

九州企業の海外展開にかかる実態調査 結果(速報版)について

2013.10.10

九州経済産業局国際部

調査結果のポイント

1. 今後の海外事業の見通しについては、海外展開企業の65.1%が「拡大」と回答。
2. 現在の海外展開先は、中国、韓国をはじめとした東アジアの国・地域が目立つが、今後の展開先としての関心は、ベトナムをはじめ、ASEAN地域にシフト。
3. 海外展開企業が直面する課題は「人材の確保」がトップ。
人材の中でも、留学生については、約3割の企業で採用実績があり、関心のある企業まで含めると、約6割の企業が留学生の活用に前向き。
4. 海外展開による事業への影響(売上、雇用、設備投資等)については、プラスと回答した企業がマイナスと回答した企業を上回る結果に。

1. 調査概要

○ 目的・主旨

海外展開に関心のある九州企業を把握し、それら企業の足下の海外展開の現状、地域ニーズ、諸課題及び海外人材の活用状況等の実態を網羅的に把握し、施策ニーズに繋げていくことを目的に調査実施。

○ 調査対象： 海外展開に関心のある九州管内の企業(本社が九州に所在するもの)

○ 実施主体： 九州経済産業局、九州経済連合会、九州経済国際化推進機構

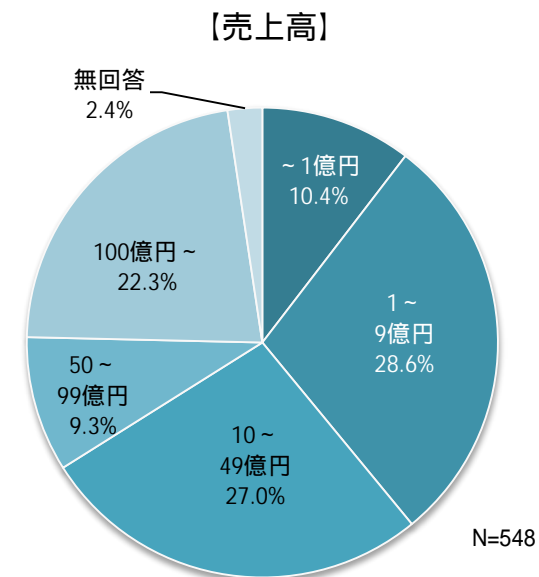
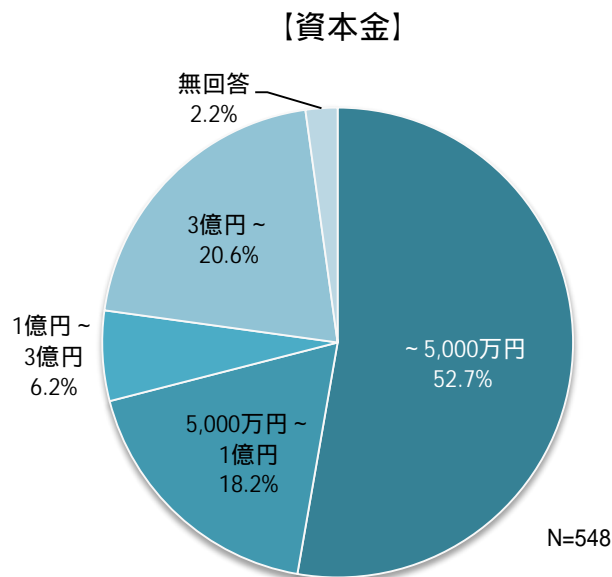
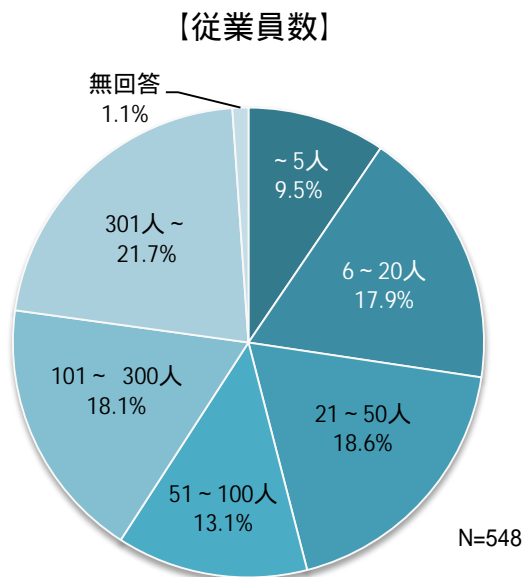
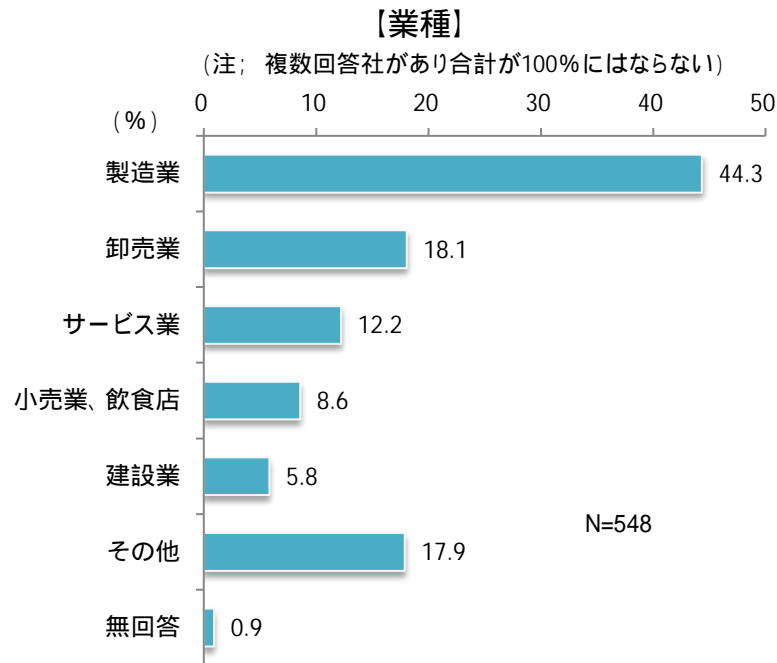
○ 調査期間： 2013年8月～9月

