

# EHIME えひめトレード&トレンド TRADE & TREND

## ●エヒメフォーカス

着替えをして国際人を演じてみましょう

## ●ニューストピックス

愛媛県内企業の海外進出状況調査

メッセ・まつやま2010開催報告について

## ●会員紹介

愛媛エフ・イー・ゼット(株)／(株)リブドゥコーポレーション

## ●貿易投資 Q&A

契約内容、リスク回避等の留意点

## ●海外ビジネス

香港駐在を振り返って

## ●主要通貨為替レート推移

## ●編集後記

## 着替えをして 国際人を演じてみましょう



株式会社 日本政策投資銀行  
松山事務所 所長 門松 功

地域の国際化が必要だと言われ続けています。ここ愛媛県では新興国との取引や道後温泉本館がミシュランの三つ星をとるなど海外との交流は盛んですし、県都松山の街中でも観光客や留学生をはじめとして外国の方をよく見かけます。ハード面でも、松山空港にはソウル、上海の直行便があり、海上輸送も釜山等に寄る定期ルートが松山港、今治港、三島川之江港などに寄港していて、東京や大阪を経由することなく海外に接することが出来ます。時間・距離の点でも、松山空港は街中から大変な至近距離にあるため、15時に仁川空港を離陸すると17時には道後温泉に到着することが出来る便利さがあります。このように、当地では実に身近なところで海外を感じることが出来ます。しかしながら、我々はこの身近な海外を自身の手でつかみ切れていません。そのために、地域の国際化が必要だと言われ続けているのだと思います。どのようにしてつかむのか、これが問題です。

10年程前に中東のドバイを訪れた際、現地で面談した人に「日本から来た」と言ったら、「今治がある日本か!」と返されました。そう言えば、日露戦争時代のロシア人も日本に行くことを「マツヤマ」と言っていたようですね。このドバイで面談した人は港湾で働いている人で、「港湾は世界と繋がっている、場所は中東だがGlobal Standardで運営しなければならない」と言っていたことを強く記憶しています。また、その人は、夜はTシャツとGパンに着替えて一緒にビールを飲んでくれました。彼にとってみれば、着替えをすることにより違う自分を演出し、外国人をお接待する体制に切り替えたのだと思います。

愛媛県には他者をおもてなしするお接待文化と奥ゆかしさという素晴らしい伝統があります。しかしながら、異文化と接する際は、この奥ゆかしさが少し邪魔をする場合もあるようです。そこで、ドバイの人ではありませんが、普段の自分では積極的に行動しづらい時には、例えば、道後人や伊予人といった日常とは異なる衣装(=意識)に着替えて行動してみてもはどうでしょうか。身近なところに国際化の題材が多くある当地ですので、たまには違う装いをして国際人を気取り、それをつかんでみましょう。これが愛媛らしい国際化への取り組みに繋がっていきます。

## 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22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IRC 4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137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：2010年1月下旬

回答先数：131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併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

～新規進出数は低水準の11拠点～

2009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132、拠点数で281となった。前年に比べて拠点数は横ばいであり、9年続いていた海外拠点数の増加が止まった。

2009年中の新規進出数は11拠点と、世界同時不況の中で、近年では低い水準となった（図表1）。そのうち、中国への進出は6拠点であった。

進出目的別では、販売が7拠点数で最も多かった。国内需要の減少を見越して、販路を海外に求める動きが強まっているものとみられる（図表2）。

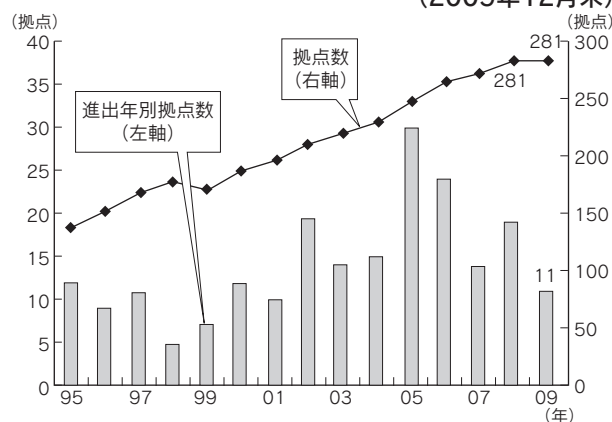
一方、2009年中の撤退は11拠点であるが、現地拠点の統合によるものが3拠点含まれており、実質的な撤退数は8拠点であった。

現地法人の採算悪化によるもののほか、現地での取引関係、信頼関係が構築できたことで拠点の必要性がなくなったことによる撤退もあった。

撤退拠点を国・地域別にみると、中国が最多の10

拠点（実質7拠点）であった（図表3）。これは、規制強化などにより、中国における拠点経営が難しくなっていることも背景にあるとみられる。

図表1 海外拠点数の推移及び進出年別にみる海外拠点数  
(2009年12月末)



資料：IRC作成

図表2 2009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
11	中国 (6)	合併企業 (3) 子会社 (2) 事務所 (1)	販売 (2) 製造 (1) 仕入 (1) 検品 (1) サービス (1)
	シンガポール (2)	子会社 (1) 支店 (1)	販売 (2)
	香港 (2)	子会社 (2)	販売 (2)
	韓国 (1)	支店 (1)	販売 (1)

資料：IRC作成

図表3 2009年の撤退拠点の状況

拠点数	国・地域	進出形態
11	中国 (10、うち統合が3)	子会社 (6) 合併企業 (2) 事務所 (2)
	アメリカ (1)	子会社 (1)

資料：IRC作成

#### (2) 海外拠点の分布状況

～アジアのシェアは8割強で横ばい～

2009年12月末時点の海外進出拠点（281拠点）を見ると、地域別ではアジア地域が最も多く、拠点数で229拠点、全体の8割以上を占めている。次いで、北米27拠点（9.6%）、ヨーロッパ15拠点（5.3%）の順となった。国別には、中国が142拠点（50.5%）で全体の半数を超え、以下、アメリカ、韓国、ベト



ナムと続いている（図表4）。

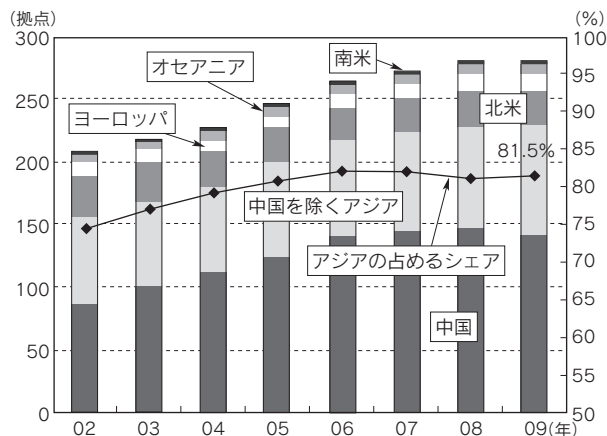
また時系列の推移をみると、中国の拠点数が伸び悩んでいることなどから、アジアの拠点数のシェアも8割強で横ばい推移している（図表5）。

