

JETRO

農林水産物・食品関連企業への
輸出に関するアンケート調査

日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産・食品部 農林水産・食品課

2017年2月

はじめに

農林水産物・食品の輸出額は2013年から4年連続で伸びており、2016年は、1955年に輸出額の統計を取り始めて以来の最高値である7,053億円となりました。2020年に輸出額1兆円という政府目標の前倒し達成に向け、着実に伸長しているといえます。

ジェトロでは、「農林水産物の輸出力強化戦略」に基づき、農林水産物・食品の更なる輸出拡大に向けた事業・調査を実施しています。その一環として、2016年9月から11月にかけて、日本国内の農林水産物・食品関連企業に対するアンケート調査を実施しました。本調査では、輸出への考え方や課題等に関するアンケート調査の回答を1万社に依頼し、2,630社(有効回答率26.3%)から回答を得ました。「輸出をしている」または「輸出に関心がある」企業のみならず、「輸出をしていない」企業に対してもその理由等を尋ねている点で、日本の農林水産物・食品関連企業の実態を広く調査した新しい試みです。本報告書が農林水産物・食品輸出に携わる関係者のみならず、農林水産・食品産業に関わる皆様のお役に立てば幸甚です。

末筆となりましたが、本調査にご協力いただいた企業の皆様には、この場を借りて深く御礼申し上げます。

なお本調査は、株式会社東京商工リサーチに作業の一部を委託しました。

2017年2月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
農林水産・食品部 農林水産・食品課

【免責条項】

本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本報告書で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

目次

調査実施概要	1
1. 調査目的.....	1
2. 調査対象等.....	1
3. 調査方法.....	1
4. 調査期間.....	1
5. 回収状況.....	1
6. 調査項目.....	2
結果のまとめ	3
I. 農林水産物・食品輸出に対する考え方.....	3
II. 課題・問題点.....	3
III. 現地での競合企業.....	3
IV. 今後の海外事業展開について.....	3
V. TPPの活用について.....	3
I 回答企業のプロフィール	4
1. 事業内容.....	4
2. 資本金および従業員数.....	6
3. 大企業・中小企業分類.....	10
4. 企業所在地.....	16
II. 輸出への取り組みについて	17
1. 輸出有.....	17
1-1. 輸出形態.....	17
1-2. 輸出による売上げ.....	18
1-3. 輸出による売上げが総売上げに占める割合.....	19
1-4. 回答企業の2015年における輸出品目.....	20
1-5. 輸出を手掛けるきっかけ.....	21
1-6. 輸出先の内訳.....	22
1-7. 決済通貨.....	24
2. 輸出無.....	25
2-1. 農林水産物・食品の輸出の経験.....	25
2-2. 農林水産物・食品の輸出への関心.....	26
2-3. 輸出に関心のない理由.....	27
2-4. 今後輸出を検討している国・地域.....	28
2-5. 今後輸出を検討している輸出品目.....	29

Ⅲ. 輸出にあたっての課題・問題点について	30
1. 課題・問題点の有無	30
2. 課題・問題点を感じる項目	33
3. 資金調達について	35
4. 現地や日本の制度情報やその運用について	37
5. 現地のマーケット情報について	43
6. 現地市場向けの商品について	49
7. 現地での提携相手（ビジネスパートナー）について	55
8. 現地における販売について	61
9. 海外ビジネスを担う人材について	67
10. 価格競争力について	70
11. 輸出先における競合企業	76
12. 製品・ブランドの認知度について	85
13. 物流について	91
Ⅳ. 今後の海外事業展開について（【輸出有】のみ）	96
1. 今後（3年程度）の輸出展開	96
2. 今後（3年程度）の輸出展開の理由	97
3. 今後、輸出を増やす対象国・地域	98
Ⅴ. TPPの活用について	100
1. TPPを活用した農林水産物・食品の輸出への関心	100
2. 関心がある理由	103
3. TPP加盟国の中での関心国	104
（巻末資料）自由記述内容（一部抜粋）	105
（巻末資料）各社の成功事例、失敗事例	113
（巻末資料）調査票A	116
（巻末資料）調査票B	145

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、国内の農林水産物・食品関連企業の輸出動向や輸出にあたっての課題、事業へのニーズ等を把握し、日本企業の農林水産物・食品輸出の促進に資するべく実施したものである。

2. 調査対象等

(1) 郵送調査対象企業

- ・輸出を実施している企業：3,380件
- ・輸出を実施していない企業：6,620件

(2) ヒアリング調査対象企業

(1) で回答があった企業のうち、ジェトロが選出した20社。

3. 調査方法

(1) 郵送調査

調査票（巻末に添付）を郵送。《A：輸出を手掛けている企業様向け》《B：輸出を手掛けていない企業様向け》の2種類を同封し、該当する調査票への回答を依頼した。

(2) ヒアリング調査

(1) で返信のあった企業のうち、輸出について感じている課題・問題点、工夫している取り組みなどについて、20社にに対し訪問のうえヒアリング調査を実施した。

4. 調査期間

(1) 郵送調査

調査票発送 2016年9月23日
回収締切 2016年10月21日

(2) ヒアリング調査

2016年10月下旬から11月上旬

5. 回収状況

発送総数	有効回答数	有効回答率
10,000 件	2,630 件 (調査票 A (輸出実施企業) : 734 件) (調査票 B (輸出未実施企業) : 1,896 件)	26.3%

6. 調査項目

A. 輸出実施企業

- (1) 回答企業のプロフィール
- (2) 輸出への取り組みについて
- (3) 輸出にあたっての課題・問題点について
- (4) 今後の海外事業展開について
- (5) TPPの活用について
- (6) 輸出事例・エピソードについて

B. 輸出未実施企業

- (1) 回答企業のプロフィール
- (2) 輸出への取り組みについて
- (3) 農林水産物・食品の輸出について
- (4) 輸出にあたっての課題・問題点について
- (5) TPPの活用について

〔注1〕 報告書における図表等の割合については四捨五入して表記したため、必ずしも合計が100%にならない。

〔注2〕 基数となるべき実数は、n (number of casesの略) として表示している。

〔注3〕 業種別の図表はnが少ないものが多いことから、参考までに図示している。

〔注4〕 文中の各社の事例と巻末資料の自由記述内容、成功事例・失敗事例は特徴的なものを一部抜粋している。

結果のまとめ

I. 農林水産物・食品輸出に対する考え方

- 輸出を手掛けている企業のうち約6割が販売拡大の必要性や戦略を自社で考えたことをきっかけとしている。
- 輸出を手掛けている企業のうち約7割が、輸出規模の拡大を検討している。
- 現在、輸出を手掛けていない企業のうち約2割が輸出に関心をもっている。一方、輸出に関心をもっていない理由は、「海外市場の収益性が低い」「国内市場の収益性が高い」「その他」が多く挙げられた。

II. 課題・問題点

- 輸出するにあたり、課題・問題点を感じる項目は、「現地や日本の制度情報やその運用について」が最も高く、次いで「海外ビジネスを担う人材について」「価格競争力について」となっている。
- 輸出するにあたり、現地制度に課題を感じる国・地域としては、中国が最も多く挙がり、次いで台湾、韓国などが挙げられている。
- その具体的な内容については、中国、台湾、韓国いずれも「原発事故関連の規制により、輸出が困難」であることが最も多く挙げられている。

III. 現地での競合企業

- 輸出先にかかわらず、日本企業を除くと外国企業では中国、各国の地場企業が主要な競合相手となっている。
- 競合企業の強みは「価格」が最も多く、「流通・販売ルート」「ブランド力」も多く強みとして挙げられている。

IV. 今後の海外事業展開について

- 輸出を手掛けている企業のうち約7割の事業者が輸出規模の拡大、2割が現在の規模を維持と回答している。
- 縮小・撤退を検討しているのは1.6%にとどまっている。

V. TPP の活用について

- TPPを活用した農林水産物・食品の輸出への関心がある事業所は全体の約3割となっている。関心国は、「米国」「シンガポール」「ベトナム」が多く挙げられた。

I 回答企業のプロフィール

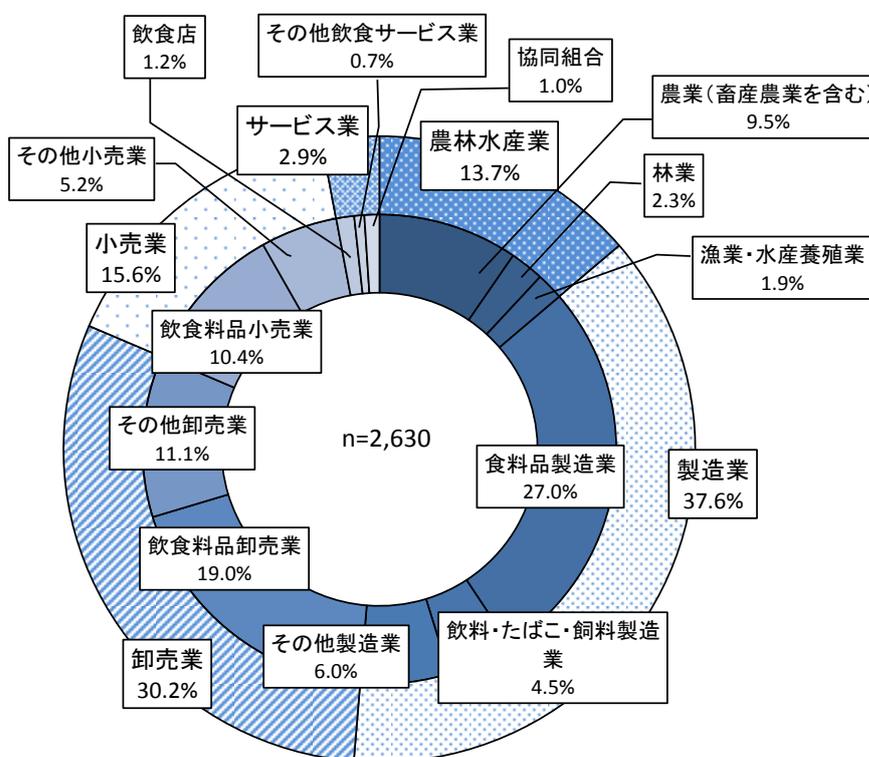
1. 事業内容

回答企業全体（2,630社）の事業内容は、「食料品製造業」が27.0%と最も高く、次いで「飲食料品卸売業」が19.0%、「その他卸売業」が11.1%となっている。

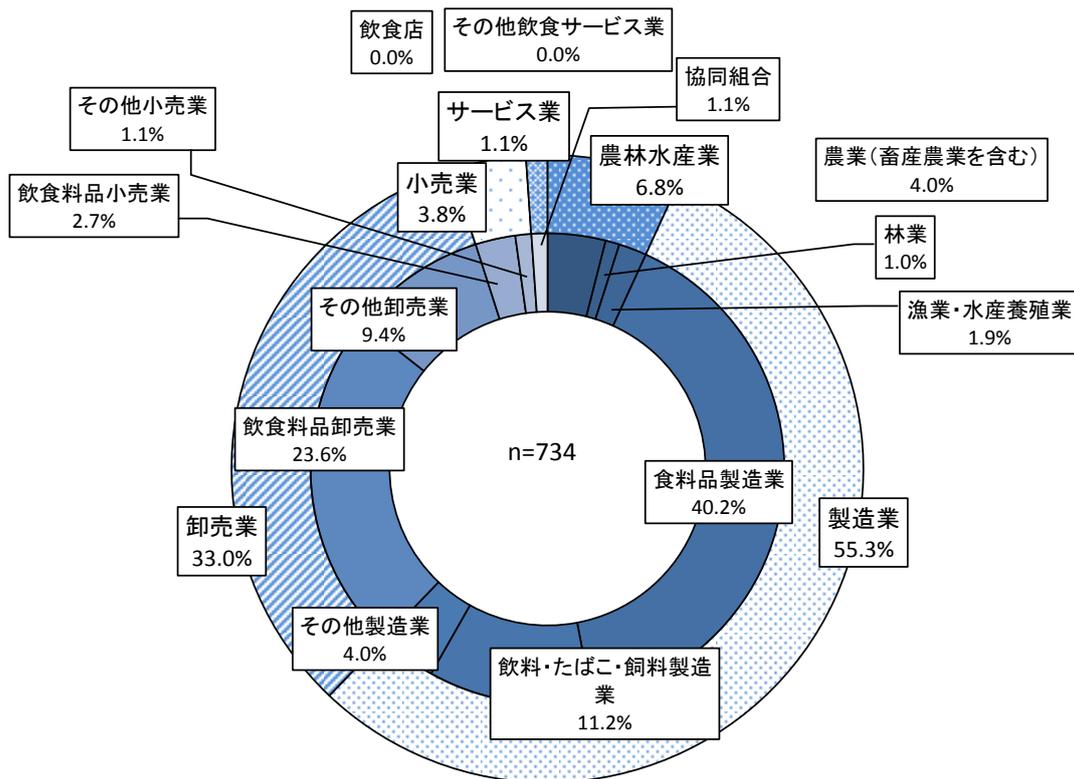
そのうち、「輸出有」の企業（734社）の事業内容は、「食料品製造業」が40.2%と最も高く、次いで「飲食料品卸売業」が23.6%、「飲料・たばこ・飼料製造業」が11.2%となっている。

また、「輸出無」の企業（1,896社）の事業内容は、「食料品製造業」が21.9%と最も高く、次いで「飲食料品卸売業」が17.3%、「飲食料品小売業」が13.3%となっている。

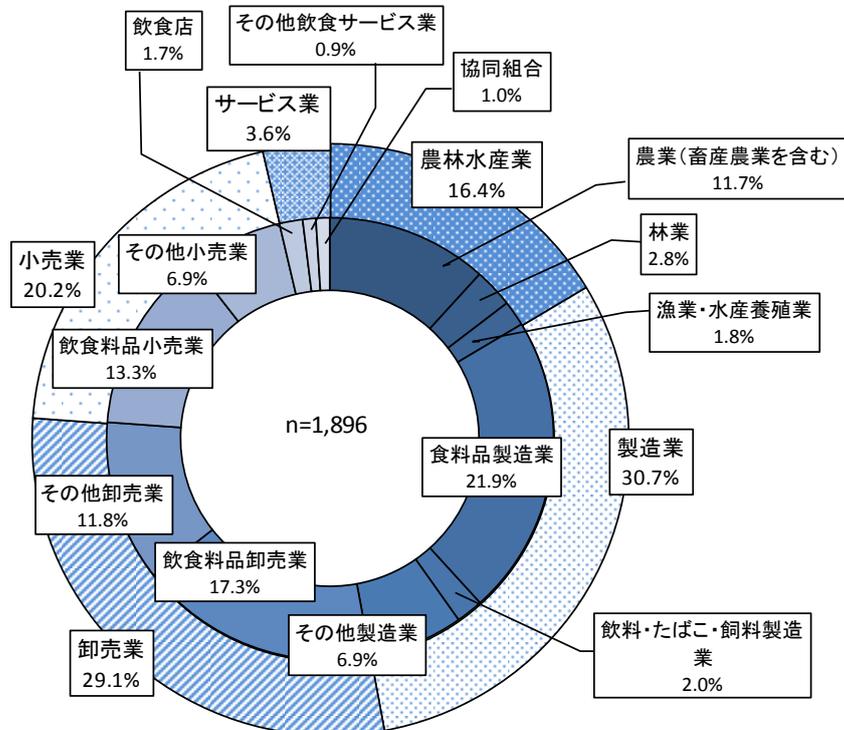
図表 I.1.1 【全体】 事業内容（全体）



図表 I . 1 . 2 【輸出有】事業内容（全体）



図表 I . 1 . 3 【輸出無】事業内容（全体）



図表 I . 1. 4 業種別回答企業数

業種	全体		輸出有		輸出無	
	回答企業数	構成比	回答企業数	構成比	回答企業数	構成比
農林水産業	361	13.7%	50	6.8%	311	16.4%
農業(畜産農業を含む)	251	9.5%	29	4.0%	222	11.7%
林業	61	2.3%	7	1.0%	54	2.8%
漁業・水産養殖業	49	1.9%	14	1.9%	35	1.8%
製造業	988	37.6%	406	55.3%	582	30.7%
食料品製造業	710	27.0%	295	40.2%	415	21.9%
飲料・たばこ・飼料製造業	119	4.5%	82	11.2%	37	2.0%
その他製造業	159	6.0%	29	4.0%	130	6.9%
卸売業	793	30.2%	242	33.0%	551	29.1%
飲食料品卸売業	501	19.0%	173	23.6%	328	17.3%
その他卸売業	292	11.1%	69	9.4%	223	11.8%
小売業	411	15.6%	28	3.8%	383	20.2%
飲食料品小売業	273	10.4%	20	2.7%	253	13.3%
その他小売業	138	5.2%	8	1.1%	130	6.9%
サービス業	77	2.9%	8	1.1%	69	3.6%
飲食店	32	1.2%	0	0.0%	32	1.7%
その他飲食サービス業	18	0.7%	0	0.0%	18	0.9%
協同組合	27	1.0%	8	1.1%	19	1.0%
無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
回答対象企業数	2,630	100.0%	734	100.0%	1,896	100.0%

*注：全体、輸出有、輸出無で、一番割合の高い項目をハイライトとしている。

2. 資本金および従業員数

《資本金規模》

回答企業全体（2,630社）の資本金規模は、「5,000万円以下」が81.4%と最も高く、次いで「5,000万円超～1億円以下」が10.9%、「3億円超」が3.8%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（734社）の資本金規模は、「5,000万円以下」が69.5%と最も高く、次いで「5,000万円超～1億円以下」が17.0%、「3億円超」が8.7%となっている。

また、「輸出無」の企業（1,896社）の資本金規模は、「5,000万円以下」が86.0%と最も高く、次いで「5,000万円超～1億円以下」が8.5%、「1億円超～3億円以下」が2.4%となっている。

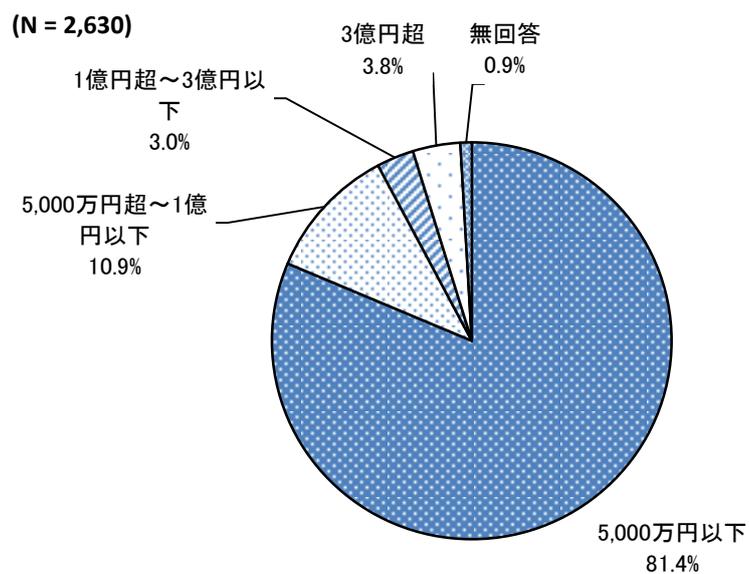
《従業員規模》

回答企業全体（2,630社）の従業員規模は、「50人以下」が80.0%と最も高く、次いで「50人超～100人以下」が9.3%、「100人超～300人以下」が6.8%となっている。

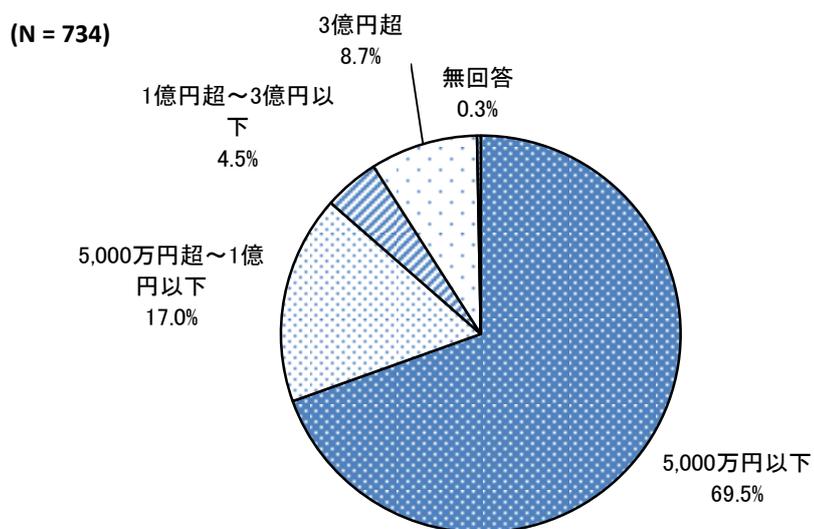
そのうち、「輸出有」の企業（734社）の従業員規模は、「50人以下」が63.6%と最も高く、次いで「50人超～100人以下」が15.5%、「100人超～300人以下」が11.3%となっている。

また、「輸出無」の企業（1,896社）の従業員規模は、「50人以下」が86.4%と最も高く、次いで「50人超～100人以下」が6.9%、「100人超～300人以下」が5.0%となっている。

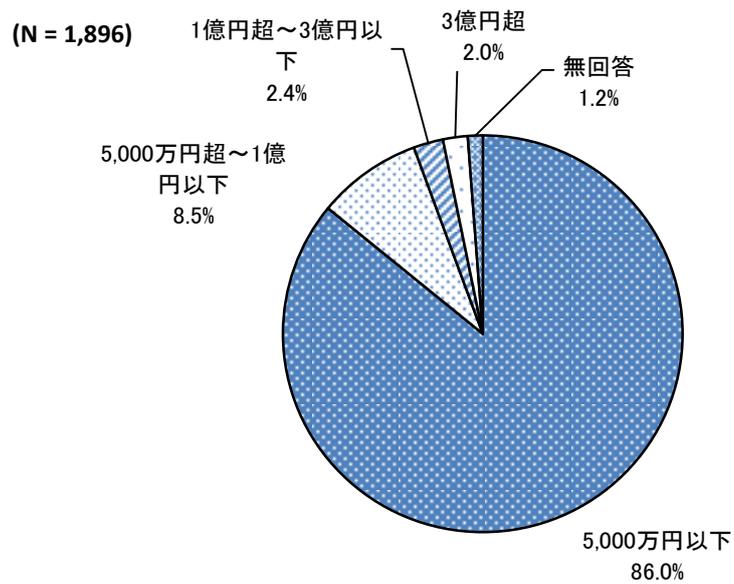
図表 I . 2. 1 【全体】 資本金規模 (全体)



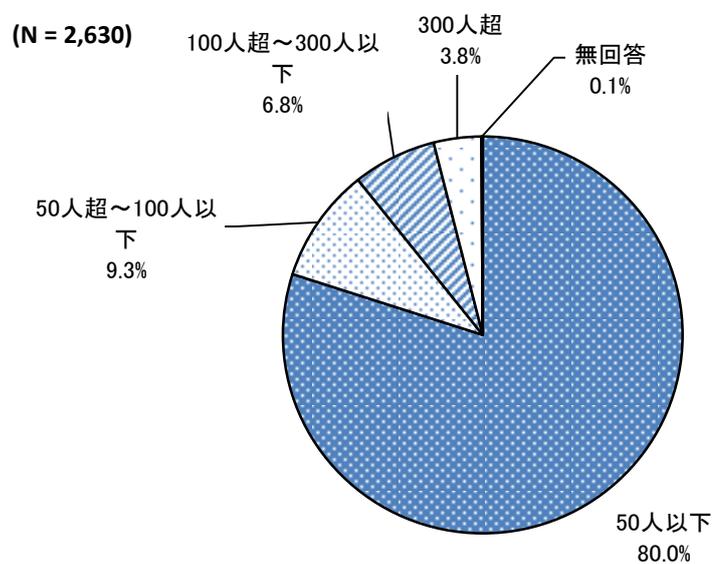
図表 I . 2. 2 【輸出有】 資本金規模 (全体)



図表 I. 2. 3 【輸出無】 資本金規模 (全体)

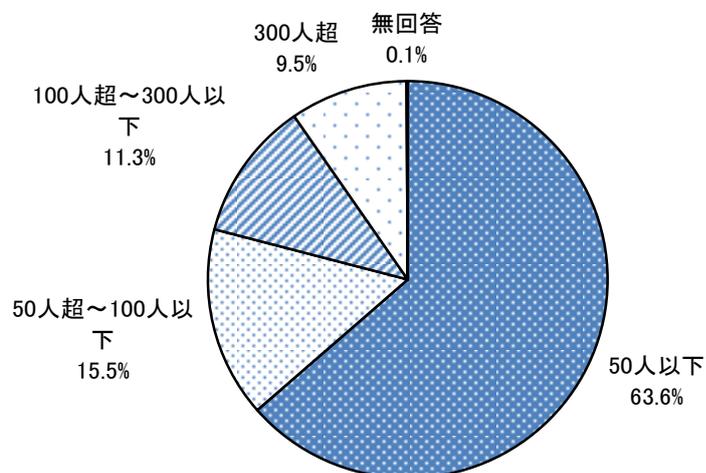


図表 I. 2. 4 【全体】 従業員規模 (全体)



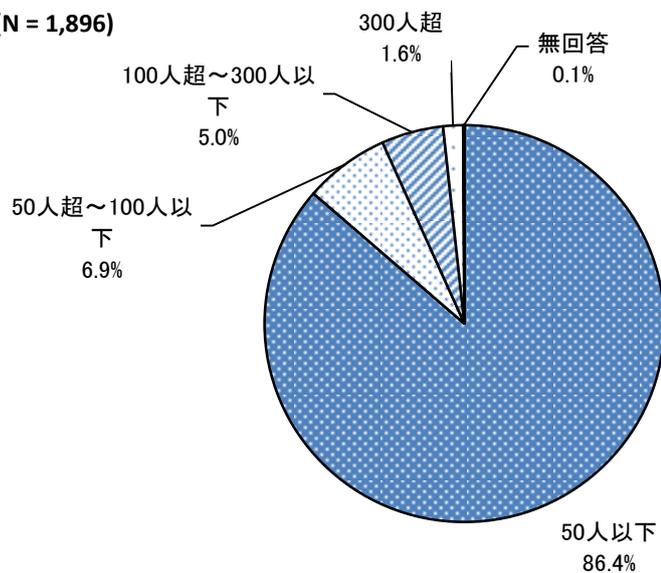
図表 I.2.5 【輸出有】従業員規模（全体）

(N = 734)



図表 I.2.6 【輸出無】従業員規模（全体）

(N = 1,896)



図表 I . 2.7 資本金・従業員規模分類（企業規模別、業種別）

	資本金					従業員数				
	n	5,000万円以下	5,000万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	n	50人以下	50人超～100人以下	100人超～300人以下	300人超
全体	2,630	81.4%	10.9%	3.0%	3.8%	2,630	80.0%	9.3%	6.8%	3.8%
大企業	73	0.0%	12.3%	6.8%	80.8%	73	0.0%	1.4%	17.8%	80.8%
中小企業	2,556	83.7%	10.8%	2.9%	1.6%	2,556	82.3%	9.5%	6.5%	1.6%
農業(畜産農業を含む)	251	85.7%	4.8%	1.6%	6.0%	251	88.0%	4.4%	4.4%	2.4%
林業	61	77.0%	11.5%	9.8%	1.6%	61	93.4%	4.9%	0.0%	1.6%
漁業・水産養殖業	49	77.6%	6.1%	8.2%	8.2%	49	83.7%	6.1%	10.2%	0.0%
食料品製造業	710	75.2%	14.6%	3.8%	6.1%	710	63.4%	15.6%	13.5%	7.5%
飲料・たばこ・飼料製造業	119	70.6%	18.5%	6.7%	2.5%	119	79.0%	11.8%	6.7%	2.5%
その他製造業	159	77.4%	14.5%	4.4%	3.1%	159	76.1%	11.9%	9.4%	2.5%
飲食料品卸売業	501	83.4%	11.8%	2.2%	5.0%	501	85.8%	7.6%	4.8%	1.8%
その他卸売業	292	87.7%	9.2%	2.1%	0.7%	292	92.5%	4.5%	1.7%	1.0%
飲食料品小売業	273	90.5%	5.5%	1.5%	0.7%	273	86.4%	6.6%	2.9%	4.0%
その他小売業	138	92.8%	4.3%	0.7%	0.7%	138	92.8%	3.6%	2.2%	1.4%
飲食店	32	87.5%	6.3%	0.0%	3.1%	32	78.1%	12.5%	3.1%	6.3%
その他飲食サービス業	18	88.9%	5.6%	0.0%	0.0%	18	88.9%	11.1%	0.0%	0.0%
協同組合	27	22.2%	18.5%	3.7%	48.1%	27	51.9%	14.8%	7.4%	25.9%
輸出有	734	69.5%	17.0%	4.5%	8.7%	734	63.6%	15.5%	11.3%	9.5%
大企業	48	0.0%	2.1%	8.3%	89.6%	48	0.0%	2.1%	8.3%	89.6%
中小企業	686	74.3%	18.1%	4.2%	3.1%	686	67.9%	16.5%	11.5%	3.9%
農業(畜産農業を含む)	29	55.2%	6.9%	3.4%	31.0%	29	58.6%	17.2%	13.8%	10.3%
林業	7	57.1%	14.3%	28.6%	0.0%	7	85.7%	14.3%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	14	78.6%	7.1%	0.0%	14.3%	14	78.6%	0.0%	21.4%	0.0%
食料品製造業	295	64.7%	21.4%	3.4%	10.5%	295	46.4%	21.7%	17.6%	14.2%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	69.5%	19.5%	7.3%	2.4%	82	73.2%	14.6%	8.5%	3.7%
その他製造業	29	72.4%	17.2%	6.9%	3.4%	29	62.1%	13.8%	17.2%	6.9%
飲食料品卸売業	173	76.3%	13.9%	4.0%	5.8%	173	78.6%	11.0%	5.2%	5.2%
その他卸売業	69	81.2%	13.0%	2.9%	2.9%	69	84.1%	7.2%	4.3%	2.9%
飲食料品小売業	20	75.0%	10.0%	15.0%	0.0%	20	70.0%	10.0%	0.0%	20.0%
その他小売業	8	87.5%	12.5%	0.0%	0.0%	8	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	0.0%	12.5%	0.0%	87.5%	8	12.5%	25.0%	0.0%	62.5%
輸出無	1,896	86.0%	8.5%	2.4%	2.0%	1,896	86.4%	6.9%	5.0%	1.6%
大企業	25	0.0%	32.0%	4.0%	64.0%	25	0.0%	0.0%	36.0%	64.0%
中小企業	1,870	87.2%	8.2%	2.4%	1.1%	1,870	87.5%	7.0%	4.6%	0.8%
農業(畜産農業を含む)	222	89.6%	4.5%	1.4%	2.7%	222	91.9%	2.7%	3.2%	1.4%
林業	54	79.6%	11.1%	7.4%	1.9%	54	94.4%	3.7%	0.0%	1.9%
漁業・水産養殖業	35	77.1%	5.7%	11.4%	5.7%	35	85.7%	8.6%	5.7%	0.0%
食料品製造業	415	82.7%	9.9%	4.1%	2.9%	415	75.4%	11.3%	10.6%	2.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	37	73.0%	16.2%	5.4%	2.7%	37	91.9%	5.4%	2.7%	0.0%
その他製造業	130	78.5%	13.8%	3.8%	3.1%	130	79.2%	11.5%	7.7%	1.5%
飲食料品卸売業	328	87.2%	10.7%	1.2%	0.3%	328	89.6%	5.8%	4.6%	0.0%
その他卸売業	223	89.7%	8.1%	1.8%	0.0%	223	95.1%	3.6%	0.9%	0.4%
飲食料品小売業	253	91.7%	5.1%	0.4%	0.8%	253	87.7%	6.3%	3.2%	2.8%
その他小売業	130	93.1%	3.8%	0.8%	0.8%	130	92.3%	3.8%	2.3%	1.5%
飲食店	32	87.5%	6.3%	0.0%	3.1%	32	78.1%	12.5%	3.1%	6.3%
その他飲食サービス業	18	88.9%	5.6%	0.0%	0.0%	18	88.9%	11.1%	0.0%	0.0%
協同組合	19	31.6%	21.1%	5.3%	31.6%	19	68.4%	10.5%	10.5%	10.5%

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

3. 大企業・中小企業分類

回答企業 2,630 社を資本金規模および従業員規模より、大企業・中小企業に分類したところ、「大企業」が 2.8% (73 社)、「中小企業」が 97.2% (2,556 社) となっている。

そのうち、「輸出有」の企業 734 社を資本金規模および従業員規模より、同様に分類したところ、「大企業」が 6.5% (48 社)、「中小企業」が 93.5% (686 社) となっている。

また、「輸出無」の企業 1,896 社を資本金規模および従業員規模より、同様に分類したところ、「大企業」が 1.3% (25 社)、「中小企業」が 98.6% (1,870 社) となっている。

図表 I.3.1 企業規模分類要件

資本金・出資総額および常時雇用する従業員数		
	中小企業	大企業
製造業その他	3億円以下の会社または300人以下の会社及び個人	中小企業の定義外企業
卸売業	1億円以下の会社または100人以下の会社及び個人	
小売業	5千万円以下の会社または50人以下の会社及び個人	
サービス業	5千万円以下の会社または100人以下の会社及び個人	

[注1] 中小企業の定義は中小企業基本法に基づく。

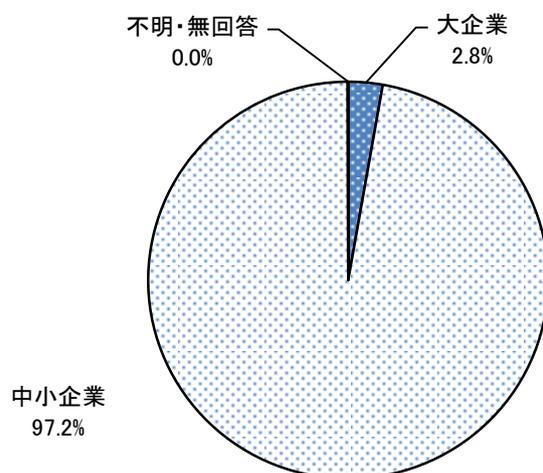
[注2] 農林水産業（農業、林業、漁業・水産養殖業）の規模分類には「製造業その他」の基準を準用する。

[注3] 協同組合の企業規模分類にあたっては、サービス業の分類要件を用いている。

詳細は <http://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html> を参照。

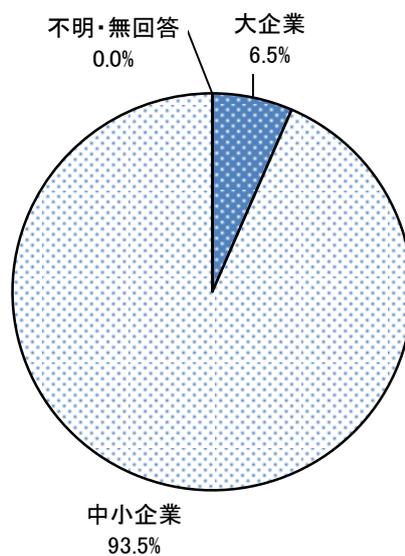
図表 I.3.2 【全体】大企業・中小企業分類

(N = 2,630)



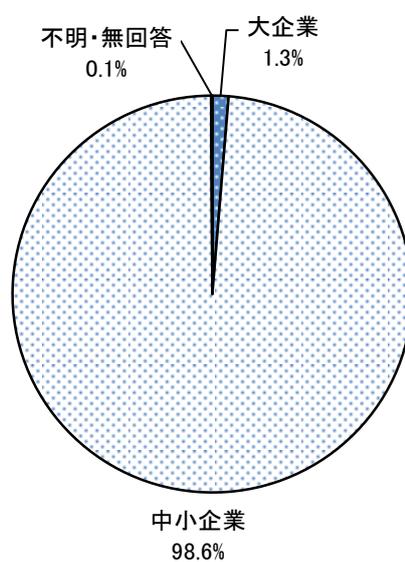
図表 I. 3. 3 【輸出有】大企業・中小企業分類

(N = 734)

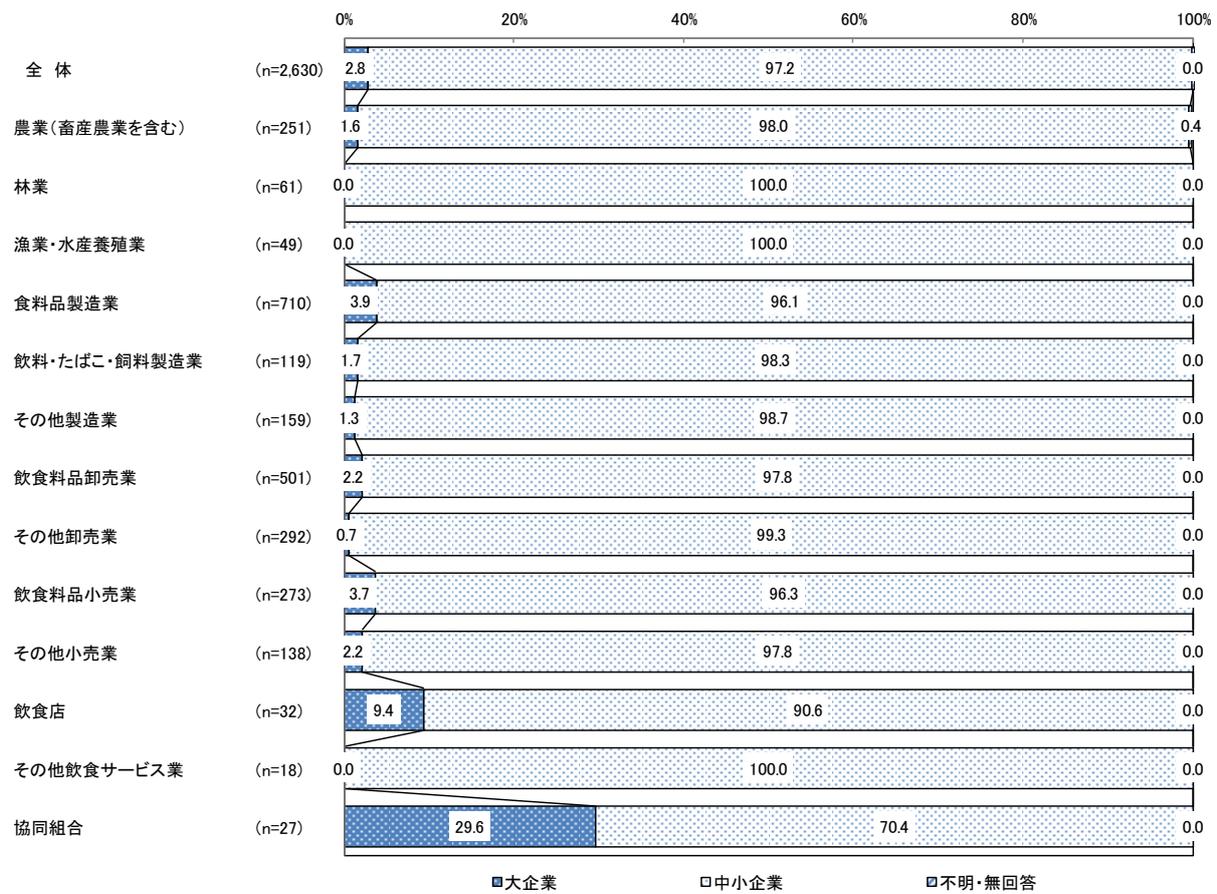


図表 I. 3. 4 【輸出無】大企業・中小企業分類

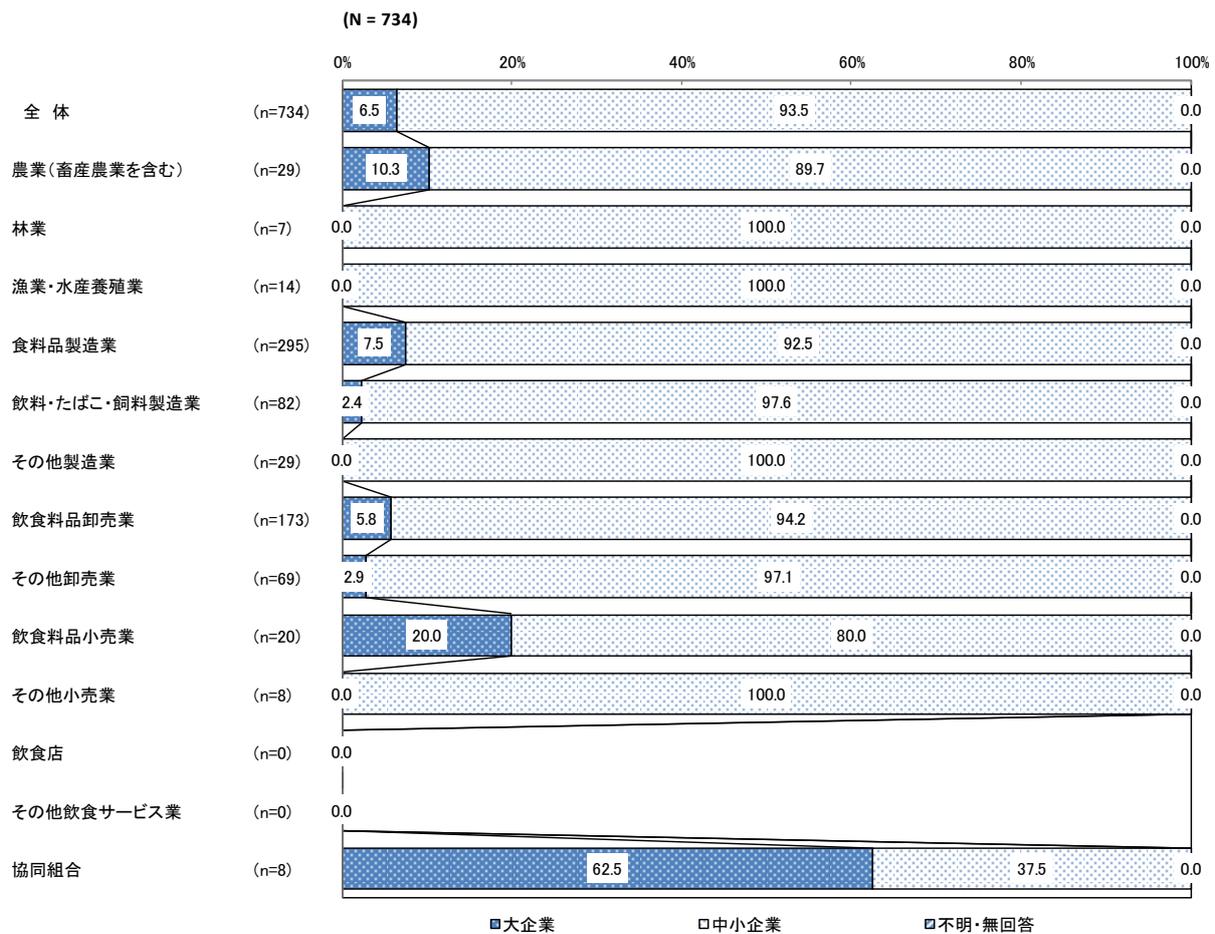
(N = 1,896)



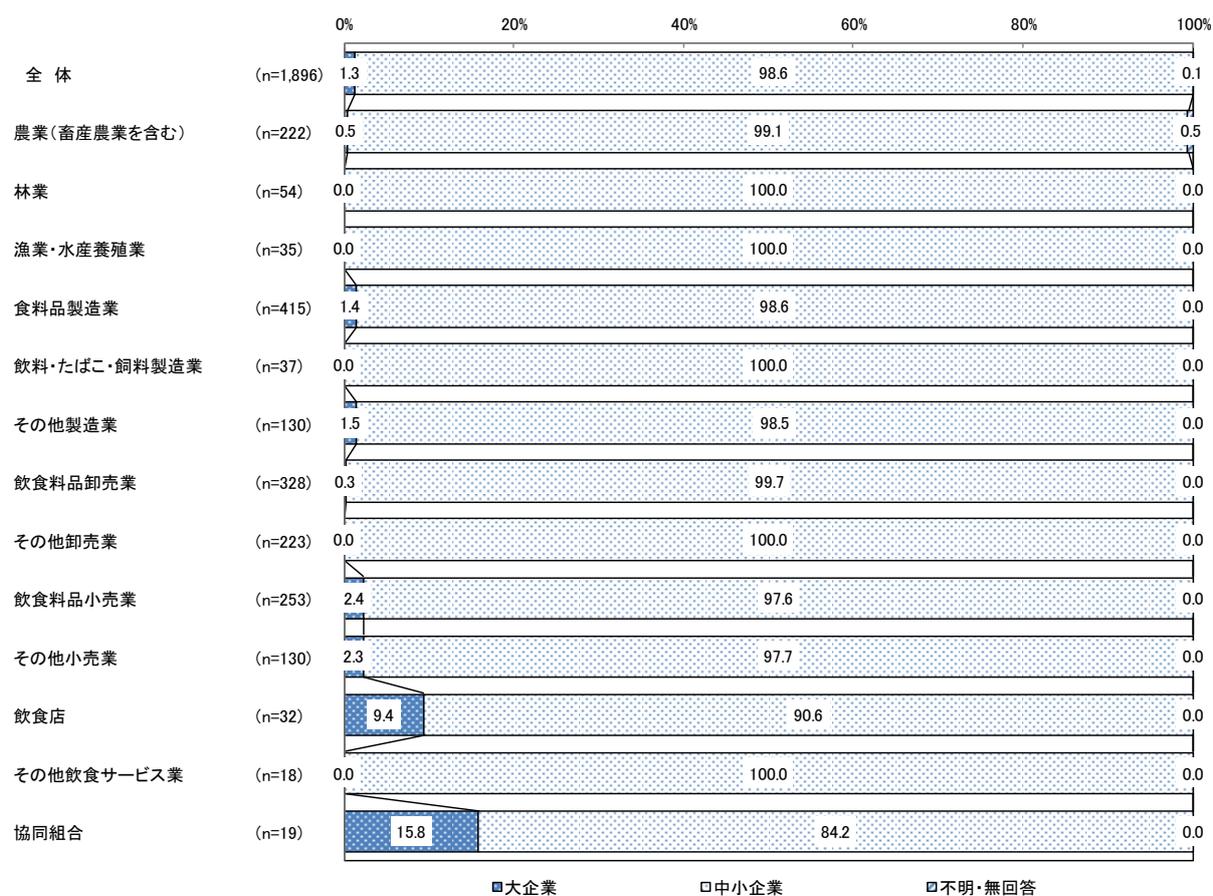
図表 I.3.5 【全体】大企業・中小企業分類（業種別）



図表 I.3.6 【輸出有】大企業・中小企業分類（業種別）



図表 I.3.7 【輸出無】大企業・中小企業分類（業種別）



4. 企業所在地

回答企業全体 (2,630 社) の企業所在地は、「東京都」が 12.6%と最も高く、次いで「北海道」が 6.8%、「大阪府」が 4.6%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業 (734 社) の企業所在地は、「東京都」が 17.7%と最も高く、次いで「大阪府」および「兵庫県」が 6.1%となっている。

また、「輸出無」の企業 (1,896 社) の企業所在地は、「東京都」が 10.6%と最も高く、次いで「北海道」が 7.3%、「愛知県」が 4.1%となっている。

図表 I.4.1 企業所在地 (全体)