○ 発送数： 2,150社(他にメール配信、窓口での照会あり)

○ 有効回答数： 548社(回収率:25.5%)

2. 回答企業の属性

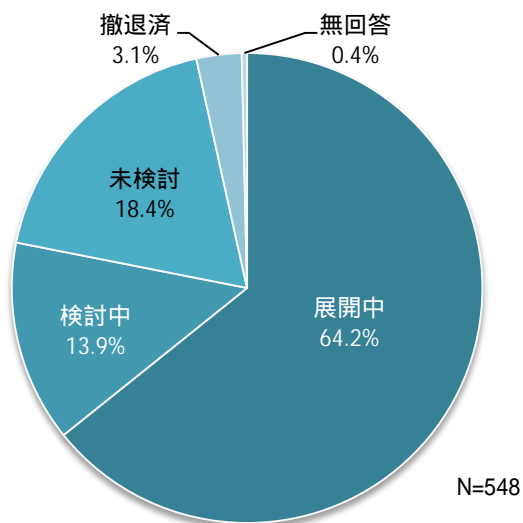
- 業種は製造業が44.3%と最も多く、次いで卸売業の18.1%。
- 従業員数は、300人以下がほとんど(77.2%)。
- 資本金は、5,000万円以下が半数以上(52.7%)を占める。
- 売上高は、10億円未満が39%。1億円未満の企業も10.4%。



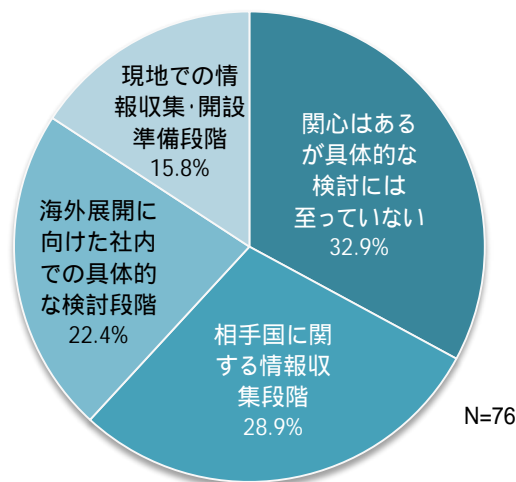
3. 海外展開の現状

- 6割超の企業がすでに海外展開中で、未検討は2割以下。
(注) 調査サンプルとしてそもそも「海外展開に関心の高い企業」を抽出していることも影響。
- 海外展開を「検討中」の企業の検討段階(熟度)にはバラツキがあるものの、相手国に関する情報収集など具体的な検討を実施している企業が6割を超えており、「現地での情報収集・開設準備段階」といった海外展開を目前に控えた企業も1割を超えている。

