

2012 年度
農林水産物・食品輸出に関する
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・食品調査課

2013 年 5 月

はじめに

農林水産省によれば、日本の農林水産物・食品の輸出額は、2012年に4,497億円となりました。2012年通年では前年比微減となったものの、東日本大震災以降の4～12月における累計額は前年同期比4.4%増となっています。また、各国・地域における、福島第一原子力発電所事故に伴う輸入規制措置も、全体的には徐々に緩和・撤廃される傾向にあります。

他方、米国食品安全強化法（Food Safety Modernization Act）の制定や、民間団体による安全規格基準の集約を目指す動きなど、世界的に食品安全管理への取り組みが進んでおり、今後、輸出を手がける農林水産物・食品関連企業に一層の対応が求められる可能性があります。

本アンケートではこうした事情に鑑み、農林水産物・食品輸出に関する日本企業の海外事業展開や輸出阻害要因、食品衛生関連規格の取得状況などについて調査しました。本調査は2013年1月から2月にかけて、輸出をしている、または輸出に関心のある農林水産・食品関連企業2,372社にアンケート調査の回答を依頼し、694社(有効回答率29.3%)から回答を得ました。本調査にご協力いただいた企業の皆さまには、この場を借りて深くお礼申し上げます。

本報告書は、調査項目のうち、とりわけ注目されるポイントを中心に分析したものです。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さまのお役に立てば幸甚です。

なお本調査は、株式会社アストジェイ、株式会社サーベイリサーチセンターに作業の一部を委託しました。

2013年5月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
農林水産・食品部 農林水産・食品調査課

目次

調査実施概要.....	1
1. 調査目的.....	1
2. 調査対象等.....	1
3. 調査項目.....	1
結果のまとめ.....	2
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.....	5
3. 大企業・中小企業分類（業種別）.....	6
II. 輸出の取り組みについて.....	8
1. 輸出の有無.....	8
2. 輸出による売上げ.....	10
3. 輸出による売上げが総売上げに占める割合.....	11
4. 輸出品目、主要輸出品目.....	12
5. 輸出先の内訳.....	13
6. 決済通貨.....	15
7. 決済方法.....	16
8. 決済時期.....	17
III. 今後の海外事業展開について.....	18
1. 海外日本食市場の市況.....	18
2. 今後（3年程度）の海外ビジネス展開.....	19
3. 事業拡大の具体的な内容.....	20
4. 今後、輸出を増やす対象国・地域.....	21
IV. 輸出にあたっての課題・問題点について.....	23
1. 輸出にあたっての課題・問題点.....	23
2. 輸出にあたっての課題・問題点（国・地域別）.....	24
V. 安全管理について.....	31

1. 第三者認証の取得状況.....	31
2. 取得済み認証.....	32
3. 取得理由と取得に要した期間.....	33
4. 取得予定の認証.....	37
5. 取得予定の理由.....	38
6. 取得するつもりがない理由.....	40
VI. 商標権の保護について.....	41
1. 商標権侵害による被害.....	41
2. 被害のあった国・地域.....	42
3. 商標権保護に関する取り組み.....	43
4. 輸出先国・地域における商標登録.....	44
5. 輸出先国・地域における団体商標登録.....	45
6. 輸出先国・地域において商標登録をしていない理由.....	46
(巻末資料) 調査票.....	47

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、日本国内の食品関連企業の農林水産物・食品輸出への取り組みを調査するため、輸出をしている、または輸出に関心のある農林水産物・食品関連企業に対し、アンケート調査を実施し、その動向を調査・分析するものである。

2. 調査対象等

(1) 調査対象企業

輸出をしている、または輸出に関心のある農林水産物・食品関連企業 2,372社

(2) 調査方法

- ①調査票（巻末に添付）を郵送。
- ②ウェブサイト上にアンケート回答ページを作成し、本調査への協力を依頼した。

(3) 調査期間

調査票発送 2013年1月16日
回収締切 2013年2月8日

(4) 回収状況

発送総数	有効回収数	有効回答率
2,372社	694社	29.3%

3. 調査項目

- (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) 今後の海外事業展開について
- (4) 輸出にあたっての課題・問題点について
- (5) 安全管理について
- (6) 商標権の保護について

[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。

結果のまとめ

1. 輸出への取り組みについて (P. 8-17)

- ・輸出への取り組みは、「現在、輸出をしている」企業が76.7%を占める。「これまで日本から輸出をしたことがない」企業は11.8%であった。
- ・輸出による売上げは、「100万～1,000万円未満」が28.2%と最も多かった。他方、「1億円以上」も24.4%を占める。
- ・輸出売上げが総売上げに占める割合は、10%未満の企業が全体の約7割を占める。一方で、「30%以上」も11.3%となった。
- ・輸出品目は、「飲料」が27.4%で最も多く、次いで「魚介類/魚介類を用いた加工品」、「その他の加工品」がともに26.7%となっている。主要輸出品目（2012年において輸出額が最も多かった品目）は、「魚介類/魚介類を用いた加工品」が20.9%と最も多く、次いで「飲料」が20.3%、「その他の加工品」が17.1%となっている。
- ・輸出先の内訳は、「香港」が55.3%で最も多く、次いで「米国」が50.0%、「台湾」が45.9%、「シンガポール」が35.5%であった。
- ・決済通貨については、78.2%の企業が「日本円」で決済している。「米ドル」は13.3%、「ユーロ」は0.4%であった。
- ・決済方法については、82.3%の企業が「銀行送金」で決済している。「信用状付き荷為替手形決済」は4.7%であった。
- ・決済時期については、「前払い」は17.3%であるが、「後払い」が68.4%と、多くの企業が「後払い」を採用している。

2. 今後の海外事業展開について (P. 18-22)

- ・海外日本食市場の市況D.I.（「良い」と回答した企業の構成比－「悪い」と回答した企業の構成比）は、2011年はマイナス1.9%であったが、2012年は0.7%、2013年先行きは20.9%となっており、今後の改善が見込まれている。
- ・今後（3年程度）の海外ビジネス展開について、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」が54.9%と最も多く、「現時点でビジネス展開はしていないが、今後展開する予定である」の13.3%を合わせると、今後海外ビジネスの拡大を予定している企業が7割近くを占める。「すでに展開しているビジネスの規模を維持する」は、18.7%であった。
- ・事業拡大の具体的な内容は、「自社で海外のバイヤーと商談して、輸出を増やす」が72.9%と最も多く、次いで「日本国内の輸出商社と商談して、輸出を増やす」が56.2%であった。
- ・今後、輸出を増やす対象国・地域は、「香港」の50.9%をはじめ、「台湾」、「米国」、「中国」が4割を超えている。次いで「シンガポール」、「タイ」が3割を超えており、上位は米国を除き、アジアの国・地域が占めている。

3. 輸出にあたっての課題・問題点について (P. 23-30)

- ・輸出にあたって課題・問題点を感じる国・地域は、「中国」が62.5%と最も多く、「米国」、「香港」、「台湾」、「韓国」は、5割前後であった。
- ・輸出にあたっての課題・問題点は、「中国」で「事前調査」が73.0%と最も多く、次いで「輸出入手続き」が68.9%、「原発事故、円高の影響」が60.6%であった。「米国」、「香港」、「台湾」については、「現地における営業活動」が7割前後と最も多く、「商談、契約」および「事前調査」でもそれぞれ5割前後であった。

4. 安全管理について (P. 31-40)

- ・第三者認証の取得状況は、取得済みの企業が19.9%で、「現時点で取得していないが、今後取得するつもりだ」とした企業は24.1%であった。一方、47.7%の企業が「現時点で取得しておらず、今後も取得するつもりはない」とした。
- ・取得済みの認証は「ISO22000」が29.0%と最も多く、次いで「対米輸出水産食品の登録施設」が21.7%、「地方公共団体による HACCP」が17.4%となっている。
- ・取得理由は、「地方公共団体による HACCP」、「食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）」、「FSSC22000」、「ISO22000」で「品質・安全性の向上」が多かった。
- ・取得に要した期間は、「FSSC22000」は「1年未満」が50.0%、「地方公共団体による HACCP」も「1年未満」が33.3%、「ISO22000」は「1～3年未満」が45.0%、「FSSC22000」は「1～3年未満」が37.5%、「対米輸出水産食品の登録施設」は「1～3年未満」が36.7%と、比較的短期間での取得となっている。一方、「対 EU 輸出水産食品の登録施設」は「5年以上」が100.0%であり、「食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）」についても「5年以上」が58.3%と、取得に比較的長い期間がかかるという回答が多かった。
- ・今後取得予定の認証は、「ISO22000」が24.5%と最も多く、次いで「地方公共団体による HACCP」が21.8%、「FSSC22000」が10.5%となっている。
- ・取得予定の理由は、「地方公共団体による HACCP」、「食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）」、「FSSC22000」、「ISO22000」、「SQF1000、SQF2000」では「品質・安全性の向上」が多かった。
- ・取得するつもりがない理由は、「特に必要性を感じない」が62.4%と最も多く、次いで「設備の改修等、導入にかかる初期投資コストが高い」が25.3%、「定期的な記録にかかる人件費等、ランニングコストが高い」が23.1%となっている。

5. 商標権の保護について (P. 41-46)

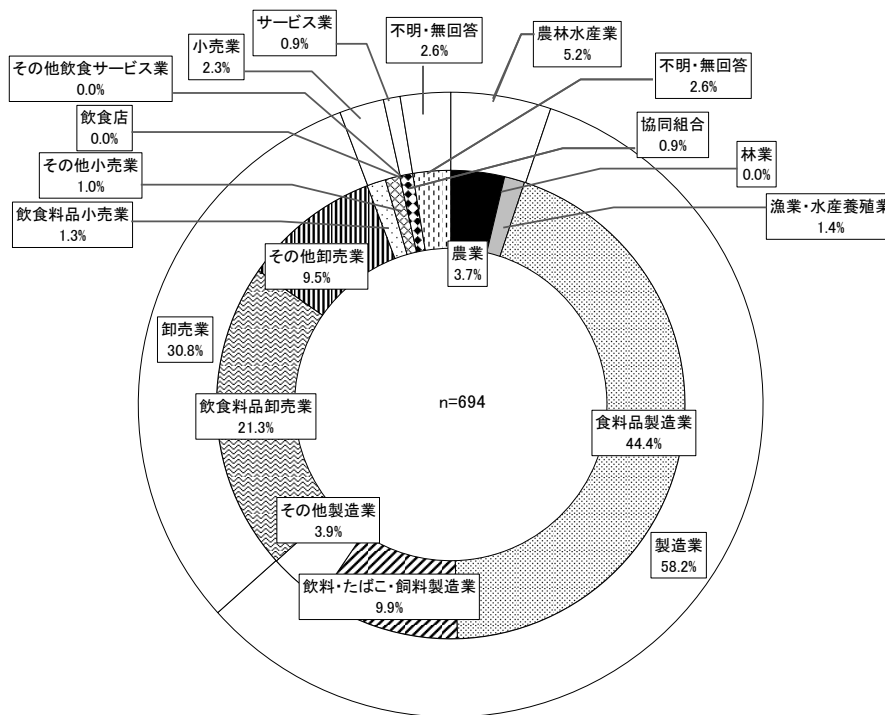
- ・輸出先国・地域における商標権侵害の被害の有無は、「ある」が13.6%となり、「ない」は80.3%であった。
- ・被害のあった国・地域は、「中国」が最も多く69.5%となり、次いで「台湾」が25.6%、「韓国」が19.5%であった。
- ・商標権保護に関する取り組みは、「輸出先国・地域において商標登録をしている」が29.1%で、「輸出先国・地域で団体商標登録をしている」が3.3%であった。一方で、「していない」が54.0%を占めた。
- ・商標登録をしている輸出先国・地域は、「中国」が最も多く73.9%となり、次いで「台湾」が40.3%、「香港」が33.0%となっている。
- ・団体商標登録をしている輸出先国・地域は、「中国」が最も多く65.0%となり、次いで「台湾」が35.0%、「香港」が25.0%であった。
- ・輸出先国・地域において商標登録をしていない理由は、「登録手続き等の制度が複雑であり、手間がかかる」が36.8%と最も多く、次いで「登録したとしても、十分に保護されない」が27.3%、「登録にかかるコストが高い」が26.1%であった。

I. 回答企業のプロフィール

1. 事業内容

回答企業 694 社の事業内容をみると、「食料品製造業」が 44.4%（308 社）と最も多く、次いで「飲食料品卸売業」が 21.3%（148 社）となっている。

図表 I.1.1 事業内容



図表 I.1.2 業種別回答企業数

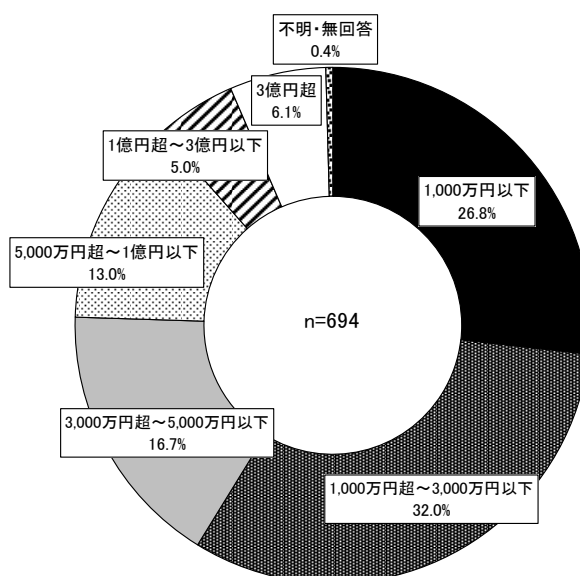
業種	回答企業数	構成比	業種	回答企業数	構成比
農業	26	3.7%	農林水産業	36	5.2%
林業	-	-			
漁業・水産養殖業	10	1.4%	製造業	404	58.2%
食料品製造業	308	44.4%			
飲料・たばこ・飼料製造業	69	9.9%			
その他製造業	27	3.9%			
飲食料品卸売業	148	21.3%	卸売業	214	30.8%
その他卸売業	66	9.5%			
飲食料品小売業	9	1.3%	小売業	16	2.3%
その他小売業	7	1.0%			
飲食店	-	-	サービス業	6	0.9%
その他飲食サービス業	-	-			
協同組合	6	0.9%	不明・無回答	18	2.6%
不明・無回答	18	2.6%			
回答対象企業数	694	100.0%	回答対象企業数	694	100.0%

2. 資本金および従業員数

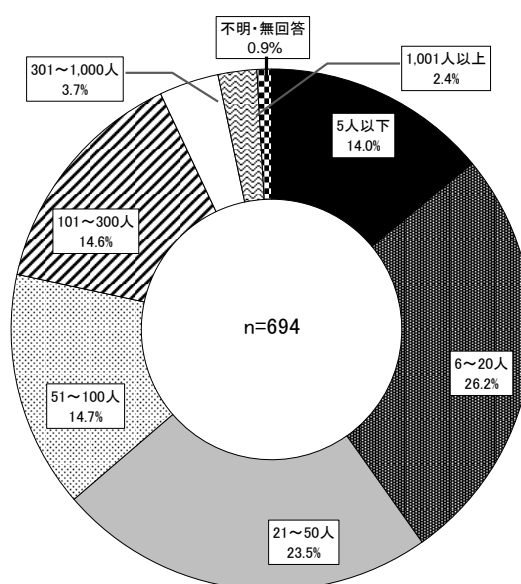
回答企業 694 社を資本金規模別にみると、「1,000 万円超～3,000 万円以下」の企業が 32.0% (222 社) と最も多くなっている。

従業員数規模別では、「6～20 人」が 26.2% (182 社) と最も多く、次いで「21～50 人」が 23.5% (163 社)、「51～100 人」が 14.7% (102 社)、「101～300 人」が 14.6% (101 社) となっている。

図表 I.2.1 資本金（全体）



図表 I.2.2 従業員数（全体）



3. 大企業・中小企業分類（業種別）

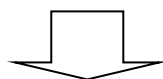
図表 I.3.1 企業規模分類要件

	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。

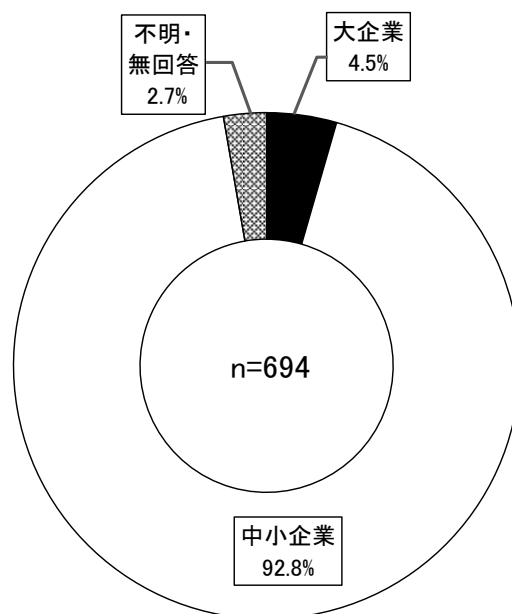
[注 2] 協同組合の企業規模分類にあたっては、サービス業の分類要件を用いている。

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

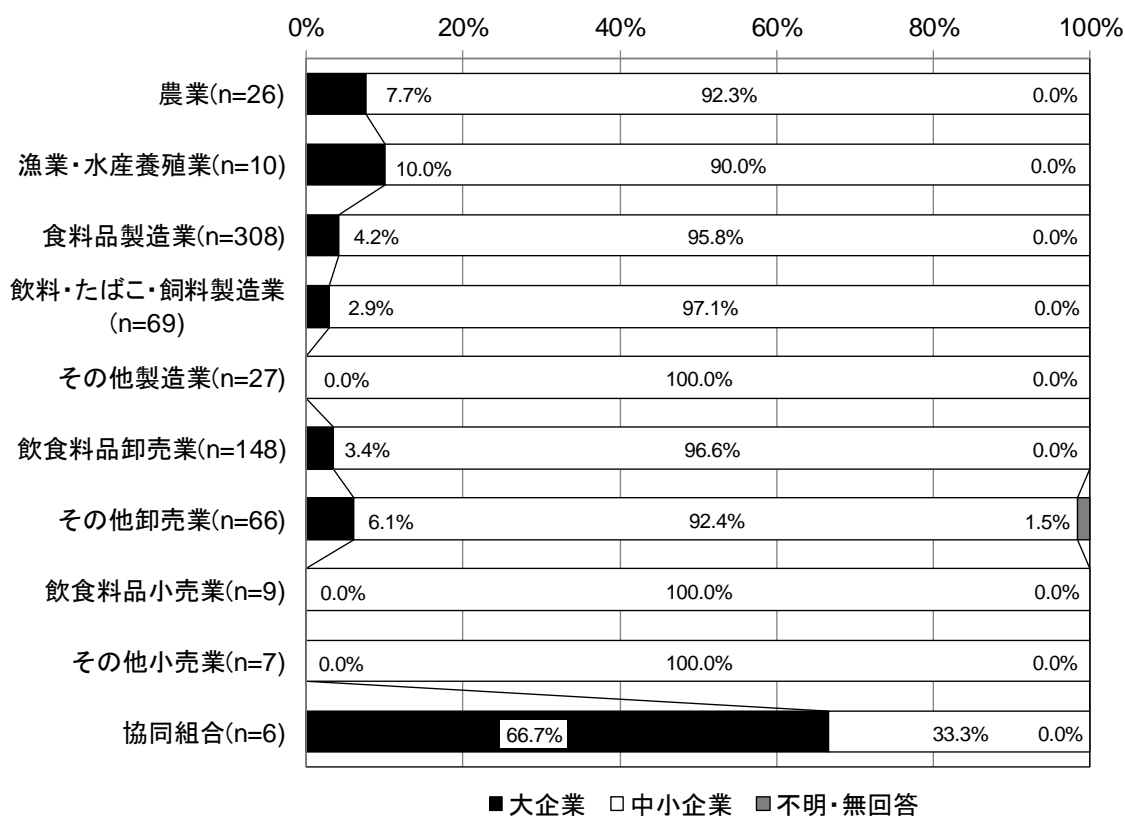


上記の要件に従って分類

図表 I.3.2 大企業・中小企業分類



図表 I. 3. 3 大企業・中小企業分類（業種別）



図表 I. 3. 4 資本金・従業員規模分類（全体、企業規模別、業種別）

業種	資本金						従業員数						
	1,000万円以下	1,000万円超～3,000万円以下	3,000万円超～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	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001人以上
全体 (n=694)	26.8%	32.0%	16.7%	13.0%	5.0%	6.1%	14.0%	26.2%	23.5%	14.7%	14.6%	3.7%	2.4%
大企業(n=31)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.9%	83.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	22.6%	35.5%	41.9%
中小企業(n=644)	28.3%	33.2%	17.7%	13.8%	4.8%	2.2%	14.6%	27.3%	24.8%	15.2%	14.4%	2.3%	0.6%
農業(n=26)	38.5%	30.8%	3.8%	7.7%	3.8%	11.5%	15.4%	30.8%	19.2%	19.2%	7.7%	3.8%	3.8%
漁業・水産養殖業(n=10)	20.0%	20.0%	50.0%	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	10.0%
食料品製造業(n=308)	22.4%	28.6%	22.4%	14.9%	5.5%	6.2%	3.2%	19.5%	28.2%	17.9%	22.1%	4.2%	4.2%
飲料・たばこ・飼料製造業(n=69)	20.3%	40.6%	14.5%	14.5%	4.3%	5.8%	8.7%	43.5%	20.3%	8.7%	13.0%	5.8%	0.0%
その他製造業(n=27)	7.4%	55.6%	18.5%	11.1%	7.4%	0.0%	11.1%	14.8%	25.9%	25.9%	18.5%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業(n=148)	36.5%	31.8%	12.2%	11.5%	4.7%	3.4%	30.4%	30.4%	21.6%	6.8%	6.8%	3.4%	0.0%
その他卸売業(n=66)	28.8%	31.8%	7.6%	16.7%	6.1%	7.6%	28.8%	34.8%	15.2%	12.1%	4.5%	1.5%	1.5%
飲食料品小売業(n=9)	77.8%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	33.3%	44.4%	0.0%	0.0%	0.0%
その他小売業(n=7)	42.9%	42.9%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	57.1%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合(n=6)	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	16.7%

