

## 第7章 まとめ（海外展開企業・非展開企業比較）

海外展開企業と非展開企業の調査結果から、以下の5つの視点から分析する。

1. 海外展開別（直接投資、業務提携、輸出、輸入）の相違点
2. 海外展開企業と海外非展開企業の企業プロフィールの相違点
3. 海外展開企業と海外非展開企業における今後の見通しに対する相違点
4. 海外展開企業と海外非展開企業における撤退に関する相違点
5. 海外展開企業と海外非展開企業の支援サービスに対する認知・利用の相違点

### 1. 海外展開別（直接投資、業務提携、輸出、輸入）の相違点

#### （1）相手国

直接投資、業務提携、直接貿易（輸出）、直接貿易（輸入）における相手国の上位は下表の通りで、いずれも相手国として中国の割合が極めて高く、又アジアの国が上位にランクされている。現状中小企業の海外展開は、中国を中心にアジア諸国を相手に展開されているのが実態である。

海外投資においては、中国に続きタイへ進出している企業が16.6%と高い結果になっている。

一方、業務提携、直接貿易（輸出）では、中国に続き韓国、直接貿易（輸入）においては、中国の次に米国が続いている。

図表 7-1 海外展開別相手国-上位5国

	直接投資 N=721	業務提携・技術提携 N=572	直接貿易(輸出) N=901	直接貿易(輸入) N=1,036
1位	中国 n=485 67.3%	中国 n=226 39.5%	中国 n=224 24.9%	中国 n=496 47.9%
2位	タイ n=120 16.6%	韓国 n=62 10.8%	韓国 n=112 12.4%	米国 n=93 9.0%
3位	米国 n=109 15.1%	米国 n=58 10.1%	米国 n=112 12.4%	韓国 n=84 8.1%
4位	香港 n=97 13.5%	台湾 n=50 8.7%	台湾 n=71 7.9%	台湾 n=61 5.9%
5位	韓国 n=62 8.6%	ドイツ n=19 3.3%	タイ n=49 5.4%	ドイツ n=35 3.4%

※海外投資は進出国、業務提携は最も重要な業務提携案件の相手国、直接貿易は最も重要な輸出先国及び輸入先国

(2) 現状の課題

直接投資、業務提携、直接貿易（輸出）、直接貿易（輸入）における現状の課題の上位は下表の通りで、海外投資においては生産・賃金コストの上昇及び人材確保が課題の上位を占めている。業務提携では、提携先の技術力・競争力等が課題に挙げられている。直接貿易においては輸出入とも製品・商品・サービスの競争力や納期・品質の管理等が課題の上位に挙げられている。

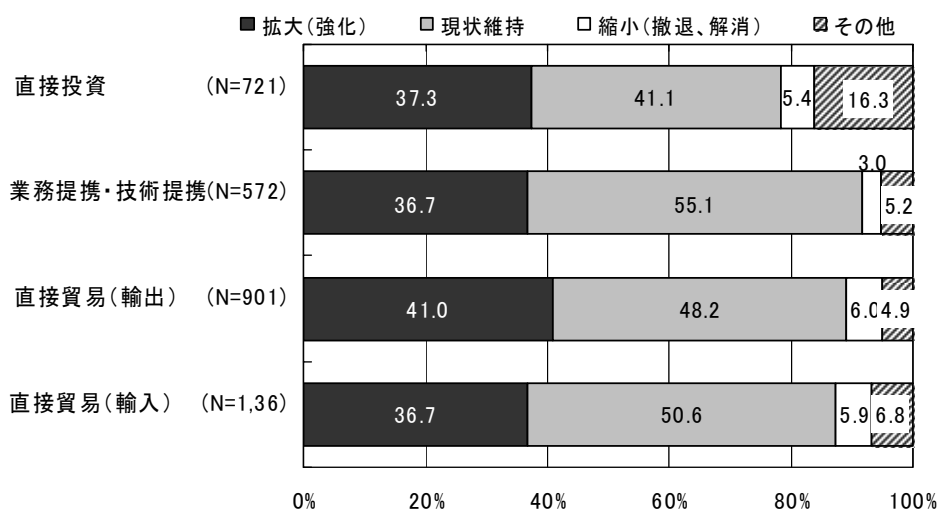
図表 7-2 海外展開別現状の課題-上位5項目

	直接投資 N=721	業務提携・技術提携 N=572	直接貿易(輸出) N=901	直接貿易(輸入) N=1,036
1位	生産コストの上昇 n=304 42.2%	提携先企業の技術力・生産能力 n=199 34.8%	輸出製品・商品、サービスの海外での競争力 n=380 42.2%	輸入製品・商品の品質管理 n=596 57.5%
2位	現場労働者の賃金水準上昇によるコストアップ n=282 39.1%	提携先との全般的な信頼関係、パートナーシップ n=186 32.5%	円滑な売掛金の回収 n=239 26.5%	輸入製品・商品の納期管理 n=441 42.6%
3位	質の高いマネジメント層人材の確保 n=271 37.6%	提携先企業の市場での競争力 n=154 26.9%	海外市場ニーズ把握の困難性 n=198 22.0%	輸入製品・商品、サービスの海外での競争力 n=380 36.7%
4位	質の高い現場労働者の確保 n=263 36.5%	業務提携契約の確実性 n=113 19.8%	営業力・業務能力のある海外貿易代理店の開拓・確保 n=197 21.9%	貿易実務、現地手続き等の対応力 n=109 10.5%
5位	収益力の悪化 n=246 34.1%	特許、著作権、営業上の秘密等知的財産の取扱い n=53 9.3%	海外での物流コスト n=144 16.0%	実務能力のある海外貿易代理店の開拓・確保 n=33 3.2%

