

千葉県内企業の海外ビジネスに関する実態調査

調査結果のポイント

平成 23 年 3 月

日本貿易振興機構千葉貿易情報センター

ちば海外ビジネスサポートセンター

○本編は、「千葉県内企業の海外ビジネスに関する実態調査」の結果から、ポイントを抜粋したものです。

■調査の概要

1. 趣 旨

・海外ビジネス(輸出入等)を実施している又は、強い関心を示している千葉県内企業を対象に海外ビジネスの実態を明らかにするとともに、千葉県及びジェトロで実施している海外ビジネス展開に向けた各種支援サービスに対する意識について調査を実施し、今後の各種支援施策の基礎資料とするもの。

2. 調査の方法

- (1) 調査時期 平成 23 年 2 月～3 月
(本調査は、東日本大震災の発生前に回収を終えており、震災の影響は考慮されていない)
- (2) 調査対象 千葉県内において、海外ビジネスを実施している又は強い関心を示している事業者。
- (3) 調査方法 書面調査(調査票郵送によるアンケート方式)
- (4) 回答結果 配付：1,027 社、回収：359 社、回収率：35.0%

3. 調査項目

- 属 性 ○「海外取引勉強会」について
○「輸出入取引」について ○「公的機関に望む海外支援策」について
○「海外投資」について ○「海外取引DB」について
○「海外ビジネス全般」について ○「TTTP」について

(注) 集計について

*本調査における集計は、原則として全回答先である 359 社を母数として行っているが、回答先を限定して回答を求めた設問については、その限定した企業数を母数としている。また、輸出入取引別のクロス集計については、輸出入を行っているとは回答した企業 311 社を母数として、集計を行っている。

- *SA：単一回答形式(選択肢の中から 1 つを選択してもらう設問)
MA：複数回答形式(選択肢の中から複数を選択してもらう設問)

■回答企業の属性

(1) 業種

	企業数	比率 (%)
製造業	141	39.3
非製造業	211	58.8
無回答	7	1.9
総 計	359	100.0

食品・農水産加工品	24	6.7
繊維・衣服・繊維製品	8	2.2
木材・木製品、紙・パルプ	2	0.6
ゴム・皮革	3	0.8
化学医薬品、プラスチック製品	16	4.5
一般機械器具	9	2.5
電気機械器具	7	1.9
鉄鋼、非鉄、金属製品	23	6.4
輸送機械器具	3	0.8
精密機械器具	10	2.8
その他製造業	36	10.0
商社・卸売業	158	44.0
小売業	23	6.4
運輸業	4	1.1
建設業	3	0.8
通信・ソフトウェア業	6	1.7
金融・保険業	1	0.3
その他非製造業	16	4.5
無回答	7	1.9
総 計	359	100.0

(2) 規模

	企業数	比率 (%)
中小企業	341	95.0
大企業	10	2.8
無回答	8	2.2
総 計	359	100.0

(3) 資本金

	企業数	比率 (%)
1千万円以下	181	50.4
5千万円以下	119	33.1
1億円以下	32	8.9
3億円以下	12	3.3
3億円超	11	3.1
無回答	4	1.1
総 計	359	100.0

(4) 従業員数

	企業数	比率 (%)
5人以下	147	40.9
6～20人	95	26.5
21～50人	61	17.0
51～100人	19	5.3
101～300人	22	6.1
301人以上	11	3.1
無回答	4	1.1
総 計	359	100.0

(5) 創業年数

	企業数	比率 (%)
5年以下	28	7.8
10年以下	43	12.0
30年以下	150	41.8
30年超	125	34.8
無回答	13	3.6
総 計	359	100.0

1. 輸出入取引の実施状況

(SA、n=328～輸出入取引を「実施している」と回答した企業)

【ポイント】

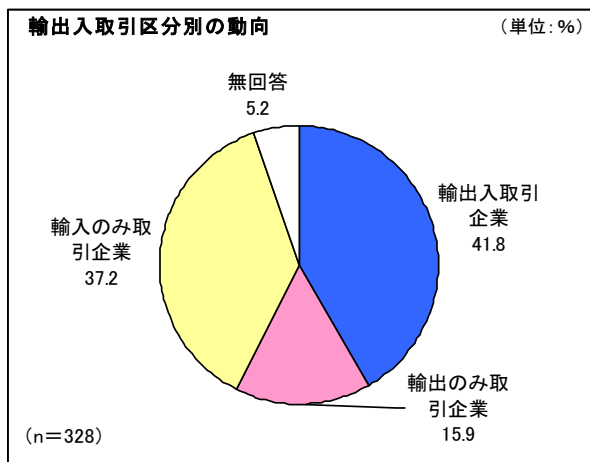
- 輸出取引・輸入取引を行っている回答先のうち、4割強が輸出・輸入とも実施。輸出取引のみは2割弱で、輸入取引のみは4割弱。
- 輸出取引のみを行っている企業では製造業、輸入取引のみを行っている企業では非製造業が多い。

