

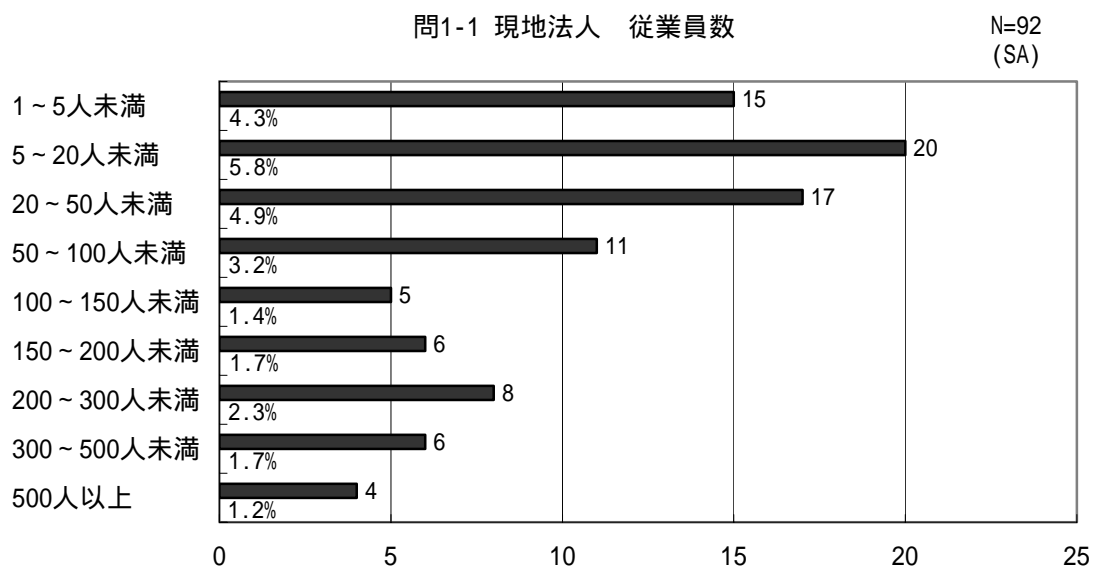
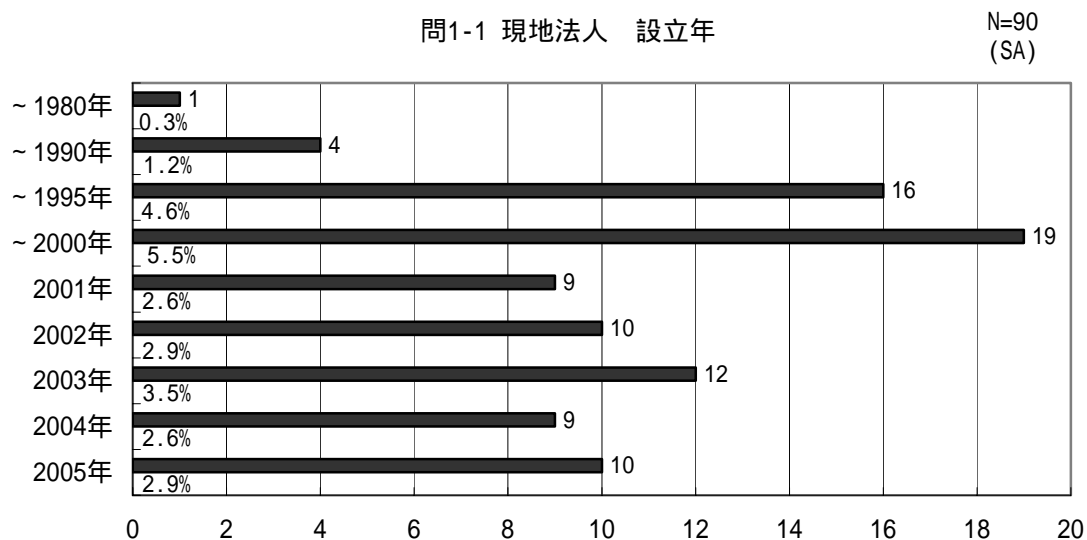
資料4 . 中小企業アンケート調査集計結果

. 海外展開実施企業に関するアンケート結果（調査票 A）

回答企業のプロフィール

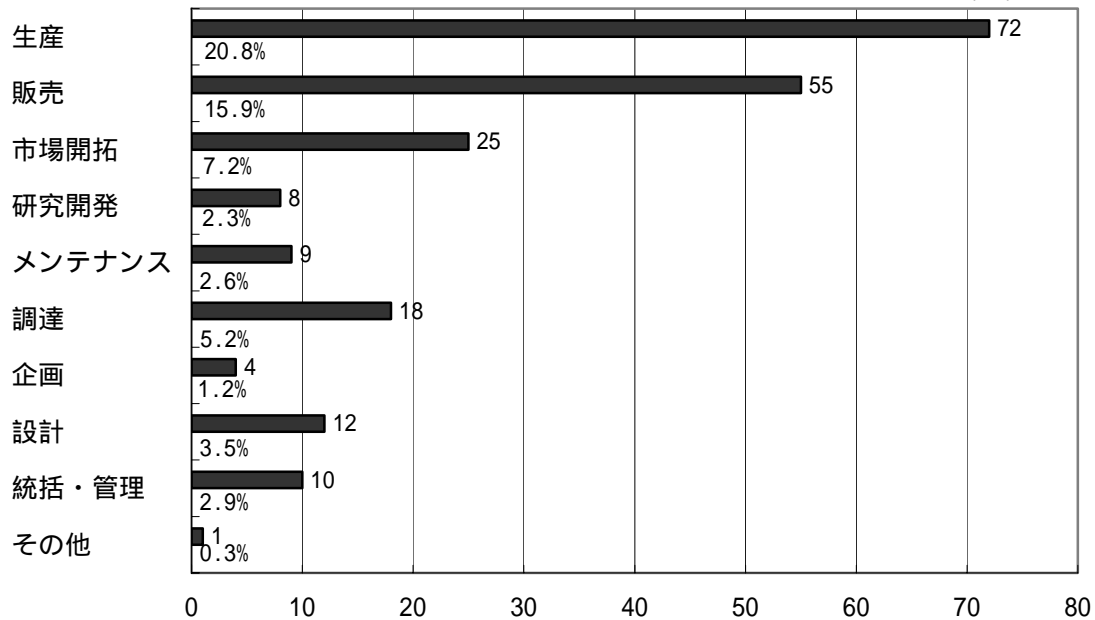
問1 直接投資の状況と課題について

問1 - 1 直接投資の状況



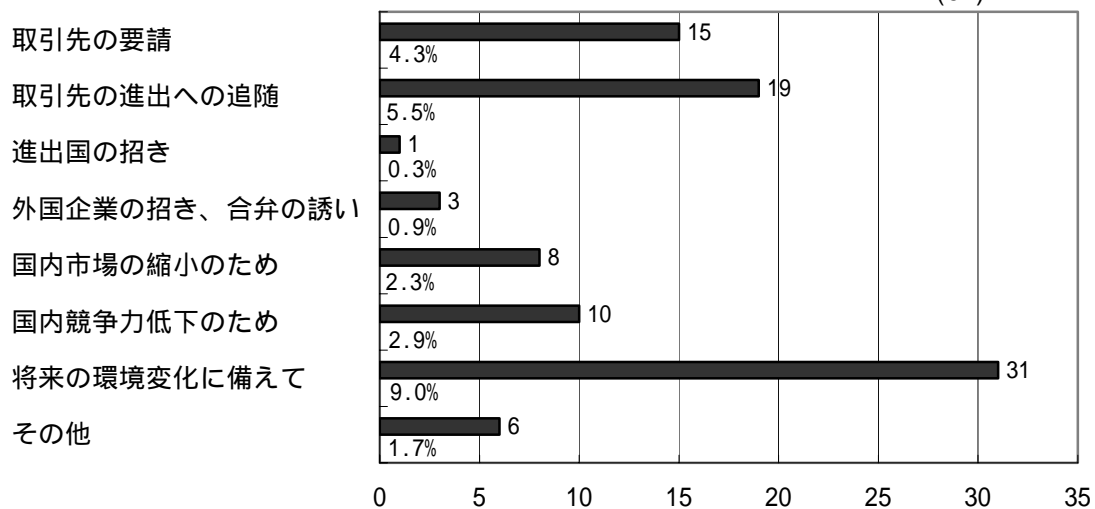
問1-1 現地法人 拠点機能

N=214
(MA)

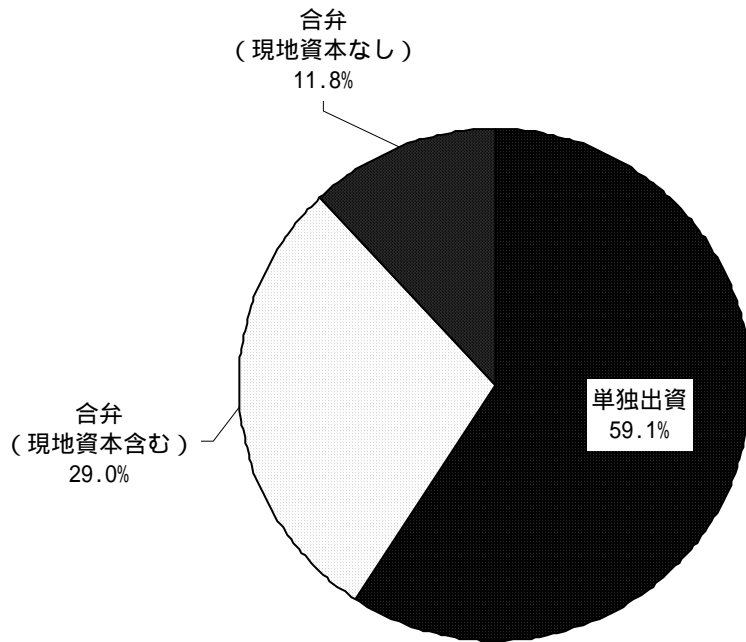


問1-1 現地法人 進出動機

N=93
(SA)



