

2017年9月11日

2017年 海外ビジネス展開に関するアンケート調査
結果報告書

久留米商工会議所 海外進出支援委員会

実施時期:2017年6月19日(月)~7月14日(金)

実施対象:当所議員・部会運営委員事業所300社(金融保険部会は除く)

回答数:83社(2014年の前回実施時の回答数は70社)

実施方法:発送・・・郵送、回答・・・FAX

回答企業の内訳 (回答企業数 83社)

	企業数	構成比
全体	83	100.0%
製造業	17	20.5%
飲食料品	6	7.2%
医療品・化粧品	1	1.2%
石油・石灰製品／プラスチック製品／ゴム製品	3	3.6%
窯業・土木	2	2.4%
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	1	1.2%
一般機械	1	1.2%
電気機械	1	1.2%
その他の製造業	2	2.4%
非製造業	66	79.5%
商社・卸売	18	21.7%
小売	12	14.5%
建設	15	18.1%
運輸	3	3.6%
通信・情報・ソフトウェア	3	3.6%
専門サービス	2	2.4%
その他の非製造業	13	15.7%

【設問内容】

問1. 海外ビジネス展開の現状と今後の予定について

問2. 「既に取り組んでいる」「今後取組みたい」事業所の取組み先、取組み内容、海外展開の目的について

問3. 「既に取り組んでいる」事業所の問題・課題、効果、新たに展開の予定先について

問4. 「今後取組みたい」中での問題・課題について

問5. 海外ビジネス展開に必要な情報、今後実施してほしい事業について

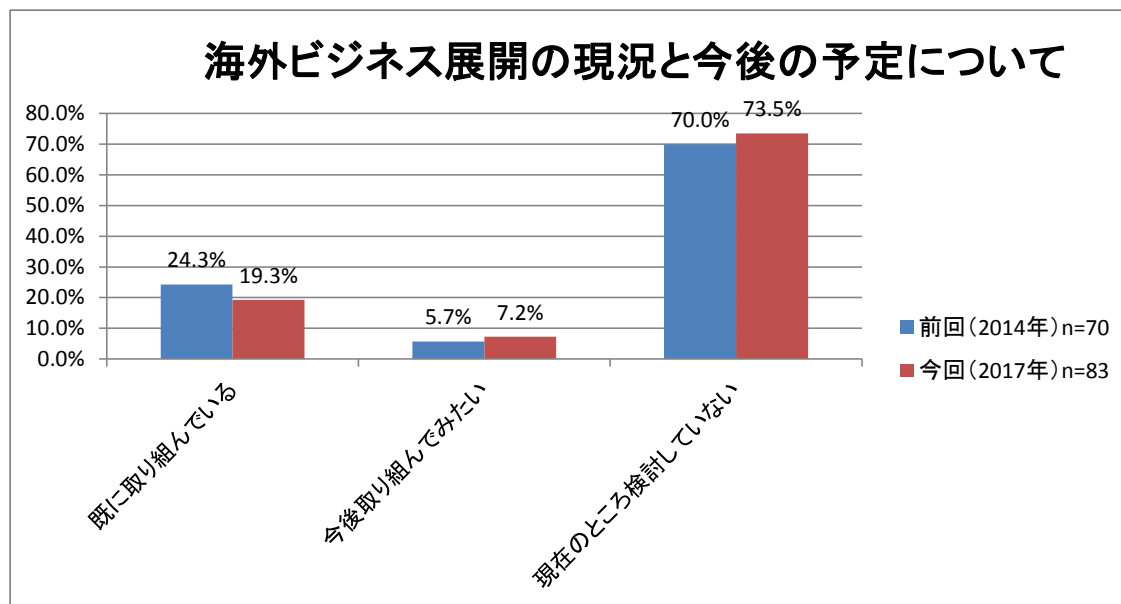
問6. 「現在のところ検討していない」理由について

問7. 海外ビジネス展開を行う上での要望・意見について

問1 海外ビジネス展開の現状と今後の予定について

『依然として検討していない企業が多く占めたが、今後取り組んでみたい企業は微増』

「既に取り組んでいる」と回答があったのは16社(19.3%)で、前回(24.3%)から減少した。「今後取り組んでみたい」と回答したのは6社(7.2%)で、前回(5.7%)からは増加した。また、「現在のところ検討していない」と回答したのは61社(73.5%)で、前回(70.0%)から増加した。