対象先を「輸出取引・輸入取引とも行っている企業（以下、「輸出入取引企業」という）、「輸出取引のみを行っている企業」、「輸入取引のみを行っている企業」の3つに区分してみると、両方を行っている「輸出入取引企業」は41.8%、輸出取引のみを行っている企業は15.9%、輸入取引のみ行っている企業は37.2%であった。

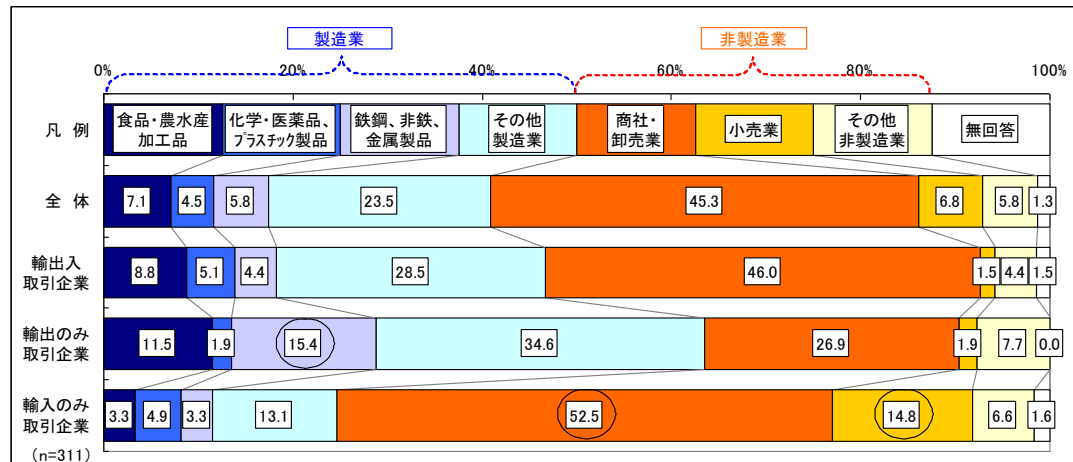
対象先全体を業種別で見ると、商社・卸売業が45.3%と最も多く、これを含む非製造業が6割近くを占め、4割強の製造業を上回っている。

輸出入取引の3区分別の業種の動向を見ると、輸出のみを行っている企業で製造業が多く、逆に輸入のみを行っている企業で非製造業が多いことがはっきりと見てとれる。細かい業種別で見ると、輸出のみ取引企業で「鉄鋼・非鉄・金属製品」、輸入のみ取引企業で「商社・卸売業」「小売業」の比率が高いことが目立っている。

◆輸出入取引の実施状況（形態別区分・単純集計）



◇輸出入取引別の業種の動向



2. 輸出入取引上の問題点

(MA、n=328～輸出入取引を「実施している」と回答した企業)

【ポイント】

○4割以上の企業が「為替リスク」「物流経費が高い」を問題点として指摘している。

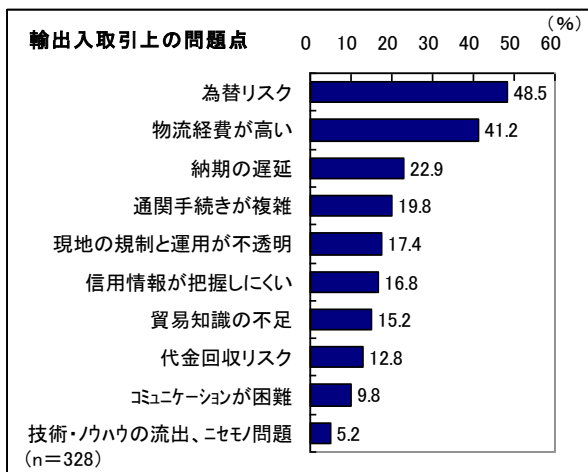
問題点としては、「為替リスク」と「物流経費が高い」が他と比較して突出しており、回答企業が輸出入取引を行う上でこの2つを大きな問題と考えていることが分かる。「為替リスク」に関しては、急激な円高の進行など、最近の為替相場の動向が影響していると考えられる。

近年話題にのぼることが多い「技術・ノウハウの流出、ニセモノ問題」を問題点としてあげる企業は少ないが、これは回答企業では製造業より非製造業の比率が高いことが影響しているものと推察される。

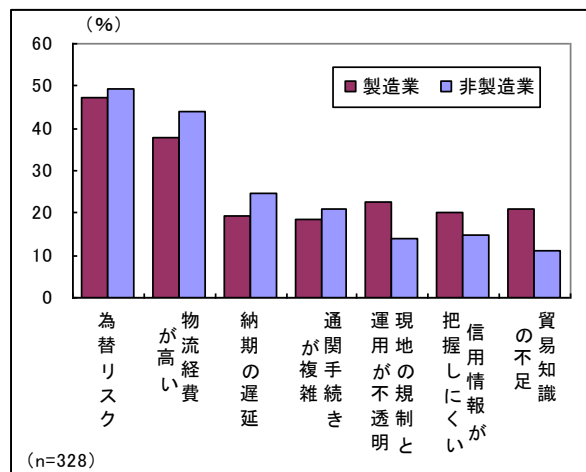
製造業／非製造業別では、製造業で「現地の規制と運用が不透明」「貿易知識の不足」、非製造業で「物流経費が高い」「納期の遅延」などが問題点として多くあげられている。