【海外展開の状況】



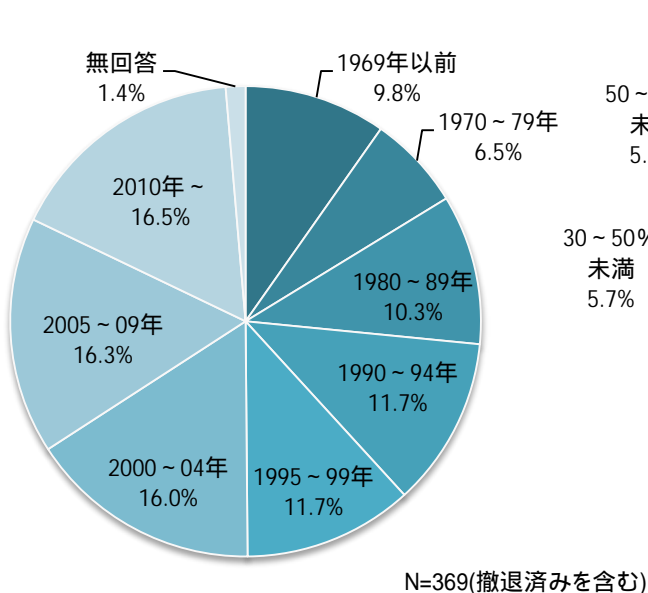
【「検討中」の企業の検討段階】



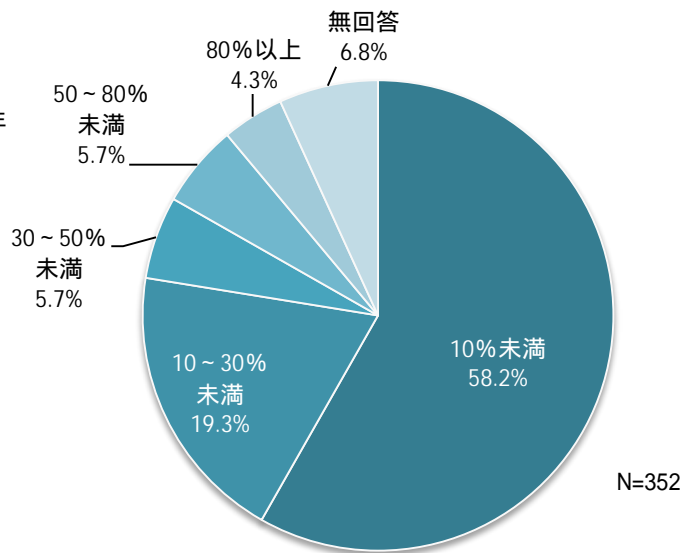
4. 海外展開への着手と今後の展開方針

- 海外展開中の企業について、海外展開に着手した時期は2000年以降が半数を占める一方、1969年以前と回答した企業も1割程度を占めるなど、古くから取り組んでいる企業も多く存在。
- 海外展開中の企業の売上に占める海外比率は「10%未満」が6割弱を占めており、海外比率が50%を超えている企業は1割に満たない。
- 今後の海外事業の見通しについては、65.1%が「拡大」と回答しており、「縮小」、「撤退」は合わせても5%以下。

