

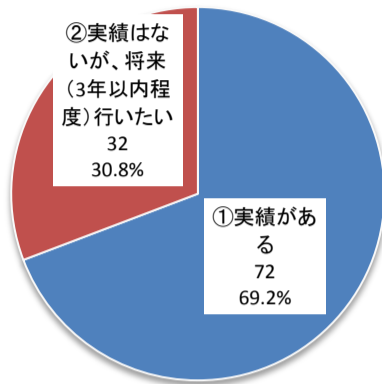
I . 全体概要

全体概要

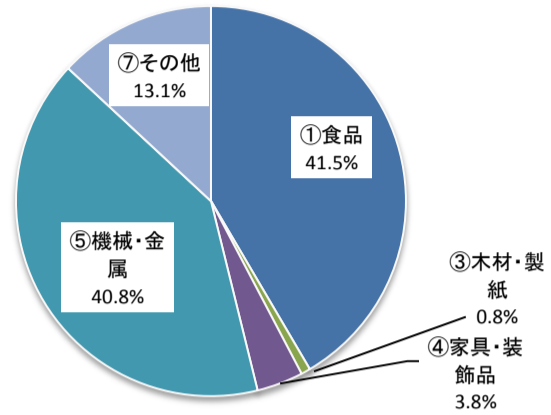
1.貿易について(輸出)

「輸出の実績がある」と答えた企業は72社、実績はないが、将来(3年以内程度)行いたい」と答えた企業は32社であった。品目別には、輸出件数のうち食品が41.5%、機械・金属が40.8%であった。地域別では、アジアが全体件数の69.1%を占め最も多く、欧州が11.0%と続いた。国別には、中国28件(26.9%)、タイ14件(13.5%)、台湾13件(12.5%)が上位3カ国となった。

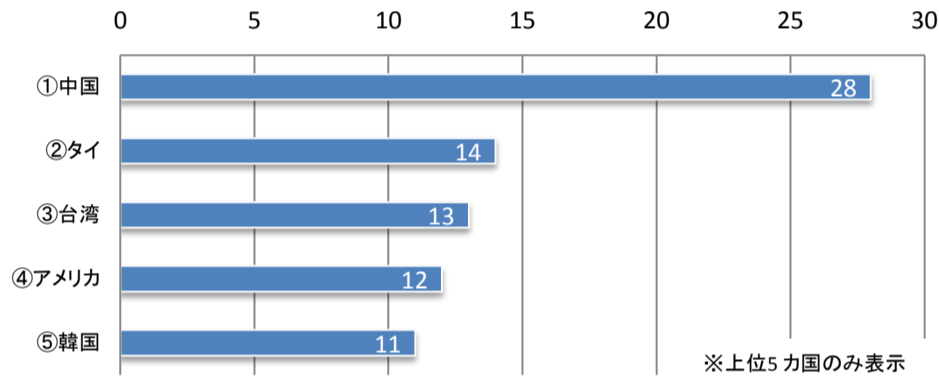
2013年(1~12月)の輸出実績
および今後の予定



品目別輸出(件数ベース)