(3) 今後の活動展開

直接投資、業務提携、直接貿易（輸出）、直接貿易（輸入）における今後の活動展開を見ると、いずれも「現状維持」が4割～5割、「拡大（強化）」が4割程度となり、現状維持又は拡大（強化）が全体の8～9割を占めている。一方、「縮小（撤退、解消）」の割合はいずれも僅少である。

図表 7-3 海外展開別今後の活動展開

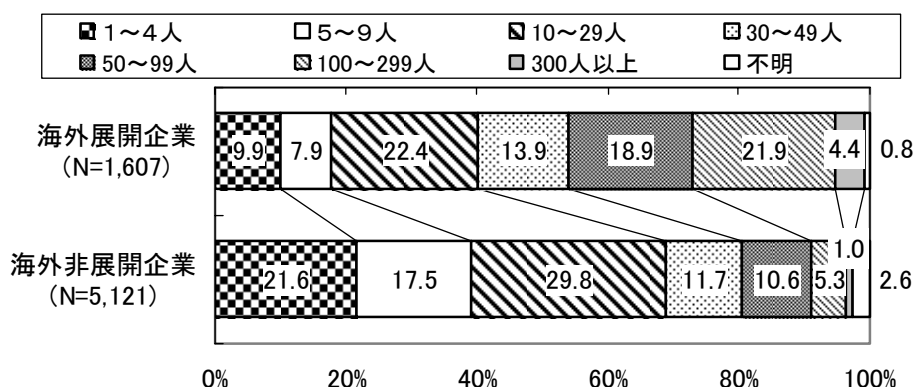


## 2. 海外展開企業と非展開企業の企業プロフィールの相違点

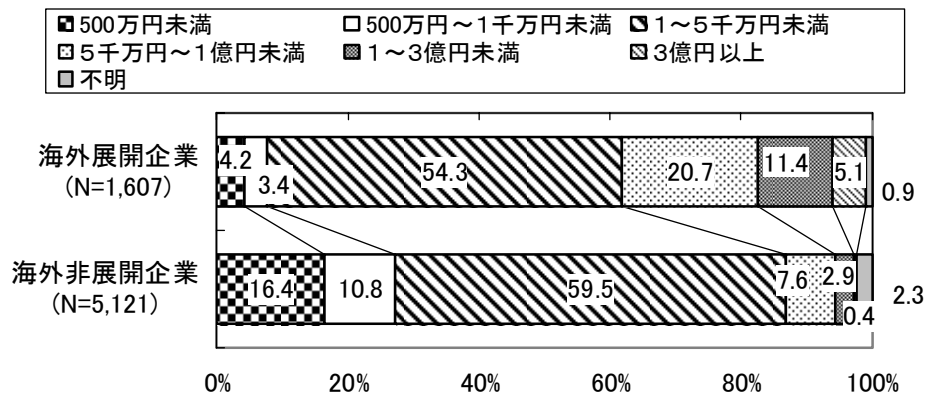
### (1) 会社規模別

会社規模別構成比（従業員数、資本金、売上）について海外展開企業と海外非展開企業と比べてみると、従業員数、資本金、売上いずれも海外展開企業は海外非展開企業に比べ規模の大きな企業の占める割合が高くなっている。現状海外展開している企業は、中小企業の中でも規模の大きな企業が中心となっている。