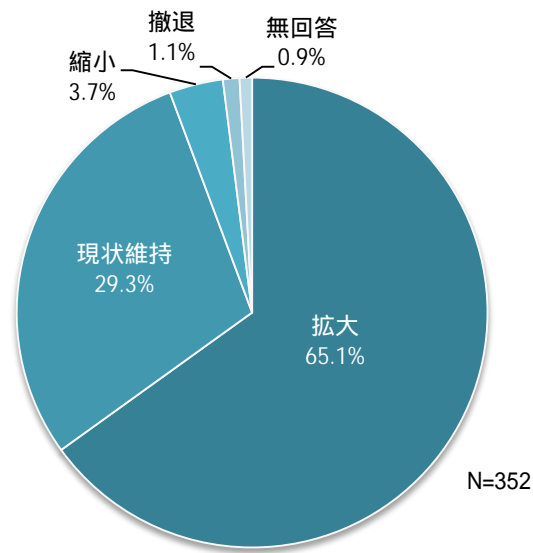
【海外展開に着手した時期】



【売上に占める海外比率】



【今後の海外事業の方針】

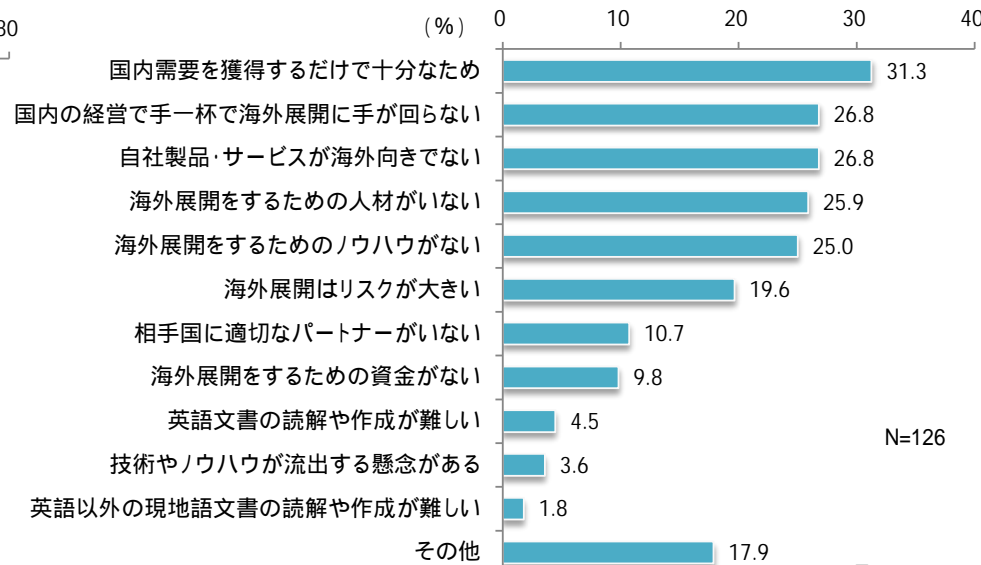
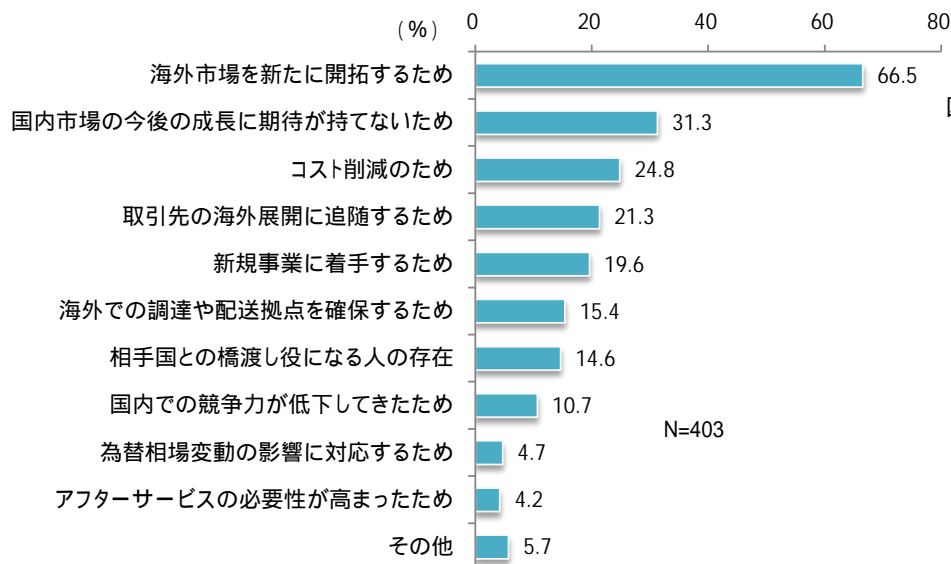


5. 海外展開のきっかけ、海外展開に至らない理由

- 海外展開のきっかけは「海外市場を新たに開拓するため」が66.5%でトップ。回答企業の多くが国内市場の成長限界等から、新規開拓を模索。
- コスト削減や取引先の海外展開への追随はそれぞれ2割程度。
- 一方、海外展開「未検討」企業における海外展開に至らない理由は、「国内需要を獲得するだけで十分なため」が最も多く、次いで「自社製品・サービスが海外向きでない」があがる等、決して消極的な理由ばかりではない。

【海外展開のきっかけ(複数回答)】

【海外展開に至らない理由(複数回答)】



6. 現在、海外展開している国・地域

- 現在の展開先である国・地域では、いずれの項目でも中国がトップ。
- そのほか、韓国、台湾などの東アジア勢が目立つ。

【現在の展開先である国・地域】

直接投資 N=212

順位	国・地域	割合
1	中国	66.0%
2	北米	19.8%
3	タイ	17.9%
4	韓国	15.6%
5	香港	15.1%
6	ベトナム	14.2%
7	台湾	13.7%
8	シンガポール	11.8%
8	マレーシア	11.8%
10	インドネシア	11.3%

