

調査概要

1. 実施内容

(1) 企業アンケート調査

全国から中小企業を抽出してアンケート調査を行うことにより、直接投資、業務提携、直接貿易の3つの視点から海外展開の状況、課題、今後の展望、及び海外展開に際する準備状況と支援機関へのニーズなどについて調査した。

実施状況

- ・実施時期：平成17年9月7日から9月30日
- ・調査対象：全国50,000社の中小企業

総務省事業所統計調査で登録されている全国の全民営事業所から、都道府県別事業所の分布と従業員規模別に無作為抽出。

内訳は次のとおり。

）製造業	45,000社	
	従業員20人以上300人未満	40,000社
	従業員5人以上20人未満	2,500社
	従業員4人以下	2,500社
）サービス業	5,000社	
	従業員100人以下のソフトウェア業	4,000社
	従業員100人以下の情報処理サービス業	1,000社

- ・調査方法：郵送式（調査票を郵送し、郵送にて回収。一部についてはファックスにて回収。）

回収状況

- ・回収数 4,890社（回収率9.8%）
- ・内訳

海外展開実施済み企業	754社（回答企業の15.4%）
海外展開未実施企業	4,136社（回答企業の84.6%）
製造業	3,735社
サービス業	401社

(2) 支援機関アンケート調査

本調査では、企業の海外展開を支援している全国の行政機関、支援機関、及び中小企業を対象とした官民の各種機関に対するアンケート調査を行い、支援事業の内容とそれに対する中小企業のニーズなどについて把握した。対象としたのは 195 機関であり、86 機関から回答を得た。

質問項目

中小企業向け施策

- ・ 中小企業の海外展開に対する支援・促進のための施策メニュー
- ・ 中小企業の輸出入に対する支援・促進のための施策メニュー

中小企業の支援ニーズ

- ・ 中小企業の活用度合いが高い施策メニュー
- ・ 海外展開を目指す、あるいは海外展開済みの中小企業の支援事業ニーズ

対象機関

地方行政機関（都道府県及び政令指定都市）

都道府県等中小企業支援センター

各地の商工会議所

経済産業省経済産業局

関連省庁の関係団体（日本貿易振興機構、金融機関、保険機関など）

(3) 企業ヒアリング調査

本調査では、アンケート回答結果から特徴的な回答をしている企業を 11 社抽出し、撤退を含む海外展開の状況や課題、準備状況、支援事業に関するニーズなどについて、企業の代表者や役員などに対する往訪取材を行った。

また、海外進出に関する課題についていくつかのテーマを設定し、それに係る回答をしている企業を 20 社抽出し、電話によるヒアリング調査を実施した。

(注) アンケートグラフの見かたについて

本調査におけるアンケート調査票は、選択肢を選ぶ形式のものが大多数を占めている。本文中に回答結果をグラフと共に示しているが、図中に“ S A ”とあるのは選択肢を一つ選ぶ設問、“ M A ”とあるのは選択肢を複数選択可とした設問である。

また、アンケート結果の解説においては、「最も主要な」という表現を用いているところがある。これは例えば、1つの企業が複数の現地法人を持っている、複数の提携先がある、などの場合に、その企業にとってウエイトの大きいものから順に最大3つまでの事例について回答を求めるような形式をとっているためである。なお、本文においては原則、最も主要な(=最もウエイトの大きい)事例について解説することとし、それ以外の事例については資料編に掲載している。

(注) 直接投資、業務提携、直接貿易について

本調査では、企業の対外展開として「直接投資」、「業務提携」及び「直接貿易」をとりあげている。本調査におけるそれらの定義は次のとおりである。

- ・ 直接投資 資金を投下して海外に現地法人や支店を設立し、取引を行っている場合をさす。海外事務所のみ場合は除く。
- ・ 業務提携 海外企業との間で契約及びその他の合意に基づき、業務上の協力関係を構築している場合を指す。(生産委託、販売委託、技術供与・導入等)
- ・ 直接貿易 上記以外で、自社の製品、商品あるいはソフトウェアなどの販売ないし調達を外国における特定の相手先企業(日系企業、現地資本企業などを問わず)との間で行うことをさす。自社製品・商品の販売や必要な品目の調達を全面的に商社等に依存している場合は除く。

2. 調査結果の総括～企業アンケート結果～

(1) 中小企業の海外展開の現状

海外展開（直接投資、業務提携、直接貿易実施）企業のプロフィール

- ・企業所在地をみると、東京都（回答全体の16.4%）が最も多く、以下、大阪、愛知、埼玉の各府県の順となっている。また海外展開企業の割合が最も高かったのは滋賀県（当該地域からの回答の50.0%）であり、以下、大阪、京都、東京、長野、岡山、愛知の各都府県が続いている。
- ・企業規模をみると、50～100人（回答全体の31.4%）、20～50人（同28.5%）などが中心である。また、100～200人が同25.2%、200人以上が同9.4%となっている。
- ・業種をみると、一般機械（回答全体の14.9%）と電機（同12.5%）が多く、次いで金属製品、食品、衣類の順となっている。一方、海外展開企業の割合が高かったのは、化学（当該業種からの回答の27.5%）、精密機器（同27.1%）、一般機械（同26.8%）であり、以下、衣類や革製品が続いている。
- ・取引先企業については、「中小企業と大手企業双方」（回答全体の50.0%）、「大手企業が中心」（同31.8%）、「中小企業が中心」（同16.2%）の順となっている。