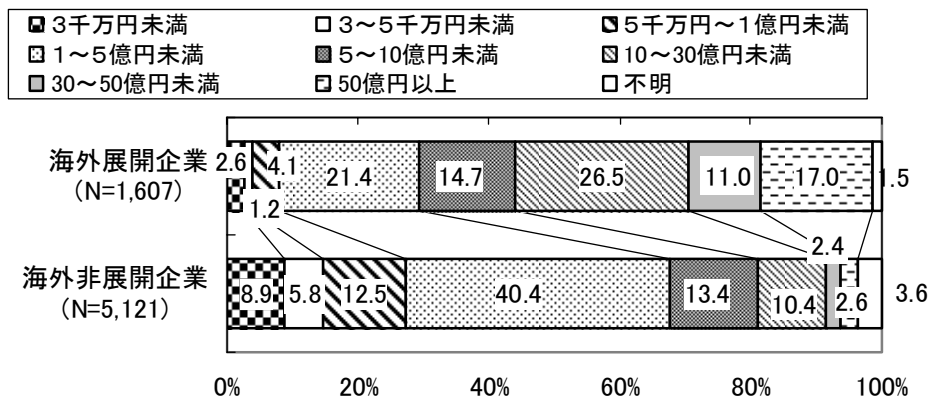
図表 7-4 海外展開企業・海外非展開企業従業員数別構成比



図表 7-5 海外展開企業・海外非展開企業資本金別構成比



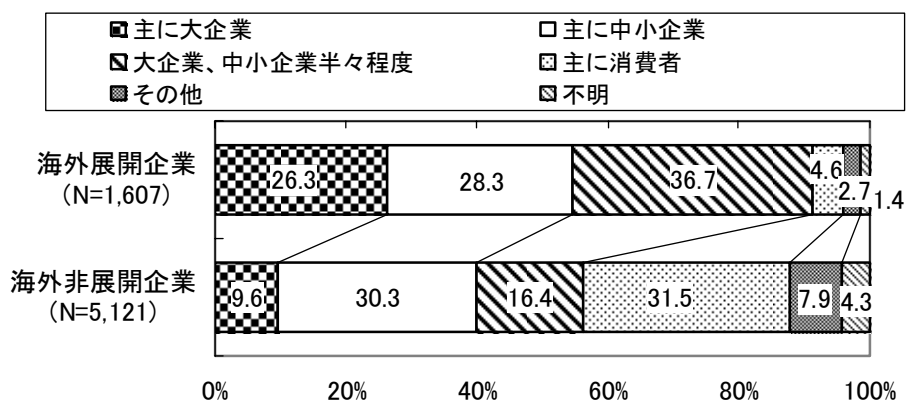
図表 7-6 海外展開企業・海外非展開企業売上規模別構成比



(2) 取引先別

取引先別構成比をみると、海外展開企業は大企業を中心に企業を取引先としている企業の割合が高くなっている。一方、海外非展開企業は消費者を取引先としている企業の割合が高いのが目立っている。この結果から、現状中小企業の海外展開の多くがB to B型の企業であることが読み取れる。

図表 7-7 海外展開企業・海外非展開企業取引先別構成比

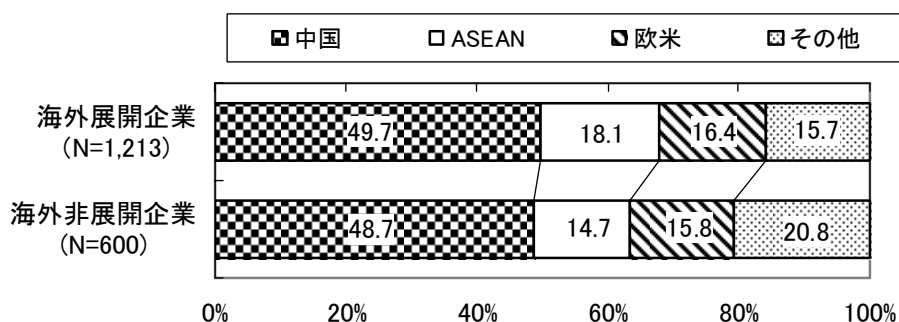


### 3. 海外展開企業と非展開企業の今後の見通しに対する相違点

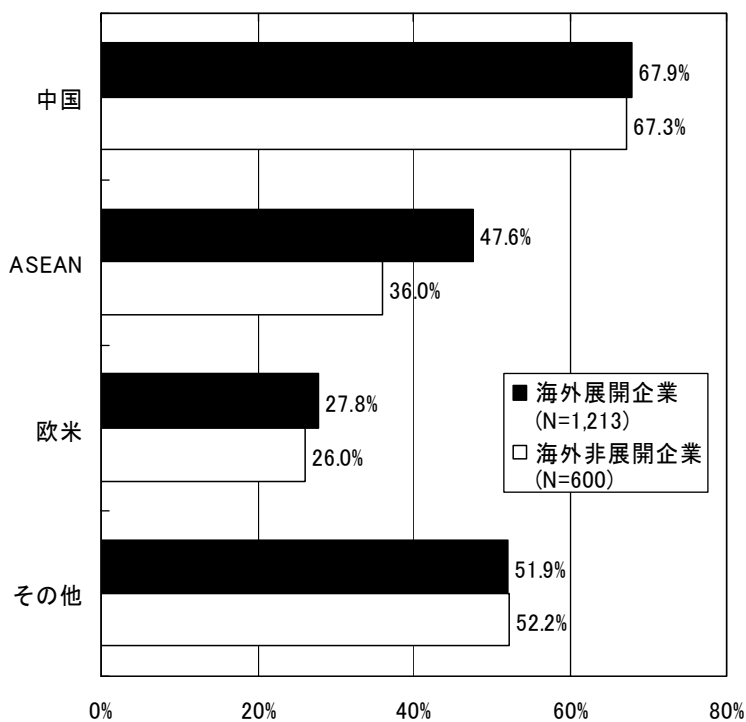
#### (1) 重視している地域

海外展開企業、海外非展開企業とも、最も重視している地域に「中国」を挙げている。また、3番目までに重視している地域においても「中国」を挙げる企業がほぼ7割を占め、トップとなっている。この結果から、今後もわが国中小企業の海外展開のターゲットは「中国」であることに変わりはないと推察される。