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	国・地域名	拠点数
ア ジ ア	229	モンゴル	1	ベルギー	1
中 国	142	サウジアラビア	1	ロ シ ア	1
韓 国	14	北 米	27	チ ェ コ	1
ベトナム	13	ア メ リ カ	25	オセアニア	7
タ イ	12	カ ナ ダ	1	ニュージーランド	4
香 港	11	メキシコ	1	オーストラリア	3
シンガポール	9	ヨーロッパ	15	南 米	3
台 湾	9	オランダ	6	チ リ	1
インドネシア	8	イギリス	2	エクアドル	1
マレーシア	5	ド イ ツ	2	ブラジル	1
フィリピン	3	フランス	1		
カンボジア	1	イタリア	1	合 計	281

資料：IRC作成

図表5 海外拠点の国・地域別推移



資料：IRC作成

### (3) 海外拠点の進出目的

～販売・サービス関連の割合が上昇～

図表6 海外拠点の進出目的別内訳

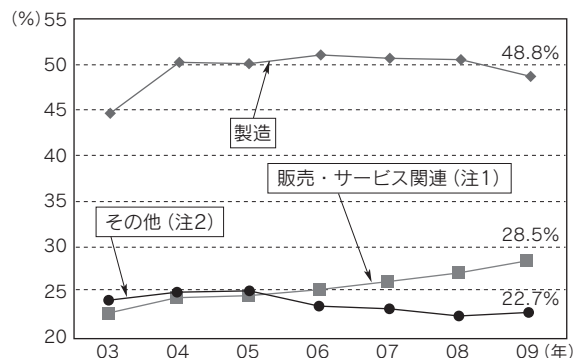
進出目的	拠点数	前年比
製造	137	▲5
販売	63	4
情報収集	34	▲2
仕入	14	2
サービス	9	1
研究・開発	4	0
レジャー施設	3	0
飲食店経営	3	0
植林	3	0
教育	3	0
水産養殖	2	0
資金調達・運用	2	0
マンニング（船員配乗請負）	1	0
土木建設	1	0
不動産業	1	0
金融	1	0
合 計	281	0

資料：IRC作成

進出目的別にみると、図表6のとおり、現地での製造を目的とした進出が137拠点（48.8%）で、次に多いのは販売の63拠点であった。

進出目的別の拠点数の割合をみると、中国をはじめとする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）の割合が上昇傾向にある一方で、「製造」の割合は下落している（図表7）。

図表7 海外拠点の進出目的別シェア推移



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。

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。

資料：IRC作成

### (4) 海外拠点の業種別内訳

進出企業を業種別にみると、製造業が企業数で84先（63.6%）、拠点数が205拠点（73.0%）で最多となり、卸売業・小売業・飲食業、サービス業がこれに続いた（図表8）。

また製造業の内訳をみると、パルプ・紙・紙加工品製造業が52拠点数で最も多く、衣類その他繊維製品製造業と一般機械器具製造業が29拠点数で続いている。

図表8 海外進出企業の業種別内訳

業 種	企業数(先)	拠点数(拠点)
漁業	2	2
建設業	0	0
製造業	84	205
食品製造業	9	26
繊維工業	2	3
衣類その他繊維製品製造業	17	29
木材・木製品製造業	0	2
パルプ・紙・紙加工品製造業	15	52
プラスチック製品製造業	2	8
一般機械器具製造業	10	29
電気機械器具製造業	10	28
輸送用機械器具製造業	5	7
その他製造業	14	21
卸売業・小売業・飲食業	32	47
各種商品卸売業	7	10
繊維・衣類等卸売業	4	9
機械器具卸売業	0	3
飲食料品卸売業	3	2
その他卸売業	7	10
その他小売業	9	11
一般飲食店	2	2
サービス業	9	17
その他	5	10
合 計	132	281

資料：IRC作成

## 2. 中国進出の状況

県内企業の中国拠点、2009年12月末時点で142拠点と全体の半数を超えている。特に、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が増えており、今後も海外進出の動向を掴むうえで中国は欠かせない国である。



### (1) 進出地域・進出目的

～販売、サービス関連は上海に集中～

進出地域をみると、1位が上海の50拠点、2位が遼寧省の26拠点、3位が江蘇省の21拠点となっている（図表9）。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84拠点が集中、全体の約6割を占めている。

進出目的別にみると、製造が87拠点（61.3%）、次いで販売が21拠点（14.8%）となっているが、地域によって進出目的に傾向の違いがみられた。

図表9 中国進出企業の地域別・目的別内訳

	製造	販売・サービス関連	その他	計	
上海市	21	19	10	50	35.2%
遼寧省	18	2	6	26	18.3%
江蘇省	19	2		21	14.8%
山東省	10		1	11	7.7%
浙江省	5	4		9	6.3%
広東省	3	1	2	6	4.2%
福建省	2		3	5	3.5%
安徽省	4			4	2.8%
天津市	4			4	2.8%
北京市		2	1	3	2.1%
黒龍江省			1	1	0.7%
陝西省		1		1	0.7%
江西省	1			1	0.7%
計	87	31	24	142	100.0%
	61.3%	21.8%	16.9%		

資料：IRC作成

中国の「市場」としての魅力が高まる中で、経済が最も発展している上海市では、製造目的以外の進出の割合が高くなっている。特に販売・サービス関連を目的とする31拠点のうち、約6割の19拠点が上海市に集中し、一方で遼寧省や江蘇省などでは、ほとんどが製造目的の拠点となっている。