海外展開の現状

直接投資

- ・直接投資実施企業は346社であり、海外展開企業の45.9%、回答企業全体の7.7%に相当する。
- ・業種をみると、電機（11.3%）、金属製品（9.8%）、一般機械（8.7%）が多く、次いでプラスチックや繊維が続いている。
- ・進出先の国・地域は上海周辺（24.6%）が最も多く、次いでタイ（11.0%）、米国（9.0%）、北京周辺（7.5%）、広州周辺（6.9%）となっており、中国が約4割を占める。
- ・海外現地法人の従業員規模は、20～50人（21.4%）、5～20人（15.3%）、50～100人（11.6%）、100～200人（13.6%）の現地法人が大きな割合を占めている。しかし、200～300人（7.5%）、300人以上（14.2%）という回答もあり、中小企業ながらも海外では大きく展開している面もみられる。
- ・現地法人設立時期は1991年以降が全体の75.7%を占めている。特に2001年から2005年までの5年間で38.2%を占め、かなり集中している。
- ・設立形態は単独出資が54.6%と過半を占めている。

- ・現地法人の機能は、生産機能が81.2%、販売機能が60.7%となっている。それ以外では市場開拓機能と調達機能が比較的目立っている。
- ・進出動機として最も多いのは「将来の環境変化に対する備え」(同 33.5%)であるが、「取引先の要請」、「取引先追従」、「国内競争力低下のため」と受動的な動機もそれぞれ一定以上の割合を占め、拮抗した状況にある。

業務提携

- ・業務提携実施企業は226社で、海外展開企業の30.0%、回答企業全体の5.0%を占める。
- ・相手先の国・地域は上海周辺(19.9%)、韓国(15.0%)、広州周辺(13.3%)、米国(9.3%)であり、国単位では中国が最も多いが、韓国の比重も高いことが注目される。
- ・提携開始年は1991年以降が79.6%であり、そのうち2001年以降が48.2%と最近の提携が目立っている。
- ・提携の内容は生産委託(61.1%)、技術供与(35.8%)、販売委託(19.0%)の順となっている。
- ・提携の契機は、「自社からの依頼」(58.0%)、「先方からの要請」(32.3%)であり、日本側からの働きかけが大きい。

直接貿易

- ・直接貿易実施企業は529社であり、海外展開企業の70.2%、回答企業全体の11.8%を占めている。
- ・輸出の相手先国・地域は米国(13.0%)が最も多く、次いで韓国(8.7%)、台湾(7.8%)、上海周辺(6.6%)の順となっている。国単位ではアメリカと中国がほぼ並んでいる。
- ・輸入の相手先国・地域は韓国(10.0%)、上海周辺(10.0%)、台湾(7.9%)、広州周辺(5.1%)、米国(5.1%)の順となっている。国単位では中国が4割近くに達しており、圧倒的に多い。

撤退

- ・撤退実施企業は76社で、海外展開企業の10.1%にのぼっている。
- ・撤退した国・地域は、韓国(12社)、米国(9社)が多く、その他タイ、台湾、インドネシア、大連周辺が目立つ。
- ・撤退法人の設立時期は1995年以前が6割を占めている。また撤退時期は1996年から2000年が4分の1、2001年から2005年が半数と、近年に集中している。
- ・撤退法人の形態は、現地との合併(32.9%)、単独(30.3%)となっている。
- ・撤退の理由は、「受注先・販売先の確保が困難」(28.9%)、「生産・品質管理が困難」(27.6%)、「現地パートナーとのトラブル」(21.1%)、「コストの上昇」(14.5%)などが目立つ。

海外展開における課題と見通し

直接投資

- ・課題として最も多くあげられたのは「マネジメント層の確保」や「収益力強化」、「現場労働力の確保」であるが、「製造品の品質」、「生産コスト」、「技術者の確保」なども目立っている。
- ・過去と比べて悪化が著しい課題は、「人件費」、「福利厚生費」、「生産コスト」、「電力コスト」など、コスト要因に関する点が多く指摘されている。将来悪化が見込まれる課題としては、上記の要因に加えて、「現地での競合」があげられている。
- ・一方、将来的に大きな改善が見込まれる課題としては、「労働力の確保」、「販売先および調達先の確保」、「物流」といった生産・環境条件が中心であるが、これに加えて、「製造品の品質」や「生産の効率性」など、自社の能力向上に関する点についても良好な見通しとなっている。

