

令和3年度海外展開ビジネス支援事業  
海外事業展開に関するアンケート  
調査報告書

令和3年9月

鳥取県中小企業団体中央会

## 海外事業展開に関するアンケート調査報告書

■調査の概要.....	1
■調査結果.....	2
1. 回答企業の概要について.....	2
(1) 回答企業の業種.....	2
(2) 回答企業の規模.....	2
2. 海外展開の状況について.....	3
(1) 海外展開（輸出）の状況について.....	3
(2) 主な輸出の形態について.....	4
(3) 主要な輸出品について.....	4
(3)－1 主要な輸出品の輸出先国について.....	5
(3)－2 主要な輸出品の輸出種別について.....	6
(3)－3 主要な輸出品の販売対象について.....	6
(4) 近年（過去3年間の平均）と比較した輸出力（数量ベース）の変化について.....	7
(4)－1 輸出力が増加または減少したと回答した企業について.....	7
(5) 今後の海外展開の方針について.....	9
(6) 今後、輸出を検討している主要な輸出品について.....	10
(6)－1 今後、輸出を検討している主要な輸出品の輸出先国について.....	11
(6)－2 今後、輸出を検討している主要な輸出品の輸出種別について.....	11
(6)－3 今後、輸出を検討している主要な輸出品の販売対象について.....	12
(7) 海外展開における課題について.....	12
(8) 海外展開する上で必要な支援策について.....	13
(9) 海外展開をしない理由について.....	14
(10) 今後海外展開する上で必要な支援策について.....	14
■調査結果の概要と課題の整理.....	16
(参考資料) 海外事業展開に関するアンケート調査票.....	20

## ■調査の概要

### 【調査目的】

国内市場の縮小が進み、日本企業にとって海外市場の重要性は一段と高まっているなか、本会では、海外展開ビジネス支援事業を進め、越境 EC などデジタルを活用した販路開拓に向けた支援や自社 Web サイトの多言語化、海外展開に係る専門家派遣等を行っている。

そのようななか、本会会員組合等に所属する組合員を対象とした海外事業展開に関する意向調査を行い、本県事業者の海外進出の現状や今後の方針、また課題や必要な支援策等を把握し、今後の本会における海外展開の種々の支援策に活用することを目的に実施した。

### 【調査内容】

1. 回答企業の概要について
2. 海外展開の状況について

### 【調査期間】

令和3年8月3日～令和3年8月20日

### 【調査時点】

令和3年8月10日現在

### 【調査対象】

会員組合等に所属する組合員企業 200社

### 【調査方法】

調査対象事業所に対し、郵送により調査票を配布して実施

### 【有効回答率】

50.5% (101社/200社)

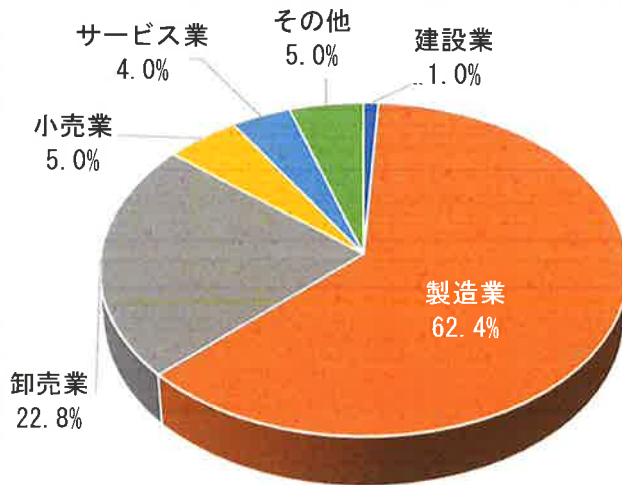
## ■調査結果

### 1. 回答企業の概要について

#### (1) 回答企業の業種

回答企業101社を業種別にみると、「製造業」(62.4%)が最も多く、次いで「卸売業」(22.8%)、「小売業」、「その他」(5.0%)、「サービス業」(4.0%)、「建設業」(1.0%)の順であった。なお、運送業からの回答はなく、「その他」には「通信販売業」や「技術提供業」などの回答があった(図1)。

図1：業種 (n=101)



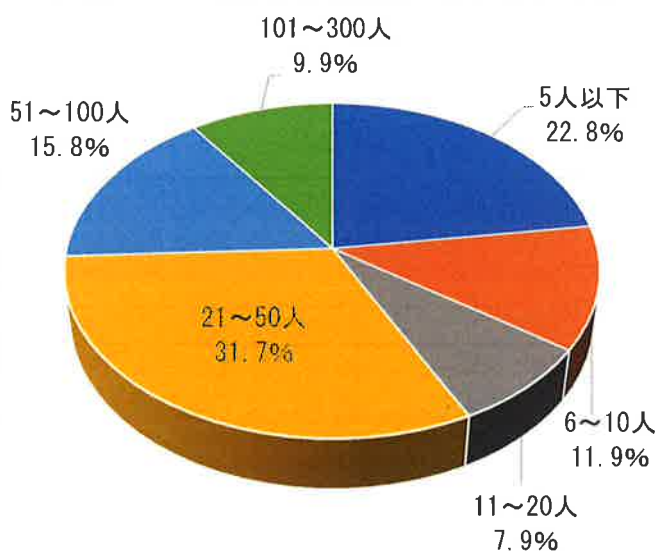
	項目	回答数	比率
1	建設業	1	1.0%
2	製造業	63	62.4%
3	卸売業	23	22.8%
4	小売業	5	5.0%
5	サービス業	4	4.0%
6	運送業	0	0.0%
7	その他	5	5.0%
合計		101	

※小数点以下(四捨五入)の関係で比率の合計が100%となっていない。

#### (2) 回答企業の規模

回答企業101社を規模別にみると、「21~50人」(31.7%)が最も多く、次いで「5人以下」(22.8%)、「51~100人」(15.8%)の順であった。なお、「301人以上」と回答した企業はなかった(図2)。

図2：従業員数 (n=101)



	項目	回答数	比率
1	5人以下	23	22.8%
2	6~10人	12	11.9%
3	11~20人	8	7.9%
4	21~50人	32	31.7%
5	51~100人	16	15.8%
6	101~300人	10	9.9%
7	301人以上	0	0.0%
合計		101	

## 2. 海外展開の状況について

### (1) 海外展開（輸出）の状況について

海外展開（輸出）の状況について、回答企業全体では「今後も海外展開する予定はない」（49.5%）が最も多い。一方「現在、海外展開している」（31.7%）、「現在、海外展開していないが、今後取り組んでいきたい（予定含む）」（7.9%）と海外展開への意欲を持つ企業は39.6%であった。また「過去、海外展開していたが現在はしていない」（10.9%）と回答した企業もあった（図3）。

業種別で「現在、海外展開している」と回答した企業は「その他」（40.0%）が最も多く、次いで「製造業」（38.1%）、「サービス業」（25.0%）、「卸売業」（21.7%）であった（図4）。

図3 海外展開（輸出）の状況（n=101）

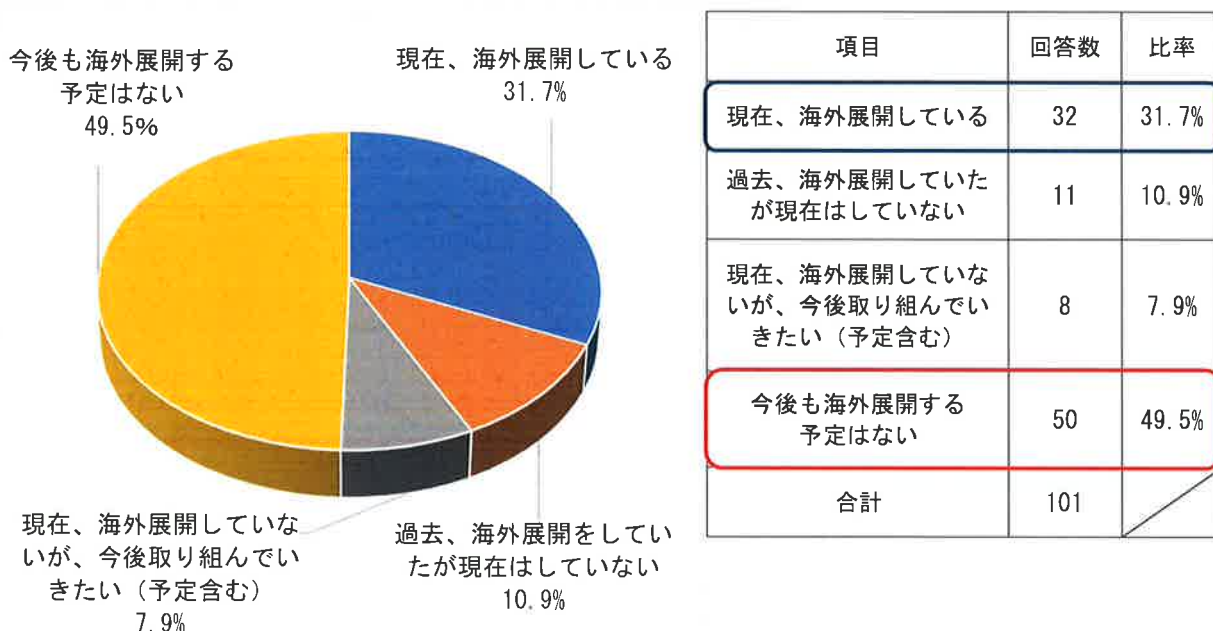
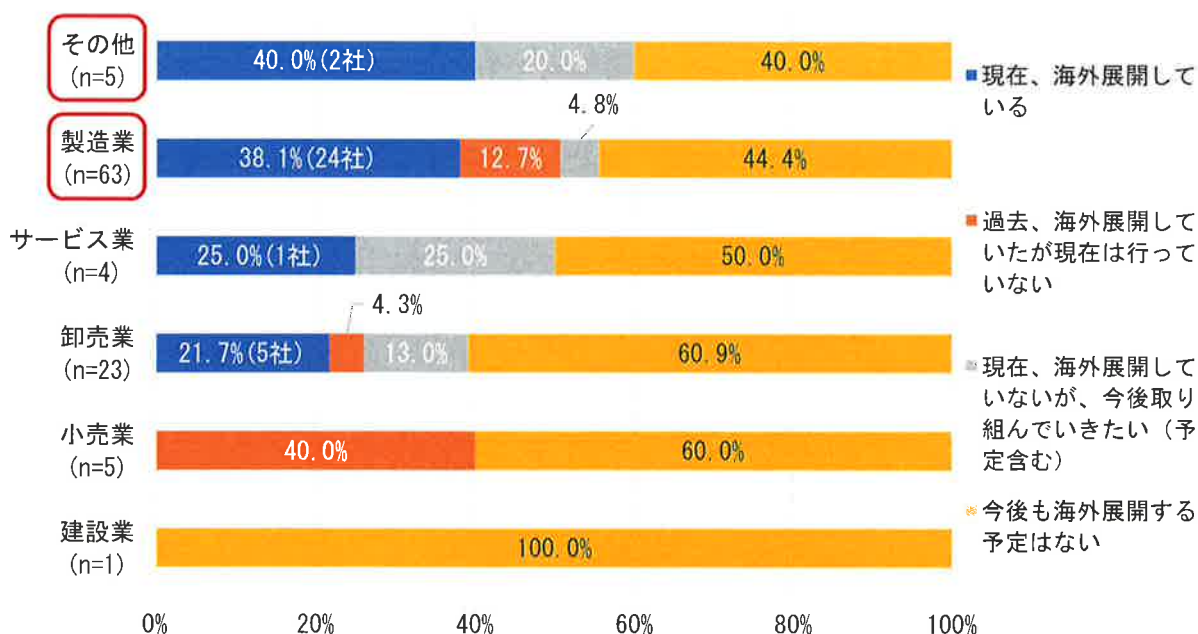


