ノミュニケーション」などと言った言葉がありますが、これは日本人でも中国人でも全く同じだと思います。皆の気持ちが一つになることが大切だと感じています。そのための具体策は人それぞれ方法は異なると思いますが、根底には相手を尊重する気持ちが大切だと思いますし、海外においてはその国、人民を好きになること、その国に骨を埋める気持ちを持ち、それが相手にも通じるような態度をとることが必要ではないかと思います。

もちろん会社ですから、全てが順調ということにはいきません。15年も経営していますと、バックリベート、偽領収書、水増し請求、廃材収入、盜難など色々な不正にも遭遇し、辞めてもらった社員も何人かおられます。しかし、今回会社清算にあたり、蘇州に行けず涙する者や、退職していった元社員から結婚式の招待状やメールでの挨拶文などをもらったりしますが、そんな時温かい気持ちにひたることが出来ます。

6. 中国No.1のボイラー会社を目指して

三浦工業は企業理念に、熱・水・環境の分野で世界を舞台に、資源の有効活用と環境に優しい社会の創造に貢献することをうたっていますが、三浦工業は中国の発展のためにこれからも貢献し続ける企業を目指しています。



日中省エネルギー・環境総合フォーラム
(2008年11月28日)

中国のボイラー市場は日本のボイラー台数より倍以上の市場があり、かつ石炭焚きのボイラーがまだまだ多く、今後我々のボイラーが拡販できる有望な市場です。中国は現在、環境・省エネ改善に力を注いでおりますが、三浦工業はこの度中国政府と協同で環境・省エネの改善に取り組むことを決定し、具体的活動を開始しました。

三浦は蘇州の開発区に年間1,000台のボイラー生産が可能な工場を設立し、中国事業へ人・物・金を一気に投資しています。日本では既にNo.1のボイラーメーカーですが、中国においてもNo.1のボイラーメーカーを目指していきます。

三浦工業は1959年の設立当初から目標を世界に向けており、1968年には「世界一安くて良いボイラーを創ろう」というスローガンを掲げました。

そして今年は当社にとって、会社設立50周年を迎える節目の年となります。4月1日からロゴマークも新しく変更し、今後は「世界の熱・水・環境のベストパートナー」になることを目標として事業拡大を図っていく考えです。

最後に創業者が1980年の社員向け社内報に掲載しました社長巻頭言より一部抜粋したものを紹介致します。

「世界を相手に仕事の出来るビジネスマンとは、英語が出来ることも大事であるし、色々な知識も必要だろう。が、それはたいした事ではない。今の若者なら誰でも出来る基礎は持っている。

必要なのは、大きな夢であり、目標であり、やる気であり、執念であり、忍耐力である。世界一のビジ



スローガン「世界一安くて良いボイラーを創ろう」



熱・水・環境のベストパートナー

MiURA

ネスマンになれる素材は、我社には豊富である。世界一のビジネスマン集団を造り上げねばならない。」

7. おわりに

帰国して早いもので半年が経ちましたが、私が在籍しておりました上海三浦は、万博会場に近く都市開発のために既に更地となり跡形もなくなりました。しかし、11年半も生活をした上海は第二の故郷と言ってもよく、私の心に深く刻まれていますし、いつまでも忘れる事はないでしょう。これからも微力ながら日中友好のために何かお役に立てればと考えています。

貿易投資

Q. 植物等を輸入する際の検疫制度の概略について教えて下さい。

A. 植物やその製品を外国から輸入する際に、国外から害虫や病原菌が侵入しないよう、昭和25年に施行された「植物防疫法」に基づいて行われる検査が植物検疫です。

この法律の主旨は、「輸出入植物および国内植物を検疫し、植物に有害な動植物を駆除してその蔓延を防止し、農業生産の安全および助長を図る」とされています。

ここでいう植物や製品とは、主に種子、球根、苗、苗木（穂木）、切花・切枝、生果実、野菜（生鮮、冷凍、乾燥）、穀類、豆類、ナッツ、植物油原料（ごま、菜種）、し好香辛料、漢方薬原料、ドライフラワー、いねわら、もみ、植物を材料にした民芸品・わら製品、乾燥牧草、木材（製材を除く）等です。上記の植物や製品を外国から輸入する場合、全て植物検疫が必要とされ、以下のように区分されます。