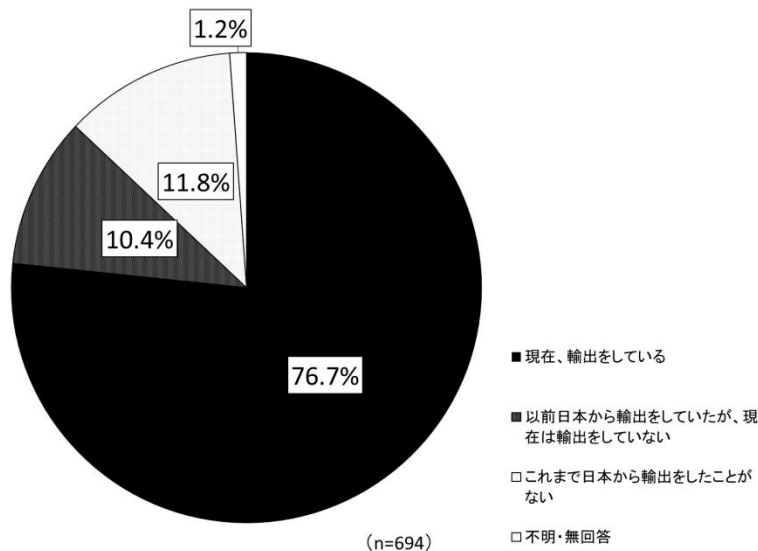
II. 輸出の取り組みについて

1. 輸出の有無

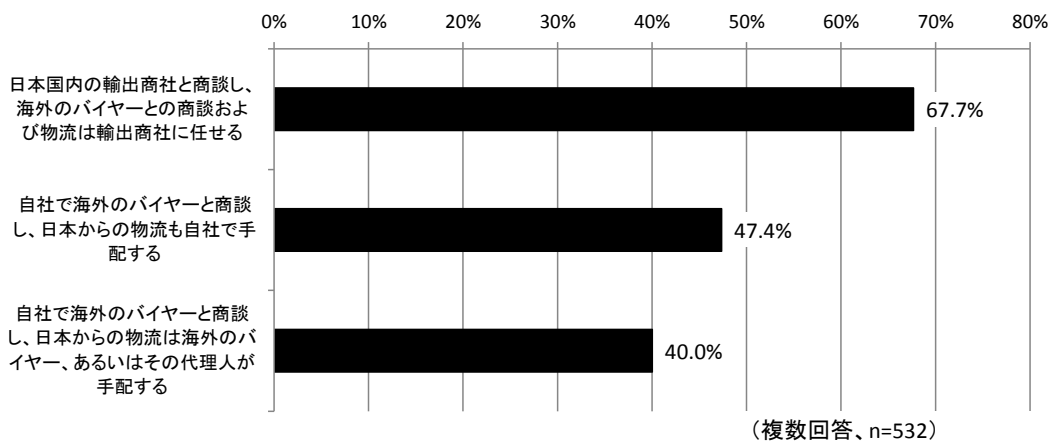
回答企業 694 社のうち、「現在、輸出をしている」企業は 76.7% (532 社) であった。そのうち、「日本国内の輸出商社と商談し、海外のバイヤーとの商談および物流は輸出商社に任せる」が 67.7% (360 社) と最も多く、次いで「自社で海外のバイヤーと商談し、日本からの物流も自社で手配する」が 47.4% (252 社) となっている。

一方、「これまで日本から輸出をしたことがない」企業は 11.8% (82 社) であった。

図表 II. 1. 1 輸出の有無 (全体)



図表 II. 1. 2 輸出の形態 (全体)



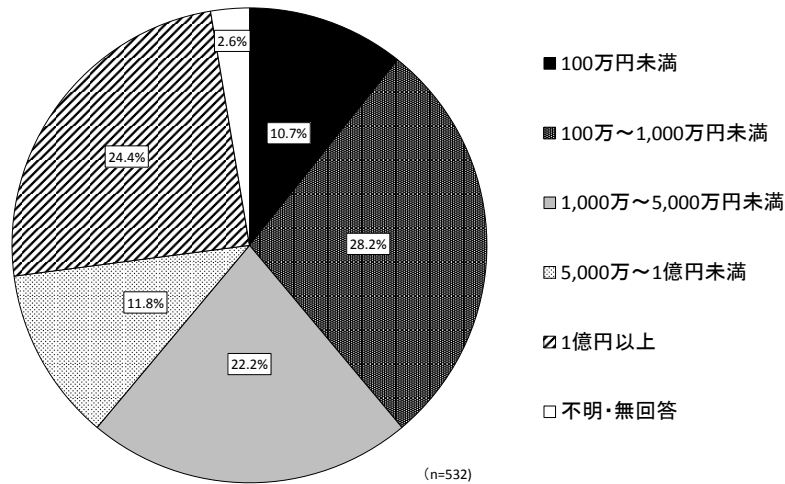
図表Ⅱ.1.3 輸出の有無（全体、企業規模別、業種別）

	現在、輸出をしている	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	不明・無回答
全体(n=694)	76.7%	10.4%	11.8%	1.2%
大企業(n=31)	87.1%	6.5%	6.5%	0.0%
中小企業(n=644)	76.4%	10.6%	12.1%	0.9%
農業(n=26)	50.0%	19.2%	26.9%	3.8%
漁業・水産養殖業(n=10)	60.0%	10.0%	20.0%	10.0%
食料品製造業(n=308)	79.5%	11.0%	9.1%	0.3%
飲料・たばこ・飼料製造業(n=69)	92.8%	1.4%	5.8%	0.0%
その他製造業(n=27)	66.7%	11.1%	22.2%	0.0%
飲食料品卸売業(n=148)	78.4%	9.5%	10.8%	1.4%
その他卸売業(n=66)	62.1%	13.6%	22.7%	1.5%
飲食料品小売業(n=9)	77.8%	0.0%	22.2%	0.0%
その他小売業(n=7)	85.7%	14.3%	0.0%	0.0%
協同組合(n=6)	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%

2. 輸出による売上げ

日本から輸出を行っている企業 532 社の輸出売上げをみると、「100 万～1,000 万円未満」が 28.2%（150 社）と最も多かった。他方、「1 億円以上」も 24.4%（130 社）を占める。

図表Ⅱ. 2. 1 輸出による売上げ（全体）



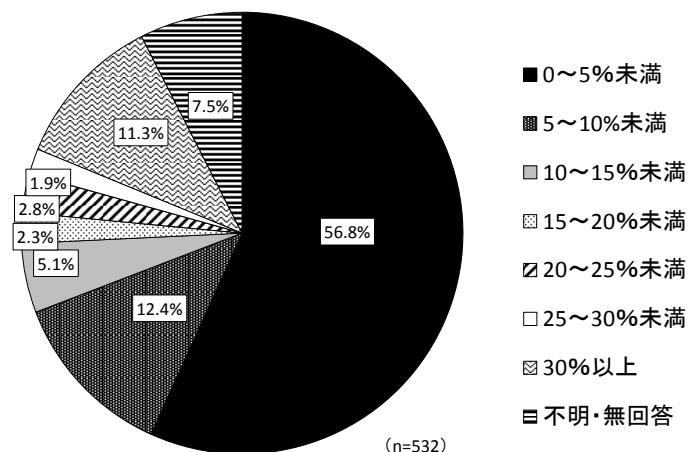
図表Ⅱ. 2. 2 輸出による売上げ（全体、企業規模別、業種別）

	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	1億円以上	不明・無回答
全体 (n=532)	10.7%	28.2%	22.2%	11.8%	24.4%	2.6%
大企業 (n=27)	7.4%	14.8%	11.1%	14.8%	51.9%	0.0%
中小企業 (n=492)	11.0%	29.5%	22.6%	11.8%	22.4%	2.8%
農業 (n=13)	46.2%	30.8%	15.4%	0.0%	0.0%	7.7%
漁業・水産養殖業 (n=6)	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%
食料品製造業 (n=245)	13.1%	29.8%	23.3%	13.5%	18.4%	2.0%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=64)	12.5%	39.1%	32.8%	3.1%	9.4%	3.1%
その他製造業 (n=18)	5.6%	44.4%	16.7%	11.1%	16.7%	5.6%
飲食料品卸売業 (n=116)	5.2%	18.1%	15.5%	14.7%	44.8%	1.7%
その他卸売業 (n=41)	2.4%	31.7%	17.1%	17.1%	26.8%	4.9%
飲食料品小売業 (n=7)	0.0%	28.6%	28.6%	14.3%	14.3%	14.3%
その他小売業 (n=6)	16.7%	16.7%	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%
協同組合 (n=4)	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%

3. 輸出による売上げが総売上げに占める割合

日本から輸出を行っている企業 532 社の輸出売上げが総売上げに占める割合は、「0～5%未満」が 56.8% (302 社) と最も多く、「5～10%未満」の 12.4% (66 社) を合わせると全体の約 7 割を占める。一方、「30%以上」とした企業も 11.3% (60 社) あった。

図表 II. 3.1 輸出による売上げが総売上げに占める割合 (全体)



図表 II. 3.2 輸出による売上げが総売上げに占める割合 (全体、企業規模別、業種別)

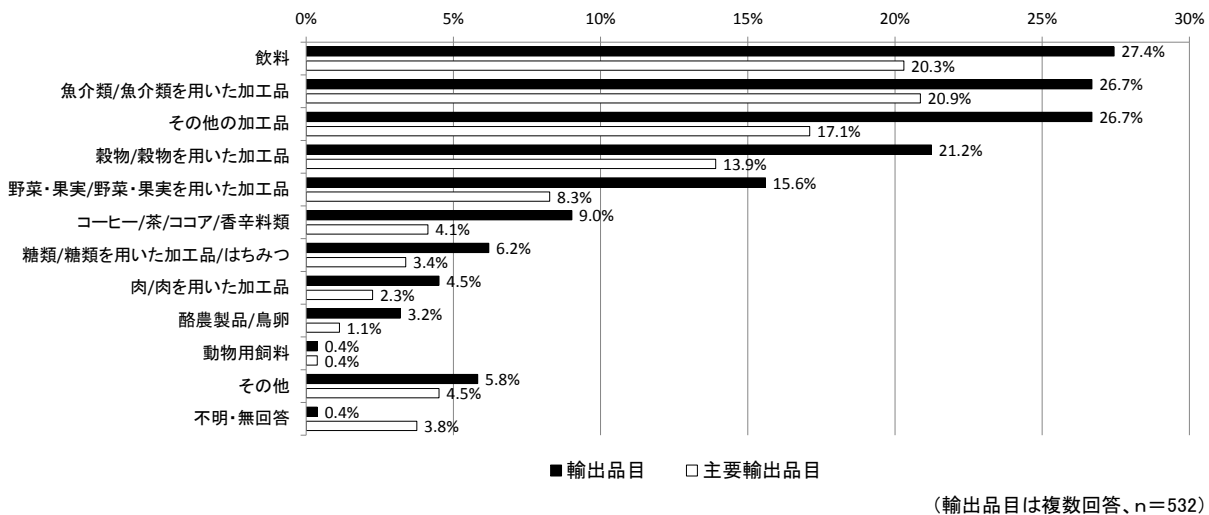
	0～5% 未満	5～10% 未満	10～15% 未満	15～20% 未満	20～25% 未満	25～30% 未満	30%以上	不明・ 無回答
全体 (n=532)	56.8%	12.4%	5.1%	2.3%	2.8%	1.9%	11.3%	7.5%
大企業 (n=27)	92.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.4%
中小企業 (n=492)	55.3%	12.8%	5.1%	2.4%	3.0%	1.6%	12.0%	7.7%
農業 (n=13)	92.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業 (n=6)	33.3%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%
食料品製造業 (n=245)	66.5%	11.8%	3.7%	2.0%	2.4%	0.8%	5.7%	6.9%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=64)	67.2%	14.1%	3.1%	0.0%	1.6%	1.6%	0.0%	12.5%
その他製造業 (n=18)	61.1%	22.2%	5.6%	5.6%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食物品卸売業 (n=116)	36.2%	11.2%	6.9%	2.6%	4.3%	2.6%	29.3%	6.9%
その他卸売業 (n=41)	39.0%	12.2%	7.3%	4.9%	0.0%	2.4%	19.5%	14.6%
飲食物品小売業 (n=7)	57.1%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	14.3%
その他小売業 (n=6)	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	0.0%
協同組合 (n=4)	75.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

4. 輸出品目、主要輸出品目

日本から輸出を行っている企業 532 社の輸出品目をみると、「飲料」が 27.4%（146 社）で最も多く、次いで「魚介類/魚介類を用いた加工品」、「その他の加工品」がともに 26.7%（ともに 142 社）となっている。

主要輸出品目[注]では、「魚介類/魚介類を用いた加工品」が 20.9%（111 社）と最も多く、次いで「飲料」が 20.3%（108 社）、「その他の加工品」が 17.1%（91 社）となっている。

図表 II. 4. 1 輸出品目、主要輸出品目（全体）

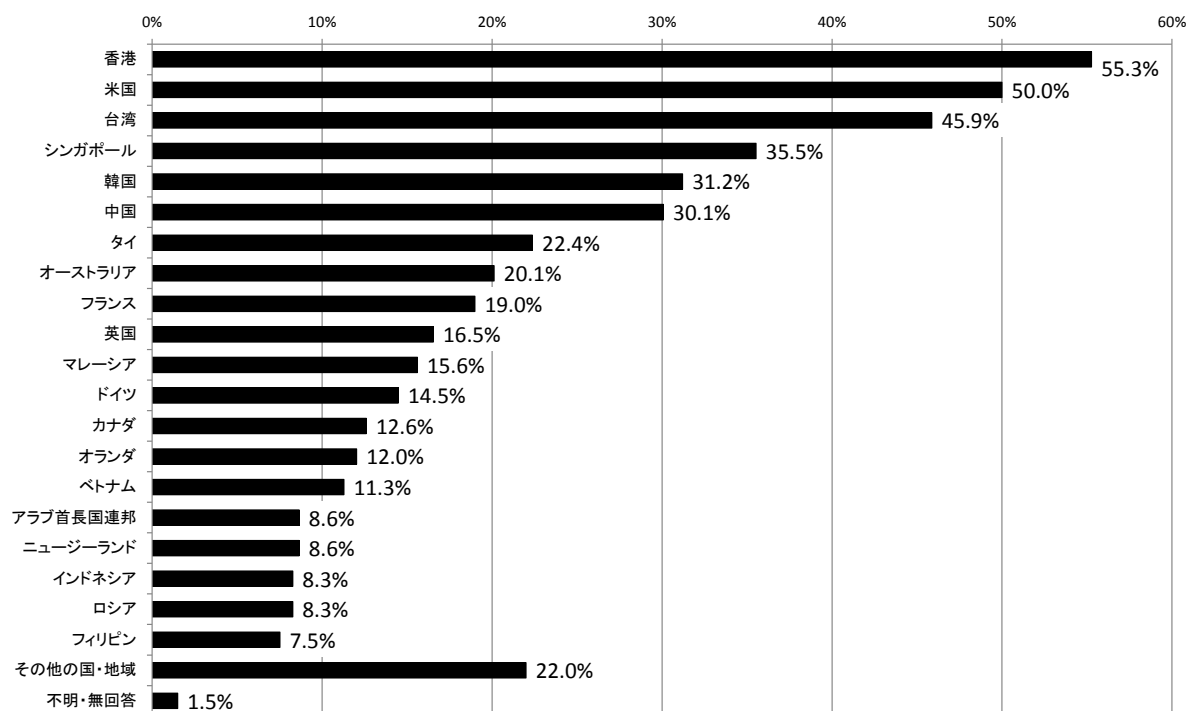


[注] 2012 年において輸出額が最も多かった品目

5. 輸出先の内訳

日本から輸出を行っている企業 532 社の輸出先の内訳をみると、「香港」が 55.3% (294 社) で最も多く、次いで「米国」が 50.0% (266 社)、「台湾」が 45.9% (244 社)、「シンガポール」が 35.5% (189 社) となっている。

図表 II. 5. 1 輸出先の内訳 (全体)



(複数回答、n=532)

図表Ⅱ.5.2 輸出先の内訳（全体、企業規模別、業種別）①

	香港	米国	台湾	シンガポール	韓国	中国	タイ	オーストラリア	フランス	英国	マレーシア	ドイツ
全体 (n=532)	55.3%	50.0%	45.9%	35.5%	31.2%	30.1%	22.4%	20.1%	19.0%	16.5%	15.6%	14.5%
大企業 (n=27)	63.0%	48.1%	63.0%	48.1%	37.0%	40.7%	44.4%	22.2%	14.8%	14.8%	11.1%	14.8%
中小企業 (n=492)	55.7%	50.8%	45.7%	35.8%	30.9%	29.3%	21.5%	20.3%	19.7%	16.7%	16.1%	14.8%
農業 (n=13)	61.5%	15.4%	38.5%	38.5%	0.0%	7.7%	7.7%	7.7%	23.1%	7.7%	7.7%	0.0%
漁業・水産養殖業 (n=6)	50.0%	83.3%	16.7%	33.3%	66.7%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業 (n=245)	60.4%	59.6%	50.2%	36.3%	32.7%	29.8%	22.4%	21.6%	21.2%	18.4%	16.7%	16.3%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=64)	67.2%	65.6%	67.2%	54.7%	37.5%	39.1%	25.0%	35.9%	34.4%	29.7%	21.9%	25.0%
その他製造業 (n=18)	44.4%	50.0%	44.4%	44.4%	61.1%	50.0%	27.8%	22.2%	16.7%	22.2%	5.6%	5.6%
飲食料品卸売業 (n=116)	46.6%	38.8%	37.9%	34.5%	24.1%	26.7%	20.7%	19.0%	14.7%	10.3%	18.1%	15.5%
その他卸売業 (n=41)	48.8%	24.4%	34.1%	9.8%	26.8%	22.0%	26.8%	4.9%	7.3%	9.8%	7.3%	2.4%
飲食料品小売業 (n=7)	14.3%	28.6%	28.6%	28.6%	42.9%	14.3%	0.0%	14.3%	14.3%	14.3%	0.0%	14.3%
その他小売業 (n=6)	50.0%	16.7%	16.7%	33.3%	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=4)	100.0%	25.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%

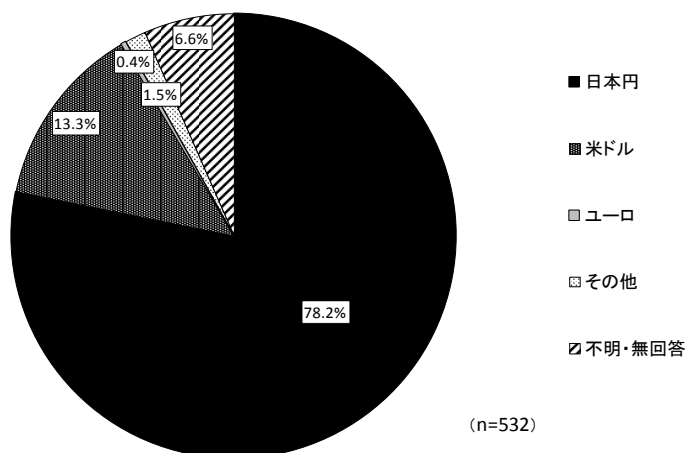
図表Ⅱ.5.3 輸出先の内訳（全体、企業規模別、業種別）②

	カナダ	オランダ	ベトナム	アラブ首長国連邦	ニュージーランド	インドネシア	ロシア	フィリピン	その他の国・地域	不明・無回答
全体 (n=532)	12.6%	12.0%	11.3%	8.6%	8.6%	8.3%	8.3%	7.5%	22.0%	1.5%
大企業 (n=27)	22.2%	14.8%	14.8%	14.8%	14.8%	18.5%	14.8%	14.8%	25.9%	7.4%
中小企業 (n=492)	12.4%	12.2%	11.0%	8.5%	8.5%	7.9%	8.1%	7.3%	22.2%	1.0%
農業 (n=13)	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%	0.0%	0.0%	7.7%	0.0%	7.7%	0.0%
漁業・水産養殖業 (n=6)	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%
食料品製造業 (n=245)	18.4%	16.3%	10.6%	9.0%	10.2%	9.0%	9.4%	9.0%	23.3%	0.8%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=64)	12.5%	12.5%	12.5%	10.9%	17.2%	17.2%	12.5%	6.3%	31.3%	1.6%
その他製造業 (n=18)	0.0%	11.1%	11.1%	0.0%	5.6%	5.6%	0.0%	0.0%	22.2%	5.6%
飲食料品卸売業 (n=116)	10.3%	12.1%	14.7%	11.2%	7.8%	6.9%	8.6%	10.3%	21.6%	1.7%
その他卸売業 (n=41)	4.9%	0.0%	9.8%	4.9%	0.0%	4.9%	4.9%	4.9%	17.1%	0.0%
飲食料品小売業 (n=7)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%
その他小売業 (n=6)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=4)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%

6. 決済通貨

日本から輸出を行っている企業 532 社の決済通貨をみると、78.2% (416 社) が「日本円」で決済している。「米ドル」は 13.3% (71 社)、「ユーロ」は 0.4% (2 社) であった。

図表 II. 6. 1 決済通貨 (全体)



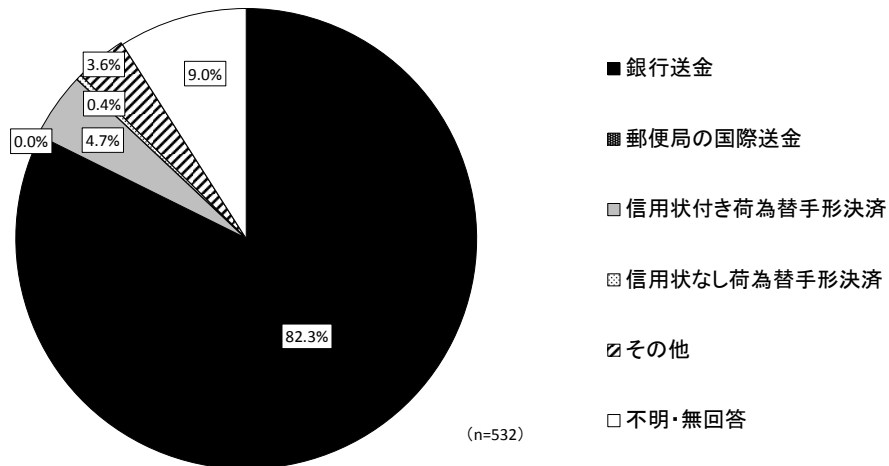
図表 II. 6. 2 決済通貨 (全体、企業規模別、業種別)

	日本円	米ドル	ユーロ	その他	不明・無回答
全体 (n=532)	78.2%	13.3%	0.4%	1.5%	6.6%
大企業 (n=27)	63.0%	22.2%	0.0%	3.7%	11.1%
中小企業 (n=492)	79.9%	12.2%	0.4%	1.4%	6.1%
農業 (n=13)	69.2%	15.4%	0.0%	0.0%	15.4%
漁業・水産養殖業 (n=6)	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%
食料品製造業 (n=245)	86.1%	7.8%	0.0%	0.8%	5.3%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=64)	82.8%	4.7%	1.6%	4.7%	6.3%
その他製造業 (n=18)	72.2%	27.8%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業 (n=116)	69.8%	20.7%	0.9%	2.6%	6.0%
その他卸売業 (n=41)	63.4%	24.4%	0.0%	0.0%	12.2%
飲食料品小売業 (n=7)	85.7%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%
その他小売業 (n=6)	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=4)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

7. 決済方法

日本から輸出を行っている企業 532 社の決済方法をみると、82.3%（438 社）は「銀行送金」で決済している。「信用状付き荷為替手形決済」は 4.7%（25 社）であった。