図4 海外展開（輸出）の状況（業種別）（n=101）

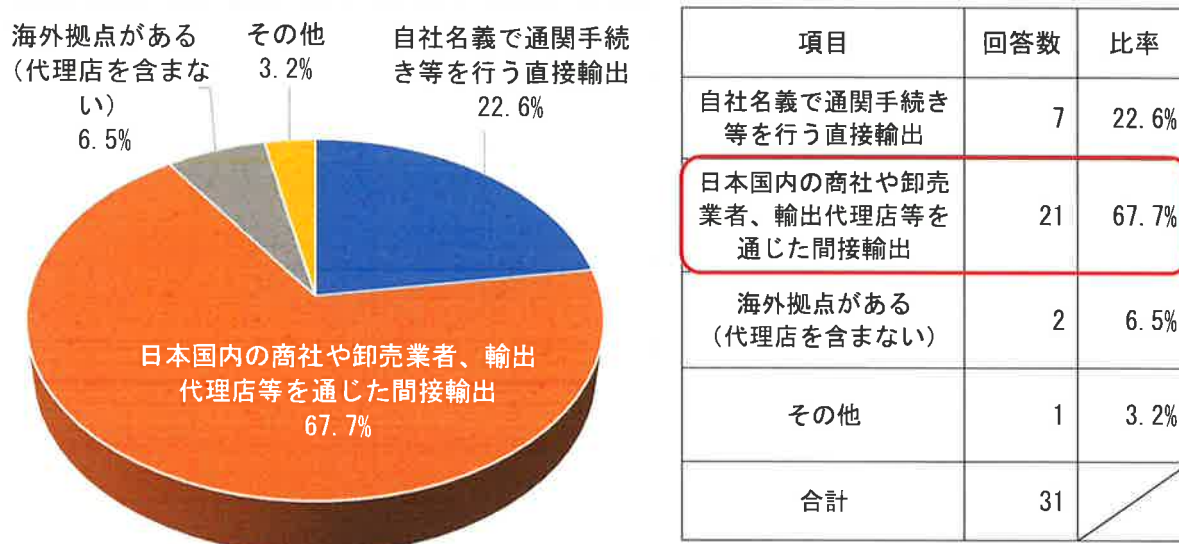


## (2) 主な輸出の形態について

海外展開（輸出）の状況について、「現在、海外展開をしている」と回答した企業（32社：うち未回答1社）の主な輸出の形態をみると、「日本国内の商社や卸売業者、輸出代理店等を通じた間接輸出」（67.7%）が最も多く、次いで「自社名義で通関手続き等を行う直接輸出」（22.6%）、「海外拠点がある（代理店を含まない）」（6.5%）の順であった。「その他」の回答では「海外企業へのライセンスやコンサルティング」であった（図5）。

商社等を経由し輸出に伴う海外マーケットの状況把握や貿易実務、為替リスク等をカバーできる間接輸出が主流であり、輸出費用の削減、貿易に関するノウハウの蓄積、海外取引企業との信頼関係を必要とする直接貿易は少ない。

図5 主な輸出の形態 (n=31)



## (3) 主要な輸出品について（主要3品目を回答）

海外展開（輸出）の状況について、「現在、海外展開をしている」と回答した企業の主要な輸出品（主要な3品目）をみると、「飲料」が15件と最も多く、次いで「魚介類及び同調製品」が8件、「一般機械」が5件の順であった。

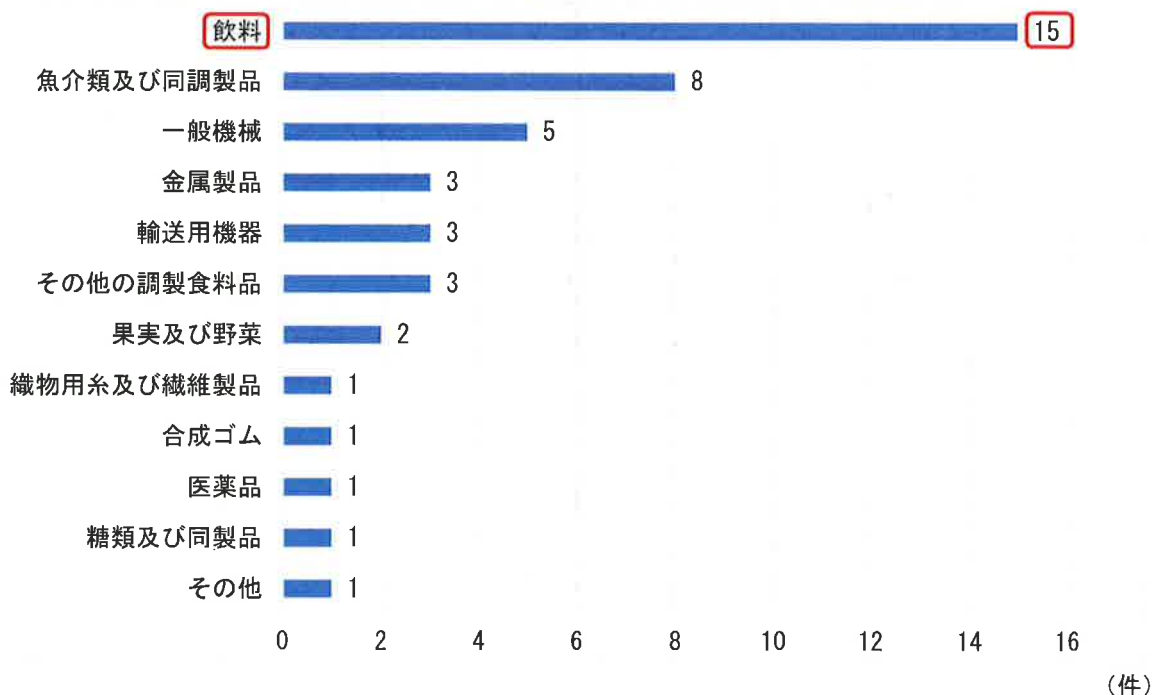
具体的に「飲料」には日本酒や焼酎、ワインが含まれ、「魚介類及び同調製品」は冷凍の魚介類や魚介類の加工品が含まれていた。「一般機械」では産業用機械や研磨機など、「金属製品」では金型や錠前など、「輸送用機器」では自動車中古部品などの輸出が行われている。その他にも果実や和菓子、健康飲料、氷温技術などの輸出を行う企業もあった（図6）。

※以降の項目は、主要な輸出品ごとに輸出先国、輸出種別、販売対象を回答している関係上、同一企業が同一の内容を複数回答しているため、回答があった件数で集計。

(例) ○○社：飲料 → 輸出先国「1.3.5」 種別「3」 販売対象「3」  
 ：飲料 → 輸出先国「1.4.7」 種別「3」 販売対象「1」  
 ：加工品 → 輸出先国「2.6.8」 種別「3」 販売対象「1」

※主要な輸出品については、回答者が記入した品目を財務省貿易統計で使用している概況品コード表（2021年版）と照合して分類。回答者の記入内容が概況品コード表の分類に合致しないものや、記入内容が判別できないものに関しては「その他」に分類。

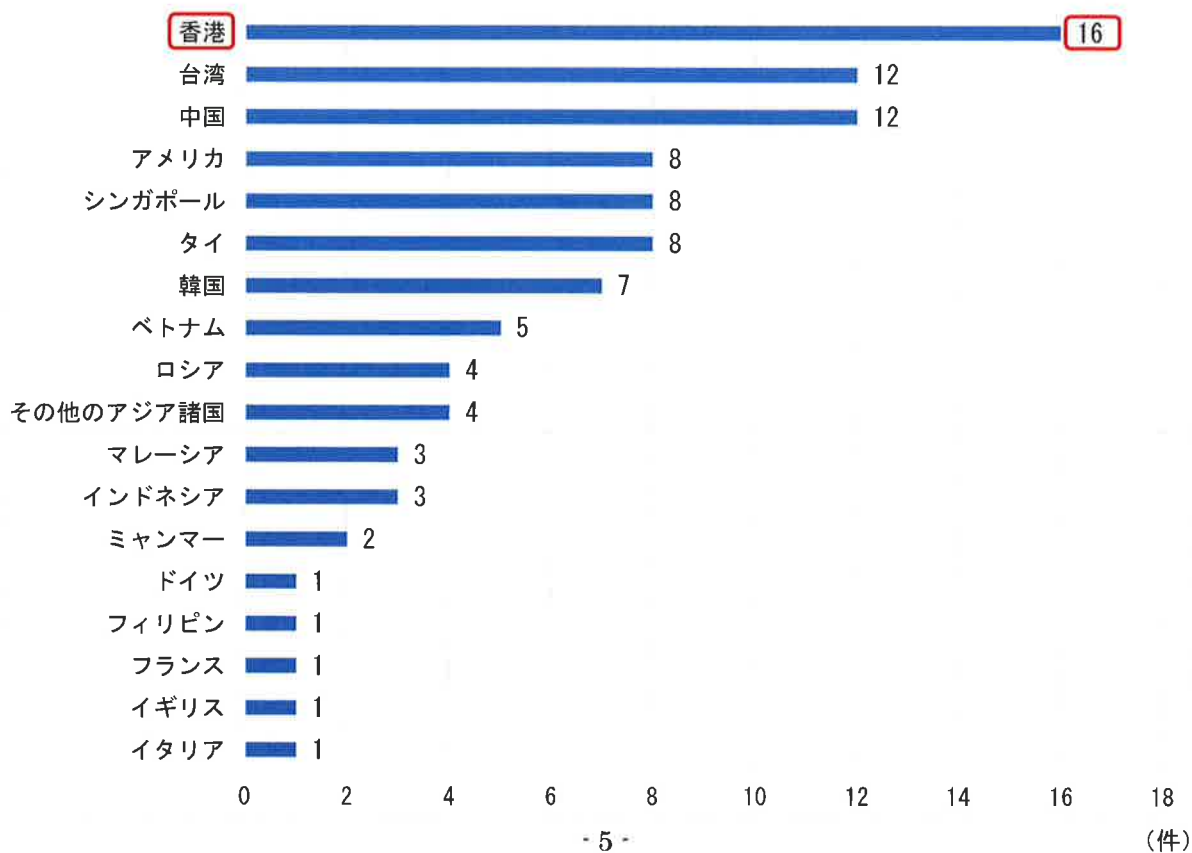
図6 主要な輸出品（主要3品目）(n=31)