図表 7-8 最も重視する地域



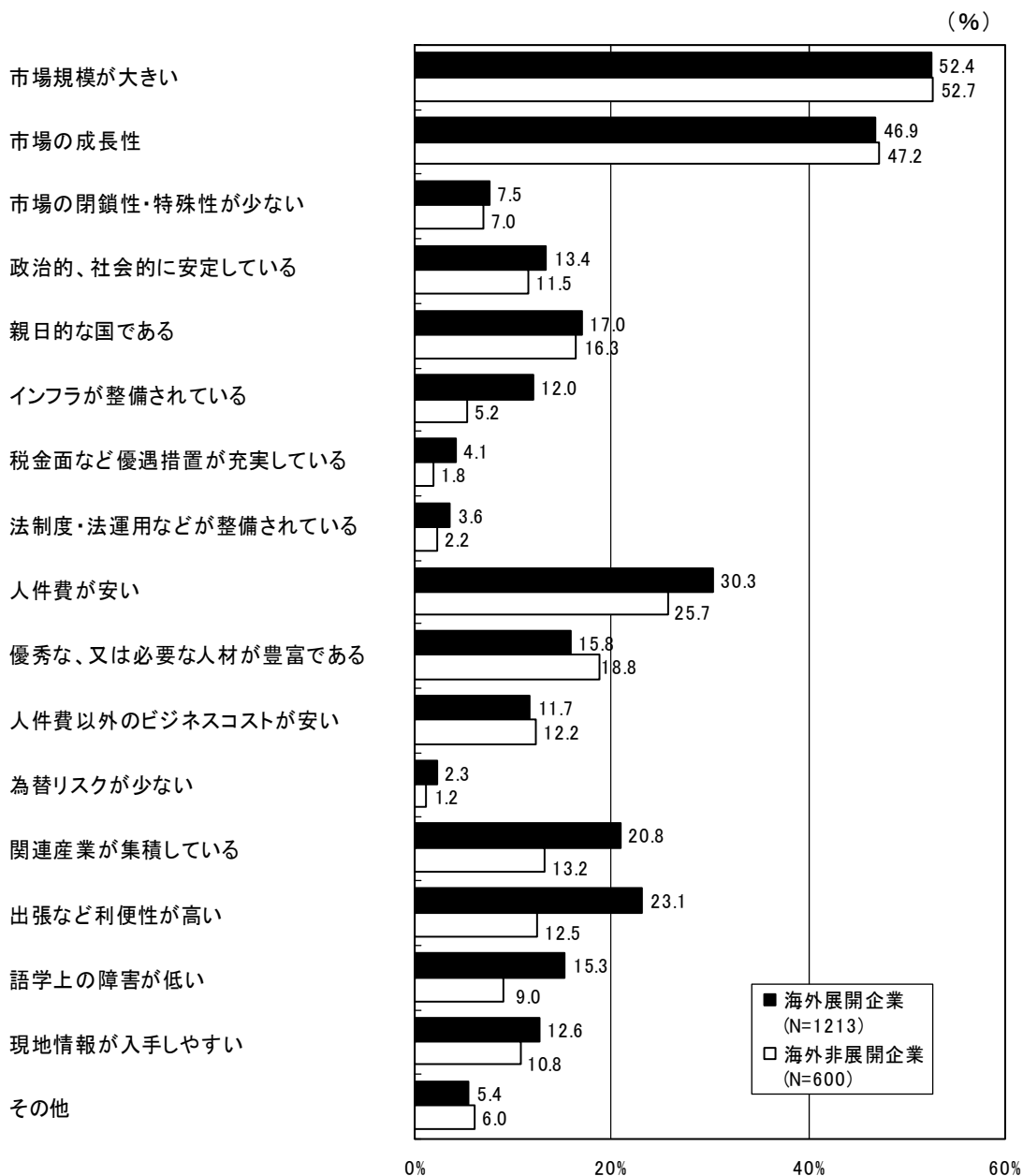
図表 7-9 3番目までに重視する地域



(2) 重視理由

最も重視している国・地域の重視する理由については、海外展開企業、海外非展開企業ともほぼ同じ結果であり、いずれも「市場規模が大きい」、「市場の成長性」が極めて高くなっている。