輸出入取引別では、輸出入取引企業及び輸入のみ取引企業で「為替リスク」「物流経費が高い」を指摘する声が多い。また、輸出のみ取引企業で「現地の規制と運用が不透明」、輸入のみ取引企業では「納期の遅延」の比率が特に高くなっている。

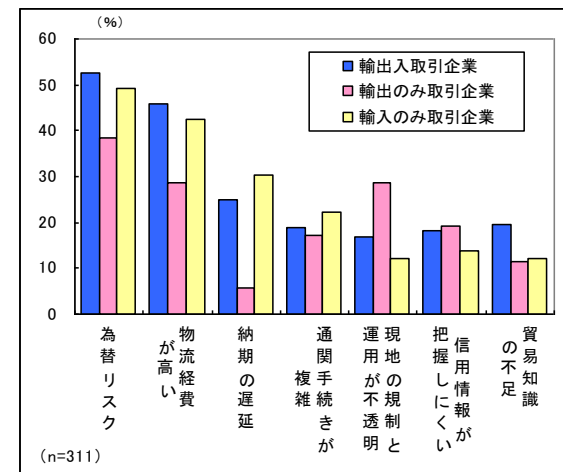
◆輸出入取引上の問題点（単純集計）



◇製造業／非製造業別動向



◇輸出入取引別動向



3. 輸出取引（直接輸出）の相手国

(SA、n=328～輸出入取引を「実施している」と回答した企業)

【ポイント】

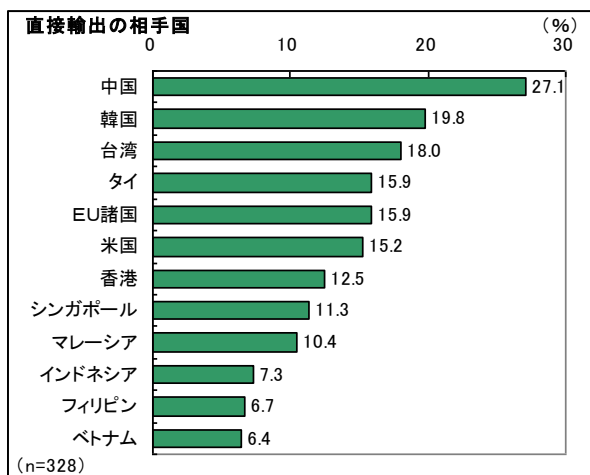
- 直接輸出取引の相手国は中国が最も多い。韓国、台湾がこれに続いている。
- 中国、タイ、米国向けの輸出は製造業で多い。EU 諸国向けの輸出は、商社・卸売業の比率が高い。
- 「為替リスク」を問題と指摘する比率は、EU 諸国を輸出先とする企業で特に高くなっている。

直接輸出取引を行っている相手国としては、中国の比率が最も高く、以下韓国、台湾、タイとアジア各国がこれに続いている。

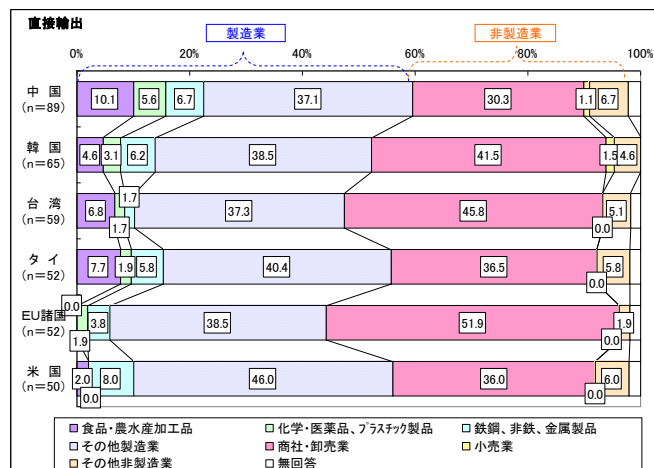
主な国について、その国に対して直接輸出を行っている企業全体を 100%として、業種で見ると、中国やタイ、米国で食品・農水産加工品などの製造業が多いことが目立つ。一方 EU 諸国では、他の国に比べ商社・卸売業の比率が高い。

直接輸出を行っている企業があげた問題点を相手国別に見ると、各国とも「為替リスク」の比率が高いが、本調査が行われた時期に円・ユーロ相場の動きが大きかったことの影響等により、EU 諸国で特に比率が高くなっている。また、「物流経費が高い」がタイで、「納期の遅延」が中国で高いことなども目立っている。