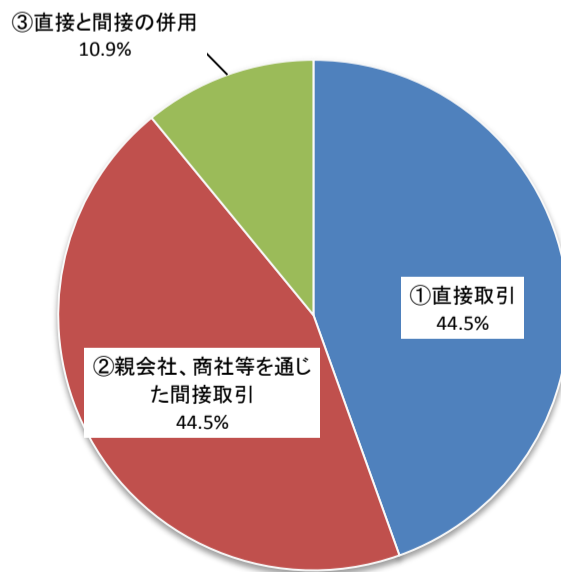


国別輸出



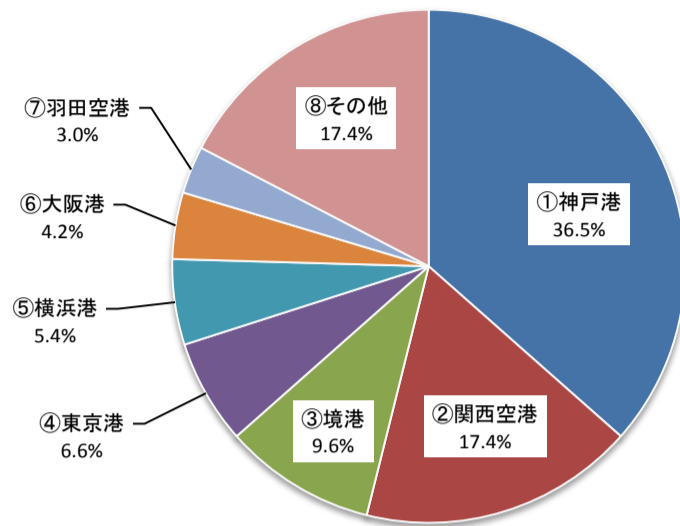
現行の輸出取引形態については、件数は「直接取引」が44.5%、「親会社、商社等を通じた間接取引」が44.5%、「直接取引と間接取引の併用」が10.9%であった。

現行の輸出取引形態



輸出時に利用する港湾・空港で上位に挙げられたのは、神戸港(36.5%)、関西空港(17.4%)、境港(9.6%)等であった。主要港・空港の利用理由としては、神戸港では「便数が多い」、関西空港・境港は「取引商社等の都合」が最も多く挙げられた。

港・空港の利用割合(件数ベース)

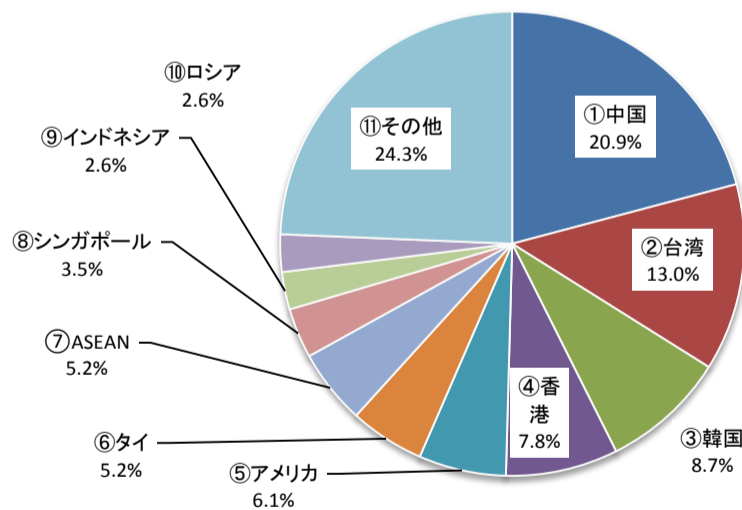


主要港・空港の利用理由(件数ベース)

理由\港	①神戸港	②関西空港	③境港	④東京港	⑤横浜港	⑥大阪港	⑦羽田空港	⑧その他
1.取引商社等の都合	22	11	5	9	6	3	1	18
2.便数が多い	28	8	2	1	0	2	0	1
3.直行便がある	18	6	4	1	0	2	0	3
4.運賃が安い	21	6	2	0	0	0	0	4
5.サービス(手続き)が良い	10	6	2	0	0	1	0	4
6.その他	1	2	4	2	1	0	0	2

今後、輸出を継続または新規に行う場合に重視する国・地域として挙げられたのは、中国(20.9%)、台湾(13.0%)、韓国(8.7%)、香港(7.8%)、アメリカ(6.1%)等であった。その理由としては、中国については「市場への期待」、台湾については「製品への興味・特化性」と「現在の関係を継続・発展」、韓国については「市場への期待」、香港については、「市場への期待」が最も多かった。

重要視する相手国(件数ベース)