	【全体】		【輸出有】		【輸出無】	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
北海道	180	6.8%	42	5.7%	138	7.3%
青森県	45	1.7%	13	1.8%	32	1.7%
岩手県	53	2.0%	11	1.5%	42	2.2%
宮城県	49	1.9%	6	0.8%	43	2.3%
秋田県	45	1.7%	8	1.1%	37	2.0%
山形県	46	1.7%	9	1.2%	37	2.0%
福島県	32	1.2%	4	0.5%	28	1.5%
茨城県	37	1.4%	7	1.0%	30	1.6%
栃木県	41	1.6%	7	1.0%	34	1.8%
群馬県	47	1.8%	3	0.4%	44	2.3%
埼玉県	52	2.0%	15	2.0%	37	2.0%
千葉県	70	2.7%	18	2.5%	52	2.7%
東京都	331	12.6%	130	17.7%	201	10.6%
神奈川県	77	2.9%	20	2.7%	57	3.0%
新潟県	75	2.9%	24	3.3%	51	2.7%
富山県	23	0.9%	2	0.3%	21	1.1%
石川県	17	0.6%	3	0.4%	14	0.7%
福井県	7	0.3%	0	0.0%	7	0.4%
山梨県	27	1.0%	8	1.1%	19	1.0%
長野県	51	1.9%	13	1.8%	38	2.0%
岐阜県	31	1.2%	9	1.2%	22	1.2%
静岡県	106	4.0%	35	4.8%	71	3.7%
愛知県	112	4.3%	34	4.6%	78	4.1%
三重県	41	1.6%	11	1.5%	30	1.6%
滋賀県	19	0.7%	6	0.8%	13	0.7%
京都府	48	1.8%	14	1.9%	34	1.8%
大阪府	121	4.6%	45	6.1%	76	4.0%
兵庫県	101	3.8%	45	6.1%	56	3.0%
奈良県	19	0.7%	6	0.8%	13	0.7%
和歌山県	18	0.7%	4	0.5%	14	0.7%
鳥取県	22	0.8%	3	0.4%	19	1.0%
島根県	26	1.0%	6	0.8%	20	1.1%
岡山県	43	1.6%	8	1.1%	35	1.8%
広島県	59	2.2%	18	2.5%	41	2.2%
山口県	31	1.2%	6	0.8%	25	1.3%
徳島県	23	0.9%	6	0.8%	17	0.9%
香川県	32	1.2%	9	1.2%	23	1.2%
愛媛県	43	1.6%	11	1.5%	32	1.7%
高知県	20	0.8%	3	0.4%	17	0.9%
福岡県	103	3.9%	27	3.7%	76	4.0%
佐賀県	30	1.1%	5	0.7%	25	1.3%
長崎県	44	1.7%	9	1.2%	35	1.8%
熊本県	36	1.4%	8	1.1%	28	1.5%
大分県	42	1.6%	7	1.0%	35	1.8%
宮崎県	61	2.3%	14	1.9%	47	2.5%
鹿児島県	65	2.5%	33	4.5%	32	1.7%
沖縄県	29	1.1%	9	1.2%	20	1.1%
合計	2,630	100.0%	734	100.0%	1,896	100.0%

*注：全体、輸出有、輸出無で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

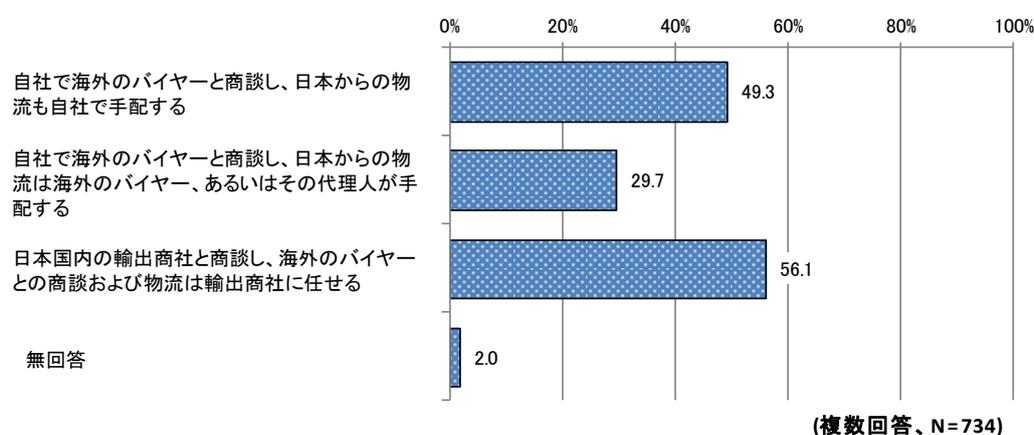
II. 輸出への取り組みについて

1. 輸出有

1-1. 輸出形態

農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業 734 社の輸出形態は、「日本国内の輸出商社と商談し、海外のバイヤーとの商談および物流は輸出商社に任せる」が 56.1%と最も高く、次いで「自社で海外のバイヤーと商談し、日本からの物流も自社で手配する」が 49.3%、「自社で海外のバイヤーと商談し、日本からの物流は海外のバイヤー、あるいはその代理人が手配する」が 29.7%となっている。

図表 II. 1. 1 【輸出有】 輸出形態（全体）



図表 II. 1. 2 【輸出有】 輸出形態（企業規模別、業種別）

	農林水産物・食品の輸出形態				
	n	自社で海外のバイヤーと商談し、日本からの物流も自社で手配する	自社で海外のバイヤーと商談し、日本からの物流は海外のバイヤー、あるいはその代理人が手配する	日本国内の輸出商社と商談し、海外のバイヤーとの商談および物流は輸出商社に任せる	無回答
輸出有	734	49.3%	29.7%	56.1%	2.0%
大企業	48	52.1%	41.7%	60.4%	0.0%
中小企業	686	49.1%	28.9%	55.8%	2.2%
農業（畜産農業を含む）	29	44.8%	34.5%	44.8%	0.0%
林業	7	28.6%	14.3%	57.1%	0.0%
漁業・水産養殖業	14	57.1%	35.7%	50.0%	0.0%
食料品製造業	295	37.3%	35.3%	74.9%	0.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	26.8%	37.8%	74.4%	3.7%
その他製造業	29	55.2%	24.1%	48.3%	3.4%
飲食料品卸売業	173	68.2%	23.7%	37.0%	2.3%
その他卸売業	69	78.3%	14.5%	23.2%	2.9%
飲食料品小売業	20	60.0%	30.0%	20.0%	10.0%
その他小売業	8	75.0%	12.5%	12.5%	12.5%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	12.5%	25.0%	87.5%	0.0%

(複数回答)

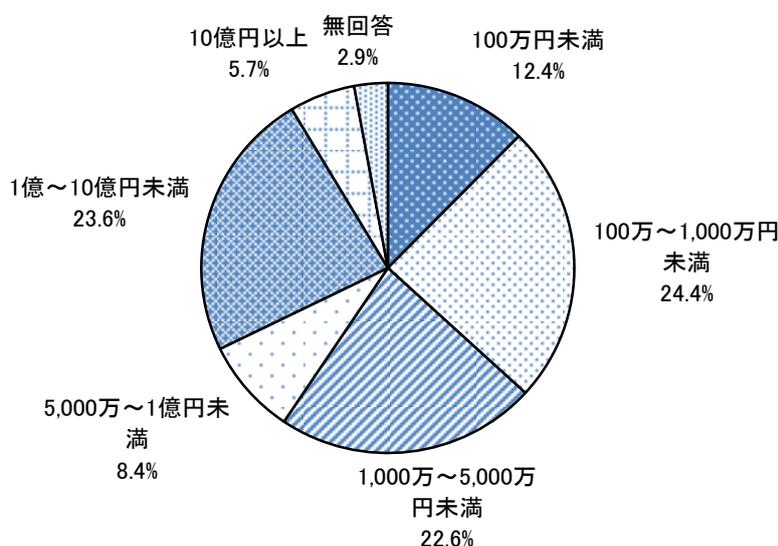
*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

1-2. 輸出による売上げ

農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業 734 社の輸出による売上げは、「100 万～1,000 万円未満」が 24.4%と最も高く、次いで「1 億～10 億円未満」が 23.6%、「1,000 万～5,000 万円未満」が 22.6%となっている。一方、「1 億～10 億円未満」の 23.6%と「10 億円以上」の 5.7%を合わせた「1 億円以上」が 29.3%であった。

図表Ⅱ.1.3【輸出有】輸出による売上げ（全体）

(N = 734)



図表Ⅱ.1.4【輸出有】輸出による売上げ（企業規模別、業種別）

	輸出による売上							
	n	100万円未満	100万～1,000万円未満	1,000万～5,000万円未満	5,000万～1億円未満	1億～10億円未満	10億円以上	無回答
輸出有	734	12.4%	24.4%	22.6%	8.4%	23.6%	5.7%	2.9%
大企業	48	6.3%	6.3%	6.3%	4.2%	56.3%	16.7%	4.2%
中小企業	686	12.8%	25.7%	23.8%	8.7%	21.3%	5.0%	2.8%
農業（畜産農業を含む）	29	17.2%	24.1%	27.6%	6.9%	24.1%	0.0%	0.0%
林業	7	14.3%	14.3%	14.3%	57.1%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	14	7.1%	14.3%	28.6%	0.0%	42.9%	7.1%	0.0%
食料品製造業	295	12.5%	25.8%	24.7%	9.2%	18.3%	6.1%	3.4%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	14.6%	43.9%	22.0%	2.4%	12.2%	2.4%	2.4%
その他製造業	29	10.3%	34.5%	17.2%	6.9%	24.1%	3.4%	3.4%
飲食料品卸売業	173	10.4%	17.9%	20.2%	8.7%	34.7%	7.5%	0.6%
その他卸売業	69	11.6%	15.9%	18.8%	10.1%	27.5%	8.7%	7.2%
飲食料品小売業	20	15.0%	10.0%	25.0%	5.0%	35.0%	0.0%	10.0%
その他小売業	8	25.0%	25.0%	25.0%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	12.5%	12.5%	25.0%	12.5%	25.0%	12.5%	0.0%

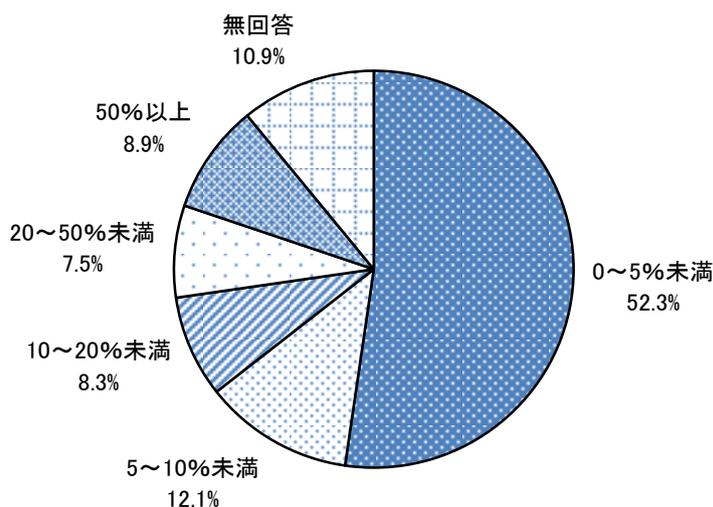
*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

1-3. 輸出による売上げが総売上げに占める割合

農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業734社の輸出による売上げが総売上げに占める割合は、「0～5%未満」が52.3%と最も高く、次いで「5～10%未満」が12.1%となっており、《10%未満》は64.4%を占める。一方、「50%以上」とした企業は8.9%であった。

図表Ⅱ.1.5【輸出有】輸出による売上げが総売上げに占める割合（全体）

(N = 734)



図表Ⅱ.1.6【輸出有】輸出による売上げが総売上げに占める割合（企業規模別、業種別）

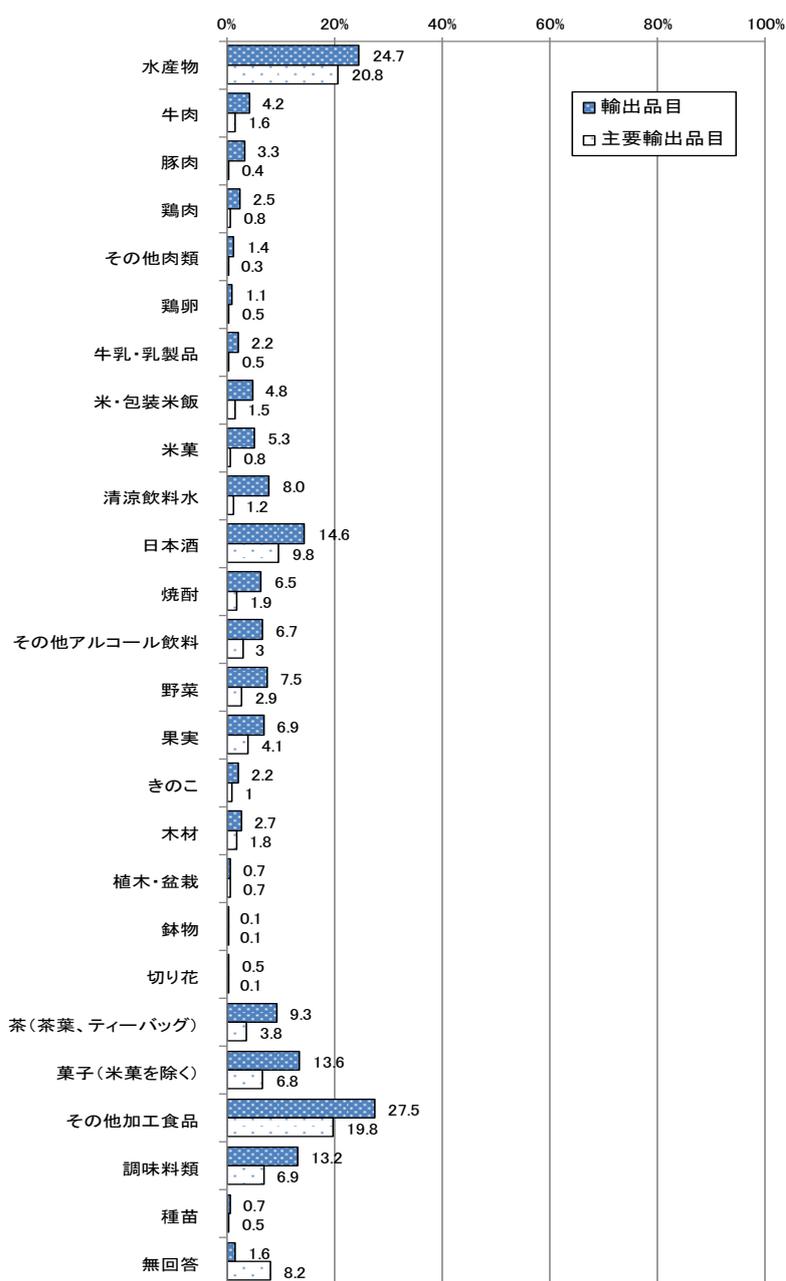
	総売上に占める輸出による売上の比率						
	n	0～5%未満	5～10%未満	10～20%未満	20～50%未満	50%以上	無回答
輸出有	734	52.3%	12.1%	8.3%	7.5%	8.9%	10.9%
大企業	48	85.4%	0.0%	4.2%	2.1%	0.0%	8.3%
中小企業	686	50.0%	13.0%	8.6%	7.9%	9.5%	11.1%
農業(畜産農業を含む)	29	41.4%	13.8%	6.9%	6.9%	10.3%	20.7%
林業	7	28.6%	14.3%	14.3%	0.0%	28.6%	14.3%
漁業・水産養殖業	14	42.9%	21.4%	0.0%	0.0%	21.4%	14.3%
食料品製造業	295	61.4%	12.9%	7.1%	5.8%	3.7%	9.2%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	68.3%	11.0%	12.2%	3.7%	0.0%	4.9%
その他製造業	29	62.1%	10.3%	10.3%	3.4%	6.9%	6.9%
飲食料品卸売業	173	42.2%	13.3%	5.8%	9.8%	17.3%	11.6%
その他卸売業	69	30.4%	10.1%	13.0%	17.4%	13.0%	15.9%
飲食料品小売業	20	35.0%	0.0%	10.0%	10.0%	20.0%	25.0%
その他小売業	8	12.5%	12.5%	25.0%	12.5%	12.5%	25.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	87.5%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

1-4. 回答企業の2015年における輸出品目

農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業734社の、2015年における輸出した品目は「その他加工食品」が27.5%と最も高く、次いで「水産物」が24.7%、「日本酒」が14.6%となっている。また、輸出額が最も多かった品目（主要輸出品目）は、「水産物」が20.8%と最も高く、次いで「その他加工食品」が19.8%、「日本酒」が9.8%となっている。

図表Ⅱ.1.7【輸出有】輸出品目、主要輸出品目（全体）

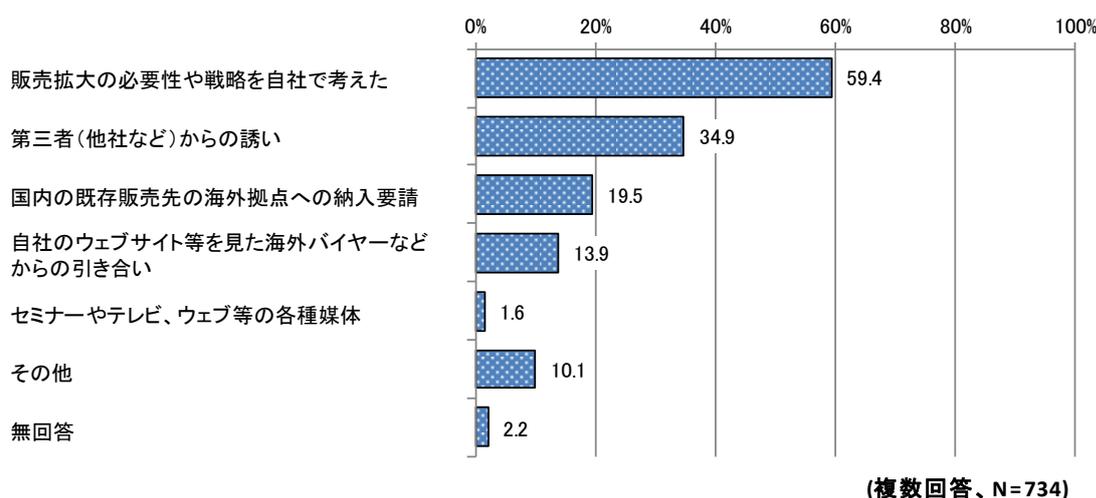


(輸出品目は複数回答、主要輸出品目(2015年において輸出額が最も多かった品目)は単数回答、N=734)

1-5. 輸出を手掛けるきっかけ

農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業 734 社の、輸出を手掛けるきっかけは「販売拡大の必要性や戦略を自社で考えた」が 59.4%と最も高く、次いで「第三者（他社など）からの誘い」が 34.9%、「国内の既存販売先の海外拠点への納入要請」が 19.5%となっている。

図表Ⅱ.1.8【輸出有】輸出を手掛けるきっかけ（全体）



図表Ⅱ.1.9【輸出有】輸出を手掛けるきっかけ（企業規模別、業種別）

	輸出を手掛けるきっかけ							
	n	販売拡大の 必要性や戦 略を自社で 考えた	第三者(他 社など)から の誘い	国内の既存 販売先の海 外拠点への 納入要請	自社のウェ ブサイト等 を見た海外 バイヤーな どからの引 き合い	セミナーや テレビ、ウ ェブ等の各 種媒体	その他	無回答
輸出有	734	59.4%	34.9%	19.5%	13.9%	1.6%	10.1%	2.2%
大企業	48	81.3%	27.1%	18.8%	12.5%	6.3%	12.5%	2.1%
中小企業	686	57.9%	35.4%	19.5%	14.0%	1.3%	9.9%	2.2%
農業(畜産農業を含む)	29	51.7%	48.3%	10.3%	0.0%	3.4%	13.8%	0.0%
林業	7	71.4%	28.6%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	14	85.7%	35.7%	7.1%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業	295	55.9%	37.3%	27.1%	12.5%	2.0%	10.5%	2.0%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	42.7%	40.2%	28.0%	20.7%	3.7%	11.0%	2.4%
その他製造業	29	55.2%	34.5%	20.7%	10.3%	0.0%	10.3%	6.9%
飲食料品卸売業	173	65.9%	29.5%	12.7%	13.9%	0.6%	12.1%	1.2%
その他卸売業	69	73.9%	31.9%	10.1%	17.4%	0.0%	5.8%	2.9%
飲食料品小売業	20	60.0%	20.0%	0.0%	15.0%	0.0%	10.0%	10.0%
その他小売業	8	50.0%	25.0%	12.5%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	87.5%	37.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%

(複数回答)

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

1-6. 輸出先の内訳

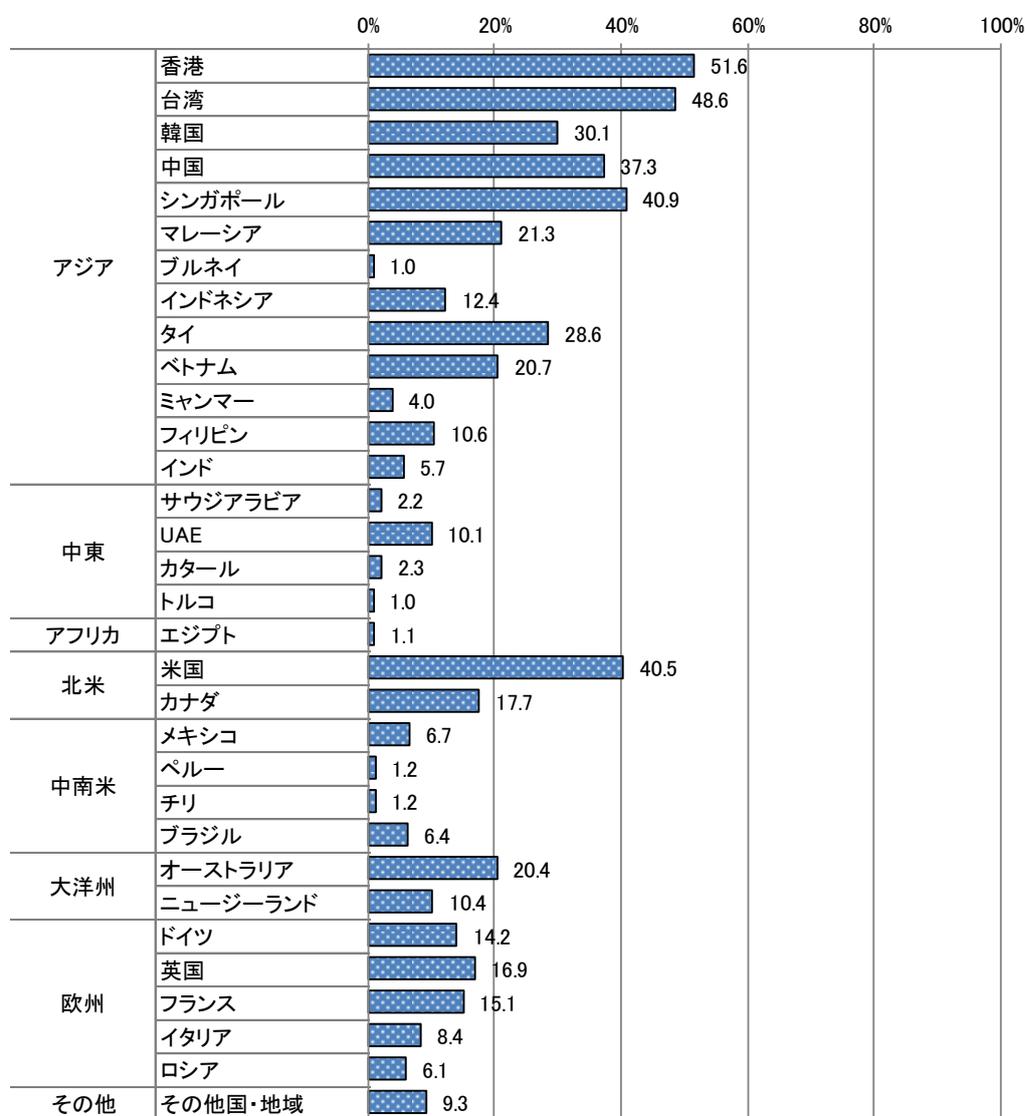
農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業734社の輸出先国・地域の内訳は、「香港」が51.6%で最も多く、次いで「台湾」が48.6%、「シンガポール」が40.9%、「米国」が40.5%と続いている。

輸出先別取引先内訳は、全ての国・地域で「輸入卸」が多く、「香港」が最も多く272社、次いで「台湾」が260社、「米国」が218社、「シンガポール」が217社となっている。

また、「小売」も「香港」が最も多く129社、次いで「台湾」が104社、「米国」が96社となっている。

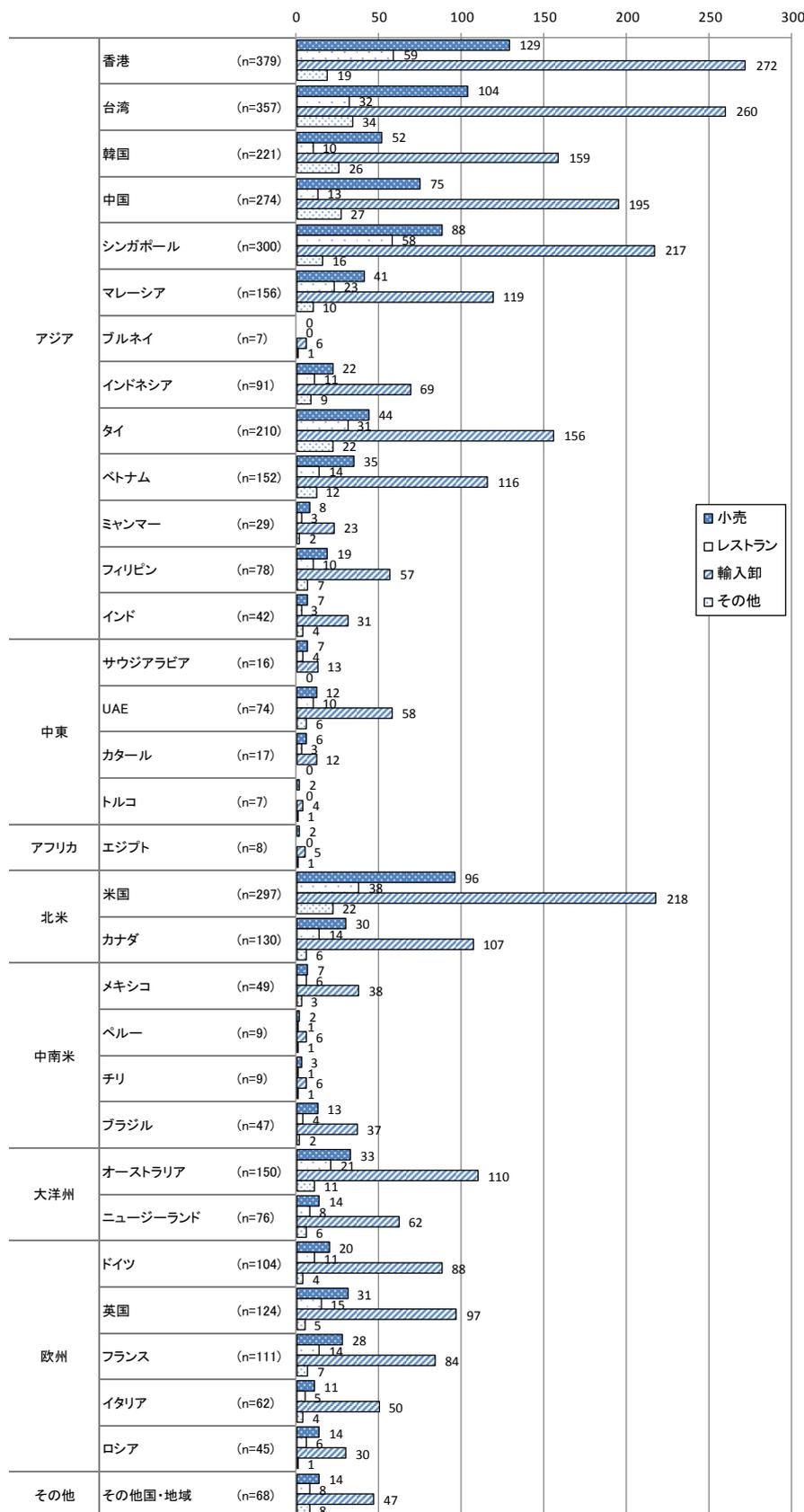
「レストラン」も「香港」が最も多く59社、次いで「シンガポール」が58社、「米国」が38社となっている。

図表Ⅱ.1.10【輸出有】輸出先国・地域の内訳（全体）



(複数回答、N=734)

図表Ⅱ.1.11 【輸出有】輸出先の取引先内訳（全体、国・地域別）

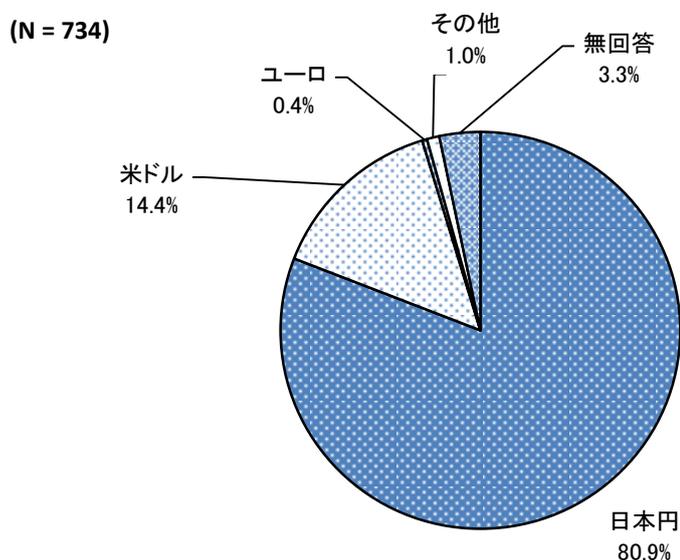


(複数回答、回答数)

1-7. 決済通貨

農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業 734 社の決済通貨は、「日本円」が 80.9%と最も高く、次いで「米ドル」が 14.4%となっている。

図表Ⅱ.1.12【輸出有】決済通貨（全体）



図表Ⅱ.1.13【輸出有】決済通貨（企業規模別、業種別）

	決済通貨					
	n	日本円	米ドル	ユーロ	その他	無回答
輸出有	734	80.9%	14.4%	0.4%	1.0%	3.3%
大企業	48	70.8%	27.1%	0.0%	0.0%	2.1%
中小企業	686	81.6%	13.6%	0.4%	1.0%	3.4%
農業(畜産農業を含む)	29	79.3%	17.2%	0.0%	0.0%	3.4%
林業	7	71.4%	14.3%	0.0%	14.3%	0.0%
漁業・水産養殖業	14	71.4%	21.4%	0.0%	0.0%	7.1%
食料品製造業	295	84.7%	10.5%	0.7%	0.7%	3.4%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	91.5%	7.3%	0.0%	0.0%	1.2%
その他製造業	29	69.0%	24.1%	0.0%	0.0%	6.9%
飲食料品卸売業	173	77.5%	17.3%	0.6%	2.3%	2.3%
その他卸売業	69	68.1%	26.1%	0.0%	0.0%	5.8%
飲食料品小売業	20	80.0%	15.0%	0.0%	0.0%	5.0%
その他小売業	8	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

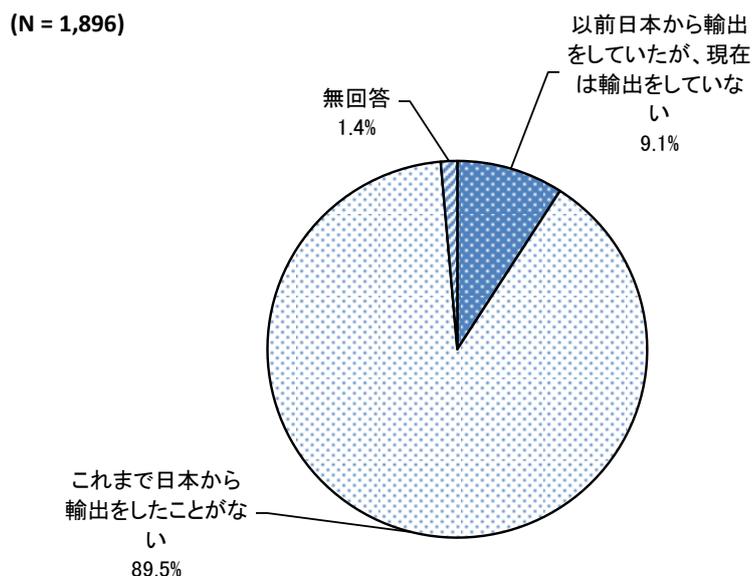
*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

2. 輸出無

2-1. 農林水産物・食品の輸出の経験

農林水産物・食品の輸出を手掛けていない企業 1,896 社のこれまでの輸出の経験は、「これまで日本から輸出をしたことがない」が 89.5%と最も高く、次いで「以前日本から輸出をしていたが、現在は輸出をしていない」が 9.1%となっている。

図表 II. 2. 1 【輸出無】農林水産物・食品の輸出の経験（全体）



図表 II. 2. 2 【輸出無】農林水産物・食品の輸出の経験（企業規模別、業種別）

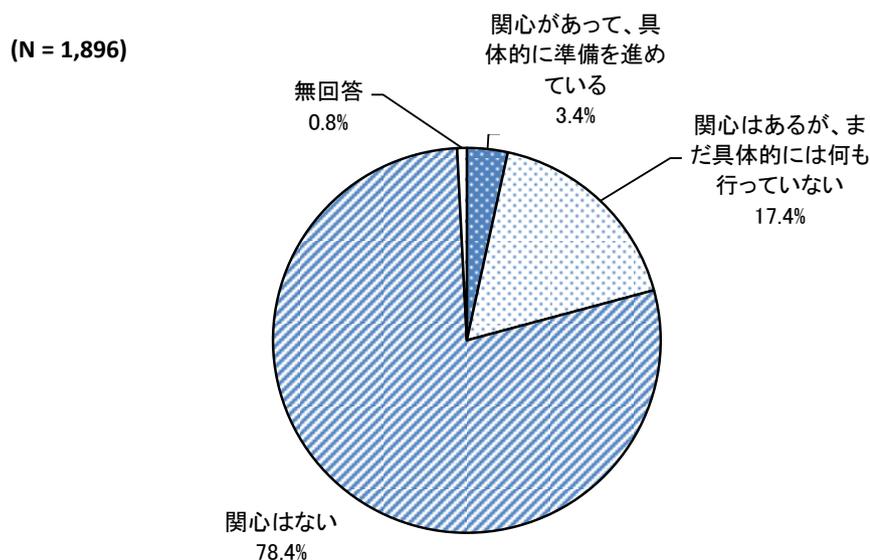
	農林水産物・食品の輸出の経験			
	n	以前日本から輸出をしていたが、現在は輸出をしていない	これまで日本から輸出をしたことがない	無回答
輸出無	1,896	9.1%	89.5%	1.4%
大企業	25	12.0%	88.0%	0.0%
中小企業	1,870	9.1%	89.5%	1.4%
農業(畜産農業を含む)	222	8.1%	91.0%	0.9%
林業	54	3.7%	92.6%	3.7%
漁業・水産養殖業	35	11.4%	85.7%	2.9%
食料品製造業	415	13.3%	86.0%	0.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	37	21.6%	75.7%	2.7%
その他製造業	130	6.2%	92.3%	1.5%
飲食料品卸売業	328	14.0%	84.8%	1.2%
その他卸売業	223	10.8%	88.3%	0.9%
飲食料品小売業	253	2.0%	96.4%	1.6%
その他小売業	130	1.5%	95.4%	3.1%
飲食店	32	0.0%	96.9%	3.1%
その他飲食サービス業	18	0.0%	94.4%	5.6%
協同組合	19	5.3%	94.7%	0.0%

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

2-2. 農林水産物・食品の輸出への関心

農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業1,896社の輸出への関心は、「関心はない」が78.4%と最も高く、次いで「関心はあるが、まだ具体的には何も行ってない」が17.4%、「関心があって、具体的に準備を進めている」が3.4%となっている。

図表Ⅱ.2.3【輸出無】農林水産物・食品の輸出への関心（全体）



図表Ⅱ.2.4【輸出無】農林水産物・食品の輸出への関心（企業規模別、業種別）

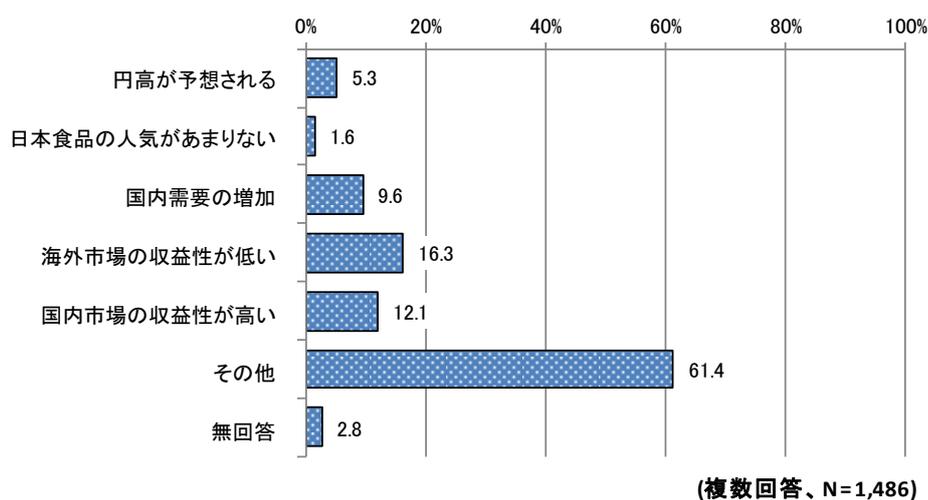
	農林水産物・食品の輸出への関心				
	n	関心があつて、具体的に準備を進めている	関心はあるが、まだ具体的には何も行ってない	関心はない	無回答
輸出無	1,896	3.4%	17.4%	78.4%	0.8%
大企業	25	4.0%	24.0%	72.0%	0.0%
中小企業	1,870	3.4%	17.3%	78.4%	0.9%
農業（畜産農業を含む）	222	4.1%	17.6%	77.5%	0.9%
林業	54	1.9%	9.3%	85.2%	3.7%
漁業・水産養殖業	35	0.0%	25.7%	74.3%	0.0%
食料品製造業	415	6.5%	23.1%	69.9%	0.5%
飲料・たばこ・飼料製造業	37	5.4%	24.3%	67.6%	2.7%
その他製造業	130	2.3%	10.0%	86.9%	0.8%
飲食料品卸売業	328	4.0%	25.3%	69.8%	0.9%
その他卸売業	223	2.2%	18.8%	78.5%	0.4%
飲食料品小売業	253	0.4%	6.7%	92.1%	0.8%
その他小売業	130	1.5%	8.5%	88.5%	1.5%
飲食店	32	0.0%	9.4%	90.6%	0.0%
その他飲食サービス業	18	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
協同組合	19	5.3%	15.8%	78.9%	0.0%

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

2-3. 輸出に関心のない理由

輸出に関心のない企業 1,486 社の、輸出に関心のない理由は、「海外市場の収益性が低い」が 16.3%と最も高く、次いで「国内市場の収益性が高い」が 12.1%となっている。なお、「その他」(巻末参照)が 61.4%を占めている。

図表 II.2.5 【輸出無】 輸出に関心のない理由（「関心のない」回答者全体）



図表 II.2.6 【輸出無】 輸出に関心のない理由（「関心のない」回答者全体、企業規模別）

	輸出に関心のない理由							
	n	円高が予想される	日本食品の人気あまりない	国内需要の増加	海外市場の収益性が低い	国内市場の収益性が高い	その他	無回答
輸出無	1,486	5.3%	1.6%	9.6%	16.3%	12.1%	61.4%	2.8%
大企業	18	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	5.6%	72.2%	5.6%
中小企業	1,467	5.4%	1.6%	9.7%	16.3%	12.2%	61.3%	2.7%

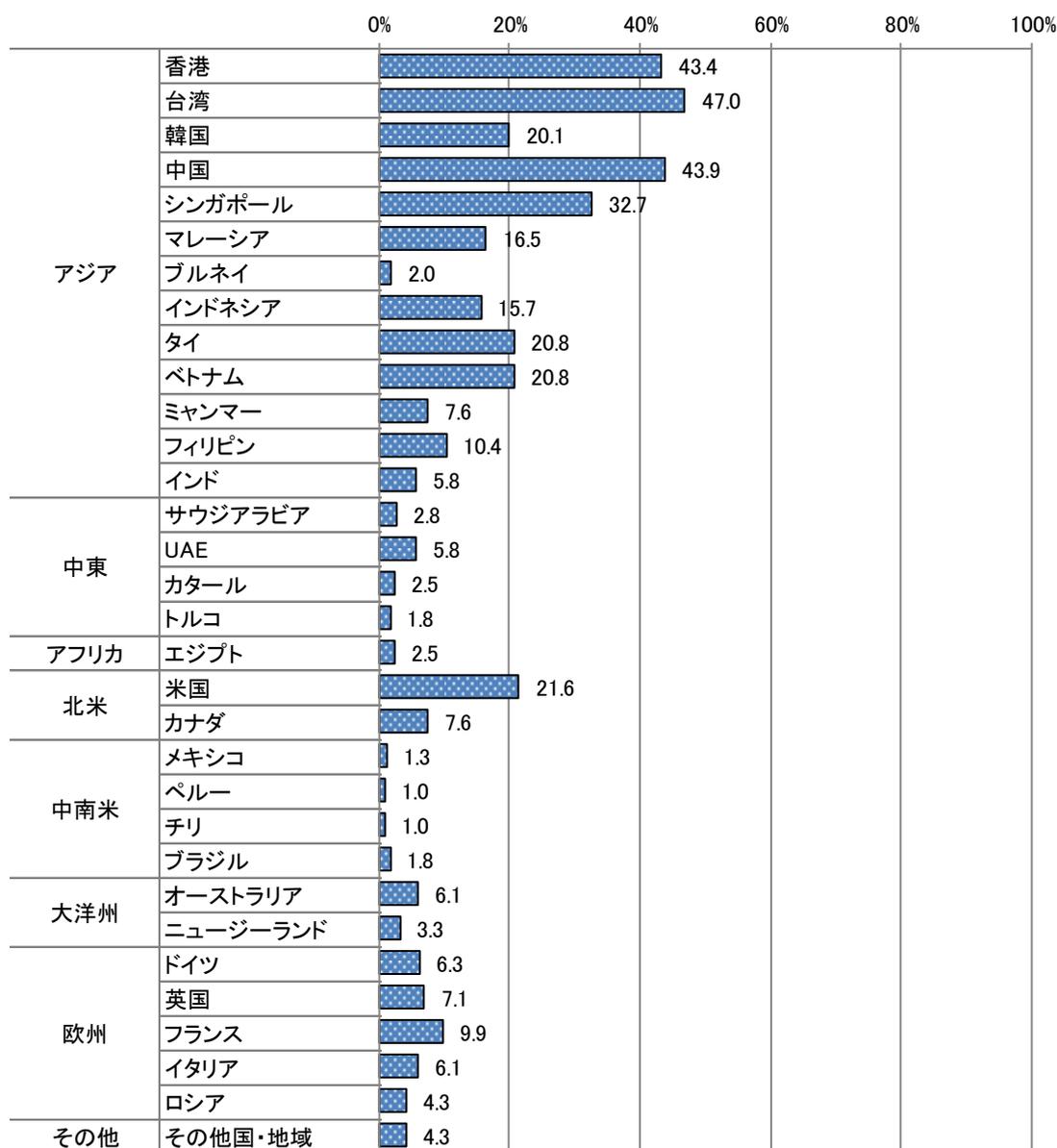
(複数回答)

*注：各規模で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

2-4. 今後輸出を検討している国・地域

輸出に関心のある企業 394 社の、今後輸出を検討している国・地域は、「台湾」が 47.0%と最も高く、次いで「中国」が 43.9%、「香港」が 43.4%となっている。

図表Ⅱ.2.7【輸出無】今後輸出を検討している国・地域（全体）

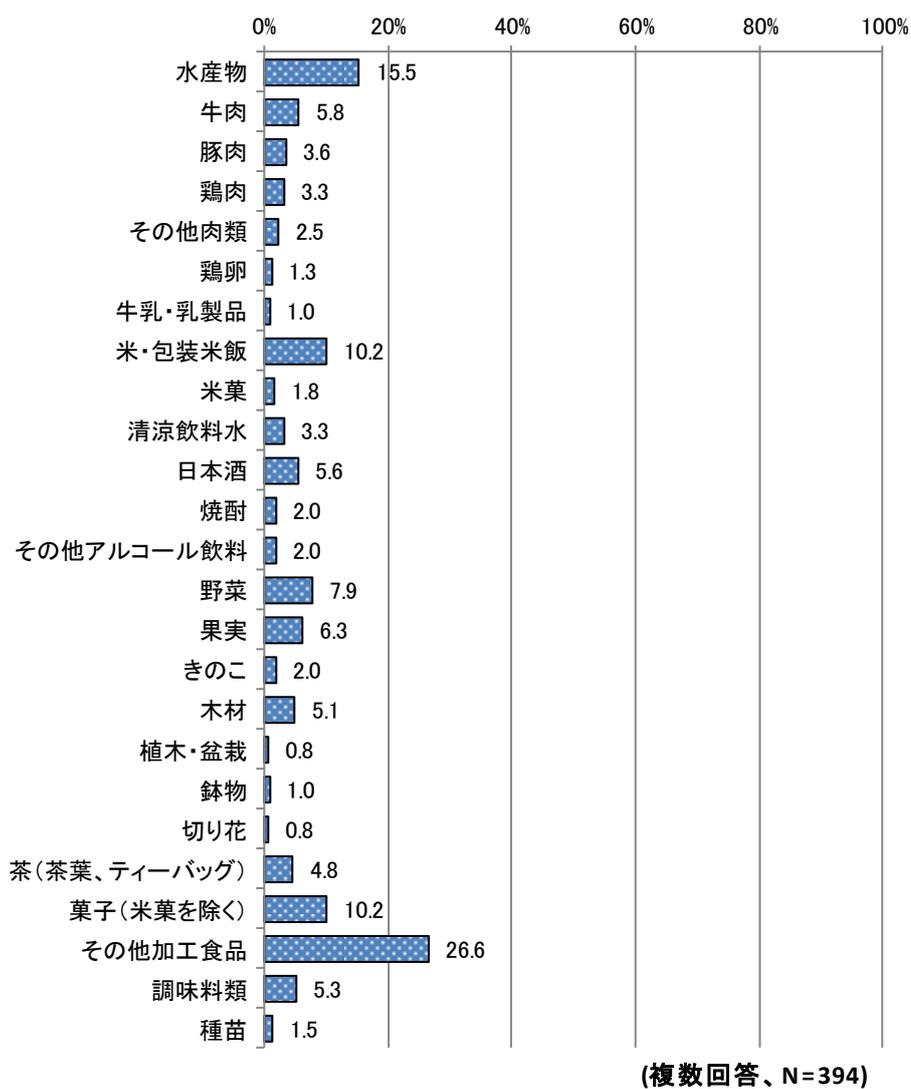


(複数回答、N=394)

2-5. 今後輸出を検討している輸出品目

輸出に関心のある企業394社の、今後輸出を検討している輸出品目は、「その他加工食品」が26.6%と最も高く、次いで「水産物」が15.5%、「米・包装米飯」および「菓子（米菓を除く）」が10.2%となっている。

図表Ⅱ.2.8【輸出無】 今後輸出を検討している輸出品目（全体）



Ⅲ. 輸出にあたっての課題・問題点について

1. 課題・問題点の有無

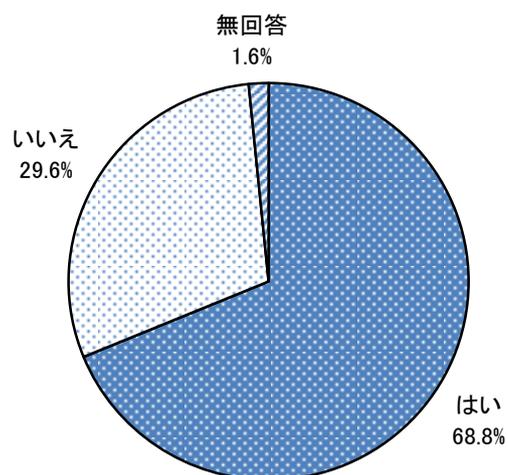
輸出を手掛けている、または輸出を手掛けていないが関心のある企業（1,128社）の、輸出にあたっての課題・問題点を感じるかについては、「はい」が68.8%、「いいえ」が29.6%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（734社）の、輸出にあたっての課題・問題点を感じるかについては、「はい」が66.3%、「いいえ」が33.4%となっている。

また、「輸出無」の企業（394社）の、輸出にあたっての課題・問題点を感じるかについては、「はい」が73.3%、「いいえ」が22.6%となっている。

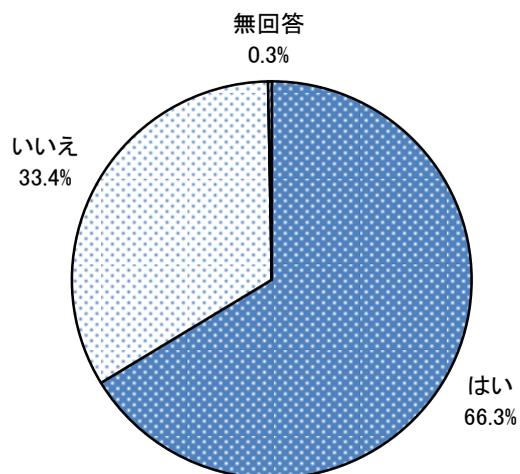
図表Ⅲ.1.1【全体】輸出にあたって課題・問題点を感じる（全体）

(N = 1,128)