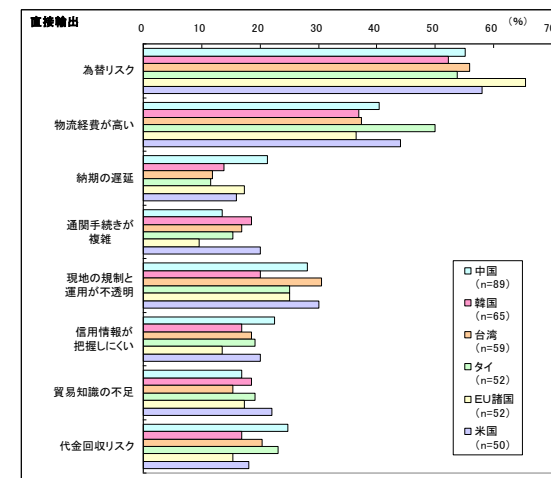
◆直接輸出取引の相手国



◆国別主な業種の全体構成比



◆直接輸出相手国別の問題点



4. 輸入取引（直接輸入）の相手国

(SA、n=328～輸出入取引を「実施している」と回答した企業)

【ポイント】

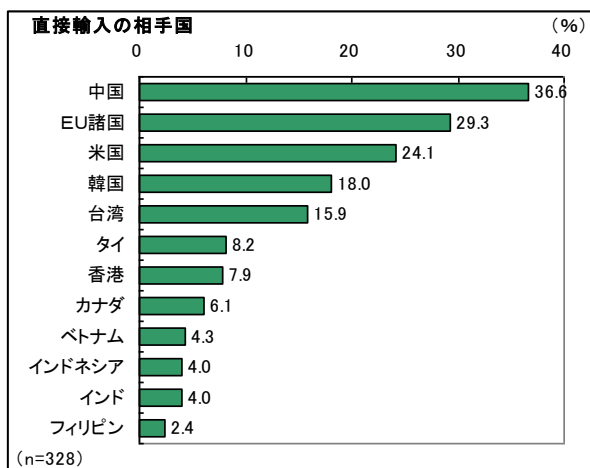
- 直接輸入取引の相手国も中国が最も多い。EU 諸国、米国がこれに続いている。
- 全体的には商社・卸売業が多いが、台湾からの輸入は、商社・卸売業が特に多い。タイからの輸入では、製造業が多い特徴が見られる。
- 米国、EU 諸国、台湾からの輸入企業で、特に「為替リスク」が問題と認識されている。

直接輸出と同様に、直接輸入取引の相手国としても中国の比率が最も高く、EU 諸国、米国がこれに続いている。中国を除くと「直接輸出」では韓国、台湾などの東アジアが、「直接輸入」では EU 諸国、米国と欧米が多いという傾向が見られる。

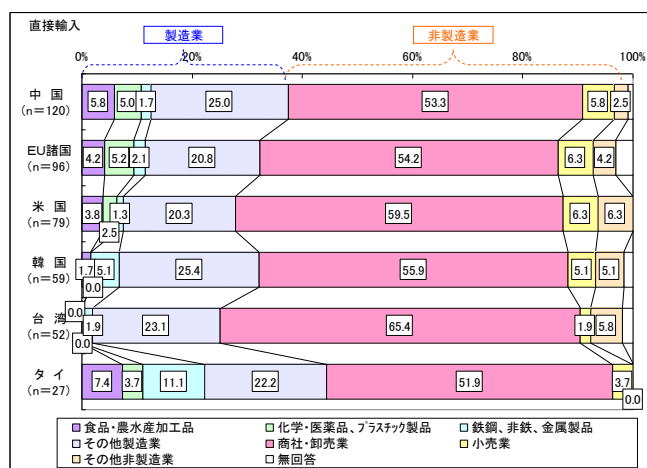
主な国について、その国から直接輸入を行っている企業全体を 100%として、業種を細かく見てみると、各国とも商社・卸売業が多い中で、特に台湾でその比率が高いことが分かる。国別に見ると、タイで食品・農水産加工品、鉄鋼・非鉄・金属製品などの製造業の比率が高いという、他の国と異なる様相を示していることが目立っている。

直接輸入を行っている企業があげた問題点を相手国別に見ると、米国、EU 諸国、台湾で「為替リスク」の比率が高くなっている。またタイで「通関手続きが複雑」「現地の規制と運用が不透明」「信用情報が把握しにくい」など、他の国と比較して比率が高い項目が多いことが目立つ。

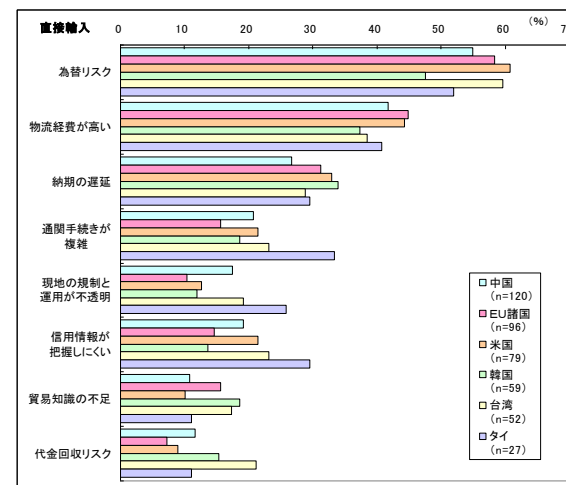
◆直接輸入取引の相手国



◆国別主な業種の全体構成比



◆直接輸入相手国別の問題点



5. 海外投資の実施状況と行う理由

(SA、n=359~全先)