情報収集拠点 N=133

順位	国・地域	割合
1	中国	58.6%
2	韓国	20.3%
3	タイ	18.8%
3	シンガポール	18.8%
5	台湾	16.5%
6	ベトナム	15.8%
7	香港	15.0%
8	西欧	13.5%
9	インドネシア	11.3%
10	北米	10.5%

業務・技術提携 N=136

順位	国・地域	割合
1	中国	61.0%
2	韓国	27.9%
3	台湾	26.5%
4	タイ	17.6%
5	ベトナム	14.7%
6	インドネシア	12.5%
6	北米	12.5%
8	シンガポール	10.3%
8	香港	10.3%
8	西欧	10.3%

直接貿易 N=203

順位	国・地域	割合
1	中国	63.5%
2	台湾	40.9%
3	韓国	36.0%
4	タイ	25.1%
5	香港	24.6%
6	北米	24.1%
7	インドネシア	18.2%
7	シンガポール	18.2%
9	ベトナム	17.2%
9	西欧	17.2%

間接貿易 N=120

順位	国・地域	割合
1	中国	50.8%
2	台湾	32.5%
3	北米	31.7%
4	シンガポール	30.8%
5	香港	27.5%
6	タイ	26.7%
7	韓国	22.5%
8	ベトナム	20.0%
8	マレーシア	20.0%
10	インドネシア	18.3%

備考：Nは回答企業数。数値は回答企業のうち、当該国を回答した企業の割合（複数回答あり）。

7. 今後の展開先として関心の高い国・地域

○ 他方、今後の展開先として関心のある国・地域では、タイ、ベトナム、インドネシア、シンガポール、ミャンマー等ASEAN地域をあげる意見が多い。

【今後の展開先として関心のある国・地域】

直接投資 N=139

1	ベトナム	36.0%
2	インドネシア	31.7%
3	タイ	28.8%
4	ミャンマー	20.1%
5	シンガポール	14.4%
6	台湾	12.9%
7	カンボジア・ラオス	11.5%
7	インド	11.5%
9	中国	10.1%
9	マレーシア	10.1%

情報収集拠点 N=118

1	ベトナム	37.3%
2	タイ	30.5%
3	シンガポール	28.0%
4	ミャンマー	21.2%
5	インドネシア	20.3%
6	台湾	17.8%
6	中国	17.8%
6	マレーシア	17.8%
9	カンボジア・ラオス	13.6%
9	香港	13.6%

業務・技術提携 N=110

1	ベトナム	37.3%
2	タイ	29.1%
3	ミャンマー	21.8%
4	シンガポール	19.1%
4	中国	19.1%
6	インドネシア	17.3%
7	マレーシア	16.4%
8	台湾	15.5%
9	韓国	12.7%
10	カンボジア・ラオス	11.8%

直接貿易 N=139

1	ベトナム	37.4%
2	インドネシア	28.8%
3	タイ	28.1%
4	シンガポール	20.9%
5	ミャンマー	19.4%
6	台湾	18.7%
7	マレーシア	18.0%
8	中国	17.3%
9	韓国	15.8%
9	香港	15.8%