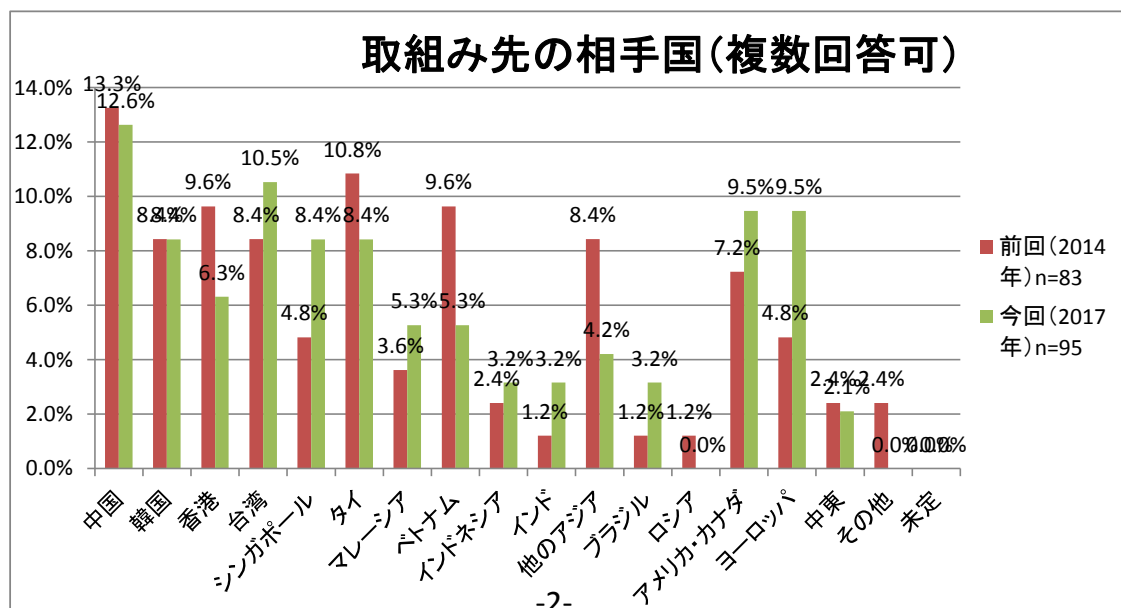


問2 「既に取り組んでいる」「今後取り組んでみたい」事業所の取り組み先、取り組み内容について

『取組み先は中国が引き続き第1位。他、東南アジアが順位を落とし、欧米が増加』

「既に取り組んでいる」「今後取り組んでみたい」事業所の取り組み先の相手国として、第1位は「中国」が12社(12.6% 前回は13.3%で第1位)、第2位は「台湾」が10社(10.5% 前回は8.4%で第5位)、第3位は「アメリカ・カナダ」が9社(9.5% 前回は7.2%で第8位)、同じく同数の第3位で「ヨーロッパ」(9.5% 前回は4.8%で第9位)となった。