業務提携

- ・現状の課題は、「相手の技術・生産力」が最も多くあげられ、以下、「相手との全般的な信頼関係」、「相手の市場での競争力」の順となっている。
- ・過去と比べて改善したという回答の割合が高かったのは、「相手の技術・生産力」と「全般的な信頼関係」であった。今後の改善への期待が大きいのは「相手企業の技術・生産力」と「相手企業の競争力」であった。

直接貿易

- ・現状の課題で多くあげられたのは「輸入品の品質管理」(37.8%)、「輸出製品の海外市場における競争力」(30.4%)、「輸入製品の国内市場における競争力」(28.4%)である。
- ・過去と比べて悪化したという回答が多かったのは、輸出・輸入ともに「市場における競争力」であり、改善したという回答が多かったのは、「調達に関する情報」と「輸入の際の納期管理」であった。今後の改善については、「貿易代理店の確保」、「輸入の際の品質管理」への期待が大きい。

海外展開にあたっての準備

- ・海外展開の準備として取り組んだ項目と取り組み不足だったと考えられる項目の上位5項目を形態別に抽出すると下表のとおりである。
- ・全体として現地の法律・税制、運営体制の構築、管理者教育に対する不足感が強い。
- ・また、事前に取り組んだものの不足感が高かった項目としては、直接投資では「現地の法律・税制」、業務提携では「パートナー企業調査」、直接貿易では「現地ニーズ・競合環境」および「パートナー調査」があげられる。

形態	取り組んだ項目	件数	取り組み不足であった項目	件数
直接投資	労働力	219	現地の法律・税制	117
	全体スケジュール	177	管理者教育	89
	現地の法律・税制	171	運営体制構築	88
	立地基盤	170	コスト削減目標設定	77
	生産目標設定	168	技術者教育	77
業務提携	パートナー企業調査	94	現地の法律・税制	41
	生産目標設定	70	管理者教育	29
	全体スケジュール	69	投資許可取得	26
	現地ニーズ・競合環境	63	パートナー企業調査	24
	輸出入手続き	63	物流コスト	24
直接貿易	輸出入手続き	124	現地の法律・税制	51
	現地ニーズ・競合環境	111	物流コスト	40
	パートナー企業調査	105	現地ニーズ・競合環境	39
	販売先確保	84	パートナー企業調査	37
	物流コスト	71	知的財産保護	34
撤退企業	労働力	30	管理者教育	24
	立地基盤	25	撤退方法検討	22
	全体スケジュール	25	運営体制構築	21
	派遣人材の確保	22	現地ニーズ・競合環境	20
	生産目標設定	21	現地の法律・税制	18
	販売目標設定	21		-
	技術者教育	21		-

今後の取り組み

- ・海外展開に関する今後の取り組みに対する回答企業数 281 社の内、海外展開対象国としてベトナムをあげた企業が 63 社と最も多く、次いで上海周辺、大連周辺、米国、タイ、インド、広州周辺が続いている。
- ・海外進出の形態としては、「輸出」(95 件)、「直接投資」(76 件)、「業務提携」(72 件)、「輸入」(61 件)であり、現状と比較しても、輸出と業務提携の比重が高まっている。

(2) 海外未展開企業の現状

海外未展開企業のプロフィール

- ・海外展開未実施企業の従業員規模は 20～50 人(回答企業の 43.3%)、50～100 人(同 26.3%)、5～20 人(同 13.4%)となっている。
- ・業種は食品(同 14.5%)、金属製品(同 9.8%)、電機・電子(同 9.2%)、一般機械(同 7.4%)、ソフトウェア(同 7.3%)などである。
- ・取引先企業は、「中小企業と大手企業双方」(同 41.4%)、「中小企業中心」(同 29.8%)、「大手企業中心」(同 25.1%)となっている。

海外展開への意向

- ・未実施企業の事業環境変化への対応方向としては、「海外展開が困難」とする企業が 1,542 社、「海外展開以外の手法で対応する」という企業が 1,937 社と、海外展

- 開に消極的な企業が84%を占める。小規模な企業ほど消極的な傾向にある。
- ・未実施企業のうち「海外展開を行う必要がある」と回答した企業は3,735社中1,092社を占めている。形態別では輸入、直接投資・業務提携、輸出の順である。

海外展開困難企業と展開不要企業

- ・「海外展開が困難」と回答している企業は3,735社中1,542社である。その理由としては「国内の経営のことで精一杯」(困難企業の60.6%)が最も多く、次いで、「人材不足」(同46.4%)、「ノウハウ不足」(同38.8%)となっている。
- ・一方、「海外展開以外の手法で対応する」と回答している企業は1,937社である。その理由としては「国内での取り組みで十分対応可能」(不要企業の40.3%)が最も多く、次いで「自社製品が海外生産・販売に不適」、「メリットがない」などの順となっている。
- ・「海外展開以外の手法で対応する」と回答している企業がもし将来的に海外展開を行うとするとした場合、その理由としてあげられるのは、「国内市場の縮小」、「部品・原材料などの調達基盤拡大」、及び「国内での競争力低下」などである。