図表 II. 7. 1 決済方法（全体）



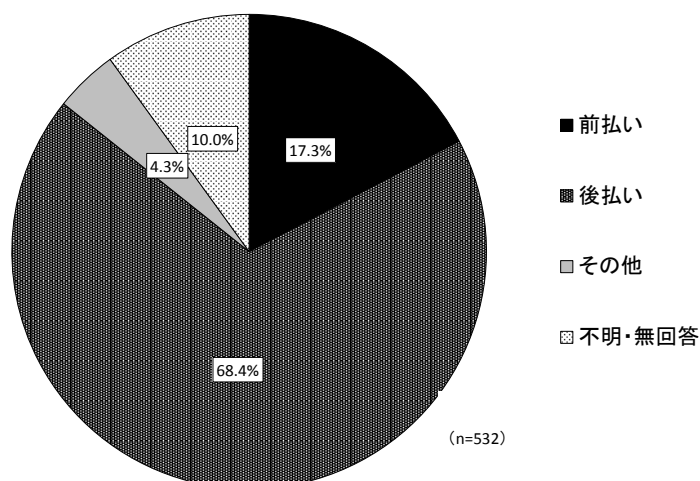
図表 II. 7. 2 決済方法（全体、企業規模別、業種別）

	銀行送金	郵便局の国際送金	信用状付き荷為替手形決済	信用状なし荷為替手形決済	その他	不明・無回答
全体 (n=532)	82.3%	0.0%	4.7%	0.4%	3.6%	9.0%
大企業 (n=27)	74.1%	0.0%	14.8%	0.0%	0.0%	11.1%
中小企業 (n=492)	83.5%	0.0%	4.1%	0.4%	3.7%	8.3%
農業 (n=13)	61.5%	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%	23.1%
漁業・水産養殖業 (n=6)	66.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%
食料品製造業 (n=245)	82.4%	0.0%	5.3%	0.0%	4.5%	7.8%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=64)	82.8%	0.0%	3.1%	0.0%	1.6%	12.5%
その他製造業 (n=18)	94.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
飲食料品卸売業 (n=116)	87.1%	0.0%	1.7%	0.9%	3.4%	6.9%
その他卸売業 (n=41)	80.5%	0.0%	9.8%	2.4%	0.0%	7.3%
飲食料品小売業 (n=7)	71.4%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	14.3%
その他小売業 (n=6)	83.3%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=4)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

8. 決済時期

日本から輸出を行っている企業 532 社の決済時期をみると、「前払い」は 17.3% (92 社) であるが、「後払い」が 68.4% (364 社) となっており、多くの企業が「後払い」を採用している。

図表 II. 8. 1 決済時期 (全体)



図表 II. 8. 2 決済時期 (全体、企業規模別、業種別)

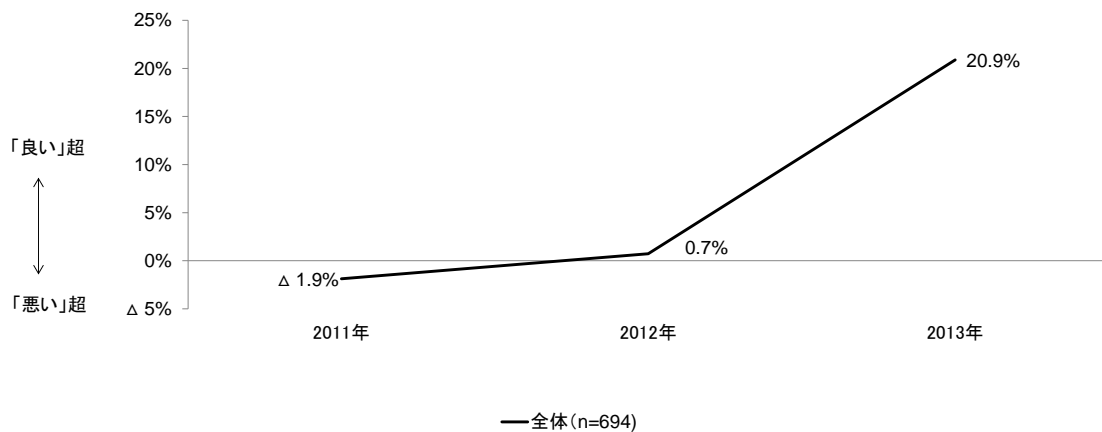
	前払い	後払い	その他	不明・無回答
全体 (n=532)	17.3%	68.4%	4.3%	10.0%
大企業 (n=27)	14.8%	55.6%	7.4%	22.2%
中小企業 (n=492)	17.9%	68.9%	3.9%	9.3%
農業 (n=13)	15.4%	69.2%	0.0%	15.4%
漁業・水産養殖業 (n=6)	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業 (n=245)	17.6%	69.0%	4.5%	9.0%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=64)	17.2%	64.1%	1.6%	17.2%
その他製造業 (n=18)	27.8%	72.2%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業 (n=116)	22.4%	66.4%	2.6%	8.6%
その他卸売業 (n=41)	4.9%	73.2%	12.2%	9.8%
飲食料品小売業 (n=7)	14.3%	57.1%	14.3%	14.3%
その他小売業 (n=6)	16.7%	66.7%	0.0%	16.7%
協同組合 (n=4)	25.0%	50.0%	0.0%	25.0%

Ⅲ. 今後の海外事業展開について

1. 海外日本食市場の市況

海外日本食市場の市況 D. I. [注] は、2011 年はマイナス 1.9%であったが、2012 年は 0.7%、2013 年先行きは 20.9%となっており、今後の改善が見込まれている。

図表Ⅲ. 1. 1 海外日本食市場の市況（全体）



[注] D. I. (「良い」の回答者数構成比%) - (「悪い」の回答者数構成比%)

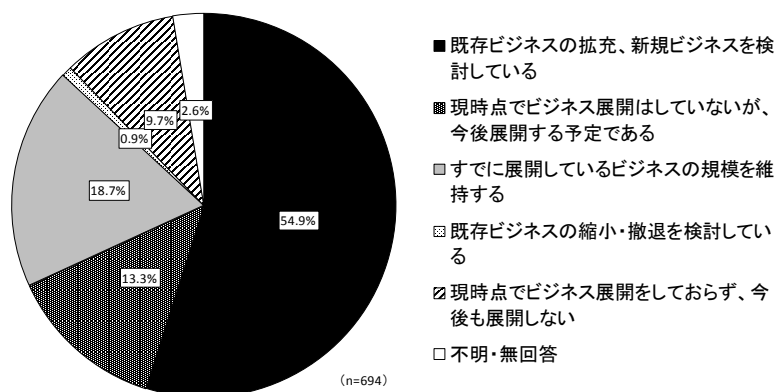
図表Ⅲ. 1. 2 海外日本食市場の市況（全体、企業規模別、業種別）

	2011年					2012年					2013年				
	良い	さほど良くない	悪い	「良い」-「悪い」	不明・無回答	良い	さほど良くない	悪い	「良い」-「悪い」	不明・無回答	良い	さほど良くない	悪い	「良い」-「悪い」	不明・無回答
全体 (n=694)	24.8%	41.1%	26.7%	△ 1.9%	7.5%	23.5%	46.7%	22.8%	0.7%	7.1%	33.4%	46.8%	12.5%	20.9%	7.2%
大企業 (n=31)	19.4%	32.3%	38.7%	△ 19.4%	9.7%	19.4%	54.8%	16.1%	3.2%	9.7%	29.0%	54.8%	6.5%	22.6%	9.7%
中小企業 (n=644)	25.0%	41.3%	26.2%	△ 1.2%	7.5%	23.9%	46.4%	22.7%	1.2%	7.0%	33.9%	46.7%	12.4%	21.4%	7.0%
農業 (n=26)	11.5%	46.2%	34.6%	△ 23.1%	7.7%	3.8%	73.1%	11.5%	△ 7.7%	11.5%	19.2%	57.7%	11.5%	7.7%	11.5%
漁業・水産養殖業 (n=10)	10.0%	60.0%	10.0%	0.0%	20.0%	10.0%	60.0%	10.0%	0.0%	20.0%	20.0%	50.0%	20.0%	0.0%	10.0%
食料品製造業 (n=308)	23.1%	42.5%	27.9%	△ 4.9%	6.5%	24.7%	46.4%	22.7%	1.9%	6.2%	34.4%	48.1%	11.0%	23.4%	6.5%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=69)	39.1%	40.6%	18.8%	20.3%	1.4%	36.2%	47.8%	14.5%	21.7%	1.4%	49.3%	36.2%	14.5%	34.8%	0.0%
その他製造業 (n=27)	22.2%	51.9%	18.5%	3.7%	7.4%	22.2%	48.1%	22.2%	0.0%	7.4%	29.6%	51.9%	11.1%	18.5%	7.4%
飲食料品卸売業 (n=148)	26.4%	33.1%	31.1%	△ 4.7%	9.5%	20.9%	45.9%	25.7%	△ 4.7%	7.4%	29.1%	50.0%	12.2%	16.9%	8.8%
その他卸売業 (n=66)	22.7%	43.9%	19.7%	3.0%	13.6%	21.2%	40.9%	24.2%	△ 3.0%	13.6%	27.3%	45.5%	15.2%	12.1%	12.1%
飲食料品小売業 (n=9)	44.4%	22.2%	33.3%	11.1%	0.0%	44.4%	22.2%	33.3%	11.1%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%
その他小売業 (n=7)	28.6%	42.9%	28.6%	0.0%	0.0%	28.6%	42.9%	28.6%	0.0%	0.0%	42.9%	28.6%	28.6%	14.3%	0.0%
協同組合 (n=6)	0.0%	33.3%	50.0%	△ 50.0%	16.7%	0.0%	50.0%	33.3%	△ 33.3%	16.7%	50.0%	33.3%	0.0%	50.0%	16.7%

2. 今後（3年程度）の海外ビジネス展開

今後（3年程度）の海外ビジネス展開について、回答企業694社のうち「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」が54.9%（381社）と最も多く、「現時点でビジネス展開はしていないが、今後展開する予定である」の13.3%（92社）を合わせると、今後、海外ビジネスの拡大を予定している企業が7割近くを占めた。また、「すでに展開しているビジネスの規模を維持する」は、18.7%（130社）であった。

図表Ⅲ. 2.1 今後（3年程度）の海外ビジネス展開（全体）



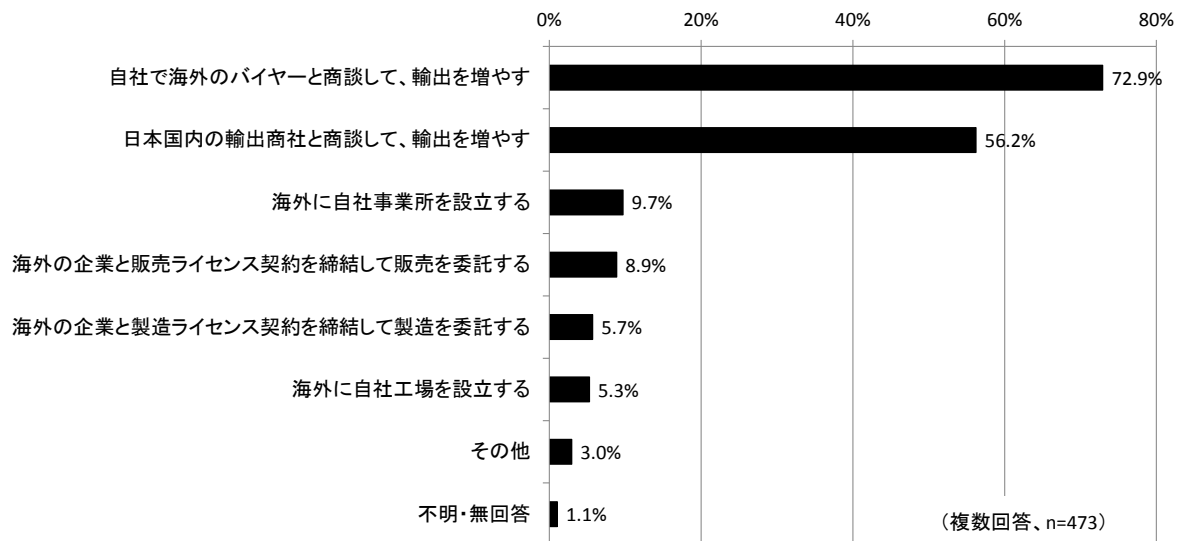
図表Ⅲ. 2.2 今後（3年程度）の海外ビジネス展開（全体、企業規模別、業種別）

	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している	現時点でビジネス展開はしていないが、今後展開する予定である	すでに展開しているビジネスの規模を維持する	既存ビジネスの縮小・撤退を検討している	現時点でビジネス展開をしておらず、今後も展開しない	不明・無回答
全体 (n=694)	54.9%	13.3%	18.7%	0.9%	9.7%	2.6%
大企業 (n=31)	67.7%	12.9%	16.1%	3.2%	0.0%	0.0%
中小企業 (n=644)	54.5%	13.5%	18.9%	0.8%	9.8%	2.5%
農業 (n=26)	46.2%	23.1%	19.2%	0.0%	11.5%	0.0%
漁業・水産養殖業 (n=10)	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	30.0%	10.0%
食料品製造業 (n=308)	55.5%	12.3%	21.8%	0.0%	9.1%	1.3%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=69)	56.5%	13.0%	21.7%	1.4%	5.8%	1.4%
その他製造業 (n=27)	55.6%	22.2%	3.7%	3.7%	14.8%	0.0%
飲食料品卸売業 (n=148)	60.8%	13.5%	13.5%	2.7%	5.4%	4.1%
その他卸売業 (n=66)	43.9%	13.6%	18.2%	0.0%	18.2%	6.1%
飲食料品小売業 (n=9)	77.8%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%
その他小売業 (n=7)	42.9%	14.3%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=6)	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%

3. 事業拡大の具体的な内容

今後、海外ビジネスの拡大を予定している 473 社の、事業拡大の具体的な内容は、「自社で海外のバイヤーと商談して、輸出を増やす」が 72.9% (345 社) と最も多く、次いで「日本国内の輸出商社と商談して、輸出を増やす」が 56.2% (266 社) であった。

図表Ⅲ. 3.1 事業拡大の具体的な内容 (全体)



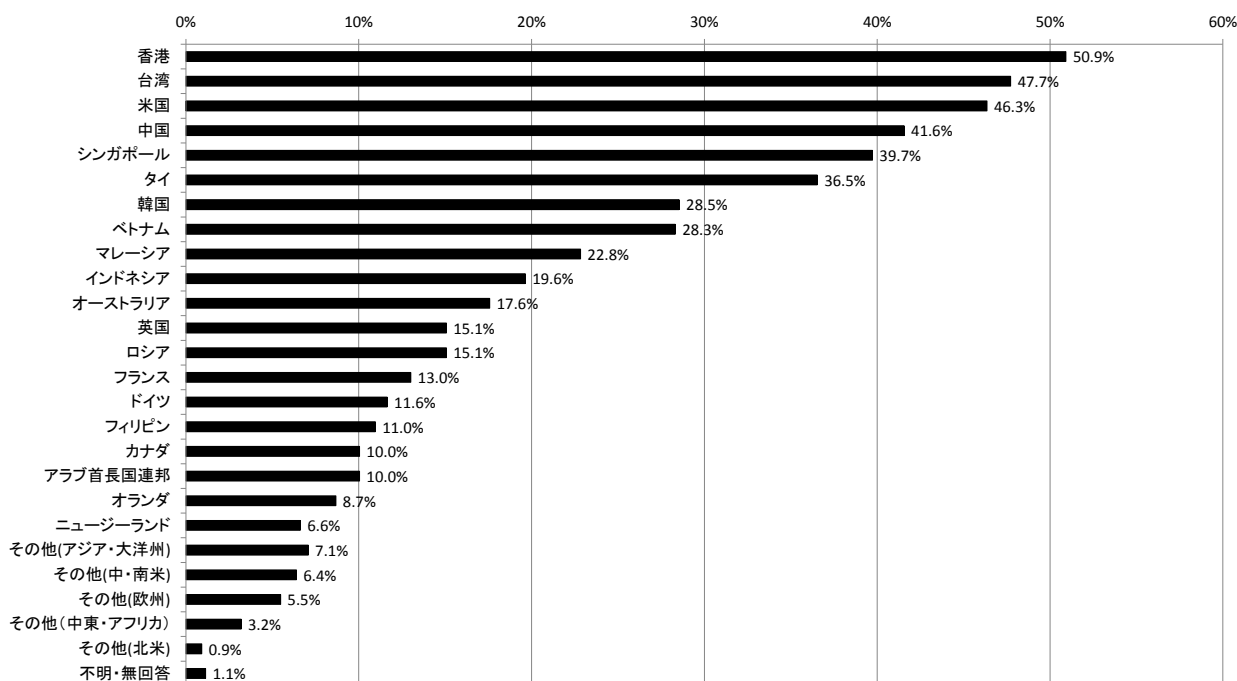
図表Ⅲ. 3.2 事業拡大の具体的な内容 (全体、企業規模別、業種別)

	自社で海外のバイヤーと商談して、輸出を増やす	日本国内の輸出商社と商談して、輸出を増やす	海外に自社事業所を設立する	海外の企業と販売ライセンス契約を締結して販売を委託する	海外の企業と製造ライセンス契約を締結して製造を委託する	海外に自社工場を設立する	その他	不明・無回答
全体 (n=473)	72.9%	56.2%	9.7%	8.9%	5.7%	5.3%	3.0%	1.1%
大企業 (n=25)	80.0%	68.0%	12.0%	12.0%	4.0%	20.0%	0.0%	0.0%
中小企業 (n=438)	73.1%	55.9%	9.1%	8.9%	5.9%	4.6%	3.0%	1.1%
農業 (n=18)	50.0%	61.1%	11.1%	5.6%	5.6%	5.6%	11.1%	0.0%
漁業・水産養殖業 (n=4)	100.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業 (n=209)	67.0%	70.8%	10.0%	7.7%	6.7%	8.6%	1.4%	1.0%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=48)	79.2%	75.0%	8.3%	8.3%	4.2%	4.2%	8.3%	0.0%
その他製造業 (n=21)	66.7%	57.1%	9.5%	14.3%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食品卸売業 (n=110)	83.6%	34.5%	9.1%	7.3%	5.5%	1.8%	2.7%	2.7%
その他卸売業 (n=38)	84.2%	21.1%	7.9%	15.8%	5.3%	5.3%	2.6%	0.0%
飲食品小売業 (n=8)	75.0%	25.0%	0.0%	37.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%
その他小売業 (n=4)	50.0%	50.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=4)	75.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

4. 今後、輸出を増やす対象国・地域

今後、輸出を増やすとした438社の、輸出を増やす対象国・地域は、「香港」の50.9%（223社）をはじめ、「台湾」、「米国」、「中国」が4割を超えている。次いで「シンガポール」、「タイ」が3割を超えており、上位は米国を除き、アジアの国が占めている。なお、アジア以外では、「米国」が46.3%（203社）、「オーストラリア」が17.6%（77社）、「英国」、「ロシア」がともに15.1%（66社）となっている。

図表Ⅲ.4.1 今後、輸出を増やす対象国・地域（全体）



(複数回答、n=438)

図表Ⅲ.4.2 今後、輸出を増やす対象国・地域（全体、企業規模別、業種別①）

	香港	台湾	米国	中国	シンガポール	タイ	韓国	ベトナム	マレーシア	インドネシア	オーストラリア	英国	ロシア
全体 (n=438)	50.9%	47.7%	46.3%	41.6%	39.7%	36.5%	28.5%	28.3%	22.8%	19.6%	17.6%	15.1%	15.1%
大企業 (n=24)	45.8%	58.3%	50.0%	41.7%	45.8%	50.0%	29.2%	25.0%	12.5%	25.0%	12.5%	4.2%	8.3%
中小企業 (n=406)	51.5%	47.5%	46.6%	41.1%	39.4%	35.5%	28.6%	28.1%	23.2%	19.5%	18.2%	15.5%	15.8%
農業 (n=15)	73.3%	60.0%	46.7%	13.3%	60.0%	6.7%	6.7%	20.0%	6.7%	6.7%	6.7%	6.7%	13.3%
漁業・水産養殖業 (n=4)	25.0%	25.0%	75.0%	50.0%	25.0%	50.0%	0.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
食料品製造業 (n=194)	57.7%	55.7%	53.6%	40.2%	44.3%	37.1%	28.4%	28.4%	22.2%	20.1%	18.6%	16.5%	16.0%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=48)	50.0%	54.2%	56.3%	56.3%	47.9%	35.4%	43.8%	31.3%	39.6%	33.3%	41.7%	25.0%	31.3%
その他製造業 (n=18)	55.6%	50.0%	38.9%	50.0%	44.4%	44.4%	50.0%	27.8%	11.1%	11.1%	5.6%	11.1%	5.6%
飲食品卸売業 (n=104)	44.2%	35.6%	36.5%	40.4%	27.9%	34.6%	21.2%	26.0%	21.2%	18.3%	14.4%	11.5%	12.5%
その他卸売業 (n=35)	31.4%	37.1%	28.6%	40.0%	22.9%	42.9%	31.4%	34.3%	22.9%	11.4%	5.7%	8.6%	2.9%
飲食品小売業 (n=6)	50.0%	33.3%	33.3%	33.3%	50.0%	16.7%	50.0%	0.0%	0.0%	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%
その他小売業 (n=3)	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	66.7%
協同組合 (n=4)	50.0%	75.0%	50.0%	0.0%	75.0%	75.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%

図表Ⅲ. 4. 3 今後、輸出を増やす対象国・地域（全体、企業規模別、業種別②）

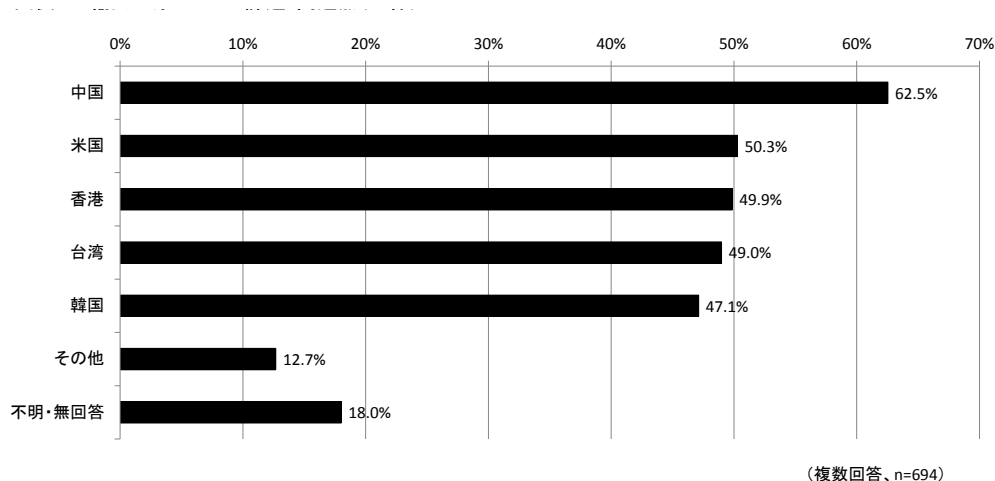
	フランス	ドイツ	フィリピン	カナダ	アラブ首 長国連邦	オランダ	ニュー ジーランド	その他 (アジア・ 大洋州)	その他 (中・南米)	その他 (欧州)	その他 (中東・ア フリカ)	その他 (北米)	不明・ 無回答
全体 (n=438)	13.0%	11.6%	11.0%	10.0%	10.0%	8.7%	6.6%	7.1%	6.4%	5.5%	3.2%	0.9%	1.1%
大企業 (n=24)	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	8.3%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	4.2%
中小企業 (n=406)	14.0%	12.6%	10.8%	10.1%	10.3%	9.1%	6.9%	7.6%	6.9%	5.7%	3.2%	1.0%	1.0%
農業 (n=15)	26.7%	13.3%	6.7%	6.7%	20.0%	6.7%	6.7%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業 (n=4)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業 (n=194)	14.4%	12.4%	11.9%	13.4%	9.3%	11.3%	5.2%	8.2%	6.7%	7.2%	3.6%	1.5%	1.5%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=48)	31.3%	18.8%	14.6%	14.6%	12.5%	12.5%	16.7%	6.3%	6.3%	6.3%	2.1%	0.0%	2.1%
その他製造業 (n=18)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業 (n=104)	7.7%	9.6%	11.5%	6.7%	10.6%	4.8%	7.7%	3.8%	5.8%	4.8%	3.8%	1.0%	1.0%
その他卸売業 (n=35)	5.7%	14.3%	5.7%	5.7%	17.1%	8.6%	2.9%	17.1%	5.7%	2.9%	2.9%	0.0%	0.0%
飲食料品小売業 (n=6)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他小売業 (n=3)	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=4)	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