### (2) 最近の中国国内の動き

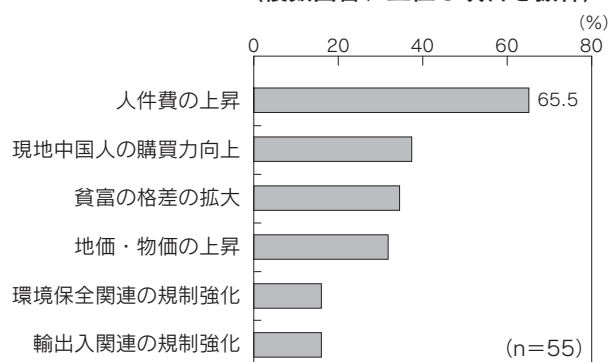
～「人件費の上昇」が最多～

最近の中国国内の動きについて強く感じることを尋ねたところ、「人件費の上昇」が最も多かった（図表10）。

人件費の上昇ペースは鈍化しているとみられるが、「人件費がマイナス傾向になっている日本と比べると負担感がある」と考えている企業が多いためと考えられる。

図表10 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、上位6項目を抜粋）



資料：IRC作成

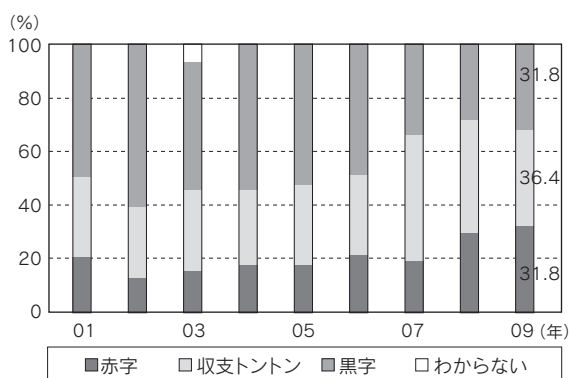
## 3. 経営に関する諸課題

### (1) 採算状況

～赤字の割合が初めて3割超え～

海外進出拠点の採算状況をみると、「黒字」が31.8%、「収支トントン」が36.4%となった。一方で赤字の割合は31.8%となり、増加が続いている。

図表11 海外進出拠点の採算状況



注1：03年のみ、「わからない」という設問項目を含む。

注2：サンプル数は、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=188となっている。

資料：IRC作成

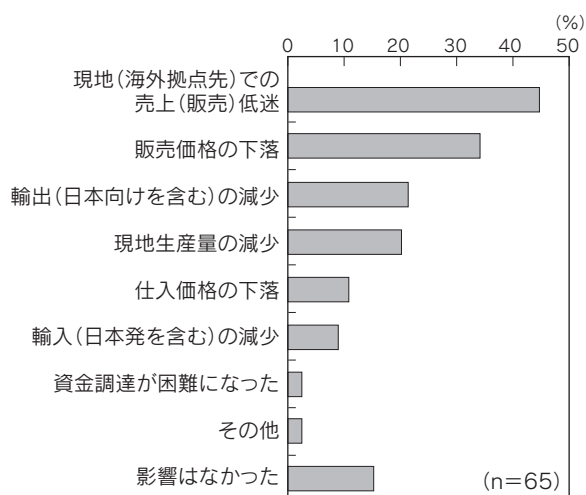
赤字の割合は、採算状況の調査を開始した99年以来で初めて3割を上回り、世界的不況などが海外拠点の採算にも影響を与えているものとみられる（図表11）。

## (2) 世界的な景気後退の影響

### ～「売上（販売）低迷」が最多～

世界的な景気後退が、海外拠点の経営に及ぼした影響について尋ねたところ、「現地（海外拠点先）での売上（販売）低迷」が44.6%で最多となり、「販売価格の下落」が33.8%で続いている（図表12）。

図表12 世界的な景気後退の影響（複数回答）

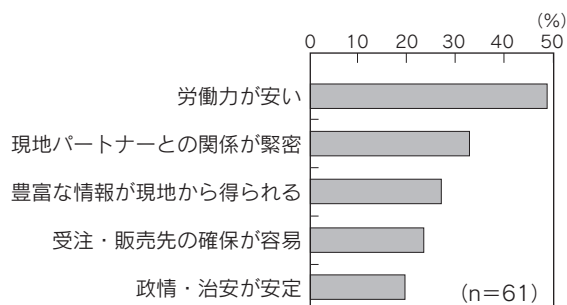


資料：IRC作成

## (3) 海外拠点の経営に満足している点

海外拠点の経営に関して満足している点について尋ねたところ、「労働力が安い」が49.2%で最多であった。次いで「現地パートナーとの関係が緊密」が32.8%、「豊富な情報が現地から得られる」が27.9%となった（図表13）。

図表13 海外拠点の経営に関して満足している点（複数回答、回答数の多かった上位5項目）



資料：IRC作成

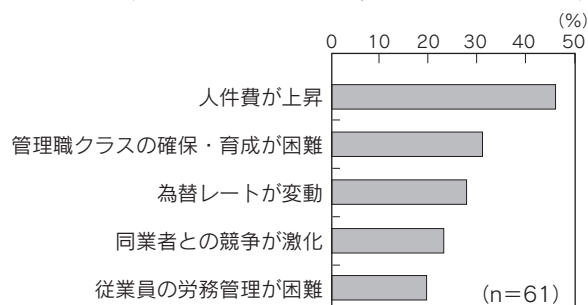
## (4) 海外拠点の経営で不満な点

### ～最も多いのは「人件費の上昇」～

海外拠点の経営に関して不満な点を尋ねたところ、「人件費の上昇」が45.9%で最も多かった。また、「管理職クラスの確保・育成が困難」が31.1%、「為替レートが変動」が27.9%と続いた（図表14）。

「従業員の労務管理が困難」（19.7%）や「労働者の確保・育成が困難」（18.0%）も含めて、「ヒト」に関する不満の割合が高い。

図表14 海外拠点の経営に関して不満な点（複数回答、回答数の多かった上位5項目）



資料：IRC作成

## 4. おわりに

以上見てきたように、2009年の県内企業の新規進出は11拠点と低水準であった。世界的に経済情勢が悪化したことが背景にあったとみられる。

しかし一方で、新興国の経済発展に着目し、中国やアジア地域に販売拠点を設ける先は増加傾向にある。また一部では、海外拠点で製造した商品を日本に持ち帰って販売するビジネスモデルから脱却し、海外での販路開拓に取り組んだ事例もみられた。

2010年以降の県内企業の海外進出については、国内需要の減少を見越して、海外での販路開拓を目的としたものが増加すると予想される。

また大手メーカーの間では、日本で販売されている製品とは仕様の異なる低価格製品を、新興国などで生産する動きが広がっている。その関連で、部品メーカーに海外進出の要請が出始めているケースもあることから、海外進出を検討する愛媛の下請けメーカーが増加することも予想される。

# メッセ・まつやま2010 (まつやま姉妹・友好都市&環境フェア) 開催報告について

松山市産業経済部地域経済課 梶田晋一郎

### I. これまでの経緯について

松山市では、1993年より姉妹都市との経済交流を目的に「ドイツフェア」「アメリカンフェア」を毎年交互に開催してきました。1996年からは規模を拡大し、姉妹都市関係の強化・発展、地域経済の活性化・国際化を目指し、輸入品や文化・ライフスタイルを市民や関係業界の方々に紹介し、交流を重ねてきました。

