

**2018年度
秋田県企業の海外事業展開に関するアンケート調査
(ジェトロ秋田 海外ビジネス調査)
結果概要**

2018年11月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

秋田貿易情報センター

目次

1. 貿易への取り組み	10
2. 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開	15
3. 海外進出への取り組み(国・地域別、機能別)	22
4. 各国のビジネス環境	26
5. 自由貿易協定(FTA)の活用	31
6. 外国人材の活用	34

調査概要・回答企業のプロフィール

調査概要

1. 調査対象企業
海外ビジネスに関心が高い秋田県企業 : 747社
2. 調査項目
 - (1) 企業概要
 - (2) 貿易・海外進出への取り組み
 - (3) 各国のビジネス環境
 - (4) 自由貿易協定(FTA)の活用
 - (5) 外国人材の活用
3. 調査期間
2018年8月30日～10月11日
4. 回収状況
有効回収率: 106社
有効回答率: 14.2%

回答企業のプロフィール

(%)

	企業数	構成比
回答企業全体	106	100.0
製造業	67	63.2
飲食料品	30	28.3
繊維・織物／アパレル	2	1.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	6	5.7
化学	2	1.9
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	1	0.9
窯業・土石	1	0.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	1	0.9
金属製品	6	5.7
一般機械	4	3.8
電気機械	4	3.8
自動車／自動車部品／その他輸送機器	2	1.9
その他輸送機器	1	0.9
精密機器	2	1.9
その他の製造業	5	4.7
非製造業	39	36.8
商社・卸売	9	8.5
小売	3	2.8
建設	5	4.7
運輸	2	1.9
農業・林業・水産業	3	2.8
印刷・同関連	1	0.9
不動産	1	0.9
情報・ソフトウェア	1	0.9
飲食店・宿泊施設	1	0.9
医療・福祉	1	0.9
専門サービス(コンサルティング・法務等)	2	1.9
その他サービス(旅行、娯楽等)	3	2.8
その他の非製造業	7	6.6

回答企業プロフィール: 資本金と常時雇用従業員数

資本金と常時雇用従業員数(業種別)

(%)

	社数	資本金						常時雇用従業員数							
		1千万円以下	1千万円超～5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超～10億円未満	10億円以上	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301～1000人	1001～3000人	3001人以上
総計	106	48.1	12.3	34.0	1.9	1.9	1.9	20.8	13.2	17.0	32.1	0.0	0.9	4.7	11.3
製造業	67	49.3	14.9	28.4	1.5	3.0	3.0	17.9	14.9	17.9	29.9	0.0	1.5	4.5	13.4
飲食料品	30	50.0	20.0	26.7	0.0	0.0	3.3	16.7	13.3	13.3	40.0	0.0	0.0	3.3	13.3
繊維・織物／アパレル	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
木材・木製品(家具を除く)	6	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
化学	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
石油・石炭製品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
窯業・土石	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
金属製品	6	33.3	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7
一般機械	4	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
電気機械	4	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
自動車部品	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
その他輸送機器	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
精密機器	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0
その他	5	60.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0
非製造業	39	46.2	7.7	43.6	2.6	0.0	0.0	25.6	10.3	15.4	35.9	0.0	0.0	5.1	7.7
商社・卸売	9	55.6	0.0	44.4	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	22.2	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0
小売	3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
建設	5	20.0	0.0	80.0	0.0	0.0	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0
農業・林業・水産業	3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0
印刷・同関連	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不動産	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
情報・ソフトウェア	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食店・宿泊施設	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
医療・福祉	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
専門サービス(コンサルティング・法務等)	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他サービス(旅行、娯楽等)	3	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3
その他	7	57.1	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	71.4	0.0	0.0	0.0	14.3

回答企業プロフィール(現在の輸出状況)

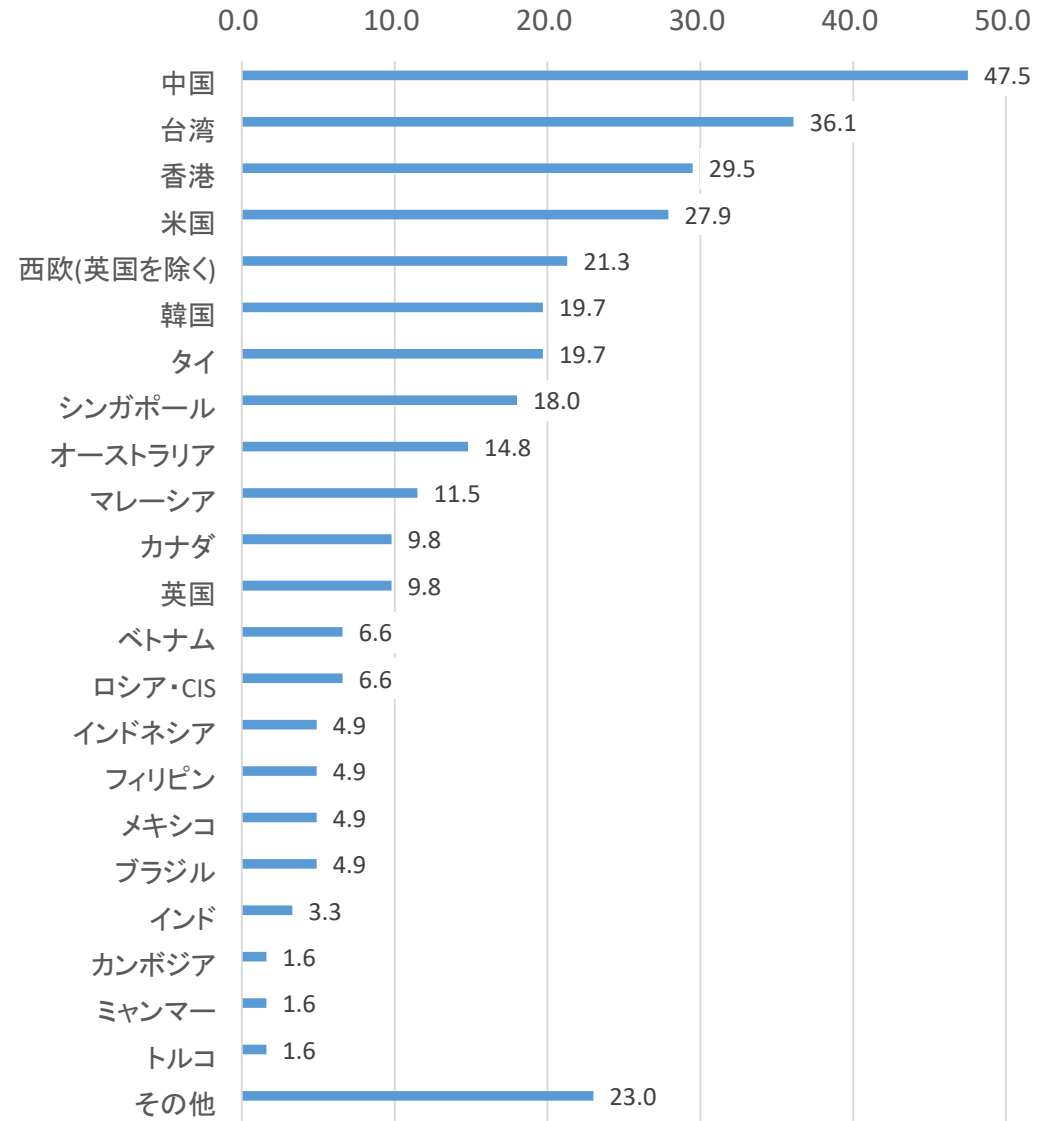
輸出の有無(業種別)

	現在、輸出を行っている			現在、輸出は行っていない
	輸出のみを行っている			
回答企業全体 (n=106)	57.5	34.9	42.5	
製造業 (n=67)	70.1	43.3	29.9	
飲食料品 (n=30)	76.7	60.0	23.3	
繊維・織物/アパレル(n=2)	50.0	50.0	50.0	
木材・木製品(家具を除く) (n=6)	83.3	50.0	16.7	
化学 (n=2)	50.0	0.0	50.0	
石油・石炭製品 (n=1)	100.0	0.0	0.0	
窯業・土石 (n=1)	0.0	0.0	100.0	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=1)	100.0	100.0	0.0	
金属製品 (n=6)	33.3	16.7	66.7	
一般機械 (n=4)	75.0	25.0	25.0	
電気機械 (n=4)	100.0	25.0	0.0	
自動車部品 (n=2)	100.0	50.0	0.0	
その他輸送機器 (n=1)	0.0	0.0	100.0	
精密機器 (n=2)	50.0	0.0	50.0	
その他 (n=5)	60.0	40.0	40.0	
非製造業 (n=39)	35.9	20.5	64.1	
商社・卸売 (n=9)	44.4	22.2	55.6	
小売 (n=3)	66.7	33.3	33.3	
建設 (n=5)	20.0	0.0	80.0	
運輸 (n=2)	50.0	0.0	50.0	
農業・林業・水産業 (n=3)	66.7	66.7	33.3	
印刷・同関連 (n=1)	100.0	100.0	0.0	
不動産 (n=1)	100.0	100.0	0.0	
情報・ソフトウェア (n=1)	0.0	0.0	100.0	
飲食店・宿泊施設 (n=1)	0.0	0.0	100.0	
医療・福祉 (n=1)	0.0	0.0	100.0	
専門サービス(コンサルティング・法務等) (n=2)	50.0	50.0	50.0	
その他サービス(旅行・娯楽等) (n=3)	33.3	0.0	66.7	
その他 (n=7)	0.0	0.0	100.0	

[注]①「輸出のみを行っている」は輸出を行っている企業のうち輸入を行っていない企業を指す。
 ②「現在、輸出は行っていない」は輸出を行っている企業と現在の海外ビジネス状況の輸出の選択がなかった企業を母数から除いた企業数。回答数が0の業種は除いて掲載。

輸出企業の主な輸出先(国・地域別)

(複数回答・%)



回答企業プロフィール(現在の海外進出状況)

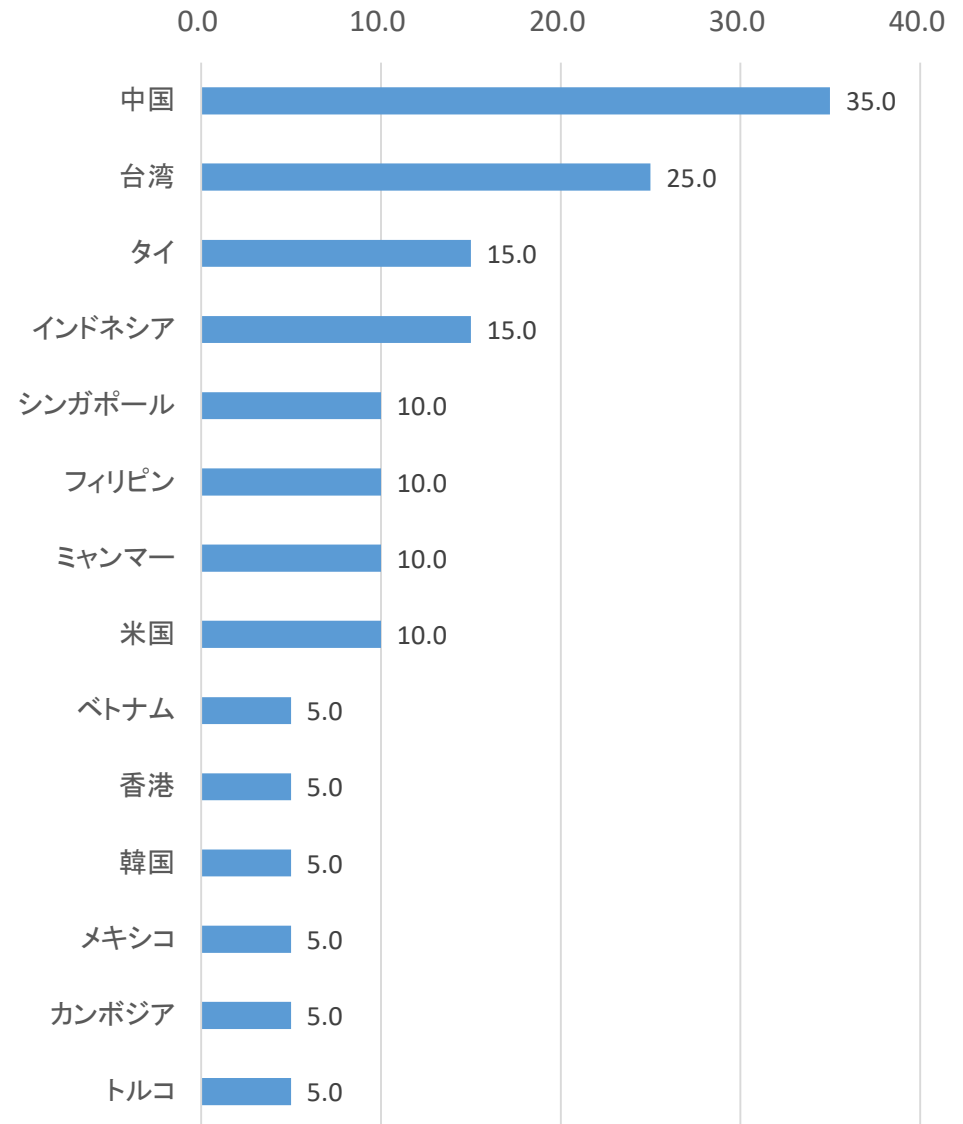
海外拠点の有無(業種別)