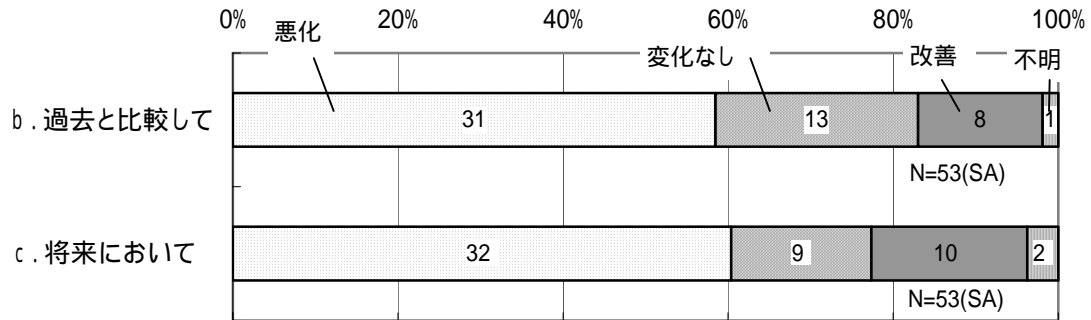
問1-1 現地法人 投資形態



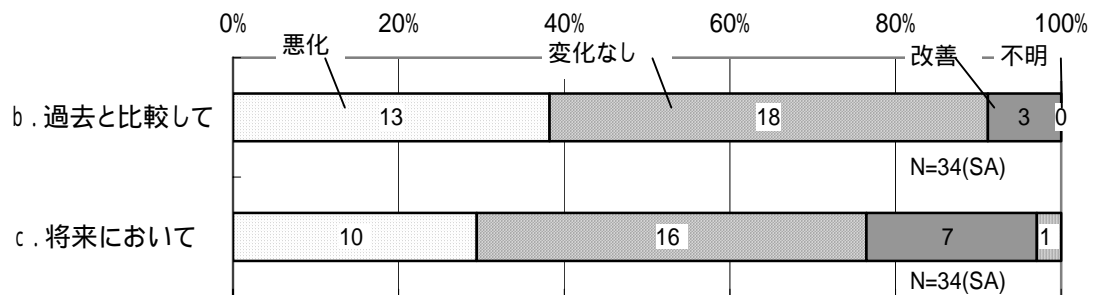
N=93
(SA)