2008年からは、近年の世界的潮流を意識した中で「環境」をキーワードにした「経済」「国際」が一体となった総合イベントとして拡大し、名称も「メッセ・まつやま」に改め、開催してきました。

### II. メッセ・まつやま2010について

このような変遷の中、2010年1月23日(土)、24日(日)の2日間、アイテムえひめにおいてメッセ・まつやま2010を開催しました。以下、内容を報告します。

#### (1) 目的

松山市の姉妹都市であるアメリカ・サクラメント市（1981年提携）、ドイツ・フライブルク市（1989年提携）と、友好都市の韓国・平澤（ピョンテク）市（2004年提携）との経済交流の一環として、各市の特産品や産業等を市民に広く紹介するとともに、経済関係者等との交流を行うことで、地域産業の活性化や国際化の促進を図り、また、環境保全活動の普及や啓発に関する環境イベントを行うことで、市民一人ひとりが自らの生活・行動を振り返る機会とすることを目的として開催しました。



#### (2) 開催内容

##### ① 姉妹都市・友好都市エリア

アイテムえひめ大展示場にて、姉妹都市・友好都市の特産品の展示販売を行うとともに、各都市のブースを設営し、サクラメント市・フライブルク市・平澤市の魅力をPRしました。

◎サクラメント市ブースでは、サクラメント松山姉妹都市協会による写真の展示や、マイナーリーグ“サクラメントリバーキャッツ”等のグッズ展示、また最近の交流活動を紹介するビデオ上映などを行いました。

◎フライブルク市ブースでは、松山フライブルク会による写真等の展示のほか、ビデオ上映やゲーム参加者へのフライブルク友好どう飴「ソラリス」の配布をしました。

◎平澤市ブースでは、松山・平澤友好協会及び平澤市からのゲストによる本場韓国料理の調理体験や試食を行いました。





サクラメント市ブース



フライブルク市ブース



平澤市ブース

### <展示販売>

- ◎サクラメント市 ワインやピーナッツバター等、特産品
- ◎フライブルク市 ワイン、ビール、木の玩具、ブundesリーガ“SC フライブルク”オフィシャルグッズ
- ◎平澤市 韓国ラーメン、韓国海苔、マッコリ等特産品



カリフォルニアワインの試飲・販売



ワインクイーンによるフライブルクワインの試飲・販売



海苔、キムチ等の販売

### ・韓国料理体験コーナーの実施

友好都市の韓国・平澤市よりゲストをお呼びし、2日間、各5組の参加者を会場で募集して、実際に本場韓国料理を作っていただき、来場者に試食していただきました。

### ・地元専門学校と地元放送局レポーターとのコラボレーション企画の実施

地元の専門学校 愛媛調理製菓専門学校と、地元放送局南海放送レポーターCAPYがコラボレーションし、地元食材を利用した、オリジナルのアメリカンスイーツ“オリジナルカップケーキ”と他のケーキをセットにした、5個セットを450円で販売。他にも1個100円のカップケーキを5種類販売し、大勢の客で賑わいました。

### ・フェイスペイント体験コーナー

昨年に引き続き、サクラメント市出身で松山市在住のALT (assistant language teacher) のズン・ドウさん他2名によるフェイスペイントを実施し、子供を中心に多くの方に喜ばれました。また、当日、地元高校生にボランティア通訳として参加してもらいました。

### ② 環境NPO、行政、学校エリア

#### ・近隣の企業・大学・NPO他による環境情報の提供や環境体験コーナー

リサイクル家具の即売会、古着の販売など、「地球にやさしい日本一のまちづくり」をめざす、松山市の取り組みを紹介しました。

#### ・エコリーナ姫を助けよう!!

会場内にクイズ参加型アトラクション“エコリーナ姫を助けよう!!”を設け、全てのクイズに答え、環境に関する知識を身につけてもらう企画を実施しました。クイズに参加していただいた人を対象に、エコグッズが当た



る抽選会も実施しました。

・親子でソーラーカーをつくろう！

愛媛県立松山工業高等学校と(株)藤平のご協力により、親子で参加できるソーラーカー模型作りを実施しました。

③ エコ企業エリア

太陽光発電システムなど、省エネライフの提案など企業の取り組みを展示・紹介しました。

④ 国際エリア

・アジア各国の貿易情報コーナーでの出展

愛媛県産業貿易振興協会、日本貿易振興機構（ジェトロ）愛媛貿易情報センターにご出展いただき、貿易情報の提供を行っていただきました。

⑤ 世界の食コーナー

姉妹・友好都市の料理をはじめ、ブラジル、トルコ、シンガポール等の料理を調理、実演販売をしました。



多種類のドイツパンを販売



本場のキムチ・チヂミを販売



シンガポール料理カヤトースト

⑥ ステージイベント

姉妹・友好都市、環境保全活動についてより理解を深めるために、様々なアトラクションを行いました。

⑦FAZプラザ

・CEV（クリーンエネルギー自動車）の展示＆試乗会を実施  
一般社団法人 次世代自動車振興センターのご協力のもと、クリーンエネルギー自動車の展示＆試乗会を実施しました。



フライブルク市で活動する無声仮面演劇団  
“テアター・ラブ”によるパフォーマンス

Ⅲ. 最後に

「メッセ・まつやま2010」の開催にあたり、関係各位にご支援・ご協力をいただき、誠にありがとうございました。2日間で18,131人の方にご来場いただき、松山市の姉妹・友好都市の特産品販売や産業紹介、そして環境体験学習や啓発など、所期の目的を達成する事ができたものと思います。今後とも松山市の事業にご理解・ご協力を賜りますようお願い申し上げます。（敬称略）



松山市役所所有電気自動車の同乗を実施

## 愛媛エフ・エー・ゼット株式会社



森本 惇  
代表取締役社長

本 社：松山市大可賀2丁目1番28号

設 立：1993年4月

事業内容：アイテムえひめ・アイロットの管理運営

代 表 者：取締役会長 加戸 守行  
代表取締役社長 森本 惇

資 本 金：34億2,700万円

売 上 高：7億7千万円

従業員数：30名（平成22年4月1日現在）

### 1. 会社沿革

- ・1993年4月 FAZ法に基づき、愛媛県、松山市、中小企業基盤整備機構他官民47団体の出資により設立
- ・1996年1月 アイロット（I-LOT）総合保税地域の指定取得
  - 2月 アイロット供用開始
  - 3月 アイテムえひめオープン
- ・2006年4月 第1次指定管理受託（アイテムえひめ、愛媛県植物くん蒸所）
- ・2009年4月 第2次指定管理受託（アイテムえひめ、愛媛県植物くん蒸所）