	海外拠点あり	海外拠点なし	無回答
回答企業全体(n=106)	18.9	52.8	28.3
製造業(n=67)	19.4	58.2	22.4
飲食料品(n=30)	16.7	63.3	20.0
繊維・織物／アパレル(n=2)	50.0	0.0	50.0
木材・木製品(家具を除く)(n=6)	16.7	66.7	16.7
化学(n=2)	0.0	50.0	50.0
石油・石炭製品(n=1)	0.0	100.0	0.0
窯業・土石(n=1)	0.0	100.0	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=1)	0.0	100.0	0.0
金属製品(n=6)	16.7	50.0	33.3
一般機械(n=4)	0.0	75.0	25.0
電気機械(n=4)	25.0	75.0	0.0
自動車部品(n=2)	50.0	50.0	0.0
その他輸送機器(n=1)	100.0	0.0	0.0
精密機器(n=2)	50.0	0.0	50.0
その他(n=5)	20.0	40.0	40.0
非製造業(n=39)	17.9	43.6	38.5
商社・卸売(n=9)	33.3	55.6	11.1
小売(n=3)	33.3	66.7	0.0
建設(n=5)	0.0	40.0	60.0
運輸(n=2)	0.0	50.0	50.0
農業・林業・水産業(n=3)	0.0	66.7	33.3
印刷・同関連(n=1)	0.0	100.0	0.0
不動産(n=1)	0.0	100.0	0.0
情報・ソフトウェア(n=1)	0.0	0.0	100.0
飲食店・宿泊施設(n=1)	0.0	0.0	100.0
医療・福祉(n=1)	0.0	0.0	100.0
専門サービス(コンサルティング・法務等)(n=2)	50.0	50.0	0.0
その他サービス(旅行・娯楽等)(n=3)	66.7	33.3	0.0
その他(n=7)	0.0	14.3	85.7

[注]1箇所でも海外拠点があると回答した企業は“海外拠点あり”としてカウントしている。“無回答”は全ての国について無回答だったものをカウントしている。

海外拠点の所在地(国・地域別)

(複数回答・%)

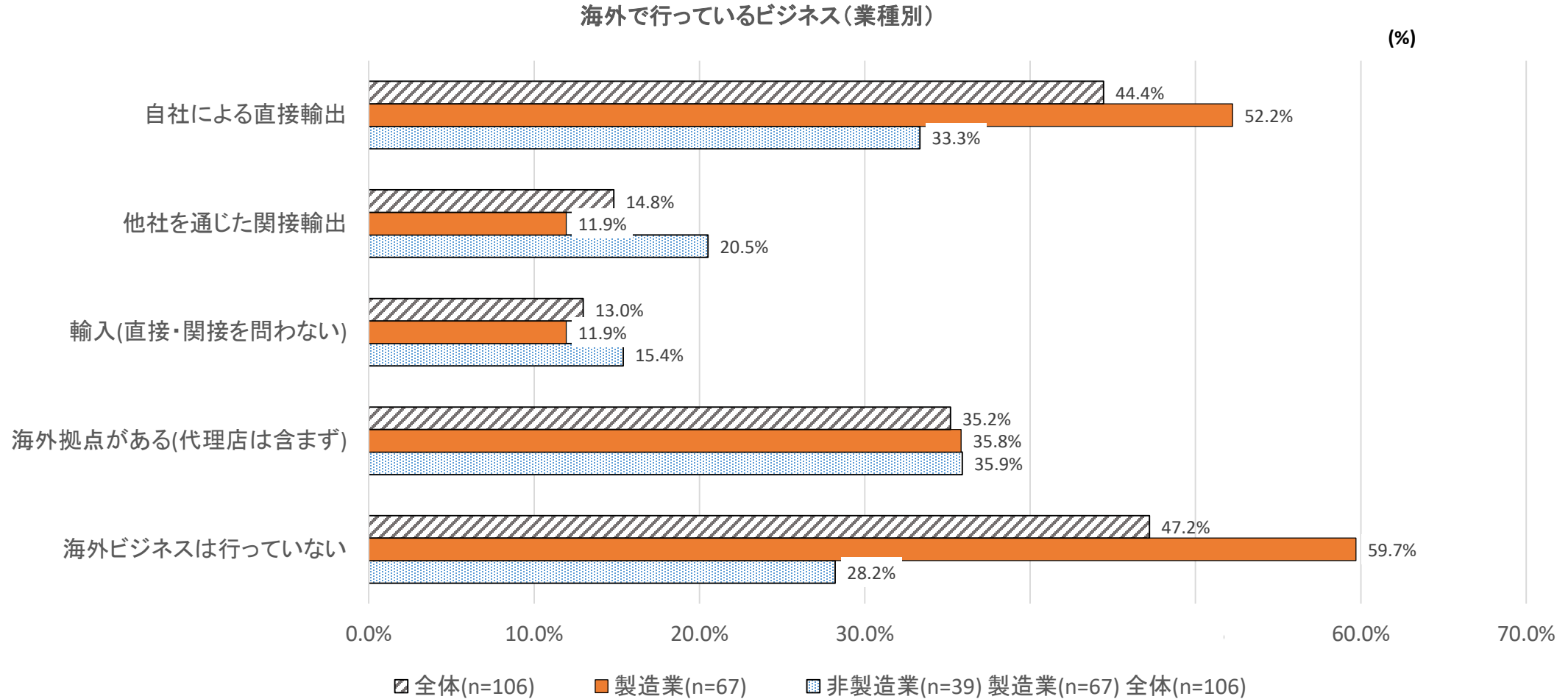


(母数)現在、海外拠点があると回答した企業: n=20

回答企業プロフィール(現在行っている海外ビジネス)

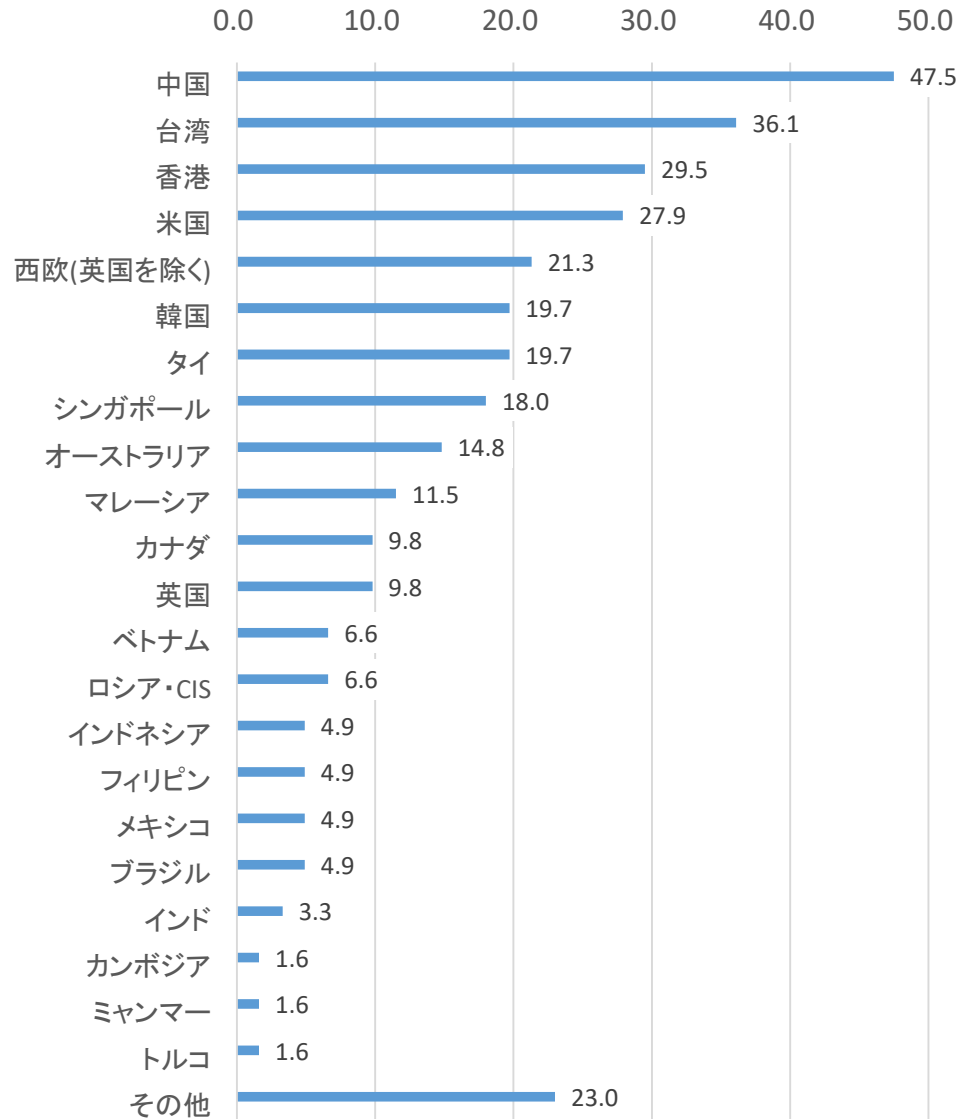
回答企業のうち、自社から「直接輸出」している企業は、44.4%、「間接輸出」の企業は14.8%であった。製造業では自社による「直接」輸出の割合が高く、非製造業で「間接輸出の割合が高くなっている。

一方で、回答企業の「海外ビジネスを行っていない」企業の割合は、製造業で59.7%、非製造業で28.2%であった。

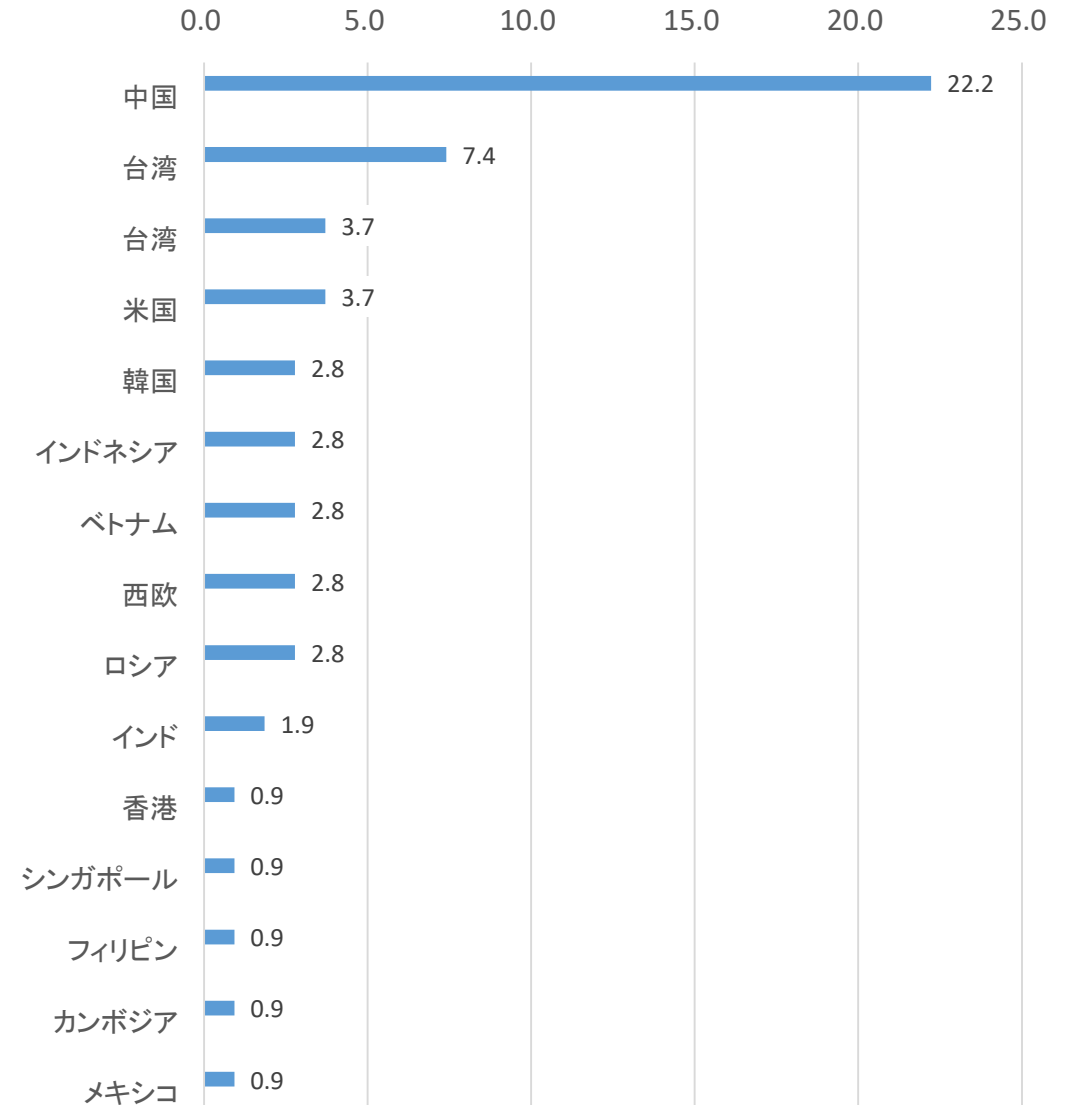


回答企業プロフィール(現在の輸出入状況)

輸出企業の主な輸出先(国・地域別) (複数回答・%)