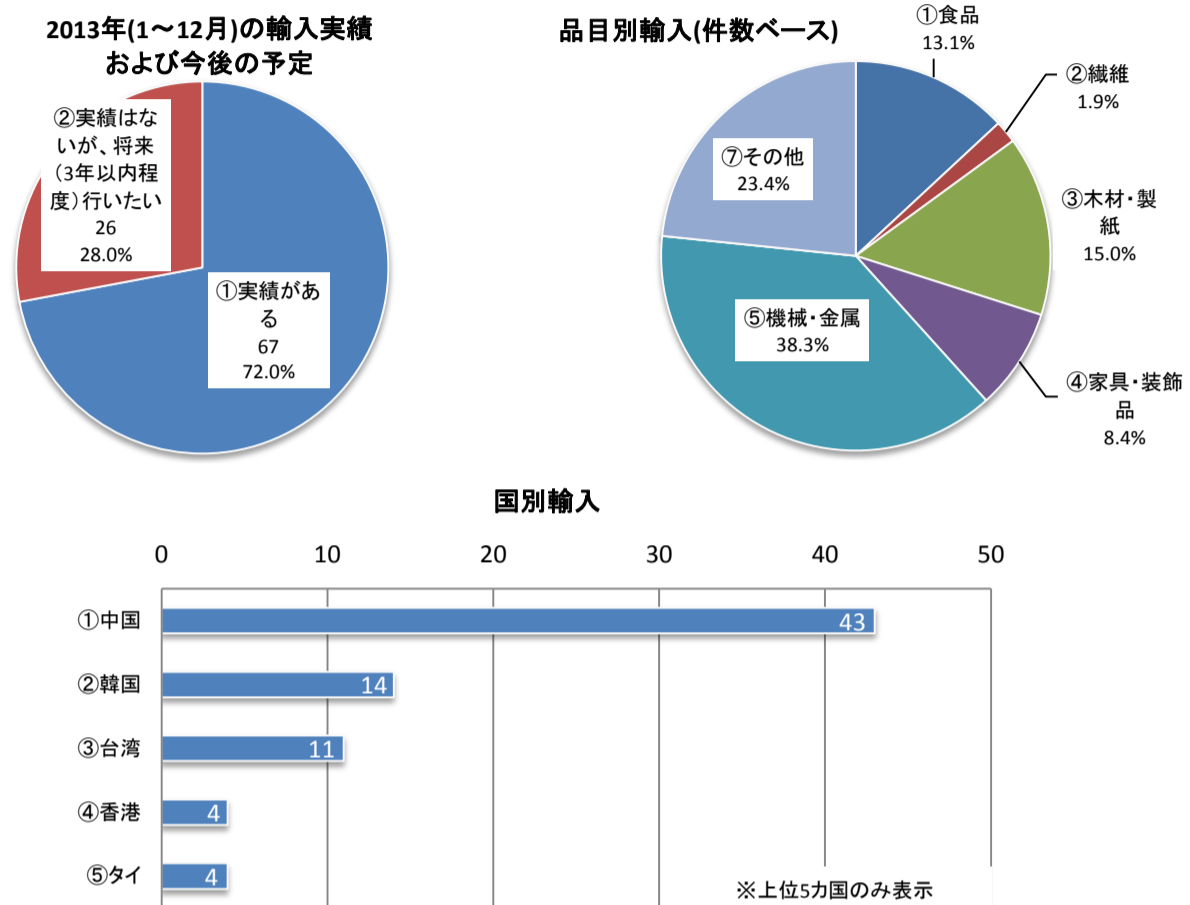


輸出相手国として重要と考える理由

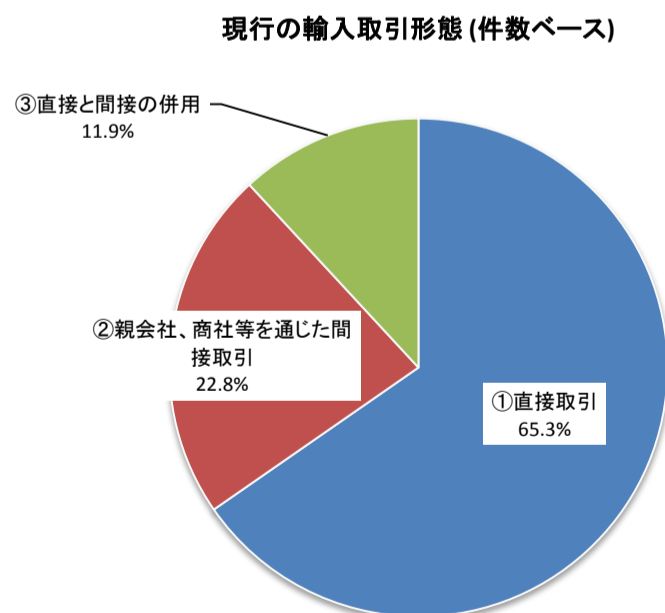
理由\相手国	①中国	②台湾	③韓国	④香港	⑤アメリカ	⑥タイ	⑦ASEAN	⑧シンガポール
①製品への興味・特化性	1	4	1	0	2	2	0	0
②市場への期待	7	3	4	4	0	2	2	2
③コスト面	0	0	0	0	0	0	0	0
④現在の関係を継続・発展	5	4	2	1	1	0	0	0
⑤輸送の利便性 (近い・定期ルートがある等)	1	0	0	0	0	0	1	0
⑥関連企業がある	5	0	0	0	0	0	0	0
⑦その他	0	1	1	0	2	1	0	0

