

山 陰 の 輸 入 実 態

株式会社 山陰経済経営研究所
調査役 藤 川 誠

はじめに

急激な円高の進展、貿易黒字削減のための内需拡大などから輸入ビジネスが注目されている。円高を背景に、従来の原材料を輸入して製品を輸出するわが国の貿易構造に変化がみられ、海外生産拠点からの逆輸入や資材・部品の国内調達から海外調達への切り換えなど新たな輸入の動きが大企業を中心に展開され始めている。

こうしたなか、当研究所では山陰地域の輸入の実態はどうかアンケート調査とヒアリングを実施した。

(1) 調査要領

- (1) 対 象 山陰地域の貿易実績先、貿易関係見込先 320社
- (2) 方 法 郵送によるアンケート
- (3) 調査時期 平成6年5月下旬
- (4) 回 答 数 153社（回答率48%）

(2) ポイント

① 輸入相手国

山陰地域の企業の輸入相手国は、中国・韓国・台湾などアジア地域に集中しているが、近年、中国に対する関心が極めて高く、取引も急増している。

② 輸入品

輸入品の中では、水産物、木材が多い。現状では原材料の輸入が多いが、製品輸入は現地加工の増加により増加傾向にある。輸入品のメリットとして、低価格をあげる企業が断然多く、逆にデメリットとして、低品質、仕入の不安定、クレームの取り扱いをあげる企業が多い。

③ 販売市場

輸入品の販売市場を山陰市場、特定地域市場、全国市場と分けた場合、全国市場が多く、逆に山陰市場、特定地域市場は少ない。

④ 輸入決済

決済形態では、信用状決済の比率が高い。信用状を利用する最大の理由は、輸出業者、輸入業者とも金融をつけるためである。

⑤ 港湾

利用する港湾は、神戸港が最も多く、以下、下関港、大阪港の順である。地元港湾を利用する企業は、極めて少ない。地元港湾を利用しない最大の理由は、定期航路がないことである。

⑥ 輸入取引の課題

輸入取引の課題では、「販売市場」と「海外情報」の問題がトップ、以下、「社内の人材」「銀行の与信枠（信用状の枠、借入金の枠）」の順となっている。

⑦ 輸入取引の今後の見通し

今後の輸入取引の見通しとしては、「円高メリット」と「低価格」を理由に増加をあげる企業が多い。

⑧ 輸入取引の今後の計画

今後の輸入計画では、「製品輸入の増加」がトップ、以下、「資材・部品の海外調達」「開発輸入の実施」「海外生産拠点の設立」の順となっている。

⑨ 今後の展開

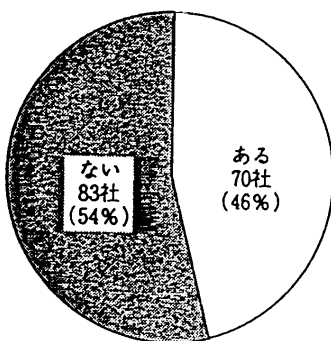
今回調査対象の山陰地域の企業は、商品の価格競争力をつけることに最も関心がある。しかし、価格競争力だけでなく商品競争力を高めることが産業構造の高度化に対応していくために必要である。そのためにも研究開発部門を充実して付加価値が高く、他社にまねできないものを商品開発していくことが今後望まれる。

1. 輸入取引の有無

(1) 輸入取引の有無

山陰地域の貿易実績先、貿易関係見込先320社を対象とした輸入取引の有無の回答結果は、第1図のとおり、有効回答153社のうち46%にあたる70社が「ある」と答えている。

第1図 輸入取引の有無（153社）



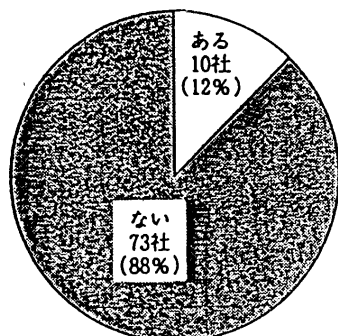
る。

昭和63年の当研究所の調査では、輸入取引のある企業は32社であり、山陰地域においても予想以上に輸入との関わり合いが進んでいるものとみられる。

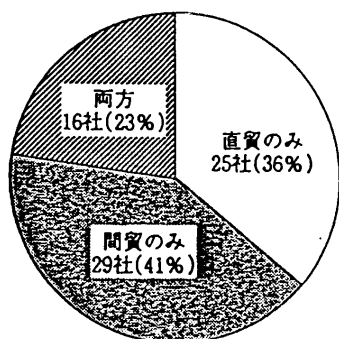
○今後の輸入計画 —10社が新たに計画中・うち7社が中国から—

輸入取引が「ない」と答えた企業83社のうち、今後、輸入を計画している企業は10社（第2図）。第1表では、この10社の計画を表示しているが、10社のうち7社が輸入相手国として中国を考えており、中国に対する関心の高さがうかがわれる。