図表 7-10 最も重視する国・地域の重視理由

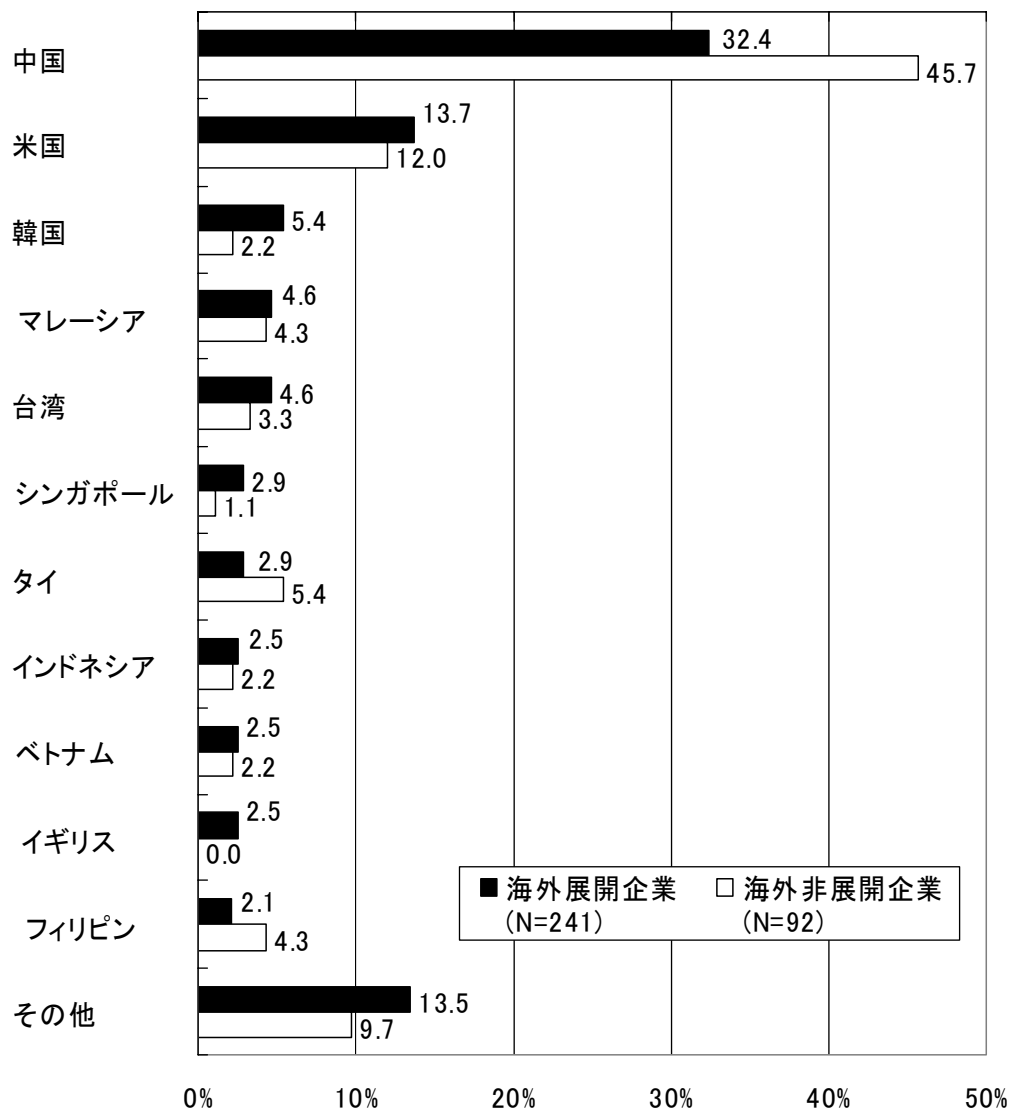


## 4. 海外展開企業と非展開企業における撤退に関する相違点

### (1) 撤退した地域

最も直近の撤退について、撤退した地域をみると、海外展開企業、海外非展開企業ともに同様の結果で、中国が最も多くなっている。

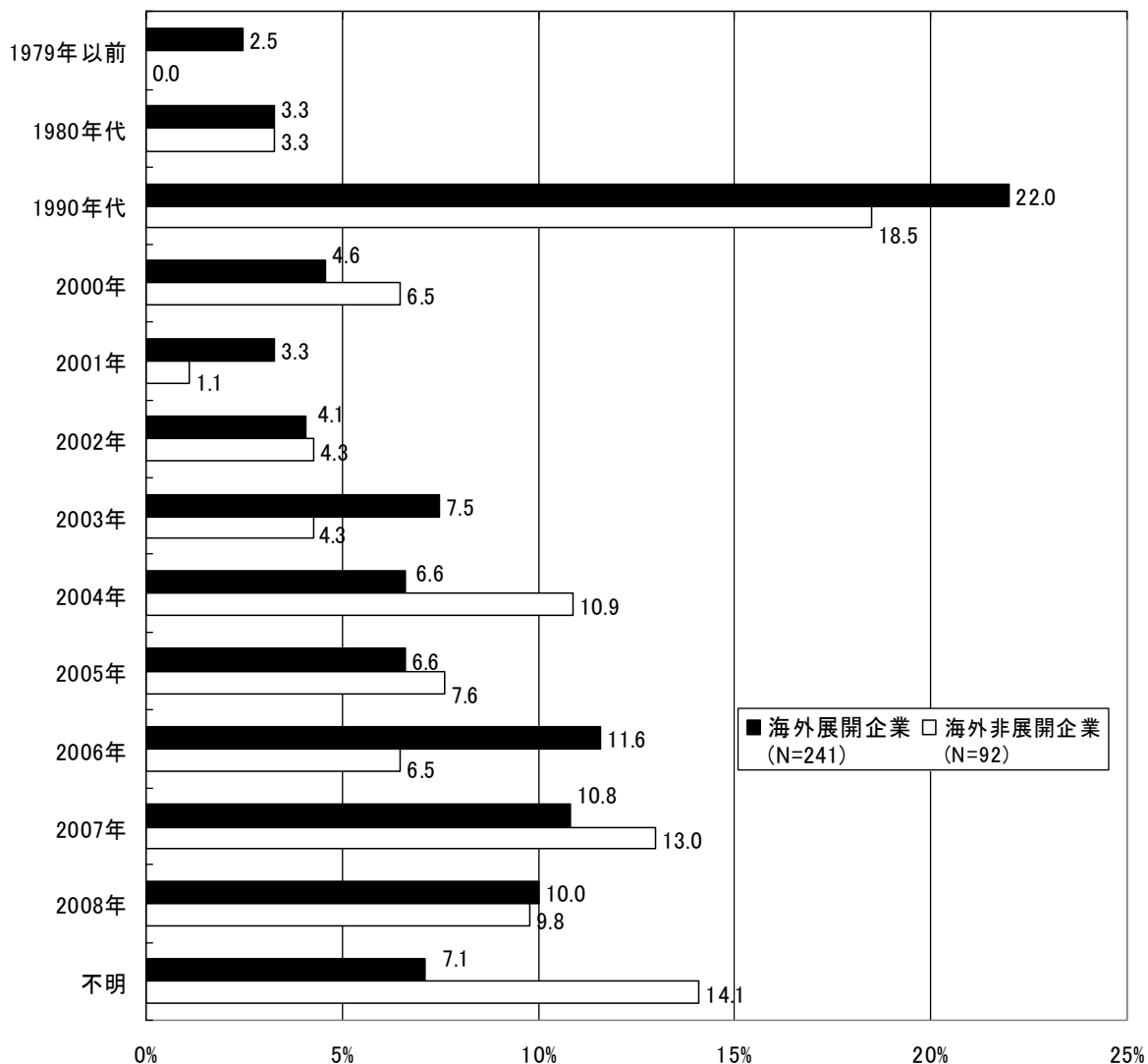
図表 7-11 撤退した国(最も直近の撤退について)



(2) 撤退時期

最も直近の撤退の時期をみると、海外展開企業では2006年をピークに減少に転じているが、海外非展開企業では2007年がピークとなっている。

図表 7-12 撤退時期(最も直近の撤退について)