【ポイント】

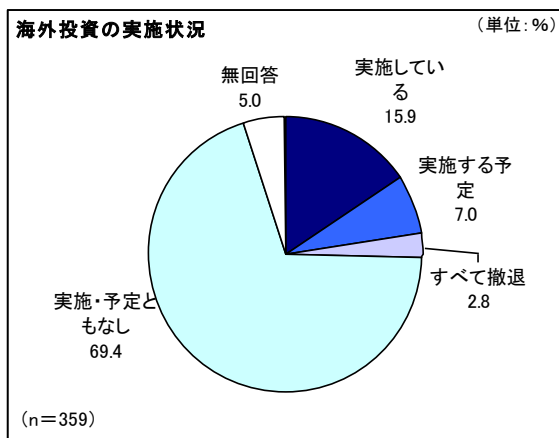
- 「実施している」企業が約 15.9%。7割弱が「実施・予定ともなし」と回答。
- 実施している比率は、製造業が非製造業を大きく上回っている。
- 投資を実施している先のうち、約5割が「現地市場の開拓・拡大」、約4割が「コスト低減」をその理由としてあげている。

海外投資については、「実施している」企業は 15.9%、今後予定している先は 7.0%で、両者の合計でも 22.9%にとどまっている。7割弱が「実施・予定ともなし」と回答している。

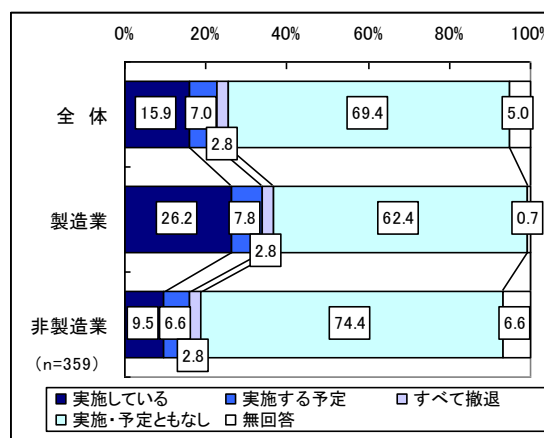
製造業／非製造業別では、製造業で「実施している」比率が高く、非製造業と比較して海外に生産拠点、販売拠点などを設置している企業が多いことが分かる。

海外投資を行う理由としては、「現地市場の開拓・拡大」を半数以上があげており、投資を行うことによる市場開拓に重点を置いている企業が多いことがうかがわれる。「コスト低減」が 40.2%とこれに続いている。一方、「為替リスクの回避」の比率は低い。輸出入上の問題点としてトップだった「為替リスク」だが、海外投資は直接的には対応策と考えられていないことが分かる。

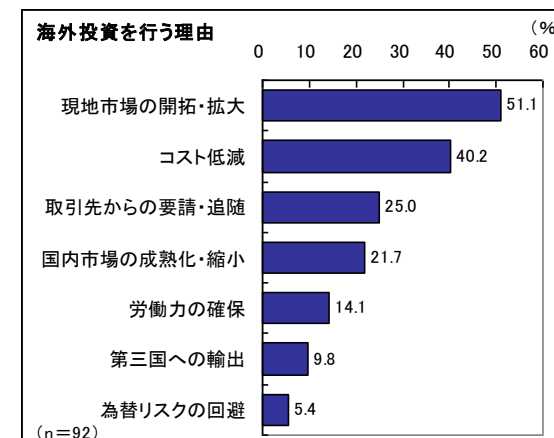
◆海外投資の実施状況



◇製造業／非製造業別動向



◆海外投資を行う理由



6. 海外ビジネス担当者の有無

(SA、n=359~全先)

【ポイント】

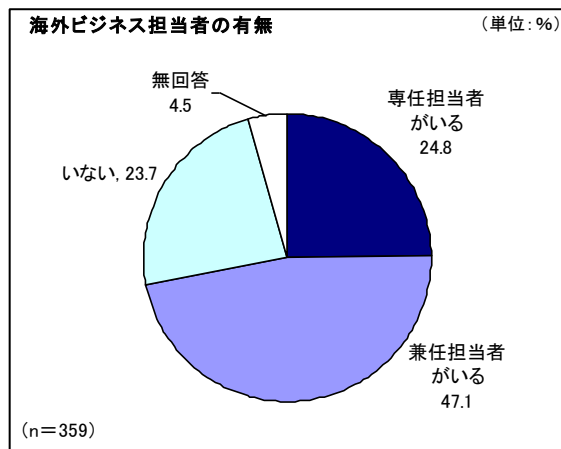
- 「担当者がいる」との回答は7割強だが、「専任担当者」よりも「兼任担当者」の比率の方が高い。
- 輸出・輸入の両方を行っている企業の方が、輸出・輸入いずれかのみを行っている企業より「担当者がいる」比率が高い。

「担当者がいる」と回答した企業は全体の71.9%で、そのうち47.1%が「兼任担当者がいる」と回答、「専任担当者がいる」は24.8%にとどまっている。担当者が「いない」との回答も2割以上を占めており、輸出入取引に関する人員配置が十分ではない企業も少なくないことがうかがわれる。