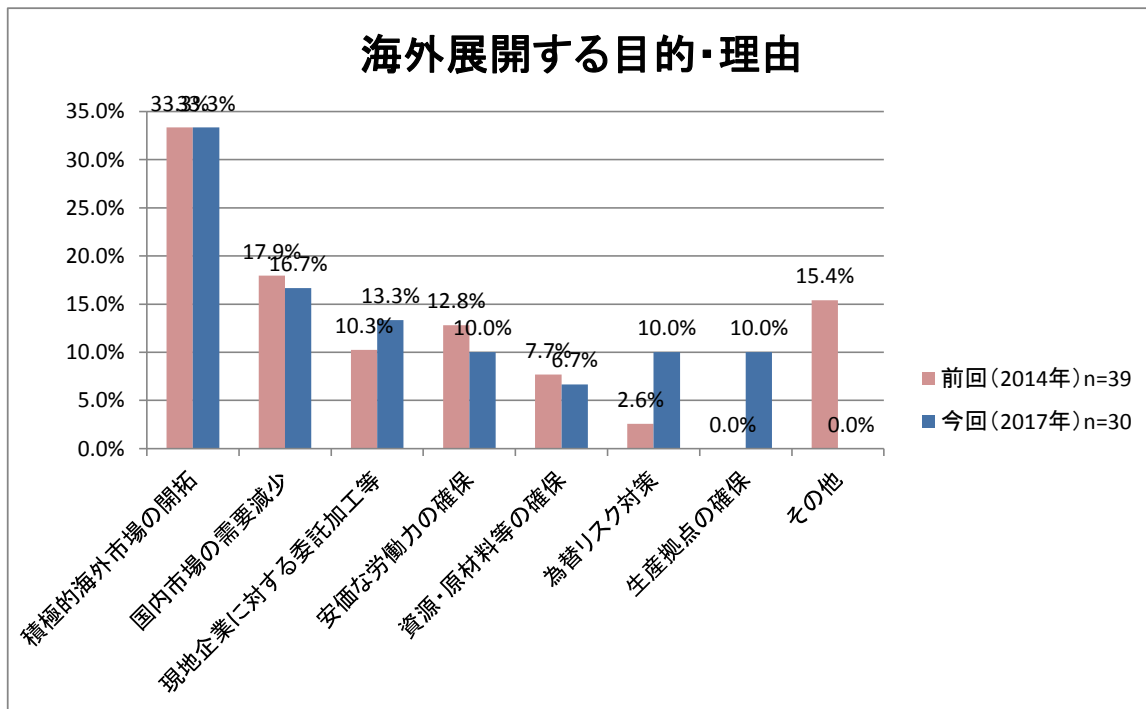
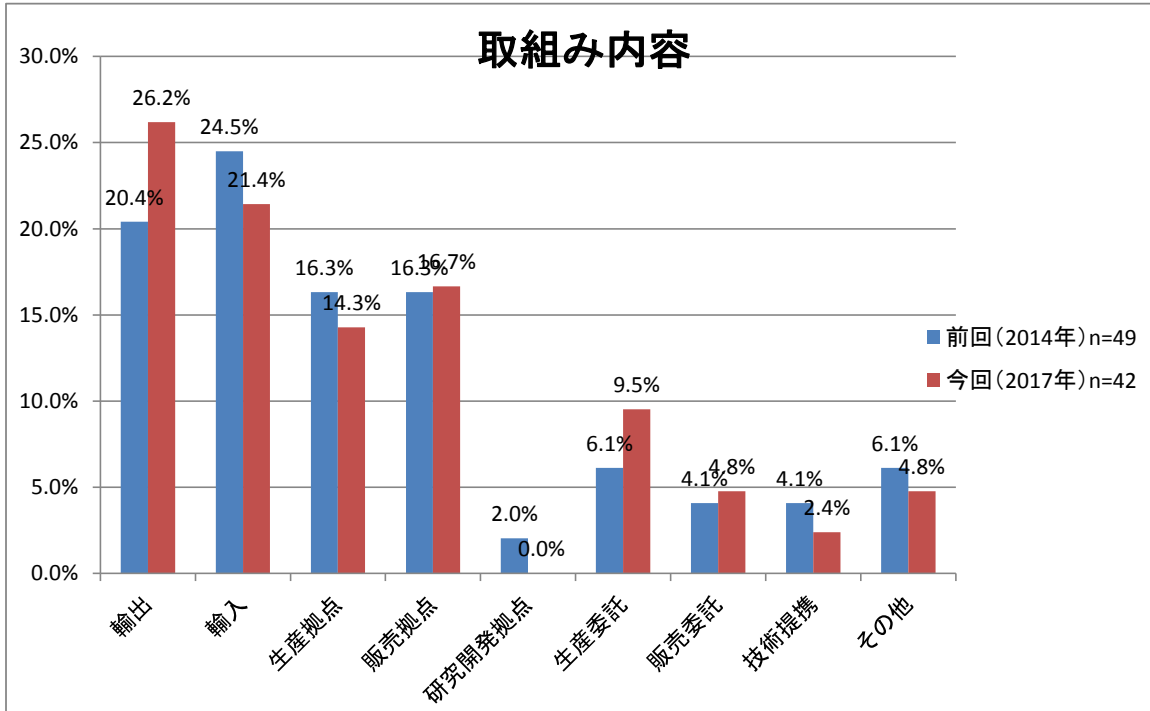
前回の調査で第2位であった「タイ」は今回第5位(8社8.4%)に、第3位だった「ベトナム」は今回第8位(5社5.3%)と順位を落とし、代わって欧米の順位が上がったのが特徴的であった。



『積極的な海外市場の開拓や国内市場の需要減少の為、輸出が増加』

取組み内容については、第1位は「輸出」が11社(26.2% 前回は20.4%で第2位)、第2位は「輸入」が9社(21.4% 前回は24.5%で第1位)、第3位は「販売拠点」7社(16.7% 前回は16.3%で第3位)という順であった。