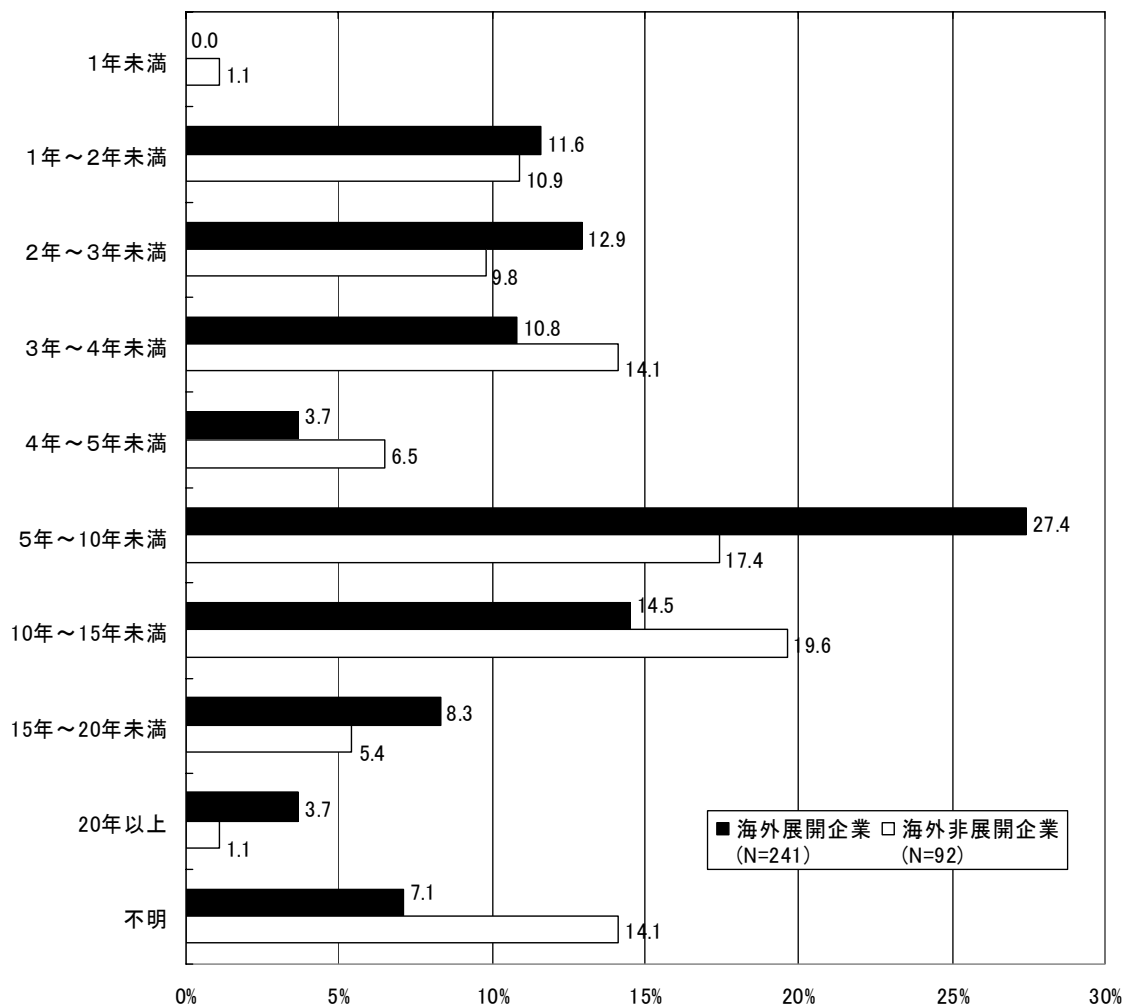




(3) 撤退までの期間

設立から撤退までの期間をみると、海外展開企業では5年～10年未満が最も多く、海外非展開企業では10年～15年未満が最も多くなっている。

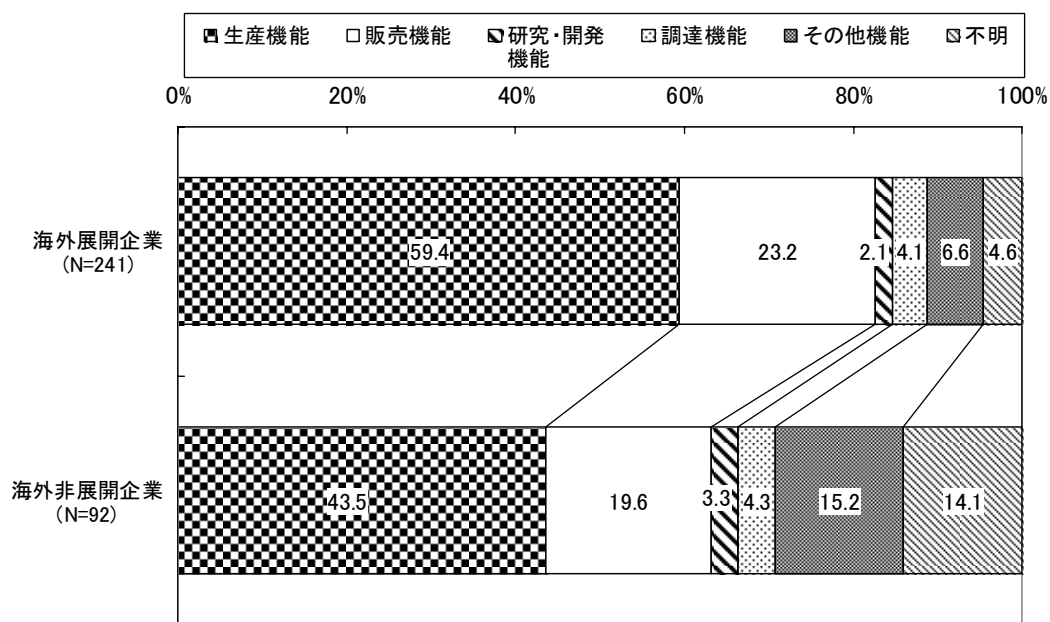
図表 7-13 撤退までの期間(最も直近の撤退について)