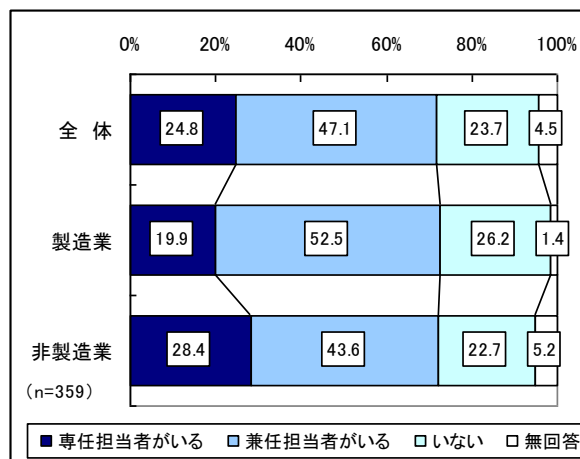
業種別では非製造業で「専任担当者がいる」比率がやや高くなっている。

輸出入取引別では、相対的に業務が多いと考えられる輸出入取引企業で、輸出・輸入いずれかのみを行っている企業より担当者がいる比率が高くなっている。輸入のみ取引企業は特に専任担当者がいる比率が低い。輸出取引のみ、輸入取引のみの企業と比較すると、輸出入取引企業は相対的に海外取引に関する体制が整っているものと考えられる。

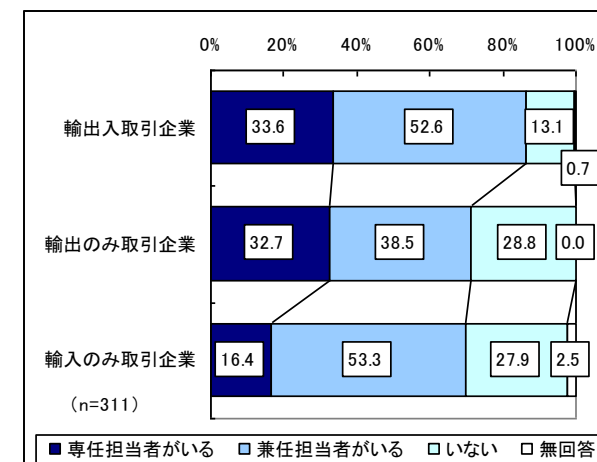
◆海外ビジネス担当者の有無（単純集計）



◇製造業／非製造業別動向



◇輸出入取引別動向



7. 海外ビジネス関連現地情報の入手先

(SA、n=359~全先)

【ポイント】

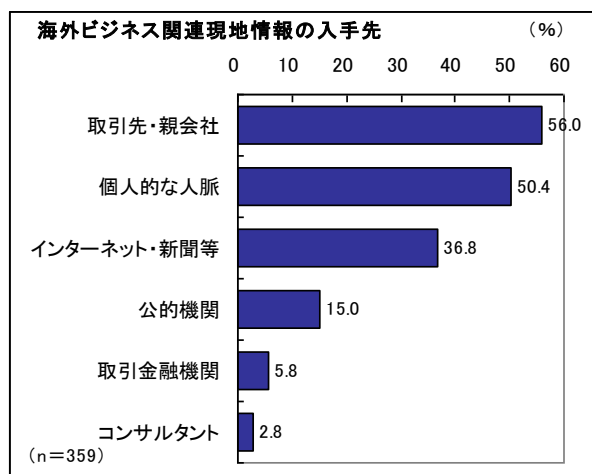
- 「取引先・親会社」との回答が最も多く、「個人的な人脈」「インターネット・新聞等」が続いている。
- 製造業で「公的機関」、非製造業で「個人的な人脈」との回答が特に多い。
- 輸出・輸入両方を行っている企業で「取引先・親会社」、輸出取引のみを行っている企業で「公的機関」との回答が多い。

現地の情報については「取引先・親会社」から入手するとの回答が56.0%と最も多く、「個人的な人脈」が50.4%と続いている。現地情報の収集に関して、企業は主に日常の接点が多い先から得ているといえる。「コンサルタント」や「取引金融機関」をあげる回答は少なく、これらは現地情報入手先として認識されていないことが分かる。「公的機関」から入手する企業も15.0%と一定の割合を占めている。

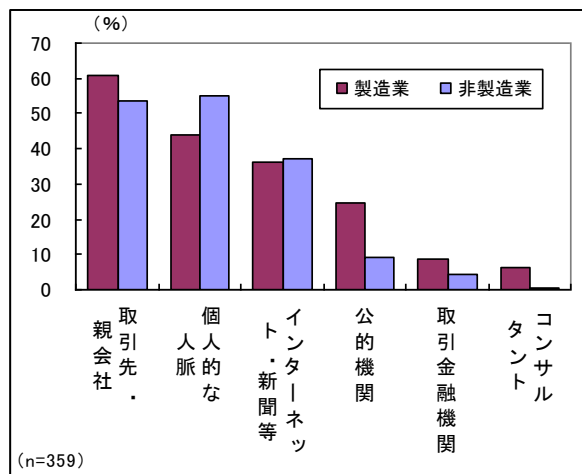
製造業／非製造業別では、製造業で「公的機関」の比率が高くなっている。製造業で公的機関が活用されているといえるが、逆に非製造業では公的機関が十分に活用されていないともいえる。非製造業では属人的な「個人的な人脈」の比率が高くなっており、今後は公的機関の利用も含めた幅広い取組みが求められる。