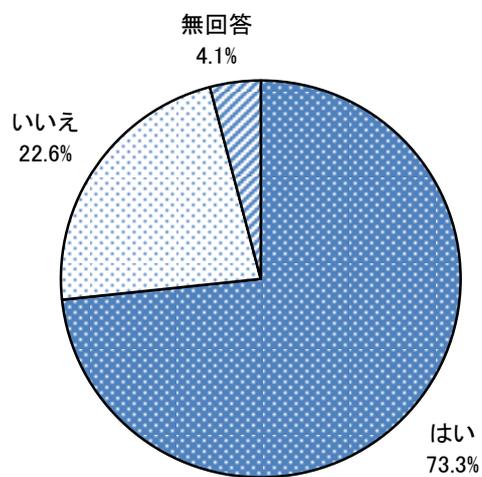
図表Ⅲ. 1. 2 【輸出有】 輸出にあたって課題・問題点を感じる（全体）

(N = 734)



図表Ⅲ. 1. 3 【輸出無】 輸出にあたって課題・問題点を感じる（全体）

(N = 394)



図表Ⅲ. 1. 4 輸出にあたって課題・問題点を感じる（企業規模別、業種別）

	輸出にあたって課題・問題点を感じる			
	n	はい	いいえ	無回答
全体	1,128	68.8%	29.6%	1.6%
大企業	55	85.5%	14.5%	0.0%
中小企業	1,073	67.9%	30.4%	1.7%
農業(畜産農業を含む)	77	74.0%	20.8%	5.2%
林業	13	46.2%	46.2%	7.7%
漁業・水産養殖業	23	65.2%	34.8%	0.0%
食料品製造業	418	68.2%	30.6%	1.2%
飲料・たばこ・飼料製造業	93	64.5%	35.5%	0.0%
その他製造業	45	53.3%	40.0%	6.7%
飲食料品卸売業	269	73.2%	26.0%	0.7%
その他卸売業	116	70.7%	27.6%	1.7%
飲食料品小売業	38	73.7%	23.7%	2.6%
その他小売業	21	57.1%	42.9%	0.0%
飲食店	3	66.7%	33.3%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	12	66.7%	33.3%	0.0%
輸出有	734	66.3%	33.4%	0.3%
大企業	48	89.6%	10.4%	0.0%
中小企業	686	64.7%	35.0%	0.3%
農業(畜産農業を含む)	29	62.1%	37.9%	0.0%
林業	7	42.9%	57.1%	0.0%
漁業・水産養殖業	14	64.3%	35.7%	0.0%
食料品製造業	295	63.7%	36.3%	0.0%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	62.2%	37.8%	0.0%
その他製造業	29	58.6%	41.4%	0.0%
飲食料品卸売業	173	74.0%	25.4%	0.6%
その他卸売業	69	73.9%	26.1%	0.0%
飲食料品小売業	20	65.0%	30.0%	5.0%
その他小売業	8	37.5%	62.5%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	75.0%	25.0%	0.0%
輸出無	394	73.3%	22.6%	4.1%
大企業	7	57.1%	42.9%	0.0%
中小企業	387	73.6%	22.2%	4.1%
農業(畜産農業を含む)	48	81.3%	10.4%	8.3%
林業	6	50.0%	33.3%	16.7%
漁業・水産養殖業	9	66.7%	33.3%	0.0%
食料品製造業	123	78.9%	17.1%	4.1%
飲料・たばこ・飼料製造業	11	81.8%	18.2%	0.0%
その他製造業	16	43.8%	37.5%	18.8%
飲食料品卸売業	96	71.9%	27.1%	1.0%
その他卸売業	47	66.0%	29.8%	4.3%
飲食料品小売業	18	83.3%	16.7%	0.0%
その他小売業	13	69.2%	30.8%	0.0%
飲食店	3	66.7%	33.3%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	4	50.0%	50.0%	0.0%

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

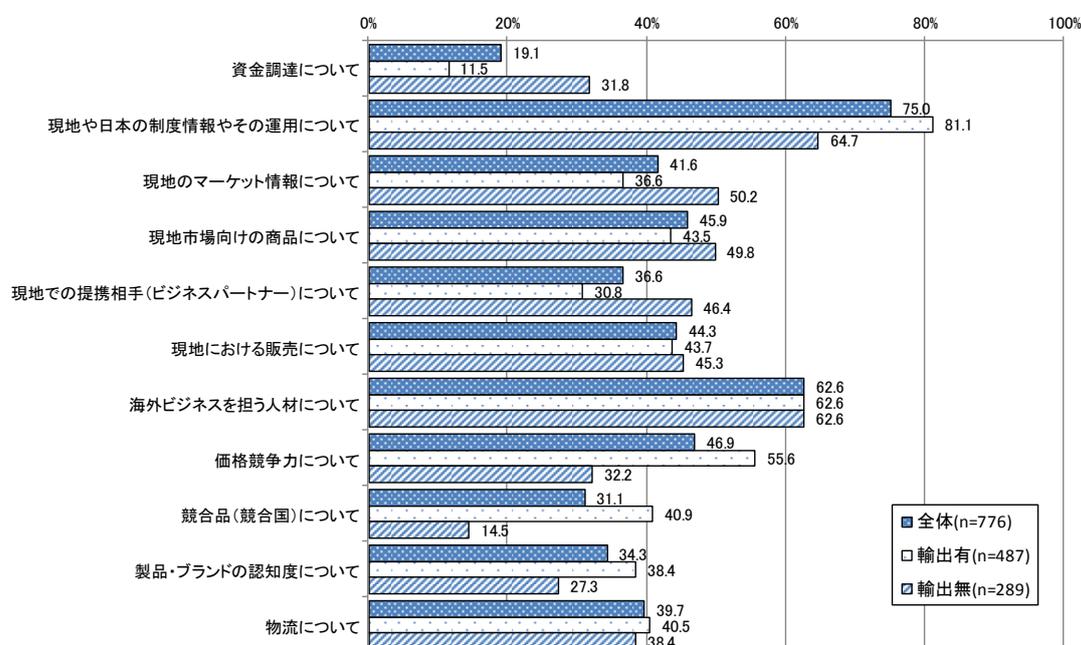
2. 課題・問題点を感じる項目

課題・問題点を感じていると回答した企業全体（776社）で、課題・問題点を感じる項目は、「現地や日本の制度情報やその運用について」が75.0%と最も高く、次いで「海外ビジネスを担う人材について」が62.6%、「価格競争力について」が46.9%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（487社）で、課題・問題点を感じる項目は、「現地や日本の制度情報やその運用について」が81.1%と最も高く、次いで「海外ビジネスを担う人材について」が62.6%、「価格競争力について」が55.6%となっている。

また、「輸出無」の企業（289社）で、課題・問題点を感じる項目は、「現地や日本の制度情報やその運用について」が64.7%と最も高く、次いで「海外ビジネスを担う人材について」が62.6%、「現地のマーケット情報について」が50.2%となっている。

図表Ⅲ. 2.1 課題・問題点を感じる項目（全体、輸出有無別）



(各項目について単一回答で回答されたものを複数回答として集計)

図表Ⅲ. 2.2 課題・問題点を感じる項目（企業規模別、業種別）

	課題・問題点を感じる項目											
	n	資金調達について	現地や日本の制度情報やその運用について	現地のマーケット情報について	現地市場向けの商品について	現地での提携相手(ビジネスパートナー)について	現地における販売について	海外ビジネスを担う人材について	価格競争力について	競合品(競合国)について	製品・ブランドの認知度について	物流について
全体	776	19.1%	75.0%	41.6%	45.9%	36.6%	44.3%	62.6%	46.9%	31.1%	34.3%	39.7%
大企業	47	2.1%	89.4%	53.2%	61.7%	46.8%	59.6%	63.8%	74.5%	61.7%	46.8%	55.3%
中小企業	729	20.2%	74.1%	40.9%	44.9%	35.9%	43.3%	62.6%	45.1%	29.1%	33.5%	38.7%
農業(畜産農業を含む)	57	29.8%	70.2%	31.6%	35.1%	49.1%	45.6%	56.1%	47.4%	19.3%	33.3%	43.9%
林業	6	16.7%	66.7%	50.0%	33.3%	33.3%	16.7%	50.0%	33.3%	16.7%	16.7%	50.0%
漁業・水産養殖業	15	13.3%	60.0%	40.0%	33.3%	40.0%	60.0%	53.3%	46.7%	33.3%	20.0%	33.3%
食料品製造業	285	14.7%	74.0%	49.1%	55.4%	39.6%	48.1%	68.1%	48.1%	35.1%	42.5%	39.3%
飲料・たばこ・飼料製造業	60	6.7%	80.0%	38.3%	46.7%	23.3%	43.3%	73.3%	46.7%	21.7%	50.0%	26.7%
その他製造業	24	16.7%	87.5%	37.5%	37.5%	20.8%	41.7%	50.0%	54.2%	33.3%	41.7%	25.0%
飲食料品卸売業	197	19.8%	79.2%	43.7%	45.7%	38.1%	45.7%	61.9%	49.2%	34.0%	26.9%	45.7%
その他卸売業	82	26.8%	89.5%	24.4%	29.3%	30.5%	32.9%	51.2%	43.9%	31.7%	19.5%	32.9%
飲食料品小売業	28	42.9%	64.3%	25.0%	35.7%	32.1%	39.3%	64.3%	32.1%	14.3%	21.4%	50.0%
その他小売業	12	41.7%	91.7%	58.3%	50.0%	25.0%	25.0%	58.3%	33.3%	16.7%	41.7%	33.3%
飲食店	2	0.0%	50.0%	100.0%	50.0%	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	0.0%	75.0%	25.0%	37.5%	25.0%	37.5%	37.5%	50.0%	50.0%	25.0%	62.5%
輸出有	487	11.5%	81.1%	36.6%	43.5%	30.8%	43.7%	62.6%	55.6%	40.9%	38.4%	40.5%
大企業	43	2.3%	88.4%	48.8%	60.5%	44.2%	60.5%	62.8%	76.7%	67.4%	46.5%	53.5%
中小企業	444	12.4%	80.4%	35.4%	41.9%	29.5%	42.1%	62.6%	53.6%	38.3%	37.6%	39.2%
農業(畜産農業を含む)	18	16.7%	72.2%	22.2%	22.2%	38.9%	44.4%	44.4%	72.2%	27.8%	44.4%	61.1%
林業	3	33.3%	66.7%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	66.7%	33.3%	0.0%	33.3%
漁業・水産養殖業	9	11.1%	66.7%	22.2%	22.2%	22.2%	55.6%	33.3%	66.7%	55.6%	22.2%	55.6%
食料品製造業	188	6.9%	80.3%	45.7%	54.3%	37.2%	49.5%	70.2%	55.9%	46.3%	48.9%	38.3%
飲料・たばこ・飼料製造業	51	7.8%	84.3%	33.3%	45.1%	21.6%	43.1%	72.5%	49.0%	23.5%	54.9%	25.5%
その他製造業	17	5.9%	88.2%	29.4%	35.3%	17.6%	47.1%	52.9%	64.7%	41.2%	52.9%	23.5%
飲食料品卸売業	128	14.8%	84.4%	37.5%	40.6%	32.8%	43.8%	60.9%	56.3%	41.4%	27.3%	46.9%
その他卸売業	51	19.6%	76.5%	17.6%	27.5%	23.5%	25.5%	51.0%	51.0%	43.1%	15.7%	35.3%
飲食料品小売業	13	15.4%	76.9%	23.1%	38.5%	7.7%	30.8%	53.8%	46.2%	15.4%	23.1%	69.2%
その他小売業	3	66.7%	100.0%	66.7%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	6	0.0%	83.3%	16.7%	33.3%	16.7%	33.3%	50.0%	66.7%	66.7%	16.7%	66.7%
輸出無	289	31.8%	64.7%	50.2%	49.8%	46.4%	45.3%	62.6%	32.2%	14.5%	27.3%	38.4%
大企業	4	0.0%	100.0%	100.0%	75.0%	75.0%	50.0%	75.0%	50.0%	0.0%	50.0%	75.0%
中小企業	285	32.3%	64.2%	49.5%	49.5%	46.0%	45.3%	62.5%	31.9%	14.7%	27.0%	37.9%
農業(畜産農業を含む)	39	35.9%	69.2%	35.9%	41.0%	53.8%	46.2%	61.5%	35.9%	15.4%	28.2%	35.9%
林業	3	0.0%	66.7%	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%
漁業・水産養殖業	6	16.7%	50.0%	66.7%	50.0%	66.7%	66.7%	83.3%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%
食料品製造業	97	29.9%	61.9%	55.7%	57.7%	44.3%	45.4%	63.9%	33.0%	13.4%	29.9%	41.2%
飲料・たばこ・飼料製造業	9	0.0%	55.6%	66.7%	55.6%	33.3%	44.4%	77.8%	33.3%	11.1%	22.2%	33.3%
その他製造業	7	42.9%	85.7%	57.1%	42.9%	28.6%	28.6%	42.9%	28.6%	14.3%	14.3%	28.6%
飲食料品卸売業	69	29.0%	69.6%	55.1%	55.1%	47.8%	49.3%	63.8%	36.2%	20.3%	26.1%	43.5%
その他卸売業	31	38.7%	58.1%	35.5%	32.3%	41.9%	45.2%	51.6%	32.3%	12.9%	25.8%	29.0%
飲食料品小売業	15	66.7%	53.3%	26.7%	33.3%	53.3%	46.7%	73.3%	20.0%	13.3%	20.0%	33.3%
その他小売業	9	33.3%	88.9%	55.6%	55.6%	33.3%	22.2%	66.7%	33.3%	11.1%	44.4%	44.4%
飲食店	2	0.0%	50.0%	100.0%	50.0%	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	2	0.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%

(各項目について単一回答で回答されたものを複数回答として集計)

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

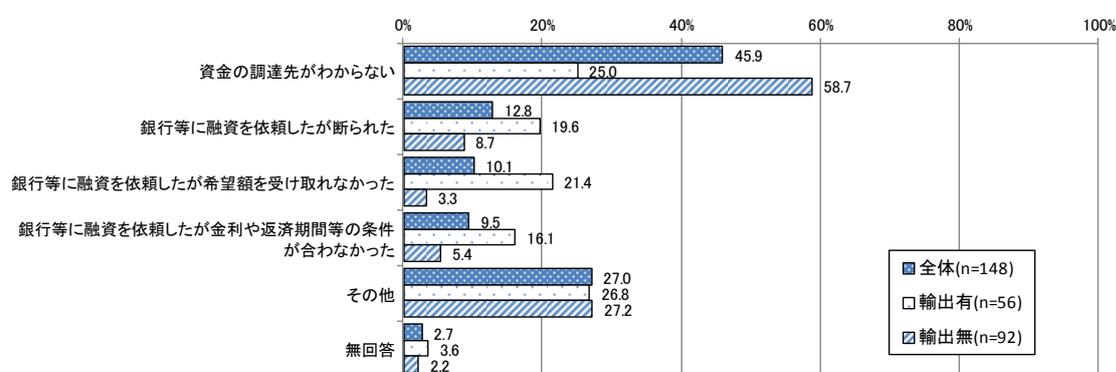
3. 資金調達について

資金調達について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（148社）で、課題・問題点を感じる具体的な項目は、「資金の調達先がわからない」が45.9%と最も高く、次いで「銀行等に融資を依頼したが断られた」が12.8%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（56社）で、課題・問題点を感じる具体的な項目は、「資金の調達先がわからない」が25.0%と最も高く、次いで「銀行等に融資を依頼したが希望額を受け取れなかった」が21.4%となっている。

また、「輸出無」の企業（92社）で課題・問題点を感じる具体的な項目は、「資金の調達先がわからない」が58.7%と最も高く、次いで「銀行等に融資を依頼したが断られた」が8.7%となっている。

図表Ⅲ. 3. 1 資金調達に関する具体的な課題・問題点（全体、輸出有無別）



(複数回答)

図表Ⅲ. 3.2 資金調達について課題・問題点を感じる項目（企業規模別、業種別）

	課題・問題点を感じる項目						
	n	資金の調達先がわからない	銀行等に融資を依頼したが断られた	銀行等に融資を依頼したが希望額を受け取れなかった	銀行等に融資を依頼したが金利や返済期間等の条件が合わなかった	その他	無回答
全体	148	45.9%	12.8%	10.1%	9.5%	27.0%	2.7%
大企業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
中小企業	147	46.3%	12.9%	10.2%	9.5%	26.5%	2.7%
農業(畜産農業を含む)	17	64.7%	11.8%	0.0%	5.9%	17.6%	0.0%
林業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
漁業・水産養殖業	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
食料品製造業	42	42.9%	11.9%	9.5%	9.5%	31.0%	2.4%
飲料・たばこ・飼料製造業	4	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
その他製造業	4	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%
飲食料品卸売業	39	33.3%	17.9%	17.9%	7.7%	28.2%	2.6%
その他卸売業	22	59.1%	9.1%	13.6%	4.5%	27.3%	4.5%
飲食料品小売業	12	66.7%	8.3%	0.0%	16.7%	25.0%	0.0%
その他小売業	5	60.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出有	56	25.0%	19.6%	21.4%	16.1%	26.8%	3.6%
大企業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
中小企業	55	25.5%	20.0%	21.8%	16.4%	25.5%	3.6%
農業(畜産農業を含む)	3	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%
林業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
漁業・水産養殖業	1	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業	13	23.1%	15.4%	15.4%	30.8%	23.1%	7.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	4	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
その他製造業	1	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業	19	15.8%	26.3%	36.8%	10.5%	21.1%	0.0%
その他卸売業	10	40.0%	10.0%	30.0%	0.0%	40.0%	0.0%
飲食料品小売業	2	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
その他小売業	2	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出無	92	58.7%	8.7%	3.3%	5.4%	27.2%	2.2%
大企業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
中小企業	92	58.7%	8.7%	3.3%	5.4%	27.2%	2.2%
農業(畜産農業を含む)	14	71.4%	7.1%	0.0%	7.1%	14.3%	0.0%
林業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
食料品製造業	29	51.7%	10.3%	6.9%	0.0%	34.5%	0.0%
飲料・たばこ・飼料製造業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他製造業	3	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%
飲食料品卸売業	20	50.0%	10.0%	0.0%	5.0%	35.0%	5.0%
その他卸売業	12	75.0%	8.3%	0.0%	8.3%	16.7%	8.3%
飲食料品小売業	10	70.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%
その他小売業	3	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(複数回答)

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

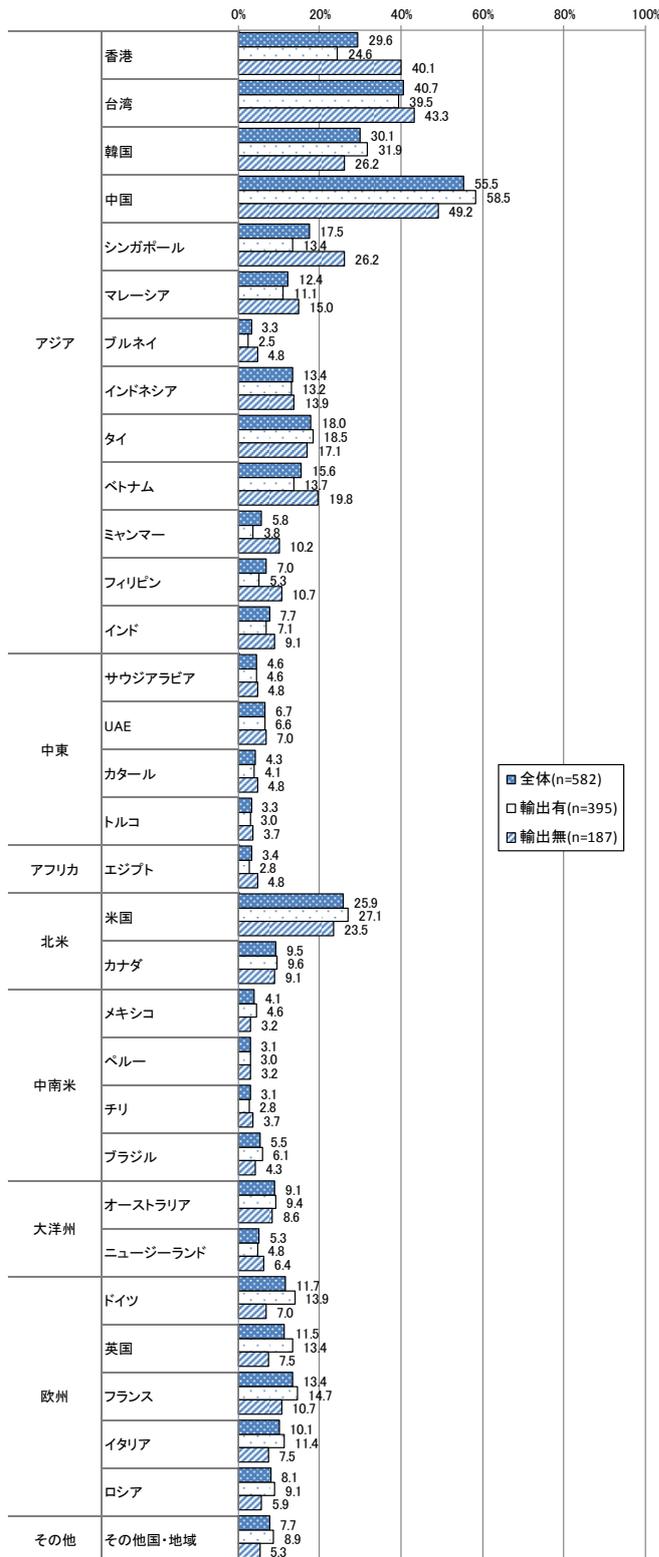
4. 現地や日本の制度情報やその運用について

現地や日本の制度情報やその運用について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（582社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が55.5%で最も高く、次いで「台湾」40.7%、「韓国」30.1%となっている。課題・問題点を感じる点は、「現地の制度情報の入手が困難」（952件）が最も多く、次いで「現地の制度の理解が困難」（851件）、「日本の食品安全基準（内容、基準値）と異なる」（554件）となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（395社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が58.5%で最も高く、次いで「台湾」39.5%、「韓国」31.9%となっている。課題・問題点を感じる点は、「現地の制度情報の入手が困難」（491件）が最も多く、次いで「現地の制度の理解が困難」（484件）、「添加物規制が日本と異なる」（438件）となっている。

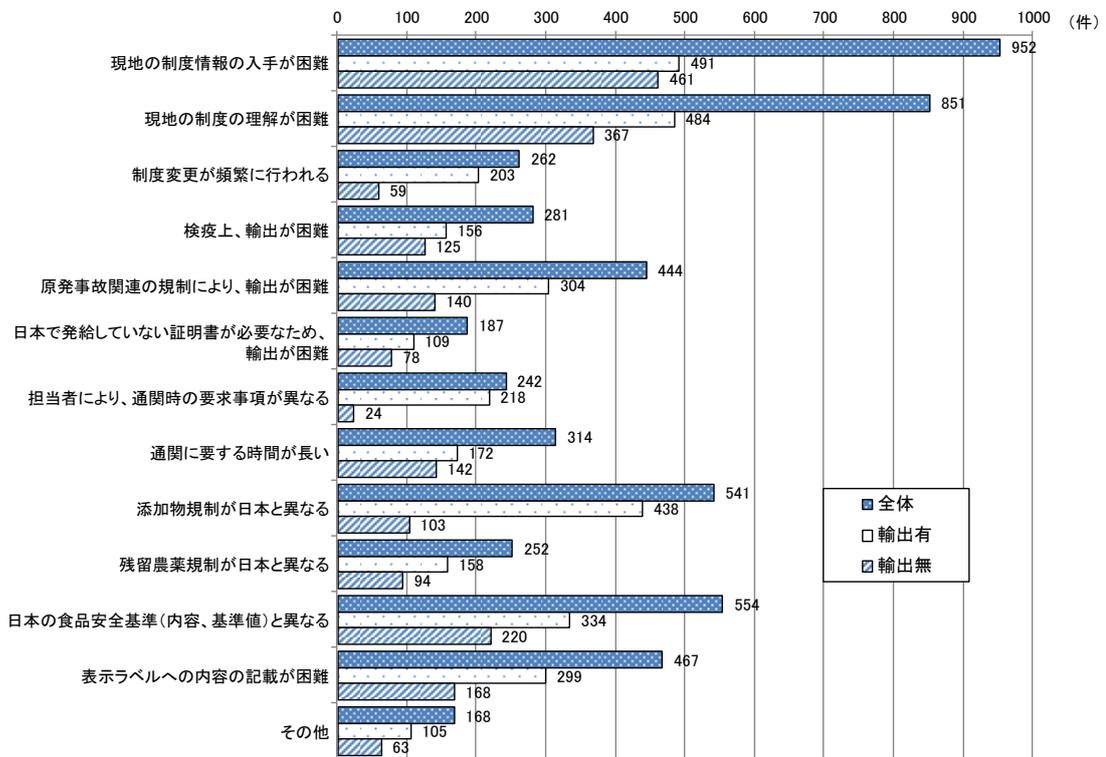
また、「輸出無」の企業（187社）で課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が49.2%で最も高く、次いで「台湾」43.3%、「香港」40.1%となっている。課題・問題点を感じる点は、「現地の制度情報の入手が困難」（461件）が最も多く、次いで「現地の制度の理解が困難」（367件）、「日本の食品安全基準（内容、基準値）と異なる」（220件）となっている。

図表Ⅲ. 4. 1 現地や日本の制度情報やその運用に関する具体的な課題・問題点（全体、国別）



(複数回答)

図表Ⅲ. 4.2 現地や日本の制度情報やその運用に関する具体的な課題・問題点（全体、問題・課題別）



（複数回答、回答数）

図表Ⅲ. 4. 3 【全体】 現地や日本の制度情報やその運用に関する具体的な課題・問題点
(全体、国別)

課題、問題点 国・地域		現地や日本の制度情報やその運用に関する具体的な課題・問題点													
		情報収集			運用										その他
					輸入時			通関・手続き				販売			
		現地の制度情報の入手が困難	現地の制度の理解が困難	制度変更が頻繁に行われる				検査上、輸出が困難	原発事故関連の規制により、輸出が困難	日本で発給していない証明書が必要なため、輸出が困難	担当者により、通関時の要求事項が異なる	通関に要する時間が長い	添加物規制が日本と異なる	残留農薬規制が日本と異なる	
全体	952	851	262	281	444	187	242	314	541	252	554	467	168		
アジア	香港	71	57	13	16	26	13	11	15	52	21	37	42	12	
	台湾	83	59	30	26	72	20	21	63	42	57	50	19		
	韓国	48	49	24	18	79	8	20	25	29	11	38	25	14	
	中国	110	117	98	51	133	37	76	87	60	25	69	47	20	
	シンガポール	45	40	3	13	10	7	8	9	28	8	23	22	8	
	マレーシア	39	30	7	10	8	7	4	11	15	4	14	10	6	
	ブルネイ	12	9	0	2	4	1	1	3	3	1	6	4	0	
	インドネシア	35	33	18	8	5	6	5	16	10	4	10	11	8	
	タイ	48	41	15	13	11	12	16	14	23	10	24	19	11	
	ベトナム	54	48	10	12	7	9	13	15	14	9	16	16	7	
ミャンマー	24	18	1	3	3	1	2	4	4	1	6	6	1		
フィリピン	26	24	4	7	5	5	4	6	6	3	8	5	2		
インド	27	28	3	3	3	4	7	7	5	3	7	6	2		
中東	サウジアラビア	15	12	1	3	3	2	2	3	6	2	6	9	1	
	UAE	21	15	3	3	4	1	1	3	9	3	9	11	2	
	カタール	14	11	1	3	2	3	2	3	6	2	6	8	1	
	トルコ	11	10	0	3	2	4	1	2	3	2	6	5	0	
アフリカ	エジプト	12	11	2	3	4	2	2	3	4	3	6	5	1	
北米	米国	39	43	13	13	7	6	10	10	57	22	51	44	13	
	カナダ	20	22	3	3	3	1	2	3	19	6	13	13	0	
中南米	メキシコ	12	12	0	3	2	3	1	4	4	1	5	5	0	
	ペルー	10	11	1	1	2	2	2	4	3	1	5	4	0	
	チリ	9	10	0	1	2	2	2	4	3	1	5	5	0	
	ブラジル	13	12	2	3	3	3	1	5	4	3	9	5	1	
大洋州	オーストラリア	21	17	1	7	3	1	3	2	19	5	13	8	3	
	ニュージーランド	15	12	0	2	2	1	2	2	10	5	10	5	1	
欧州	ドイツ	19	15	0	9	7	3	3	3	16	11	20	14	3	
	英国	23	17	1	10	8	6	3	3	15	12	19	13	4	
	フランス	23	21	3	10	8	7	4	7	19	14	22	17	3	
	イタリア	18	18	1	9	5	4	6	4	16	10	16	12	4	
	ロシア	25	19	2	10	6	3	4	8	8	3	9	10	3	
その他	その他・地域	10	10	2	3	5	3	3	8	8	4	9	11	18	

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 4. 4 【輸出有】 現地や日本の制度情報やその運用に関する具体的な課題・問題点
(全体、国別)

課題、問題点 国・地域		現地や日本の制度情報やその運用に関する具体的な課題・問題点												
		情報収集			運用									その他
					輸入時			通関・手続き			販売			
		現地の制度情報の入手が困難	現地の制度の理解が困難	制度変更が頻繁に行われる				検査上、輸出が困難	原発事故関連の規制により、輸出が困難	日本で発給していない証明書が必要なため、輸出が困難	担当者により、通関時の要求事項が異なる	通関に要する時間が長い	添加物規制が日本と異なる	
輸出有	491	484	203	156	304	109	218	172	438	158	334	299	105	
アジア	香港	29	25	6	4	16	4	8	5	41	8	15	25	4
	台湾	34	26	24	14	55	13	18	10	52	30	35	33	10
	韓国	23	28	19	11	65	4	20	17	22	5	22	17	9
	中国	66	80	75	33	110	27	68	66	45	14	40	30	11
	シンガポール	17	15	2	5	5	3	6	1	25	4	13	14	2
	マレーシア	19	15	5	6	3	3	3	4	12	2	8	6	4
	ブルネイ	8	4	0	0	1	0	1	1	2	1	3	2	0
	インドネシア	17	17	15	4	2	3	5	11	8	2	4	5	7
	タイ	20	23	11	6	6	8	14	6	18	6	13	10	8
	ベトナム	24	26	7	4	3	5	12	10	9	4	6	8	5
ミャンマー	8	10	1	0	1	0	2	2	3	1	3	3	0	
フィリピン	10	13	3	2	2	2	4	1	4	1	3	2	1	
インド	14	18	2	0	1	3	7	5	4	1	3	4	1	
中東	サウジアラビア	9	7	1	1	1	1	2	1	5	1	3	7	1
	UAE	11	9	3	1	2	0	1	1	7	1	5	7	2
	カタール	8	6	1	1	0	2	2	1	5	1	3	5	1
	トルコ	7	6	0	1	0	3	1	0	2	1	3	3	0
アフリカ	エジプト	7	6	1	1	1	0	1	0	2	1	2	2	0
北米	米国	17	26	12	8	3	3	9	5	48	15	40	34	8
	カナダ	12	14	3	1	1	0	2	1	16	5	9	10	0
中南米	メキシコ	9	8	0	2	0	2	1	2	3	1	2	3	0
	ペルー	7	7	1	0	0	1	2	2	2	1	2	2	0
	チリ	6	6	0	0	0	1	2	2	2	1	2	2	0
	ブラジル	10	8	2	2	1	2	1	3	3	1	6	3	1
大洋州	オーストラリア	11	11	1	6	0	0	3	0	17	3	9	5	2
	ニュージーランド	8	6	0	1	0	0	2	0	9	3	7	3	1
欧州	ドイツ	13	9	0	8	5	2	3	1	15	9	17	10	2
	英国	15	11	1	9	6	5	3	1	14	9	16	10	3
	フランス	13	12	3	8	6	6	4	5	17	12	19	13	1
	イタリア	11	12	1	8	3	3	6	2	15	9	13	8	2
	ロシア	18	13	1	7	3	1	2	3	5	1	3	7	2
その他	その他・地域	6	7	2	2	2	2	3	3	6	4	5	6	17

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 4. 5 【輸出無】 現地や日本の制度情報やその運用に関する具体的な課題・問題点
(全体、国別)

課題、問題点		現地や日本の制度情報やその運用に関する具体的な課題・問題点												
		情報収集			運用									その他
					輸入時			通関・手続き			販売			
		現地の制度情報の入手が困難	現地の制度の理解が困難	制度変更が頻繁に行われる				検査上、輸出が困難	原発事故関連の規制により、輸出が困難	日本で発給していない証明書が必要なため、輸出が困難	担当者により、通関時の要求事項が異なる	通関に要する時間が長い	添加物規制が日本と異なる	
輸出無	461	367	59	125	140	78	24	142	103	94	220	168	63	
アジア	香港	42	32	7	12	10	9	3	10	11	13	22	17	8
	台湾	49	33	6	12	17	7	3	11	11	12	22	17	9
	韓国	25	21	5	7	14	4	0	8	7	6	16	8	5
	中国	44	37	23	18	23	10	8	21	15	11	29	17	9
	シンガポール	28	25	1	8	5	4	2	8	3	4	10	8	6
	マレーシア	20	15	2	4	5	4	1	7	3	2	6	4	2
	ブルネイ	8	5	0	2	3	1	0	2	1	0	3	2	0
	インドネシア	18	16	3	4	3	3	0	5	2	2	6	6	1
	タイ	22	18	4	7	5	4	2	8	5	4	11	9	3
	ベトナム	30	22	3	8	4	4	1	5	5	5	10	8	2
ミャンマー	16	8	0	3	2	1	0	2	1	0	3	3	1	
フィリピン	16	11	1	5	3	3	0	5	2	2	5	3	1	
インド	13	10	1	3	2	1	0	2	1	2	4	2	1	
中東	サウジアラビア	6	5	0	2	2	1	0	2	1	1	3	2	0
	UAE	10	6	0	2	2	1	0	2	2	2	4	4	0
	カタール	6	5	0	2	2	1	0	2	1	1	3	3	0
	トルコ	4	4	0	2	2	1	0	2	1	1	3	2	0
アフリカ	エジプト	5	5	1	2	3	2	1	3	2	2	4	3	1
北米	米国	22	17	1	5	4	3	1	5	9	7	11	10	5
	カナダ	8	8	0	2	2	1	0	2	3	1	4	3	0
中南米	メキシコ	3	4	0	1	2	1	0	2	1	0	3	2	0
	ペルー	3	4	0	1	2	1	0	2	1	0	3	2	0
	チリ	3	4	0	1	2	1	0	2	1	0	3	3	0
	ブラジル	3	4	0	1	2	1	0	2	1	2	3	2	0
大洋州	オーストラリア	10	6	0	1	3	1	0	2	2	2	4	3	1
	ニュージーランド	7	6	0	1	2	1	0	2	1	2	3	2	0
欧州	ドイツ	6	6	0	1	2	1	0	2	1	2	3	4	1
	英国	8	6	0	1	2	1	0	2	1	3	3	3	1
	フランス	10	9	0	2	2	1	0	2	2	2	3	4	2
	イタリア	7	6	0	1	2	1	0	2	1	1	3	4	2
	ロシア	7	6	1	3	3	2	2	5	3	2	6	3	1
その他	その他・地域	4	3	0	1	3	1	0	5	2	0	4	5	1

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

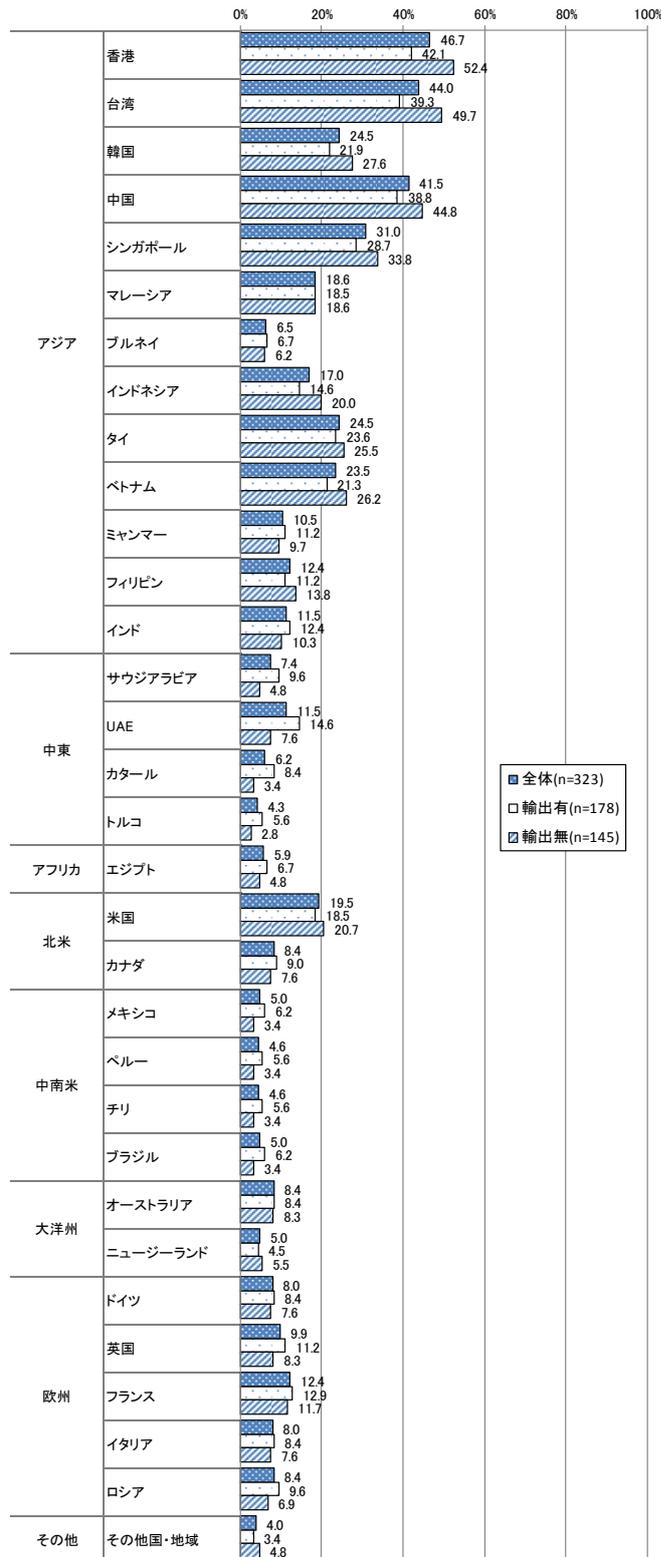
5. 現地のマーケット情報について

現地のマーケット情報について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（323社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が46.7%で最も高く、次いで「台湾」44.0%、「中国」41.5%となっている。課題・問題点を感じる点は、「消費トレンド／流行／売れ筋商品が分からない」（880件）が最も多く、次いで「日本産商品の売れ筋が分からない」（812件）、「現地の食習慣（外食の頻度が高い、内食・中食が多い）が分からない」（629件）となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（178社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が42.1%で最も高く、次いで「台湾」39.3%、「中国」38.8%となっている。課題・問題点を感じる点は、「消費トレンド／流行／売れ筋商品が分からない」（478件）が最も多く、次いで「日本産商品の売れ筋が分からない」（344件）、「現地の食習慣（外食の頻度が高い、内食・中食が多い）が分からない」（264件）となっている。

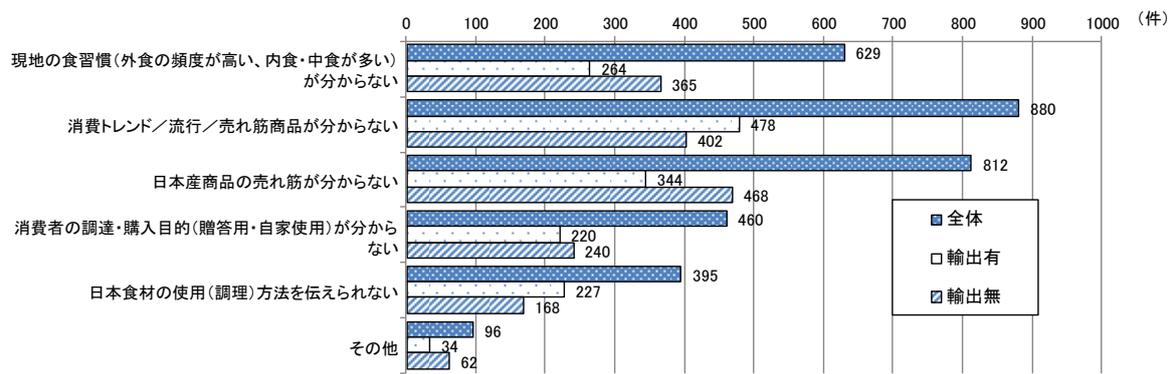
また、「輸出無」の企業（145社）で課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が52.4%で最も高く、次いで「台湾」49.7%、「中国」44.8%となっている。課題・問題点を感じる点は、「日本産商品の売れ筋が分からない」（468件）が最も多く、次いで「消費トレンド／流行／売れ筋商品が分からない」（402件）、「現地の食習慣（外食の頻度が高い、内食・中食が多い）が分からない」（365件）となっている。

図表Ⅲ. 5. 1 現地のマーケット情報における具体的な課題・問題点（全体、国別）



(複数回答)

図表Ⅲ. 5. 2 現地のマーケット情報における具体的な課題・問題点（全体、問題・課題別）



(複数回答、回答数)

図表Ⅲ.5.3【全体】現地のマーケット情報における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		現地のマーケット情報についての課題・問題点					
		現地の食習慣(外食の頻度が高い、内食・中食が多い)が分からない	消費トレンド／流行／売れ筋商品が分からない	日本産商品の売れ筋が分からない	消費者の調達・購入目的(贈答用・自家使用)が分からない	日本食材の使用(調理)方法を伝えられない	その他
国・地域							
全体		629	880	812	460	395	96
アジア	香港	59	95	84	52	37	11
	台湾	55	87	78	52	41	11
	韓国	29	47	41	23	22	6
	中国	54	80	70	45	37	10
	シンガポール	40	65	53	30	27	9
	マレーシア	24	31	30	17	16	4
	ブルネイ	11	11	13	6	5	1
	インドネシア	20	32	25	13	15	7
	タイ	28	49	41	23	25	8
	ベトナム	30	46	44	26	25	8
	ミャンマー	13	19	20	6	10	0
	フィリピン	15	22	21	9	7	5
インド	19	25	22	11	10	0	
中東	サウジアラビア	14	11	10	4	4	1
	UAE	21	22	18	9	5	1
	カタール	11	11	10	6	3	1
	トルコ	9	8	8	4	3	0
アフリカ	エジプト	11	9	11	5	4	0
北米	米国	26	37	39	32	20	4
	カナダ	13	17	17	13	7	1
中南米	メキシコ	8	9	11	4	3	0
	ペルー	8	8	10	3	2	0
	チリ	8	8	10	3	2	0
	ブラジル	6	8	11	2	2	0
大洋州	オーストラリア	10	16	16	10	9	0
	ニュージーランド	8	10	12	5	6	0
欧州	ドイツ	12	17	14	7	6	1
	英国	15	18	15	9	10	1
	フランス	17	21	21	13	16	2
	イタリア	12	17	16	8	4	1
	ロシア	14	17	14	5	7	0
その他	その他国・地域	9	7	7	5	5	3

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 5. 4 【輸出有】 現地のマーケット情報における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		現地のマーケット情報についての課題・問題点					
		現地の食習慣(外食の頻度が高い、内食・中食が多い)が分からない	消費トレンド／流行／売れ筋商品が分からない	日本産商品の売れ筋が分からない	消費者の調達・購入目的(贈答用・自家使用)が分からない	日本食材の使用(調理)方法を伝えられない	その他
輸出有		264	478	344	220	227	34
アジア	香港	22	51	34	22	19	4
	台湾	22	47	30	21	24	2
	韓国	12	27	15	11	12	2
	中国	23	46	30	24	22	2
	シンガポール	13	33	21	15	17	3
	マレーシア	9	15	14	9	11	2
	ブルネイ	4	6	5	3	3	1
	インドネシア	9	15	8	6	9	3
	タイ	10	27	17	12	16	3
	ベトナム	11	24	17	10	13	2
	ミャンマー	7	11	9	4	6	0
	フィリピン	6	9	8	5	3	3
インド	8	15	10	5	3	0	
中東	サウジアラビア	8	6	5	2	3	1
	UAE	13	13	9	6	4	1
	カタール	7	7	5	4	2	1
	トルコ	5	5	4	2	2	0
アフリカ	エジプト	6	5	6	2	1	0
北米	米国	9	19	17	17	11	1
	カナダ	5	8	8	8	4	1
中南米	メキシコ	4	5	6	2	2	0
	ペルー	4	4	5	1	1	0
	チリ	4	4	5	1	1	0
	ブラジル	2	4	6	0	1	0
大洋州	オーストラリア	3	10	6	3	5	0
	ニュージーランド	3	4	4	2	3	0
欧州	ドイツ	5	10	6	3	3	0
	英国	8	11	7	4	7	0
	フランス	7	13	9	7	11	0
	イタリア	5	10	8	4	1	0
	ロシア	6	11	7	2	4	0
その他	その他国・地域	4	3	3	3	3	2

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 5. 5 【輸出無】 現地のマーケット情報における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		現地のマーケット情報についての課題・問題点					
		現地の食習慣(外食の頻度が高い、内食・中食が多い)が分からない	消費トレンド／流行／売れ筋商品が分からない	日本産商品の売れ筋が分からない	消費者の調達・購入目的(贈答用・自家使用)が分からない	日本食材の使用(調理)方法を伝えられない	その他
輸出無		365	402	468	240	168	62
アジア	香港	37	44	50	30	18	7
	台湾	33	40	48	31	17	9
	韓国	17	20	26	12	10	4
	中国	31	34	40	21	15	8
	シンガポール	27	32	32	15	10	6
	マレーシア	15	16	16	8	5	2
	ブルネイ	7	5	8	3	2	0
	インドネシア	11	17	17	7	6	4
	タイ	18	22	24	11	9	5
	ベトナム	19	22	27	16	12	6
	ミャンマー	6	8	11	2	4	0
	フィリピン	9	13	13	4	4	2
インド	11	10	12	6	7	0	
中東	サウジアラビア	6	5	5	2	1	0
	UAE	8	9	9	3	1	0
	カタール	4	4	5	2	1	0
	トルコ	4	3	4	2	1	0
アフリカ	エジプト	5	4	5	3	3	0
北米	米国	17	18	22	15	9	3
	カナダ	8	9	9	5	3	0
中南米	メキシコ	4	4	5	2	1	0
	ペルー	4	4	5	2	1	0
	チリ	4	4	5	2	1	0
	ブラジル	4	4	5	2	1	0
大洋州	オーストラリア	7	6	10	7	4	0
	ニュージーランド	5	6	8	3	3	0
欧州	ドイツ	7	7	8	4	3	1
	英国	7	7	8	5	3	1
	フランス	10	8	12	6	5	2
	イタリア	7	7	8	4	3	1
	ロシア	8	6	7	3	3	0
その他	その他国・地域	5	4	4	2	2	1