間接貿易 N=87

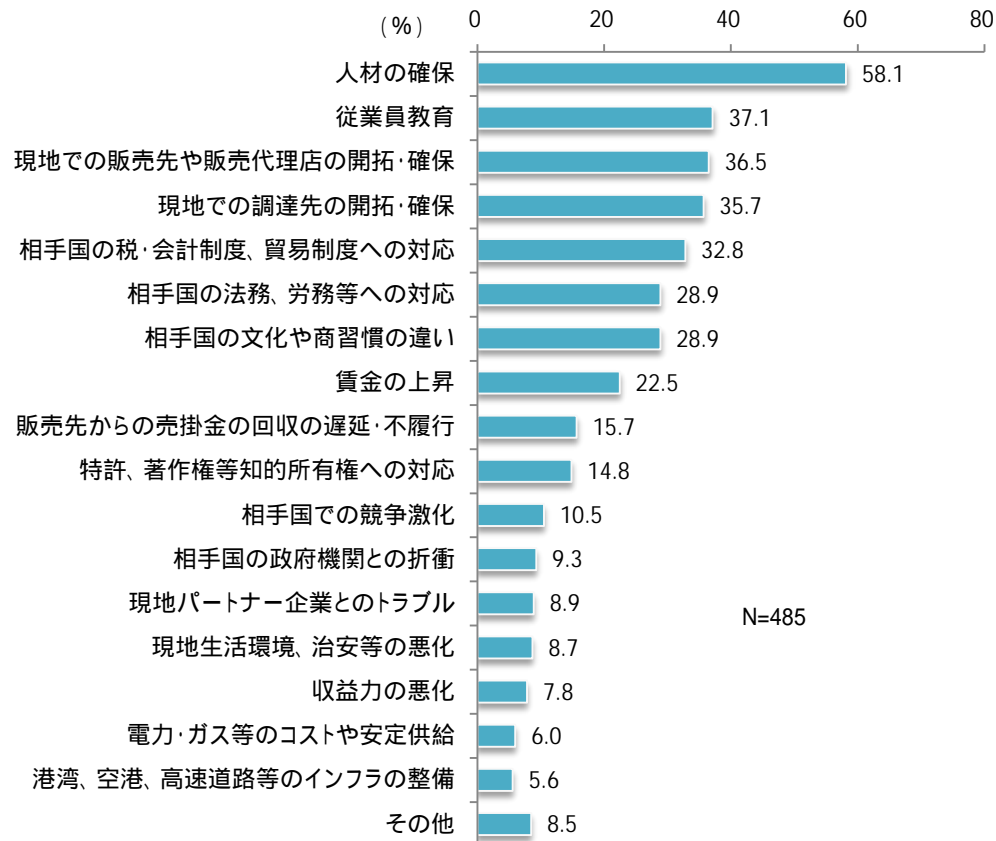
1	タイ	33.3%
2	ベトナム	32.2%
3	中国	29.9%
4	台湾	28.7%
5	シンガポール	26.4%
6	香港	24.1%
7	インドネシア	20.7%
7	マレーシア	20.7%
7	北米	20.7%
10	インド	19.5%

備考：Nは回答企業数。数値は回答企業のうち、当該国を回答した企業の割合（複数回答あり）。

8. 海外展開企業の最大の課題

- 海外展開において企業が直面した課題のトップは「人材の確保」。
- 次いで「従業員教育」、「現地での販売先」、「調達先の開拓・確保」。
- 更には「税・会計制度」、「貿易制度、法務・労務」、「文化や商習慣の違い」といった相手国の状況への対応が続く。