IV. 輸出にあたっての課題・問題点について

1. 輸出にあたっての課題・問題点

輸出にあたって、課題・問題点を感じる国・地域は、回答企業 694 社のうち「中国」が 62.5% (434 社) と最も多く、「米国」「香港」、「台湾」、「韓国」は、5 割前後であった。

図表IV. 1.1 輸出にあたっての課題・問題点 (全体)



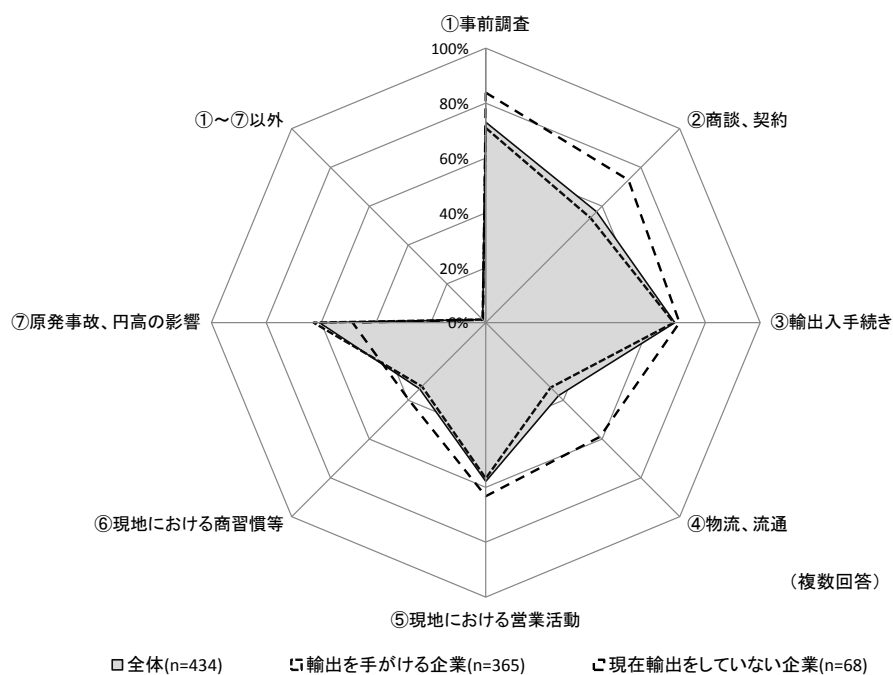
図表IV. 1.2 輸出にあたっての課題・問題点(全体、輸出有無別、企業規模別、業種別)

	中国	米国	香港	台湾	韓国	その他	不明・無回答
全体 (n=694)	62.5%	50.3%	49.9%	49.0%	47.1%	12.7%	18.0%
輸出を手がける企業 (n=532)	68.6%	56.2%	53.9%	53.2%	52.3%	14.5%	11.5%
現在輸出をしていない企業 (n=154)	44.2%	31.8%	37.0%	35.7%	31.2%	6.5%	39.0%
大企業 (n=31)	71.0%	48.4%	61.3%	61.3%	41.9%	12.9%	12.9%
中小企業 (n=644)	62.4%	51.2%	49.5%	49.2%	48.0%	12.9%	18.0%
農業 (n=26)	34.6%	30.8%	42.3%	42.3%	23.1%	15.4%	30.8%
漁業・水産養殖業 (n=10)	50.0%	50.0%	20.0%	20.0%	30.0%	30.0%	30.0%
食料品製造業 (n=308)	64.6%	56.2%	54.9%	54.2%	50.6%	11.7%	17.9%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=69)	78.3%	62.3%	53.6%	58.0%	66.7%	10.1%	10.1%
その他製造業 (n=27)	70.4%	55.6%	51.9%	48.1%	63.0%	0.0%	14.8%
飲食品卸売業 (n=148)	61.5%	46.6%	45.3%	44.6%	40.5%	16.2%	16.9%
その他卸売業 (n=66)	56.1%	39.4%	40.9%	42.4%	37.9%	15.2%	22.7%
飲食品小売業 (n=9)	55.6%	22.2%	44.4%	55.6%	44.4%	11.1%	22.2%
その他小売業 (n=7)	28.6%	28.6%	28.6%	14.3%	42.9%	28.6%	14.3%
協同組合 (n=6)	50.0%	33.3%	100.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%

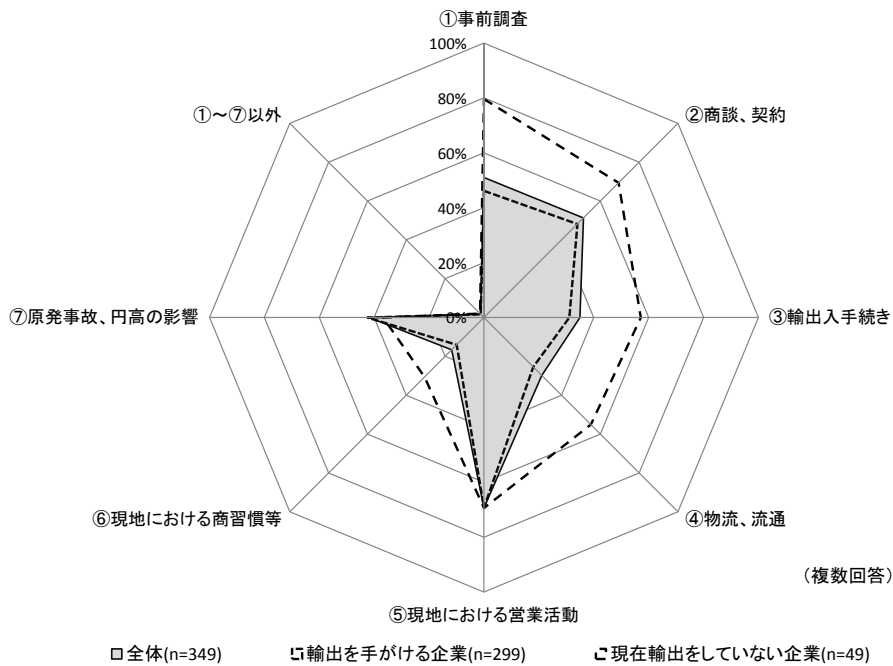
2. 輸出にあたっての課題・問題点（国・地域別）

輸出にあたっての課題・問題点は、「中国」で「事前調査」が73.0%（317社）と最も多く、次いで「輸出入手続き」が68.9%（299社）、「原発事故、円高の影響」が60.6%（263社）であった。「米国」、「香港」、「台湾」については、「現地における営業活動」が7割前後で最も多く、「商談、契約」および「事前調査」でもそれぞれ5割前後であった。

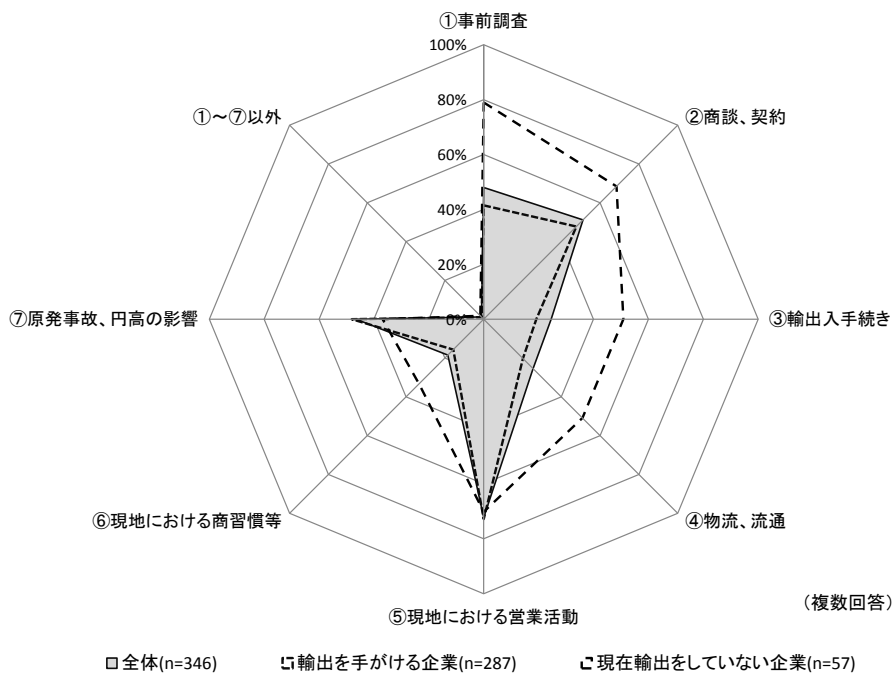
図表IV.2.1 輸出にあたっての課題・問題点（中国）



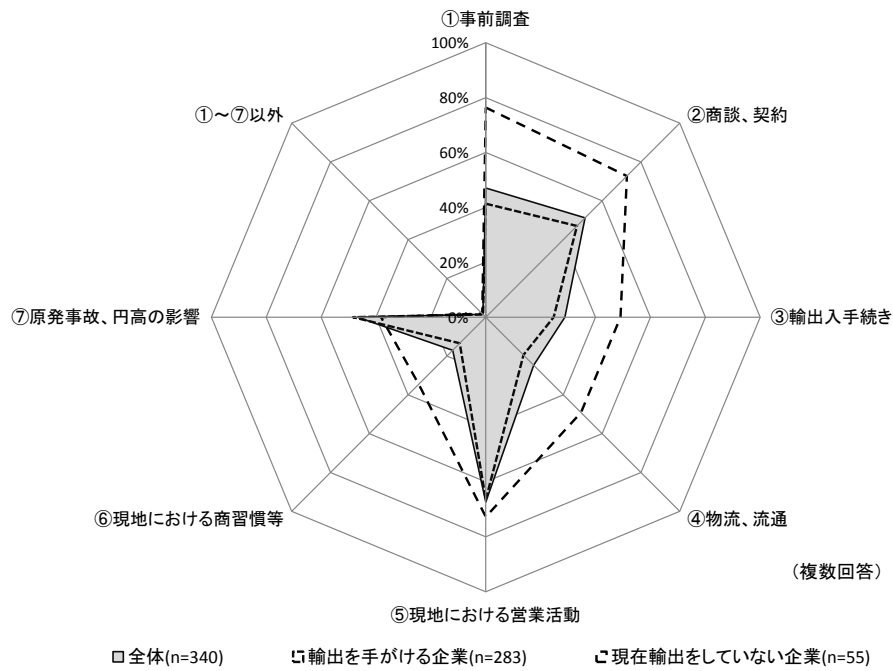
図表IV.2.2 輸出にあたっての課題・問題点（米国）



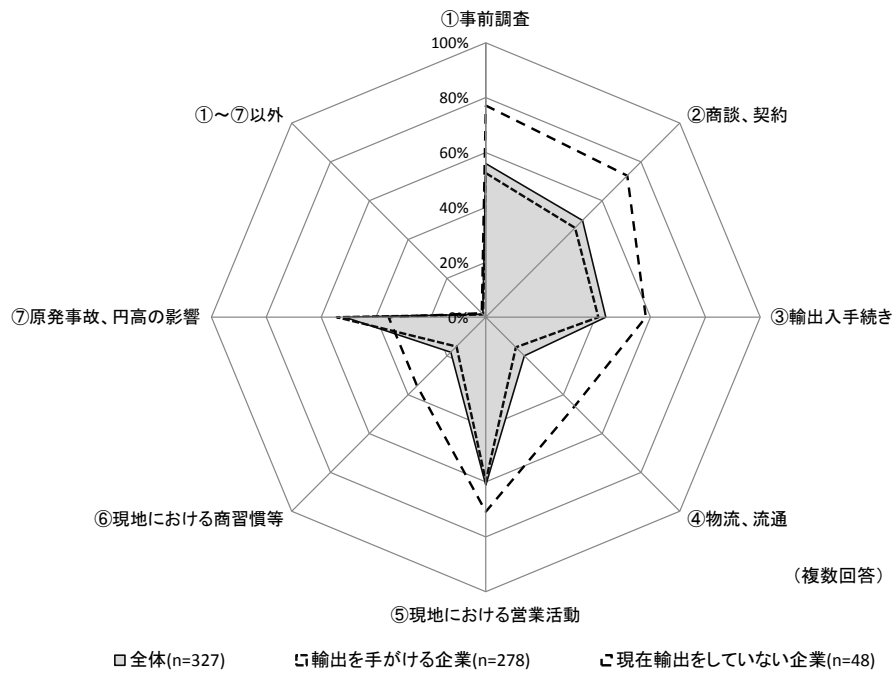
表IV.2.3 輸出にあたっての課題・問題点（香港）



図表IV.2.4 輸出にあたっての課題・問題点（台湾）



図表IV.2.5 輸出にあたっての課題・問題点（韓国）



図表IV.2.6 輸出にあたっての課題・問題点（実数）（全体）（その1）

（複数回答）

		香港	米国	台湾	韓国	中国	その他
全体の回答対象企業数		694					
①事前調査	各国・地域の回答対象企業数	346	349	340	327	434	88
	当項目の回答企業数	166	178	160	183	317	43
	当項目の回答数						
	輸出手続きに関する基本的な情報が不足	53	68	54	71	174	23
	現地の消費トレンド情報が不足	87	100	85	89	132	17
	現地の流通経路・販売経路の情報が不足	92	96	92	105	179	21
	現地の関税、輸入規制、検疫等の輸出関連制度情報が不足	71	99	79	111	230	25
その他①に関する点	4	4	3	5	13	3	
②商談、契約	各国・地域の回答対象企業数	346	349	340	327	434	88
	当項目の回答企業数	177	179	174	163	248	25
	当項目の回答数						
	外国語での商談、契約に苦勞する	80	90	87	95	130	11
	既存の取引先との取引拡大、取引先の新規開拓が難しい	93	91	97	86	125	8
	長期間にわたる契約の締結が難しい	42	37	35	50	104	3
	供給面での不安により、安定的・継続的輸出が難しい	42	46	42	42	80	8
その他②に関する点	3	4	2	5	6	4	
③輸出入手続き	各国・地域の回答対象企業数	346	349	340	327	434	88
	当項目の回答企業数	85	122	98	143	299	43
	当項目の回答数						
	現地規制（検疫）により輸出ができない	18	37	29	37	165	21
	作成書類が多く、手間やコストがかかる	47	59	50	94	182	20
	現地規制（表示等）を満たす商品の製造にコストがかかる	43	55	47	42	74	13
	通関時の問題（時間がかかる、規則にない費用の要求、担当者によって判断基準が異なる等）	24	34	31	50	169	20
その他③に関する点	3	11	2	7	4	5	
④物流、流通	各国・地域の回答対象企業数	346	349	340	327	434	88
	当項目の回答企業数	88	104	84	65	163	25
	当項目の回答数						
	物流インフラ（定期貨物便やコールドチェーン）が整備されていない	19	19	19	24	93	12
	国内（港湾や空港まで）流通コストが高い	37	48	31	21	44	4
	国外（港湾や空港より先）流通コストが高い	24	45	28	17	35	7
	輸送中の品質管理が難しく、品質が低下してしまう	28	33	31	24	77	8
その他④に関する点	3	3	2	0	0	3	

図表IV.2.7 輸出にあたっての課題・問題点（実数）（全体）（その2）

（複数回答）

		香港	米国	台湾	韓国	中国	その他
全体の回答対象企業数		694					
⑤ 現地における 営業活動	各国・地域の回答対象企業数	346	349	340	327	434	88
	当項目の回答企業数	250	242	229	200	251	37
	当項目の回答数						
	競合品（他国産品/日系企業による現地生産品/国内の他産地で生産された商品）との価格競争が激しい	127	115	115	109	124	16
	自社製品のPRが不十分	147	136	132	112	143	12
	現地消費者の嗜好に合わせた商品開発が難しい	69	67	71	60	80	11
	現地卸・小売業者とのコネクションが乏しい	116	118	122	105	147	13
	その他⑤に関する点	2	3	1	1	2	1
⑥ 現地における 商習慣等	各国・地域の回答対象企業数	346	349	340	327	434	88
	当項目の回答企業数	64	58	58	59	148	16
	当項目の回答数						
	販売先から高額な棚代や販促協賛金を要求される	28	18	19	19	70	5
	取引先が求める契約内容が厳しく、違約金の金額も高い	10	17	9	12	21	3
	取引先の品質要求が高く、クレームが多い	17	14	15	14	19	3
	代金回収に不安を感じる、決済期間が長い	32	24	35	40	111	10
	その他⑥に関する点	4	4	4	2	5	2
⑦ 原発事故、円高の影響	各国・地域の回答対象企業数	346	349	340	327	434	88
	当項目の回答企業数	161	146	159	168	263	43
	当項目の回答数						
	原発事故後、輸出先における需要が低迷している	84	47	77	95	165	15
	原発事故後、輸出先の輸入規制により輸出ができない	26	17	35	34	147	15
	原発事故後、輸出手続き、通関等に時間がかかる	37	30	39	97	152	13
	円高による価格上昇圧力	90	106	88	80	78	20
その他⑦に関する点	6	5	3	6	3	14	
① ～ ⑦ 以外	各国・地域の回答対象企業数	346	349	340	327	434	4
	当項目の回答企業数	4	6	5	5	7	5
	当項目の回答数	4	6	5	5	7	5

※各国・地域の回答企業数：「①～⑦」または「①～⑦以外」の項目において、当該国・地域を1つ以上選択した企業の数。

当項目の回答企業数：「①～⑦」または「①～⑦以外」のそれぞれの項目において、当該国・地域を1つ以上選択した企業の数。

当項目の回答数：「①～⑦」または「①～⑦以外」に含まれる各項目において、当該国・地域が選択された数。

図表IV. 2.8 輸出にあたっての課題・問題点（構成比）（全体）（その1）

(複数回答)

		香港	米国	台湾	韓国	中国	その他
①事前調査	当項目の回答企業数	48.0%	51.0%	47.1%	56.0%	73.0%	48.9%
	当項目の回答数						
	輸出手続きに関する基本的な情報が不足	31.9%	38.2%	33.8%	38.8%	54.9%	53.5%
	現地の消費トレンド情報が不足	52.4%	56.2%	53.1%	48.6%	41.6%	39.5%
	現地の流通経路・販売経路の情報が不足	55.4%	53.9%	57.5%	57.4%	56.5%	48.8%
	現地の関税、輸入規制、検疫等の輸出関連制度情報が不足	42.8%	55.6%	49.4%	60.7%	72.6%	58.1%
	その他①に関する点	2.4%	2.2%	1.9%	2.7%	4.1%	7.0%
②商談、契約	当項目の回答企業数	51.2%	51.3%	51.2%	49.8%	57.1%	28.4%
	当項目の回答数						
	外国語での商談、契約に苦勞する	45.2%	50.3%	50.0%	58.3%	52.4%	44.0%
	既存の取引先との取引拡大、取引先の新規開拓が難しい	52.5%	50.8%	55.7%	52.8%	50.4%	32.0%
	長期間にわたる契約の締結が難しい	23.7%	20.7%	20.1%	30.7%	41.9%	12.0%
	供給面での不安により、安定的・継続的輸出が難しい	23.7%	25.7%	24.1%	25.8%	32.3%	32.0%
	その他②に関する点	1.7%	2.2%	1.1%	3.1%	2.4%	16.0%
③輸出入手続き	当項目の回答企業数	24.6%	35.0%	28.8%	43.7%	68.9%	48.9%
	当項目の回答数						
	現地規制(検疫)により輸出ができない	21.2%	30.3%	29.6%	25.9%	55.2%	48.8%
	作成書類が多く、手間やコストがかかる	55.3%	48.4%	51.0%	65.7%	60.9%	46.5%
	現地規制(表示等)を満たす商品の製造にコストがかかる	50.6%	45.1%	48.0%	29.4%	24.7%	30.2%
	通関時の問題(時間がかかる、規則にない費用の要求、担当者によって判断基準が異なる等)	28.2%	27.9%	31.6%	35.0%	56.5%	46.5%
	その他③に関する点	3.5%	9.0%	2.0%	4.9%	1.3%	11.6%
④物流、流通	当項目の回答企業数	25.4%	29.8%	24.7%	19.9%	37.6%	28.4%
	当項目の回答数						
	物流インフラ(定期貨物便やコールドチェーン)が整備されていない	21.6%	18.3%	22.6%	36.9%	57.1%	48.0%
	国内(港湾や空港まで)流通コストが高い	42.0%	46.2%	36.9%	32.3%	27.0%	16.0%
	国外(港湾や空港より先)流通コストが高い	27.3%	43.3%	33.3%	26.2%	21.5%	28.0%
	輸送中の品質管理が難しく、品質が低下してしまう	31.8%	31.7%	36.9%	36.9%	47.2%	32.0%
	その他④に関する点	3.4%	2.9%	2.4%	0.0%	0.0%	12.0%