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

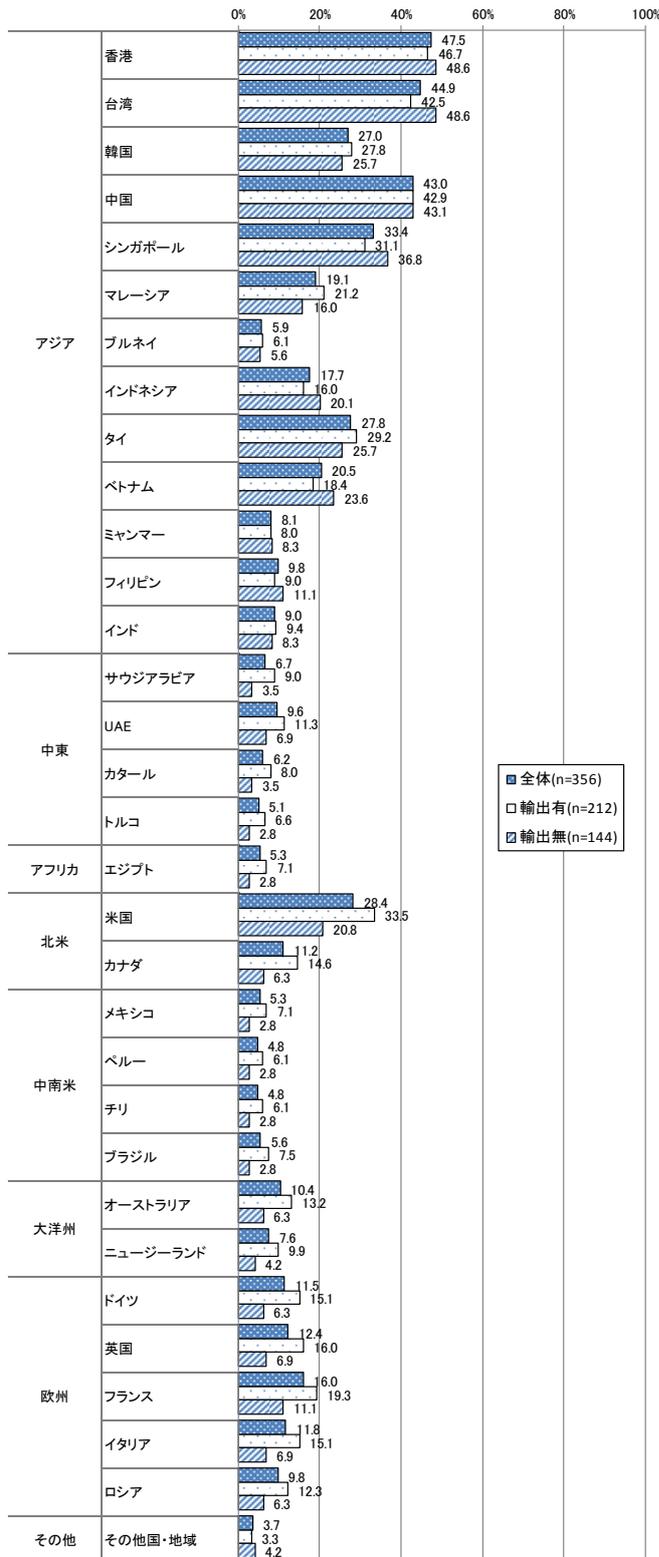
6. 現地市場向けの商品について

現地市場向けの商品について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（356社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が47.5%で最も高く、次いで「台湾」44.9%、「中国」43.0%となっている。課題・問題点を感じる点は、「現地の消費者が好むパッケージデザインが分からない」（839件）が最も多く、次いで「消費者の嗜好（好み）が分からない」（835件）、「商品の販促・PRツールについて、英語または現地語で、商品の特徴が一目で分かるような資料がない」（739件）となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（212社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が46.7%で最も高く、次いで「中国」42.9%、「台湾」42.5%となっている。課題・問題点を感じる点は、「国内販売と同じ賞味期限では、現地輸入許可後の期間が短く、現地の要請に応えられない」（507件）が最も多く、次いで「現地の消費者が好むパッケージデザインが分からない」（505件）、「商品の販促・PRツールについて、英語または現地語で、商品の特徴が一目で分かるような資料がない」（425件）となっている。

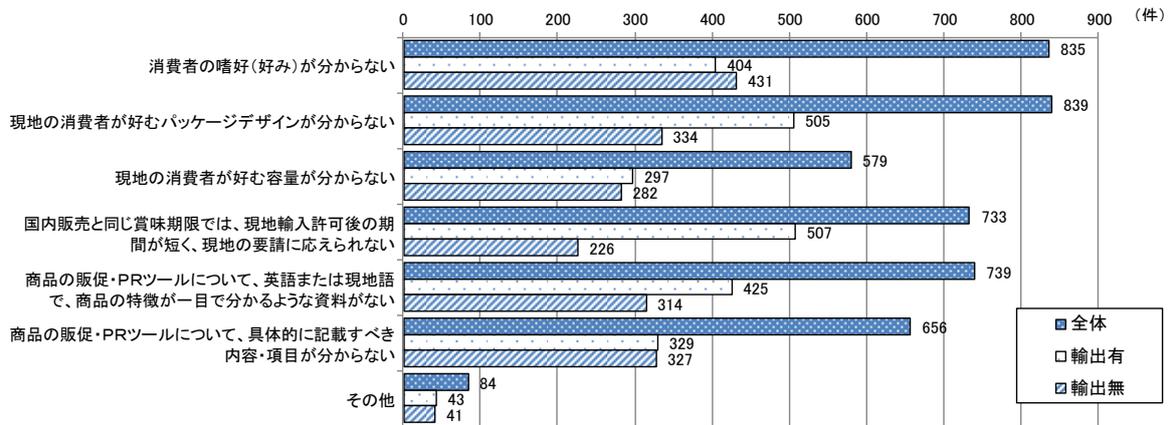
また、「輸出無」の企業（144社）で課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」「台湾」が同率の48.6%で最も高く、次いで「中国」43.1%、「シンガポール」36.8%となっている。課題・問題点を感じる点は、「消費者の嗜好（好み）が分からない」（431件）が最も多く、次いで「現地の消費者が好むパッケージデザインが分からない」（334件）、「商品の販促・PRツールについて、具体的に記載すべき内容・項目が分からない」（327件）となっている。

図表Ⅲ. 6. 1 現地市場向けの商品における具体的な課題・問題点（全体、国別）



(複数回答)

図表Ⅲ.6.2 現地市場向けの商品における具体的な課題・問題点（全体、問題・課題別）



(複数回答、回答数)

図表Ⅲ.6.3【全体】現地市場向けの商品における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		現地市場向けの商品についての課題・問題点						
		消費者の嗜好(好み)が分からない	現地の消費者が好むパッケージデザインが分からない	現地の消費者が好む容量が分からない	国内販売と同じ賞味期限では、現地輸入許可後の期間が短く、現地の要請に对应できない	商品の販促・PRツールについて、英語または現地語で、商品の特徴が一目で分かるような資料がない	商品の販促・PRツールについて、具体的に記載すべき内容・項目が分からない	その他
国・地域								
全体		835	839	579	733	739	656	84
アジア	香港	85	85	58	76	66	65	8
	台湾	84	86	62	77	69	66	6
	韓国	43	48	34	39	37	34	4
	中国	78	65	50	63	51	54	11
	シンガポール	55	54	38	52	45	41	7
	マレーシア	31	32	21	26	26	24	7
	ブルネイ	10	9	6	9	10	9	0
	インドネシア	33	33	23	24	25	20	4
	タイ	51	48	37	46	39	34	6
	ベトナム	44	41	29	28	32	32	5
	ミャンマー	15	14	7	10	13	9	0
フィリピン	19	15	10	12	15	12	2	
インド	19	17	11	12	15	10	0	
中東	サウジアラビア	11	9	7	11	10	8	0
	UAE	17	18	11	12	15	12	0
	カタール	10	12	7	10	13	8	0
	トルコ	10	9	7	7	9	7	0
アフリカ	エジプト	9	8	6	8	9	6	1
北米	米国	46	45	37	39	47	43	8
	カナダ	16	22	15	15	25	20	1
中南米	メキシコ	8	8	6	8	9	9	0
	ペルー	9	8	6	6	9	6	0
	チリ	9	8	6	6	9	6	0
	ブラジル	8	8	5	10	9	7	0
大洋州	オーストラリア	17	18	11	15	18	17	1
	ニュージーランド	10	12	6	12	11	10	1
欧州	ドイツ	14	19	10	18	17	14	2
	英国	17	22	13	19	18	16	2
	フランス	22	27	17	23	27	23	2
	イタリア	14	19	10	19	18	15	2
	ロシア	14	14	8	15	15	12	1
その他	その他国・地域	7	6	5	6	8	7	3

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ.6.4【輸出有】現地市場向けの商品における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		現地市場向けの商品についての課題・問題点						
		消費者の嗜好(好み)が分からない	現地の消費者が好むパッケージデザインが分からない	現地の消費者が好む容量が分からない	国内販売と同じ賞味期限では、現地輸入許可後の期間が短く、現地の要請に答えられない	商品の販促・PRツールについて、英語または現地語で、商品の特徴が一目で分かるような資料がない	商品の販促・PRツールについて、具体的に記載すべき内容・項目が分からない	その他
国・地域								
輸出有		404	505	297	507	425	329	43
アジア	香港	36	49	31	49	33	34	4
	台湾	36	47	31	44	35	34	1
	韓国	18	28	19	25	20	17	2
	中国	35	36	29	39	26	25	5
	シンガポール	20	30	20	33	21	21	2
	マレーシア	14	21	12	19	15	14	6
	ブルネイ	4	5	2	7	6	3	0
	インドネシア	15	19	12	15	13	11	1
	タイ	29	30	20	32	25	20	2
	ベトナム	18	23	13	17	15	13	2
	ミャンマー	6	9	3	8	8	4	0
フィリピン	6	8	3	9	9	4	1	
インド	10	10	4	8	7	3	0	
中東	サウジアラビア	8	6	4	8	7	4	0
	UAE	11	11	5	9	10	7	0
	カタール	7	8	4	8	9	4	0
	トルコ	7	6	4	5	6	3	0
アフリカ	エジプト	6	5	3	6	6	2	1
北米	米国	25	29	21	30	28	23	6
	カナダ	9	16	9	12	19	13	1
中南米	メキシコ	5	5	3	6	6	5	0
	ペルー	6	5	3	4	6	2	0
	チリ	6	5	3	4	6	2	0
	ブラジル	5	5	2	8	6	3	0
大洋州	オーストラリア	9	13	5	13	12	10	1
	ニュージーランド	5	9	3	10	8	6	1
欧州	ドイツ	8	13	5	14	11	7	1
	英国	10	15	7	15	11	8	1
	フランス	12	17	8	18	17	12	1
	イタリア	8	12	5	15	11	7	1
	ロシア	7	8	2	13	9	6	1
その他	その他国・地域	3	2	2	4	4	2	2

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ.6.5【輸出無】現地市場向けの商品における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		現地市場向けの商品についての課題・問題点						その他
		消費者の嗜好(好み)が分からない	現地の消費者が好むパッケージデザインが分からない	現地の消費者が好む容量が分からない	国内販売と同じ賞味期限では、現地輸入許可後の期間が短く、現地の要請に応えられない	商品の販促・PRツールについて、英語または現地語で、商品の特徴が一目で分かるような資料がない	商品の販促・PRツールについて、具体的に記載すべき内容・項目が分からない	
国・地域								
輸出無		431	334	282	226	314	327	41
アジア	香港	49	36	27	27	33	31	4
	台湾	48	39	31	33	34	32	5
	韓国	25	20	15	14	17	17	2
	中国	43	29	21	24	25	29	6
	シンガポール	35	24	18	19	24	20	5
	マレーシア	17	11	9	7	11	10	1
	ブルネイ	6	4	4	2	4	6	0
	インドネシア	18	14	11	9	12	9	3
	タイ	22	18	17	14	14	14	4
	ベトナム	26	18	16	11	17	19	3
	ミャンマー	9	5	4	2	5	5	0
フィリピン	13	7	7	3	6	8	1	
インド	9	7	7	4	8	7	0	
中東	サウジアラビア	3	3	3	3	3	4	0
	UAE	6	7	6	3	5	5	0
	カタール	3	4	3	2	4	4	0
	トルコ	3	3	3	2	3	4	0
アフリカ	エジプト	3	3	3	2	3	4	0
北米	米国	21	16	16	9	19	20	2
	カナダ	7	6	6	3	6	7	0
中南米	メキシコ	3	3	3	2	3	4	0
	ペルー	3	3	3	2	3	4	0
	チリ	3	3	3	2	3	4	0
	ブラジル	3	3	3	2	3	4	0
大洋州	オーストラリア	8	5	6	2	6	7	0
	ニュージーランド	5	3	3	2	3	4	0
欧州	ドイツ	6	6	5	4	6	7	1
	英国	7	7	6	4	7	8	1
	フランス	10	10	9	5	10	11	1
	イタリア	6	7	5	4	7	8	1
	ロシア	7	6	6	2	6	6	0
その他	その他国・地域	4	4	3	2	4	5	1

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

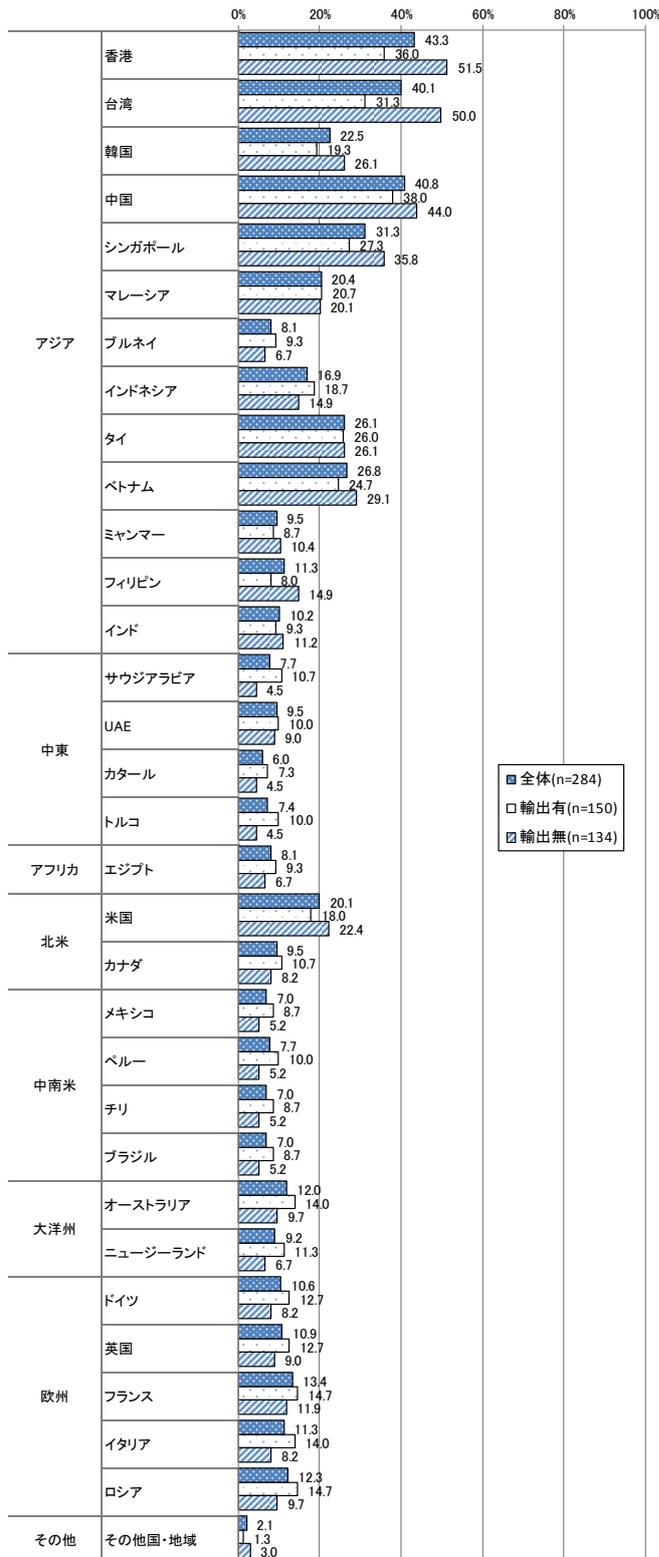
7. 現地での提携相手（ビジネスパートナー）について

現地での提携相手（ビジネスパートナー）について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（284社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が43.3%で最も高く、次いで「中国」40.8%、「台湾」40.1%となっている。課題・問題点を感じる点は、「提携相手情報がなく売り先を見つけられない」（750件）が最も多く、次いで「提携相手の信用情報が分からない」（663件）、「提携相手の主要顧客が分からない」（459件）となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（150社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が38.0%で最も高く、次いで「香港」36.0%、「台湾」31.3%となっている。課題・問題点を感じる点は、「提携相手情報がなく売り先を見つけられない」（283件）が最も多く、次いで「提携相手の信用情報が分からない」（281件）、「提携相手の主要顧客が分からない」（202件）となっている。

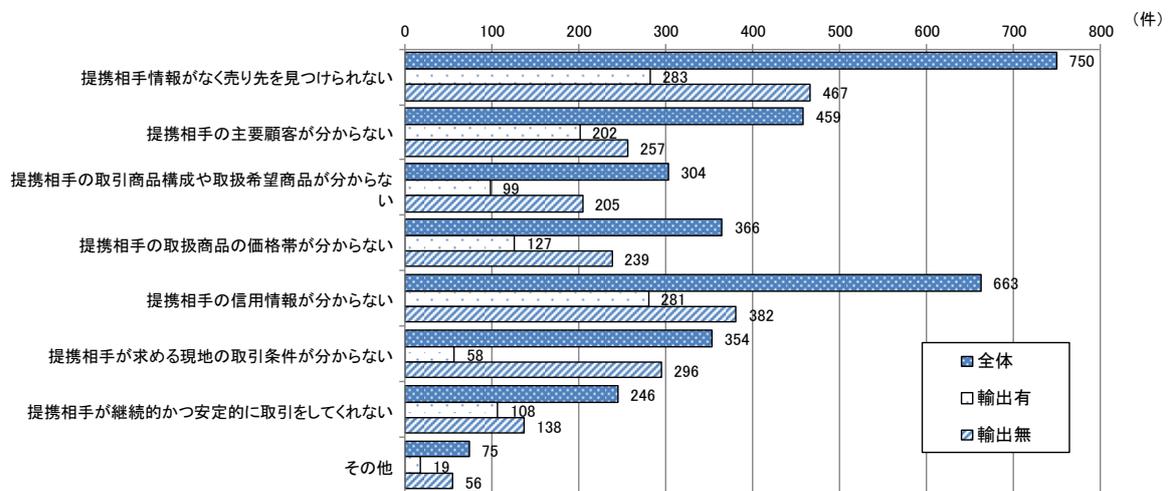
また、「輸出無」の企業（134社）で課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が51.5%で最も高く、次いで「台湾」50.0%、「中国」44.0%となっている。課題・問題点を感じる点は、「提携相手情報がなく売り先を見つけられない」（467件）が最も多く、次いで「提携相手の信用情報が分からない」（382件）、「提携相手が求める現地の取引条件が分からない」（296件）となっている。

図表Ⅲ.7.1 現地での提携相手（ビジネスパートナー）における具体的な課題・問題点（全体、国別）



(複数回答)

図表Ⅲ. 7.2 現地での提携相手（ビジネスパートナー）における具体的な課題・問題点
（全体、問題・課題別）



（複数回答、回答数）

図表Ⅲ.7.3【全体】現地での提携相手（ビジネスパートナー）における具体的な課題・問題点
（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		現地での提携相手（ビジネスパートナー）についての課題・問題点							
		提携相手情報 がなく売り先を見つ けられない	提携相手の 主要顧客が 分からない	提携相手の 取引商品構 成や取扱希 望商品が分 からない	提携相手の 取扱商品の 価格帯が分 からない	提携相手の 信用情報が 分からない	提携相手が 求める現地 の取引条件 が分からない	提携相手が 継続的かつ 安定的に取 引をしてく れない	その他
全体		750	459	304	366	663	354	246	75
アジア	香港	62	42	27	33	60	33	26	7
	台湾	63	41	30	35	61	32	24	5
	韓国	31	18	11	16	37	17	14	5
	中国	55	42	29	30	56	32	30	7
	シンガポール	46	27	18	25	39	20	19	6
	マレーシア	32	14	8	12	20	11	9	4
	ブルネイ	16	7	5	6	11	6	2	1
	インドネシア	31	10	5	8	18	10	6	1
	タイ	37	21	16	19	36	13	17	4
	ベトナム	38	28	19	25	35	19	9	3
	ミャンマー	17	6	3	6	12	5	3	1
	フィリピン	23	7	5	7	13	7	3	1
インド	18	11	7	9	17	9	5	1	
中東	サウジアラビア	15	7	5	7	9	5	3	1
	UAE	15	11	7	7	14	8	4	1
	カタール	12	6	4	5	8	5	2	1
	トルコ	16	6	4	5	8	5	2	1
アフリカ	エジプト	16	6	3	4	10	7	4	1
北米	米国	30	26	20	17	30	17	10	5
	カナダ	12	14	8	10	15	9	4	1
中南米	メキシコ	10	6	4	5	10	5	3	1
	ペルー	15	6	4	6	12	7	2	1
	チリ	14	6	4	6	11	6	2	1
	ブラジル	13	6	3	5	10	5	2	1
大洋州	オーストラリア	17	12	9	7	17	8	7	3
	ニュージーランド	14	8	4	7	13	6	5	1
欧州	ドイツ	15	10	8	8	14	8	4	2
	英国	14	13	9	9	16	8	4	2
	フランス	20	15	11	10	18	11	6	3
	イタリア	14	12	6	7	12	7	7	2
	ロシア	15	12	5	6	16	9	6	1
その他	その他国・地域	4	3	3	4	5	4	2	0

（複数回答、回答数）

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ.7.4【輸出有】現地での提携相手（ビジネスパートナー）における具体的な課題・問題点
（全体、国別）

課題、問題点		現地での提携相手（ビジネスパートナー）についての課題・問題点							
		提携相手情報 がなく売り先を見つ けられない	提携相手の 主要顧客が 分からない	提携相手の 取引商品構 成や取扱希 望商品が分 からない	提携相手の 取扱商品の 価格帯が分 からない	提携相手の 信用情報が 分からない	提携相手が 求める現地 の取引条件 が分からない	提携相手が 継続的かつ 安定的に取 引をしてく れない	その他
国・地域									
輸出有		283	202	99	127	281	58	108	19
アジア	香港	15	20	9	10	25	7	15	2
	台湾	15	15	8	11	20	4	9	1
	韓国	5	7	2	5	16	3	6	1
	中国	15	21	13	14	21	9	18	2
	シンガポール	13	12	5	10	13	4	11	2
	マレーシア	12	7	3	3	9	0	6	3
	ブルネイ	9	2	1	2	6	1	0	0
	インドネシア	15	5	1	2	9	3	3	0
	タイ	10	8	8	6	16	1	10	2
	ベトナム	10	12	8	10	15	4	3	1
	ミャンマー	6	2	0	1	5	0	0	0
	フィリピン	6	2	0	1	4	0	0	0
インド	7	3	1	2	6	1	0	0	
中東	サウジアラビア	11	3	2	4	5	1	1	0
	UAE	6	4	2	3	6	1	2	0
	カタール	8	2	1	2	4	1	0	0
	トルコ	12	2	1	2	4	1	0	0
アフリカ	エジプト	10	1	0	1	5	0	1	0
北米	米国	10	13	7	6	11	3	3	2
	カナダ	5	9	4	5	7	3	1	0
中南米	メキシコ	5	2	1	1	5	0	1	0
	ペルー	10	2	1	2	7	2	0	0
	チリ	9	2	1	2	6	1	0	0
	ブラジル	8	2	0	1	5	0	0	0
大洋州	オーストラリア	6	6	3	2	8	1	4	2
	ニュージーランド	7	4	1	3	7	1	2	0
欧州	ドイツ	8	5	4	3	7	1	1	0
	英国	6	8	4	4	8	1	1	0
	フランス	9	9	5	5	8	2	3	1
	イタリア	7	7	2	2	5	0	4	0
	ロシア	7	5	1	1	7	2	3	0
その他	その他国・地域	1	0	0	1	1	0	0	0

（複数回答、回答数）

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ.7.5【輸出無】現地での提携相手（ビジネスパートナー）における具体的な課題・問題点
（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		現地での提携相手（ビジネスパートナー）についての課題・問題点							
		提携相手情報 がなく売り先を見つ けられない	提携相手の 主要顧客が 分からない	提携相手の 取引商品構 成や取扱希 望商品が分 からない	提携相手の 取扱商品の 価格帯が分 からない	提携相手の 信用情報が 分からない	提携相手が 求める現地 の取引条件 が分からない	提携相手が 継続的かつ 安定的に取 引をしてく れない	その他
輸出無		467	257	205	239	382	296	138	56
アジア	香港	47	22	18	23	35	26	11	5
	台湾	48	26	22	24	41	28	15	4
	韓国	26	11	9	11	21	14	8	4
	中国	40	21	16	16	35	23	12	5
	シンガポール	33	15	13	15	26	16	8	4
	マレーシア	20	7	5	9	11	11	3	1
	ブルネイ	7	5	4	4	5	5	2	1
	インドネシア	16	5	4	6	9	7	3	1
	タイ	27	13	8	13	20	12	7	2
	ベトナム	28	16	11	15	20	15	6	2
	ミャンマー	11	4	3	5	7	5	3	1
	フィリピン	17	5	5	6	9	7	3	1
インド	11	8	6	7	11	8	5	1	
中東	サウジアラビア	4	4	3	3	4	4	2	1
	UAE	9	7	5	4	8	7	2	1
	カタール	4	4	3	3	4	4	2	1
	トルコ	4	4	3	3	4	4	2	1
アフリカ	エジプト	6	5	3	3	5	7	3	1
北米	米国	20	13	13	11	19	14	7	3
	カナダ	7	5	4	5	8	6	3	1
中南米	メキシコ	5	4	3	4	5	5	2	1
	ペルー	5	4	3	4	5	5	2	1
	チリ	5	4	3	4	5	5	2	1
	ブラジル	5	4	3	4	5	5	2	1
大洋州	オーストラリア	11	6	6	5	9	7	3	1
	ニュージーランド	7	4	3	4	6	5	3	1
欧州	ドイツ	7	5	4	5	7	7	3	2
	英国	8	5	5	5	8	7	3	2
	フランス	11	6	6	5	10	9	3	2
	イタリア	7	5	4	5	7	7	3	2
	ロシア	8	7	4	5	9	7	3	1
その他	その他国・地域	3	3	3	3	4	4	2	0

（複数回答、回答数）

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

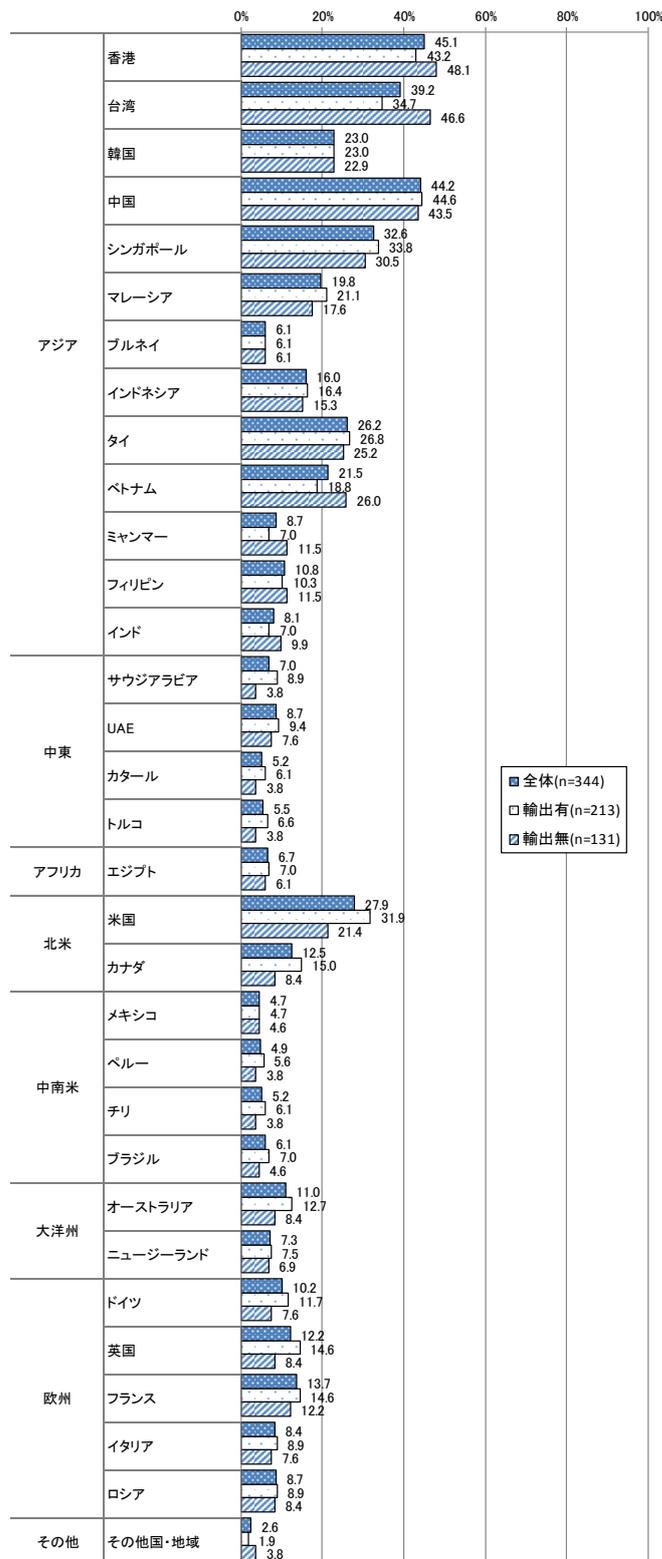
8. 現地における販売について

現地における販売について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（344社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が45.1%で最も高く、次いで「中国」44.2%、「台湾」39.2%となっている。課題・問題点を感じる点は、「現地に販売活動のできる自社の営業要員・拠点が存在していない（不足している）ことや、直接現地広報をする段階に至っていない」（994件）が最も多く、次いで「効果的な広報手段・方法が分からない」（740件）、「信頼できる現地広告代理店やディストリビューターが見つからない」（424件）となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（213社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が44.6%で最も高く、次いで「香港」43.2%、「台湾」34.7%となっている。課題・問題点を感じる点は、「現地に販売活動のできる自社の営業要員・拠点が存在していない（不足している）ことや、直接現地広報をする段階に至っていない」（585件）が最も多く、次いで「効果的な広報手段・方法が分からない」（346件）、「流通にかかるマージン・手数料が高い」（190件）となっている。

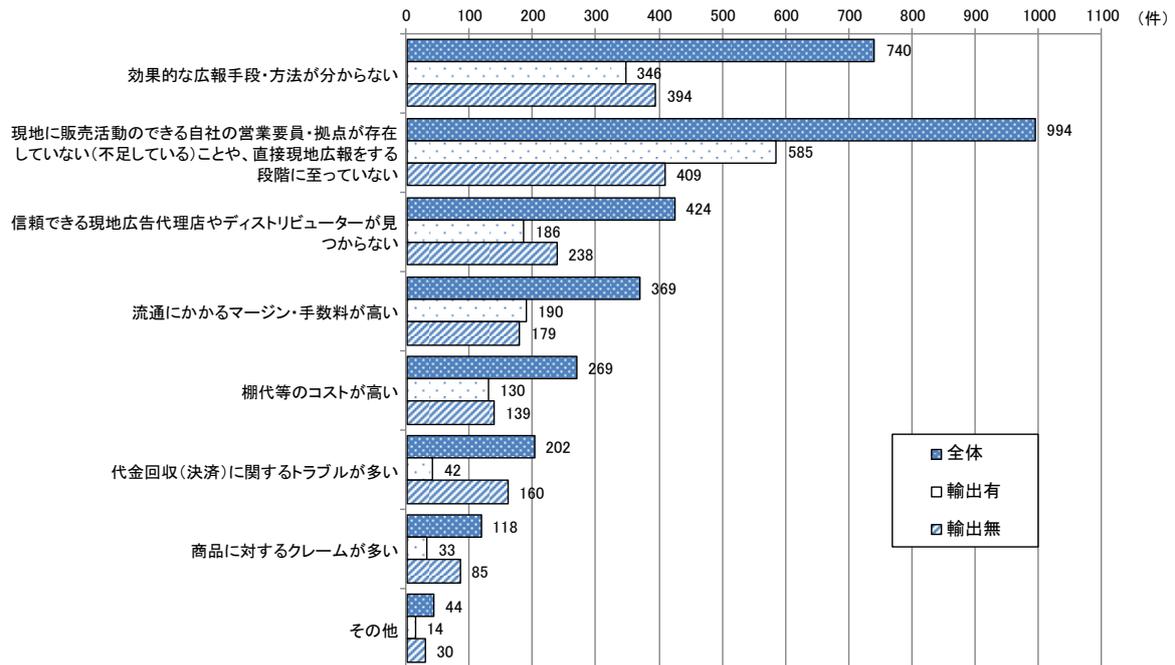
また、「輸出無」の企業（131社）で課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が48.1%で最も高く、次いで「台湾」46.6%、「中国」43.5%となっている。課題・問題点を感じる点は、「現地に販売活動のできる自社の営業要員・拠点が存在していない（不足している）ことや、直接現地広報をする段階に至っていない」（409件）が最も多く、次いで「効果的な広報手段・方法が分からない」（394件）、「信頼できる現地広告代理店やディストリビューターが見つからない」（238件）となっている。

図表Ⅲ. 8.1 現地における販売における具体的な課題・問題点（全体、国別）



(複数回答)

図表Ⅲ. 8. 2 現地における販売における具体的な課題・問題点（全体、問題・課題別）



(複数回答、回答数)

図表Ⅲ. 8.3 【全体】 現地における販売における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		現地における販売についての課題・問題点							
		効果的な広報手段・方法が分からない	現地に販売活動のできる自社の営業要員・拠点が存在していない(不足している)ことや、直接現地広報をする段階に至っていない	信頼できる現地広告代理店やディストリビューターが見つからない	流通にかかるマージン・手数料が高い	棚代等のコストが高い	代金回収(決済)に関するトラブルが多い	商品に対するクレームが多い	その他
国・地域									
全体		740	994	424	369	269	202	118	44
アジア	香港	69	84	33	36	27	13	11	4
	台湾	70	76	29	30	19	12	10	5
	韓国	32	43	15	15	8	9	8	6
	中国	62	77	29	33	25	25	12	8
	シンガポール	47	65	21	28	20	8	7	7
	マレーシア	30	43	17	10	11	6	2	1
	ブルネイ	11	14	9	4	4	3	2	0
	インドネシア	20	31	12	9	8	7	3	0
	タイ	42	58	22	18	16	12	6	2
	ベトナム	37	49	24	14	10	13	8	2
	ミャンマー	14	21	9	6	4	6	2	0
フィリピン	15	25	11	7	5	7	2	0	
インド	14	22	12	9	7	8	4	0	
中東	サウジアラビア	11	16	11	4	5	3	2	0
	UAE	16	19	8	5	6	3	2	0
	カタール	9	12	10	4	4	3	2	0
	トルコ	9	13	10	4	4	3	2	0
アフリカ	エジプト	10	14	11	5	4	8	2	1
北米	米国	47	66	17	23	14	5	3	1
	カナダ	20	29	12	12	8	3	2	0
中南米	メキシコ	8	10	7	4	4	3	2	0
	ペルー	9	13	9	4	4	3	2	0
	チリ	9	13	9	5	4	3	2	0
	ブラジル	9	13	10	5	4	3	2	0
大洋州	オーストラリア	17	27	8	10	5	6	2	0
	ニュージーランド	11	16	9	9	5	4	2	0
欧州	ドイツ	15	22	10	11	5	3	2	1
	英国	18	26	8	14	7	3	3	2
	フランス	25	34	10	11	6	3	2	1
	イタリア	13	19	8	8	5	3	2	1
	ロシア	15	17	10	7	7	7	2	0
その他	その他国・地域	6	7	4	5	4	4	3	2

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ.8.4【輸出有】現地における販売における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		現地における販売についての課題・問題点							
		効果的な広報手段・方法が分からない	現地に販売活動のできる自社の営業要員・拠点が存在していない（不足している）ことや、直接現地広報をする段階に至っていない	信頼できる現地広告代理店やディストリビューターが見つからない	流通にかかるマージン・手数料が高い	棚代等のコストが高い	代金回収（決済）に関するトラブルが多い	商品に対するクレームが多い	その他
国・地域									
輸出有		346	585	186	190	130	42	33	14
アジア	香港	33	45	10	19	16	4	5	0
	台湾	32	37	6	17	8	2	4	0
	韓国	15	22	6	8	3	2	4	2
	中国	30	46	8	21	16	11	7	1
	シンガポール	26	34	9	15	13	2	3	4
	マレーシア	16	24	7	3	6	0	0	1
	ブルネイ	4	8	5	1	1	0	0	0
	インドネシア	8	18	7	4	4	1	1	0
	タイ	21	35	9	9	9	4	3	1
	ベトナム	11	23	10	5	2	2	3	1
	ミャンマー	5	9	4	2	1	1	0	0
フィリピン	6	13	5	3	2	1	0	0	
インド	4	10	5	2	1	1	0	0	
中東	サウジアラビア	6	12	8	1	2	0	0	0
	UAE	7	12	5	2	3	0	0	0
	カタール	4	8	7	1	1	0	0	0
	トルコ	4	9	7	1	1	0	0	0
アフリカ	エジプト	4	9	7	2	1	3	0	0
北米	米国	29	46	8	16	11	2	1	1
	カナダ	12	21	6	8	5	0	0	0
中南米	メキシコ	3	6	3	1	1	0	0	0
	ペルー	4	9	6	1	1	0	0	0
	チリ	4	9	6	2	1	0	0	0
	ブラジル	4	9	6	2	1	0	0	0
大洋州	オーストラリア	8	19	2	6	2	2	0	0
	ニュージーランド	5	10	3	5	2	0	0	0
欧州	ドイツ	7	15	5	7	2	0	0	0
	英国	9	19	3	10	4	0	1	1
	フランス	12	24	4	7	3	0	0	0
	イタリア	5	12	3	4	2	0	0	0
	ロシア	6	9	5	3	4	3	0	0
その他	その他国・地域	2	3	1	2	1	1	1	2

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ.8.5【輸出無】現地における販売における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		現地における販売についての課題・問題点							
		効果的な広報手段・方法が分からない	現地に販売活動のできる自社の営業要員・拠点が存在していない(不足している)ことや、直接現地広報をする段階に至っていない	信頼できる現地広告代理店やディストリビューターが見つからない	流通にかかるマージン・手数料が高い	棚代等のコストが高い	代金回収(決済)に関するトラブルが多い	商品に対するクレームが多い	その他
国・地域									
輸出無		394	409	238	179	139	160	85	30
アジア	香港	36	39	23	17	11	9	6	4
	台湾	38	39	23	13	11	10	6	5
	韓国	17	21	9	7	5	7	4	4
	中国	32	31	21	12	9	14	5	7
	シンガポール	21	31	12	13	7	6	4	3
	マレーシア	14	19	10	7	5	6	2	0
	ブルネイ	7	6	4	3	3	3	2	0
	インドネシア	12	13	5	5	4	6	2	0
	タイ	21	23	13	9	7	8	3	1
	ベトナム	26	26	14	9	8	11	5	1
	ミャンマー	9	12	5	4	3	5	2	0
フィリピン	9	12	6	4	3	6	2	0	
インド	10	12	7	7	6	7	4	0	
中東	サウジアラビア	5	4	3	3	3	3	2	0
	UAE	9	7	3	3	3	3	2	0
	カタール	5	4	3	3	3	3	2	0
	トルコ	5	4	3	3	3	3	2	0
アフリカ	エジプト	6	5	4	3	3	5	2	1
北米	米国	18	20	9	7	3	3	2	0
	カナダ	8	8	6	4	3	3	2	0
中南米	メキシコ	5	4	4	3	3	3	2	0
	ペルー	5	4	3	3	3	3	2	0
	チリ	5	4	3	3	3	3	2	0
	ブラジル	5	4	4	3	3	3	2	0
大洋州	オーストラリア	9	8	6	4	3	4	2	0
	ニュージーランド	6	6	6	4	3	4	2	0
欧州	ドイツ	8	7	5	4	3	3	2	1
	英国	9	7	5	4	3	3	2	1
	フランス	13	10	6	4	3	3	2	1
	イタリア	8	7	5	4	3	3	2	1
	ロシア	9	8	5	4	3	4	2	0
その他	その他国・地域	4	4	3	3	3	3	2	0

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

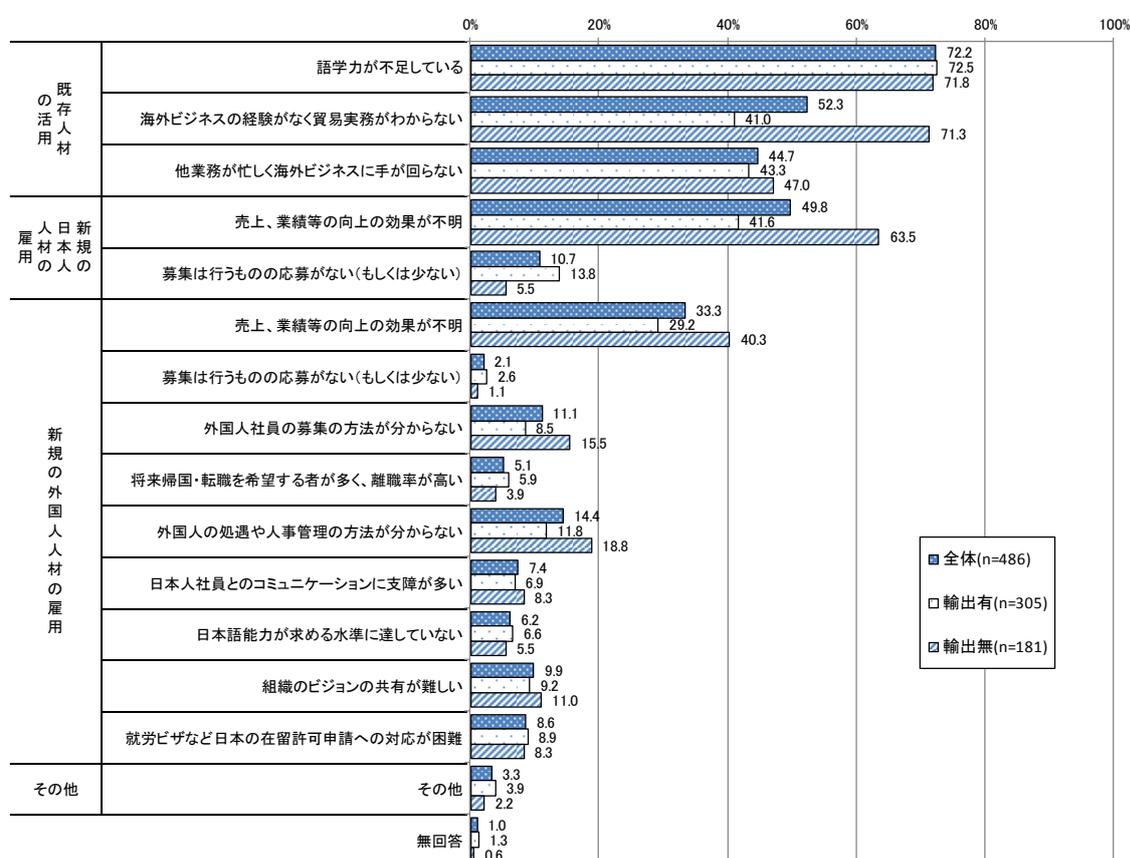
9. 海外ビジネスを担う人材について

海外ビジネスを担う人材について課題・問題点を感じていると回答した企業全体(486社)で、課題・問題点を感じている点は、「語学力が不足している」が72.2%で最も高く、次いで「海外ビジネスの経験がなく貿易実務がわからない」52.3%、「売上・業績等の向上の効果が不明」49.8%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業(305社)で、課題・問題点を感じている点は、「語学力が不足している」が72.5%で最も高く、次いで「他業務が忙しく海外ビジネスに手が回らない」43.3%、「売上・業績等の向上の効果が不明」41.6%となっている。

また、「輸出無」の企業(181社)で課題・問題点を感じている点は、「語学力が不足している」が71.8%で最も高く、次いで「海外ビジネスの経験がなく貿易実務がわからない」71.3%、「売上・業績等の向上の効果が不明」63.5%となっている。

図表Ⅲ. 9.1 海外ビジネスを担う人材における具体的な課題・問題点(全体)



(複数回答)

図表Ⅲ. 9. 2①海外ビジネスを担う人材における具体的な課題・問題点（企業規模別、業種別）

	n	課題・問題点を感じる項目①							
		既存人材の活用			新規の日本人材の雇用		新規の外国人材の雇用		
		語学力が不足している	海外ビジネスの経験がなく貿易実務がわからない	他業務が忙しく海外ビジネスに手が回らない	売上、業績等の向上の効果が不明	募集は行うものの応募がない(もしくは少ない)	売上、業績等の向上の効果が不明	募集は行うものの応募がない(もしくは少ない)	外国人社員の募集の方法がわからない
全体	486	72.2%	52.3%	44.7%	49.8%	10.7%	33.3%	2.1%	11.1%
大企業	30	80.0%	40.0%	36.7%	43.3%	6.7%	23.3%	3.3%	6.7%
中小企業	456	71.7%	53.1%	45.2%	50.2%	11.0%	34.0%	2.0%	11.4%
農業(畜産農業を含む)	32	75.0%	78.1%	59.4%	68.8%	9.4%	37.5%	6.3%	18.8%
林業	3	33.3%	66.7%	100.0%	100.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	8	87.5%	62.5%	25.0%	62.5%	0.0%	25.0%	0.0%	12.5%
食料品製造業	194	74.7%	50.5%	43.3%	45.9%	12.4%	34.5%	2.1%	9.3%
飲料・たばこ・飼料製造業	44	72.7%	59.1%	45.5%	38.6%	11.4%	29.5%	4.5%	6.8%
その他製造業	12	58.3%	58.3%	50.0%	33.3%	0.0%	33.3%	8.3%	16.7%
飲食料品卸売業	122	69.7%	45.9%	43.4%	51.6%	11.5%	29.5%	0.8%	7.4%
その他卸売業	42	64.3%	40.5%	38.1%	50.0%	14.3%	35.7%	0.0%	14.3%
飲食料品小売業	18	72.2%	55.6%	55.6%	66.7%	0.0%	50.0%	0.0%	27.8%
その他小売業	7	85.7%	71.4%	28.6%	57.1%	0.0%	28.6%	0.0%	42.9%
飲食店	1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	3	100.0%	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出有	305	72.5%	41.0%	43.3%	41.6%	13.8%	29.2%	2.6%	8.5%
大企業	27	77.8%	37.0%	37.0%	44.4%	7.4%	22.2%	3.7%	7.4%
中小企業	278	71.9%	41.4%	43.9%	41.4%	14.4%	29.9%	2.5%	8.6%
農業(畜産農業を含む)	8	87.5%	50.0%	75.0%	37.5%	12.5%	25.0%	12.5%	25.0%
林業	1	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	3	100.0%	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業	132	75.8%	42.4%	45.5%	40.9%	15.9%	31.8%	3.0%	9.1%
飲料・たばこ・飼料製造業	37	75.7%	51.4%	43.2%	35.1%	13.5%	29.7%	5.4%	8.1%
その他製造業	9	55.6%	44.4%	44.4%	33.3%	0.0%	44.4%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業	78	70.5%	38.5%	39.7%	51.3%	11.5%	28.2%	1.3%	5.1%
その他卸売業	26	57.7%	30.8%	34.6%	34.6%	23.1%	23.1%	0.0%	11.5%
飲食料品小売業	7	57.1%	0.0%	42.9%	28.6%	0.0%	28.6%	0.0%	14.3%
その他小売業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	3	100.0%	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出無	181	71.8%	71.3%	47.0%	63.5%	5.5%	40.3%	1.1%	15.5%
大企業	3	100.0%	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%
中小企業	178	71.3%	71.3%	47.2%	64.0%	5.6%	40.4%	1.1%	15.7%
農業(畜産農業を含む)	24	70.8%	87.5%	54.2%	79.2%	8.3%	41.7%	4.2%	16.7%
林業	2	50.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	5	80.0%	60.0%	20.0%	80.0%	0.0%	40.0%	0.0%	20.0%
食料品製造業	62	72.6%	67.7%	38.7%	56.5%	4.8%	40.3%	0.0%	9.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	7	57.1%	100.0%	57.1%	57.1%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%
その他製造業	3	66.7%	100.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%
飲食料品卸売業	44	68.2%	59.1%	50.0%	52.3%	11.4%	31.8%	0.0%	11.4%
その他卸売業	16	75.0%	56.3%	43.8%	75.0%	0.0%	56.3%	0.0%	18.8%
飲食料品小売業	11	81.8%	90.9%	63.6%	90.9%	0.0%	63.6%	0.0%	36.4%
その他小売業	6	83.3%	83.3%	33.3%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
飲食店	1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(複数回答)