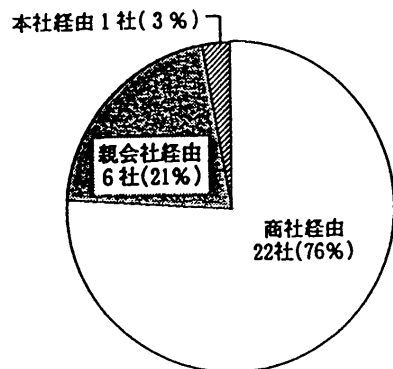
第2図 現在輸入取引がないと回答した企業83社の今後の輸入計画の有無



第3図 輸入形態（70社）



第4図 間貿易のみ行っている企業（29社）の内訳



「間貿易のみ行っている企業」29社のうち、「商社経由で行っている企業」が最も多く22社（76%）、「親会社経由で行っている企業」が6社（21%）、「本社経由で行っている企業」が1社（3%）である（第4図）。

商社を利用する主な目的としては、商社の情報網を利用すること、商社の金融機能に依存すること、煩雑な手続きが不要になること、商品の信頼性が高いこと、などが挙げ

第1表 今後輸入計画のある企業10社の具体的計画（複数回答）

① 実施時期	平成6年	2社
	平成7年	4社
	未定	4社
② 輸入相手国	中国	7社
	台湾、ロシア、米国、カナダ	各1社
③ 輸入品目	食品	4社
	電気部品・製品	3社
	機械部品	2社
	家具	1社

第2表 輸入取引のある企業70社の業種別内訳

業種名	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	合計
企業数	41社	16社	9社	2社	2社	70社
構成比	58%	23%	13%	3%	3%	100%

○業種別内訳 ー多い「製造業」ー

輸入取引が「ある」と答えた70社の業種別内訳は、「製造業」が最も多く41社（58%）、以下、「卸売業」16社（23%）、「小売業」9社（13%）、「サービス業」・「建設業」各2社（3%）の順である（第2表）。

(2) 輸入形態 ー直接貿易取引を行う企業が増加ー

輸入形態をみると、「直接貿易取引^(注1)のみ行っている企業」は、25社（36%）、「間接貿易取引^(注2)のみ行っている企業」は、29社（41%）、「直接貿易取引と間接貿易取引の両方行っている企業」は、16社（23%）である（第3図）。

（注1）直接外国企業と取引する貿易形態

（注2）商社などを経由して間接的に外国企業と取引する形態

「間接貿易取引のみ行っている企業」29社のうち、「商社

られている。しかし、商社を利用する場合には、通常、2%から3%の手数料が必要となる。

ジェットロ等の従来の調査では、山陰地域の企業は間買取引を行う企業が多く、直買取引を行う企業は少ないという結果になっている。

しかし、今回の調査では、サンプル数は少ないが直買取引を行う企業は41社と全体の社数からみると意外と多い。直買を始めることで円高メリットを最大限活かし、コストダウンを図る企業が増えてきているようである。

(3) 年間輸入金額 — 5億円未満の企業が81%、10億円以上に多い間買取引—

年間輸入金額を第5図掲載のように金額区分すると「1億円以上5億円未満の企業」が最も多く18社(26%)、以下「1千万円以上5千万円未満の企業」が15社(21%)、「5千万円以上1億円未満の企業」が13社(18%)、「1千万円未満の企業」が11社(16%)、