### 2. アイテムえひめの施設案内

施設名	面 積	内 容
大展示場	4,500㎡	多目的イベントに使用可能な中四国最大の面積を誇る大展示場。使用目的に応じ3分割可能。 えひめ青空市場を毎月開催中。
小展示場	1,500㎡	タイルカーペット敷きでグレードの高い展示にも対応。移動観覧席（484席）あり。2分割可能。

FAZプラザ（屋外展示場）	3,500㎡	屋外展示やアウトドアイベントに利用可能。
会議室	100㎡×2室 50㎡×4室	第1から第6会議室まであり、開催規模によりフレキシブルな対応が可能。
多目的ルーム		セミナー、講演会、商談会他に対応可能な貸ホール。
ビジネス・オフィス		貿易に関する企業・団体、IT関連企業などが入居している。
愛媛県物産観光センター	1,800㎡	愛媛県の特産品・工芸品の展示即売会をはじめ、県内の観光産業に関する情報を分かりやすく紹介。

### 3. 業務内容

愛媛国際貿易センター（アイテムえひめ）、愛媛国際物流ターミナル（アイロット）の管理運営をはじめ、国際見本市等各種イベントの企画・実施、貿易に関する物流のサポートなどを行っている。

#### 1) アイテムえひめ（愛媛国際貿易センター）

アイテムえひめには、展示場、会議室、ビジネス・オフィス、レストラン、愛媛県物産観光センターおよび750台収容できる立体駐車場等の施設があり、面積4,500㎡の中四国最大級の大展示場が最大の呼び物となっている。ここにおいては、国際見本市・国際商談会のほか、「メイド・イン愛媛2009」「メッセ・まつやま2010」等の国内向けの催しものが開催されている。こうしたイベントを通じて、愛媛の貿易振興や、地域産業の国際化、活性化に貢献している。

#### 2) アイロット（愛媛国際物流ターミナル）

松山港の国際化を推進するため、コンテナ貨物やプラントの輸出入に対応した物流施設として整備された。このエリアは総合保税地域の指定を受けており、輸入貨物の仕分け、保管、展示、加工等の機能を持ち、物流の基盤施設となっている。また、コンテナヤードや、青果物等の輸入に際し必要なくん蒸施設もある。これらのサービスを提供するため、上屋、倉庫、冷凍冷蔵庫、事務所等の建物があり、延床面積46,450㎡となっている。

近年、松山港と海外を結ぶ定期貨物航路も順次充実してきており、釜山・台湾／マニラ・台湾／香港・上海および内航フィーダーサービス等、毎週9航路11便のコンテナ航路が就航している。

### 3) ビジネス・オフィスの提供

アイテムえひめの、2・3階にあるビジネス・オフィスゾーンは、ジェトロ愛媛貿易情報センター、ジェトロ・愛媛産業国際化センター、愛媛県産業貿易振興協会が入居している他、多数の国際取引に関係する企業団体が入居している。

### 4) 国際化支援機能について

同社は、松山港コンテナターミナルや、愛媛国際化支援の中核施設である愛媛国際貿易センター（アイテムえひめ）、愛媛国際物流ターミナル（アイロット）との連携強化を図りながら、県内企業の産業振興と国際化を積極的に推進している。2006年5月にはアイテムえひめ内に「ジェトロ・愛媛産業国際化センター」がオープンしたが、こ

のセンターの運営に当たっては、設立以来協力機関として参加しており、貿易・物流業務面の相談に応じている。今後はさらに地域商社機能や、金融面を含め、県内企業を総合的にサポートしながら、松山港や「アイテムえひめ」及び「アイロット」の利用促進を図り、松山港エリアが貿易の拠点として機能するよう努力したいとしている。

### 4. 経営理念（モットー）

私たちは「世界に開かれた産業  
交流の拠点づくり」を通じて  
愛媛の国際化に貢献します。

### 5. 平成22年スローガン

目指そう、売上アップ 努めよう、顧客満足



アイテムえひめ正面入口



アイロット倉庫棟正面

（インタビュー：柴尾義弘／愛媛県産業貿易振興協会）



## 株式会社リブドウコーポレーション



宇田 正  
代表取締役社長執行役員

本 社：四国中央市金田町半田乙45－2

設 立：昭和40年4月

事業内容：大人用紙おむつ、メディカルディスポーザブル用品、工業用清浄材の製造及び販売

代 表 者：代表取締役社長執行役員 宇田 正

資 本 金：773百万円

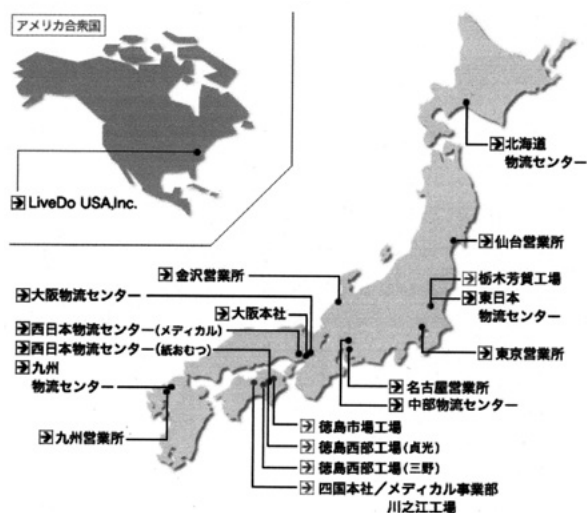
売 上 高：32,757百万円（2009年3月期）

従業員数：780名

### 1. 会社沿革

- ・昭和40年 トーヨー衛材株式会社設立
- ・昭和62年 徳島県三好郡三野町に徳島工場を新設・操業開始
- ・平成7年 世界で初の大人用はくパンツを発売
- ・平成9年 徳島貞光工場竣工
- ・平成12年 メディカル事業部新体制でスタート
- ・平成14年 株式会社リブドウコーポレーションへ商号変更
- ・平成15年 川之江工場をメディカル専用工場へ改装

### 事業所配置



- ・平成16年 徳島市場工場を新設
- ・平成16年 Live Do USA, Inc.を開設
- ・平成18年 栃木芳賀工場を開設

### 2. 業務内容

昭和40年4月会社設立以来、紙おむつ専門メーカー（旧トーヨー衛材株式会社）として事業活動を行ってきた。平成14年4月メディカルディスポーザブル事業の順調な拡大により、社名を(株)リブドウコーポレーションに変更。紙おむつ事業では「リフレ」ブランドを、メディカルディスポーザブル事業では「Livedo medical」を旗印に、生きる力を応援する企業として事業を展開している。売上高も毎年順調に伸びており、平成17年3月期比、平成21年3月期は27%増となっている。