海外展開する目的・理由については、第1位が「積極的な海外市場の開拓」で10社(33.3% 前回は33.3%で第1位)、第2位が「国内市場の需要減少」で5社(16.7% 前回は17.9%で第2位)、第3位は「現地企業に対する委託加工等」で4社(13.3% 前回は10.3%で第4位)となり、前回の調査とほぼ同じ結果がみられた。

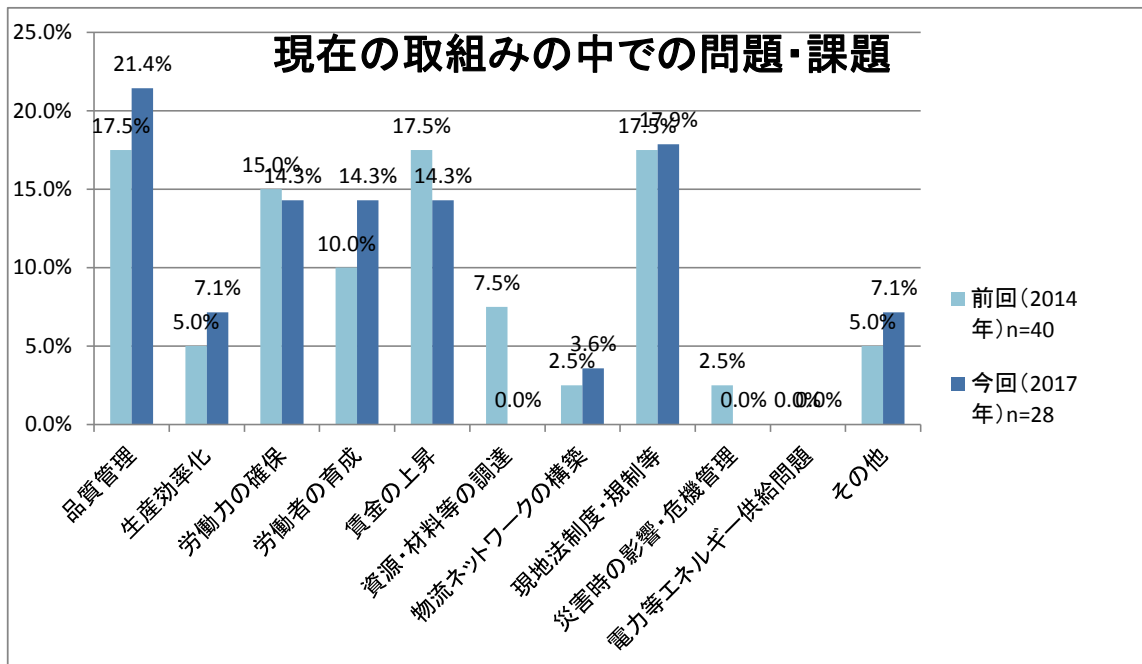


問3（既に取り組んでいる企業への質問）

①現在の取り組みでの問題・課題は何か

『品質管理、現地の法制度・規制などの課題が引き続き多く寄せられる』

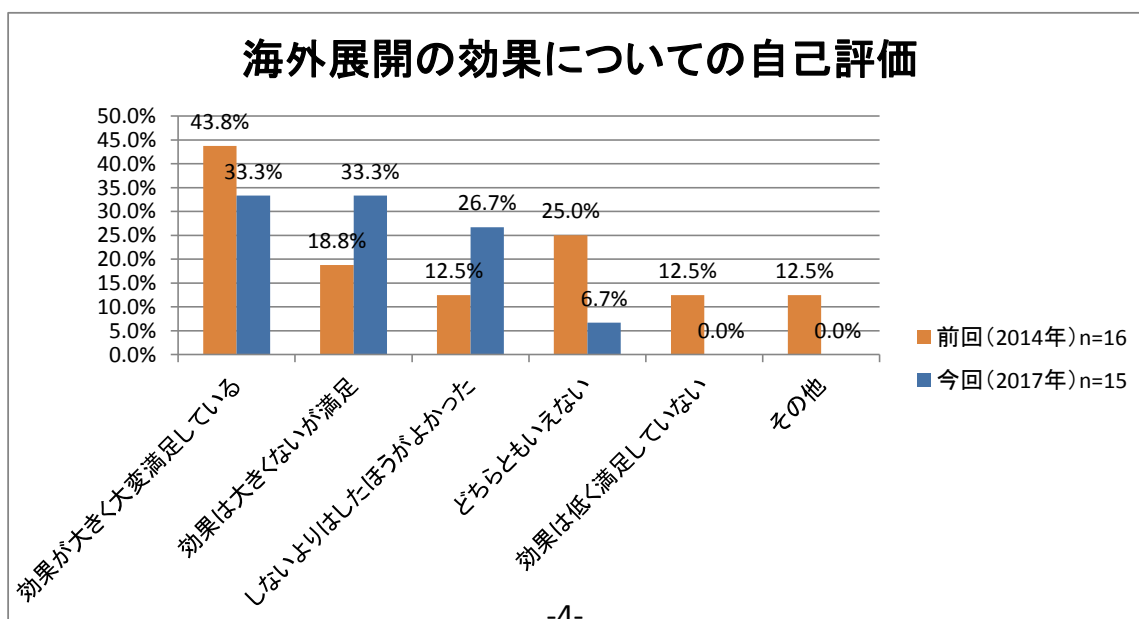