「5億円以上10億円未満の企業」「10億円以上50億円未満の企業」が各6社(9%)、「50億円以上の企業」が1社(1%)となっている。

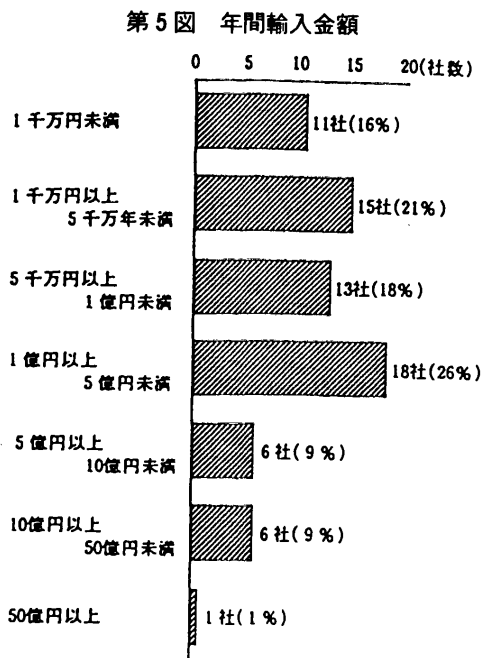
5億円未満の企業が57社あり、全体の81%を占める。

10億円以上の企業は、7社あるが間買取引が多いのが注目される(第3表)。

山陰地域の企業では、多額の輸入取引を独自で行うには、資金力、人材、情報が不足しているようであり、商社に依存することが多いようである。

2. 輸入取引の概要

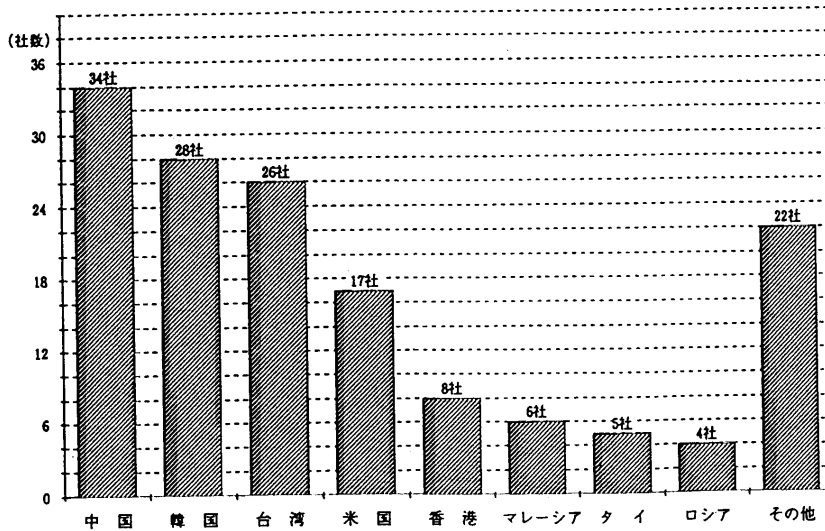
(1) 輸入相手国 — 多い「中国」「韓国」「台



第3表 年間輸入金額10億円以上7社の輸入形態

金額順位	金額(億円)	輸入形態	業種
1位	67	間買100%	製造業
2位	34	直買70%・間買30%	製造業
3位	25	間買100%	小売業
4位	20	間買100%	卸売業
5位	18	間買100%	製造業
6位	18	直買5%・間買95%	製造業
7位	10	直買25%・間買75%	製造業

第6図 輸入相手国（複数回答）



湾]、極めて高い「中国」への関心—

輸入相手国は「中国」34社、「韓国」28社、「台湾」26社とアジア地域に集中しており、次いで「米国」17社の順になっている（第6図・複数回答）。この4カ国で105社となり、全体の70%を占める。

昭和63年の当研究所でのアンケート調査では、「韓国」「台湾」の2カ国に集中していたことから、近年、「中国」との取引が活発になってきたことがわかる。

これは、「韓国」「台湾」では、賃金上昇が進み価格上のメリットが減ってきたため、価格の安い「中国」と新たに取引を始めた企業が急増したことによる。

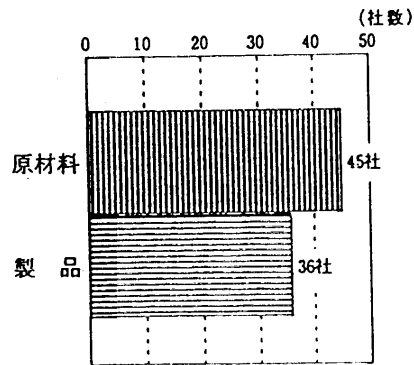
実際、ヒアリングしたところ、企業の「中国」に対する関心は極めて高く、取引の増加を望む先は多い。しかし、一方では、「中国」に対する過度の依存に警戒している企業があり、輸入相手国のシェアを、例えば、「韓国」50%、「中国」30%、「欧州」20%というように複数の国との取引のバランスを取ることで、カントリーリスクの分散を図っている先もある。

(2) 輸入品

— 「水産物」「木材」が多く、一方現地加工の製品輸入も増える—

輸入品を「原材料」と「製品」に分けると、「原材料」を輸入している企業は45社、「製

第7図 輸入品（原材料と製品に分類・複数回答）



(注) 両方輸入している企業もある。

品」を輸入している企業は36社ある（第7図・両方輸入している企業もある）。

このように現状では、原材料の輸入の方が製品輸入より多い。原材料の中では、「水産物」（16社）と「木材」（10社）が特に多く、製品の中では、「木材製品」（7社）と「機械部品」（5社）が多いが、原材料に比べ、品目の拡がりが見られる。

注目される動きとして、近年、原材料の輸入に替わって技術援助等による現地加工による製品輸入が増加してきていることが挙げられる。その目的は、海外の安い人件費の利用であり、業種では、「木材」「石材」など単純加工業種が特に多い。

この背景として、山陰地域の加工工場での人手不足をあげる企業が多いが、逆に山陰地域での雇用を重視し海外での加工生産を控えている企業もある。しかし、これらの加工工場では高齢化が進み、若い労働者が労働条件等から職につかなくなっている傾向から製品輸入への移行は着実に進んでいるようだ。