### 3. 国際化の現状

大人用紙おむつ、メディカルディスポーザブル用品部材の原材料を輸入している他に、大人用紙おむつは欧米、アジア諸国に輸出している。欧米向け大人用紙おむつを製造・販売するため、平成16年アメリカ・ノースカロライナ州に現地法人Live Do USA, Inc.を設立した。Live Do USA, Inc.の概略は次の通り。

#### 1) 会社概要

本 社：Live Do USA, Inc. North Carolina

設 立：平成16年12月

事業内容：大人用紙おむつ製造及び販売

代 表 者：代表取締役社長 星川 正

資 本 金：US\$ 900

売 上 高：US\$ 33,600,000（邦貨約3,192百万円）

従業員数：60名（内日本人7名）

#### 2) 主要販売地域

米国内向け約40%、ヨーロッパ向け輸出60%。

#### 3) 会社運営方針

熟練技術者になるためには、7－8年を必要とするため、定着率の向上が必要となる。

この為、人事管理は、日本と同じ方法を採用して成功を納めている。

具体的には、次の通り。

(1) 従業員による清掃他の環境整備活動への参加  
国内では、本社・工場・営業所他全て従業員が清掃他の環境整備活動を行い、外部業者への委託はしていない。同じコンセプトで米国工場を運営し、現地人の忠誠心をつかみ定着率の向上、製品の高品質化管理に成功している。

(2) 挨拶の徹底

朝夕の挨拶他により、コミュニケーションの円滑化が図れている。

(3) 社内行事の開催

クリスマス会、家族会、ダンスパーティー、運動会等レクリエーションの開催ならびにカフェテリア等工場内厚生施設の充実

#### 4. 国際化戦略

アメリカ工場売上の60%がヨーロッパ向けであるところから、ヨーロッパでの製造も考えられるが、海外進出には、人・物・金等の経営資産が必要なことから、ステップ・バイ・ステップで検討していくと慎重なお話であった。ただ、この米国進出で培った工場運営、販売のノウハウは大変貴重なもので、世界各国において活用できる性質のものである。

#### 5. 経営理念（モットー）

「社 志」

価値創造

社会に役立つ高い価値の創造に貢献する

未来開拓

未来に目を向け市場を切り拓く

無限脱皮

若々しい組織として進化する



大人用紙おむつ



徳島西部工場（貞光）



Live Do USA, Inc.



メディカルディスポーザブル用品

（インタビュー：柴尾義弘／愛媛県産業貿易振興協会）

# 貿易投資

中国向け輸出における契約内容、リスク回避等の留意点



**Q.** 中国向け製造設備機械を設計製作し、  
商社経由で輸出することになりました。

**A.** 商社経由による中国向け製造設備機械の輸出取引では、商社が輸出契約、決済や船積など対外的な事項を、メーカーは設備機械の設計、生産、出荷、現地据付、検収、アフターサービスなど技術的な事項を担当し、商社とは別途国内での売買契約を締結する方式が一般的です。中国との契約に際しては、国情などの違いから予期せぬ問題が生じることがあります。事前に中国での工事業者の選定や労働事情などについて適格な情報を収集し、取引上のリスク回避に努めることが大切です。特に、わが国では、2009年8月1日より、国際物品売買契約に関する国連条約（ウィーン売買条約）が発効しています。契約条文の設定や準拠法には十分な比較検討が必要となります。なお、中国は同条約を1986年に批准しています。

1. 商社との国内決済は、双方が協議して自由に取り決めることができます。検収を契約どおり完了させるのはメーカーの責任ですから、契約に際しては、検収手続を明確にするとともに、検収完了後の支払部分をできるだけ少なくすることが肝要です。

2. 輸出手続と船積は商社と海貨業者で行います。メーカーとしても輸出する設備に含まれるすべての機器について、事前に戦略物資関連の輸出規制に該当しないことを確認しておく必要があります。安全保障貿易管理制度により、製造設備機械のみならず、提供する技術情報についても、リスト規制およびキャッチオール規制の対象になりますから、技術資料を揃えて経済産業省安全保障貿易管理課もしくは貿易審査課への相談をお勧めします。

注意を要するのは輸出梱包で、輸送のため解体して梱包する場合は部品すべての明細を本体と同様に梱包毎にパッキングリスト上に漏れなく記載し、各部品にはラベルをつけて中国側の貨物受取検査に支障のないようにする必要があります。これは受取検査でリストに記載のない

部品は不足分として再納入を要求される場合があります。

輸出梱包に木箱、木枠、木製パレット、当て木などを使用する場合、事前に熱処理または臭化メチル燻蒸処理による消毒を行い、消毒済みのIPPC（国際植物防疫条約）のシンボルマークを表示しなければなりません。

3. 現地据付、検収、サービスなどは、メーカーの電気・機械技術者を相当期間派遣し、据付、構造・仕組の説明、操作要領等を指導することになります。仕様書、取扱説明書、操作マニュアルなどは相手方の作業員に理解し易いよう記述し、誤解を生じないようにすることが円滑な検収につながります。

4. 検収では、現地作業員が操作して仕様書通りの性能が安定的に達成でき、完全な製品ができるように指導することが求められます。具体的な取扱い方法やトラブル発生時の処置の方法までよく指導する必要があります。不慣れによるトラブルも生じ易いため、性能の限界や指導の限界を契約書に明記してトラブルの回避を図る必要もあります。

5. アフターサービスは、故障による停止など緊急事態への対応と補修部品の供給などが主な内容になります。検収後の機械的なトラブルは現地技術者が処理することになります。電気的なトラブル、特に制御ソフトを含む電気制御システムについては現地の技術者では処理できない場合が多いため、その対応についても事前に取り決めておく必要があります。

出所：「貿易・投資相談Q&A」『ジェトロ海外情報ファイル』（<http://www.jetro.go.jp/world/qa/>）より転載

（堀元敏勝／愛媛県産業貿易振興協会）



# 海外ビジネス

## 香港駐在を振り返って

いよぎん地域経済研究センター業務部  
部長 石丸 重徳  
(前伊予銀行香港支店長)



北京天安門広場

### 1. はじめに

私が初めて中国の地を踏んでから早いもので、もう17年が過ぎました。1993年9月、全国銀行協会の斡旋で1年間中国語研修に派遣されることとなり、物々しい壮行会を開いていただき、全国の銀行から集まった10名余りと、天安門事件の暗い影がわずかに残る北京に降り立ったのが、昨日のことのようです。