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 9. 2②海外ビジネスを担う人材における具体的な課題・問題点（企業規模別、業種別）

	n	課題・問題点を感じる項目②							
		新規の外国人材の雇用						その他	無回答
		将来帰国・ 転職を希望 する者が多 く、離職率 が高い	外国人の処 遇や人事管 理の方法が 分からない	日本人社員 とのコミュニ ケーションに 支障が多い	日本語能力 が求める水 準に達して いない	組織のピ ジョンの共 有が難しい	就労ビザな ど日本の在 留許可申請 への対応が 困難		
全体	486	5.1%	14.4%	7.4%	6.2%	9.9%	8.6%	3.3%	1.0%
大企業	30	0.0%	10.0%	3.3%	3.3%	3.3%	6.7%	6.7%	3.3%
中小企業	456	5.5%	14.7%	7.7%	6.4%	10.3%	8.8%	3.1%	0.9%
農業(畜産農業を含む)	32	3.1%	15.6%	6.3%	3.1%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%
林業	3	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	8	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	0.0%
食料品製造業	194	4.6%	11.9%	4.6%	5.7%	8.2%	6.7%	3.6%	0.5%
飲料・たばこ・飼料製造業	44	4.5%	15.9%	11.4%	6.8%	6.8%	13.6%	2.3%	0.0%
その他製造業	12	8.3%	16.7%	8.3%	0.0%	25.0%	8.3%	16.7%	0.0%
飲食料品卸売業	122	5.7%	14.8%	7.4%	9.0%	13.1%	5.7%	1.6%	2.5%
その他卸売業	42	7.1%	11.9%	16.7%	9.5%	7.1%	16.7%	4.8%	2.4%
飲食料品小売業	18	11.1%	22.2%	0.0%	0.0%	11.1%	16.7%	0.0%	0.0%
その他小売業	7	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食店	1	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出有	305	5.9%	11.8%	6.9%	6.6%	9.2%	8.9%	3.9%	1.3%
大企業	27	0.0%	11.1%	3.7%	3.7%	3.7%	3.7%	3.7%	3.7%
中小企業	278	6.5%	11.9%	7.2%	6.8%	9.7%	9.4%	4.0%	1.1%
農業(畜産農業を含む)	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
林業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	3	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%
食料品製造業	132	5.3%	12.1%	2.3%	5.3%	8.3%	6.8%	3.8%	0.8%
飲料・たばこ・飼料製造業	37	5.4%	18.9%	13.5%	8.1%	8.1%	16.2%	2.7%	0.0%
その他製造業	9	11.1%	11.1%	11.1%	0.0%	22.2%	0.0%	22.2%	0.0%
飲食料品卸売業	78	5.1%	12.8%	9.0%	9.0%	11.5%	7.7%	1.3%	2.6%
その他卸売業	26	7.7%	0.0%	19.2%	11.5%	7.7%	11.5%	7.7%	3.8%
飲食料品小売業	7	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%
その他小売業	1	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出無	181	3.9%	18.8%	8.3%	5.5%	11.0%	8.3%	2.2%	0.6%
大企業	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%
中小企業	178	3.9%	19.1%	8.4%	5.6%	11.2%	7.9%	1.7%	0.6%
農業(畜産農業を含む)	24	4.2%	20.8%	8.3%	4.2%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%
林業	2	0.0%	50.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	5	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%
食料品製造業	62	3.2%	11.3%	9.7%	6.5%	8.1%	6.5%	3.2%	0.0%
飲料・たばこ・飼料製造業	7	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他製造業	3	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業	44	6.8%	18.2%	4.5%	9.1%	15.9%	2.3%	2.3%	2.3%
その他卸売業	16	6.3%	31.3%	12.5%	6.3%	6.3%	25.0%	0.0%	0.0%
飲食料品小売業	11	0.0%	36.4%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%
その他小売業	6	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食店	1	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(複数回答)

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

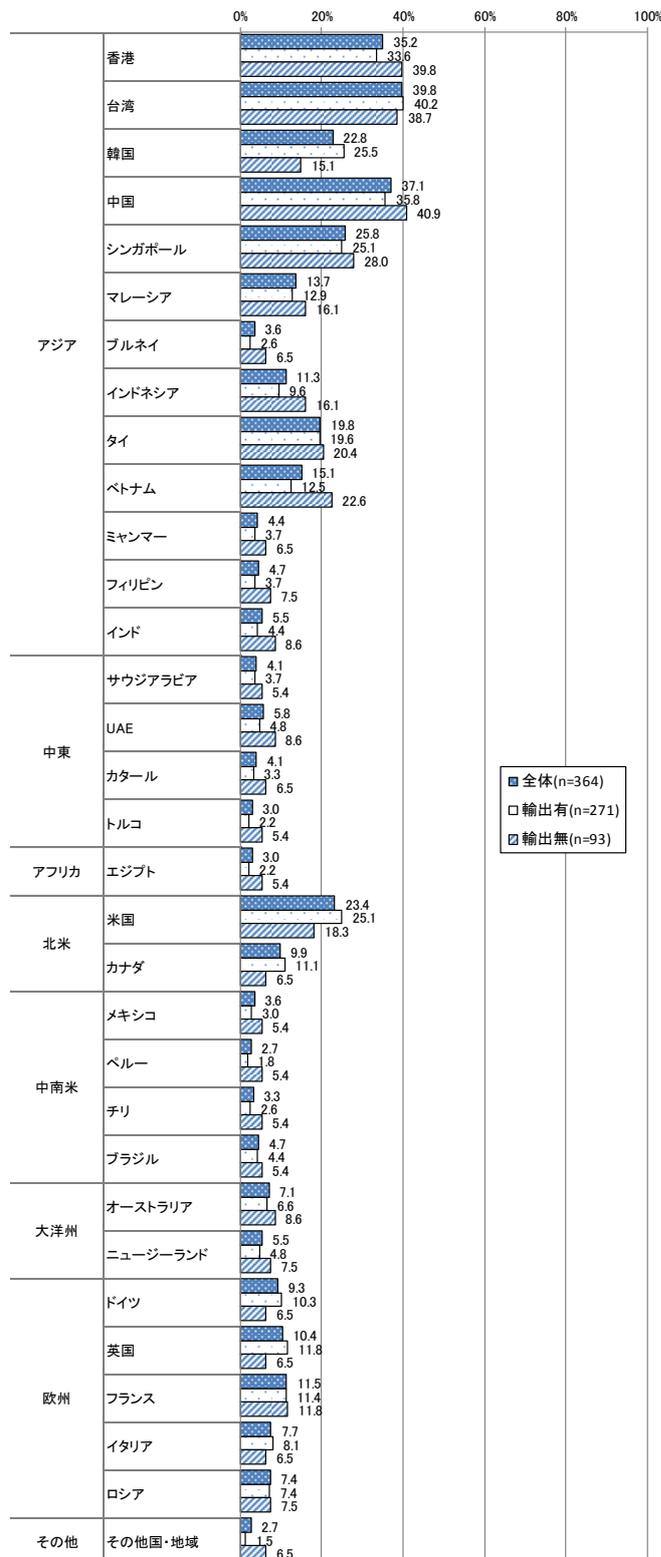
10. 価格競争力について

価格競争力について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（364社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「台湾」が39.8%で最も高く、次いで「中国」37.1%、「香港」35.2%となっている。課題・問題点を感じる点は、「輸送費が高い」（507件）が最も多く、次いで「輸入関税や諸税が高い」（455件）、「現地規制への対応経費が高い」（414件）となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（271社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「台湾」が40.2%で最も高く、次いで「中国」35.8%、「香港」33.6%となっている。課題・問題点を感じる点は、「輸送費が高い」（322件）が最も多く、次いで「輸入関税や諸税が高い」（314件）、「現地規制への対応経費が高い」（223件）となっている。

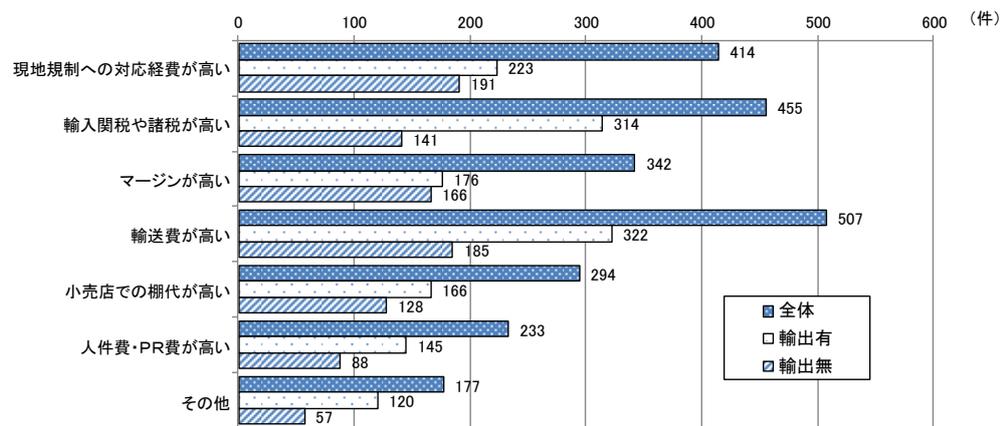
また、「輸出無」の企業（93社）で課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が40.9%で最も高く、次いで「香港」39.8%、「台湾」38.7%となっている。課題・問題点を感じる点は、「現地規制への対応経費が高い」（191件）が最も多く、次いで「輸送費が高い」（185件）、「マージンが高い」（166件）となっている。

図表Ⅲ. 10.1 価格競争力における具体的な課題・問題点（全体、国別）



(複数回答)

図表Ⅲ. 10.2 価格競争力における具体的な課題・問題点（全体、問題・課題別）



(複数回答、回答数)

図表Ⅲ. 10.3 【全体】価格競争力における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		価格競争力についての課題・問題点						
		現地規制への対応経費が高い	輸入関税や諸税が高い	マージンが高い	輸送費が高い	小売店での棚代が高い	人件費・PR費が高い	その他
国・地域								
全体		414	455	342	507	294	233	177
アジア	香港	26	21	36	51	31	25	19
	台湾	43	58	29	50	19	17	19
	韓国	18	40	17	27	10	7	12
	中国	49	71	33	38	30	16	15
	シンガポール	19	22	28	40	27	20	13
	マレーシア	13	17	13	18	14	5	10
	ブルネイ	6	4	4	6	6	2	1
	インドネシア	24	10	8	11	7	2	5
	タイ	16	28	14	25	16	9	17
	ベトナム	18	21	13	19	9	6	11
	ミャンマー	7	8	5	5	6	2	2
	フィリピン	6	6	5	8	6	2	3
インド	9	10	6	7	6	3	2	
中東	サウジアラビア	7	4	5	7	5	2	1
	UAE	10	5	5	9	5	3	2
	カタール	7	5	4	7	5	3	1
	トルコ	5	4	4	5	5	2	1
アフリカ	エジプト	5	4	4	4	5	2	2
北米	米国	23	24	20	34	11	19	13
	カナダ	8	11	10	12	7	12	4
中南米	メキシコ	4	5	4	6	6	4	1
	ペルー	4	4	4	5	5	2	1
	チリ	4	4	4	7	5	2	1
	ブラジル	6	7	5	7	6	4	1
大洋州	オーストラリア	7	8	7	9	5	10	3
	ニュージーランド	6	7	6	9	5	6	2
欧州	ドイツ	12	7	9	17	5	9	4
	英国	13	9	10	18	5	10	3
	フランス	15	11	11	17	5	10	3
	イタリア	10	6	7	12	6	10	1
	ロシア	9	11	8	11	8	5	2
その他	その他国・地域	5	3	4	6	3	2	2

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ.10.4【輸出有】価格競争力における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		価格競争力についての課題・問題点						
		現地規制への対応経費が高い	輸入関税や諸税が高い	マージンが高い	輸送費が高い	小売店での棚代が高い	人件費・PR費が高い	その他
国・地域								
輸出有		223	314	176	322	166	145	120
アジア	香港	11	9	22	30	22	19	15
	台湾	28	47	15	31	10	11	14
	韓国	12	34	11	21	6	4	9
	中国	29	57	21	24	20	11	9
	シンガポール	7	14	20	23	21	16	10
	マレーシア	5	11	6	8	10	3	9
	ブルネイ	3	2	1	3	3	0	0
	インドネシア	14	6	3	5	4	0	4
	タイ	9	19	6	15	10	6	13
	ベトナム	8	12	4	9	3	2	6
	ミャンマー	3	5	1	2	3	0	1
	フィリピン	2	3	1	4	3	0	2
インド	4	6	1	2	2	0	1	
中東	サウジアラビア	4	2	2	5	2	0	0
	UAE	5	3	2	6	2	1	1
	カタール	4	3	1	4	2	1	0
	トルコ	2	2	1	3	2	0	0
アフリカ	エジプト	2	2	1	2	2	0	1
北米	米国	15	17	14	25	7	14	11
	カナダ	5	8	7	9	4	10	3
中南米	メキシコ	1	3	1	4	3	2	0
	ペルー	1	2	1	3	2	0	0
	チリ	1	2	1	5	2	0	0
	ブラジル	3	5	2	5	3	2	0
大洋州	オーストラリア	2	4	3	6	2	7	2
	ニュージーランド	2	3	2	6	2	4	1
欧州	ドイツ	9	5	5	14	2	7	3
	英国	10	7	6	15	2	8	2
	フランス	9	8	6	13	2	7	2
	イタリア	7	4	3	9	3	8	0
	ロシア	4	8	5	7	5	2	1
その他	その他国・地域	2	1	1	4	0	0	0

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ.10.5【輸出無】価格競争力における具体的な課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		価格競争力についての課題・問題点						その他
		現地規制への対応経費が高い	輸入関税や諸税が高い	マージンが高い	輸送費が高い	小売店での棚代が高い	人件費・PR費が高い	
国・地域								
輸出無		191	141	166	185	128	88	57
アジア	香港	15	12	14	21	9	6	4
	台湾	15	11	14	19	9	6	5
	韓国	6	6	6	6	4	3	3
	中国	20	14	12	14	10	5	6
	シンガポール	12	8	8	17	6	4	3
	マレーシア	8	6	7	10	4	2	1
	ブルネイ	3	2	3	3	3	2	1
	インドネシア	10	4	5	6	3	2	1
	タイ	7	9	8	10	6	3	4
	ベトナム	10	9	9	10	6	4	5
	ミャンマー	4	3	4	3	3	2	1
	フィリピン	4	3	4	4	3	2	1
インド	5	4	5	5	4	3	1	
中東	サウジアラビア	3	2	3	2	3	2	1
	UAE	5	2	3	3	3	2	1
	カタール	3	2	3	3	3	2	1
	トルコ	3	2	3	2	3	2	1
アフリカ	エジプト	3	2	3	2	3	2	1
北米	米国	8	7	6	9	4	5	2
	カナダ	3	3	3	3	3	2	1
中南米	メキシコ	3	2	3	2	3	2	1
	ペルー	3	2	3	2	3	2	1
	チリ	3	2	3	2	3	2	1
	ブラジル	3	2	3	2	3	2	1
大洋州	オーストラリア	5	4	4	3	3	3	1
	ニュージーランド	4	4	4	3	3	2	1
欧州	ドイツ	3	2	4	3	3	2	1
	英国	3	2	4	3	3	2	1
	フランス	6	3	5	4	3	3	1
	イタリア	3	2	4	3	3	2	1
	ロシア	5	3	3	4	3	3	1
その他	その他国・地域	3	2	3	2	3	2	2

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

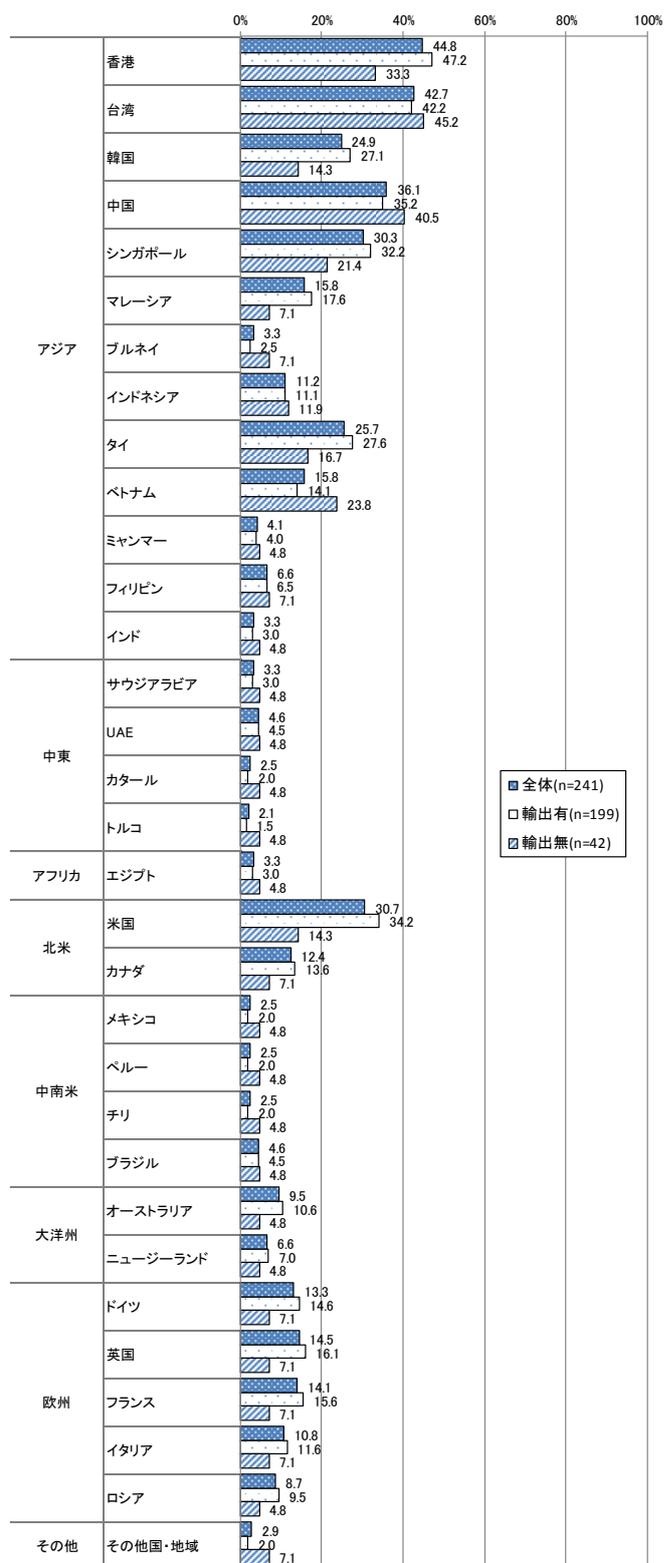
1 1. 輸出先における競合企業

輸出先における競合企業について課題・問題点を感じていると回答した企業全体(241社)で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が44.8%で最も高く、次いで「台湾」42.7%、「中国」36.1%となっている。また、競合企業は、「日本企業」(589件)が最も多く、次いで「中国企業」(294件)、「地場企業」(178件)となっている。競合企業の強みは「価格」(566件)が最も多く、次いで「流通・販売ルート」(302件)、「ブランド力」(279件)となっている。

「輸出有」の企業(199社)で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が47.2%で最も高く、次いで「台湾」42.2%、「中国」35.2%となっている。また、競合企業は「日本企業」(492件)が最も多く、次いで「中国企業」(271件)、「地場企業」(151件)となっている。競合企業の強みは、「価格」(529件)が最も多く、次いで「流通・販売ルート」(246件)、「ブランド力」(223件)となっている。

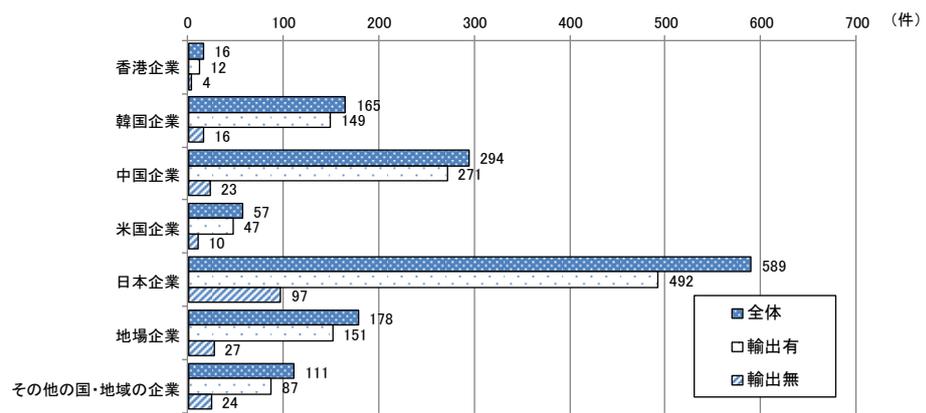
「輸出無」の企業(42社)で課題・問題点を感じている国・地域は、「台湾」が45.2%で最も高く、次いで「中国」40.5%、「香港」33.3%となっている。また、競合企業は「日本企業」(97件)が最も多く、次いで「地場企業」(27件)、「中国企業」(23件)となっている。競合企業の強みは、「流通・販売ルート」「ブランド力」(ともに56件)が最も多く、次いで「広告・宣伝力」(39件)、「価格」(37件)となっている。

図表Ⅲ. 11.1 輸出先における競合企業（全体、国別）



(複数回答)

図表Ⅲ. 11.2 輸出先における競合企業（全体、競合企業別）



(複数回答、回答数)

図表Ⅲ. 11. 3 【全体】輸出先における競合企業（全体、国別）

競合企業		競合品(競合国)						
		香港企業	韓国企業	中国企業	米国企業	日本企業	地場企業	その他の 国・地域の 企業
国・地域								
全体		16	165	294	57	589	178	111
アジア	香港	-	19	28	5	69	13	15
	台湾	3	20	31	5	56	29	11
	韓国	2	-	15	4	39	18	4
	中国	7	20	-	11	43	33	13
	シンガポール	1	10	19	5	41	8	14
	マレーシア	0	8	15	0	18	4	6
	ブルネイ	0	0	2	0	5	0	2
	インドネシア	0	4	11	2	11	6	5
	タイ	0	10	14	6	36	15	10
	ベトナム	0	9	15	6	17	6	5
	ミャンマー	0	2	3	0	7	1	1
	フィリピン	0	2	5	2	7	2	3
	インド	0	1	3	0	6	1	0
中東	サウジアラビア	0	1	4	0	6	0	0
	UAE	0	2	4	0	11	0	0
	カタール	0	1	3	0	4	0	0
	トルコ	0	0	1	0	5	0	0
アフリカ	エジプト	0	2	2	0	6	0	0
北米	米国	2	19	24	-	49	13	4
	カナダ	1	6	13	1	17	5	2
中南米	メキシコ	0	0	2	0	5	0	0
	ペルー	0	0	2	0	5	0	0
	チリ	0	0	2	0	5	0	0
	ブラジル	0	1	2	2	6	2	0
大洋州	オーストラリア	0	3	6	1	19	2	1
	ニュージーランド	0	2	5	0	13	2	1
欧州	ドイツ	0	5	13	0	18	6	4
	英国	0	5	13	1	18	4	3
	フランス	0	5	13	3	18	4	3
	イタリア	0	3	12	1	16	2	1
	ロシア	0	5	9	1	10	2	2
その他	その他国・地域	0	0	3	1	3	0	1

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 11. 4 【輸出有】輸出先における競合企業（全体、国別）

競合企業		競合品(競合国)						
		香港企業	韓国企業	中国企業	米国企業	日本企業	地場企業	その他の 国・地域の 企業
国・地域								
輸出有		12	149	271	47	492	151	87
アジア	香港	-	17	23	4	63	9	10
	台湾	2	16	24	4	46	24	7
	韓国	2	-	15	4	34	16	3
	中国	5	15	-	10	35	26	9
	シンガポール	1	10	18	3	36	6	11
	マレーシア	0	8	15	0	16	4	5
	ブルネイ	0	0	2	0	3	0	1
	インドネシア	0	3	10	1	8	5	4
	タイ	0	8	13	4	31	14	9
	ベトナム	0	8	12	4	12	1	4
	ミャンマー	0	2	3	0	5	1	1
	フィリピン	0	2	5	2	5	2	2
インド	0	1	3	0	4	1	0	
中東	サウジアラビア	0	1	4	0	4	0	0
	UAE	0	2	4	0	9	0	0
	カタール	0	1	3	0	2	0	0
	トルコ	0	0	1	0	3	0	0
アフリカ	エジプト	0	2	2	0	4	0	0
北米	米国	1	19	23	-	45	13	4
	カナダ	1	5	13	1	15	5	2
中南米	メキシコ	0	0	2	0	3	0	0
	ペルー	0	0	2	0	3	0	0
	チリ	0	0	2	0	3	0	0
	ブラジル	0	1	2	2	4	2	0
大洋州	オーストラリア	0	3	6	1	17	2	1
	ニュージーランド	0	2	5	0	11	2	1
欧州	ドイツ	0	5	12	0	16	6	4
	英国	0	5	12	1	16	4	3
	フランス	0	5	12	3	16	4	3
	イタリア	0	3	11	1	14	2	1
	ロシア	0	5	9	1	8	2	2
その他	その他国・地域	0	0	3	1	1	0	0

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 11.5 【輸出無】輸出先における競合企業（全体、国別）

競合企業		競合品(競合国)						
		香港企業	韓国企業	中国企業	米国企業	日本企業	地場企業	その他の 国・地域の 企業
国・地域								
輸出無		4	16	23	10	97	27	24
アジア	香港	-	2	5	1	6	4	5
	台湾	1	4	7	1	10	5	4
	韓国	0	-	0	0	5	2	1
	中国	2	5	-	1	8	7	4
	シンガポール	0	0	1	2	5	2	3
	マレーシア	0	0	0	0	2	0	1
	ブルネイ	0	0	0	0	2	0	1
	インドネシア	0	1	1	1	3	1	1
	タイ	0	2	1	2	5	1	1
	ベトナム	0	1	3	2	5	5	1
	ミャンマー	0	0	0	0	2	0	0
	フィリピン	0	0	0	0	2	0	1
	インド	0	0	0	0	2	0	0
中東	サウジアラビア	0	0	0	0	2	0	0
	UAE	0	0	0	0	2	0	0
	カタール	0	0	0	0	2	0	0
	トルコ	0	0	0	0	2	0	0
アフリカ	エジプト	0	0	0	0	2	0	0
北米	米国	1	0	1	-	4	0	0
	カナダ	0	1	0	0	2	0	0
中南米	メキシコ	0	0	0	0	2	0	0
	ペルー	0	0	0	0	2	0	0
	チリ	0	0	0	0	2	0	0
	ブラジル	0	0	0	0	2	0	0
大洋州	オーストラリア	0	0	0	0	2	0	0
	ニュージーランド	0	0	0	0	2	0	0
欧州	ドイツ	0	0	1	0	2	0	0
	英国	0	0	1	0	2	0	0
	フランス	0	0	1	0	2	0	0
	イタリア	0	0	1	0	2	0	0
	ロシア	0	0	0	0	2	0	0
その他	その他国・地域	0	0	0	0	2	0	1

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 11.6 【全体】輸出先における競合企業が持つ強み（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		競合企業の強み										
		価格	品質の高さ	ブランド力	製品の豊富 さ	現地の嗜好 に合わせた 味、パッ ケージ	流通・販売 ルート	購買・調達 ルート	広告・宣伝 力	人材	自国政府の 輸出・海外 進出支援	その他
全体		566	34	279	54	82	302	34	147	44	26	19
アジア	香港	61	7	27	7	8	29	5	14	5	6	2
	台湾	62	4	23	7	11	30	5	16	3	2	3
	韓国	34	2	18	3	5	15	2	9	2	1	1
	中国	46	5	23	3	8	19	5	13	5	2	1
	シンガポール	44	4	25	6	3	21	0	13	3	3	2
	マレーシア	27	0	10	2	3	10	0	4	1	1	1
	ブルネイ	2	0	3	0	1	4	0	1	0	0	0
	インドネシア	17	0	7	1	3	6	0	2	0	0	1
	タイ	38	3	21	5	3	15	0	9	2	1	3
	ベトナム	22	3	10	1	3	9	0	3	0	1	1
	ミャンマー	5	1	5	0	1	4	0	1	0	1	0
	フィリピン	9	1	10	0	2	5	0	4	0	0	1
インド	3	0	2	0	1	3	0	1	0	0	0	
中東	サウジアラビア	4	0	2	1	1	3	0	1	0	0	0
	UAE	7	0	4	1	1	5	0	2	0	1	0
	カタール	2	0	2	0	1	2	0	1	0	0	0
	トルコ	0	0	2	0	1	3	0	1	0	0	0
アフリカ	エジプト	2	0	2	0	1	4	0	1	0	0	0
北米	米国	44	4	18	7	8	26	7	13	7	2	0
	カナダ	19	0	6	2	3	9	2	4	4	0	0
中南米	メキシコ	2	0	2	0	1	2	0	1	0	0	0
	ペルー	1	0	2	0	1	3	0	1	0	0	0
	チリ	1	0	2	0	1	3	0	1	0	0	0
	ブラジル	6	0	3	1	1	3	1	3	0	0	0
大洋州	オーストラリア	15	0	10	3	2	6	2	2	1	0	1
	ニュージーランド	11	0	7	2	2	6	0	2	1	0	0
欧州	ドイツ	18	0	7	0	1	12	0	7	2	2	0
	英国	17	0	7	0	1	12	0	5	2	2	0
	フランス	19	0	9	1	2	14	2	5	3	1	1
	イタリア	12	0	4	1	2	12	2	4	2	0	0
	ロシア	13	0	5	0	0	6	1	2	1	0	1
その他	その他・地域	3	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 11. 7 【輸出有】 輸出先における競合企業が持つ強み（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		競合企業の強み										
		価格	品質の高さ	ブランド力	製品の豊富さ	現地の嗜好に合わせた味、パッケージ	流通・販売ルート	購買・調達ルート	広告・宣伝力	人材	自国政府の輸出・海外進出支援	その他
輸出有		529	31	223	51	77	246	32	108	43	24	15
アジア	香港	56	7	24	7	7	26	5	11	5	6	1
	台湾	54	4	19	7	10	26	5	13	3	1	1
	韓国	32	2	15	3	5	13	1	8	2	1	1
	中国	41	3	17	2	8	16	4	11	5	1	1
	シンガポール	41	4	22	6	3	17	0	11	3	3	1
	マレーシア	26	0	8	2	3	8	0	3	1	1	1
	ブルネイ	1	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0
	インドネシア	16	0	4	1	2	3	0	1	0	0	1
	タイ	37	3	18	5	3	12	0	7	2	1	3
	ベトナム	18	3	7	0	1	6	0	2	0	1	1
	ミャンマー	5	1	4	0	1	3	0	0	0	1	0
	フィリピン	8	1	8	0	2	3	0	3	0	0	1
	インド	3	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0
中東	サウジアラビア	4	0	1	1	1	2	0	0	0	0	0
	UAE	7	0	3	1	1	4	0	1	0	1	0
	カタール	2	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
	トルコ	0	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0
アフリカ	エジプト	2	0	1	0	1	3	0	0	0	0	0
北米	米国	44	3	16	6	8	25	7	12	6	2	0
	カナダ	18	0	5	2	3	8	2	3	4	0	0
中南米	メキシコ	2	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
	ペルー	1	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0
	チリ	1	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0
	ブラジル	6	0	2	1	1	2	1	2	0	0	0
大洋州	オーストラリア	15	0	9	3	2	5	2	1	1	0	1
	ニュージーランド	11	0	6	2	2	5	0	1	1	0	0
欧州	ドイツ	17	0	6	0	1	10	0	6	2	2	0
	英国	16	0	6	0	1	10	0	4	2	2	0
	フランス	18	0	8	1	2	12	2	4	3	1	1
	イタリア	11	0	3	1	2	10	2	3	2	0	0
ロシア	13	0	4	0	0	5	1	1	1	0	1	
その他	その他・地域	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 11. 8 【輸出無】 輸出先における競合企業が持つ強み（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		競合企業の強み										
		価格	品質の高さ	ブランド力	製品の豊富 さ	現地の嗜好 に合わせた 味、パッ ケージ	流通・販売 ルート	購買・調達 ルート	広告・宣伝 力	人材	自国政府の 輸出・海外 進出支援	その他
輸出無		37	3	56	3	5	56	2	39	1	2	4
アジア	香港	5	0	3	0	1	3	0	3	0	0	1
	台湾	8	0	4	0	1	4	0	3	0	1	2
	韓国	2	0	3	0	0	2	1	1	0	0	0
	中国	5	2	6	1	0	3	1	2	0	1	0
	シンガポール	3	0	3	0	0	4	0	2	0	0	1
	マレーシア	1	0	2	0	0	2	0	1	0	0	0
	ブルネイ	1	0	2	0	0	2	0	1	0	0	0
	インドネシア	1	0	3	0	1	3	0	1	0	0	0
	タイ	1	0	3	0	0	3	0	2	0	0	0
	ベトナム	4	0	3	1	2	3	0	1	0	0	0
	ミャンマー	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
	フィリピン	1	0	2	0	0	2	0	1	0	0	0
	インド	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
中東	サウジアラビア	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
	UAE	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
	カタール	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
	トルコ	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
アフリカ	エジプト	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
北米	米国	0	1	2	1	0	1	0	1	1	0	0
	カナダ	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
中南米	メキシコ	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
	ペルー	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
	チリ	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
	ブラジル	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
大洋州	オーストラリア	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
	ニュージーランド	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
欧州	ドイツ	1	0	1	0	0	2	0	1	0	0	0
	英国	1	0	1	0	0	2	0	1	0	0	0
	フランス	1	0	1	0	0	2	0	1	0	0	0
	イタリア	1	0	1	0	0	2	0	1	0	0	0
	ロシア	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
その他	その他・地域	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

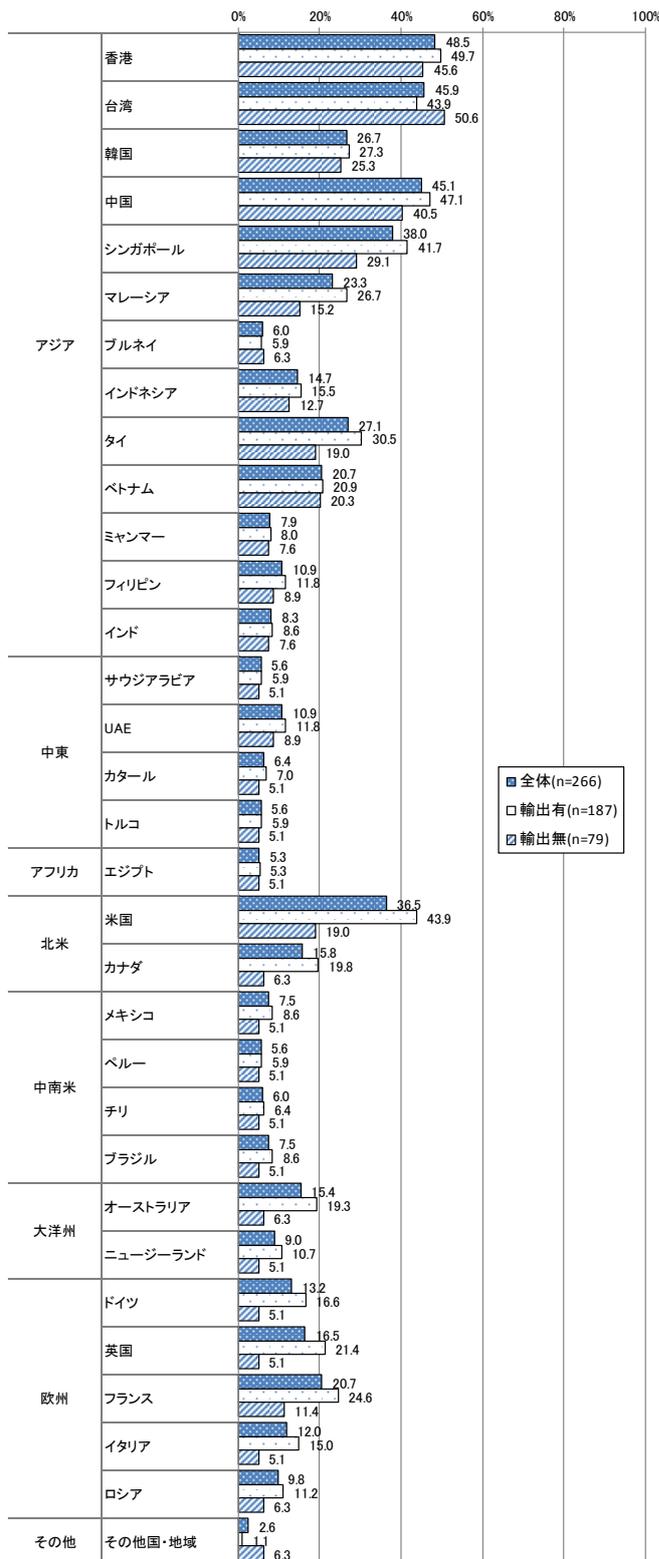
12. 製品・ブランドの認知度について

製品・ブランドの認知度について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（266社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が48.5%で最も高く、次いで「台湾」45.9%、「中国」45.1%となっている。課題・問題点を感じる点は、「自社の製品・ブランドの認知度が低い」（1,249件）が最も多く、次いで「日本の他県・他社の製品・ブランドと混合される」（181件）、「他国産の製品・ブランドと混同される」（129件）となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（187社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「香港」が49.7%で最も高く、次いで「中国」47.1%、「台湾」43.9%となっている。課題・問題点を感じる点は、「自社の製品・ブランドの認知度が低い」（947件）が最も多く、次いで「日本の他県・他社の製品・ブランドと混合される」（130件）、「他国産の製品・ブランドと混同される」（74件）となっている。

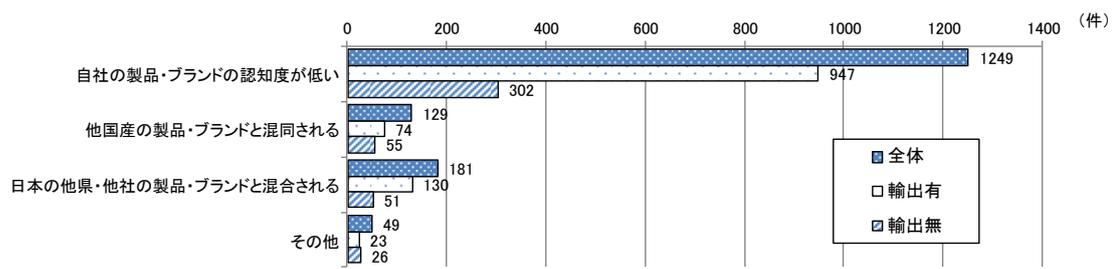
また、「輸出無」の企業（79社）で課題・問題点を感じている国・地域は、「台湾」が50.6%で最も高く、次いで「香港」45.6%、「中国」40.5%となっている。課題・問題点を感じる点は、「自社の製品・ブランドの認知度が低い」（302件）が最も多く、次いで「他国産の製品・ブランドと混同される」（55件）、「日本の他県・他社の製品・ブランドと混合される」（51件）となっている。

図表Ⅲ. 12.1 製品・ブランドの認知度における課題・問題点 (全体、国別)



(複数回答)

図表Ⅲ. 12.2 製品・ブランドの認知度についての課題・問題点（全体、問題・課題別）



(複数回答、回答数)

図表Ⅲ. 12. 3 【全体】製品・ブランドの認知度についての課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		製品・ブランドの認知度についての課題・問題点			
		自社の製品・ブランドの認知度が低い	他国産の製品・ブランドと混同される	日本の他県・他社の製品・ブランドと混合される	その他
全体		1249	129	181	49
アジア	香港	109	9	26	8
	台湾	104	12	24	7
	韓国	64	5	8	2
	中国	95	16	23	9
	シンガポール	88	10	15	4
	マレーシア	57	5	6	1
	ブルネイ	14	1	1	1
	インドネシア	33	4	3	2
	タイ	61	6	13	3
	ベトナム	46	7	9	4
	ミャンマー	19	1	1	1
	フィリピン	24	3	2	1
	インド	19	2	2	1
中東	サウジアラビア	14	1	1	0
	UAE	28	2	1	0
	カタール	16	1	1	0
	トルコ	14	1	1	0
アフリカ	エジプト	13	1	1	0
北米	米国	85	13	12	3
	カナダ	39	3	3	0
中南米	メキシコ	19	1	1	0
	ペルー	14	1	1	0
	チリ	15	1	1	0
	ブラジル	18	2	1	0
大洋州	オーストラリア	36	5	4	0
	ニュージーランド	23	1	3	0
欧州	ドイツ	32	3	2	0
	英国	41	3	3	0
	フランス	50	4	4	1
	イタリア	30	2	2	0
	ロシア	23	3	4	0
その他	その他国・地域	6	0	2	1

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 12. 4 【輸出有】製品・ブランドの認知度についての課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点 国・地域		製品・ブランドの認知度についての課題・問題点			
		自社の製品・ブランドの認知度が低い	他国産の製品・ブランドと混同される	日本の他県・他社の製品・ブランドと混合される	その他
輸出有		947	74	130	23
アジア	香港	77	5	19	3
	台湾	69	7	14	3
	韓国	46	2	5	1
	中国	69	9	14	5
	シンガポール	66	6	12	1
	マレーシア	45	3	4	1
	ブルネイ	9	0	1	1
	インドネシア	24	3	2	1
	タイ	47	3	8	1
	ベトナム	31	4	4	2
	ミャンマー	13	0	1	1
	フィリピン	17	2	2	1
	インド	13	1	1	1
中東	サウジアラビア	10	0	1	0
	UAE	21	1	1	0
	カタール	12	0	1	0
	トルコ	10	0	1	0
アフリカ	エジプト	9	0	1	0
北米	米国	71	11	10	1
	カナダ	34	2	3	0
中南米	メキシコ	15	0	1	0
	ペルー	10	0	1	0
	チリ	11	0	1	0
	ブラジル	14	1	1	0
大洋州	オーストラリア	31	4	4	0
	ニュージーランド	19	0	3	0
欧州	ドイツ	28	2	2	0
	英国	37	2	3	0
	フランス	42	3	3	0
	イタリア	26	1	2	0
	ロシア	19	2	3	0
その他	その他国・地域	2	0	1	0

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 12.5 【輸出無】製品・ブランドの認知度についての課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		製品・ブランドの認知度についての課題・問題点			
		自社の製品・ブランドの認知度が低い	他国産の製品・ブランドと混同される	日本の他県・他社の製品・ブランドと混合される	その他
国・地域					
輸出無		302	55	51	26
アジア	香港	32	4	7	5
	台湾	35	5	10	4
	韓国	18	3	3	1
	中国	26	7	9	4
	シンガポール	22	4	3	3
	マレーシア	12	2	2	0
	ブルネイ	5	1	0	0
	インドネシア	9	1	1	1
	タイ	14	3	5	2
	ベトナム	15	3	5	2
	ミャンマー	6	1	0	0
	フィリピン	7	1	0	0
	インド	6	1	1	0
中東	サウジアラビア	4	1	0	0
	UAE	7	1	0	0
	カタール	4	1	0	0
	トルコ	4	1	0	0
アフリカ	エジプト	4	1	0	0
北米	米国	14	2	2	2
	カナダ	5	1	0	0
中南米	メキシコ	4	1	0	0
	ペルー	4	1	0	0
	チリ	4	1	0	0
	ブラジル	4	1	0	0
大洋州	オーストラリア	5	1	0	0
	ニュージーランド	4	1	0	0
欧州	ドイツ	4	1	0	0
	英国	4	1	0	0
	フランス	8	1	1	1
	イタリア	4	1	0	0
	ロシア	4	1	1	0
その他	その他国・地域	4	0	1	1

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

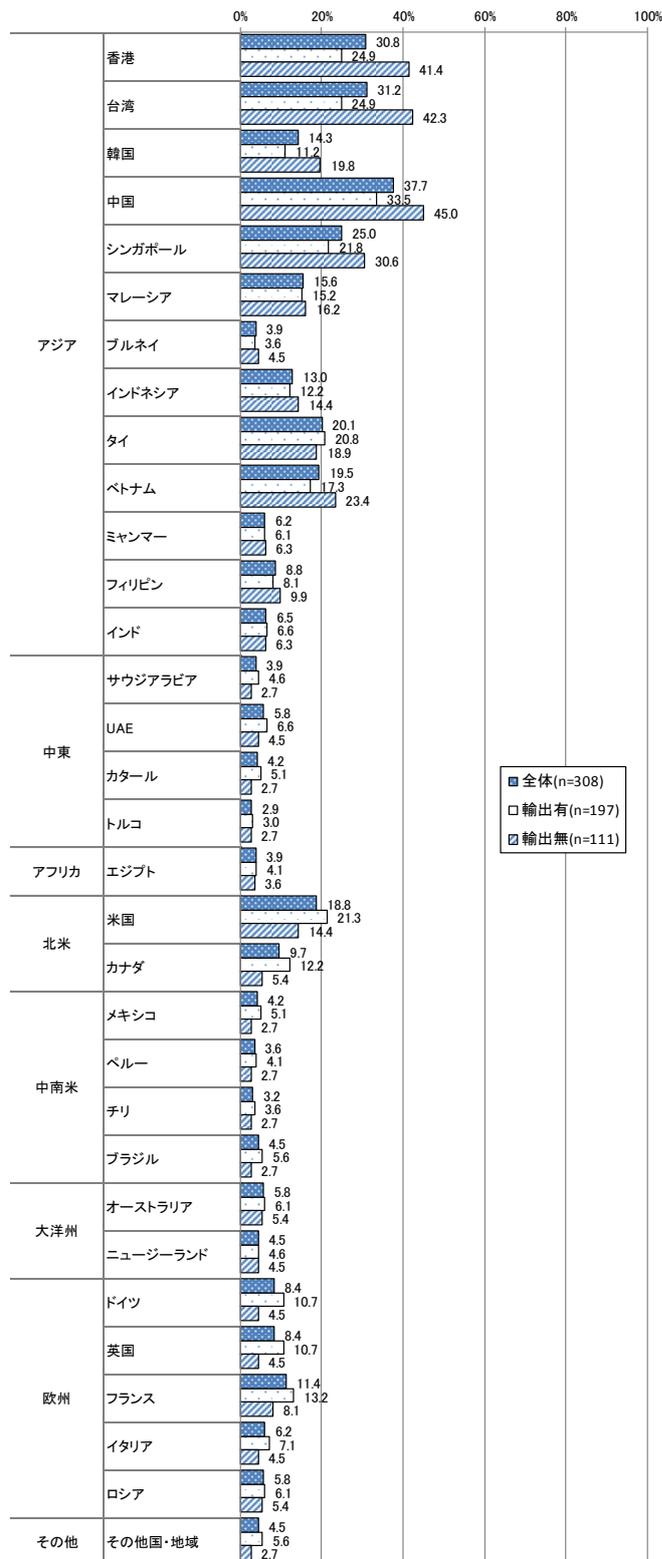
13. 物流について

物流について課題・問題点を感じていると回答した企業全体（308社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が37.7%で最も高く、次いで「台湾」31.2%、「香港」30.8%となっている。課題・問題点を感じる点は、「物流コストが高い」（474件）が最も多く、次いで「輸出先での物流ルートが整っていない」（401件）、「時間がかかる」（390件）となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（197社）で、課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が33.5%で最も高く、次いで「香港」「台湾」が同率の24.9%、「シンガポール」21.8%となっている。課題・問題点を感じる点は、「物流コストが高い」（296件）が最も多く、次いで「時間がかかる」（221件）、「輸出先でのサプライチェーンが整っていない」（219件）となっている。

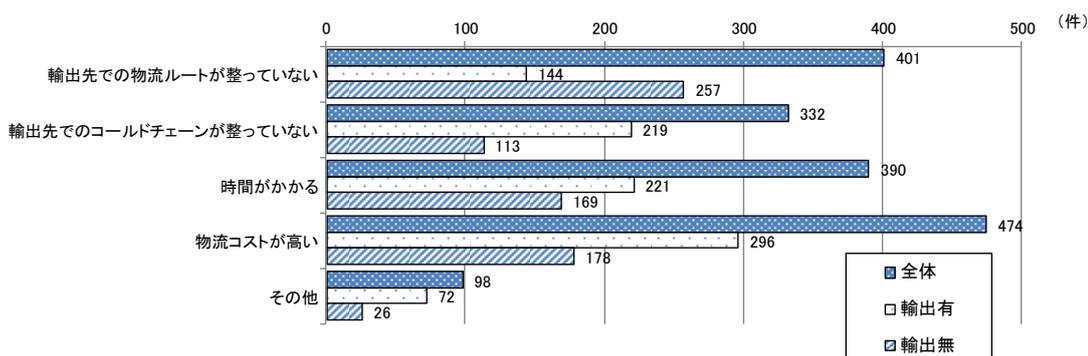
また、「輸出無」の企業（111社）で課題・問題点を感じている国・地域は、「中国」が45.0%で最も高く、次いで「台湾」42.3%、「香港」41.4%となっている。課題・問題点を感じる点は、「輸出先での物流ルートが整っていない」（257件）が最も多く、次いで「物流コストが高い」（178件）、「時間がかかる」（169件）となっている。