既に取り組んでいる企業が感じている問題・課題は、第1位は「品質管理」で6社(21.4% 前回は17.5%で第1位)、第2位は「現地法制度・規制等」で5社(17.9% 前回は17.5%で同数第1位)、第3位は「労働力の確保」で4社(14.3% 前回は15.0%で第4位)、同じく同数の第3位は「労働者の育成」(14.3% 前回は10.0%で第5位)、同じく同数の第3位は「賃金の上昇」(14.3% 前回は17.5%で同数第1位)という結果となった。



②海外展開の効果の自己評価

『既に取り組んでいる企業の海外展開の効果については7割弱の企業が満足』

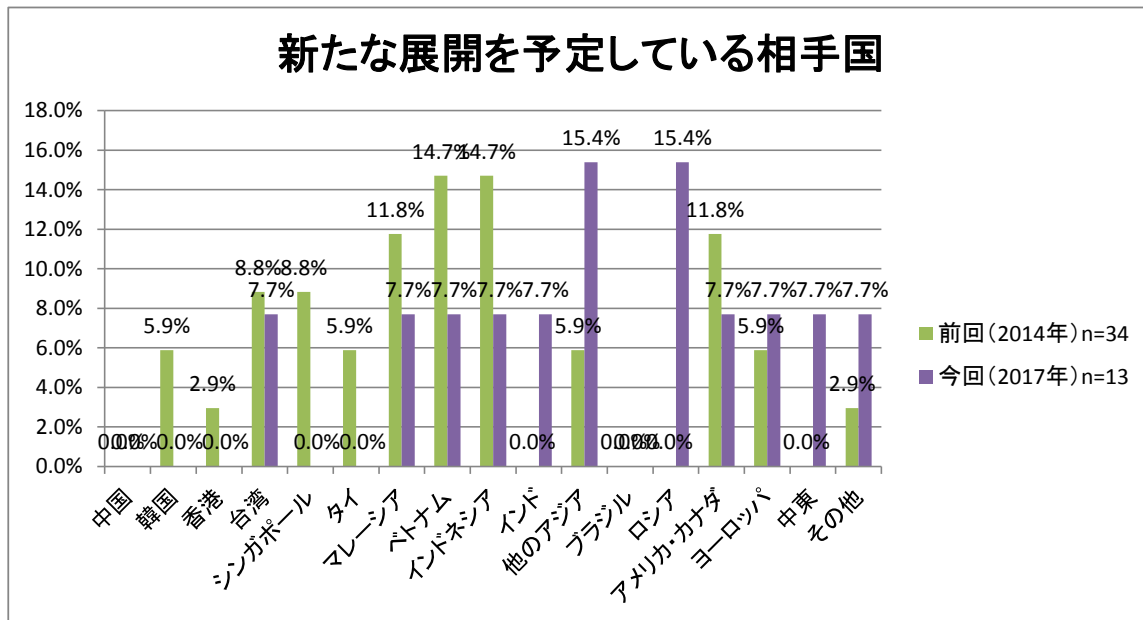
「効果が大きく大変満足」と「効果は大きくないが満足」で10社(66.6% 前回は62.6%)の回答があり、前回の調査同様、効果の自社評価は満足している企業が多数を占める結果となった。