(3) - 1 主要な輸出品の輸出先国について（上位3カ国を回答）

主要な輸出品（主要な3品目）の輸出先国をみると、「香港」が16件と最も多く、次いで「台湾」、「中国」がそれぞれ12件、「アメリカ」、「シンガポール」、「タイ」がそれぞれ8件の順であった（図7）。東アジア地域や東南アジア地域への輸出が多く、同地域に比べると欧州等の取引は少ない。「その他のアジア諸国」では、オーストラリア（3件）やアラブ首長国連邦の回答もあった。

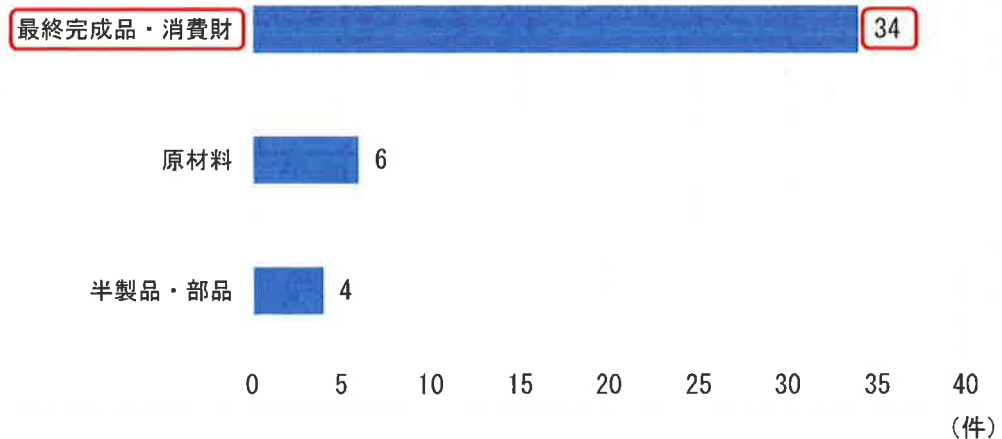
図7 主要な輸出品（主要3品目）の輸出先国 (n=31)



### (3) - 2 主要な輸出品の輸出種別について

主要な輸出品（主要な3品目）の輸出種別をみると、「最終完成品・消費財」が34件と最も多く、次いで「原材料」が6件、「半製品・部品」が4件の順であった（図8）。回答企業の輸出品は、県内で加工され最終完成品となったものが多い。

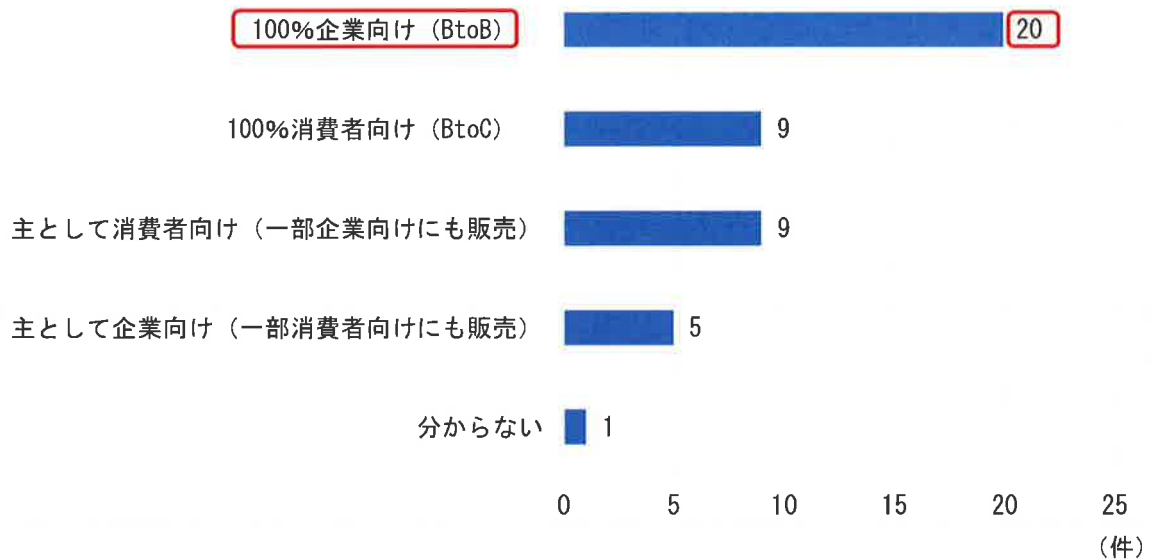
図8 主要な輸出品（主要3品目）の輸出種別（n=31）



### (3) - 3 主要な輸出品の販売対象について

主要な輸出品（主要な3品目）の販売対象をみると、「100%企業向け（BtoB）」が20件と最も多く、次いで「100%消費者向け（BtoC）」、「主として消費者向け（一部企業向けにも販売）」がそれぞれ9件、「主として企業向け（一部消費者向けにも販売）」が5件、「分からない」が1件の順であった（図9）。

図9 主要な輸出品（主要3品目）の販売対象（n=31）

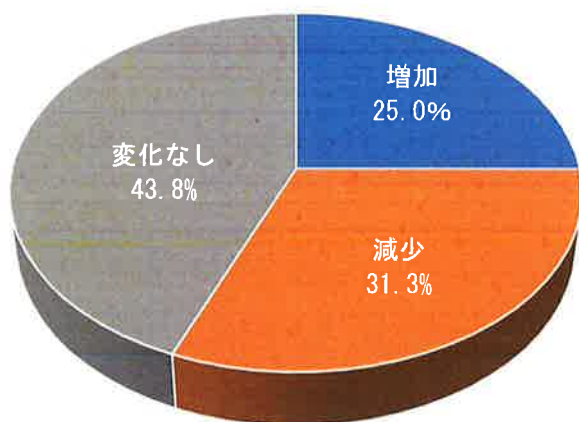




(4) 近年（過去3年間の平均）と比較した輸出量（数量ベース）の変化について

海外展開（輸出）の状況について、「現在、海外展開をしている」と回答した企業（32社）の近年（過去3年間の平均）と比較した輸出量（数量ベース）の変化をみると、「変化なし」（43.8%）が最も多く、次いで「減少」（31.3%）、「増加」（25.0%）の順であった（図10）。新型コロナウイルス感染症拡大によるマイナスの影響がみられるなかでも、増加・変化なしの合計が68.8%となっており、依然として海外における日本製品の需要は高い。

図10 近年（過去3年間の平均）と比較した輸出量（数量ベース）の変化 (n=32)



項目	回答数	比率
増加	8	25.0%
減少	10	31.3%
変化なし	14	43.8%
合計	32	

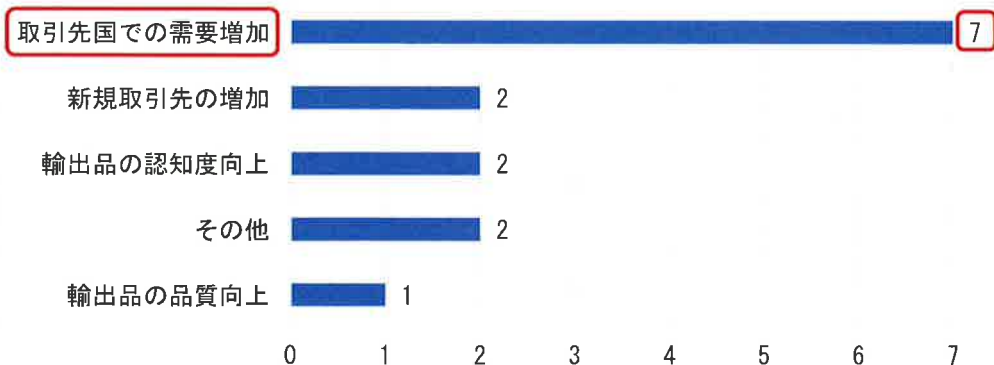
※小数点以下（四捨五入）の関係で比率の合計が100%となっていない。

(4) - 1 輸出量が増加または減少したと回答した企業について

【増加したと回答した企業（複数回答）】

近年（過去3年間の平均）と比較した輸出量（数量ベース）の変化について、輸出量が増加したと回答した企業（8社）の増加した理由をみると、「取引先国での需要増加」が7件と最も多く、次いで「新規取引先の増加」、「輸出品の認知度向上」、「その他」がそれぞれ2件、「輸出品の品質向上」が1件の順であった。「その他」では、新型コロナウイルス感染症拡大が輸出量の増加に影響したと回答した企業もあった（図11）。

図11 輸出量が増加した理由 (n=8)



(件)