問 1 - 2 bc 直接投資の課題の変化

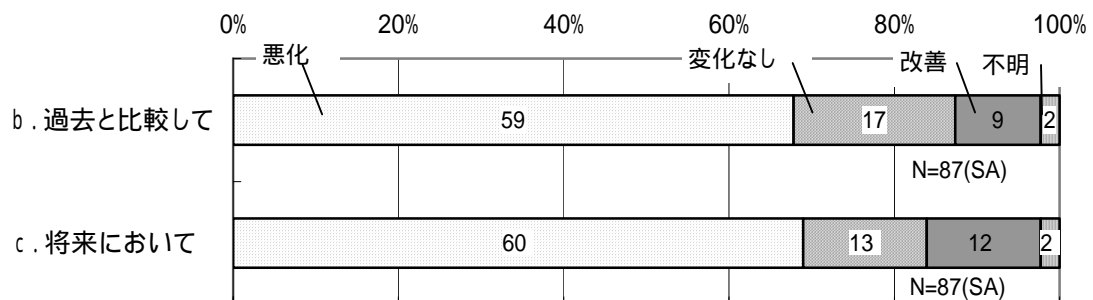
問1-2bA2. マネジメント層の賃金水準上昇



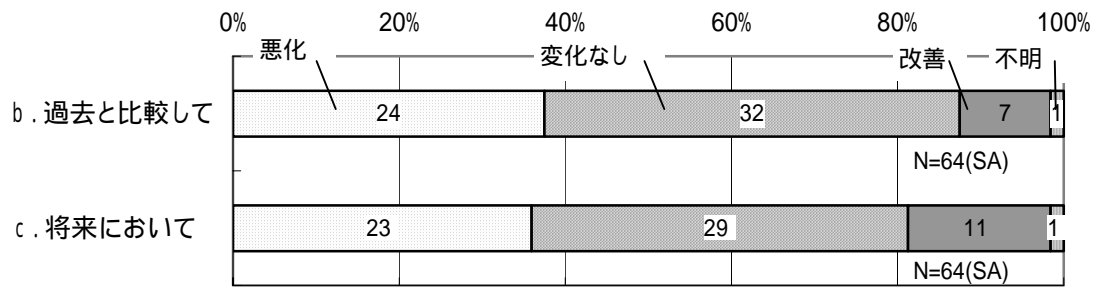
問1-2bA3. マネジメント層の離職率



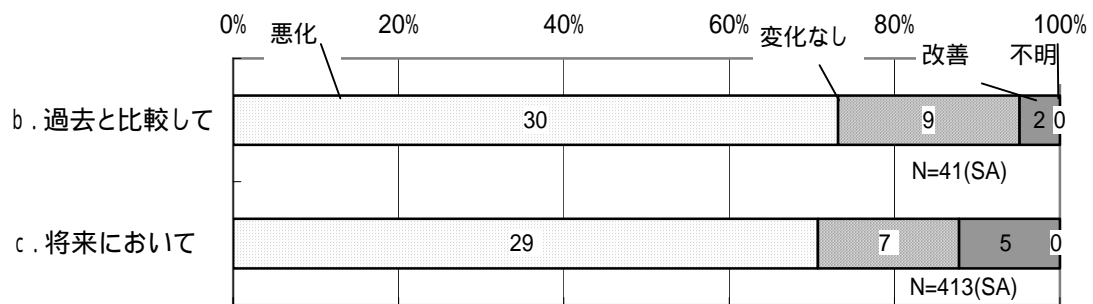
問1-2bA5. 現場労働者の賃金水準上昇



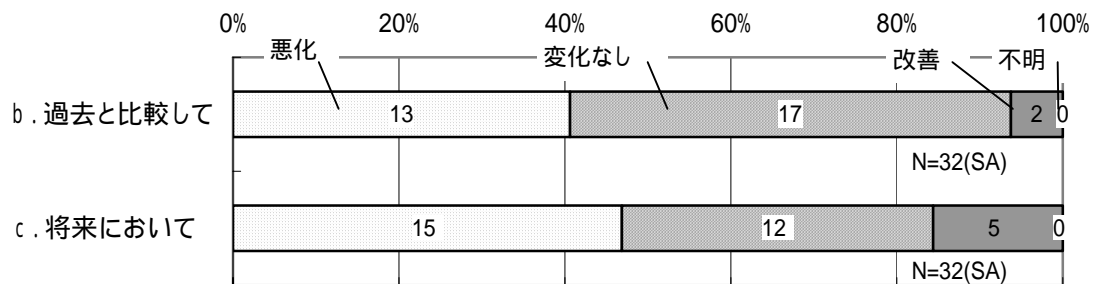
問1-2bA6.現場労働者の離職率



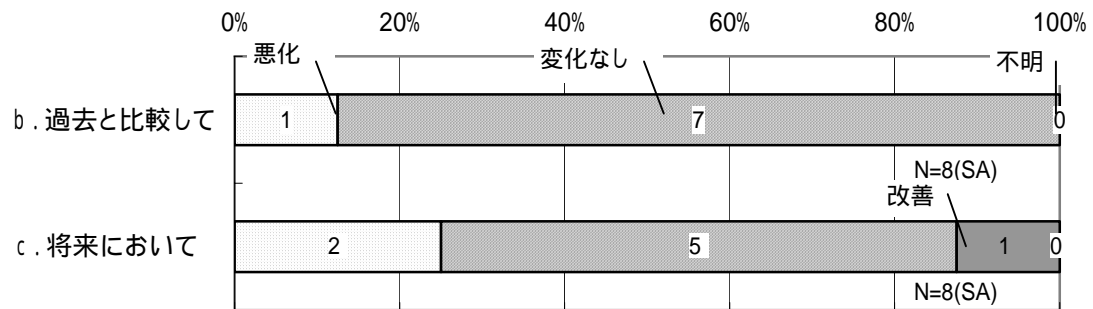
問1-2bA8.現地技術者、エンジニアの賃金水準上昇



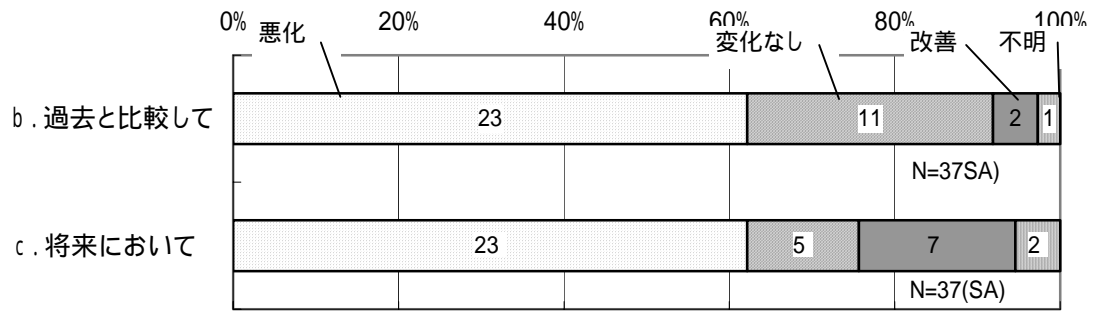
問1-2bA9.現地技術者、エンジニアの離職率



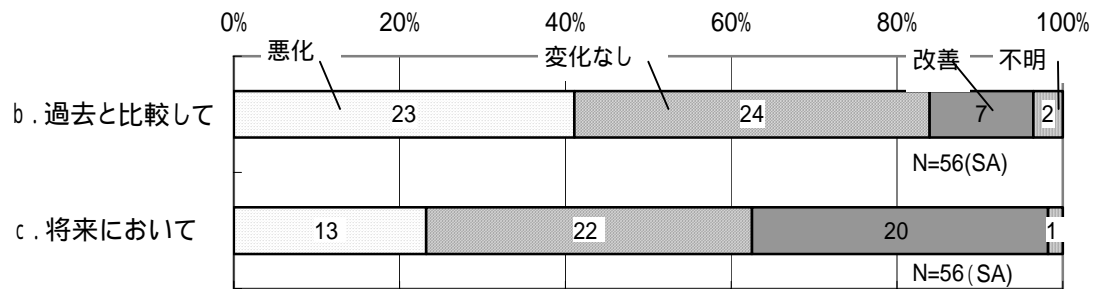
問1-2bA10.組合への対応



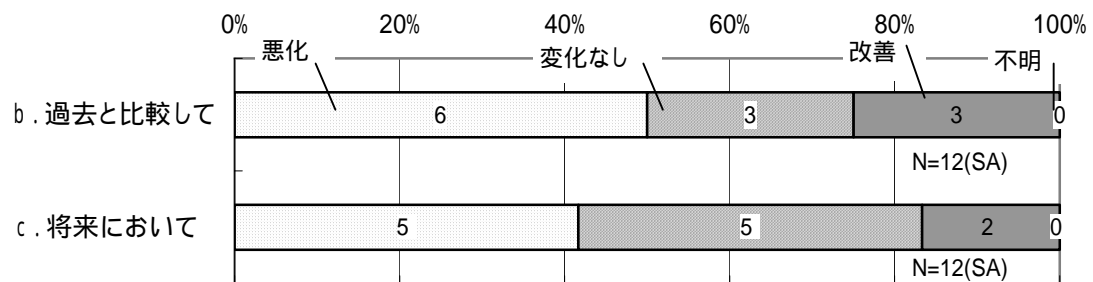
問1-2bA11.従業員の福利厚生費等によるコストアップ



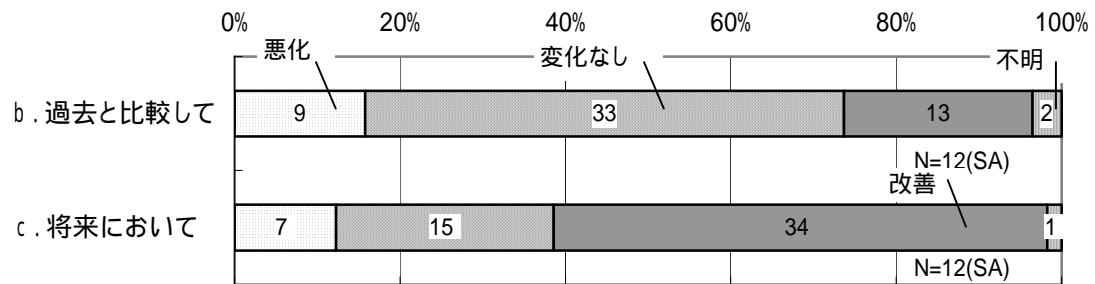
問1-2bA12.日本からの社員派遣によるコストアップ