(4) 撤退した機能

撤退した機能をみると、海外展開企業、海外非展開企業ともに同様の傾向で、生産機能の比率が高くなっている。

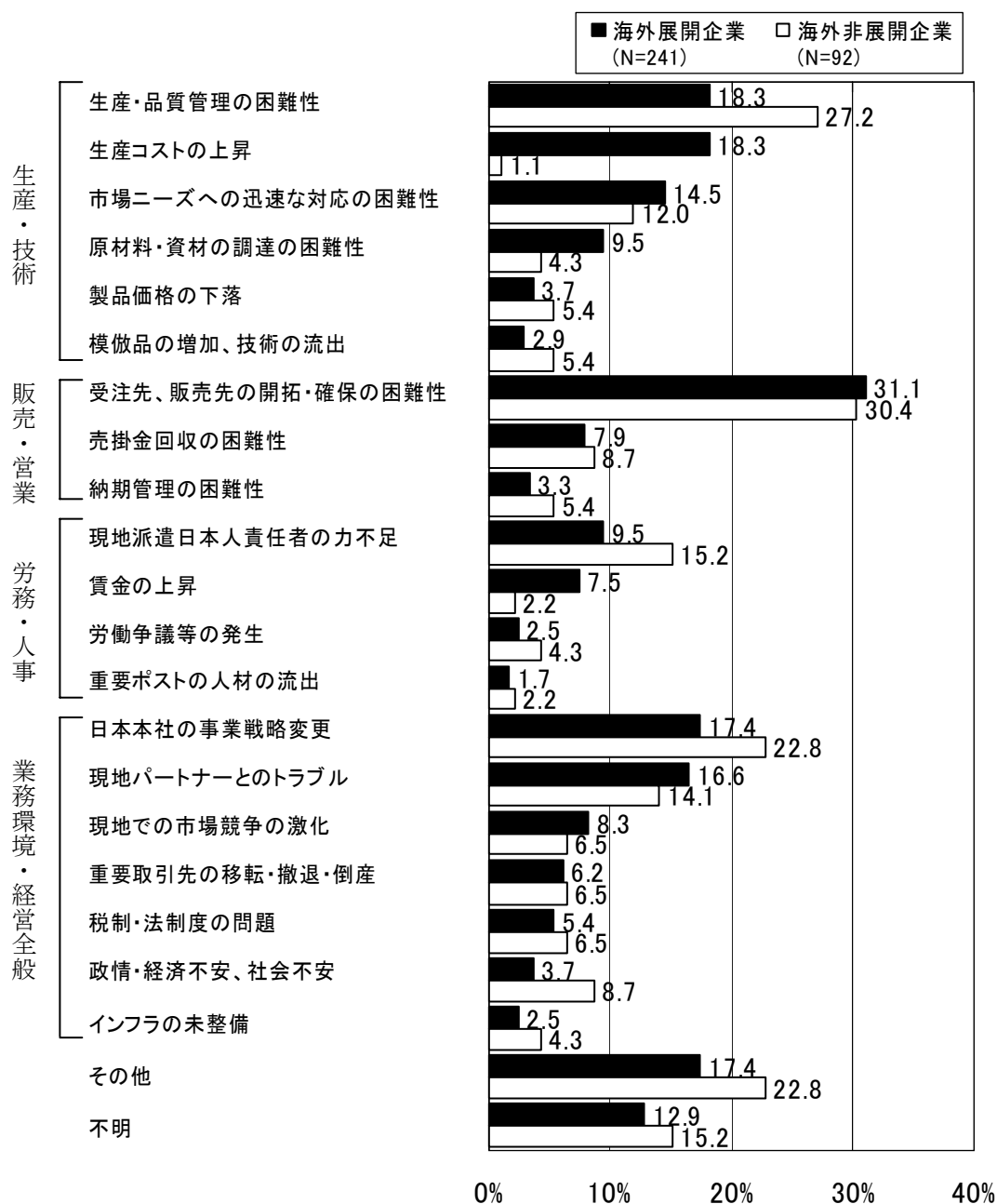
図表 7-14 撤退した機能(最も直近の撤退について)



(5) 撤退理由

最も直近の撤退の理由については、海外展開企業、海外非展開企業とも、『販売・営業』面における「受注先、販売先の開拓・確保の困難性」が最も高くなっている。次いで『生産・技術』面での「生産・品質管理の困難性」と続いている。

図表 7-15 撤退の理由(最も直近の撤退について)