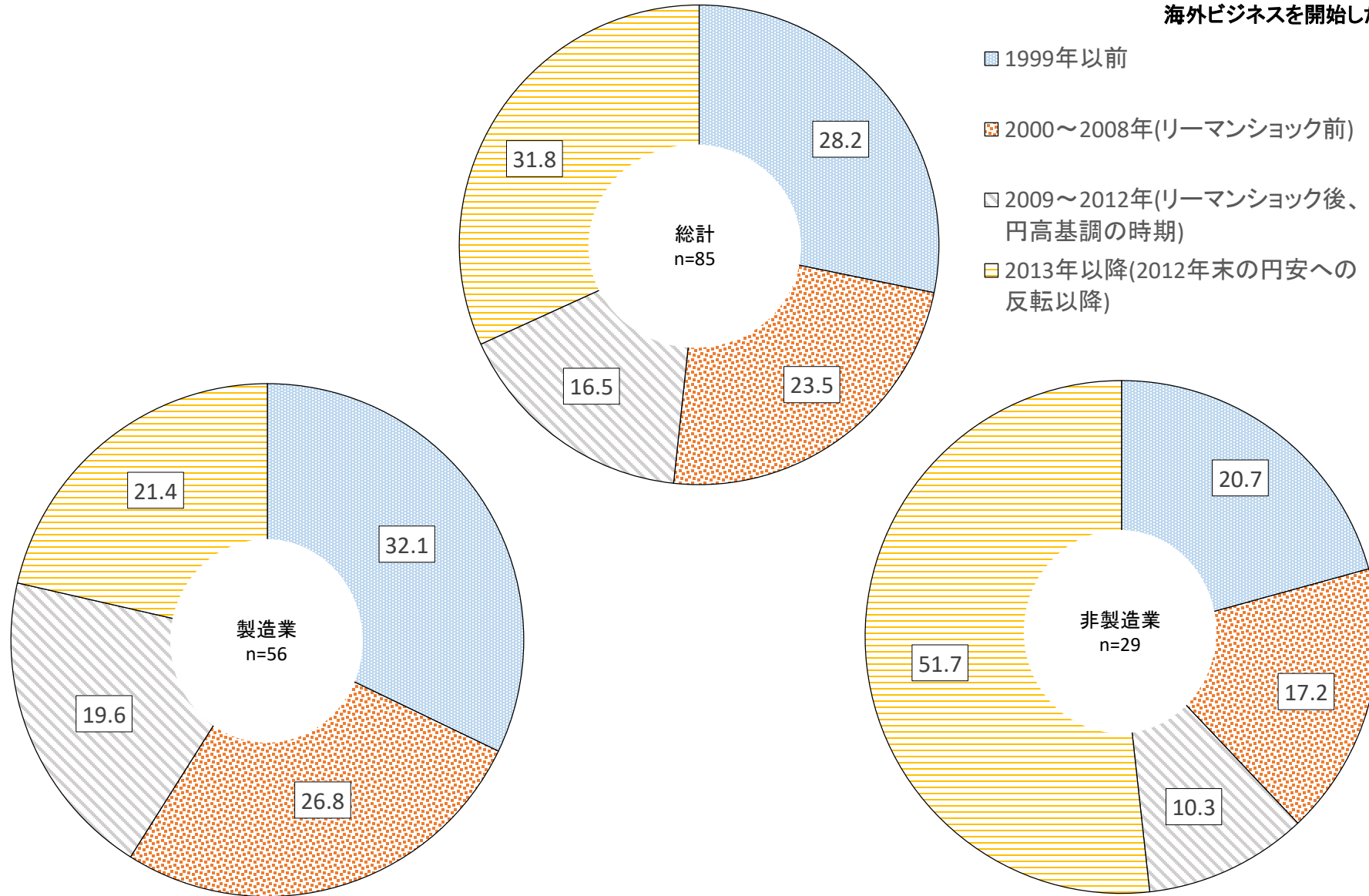
輸入企業の主な輸入先(国・地域別) (複数回答・%)



回答企業プロフィール(海外ビジネスを開始した時期)

海外ビジネスを開始した時期 (%)

- 1999年以前
- 2000～2008年(リーマンショック前)
- 2009～2012年(リーマンショック後、円高基調の時期)
- 2013年以降(2012年末の円安への反転以降)



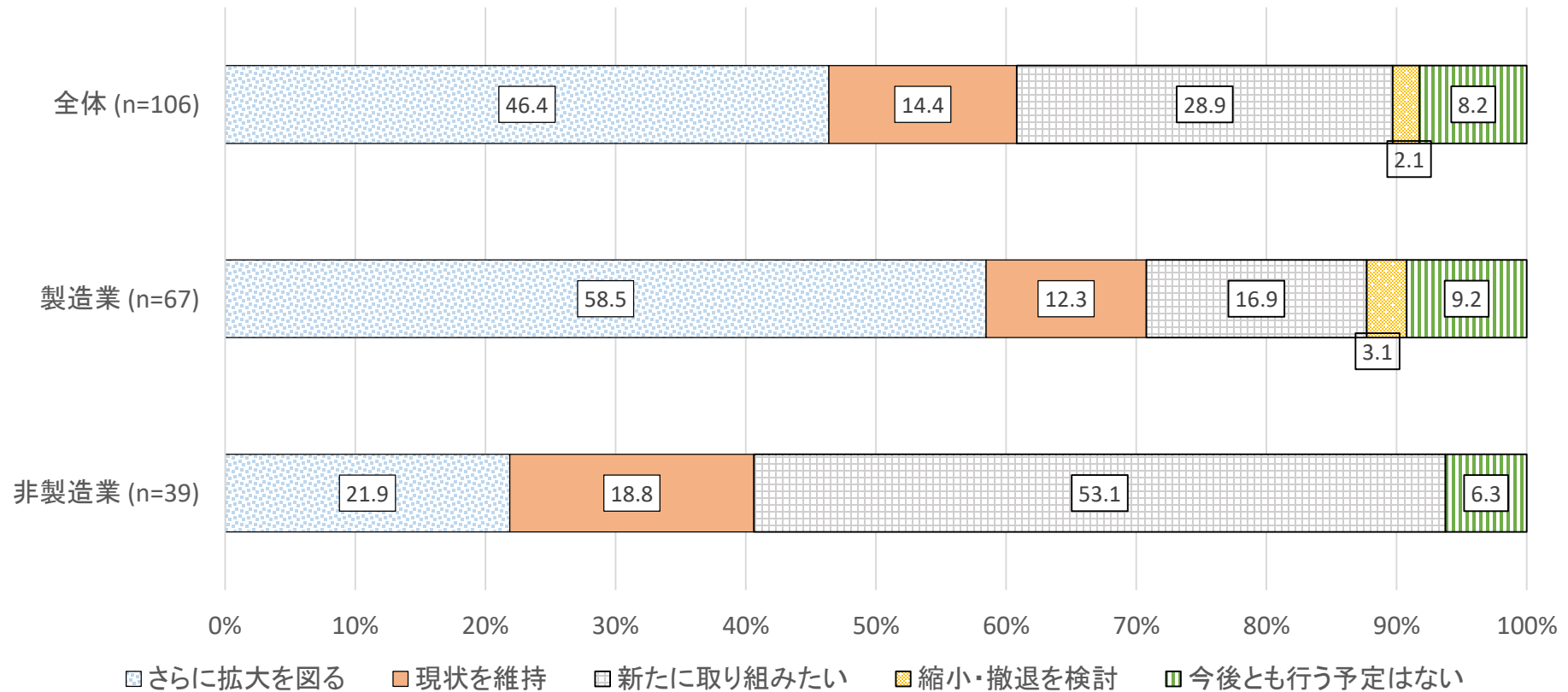
1. 貿易への取り組み

貿易への取り組み: 今後の輸出方針

■ 今後の輸出へ前向きな姿勢

製造業の58.5%が輸出事業を「さらに拡大する」と回答し、非製造業の53.1%が輸出事業に「今後、新たに取り組みたい」と回答。
縮小、撤退を検討する企業は前回調査(2016年)では3.0%であったのに対し、今回は2.1%であった。製造業に縮小・撤退を検討する企業が見られた。

今後(2017年度も含めて3カ年程度)の輸出に関する方針(業種別) (%)



貿易への取り組み:今後の輸出方針

今後(2017年度も含めて3ヵ年程度)の輸出に関する方針(業種別)

(%)

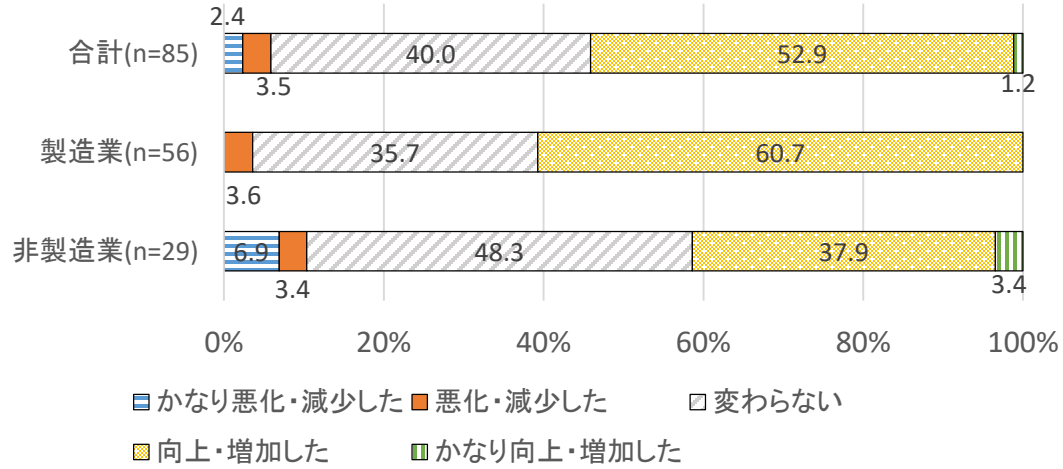
	社数	現在、輸出を行っており、 今後、さらに拡大を図る	現在、輸出を行っており、 現状を 維持する	現在、輸出は行ってい ないが、今後、新たに取 り組み たい	現在、輸出を行っている が、今後は縮小、撤退 を検討する	現在、輸出は行ってお らず、今後とも行う予定 はない
総計	106	42.5	13.2	26.4	1.9	7.5
製造業	67	56.7	11.9	16.4	3.0	9.0
飲食料品	30	76.7	3.3	10.0	0.0	10.0
繊維・織物／アパレル	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
木材・木製品(家具を除く)	6	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0
化学	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
石油・石炭製品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
窯業・土石	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
金属製品	6	33.3	16.7	33.3	0.0	16.7
一般機械	4	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0
電気機械	4	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0
自動車部品	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
その他輸送機器	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
精密機器	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
その他	5	40.0	20.0	20.0	0.0	20.0
非製造業	39	17.9	15.4	43.6	0.0	5.1
商社・卸売	9	22.2	11.1	33.3	0.0	11.1
小売	3	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
建設	5	0.0	20.0	60.0	0.0	0.0
運輸	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
農業・林業・水産業	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
印刷・同関連	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
不動産	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
情報・ソフトウェア	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
飲食店・宿泊施設	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
医療・福祉	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
専門サービス(コンサルティング・法務等)	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
その他サービス(旅行、娯楽等)	3	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3
その他	7	14.3	0.0	42.9	0.0	0.0

[注]網掛けは回答数が80%以上の項目。回答数が0の業種は除いて掲載。

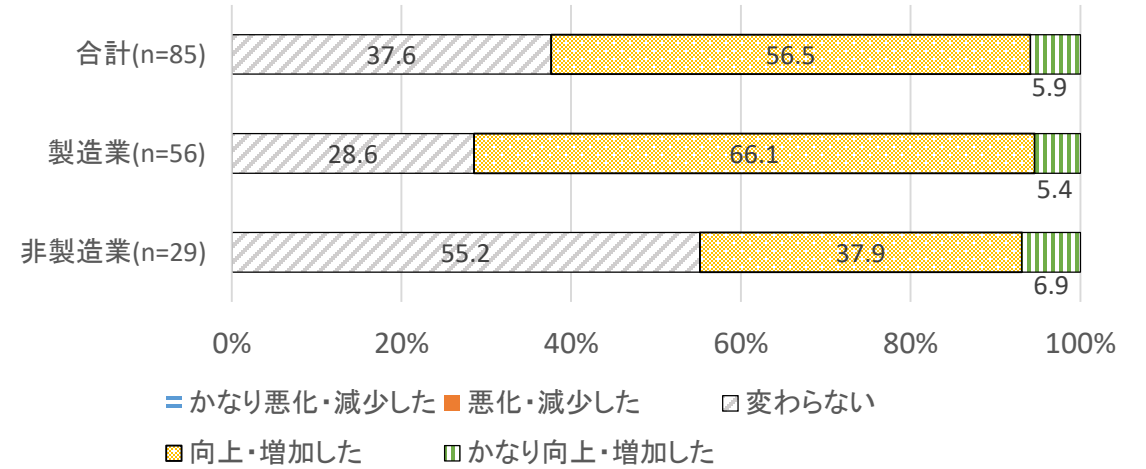
貿易への取り組み:海外ビジネスの影響①

海外ビジネスの影響① (%)

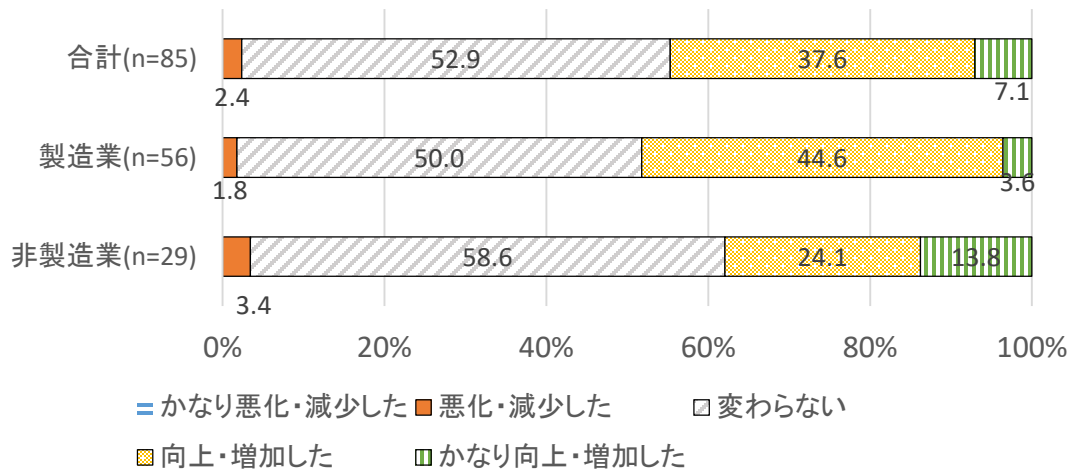
売上高(海外売上高も含む)