1. 輸入禁止品目：

この品目は日本に持ち込めません。すなわち、外国で農作物に被害を与えていたる病害虫のわが国への侵入を防ぐため、その病害虫の寄主となる植物や病害虫そのもの、土または土の付着する植物、いねわら、もみ（朝鮮半島、台湾を除く）は、輸入が禁止されています。ただし、中国産の「いねわら畳床」については、日本から派遣された防疫官立会いの下、規定された消毒処理が施され、中国植物防疫機関が発行し、前述の防疫官が併せて署名した植物検疫証明書が添付されている場合は輸入が許可されます。また、生果実、果菜類、熱帯果実も輸出地域により規則が異なりますが、原則輸入禁止です。輸入禁止品目に該当するか否かは、植物防疫所のウェブサイトにある輸出入条件に関するデータベースから確認できます。

2. 輸入検査品目：

この品目は、検査を受けて合格すれば輸入できます。この検査を受けるためには、輸出国の政府機関が発行する植物検査証明書（Phytosanitary Certificate）をあらかじめ取得のうえ、添付した輸入検査申請書を各地の植物防疫所に提出します。

3. 検査不要品目：

家具や製材、製茶など高度に加工されたもの、



あんずやいちじく等の乾果、麻袋、植物検疫の対象とならない病害虫の付着の恐れのない植物については、検査対象に該当しないものもあります。

主な検査のポイントは、次のとおりです。

- (1) 輸入禁止品ではないか
- (2) 植物検査証明書の添付の有無
- (3) 関係書類の記載内容は適正か

次いで植物防疫官が、以下の2項目を慎重に調べます。

- 1) 土の付着の有無
- 2) 植物検疫の対象となる病菌や病害虫の付着の有無

この検査に合格すると植物検査合格証明書が交付され、輸入が許可されます。不合格の場合は、品目や違反内容に応じて、消毒（くん蒸）、廃棄（焼却、埋没）、選別、除去、積戻し等の処置が指示されます。そして、消毒や選別などが確実に実施された場合には、合格となります。従来は植物防疫法により輸入禁止だった植物でも、これらの病害虫に対する消毒技術が向上し、病害虫の発生していない地域であることが明確となったなど、防疫措置が確立した場合には、これらの植物の輸入を解禁しています。この輸入解禁を求める関係国に対して、輸入解禁手続きのための科学的・技術的な検討過程を明らかにするために、「植物検疫における輸入解禁要請に関する検証の標準的手手続き」が定められています。

なお、輸入貨物の木材こん包材を通して有害な動植物が日本国内に侵入する恐れもあることから、2007年4月1日から国際基準に従った植物検査が導入されました。これによると、輸出国で国際基準による消毒処理が行われ、処理済み表示が付された木材こん包材は、植物検疫の対象とはなりません。しかし、処理済み表示がついていない木材こん包材は、植物検疫の対象となります。

根拠法：植物防疫法、植物防疫法施行規則
出 所：「貿易・投資相談Q & A」『ジェトロのビジネス情報』より転載

（まとめ：堀元敏勝／愛媛県産業貿易振興協会）

会員紹介

マルトモ株式会社

本社：伊予市米湊1696
創業：大正7年（1918年）11月
事業内容：食品製造販売
代表者：代表取締役社長
中矢 雅章
資本金：1億円
売上高：292億円（2008年3月期）
従業員数：458名