輸出入取引別では、両方とも行っている輸出入取引企業は「取引先・親会社」「インターネット・新聞等」などで、輸出・輸入いずれかのみ企業より比率が高く、多様な先から情報を入手できる環境を有しているといえる。輸出のみ取引企業で「公的機関」の回答が多いことも目立つ。

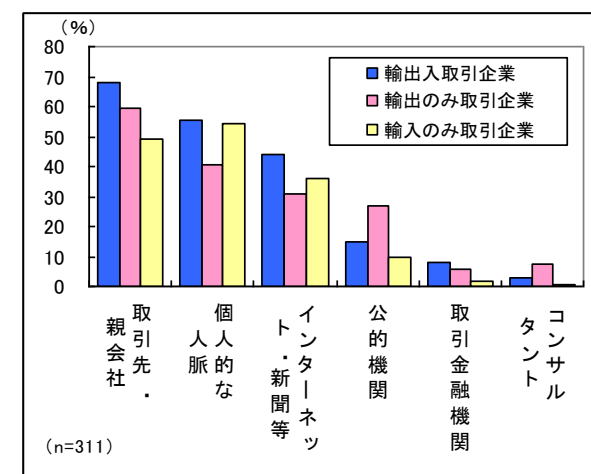
◆海外ビジネス関連現地情報の入手先（単純集計）



◇製造業／非製造業別動向



◇輸出入取引別動向



8. トラブル発生時の対応方法

(SA、n=359～全先)

【ポイント】

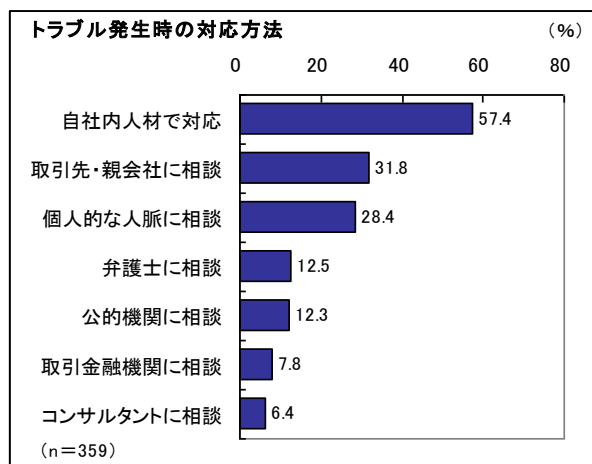
- 「自社内人材で対応」との回答が6割弱と突出している。
- 非製造業で「個人的な人脈に相談」との回答が多い。
- 輸出・輸入両方を行っている企業で「自社内人材で対応」との回答が多い。

トラブル発生時の対応方法としては「自社内人材で対応」とした企業が57.4%と突出しており、外部に依存せず、自助努力で対応している企業が多いことが分かる。その他では、「海外ビジネス関連現地情報の入手先」の設問でも上位にきていた「取引先・親会社」「個人的な人脈」に相談するとの比率が高くなっている。「コンサルタント」や「取引金融機関」の比率はここでも低く、これらはトラブル発生時の相談先としての認識も高くないことが分かる。12.3%の企業が「公的機関に相談」と回答している。

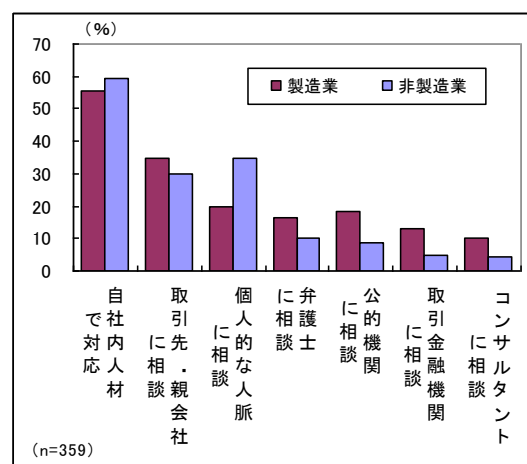
製造業／非製造業別では、製造業で取引先・親会社、弁護士、公的機関、取引金融機関に相談するとした比率が非製造業をやや上回っている。非製造業では「個人的な人脈に相談」をあげる企業が多く、製造業と比較して社外の相談先が十分確保されていないことがうかがわれる。

輸出入取引別では、輸出入取引企業で「自社内人材で対応」の比率が高く、相対的に見て、社内での対応力が具備されていることが見てとれる。また、輸出のみ取引企業で「取引先・親会社に相談」の比率が高いことも目立っている。