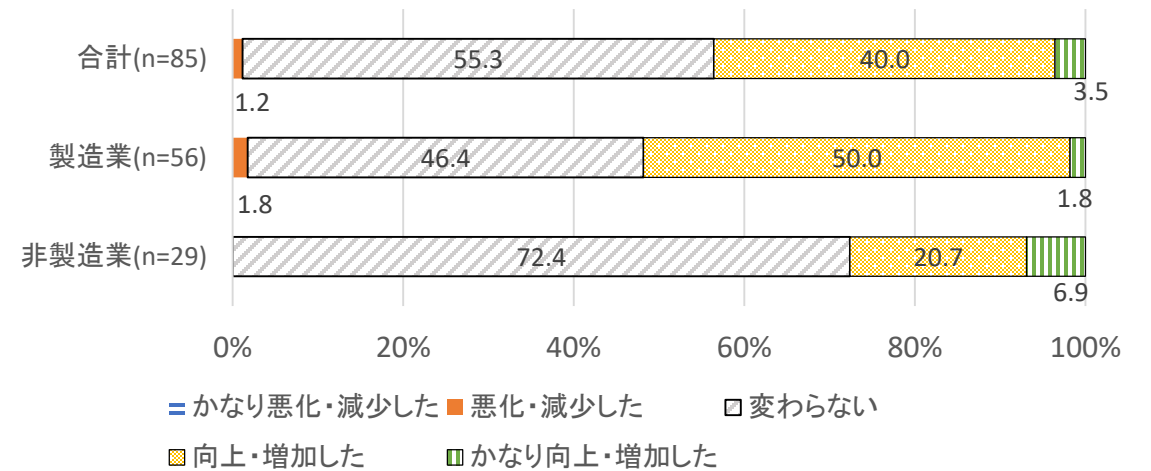
企業・製品のイメージ



製品・サービスの種類、品揃え



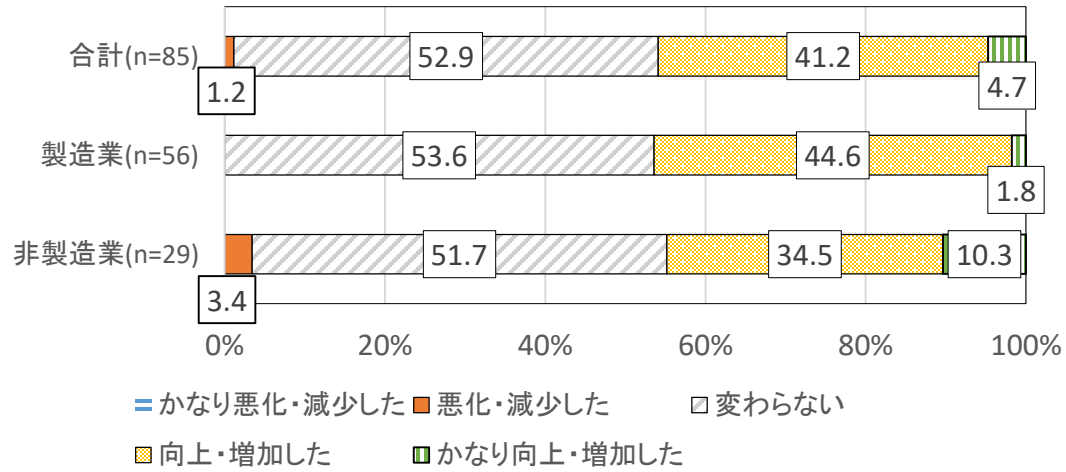
製品・サービスの品質



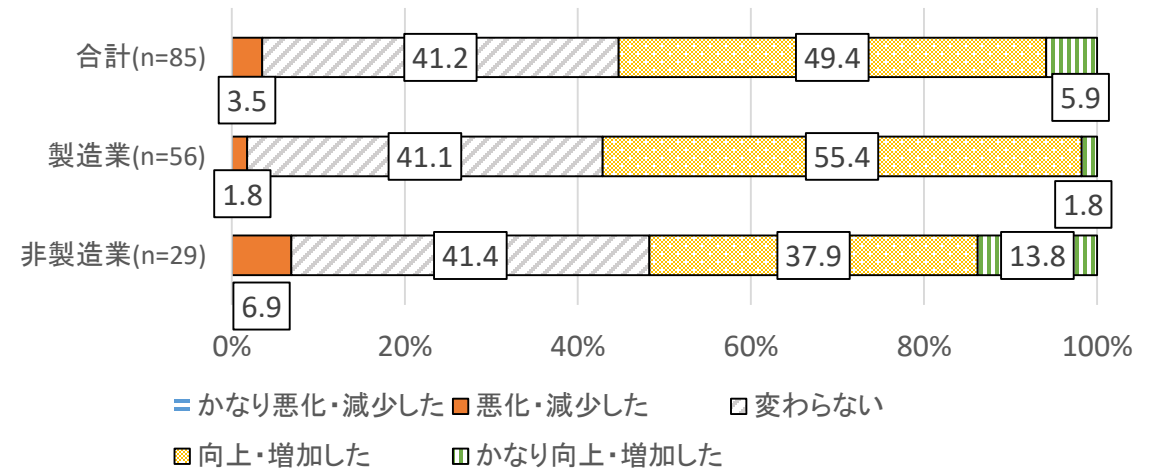
貿易への取り組み:海外ビジネスの影響②

海外ビジネスの影響② (%)

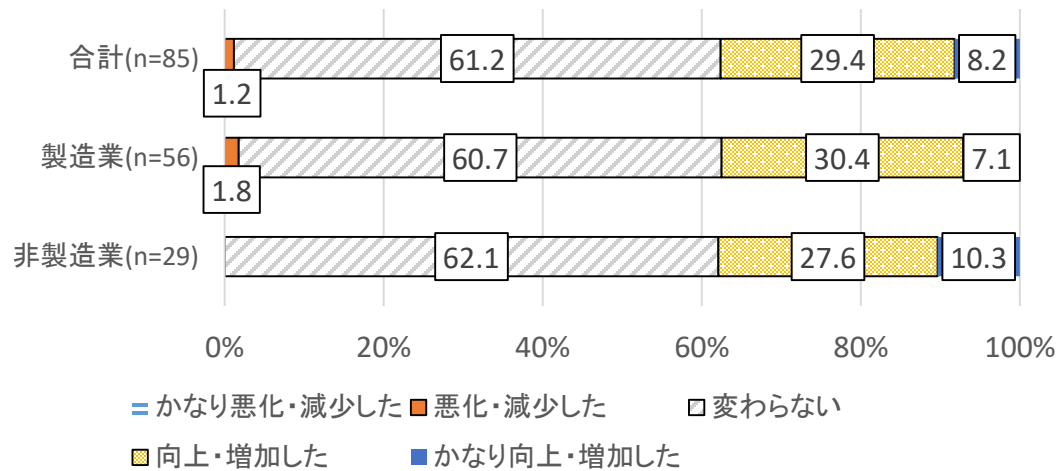
製品・サービスの生産能力



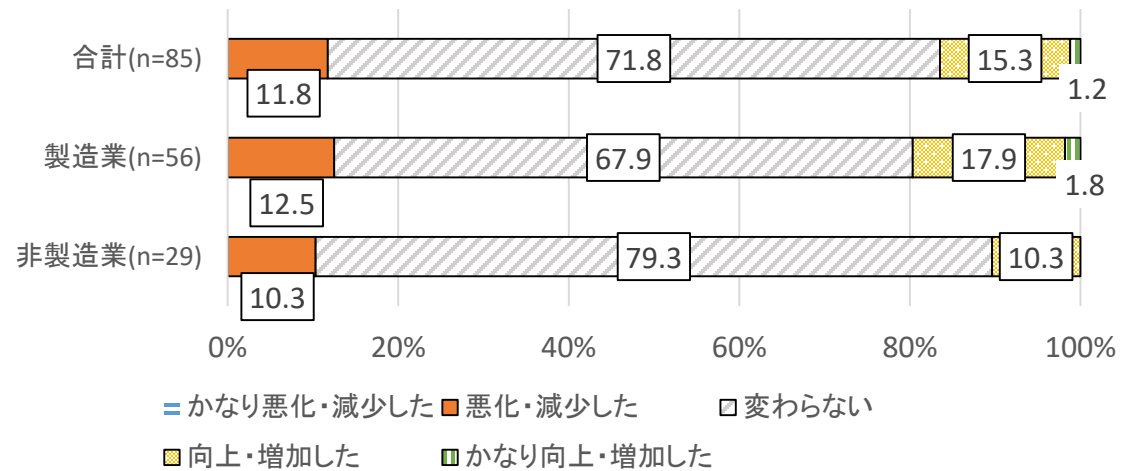
営業・マーケティングの能力



デザイン・研究開発の能力



国内雇用者数



2. 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開

今後の海外進出方針

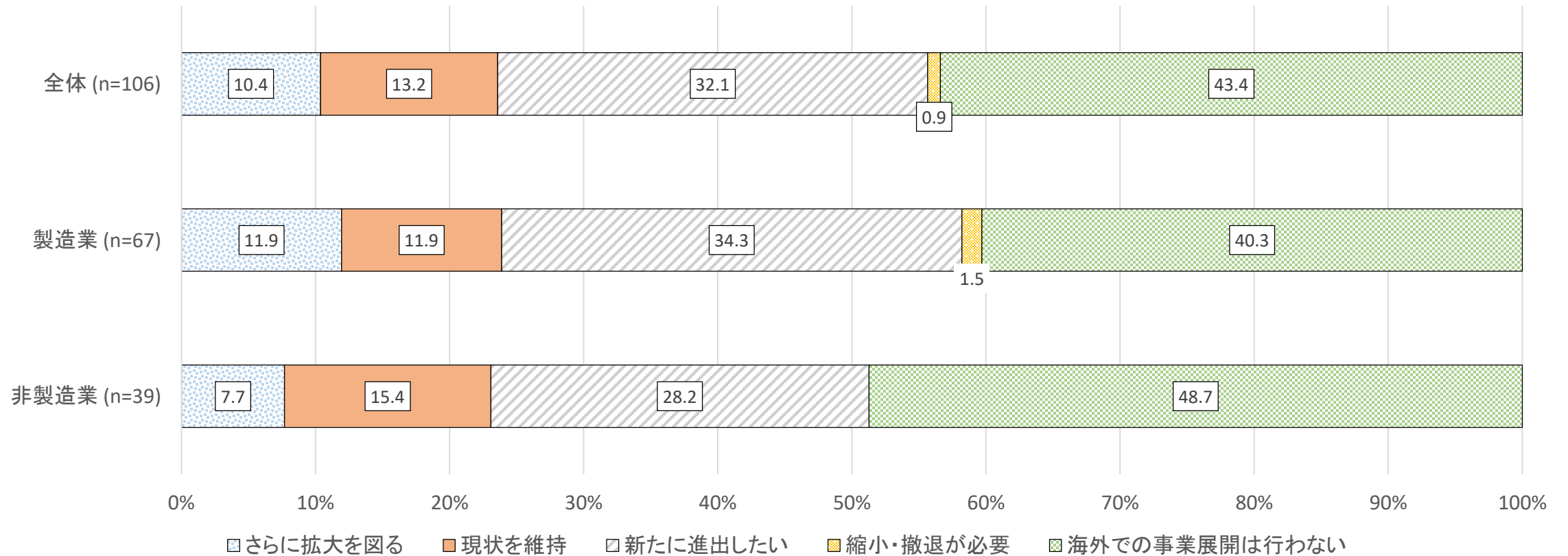
■ 海外進出への意欲は増大

今後(3年程度)の海外進出方針では、「拡大を図る」「現状を維持」「新たに進出したい」企業の割合が55.7%。

「縮小・撤退」を考える企業の割合は0.9%であった。(2016年度、1.8%)

「現在海外での事業展開は行っておらず今後とも展開は行わない」とする企業は43.4%で、前回調査の30.7%を上回った。

今後(3カ年程度)の海外進出に関する方針(業種別) (%)



今後の海外進出方針

今後(2017年度も含めて3ヵ年程度)の海外進出に関する方針(業種別)

(%)

	社数	現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る	現在、海外に拠点があり、現状を維持する	現在、海外に拠点はないが、今後、新たに進出したい	現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている	現在、海外に拠点はなく、今後とも海外での事業展開は行わない
総計	106	10.4	13.2	32.1	0.9	43.4
製造業	67	11.9	11.9	34.3	1.5	40.3
飲食料品	30	10.0	3.3	36.7	0.0	50.0
繊維・織物／アパレル	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
木材・木製品(家具を除く)	6	0.0	16.7	66.7	0.0	16.7
化学	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
石油・石炭製品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
窯業・土石	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
金属製品	6	16.7	16.7	50.0	0.0	16.7
一般機械	4	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
電気機械	4	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0
自動車部品	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
その他輸送機器	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
精密機器	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
その他	5	0.0	20.0	40.0	0.0	40.0
非製造業	39	7.7	15.4	28.2	0.0	48.7
商社・卸売	9	11.1	33.3	11.1	0.0	44.4
小売	3	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7
建設	5	0.0	0.0	20.0	0.0	80.0
運輸	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
農業・林業・水産業	3	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7
印刷・同関連	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
不動産	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
情報・ソフトウェア	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
飲食店・宿泊施設	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
医療・福祉	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
専門サービス(コンサルティング・法務等)	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
その他サービス(旅行、娯楽等)	3	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3
その他	7	0.0	0.0	42.9	0.0	57.1

[注]回答数が0の業種は除いて掲載。

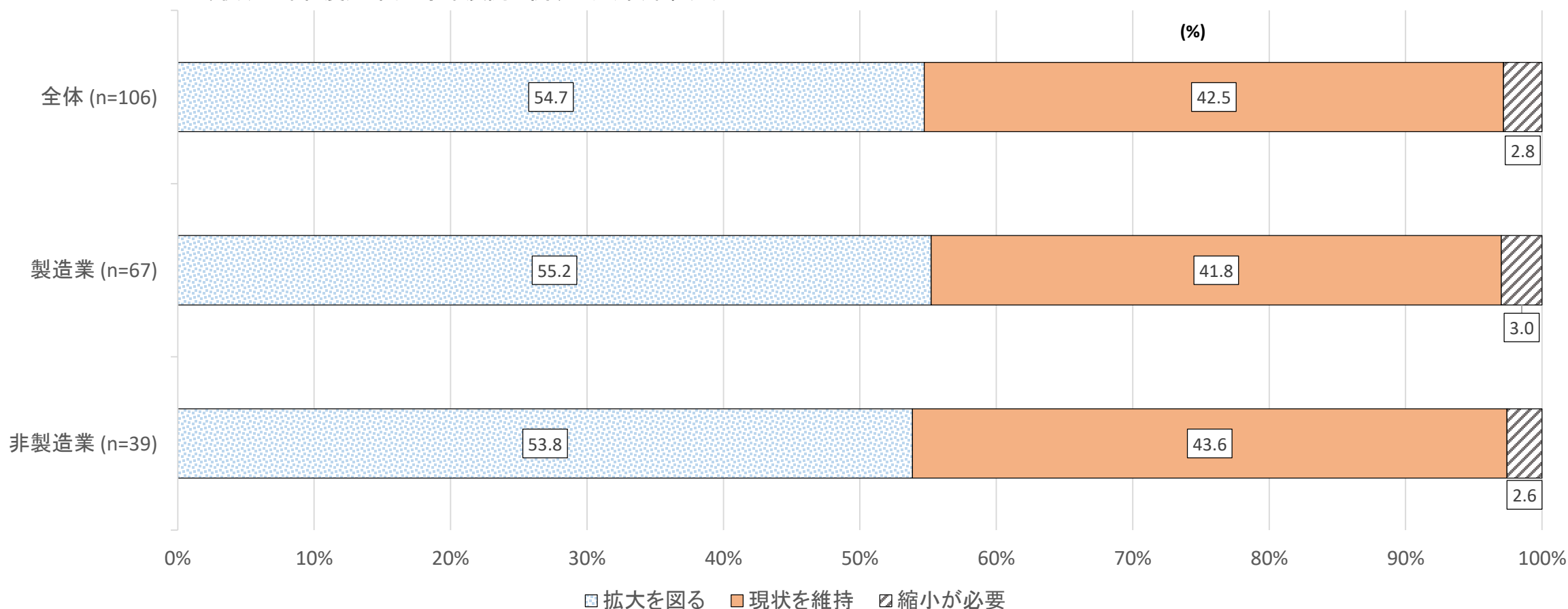
国内事業の取り組み：今後の国内事業展開

■ 半数以上が国内事業も拡大の方向

今後3年程度の国内事業展開について、「拡大を図る」(54.7%)と回答した企業の割合は前回(2016年度、43.0%)を上回った。

製造業は前回比+4.5%(前回50.7%→今回55.2%)であるが、非製造業においては前回比+24.5%(前回29.3%→今回53.8%)と大きく上回り、非製造業者の国内での事業展開が活発となる見込みである。