図表Ⅲ. 13.1 物流における課題・問題点（全体、国別）



(複数回答)

図表Ⅲ. 13. 2 物流における課題・問題点（全体、問題・課題別）



(複数回答、回答数)

図表Ⅲ. 13. 3 【全体】物流における課題・問題点（全体、国別）

課題・問題点		物流についての課題・問題点				
		輸出先での物流ルートが整っていない	輸出先でのコールドチェーンが整っていない	時間がかかる	物流コストが高い	その他
国・地域						
全体		401	332	390	474	98
アジア	香港	36	31	26	48	6
	台湾	34	31	25	54	8
	韓国	15	8	14	22	6
	中国	48	47	44	39	12
	シンガポール	28	21	24	43	6
	マレーシア	17	16	16	19	5
	ブルネイ	7	3	4	4	1
	インドネシア	15	17	15	12	3
	タイ	21	27	21	27	7
	ベトナム	24	34	15	20	8
	ミャンマー	10	6	5	6	1
フィリピン	12	11	6	7	1	
インド	9	10	9	7	2	
中東	サウジアラビア	6	3	5	3	1
	UAE	7	7	9	6	1
	カタール	4	4	6	3	1
	トルコ	4	2	4	2	1
アフリカ	エジプト	4	5	4	3	1
北米	米国	20	8	21	33	6
	カナダ	10	4	11	13	2
中南米	メキシコ	5	2	7	4	2
	ペルー	4	1	5	4	2
	チリ	4	1	5	4	1
	ブラジル	4	1	10	6	1
大洋州	オーストラリア	9	4	5	7	1
	ニュージーランド	6	2	4	6	2
欧州	ドイツ	5	4	12	12	3
	英国	6	6	16	15	1
	フランス	13	7	17	15	3
	イタリア	5	2	9	9	1
	ロシア	6	4	8	11	1
その他	その他・地域	3	3	8	10	1

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 13.4 【輸出有】物流における課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		物流についての課題・問題点				
		輸出先での 物流ルート が整って いない	輸出先での コールド チェーンが 整って いない	時間がかか る	物流コスト が高い	その他
国・地域						
輸出有		144	219	221	296	72
アジア	香港	11	15	7	25	2
	台湾	7	16	8	29	3
	韓国	3	3	6	12	4
	中国	23	26	24	19	8
	シンガポール	11	11	11	25	3
	マレーシア	7	11	10	11	5
	ブルネイ	2	2	1	2	1
	インドネシア	7	11	8	5	3
	タイ	9	20	12	18	6
	ベトナム	8	22	6	11	5
	ミャンマー	4	6	2	3	1
	フィリピン	3	10	1	3	1
	インド	3	9	4	3	2
中東	サウジアラビア	3	3	3	2	1
	UAE	2	5	6	4	1
	カタール	1	4	4	2	1
	トルコ	1	2	2	1	1
アフリカ	エジプト	1	4	2	2	1
北米	米国	8	6	17	26	4
	カナダ	5	3	9	11	2
中南米	メキシコ	2	2	5	3	2
	ペルー	1	1	3	3	2
	チリ	1	1	3	3	1
	ブラジル	1	1	8	5	1
大洋州	オーストラリア	3	3	2	5	1
	ニュージーランド	1	2	1	4	2
欧州	ドイツ	2	3	10	10	3
	英国	3	5	14	13	1
	フランス	6	5	15	12	2
	イタリア	2	1	7	7	1
	ロシア	2	3	4	8	1
その他	その他・地域	1	3	6	9	0

(複数回答、回答数)

*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

図表Ⅲ. 13.5 【輸出無】物流における課題・問題点（全体、国別）

課題、問題点		物流についての課題・問題点				
		輸出先での 物流ルート が整って いない	輸出先での コールド チェーンが 整って いない	時間がかか る	物流コスト が高い	その他
国・地域						
輸出無		257	113	169	178	26
アジア	香港	25	16	19	23	4
	台湾	27	15	17	25	5
	韓国	12	5	8	10	2
	中国	25	21	20	20	4
	シンガポール	17	10	13	18	3
	マレーシア	10	5	6	8	0
	ブルネイ	5	1	3	2	0
	インドネシア	8	6	7	7	0
	タイ	12	7	9	9	1
	ベトナム	16	12	9	9	3
	ミャンマー	6	0	3	3	0
フィリピン	9	1	5	4	0	
インド	6	1	5	4	0	
中東	サウジアラビア	3	0	2	1	0
	UAE	5	2	3	2	0
	カタール	3	0	2	1	0
	トルコ	3	0	2	1	0
アフリカ	エジプト	3	1	2	1	0
北米	米国	12	2	4	7	2
	カナダ	5	1	2	2	0
中南米	メキシコ	3	0	2	1	0
	ペルー	3	0	2	1	0
	チリ	3	0	2	1	0
	ブラジル	3	0	2	1	0
大洋州	オーストラリア	6	1	3	2	0
	ニュージーランド	5	0	3	2	0
欧州	ドイツ	3	1	2	2	0
	英国	3	1	2	2	0
	フランス	7	2	2	3	1
	イタリア	3	1	2	2	0
	ロシア	4	1	4	3	0
その他	その他国・地域	2	0	2	1	1

(複数回答、回答数)

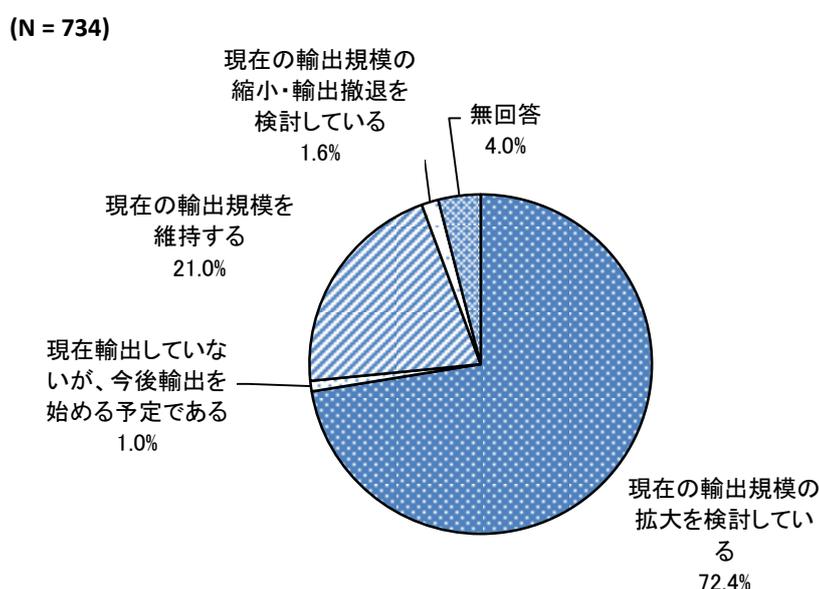
*注：各国・地域で一番件数の多い項目をハイライトとしている。

IV. 今後の海外事業展開について（【輸出有】のみ）

1. 今後（3年程度）の輸出展開

農林水産物・食品の輸出を手掛けている企業734社の、今後（3年程度）の輸出展開は、「現在の輸出規模の拡大を検討している」が72.4%と最も高く、次いで「現在の輸出規模を維持する」が21.0%となっている。

図表IV. 1.1 【輸出有】 今後（3年程度）の輸出展開（全体）



図表IV. 1.2 【輸出有】 今後（3年程度）の輸出展開（企業規模別、業種別）

	今後(3年程度)の輸出展開					
	n	現在の輸出規模の拡大を検討している	現在輸出していないが、今後輸出を始める予定である	現在の輸出規模を維持する	現在の輸出規模の縮小・輸出撤退を検討している	無回答
輸出有	734	72.4%	1.0%	21.0%	1.6%	4.0%
大企業	48	81.3%	0.0%	16.7%	0.0%	2.1%
中小企業	686	71.9%	1.0%	21.3%	1.7%	4.1%
農業(畜産農業を含む)	29	72.4%	3.4%	13.8%	0.0%	10.3%
林業	7	42.9%	0.0%	57.1%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	14	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業	295	75.6%	1.0%	20.0%	1.7%	1.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	82.9%	0.0%	12.2%	0.0%	4.9%
その他製造業	29	75.9%	3.4%	17.2%	3.4%	0.0%
飲食料品卸売業	173	75.1%	0.0%	19.1%	1.7%	4.0%
その他卸売業	69	52.2%	2.9%	34.8%	2.9%	7.2%
飲食料品小売業	20	55.0%	0.0%	30.0%	0.0%	15.0%
その他小売業	8	75.0%	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	62.5%	0.0%	25.0%	0.0%	12.5%

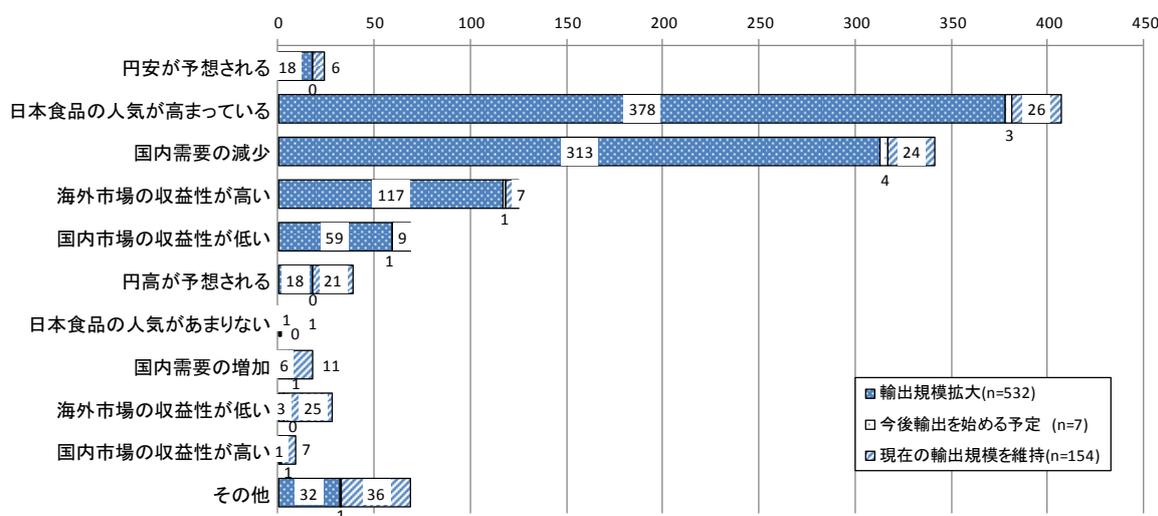
*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

2. 今後（3年程度）の輸出展開の理由

今後（3年程度）の輸出展開について拡大、維持と回答した企業 693 社（輸出規模拡大（532 社）、今後輸出を始める予定（7 社）、輸出規模を維持（154 社））の理由は、「日本食品の人気が高まっている」が 407 件と最も高く、次いで「国内需要の減少」が 341 件、「海外市場の収益性が高い」が 125 件となっている。

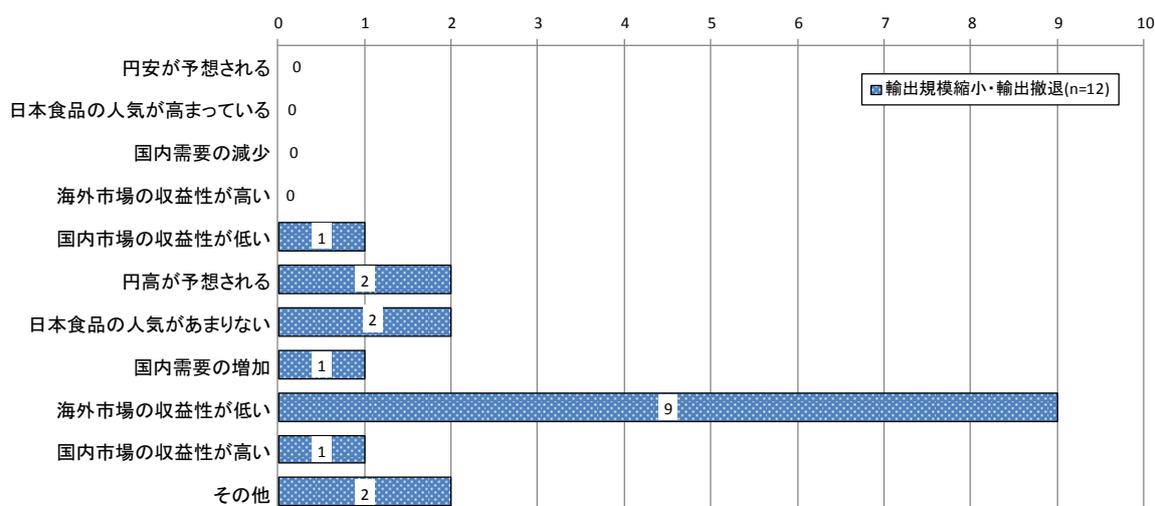
一方、縮小・輸出撤退と回答した 12 社の理由は、「海外市場の収益性が低い」が 9 件、「円高が予想される」「日本食品の人気あまりない」がともに 2 件となっている。

図表Ⅳ. 2. 1【輸出有】今後（3年程度）の輸出展開の理由
（回答内容別／拡大、維持、開始）



(複数回答、回答数)

(回答内容別／縮小・撤退)

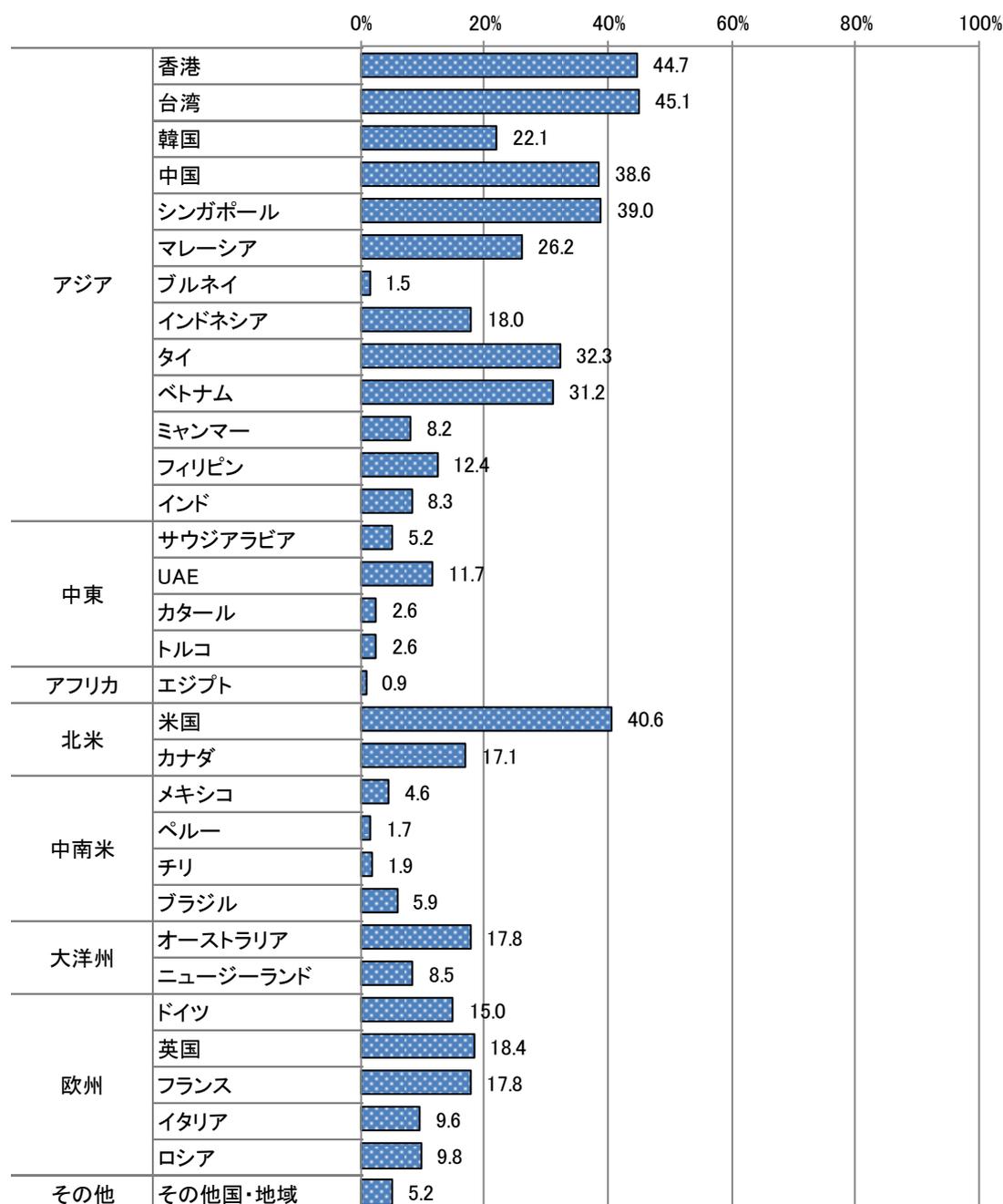


(複数回答、回答数)

3. 今後、輸出を増やす対象国・地域

「現在の輸出規模の拡大を検討している」「現在輸出していないが、今後輸出を始める予定である」と回答した企業（539社）の、今後輸出を増やす対象国・地域は、「台湾」が45.1%と最も高く、次いで「香港」が44.7%、「米国」が40.6%となっている。

図表IV.3.1【輸出有】今後、輸出を増やす対象国・地域（拡大検討企業、全体）



(複数回答、N=539)

図表IV.3.2【輸出有】今後、輸出を増やす対象国・地域
(拡大検討企業、全体、企業規模別、業種別)

	n	今後、輸出を増やす対象国・地域①											
		香港	台湾	韓国	中国	シンガポ ール	マレーシ ア	ブルネ イ	インドネ シア	タイ	ベトナム	ミャンマ ー	フィリ ピン
輸出有	539	44.7%	45.1%	22.1%	38.6%	39.0%	26.2%	1.5%	18.0%	32.3%	31.2%	8.2%	12.4%
大企業	39	46.2%	46.2%	23.1%	41.0%	35.9%	23.1%	0.0%	12.8%	41.0%	33.3%	5.1%	17.9%
中小企業	500	44.6%	45.0%	22.0%	38.4%	39.2%	26.4%	1.6%	18.4%	31.6%	31.0%	8.4%	12.0%
農業(畜産農業を含む)	22	50.0%	36.4%	9.1%	13.6%	27.3%	22.7%	0.0%	9.1%	22.7%	13.6%	0.0%	4.5%
林業	3	0.0%	66.7%	66.7%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	7	57.1%	42.9%	28.6%	42.9%	28.6%	42.9%	14.3%	28.6%	42.9%	42.9%	28.6%	28.6%
食品製造業	226	45.6%	46.9%	24.3%	38.9%	44.2%	28.3%	0.4%	19.0%	37.6%	33.6%	7.1%	13.3%
飲料・たばこ・飼料製造業	68	52.9%	47.1%	22.1%	38.2%	38.2%	25.0%	1.5%	11.8%	22.1%	25.0%	8.8%	5.9%
その他製造業	23	26.1%	39.1%	56.5%	89.6%	21.7%	21.7%	4.3%	8.7%	26.1%	21.7%	4.3%	13.0%
飲食料品卸売業	130	46.9%	42.3%	13.1%	32.3%	39.2%	27.7%	2.3%	21.5%	32.3%	33.1%	9.2%	13.1%
その他卸売業	38	34.2%	50.0%	34.2%	47.4%	34.2%	21.1%	2.6%	23.7%	31.6%	42.1%	13.2%	18.4%
飲食料品小売業	11	18.2%	45.5%	0.0%	45.5%	36.4%	18.2%	0.0%	18.2%	27.3%	18.2%	0.0%	9.1%
その他小売業	6	50.0%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	16.7%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	5	40.0%	40.0%	0.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%

	n	今後、輸出を増やす対象国・地域②											
		インド	サウジア ラビア	UAE	カタール	トルコ	エジプト	米国	カナダ	メキシコ	ペルー	チリ	ブラジ ル
輸出有	539	8.3%	5.2%	11.7%	2.6%	2.6%	0.9%	40.6%	17.1%	4.6%	1.7%	1.8%	5.9%
大企業	39	2.6%	0.0%	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%	43.6%	20.5%	7.7%	2.6%	2.6%	5.1%
中小企業	500	8.8%	5.6%	11.4%	2.8%	2.8%	1.0%	40.4%	16.8%	4.4%	1.6%	1.8%	6.0%
農業(畜産農業を含む)	22	9.1%	13.6%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	13.6%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
林業	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	7	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食品製造業	226	6.2%	4.9%	13.3%	3.1%	3.5%	0.4%	49.0%	21.7%	6.6%	1.8%	1.8%	7.1%
飲料・たばこ・飼料製造業	68	17.6%	2.9%	10.3%	4.4%	1.5%	2.9%	54.4%	19.1%	4.4%	2.9%	4.4%	10.3%
その他製造業	23	13.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	34.8%	8.7%	4.3%	4.3%	0.0%	8.7%
飲食料品卸売業	130	8.5%	7.7%	11.5%	1.5%	2.3%	0.8%	29.2%	13.1%	3.1%	1.5%	2.3%	4.6%
その他卸売業	38	5.3%	5.3%	18.4%	5.3%	5.3%	2.6%	28.9%	21.1%	2.6%	0.0%	0.0%	2.6%
飲食料品小売業	11	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他小売業	6	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	5	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%

	n	今後、輸出を増やす対象国・地域③								
		オーストラ リア	ニュージ ーランド	ドイツ	英国	フランス	イタリア	ロシア	その他国・ 地域	無回答
輸出有	539	17.8%	8.5%	15.0%	18.4%	17.8%	9.6%	9.8%	5.2%	4.1%
大企業	39	23.1%	7.7%	12.8%	12.8%	20.5%	7.7%	12.8%	7.7%	5.1%
中小企業	500	17.4%	8.6%	15.2%	18.8%	17.6%	9.8%	9.6%	5.0%	4.0%
農業(畜産農業を含む)	22	4.5%	0.0%	9.1%	4.5%	4.5%	0.0%	0.0%	13.6%	4.5%
林業	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業	7	14.3%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	14.3%	28.6%	0.0%	14.3%
食品製造業	226	24.3%	10.6%	19.0%	19.5%	22.1%	11.1%	11.5%	5.8%	3.5%
飲料・たばこ・飼料製造業	68	19.1%	11.8%	14.7%	26.5%	17.6%	11.8%	8.8%	1.5%	0.0%
その他製造業	23	8.7%	4.3%	13.0%	21.7%	13.0%	13.0%	13.0%	8.7%	8.7%
飲食料品卸売業	130	15.4%	7.7%	12.3%	20.0%	17.7%	6.9%	9.2%	5.4%	3.8%
その他卸売業	38	10.5%	7.9%	13.2%	10.5%	13.2%	13.2%	7.9%	2.6%	10.5%
飲食料品小売業	11	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	9.1%
その他小売業	6	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	5	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%

(複数回答)

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

V. TPP の活用について

1. TPP を活用した農林水産物・食品の輸出への関心

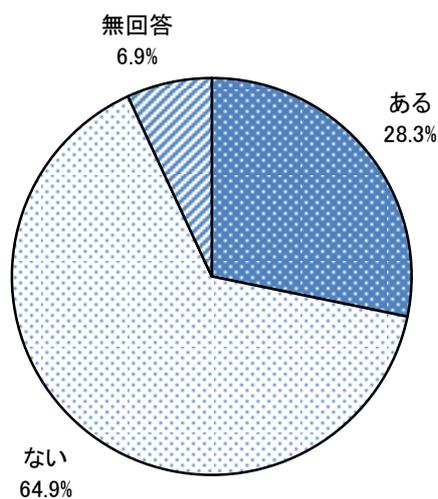
回答企業全体 (2,630 社) の、TPP を活用した農林水産物・食品の輸出への関心は、「ある」が 28.3%、「ない」が 64.9%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業 (734 社) の、TPP を活用した農林水産物・食品の輸出への関心は、「ある」が 58.4%、「ない」が 36.2%となっている。

また、「輸出無」の企業 (1,896 社) の、TPP を活用した農林水産物・食品の輸出への関心は、「ある」が 16.6%、「ない」が 75.9%となっている。

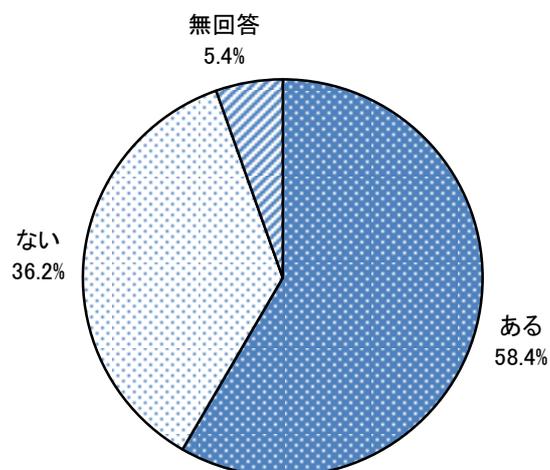
図表V.1.1【全体】TPP を活用した農林水産物・食品の輸出への関心 (全体)

(N = 2,630)



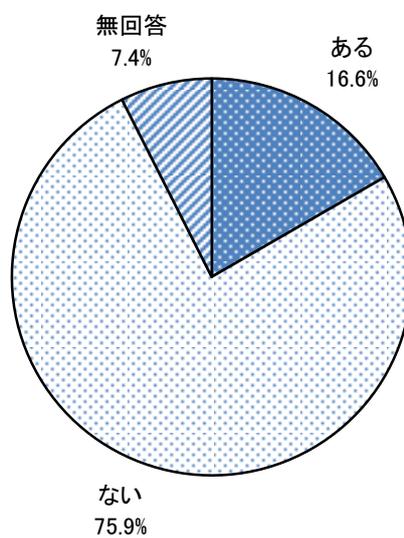
図表V.1.2【輸出有】TPPを活用した農林水産物・食品の輸出への関心（全体）

(N = 734)



図表V.1.3【輸出無】TPPを活用した農林水産物・食品の輸出への関心（全体）

(N = 1,896)



図表 V. 1. 4 TPP を活用した農林水産物・食品の輸出への関心（企業規模別、業種別）

	TPPを活用した農林水産物・食品の輸出への関心			
	n	はい	いいえ	無回答
全体	2,630	28.3%	64.9%	6.9%
大企業	73	52.1%	42.5%	5.5%
中小企業	2,556	27.6%	65.5%	6.9%
農業(畜産農業を含む)	251	19.1%	74.5%	6.4%
林業	61	14.8%	73.8%	11.5%
漁業・水産養殖業	49	30.6%	57.1%	12.2%
食料品製造業	710	37.5%	56.6%	5.9%
飲料・たばこ・飼料製造業	119	45.4%	46.2%	8.4%
その他製造業	159	17.0%	74.2%	8.8%
飲食料品卸売業	501	36.9%	58.3%	4.8%
その他卸売業	292	27.1%	64.7%	8.2%
飲食料品小売業	273	10.6%	79.1%	10.3%
その他小売業	138	17.4%	77.5%	5.1%
飲食店	32	15.6%	78.1%	6.3%
その他飲食サービス業	18	5.6%	88.9%	5.6%
協同組合	27	3.7%	96.3%	0.0%
輸出有	734	58.4%	36.2%	5.4%
大企業	48	64.6%	29.2%	6.3%
中小企業	686	57.9%	36.7%	5.4%
農業(畜産農業を含む)	29	48.3%	37.9%	13.8%
林業	7	42.9%	28.6%	28.6%
漁業・水産養殖業	14	57.1%	35.7%	7.1%
食料品製造業	295	60.3%	35.9%	3.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	82	63.4%	30.5%	6.1%
その他製造業	29	44.8%	51.7%	3.4%
飲食料品卸売業	173	64.2%	32.4%	3.5%
その他卸売業	69	49.3%	42.0%	8.7%
飲食料品小売業	20	40.0%	40.0%	20.0%
その他小売業	8	75.0%	25.0%	0.0%
飲食店	0	0.0%	0.0%	0.0%
その他飲食サービス業	0	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合	8	12.5%	87.5%	0.0%
輸出無	1,896	16.6%	75.9%	7.4%
大企業	25	28.0%	68.0%	4.0%
中小企業	1,870	16.5%	76.0%	7.5%
農業(畜産農業を含む)	222	15.3%	79.3%	5.4%
林業	54	11.1%	79.6%	9.3%
漁業・水産養殖業	35	20.0%	65.7%	14.3%
食料品製造業	415	21.2%	71.3%	7.5%
飲料・たばこ・飼料製造業	37	5.4%	81.1%	13.5%
その他製造業	130	10.8%	79.2%	10.0%
飲食料品卸売業	328	22.6%	72.0%	5.5%
その他卸売業	223	20.2%	71.7%	8.1%
飲食料品小売業	253	8.3%	82.2%	9.5%
その他小売業	130	13.8%	80.8%	5.4%
飲食店	32	15.6%	78.1%	6.3%
その他飲食サービス業	18	5.6%	88.9%	5.6%
協同組合	19	0.0%	100.0%	0.0%

*注：各規模・業種で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

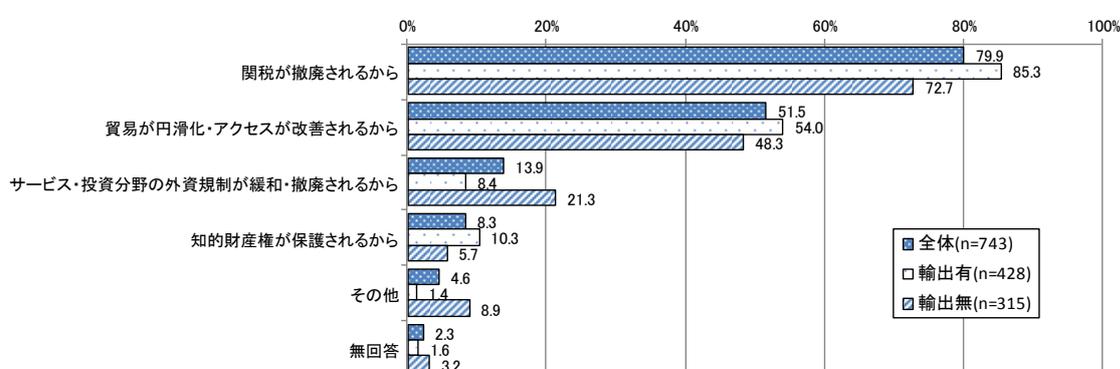
2. 関心がある理由

TPP を活用した農林水産物・食品の輸出への関心があると回答した企業（743 社）の、関心がある理由は、「関税が撤廃されるから」が 79.9%と最も高く、次いで「貿易が円滑化・アクセスが改善されるから」が 51.5%、「サービス・投資分野の外資規制が緩和・撤廃されるから」が 13.9%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（428 社）の、関心がある理由は、「関税が撤廃されるから」が 85.3%と最も高く、次いで「貿易が円滑化・アクセスが改善されるから」が 54.0%、「知的財産権が保護されるから」が 10.3%となっている。

また、「輸出無」の企業（315 社）の、関心がある理由は、「関税が撤廃されるから」が 72.7%と最も高く、次いで「貿易が円滑化・アクセスが改善されるから」が 48.3%、「サービス・投資分野の外資規制が緩和・撤廃されるから」が 21.3%となっている。

図表 V. 2. 1 関心がある理由（全体）



(複数回答)

図表 V. 2. 2 関心がある理由（全体、企業規模別）

	TPPを活用した農林水産物・食品の輸出への関心						
	n	関税が撤廃されるから	貿易が円滑化・アクセスが改善されるから	サービス・投資分野の外資規制が緩和・撤廃されるから	知的財産権が保護されるから	その他	無回答
全体	743	79.9%	51.5%	13.9%	8.3%	4.6%	2.3%
大企業	38	84.2%	42.1%	10.5%	10.5%	5.3%	0.0%
中小企業	705	79.7%	52.1%	14.0%	8.2%	4.5%	2.4%
輸出有	428	85.3%	54.0%	8.4%	10.3%	1.4%	1.6%
大企業	31	87.1%	45.2%	6.5%	12.9%	0.0%	0.0%
中小企業	397	85.1%	54.7%	8.6%	10.1%	1.5%	1.8%
輸出無	315	72.7%	48.3%	21.3%	5.7%	8.9%	3.2%
大企業	7	71.4%	28.6%	28.6%	0.0%	28.6%	0.0%
中小企業	308	72.7%	48.7%	21.1%	5.8%	8.4%	3.2%

(複数回答)

*注：各規模で一番割合の高い項目をハイライトとしている。

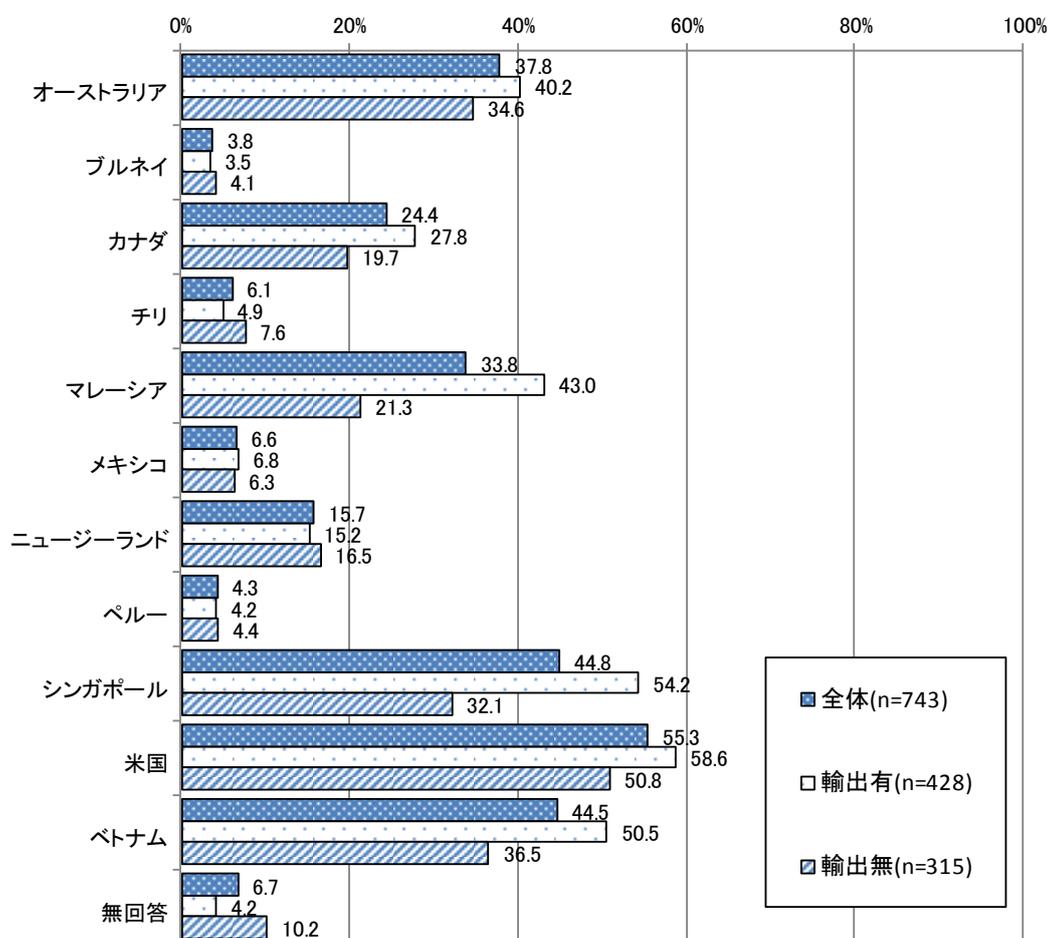
3. TPP 加盟国の中での関心国

TPP を活用した農林水産物・食品の輸出への関心があると回答した企業（743 社）の、関心国は、「米国」が 55.3%と最も高く、次いで「シンガポール」が 44.8%、「ベトナム」が 44.5%となっている。

そのうち、「輸出有」の企業（428 社）の、関心国は、「米国」が 58.6%と最も高く、次いで「シンガポール」が 54.2%、「ベトナム」が 50.5%となっている。

また、「輸出無」の企業（315 社）の、関心国は、「米国」が 50.8%と最も高く、次いで「ベトナム」が 36.5%、「オーストラリア」が 34.6%となっている。

図表V.3.1 TPP 加盟国の中での関心国（全体）



(複数回答)

(巻末資料) 自由記述内容 (一部抜粋)

◆問 6-1 輸出に関心のない理由

(輸出無企業のみ)

- ・業務内容から考えて輸出と結びつかない。
- ・会社事態が小規模の為そこまでは考えていません。
- ・リスクが高い、海外へ売る程の物もない。
- ・具体的な商品輸出先国を特定し取り組む事に現業務が忙しく活力、関心が持てない。
- ・輸出開始に係る経費、人材、取引先等未知である。

◆問 12-2/問 10-2__資金調達について

《貴社の取り組み》

(輸出無企業)

- ・具体的な計画とともに取引銀行に問い合わせる。
- ・経営改善。
- ・売上げを上げるために、新事業に取り組んでいる。

《必要な支援》

(輸出無企業)

- ・情報獲得支援、パートナー情報。
- ・人材に対する融資 (人材投資資金等の新設)。
- ・一から教えてもらえるセミナーやコンサル。
- ・商談が成立したあとの商社また輸出入フォロー関連会社の紹介。
- ・新たな取組 (商品開発や販路開拓) に対する資金面でのバックアップです。
- ・資金的援助 (銀行保証を含む)。

◆問 13-3/問 11-3__現地や日本の制度情報やその運用について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・現地輸入者と頻繁な連絡を取り、効率良く手続きを進めている。
- ・現地の制度情報の徹底収集。
- ・ジェトロからのサービスおよびアドバイスを頂く。
- ・現地や国内商社、他メーカーと連絡密にとり確認、ジェトロ問い合わせ。

(輸出無企業)

- ・適切なパートナー、販路を確定する事。

- ・現地の情報収集。
- ・商社担当者に教えてもらい、修得中。
- ・説明会やセミナーに参加し、制度について学ぶようにしている。
- ・商工会議所、ジェトロの活用。
- ・取り組みを行っている同業者へ話を聞く。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・特定生産地の輸入制限の解除。
- ・放射性物質検査含め、検査費用が割と高額なため、補助していただけると有難い。
- ・通関がスムーズにいくような取り決めができると良い。
- ・各国のラベルルールが欲しい。日本食品の通関を早くして欲しい。
- ・現地制度・情報がもっとあると助かります。
- ・HACCP に準じた設備導入への補助等。
- ・添加物・残留農薬の規制をグローバルに統一してほしい。
- ・品目別輸出事例の情報を提供頂きたい（特に農産物加工品）。
- ・日本語版の各国の食品表示ルールや使用可能な添加物一覧を開示してほしい。

(輸出無企業)

- ・原発事故関連の規制に対する情報・支援。
- ・公正な取引や法的処理の専門家の支援。
- ・現地との交渉・通訳・手続支援。
- ・輸出全般における知識と情報の提供。
- ・現地情報の入手。

◆問 14-2/問 12-2_現地のマーケット情報について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・展示会出展。
- ・現地バイヤーからの情報収集。
- ・現地での試食販売。
- ・現地駐在所からの情報収集や、現地での商談会を通して情報収集。

(輸出無企業)

- ・現地出張による調査。
- ・取引先等からの情報収集。
- ・商談会への参加。
- ・現地視察や、専門家のアドバイスを頂く。

-
- ・商工会議所、ジェトロの活用。
 - ・同業者へ話を聞く。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・ビジネスマッチングや展示会の開催。
- ・もっとデモンストレーションを出来る環境をつくっていただけるとありがたい。現地のマスコミ、他 TV 番組等で、取扱っていただきたい。
- ・タイムリーな現地マーケット情報の拡散。
- ・現地の売れ筋情報、好まれるデザイン、機能等の情報。

(輸出無企業)

- ・現地情報、トレンド変化の定期的配信。
- ・応援販売等通訳の出来る方の派遣など。
- ・情報のデータベース化お願いします。
- ・アンテナショップを出すための支援金また、手続き等の手伝いをして貰いたい、また活動費の支援。

◆問 15-2/問 13-2_現地市場向けの商品について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・賞味期限の長い製品を主体とする。賞味期限の延長を実施する。
- ・販促ツールの作成は現地サプライヤーから情報を聞いて作っている。
- ・賞味期限を延ばす為の保存試験や配合の見直し。
- ・ジェトロのアドバイスを利用する。また現地バイヤーのニーズを聞く。
- ・現地で展示会を聞き、同時に市場調査を行い、現地消費者の傾向をつかむ。

(輸出無企業)

- ・輸出向けの専用商品の開発等。
- ・賞味期限延長のための製品改良努力。
- ・輸送手段の調査開拓。
- ・現地担当者からの情報収集。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・視察費用の補助、信用できるコンサルタント等の紹介。
- ・ビジネスマッチングや展示会の開催。
- ・タイ、ベトナム語への翻訳支援。

-
- ・各国のトレンド情報集約データベース。

(輸出無企業)

- ・現地の市場、流通に関する情報提供。
- ・適正な輸出取引の指導。
- ・特別な食品や企業にあわせて現地の情報を個別に発信していただくのは難しいと思うので、月間メール、ホームページ等で各国のトレンドや文化、状況等を発信していただけるとありがたい。自分の食品等にあてはまらなくても、何か参考になるものがあると思う。

◆問 16-2/問 14-2_現地での提携相手（ビジネスパートナー）について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・ジェトロ商談会の参加。
- ・商社や役所からの情報収集。
- ・DUN レポート等の信用会社の情報。
- ・小まめに連絡や情報交換して意志疎通をはかる。
- ・現地へ出張し、実際の市場や代理店の営業体制を視察。

(輸出無企業)

- ・ジェトロ相談。
- ・現地での情報集め。
- ・販路を持ったバイヤーの紹介を依頼。
- ・同業者へ話を聞く。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・情報機関を使用する際の利用料の補助。
- ・インポーター、問屋の情報提供等。
- ・展示会、サンプル代、サンプル輸送費への支援。
- ・特に、現地語で記載されているものが多いので日文、英語での記載された情報が欲しい。
- ・マッチングにつながる商談会など。

(輸出無企業)

- ・ビジネスパートナーのマッチング等。
- ・現地で日本側のパートナーを探している企業等の情報提供。
- ・くわしいバイヤー情報データがあると助かります。

◆問 17-2/問 15-2_現地における販売について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・インターネットによるダイレクトマーケティング。
- ・現地の大手商社を活用する。
- ・SNS を利用した広報活動。
- ・定期的に渡航、プロモーション活動を行う。
- ・現地にできるだけ出張営業を行う。
- ・引き続き現地パートナーの検討、現地販促会社に依頼し Facebook 運営。

(輸出無企業)

- ・情報収集。
- ・業務用食材専門なので、そのパートナーとの出会いに苦戦している。また、自社スタッフの力不足も課題となっており、海外展示会など参加させ始めているところ。
- ・ジェトロに相談。
- ・同業者へ話を聞く。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・現地（輸出先）においての有益な情報を提供してもらおう。
- ・国別の基本的な流通コストの試算情報が欲しい。
- ・販促や広報の成功例をジェトロのサイトで紹介して欲しい。
- ・日文、英文で記載された情報。
- ・現地販促会社との引きあわせ。

(輸出無企業)

- ・情報およびご紹介。
- ・行政のアドバイス。
- ・総合的な指導。
- ・輸出手続きの代理業（乙仲）の充実。

◆問 18-2/問 16-2_海外ビジネスを担う人材について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・ジェトロ研修の受講、英語力のある教員の採用。
- ・社外での語学の堪能な人材と契約している。
- ・現地に住む日本人コンサルタント等と組みビジネスチャンスを狙っている。
- ・留学生の雇用、規模を大きくし、専属の人員を配置。

-
- ・新卒での採用、現地採用で対応。
 - ・語学力の向上のため会話、文法の勉強を支援している。
 - ・現地日系企業との連携。

(輸出無企業)

- ・ジェトロに相談。
- ・大卒外国人の新卒雇用の拡大。
- ・語学力向上の努力、関係機関や商社との情報交換・収集を行う。
- ・国際研修サービス機構やその傘下の管理会社に聞く。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・人材紹介。
- ・人材教育の支援。
- ・情報提供および雇用助成。
- ・資料作成の補助。

(輸出無企業)

- ・ジェトロ等で、スポットで支援を受けられる実務者のサービスがあるとよい、通常それなりの期間契約が多く使いづらい。
- ・人材マッチング業務をしていただけると助けになると思います。
- ・情報。

◆問 19-2/問 17-2_価格競争力について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・低価格競争のエリアの注力度合いを下げる。
- ・生産の現地化。
- ・現地代理店と棚代について協議し、費用対効果の高いもののみをチョイス。
- ・直接取引をして費用をおさえる。
- ・輸送費を含めたコスト削減。

(輸出無企業)

- ・輸入側がビジネスとして、諸問題解決に向けて前向きに取り組む以外、手だてなし。
- ・現地法人への販売委託（ディストリビュータ）。
- ・同業者へ話を聞く。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・混載コンテナ等の支援。
- ・物を運ぶ実質輸送費より、輸送するための書類作成コストが多い。資金面での支援。
- ・関税、規制の緩和。
- ・棚代支援等。
- ・販路拡大策。

(輸出無企業)

- ・荷物の取りまとめ機関が必要。
- ・コストダウン
- ・基本契約等の取り交わし（リスク回避）の実務指導。
- ・栄養成分分析や農薬のポジティブリスト取得、分析費を安価にできる仕組みがほしい。

◆問 21-2/問 19-2_製品・ブランドの認知度について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・イベントや展示会などでのPR。
- ・SNS等工夫の活用、企業認知度向上に資するアクションの構築。
- ・継続的な営業。
- ・よりよい商品を作っていかなければならない、設備投資。HACCP。
- ・現地企業とのタイアップ。
- ・販促品（パンフレット、ポスター備品）の送付。
- ・よい製造を行い、商品のレベルアップをはかる。同行営業を行う。

(輸出無企業)

- ・行政のアドバイス。
- ・現地にて認知普及活動の展開。
- ・日本国内でのブランド認知度を上げる。
- ・自社ブランドの育成。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・自社パッケージの開発。
- ・展示会費の助成や出展サポート。
- ・現地展示会への誘致、招待等。
- ・模倣品を出されることへの防止策。
- ・販促品作成のための金銭的支援。

(輸出無企業)

- ・総合的な指導。
- ・販路拡充支援（拡大、安定）。

◆問 22-2/問 20-2_物流について

《貴社の取り組み》

(輸出有企業)

- ・効果的な梱包を心がけ、一度の輸送で多くのアイテムを送れるようにしている。
- ・劣化しにくい商品の開発。
- ・物流の拠点を大きな市場近くに行っている。
- ・物流会社の切りかえ、ルートの見直し、物量の調整。
- ・輸出品の多い他メーカーとの相乗り便。

(輸出無企業)

- ・物流会社との商談。
- ・冷凍品の物流ルート確保。
- ・物流経路の開拓。
- ・取り組みを行っている同業者へ話を聞く。

《必要な支援》

(輸出有企業)

- ・フレイトの補助、安定化（価格の上げ下げが激しい為）。
- ・コールドチェーンに強い企業との提携推進。
- ・物流業者の紹介（特に東南アジア）。
- ・リーファーコンテナの混載ができる国が増えるとよい、または、フルコンテナにするための他社冷蔵商品とのマッチングがあればよし。

(輸出無企業)

- ・情報提供。
- ・船の手配の（物流手法の）アドバイス。
- ・ITの時代の物流が主流と成ると思います。小口、代引きが簡単に行える、システムを充実して欲しい。