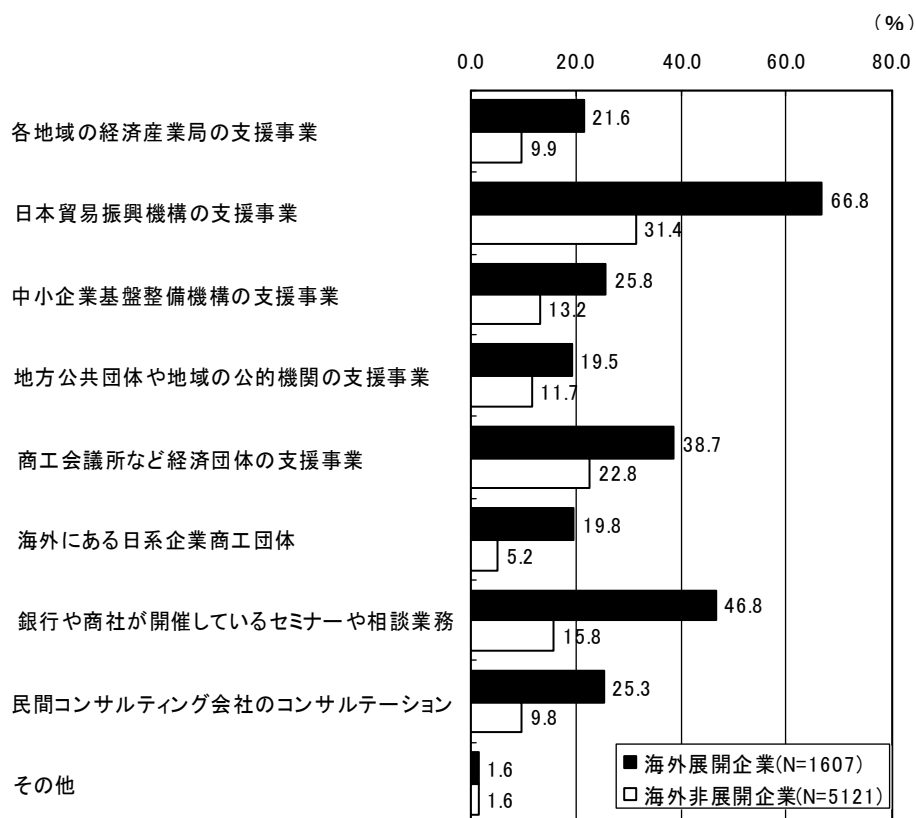


## 5. 海外展開企業と非展開企業の支援サービスに対する認知・利用の相違点

### (1) 支援サービスの認知状況

支援サービスの認知状況をみると、いずれの支援サービスについても海外展開企業の認知率が、海外非展開企業の認知率を上回っている。海外展開にあたって、支援を求めて情報収集している姿が窺える。

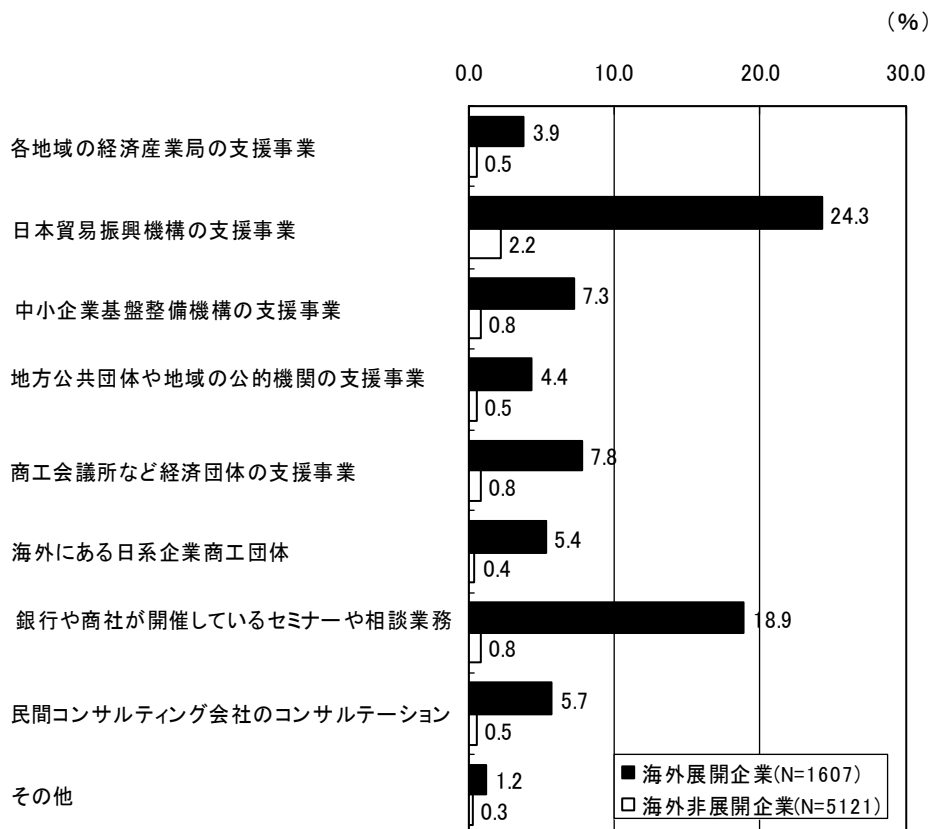
図表 7-16 支援サービス認知状況



(2) 支援サービスの利用経験

支援サービスの利用経験においても、認知状況と同様にいずれの支援サービスにおいても、海外展開企業の利用経験率が海外非展開企業の利用経験率を上回っている。また、両者の差は、利用経験では認知率に比べると格段に大きくなっている。

図表 7-17 支援サービス利用経験



(3) 中小企業基盤整備機構の支援事業利用経験

中小企業基盤整備機構の支援事業の利用経験についてみると、海外展開企業(117社)、海外非展開企業(43社)ともに同様の傾向となっており、「国際化支援アドバイス制度」の利用が最も高くなっている。

図表 7-18 中小企業基盤整備機構の支援事業利用経験