図表IV.2.9 輸出にあたっての課題・問題点（構成比）（全体）（その2）

（複数回答）

		香港	米国	台湾	韓国	中国	その他
⑤ 現地における営業活動	当項目の回答企業数	72.3%	69.3%	67.4%	61.2%	57.8%	42.0%
	当項目の回答数						
	競合品（他国産品/日系企業による現地生産品/国内の他産地で生産された商品）との価格競争が激しい	50.8%	47.5%	50.2%	54.5%	49.4%	43.2%
	自社製品のPRが不十分	58.8%	56.2%	57.6%	56.0%	57.0%	32.4%
	現地消費者の嗜好に合わせた商品開発が難しい	27.6%	27.7%	31.0%	30.0%	31.9%	29.7%
	現地卸・小売業者とのコネクションが乏しい	46.4%	48.8%	53.3%	52.5%	58.6%	35.1%
	その他⑤に関する点	0.8%	1.2%	0.4%	0.5%	0.8%	2.7%
⑥ 現地における商習慣等	当項目の回答企業数	18.5%	16.6%	17.1%	18.0%	34.1%	18.2%
	当項目の回答数						
	販売先から高額な棚代や販促協賛金を要求される	43.8%	31.0%	32.8%	32.2%	47.3%	31.3%
	取引先が求める契約内容が厳しく、違約金の金額も高い	15.6%	29.3%	15.5%	20.3%	14.2%	18.8%
	取引先の品質要求が高く、クレームが多い	26.6%	24.1%	25.9%	23.7%	12.8%	18.8%
	代金回収に不安を感じる、決済期間が長い	50.0%	41.4%	60.3%	67.8%	75.0%	62.5%
その他⑥に関する点	6.3%	6.9%	6.9%	3.4%	3.4%	12.5%	
⑦ 原発事故、円高の影響	当項目の回答企業数	46.5%	41.8%	46.8%	51.4%	60.6%	48.9%
	当項目の回答数						
	原発事故後、輸出先における需要が低迷している	52.2%	32.2%	48.4%	56.5%	62.7%	34.9%
	原発事故後、輸出先の輸入規制により輸出ができない	16.1%	11.6%	22.0%	20.2%	55.9%	34.9%
	原発事故後、輸出手続き、通関等に時間がかかる	23.0%	20.5%	24.5%	57.7%	57.8%	30.2%
	円高による価格上昇圧力	55.9%	72.6%	55.3%	47.6%	29.7%	46.5%
その他⑦に関する点	3.7%	3.4%	1.9%	3.6%	1.1%	32.6%	
①～⑦以外：当項目の回答対象企業数	1.2%	1.7%	1.5%	1.5%	1.6%	5.7%	

※当項目の回答企業数：「当項目の回答企業数」を「各国・地域の回答企業数」で除したものの。

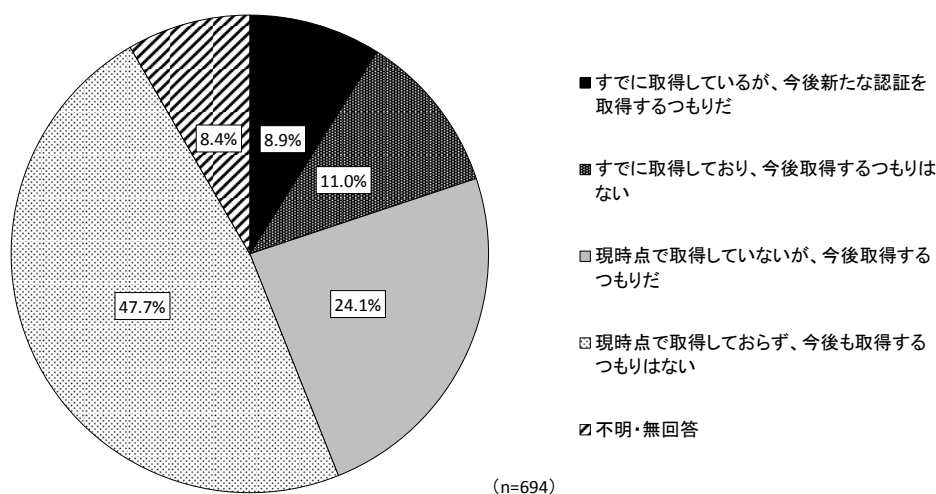
当項目の回答数：「当項目の回答数」を「当項目の回答企業数」で除したものの。

V. 安全管理について

1. 第三者認証の取得状況

第三者認証の取得状況については、回答企業 694 社のうち、取得済みの企業は 19.9%（138 社）で、「現時点で取得していないが、今後取得するつもりだ」とした企業は 24.1%（167 社）であった。一方、47.7%（331 社）の企業が「現時点で取得しておらず、今後も取得するつもりはない」とした。

図表 V. 1. 1 第三者認証の取得状況（全体）



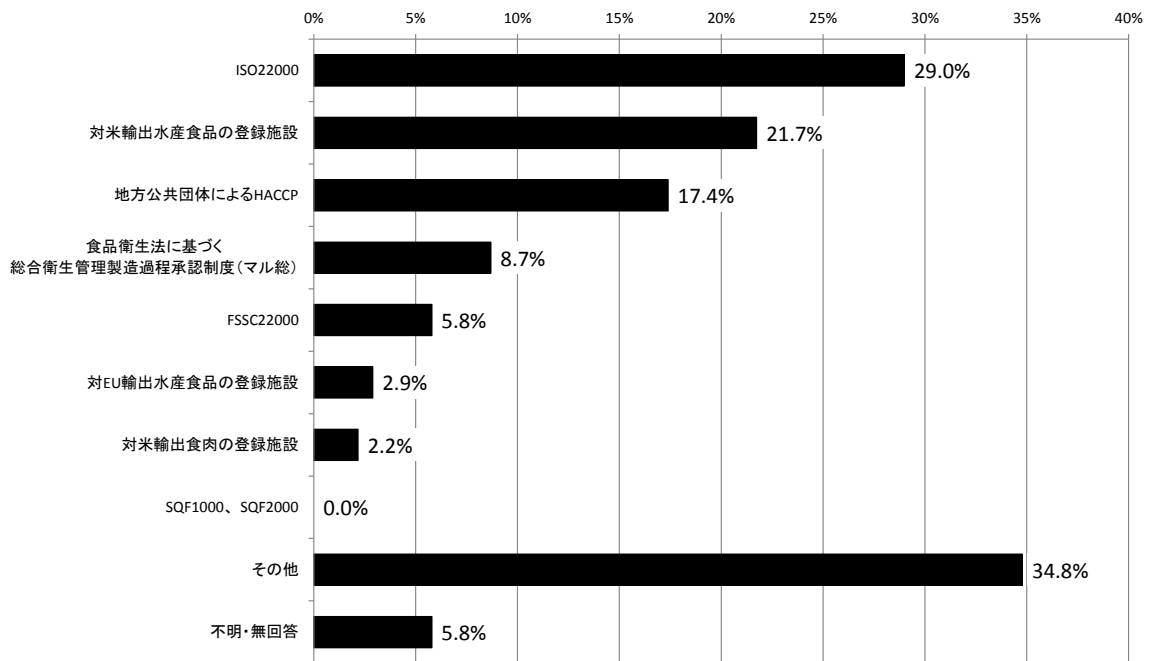
図表 V. 1. 2 第三者認証の取得状況（全体、企業規模別、業種別）

	すでに取得しているが、今後新たな認証を取得するつもりだ	すでに取得しており、今後取得するつもりはない	現時点で取得していないが、今後取得するつもりだ	現時点で取得しておらず、今後も取得するつもりはない	不明・無回答
全体 (n=694)	8.9%	11.0%	24.1%	47.7%	8.4%
大企業 (n=31)	16.1%	35.5%	19.4%	22.6%	6.5%
中小企業 (n=644)	8.4%	10.1%	24.5%	48.9%	8.1%
農業 (n=26)	3.8%	3.8%	34.6%	50.0%	7.7%
漁業・水産養殖業 (n=10)	10.0%	30.0%	10.0%	50.0%	0.0%
食料品製造業 (n=308)	14.3%	17.2%	30.2%	30.5%	7.8%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=69)	4.3%	2.9%	21.7%	66.7%	4.3%
その他製造業 (n=27)	3.7%	3.7%	22.2%	63.0%	7.4%
飲食品卸売業 (n=148)	3.4%	5.4%	18.9%	63.5%	8.8%
その他卸売業 (n=66)	3.0%	12.1%	12.1%	60.6%	12.1%
飲食品小売業 (n=9)	11.1%	0.0%	11.1%	66.7%	11.1%
その他小売業 (n=7)	0.0%	0.0%	0.0%	85.7%	14.3%
協同組合 (n=6)	16.7%	0.0%	50.0%	33.3%	0.0%

2. 取得済み認証

第三者認証をすでに取得している138社の取得済み認証は、「ISO22000」が29.0%（40社）と最も多く、次いで「対米輸出水産食品の登録施設」が21.7%（30社）、「地方公共団体によるHACCP」が17.4%（24社）となっている。なお、「その他」には「ISO9001」、「JIHFS 健康食品 GMP」等が含まれる。

図表V.2.1 取得済み認証（全体）



(複数回答、n=138)

[注] 「対米輸出水産食品の登録施設」には、厚生労働省による認定施設のほか、(社)大日本水産会や民間認証機関による認定施設が含まれる。

図表V.2.2 取得済み認証（全体、企業規模別、業種別）

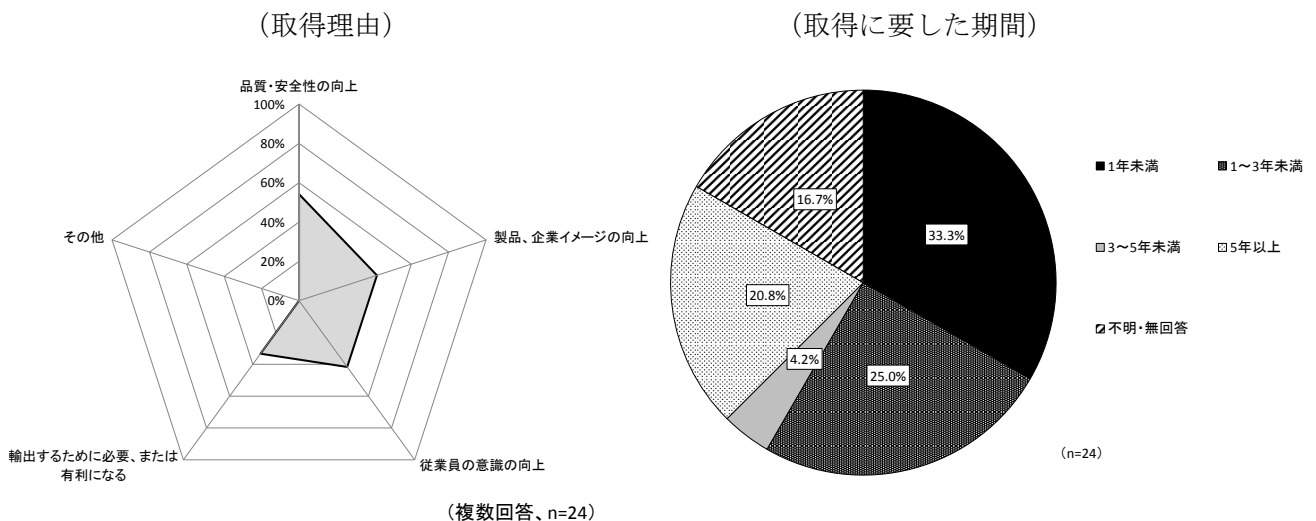
	ISO22000	対米輸出水産食品の登録施設	地方公共団体によるHACCP	食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度(マル総)	FSSC22000	対EU輸出水産食品の登録施設	対米輸出食肉の登録施設	SQF1000、SQF2000	その他	不明・無回答
全体(n=138)	29.0%	21.7%	17.4%	8.7%	5.8%	2.9%	2.2%	0.0%	34.8%	5.8%
大企業(n=16)	25.0%	6.3%	18.8%	12.5%	18.8%	0.0%	12.5%	0.0%	31.3%	12.5%
中小企業(n=119)	30.3%	23.5%	16.8%	7.6%	3.4%	3.4%	0.0%	0.0%	36.1%	4.2%
農業(n=2)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
漁業・水産養殖業(n=4)	0.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%
食料品製造業(n=97)	32.0%	18.6%	17.5%	8.2%	6.2%	1.0%	2.1%	0.0%	38.1%	4.1%
飲料・たばこ・飼料製造業(n=5)	20.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	0.0%
その他製造業(n=2)	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
飲食品卸売業(n=13)	38.5%	30.8%	15.4%	0.0%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%	30.8%	0.0%
その他卸売業(n=10)	20.0%	40.0%	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	10.0%	20.0%
飲食品小売業(n=1)	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合(n=1)	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

3. 取得理由と取得に要した期間

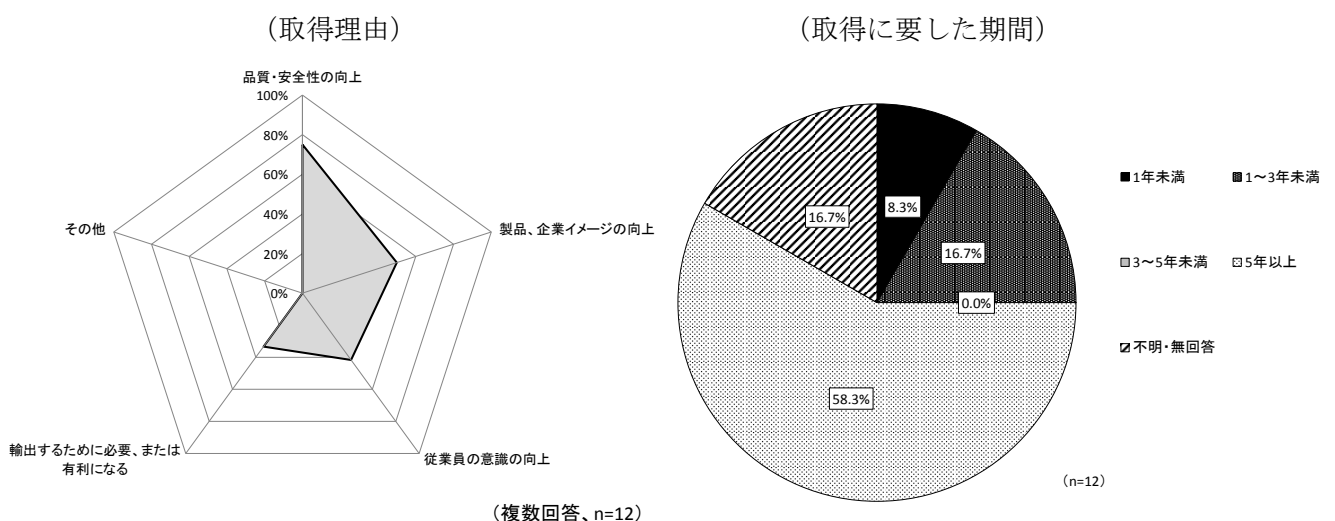
取得理由について認証別にみると、「地方公共団体による HACCP」、「食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）」、「FSSC22000」、「ISO22000」では「品質・安全性の向上」が多かった。

取得に要した期間をみると、「FSSC22000」は「1年未満」が50.0%（4社）、「地方公共団体による HACCP」も「1年未満」が33.3%（8社）、「ISO22000」は「1～3年未満」が45.0%（18社）、「FSSC22000」は「1～3年未満」が37.5%（3社）、「対米輸出水産食品の登録施設」は「1～3年未満」が36.7%（11社）と比較的短期間での取得となっている。一方、「対EU輸出水産食品の登録施設」は「5年以上」が100.0%（4社）であり、「食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）」についても「5年以上」が58.3%（7社）と取得に比較的最長い期間がかかるという回答が多かった。

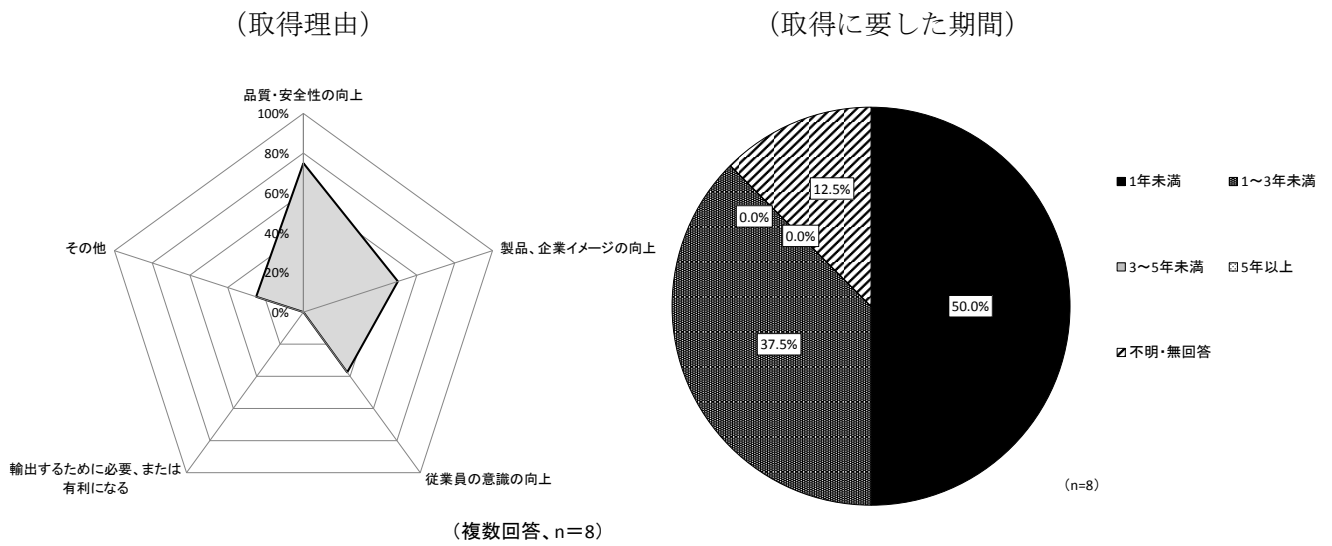
図表V.3.1 取得理由と取得に要した期間（地方公共団体による HACCP）



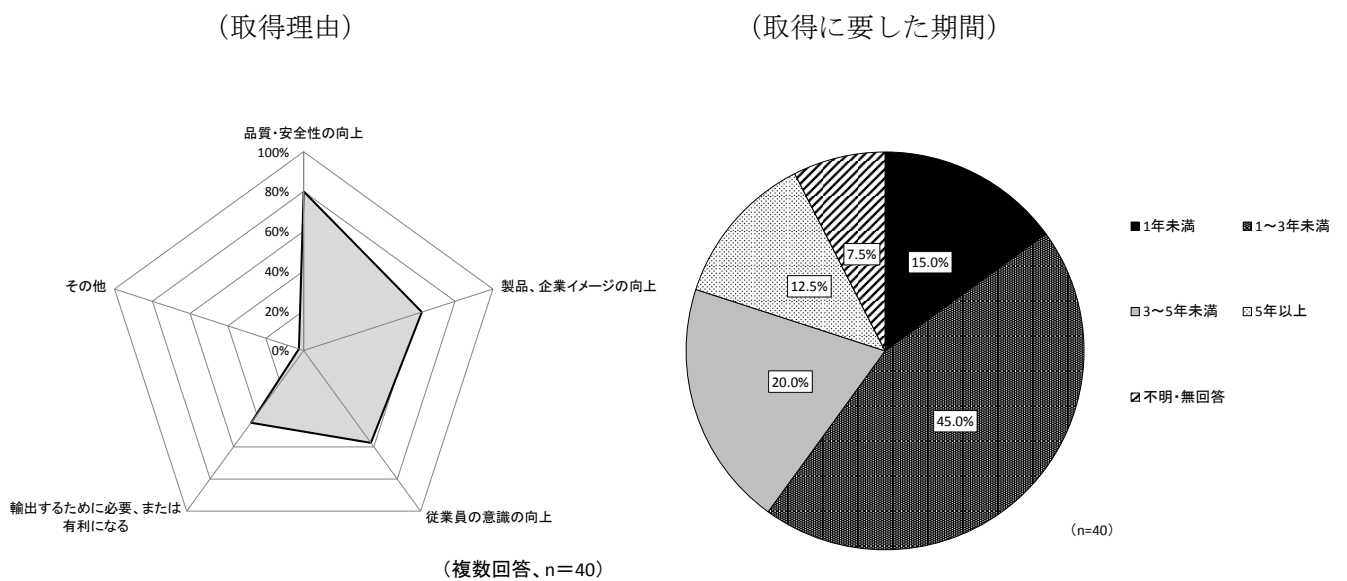
図表V.3.2 取得理由と取得に要した期間（食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総））



図表 V. 3. 3 取得理由と取得に要した期間 (FSSC22000)

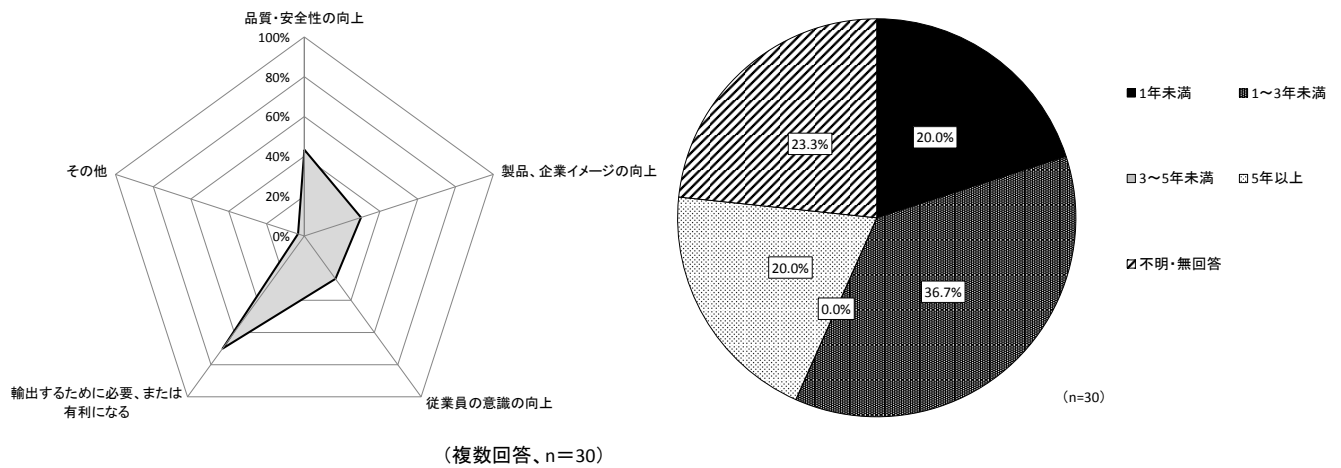


図表 V. 3. 4 取得理由と取得に要した期間 (ISO22000)