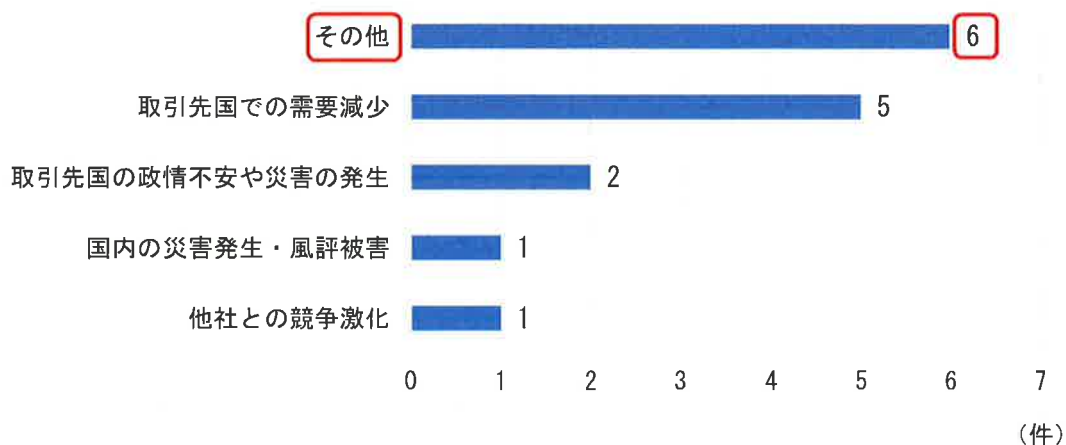
■その他の回答

- ・コロナによる影響。
- ・コンテナ不足による商品の先取り出荷。

【減少したと回答した企業（複数回答）】

近年（過去3年間の平均）と比較した輸出量（数量ベース）の変化について、輸出量が「減少した」と回答した企業（10社）の減少した理由をみると、「その他」が6件と最も多く、いずれも新型コロナウイルス感染症拡大の影響によるものと回答する企業が多い。次いで「取引先国での需要減少」が5件、「取引先国の政情不安や災害の発生」が2件、「国内の災害発生・風評被害」、「他社との競争激化」がそれぞれ1件の順であった（図12）。

図12 輸出量が減少した理由（n=10）



■その他の回答

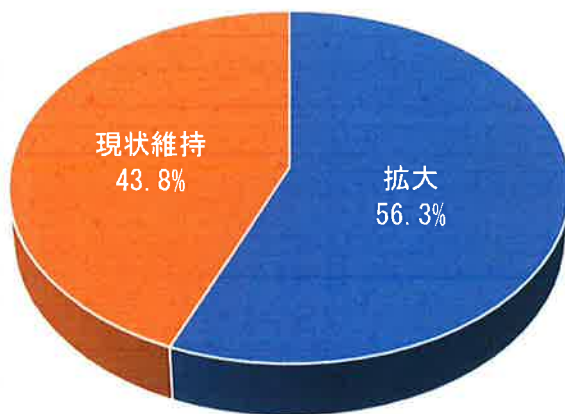
- ・世界的なコロナ禍の影響。（複数回答）
- ・コロナにより海外訪問ができなかったこと。
- ・市場環境の変化。
- ・国内の需要減少。

### (5) 今後の海外展開の方針について

海外展開（輸出）の状況について、「現在、海外展開をしている」と回答した企業（32社）の今後の海外展開の方針をみると、「拡大」（56.3%）、「現状維持」（43.8%）であった。なお、「縮小・撤退」と回答した企業はなかった（図13）。

業種別における海外展開の方針では、「拡大」が「その他」（100.0%）で最も多く、次いで「製造業」（62.5%）、「卸売業」（20.0%）の順であった（図14）。新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けつつも半数以上が「拡大」と回答し、海外展開に関する企業の意欲は依然として高い。

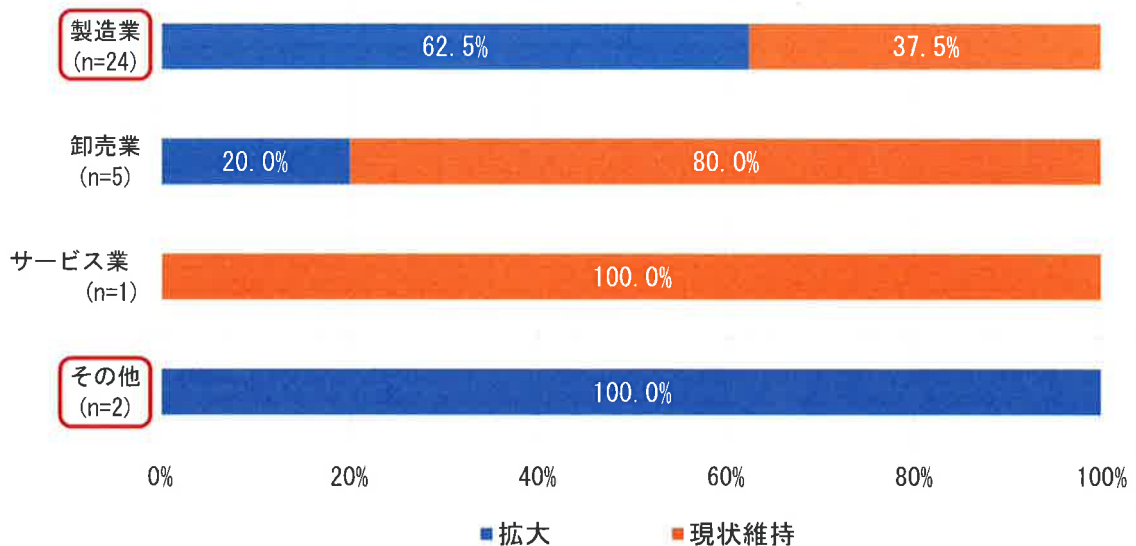
図13 今後の海外展開の方針（n=32）



項目	回答数	比率
拡大	18	56.3%
現状維持	14	43.8%
縮小・撤退	0	0.0%
合計	32	

※小数点以下（四捨五入）の関係で比率の合計が100%となっていない。

図14 今後の海外展開の方針（業種別）



## (6) 今後、輸出を検討している主要な輸出品について（主要3品目を回答）

今後の海外展開の方針について、「拡大」と回答した企業（18社）と海外展開（輸出）の状況について、「現在、海外展開していないが、今後海外展開に取り組んでいきたい（予定含む）」と回答した企業（8社）合計26社の今後、輸出を検討している主要な輸出品（主要な3品目）をみると、「飲料」、「魚介類及び同調製品」がそれぞれ10件と最も多く、次いで「一般機械」が3件、「輸送用機器」、「その他の調製食料品」がそれぞれ2件の順であった（図15）。

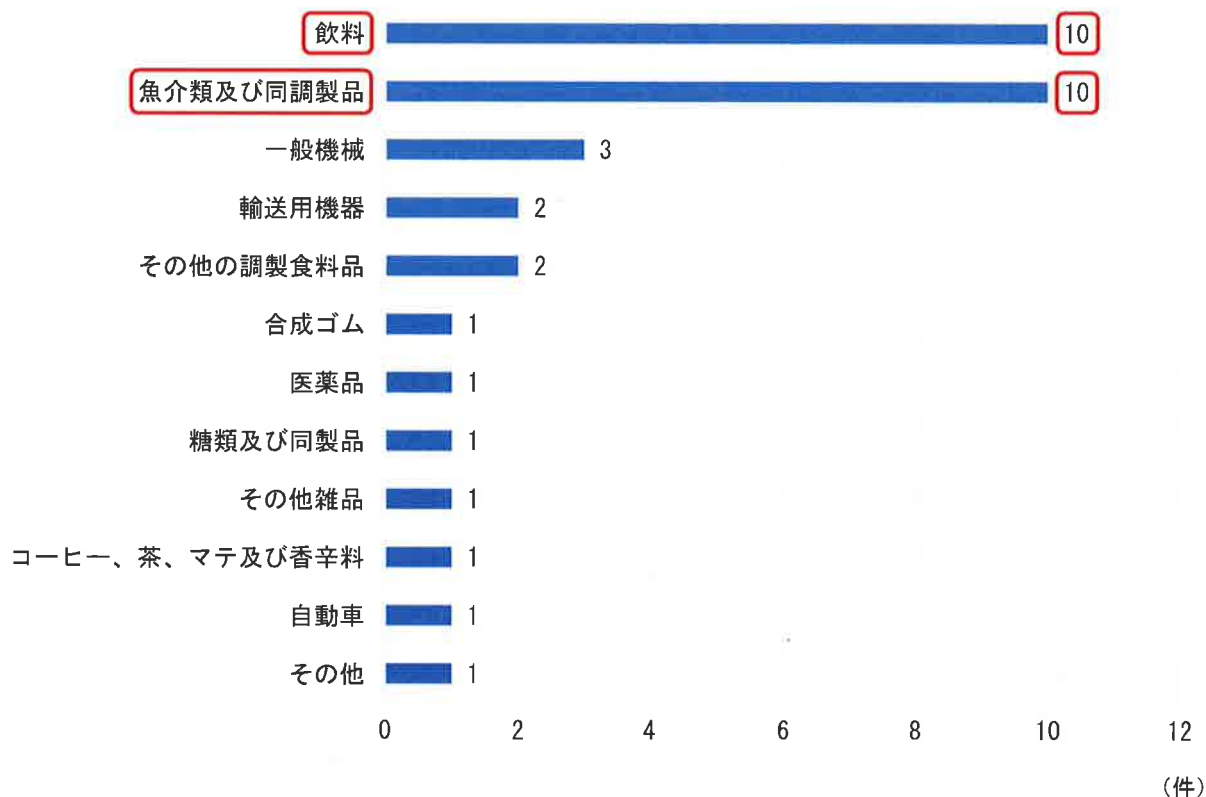
海外展開の方針で「拡大」と回答した企業の、輸出を検討している主要な輸出品では、いずれも既存で手掛ける商品の販路拡大が多く、「現在、海外展開していないが、今後海外展開に取り組んでいきたい（予定含む）」と回答した企業の、輸出を検討している主な輸出品では、具体的に「茶製品」や「鮮魚加工品」、「水産物（カニ）」、「タンブラー・コースター」などの回答があった。

※以降の項目は、主要な輸出品ごとに輸出先国、輸出種別、販売対象を回答している関係上、同一企業が同一の内容を複数回答しているため、回答があった件数で集計。

(例) ○○社：飲料 → 輸出先国「1.3.5」 種別「3」 販売対象「3」  
：飲料 → 輸出先国「1.4.7」 種別「3」 販売対象「1」  
：加工品 → 輸出先国「2.6.8」 種別「3」 販売対象「1」