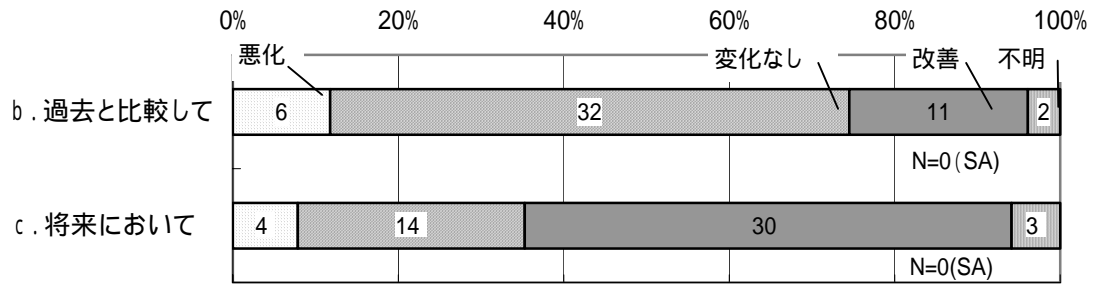
問1-2bA13.労務紛争の発生



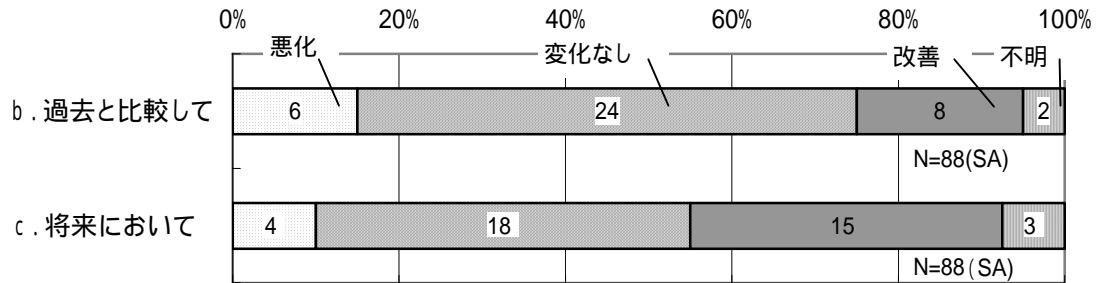
問1-2bB2.現地販売先(外資系企業)の確保



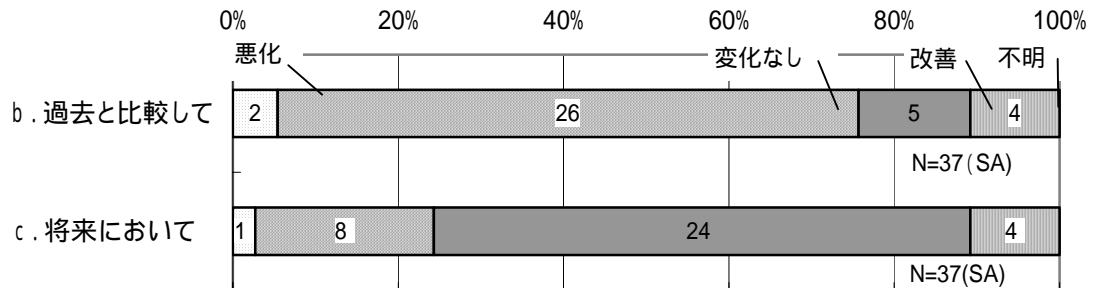
問1-2bB3.現地販売先(ローカル企業)の確保



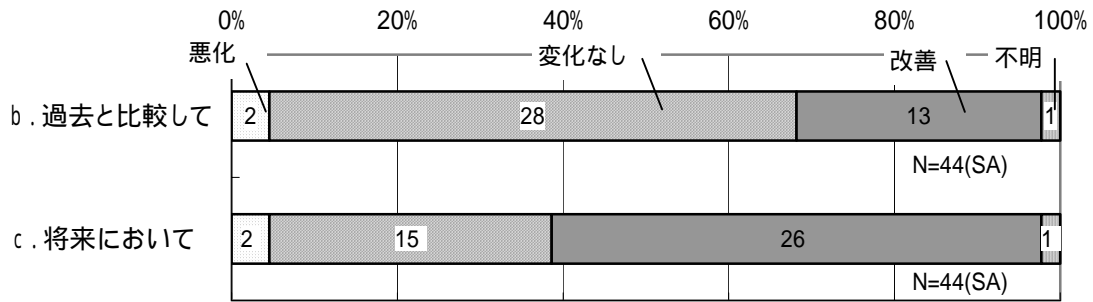
問1-2bB4.売掛金回収の遅延およびデフォルト



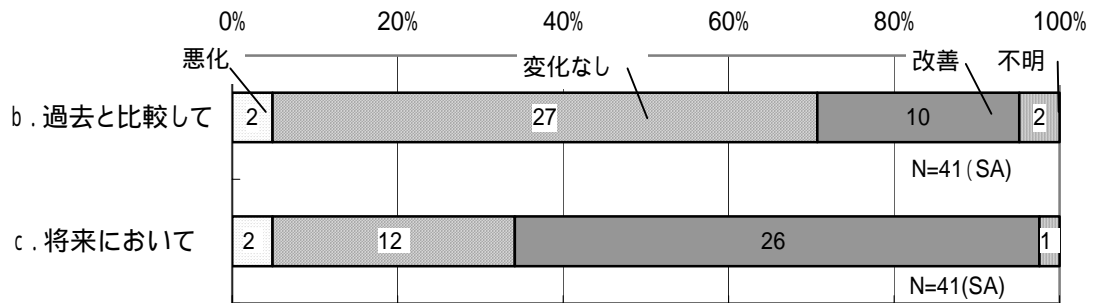
問1-2bB6.良質な物流サービスの確保



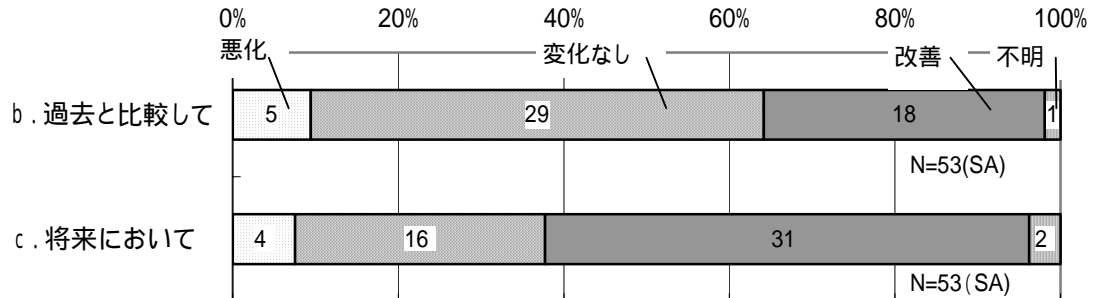
問1-2bC1.現地調達先(日系企業)の確保



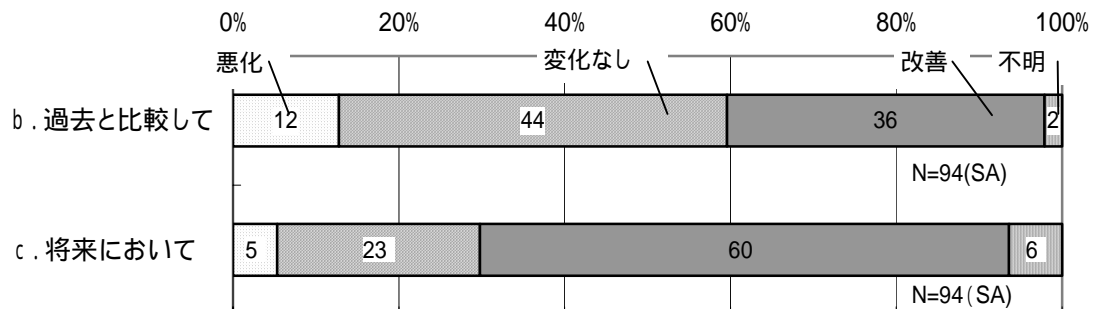
問1-2bC2.現地調達先(外資系企業)の確保



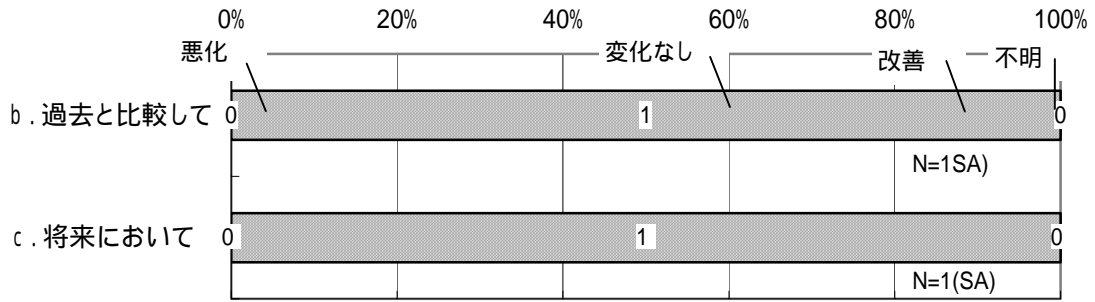
問1-2bC3.現地調達先(ローカル企業)の確保



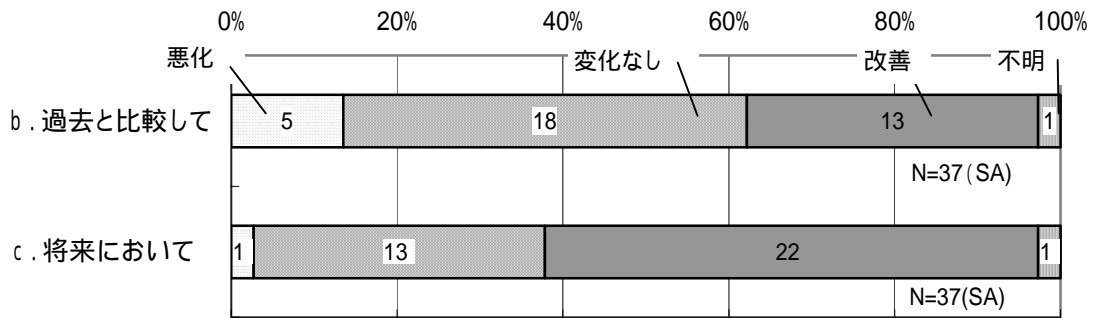
問1-2bC6.現地調達先(ローカル企業)の確保



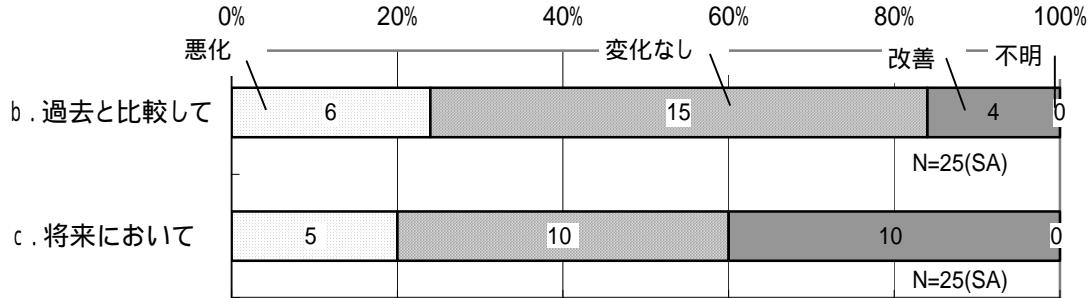
問1-2bC7.その他(生産・技術)