中矢 雅章
代表取締役社長

1. 会社沿革

- ・1918年 現地にて創業
- ・1964年 マルトモ花かつお株式会社発足、資本金3,000万円に増資
- ・1982年 マルトモ株式会社に社名変更
- ・1985年 資本金1億円に増資
- ・1986年 ロサンゼルス駐在所開設
- ・1997年 GMP&HACCP取得（本社工場・チルド伊予工場・仙台工場）
- ・1998年 GMP&HACCP取得（第二工場・第三工場・だしの素工場）
- ・1999年 ISO9002取得（本社工場）
- ・2003年 ISO9001取得（本社工場）
- ・2004年 ソウル駐在所設立
- ・2006年 ISO14001を本社機能と本社工場で取得

2. 業務内容

- 1) 商品構成 主力商品の削り節が約半分の売り上げを占める。その他チルド・水産（約23%）、だしの素（約13%）、つゆ、煮干し、佃煮など商品分野は多岐に渡る。削り節の全国シェアは、2007年の19.9%と2008年（見込み）の20.4%（株）富士経済「2009食品マーケティング便覧」により）で、業界トップの座を守り、削り節のリーディングカンパニーと自負している。
- 2) 生産体制 本社所在地の伊予市に6工場、仙台市に2工場を構えている。1997年食品業界を先駆けて、いち早くGMP&HACCPを取得した。
- 3) 販売体制 東京の営業本部を始め、全国主要都市に支店、営業所または駐在所を設置し、市場ニーズに素早く対応できるように全国販売ネットワークを充実させている。
- 4) 研究開発体制 本社、東京と仙台に開発拠点を配置している。近年では愛媛大学、神戸大学などの国立大学との共同研究で、「かつお節の血中コレステロール濃度低下作用」や「くらげコラーゲンの免疫活性向上作用」などで成果を上げ、注目を集めている。

3. 国際化への取り組み

- 1) 原料調達 世界的な魚食ブームと新興国の旺盛な消費力を背景に、水産原料のニーズは高まる一方である。当社も水産原料と半製品のいか、くらげ関連では海外依存度が高いため、従来以上に情

報収集、新規原料開拓および現地生産管理に注力している。

- 2) 製品輸出 食品業界は、多数の業者がしのぎを削る飽和状態にあり、また国内少子高齢化による人口減少で、市場の縮小が進んでいる。このため、企業の成長を続けるために海外に目を向け、海外市场で売り上げを伸ばすことに積極的に取組んでいる。現在当社商品は商社経由で主にアメリカ、韓国、中国、ロシア、東南アジアなどの国々へ輸出されている。
- 3) 現地進出と人的交流 アメリカ、韓国に事務所を開設し、社員を常駐させるほか、中国、台湾などの有望市場へも社員を頻繁に派遣し、現地ニーズの把握と市場開拓に努めている。また、中国研修生も積極的に受け入れている。
- 4) 國際化への取り組み事例 海外進出の場合、法律、文化、慣習などのさまざまな壁に阻まれ、時には想像もしなかった事態に遭遇することがある。それらの困難を乗り越えなければ眞の国際化には成功しないと考える。ここでは事例を紹介する。当社のだしの素は十数年前より中国へ輸出し、今では現地の和食調味料のトップブランドに成長した。しかし、数年前から同商品を模倣したコピー品がたくさん出回り、ユーザーから多数の苦情が寄せられた。放置すれば市場自体が全部偽物に取って代わられかねないという危機的状況になった。そこで、当社は綿密に情報を収集した上、現地の法律事務所と行政当局の協力を得て、偽物を生産販売する業者数社を一挙に摘発した。そのことが成功事例として現地のマスコミに広く報道された結果、消費者と販売業者に企業姿勢をアピールするとともに、偽物の氾濫に一定の歯止めがかかる。これをきっかけに、現在当社は中国などの国々での知財権保護対策を一層強化している。今後も海外市場でのさまざまなトラブルを解消し、健全な海外市場育成に心掛ける。

4. 経営理念

海洋資源を中心においた健康と食文化に貢献できる総合食品メーカーとして、「健やか」で「美味しい」はもちろん、安全安心な食品をお客様の食卓に届けることをモットーに日々精進する。