※主要な輸出品については、回答者が記入した品目を財務省貿易統計で使用している概況品コード表（2021年版）と照合して分類。回答者の記入内容が概況品コード表の分類に合致しないものや、記入内容が判別できないものに関しては「その他」に分類。

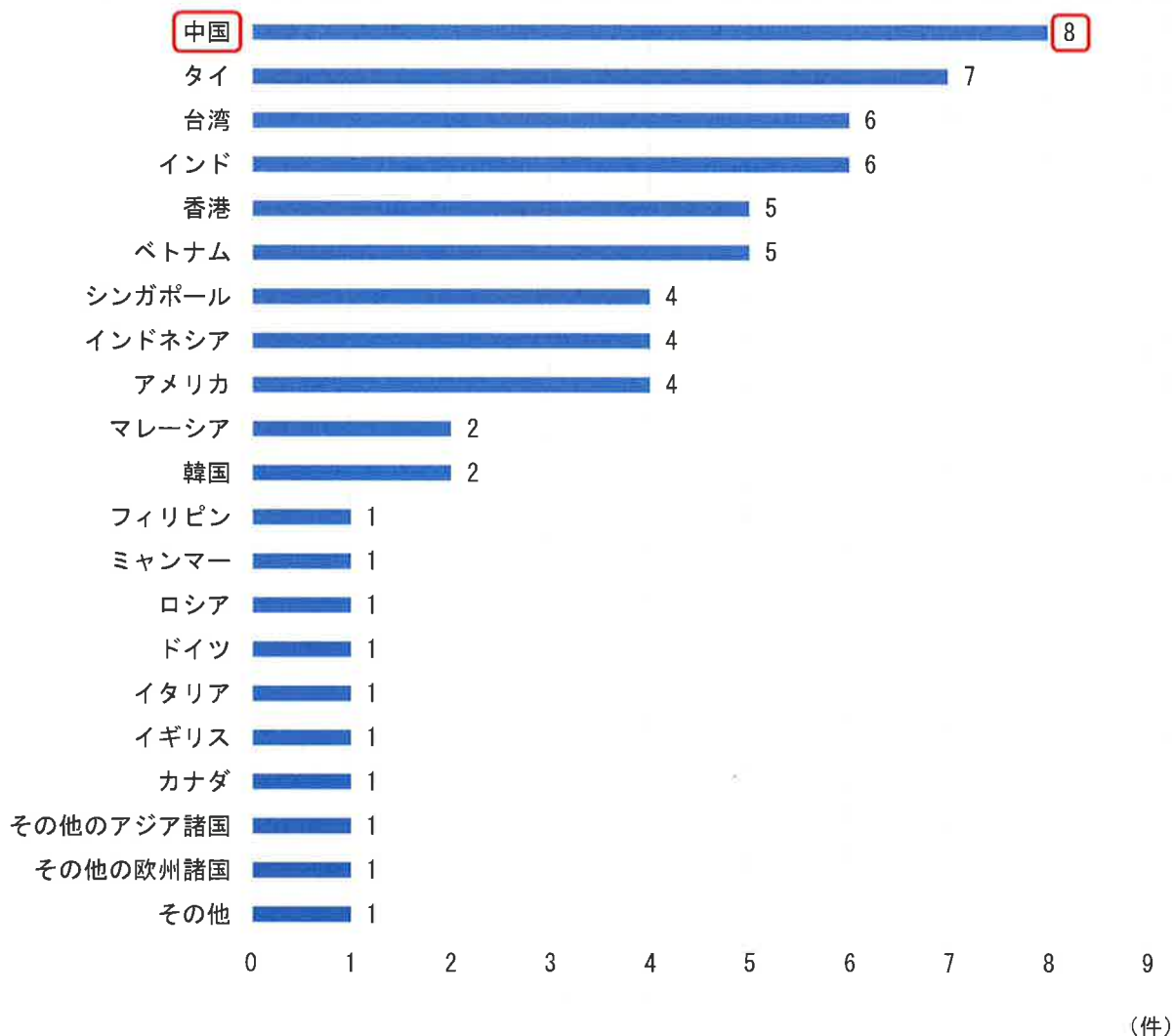
図15 今後、輸出を検討している主要な輸出品（主要3品目）（n=26）



### (6) - 1 今後、輸出を検討している主要な輸出品の輸出先国について（上位3カ国を回答）

今後、輸出を検討している主要な輸出品（主要な3品目）の輸出先国をみると、「中国」が8件と最も多く、次いで「タイ」が7件、「台湾」、「インド」がそれぞれ6件、「香港」、「ベトナム」がそれぞれ5件の順であった（図16）。前述の主要な輸出品の輸出先国と同様に、東アジア地域や東南アジア地域への進出を検討する企業が多い。また、「その他のアジア諸国」ではドバイ、「その他の欧州地域」ではポーランド、「その他」では「制限のない可能性のある国」と地域を問わず拡大していきたいといった回答もあった。

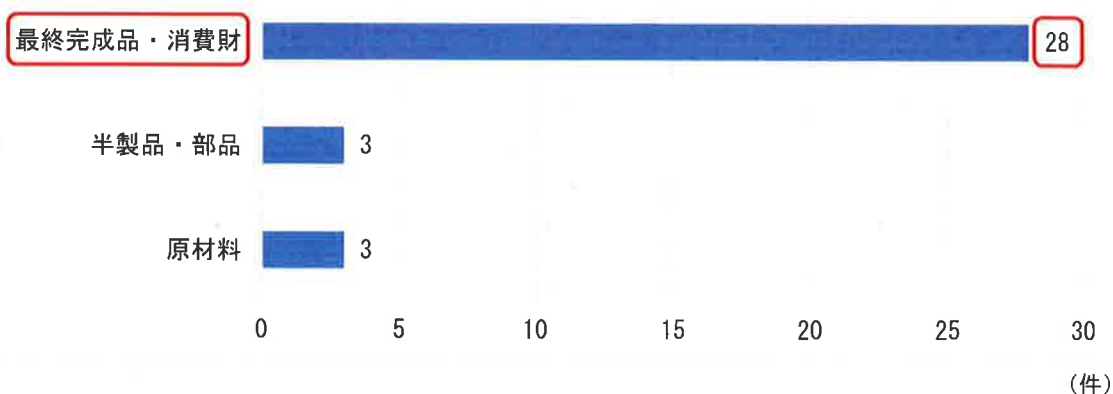
図16 今後、輸出を検討している主要な輸出品（主要3品目）の輸出先国（n=26）



### (6) - 2 今後、輸出を検討している主要な輸出品の輸出種別について

今後、輸出を検討している主要な輸出品（主要な3品目）の輸出種別をみると、「最終完成品・消費財」が28件と最も多く、次いで「半製品・部品」、「原材料」がそれぞれ3件の順であった（図17）。メイドインジャパンのブランドを活かした最終完成品・消費財を輸出することで、高い付加価値を得ようとする企業が多いことがうかがえる。

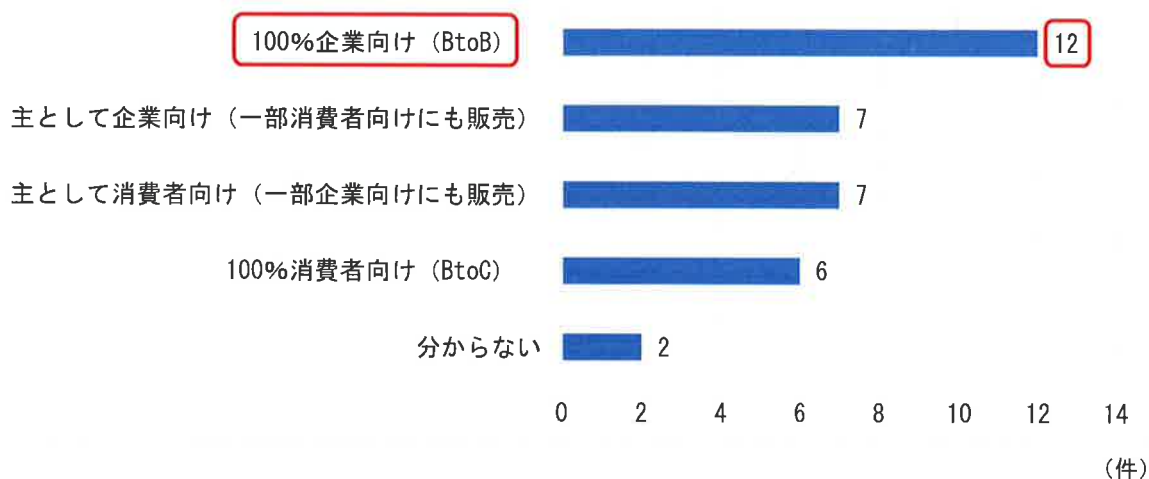
図17 今後、輸出を検討している主要な輸出品（主要3品目）の輸出種別（n=26）



(6) - 3 今後、輸出を検討している主要な輸出品の販売対象について

今後、輸出を検討している主要な輸出品（主要な3品目）の販売対象をみると、「100%企業向け（BtoB）」が12件と最も多く、次いで「主として企業向け（一部消費者向けにも販売）」、「主として消費者向け（一部企業向けにも販売）」がそれぞれ7件、「100%消費者向け（BtoC）」が6件、「分からない」が2件の順であった（図18）。