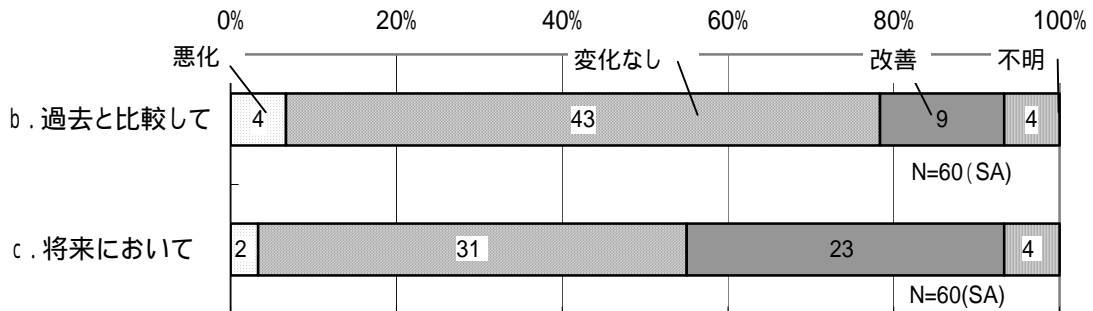
問1-2bD1.港湾、空港などの広域物流基盤



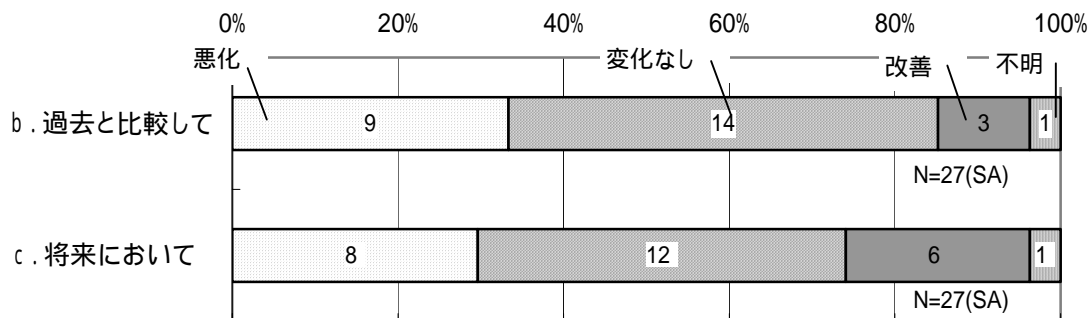
問1-2bD3.工業用水、廃水処理などのインフラ



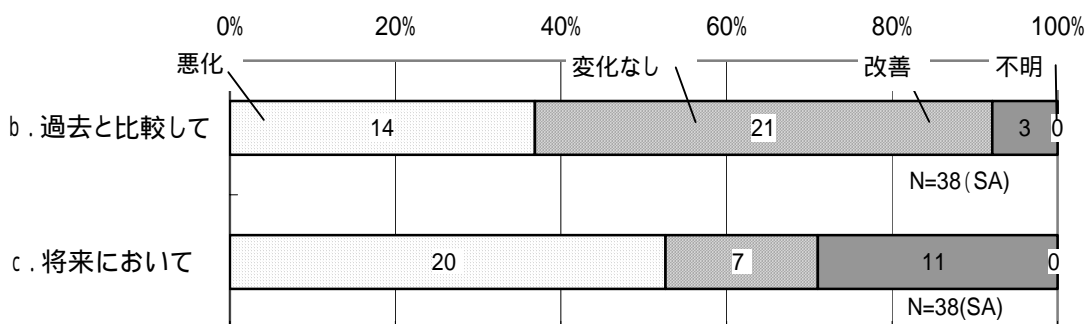
問1-2bD4.発注契約の確実性



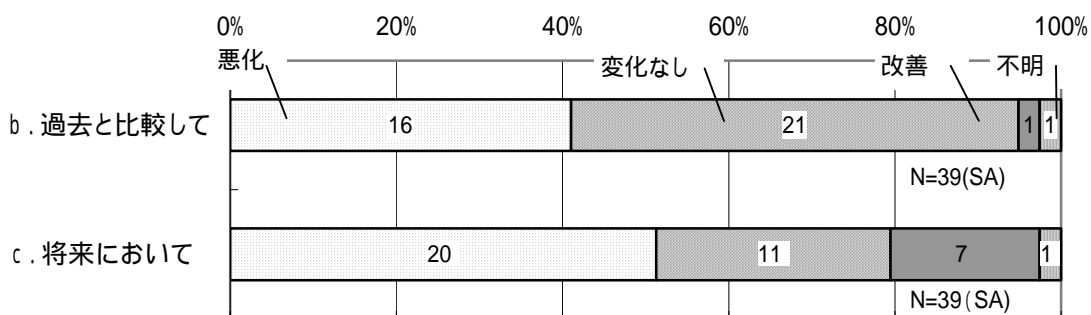
問1-2bD6.操業に関する適用法制



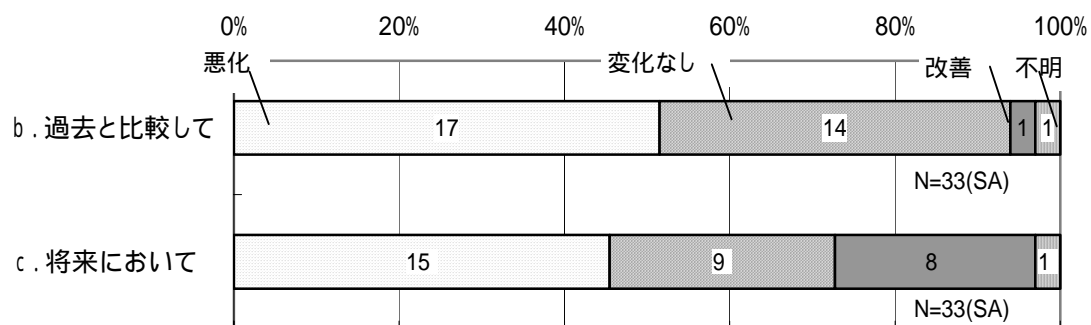
問1-2bD7.日系現地企業との競争



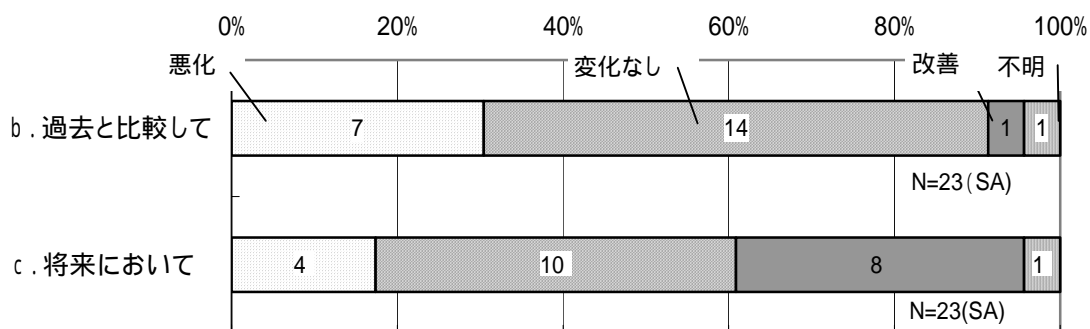
問1-2bD8.現地の地場企業との競争



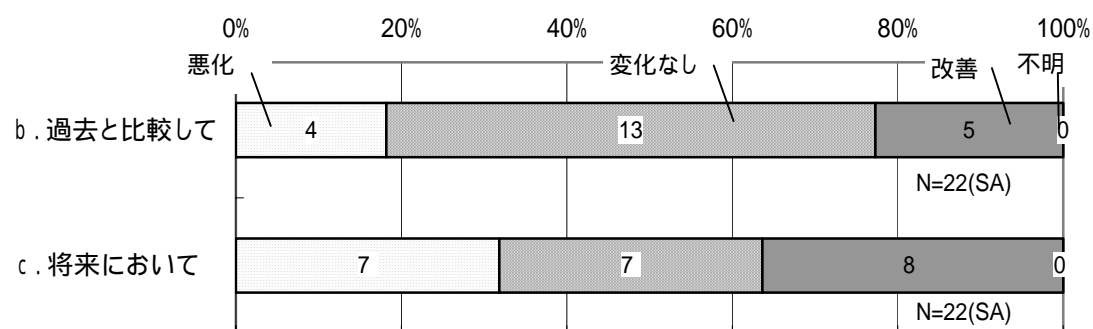
問1-2bD9.外国系企業、輸入品との競争



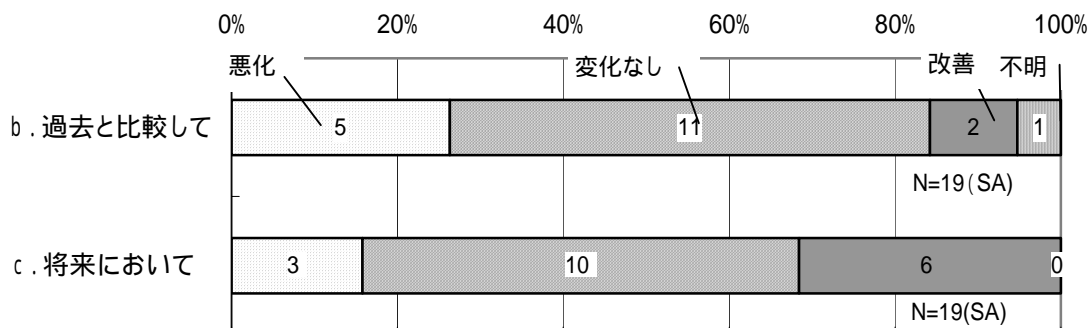
問1-2bD10.特許、著作権など知的財産の取り扱い



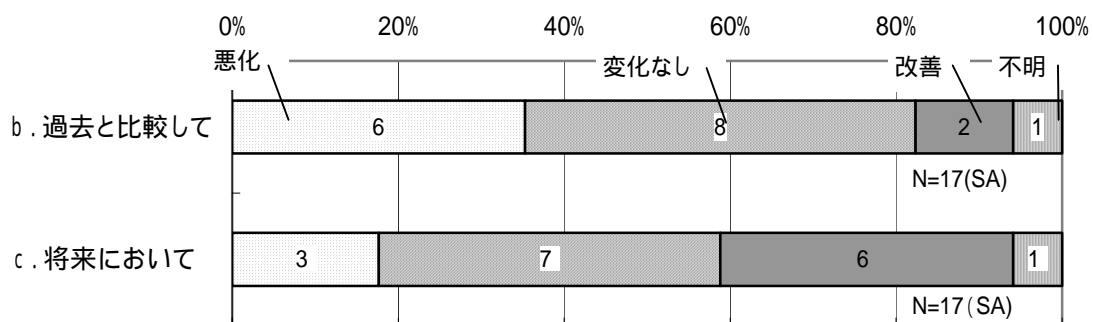
問1-2bD12.環境・安全規制等への対応



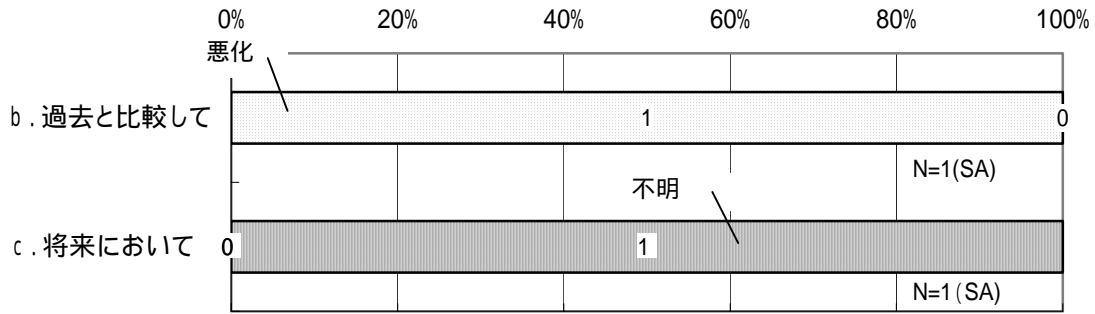
問1-2bD13.ビザ取得等外国人就労への対応



問1-2bD14.合併企業におけるパートナーとのトラブル



問1-2bD15.その他(経営全般・業務環境)