社是

「和をもって誠心を示す」

企業コンセプト

「心ぶれあう味づくり」

（インタビュー：柴尾義弘／愛媛県産業貿易振興協会）

井関農機株式会社

本 社：松山市馬木町700番地
本社事務所：東京都荒川区西日暮里5丁目3番14号
創 立：大正15年8月

事業内容：整地用、栽培用、収穫用、
調整用機械の製造・販売
代 表 者：代表取締役社長

蒲生誠一郎



蒲生誠一郎
代表取締役社長

資 本 金：227億8,475万円
売 上 高：1,447億円（平成20年3月期）
従業員数：連結6,513名 単体711名（平成20年3月末）
証券取引所：東証1部

1. 会社沿革

- ・大正15年8月 松山市新玉町に「井関農機具商會」を創立
- ・昭和11年4月 井関農機株式会社を設立
ヰセキ式糞摺機および自動選別機の製造開始
- ・昭和21年5月 松山市八代町に新工場を設立
- ・昭和21年10月 熊本県熊本市健軍町に熊本工場を新設
- ・昭和36年6月 東京証券取引所に株式を上場
- ・昭和42年3月 田植機、コンバイン、バインダーの生産開始
トラクターと合わせて稻作機械化一貫体系を確立
- ・昭和44年5月 東京支店を本社事務所と改称
- ・昭和46年2月 ブラッセルにヨーロッパヰセキ（株）を設立
- ・昭和47年9月 松山工場を増設、本社を同所に移転
- ・平成5年5月 本社事務所を現事務所に移転
製造部門の分社により、（株）井関松山製造所、（株）井関熊本製造所を設立
- ・平成13年4月
- ・平成15年6月 中国江蘇省に井関農機（常州）有限公司を設立

2. 業務内容

次の製品の製造および販売を主要な事業内容としています。

- 1) 整地用機械——トラクター、耕運機、管理機、芝刈り機
- 2) 栽培用機械——田植機、野菜移植機
- 3) 収穫用機械——コンバイン、バインダー、ハーベスター
- 4) 調整用機械——糞摺機、乾燥機、精米機、計量選別機、野菜収穫調整機
- 5) そ の 他——作業機、補修用部品、農業用施設

3. 国際化の現状

1) 海外展開の歴史

- ・昭和40年頃より海外へ輸出
- ・昭和46年ブラッセルに現地法人ヨーロッパヰセキ（株）を設立。
- ・現在子会社として、ヨーロッパヰセキ（株）、井関

農機（常州）有限公司（中国）、関連会社として、ドイツヰセキ社、提携会社としてアグコグループ（アメリカ）、パーキンス社。

・20年3月期売上高1,447億円の内、海外向け売上高は220億41百万円、売上シェアは15.3%を占める。主力のトラクター・耕運機等整地用機械の売上は169億円となっている。21年3月期では為替レートの下落による影響があったものの、北米、中国向けが好調で、前期売上高を上回るものとみられる。海外売上比率を20%に高めることを目標としており、今後の海外向け売上増加が期待される。

2) 現在の海外拠点網

- a. Iseki Europe（ベルギー・ブラッセル）
1971年設立 従業員 8名（内日本人4名）
- b. 井関農機（常州）有限公司（中国・常州）
2003年6月設立 従業員 200名（内日本人6名）
- c. 北米駐在員事務所（米国・アトランタ）
2004年9月設立 従業員 6名（内日本人3名）
- d. タイ駐在員事務所（タイ・バンコック）
2005年6月設立 従業員 3名（内日本人2名）

4. 経営理念（モットー）

「需要家に喜ばれる製品の提供」を通して、
わが国ならびに世界の農業に貢献すること。

社 是

- (1) 需要家には喜ばれる製品を
- (2) 従業員には安定した職場を
- (3) 株主には適正な配当を
経営理念とし、もって社会的使命を達成する。

「フードアクションニッポン」推進パートナー

2008年10月にスタートした“おいしいニッポン”を残す、創るために、2015年度食料自給率45%を目指とする国民的運動。具体的には、「地産地消」「低コスト農業」「食の未来」をテーマに食料自給率向上にグループをあげて取組んでいる。