③新たな展開を予定・検討している相手国

『今後、新たな展開を検討する相手国は前回調査に比べて東南アジアが減少』

今後、新たに展開を予定・検討している相手国の第1位は「ロシア」で2社(15.4% 前回は回答者無し)であった。前回の調査で第1位だった「ベトナム」と「インドネシア」(14.7%)は今回の調査ではそれぞれ1社(7.7%)と順位を下げる結果となった。

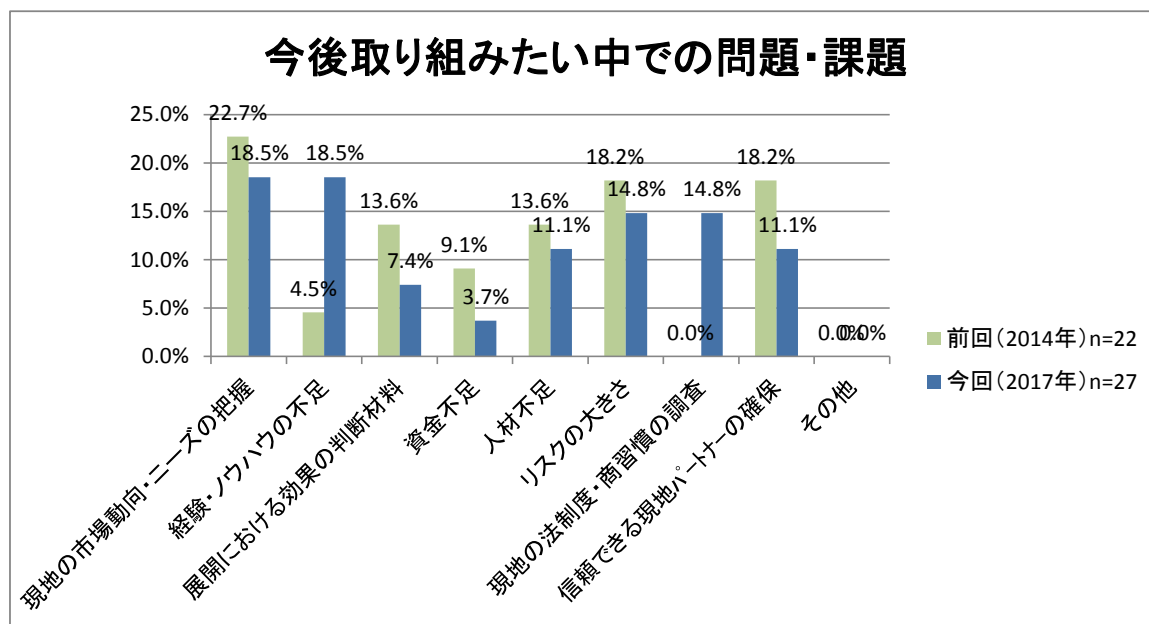


問4 (今後取り組んでみたいと考える企業への質問)

①今後取り組んでみたい中での問題・課題はあるか

『市場動向・ニーズの把握が引き続き最多。経験やノウハウの不足の問題が増加』

今後、海外ビジネス展開に取り組んでみたいと考える企業が抱える問題・課題の第1位は「現地の市場動向・ニーズの把握」で5社(18.5% 前回は22.7%で第1位)、同じく同数の第1位は「経験・ノウハウの不足」(18.5% 前回は4.5%で第7位)となった。次いで第3位は「リスクの大きさ」で4社(14.8% 前回は18.2%で第2位)、同じく同数の第3位は「現地の法制度・商習慣の調査」(14.8% 前回は回答者無し)であった。