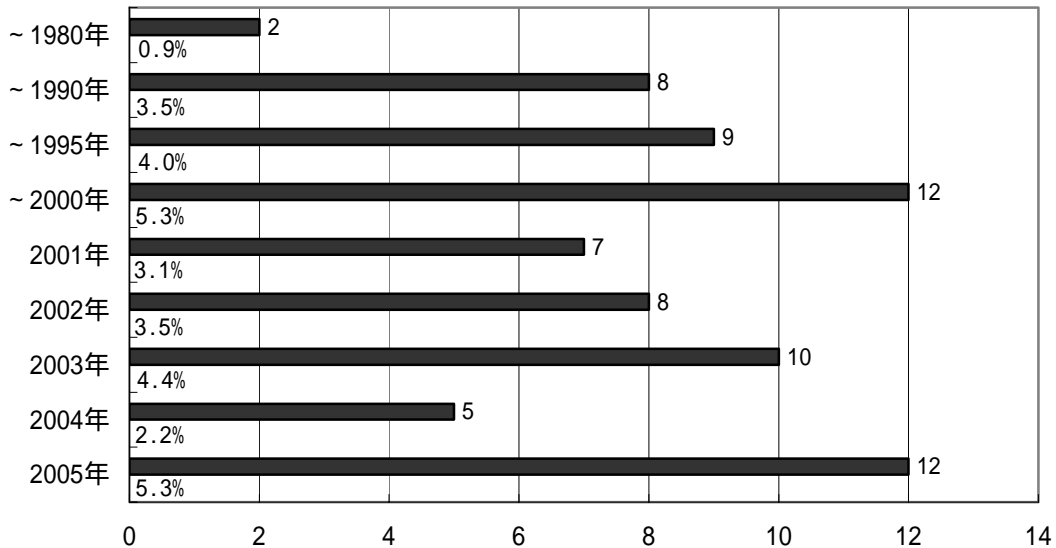


問2 業務提携の現状と課題

問2 - 1 業務提携の現状

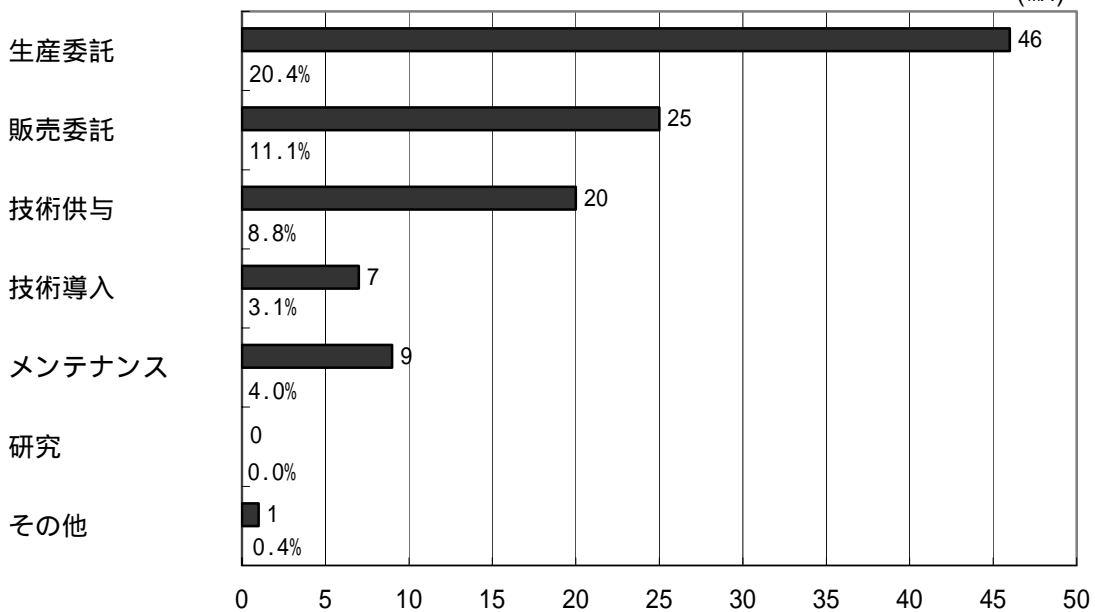
問2-1 業務提携 提携開始年

N=73
(SA)

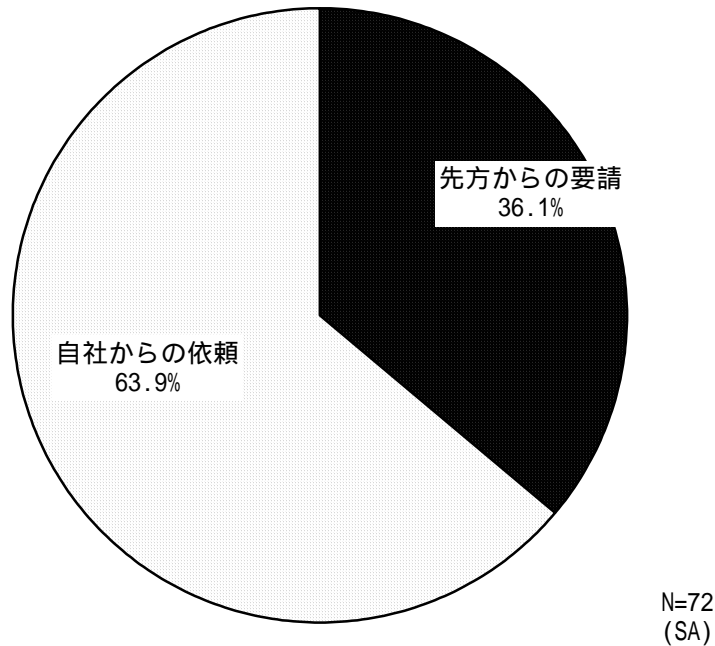


業務提携 提携内容

N=226
(MA)



問2-1 業務提携 提携の契機



問7 海外展開に関する支援策の活用

問7 - 2 支援策に対するニーズ

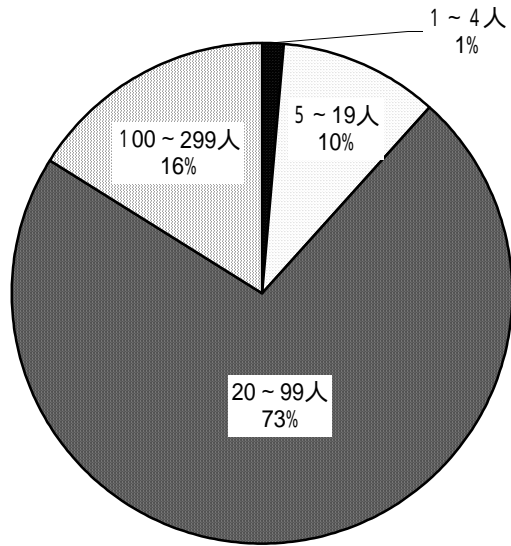
A	知的財産権の保護
B	親身な相談相手としての役割
C	知的財産権・契約等に関する実務支援
D	現地販売先確保の可能性の有無等各種情報の提供
E	インターネット等を活用した各種情報・相談機能の整備
F	海外展示会への出展などにかかるコストへの補助金等を給付
G	米国の国・機関による支援と我が国の国・機関による支援の格差の解消
H	現地の雇用情報、特に社会保険関連などの負担が重い
I	公的機関によるコンサルティングサービス
J	長期資金の導入<政府系金融機関より>が必要
K	リスク管理の重要性と問題発生時の対処方法の説明会などの開催
L	海外進出のデメリットについての情報を多く知らせる活動。またそのデメリットについての解決策等の具体的な広報。
M	無料の取引先の信用調査など
N	相手国の税制についての細かい問題点は現地会計士又は弁護士に直接相談せざるを得ない。進出後のフォローについて仲介、又は相談して解決していける体制。
O	海外に派遣する人材が社内のみ範囲では不足して、交代要員もない。適当な斡旋をしてもらえる機関があれば良い。
P	様々な支援策があるようだが、どこで、どういう支援策があるのか不明。もっと一元的に分かりやすく提案してほしい。

アンケート自由回答及び企業往訪ヒアリング内容より抜粋

・海外展開未実施企業に関するアンケート結果（調査票B）

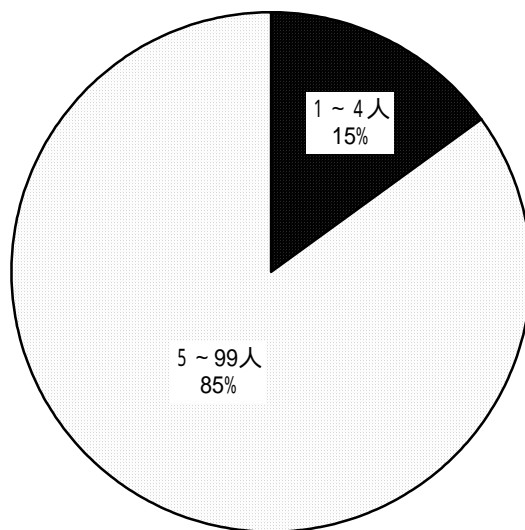
海外未展開企業のプロフィール

従業員数別企業数割合（製造業）



N=3735
(SA)