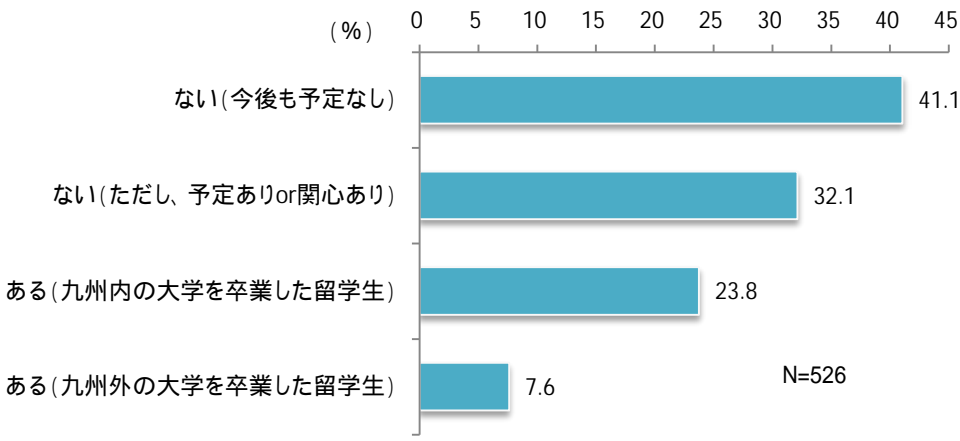
【海外展開における課題(複数回答)】



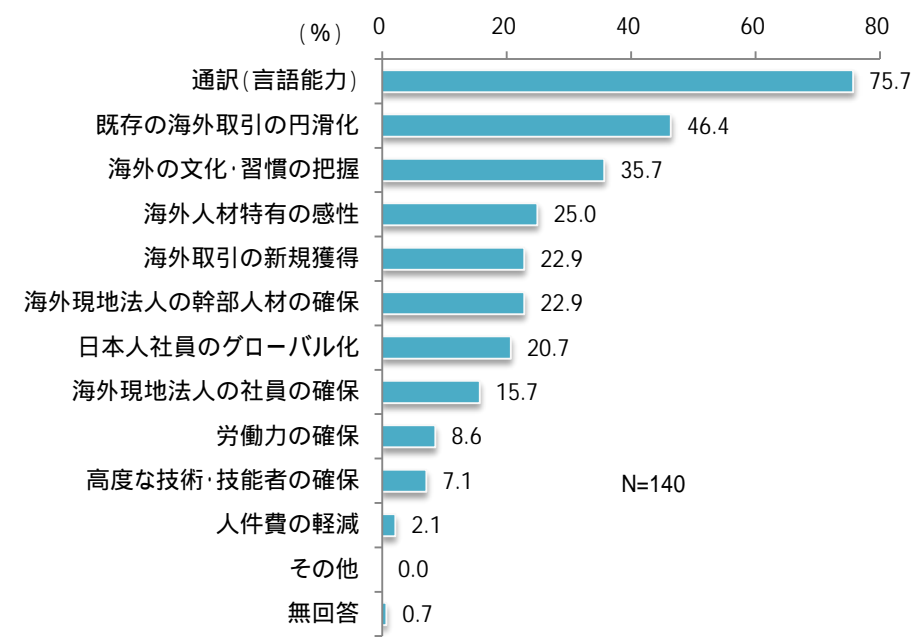
9. 留学生の採用実績

- 留学生の採用に関しては約3割の企業が実績あり。
- これまで採用実績のない企業においても、約3割が「(今後)予定ありor関心あり」と回答しており関心の高さが伺える。
- 留学生採用のメリットで最も多かったのは「通訳(言語能力)」(75.7%)。
- その他、海外取引の拡大のためのメリットが上位を占めるが、「海外人材特有の感性」、「日本人社員のグローバル化(刺激、組織活性化)」をあげる意見もそれぞれ2割を超える。