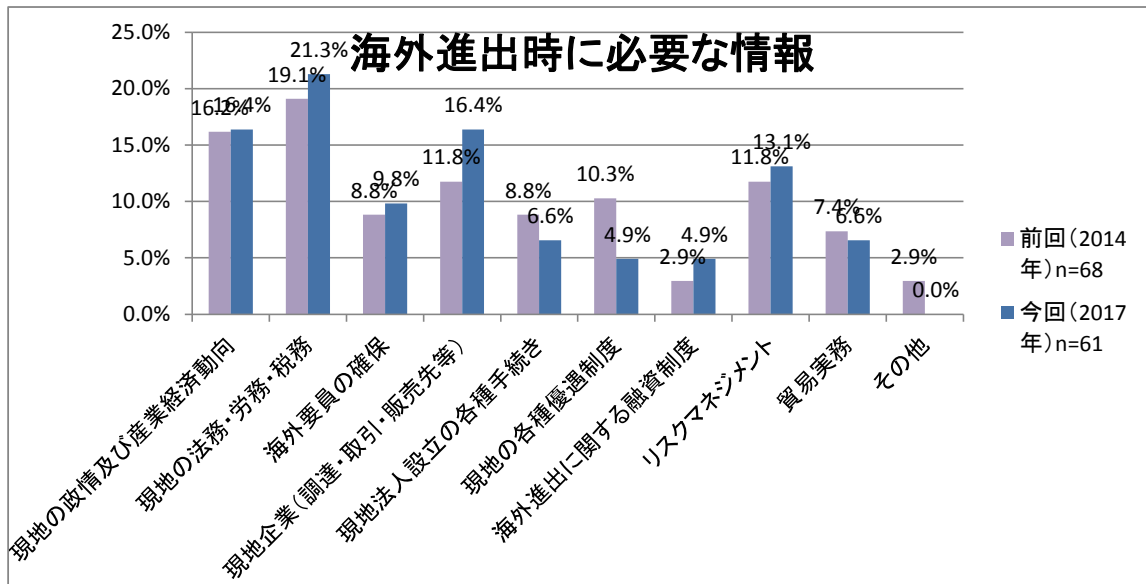


問5 海外ビジネス展開に必要な事項について

①海外へ進出する場合、どのような情報が必要か

『現地の法務・労務・税務や、現地の政情・産業経済動向の情報が必要』

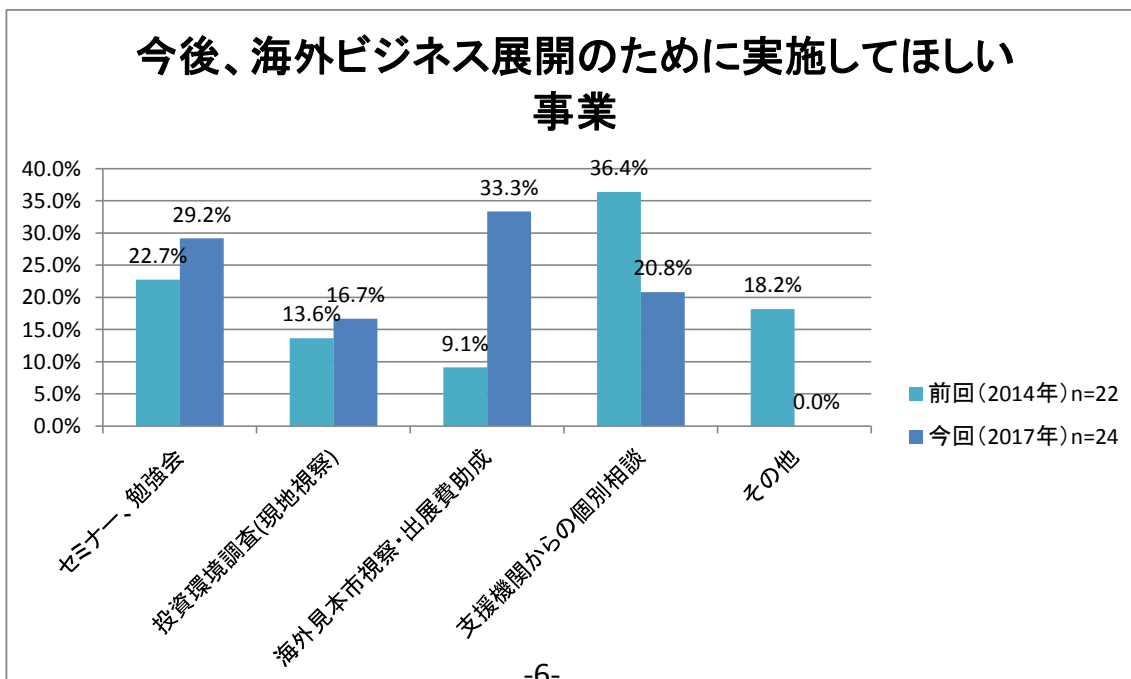
海外への進出をする際の必要とする情報の第1位は「現地の法務・労務・税務」が13社(21.3% 前回は19.1%で第1位)、第2位は「現地の政情及び産業経済動向」が10社(16.4% 前回は16.2%で第2位)、同じく同数の第2位は「現地企業情報(調達・取引・販売先等)」(16.4% 前回は11.8%で第3位)となり、前回とほぼ同様の回答が得られた。