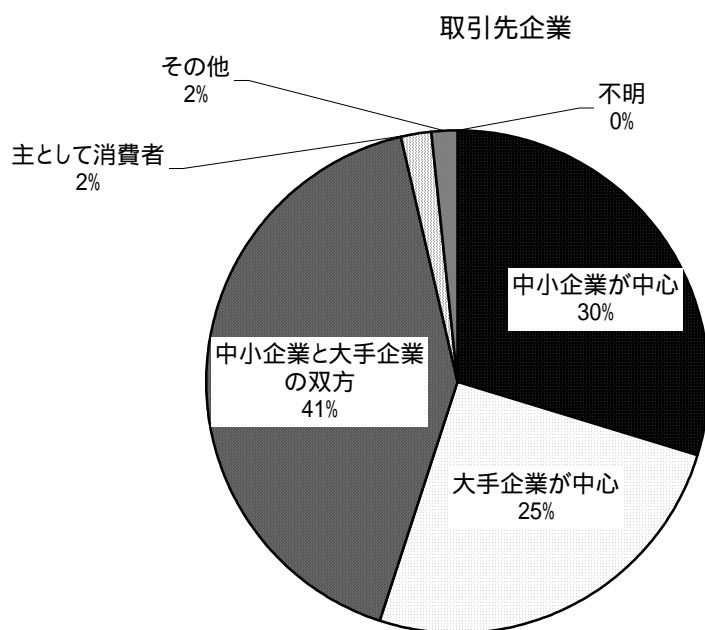
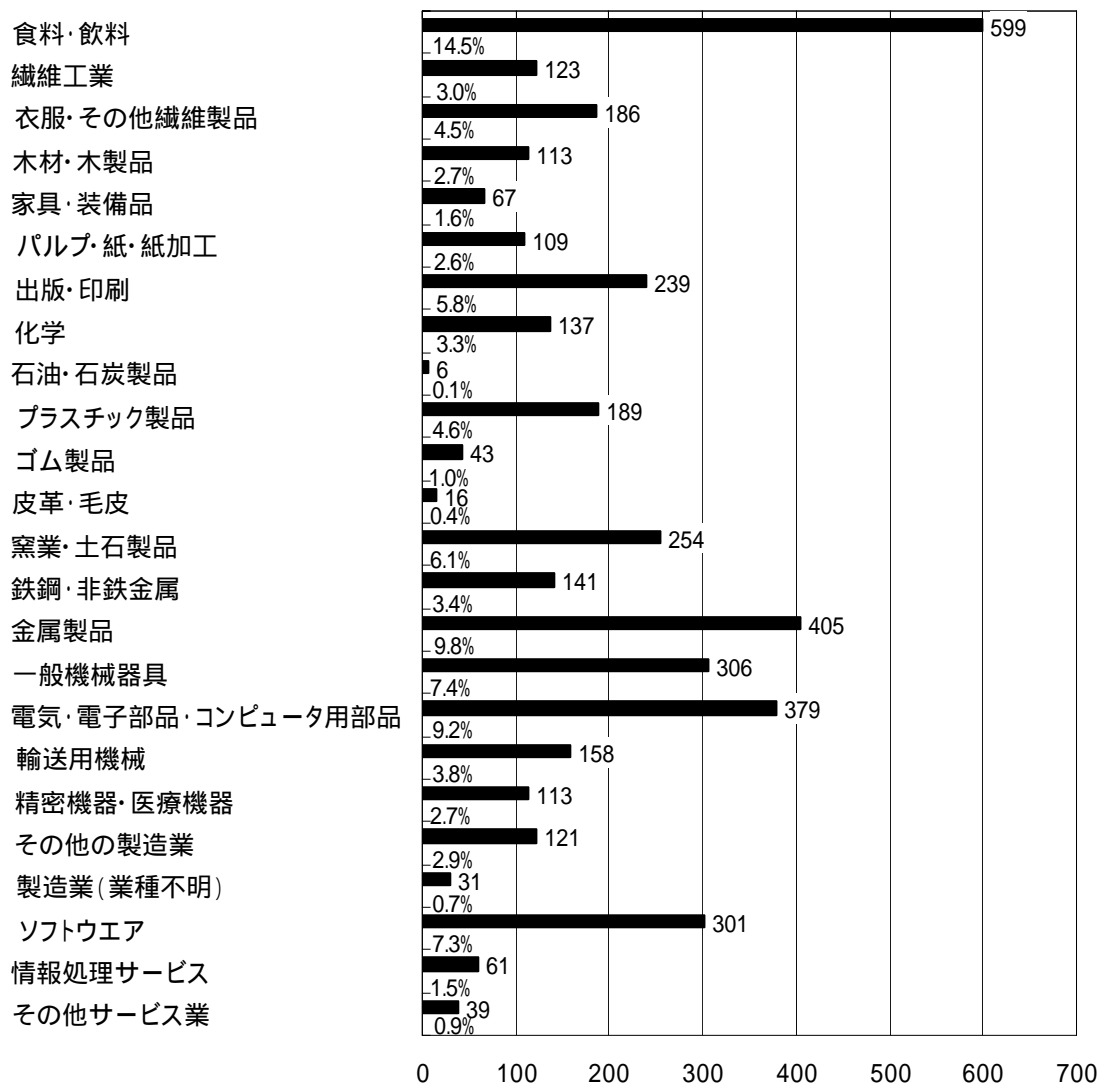
従業員数別企業数割合（サービス業）



N=401
(SA)

業種別未展開企業数

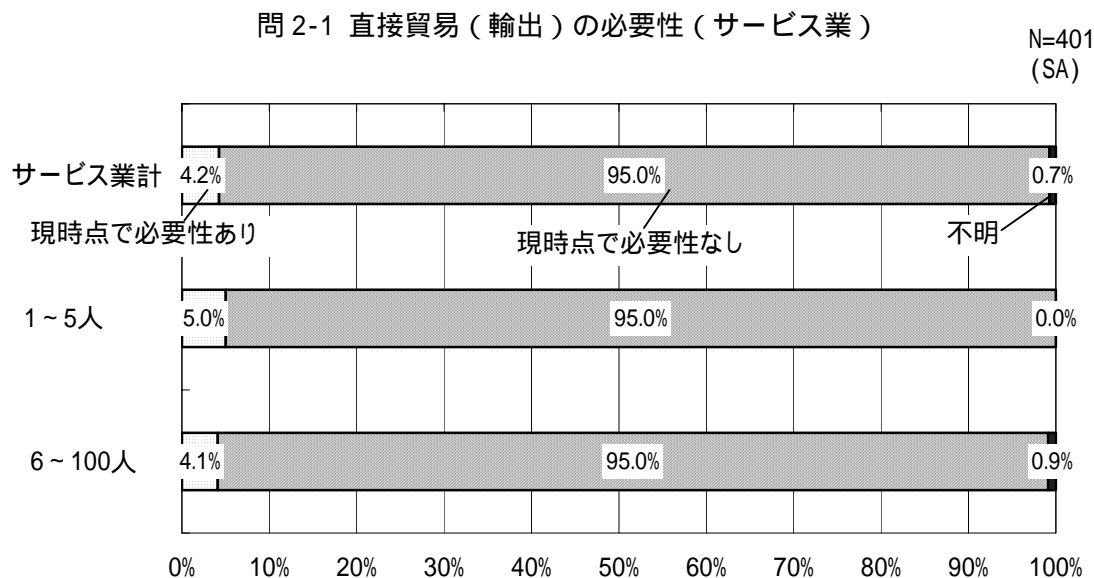
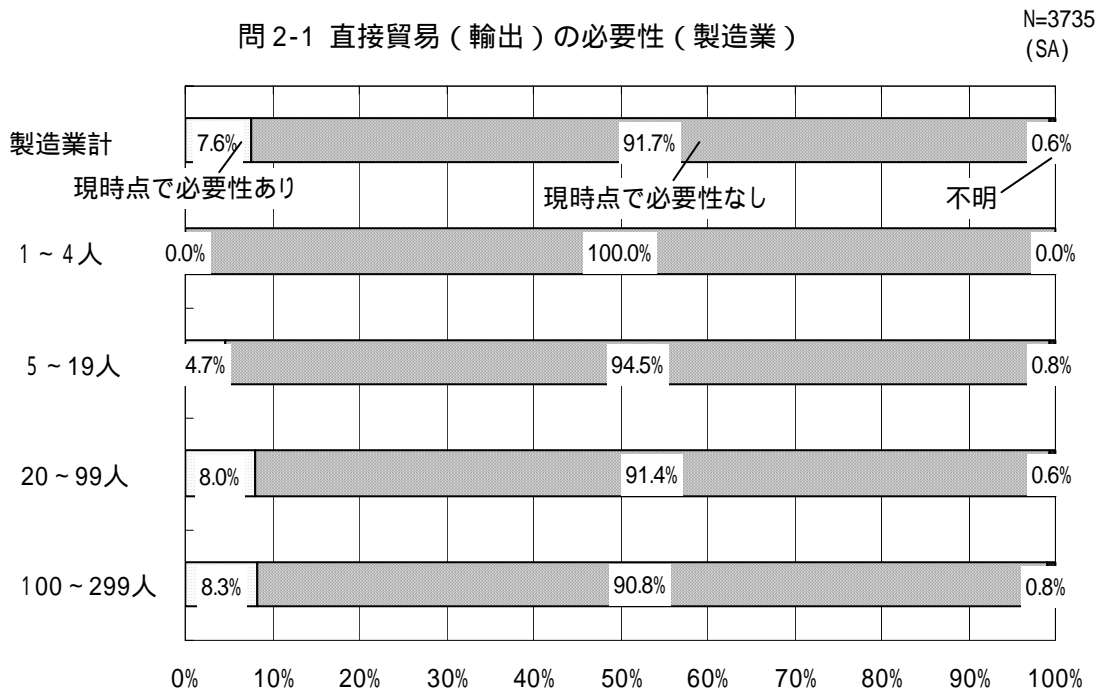
N=4136
(SA)