輸入品のメリット・デメリット

次に輸入品のメリット・デメリットとして挙げられていることについてみる。

—メリットは「低価格」「品揃えが可能」—

輸入品のメリットとしては、「低価格」をあげる企業が57社と断然多く、以下「品揃えが可能」16社、「高品質」5社となっている（第8図・複数回答）。

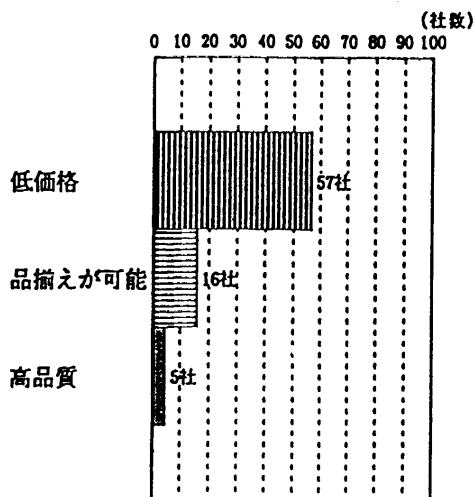
「低価格」とは、業種によって違うが、だいたい国内品に比べ半額から3分の2の価格のようである。山陰地域では、アジアからの輸入が多いが、ほとんど「低価格」を目的とした輸入となっている。

「品揃えが可能」を挙げる企業をみると、「水産物」「木材」「綿花」「和紙」など日本で入手できないもの、入手することが困難な業種の企業が多い。

「高品質」については、欧州製の「家具」「ガラス」などが挙げられている。

—デメリットは、「低品質」「仕入れの不安定」「クレームの取り扱い」—

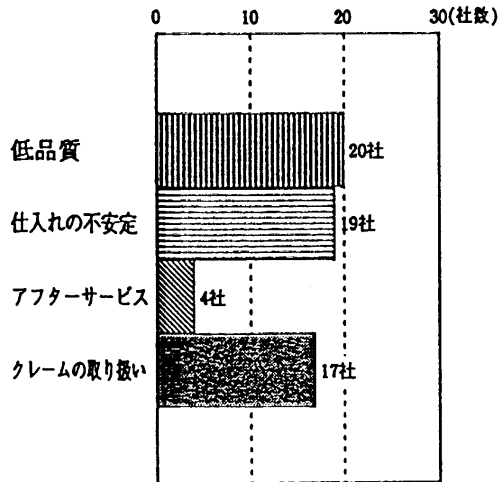
第8図 輸入品のメリット（複数回答）



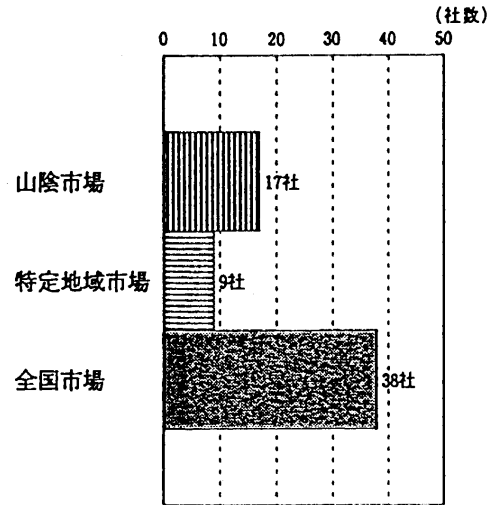
輸入品のデメリットとして、「低品質」をあげる企業が20社と最も多く、以下、「仕入れの不安定」19社、「クレームの取り扱い」17社、「アフターサービス」4社の順となっている（第9図・複数回答）。

「低品質」としては、品質の不安定、品質自体の水準の低さが挙げられる。例えば木材製品では、「品質が契約と変わることがあるので絶えずチェックが必要」、和紙製品では、「全体の品質水準が低いうえ、包装し直す手間がかかる」電気製品では、「国内で再度検査し、場合によっては、手直しの必要がある」などが挙げられている。

第9図 輸入品のデメリット（複数回答）



第10図 販売市場（複数回答）



「仕入れの不安定」としては、「船便が少ないので納期が遅れる」という船便数の問題と、「為替レートの不安定により価格設定が難しい」という為替変動リスクの問題が挙げられている。

「クレームの取り扱い」としては、ほとんど商品クレームである。

クレーム処理の対応として最終的には譲歩することを考えている企業が多い。これらの企業は、日頃からの信頼関係を大切にしていれば、次回以降に埋め合わせをしてくれることが多く、そのためにも寛容な対応が必要であるという。

このように山陰地域の企業では、長期的な信頼関係の構築を第一に考えている企業が多く、法律的な対応を重視している企業は少ないようである。

(3) 販売市場 — 「全国市場」が多く、「山陰市場」「特定地域市場」は少ない—

輸入品の販売市場を「山陰市場」「特定地域市場」「全国市場」に区分すると、「全国市場」が最も多く38社であり、「山陰市場」は17社、「特定地域市場」は9社である（第10図・複数回答）。