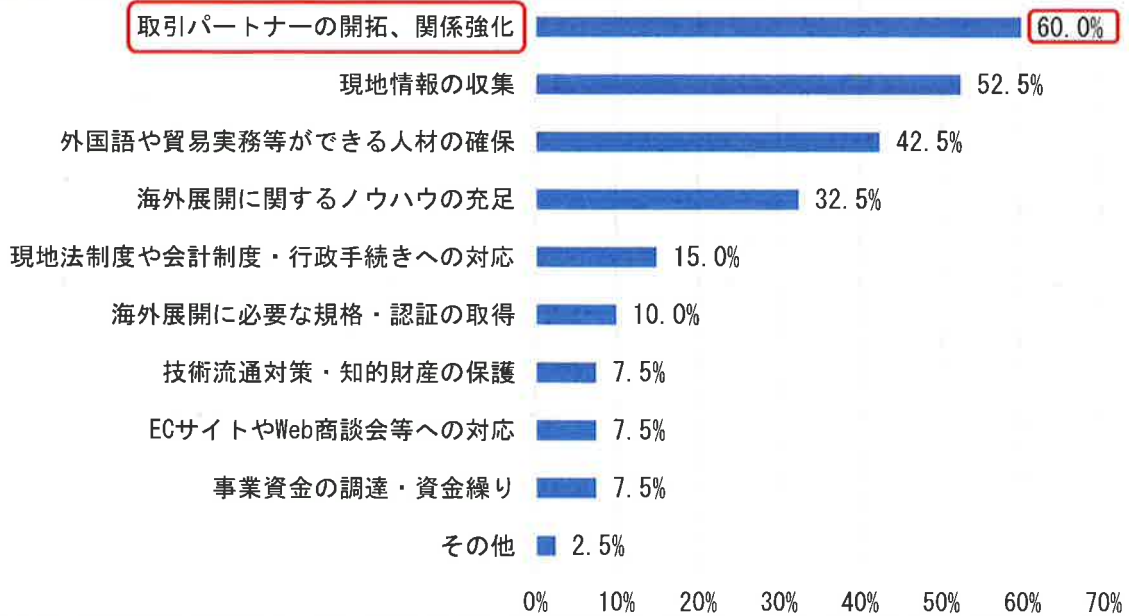
図18 今後、輸出を検討している主要な輸出品（主要3品目）の販売対象（n=26）



(7) 海外展開における課題について（上位3項目を選択して回答）

海外展開（輸出）の状況について、「現在、海外展開している」と回答した企業（32社）と「現在、海外展開していないが、今後取り組んでいきたい（予定含む）」と回答した企業（8社）合計40社の海外展開における課題をみると、「取引パートナーの開拓、関係強化」（60.0%）が最も多く、次いで「現地情報の収集」（52.5%）、「外国語や貿易実務等ができる人材の確保」（42.5%）、「海外展開に関するノウハウの充足」（32.5%）の順であった（図19）。

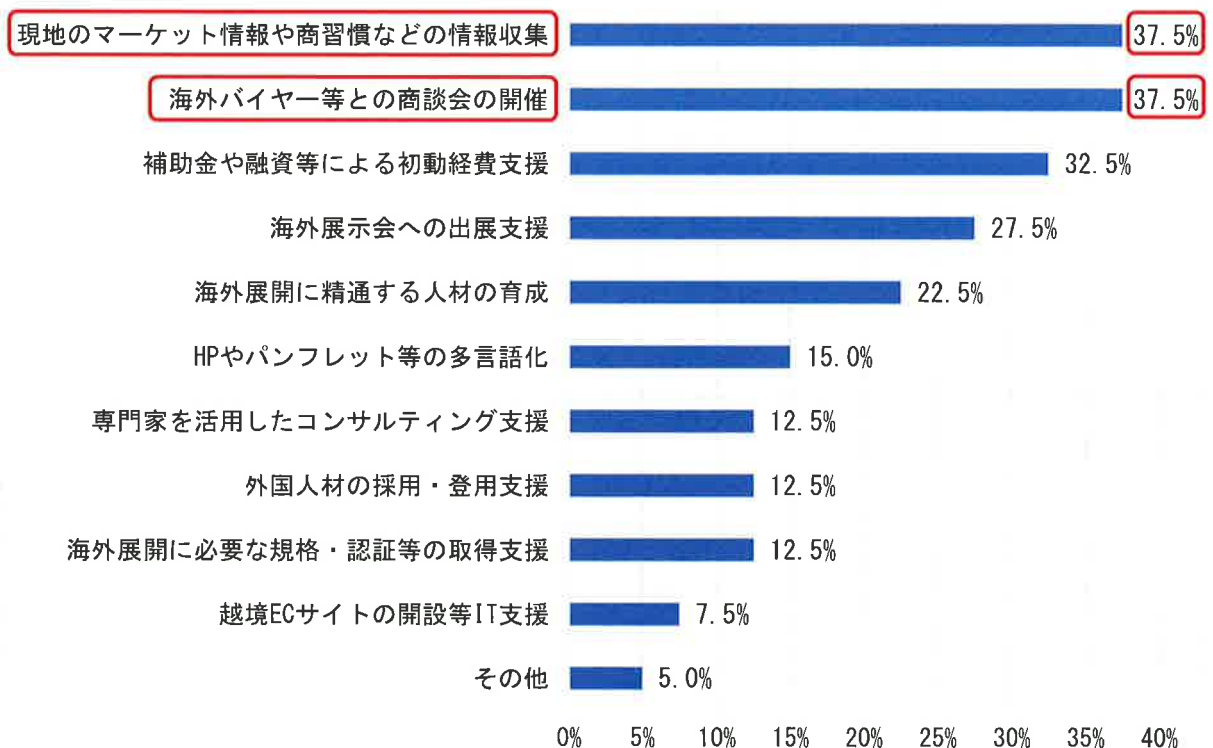
図19 海外展開における課題 (n=40)



(8) 海外展開する上で必要な支援策について (上位3項目を選択して回答)

海外展開（輸出）の状況について、「現在、海外展開している」と回答した企業（32社）と「現在、海外展開していないが、今後取り組んでいきたい（予定含む）」と回答した企業（8社）合計40社の海外展開する上で必要な支援策をみると、「現地のマーケット情報や商習慣などの情報収集」、「海外バイヤー等との商談会の開催」（37.5%）が最も多く、次いで「補助金や融資等による初動経費支援」（32.5%）、「海外展示会への出展支援」（27.5%）の順であった（図20）。

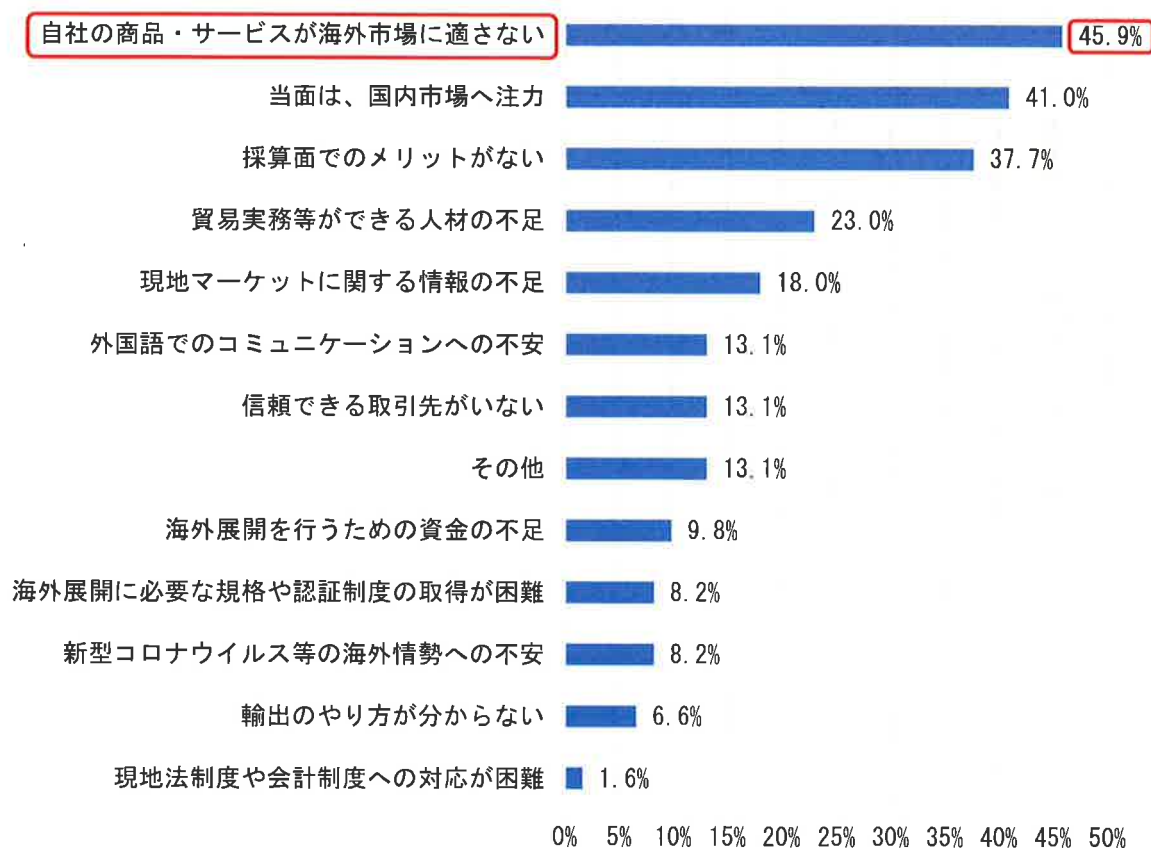
図20 海外展開する上で必要な支援策 (n=40)



### (9) 海外展開をしない理由について（上位3項目を選択して回答）

海外展開（輸出）の状況について、「過去、海外展開していたが現在はしていない」と回答した企業（11社）と「今後も海外展開をする予定はない」と回答した企業（50社）合計61社の海外展開をしない理由をみると、「自社の商品・サービスが海外市場に適さない」（45.9%）が最も多く、次いで「当面は、国内市場へ注力」（41.0%）、「採算面でのメリットがない」（37.7%）の順であった（図21）。