【留学生の採用】



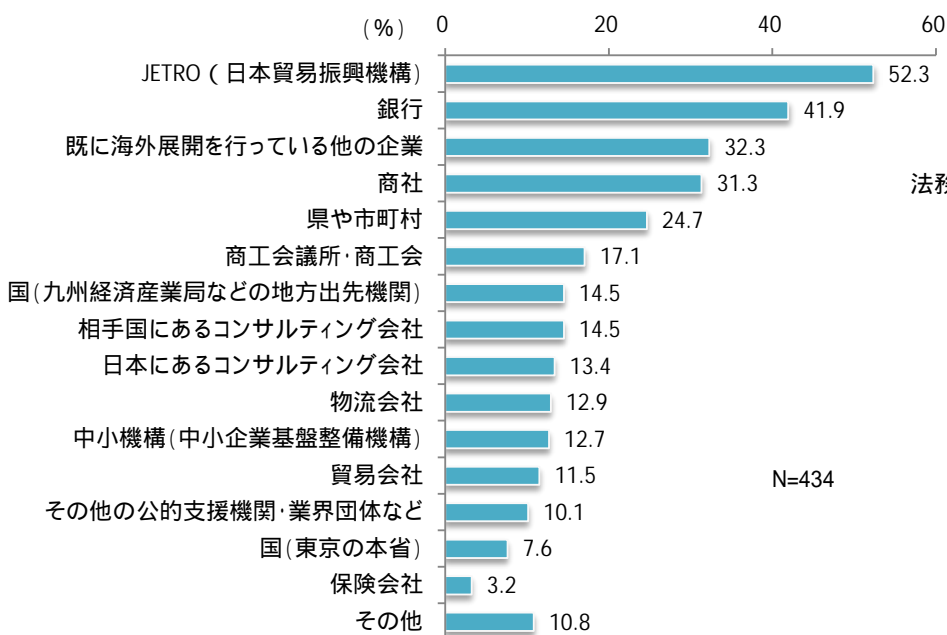
【留学生採用によるメリット(複数回答)】



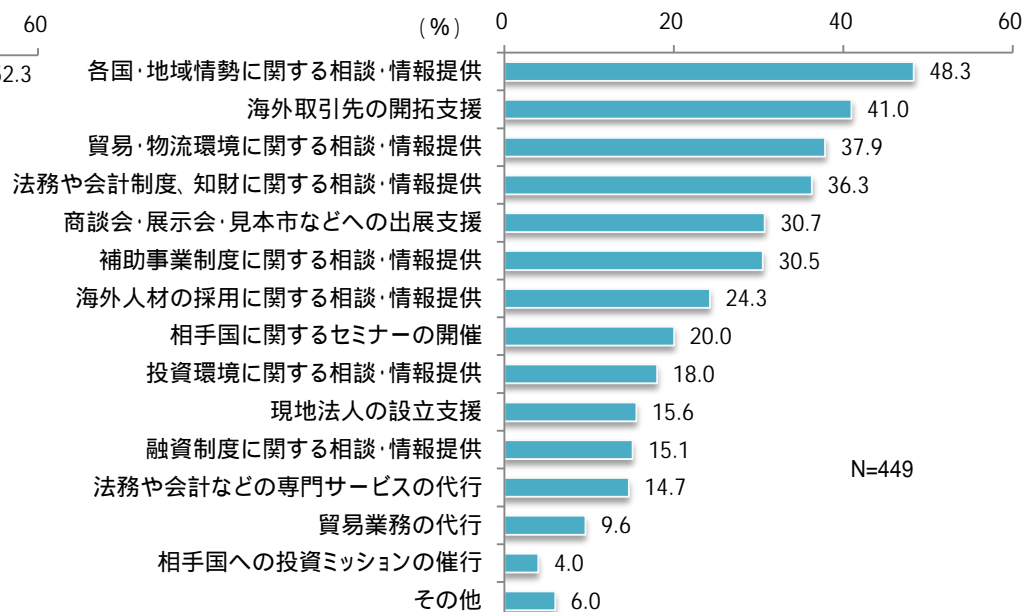
10. 相談先

- 海外展開実施・検討時の相談先は、「JETRO」が最多(52.3%)。
- 上位には「銀行」、「商社」のほか「既に海外展開を行っている他の企業」も(32.3%)。
- 利用したい支援サービスは、「各国・地域情勢に関する相談・情報提供」が最多(48.3%)。次いで「海外取引先の開拓支援(販路開拓支援)」(41.0%)が続くが、全体を通じて「相談・情報提供」を求める回答が多くなっている。

【海外展開実施・検討時に利用した相談先(複数回答)】



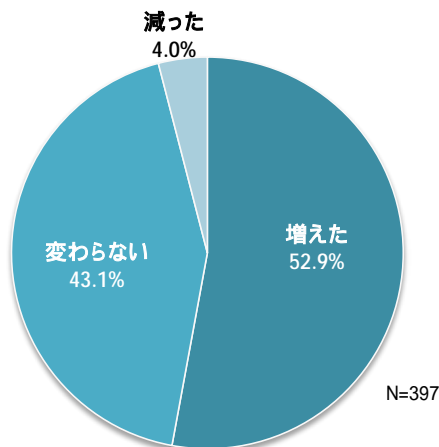
【利用したい支援サービス(複数回答)】



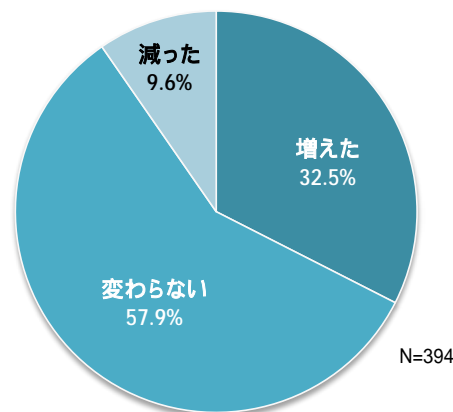
11. 海外展開による事業への影響如何

- 海外展開による事業への影響は、会社全体の売上が「増えた」と回答した企業が過半数。
- また、国内の「売上」、「雇用」、「設備投資」ともに「増えた」と回答する企業が「減った」と回答する企業をいずれも上回っている。

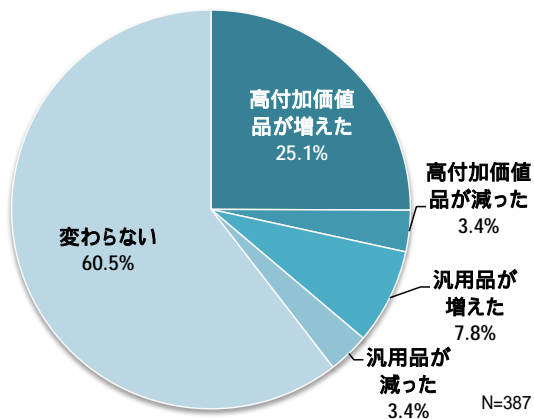
【会社全体の売上】



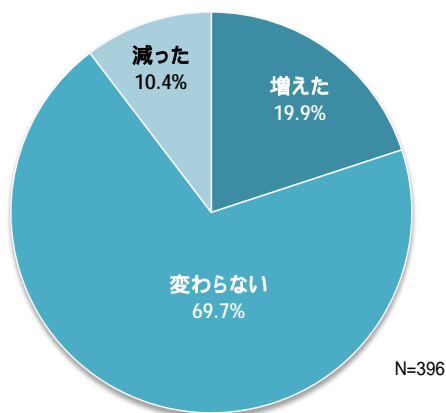
【国内での売上】



【国内での取扱品目の変化】



【国内の雇用】



【国内での設備投資】