②今後、海外ビジネス展開のために実施してほしい事業

『海外見本市の視察費用や出展費用の助成を希望する企業が増加』

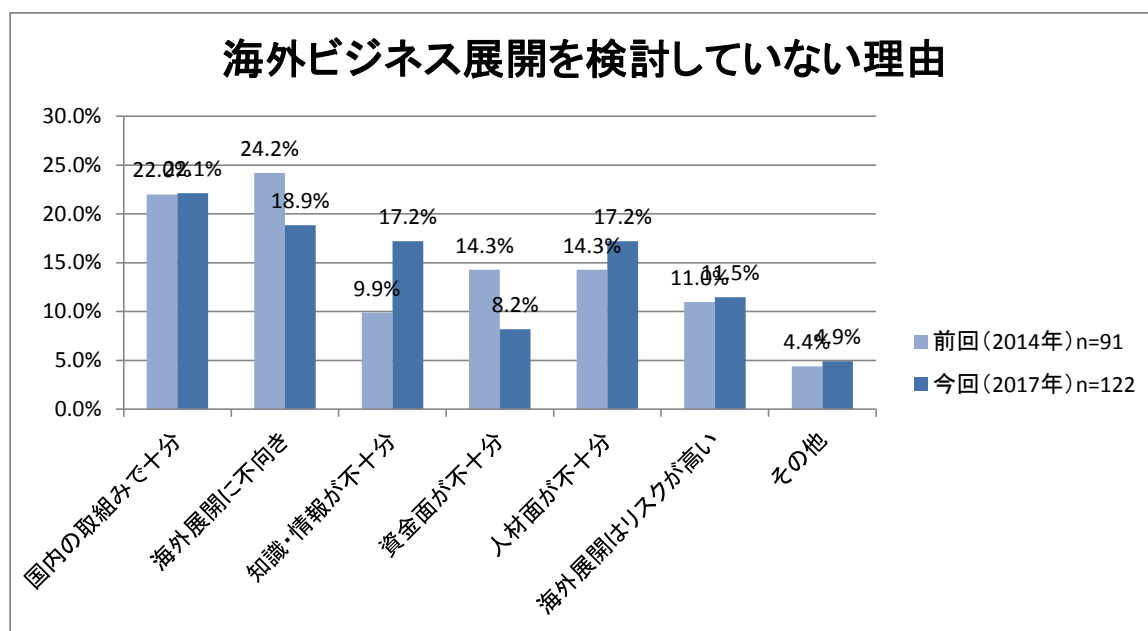
今後、海外ビジネス展開のために実施してほしい事業としての第1位は「海外の見本市の視察または出展に関する助成事業」が8社(33.3% 前回は10.0%で第4位)、第2位は「海外展開に関するセミナー・勉強会」が7社(29.2% 前回は25.0%で第2位)、第3位は「支援機関による個別相談」が5社(20.8% 前回は40.0%で第1位)であり、費用の助成を希望する声が多く寄せられる結果となった。



問6 現在のところ検討していない理由は

『情報不足や人材の確保についての不安など、関心の高さは多く寄せられる』

海外ビジネス展開を現在のところ検討していない理由の第1位は「国内の取組みで十分」が27社（22.1% 前回は22.0%で第2位）、第2位は「自社製品・サービスは海外展開に適さない」が23社（18.9% 前回は24.2%で第1位）となった。また第3位は「海外展開に関する知識・情報が十分でない」が21社（17.2% 前回は9.9%で第6位）、同じく同数の第3位で「人材面が不十分」（17.2% 前回は14.3%で第3位）となり、海外ビジネス展開について興味はあるが、“知識や情報の不足”や“人材の確保についての不安”などの理由で取り組んでいない企業も多くみられた。



問7 海外ビジネス展開を行う上での要望や意見は

『現地の情報や企業の先行事例などを、情報提供についての要望が寄せられる』

- ・「海外にて工場設立をするために現地法人のパートナーを探して合弁会社とし、強いパイプとセメントメーカーからの後押しが必要であるため、現地の確かな情報が欲しい（生コンクリート製造業）」
- ・「進出を予定する国の移り変わりが早いので安全状況等の情報を早く提供してもらえるシステムがあるとありがたい。（貸しビル業）」
- ・「成功事例や失敗事例などの紹介を頂く機会があればありがたい。（事務用機器販売業）」
- ・「各国により問題点が大きく異なるため個社に合ったそれぞれ個別の支援が必要。（米・雑穀製造販売業）」

などの声が寄せられた。