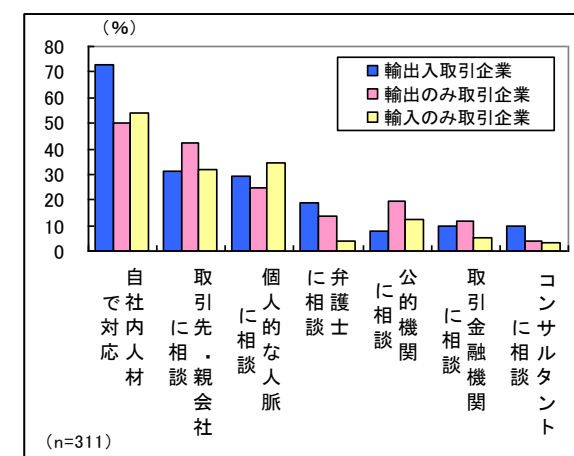
◆トラブル発生時の対応方法（単純集計）



◇製造業／非製造業別動向



◇輸出入取引別動向



9. 公的機関に望む海外支援策

(SA、n=359～全先)

【ポイント】

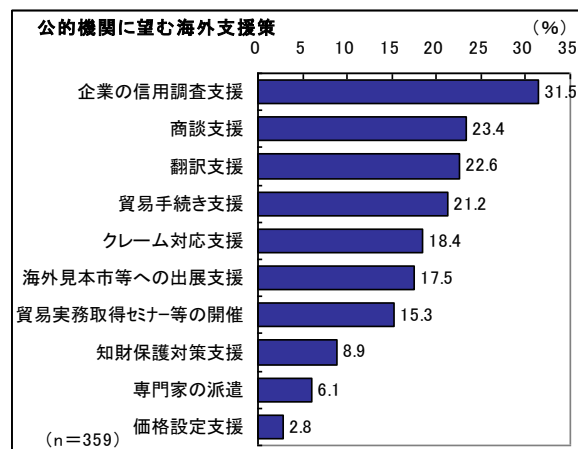
- 「企業の信用調査支援」が最も多く、「商談支援」「翻訳支援」「貿易手続き支援」がこれに続いている。
- 多くの項目で製造業の比率が非製造業よりも高い。特に「翻訳支援」「貿易実務取得セミナー等の開催」でその差異が大きい。

公的機関に望む支援策としては、「企業の信用調査支援」が31.5%で最も多く、「商談支援」「翻訳支援」「貿易手続き支援」がこれに続いている。公的機関としては、こうしたニーズを把握の上、適切に対処していくことが求められる。一方、「価格設定支援」「専門家の派遣」「知財・保護対策支援」を望む声は、相対的に低くなっている。

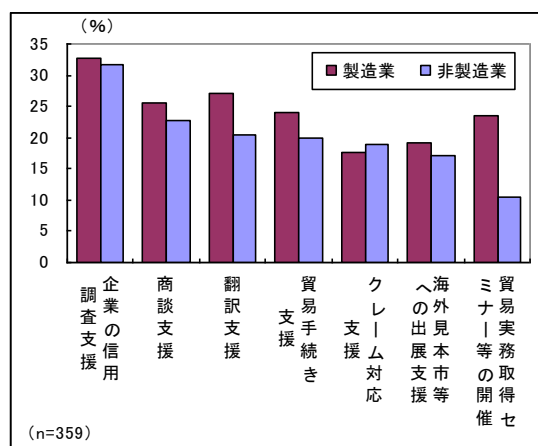
製造業／非製造業別では、多くの項目で製造業の比率が非製造業よりも高く、製造業で公的機関の支援策に対する期待が大きいことがうかがわれる。特に「翻訳支援」「貿易実務取得セミナー等の開催」などでその傾向が強い。製造業のこうした声に対応していくとともに、非製造業に対する公的機関の認知度の向上、活用の促進を図っていくことが今後の課題といえる。

輸出入取引別では、輸出入取引企業で「企業の信用調査支援」を求める声が高くなる。輸出のみ取引企業では「翻訳支援」、輸入のみ取引企業では「貿易手続き支援」などの比率が高くなっている。

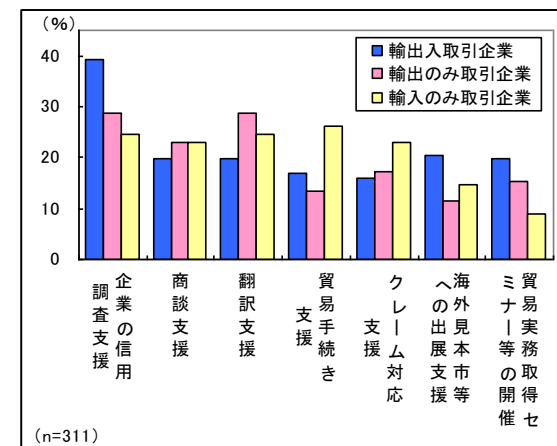
◆公的機関に望む海外支援策（単純集計）



◇製造業／非製造業別動向



◇輸出入取引別動向



千葉県内企業の海外ビジネスに関する実態調査
調査結果のポイント

平成 23 年 3 月

発行：日本貿易振興機構 千葉貿易情報センター

ちば海外ビジネスサポートセンター

千葉市美浜区中瀬 2-6-1 WBG マリブイースト 23 階

TEL：043-271-4100

調査委託：株式会社ちばぎん総合研究所