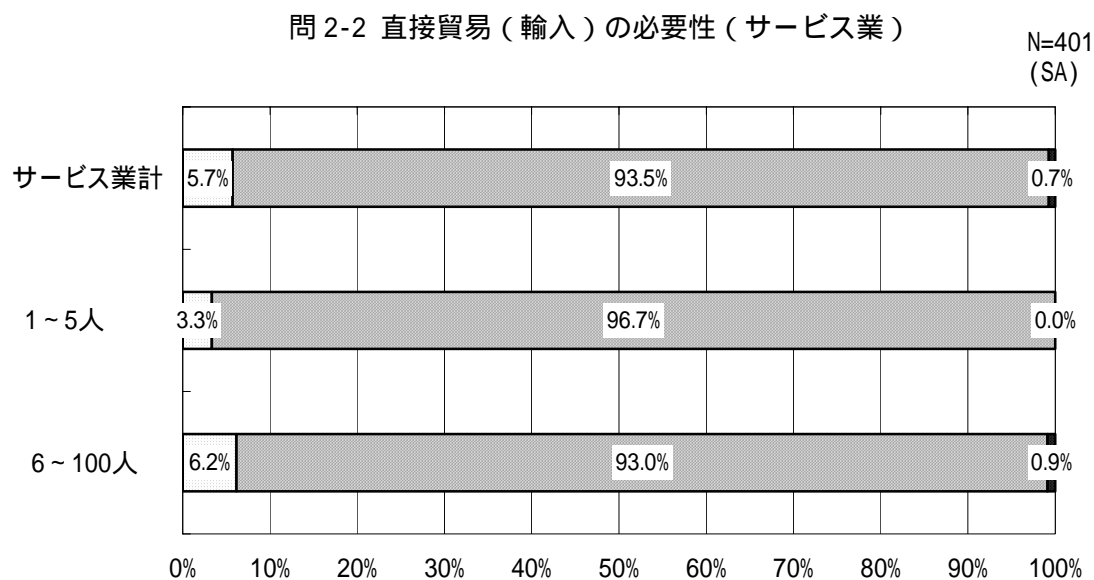
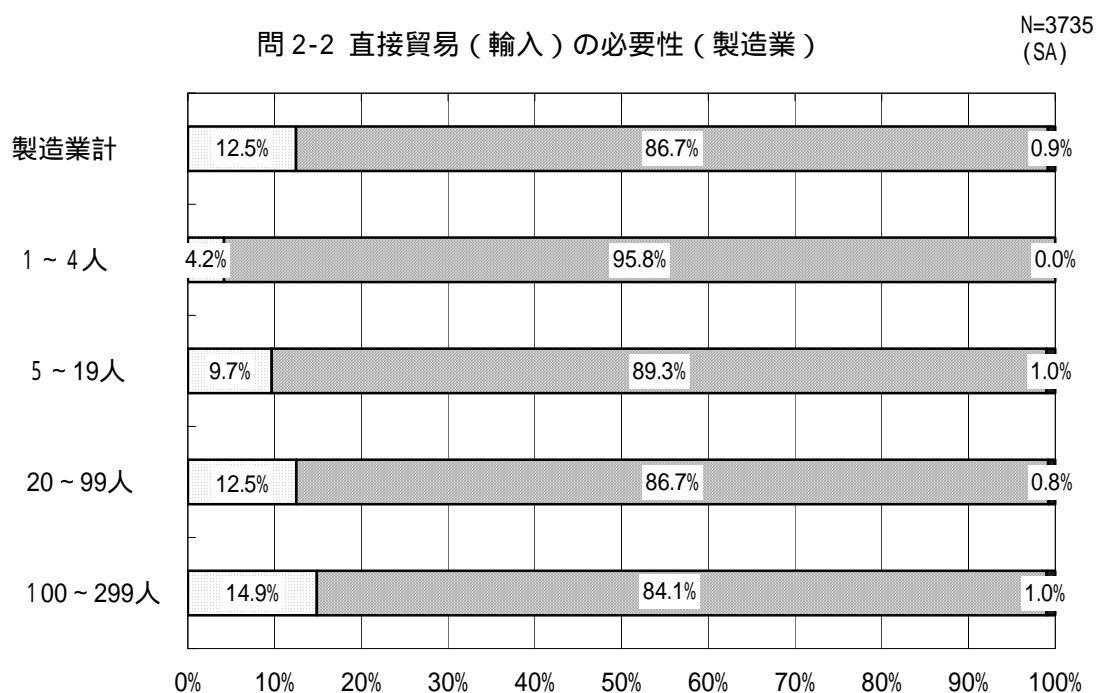
N=4536
(SA)

問2 国際化社会への対応について 直接貿易

問2-1 輸出



問 2 - 2 輸入



・ 支援機関の考える支援事業の今後の方向性（目的及び方法）の事例

（目的）

A	進出後の事業運営において、問題となっている具体的課題の解決支援
B	受発注取引の拡大
C	海外への販路開拓の支援が重要になっている
D	進出企業同士の情報交換が重要になっている
E	中国を始めとした海外市場への販路開拓支援と製造拠点の移転、撤去に関する支援
F	現地販売や第3次産業の現地進出を対象とした支援が重要になっている
G	県内IT・コンテンツ関連企業の海外進出支援
H	産業分野の重点的展開～北海道の基幹産業であり全国的に優位性のある「食」「観光」など特定の分野の産業を重点に据え、民間と行政が協力して海外展開を進める
I	県内企業に対して実施した調査の結果では、「期待する公的な国際ビジネス振興・支援策」としては、「販路開拓コーディネーターの紹介」や「海外取引先の紹介」など、実際の取引機会に直結する活動に対して、規模の小さい企業からの要望が多く、新たな海外展開に関心を持っていても、海外ビジネスのノウハウを有していない、また資金面、人材面等の問題で海外ビジネス活動に取り組みていない企業に対する支援の必要性は高い
J	海外展開に係る様々な支援機関の各種情報について、企業が効率よく活用できるよう、整理された形で提供される必要がある
K	中小企業が不足する海外の情報や国際ビジネスのノウハウを提供するため、市場調査等の海外進出のための事前調査から海外展開後のフォローまで一貫した支援体制を整備することが必要。そのために中小機構と一層の連携をしたい。
L	市内中小企業向けに、特に成長の著しく日本からの企業進出が活発な東アジア地域を中心に、今後の市場動向や商業関係法体系、知的財産管理手法等の情報提供等を行うこと
M	行政レベルで、取引や商談まで踏み込んだ支援策は、企業もそこまで望んでいない。アドバイザー制度のような踏み込んだものは必ずしも必要でない
N	海外(中国等)企業との業務提携、海外企業(中国等)商品の取扱の具体的開始方法、注意事項、契約書案文等の提供
O	これまでの当県の海外駐在員の支援は、中国への進出支援が中心であったが、今後は、中国企業と県内企業とのビジネスマッチングの業務が重要になってくる
P	対象地域への機動的展開～東アジア地域、ロシア極東地域は引き続き取り組みを進め、ビジネスチャンスの拡大が見込まれる地域に対して機動的に効果的な施策を展開する

(方法)

A	取引や商談まで踏み込んだ具体的な支援というよりは、貿易を行う上での環境を整備し、あくまで県内企業が自主的に国際化に踏み切るという状況を醸成するのが重要と思う
B	アジア（上海、タイ、ベトナム、台湾）の公的人材開発機関と提携し、日本でのビジネスに関心のある研修生を受け入れ、当該国に関心のある中小企業とマッチングし、研修を行うことにより、相互に理解を深める（平成 18 年度から実施予定）
C	個別具体の専門的な相談に対応できるよう、海外のビジネスコンサルティング会社をはじめとして民間企業の力を活用した支援策が求められる
D	関係機関の支援情報を収集し、企業が活用しやすい情報提供が求められる
E	海外進出を決定する判断材料として、重要な要因である進出先現地の最新の法制度、許認可手続及びマーケット情報等を入手するための情報収集ネットワークづくりが求められる
F	現地の法制度に基づいた投資実務の具体的なコンサルティングが求められる
G	ネット上の商談会場に分野別ゾーン（取り纏め団体による大型参加には特別ゾーン）を設け、ビジネスニーズの翻訳、PR・広報並びにマッチングサービスを行う。またバーチャル商談会出展企業の来阪時に、直接商談を行う機会を提供。
H	個々の企業ニーズに応じた専門性の高い情報提供等が求められている
I	中国現地での展示会参加への支援など、中国市場での販路拡大支援が求められる。また、現地政府と連携した進出企業への情報提供などの支援が求められている。
J	地域の留学生と地場企業との雇用マッチング事業の実施など
K	中小企業が海外進出に至る各段階で不足する情報を提供し、必要な支援策を総合的に提供できる体制を構築するため、国、府、市等の国際ビジネス支援機関がネットワークを強化し、一貫した支援体制を整備することが求められる
L	講習会での一般的な知識の習得 + 個別相談会での具体的アドバイスという流れが有効と考える
M	在外コンサルティング会社、専門家等との連携
N	各国のマーケティングに詳しいコンサルティングが求められている（コンサルの紹介など）
O	事業として特に支援メニューがないため、これまでどおり他の支援専門機関との連携により支援していきたい
P	（「支援事業の目的」で記載したように）「販路開拓コーディネーターの紹介」や「海外取引先の紹介」など、実際の取引機会に直結する支援事業が求められていると考える

支援機関アンケートの自由回答から抜粋