今後(3カ年程度)の国内事業展開に関する方針(業種別)



国内事業の取り組み：今後の国内事業展開

今後(2017年度も含めて3ヵ年程度)の国内事業展開(業種別)

(%)

		社数	拡大を図る	現状を維持する	縮小が必要と考えている
総計		106	54.7	42.5	2.8
	製造業	67	55.2	41.8	3.0
	飲食料品	30	56.7	43.3	0.0
	繊維・織物／アパレル	2	50.0	50.0	0.0
	木材・木製品(家具を除く)	6	50.0	50.0	0.0
	化学	2	100.0	0.0	0.0
	石油・石炭製品	1	100.0	0.0	0.0
	窯業・土石	1	0.0	0.0	100.0
	鉄鋼／非鉄金属／金属製品	1	0.0	100.0	0.0
	金属製品	6	33.3	66.7	0.0
	一般機械	4	50.0	25.0	25.0
	電気機械	4	75.0	25.0	0.0
	自動車部品	2	0.0	100.0	0.0
	その他輸送機器	1	0.0	100.0	0.0
	精密機器	2	100.0	0.0	0.0
	その他	5	80.0	20.0	0.0
	非製造業	39	53.8	43.6	2.6
	商社・卸売	9	55.6	33.3	11.1
	小売	3	0.0	100.0	0.0
	建設	5	40.0	60.0	0.0
	運輸	2	100.0	0.0	0.0
	農業・林業・水産業	3	100.0	0.0	0.0
	印刷・同関連	1	0.0	100.0	0.0
	不動産	1	100.0	0.0	0.0
	情報・ソフトウェア	1	100.0	0.0	0.0
	飲食店・宿泊施設	1	0.0	100.0	0.0
	医療・福祉	1	100.0	0.0	0.0
	専門サービス(コンサルティング・法務等)	2	50.0	50.0	0.0
	その他サービス(旅行、娯楽等)	3	33.3	66.7	0.0
	その他	7	57.1	42.9	0.0

[注]回答数が0の業種は除いて掲載。

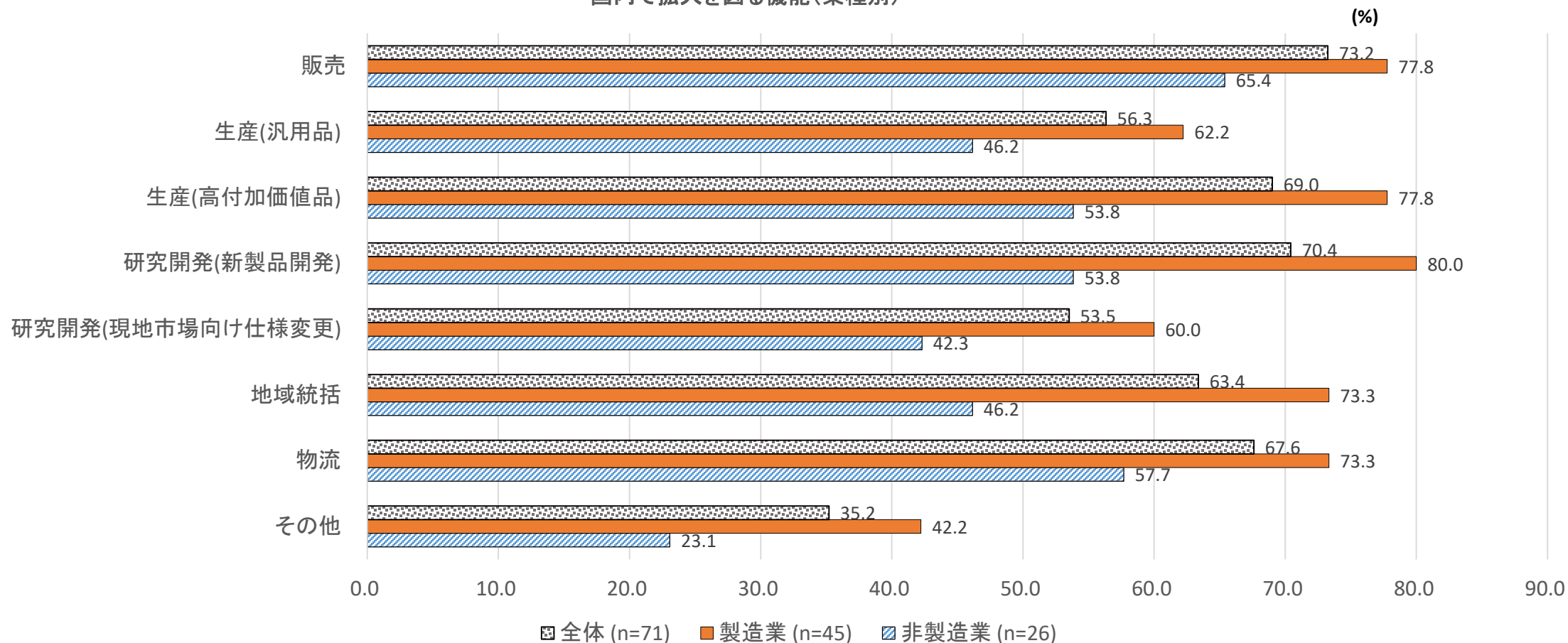
国内で拡大を図る機能

■ 国内では販売機能のほか、高付加価値品の生産、新製品開発を重視

全ての機能において前回調査(2016年度)を上回っている。

中でも前回調査を大きく上回った機能として、物流(12.2%→57.7%)、生産・汎用品(前回調査2016年度18.4%→今回調査46.2%)、研究開発・現地市場向け仕様変更(16.3%→42.3%)、が挙げられる。

国内で拡大を図る機能(業種別)



国内・海外拠点の再編実績・方針

国内・海外拠点の再編実績、あるいは今後の計画の有無(業種別)

		社数	過去2～3年の間に行った	今後2～3年以内に行う予定である	過去2～3年の間に行っていない/今後2～3年以内に行う予定はない
総計		85	9.4	8.2	82.4
製造業		54	13.0	7.4	79.6
	飲食料品	25	16.0	8.0	76.0
	繊維・織物／アパレル	2	50.0	0.0	50.0
	木材・木製品(家具を除く)	6	0.0	0.0	100.0
	化学	1	0.0	0.0	100.0
	石油・石炭製品	1	0.0	0.0	100.0
	窯業・土石	1	0.0	0.0	100.0
	鉄鋼／非鉄金属／金属製品	1	0.0	0.0	100.0
	金属製品	4	0.0	25.0	75.0
	一般機械	2	50.0	0.0	50.0
	電気機械	3	33.3	0.0	66.7
	自動車部品	2	0.0	0.0	100.0
	その他輸送機器	1	0.0	100.0	0.0
	精密機器	1	0.0	0.0	100.0
	その他	4	0.0	0.0	100.0
非製造業		31	3.2	9.7	87.1
	商社・卸売	6	16.7	16.7	66.7
	小売	1	0.0	0.0	100.0
	建設	4	0.0	0.0	100.0
	運輸	2	0.0	0.0	100.0
	農業・林業・水産業	3	0.0	0.0	100.0
	印刷・同関連	1	0.0	0.0	100.0
	不動産	1	0.0	0.0	100.0
	情報・ソフトウェア	1	0.0	0.0	100.0
	飲食店・宿泊施設	1	0.0	0.0	100.0
	専門サービス(コンサルティング・法務等)	2	0.0	50.0	50.0
	その他サービス(旅行、娯楽等)	3	0.0	0.0	100.0
	その他	6	0.0	16.7	83.3

3. 海外進出への取り組み(国・地域別、機能別)

海外で拡大を図る国・地域

■ 事業拡大を図りたい国・地域は、製造業と非製造業で異なる結果に

今後3年程度で海外事業拡大方針を有する企業のうち、拡大を図る国・地域については製造業と非製造業で上位を占める国・地域に異なりはなかった。前回調査(2016年度)では、製造業の54.5%が西欧で拡大を図るとしていたが、今回調査では12.5%に減少し、米国も前回調査の45.5%から25.0%に減少した。

海外で拡大を図る国・地域(業種別)

(複数回答、%)

全体 (n=11)		製造業 (n=8)		非製造業 (n=3)	
国・地域名	%	国・地域名	%	国・地域名	%
中国	63.6	中国	75.0	タイ	66.7
タイ	54.5	タイ	50.0	中国	33.3
台湾	36.4	台湾	37.5	香港	33.3
マレーシア	36.4	マレーシア	37.5	台湾	33.3
香港	27.3	香港	25.0	シンガポール	33.3
英国	27.3	韓国	25.0	マレーシア	33.3
韓国	18.2	米国	25.0	ベトナム	33.3
シンガポール	18.2	英国	25.0	ミャンマー	33.3
ベトナム	18.2	シンガポール	12.5	オーストラリア	33.3
米国	18.2	インドネシア	12.5	英国	33.3
西欧(英国除く)	18.2	フィリピン	12.5	西欧(英国除く)	33.3
インドネシア	9.1	ベトナム	12.5	中・東欧	33.3
フィリピン	9.1	インド	12.5		
ミャンマー	9.1	カナダ	12.5		
インド	9.1	メキシコ	12.5		
オーストラリア	9.1	西欧(英国除く)	12.5		
カナダ	9.1				
メキシコ	9.1				
中・東欧	9.1				

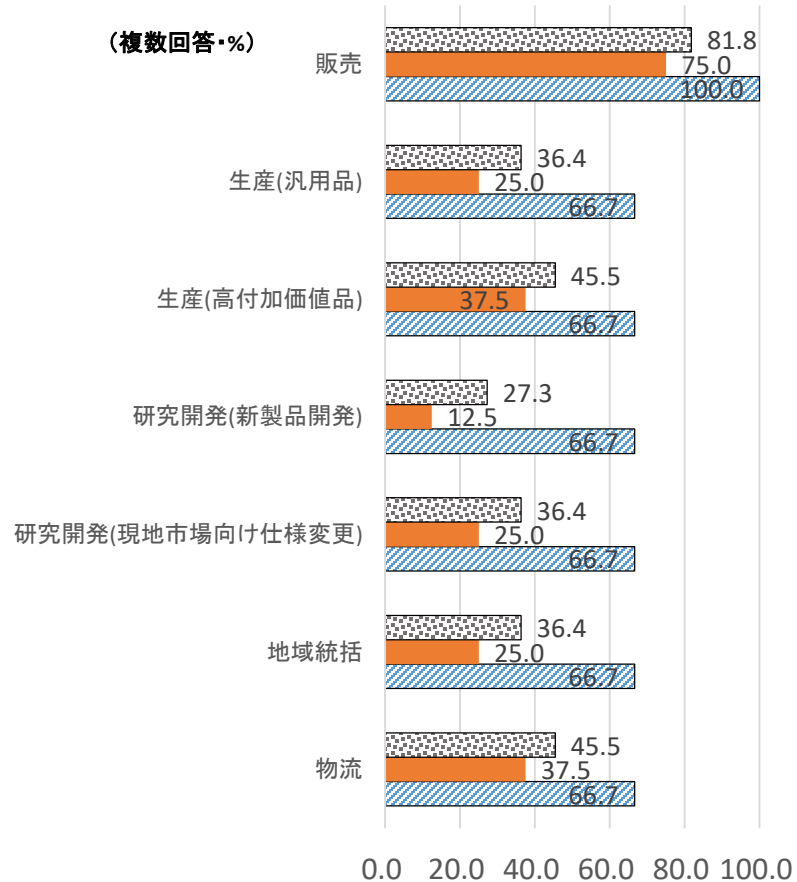
[注]母数は「今後3年程度で、海外事業の拡大を図る」と回答した企業数。

海外で拡大を図る機能

■ 販売機能の強化を図る

「海外事業の拡大を図る」と回答した多くの企業が、海外での販売機能の強化を図る方針を示した。販売機能を拡大する国・地域としては、中国の54.5%をトップに、台湾、タイ、マレーシアがそれに続いた。中国については、生産(汎用品、高付加価値品)、物流の機能についても拡大を図ると回答した企業が多かった。研究開発(新製品開発、現地市場向け仕様変更)については、前回調査(2016年度)では名前が挙がらなかったマレーシアがトップになっている。

海外で拡大を図る機能(業種別)



■ 全体(n=11) ■ 製造業(n=8) ■ 非製造業(n=3)

海外で拡大を図る機能 機能別国・地域ランキング

(複数回答、%)