2.貿易について(輸入)

「輸入の実績がある」と答えた企業は67社、実績はないが、将来(3年以内程度)行いたい」と答えた企業は26社であった。品目別には、輸入件数のうち機械・金属が38.3%、木材・製紙が15.0%であった。地域別では、アジアが全体件数の83.2%を占め最も多く、欧州が7.5%と続いた。国別には、中国43件(46.2%)、韓国14件(15.1%)、台湾11件(11.8%)が上位3カ国となった。

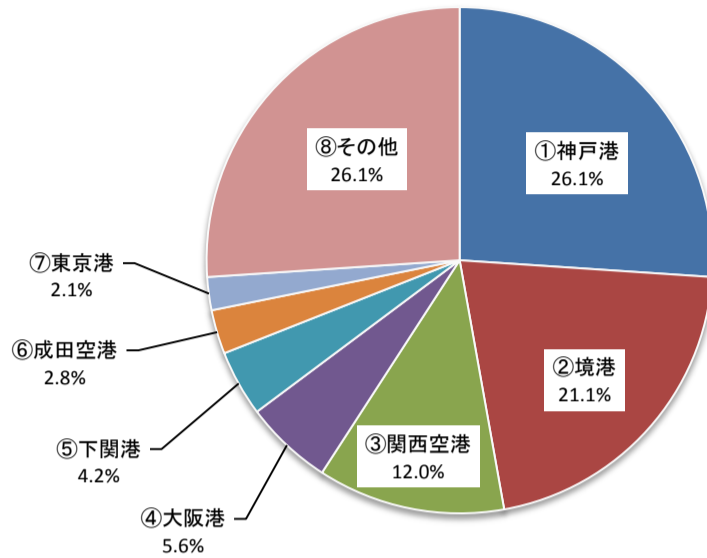


現行の輸入取引形態については、件数は「直接取引」が65.3%、「親会社、商社等を通じた間接取引」が22.8%、「直接取引と間接取引の併用」が11.9%であった。



輸入時に利用する港湾・空港で上位に挙げられたのは、神戸港(26.1%)、境港(21.1%)、関西空港(12.0%)等であった。主要港・空港の利用理由としては、神戸港では「便数が多い」「直行便がある」、境港・関西空港は「直行便がある」が主な理由として挙げられた。

港・空港の利用割合(件数ベース)

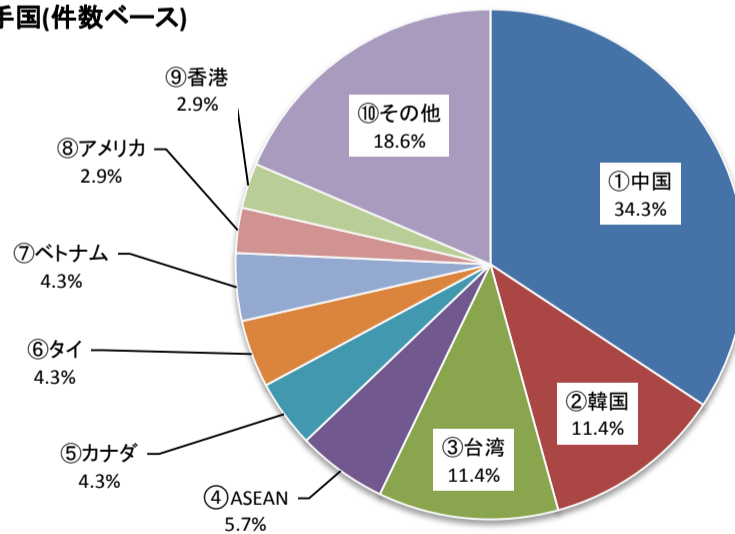


主要港・空港の利用理由(件数ベース)

理由\港	①神戸港	②境港	③関西空港	④大阪港	⑤下関港	⑥成田空港	⑦東京港	⑧その他
1.取引商社等の都合	6	5	5	2	1	1	3	13
2.便数が多い	15	2	6	2	4	0	3	4
3.直行便がある	15	13	7	3	4	3	1	5
4.運賃が安い	9	4	1	3	0	0	3	5
5.サービス(手続き)が良い	6	1	3	2	2	1	2	4
6.その他	0	12	0	1	1	0	0	3