（詳しい取組状況は、井関松山製造所内に設けられた、展示館においてパネル展示されていますので、一度ご覧下さい。）

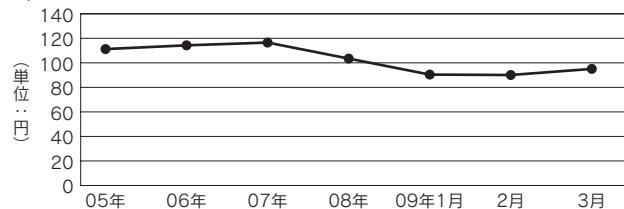


（インタビュー：柴尾義弘／愛媛県産業貿易振興協会）

主要通貨為替レート推移

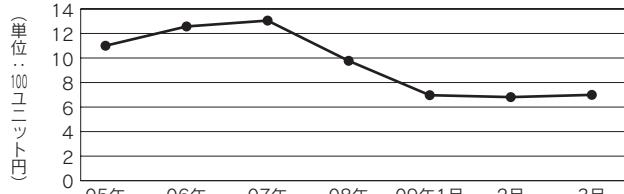
■円・ドルレート 平均 (TTS)

05年	111.21
06年	117.38
07年	118.84
08年	104.45
2009年1月	91.41
2月	93.43
3月	98.98



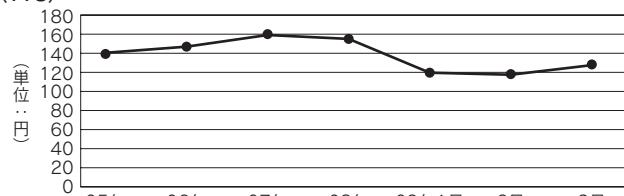
■円・ウォンレート 平均 (TTS)

05年	11.02
06年	12.45
07年	12.95
08年	9.85
2009年1月	6.87
2月	6.64
3月	6.94



■円・ユーロレート 平均 (TTS)

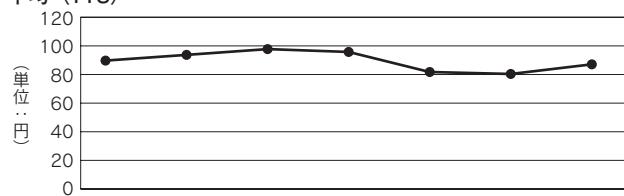
05年	138.42
06年	147.64
07年	162.74
08年	153.94
2009年1月	121.26
2月	119.66
3月	129.02



■円・スイスフランレート

05年	89.34
06年	93.80
07年	99.03
08年	96.83
2009年1月	81.05
2月	80.30
3月	85.61

平均 (TTS)



編集後記

愛媛フォーカスは、松山税関支署長の佐伯逸夫氏にお願い致しました。

ニュース・トピックスには、IRC辻井勇二氏に「県内企業の海外進出状況」、前上海三浦鍋炉・総經理 林茂登志氏に、12年間に及ぶ上海駐在のご苦労を「上海駐在記」として、ご寄稿いただきました。

売上げを増やすには、少子高齢化に伴い、海外に広く販路を求めるしかない状況となっていますが、海外売上げ比率の高い企業では、現在の円高のもとでは、輸出数量の減少と共に、円換算に伴う売上高の減少と、円ベースでの収益減少となります。

お隣の韓国ウォンは対円で、ピーク時6割程度下落したため、昨年秋以降輸出商談がストップいたしました。一方、ウォン安に伴い、韓国からの輸入、韓国での委託加工は増加いたしました。また、韓国への年末年始の日本からの旅行客は前年の3倍となりました。

外国との貿易には、国内取引とは違い為替相場が大きな影響を与えるところから、主要通貨の為替相場を、本号より掲載させていただくことと致しました。

発行

EIBA (社) 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