(巻末資料) 各社の成功事例、失敗事例

《成功事例》

- ・ 輸出を手掛けている飲食料品卸売業の A 社は、価格競争には参入せず適正価格とする。現地精米、中間業者を入れない、現地に必ず邦人責任者を配置して品質を保持するなどの施策で販売が伸びている。クロスセールスにより、米国ではなく、酒類や調味料の販売も堅調となっている。
- ・ 輸出を手掛けている飲食料品卸売業の B 社は、販売促進活動は自社では特に行っておらず特段成功事例はないが、以前は香港ジェトロを窓口として同社の働きかけにより販路を形成した経緯がある。
- ・ 輸出を手掛けている飲食料品卸売業の C 社は、ウェブサイトいち早く英文を取り入れた。商品案内のページ以外に商品にまつわる特設ページを作成し、そこにも英文を入れており、ネットショップへ誘導するバナーも設けている。それらのツールを用いて商品に興味のある人には該当の記事を見せ、良さそうな売り先には商品サンプルを送るなどして販売先の開拓につなげた。同社はこれまで現地に直接営業に行かず、現地とのメールでのやり取りとネット販売によって輸出を拡大している。
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の D 社は、モチ系の菓子が中国でヒット商品となった。モチは中国では非常に人気があり、海外用に原材料を変えてはいないが中国人の好みにあった。人形焼は香港での催事、台湾での慈善販売などで人気が高かった。こちらも甘さ控えめな餡が現地消費者の嗜好にマッチしたと考えられる。海外向けに原材料を変えた商品は今後も作成する予定はないが、パッケージは海外向けに変えている。
- ・ 輸出を手掛けている飲食料品卸売業の E 社は、ジェトロの TTPP (引き合い案件データベース) を利用したところ、韓国の輸入業者と取引が成立した。他にも海外の展示会にジェトロ枠で参加している。このような情報はウェブやメールマガジンにてチェックをしている。
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の F 社は、約 20 年前に輸出専用の 500 グラムのカップ入り商品を作っており、どの国にも好評である。味は海外用に改良するなど手は加えず、日本の味をそのままにしている。パッケージは日本語が書いてあると売れやすく、日本語・英語の両表記にしている。パッケージや価格 (販売戦略として低価格を設定) が効果的だったためか、世界各国で売れ行きが好調な商品となっており、現在でも成長を続け、「定番商品」的な位置付けになっている。
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の G 社は、同社が扱う加工油を関西圏で得意とするメーカーがほとんどないので、東日本大震災後に緊急の手当が必要となった韓国への輸出がスムーズに運んだ。採算も確保でき、ノークレーム条件 (厳密には商社がリスクを負う) での取引を続けられている。
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の H 社は、2013 年の輸出開始直後から英語版の商品パッケージを作成しており、英語圏での流通が順調に増加している。また、賞味期限の延長表示により商品競争力が高くなった。価格に関しては、日本国内先発業者に比べると廉価流通が可能であるため、自社商品はスムーズに流通した。
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の I 社は、現在の代表者が就任前に米国のサンフランシスコの日系企業 (水産物等の商社) に勤務していた際、米国で行われるフードショーなどに同社の商品を売り込んで取引につながったケースが何度かあった。
- ・ 輸出を手掛けている飲食料品卸売業の J 社は、各国展示会において、メーカーと共にブースに入る形とし、商品 PR を積極的に行い、今まで相手国の文化になかった商品の導入に成功している。例えば、6 年程前に韓国企業を対象にラムネ (清涼飲料) を提案。今までそのような飲み物が同国にはなくヒットし、プライベートブランド (PB) 展開をするまでとなった。同社について国内では PB 商品が多いものの、海外では NB (ナショナルブランド) 商品を大半としており、今後はシリーズ展開が可能な PB 商品を伸ばしたい意向がある。

- ・ 輸出を手掛けている飲食料品卸売業の K 社は、2015 年に県庁のサポートを受けて、ロシア向けの水産物輸出の準備を進めた。金銭的なサポートだけでなく、商談会の企画により、新規開拓に向けた足がかりを作るきっかけとなった。その結果 2016 年より輸出がスタートし、新しい輸出ルートの確保に成功した。また、現在は米国への牛肉輸出に関連したサポートを受けている。
- ・ 過去に輸出を手掛けていた農業（畜産農業を含む）の L 社は、2016 年 6 月に試験導入で鶏卵輸出を行い海外での日本産ブランドの評価の高さやニーズを感じ取ることが出来た。2 年連続で香港のフードエキスポ等に参加しており、日本の鶏卵の知名度を向上させている。
- ・ 過去に輸出を手掛けていた林業の M 社は、輸出事業を手掛けたことでメイドインジャパン合板の知名度が上がり、製品的にも十分な競争力を持っていることは認識出来た。その一方で関税や合板規格の問題等など、コスト競争力を付ける上でクリアしなければいけない課題も山積しており、自助努力だけでは解決出来ない悩みも多い。
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の N 社は、海外の大きい展示会に出展し、OEM・PB 戦略を進めることにより、店舗数が多い小売業者などと取引することで、輸出事業を拡大させた。また前入金をお願いすることで、売掛の未回収を防ぐなど工夫をしている。
- ・ 輸出を手掛けている飲食料品卸売業の O 社は、問 3 の「現地や日本の制度情報やその運用について」にある商品ラベルの件では、小ロットであったため、それぞれの注文に対し、メーカーや蔵元だけでなく、同社人員がラベルの貼り付け作業を行う等の対策で輸出に繋がった。一方、ロットが大きく、必要項目等について要請が複雑になれば、同社人員だけでは対応出来ず、取引自体を諦めなければならない場合もある。

《失敗事例》

- ・ 輸出を手掛けているその他卸売業の P 社は、クライアントが米国にラーメン店の開業を計画した際、豚骨スープが米国に輸出出来ない事で、投資を断念したケースがある。クライアントは元々スープの輸出は難しいとの認識を持っており、場合によっては粉末スープに加工して米国でラーメンを販売してもいいと考えていたが、クライアントが事前に日本国の厚労省に確認したところ輸出は許可できないということになった（その時の状況として、FDA の基準は満たしていたが USDA はグレーゾーンとの取扱いであった）。このような状況に陥ったことから、クライアントが手続きの煩雑さを懸念し、自ら断念するという結果に終わった。同様の事例が豚骨スープだけでなく牛エクスなどにも該当する。規制の厳しさや手続きの煩雑さ等があると、輸出に意欲的な業者であっても輸出ができない。その結果、海外で人気のある日本食についても、日本の味が上手に再現できない事態となってしまう。
- ・ 輸出を手掛けている飲食料品卸売業の Q 社は、ドイツなど EU の規制の厳しい国での農薬検査で残留農薬がオーバーしたということで受取拒否となり、大量の商品が廃棄処分されたことがあった。
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の R 社は、日本で人気のキャラクター物について商品を展開したが、期待したほどは売り上げが上らなかった。理由としては、キャラクターのライセンスの関係で単価が高くなることと、現地でメーカーが作った安い商品に押されてしまうことが挙げられる。
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の S 社は、約 5 年前に日本で売っていた商品に英文パッケージをつけて海外で発売したが、売れなかった。8 食入りで、2~3 ドルだったため、価格設定が問題だったとも思われる。同社では、この失敗の反省から現地の要望に合わせた商品開発を行ない、NonMSG やグルテンフリーをアピールした商品の発売を開始した。

-
- ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の T 社は、2013 年の輸出開始直後、香港現地業者と協議して現地風味の麺類を生産したが、定着しなかったため、国内生産同一商品のパッケージ商品流通に一本化した。
 - ・ 過去に輸出を手掛けていた飲食料品卸売業の U 社は、台湾の回転寿司チェーン企業に 1 回だけ回転寿司用の商材として直接貿易で輸出を行ったが、先方から品質についてクレームが発生。完全に同社サイドの失敗であったため、値引き交渉で対処した。
 - ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の V 社は、2008 年頃、韓国に貝類を輸出したが、韓国側の検疫において重金属（カドミウム）が含まれているとして輸出できなかった。原因はウロがついたままの貝を出荷したこと（本来、ウロにはカドミウムが含まれている）で、知識不足であった。
 - ・ 輸出を手掛けている食料品製造業の W 社は、輸出事業は開始してから日も浅く、日々試行錯誤の状態とされる。2 例を例示する。【台湾】台湾のコンビニ向け輸出を商社経由で手掛けたが、商社による価格設定でそのまま販売したところ、現地の実勢に合わず、大量に作った商品が全く売れなかったことがある。現地情報の入手やマーケティングの重要性を認識した。【韓国】以前に販売していた商品の売れ行きが悪くなかったため取り扱いを中止したが、いまだに「〇年前に売っていましたよね」と現地で聞かれることがある。一度失敗するとその影響が長く続くので、これ以降現地で価格や味の嗜好、競合品を十分に調べるようにしている。

(巻末資料) ヒアリング調査内容

● 農林水産物・食品の輸出をやめた理由についてのA社の事例 ●

過去に輸出を手掛けていた農業（畜産農業を含む）のA社は、2006年に台湾向けに鶏卵輸出を試験導入した。台湾輸入業者の日本法人に販売し、高品質、安全イメージのある日本産ブランドを背景に好調な売れ行きであった。アジア圏は日本産の鶏卵を受け入れやすい土壌があることを確認したものの、物流、規格サイズ、消費期限（有効期限）、法的手続き、独自規制など、継続的な取引については問題が山積していた。ISO22000の取得により各種法令遵守が求められているため、法規制上で全く問題がないと確認できるまでは輸出事業を拡大していくことは出来ず、現状は輸出に向けての準備段階とする。例えば衛生条件、ラベル面等の各国規制、必要書類などについて鶏卵独自情報を必要としている。同社は、海外市場は伸長分野ととらえており、輸出部門を本格化させる意向はある。再開までには、取引国・地域の法律・規制、消費者の嗜好性、現地の商習慣（インコタームズ、例えば手数料は相手持ちか自社持ちかなど）に関する情報を必要とする。更なる現地市場調査も必要だと考えているので、政府機関等に対しては、現地とのコミュニケーションに対する援助、セミナーなどを通じた情報提供を希望している。

● 農林水産物・食品の輸出をやめた理由についてのB社の事例 ●

過去に輸出を手掛けていた林業のB社は、主に住居向けの合板の輸出を1年半～1年程前に始めた。ユーザーは台湾および中国である。当時の為替は1ドル120円前後で推移しており、手探りで商売しつつも損益が極端に悪化することはなかった。しかし、2016年の年明け以降進んだ円高で採算が急激に悪化し、撤退を決断した。また、供給面での不安から国内市場を優先せざるを得ない環境となったことも大きい。同社は市場の潜在ニーズは高いとみており、輸出事業を再開したい意向はある。しかし、そのためにはクリアの必要がある問題も多く、今は様子見状態で情報収集がメインとなっている。幸い、目先の国内マーケットが順調に推移していることから、当面は経営資源を国内に振り向けた収益施策を採っており、海外戦略は中長期的な視点に立ったスタンスである。そのためには、政府の後押しも不可欠であり、木材の中でも専門分野（同社の場合は合板）に特化した情報発信も期待したい。

● 輸出に向けて準備を始めた（関心をもった）理由と今後の輸出計画についてのC社の事例 ●

輸出を手掛けていない飲料・たばこ・飼料製造業のC社は、地元で愛される製品作りを進めてきたが、需要の後退は否めない。日本酒の国内マーケットも縮小傾向にあり、現状の営業展開のみでは成長性は見出し難い。そのため、2014年に試験的に何カ国かに出荷したが、各国業者より、既に仕入れている日本酒と自社の製品の違いについて理解が得られず（地酒という概念が通じない）、相手先からの量産品を扱っているかのようなコストダウン要請を嫌気して、取引開始に至らなかった。しかし、チャンスがあれば、輸出は社業発展に資するものと考えている。同社は過去の経験から輸出は簡単ではないと考えており、姿勢としてはやや消極的だが、条件が整えば再開したい気持ちはある。市場としてはアジアが有望と思っているが、求めがあれば、原則、地域にはこだわらない。

● 輸出に向けて準備を始めた（関心をもった）理由と今後の輸出計画についてのD社の事例 ●

輸出を手掛けていない食料品製造業のD社は、国内販売のみであったが、昨今では供給飽和となっている為、販路を海外に向けることで売上げを確保することを目的としている。また、元々タイの関連会社で製品の製造販売を行っている。アジア、欧州に展開しており、中国向けの開拓に着手をしているので、これらと合わせた展開を進めている。同社は中国への輸出はできるだけ早く開始したい意向はあるが、法体系の中身を把握した上で進出したい為、素材のレギュレーションが明確に日本語訳されたもの等、法律や規制内容等の資料集めを行っている。判断材料となる情報の提供を希望している。

● 輸出に向けて準備を始めた（関心をもった）理由と今後の輸出計画についてのE社の事例 ●

輸出を手掛けていない農事組合法人Eは、フランスで商品を認められることは味の面で高い評価を得られると考えていたため、以前よりフランスへの輸出には興味をもっていた。フランスへ輸出する際は現地の日本料理屋を販路とするのではなく、地元フランスの料理店で扱ってもらい、地元の人々から高評価を得て国内のフランス料理屋へ販路拡大したいと考えている。ブランド力の向上から需要の創出に繋げたい。2014年頃に県から輸出の打診を受け、本格的に準備を始めたが、EUが鳥インフルエンザ発症国からの輸入をしないことを知り、輸出を断念した。EUへの輸出が解禁されればすぐに検討したい意向があるが、現在は国とEUの協議を待つしかない状況である。

● 輸出事業における課題・問題点についてのF社の事例<資金調達> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業のF社は、同社における納品から売上げ代金回収までの期間は概ね1~2カ月程度とされるが、販売量増加に伴って仕入金額が拡大しているほか、基本的に冷蔵コンテナを満載にしているから対象国へ輸出するため、複数国で重なったり、季節的な要因が加わったりすると資金需要が拡大する。

創業当初は新規事業者に対する各種支援策等を活用して資金手当を行なったが、業績的に伸び悩んだ時期は融資を断られたこともあったとされる。現状では自己資金と金融機関等からの借り入れで資金繰りを維持しているが、短期間の無利子融資制度等支援制度があると資金繰り維持と業績拡大に有効と考えている。

● 輸出事業における課題・問題点についてのG社の事例<現地や日本の制度情報やその運用> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業のG社は、2016年に台湾への輸出を行った際、税関において残留農薬エチプロールが微量検出され、日本と台湾の基準値の違いにより輸出が出来なかった経緯がある。通常ではこうしたケースは少ないが、日本では使用可能となっても、海外では許可されていないものを把握できる資料がほしい。また、政府でも、日本で認められている残留農薬基準を認めてもらえるように各国へ働きかけを行ってほしい。

● 輸出事業における課題・問題点についてのH社の事例<現地や日本の制度情報やその運用> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業のH社は、原発事故後の放射性セシウムの問題により、香港への輸出が原発事故前より困難な状況にある。国内では一般食品について100ベクレルまでが基準値であるが、香港では20ベクレルでも報道されてしまったことがある。香港の店頭で放射性セシウムを測定し、場合によってはクリームとなる。自社の取り組みとしては役所に話しており、日本政府から香港に安全であることを話して欲しい他、その

ような安全性を示した案内書を出して欲しい。

● 輸出事業における課題・問題点についての I 社の事例<現地や日本の制度情報やその運用> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の I 社は、台湾への輸出に関して、政治によってルールが変化する為、左右される部分が多い点を問題視している。例えば 2015 年 5 月より日本産食品の証明書義務付けが突然始まったことで、証明書対応に時間を要し、4 カ月程度同地域への輸出が止まった。また、商工会議所発行の証明書であるが、発行業務に慣れている商工会議所とその他の商工会議所では対応の差を感じる。実務制度部分は民間だけでは限界があり、必要書類や必要事項等についての日本としての方針を統一してほしい。また、その部分の情報開示も充実させてほしい。

● 輸出事業における課題・問題点についての J 社の事例<現地や日本の制度情報やその運用> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の J 社は、国によって検査の精度や内容がばらばらであることに困難を感じている。特に韓国では通関時の生菌数検査が杜撰であると感じる。出荷した商品が検査で生菌数が多く通関できないとの通知を受け、在庫にあった同じ商品の検査を行ったところ全く問題が無かった。中国では場所によって同じ商品なのに検査にひっかかるケースがある。商品に応じて手続きがばらばらで手間が多いと感じるのは、特に米国で、規制が複雑でジェトロのウェブサイトを見てもわかりにくいケースがある。また、書類等の手続きが煩雑で、直接成田まで取りに行くケースもあるため、全ての商品についての基準の統一、書類をメール等で受け取ることなどができるようになってほしい。”

● 輸出事業における課題・問題点についての K 社の事例<現地や日本の制度情報やその運用> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の K 社は、商品のラベルへの成分表記などが国によって必要項目が異なるケースが多いため、コスト面、作業をする人員面から見ても苦勞することが多い。また、同じ国でも、取引先によっては異なる必要項目を求められるケースがあり、なぜ必要なか把握できないなど意思疎通が困難なことも多く、取引に難しさを感じている。インドやインドネシアなどは制度自体の把握が困難と感じており、ジェトロ等が発表している必要書類だけでは対応できないケースや、一方で必要と発表されているものでも必要ないケースも見られる。また、追加書類・項目を求められることもあり、必要な書類や項目に統一感がないことに苦勞している。

● 輸出事業における課題・問題点についての L 社の事例<現地のマーケット情報> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の L 社は、タイ、ベトナム、フィリピンにおける現地業者（特に乳製品類の販売量が多いディストリビューター）の情報を求めている。これらの国では同社取扱品の分野で現地業者が多く、また、日本企業と取引がある業者は少ない。

支援策としては、ジェトロの TPP（引き合い案件データベース）等やバイヤーリストで、品目別の取扱量まで検索・閲覧できるとよい。

● 輸出事業における課題・問題点についての M 社の事例<現地のマーケット情報> ●

過去に輸出を手掛けていた農業（畜産農業を含む）の M 社は、ジェトロおよび鶏卵輸出部会での情報に頼って

いるが、輸出国での好み・風習・傾向・考え方など現地消費者の卵に特化したより詳細な市場調査が必要と考えている。

● 輸出事業における課題・問題点についてのN社の事例<現地のマーケット情報> ●

輸出を手掛けている食料品製造業のN社は、消費者の調達・購入目的（贈答用・自家使用）の把握が困難としている。親会社を経由して海外や現場の状況は入手しやすい状況にあるが、同社が輸出を検討している中国は国土も広い為、省や地域によって内容に違いがある為としている。

● 輸出事業における課題・問題点についてのO社の事例<現地市場向けの商品> ●

輸出を手掛けている食料品製造業のO社は、国内流通に際しては、製造後6カ月を表示していたが、輸出事業に際しては、現地業者側から9カ月以上の表示を要望されることが多く、地域によっては最大12カ月表示とする事が条件となった。

● 輸出事業における課題・問題点についてのP社の事例<現地市場向けの商品> ●

輸出を手掛けている食料品製造業のP社は、賞味期限の問題については、東南アジア各国向けやインド向けの輸出の際に、賞味期限を延ばすための保存試験や配合の見直し等を行なって対応している。また、同社では直接輸出の際に専用パッケージを利用しているが、タイ等においては日本語表記にプラスして現地語を記載する形を採っている。しかし現地語のチェックに半年から1年程度の時間と手間がかかる。このようなこともあり、輸出先を新たに開拓する場合は時間がかかることが多い。

● 輸出事業における課題・問題点についてのQ社の事例<現地市場向けの商品> ●

輸出を手掛けている食料品製造業のQ社は、商品の販促・PRツールについて、英語または現地語で、商品の特徴が一目で分かるような資料がなく、製品の特色、付加価値性等の詳細を現地語で表現するにあたり、翻訳が難しく、うまく表現できない。また、中国の法制度や扱い品に対する規制の詳細を把握する資料がない為、商品の販促・PRツールについて、具体的に記載すべき内容・項目が分からず、国内で適用を受けている内容がどこまで通用するのかを図りかねている。

● 輸出事業における課題・問題点についてのR社の事例<現地での提携相手（ビジネスパートナー）> ●

輸出を手掛けている食料品製造業のR社は、今のところは従来取引のある機械商社が現地での営業も代行してくれているので、パートナーの問題は特に発生していないが、取引先の件数拡大や深耕に向けた営業力は確保しておきたいので、他社との連携も模索したいとしている。

● 輸出事業における課題・問題点についてのS社の事例<現地での提携相手（ビジネスパートナー）> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業のS社は、提携相手を見つけるために行う展示会のコストがかかることを問題としている。提携相手情報が少なく、相手先を探すには展示会を行う必要があるが、展示会への出展費用やサンプル代、サンプル輸送費等の諸経費負担は多く、金銭的なサポートを希望している。

● 輸出事業における課題・問題点についての T 社の事例<現地での提携相手（ビジネスパートナー）> ●

過去に輸出を手掛けていた農業（畜産農業を含む）の T 社は、輸出を再開するにあたり直接販売網をもつ輸出先が必要としている。コストダウンにもつながることから、出来る限り直接取引をしたい意向があり、取引網の構築が急がれる。

● 輸出事業における課題・問題点についての U 社の事例<現地での提携相手（ビジネスパートナー）> ●

輸出を手掛けていない飲料・たばこ・飼料製造業の U 社は、提携相手の信用状態を把握できず、パートナーが探しにくいことを問題点としている。

● 輸出事業における課題・問題点についての V 社の事例<現地における販売> ●

輸出を手掛けている食料品卸売業の V 社は、主要輸出先は、香港、韓国、台湾、マレーシア、シンガポールであるが、今後輸出を検討しているインドネシア、タイ、ベトナム等アジア諸国や、北米地域、ブラジル、ロシア、UAE といった諸国における販売先の開拓に課題を有している。これら諸国からはメール等による飛び込み的な照会があるが、見積等を行なっても商談には至らないケースが多い。ジェトロの商談会への参加やマッチングサービスも利用しているが、輸入業者は蔵元との直接取引を希望することもあり、新規取引先を探すのには困難とされている。

● 輸出事業における課題・問題点についての W 社の事例<現地における販売> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の W 社は、同業他社は輸出先国に直接工場や駐在員を置くなど、現地での活動が容易であるのに対し、同社は自社の営業要員、拠点がなく、国内で製造し、商社経由で販売しているため流通にかかるマージン、手数料が高い。現地への人材派遣もその都度のため広報活動がうまくできていない。

打開策として、特に米国での直接貿易を検討している（現状では商社、乙仲経由での輸出となっており、1クッション、2クッション間に入ることによってマージンを取られている）。同社自身の在庫で商売がしたいので、現地倉庫の保管料や配送料等の情報、また、そういった状態でも輸出に成功している事業者があれば、そういった成功事例に関する情報提供も希望している。同じ立場のメーカーの情報が共有できるといい。

● 輸出事業における課題・問題点についての X 社の事例<現地における販売> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の X 社は、同社の輸出先の中心となっている東アジア、東南アジア地域において、信頼できる現地業者が見つからない、流通コストや棚代等のコストが高い、といった問題がある。

同社では、現地大手ディストリビューターへの直接提案等によって対応を図っているが、「棚代」については、例えばシンガポールでは 1 商品あたり約 100 ドルを初回陳列時に支払わなければいけないケースがあり、商品仕様（パッケージ含む）や価格を変更すると改めて「棚代」を支払うことになるため、値上げや商品スペックの変更が困難という弊害がある。また、棚代は店舗ごとに支払う必要があるため店舗数の多い大手スーパーでは数百万円に上ることもあり、棚代の支払いだけでも多くの費用が掛かっている。OEM 製品の場合は、棚代はブランド元の業者負担ではあるが、メーカーコストも上乗せされるため、結果として販売価格は高くなる傾向がある。

● 輸出事業における課題・問題点についての Y 社の事例〈現地における販売〉 ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の Y 社は、販路開拓は出張ベースの提案を基本としている。大手ブランドが数種類あれば満足というケースが多く、小さなブランドでは知名度や価格競争力等で太刀打ちできない。PR に関しても人的、費用的な側面から大手以上の展開を図るのが難しい。また、小ロットのニーズが得られた場合でも、継続的且つ安定した受注なのかの見極めが難しく、費用対効果等を計るのが難しいと感じている。尚、中東地域に関しては、市場把握をはじめ、政治・治安等の販売環境の把握が難しいと感じている。取引先のニーズは少ないが、マーケットとして成立するか否かの把握もできていないと感じている。

● 輸出事業における課題・問題点についての Z 社の事例〈現地における販売〉 ●

過去に輸出を手掛けていた農業（畜産農業を含む）の Z 社は、日本産ブランドを活かす為には、加工まで日本で行うことが有効とされる。現地の嗜好性を把握する必要があり、相手国がどのようなものをどこの売り場で売っているのかを知りたい。

● 輸出事業における課題・問題点についての AA 社の事例〈現地における販売〉 ●

輸出を手掛けていない飲料・たばこ・飼料製造業の AA 社は、国ごとのニーズの違いが把握できず、営業の切り口が見出しにくい。

● 輸出事業における課題・問題点についての BB 社の事例〈海外ビジネスを担う人材〉 ●

輸出を手掛けているその他卸売業の BB 社は、同社で扱う文書は英語のため、クライアントから翻訳の要望もあがるなど、英語で困っているクライアントが非常に多いと感じている。英語だけであれば、翻訳や通訳等で解決できるが、商売の内容を知らない人間が翻訳・通訳を実施すると、間違っして訳したりすることがあるので役に立たないことが多い。理想としては、業界に詳しい人間、商売の中で育った人間が英語を覚えて交渉することが一番良いと思う。なお、米国に本気入り込み米系の店でも売っていききたいなら英語力をもっと必要になってくると考えている。しかし、インターネット販売であれば FDA 登録さえクリアすれば既存の商習慣程英語を多用することはないので、そういった意味でもインターネット販売はやりやすいと思う。

● 輸出事業における課題・問題点についての CC 社の事例〈海外ビジネスを担う人材〉 ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の CC 社は、現在、同社の専務と常務で輸出に係る外国語を使った事務を担っている。常務も引退を考え始めているため、話せなくてもいいので英語を書ける人材がほしい。

● 輸出事業における課題・問題点についての DD 社の事例〈海外ビジネスを担う人材〉 ●

輸出を手掛けている食料品製造業の DD 社は、商社への依存脱却に向けても、自社の交渉力強化は必須と考えている。また、グローバルリスク管理の面でも、貿易保険の利用などの一般的な保全策以外に確立させた機能はないので、営業担当の語学力向上と合わせて今後取り組みたい課題である。

● 輸出事業における課題・問題点についての EE 社の事例<海外ビジネスを担う人材> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の EE 社は、社内人材での実務経験の少なさを課題に抱える。語学や貿易業務について精通した人材を募集。新卒についても貿易関連に興味をもつ人材の採用を心掛けている。

● 輸出事業における課題・問題点についての FF 社の事例<海外ビジネスを担う人材> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の FF 社は、同社輸出部門では、基本的に社内人材で業務に対応しているが、語学力に不足を感じており、英語力を有する海外人材を 1 名採用したが、業績面への寄与はこれからといった段階となっている。

● 輸出事業における課題・問題点についての GG 社の事例<海外ビジネスを担う人材> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の GG 社は、輸出業務に関わってきた専門人材がいると、明確な指示が出せるのでよいと考えているが、日々変化し、取引先によって必要書類や項目等が異なるような状況の中で現地の情報をリアルタイムで正確に把握することは難しいとも感じている。この点を考慮すると専門人材の引き抜き等で得られるメリットや採算等が未知数なため、採用には難しさを感じている。

● 輸出事業における課題・問題点についての HH 社の事例<海外ビジネスを担う人材> ●

過去に輸出を手掛けていた飲食料品卸売業の HH 社は、社内には英語を話せる人材はいるが、海外でのビジネス経験が豊富ではなく独自に海外市場を開拓できる体制にはない。今後、人材育成を含めた実務レベルでの研修を望んでいる。

● 輸出事業における課題・問題点についての II 社の事例<海外ビジネスを担う人材> ●

過去に輸出を手掛けていた農業（畜産農業を含む）の II 社は、現地法人の設立は、輸出事業が拡大して以降の話であり、現状は国内人材で対応するとしている。電話かメールの対応が主とされ、現状人材では言語面に課題を抱える。経験ある中途人材の採用も計画する他、新卒についても海外ビジネスに興味のある人材の採用を検討している。

● 輸出事業における課題・問題点についての JJ 社の事例<海外ビジネスを担う人材> ●

輸出を手掛けていない食料品製造業の JJ 社は、通訳を通してやり取りを行うが、特殊性の高いものを扱っていることから専門用語も多く、核となる部分やニュアンス等がうまく伝わらない。専門性に特化し、語学に長けた人材が理想ではあるが、これらの人材の確保は難しく、課題となっている。

● 輸出事業における課題・問題点についての KK 社の事例<価格競争力> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の KK 社は、元々単価が高いことに加え、輸送コストの面で圧倒的な不利となっており、この面が課題である。

● 輸出事業における課題・問題点についての LL 社の事例<価格競争力> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の LL 社は、米国で販売を進めていくが、現状のままでは流通コストを下げな

いと価格競争に巻き込まれていく可能性がある。同社では輸入者として子会社を設立したが、駐在員がおらず、通関が通らないため、現状直接輸出を行なっていない。

● 輸出事業における課題・問題点についての MM 社の事例<価格競争力> ●

過去に輸出を手掛けていた農業（畜産農業を含む）の MM 社は、現状は、安心・安全の日本産ブランドで、多少価格が高くとも、現地富裕層を取り込むことが出来る。但し、今後、鶏卵の全体輸出量が増加していくと、日本産同士での価格競争が発生することから、何かしら（栄養素、パッケージ、加工等）の付加価値を付けていく必要がある。

● 輸出事業における課題・問題点についての NN 社の事例<価格競争力> ●

輸出を手掛けていない飲料・たばこ・飼料製造業の NN 社は、外国では、地酒としての味わいなど、日本酒の個性、独特の世界観を認識しておらず、あるいは、認識していない素振りで、既存の仕入れ業者との価格競争を強いられるので、味わいなど、付加価値に見合った適正な価格での販売が困難である。

● 輸出事業における課題・問題点についての OO 社の事例<輸出先の競合企業> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の OO 社は、東南アジア各国においては現地企業も若干競合するが、基本的には日系企業がライバルとなっている。一方、米国ハワイにおいては、カリフォルニア米が強力なライバルとなっており、知名度と価格面で後塵を拝している。特に価格面は輸送コストの高さも原因となっている。

● 輸出事業における課題・問題点についての PP 社の事例<輸出先の競合企業> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の PP 社は、取扱商品が日本酒ということもあり、競合先は日本企業となっている。同業他社も競合先となるが、最近では酒類専門の小売業も目立ってきている。同社では値下げはせずに、品揃えやトータルサービスで付加価値を付けることで、他社との差別化を図っている。

● 輸出事業における課題・問題点についての QQ 社の事例<輸出先の競合企業> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の QQ 社は、競合相手は日本企業である。同社は国内をメインとして一部海外へというスタンスだが、競合社は海外へ積極的に進出してきており、海外で出遅れたというのが全社的な認識である。競合社は現地に駐在員がいるため販促活動を行い、製品数が豊富でブランド力は高い。同社は月に 2 週間程度、日本より人材を派遣しプロモーション活動を行うが、市場の動向などは貿易商社に委ねている状況である。また取引している貿易商社もアジアマーケットをメインとした日系商社のため、米系商社など現地に強い取引先も探している。取引先探しについては、ジェトロの展示会などに参加をしている。

● 輸出事業における課題・問題点についての RR 社の事例<輸出先の競合企業> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の RR 社は、同社の輸出先の中心となっているアジア地域においては、ベトナム・フィリピンで米国企業、台湾・韓国・中国・タイ・フィリピンで地場企業との競合が顕著であるほか、香港・台湾・シンガポール・マレーシア・タイ・ベトナム・フィリピンといった国では欧州やオセアニア企業との競合

もある。

特に韓国では FTA を利用できる米国企業が強く、競争に勝つのは困難であるほか、アジア地域では同様に FTA や EPA 等を利用できるオセアニア諸国の業者との競合も激しい。また原材料の原産国であるため、製造から加工、FTA を利用した輸出で価格を抑えることができているため、価格競争は難しいと感じている。

● 輸出事業における課題・問題点についての SS 社の事例<製品・ブランド認知度> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の TT 社は、ハワイに現地法人を設立して販売を開始しているが、日本産米という枠組みでのみ製品が判断されており、各ブランド米の味の違いや品質の違いは全くといっていいほど現地の顧客には理解されていないことを問題としている。こうしたブランドや品質をどのように認知・理解させるかが課題である。

● 輸出事業における課題・問題点についての UU 社の事例<製品・ブランド認知度> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の UU 社は、うどん以外の日本食麺類の知名度が低いいため、焼きそばなどの普及によるマーケット拡大を期待している。

● 輸出事業における課題・問題点についての VV 社の事例<製品・ブランド認知度> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の VV 社は、同社が海外で世界的な乳業メーカーと対抗するにはブランド力が弱いと認識している。国内でも OEM や PB 商品向けの製品供給が多く、シェアは高いものの、自社ブランドの認知度は高くない。このため海外でも国内の手法を用い、海外向けの OEM、PB 商品分野で事業を展開していきたいと考えている。

● 輸出事業における課題・問題点についての WW 社の事例<物流> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の WW 社は、FDA 登録に関することを問題としている。米国への輸出の場合、FDA 登録および番号提示が必要となり、製造工場やメーカーが登録を行っていれば、輸出の際に登録番号を確認出来る。しかし、その輸出商品の FDA 登録を輸出商社が行っていた場合、登録番号を開示してもらえず、同一商品の輸出が出来ないケースがある。

● 輸出事業における課題・問題点についての XX 社の事例<物流> ●

輸出を手掛けている飲食料品卸売業の XX 社は、販売量が少ないときに、冷蔵コンテナ 1 つ分が埋まらないことがある。冷蔵品を混載する物流システムがないため、船会社や宅配会社がサービスを始めてくれると、コスト削減につながる。

● 輸出事業における課題・問題点についての YY 社の事例<物流> ●

輸出を手掛けている食料品製造業の YY 社は、アジア地域では、ベトナム、フィリピン、インド（特にインド）でコールドチェーンが整っておらず、冷凍車を保有している現地業者は既に他の業者に押さえられているケースが多い。国内輸出業者でも冷凍コンテナを利用しているところは少なく、常温コンテナが 90%内外を占めている。同社商品は梱包すると空気が占める容積が大きく、コンテナ 1 つで積載できるのは 2~3 トン程度である。物流量

の関係から航空便は利用できないため、混載して輸送できる仕組みがあるとよいとされる。

● 輸出事業における課題・問題点についての ZZ 社の事例<物流> ●

過去に輸出を手掛けていた林業の ZZ 社は、物流コストの高さも問題の 1 つであり、本格的に輸出を再開するには、この問題も個別交渉にて打開する必要があると考えている。

● 輸出事業における課題・問題点についての AAA 社の事例<物流> ●

輸出を手掛けていない飲料・たばこ・飼料製造業の AAA 社は、運搬中に貨物が破損したとしてクレームをつけられ、代金を支払ってもらえなかったという他社の事例を聞いたことがあり、不安に思っている。また、同社のメイン商材である日本酒は、光と温度に敏感で、輸送中の管理状態が悪いと品質が劣化するため、現地物流業者の管理体制に不安がある。

2016年9月

日本貿易振興機構 (ジェトロ)

2016年度 農林水産物・食品輸出に関するアンケート調査

調査票 A : 輸出を手掛けている企業様向け

◎こちらのアンケートは、下記の企業様を対象としております。

- ・自社で農林水産物・食品の海外への輸出を手掛けている企業様
- ・代理人（輸出商社や海外バイヤーなど）を通して、間接的に農林水産物・食品の海外への輸出を手掛けている企業様

※現時点で、上記に該当しない企業様は《調査票 B》にて、ご回答いただきますようお願い申し上げます。

◎2016年10月21日(金)までにご返送くださいますよう
よろしくようお願い申し上げます。

<調査趣旨・調査内容に関するお問合せ>

日本貿易振興機構 (ジェトロ) 農林水産・食品部 農林水産・食品課 (担当: 川原、村上)
TEL : 03-3582-5186 FAX : 03-3582-7378
E-MAIL : AFA-research@jetro.go.jp

<回答方法・送付先等に関するお問合せ>

株式会社東京商工リサーチ 市場調査部 (担当: 宮川、杉本)
東京都千代田区大手町1-3-1 JAビル
TEL : 03-6910-3170 FAX : 03-5221-0716
E-MAIL : jetro-afa@tsr-net.co.jp

受付時間 : 平日 (月~金) 9時~12時、13時~17時 ※祝日及び年末年始を除く

I. 貴社の概要について

Q1 貴社の主な業種をお答えください。主な業種は、売上高(連結ベース)のなかで最も大きな割合を占める業種をお答えください。(1つ選択)

		主要業種
農林水産業	農業(畜産農業を含む)	<input type="checkbox"/> ₁
	林業	<input type="checkbox"/> ₂
	漁業・水産養殖業	<input type="checkbox"/> ₃
製造業	食料品製造業	<input type="checkbox"/> ₄
	飲料・たばこ・飼料製造業	<input type="checkbox"/> ₅
	その他製造業	<input type="checkbox"/> ₆
卸・小売業	飲食料品卸売業	<input type="checkbox"/> ₇
	その他卸売業	<input type="checkbox"/> ₈
	飲食料品小売業	<input type="checkbox"/> ₉
	その他小売業	<input type="checkbox"/> ₁₀
サービス業	飲食店	<input type="checkbox"/> ₁₁
	その他飲食サービス業	<input type="checkbox"/> ₁₂
	協同組合	<input type="checkbox"/> ₁₃

Q2 貴社の資本金をお答えください。(1つ選択)

₁ 5,000万円以下 ₂ 5,000万円超～1億円以下 ₃ 1億円超～3億円以下 ₄ 3億円超

Q3 貴社の常時雇用従業員数をお答えください。(1つ選択)

₁ 50人以下 ₂ 50人超～100人以下 ₃ 100人超～300人以下 ₄ 300人超

Q4 貴社の本社所在地をお答えください。(1つ選択)

<input type="checkbox"/> ₁ 北海道	<input type="checkbox"/> ₁₁ 埼玉県	<input type="checkbox"/> ₂₁ 岐阜県	<input type="checkbox"/> ₃₁ 鳥取県	<input type="checkbox"/> ₄₁ 佐賀県
<input type="checkbox"/> ₂ 青森県	<input type="checkbox"/> ₁₂ 千葉県	<input type="checkbox"/> ₂₂ 静岡県	<input type="checkbox"/> ₃₂ 島根県	<input type="checkbox"/> ₄₂ 長崎県
<input type="checkbox"/> ₃ 岩手県	<input type="checkbox"/> ₁₃ 東京都	<input type="checkbox"/> ₂₃ 愛知県	<input type="checkbox"/> ₃₃ 岡山県	<input type="checkbox"/> ₄₃ 熊本県
<input type="checkbox"/> ₄ 宮城県	<input type="checkbox"/> ₁₄ 神奈川県	<input type="checkbox"/> ₂₄ 三重県	<input type="checkbox"/> ₃₄ 広島県	<input type="checkbox"/> ₄₄ 大分県
<input type="checkbox"/> ₅ 秋田県	<input type="checkbox"/> ₁₅ 新潟県	<input type="checkbox"/> ₂₅ 滋賀県	<input type="checkbox"/> ₃₅ 山口県	<input type="checkbox"/> ₄₅ 宮崎県
<input type="checkbox"/> ₆ 山形県	<input type="checkbox"/> ₁₆ 富山県	<input type="checkbox"/> ₂₆ 京都府	<input type="checkbox"/> ₃₆ 徳島県	<input type="checkbox"/> ₄₆ 鹿児島県
<input type="checkbox"/> ₇ 福島県	<input type="checkbox"/> ₁₇ 石川県	<input type="checkbox"/> ₂₇ 大阪府	<input type="checkbox"/> ₃₇ 香川県	<input type="checkbox"/> ₄₇ 沖縄県
<input type="checkbox"/> ₈ 茨城県	<input type="checkbox"/> ₁₈ 福井県	<input type="checkbox"/> ₂₈ 兵庫県	<input type="checkbox"/> ₃₈ 愛媛県	
<input type="checkbox"/> ₉ 栃木県	<input type="checkbox"/> ₁₉ 山梨県	<input type="checkbox"/> ₂₉ 奈良県	<input type="checkbox"/> ₃₉ 高知県	
<input type="checkbox"/> ₁₀ 群馬県	<input type="checkbox"/> ₂₀ 長野県	<input type="checkbox"/> ₃₀ 和歌山県	<input type="checkbox"/> ₄₀ 福岡県	

II. 輸出への取り組みについて

Q5 貴社の農林水産物・食品の輸出形態をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 自社で海外のバイヤーと商談し、日本からの物流も自社で手配する
- ₂ 自社で海外のバイヤーと商談し、日本からの物流は海外のバイヤー、あるいはその代理人が手配する
- ₃ 日本国内の輸出商社と商談し、海外のバイヤーとの商談および物流は輸出商社に任せる

Q6 2015年における、貴社の農林水産物・食品の輸出による売上金額、総売上に占める輸出による売上の比率をお答えください。(それぞれ1つ選択)

輸出による売上金額	総売上に占める輸出による売上の比率
<input type="checkbox"/> ₁ 100万円未満	<input type="checkbox"/> ₁ 0～5%未満
<input type="checkbox"/> ₂ 100万～1,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₂ 5～10%未満
<input type="checkbox"/> ₃ 1,000万～5,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₃ 10～20%未満
<input type="checkbox"/> ₄ 5,000万～1億円未満	<input type="checkbox"/> ₄ 20～50%未満
<input type="checkbox"/> ₅ 1億～10億円未満	<input type="checkbox"/> ₅ 50%以上
<input type="checkbox"/> ₆ 10億円以上	

(※) 農林水産物・食品以外の商品も輸出している場合(例 商社等)は、農林水産物・食品の輸出による売上をもとにお答えください。

Q7 2015年に①輸出した品目、②輸出額が最も多かった品目をお答えください。“その他”に該当する選択肢(「5.その他肉類」など)を選択される場合は品目例も合わせてお答えください。

品目分類	①輸出した品目 (複数回答可)	②輸出額が最も多かった品目 (単数回答)(※7)
1. 水産物(※1)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁
2. 牛肉(※2)	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂
3. 豚肉(※2)	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃
4. 鶏肉(※2)	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄
5. その他肉類(※2)→()	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅
6. 鶏卵	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆
7. 牛乳・乳製品	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇
8. 米・包装米飯	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈
9. 米菓	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉
10. 清涼飲料水	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₀
11. 日本酒	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₁
12. 焼酎	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₂
13. その他アルコール飲料→()	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₃
14. 野菜(※3)	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₄
15. 果実(※3)	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₅
16. きのこと	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₆
17. 木材(※4)	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₇
18. 植木・盆栽	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₈
19. 鉢物	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₁₉
20. 切り花	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₀
21. 茶(茶葉、ティーバッグ)(※5)	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₁
22. 菓子(米菓を除く)	<input type="checkbox"/> ₂₂	<input type="checkbox"/> ₂₂
23. その他加工食品→()	<input type="checkbox"/> ₂₃	<input type="checkbox"/> ₂₃
24. 調味料類(※6)	<input type="checkbox"/> ₂₄	<input type="checkbox"/> ₂₄
25. 種苗	<input type="checkbox"/> ₂₅	<input type="checkbox"/> ₂₅

(※1) 水産物を主原料とした加工品を含む。

(※2) 肉(牛・豚・鶏・その他)を主原料とした加工品を含む。

(※3) 野菜または果実の加工品(ジャム、フルーツゼリー、ジュース等)を含む。

(※4) 木材製品や木製の家具、玩具、遊戯用具等を含む。

(※5) ペットボトル入り茶は「10.清涼飲料水」に含まれる。

(※6) ソース、マスタード、醤油、トマトケチャップ、酢、たれ、つゆ等。香辛料は「23.その他加工食品」に含まれる。

(※7) 「輸出した品目」の中から1つだけ選択し、チェックを付けて下さい。

Q8 農林水産物・食品の輸出を手がけるにあたり、きっかけとなったことは何ですか。
(複数回答可)

- 販売拡大の必要性や戦略を自社で考えた
 第三者(他社など)からの誘い
 国内の既存販売先の海外拠点への納入要請
 自社のウェブサイト等を見た海外バイヤーなどからの引き合い
 セミナーやテレビ、ウェブ等の各種媒体
 その他()

Q9 2015年における、貴社の農林水産物・食品の①輸出先国・地域と②取引先をお答えください。
(複数回答可)

①国・地域	②取引先				
	a. 小売	b. レストラン	c. 輸入卸	d. その他 ()	
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁
	2.台湾	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂
	3.韓国	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃
	4.中国	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈
	9.タイ	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₀
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₁
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₂
	13.インド	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₃
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₄
	15.UAE	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₅
	16.カタール	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₆
	17.トルコ	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₇
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₈
北米	19.米国	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₁₉
	20.カナダ	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₀
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₁
	22.ペルー	<input type="checkbox"/> ₂₂	<input type="checkbox"/> ₂₂	<input type="checkbox"/> ₂₂	<input type="checkbox"/> ₂₂
	23.チリ	<input type="checkbox"/> ₂₃	<input type="checkbox"/> ₂₃	<input type="checkbox"/> ₂₃	<input type="checkbox"/> ₂₃
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/> ₂₄	<input type="checkbox"/> ₂₄	<input type="checkbox"/> ₂₄	<input type="checkbox"/> ₂₄
大洋州	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/> ₂₅	<input type="checkbox"/> ₂₅	<input type="checkbox"/> ₂₅	<input type="checkbox"/> ₂₅
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/> ₂₆	<input type="checkbox"/> ₂₆	<input type="checkbox"/> ₂₆	<input type="checkbox"/> ₂₆
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/> ₂₇	<input type="checkbox"/> ₂₇	<input type="checkbox"/> ₂₇	<input type="checkbox"/> ₂₇
	28.英国	<input type="checkbox"/> ₂₈	<input type="checkbox"/> ₂₈	<input type="checkbox"/> ₂₈	<input type="checkbox"/> ₂₈
	29.フランス	<input type="checkbox"/> ₂₉	<input type="checkbox"/> ₂₉	<input type="checkbox"/> ₂₉	<input type="checkbox"/> ₂₉
	30.イタリア	<input type="checkbox"/> ₃₀	<input type="checkbox"/> ₃₀	<input type="checkbox"/> ₃₀	<input type="checkbox"/> ₃₀
その他	31.ロシア	<input type="checkbox"/> ₃₁	<input type="checkbox"/> ₃₁	<input type="checkbox"/> ₃₁	<input type="checkbox"/> ₃₁
	32.その他国・地域 ()	<input type="checkbox"/> ₃₂	<input type="checkbox"/> ₃₂	<input type="checkbox"/> ₃₂	<input type="checkbox"/> ₃₂

Q10 貴社の農林水産物・食品輸出における決済通貨について、最も多い形態をお答えください。

(1つ選択)

₁ 日本円 ₂ 米ドル ₃ ユーロ ₄ その他()

Ⅲ. 輸出にあたっての課題・問題点について

Q11 日本の農林水産物・食品を輸出するにあたり、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

₁ はい →

₂ いいえ →

※次ページ以下、Q12～22については、Q11において1を回答された方、つまり農林水産物・食品の輸出にあたり、課題・問題点を感じている方のみお答えください。

Q12 資金調達について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

₁ はい → ₂ いいえ →

Q12-1 どの課題・問題点で困難を感じますか。(複数回答可)

- ₁ 資金の調達先がわからない
₂ 銀行等に融資を依頼したが断られた
₃ 銀行等に融資を依頼したが希望額を受け取れなかった
₄ 銀行等に融資を依頼したが金利や返済期間等の条件が合わなかった
₅ その他()

Q12-2 前述の Q12-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()

必要な支援:()

Q13 現地や日本の制度情報やその運用について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q13-1~13-3へ いいえ → Q14へ

Q13-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

①国・地域	②課題・問題点	情報収集			運用										m. その他			
		a. 現地の制度情報の入手が困難	b. 現地の制度の理解が困難	c. 制度変更が頻繁に行われる	輸入時				通関手続き			販売						
					d. 検査上、輸出が困難	e. 原発事故関連の規制により、輸出が困難	f. 日本で発給していない証明書が必要なため、輸出が困難	g. 日本発給している証明書が異なる	h. 通関に要する時間が長い	i. 追加物規制が日本と異なる	j. 残留農薬規制が日本と異なる	k. 日本の食品安全基準(内容、基準値)と異なる	l. 表示ラベルへの記載が困難					
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	2.台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	3.韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	4.中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	9.タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	13.インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	15.UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	16.カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	17.トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	19.米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
北米	20.カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	21.メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
中南米	22.ペルー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	23.チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
オセアニア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	28.英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	29.フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	30.イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	31.ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
その他	32.その他国・地域()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