今後、輸入を継続または新規に行う場合に重視する国・地域として挙げられたのは、中国(34.3%)、韓国(11.4%)、台湾(11.4%)、ASEAN(5.7%)等であった。その理由としては、中国については「コスト面」、韓国については「製品への興味・特化性」と現在の関係を継続・発展」、台湾については「製品への興味・特化性」と「コスト面」と「現在の関係を継続・発展」、ASEANについては「コスト面」が多かった。

重要視する相手国(件数ベース)



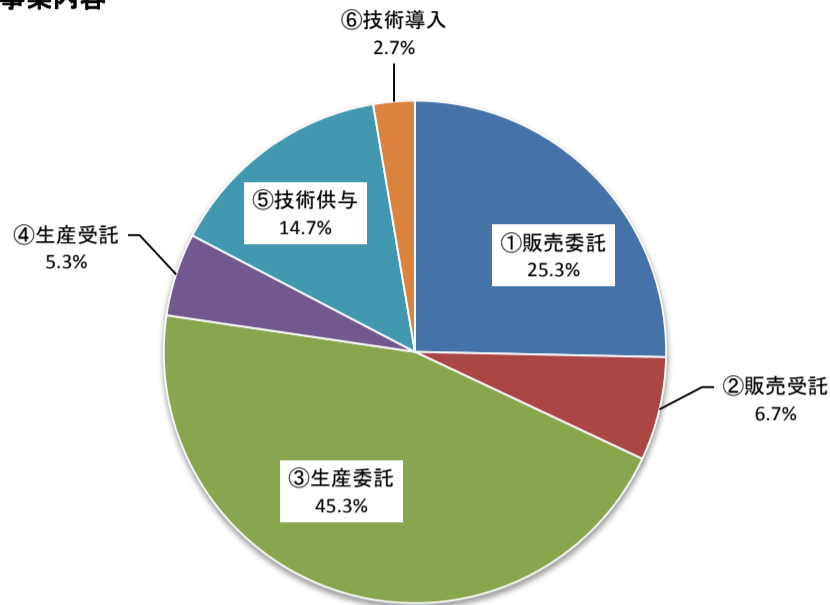
輸入相手国として重要と考える理由

理由\相手国	①中国	②韓国	③台湾	④ASEAN	⑤カナダ	⑥タイ	⑦ベトナム	⑧アメリカ
①製品への興味・特化性	3	3	2	0	1	1	0	1
②市場への期待	1	0	0	0	1	0	0	0
③コスト面	6	1	2	2	0	0	0	1
④現在の関係を継続・発展	5	3	2	0	0	0	2	0
⑤輸送の利便性 (近い・定期ルートがある等)	0	1	0	0	0	0	0	0
⑥関連企業がある	2	0	0	0	0	0	0	0
⑦その他	3	0	0	0	1	1	1	0

3.国際事業展開について

「現在、国際事業展開を行っている」と回答した企業の事業内容は、生産委託が45.3%と最も多く、販売委託(25.3%)、技術供与(14.7%)と続いた。その相手国としては、販売委託、生産委託、生産受託、技術供与は中国がトップになったものの、販売委託は台湾、技術導入はタイがトップに挙げられた。

「現在、国際事業展開を行っている」と回答した企業(A)の事業内容

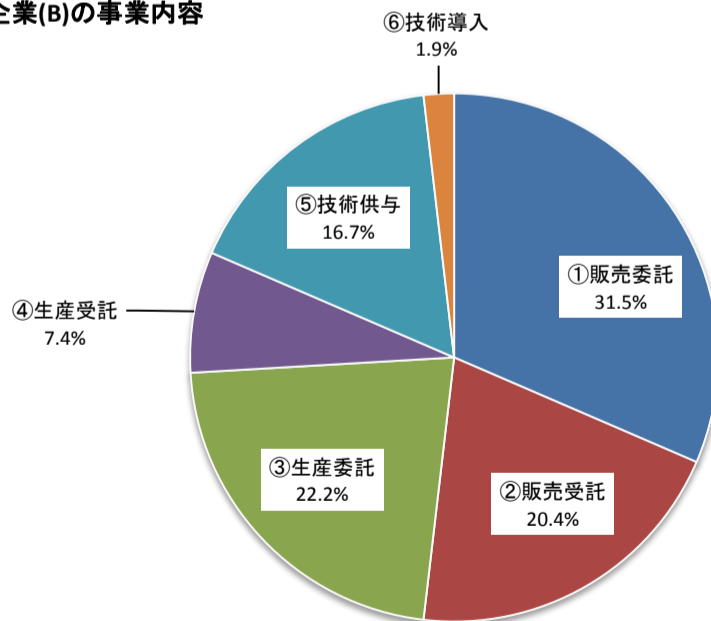


現在行っている国際事業とその相手国

①販売委託		②販売受託		③生産委託		④生産受託		⑤技術供与		⑥技術導入	
相手国	%	相手国	%	相手国	%	相手国	%	相手国	%	相手国	%
①中国	15.6%	①台湾	50.0%	①中国	71.1%	①中国	50.0%	①中国	37.5%	①タイ	100.0%
②台湾	15.6%	②韓国	25.0%	②韓国	7.9%	②フィリピン	25.0%	②タイ	25.0%		
③韓国	12.5%	③タイ	25.0%	③ベトナム	7.9%	③アメリカ	25.0%	③セネガル	12.5%		