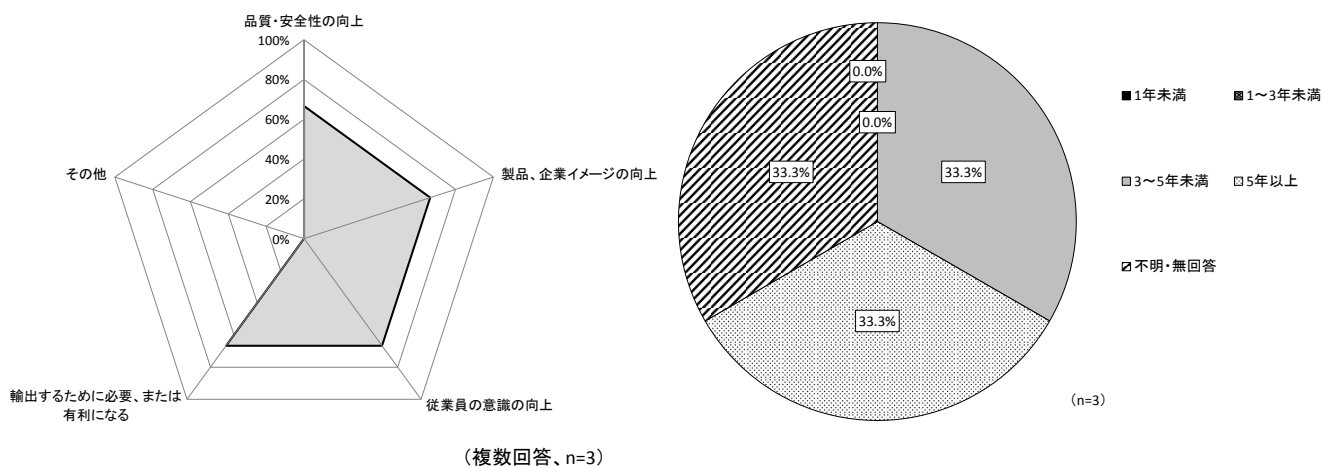


* SQF1000、2000 については、該当企業がなかったため図表は割愛している。

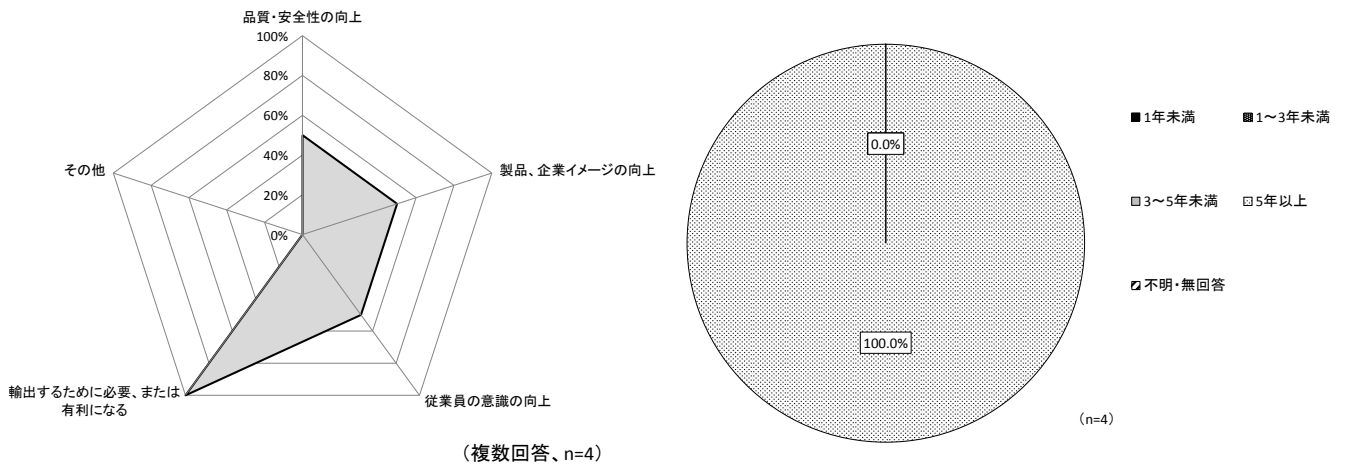
図表V.3.5 取得理由と取得に要した期間（対米輸出水産食品の登録施設）
 （取得理由） （取得に要した期間）



図表V.3.6 取得理由と取得に要した期間（対米輸出食肉の登録施設）
 （取得理由） （取得に要した期間）



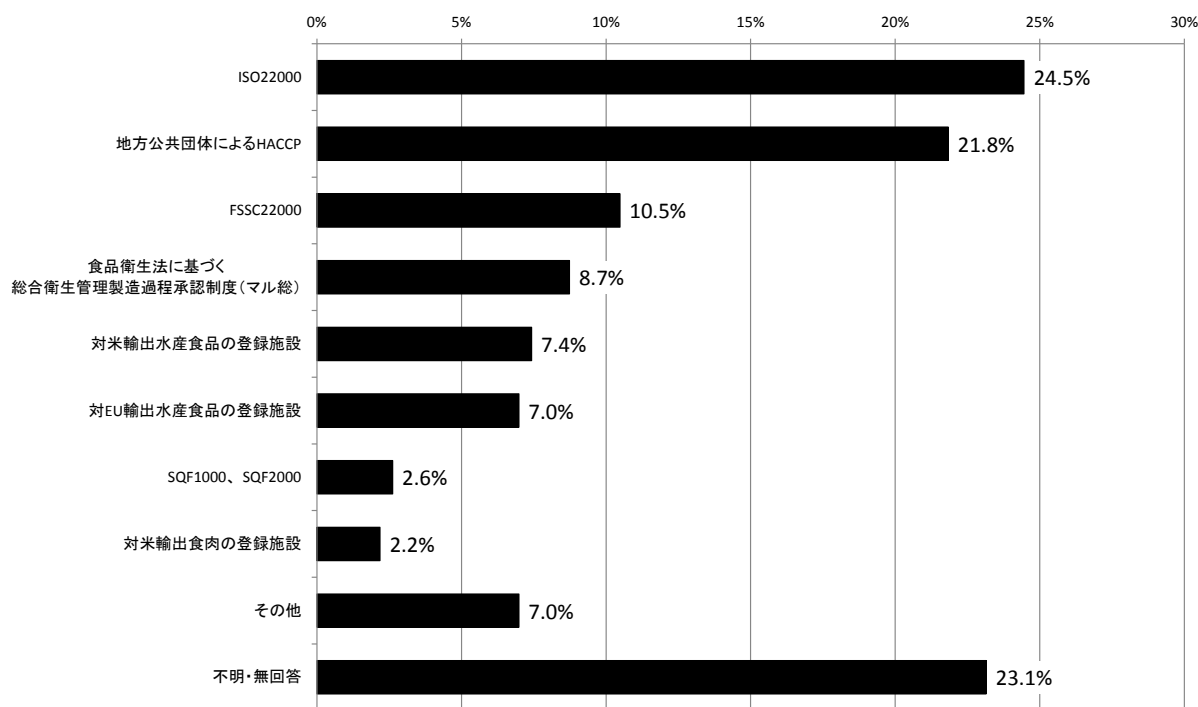
図表 V. 3. 7 取得理由と取得に要した期間 (対 EU 輸出水産食品の登録施設)
 (取得理由) (取得に要した期間)



4. 取得予定の認証

今後、第三者認証を取得する予定とした 229 社が、取得予定の認証は、「ISO22000」が 24.5% (56 社) と最も多く、次いで「地方公共団体による HACCP」が 21.8% (50 社)、「FSSC22000」が 10.5% (24 社) となっている。

図表 V. 4. 1 取得予定の認証 (全体)



(複数回答、n=229)

図表 V. 4. 2 取得予定の認証 (全体、企業規模別、業種別)

	ISO22000	地方公共団体によるHACCP	FSSC22000	食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度(マル総)	対米輸出水産食品の登録施設	対EU輸出水産食品の登録施設	SQF1000、SQF2000	対米輸出食肉の登録施設	その他	不明・無回答
全体(n=229)	24.5%	21.8%	10.5%	8.7%	7.4%	7.0%	2.6%	2.2%	7.0%	23.1%
大企業(n=11)	27.3%	0.0%	27.3%	18.2%	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	18.2%	0.0%
中小企業(n=212)	24.5%	22.6%	9.9%	8.0%	6.6%	6.6%	2.4%	1.4%	6.6%	24.1%
農業(n=10)	20.0%	20.0%	0.0%	30.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%
漁業・水産養殖業(n=2)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業(n=137)	27.0%	22.6%	11.7%	5.1%	3.6%	5.1%	1.5%	1.5%	6.6%	22.6%
飲料・たばこ・飼料製造業(n=18)	16.7%	22.2%	16.7%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	27.8%
その他製造業(n=7)	14.3%	28.6%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%
飲食料品卸売業(n=33)	27.3%	21.2%	9.1%	12.1%	24.2%	9.1%	9.1%	6.1%	9.1%	18.2%
その他卸売業(n=10)	20.0%	10.0%	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	10.0%	40.0%
飲食料品小売業(n=2)	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
協同組合(n=4)	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%

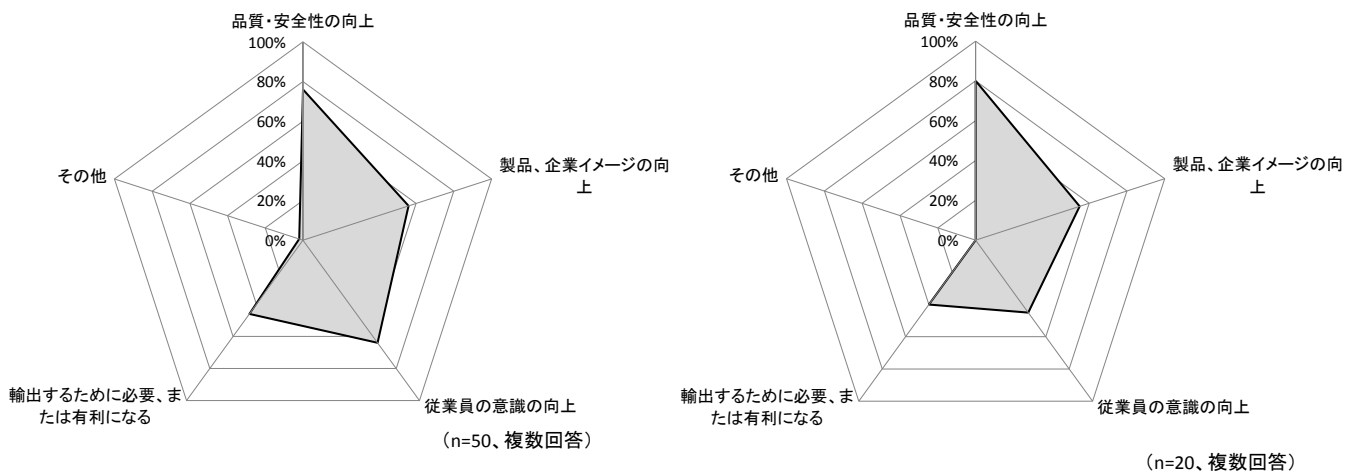
5. 取得予定の理由

取得予定の理由についてみると、「地方公共団体による HACCP」、「食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）」、「FSSC22000」、「ISO22000」、「SQF1000、SQF2000」では「品質・安全性の向上」が多かった。

図表 V. 5. 1 取得予定の理由

(地方公共団体による HACCP)

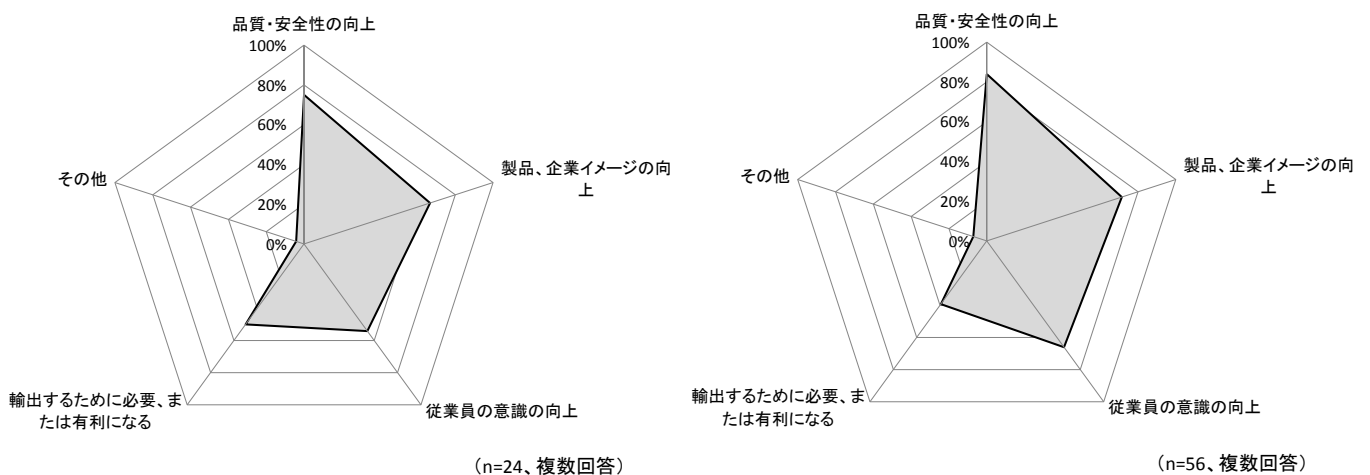
(食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）)



図表 V. 5. 2 取得予定の理由

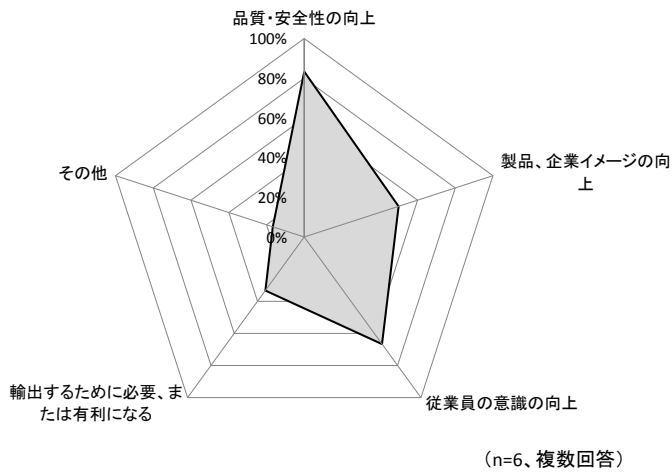
(FSSC22000)

(ISO22000)

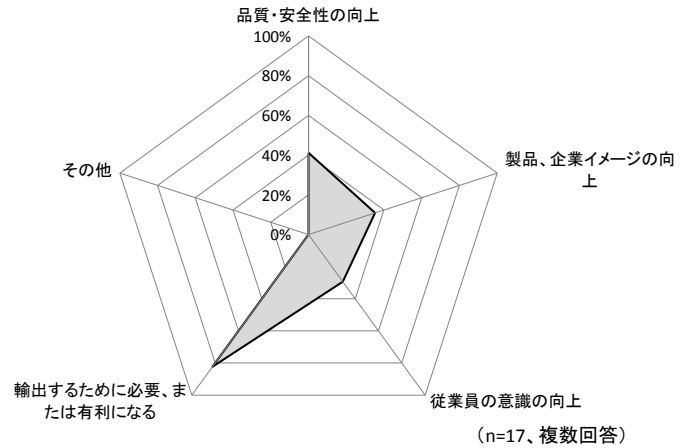


図表 V. 5. 3 取得予定の理由

(SQF1000、SQF2000)

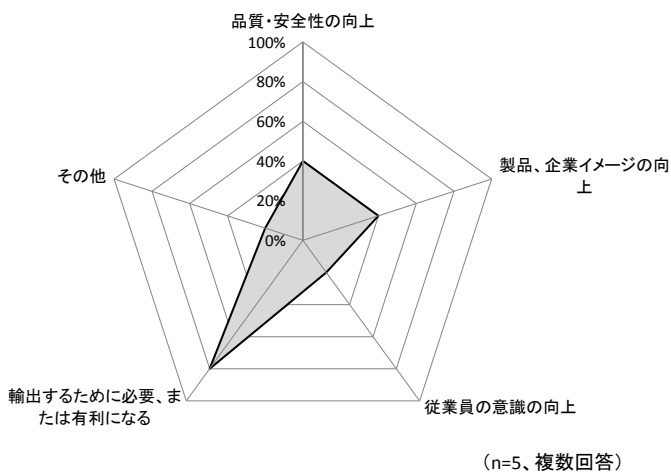


(対米輸出水産食品の登録施設)

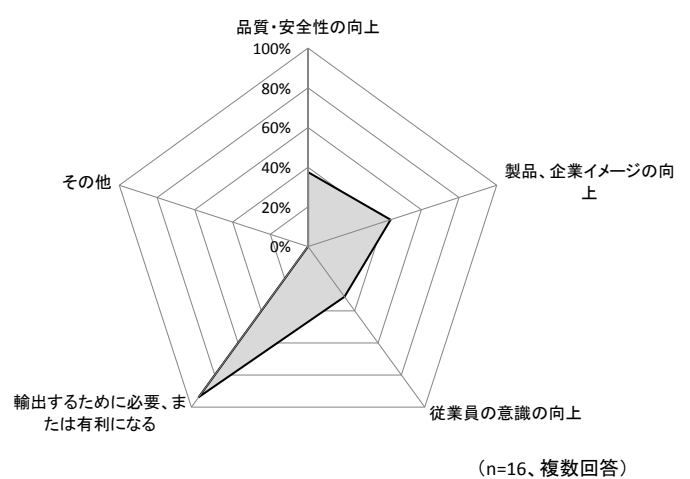


図表 V. 5. 4 取得予定の理由

(対米輸出食肉の登録施設)



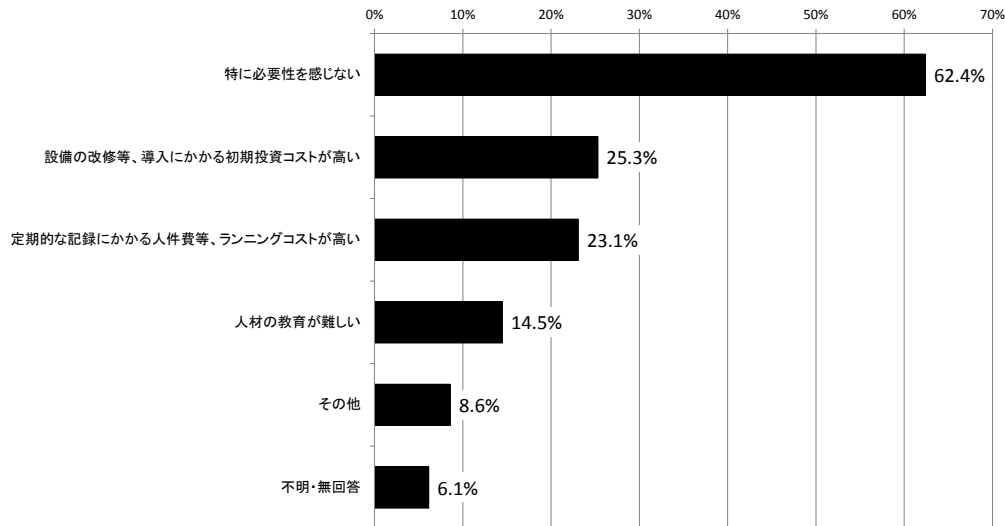
(対 EU 輸出水産食品の登録施設)



6. 取得するつもりがない理由

今後、第三者認証を取得する予定がないとした407社の理由は、「特に必要性を感じない」が62.4% (254社) と特に多く、次いで「設備の改修等、導入にかかる初期投資コストが高い」が25.3% (103社)、「定期的な記録にかかる人件費等、ランニングコストが高い」が23.1% (94社) となっている。

図表V.6.1 取得するつもりがない理由 (全体)



(複数回答、n=407)

図表V.6.2 取得するつもりがない理由 (全体、企業規模別、業種別)

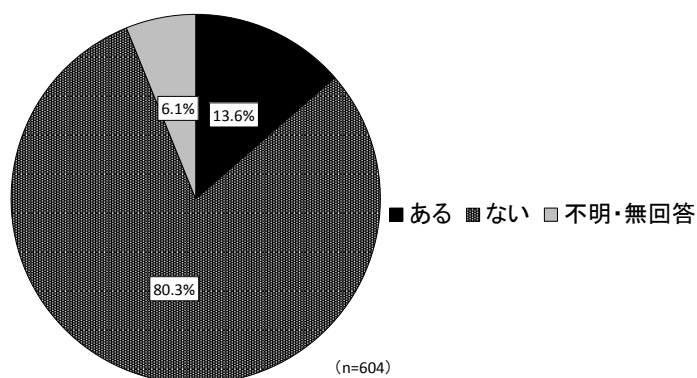
	特に必要性を感じない	設備の改修等、導入にかかる初期投資コストが高い	定期的な記録にかかる人件費等、ランニングコストが高い	人材の教育が難しい	その他	不明・無回答
全体 (n=407)	62.4%	25.3%	23.1%	14.5%	8.6%	6.1%
大企業 (n=18)	50.0%	11.1%	5.6%	5.6%	11.1%	22.2%
中小企業 (n=380)	62.9%	26.3%	23.9%	14.5%	8.7%	5.3%
農業 (n=14)	64.3%	7.1%	21.4%	7.1%	14.3%	7.1%
漁業・水産養殖業 (n=8)	62.5%	25.0%	12.5%	12.5%	12.5%	0.0%
食料品製造業 (n=147)	46.9%	41.5%	33.3%	17.7%	4.8%	9.5%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=48)	62.5%	33.3%	27.1%	18.8%	6.3%	8.3%
その他製造業 (n=18)	66.7%	27.8%	22.2%	27.8%	5.6%	5.6%
飲食料品卸売業 (n=102)	74.5%	12.7%	14.7%	11.8%	14.7%	1.0%
その他卸売業 (n=48)	75.0%	4.2%	10.4%	4.2%	12.5%	6.3%
飲食料品小売業 (n=6)	66.7%	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%
その他小売業 (n=6)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=2)	50.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%

VI. 商標権の保護について

1. 商標権侵害による被害

これまでに輸出をしたことがある企業 604 社の、輸出先国・地域における商標権侵害の被害の有無は、「ある」が 13.6% (82 社)、「ない」が 80.3% (485 社) であった。

図表VI. 1. 1 商標権侵害による被害の有無 (全体)



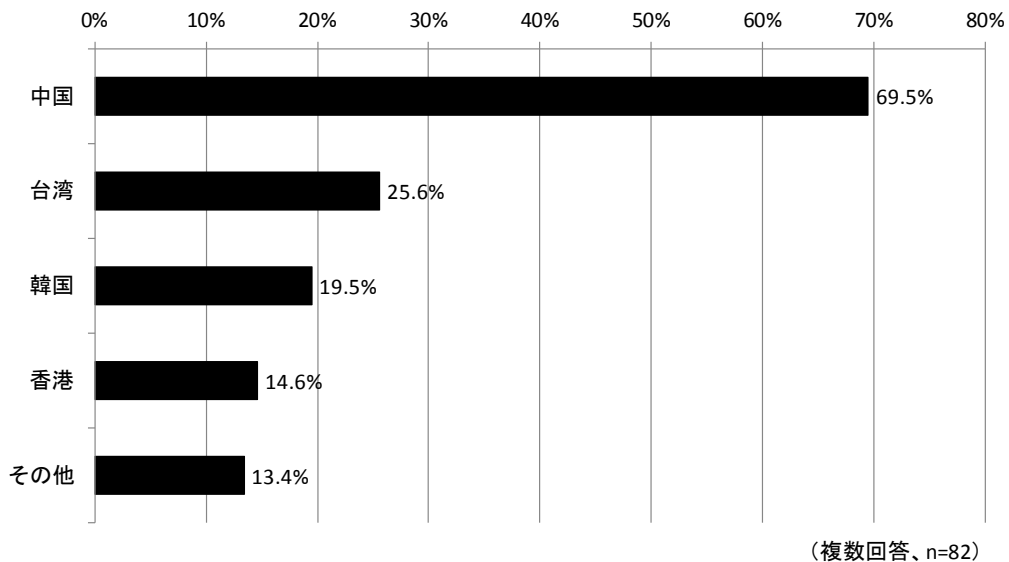
図表VI. 1. 2 商標権侵害による被害の有無 (全体、企業規模別、業種別)