図21 海外展開をしない理由（n=61）

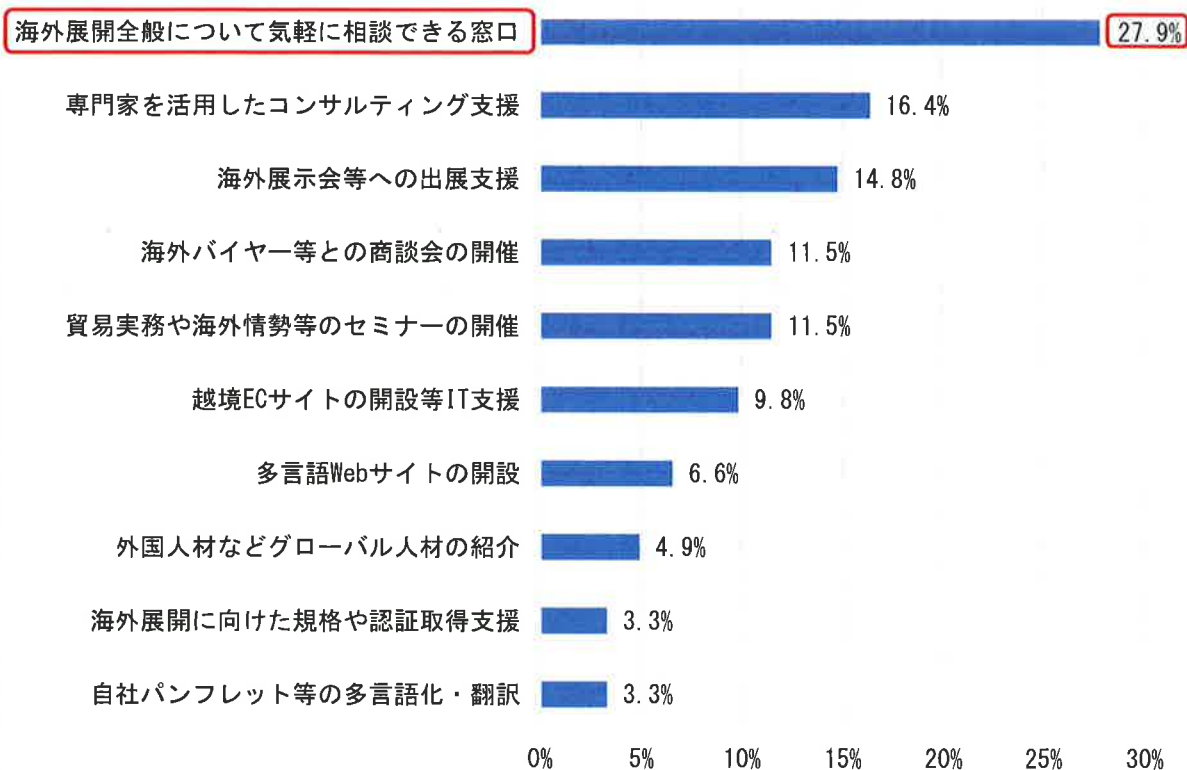


### (10) 今後海外展開する上で必要な支援策について（上位3項目を選択して回答）

海外展開（輸出）の状況について、「過去、海外展開していたが現在はしていない」と回答した企業（11社）と「今後も海外展開をする予定はない」と回答した企業（50社）合計61社の今後海外展開する上で必要な支援策をみると、「海外展開について気軽に相談できる窓口」（27.9%）が最も多く、次いで「専門家を活用したコンサルティング支援」（16.4%）、「海外展示会等への出展支援」（14.8%）の順であった（図22）。



図 2 2 今後海外展開する上で必要な支援策 (n=61)



## ■調査結果の概要と課題の整理

回答数：101件、回答率50.5%

### ①海外展開の状況

#### <回答企業の業種>

	項目	回答数	比率
1	建設業	1	1.0%
2	製造業	63	62.4%
3	卸売業	23	22.8%
4	小売業	5	5.0%
5	サービス業	4	4.0%
6	運送業	0	0.0%
7	その他	5	5.0%
合計		101	

#### <海外展開の状況>

項目	回答数	比率
現在、海外展開している	32	31.7%
過去、海外展開していたが 現在はしていない	11	10.9%
現在、海外展開していない が、今後取組んでいきたい (予定含む)	8	7.9%
今後も海外展開する 予定はない	50	49.5%

#### <海外展開している企業の今後の海外展開の方針>

項目	回答数	比率
拡大	18	56.3%
現状維持	14	43.8%
縮小・撤退	0	0.0%

回答企業において、現在、海外展開している企業は全体で31.7%、現在、海外展開していないが、今後取組んでいきたい企業は7.9%と、海外への意欲をもつ企業は39.6%あった。

また、現在、海外展開している企業の今後の海外展開の方針としては、縮小・撤退の回答はなく、拡大が56.3%と半数を超えている。企業の海外展開の意欲は依然として高く、国内市場の縮小が進むなか、今後も海外市場の重要性は高まるように思われる。また、近年ではSNS等の情報発信手段の多様化や翻訳ツール・アプリなどの質の向上に加え、コロナ禍によるオンラインの動きが加速し、越境ECやオンライン商談会など海外展開へのハードルは下がりつつあり、今後海外展開を検討する企業も増えてくるのではないかと考えられる。

## ②輸出の形態及び主要品目の販売対象

### <輸出の形態>

項目	回答数	比率
自社名義で通関手続き等を行う直接輸出	7	22.6%
日本国内の商社や卸売業者、輸出代理店等を通じた間接輸出	21	67.7%
海外拠点がある(代理店を含まない)	2	6.5%
その他	1	3.2%
合計	31	

### <主要品目の販売対象>

項目	回答数
100%企業向け(B to B)	20
主として企業向け(一部消費者向けにも販売)	5
主として消費者向け(一部企業向けにも販売)	9
100%消費者向け(B to C)	9
分からない	1
合計	44

現在、海外展開をしている企業の海外展開における輸出の形態と主要品目の販売対象は、商社等を經由した間接輸出による企業向けの販売が多い。オンラインを活用した商社やバイヤーとの商談会への積極的な参加に加え、限られた商談時間の中で、自社の商品をいかに効果的にPRし、取引に結び付けるかが重要である。

## ③主要品目の動向

### <主要品目の種別>

項目	回答数
原材料	6
半製品・部品	4
最終完成品・消費財	34
合計	44

### <主要品目の輸出先国(上位3カ国)>

	項目	回答数
1	香港	16
2 (同率)	台湾・中国	12
3 (同率)	アメリカ・シンガポール・タイ	8

現在、海外展開をしている企業の主要品目の種別では、「日本酒」や「水産加工品」など県内で加工された最終完成品・消費財が最も多く、日本の品質や技術力の高さ、信頼性を背景とした「メイドインジャパン」を武器に付加価値を得る企業も多い。また、主要品目の輸出先国では「香港」が最も多い回答であった。平成28年に米子ー香港便が開通されたことによる物流の増加に加え、多くの香港人

が鳥取に訪れるなど、インバウンド需要の影響が背景にあったものと考えられる。

#### ④今後輸出を検討している主要品目の動向

<主要品目の種別>

項目	回答数
原材料	3
半製品・部品	3
最終完成品・消費財	28
合計	34

<主要品目の輸出先国（上位3カ国）>

	項目	回答数
1	中国	8
2	タイ	7
3 (同率)	台湾・インド	6

現在、海外展開している企業と現在、海外展開していないが、今後取り組んでいきたい企業の今後輸出を検討している主要品目の種別についても、「日本酒」や「水産加工品」など県内で加工された最終完成品・消費財が最も多く、輸出先国では中国やタイ、台湾、インドなどアジア圏を回答した企業が多い。

#### ⑤海外展開における課題と必要な支援策

<課題（上位3位）>

	項目	比率 (回答数)
1	取引パートナーの開拓、 関係強化	60.0% (24)
2	現地情報の収集	52.5% (21)
3	外国語や貿易実務ができる 人材の確保	42.5% (17)

<必要な支援策（上位3位）>

	項目	比率 (回答数)
1	現地のマーケット情報や 商習慣などの情報収集	37.5% (15)
1	海外バイヤー等との 商談会の開催	37.5% (15)
3	補助金や融資等による 初動経費支援	32.5% (13)

現在、海外展開している企業と現在、海外展開していないが、今後取り組んでいきたい企業の海外展開における課題と支援策において、いずれも高い回答数となったのが取引パートナーや海外バイヤーとの関係についてであった。海外展開を行う企業の多くが間接輸出である現状から、いかに商社やバイヤーとの接触機会を設け、自社の商品を効果的にPRできるかが重要となっている。対面での商談会が主流であった状況から、オンライン商談会へと実施方法を変更せざるを得なくなったなか、商談から取引につながる効果的な提案を各企業が模索している状況にあると考えられる。

今後もオンラインによる商談会開催が継続的に増加することも見据えつつ、現下の状況を踏ま

えると、オンライン商談会に臨むための事前準備やシステム、ノウハウの構築が必要不可欠であると考えられる。

また、コロナ禍により自社の経営に打撃を受けた企業も多いことに加え、オンライン化への対応や商品サンプルの運送代など海外展開に諸々必要とする経費に対し、補助金や融資等による初動支援を求める声も多い。

#### ⑥海外展開をしない企業の理由と必要な支援策

##### <海外展開しない理由（上位3位）>

	項目	比率 (回答数)
1	自社の商品・サービスが 海外市場に適さない	45.9% (28)
2	当面は、国内市場へ注力	41.0% (25)
3	採算面でのメリットがない	37.7% (23)

##### <必要な支援策（上位3位）>

	項目	比率 (回答数)
1	海外展開全般について気軽に 相談できる窓口	27.9% (17)
2	専門家を活用した コンサルティング支援	16.4% (10)
3	海外展示会等への出展支援	14.8% (9)

海外展開をしない企業の理由では、下請け的な仕事を行い、海外展開における付加価値の高い輸出商品をもたない企業である場合が多く、また、新型コロナウイルス感染症収束の兆しが見えないなか、ハイリスクな海外市場ではなく、当面は、国内市場へ注力すると回答した企業も多い。

今後、新型コロナウイルス感染症が収束し、これまでの生活が戻れば、好調であったインバウンド需要やコロナ後の反動需要も期待される。海外展開をしないと回答した企業も、国内市場の縮小とよりボーダーレスになった海外市場の動向を踏まえ、海外展開のニーズもでてくることが予想される。そういった機会に対し、今後も商工団体・支援機関等が連携しながら、ニーズを把握し、コンサルティング支援や海外展示会等への出展支援など、事業者に寄り添った支援体制を整備していく必要がある。

# 海外事業展開に関するアンケート調査票



国内市場の縮小が進むなか、日本企業にとって海外市場の重要性は一段と高まっています。本会では海外展開ビジネス支援事業を実施しており、ジェトロ（日本貿易振興機構）を通じた越境 EC サイトでの販売促進をはじめ自社 Web サイトの多言語化や海外展開に係る専門家派遣等を行っております。本調査ではこうした情勢に鑑み、本県事業者様の海外進出の現状や今後の方針、課題や必要な支援策等を把握し、今後の本会における海外展開の支援先や種々の支援策に活用することを目的にアンケート調査を実施するものです。ご協力よろしくお願いいたします。

<記入にあたってのお願い>

秘密の厳守：ご回答いただいた内容は統計的に処理し、事業者及び個人の情報の秘密を厳守し、本事業の目的以外に用いることはいたしません。また、記入担当者名など個人情報につきましては、本調査に係る問い合わせ以外には使用いたしません。