「将来、国際事業展開を新規に行いたい」と回答した企業の事業内容では、販売委託が31.5%と多く、生産委託が22.2%、生産受託が20.4%と続いた。その相手国としては、販売委託、販売受託、生産委託、技術供与、技術導入がトップとなり、生産委託ではASEANとEUが挙げられた。

「将来、国際事業展開を新規に行いたい」と回答した企業(B)の事業内容

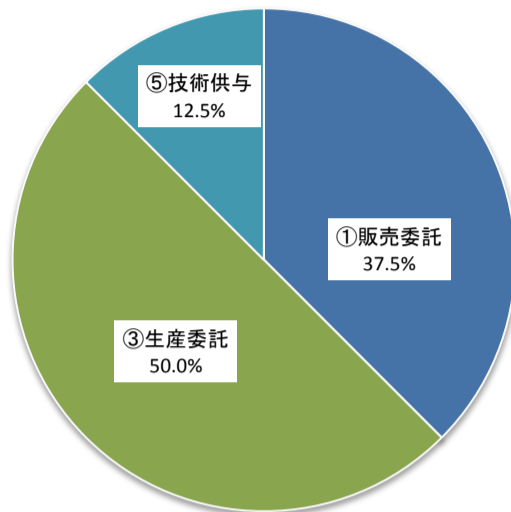


国際事業展開を継続または新規に行う場合に重要視する相手国

①販売委託		②販売受託		③生産委託		④生産受託		⑤技術供与		⑥技術導入	
相手国	%	相手国	%	相手国	%	相手国	%	相手国	%	相手国	%
①中国	17.2%	①中国	31.6%	①中国	46.7%	①ASEAN	27.3%	①中国	37.5%	①中国	50.0%
②ASEAN	10.3%	②韓国	15.8%	②ベトナム	13.3%	②EU	27.3%	②ASEAN	6.3%	②台湾	25.0%
③韓国	10.3%	③ASEAN	10.5%	③ASEAN	10.0%	③韓国	18.2%	③EU	6.3%	③ASEAN	25.0%

「過去、国際事業展開を行っていたが、現在は行っていない」と回答した企業の事業内容では、生産委託が50.0%と最も多く販売委託が37.5%、技術供与が12.5%となった。その相手国としては、販売委託、技術供与は韓国が挙げられ、生産委託は韓国と中国が共に多く挙げられた。