	ある	ない	不明・無回答
全体 (n=604)	13.6%	80.3%	6.1%
大企業 (n=29)	20.7%	69.0%	10.3%
中小企業 (n=560)	13.2%	81.1%	5.7%
農業 (n=18)	5.6%	83.3%	11.1%
漁業・水産養殖業 (n=7)	0.0%	100.0%	0.0%
食料品製造業 (n=279)	15.1%	78.1%	6.8%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=65)	18.5%	81.5%	0.0%
その他製造業 (n=21)	9.5%	81.0%	9.5%
飲食料品卸売業 (n=130)	14.6%	78.5%	6.9%
その他卸売業 (n=50)	6.0%	88.0%	6.0%
飲食料品小売業 (n=7)	14.3%	85.7%	0.0%
その他小売業 (n=7)	0.0%	100.0%	0.0%
協同組合 (n=6)	0.0%	100.0%	0.0%

2. 被害のあった国・地域

商標権侵害による被害があるとした82社の、被害のあった国・地域の内訳は、「中国」が最も多く69.5% (57社) となり、次いで「台湾」が25.6% (21社)、「韓国」が19.5% (16社) となっている。

図表VI. 2. 1 被害のあった国・地域 (全体)



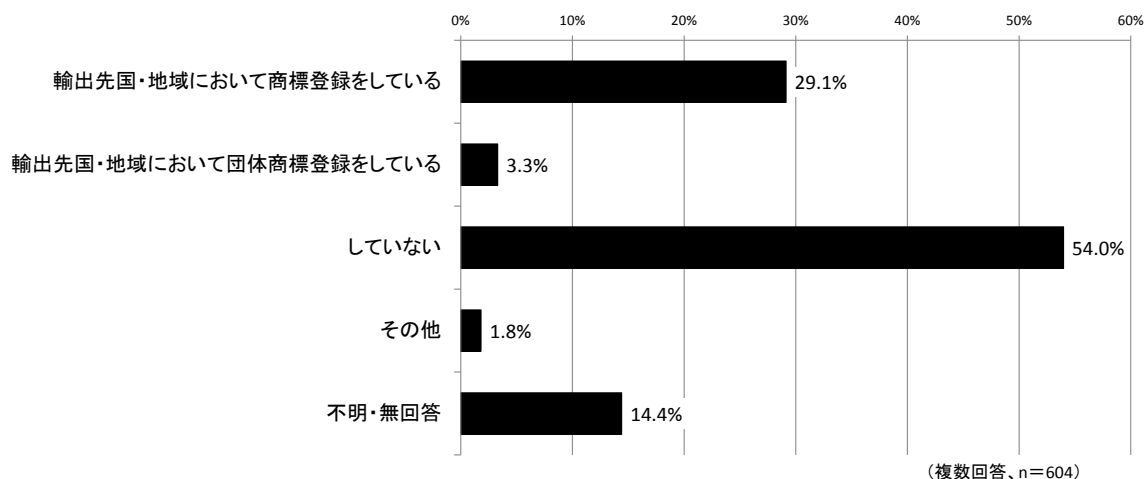
図表VI. 2. 2 被害のあった国・地域 (全体、企業規模別、業種別)

	中国	台湾	韓国	香港	その他
全体 (n=82)	69.5%	25.6%	19.5%	14.6%	13.4%
大企業 (n=6)	100.0%	50.0%	33.3%	16.7%	16.7%
中小企業 (n=74)	66.2%	23.0%	18.9%	14.9%	13.5%
農業 (n=1)	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業 (n=42)	71.4%	38.1%	19.0%	14.3%	11.9%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=12)	83.3%	16.7%	8.3%	16.7%	0.0%
その他製造業 (n=2)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業 (n=19)	57.9%	0.0%	26.3%	21.1%	26.3%
その他卸売業 (n=3)	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%
飲食料品小売業 (n=1)	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%

3. 商標権保護に関する取り組み

これまでに輸出をしたことがある企業 604 社の、商標権保護に関する取り組みは、「輸出先国・地域において商標登録をしている」が 29.1% (176 社) で、「輸出先国・地域において団体商標登録をしている」が 3.3% (20 社) であった。一方で、「していない」と回答した企業が 54.0% (326 社) となった。

図表VI. 3.1 商標権保護に関する取り組み (全体)



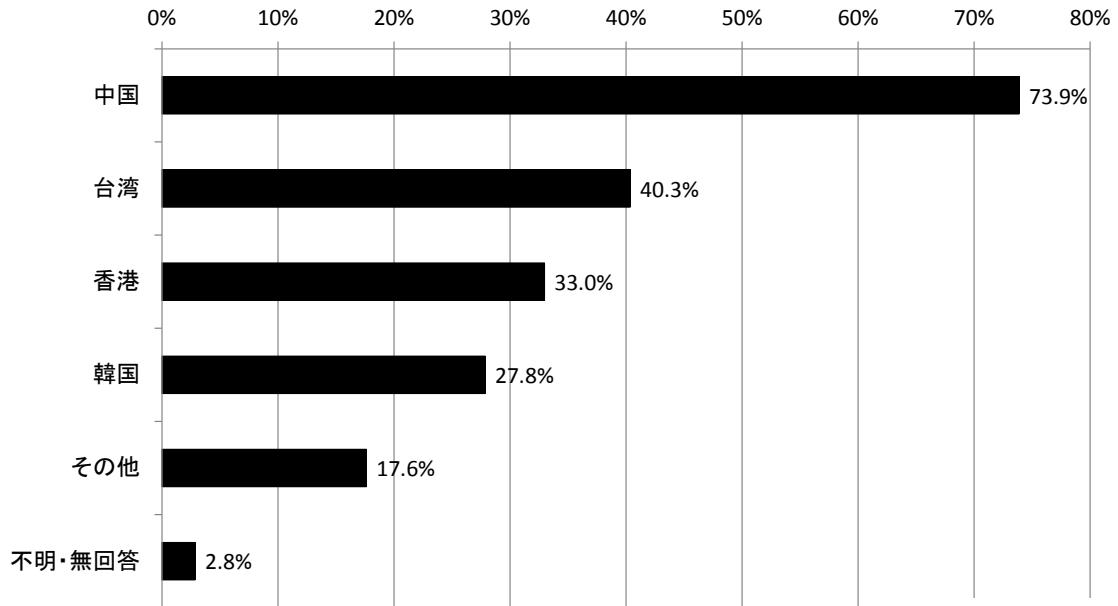
図表VI. 3.2 商標権保護に関する取り組み (全体、企業規模別、業種別)

	輸出先国・地域において商標登録をしている	輸出先国・地域において団体商標登録をしている	していない	その他	不明・無回答
全体 (n=604)	29.1%	3.3%	54.0%	1.8%	14.4%
大企業 (n=29)	41.4%	3.4%	34.5%	0.0%	24.1%
中小企業 (n=560)	29.1%	3.4%	54.8%	1.8%	13.4%
農業 (n=18)	16.7%	5.6%	55.6%	5.6%	22.2%
漁業・水産養殖業 (n=7)	14.3%	0.0%	85.7%	0.0%	0.0%
食料品製造業 (n=279)	32.6%	4.3%	52.0%	1.8%	12.5%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=65)	55.4%	3.1%	35.4%	1.5%	6.2%
その他製造業 (n=21)	33.3%	0.0%	47.6%	0.0%	19.0%
飲食料品卸売業 (n=130)	19.2%	2.3%	60.8%	2.3%	16.9%
その他卸売業 (n=50)	14.0%	2.0%	64.0%	0.0%	22.0%
飲食料品小売業 (n=7)	42.9%	0.0%	42.9%	0.0%	14.3%
その他小売業 (n=7)	14.3%	0.0%	71.4%	0.0%	14.3%
協同組合 (n=6)	16.7%	16.7%	83.3%	0.0%	0.0%

4. 輸出先国・地域における商標登録

商標登録をしている176社の登録先は、「中国」が最も多く73.9%（130社）となり、次いで「台湾」が40.3%（71社）、「香港」が33.0%（58社）となっている。

図表VI. 4.1 輸出先国・地域における商標登録（全体）



(複数回答、n=176)

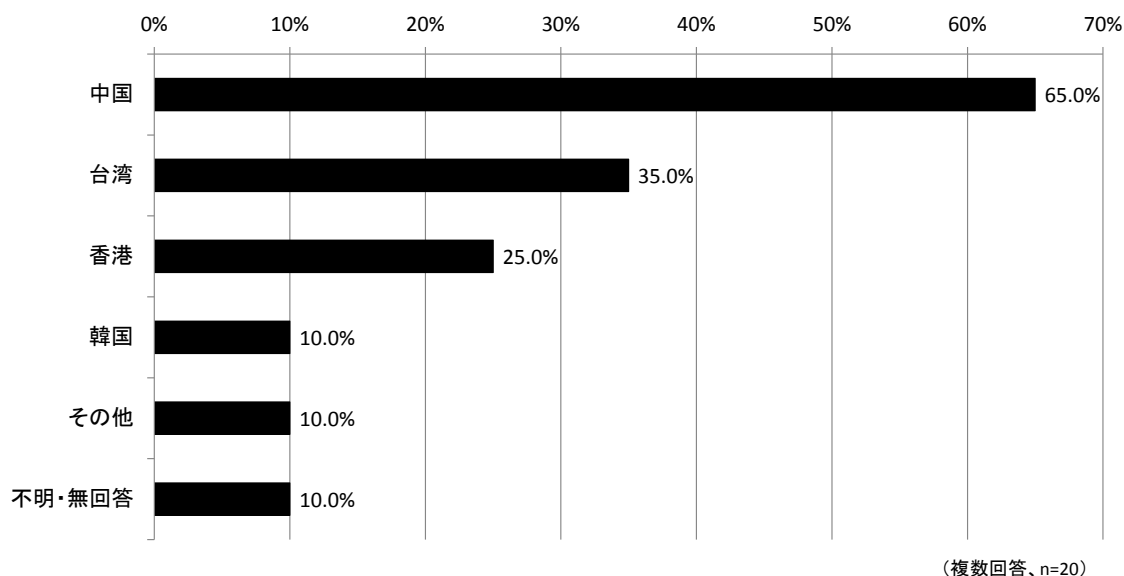
図表VI. 4.2 輸出先国・地域における商標登録（全体、企業規模別、業種別）

	中国	台湾	香港	韓国	その他	不明・無回答
全体 (n=176)	73.9%	40.3%	33.0%	27.8%	17.6%	2.8%
大企業 (n=12)	83.3%	50.0%	58.3%	50.0%	33.3%	8.3%
中小企業 (n=163)	73.0%	39.3%	30.7%	25.8%	16.6%	2.5%
農業 (n=3)	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%
漁業・水産養殖業 (n=1)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業 (n=91)	75.8%	44.0%	34.1%	27.5%	24.2%	2.2%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=36)	80.6%	47.2%	41.7%	33.3%	11.1%	0.0%
その他製造業 (n=7)	100.0%	28.6%	42.9%	42.9%	0.0%	0.0%
飲食料品卸売業 (n=25)	64.0%	24.0%	20.0%	20.0%	16.0%	0.0%
その他卸売業 (n=7)	71.4%	57.1%	28.6%	0.0%	14.3%	14.3%
飲食料品小売業 (n=3)	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%
その他小売業 (n=1)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合 (n=1)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

5. 輸出先国・地域における団体商標登録

団体商標登録をしている20社の登録先は、「中国」が最も多く65.0%（13社）となり、次いで「台湾」が35.0%（7社）、「香港」が25.0%（5社）となっている。

図表VI. 5.1 輸出先国・地域における団体商標登録（全体）



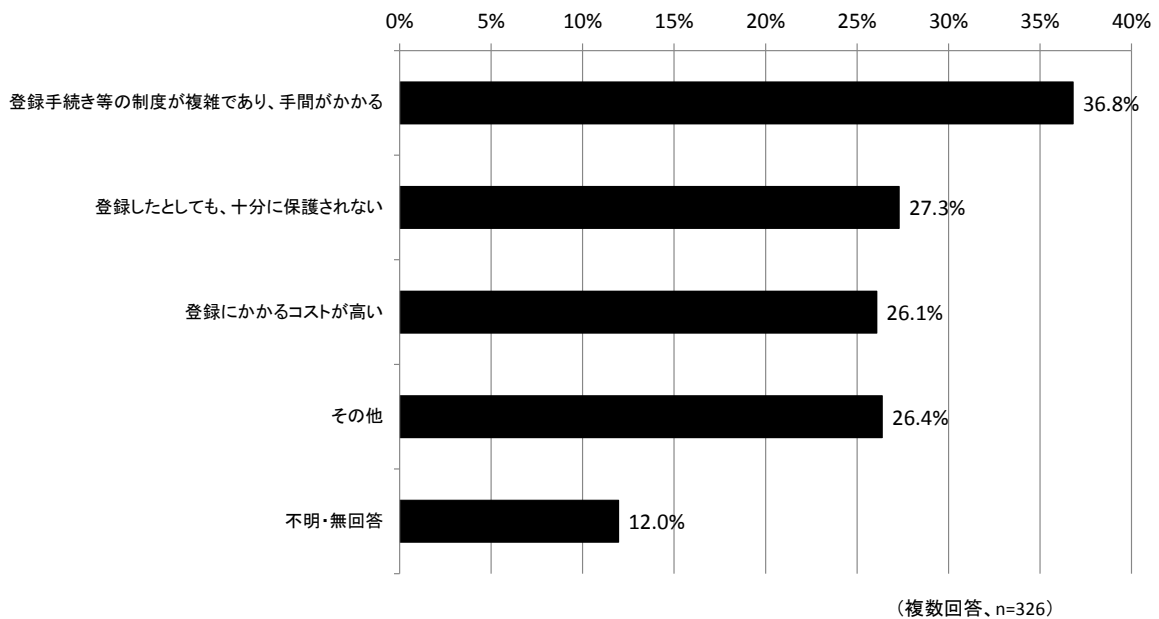
図表VI. 5.2 輸出先国・地域における団体商標登録（全体、企業規模別、業種別）

	中国	台湾	香港	韓国	その他	不明・無回答
全体(n=20)	65.0%	35.0%	25.0%	10.0%	10.0%	10.0%
大企業(n=1)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
中小企業(n=19)	68.4%	36.8%	26.3%	10.5%	10.5%	5.3%
農業(n=1)	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
食料品製造業(n=12)	50.0%	41.7%	33.3%	8.3%	16.7%	8.3%
飲料・たばこ・飼料製造業(n=2)	100.0%	50.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
飲食品卸売業(n=3)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他卸売業(n=1)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
協同組合(n=1)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

6. 輸出先国・地域において商標登録をしていない理由

商標登録をしていない326社の理由は、「登録手続き等の制度が複雑であり、手間がかかる」が36.8%（120社）と最も多く、次いで「登録したとしても、十分に保護されない」が27.3%（89社）、「登録にかかるコストが高い」が26.1%（85社）となっている。

図表VI. 6.1 登録していない理由（全体）



図表VI. 6.2 登録していない理由（全体、企業規模別、業種別）

	登録手続き等の制度が複雑であり、手間がかかる	登録したとしても、十分に保護されない	登録にかかるコストが高い	その他	不明・無回答
全体 (n=326)	36.8%	27.3%	26.1%	26.4%	12.0%
大企業 (n=10)	30.0%	10.0%	40.0%	50.0%	0.0%
中小企業 (n=307)	36.8%	28.0%	26.1%	25.1%	12.4%
農業 (n=10)	20.0%	30.0%	30.0%	40.0%	10.0%
漁業・水産養殖業 (n=6)	16.7%	33.3%	0.0%	50.0%	0.0%
食料品製造業 (n=145)	42.8%	31.0%	26.9%	18.6%	11.7%
飲料・たばこ・飼料製造業 (n=23)	43.5%	26.1%	56.5%	17.4%	8.7%
その他製造業 (n=10)	40.0%	20.0%	20.0%	20.0%	10.0%
飲食料品卸売業 (n=79)	29.1%	26.6%	22.8%	34.2%	10.1%
その他卸売業 (n=32)	28.1%	12.5%	12.5%	43.8%	15.6%
飲食料品小売業 (n=3)	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%
その他小売業 (n=5)	40.0%	20.0%	40.0%	0.0%	60.0%
協同組合 (n=5)	60.0%	40.0%	60.0%	0.0%	0.0%

(巻末資料) 調査票

JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)

日本貿易振興機構(ジェトロ)

農林水産・食品部 農林水産・食品調査課

2012年度 農林水産物・食品輸出に関するアンケート調査

本調査は、農林水産物・食品関連企業、団体様を対象とした、農林水産物・食品輸出への取り組みに関する調査です。同アンケートより得られた調査結果は、今後、当方で輸出促進事業を実施する際に参考資料として活用させていただくとともに、調査結果を報告書にまとめ、ご協力いただいた企業の皆様ならびに広く関係者のご参考に供する予定です。

貴社のご事情により回答が困難なもの、不明なものがございましたら、その部分はご回答を省略いただいても結構です。また、別のご担当者様がいらっしゃる場合、代わりにご回答いただいても差し支えありません。ご記入いただいた調査票は、お手数ではございますが、2013年2月8日(金)までに同封の返信用封筒によりご返送ください。

本調査に関するお問い合わせは、以下担当までお願いいたします。なお、後日、ご回答内容について、お電話にて確認をお願いする場合がございます。その際は可能な範囲でご協力をいただきたく、よろしくお願い申し上げます。

■お問い合わせ先

日本貿易振興機構(ジェトロ) 農林水産・食品部 農林水産・食品調査課

(担当: 田辺、母良田、佐々木)

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6階

TEL: 03-3582-5186 FAX: 03-3582-7378 E-mail: AFC@jetro.go.jp

■個人情報保護について

ご記入いただいたお客様の情報は適切に管理し、本調査のために利用いたしますが、統計的に処理しますので、個別の回答内容が外部に漏れることはありません。ご回答いただいた調査票は、本件のとりまとめ業務を委託しておりますアストジェイ株式会社が集計を行います。

I. 貴社の概要について

Q1 貴社の業種、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。

		業種 (複数選択可)	主要業種 (1つ選択)
農林水産業	農業(※)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁₄
	林業	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁₅
	漁業・水産養殖業	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₁₆
製造業	食料品製造業	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₁₇
	飲料・たばこ・飼料製造業	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₁₈
	その他製造業	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₁₉
卸・小売業	飲食料品卸売業	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₂₀
	その他卸売業	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₂₁
	飲食料品小売業	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₂₂
	その他小売業	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₂₃
サービス業	飲食店	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₂₄
	その他飲食サービス業	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₂₅
	協同組合	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₂₆

(※)畜産農業を含む。

Q2 貴社の資本金をお答えください。(1つ選択)

- ₁ 1,000万円以下
- ₂ 1,000万円超～3,000万円以下
- ₃ 3,000万円超～5,000万円以下
- ₄ 5,000万円超～1億円以下
- ₅ 1億円超～3億円以下
- ₆ 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 5人以下
- ₂ 6～20人
- ₃ 21～50人
- ₄ 51～100人
- ₅ 101～300人
- ₆ 301～1,000人
- ₇ 1,001人以上

Ⅱ. 輸出への取り組みについて

Q4 貴社は日本から農林水産物・食品の輸出をしていますか。(選択肢1～3は複数回答可)

- 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。(⇒Q5へお進みください)
- 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。
(⇒Q5へお進みください)
- 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。
(⇒Q5へお進みください)
- ₄ 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。(⇒Q10へお進みください)
- ₅ これまで日本から輸出をしたことがない。(⇒Q10へお進みください)

**Q5 2012年における、貴社の輸出形態別輸出額の比率をお答えください。
(Q4で1、2、3を回答された方のみ、合計が100%になるようにお答えください)**

Q4における、₁ : ₂ : ₃それぞれの比率=(_____ % : _____ % : _____ %)

Q6 2012年における、貴社の輸出による売上げ、総売上げに占める輸出による売上げ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 げ (※)		総売り上げに占める 輸出による売上げの比率
<input type="checkbox"/> ₁ 100万円未満	<input type="checkbox"/> ₈ 5,000～6,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₁₄ 0～5%未満
<input type="checkbox"/> ₂ 100～500万円未満	<input type="checkbox"/> ₉ 6,000～7,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₁₅ 5～10%未満
<input type="checkbox"/> ₃ 500～1,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₁₀ 7,000～8,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₁₆ 10～15%未満
<input type="checkbox"/> ₄ 1,000～2,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₁₁ 8,000～9,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₁₇ 15～20%未満
<input type="checkbox"/> ₅ 2,000～3,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₁₂ 9,000万円～1億円未満	<input type="checkbox"/> ₁₈ 20～25%未満
<input type="checkbox"/> ₆ 3,000～4,000万円未満	<input type="checkbox"/> ₁₃ 1億円以上	<input type="checkbox"/> ₁₉ 25～30%未満
<input type="checkbox"/> ₇ 4,000～5,000万円未満		<input type="checkbox"/> ₂₀ 30%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)には、農林水産物・食品の輸出による売上げをもとにお答えください。

Q7 2012年に輸出した品目、輸出額が最も多かった品目、品目例をお答えください。

〔「米/米加工品」、「緑茶」等、下位の分類にチェックされる場合には、上位の分類(「穀物/穀物を用いた加工品」、「コーヒー/茶/ココア/香辛料類」等)にはチェックしていただく必要はありません。〕

品目分類	輸出した品目 (複数回答可)	輸出額が最も 多かった品目 (単数回答)	品目例(自由回答)
肉/肉を用いた加工品	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂₀	
酪農製品/鳥卵	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂₁	
魚介類/魚介類を用いた加工品	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂₂	
穀物/穀物を用いた加工品(※1)	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₂₃	
米/米加工品	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₂₄	
野菜・果実/野菜・果実を用いた加工品 (※2)	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₂₅	
糖類/糖類を用いた加工品/はちみつ	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₂₆	
コーヒー/茶/ココア/香辛料類	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₂₇	
緑茶(茶葉、※3)	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₂₈	
動物用飼料	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₂₉	
その他の加工品	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₃₀	
調味料(※4)	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₃₁	
飲料			
清酒	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₃₂	
焼酎	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₃₃	
その他のアルコール飲料	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₃₄	
非アルコール飲料	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₃₅	
たばこ	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₃₆	
その他	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₃₇	
木材	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₃₈	

(※1)生麺、乾麺等を含む。

(※2)ジャム、フルーツゼリー、野菜・果実のジュース等を含む。

(※3)ペットボトル入り緑茶は「非アルコール飲料」に含まれる。

(※4)マーガリン、ソース、マスタード、醤油、トマトケチャップ、酢、塩等を含む。

Q8 2012 年における、農林水産物・食品の輸出先国・地域、各国・地域向け輸出額が全体に占める比率(金額ベース)をお答えください。(複数回答可、輸出比率は合計が100%になるようにお答えください)

		(輸出比率)			(輸出比率)
<input type="checkbox"/>	香港	_____ %	<input type="checkbox"/>	フランス	_____ %
<input type="checkbox"/>	米国	_____ %	<input type="checkbox"/>	マレーシア	_____ %
<input type="checkbox"/>	台湾	_____ %	<input type="checkbox"/>	オランダ	_____ %
<input type="checkbox"/>	韓国	_____ %	<input type="checkbox"/>	ドイツ	_____ %
<input type="checkbox"/>	中国	_____ %	<input type="checkbox"/>	カナダ	_____ %
<input type="checkbox"/>	タイ	_____ %	<input type="checkbox"/>	英国	_____ %
<input type="checkbox"/>	ベトナム	_____ %	<input type="checkbox"/>	インドネシア	_____ %
<input type="checkbox"/>	シンガポール	_____ %	<input type="checkbox"/>	アラブ首長国連邦	_____ %
<input type="checkbox"/>	フィリピン	_____ %	<input type="checkbox"/>	ロシア	_____ %
<input type="checkbox"/>	オーストラリア	_____ %	<input type="checkbox"/>	ニュージーランド	_____ %
			<input type="checkbox"/>	その他の国・地域	_____ %
				()	