記入方法：設問ごとに該当する項目の番号に○をつけるか、直接ご記入下さい。

基準日：8月10日を基準日としてご回答ください。

締切・返送方法：令和3年8月20日（金）までに、同封の封筒によりご返送下さい。

問い合わせ先：ご記入に当たって不明な点についてのお問い合わせは、鳥取県中小企業団体中央会組織支援部までお願いします。

〒680-0845 鳥取市富安一丁目96番地

電話：0857（26）6671 FAX：0857（27）1922

鳥取県中小企業団体中央会 組織支援部（担当：柳原）

## 1. 貴社の概要について

事業所名		記入者 (職・氏名)	
所在地		電話番号	
業種	①建設業 ②製造業 ③卸売業 ④小売業 ⑤サービス業 ⑥運送業 ⑦その他( )		
従業員数	①5人以下 ②6人～10人 ③11人～20人 ④21人～50人 ⑤51人～100人 ⑥101人～300人 ⑦301人～		

## 2. 海外展開の状況について

【問1】貴社の海外展開（輸出）の状況についてお伺いします。（1つに○）

1. 現在、海外展開している ⇒ 問2へ
2. 過去、海外展開をしていたが現在はしていない ⇒ 問9へ
3. 現在、海外展開していないが、今後取り組んでいきたい（予定含む） ⇒ 問6へ
4. 今後も海外展開する予定はない ⇒ 問9へ

**【問2】主な輸出の形態についてお伺いします。(1つに○)**

1. 自社名義で通関手続き等を行う直接輸出
2. 日本国内の商社や卸売業者、輸出代理店等を通じた間接輸出
3. 海外拠点がある(代理店を含まない)
4. その他( )

**【問3】貴社が輸出している主要な3品目について、具体的な輸出品名をご記入いただき、輸出品ごとに輸出先国、種別、販売対象を下表から選択して下さい。**

NO	具体的な輸出品名	国	種別	販売対象
例	日本酒(〇〇〇〇)	1、2、15	3	4
1				
2				
3				

**【国の選択肢】 ※売上上位3つを選択し、上表にご記入ください。**

<アジア>	1. 中国	2. 香港	3. 台湾	4. 韓国	5. シンガポール
	6. インドネシア	7. フィリピン	8. タイ	9. ベトナム	10. カンボジア
	11. マレーシア	12. ミャンマー	13. インド	14. その他のアジア諸国( )	
<北中南米>	15. アメリカ	16. カナダ	17. メキシコ	18. ブラジル	19. チリ
	20. その他の中南米諸国( )				
<欧州ほか>	21. イギリス	22. フランス	23. ドイツ	24. オランダ	25. イタリア
	26. スイス	27. スペイン	28. ロシア	29. その他の欧州諸国( )	
<上記以外>	30. その他( )				

**【種別の選択肢】 ※主なもの1つを選択し、上表にご記入ください。**

1. 原材料
2. 半製品・部品
3. 最終完成品・消費財

**【販売対象の選択肢】 ※主なもの1つを選択し、上表にご記入ください。**

1. 100%企業向け(B to B)
2. 主として企業向け(一部消費者向けにも販売)
3. 主として消費者向け(一部企業向けにも販売)
4. 100%消費者向け(B to C)
5. わからない
6. その他( )

**【問4】近年(過去3年間の平均)に比べて、輸出量(数量ベース)に変化はありましたか? 変化があった場合、輸出量が増加(減少)した理由についてお伺いします。(1つに○)**

1. 増加
2. 減少
3. 変化なし ⇒ 問5へ

※「1. 増加」又は「2. 減少」と回答された方にお伺いします。

**【増加した理由】 ※当てはまるものすべてに○をしてください。**

1. 取引先国での需要増加
2. 輸出品の品質向上
3. 輸出品の認知度向上
4. 為替変動の影響
5. 取引先国の好況、経済発展
6. 国内取引先の海外進出
7. 新規取引先数が増加
8. その他( )

【減少した理由】 ※当てはまるものすべてに○をしてください。

- |                    |                   |                  |
|--------------------|-------------------|------------------|
| 1. 取引先国での需要減少      | 2. 自社の生産量又は取扱量の縮小 | 3. 為替変動の影響       |
| 4. 他社との競争激化        | 5. 国内の災害発生・風評被害   | 6. 取引先企業の海外撤退・縮小 |
| 7. 取引先国の政情不安や災害の発生 | 8. その他 ( )        |                  |

【問5】 今後の海外展開の方針について伺います。(1つに○)

- |       |               |                |
|-------|---------------|----------------|
| 1. 拡大 | 2. 現状維持 ⇒ 問7へ | 3. 縮小・撤退 ⇒ 問9へ |
|-------|---------------|----------------|



※「1.拡大」と回答された方にお伺いします。

【問6】 貴社が輸出を検討している主要な3品目について、具体的な輸出品名をご記入いただき、輸出品ごとに輸出先国、種別、販売対象を下表から選択して下さい。

NO	具体的な輸出品名	国	種別	販売対象
例	日本酒 (〇〇〇〇)	1 3、2 1、2 2	3	4
1				
2				
3				

【国の選択肢】 ※上位3つを選択し、上表にご記入ください。

- |        |                   |           |          |                   |           |
|--------|-------------------|-----------|----------|-------------------|-----------|
| 〈アジア〉  | 1. 中国             | 2. 香港     | 3. 台湾    | 4. 韓国             | 5. シンガポール |
|        | 6. インドネシア         | 7. フィリピン  | 8. タイ    | 9. ベトナム           | 10. カンボジア |
|        | 11. マレーシア         | 12. ミャンマー | 13. インド  | 14. その他のアジア諸国 ( ) |           |
| 〈北中南米〉 | 15. アメリカ          | 16. カナダ   | 17. メキシコ | 18. ブラジル          | 19. チリ    |
|        | 20. その他の中南米諸国 ( ) |           |          |                   |           |
| 〈欧州ほか〉 | 21. イギリス          | 22. フランス  | 23. ドイツ  | 24. オランダ          | 25. イタリア  |
|        | 26. スイス           | 27. スペイン  | 28. ロシア  | 29. その他の欧州諸国 ( )  |           |
| 〈上記以外〉 | 30. その他 ( )       |           |          |                   |           |

【種別の選択肢】 ※主なもの1つを選択し、上表にご記入ください。

- |        |           |              |
|--------|-----------|--------------|
| 1. 原材料 | 2. 半製品・部品 | 3. 最終完成品・消費財 |
|--------|-----------|--------------|

【販売対象の選択肢】 ※主なもの1つを選択し、上表にご記入ください。

- |                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. 100%企業向け (B to B)      | 2. 主として企業向け (一部消費者向けにも販売) |
| 3. 主として消費者向け (一部企業向けにも販売) | 4. 100%消費者向け (B to C)     |
| 5. わからない                  | 6. その他 ( )                |

【問7】 貴社の海外展開における課題についてお伺いします。(上位3つに○)

- |                         |                    |
|-------------------------|--------------------|
| 1. 外国語や貿易実務等ができる人材の確保   | 2. 海外展開に関するノウハウの充足 |
| 3. 現地法制度や会計制度・行政手続きへの対応 | 4. 取引パートナーの開拓、関係強化 |
| 5. 現地情報の収集              | 6. 事業資金の調達・資金繰り    |
| 7. 海外展開に必要な規格・認証の取得     | 8. 技術流通対策・知的財産の保護  |
| 9. EC サイトやWeb 商談会等への対応  | 10. その他 ( )        |



**【問 8】海外展開する上で、貴社が求める必要な支援策についてお伺いします。(上位3つに○)**

- |                          |                         |
|--------------------------|-------------------------|
| 1. 海外展開に精通する人材の育成        | 2. 外国人材の採用・登用支援         |
| 3. 現地のマーケット情報や商習慣などの情報収集 | 4. 海外展示会への出展支援          |
| 5. 海外バイヤー等との商談会の開催       | 6. HP やパンフレット等の多言語化     |
| 7. 補助金や融資等による初動経費支援      | 8. 海外展開に必要な規格・認証等の取得支援  |
| 9. 専門家を活用したコンサルティング支援    | 10. 越境 EC サイトの開設等 IT 支援 |
| 11. その他 ( )              |                         |

※その他、海外展開に関するご要望等がございましたらご自由にご記入下さい。

(ご協力ありがとうございました。記入漏れがないかお確かめの上、8月20日までにご返送下さい。)

以下は、【問 1】「2. 過去、海外展開をしていたが現在はしていない」又は「4. 今後も海外展開する予定はない」、【問 5】今後の海外展開の方針で「3. 縮小・撤退」選択された方にお伺いします。

**【問 9】海外展開をされない(又は縮小・撤退する)理由についてお伺いします。(上位3つに○)**

- |                          |                         |
|--------------------------|-------------------------|
| 1. 自社の商品・サービスが海外市場に適さない  | 2. 貿易実務等ができる人材の不足       |
| 3. 採算面でのメリットがない          | 4. 現地マーケットに関する情報の不足     |
| 5. 海外展開を行うための資金の不足       | 6. 現地法制度や会計制度への対応が困難    |
| 7. 海外展開に必要な規格や認証制度の取得が困難 | 8. 信頼できる取引先がない          |
| 9. 外国語でのコミュニケーションへの不安    | 10. 新型コロナウイルス等の海外情勢への不安 |
| 11. 当面は、国内市場へ注力          | 12. 輸出のやり方が分からない        |
| 13. その他 ( )              |                         |

**【問 10】今後海外展開する上で、貴社が求める必要な支援策についてお伺いします。(上位3つに○)**

- |                         |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| 1. 海外展開全般について気軽に相談できる窓口 | 2. 貿易実務や海外情勢等のセミナーの開催 |
| 3. 海外展示会等への出展支援         | 4. 海外バイヤー等との商談会の開催    |
| 5. 多言語 Web サイトの開設       | 6. 自社パンフレット等の多言語化・翻訳  |
| 7. 越境 EC サイトの開設等 IT 支援  | 8. 専門家を活用したコンサルティング支援 |
| 9. 海外展開に向けた規格や認証取得支援    | 10. 外国人材などグローバル人材の紹介  |
| 11. その他 ( )             |                       |

※その他、海外展開に関するご要望等がございましたらご自由にご記入下さい。

(ご協力ありがとうございました。記入漏れがないかお確かめの上、8月20日までにご返送下さい。)