「過去、国際事業展開を行っていたが、現在は行っていない」と回答した企業(C)の事業内容

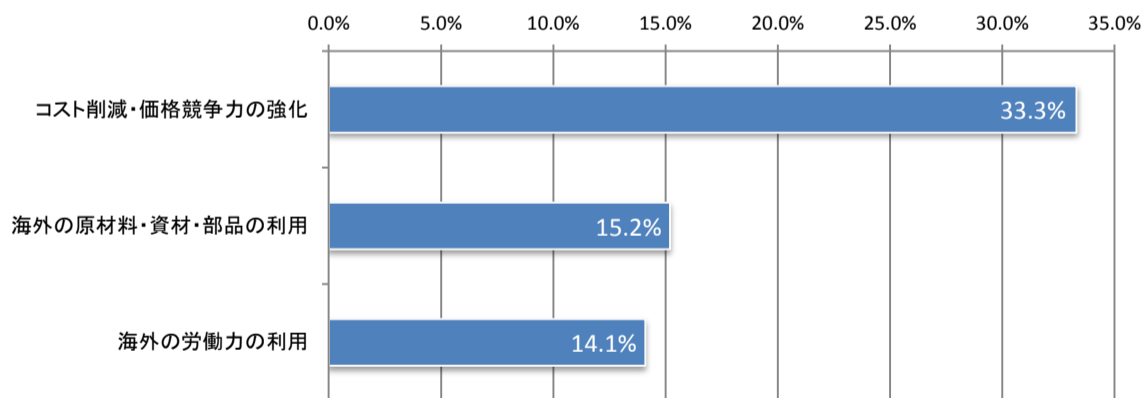


国際事業展開を行っていた相手国

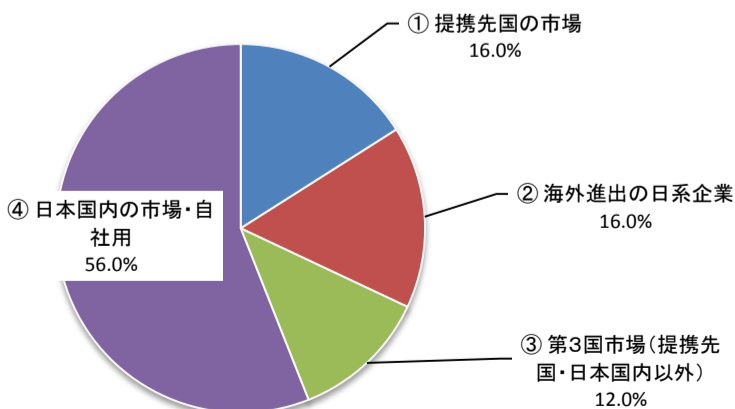
①販売委託		③生産委託		⑤技術供与	
相手国	%	相手国	%	相手国	%
①韓国	100.0%	①韓国	40.0%	①韓国	100.0%
		②中国	40.0%		
		③ペルー	20.0%		

生産委託の提携目的としては、「コスト削減・価格競争力の強化」企業が33.3%と最も多く、「海外の原材料・資材・部品の利用」が15.2%、「海外の労働力の利用」が14.1%と続いた。また、生産委託販売市場としては、「日本国内の市場・自社用」が56.0%と最も多く「提携先国の市場」、「海外進出の日系企業」共に16.0%となった。