「特定地域市場」としては、「大阪」「兵庫」「関東」「静岡」「長野」「山口」「沖縄」等いろいろであり、偏りはない。

「全国市場」が多い理由として、「山陰市場」では市場規模が小さく、これ以上の販路の開拓が困難なことが挙げられている。

3. 輸入決済と港湾の利用状況

(1) 輸入決済 — 直買企業だけを対象—

① 主要決済通貨 — 「米ドル」「円」に集中、重要視されていない決済通貨の選択—
 主要決済通貨として、「米ドル」が最も多く32社、「円」が16社、「その他」が3社で

ある（第11図・複数回答）。「その他」は、「香港ドル」「ドイツマルク」「オランダギルダー」が各1社である。

決済通貨の選択は、「最初に契約した通貨を継続的に使用」、「海外の輸出業者から言われた通貨を使用」など消極的な対応をしている企業が多い。

「米ドル」を選択し、為替差益を稼ごうとする企業が一部にあるが、ほとんどの企業では、為替相場の見通しをたてた通貨戦略は行っていない。それほど決済通貨自体は重要視されていないようだ。

② 主要決済形態 一多い「信用状」決済、目的は金融をつけるため

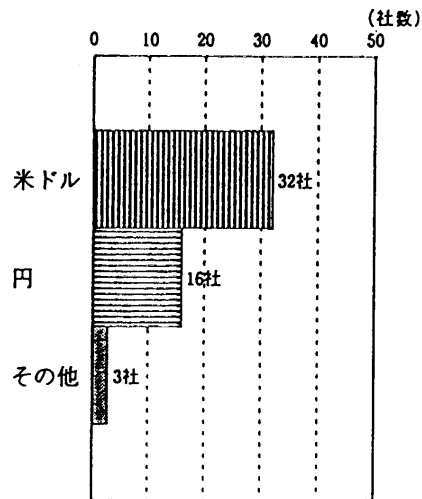
主要決済形態は、「信用状」が最も多く35社（71%）、「仕向送金」が14社（29%）、取立はない（第12図・複数回答）。

信用状とは、一定条件に合致した為替手形、船積書類に対し、輸入業者にかわって輸入地の銀行が支払いを約束する証書のことである。

次に「信用状を利用する理由」について尋ねたところ、「輸出業者から輸入業者に信用状を要求するため」が最も多く16社、「輸入業者から輸出業者に信用状を要求するため」が7社、「外為法の厳しい輸入相手国の事情により」が2社、「信用状が一般的だから」が1社である（第13図・複数回答）。

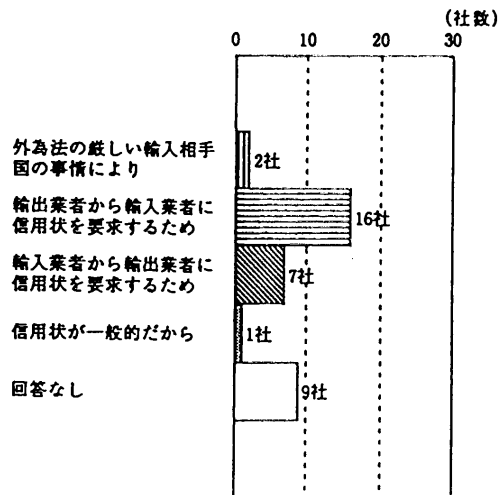
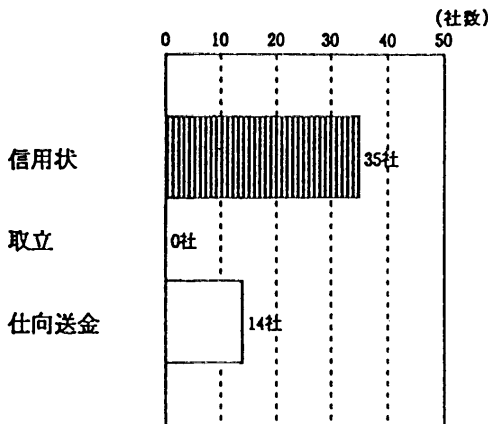
輸出業者が信用状を要求する目的は二つある。一つは、金融の目的であり、船積後、信用状条件に合致した為替手形、船積書類を取引銀行に呈示すれば、商品代金を回収することができる。もう

第11図 主要決済通貨（複数回答）



第13図 信用状を利用する理由（複数回答）

第12図 主要決済形態（複数回答）



一つは、信用補強の目的であり、輸入業者が倒産しても銀行が支払いの肩代わりをしてくれることである。

逆に、輸入業者から信用状を要求する目的は、輸入ユーザンスの利用である。ユーザンスとは、簡単に言えば銀行の外貨貸付であり、輸入業者が一定期間支払いを猶予してもらうことにより、商品の売却代金で決済する金融方式である。