当時の北京は、戦前を思わせるようなセピア色の町並みで、タイムスリップで昔に戻ったような感じでしたが、真青な青空とポプラ並木が美しく、悠久の大地を感じさせてくれたのを思い出します。人々も質素で、まだ多くの人が人民服を着ていました。国有企業が幅を利かせ、サービスなどという言葉は傍らに追いやられ、「同志、同志（友人）」と呼ばれていた時代でした。

その後、1998年から上海駐在員事務所勤務となり、ドッグイヤーで日々進化する上海で、貿易支援や中国進出のお手伝いをさせていただきました。当時上海は、ちょうど浦東開発区の開発が進んでおり、黄浦江を挟んで戦前と戦後が同居するようなエキゾチックな街でした。上海での4年余りは、変化に富んだ日々で、プライベートでも家族が一人増え、一番忘れられない時だったように思います。

そして2007年には、三度目の中国、国際金融都市の香港支店へ赴任することになりました。中国返還10周年を迎える香港は、うまく中国色を取り入れながら、繁栄を謳歌していました。香港は、北京や上海とはまた違い、英国の優雅さが残る洗練された国際都市でした。リーマンショックという試練はありましたが、マカオ、広東省と共に一国二制度の中で発展していく、特殊な中国の一面を見ることができました。

この十数年の中国の発展・成長は私の想像をはるかに上回るもので、同じ国とは思えないほど目覚ましいものがありました。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も幸せであつたと感謝いたしております。本当は、北京留学時代から、上海、香港と多くの忘れがたい体験をご紹介したいのですが、紙面にも限りがございますので、今回は今年の1月末まで駐在しておりました、香港の状況を少しご紹介させていただきます。

### 2. 繁栄する香港

#### (1) 香港返還10周年の歩み

香港は1997年7月1日に、英国の155年間にわたる植民地支配から独立し、一国二制度をスタートさせました。返還後は、アジア通貨危機、ITバブル崩壊、世界同時金融危機、豚インフルエンザの流行、特にSARSの流行により壊滅的な打撃を受けました。この苦境を打開するため、香港政府は中国政府に救済を求め、2003年、香港製品の無関税での本土への輸出や本土住民の香港観光旅行の規制緩和などの内容を盛り込んだ「より緊密な経済貿易関係に向けた協定（CEPA）」を締結し、中国本土の高度経済成長に牽引してもらう形で復興を遂げてきました。

現在の香港経済は、中国からの投資流入や中国人観光客の消費に支えられるなど、本土への依存傾向を強めており、香港にとって本土は政治的脅威から経済の救世主・香港発展のチャンスの源泉へと、返還後の数年の間にその位置づけを大きく変えることになりました。

#### (2) 国際金融都市香港

香港は、世界金融センターランキングで、ロンドン、ニューヨークに次いで世界第3位にランクされています。因みに、4位はシンガポール、中国本土では深圳が9位、香港を猛追している上海は11位、香港と競っていると思っていた東京は残念ながら5位と後れを取っています。

香港に来るまでは、金融都市としても近い将来上海に抜かれるであろうと思っていましたが、英国が

150年余りかけて築き上げた法制度や社会システム、人材の質は、ハードもソフトも世界標準であり、国際金融都市の地位が上海に取って代わられるには、まだ数十年の時間が必要ではないかと思われます。

昨年、中国政府は、香港を金融改革の実験場にすることを明言し、人民元による貿易決済から始まり、順次規制を緩和しています。人民元の自由化が香港市場からおこなわれていくことになれば、香港に拠点を置く金融機関は、金融面からの中国へのゲート・ウェイとして大きなメリットを享受できるでしょう。

既に香港在住の個人には1日2万元までの人民元の兌換が認められていますが、今後上限の撤廃や法人への規制緩和が急速に進む可能性があり、香港にさらなる繁栄をもたらすとともに、中国本土との同一化が進むものと思われます。



香港島コンベンションセンター周辺

### 3. 香港に根を下ろした日本食

香港に来て驚いたのは日本食ブーム。いや、もはやブームではなく香港人の生活に浸透していると言えるでしょう。SARSの流行や中国産食品問題が騒がれて以来、安全性が高く健康的な日本食が急速に広がったようです。

#### (1) 香港の日本食レストラン

現在、香港の飲食店の約10%弱の800~1,000店が日本食レストランだと言われています。もちろんお値段は日本より高い。私達日本人が「少し高いなあ」と二の足を踏むような高級日本食レストランや寿司屋も、香港人で一杯です。日本でも人気の大手外食チェーン店「和民」や、ここ数年1月の築地市場の初せりで、最高級本マグロを史上最高額で落札して

話題になった地場大手の回転寿司チェーン店「板前寿司」などは、日本人から見ると決して安くはありませんが、いつも長蛇の列でなかなか入れません。しかも利用しているのは若い男女や家族連れで、中国大陆のように社用族が会社の経費で食べているわけではありません。

#### (2) 日系スーパー・マーケット



もっと驚かされるのが日系スーパー・マーケットです。私が住んでいた地区には、日本の食材を中心に扱っている日系大手のスーパー、ジャスコとアピタ（日本のユニー）がありましたが、ここの混みようは尋常ではありません。地価が世界トップクラスの香港なので通路にゆとりがないこともあります。特に週末は足の踏み場もないくらい香港人でごった返し、ゆっくり商品を見て回れるような状況ではありません。みんな大きなカートを押し、日本産の野菜、果物、豆腐、卵、菓子、乳製品、果ては納豆や漬物まで大量に買い込んでいます。

もちろん日本の食材は安くありません。小さく貧弱なキャベツが300円以上、キュウリ1本100円以上、と日本の1.5倍から3倍はします。また、桃やデコボンは1個500円前後、香港でも有名ブランドとなったイチゴ「あまおう」は1パック1,000円以上もし、日本人は購入するにはかなりの勇気が必要ですが、多くの香港人は躊躇なく買い求めていきます。実際、このような高価な日本食品・食材を購入しているのは香港人で、日本人比率が一番高いと言われているアピタでさえ売上高に占める日本人の比率は5%にも満たないのです。

### (3) 香港人は日本好き

香港人は台湾人同様に日本好きで、年間40万人以上の香港人が、ショッピングや観光だけでなく、安く美味しくサービスの良い日本食を楽しむために日本を訪れています。お金持ちは、香港の高級日本食レストランを通して、日本の有名レストランを予約してもらって食べ歩き、庶民は雑誌やインターネットで有名店を調べて食べ歩いています。さすが食道楽の街と言われるだけあって、香港人は日本食も本物の味を知っているようです。