Q9 貴社の農林水産物・食品輸出取引における、決済通貨、決済方法、決済時期について、最も多い形態をお答えください。(1つ選択)

決済通貨	決済方法	決済時期
<input type="checkbox"/> 日本円	<input type="checkbox"/> 銀行送金	<input type="checkbox"/> 前払い
<input type="checkbox"/> 米ドル	<input type="checkbox"/> 郵便局の国際送金	<input type="checkbox"/> 後払い
<input type="checkbox"/> ユーロ	<input type="checkbox"/> 信用状付き荷為替手形決済	<input type="checkbox"/> その他 決済時期: _____)
<input type="checkbox"/> その他 (通貨名: _____)	<input type="checkbox"/> 信用状なし荷為替手形決済	
	<input type="checkbox"/> その他(決済方法: _____)	

Ⅲ. 今後の海外事業展開について

Q10 海外日本食市場の市況(2011年～2013年)について、どのようにお考えですか。
(各年について、それぞれ1つ選択)

	2011年	2012年	2013年
良い	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₇
さほど良くない	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₈
悪い	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₉

Q11 貴社は今後3年程度の農林水産物・食品分野における海外ビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)について、どのようにお考えですか。(1つ選択)

- ₁ 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している。(⇒Q12へお進みください)
- ₂ 現時点でビジネス展開はしていないが、今後展開する予定である。(⇒Q12へお進みください)
- ₃ すでに展開しているビジネスの規模を維持する。(⇒Q14へお進みください)
- ₄ 既存ビジネスの縮小・撤退を検討している。(⇒Q14へお進みください)
- ₅ 現時点でビジネス展開をしておらず、今後も展開しない。(⇒Q14へお進みください)

Q12 農林水産物・食品分野における事業拡大の具体的な内容をお答えください。
(複数回答可、Q11で1、2を回答された方のみお答えください。)

- ₁ 自社で海外のバイヤーと商談して、輸出を増やす。(⇒Q13へお進みください)
- ₂ 日本国内の輸出商社と商談して、輸出を増やす。(⇒Q13へお進みください)
- ₃ 海外に自社事業所を設立する。(⇒Q14へお進みください)
- ₄ 海外に自社工場を設立する。(⇒Q14へお進みください)
- ₅ 海外の企業と販売ライセンス契約を締結して販売を委託する。(⇒Q14へお進みください)
- ₆ 海外の企業と製造ライセンス契約を締結して製造を委託する。(⇒Q14へお進みください)
- ₇ その他(_____)

Q13 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、Q12で1、2を回答された方のみお答えください。)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> ₁ 香港 | <input type="checkbox"/> ₁₁ フランス | <input type="checkbox"/> ₂₁ その他アジア・大洋州 |
| <input type="checkbox"/> ₂ 米国 | <input type="checkbox"/> ₁₂ マレーシア | (国・地域名: _____) |
| <input type="checkbox"/> ₃ 台湾 | <input type="checkbox"/> ₁₃ オランダ | <input type="checkbox"/> ₂₂ その他北米 |
| <input type="checkbox"/> ₄ 韓国 | <input type="checkbox"/> ₁₄ ドイツ | (国・地域名: _____) |
| <input type="checkbox"/> ₅ 中国 | <input type="checkbox"/> ₁₅ カナダ | <input type="checkbox"/> ₂₃ その他中南米 |
| <input type="checkbox"/> ₆ タイ | <input type="checkbox"/> ₁₆ 英国 | (国・地域名: _____) |
| <input type="checkbox"/> ₇ ベトナム | <input type="checkbox"/> ₁₇ インドネシア | <input type="checkbox"/> ₂₄ その他欧州 |
| <input type="checkbox"/> ₈ シンガポール | <input type="checkbox"/> ₁₈ アラブ首長国連邦 | (国・地域名: _____) |
| <input type="checkbox"/> ₉ フィリピン | <input type="checkbox"/> ₁₉ ロシア | <input type="checkbox"/> ₂₅ その他中東・アフリカ |
| <input type="checkbox"/> ₁₀ オーストラリア | <input type="checkbox"/> ₂₀ ニューージーランド | (国・地域名: _____) |

IV. 輸出にあたっての課題・問題点について

Q14 輸出を手がける、または検討するにあたって、どの国・地域(香港、米国、台湾、韓国、中国、その他)について、どの点で困難を感じますか？(複数回答可)

国・地域名(列)と、課題・問題点を感じる点(行)が交わる□にチェックしてください。
 国・地域名「その他」については、該当箇所に国・地域名をご記入ください。

課題・問題点を感じる点		国・地域名					
①事前調査		香港	米国	台湾	韓国	中国	その他
	輸出手続きに関する基本的な情報が不足	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₃₇	<input type="checkbox"/> ₇₃	<input type="checkbox"/> ₁₀₉	<input type="checkbox"/> ₁₄₅	
	現地の消費トレンド情報が不足	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃₈	<input type="checkbox"/> ₇₄	<input type="checkbox"/> ₁₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₄₆	
	現地の流通経路・販売経路の情報が不足	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃₉	<input type="checkbox"/> ₇₅	<input type="checkbox"/> ₁₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₄₇	
	現地の関税、輸入規制、検疫等の輸出関連制度情報が不足	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄₀	<input type="checkbox"/> ₇₆	<input type="checkbox"/> ₁₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₄₈	
	その他①に関する点 ()	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄₁	<input type="checkbox"/> ₇₇	<input type="checkbox"/> ₁₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄₉	
②商談、契約							
	外国語での商談、契約に苦勞する	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₄₂	<input type="checkbox"/> ₇₈	<input type="checkbox"/> ₁₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅₀	
	既存の取引先との取引拡大、取引先の新規開拓が難しい	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₄₃	<input type="checkbox"/> ₇₉	<input type="checkbox"/> ₁₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₅₁	
	長期間にわたる契約の締結が難しい	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₄₄	<input type="checkbox"/> ₈₀	<input type="checkbox"/> ₁₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₅₂	
	供給面での不安により、安定的・継続的輸出が難しい	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₄₅	<input type="checkbox"/> ₈₁	<input type="checkbox"/> ₁₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₅₃	
	その他②に関する点 ()	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₄₆	<input type="checkbox"/> ₈₂	<input type="checkbox"/> ₁₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₅₄	
③輸出入手続き							
	現地規制(検疫)により輸出ができない	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₄₇	<input type="checkbox"/> ₈₃	<input type="checkbox"/> ₁₁₉	<input type="checkbox"/> ₁₅₅	
	作成書類が多く、手間やコストがかかる	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₄₈	<input type="checkbox"/> ₈₄	<input type="checkbox"/> ₁₂₀	<input type="checkbox"/> ₁₅₆	
	現地規制(表示等)を満たす商品の製造にコストがかかる	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₄₉	<input type="checkbox"/> ₈₅	<input type="checkbox"/> ₁₂₁	<input type="checkbox"/> ₁₅₇	
	通関時の問題(時間がかかる、規則にない費用の要求、担当者によって判断基準が異なる等)	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₅₀	<input type="checkbox"/> ₈₆	<input type="checkbox"/> ₁₂₂	<input type="checkbox"/> ₁₅₈	
	その他③に関する点 ()	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₅₁	<input type="checkbox"/> ₈₇	<input type="checkbox"/> ₁₂₃	<input type="checkbox"/> ₁₅₉	
④物流、流通							
	物流インフラ(定期貨物便やコールドチェーン)が整備されていない	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₅₂	<input type="checkbox"/> ₈₈	<input type="checkbox"/> ₁₂₄	<input type="checkbox"/> ₁₆₀	
	国内(港湾や空港まで)流通コストが高い	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₅₃	<input type="checkbox"/> ₈₉	<input type="checkbox"/> ₁₂₅	<input type="checkbox"/> ₁₆₁	
	国外(港湾・空港より先)流通コストが高い	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₅₄	<input type="checkbox"/> ₉₀	<input type="checkbox"/> ₁₂₆	<input type="checkbox"/> ₁₆₂	
	輸送中の品質管理が難しく、品質が低下してしまう	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₅₅	<input type="checkbox"/> ₉₁	<input type="checkbox"/> ₁₂₇	<input type="checkbox"/> ₁₆₃	
	その他④に関する点 ()	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₅₆	<input type="checkbox"/> ₉₂	<input type="checkbox"/> ₁₂₈	<input type="checkbox"/> ₁₆₄	

(Q14 続き)

課題・問題点を感じる点		国・地域名(注1)					
⑤現地における営業活動		香港	米国	台湾	韓国	中国	その他(注2)
競合品(他国産品/日系企業による現地生産品/国内の他産地で生産された商品)との価格競争が激しい	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₅₇	<input type="checkbox"/> ₉₃	<input type="checkbox"/> ₁₂₉	<input type="checkbox"/> ₁₆₅		
自社製品のPRが不十分	<input type="checkbox"/> ₂₂	<input type="checkbox"/> ₅₈	<input type="checkbox"/> ₉₄	<input type="checkbox"/> ₁₃₀	<input type="checkbox"/> ₁₆₆		
現地消費者の嗜好に合わせた商品開発が難しい	<input type="checkbox"/> ₂₃	<input type="checkbox"/> ₅₉	<input type="checkbox"/> ₉₅	<input type="checkbox"/> ₁₃₁	<input type="checkbox"/> ₁₆₇		
現地卸・小売業者とのコネクションが乏しい	<input type="checkbox"/> ₂₄	<input type="checkbox"/> ₆₀	<input type="checkbox"/> ₉₆	<input type="checkbox"/> ₁₃₂	<input type="checkbox"/> ₁₆₈		
その他⑤に関する点 ()	<input type="checkbox"/> ₂₅	<input type="checkbox"/> ₆₁	<input type="checkbox"/> ₉₇	<input type="checkbox"/> ₁₃₃	<input type="checkbox"/> ₁₆₉		
⑥現地における商習慣等							
販売先から高額な棚代や販促協賛金を要求される	<input type="checkbox"/> ₂₆	<input type="checkbox"/> ₆₂	<input type="checkbox"/> ₉₈	<input type="checkbox"/> ₁₃₄	<input type="checkbox"/> ₁₇₀		
取引先が求める契約内容が厳しく、違約金の金額が高い	<input type="checkbox"/> ₂₇	<input type="checkbox"/> ₆₃	<input type="checkbox"/> ₉₉	<input type="checkbox"/> ₁₃₅	<input type="checkbox"/> ₁₇₁		
取引先の品質要求が高く、クレームが多い	<input type="checkbox"/> ₂₈	<input type="checkbox"/> ₆₄	<input type="checkbox"/> ₁₀₀	<input type="checkbox"/> ₁₃₆	<input type="checkbox"/> ₁₇₂		
代金回収に不安を感じる、決済期間が長い	<input type="checkbox"/> ₂₉	<input type="checkbox"/> ₆₅	<input type="checkbox"/> ₁₀₁	<input type="checkbox"/> ₁₃₇	<input type="checkbox"/> ₁₇₃		
その他⑥に関する点 ()	<input type="checkbox"/> ₃₀	<input type="checkbox"/> ₆₆	<input type="checkbox"/> ₁₀₂	<input type="checkbox"/> ₁₃₈	<input type="checkbox"/> ₁₇₄		
⑦原発事故、円高の影響							
原発事故後、輸出先における需要が低迷している	<input type="checkbox"/> ₃₁	<input type="checkbox"/> ₆₇	<input type="checkbox"/> ₁₀₃	<input type="checkbox"/> ₁₃₉	<input type="checkbox"/> ₁₇₅		
原発事故後、輸出先の輸入規制により輸出ができない	<input type="checkbox"/> ₃₂	<input type="checkbox"/> ₆₈	<input type="checkbox"/> ₁₀₄	<input type="checkbox"/> ₁₄₀	<input type="checkbox"/> ₁₇₆		
原発事故後、輸出手続き、通関等に時間がかかる	<input type="checkbox"/> ₃₃	<input type="checkbox"/> ₆₉	<input type="checkbox"/> ₁₀₅	<input type="checkbox"/> ₁₄₁	<input type="checkbox"/> ₁₇₇		
円高による価格上昇圧力	<input type="checkbox"/> ₃₄	<input type="checkbox"/> ₇₀	<input type="checkbox"/> ₁₀₆	<input type="checkbox"/> ₁₄₂	<input type="checkbox"/> ₁₇₈		
その他⑦に関する点 ()	<input type="checkbox"/> ₃₅	<input type="checkbox"/> ₇₁	<input type="checkbox"/> ₁₀₇	<input type="checkbox"/> ₁₄₃	<input type="checkbox"/> ₁₇₉		
①～⑦以外 (右の空欄に具体的な手続きをご記入ください)	<input type="checkbox"/> ₃₆	<input type="checkbox"/> ₇₂	<input type="checkbox"/> ₁₀₈	<input type="checkbox"/> ₁₄₄	<input type="checkbox"/> ₁₈₀		

V. 安全管理について

Q15 食品衛生関連規格の第三者認証を取得していますか。(1つ選択)

- 1 すでに取得しているが、今後新たな認証を取得するつもりだ(⇒Q16→Q17の順にお進みください)
- 2 すでに取得しており、今後取得するつもりはない (⇒Q16→Q18の順にお進みください)
- 3 現時点で取得していないが、今後取得するつもりだ (⇒Q17へお進みください)
- 4 現時点で取得しておらず、今後も取得するつもりはない (⇒Q18へお進みください)

**Q16 取得済みの認証について、認証名、取得に要した期間、取得した理由をお答えください。
(複数回答可、Q15で1、2を回答された方のみお答えください)**

	取得済み	取得に要した期間				取得した理由				
		1年未満	1～3年未満	3～5年未満	5年以上	品質・安全性の向上	製品、企業イメージの向上	従業員の意識の向上	は有利になる	輸出するため
地方公共団体による HACCP (認証名:)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 19	<input type="checkbox"/> 28	<input type="checkbox"/> 37	<input type="checkbox"/> 46	<input type="checkbox"/> 55	<input type="checkbox"/> 64	<input type="checkbox"/> 73	
食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度(マル総)	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 29	<input type="checkbox"/> 38	<input type="checkbox"/> 47	<input type="checkbox"/> 56	<input type="checkbox"/> 65	<input type="checkbox"/> 74	
FSSC22000	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 21	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 39	<input type="checkbox"/> 48	<input type="checkbox"/> 57	<input type="checkbox"/> 66	<input type="checkbox"/> 75	
ISO22000	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 22	<input type="checkbox"/> 31	<input type="checkbox"/> 40	<input type="checkbox"/> 49	<input type="checkbox"/> 58	<input type="checkbox"/> 67	<input type="checkbox"/> 76	
SQF1000、SQF2000	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 23	<input type="checkbox"/> 32	<input type="checkbox"/> 41	<input type="checkbox"/> 50	<input type="checkbox"/> 59	<input type="checkbox"/> 68	<input type="checkbox"/> 77	
対米輸出水産食品の登録施設	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 24	<input type="checkbox"/> 33	<input type="checkbox"/> 42	<input type="checkbox"/> 51	<input type="checkbox"/> 60	<input type="checkbox"/> 69	<input type="checkbox"/> 78	
対米輸出食肉の登録施設	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 34	<input type="checkbox"/> 43	<input type="checkbox"/> 52	<input type="checkbox"/> 61	<input type="checkbox"/> 70	<input type="checkbox"/> 79	
対 EU 輸出水産食品の登録施設	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 26	<input type="checkbox"/> 35	<input type="checkbox"/> 44	<input type="checkbox"/> 53	<input type="checkbox"/> 62	<input type="checkbox"/> 71	<input type="checkbox"/> 80	
その他 (認証名:)	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 18	<input type="checkbox"/> 27	<input type="checkbox"/> 36	<input type="checkbox"/> 45	<input type="checkbox"/> 54	<input type="checkbox"/> 63	<input type="checkbox"/> 72	<input type="checkbox"/> 81	

**Q17 今後取得予定の認証について、認証名、取得しようと思う理由をお答えください。
(複数回答可、Q15で1、3を回答された方のみお答えください)**

	取得予定	取得しようと思う理由				
		品質・安全性の向上	製品、企業イメージの向上	従業員の意識の向上	は有利になる	輸出するため
地方公共団体による HACCP (認証名:)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 19	<input type="checkbox"/> 28	<input type="checkbox"/> 37	
食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度(マル総)	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 29	<input type="checkbox"/> 38	
FSSC22000	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 21	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 39	
ISO22000	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 22	<input type="checkbox"/> 31	<input type="checkbox"/> 40	
SQF1000、SQF2000	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 23	<input type="checkbox"/> 32	<input type="checkbox"/> 41	
対米輸出水産食品の登録施設	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 24	<input type="checkbox"/> 33	<input type="checkbox"/> 42	
対米輸出食肉の登録施設	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 34	<input type="checkbox"/> 43	
対 EU 輸出水産食品の登録施設	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 26	<input type="checkbox"/> 35	<input type="checkbox"/> 44	
その他 (認証名:)	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 18	<input type="checkbox"/> 27	<input type="checkbox"/> 36	<input type="checkbox"/> 45	

Q18 今後、取得するつもりのない理由をお答えください。
(複数回答可、Q15 で 2、4 を回答された方のみお答えください)

- ₁ 特に必要性を感じない
- ₂ 設備の改修等、導入にかかる初期投資コストが高い
- ₃ 定期的な記録にかかる人件費等、ランニングコストが高い
- ₄ 人材の教育が難しい
- ₅ その他(_____)

VI. 商標権の保護について

Q19 輸出先国・地域において商標権侵害の被害にあったことはありますか。ある場合には国・地域名とともにお答えください。(Q4 で 1～4 を回答された、輸出を手がけた経験のある方のみお答えください)

商標権侵害による被害の有無	被害のあった国・地域
<input type="checkbox"/> ₁ ある	<input type="checkbox"/> ₃ 香港
<input type="checkbox"/> ₂ ない	<input type="checkbox"/> ₄ 中国
	<input type="checkbox"/> ₅ 台湾
	<input type="checkbox"/> ₆ 韓国
	<input type="checkbox"/> ₇ その他()

Q20 輸出先国・地域における商標権の保護に関する取り組みについてお答えください。
(複数回答可、Q4 で 1～4 を回答された、輸出を手がけた経験のある方のみお答えください)

	登録している国・地域
	香港 中国 台湾 韓国 その他
<input type="checkbox"/> ₁ 輸出先国・地域において商標登録をしている	<input type="checkbox"/> ₅ <input type="checkbox"/> ₇ <input type="checkbox"/> ₉ <input type="checkbox"/> ₁₁ ()
<input type="checkbox"/> ₂ 輸出先国・地域において団体商標登録をしている	<input type="checkbox"/> ₆ <input type="checkbox"/> ₈ <input type="checkbox"/> ₁₀ <input type="checkbox"/> ₁₂ ()
<input type="checkbox"/> ₃ していない	
<input type="checkbox"/> ₄ その他 ()	

Q21 輸出先国・地域において商標登録をしていない理由をお答えください。
(複数回答可、Q20 で 3 を回答された方のみお答えください)

₁ 登録にかかるコストが高い

₂ 登録手続き等の制度が複雑であり、手間がかかる

₃ 登録したとしても、十分に保護されない

₄ その他 ()

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。
最後に、ご回答者様情報の記入をお願いいたします(次ページ)。

VII. ご回答者様情報

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。ご回答者様情報の記入をお願いいたします。

フリガナ	
ご芳名 (必須)	
役職	
電話番号 (必須)	
住所 (必須)	〒
メールアドレス	
企業形態 (必須)	<input type="checkbox"/> 大企業 <input type="checkbox"/> 中小企業 <input type="checkbox"/> その他

ジェトロではお客様のご希望(関心分野、関心国・地域)に応じた情報提供を心掛けております。ご希望の方には、関連するジェトロのサービス・イベント・セミナー等のご案内をいたしますので、お手数ですが、以下の全ての項目について必ずご記入ください。なお、すでにご登録いただいている場合には、再度ご登録いただく必要はございません。

ご案内方法	<input type="checkbox"/> E-mail <input type="checkbox"/> DM(ダイレクトメール) <input type="checkbox"/> FAX(番号:) ※E-mail および DM は、上でご記入いただいた宛先に送付いたします。
関心ビジネス形態 (複数回答可)	<input type="checkbox"/> 輸出 <input type="checkbox"/> 輸入 <input type="checkbox"/> 海外投資 <input type="checkbox"/> 対日投資 <input type="checkbox"/> 調査・研究
関心分野など (複数回答可)	<input type="checkbox"/> 農林水産物・食品 <input type="checkbox"/> 機械・部品 <input type="checkbox"/> 環境・エネルギー <input type="checkbox"/> インフラ・プラント <input type="checkbox"/> 先端技術(IT・バイオなど) <input type="checkbox"/> 伝統産品・日用品・生活用品など <input type="checkbox"/> 繊維・衣料 <input type="checkbox"/> コンテンツ(映画・音楽・ゲーム・アニメ) <input type="checkbox"/> サービス産業 <input type="checkbox"/> 知的財産権保護関連情報 <input type="checkbox"/> BOP ビジネス <input type="checkbox"/> 開発経済・新領域等
関心国・関心地域 (複数回答可)	※具体的な関心国がある場合は、以下に国名をご記入ください。 【関心国】 () ※関心地域がある場合は以下、選択肢よりお選びください(複数回答可) <input type="checkbox"/> 日本 <input type="checkbox"/> アジア <input type="checkbox"/> 中東 <input type="checkbox"/> ロシア・CIS <input type="checkbox"/> 欧州 <input type="checkbox"/> 北米 <input type="checkbox"/> 中南米 <input type="checkbox"/> アフリカ <input type="checkbox"/> 大洋州(オセアニア) <input type="checkbox"/> 全世界

※お客様の個人情報につきましては、ジェトロ個人情報保護方針に基づき、適正に管理運用させていただきます。
※ご登録いただいたお客様のご関心情報に基づき、ジェトロの各種イベント、サービスのご案内を致します。
※ご登録情報の変更はジェトロウェブサイトの専用ページ(<https://www.jetro.go.jp/customer/login.do>)にて変更可能です。
※専用ウェブページへのご登録情報の反映には、少々お時間がかかります。

日本貿易振興機構(ジェトロ)
農林水産・食品部 農林水産・食品調査課

2012 年度 農林水産物・食品輸出に関するアンケート調査

2013 年 5 月発行

著作・発行 日本貿易振興機構（ジェトロ） 農林水産・食品調査課
〒107 - 6006 東京都港区赤坂 1 - 12 - 32 アーク森ビル 6 階
TEL : 03 - 3582 - 5186
FAX : 03 - 3582 - 7378
E メール : AFC@jetro.go.jp

Copyright© 2013 JETRO. All rights reserved.
禁無断転載

©JETRO 2013 非売品

不許複製

禁無断転載