外為法の厳しい輸入相手国とは、中国のことで、中国では、信用状を利用すれば輸出業者は輸出許可が取りやすく、輸入業者にとって商品の受領がその分早くなる。

このように輸出業者、輸入業者とも金融をつけることが信用状を利用する最大の目的である。

1992年の通商弘報によるとわが国の輸入決済における信用状の比率は20.1%、仕向送金の比率は49.7%、取立の比率は24.1%となっている。年々仕向送金の比率が高まり、逆に信用状の比率が低下してきているのが全国的な傾向である。

このようななかで、依然として信用状の比率が非常に高いこと、取立のない企業が多いことが山陰地域の企業の特徴である。

しかし、これは輸入の阻害要因となる問題を含んでいるといえる。信用状の開設は、取引銀行からみれば貸金と同様に与信取引に当たるからである。信用状の枠が不足するために信用状の開設ができない、すなわち、輸入したくても輸入できない企業は意外とあるようだ。

(2) 港湾の利用状況 —「神戸港」が多く、地元港が少ない—

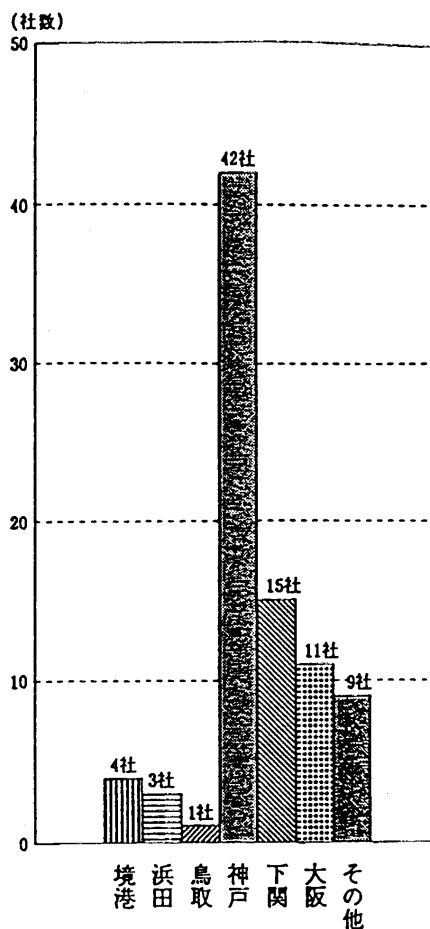
利用する港湾は、「神戸港」が最も多く42社で、「下関港」15社、「大阪港」11社。地元港湾は少なく、「境港」4社、「浜田港」3社、「鳥取港」1社である（第14図・複数回答）。

—地元港湾を利用しないのは、定期航路がないため—

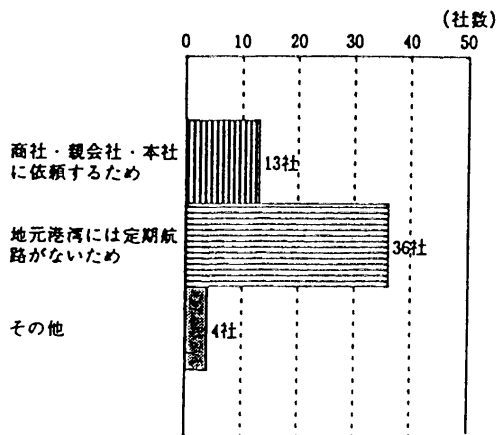
地元港湾を利用しない理由は、「地元港湾には定期航路がないため」が最も多く36社、「商社・親会社・本社に依頼するため」が13社、「その他」が4社となっている（第15図）。

地元港湾で定期航路があるのは、「境港」だけである。しかし、香港・台湾との20日に

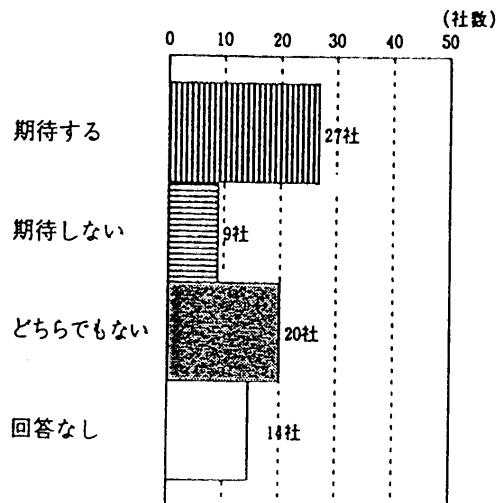
第14図 利用する港湾名（複数回答）



第15図 地元港湾（境港・浜田港・鳥取港）
を利用しない理由



第16図 境港を中心とした FAZ（輸入促進地域）構想について



一回の便だけであり、しかも志布志（鹿児島県）、苫小牧（北海道）経由であり航海日数がかかる。

また、現状では、「境港」では冷凍品の輸入に対応できない。これは、冷凍コンテナを迎える船がないのとそれを受け入れる港湾施設がないためである。水産物の輸入の多い山陰地域においては弱みである。