Q13-2 輸入通関や販売にあたり、制度や手続きの相違により、実際に具体的な問題が生じたことがあればお聞かせください。

輸出相手国・地域:()
具体例:()

Q13-3 前述の Q13-1 や Q13-2 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
必要な支援:()

Q14 現地のマーケット情報について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q14-1~14-2へ いいえ → Q15へ

Q14-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点		①国・地域					
		a. 現地の食習慣(外食の頻度が高い、内食・中食が多い)が分からない	b. 消費トレンド/流行/売れ筋商品が分からない	c. 日本産商品の売れ筋が分からない	d. 消費者の調達・購入目的(贈答用・自家使用)が分からない	e. 日本食材の使用(調理)方法を伝えられない	f. その他
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2.台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	3.韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	4.中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	9.タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
北米	18.エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	19.米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中南米	20.カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	21.メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.ペルー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23.チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
大ま州	24.ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
欧州	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	27.ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	31.ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.その他国・地域()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q14-2 前述の Q14-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q15 現地市場向けの商品について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

□₁ はい → Q15-1~15-2へ □₂ いいえ → Q16へ

Q15-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

①国・地域	②課題・問題点	③						
		a. 消費者の嗜好(好み)が分からない	b. 現地の消費者が好むパッケージデザインが分からない	c. 現地の消費者が好む容量が分からない	d. 国内販売と同じ賞味期限では、現地輸入許可後の期間が短く、現地の要請に答えられない	e. 商品の販促・PRツールについて、英語または現地語で、商品の特徴が一目で分かるような資料がない	f. 商品の販促・PRツールについて、具体的に記載すべき内容・項目が分からない	g. その他
アジア	1.香港	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁
	2.台湾	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂
	3.韓国	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃
	4.中国	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄
	5.シンガポール	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅
	6.マレーシア	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆
	7.ブルネイ	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇
	8.インドネシア	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈
	9.タイ	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉
	10.ベトナム	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀
	11.ミャンマー	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁
	12.フィリピン	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂
	13.インド	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃
中東	14.サウジアラビア	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄
	15.UAE	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅
	16.カタール	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆
	17.トルコ	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇
アフリカ	18.エジプト	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	
北米	19.米国	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉
	20.カナダ	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀
中南米	21.メキシコ	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁
	22.ペルー	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂
	23.チリ	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃
南米	24.ブラジル	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄
	25.オーストラリア	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅
欧州	26.ニュージーランド	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆
	27.ドイツ	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇
	28.英国	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈
	29.フランス	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉
	30.イタリア	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀
	31.ロシア	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁
その他	32.その他国・地域()	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	

Q15-2 前述の Q15-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q16 現地での提携相手(ビジネスパートナー)について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q16-1~16-2へ いいえ → Q17へ

Q16-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

①国・地域		②課題・問題点								
		い. 情報がなく売り先を見つけれない	ロ. 提携相手情報	ハ. 提携相手の主要顧客が分からない	ニ. 取引商品構成や取換希望商品が分からない	ホ. 提携相手の取引商品価格帯が分からない	ヘ. 提携相手の信用情報が分からない	ト. 提携相手不求める現地の取引条件が分からない	チ. 提携相手が継続的かつ安定的に取引をしてくれない	リ. その他
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	2.台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	3.韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	4.中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	9.タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	13.インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/>								
	15.UAE	<input type="checkbox"/>								
	16.カタール	<input type="checkbox"/>								
	17.トルコ	<input type="checkbox"/>								
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/>								
北米	19.米国	<input type="checkbox"/>								
	20.カナダ	<input type="checkbox"/>								
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/>								
	22.ペルー	<input type="checkbox"/>								
	23.チリ	<input type="checkbox"/>								
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/>								
オセアニア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/>								
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/>								
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/>								
	28.英国	<input type="checkbox"/>								
	29.フランス	<input type="checkbox"/>								
	30.イタリア	<input type="checkbox"/>								
	31.ロシア	<input type="checkbox"/>								
その他	32.その他国・地域()	<input type="checkbox"/>								

Q16-2 前述の Q16-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み: ()
 必要な支援: ()

Q17 現地における販売について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

□₁ はい → Q17-1~17-2へ □₂ いいえ → Q18へ

Q17-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点 ①国・地域		a. 効果的な広報手段・方法が分からない	b. 現地に販売活動のできる自社の営業要員・拠点が存在していない(不足している)ことや、直接現地広報をする段階に至っていない	c. 信頼できる現地広告代理店やディストリビューターが見つからない	d. 流通にかかるマージン手数料が高い	e. 標代等のコストが高い	f. 代金回収(決済)に関するトラブルが多い	g. 商品に対するクレームが多い	h. その他
		□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁
アジア	1.香港	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁
	2.台湾	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂
	3.韓国	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃
	4.中国	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄
	5.シンガポール	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅
	6.マレーシア	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆
	7.ブルネイ	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇
	8.インドネシア	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈
	9.タイ	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉
	10.ベトナム	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀
	11.ミャンマー	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁
	12.フィリピン	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂
	13.インド	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃
中東	14.サウジアラビア	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄
	15.UAE	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅
	16.カタール	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆
アフリカ	17.トルコ	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇
	18.エジプト	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈
北米	19.米国	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉
	20.カナダ	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀
中南米	21.メキシコ	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁
	22.ペルー	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂
	23.チリ	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃
	24.ブラジル	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄
オセアニア	25.オーストラリア	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅
	26.ニュージーランド	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆
欧州	27.ドイツ	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇
	28.英国	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈
	29.フランス	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉
	30.イタリア	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀
	31.ロシア	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁
その他	32.その他国・地域()	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	

Q17-2 前述の Q17-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q18 海外ビジネスを担う人材について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q18-1~18-2へ いいえ → Q19へ

Q18-1 どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

<18-1-1 既存人材の活用>

- 語学力が不足している
 海外ビジネスの経験がなく貿易実務がわからない
 他業務が忙しく海外ビジネスに手が回らない

<18-1-2 新規の日本人人材の雇用>

- 売上、業績等の向上の効果が不明
 募集は行うものの応募がない(もしくは少ない)

<18-1-3 新規の外国人人材の雇用>

- 売上、業績等の向上の効果が不明
 募集は行うものの応募がない(もしくは少ない)
 外国人社員の募集の方法が分からない
 将来帰国・転職を希望する者が多く、離職率が高い
 外国人の処遇や人事管理の方法が分からない
 日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い
 日本語能力が求める水準に達していない
 組織のビジョンの共有が難しい
 就労ビザなど日本の在留許可申請への対応が困難

<18-1-4 その他>

- その他()

Q18-2 前述の Q18-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q19 価格競争力について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

□₁ はい → Q19-1~19-2へ □₂ いいえ → Q20へ

Q19-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点 ①国・地域		a. 現地規制 への対応 費が高い	b. 税や 諸税が 高い	c. マー ジンは 高い	d. 輸 送費 が高い	e. 小売店 での 額代が高 い	f. P R費が 高い	g. その他 ()
アジア	1.香港	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁
	2.台湾	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂
	3.韓国	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃
	4.中国	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄
	5.シンガポール	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅
	6.マレーシア	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆
	7.ブルネイ	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇
	8.インドネシア	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈
	9.タイ	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉
	10.ベトナム	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀
	11.ミャンマー	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁
	12.フィリピン	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂
	13.インド	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃
中東	14.サウジアラビア	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄
	15.UAE	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅
	16.カタール	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆
	17.トルコ	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇
アフリカ	18.エジプト	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈
北米	19.米国	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉
	20.カナダ	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀
中南米	21.メキシコ	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁
	22.ペルー	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂
	23.チリ	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃
	24.ブラジル	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄
オセアニア	25.オーストラリア	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅
	26.ニュージーランド	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆
欧州	27.ドイツ	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇
	28.英国	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈
	29.フランス	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉
	30.イタリア	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀
	31.ロシア	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁
その他	32.その他国・地域 ()	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂

Q19-2 前述の Q19-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q20 競合品(競合国)について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q20-1へ いいえ → Q21へ

Q20-1 ①どの国・地域において、②どの競合企業がありますか。また、③強みは、各競合企業について、下の<競合企業の強み・選択肢>の中から最大3つまで、該当するアルファベットをご記入ください。

①国・地域	②競合企業								③競合企業の強み		
	企業 a. 香港	企業 b. 韓国	企業 c. 中国	企業 d. 米国	企業 e. 日本	企業 f. 地域	g. その他()	A	E	I	
記入例	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
アジア	1. 香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	2. 台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	3. 韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	4. 中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	5. シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	6. マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	7. ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	8. インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	9. タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	10. ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	11. ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	12. フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	13. インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
中東	14. サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	15. UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	16. カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	17. トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
アフリカ	18. エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
北米	19. 米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	20. カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
中南米	21. メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	22. ペルー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	23. チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	24. ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
オセアニア	25. オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	26. ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
欧州	27. ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	28. 英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	29. フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	30. イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	31. ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
特記	32. その他・地域 ()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

<競合企業の強み・選択肢>

A 価格	G 購買・調達ルート
B 品質の高さ	H 広告・宣伝力
C ブランド力	I 人材
D 製品の豊富さ	J 自国政府の輸出・海外進出支援
E 現地の嗜好に合わせた味、パッケージ	K その他()
F 流通・販売ルート	

Q21 製品・ブランドの認知度について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

□₁ はい → Q21-1~21-2へ □₂ いいえ → Q22へ

Q21-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点		①国・地域			
		a. 自社の製品・ブランドの認知度が低い	b. 他国産の製品・ブランドと混同される	c. 日本の他国産・他社の製品・ブランドと混同される	d. その他
アジア	1.香港	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁
	2.台湾	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂
	3.韓国	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃
	4.中国	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄
	5.シンガポール	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅
	6.マレーシア	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆
	7.ブルネイ	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇
	8.インドネシア	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈
	9.タイ	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉
	10.ベトナム	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀
	11.ミャンマー	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁
	12.フィリピン	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂
	13.インド	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃
中東	14.サウジアラビア	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄
	15.UAE	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅
	16.カタール	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆
	17.トルコ	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇
アフリカ	18.エジプト	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈
北米	19.米国	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉
	20.カナダ	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀
中南米	21.メキシコ	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁
	22.ペルー	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂
	23.チリ	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃
	24.ブラジル	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄
オセアニア	25.オーストラリア	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅
	26.ニュージーランド	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆
欧州	27.ドイツ	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇
	28.英国	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈
	29.フランス	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉
	30.イタリア	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀
	31.ロシア	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁
その他	32.その他国・地域 ()	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂

Q21-2 前述の Q21-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q22 物流について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

₁ はい → Q22-1~22-2へ ₂ いいえ → Q23へ

Q22-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点		a. 輸出先での 物流ルートが 整っていない	b. 輸出先で のコードチェ ーン(※)が整 っていない	c. 時間がかか る	d. 物流コスト が高い	e. その他 ()
①国・地域						
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
	2.台湾	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2
	3.韓国	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3
	4.中国	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 5
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 6
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 7
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 8
	9.タイ	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 9
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 10
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 11
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 12
	13.インド	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 13
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 14
	15.UAE	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 15
	16.カタール	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 16
	17.トルコ	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 17
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/> 18	<input type="checkbox"/> 18	<input type="checkbox"/> 18	<input type="checkbox"/> 18	<input type="checkbox"/> 18
北米	19.米国	<input type="checkbox"/> 19	<input type="checkbox"/> 19	<input type="checkbox"/> 19	<input type="checkbox"/> 19	<input type="checkbox"/> 19
	20.カナダ	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 20
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/> 21	<input type="checkbox"/> 21	<input type="checkbox"/> 21	<input type="checkbox"/> 21	<input type="checkbox"/> 21
	22.ペルー	<input type="checkbox"/> 22	<input type="checkbox"/> 22	<input type="checkbox"/> 22	<input type="checkbox"/> 22	<input type="checkbox"/> 22
	23.チリ	<input type="checkbox"/> 23	<input type="checkbox"/> 23	<input type="checkbox"/> 23	<input type="checkbox"/> 23	<input type="checkbox"/> 23
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/> 24	<input type="checkbox"/> 24	<input type="checkbox"/> 24	<input type="checkbox"/> 24	<input type="checkbox"/> 24
オセア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 25
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/> 26	<input type="checkbox"/> 26	<input type="checkbox"/> 26	<input type="checkbox"/> 26	<input type="checkbox"/> 26
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/> 27	<input type="checkbox"/> 27	<input type="checkbox"/> 27	<input type="checkbox"/> 27	<input type="checkbox"/> 27
	28.英国	<input type="checkbox"/> 28	<input type="checkbox"/> 28	<input type="checkbox"/> 28	<input type="checkbox"/> 28	<input type="checkbox"/> 28
	29.フランス	<input type="checkbox"/> 29	<input type="checkbox"/> 29	<input type="checkbox"/> 29	<input type="checkbox"/> 29	<input type="checkbox"/> 29
	30.イタリア	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 30
	31.ロシア	<input type="checkbox"/> 31	<input type="checkbox"/> 31	<input type="checkbox"/> 31	<input type="checkbox"/> 31	<input type="checkbox"/> 31
その他	32.その他国・地域 ()	<input type="checkbox"/> 32	<input type="checkbox"/> 32	<input type="checkbox"/> 32	<input type="checkbox"/> 32	<input type="checkbox"/> 32

(※)コードチェン:低温管理を必要とする製品を出荷から最終消費地まで冷蔵または冷凍状態を維持し、品質を保ったまま流通させる物流方式。

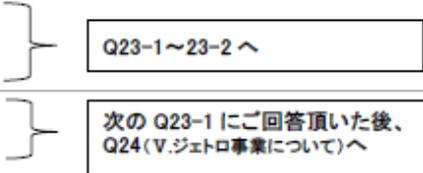
Q22-2 前述の Q22-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
必要な支援:()

IV. 今後の海外事業展開について

Q23 貴社は今後3年間程度における農林水産物・食品分野の輸出について、どのようにお考えですか。(1つ選択)

- ₁ 現在の輸出規模の拡大を検討している。
- ₂ 現在輸出していないが、今後輸出を始める予定である。
- ₃ 現在の輸出規模を維持する。
- ₄ 現在の輸出規模の縮小・輸出撤退を検討している。



Q23-1 上述Q23の回答を選択した理由をお答えください。(複数回答可)

<input type="checkbox"/> ₁ 円安が予想される	<input type="checkbox"/> ₈ 円高が予想される	<input type="checkbox"/> ₁₁ その他 ()
<input type="checkbox"/> ₂ 日本食品の人気の高まっている	<input type="checkbox"/> ₇ 日本食品の人気のあまりない	
<input type="checkbox"/> ₃ 国内需要の減少	<input type="checkbox"/> ₉ 国内需要の増加	
<input type="checkbox"/> ₄ 海外市場の収益性が高い	<input type="checkbox"/> ₆ 海外市場の収益性が低い	
<input type="checkbox"/> ₅ 国内市場の収益性が低い	<input type="checkbox"/> ₁₀ 国内市場の収益性が高い	

※Q23-2 は、Q23 において 1.または 2.を回答された方のみお答えください。

Q23-2 今後、輸出を増やす対象国・地域をお答えください。(複数回答可)

アジア	<input type="checkbox"/> ₁ 香港	中東	<input type="checkbox"/> ₁₄ サウジアラビア	欧州	<input type="checkbox"/> ₂₇ ドイツ
	<input type="checkbox"/> ₂ 台湾		<input type="checkbox"/> ₁₅ UAE		<input type="checkbox"/> ₂₈ 英国
	<input type="checkbox"/> ₃ 韓国		<input type="checkbox"/> ₁₆ カタール		<input type="checkbox"/> ₂₉ フランス
	<input type="checkbox"/> ₄ 中国		<input type="checkbox"/> ₁₇ トルコ		<input type="checkbox"/> ₃₀ イタリア
	<input type="checkbox"/> ₂ シンガポール	アフリカ	<input type="checkbox"/> ₁₈ エジプト		<input type="checkbox"/> ₃₁ ロシア
	<input type="checkbox"/> ₆ マレーシア		北米	<input type="checkbox"/> ₁₉ 米国	その他 ()
	<input type="checkbox"/> ₇ ブルネイ	<input type="checkbox"/> ₂₀ カナダ			
	<input type="checkbox"/> ₈ インドネシア	中南米	<input type="checkbox"/> ₂₁ メキシコ		
	<input type="checkbox"/> ₉ タイ		<input type="checkbox"/> ₂₂ ペルー		
	<input type="checkbox"/> ₁₀ ベトナム		<input type="checkbox"/> ₂₃ チリ		
	<input type="checkbox"/> ₁₁ ミャンマー		<input type="checkbox"/> ₂₄ ブラジル		
	<input type="checkbox"/> ₁₂ フィリピン	大洋州	<input type="checkbox"/> ₂₅ オーストラリア		
	<input type="checkbox"/> ₁₃ インド		<input type="checkbox"/> ₂₆ ニュージーランド		

V. ジェトロ事業について

ジェトロは、諸外国との貿易・投資を振興する機関で、農林水産物・食品の輸出促進への支援も主な業務として行っています。

以下の設問では、輸出のきっかけ、ジェトロの実施している事業、調査等についてお伺いします。

回答結果は、内部で活用させていただきます（一部を公表させて頂く場合があります）。

Q24 ジェトロは、日本の農林水産物・食品の輸出に関する海外情報を幅広く提供したり、様々な支援事業を実施していますが、利用されたことがありますか。（1つ選択）

₁ 利用した(見た)ことがある → [Q24-1～24-4へ](#)

₂ 知っているが、実際に利用した(見た)ことはない

₃ 知らない

[Q25\(VI.TPPの活用について\)へ](#)

Q24-1～24-4については、ジェトロを利用したことがある方にお伺いします。

Q24-1 どのサービスをご利用されましたか。（複数回答可）

₁ ウェブサイト ₂ 調査レポート ₃ セミナー ₄ ビジネスライブラリー

₅ 相談窓口(電話、メール、面談など) ₆ 国内商談会 ₇ 海外商談会

₈ 展示会 ₉ その他()

Q24-2 ジェトロの情報や事業は役に立ちましたか。（1つ選択）

₁ 役に立った ₂ まあ役に立った ₃ あまり役に立たなかった ₄ 役に立たなかった

Q24-3 ジェトロの情報や事業は、輸出を手がけたり、新規市場を獲得したりした等のきっかけになりましたか。（1つ選択）

₁ はい ₂ いいえ

Q24-4 今後、どのような海外情報・支援の提供を希望しますか。

対象国:()

テーマ・支援内容:()

VI. TPP の活用について

Q25 TPP を活用した農林水産物・食品の輸出に関心がありますか。(1つ選択)

- ₁ ある →
₂ ない →

Q25-1~25-3 については、TPP の活用に関心がある方にお伺いします。

Q25-1 TPP を活用した農林水産物・食品の輸出に関心がある理由を教えてください。
(複数選択可)

- ₁ 関税が撤廃されるから
₂ 貿易が円滑化・アクセスが改善されるから
₃ サービス・投資分野の外資規制が緩和・撤廃されるから
₄ 知的財産権が保護されるから
₅ その他()

Q25-2 TPP 加盟国の中で関心国はどこですか。(複数回答可)

- ₁ オーストラリア ₂ ブルネイ ₃ カナダ ₄ チリ
₅ マレーシア ₆ メキシコ ₇ ニュージーランド ₈ ペルー
₉ シンガポール ₁₀ 米国 ₁₁ ベトナム

Q25-3 TPP 加盟国が拡大した場合、今後の輸出先として期待できる国・地域はどこですか。
対象国・地域:()

VII. 輸出事例・エピソードについて

Q26 農林水産物・食品を輸出した際の成功事例・エピソードがあれば教えてください。

Q27 農林水産物・食品を輸出した際の失敗事例・エピソードがあれば教えてください。

質問項目は以上です。ご多忙のところご協力いただき、誠にありがとうございました。

差し支えなければ、ご回答者様の情報をご記入ください。別途、ヒアリングのお願いをさせていただく場合がございます。
E-Mail アドレスをご記入いただいた方には、本調査の調査結果を掲載したウェブサイトの URL をご案内いたします。

貴社名			
部 課 名		役 職	
氏 名		電 話 番 号	
会 社 住 所	〒		
E-Mail アドレス			

2016年9月

日本貿易振興機構 (ジェトロ)

2016年度 農林水産物・食品輸出に関するアンケート調査

調査票 B : 輸出を手掛けていない企業様向け

◎こちらのアンケートは農林水産物・食品の輸出を手掛けていない企業様を対象としております。(過去、輸出をされていても、現在は輸出されていない企業様もこちらの調査票となります)

※現時点で、上記に該当しない企業様は《調査票 A》にて、ご回答いただきますようお願い申し上げます。

◎2016年10月21日(金)までにご返送くださいますようお願い申し上げます。

<調査趣旨・調査内容に関するお問合せ>

日本貿易振興機構 (ジェトロ) 農林水産・食品部 農林水産・食品課 (担当: 川原、村上)
TEL : 03-3582-5186 FAX : 03-3582-7378
E-MAIL : AFA-research@jetro.go.jp

<回答方法・送付先等に関するお問合せ>

株式会社東京商工リサーチ 市場調査部 (担当: 宮川、杉本)
東京都千代田区大手町1-3-1 JAビル
TEL : 03-6910-3170 FAX : 03-5221-0716
E-MAIL : jetro-afa@tsr-net.co.jp

受付時間 : 平日 (月~金) 9時~12時、13時~17時 ※祝日及び年末年始を除く

I. 貴社の概要について

Q1 貴社の主な業種をお答えください。主な業種は、売上高(連結ベース)のなかで最も大きな割合を占める業種をお答えください。(1つ選択)

		主要業種
農林水産業	農業(畜産農業を含む)	<input type="checkbox"/> ₁
	林業	<input type="checkbox"/> ₂
	漁業・水産養殖業	<input type="checkbox"/> ₃
製造業	食料品製造業	<input type="checkbox"/> ₄
	飲料・たばこ・飼料製造業	<input type="checkbox"/> ₅
	その他製造業	<input type="checkbox"/> ₆
卸・小売業	飲食料品卸売業	<input type="checkbox"/> ₇
	その他卸売業	<input type="checkbox"/> ₈
	飲食料品小売業	<input type="checkbox"/> ₉
	その他小売業	<input type="checkbox"/> ₁₀
サービス業	飲食店	<input type="checkbox"/> ₁₁
	その他飲食サービス業	<input type="checkbox"/> ₁₂
	協同組合	<input type="checkbox"/> ₁₃

Q2 貴社の資本金をお答えください。(1つ選択)

₁ 5,000万円以下 ₂ 5,000万円超～1億円以下 ₃ 1億円超～3億円以下 ₄ 3億円超

Q3 貴社の常時雇用従業員数をお答えください。(1つ選択)

₁ 50人以下 ₂ 50人超～100人以下 ₃ 100人超～300人以下 ₄ 300人超

Q4 貴社の本社所在地をお答えください。(1つ選択)

<input type="checkbox"/> ₁ 北海道	<input type="checkbox"/> ₁₁ 埼玉県	<input type="checkbox"/> ₂₁ 岐阜県	<input type="checkbox"/> ₃₁ 鳥取県	<input type="checkbox"/> ₄₁ 佐賀県
<input type="checkbox"/> ₂ 青森県	<input type="checkbox"/> ₁₂ 千葉県	<input type="checkbox"/> ₂₂ 静岡県	<input type="checkbox"/> ₃₂ 島根県	<input type="checkbox"/> ₄₂ 長崎県
<input type="checkbox"/> ₃ 岩手県	<input type="checkbox"/> ₁₃ 東京都	<input type="checkbox"/> ₂₃ 愛知県	<input type="checkbox"/> ₃₃ 岡山県	<input type="checkbox"/> ₄₃ 熊本県
<input type="checkbox"/> ₄ 宮城県	<input type="checkbox"/> ₁₄ 神奈川県	<input type="checkbox"/> ₂₄ 三重県	<input type="checkbox"/> ₃₄ 広島県	<input type="checkbox"/> ₄₄ 大分県
<input type="checkbox"/> ₅ 秋田県	<input type="checkbox"/> ₁₅ 新潟県	<input type="checkbox"/> ₂₅ 滋賀県	<input type="checkbox"/> ₃₅ 山口県	<input type="checkbox"/> ₄₅ 宮崎県
<input type="checkbox"/> ₆ 山形県	<input type="checkbox"/> ₁₆ 富山県	<input type="checkbox"/> ₂₆ 京都府	<input type="checkbox"/> ₃₆ 徳島県	<input type="checkbox"/> ₄₆ 鹿児島県
<input type="checkbox"/> ₇ 福島県	<input type="checkbox"/> ₁₇ 石川県	<input type="checkbox"/> ₂₇ 大阪府	<input type="checkbox"/> ₃₇ 香川県	<input type="checkbox"/> ₄₇ 沖縄県
<input type="checkbox"/> ₈ 茨城県	<input type="checkbox"/> ₁₈ 福井県	<input type="checkbox"/> ₂₈ 兵庫県	<input type="checkbox"/> ₃₈ 愛媛県	
<input type="checkbox"/> ₉ 栃木県	<input type="checkbox"/> ₁₉ 山梨県	<input type="checkbox"/> ₂₉ 奈良県	<input type="checkbox"/> ₃₉ 高知県	
<input type="checkbox"/> ₁₀ 群馬県	<input type="checkbox"/> ₂₀ 長野県	<input type="checkbox"/> ₃₀ 和歌山県	<input type="checkbox"/> ₄₀ 福岡県	

II. 輸出への取り組みについて

Q5 貴社は以前農林水産物・食品の輸出をしていたことはありますか。(1つ選択)

₁ 以前日本から輸出をしていたが、現在は輸出をしていない

₂ これまで日本から輸出をしたことがない

III. 農林水産物・食品の輸出について

Q6 農林水産物・食品の輸出に関心がありますか。(1つ選択)

₁ 関心があって、具体的に準備を進めている

₂ 関心はあるが、まだ具体的には何も行っていない

₃ 関心はない

}	Q7～
	Q6-1～

Q6-1 農林水産物・食品の輸出に関心がない理由を教えてください。(複数回答可)

- 1 円高が予想される
- 2 日本食品の人气があまりない
- 3 国内需要の増加
- 4 海外市場の収益性が低い
- 5 国内市場の収益性が高い
- 6 その他()

→ Q6-1 を回答された方はQ21 へ

※Q7～Q9については、Q6 において1または2を回答された方のみお答えください。

Q7 輸出の準備を進めている、もしくは今後輸出をしたいと考えている対象国・地域をお答えください。(複数回答可)

アジア	<input type="checkbox"/> 1 香港	中東	<input type="checkbox"/> 14 サウジアラビア	欧州	<input type="checkbox"/> 27 ドイツ
	<input type="checkbox"/> 2 台湾		<input type="checkbox"/> 15 UAE		<input type="checkbox"/> 28 英国
	<input type="checkbox"/> 3 韓国		<input type="checkbox"/> 16 カタール		<input type="checkbox"/> 29 フランス
	<input type="checkbox"/> 4 中国		<input type="checkbox"/> 17 トルコ		<input type="checkbox"/> 30 イタリア
	<input type="checkbox"/> 5 シンガポール	アフリカ	<input type="checkbox"/> 18 エジプト		<input type="checkbox"/> 31 ロシア
	<input type="checkbox"/> 6 マレーシア	北米	<input type="checkbox"/> 19 米国	その他	<input type="checkbox"/> 32 その他・地域 ()
	<input type="checkbox"/> 7 ブルネイ		<input type="checkbox"/> 20 カナダ		
	<input type="checkbox"/> 8 インドネシア	中南米	<input type="checkbox"/> 21 メキシコ		
	<input type="checkbox"/> 9 タイ		<input type="checkbox"/> 22 ベルー		
	<input type="checkbox"/> 10 ベトナム		<input type="checkbox"/> 23 チリ		
	<input type="checkbox"/> 11 ミャンマー		<input type="checkbox"/> 24 ブラジル		
	<input type="checkbox"/> 12 フィリピン		<input type="checkbox"/> 25 オーストラリア		
	<input type="checkbox"/> 13 インド	大洋州	<input type="checkbox"/> 26 ニューージーランド		

Q8 輸出の準備を進めている、もしくは今後輸出をしたいと考えている品目をお答えください。(複数回答可)

<input type="checkbox"/> 1 水産物(※1)	<input type="checkbox"/> 11 日本酒	<input type="checkbox"/> 21 茶(茶葉、ティーバッグ)(※5)
<input type="checkbox"/> 2 牛肉(※2)	<input type="checkbox"/> 12 焼酎	<input type="checkbox"/> 22 菓子(米菓を除く)
<input type="checkbox"/> 3 豚肉(※2)	<input type="checkbox"/> 13 その他アルコール飲料	<input type="checkbox"/> 23 その他加工食品
<input type="checkbox"/> 4 鶏肉(※2)	<input type="checkbox"/> 14 野菜(※3)	<input type="checkbox"/> 24 調味料類(※6)
<input type="checkbox"/> 5 その他肉類(※2)	<input type="checkbox"/> 15 果実(※3)	<input type="checkbox"/> 25 種苗
<input type="checkbox"/> 6 鶏卵	<input type="checkbox"/> 16 きのこと	
<input type="checkbox"/> 7 牛乳・乳製品	<input type="checkbox"/> 17 木材(※4)	
<input type="checkbox"/> 8 米・包装米飯	<input type="checkbox"/> 18 植木・盆栽	
<input type="checkbox"/> 9 米菓	<input type="checkbox"/> 19 鉢物	
<input type="checkbox"/> 10 清涼飲料水	<input type="checkbox"/> 20 切り花	

- (※1) 水産物を主原料とした加工品を含む。
- (※2) 肉(牛・豚・鶏・その他)を主原料とした加工品を含む。
- (※3) 野菜または果実の加工品(ジャム、フルーツゼリー、ジュース等)を含む。
- (※4) 木材製品や木製の家具、玩具、遊戯用具等を含む。
- (※5) ペットボトル入り緑茶は「10.清涼飲料水」に含まれる。
- (※6) ソース、マスタード、醤油、トマトケチャップ、酢、たれ、つゆ等。香辛料は「23.その他加工食品」に含まれる。

IV. 輸出にあたっての課題・問題点について

Q9 日本の農林水産物・食品の輸出の準備を進める、もしくは今後検討するにあたり、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

- ₁ はい →
 □₂ いいえ →

※以下、Q10～20については、Q9において1を回答された方、つまり農林水産物・食品の輸出にあたり、課題・問題点を感じている方のみお答えください。

Q10 資金調達について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

- ₁ はい → □₂ いいえ →

Q10-1 どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

- ₁ 資金の調達先がわからない
 □₂ 銀行等に融資を依頼したが断られた
 □₃ 銀行等に融資を依頼したが希望額を受け取れなかった
 □₄ 銀行等に融資を依頼したが金利や返済期間等の条件が合わなかった
 □₅ その他()

Q10-2 前述の Q10-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

- 貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q11 現地や日本の制度情報やその運用について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q11-1~11-3へ いいえ → Q12へ

Q11-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

①国・地域	②課題・問題点	情報収集			運用									m. その他				
		a. 現地の制度情報の入手が困難	b. 現地の制度の理解が困難	c. 制度変更が頻繁に行われる	輸入時			通関・手続き			販売							
					d. 検査上、輸出が困難	e. 原発事故関連の規制により、輸出が困難	f. 日本で発給していない証明書が必要なため、輸出が困難	g. 担当官により、通関時の要求事項が異なる	h. 通関に要する時間が長い	i. 添加物規制が日本と異なる	j. 残留農薬規制が日本と異なる	k. 日本の食品安全基準(内容、基準値)と異なる	l. 表示ラベルへの記載が困難					
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	2.台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	3.韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	4.中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	9.タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	13.インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	15.UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	16.カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	17.トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	19.米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
北米	20.カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	21.メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
中南米	22.ペルー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	23.チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
オセアニア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	28.英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	29.フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	30.イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	31.ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
その他	32.その他国・地域()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						

Q11-2 輸入通関や販売にあたり、制度や手続きの相違により、実際に具体的な問題が生じたことがあればお聞かせください。

輸出相手国・地域：()

具体例：()

Q11-3 前述の Q11-1 や Q11-2 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q12 現地のマーケット情報について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q12-1~12-2へ いいえ → Q13へ

Q12-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

①国・地域	②課題・問題点 a. 現地の食習慣(外食の頻度が高い、内食・中食が多い)が分からない	b. 消費トレンド/流行/売れ筋商品が分からない	c. 日本産商品の売れ筋が分からない	d. 消費者の購買・購入目的(贈答用・自家使用)が分からない	e. 日本食材の使用(調理)方法を伝えられない	f. その他
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2.台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	3.韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	4.中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	9.タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
北米	19.米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.ペルー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23.チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
オセアニア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31.ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	32.その他国・地域 ()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q12-2 前述の Q12-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q13 現地市場向けの商品について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

□₁ はい → Q13-1~13-2へ □₂ いいえ → Q14へ

Q13-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点		①国・地域						
		a. 消費者の嗜好(好み)が分からない	b. 現地の消費者が好むパッケージデザインが分からない	c. 現地の消費者が好む容量が分からない	d. 国内販売と同じ賞味期限では、現地輸入許可後の期間が短く、現地の要請に因應されない	e. 商品の販促・PRツールについて、英語または現地語で、商品の特徴が一目で分かるような資料がない	f. 商品の販促・PRツールについて、具体的に記載すべき内容・項目が分からない	g. その他
アジア	1.香港	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁	□ ₁
	2.台湾	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂	□ ₂
	3.韓国	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃	□ ₃
	4.中国	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄	□ ₄
	5.シンガポール	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅	□ ₅
	6.マレーシア	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆	□ ₆
	7.ブルネイ	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇	□ ₇
	8.インドネシア	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈	□ ₈
	9.タイ	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉	□ ₉
	10.ベトナム	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀	□ ₁₀
	11.ミャンマー	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁	□ ₁₁
	12.フィリピン	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂	□ ₁₂
	13.インド	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃	□ ₁₃
中東	14.サウジアラビア	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄	□ ₁₄
	15.UAE	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅	□ ₁₅
	16.カタール	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆	□ ₁₆
	17.トルコ	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇	□ ₁₇
アフリカ	18.エジプト	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈	□ ₁₈
北米	19.米国	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉	□ ₁₉
	20.カナダ	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀	□ ₂₀
中南米	21.メキシコ	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁	□ ₂₁
	22.ペルー	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂	□ ₂₂
	23.チリ	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃	□ ₂₃
南米	24.ブラジル	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄	□ ₂₄
	25.オーストラリア	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅	□ ₂₅
欧州	26.ニュージーランド	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆	□ ₂₆
	27.ドイツ	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇	□ ₂₇
	28.英国	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈	□ ₂₈
	29.フランス	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉	□ ₂₉
	30.イタリア	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀	□ ₃₀
	31.ロシア	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁	□ ₃₁
その他	32.その他国・地域()	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂	□ ₃₂

Q13-2 前述の Q13-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q14 現地での提携相手(ビジネスパートナー)について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q14-1~14-2へ いいえ → Q15へ

Q14-1 ①どの国・地域において、②どの課題・問題点で困難を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点 ①国・地域		a. 提携相手情報がなく売り先を見つげられない	b. 提携相手の主要顧客が分からない	c. 提携相手の取引商品構成や取扱希望商品が分からない	d. 提携相手の取扱商品の価格帯が分からない	e. 提携相手の信用情報が分からない	f. 提携相手が求める現地の取引条件が分からない	g. 提携相手が継続的かつ安定的に取引をしてくれない	h. その他
		アジア	1.香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2.台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	3.韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	4.中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	9.タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
北米	19.米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.ペルー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23.チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
オセアニア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31.ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	32.その他・地域()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q14-2 前述の Q14-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q15 現地における販売について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q15-1~15-2へ いいえ → Q16へ

Q15-1 ①どの国・地域において、②どの課題・問題点で困難を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点		a. 効果的な広報手段・方法が分からない	b. 現地に販売活動のできる自社の営業委員・拠点が存在していない(不足している)ことや、直接現地広報をする段階に至っていない	c. 信頼できる現地広告代理店やディストリビューターが見つからない	d. 流通にかかるマーキング手数料が高い	e. 梱代等のコストが高い	f. 代金回収(決済)に関するトラブルが多い	g. 商品に対するクレームが多い	h. その他
①国・地域	1.香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	アジア	2.台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.韓国		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.中国		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.シンガポール		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.マレーシア		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.ブルネイ		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.インドネシア		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.タイ		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.ベトナム		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.ミャンマー		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.フィリピン		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.インド		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中東		14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
アフリカ	17.トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	18.エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
北米	19.米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.ペルー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23.チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
大洋洲	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31.ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	32.その他・地域()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Q15-2 前述の Q15-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q16 海外ビジネスを担う人材について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q16-1～16-2へ いいえ → Q17へ

Q16-1 どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

<16-1-1 既存人材の活用>

- ₁ 語学力が不足している
₂ 海外ビジネスの経験がなく貿易実務がわからない
₃ 他業務が忙しく海外ビジネスに手が回らない

<16-1-2 新規の日本人人材の雇用>

- ₄ 売上、業績等の向上の効果が不明
₅ 募集は行うものの応募がない(もしくは少ない)

<16-1-3 新規の外国人人材の雇用>

- ₆ 売上、業績等の向上の効果が不明
₇ 募集は行うものの応募がない(もしくは少ない)
₈ 外国人社員の募集の方法が分からない
₉ 将来帰国・転職を希望する者が多く、離職率が高い
₁₀ 外国人の処遇や人事管理の方法が分からない
₁₁ 日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い
₁₂ 日本語能力が求める水準に達していない
₁₃ 組織のビジョンの共有が難しい
₁₄ 就労ビザなど日本の在留許可申請への対応が困難

<16-1-4 その他>

- ₁₅ その他()

Q16-2 前述の Q16-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()

必要な支援:()

Q17 価格競争力について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q17-1~17-2へ いいえ → Q18へ

Q17-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

②課題・問題点 ①国・地域		a. 現地規制への対応経費が高い	b. 輸入関税や諸税が高い	c. マージンが高い	d. 輸送費が高い	e. 小売店での棚代が高い	f. 人件費・P/R費が高い	g. その他
		アジア	1.香港	<input type="checkbox"/> 1				
2.台湾	<input type="checkbox"/> 2		<input type="checkbox"/> 2					
3.韓国	<input type="checkbox"/> 3		<input type="checkbox"/> 3					
4.中国	<input type="checkbox"/> 4		<input type="checkbox"/> 4					
5.シンガポール	<input type="checkbox"/> 5		<input type="checkbox"/> 5					
6.マレーシア	<input type="checkbox"/> 6		<input type="checkbox"/> 6					
7.ブルネイ	<input type="checkbox"/> 7		<input type="checkbox"/> 7					
8.インドネシア	<input type="checkbox"/> 8		<input type="checkbox"/> 8					
9.タイ	<input type="checkbox"/> 9		<input type="checkbox"/> 9					
10.ベトナム	<input type="checkbox"/> 10		<input type="checkbox"/> 10					
11.ミャンマー	<input type="checkbox"/> 11		<input type="checkbox"/> 11					
12.フィリピン	<input type="checkbox"/> 12		<input type="checkbox"/> 12					
13.インド	<input type="checkbox"/> 13		<input type="checkbox"/> 13					
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/> 14						
	15.UAE	<input type="checkbox"/> 15						
	16.カタール	<input type="checkbox"/> 16						
	17.トルコ	<input type="checkbox"/> 17						
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/> 18						
北米	19.米国	<input type="checkbox"/> 19						
	20.カナダ	<input type="checkbox"/> 20						
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/> 21						
	22.ペルー	<input type="checkbox"/> 22						
	23.チリ	<input type="checkbox"/> 23						
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/> 24						
オセアニア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/> 25						
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/> 26						
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/> 27						
	28.英国	<input type="checkbox"/> 28						
	29.フランス	<input type="checkbox"/> 29						
	30.イタリア	<input type="checkbox"/> 30						
	31.ロシア	<input type="checkbox"/> 31						
その他	32.その他国・地域 ()	<input type="checkbox"/> 32						

Q17-2 前述の Q17-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

Q18 競合品(競合国)について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q18-1へ いいえ → Q19へ

Q18-1 ①どの国・地域において、②どの競合企業がありますか。また、③強みは、各競合企業について、下の<競合企業の強み・選択肢>の中から最大3つまで、該当するアルファベットをご記入ください。

①国・地域	②競合企業								③強み・競合の合		
	企業 a. 香港	企業 b. 韓国	企業 c. 中国	企業 d. 米国	企業 e. 日本	企業 f. 地域	() の 国・地域 企業 番号	その他	A	E	I
記入例	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
アジア	1. 香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	2. 台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	3. 韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	4. 中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	5. シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	6. マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	7. ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	8. インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	9. タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	10. ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	11. ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	12. フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	13. インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
中東	14. サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	15. UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	16. カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	17. トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
アフリカ	18. エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
北米	19. 米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	20. カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
中南米	21. メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	22. ベルギー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	23. チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
オセアニア	24. ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	25. オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
オセアニア	26. ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	27. ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
欧州	28. 英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	29. フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	30. イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	31. ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
他	32. その他・地域 ()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

<競合企業の強み・選択肢>

A 価格	G 購買・調達ルート
B 品質の高さ	H 広告・宣伝力
C ブランド力	I 人材
D 製品の豊富さ	J 自国政府の輸出・海外進出支援
E 現地の嗜好に合わせた味、パッケージ	K その他()
F 流通・販売ルート	

Q19 製品・ブランドの認知度について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q19-1~19-2へ いいえ → Q20へ

Q19-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

①国・地域		②課題・問題点		d. その他 ()
		低い の 認知度 が	低い の 認知度 が	
		a. 自社の製 品・ブラン ドの認 知度が	b. 他国産 の製 品・ブラン ドと混 同さ れる	c. 日本 の他 国産 の製 品・ブラン ドと混 同さ れる
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁
	2.台湾	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂
	3.韓国	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃
	4.中国	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈
	9.タイ	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₀
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₁
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₂
	13.インド	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₃
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₄
	15.UAE	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₅
	16.カタール	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₆
	17.トルコ	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₇
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₈
北米	19.米国	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₁₉
	20.カナダ	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₀
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₁
	22.ペルー	<input type="checkbox"/> ₂₂	<input type="checkbox"/> ₂₂	<input type="checkbox"/> ₂₂
	23.チリ	<input type="checkbox"/> ₂₃	<input type="checkbox"/> ₂₃	<input type="checkbox"/> ₂₃
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/> ₂₄	<input type="checkbox"/> ₂₄	<input type="checkbox"/> ₂₄
オセアニア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/> ₂₅	<input type="checkbox"/> ₂₅	<input type="checkbox"/> ₂₅
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/> ₂₆	<input type="checkbox"/> ₂₆	<input type="checkbox"/> ₂₆
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/> ₂₇	<input type="checkbox"/> ₂₇	<input type="checkbox"/> ₂₇
	28.英国	<input type="checkbox"/> ₂₈	<input type="checkbox"/> ₂₈	<input type="checkbox"/> ₂₈
	29.フランス	<input type="checkbox"/> ₂₉	<input type="checkbox"/> ₂₉	<input type="checkbox"/> ₂₉
	30.イタリア	<input type="checkbox"/> ₃₀	<input type="checkbox"/> ₃₀	<input type="checkbox"/> ₃₀
	31.ロシア	<input type="checkbox"/> ₃₁	<input type="checkbox"/> ₃₁	<input type="checkbox"/> ₃₁
その他	32.その他国・地域 ()	<input type="checkbox"/> ₃₂	<input type="checkbox"/> ₃₂	<input type="checkbox"/> ₃₂

Q19-2 前述の Q19-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
必要な支援:()

Q20 物流について、課題・問題点を感じますか。(1つ選択)

はい → Q20-1~20-2へ いいえ → Q21へ

Q20-1 ①どの国・地域において、②どの点で課題・問題点を感じますか。(複数回答可)

①国・地域		②課題・問題点				
		a. 輸出先での物流ルートが整っていない	b. 輸出先でのコールドチェーン(※)が整っていない	c. 時間がかかる	d. 物流コストが高い	e. その他
アジア	1.香港	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2.台湾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	3.韓国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	4.中国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	5.シンガポール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	6.マレーシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	7.ブルネイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	8.インドネシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	9.タイ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.ベトナム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.ミャンマー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	12.フィリピン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.インド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中東	14.サウジアラビア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.UAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.カタール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.トルコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
アフリカ	18.エジプト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
北米	19.米国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.カナダ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中南米	21.メキシコ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.ペルー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23.チリ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.ブラジル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
オセアニア	25.オーストラリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	26.ニュージーランド	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
欧州	27.ドイツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.英国	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.フランス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.イタリア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31.ロシア	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	32.その他国・地域()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(※)コールドチェーン:低温管理を必要とする製品を出荷から最終消費地まで冷蔵または冷凍状態を維持し、品質を保ったまま流通させる物流方式。

Q20-2 前述の Q20-1 を解決するための貴社の取り組みや必要な支援をお聞かせください。

貴社の取り組み:()
 必要な支援:()

V. ジェトロ事業について

ジェトロは、諸外国との貿易・投資を振興する機関で、農林水産物・食品の輸出促進への支援も主な業務として行っています。

以下の設問では、輸出のきっかけ、ジェトロの実施している事業、調査等についてお伺いします。

回答結果は、内部で活用させていただきます（一部を公表させて頂く場合があります）。

Q21 ジェトロは、日本の農林水産物・食品の輸出に関する海外情報を幅広く提供したり、様々な支援事業を実施していますが、利用されたことがありますか。（1つ選択）

1. 利用した(見た)ことがある → Q21-1～21-4へ

2. 知っているが、実際に利用した(見た)ことはない

3. 知らない

Q22(VI.TPPの活用について)へ

Q21-1～Q21-4については、ジェトロを利用したことがある方にお伺いします。

Q21-1 どのサービスをご利用されましたか。（複数回答可）

1. ウェブサイト 2. 調査レポート 3. セミナー 4. ビジネスライブラリー

5. 相談窓口(電話、メール、面談など) 6. 国内商談会 7. 海外商談会

8. 展示会 9. その他()

Q21-2 ジェトロの情報や事業は役に立ちましたか。（1つ選択）

1. 役に立った 2. まあ役に立った 3. あまり役に立たなかった 4. 役に立たなかった

Q21-3 ジェトロの情報や事業は、輸出を手がけたり、新規市場を獲得したりした等のきっかけになりましたか。（1つ選択）

1. はい 2. いいえ

Q21-4 今後、どのような海外情報・支援の提供を希望しますか。

対象国:()

テーマ・支援内容:()

VI. TPPの活用について

Q22 TPP を活用した農林水産物・食品の輸出に関心がありますか。(1つ選択)

- ₁ ある → [Q22-1～22-3へ](#)
 □₂ ない → [質問項目は以上となります](#)

Q22-1～22-3については、TPPの活用に関心がある方にお伺いします。

Q22-1 TPP を活用した農林水産物・食品の輸出に関心がある理由を教えてください。

(複数選択可)

- ₁ 関税が撤廃されるから
 □₂ 貿易が円滑化・アクセスが改善されるから
 □₃ サービス・投資分野の外資規制が緩和・撤廃されるから
 □₄ 知的財産権が保護されるから
 □₅ その他()

Q22-2 TPP 加盟国の中で関心国はどこですか。(複数回答可)

- ₁ オーストラリア
 □₂ ブルネイ
 □₃ カナダ
 □₄ チリ
 □₅ マレーシア
 □₆ メキシコ
 □₇ ニュージーランド
 □₈ ペルー
 □₉ シンガポール
 □₁₀ 米国
 □₁₁ ベトナム

Q22-3 TPP 加盟国が拡大した場合、今後の輸出先として期待できる国・地域はどこですか。

対象国・地域: ()

質問項目は以上です。ご多忙のところご協力いただき、誠にありがとうございました。

差し支えなければ、ご回答者様の情報をご記入ください。別途、ヒアリングのお願いをさせていただく場合がございます。

E-Mail アドレスをご記入いただいた方には、本調査の調査結果を掲載したウェブサイトの URL をご案内いたします。

貴社名			
部 課 名		役 職	
氏 名		電 話 番 号	
会 社 住 所	〒		
E-Mail アドレス			

農林水産物・食品関連企業への輸出に関するアンケート調査

2017年2月作成

日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部 農林水産・食品課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
Tel. 03-3582-5186

禁無断転載