販売	生産				研究開発				物流		
	汎用品		高付加価値品		新製品開発		現地市場向け仕様変更				
国・地域名	%	国・地域名	%	国・地域名	%	国・地域名	%	国・地域名	%		
中国	54.5	中国	9.1	中国	9.1	マレーシア	18.2	マレーシア	18.2	中国	36.4
台湾	36.4	タイ	9.1	シンガポール	9.1	中国	9.1	中国	9.1	タイ	27.3
タイ	36.4	マレーシア	9.1	マレーシア	9.1	香港	9.1	香港	9.1	マレーシア	18.2
マレーシア	36.4	インドネシア	9.1	ミャンマー	9.1	台湾	9.1	台湾	9.1	香港	9.1
香港	27.3	ベトナム	9.1	インド	9.1	シンガポール	9.1	シンガポール	9.1	台湾	9.1
英国	27.3	ミャンマー	9.1	米国	9.1	ミャンマー	9.1	ミャンマー	9.1	韓国	9.1
シンガポール	18.2			英国	9.1	インド	9.1	インド	9.1	シンガポール	9.1
米国	18.2			西欧(英国除く)	9.1	米国	9.1	米国	9.1	インドネシア	9.1
西欧(英国除く)	18.2			中国	9.1	英国	9.1	英国	9.1	フィリピン	9.1
韓国	9.1					西欧(英国除く)	9.1	西欧(英国除く)	9.1	ミャンマー	9.1
インドネシア	9.1									メキシコ	9.1
ベトナム	9.1										
ミャンマー	9.1										
インド	9.1										
インド	9.1										
オーストラリア	9.1										
カナダ	9.1										
中・東欧	9.1										

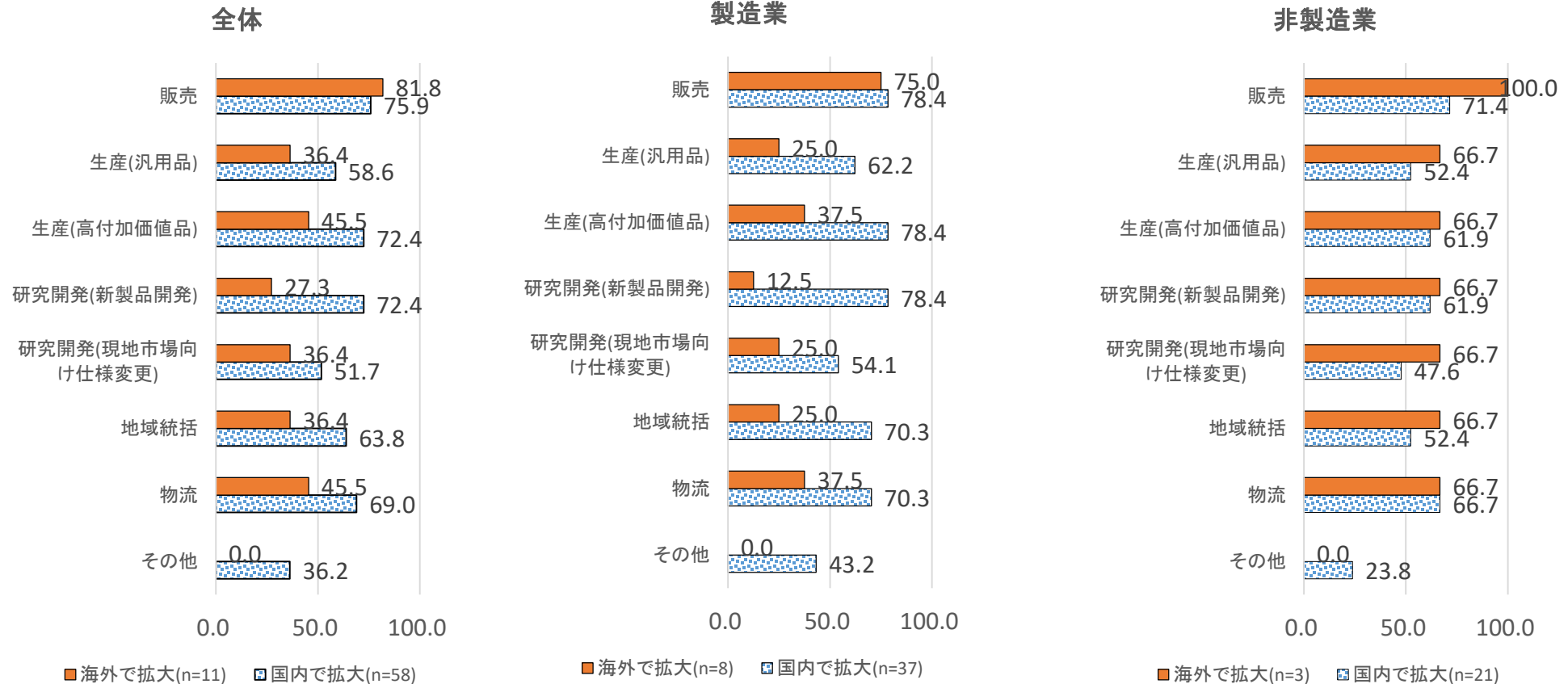
[注]母数は「今後3年程度で、海外事業の拡大を図る」と回答した企業数。

国内・海外で拡大を図る機能比較

■ 製造業は生産(高付加価値品)、研究開発(新製品開発)は国内での機能を拡充

国内および海外で拡大を図る機能を比べると、製造業では全体的に国内での拡大意欲が海外を上回った。前回調査(2016年度)では、販売、物流において国内より海外で拡大を図るとしていたが、今回はいずれも下回った。一方で、非製造業については、海外、国内ともに、全ての機能拡大を図るという回答であった。

国内・海外で拡大を図る機能 (複数回答・%)



4. 各国のビジネス環境

各国のビジネス環境:各国の魅力・長所

各国の魅力・長所(課題項目別)

(複数回答、%)

市場規模・成長性		関連産業の集積 (現地調達容易)		顧客(納入先)企業の集積		現地企業・大学等の 高い技術力		人件費の安さ、 豊富な労働力		従業員の質の高さ、 優秀な人材が豊富		インフラ(電力、運輸、 通信等)の充実	
中国	29.9	中国	4.1	中国	4.1	中国	1.0	ベトナム	9.3	ベトナム	2.1	タイ	1.0
米国	28.9	タイ	3.1	タイ	4.1	米国	1.0	中国	6.2	中国	1.0	中国	0.0
タイ	15.5	インドネシア	2.1	米国	3.1	タイ	0.0	ミャンマー	2.1	タイ	1.0	マレーシア	0.0
マレーシア	12.4	ベトナム	2.1	インドネシア	2.1	マレーシア	0.0	タイ	1.0	マレーシア	1.0	インドネシア	0.0
ベトナム	12.4	マレーシア	1.0	ミャンマー	1.0	インドネシア	0.0	マレーシア	1.0	インドネシア	0.0	フィリピン	0.0
インドネシア	9.3	ミャンマー	1.0	英国	1.0	フィリピン	0.0	インド	1.0	フィリピン	0.0	ベトナム	0.0
英国	9.3	米国	1.0	マレーシア	0.0	ベトナム	0.0	インドネシア	1.0	ミャンマー	0.0	ミャンマー	0.0
インド	6.2	フィリピン	0.0	フィリピン	0.0	ミャンマー	0.0	フィリピン	0.0	インド	0.0	インド	0.0
フィリピン	4.1	インド	0.0	ベトナム	0.0	インド	0.0	米国	0.0	米国	0.0	米国	0.0
ミャンマー	4.1	メキシコ	0.0	インド	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0
メキシコ	2.1	英国	0.0	メキシコ	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0
土地・事務所スペースが 豊富、地価・賃料の安さ		各種手続き等が迅速		安定した政治・社会情勢		言語・コミュニケーション上 の障害の少なさ		駐在員の生活環境が 優れている		親日的な国民感情			
ベトナム	1.0	中国	1.0	英国	4.1	米国	4.1	タイ	1.0	タイ	8.2		
タイ	1.0	タイ	0.0	米国	3.1	英国	3.1	中国	0.0	マレーシア	4.1		
インドネシア	1.0	マレーシア	0.0	マレーシア	2.1	中国	2.1	マレーシア	0.0	ベトナム	4.1		
メキシコ	0.0	インドネシア	0.0	ベトナム	2.1	タイ	1.0	インドネシア	0.0	インドネシア	3.1		
ミャンマー	0.0	フィリピン	0.0	メキシコ	0.0	ベトナム	1.0	フィリピン	0.0	ミャンマー	2.1		
マレーシア	0.0	ベトナム	0.0	ミャンマー	0.0	ミャンマー	1.0	ベトナム	0.0	米国	2.1		
米国	0.0	ミャンマー	0.0	フィリピン	0.0	インド	1.0	ミャンマー	0.0	中国	1.0		
フィリピン	0.0	インド	0.0	中国	0.0	マレーシア	0.0	インド	0.0	フィリピン	1.0		
中国	0.0	米国	0.0	タイ	0.0	インドネシア	0.0	米国	0.0	インド	0.0		
英国	0.0	メキシコ	0.0	インドネシア	0.0	フィリピン	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0		
インド	0.0	英国	0.0	インド	0.0	メキシコ	0.0	英国	0.0	英国	0.0		

[注]母数は各国において現在ビジネスを行っている、または新規ビジネスを検討している企業の総数。

各国のビジネス環境:ビジネス環境の課題

ビジネス環境の課題(課題項目別)

(複数回答、%)

米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	為替リスクが高い	関連産業が集積・発展していない	代金回収上のリスク・問題あり	人件費が高い、上昇している	労働力の不足・適切な人材の採用難	労務上の問題あり								
中国	12.4	英国	3.1	中国	5.2	中国	2.1	中国	8.2	中国	12.4	中国	3.1	中国	3.1
米国	10.3	中国	2.1	米国	2.1	ベトナム	1.0	ミャンマー	2.1	ベトナム	2.1	タイ	1.0	タイ	1.0
タイ	1.0	タイ	0.0	インドネシア	1.0	タイ	0.0	タイ	1.0	米国	2.1	ベトナム	1.0	インドネシア	1.0
インドネシア	1.0	マレーシア	0.0	ミャンマー	1.0	マレーシア	0.0	マレーシア	1.0	タイ	1.0	マレーシア	0.0	マレーシア	0.0
英国	1.0	インドネシア	0.0	英国	1.0	インドネシア	0.0	インドネシア	1.0	マレーシア	0.0	インドネシア	0.0	フィリピン	0.0
マレーシア	0.0	フィリピン	0.0	タイ	0.0	フィリピン	0.0	ベトナム	1.0	インドネシア	0.0	フィリピン	0.0	ベトナム	0.0
フィリピン	0.0	ベトナム	0.0	マレーシア	0.0	ミャンマー	0.0	インド	1.0	フィリピン	0.0	ミャンマー	0.0	ミャンマー	0.0
ベトナム	0.0	ミャンマー	0.0	フィリピン	0.0	インド	0.0	米国	1.0	ミャンマー	0.0	インド	0.0	インド	0.0
ミャンマー	0.0	インド	0.0	ベトナム	0.0	米国	0.0	フィリピン	0.0	インド	0.0	米国	0.0	米国	0.0
インド	0.0	米国	0.0	インド	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0
メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0
インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	法制度が未整備、運用に問題あり	知的財産権の保護に問題あり	税制・税務手続きの煩雑さ	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	特段のリスク・問題を認識していない								
インドネシア	2.1	中国	1.0	中国	4.1	中国	9.3	インドネシア	1.0	中国	8.2	中国	1.0	中国	2.1
中国	1.0	インドネシア	1.0	ベトナム	3.1	タイ	0.0	ベトナム	1.0	インドネシア	4.1	米国	1.0	マレーシア	2.1
タイ	1.0	ベトナム	1.0	インドネシア	1.0	マレーシア	0.0	中国	0.0	マレーシア	2.1	タイ	0.0	タイ	1.0
ベトナム	1.0	タイ	0.0	ミャンマー	1.0	インドネシア	0.0	タイ	0.0	フィリピン	2.1	マレーシア	0.0	米国	1.0
ミャンマー	1.0	マレーシア	0.0	タイ	0.0	フィリピン	0.0	マレーシア	0.0	ミャンマー	2.1	インドネシア	0.0	インドネシア	0.0
マレーシア	0.0	フィリピン	0.0	マレーシア	0.0	ベトナム	0.0	フィリピン	0.0	タイ	1.0	フィリピン	0.0	フィリピン	0.0
フィリピン	0.0	ミャンマー	0.0	フィリピン	0.0	ミャンマー	0.0	ミャンマー	0.0	ベトナム	1.0	ベトナム	0.0	ベトナム	0.0
インド	0.0	インド	0.0	インド	0.0	インド	0.0	インド	0.0	米国	1.0	ミャンマー	0.0	ミャンマー	0.0
米国	0.0	米国	0.0	米国	0.0	米国	0.0	米国	0.0	メキシコ	1.0	インド	0.0	インド	0.0
メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0	インド	0.0	メキシコ	0.0	メキシコ	0.0
英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0	英国	0.0