このように、香港、台湾と毎日直行便がある「神戸港」とは相当格差がある。

中国、韓国と定期航路のある地元港湾はない。中国は「神戸港」が、韓国は「下関港」が利用されることが多い。

商社・親会社・本社に依頼する場合は、一括で大量輸入するため依頼先に近い都会での港湾を利用する。特に商社に依頼する場合、運賃は日本に着くまで商社が負担するのが一般的であり、商社に近い港湾を利用する。

その地として、「港湾設備が不十分」「税関が鳥取市にない」「効率的な物流を図るため」「長年の通関業者との関係上」等が挙げられている。

— 境港 FAZ 構想について —

境港を中心とした FAZ（輸入促進地域構想）とは、境港の竹内工業団地をコアゾーンとして、第三セクターで共同倉庫、共同配送施設、オフィスビルなどを建設することにより対岸諸国にポートセールスを展開する構想である。山陰地域では、環日本海交流の目玉として期待されている。

この構想については、輸入取引が「ある」と答えた企業70社では「期待する」が最も多く27社、「どちらでもない」が20社、「期待しない」が9社である（第16図）。

「期待する」理由として、「定期航路の開設」「安い輸送費の実現」「納期の短縮」「地域の活性化」などが挙げられている。

一方、「期待しない」理由として、「コンテナ船の定期航路ができるとは思えない」「船便数が少ないと予想」「販売市場から離れている」「浜田港、鳥取港が近い」「港湾設備が不備」などが挙げられている。

「どちらでもない」理由としては、「内容を理解していない」「間質取引のため関係ない」などが挙げられている。

地元新聞の記事によく出る割りに、FAZ に対して余り関心のない企業（どちらでもないを選択した20社と回答なしの14社）が全体の49%ある。

4. 輸入取引の課題と今後の展開

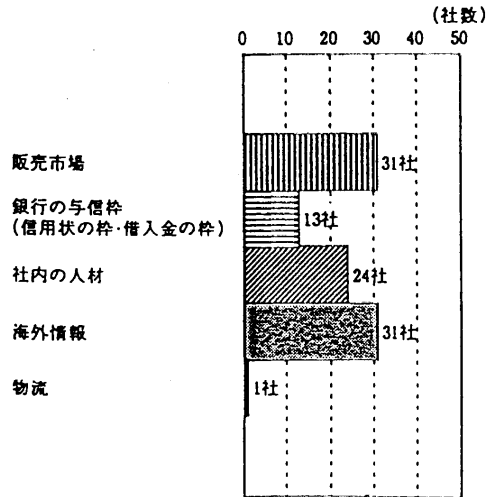
(1) 輸入取引の課題 — 「販売市場」「海外情報」が最も多い—

輸入取引の課題としては、「販売市場」と「海外情報」の問題が最も多く31社、「社内の人材」が24社、「銀行の与信枠」が13社、「物流」が1社となっている（第17図・複数回答）。

「販売市場」では、「販路の開拓が困難」「山陰市場が小さい」、「海外情報」では、「商売に直結した情報が入手できない」「情報の入手方法を知らない」、「社内の人材」では、「商品知識（技術知識）と語学のできるセールスマンが欲しい」「輸入実務のできる人材がない」「自社に有利な交渉を行うため、中国語のできる人材が欲しい」、「銀行の与信枠」では、「信用状と借入金の枠が不足」、「物流」では、「効率的な出荷ができない」が挙げられている。

このような課題に対して、山陰地域の企業はどのような対応をしているだろうか。一部企業にヒアリングした結果をまとめたのが第4表である。

第17図 輸入取引の課題（複数回答）



第4表 輸入取引の課題に対する対応例

課題	対応例
販売市場	ロコミによる販売、通信販売、販売員の増加
海外情報	トップ自らの現地訪問
	同業者との交流、商社・ジェトロの活用
社内の人材	中途採用・社外人材の活用（通関業者等）
	中国人留学生の採用（中国語通訳）
銀行の与信枠	間質取引に変更

(2) 輸入取引の今後の見直し — 「増加」をあげる企業が多く、「円高メリット」「低価格」がその理由—

今後の輸入取引については「増加」と答えた企業が最も多く41社、「現状維持」が21社、「減少」が3社である（第18図）。

「増加」の理由として、「円高メリット」が最も多く8社、「低価格」が7社、「販路の拡大」が4社、「加工部門への進出」「現地に合弁会社設立」「海外工場からの仕入の増加」「市場の拡大」「販売額の増加」が各1社となっている。

