

《参考資料⑤》海外インタビュー調査対象企業一覧(中国・上海)

No.	対象企業	本社所在地	本社業種	現法所在地	設立時期	進出目的1	進出目的2	進出のきっかけ	現法の機能	進出形態	出資比率	原材料の現地調達比率	販売先		本社従業員数	現法従業員数	現地日本人数	その他の進出先	
													中国国内	輸出				中国国内	その他
1	A社	静岡県	木材・木製品卸売業	上海市	98年	コスト削減	労働力確保	経営者の人脈をもとにした自発的進出	生産、部材調達、企画・設計・研究開発	新規の単独	100%	95%	—	100%(日本)	14	160	0	—	インドネシア
2	B社	新潟県	縫製加工業	上海市松江県	94年	コスト削減	—	商社からの要請	生産	新規の合併	50.5%	100%	15%	85%(日本)	155	140	1	—	—
3	C社	東京都	ソフトウェア・システムの設計・開発	上海市	89年	コスト削減	—	取引先の株式買収	生産、販売、企画・設計・研究開発	既存企業の買収(合併)	50%	—	—	100%(日本)	40	60	0	—	—
4	D社	福井県	その他製品製造業	上海市嘉定区	89年	コスト削減	海外市場の開拓・拡大	県知事の人脈をもとにした自発的進出	生産、販売、企画・設計	新規の合併	50%	N.A.	35%	65%(日本)	111	940	5	—	—
5	E社	東京都	電子部品製造業	上海市嘉定区	97年	コスト削減	—	取引先の進出に追随	生産	新規の合併	60%	0%	30%	70%(日本)	208	200	6	香港 東莞市	タイ
6	F社	大阪府	一般機械器具製造業	無錫市	99年	国内取引関係の維持強化	コスト削減	取引先メーカーの要請	生産	新規の単独	100%	N.A.	N.A.	日本	104	7	1	—	—
7	G社	大阪府	刺繍加工業	江蘇省太倉市	93年	現地日系企業への販売	—	取引先の進出に追随	生産、販売、企画・設計	新規の合併(現在は単独)	60%(現在は100%)	0%	N.A.	日本	26	100	1	香港 深圳市	米国
8	H社	大阪府	精密部品製造業	上海市	95年	国内取引関係の維持強化	コスト削減	取引先メーカーの要請	生産	新規の単独	100%	0%	100%	—	39	147	1	香港 深圳市	—
9	I社	東京都	広告宣伝用品製造業	上海市	96年	海外市場の開拓・拡大	—	市場の将来性に注目した自発的進出	生産、販売	新規の単独	100%	N.A.	N.A.	日本	80	23	2	—	—

《参考資料⑥》海外インタビュー調査対象企業一覧(東南アジア)

No.	対象企業	業種	国	概要
1	J社	精密プレス加工・精密プレス金型	シンガポール	在名古屋シンガポール領事の進出要請があり最初は小さな会社で開始
2	K社	精密プレス加工	シンガポール	営業拡大の足がかりに営業拠点をシンガポールに設立
3	L社	自動車、家電部品製造業	マレーシア	取引先企業のマレーシア進出にともなう要請
4	M社	製造業	マレーシア	1985年後の急激な円高、取引先工場の海外移転に伴う進出
5	N社	金型製造業	タイ	大手取引先からの要請があり受注を確保の上、少リスクで海外進出
6	O社	自動車部品、工業用特殊締結金具製造・販売業	タイ	3Kと呼ばれる職種から日本国内の下請け工場維持に不安を持ちタイに進出
7	P社	電子・電機製造業	タイ	事業拡大のため、本社の意向の外で海外に進出
8	Q社	プラスチック加工成形業、他	ベトナム	安価な生産体制を確立するため進出し、ベトナム人スタッフに恵まれ順調なマネジメント
9	R社	縫製加工業	ベトナム	円高で国内生産に限界を感じて進出
10	S社	部品製造業	ベトナム	コストダウンによる競争力強化のため、生産拠点を海外に求める
11	T社	その他製品製造業	ベトナム	大手に対抗し、コスト削減要請にこたえるために進出
12	U社	空調設備工事業、他	ベトナム	人材受入や海外視察で培った人脈を活かして海外で営業開始
13	V社	ガラス製品製造業	ベトナム	生産能力を海外に求めてベトナムに進出