[注]母数は各国において現在ビジネスを行っている、または新規ビジネスを検討している企業の総数。

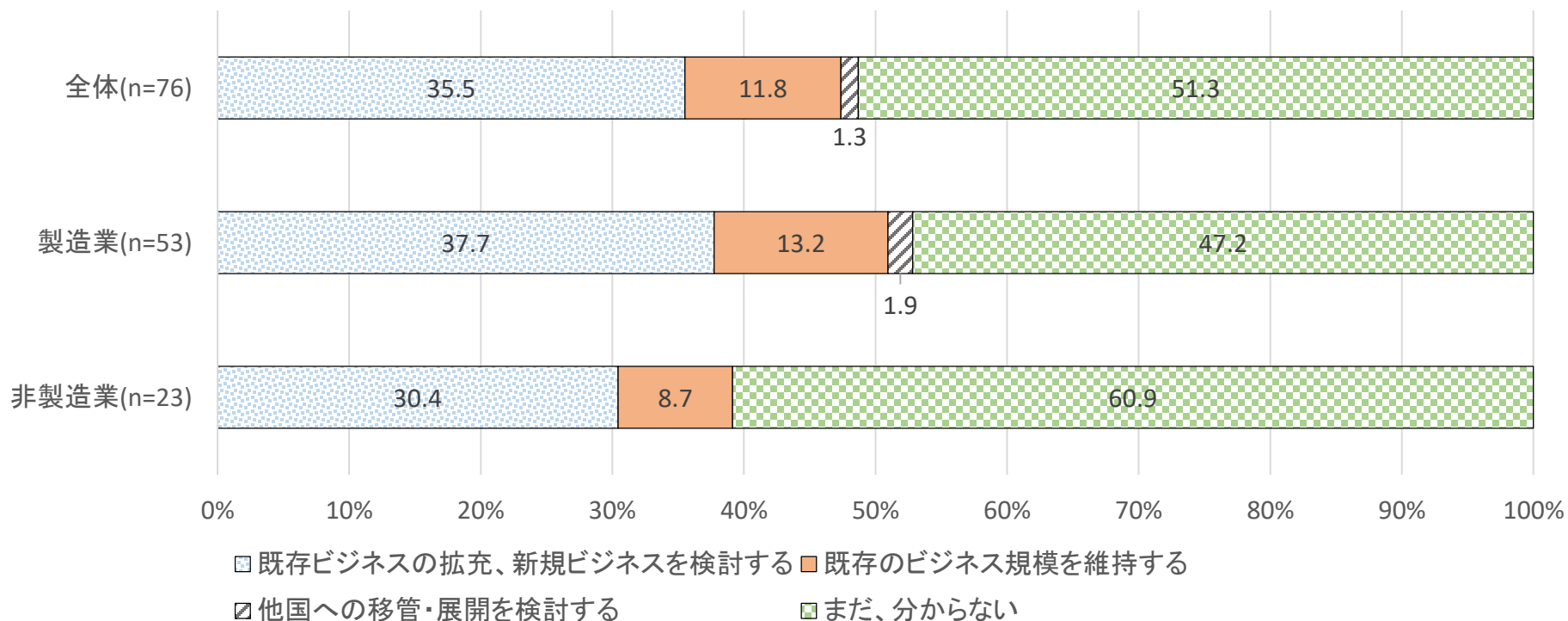
今後の中国でのビジネス展開

■ 今後の中国でのビジネス展開を検討、維持する企業が4割超

中国で中国で「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」と回答した企業は35.5%であった。これは前回調査(2016年度、20.8%)と比べ14.7ポイント上昇しており、製造業、非製造業ともに現状維持よりビジネス拡大を希望する企業が増加している傾向にある。

一方、「中国ビジネスからは撤退、縮小して他国での展開を検討する」と回答した企業は1.3%であった。

今後の中国でのビジネス展開



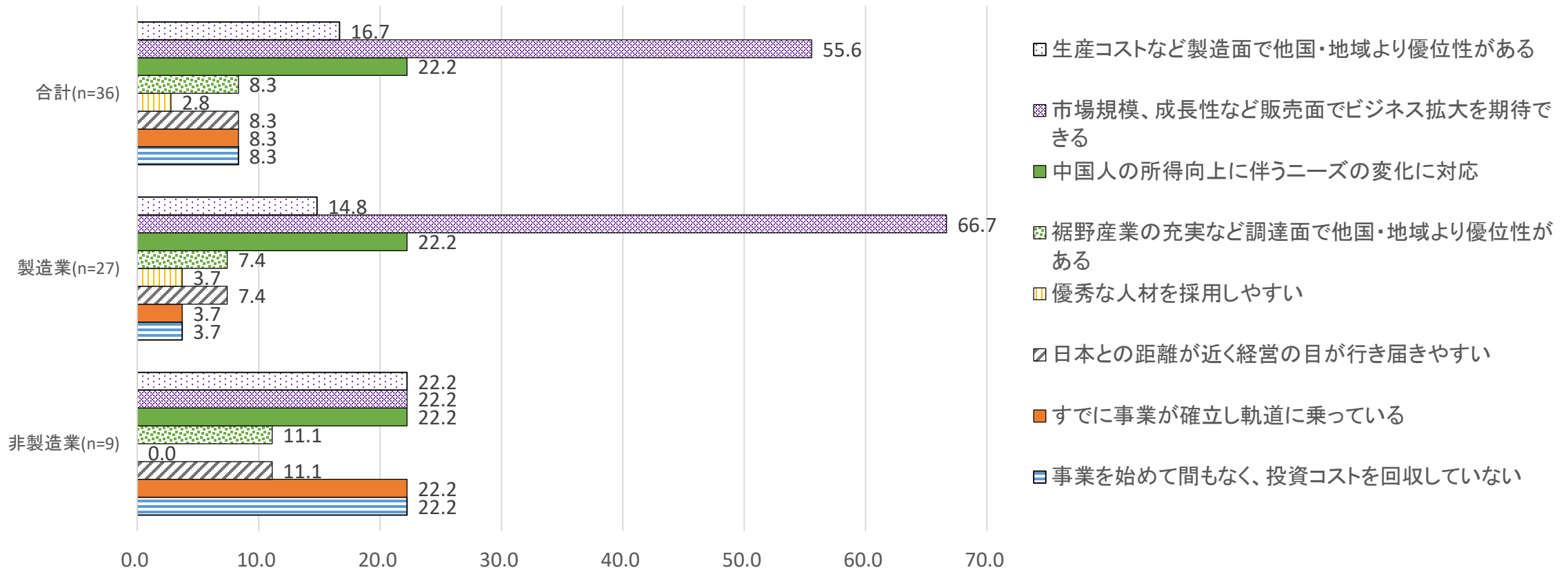
[注]母数は「今後ともビジネス展開は行わない」「無回答」を除いた企業数。

中国ビジネスを拡充・維持する理由

■販売面でのビジネス拡大を期待

中国ビジネスを拡充・維持する理由について尋ねたところ、「中国の市場規模、成長性」(製造業66.7%、非製造業22.2%)が最大で、「中国人の所得向上に伴うニーズの変化」、「生産コストなど製造面での優位性」が続いた。
非製造業では、「すでに事業が確立し軌道に乗っている」、「事業を始めて間もなく、投資コストを回収していない」を挙げる企業の比率も高かった。

中国ビジネスを拡充・維持するメリット (複数回答・%)



5. 自由貿易協定(FTA)の活用

自由貿易協定(FTA)の活用: FTA(EPA)利用状況

■ FTAの利用度は低い

日本からの輸出におけるFTA(日本では一般的にEPA)の利用状況を尋ねた。FTAを利用しているのは、タイ、ベトナム、メキシコ、スイス、オーストラリア向けへの輸出であった。

EUへの輸出を行っている企業の全てがEPAの利用を検討していると回答。

すでにFTAが発効または署名済みの14カ国・地域とのFTA利用状況 (社)

国名	利用している	現在利用していないが、利用を検討中	利用する予定はない	
			一般関税が無税またはFTA以外の関税減免制度を利用している	その他の理由
タイ(n=8)	3	2	0	3
マレーシア(n=6)	0	3	0	3
インドネシア(n=2)	0	0	1	1
フィリピン(n=3)	0	0	0	3
ベトナム(n=4)	2	0	0	2
その他ASEAN(n=2)	0	1	1	0
インド(n=1)	0	0	1	0
メキシコ(n=3)	2	0	0	1
チリ(n=0)	0	0	0	0
ペルー(n=0)	0	0	0	0
スイス(n=4)	1	0	1	2
オーストラリア(n=5)	1	2	0	2
モンゴル(n=0)	0	0	0	0

[注]nは、当該国と輸出を行っている企業の数。

「その他ASEAN」はカンボジア、ラオス、ミャンマー、ブルネイ、シンガポールの5カ国。

EU(未発効)とのEPA利用検討状況

(社)	
国名	EPAの利用を検討する企業数
EU(n=9)	9

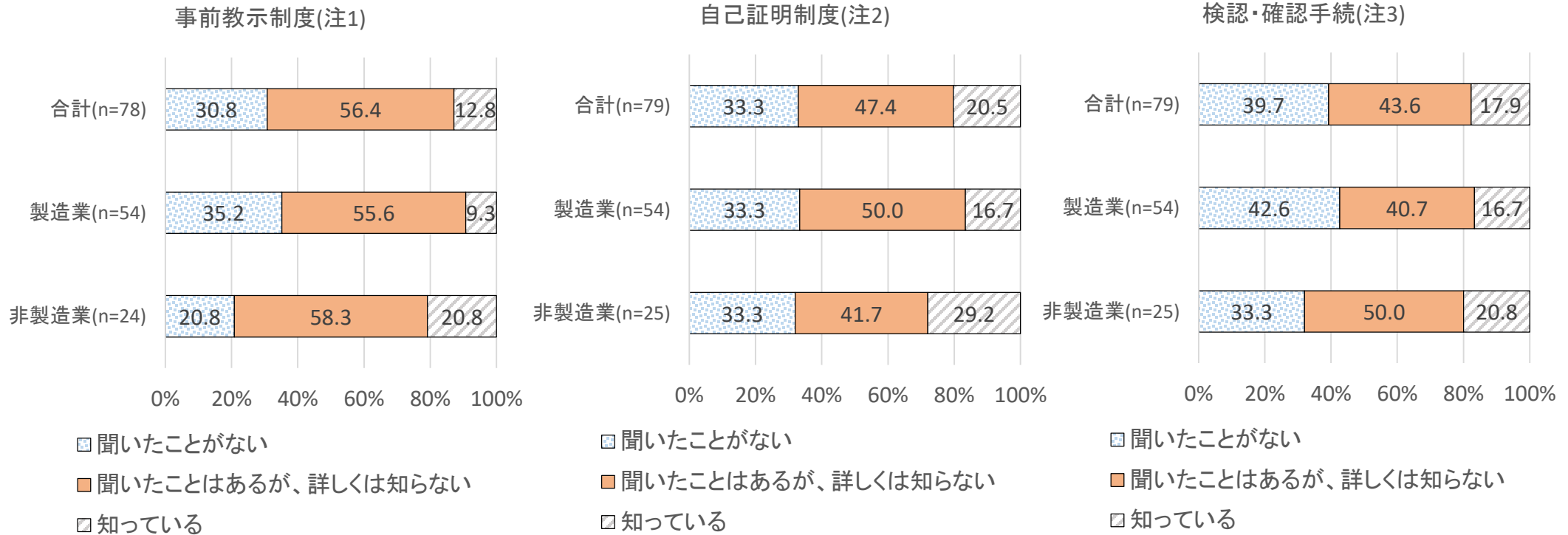
自由貿易協定(FTA)の活用：制度の認知度

■ FTAに関する3つの制度については認知度が高くない。

全体的にみて、製造業に比べると非製造業でのそれぞれの制度への認知度が高いものの、「知っている」と回答した企業は2割程度となった。

「事前教示制度」では、「知っている・聞いたことがあるが詳しくは知らない」とする非製造業者が8割なのに対し、製造業者では65%であった。「自己証明制度」では、「知っている・聞いたことがあるが詳しくは知らない」と回答した企業が製造業、非製造業ともに3分の2であった。「検認制度」については、「聞いたことがない」とする製造業者が4割を超え、3つの中で最も認知度が低かった。

自由貿易協定(FTA)制度の認知度 (%)