### 4. 香港のお手伝いさん

もう一つ香港で驚くことが、お手伝いさんの多さです。特に彼女らの休日である日曜日は、公園や、陽射しや風雨がしのげる高架の下、金融街セントラルの歩行者天国は彼女たちの溜まり場と変身し、異様な雰囲気となります。香港では、階級社会英国の影響か、女性が強く共働きが浸透しているせいか、阿媽（あま）と呼ばれるお手伝いさんを雇う家庭が非常に多くなっています。

香港でマンション広告の間取図を見ると、トイレ付きの小さな部屋のある物件が多いことに気が付きます。実はこの2畳ほどの部屋が、住み込みで働く阿媽さんの部屋なのです。休日の日曜日以外は朝から晩まで家事などの仕事をこなし、その狭い部屋で寝るわけです。現在香港には、フィリピン人やインドネシア人を中心に約25万人の阿媽さんがいると言われていますが、食・住が付いているとはいえ、最低賃金の3,580HKドル（約47千円）位の低給与で、家事だけではなく子供からお年寄りの世話まで、長時間働いています。

意外にもフィリピン人の阿媽さんは、大卒も多く、きれいな英語をしゃべるので、驚きです。我家も、白人の家庭教師は1時間400HKドル（約5.2千円）と高給なため何度もお願いすることができず、フィリピン人の阿媽さんを次女の英語の家庭教師として週末2時間ほど来てもらっていました。

いずれにせよ、故郷に残してきた家族のために厳しい労働環境の中で働いているにもかかわらず、週末に公園で踊ったり、明るく駄弁ったりしている阿媽さんのたくましさを見るたびに、少し勇気をもらったような気がしました。



香港の阿媽さんたちの休日風景

### 5. おわりに

90年代以降、中国も中国人も、拡大する経済の中で大きく変わり、どんどんグローバル・スタンダードに近づいてきたように感じます。その半面日本は、政治は混迷、景気は低迷、人口減少により経済が縮小する中、人々はコンプライアンス、内部統制等により内向き志向になり、矯正された室内ペット犬のように、外部環境の激変に対応できなくなっているような気がしています。

今後もグローバル化の波は治まることなく進行し、日本はますます製造業だけでなく、サービス業まで中国へ進出していくこととなるでしょう。日本の縮む経済を打開する鍵は、グローバル化の波の中で大きく揺れ動いてきた香港にあるのではないのでしょうか。販売不振は中国での販売、個人消費の落ち込みは中国人観光客の受け入れ、人口減少は中国や東南アジアからの阿媽さんの受け入れによって、女性の社会進出や出産・育児を助け、子供のグローバル化を促進できるのではないかと思います。今こそ中国人（香港人）やフィリピン人のように、くよくよせず変化を積極的に受け入れ、迅速に対応していくことが求められていると思います。

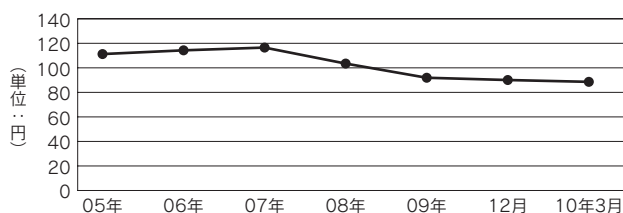
中国が大きく変貌する時代に中国を代表する大都市である北京、上海、香港で8年余り生活できたことは、私の人生を豊かにしてくれるとともに、忘れたくない宝物となりました。多くの恩を受けた中国と中国人に少しでも恩返しができるよう、これからも日中友好を心掛けていきたいと思っています。



## 主要通貨為替レート推移

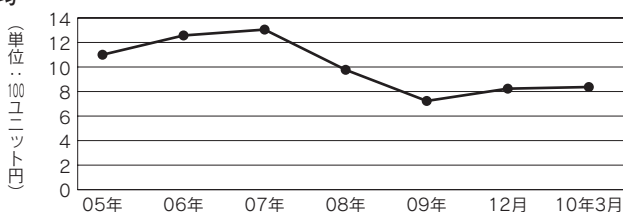
### ■円・ドル (TTS) 平均

05年	111.21
06年	117.38
07年	118.84
08年	104.45
09年	94.57
12月	93.10
2010年 3月	91.52



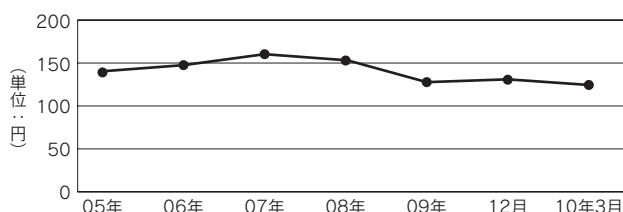
### ■円・100ウォン (TTS) 平均

05年	11.02
06年	12.45
07年	12.95
08年	9.85
09年	7.57
12月	8.09
2010年 3月	8.17



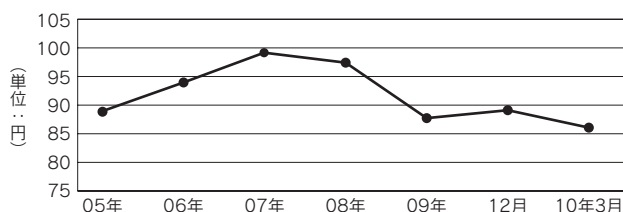
### ■円・ユーロ (TTS) 平均

05年	138.42
06年	147.64
07年	162.74
08年	153.94
09年	131.70
12月	133.50
2010年 3月	124.45



### ■円・SFr (TTS) 平均

05年	89.34
06年	93.80
07年	99.03
08年	96.83
09年	87.15
12月	89.57
2010年 3月	85.75



◎中国・人民元は、基準相場制を採用 6.8263米ドル (3月末現在)

## 編集後記

東アジアの時代と言われ始めて久しく、特に中国の発展は素晴らしく2010年のGDPは我国を凌駕し世界第2位となるものと予想されている。また、上海万博も5月1日から10月31日まで半年にわたり開催されるなど、目を見張るものがある。上海へは松山から直行便があることから、わずか1時間30分ほどで到着する。四国4県共同のアンテナショップが開設されたこともあり、従来の安価な労働力を考慮した工場進出に代わり、消費市場として中国を捉えた投資も盛んになっている。

先般、インドから真珠の「浜揚げ入札会」に参加したいが、お世話をしたいという依頼があった。インドの一人当たりのGDPは、日本の約30分の1の1,000米ドル程度であるが、人口11億人の中には、富裕層もあり今後日本の商品のマーケットとなり得るものとする。今回入札会参加は叶わなかったが、今冬の浜揚げシーズンには、参加するものと期待している。

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](mailto: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