生産委託の提携目的

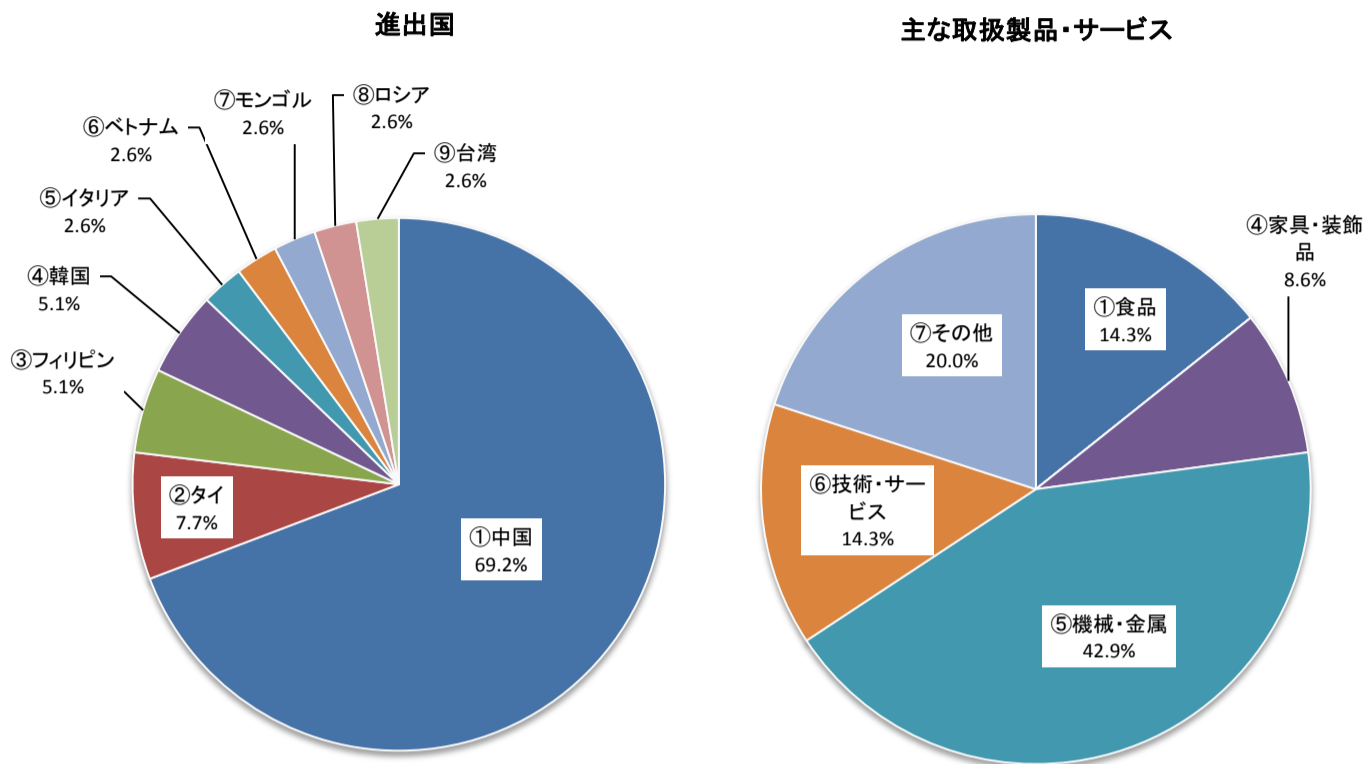


生産委託の販売市場

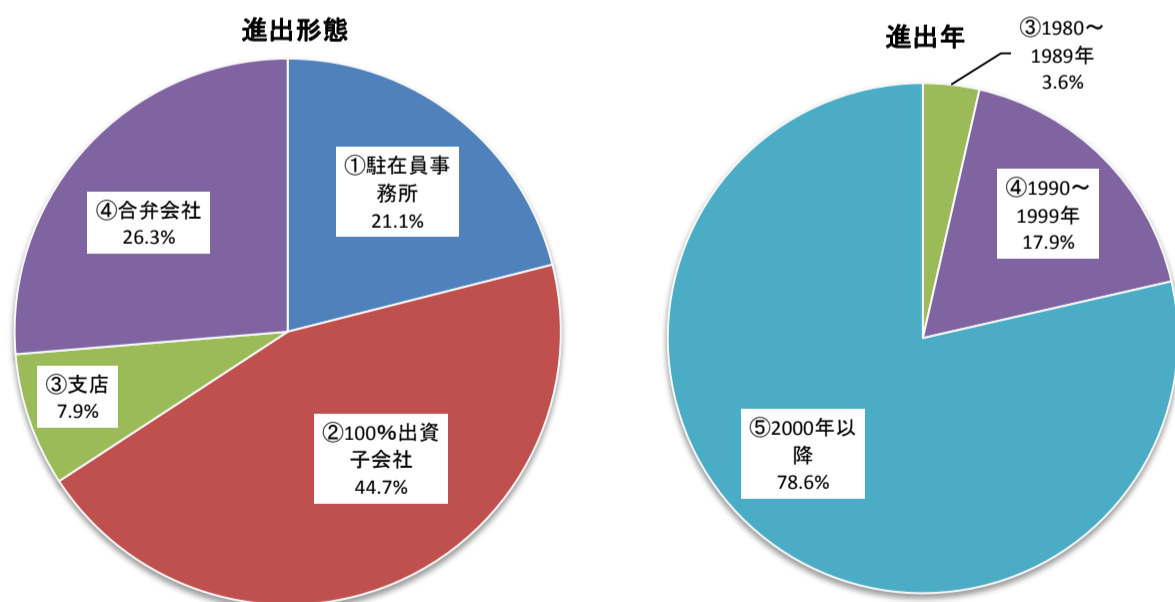


4.海外進出について

現在、海外事業を行っている企業の進出先としては、中国(69.2%)、タイ(7.7%)、フィリピン(5.1%)、韓国(5.1%)などが上位を占めた。主な取扱製品・サービスとしては、機械・金属(42.9%)、食品(14.3%)、技術・サービス(14.3%)などが上位を占めた。



進出形態としては100%出資子会社が44.7%、合併会社が26.3%、駐在員事務所が21.1%等であった。進出年としては2000年以降が78.6%と最も多く、1990～1999年が17.9%と続いた。海外進出事業の目的としては、「コスト削減・価格競争力の強化」(25.3%)が多く挙げられ、「海外情報収集・国際的連携の強化」(12.0%)、「生産・営業基盤の拡充・多角化」(12.0%)、「新規取引先・市場の開拓」(12.0%)、「取引先の要請に対応」(12.0%)が続いた。



海外進出事業の目的

目的	%
コスト削減・価格競争力の強化	25.3%
海外情報収集・国際的連携の強化	12.0%
生産・営業基盤の拡充・多角化	12.0%
新規取引先・市場の開拓	12.0%
取引先の要請に対応	12.0%

※上位5つのみ記載

5.自治体・公的機関による振興・支援策について

自治体・公的機関に期待する振興・支援策としては、「市場調査、情報収集・提供」(18.1%)、「補助金等インセンティブによる支援」(13.5%)などが挙げられた。また、セミナー・講演会について希望するテーマとしては、「国・地域のマーケット情報」(30.1%)、「国・地域の制度情報」(27.4%)などが挙げられた。

