

第1回 将来ビジョン検討会議 南保氏スピーチ概要

(地元企業の海外展開からみた東アジアとの関わり)

- ・福井県内企業の東アジア進出は、1968年、日華化学が台湾（台北市）へ進出したのが初めてで、界面活性剤の製造、販売を行った。
- ・県内企業の本格的な東アジア進出は、1985年のプラザ合意以降。特に、1990年代の超円高以降である。
- ・業種で見ると、80年代に地場産業である繊維メーカーが、染色二次加工分野を行う目的で進出し、その後、ニット、レース、縫製、細幅メーカーが、中国を中心に、子ども服、寝具、下着、スポーツウェア等の最終製品を手掛ける目的で進出した。
- ・眼鏡メーカーは、90年代に中国への進出が活発化。ローコスト労働力の確保が目的であったが、繊維メーカーとの大きな違いは、工程間分業での進出であった点で、日本で最終仕上げを行い、「メイド・イン・ジャパン」の付加価値を付けて、日本国内、世界市場へ販売していた。
- ・福井県の二大地場産業と並行して、化学メーカー、90年代以降には、金属部品メーカーやプラスチックメーカー等が東アジアへの進出を行った。
- ・福井商工会議所調べでは、2008年現在で200を超える企業が東アジアへ進出しているが、実際はこの1.3倍から1.5倍あると思われる。

(東アジア進出企業（中国進出企業）の現況)

- ・県内企業の中国進出の目的は、「ローコスト生産」から「販売目的」が多くなってきた。また、進出先の機能においても、「製造拠点」のみではなく、「製造及び販売拠点」が増えている。
- ・主な販売先については、「現地メーカー」、「現地の卸・小売業」も多く見られるが、「日系メーカー」が一番多くなっている。
- ・販売の成果については、予定通り進んでいる企業とそうでない企業の割合が半々であることが分かる。他の地域に比べて、東アジアの中心である中国とのビジネスはまだ難しいようである。

※福井県立大学地域経済研究所「県内企業の海外進出に関する現況調査2005」

(東アジアとの関わりを進化させる上での課題)

- ・国内市場の縮小、東アジアの発展、福井県の地理的環境を考えると、東アジアを国内マーケットの延長線上と考えるのは、当然であり、今後も東アジア進出を考える企業が増えていくと考えられる。
- ・その際、最近の東アジア情勢、特に中国の国内情勢を見ると二つの課題がある。一つは、中国進出の目的が「生産」から「販売」へ変化しているが、現地企業や消費市場への直接取引が未だうまく進んでおらず、この壁をどう乗り越えるか。二つめは、中国国内の外資優遇政策の撤廃や、労働者保護政策が進行しており、これまでの進出の主目的であった「ローコスト生産」、「労働力担保」のメリットが薄らいでいる。このような中で、中国に進出した拠点の位置づけをどう見直していくかである。

以上