(注1)輸入国の税関に対して貨物の関税分類(税番)、原産地、関税評価及び減免税につき照会を行い、その回答を受けることができる制度。

(注2)輸出者(または生産者、輸入者)自らが原産地証明書を作成する制度。

(注3)輸出先国の税関が、産品が原産品であるかどうかの真偽確認を輸出者・生産者または輸入者に対して行うことのできるルール。

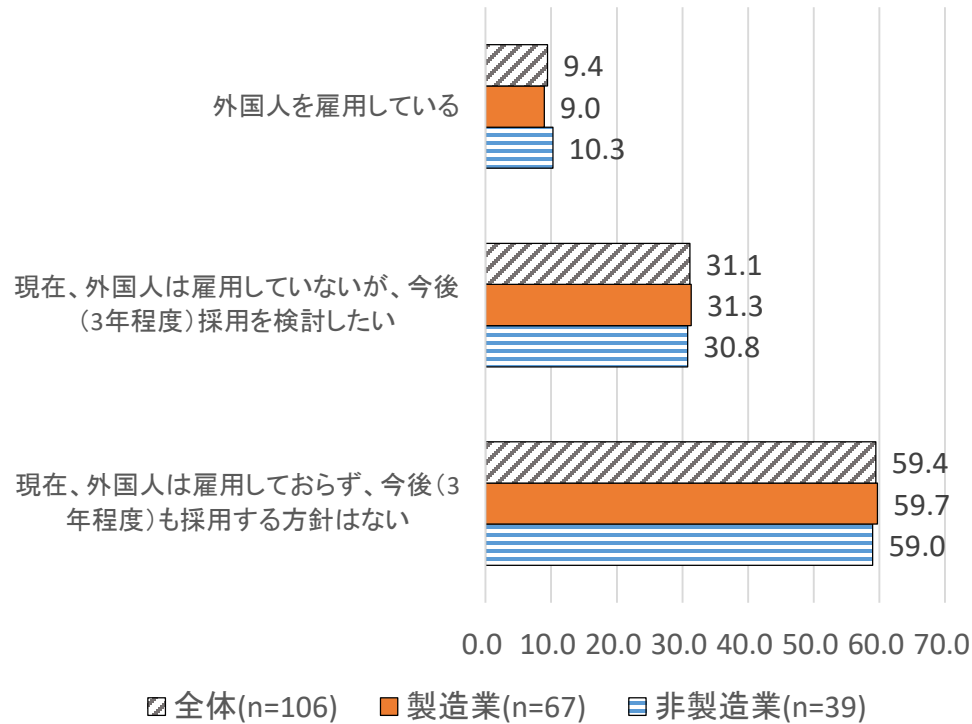
6. 外国人材の活用

外国人材の活用:国内拠点における外国人社員の雇用状況

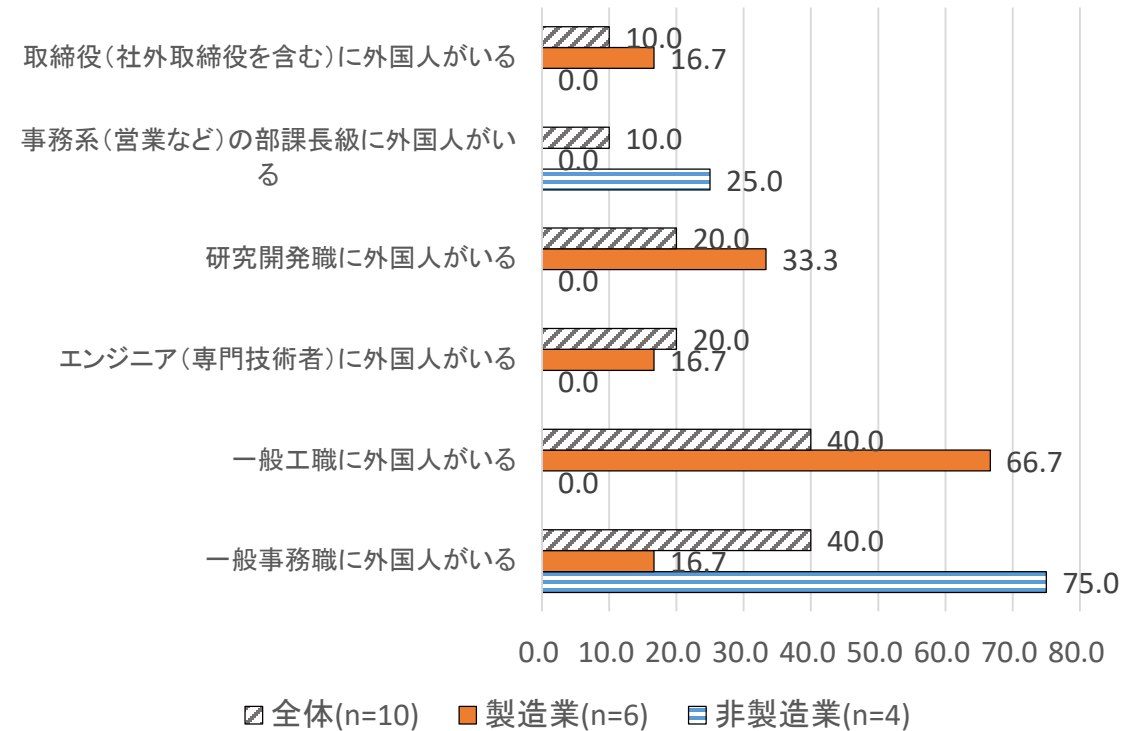
■ 外国人社員を雇用する県内企業は9%程度

「外国人社員を雇用している」と回答した企業は9.4%であった。「今後の採用を検討している」と回答した企業は前回調査(2016年度)の24.3%から31.1%と上がり、「今後も採用する方針はない」と回答した企業は67.3%から59.4%と下がった。外国人社員の雇用について企業の意識の変化が見られた。現在「外国人を雇用している」企業の中で、製造では一般工職に、非製造業では一般事務職に就く外国人が多かった。取締役や部課長などに就く外国人社員もみられた(前回調査では0%であった)。

外国人社員雇用の有無 (%)



外国人社員の雇用状況 (%)



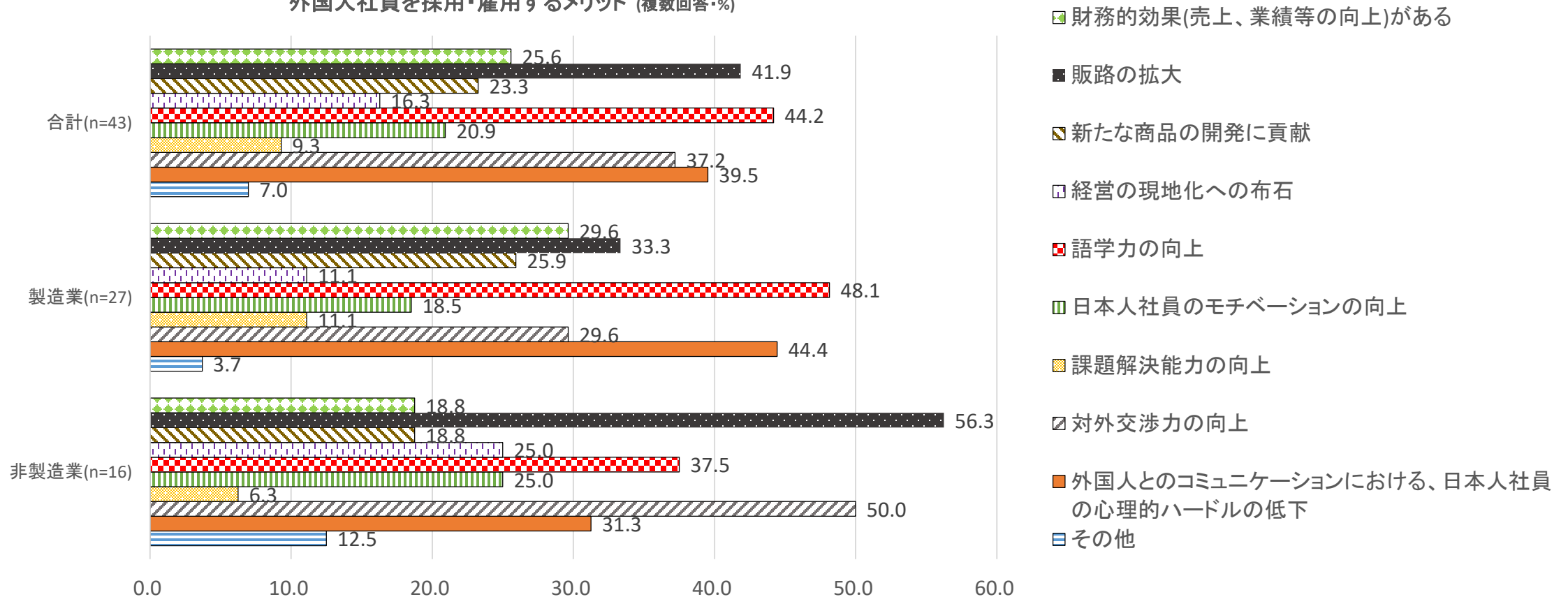
※母数は外国人社員を雇用していると回答した社数

外国人材の活用:国内拠点における外国人社員を採用・雇用するメリット

■外国人材活用は製造業と非製造業でそれぞれメリットと考える

国内拠点において外国人社員を採用・雇用するメリットは、製造業が「語学力の向上」、「外国人とのコミュニケーションにおける日本人社員の心理的ハードルの低下」を挙げた。非製造業では、「販路の拡大」、「対外交渉力の向上」がメリットとして挙げられた。以上4つのメリットは前回調査(2016年度)時の上位4つであり、語学力の向上や販路拡大を目指し、外国人社員を採用する企業が多い。

外国人社員を採用・雇用するメリット (複数回答・%)



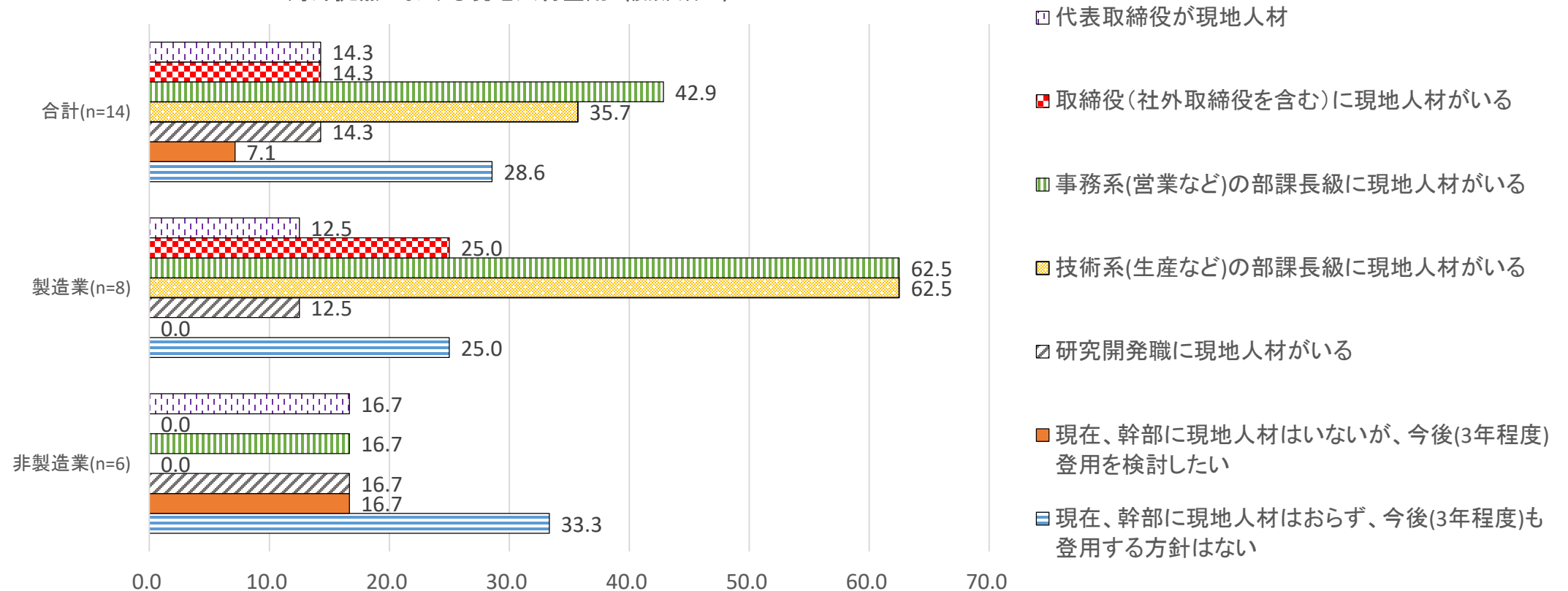
※母数は外国人社員を雇用している、あるいは今後採用を検討したいと回答した社数

外国人材の活用:海外拠点における現地人材登用状況

■ 製造業において部課長級以上の幹部登用は多い

ここでは、海外にも拠点を置く企業数の多い製造業の結果をみている。代表取締役が現地人材とする企業は12.5%、取締役では25%であった。部長級(事務系、技術系)になると、現地人材は62.5%と高い数値となる。一方で、「現在幹部に現地人材はおらず、今後(3年程度)も登用する方針はない」とする企業も25%みられた。

海外拠点における現地人材登用 (複数回答・%)



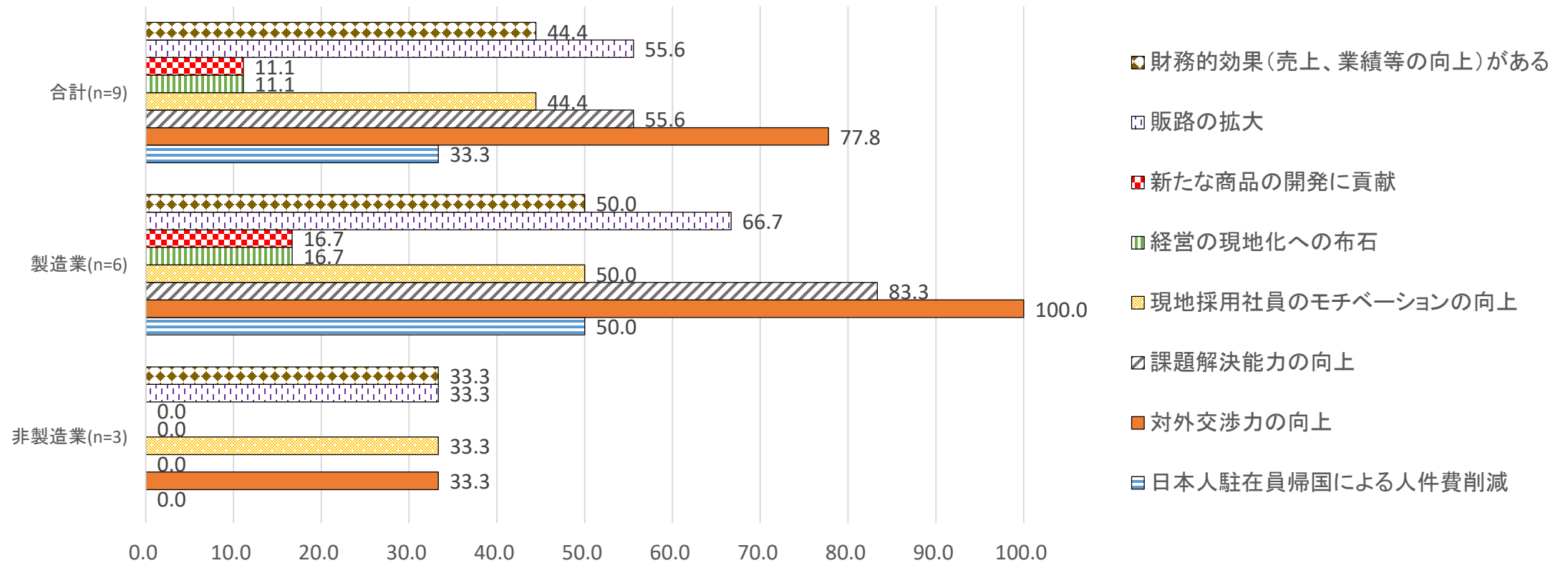
※母数は海外拠点があると回答した社数

外国人材の活用:海外拠点における現地人材登用のメリット

■海外拠点における現地人材登用のメリットは対外交渉力

ここでも、海外にも拠点を置く企業数の多い製造業の結果をみても。海外拠点で現地人材を登用している、もしくは登用を検討している全ての企業が、「対外交渉力向上」を登用の一番のメリットに挙げた。次いで、「課題解決能力の向上」(83.3%)、「販路の拡大」(66.7%)が挙げられた。「財務的效果」、「現地採用社員のモチベーション向上」をメリットとする企業も半数となった。また、「日本人駐在員帰国による人件費削減」とする企業も50%と高かった。

海外拠点における現地人材登用のメリット (複数回答・%)



※母数は海外拠点で現地人材を登用している、あるいは今後登用を検討したいと回答した社数

2018年度 秋田県企業の海外事業展開に関するアンケート調査(ジェトロ秋田 海外ビジネス調査)結果概要

本レポートに関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構(ジェトロ)
秋田貿易情報センター
〒010-0951 秋田県秋田市山王2-1-40 田口ビル1階
TEL: 018-865-8062
E-mail: aki@jetro.go.jp

【注】単位未満を含むため、末尾が合わない場合がある。

【免責事項】本レポート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がけておりますが、本レポート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、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

【禁無断転載】