「現状維持」の理由としては、「市場の成熟化」「不景気」「受注先の制約」「情報不足と人材不足」「販路拡大による煩雑さを考えて」が各1社となっている。

「減少」の理由としては、「輸入品価格の上昇」「販売市場が小さい」が各1社となっている。

やはり、「円高メリット」「低価格」を理由に輸入品の増加を目指す企業が多いようである。

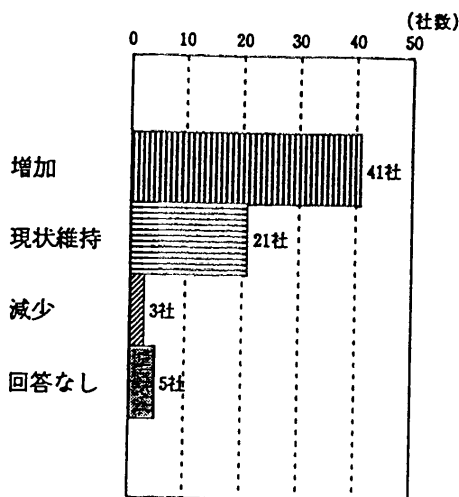
(3) 輸入取引の今後の計画 — 「製品輸入の増加」が最も多い—

今後の輸入計画については、「製品輸入の増加」が最も多く36社、「資材・部品の海外調達」が27社、「開発輸入の実施」が22社、「海外生産拠点の設立」が20社となっている（第19図・複数回答）。

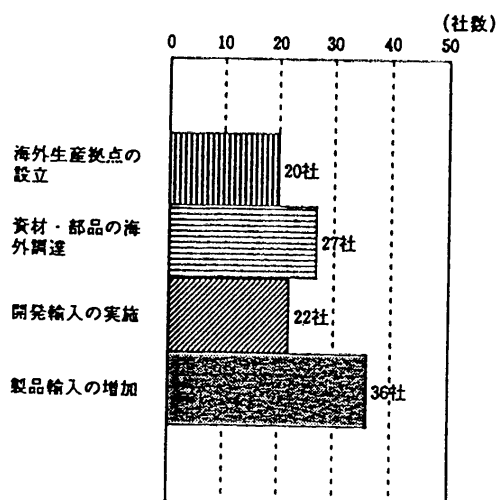
製品輸入が最も多い理由としては、円高メリットの享受と一次産品の現地加工の増加が挙げられる。

一方、資材、部品についても円高により国内調達から海外調達への移行を計画する企業は多く、実際、山陰地域の企業ですでに資材、部品調達検討委員会を社内に設置して

第18図 輸入取引の今後の見直し



第19図 輸入取引の今後の計画（複数回答）



第5表 「海外生産拠点設立」20社の計画内容

計画内容	社数	投資国・輸入相手国
直接投資	4社	中国2社、ベトナム1社、米国1社
現地加工	7社	中国6社、フィリピン1社
生産増加	2社	中国1社、香港・マレーシア1社
未定	7社	

るところが多い。

最後に、今、最も注目されている海外直接投資について、「海外生産拠点の設立」をあげた20社にヒアリングした結果を第5表にまとめてみた。この結果を中心に山陰地域の企業の海外展開についてふれてみたい。

合弁企業等の直接投資を計画している企業は少なく4社であり、技術援助等による現地加工を計画している企業は7社、すでに合弁工場などの生産拠点をもち、今後海外生産の増加（逆輸入）を計画している企業は2社、計画未定の企業は7社である（第5表）。

出資の伴う直接投資よりもリスクの少ない技術援助等による現地加工を選ぶ企業の方が多いようだ。その背景として、山陰地域の企業の資金力と人材の層に余裕がないこと、及び技術援助等を通じ、相手先が将来合弁等のパートナーとして適当な相手かどうか検討できることが挙げられる。

直接投資する場合は単独の形ではなく、台湾・香港等の海外のパートナー主導による共同出資が多い。総合商社主導あるいは同業者による共同出資もみられる。

投資国は、近年の中国投資ブームを反映して、やはり中国が多い。また、最近注目されているベトナムに投資する企業も1社みられる。中国以上に安い人件費と外国資本100%法人の事業形態が取りやすいことがベトナム投資の魅力といわれている。

また、ヒアリングの中で、直接投資をすでに実施している企業経営者より次の2点のアドバイスがあった。

一つはリスクが大きいので、トップが自ら現地に出向いてトップダウンの意思決定を行うこと。もう一つは、現地工場で儲けたものは現地工場に再投資すること。よくセミナーで3年目で利益が出て、その利益を本国に送金する内容のものがあるが、これでは現地人のモラルは上がらずうまくいかないという。

以上みてきたように山陰地方の企業は直接投資には慎重であるが、今後緩やかには増えるように思われる。

おわりに

アンケート調査、ヒアリングを通じ、話題の中心は商品をいかに安くするかであり、山陰地域の企業は価格競争力をつけることに最も関心があることを実感した。しかし、価格競争力だけでなく商品競争力を高めることが産業構造の高度化に対応していくために

いるところもある。

また、日本人のニーズに合ったものの開発輸入（輸入業者自らが商品を企画、技術指導等を通じて輸入すること）を計画する企業も多い。特に一次産品をアジアから輸入する企業に開発輸入を計画す

必要である。そのためにも研究開発部門を充実し、付加価値の高いもの、他社にまねできないものを商品開発していくことが今後望まれる。