

関西企業の海外事業展開に 関する傾向 (2017年度)

2018年6月
ジェトロ大阪本部

本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本報告書で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

目次

1. 報告のポイント	
2. 貿易投資相談の分析	
(1) 関西企業からジェトロへの貿易投資相談	6
① 推移	
② 国・地域別	
③ 案件別・目的別・業種別	
④ 相談内容傾向（国別）	
3. 海外展開に関するアンケート調査	
(1) 調査概要・回答企業プロフィール	11
(2) 貿易への取り組み	12
① 現在の輸出先	
② 今後の輸出方針（全国との比較）	
(3) 自由貿易協定の活用	14
① 日本のFTA(EPA)の利用状況（輸出先）	
② FTA(EPA)活用のメリット及び各種制度の認知度	
(4) 海外進出への取り組み	16
① 現在の海外拠点数と機能	
② 今後の海外進出方針（全国との比較、業種別）	
③ 海外で拡大を図る機能	
(5) 各国ビジネス環境	20
① 各国の魅力・長所	
② 各国のビジネス環境の課題	
(6) 外国人材の活用	22
① 日本国内における外国人社員の雇用の現状	
② 日本国内における外国人社員の職種・ニーズ	
③ 海外における外国人雇用の現状・職種・ニーズ	
参考：外国人留学生の推移とジェトロの高度外国人活用事業	
(1) 電子商取引の活用	26
① 現在の販売先及び利用者が感じるメリット	
② 物流・決済の課題解決策及び現状の課題	

1.報告のポイント

1、報告のポイント

1. 関西企業からジェトロに寄せられた貿易投資相談件数は9,740件で、そのうち日本からの輸出についての相談が約6割。ベトナムが輸出先としても注目され始め、台湾の存在感も高まっている。

（「2.貿易投資相談の分析」および「3.海外展開に関するアンケート調査」より）

2. 高度外国人材活用が進んでおり、幹部人材ニーズも高い。一方、業種によっては、外国人社員の雇用に慎重な様子も窺える。

（「3.海外展開に関するアンケート調査」より）

3. 越境ECを利用した販売先トップ3国は前年度と変わらず。中国の伸び率は特に顕著。

（「3.海外展開に関するアンケート調査」より）

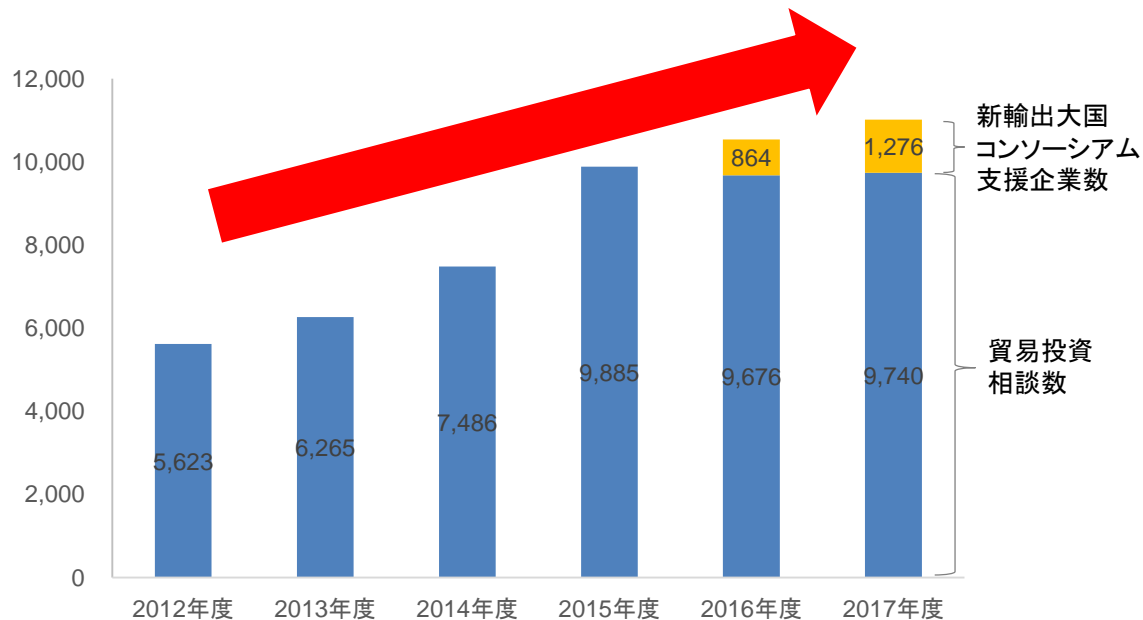
2.貿易投資相談の分析

2-(1)関西企業からジェトロへの貿易投資相談 ①推移

【関西企業からジェトロへの貿易投資相談は増加傾向続く】

- 2017年度に関西企業からジェトロに寄せられた貿易投資相談件数は9,740件と昨年度比+0.7ポイント微増。
- 2016年度より開始した「新輸出大国コンソーシアム」事業による支援企業1,276社からの貿易投資相談に随時対応しており、全体としては増加傾向が続く。

関西企業からの貿易投資相談件数(推移)



(注) 関西企業からジェトロへの貿易投資相談とは、大阪、京都、兵庫、滋賀、奈良、和歌山にある事業所からジェトロ(本部、大阪本部、地方事務所)への問合せがあったもの

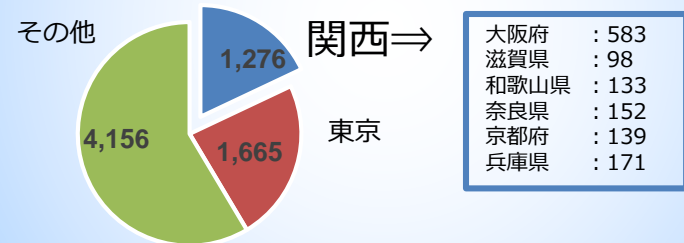
新輸出大国コンソーシアムとは...

「新輸出大国コンソーシアム」は、政府系機関、地域の金融機関や商工会議所など国内各地の企業支援機関が幅広く集結し、海外展開を図る中堅・中小企業等に対して、総合的な支援を行う枠組み

特徴1：「新輸出大国コンシェルジュ」を全国に配置し、地域密着で支援

全国のジェトロ貿易情報センター(45か所)と本部および大阪本部に、「新輸出大国コンシェルジュ」を配置。コンシェルジュは、支援企業からのご質問・ご相談、支援依頼に対応。また、支援企業のご要望や活動状況に合わせて、コンソーシアム内の最適な支援サービスをご紹介します。支援企業と一体となって、海外展開の実現に取り組む。

<支援企業数(地域別)>



特徴2：全国1,000以上の参加支援機関によるサポート

コンソーシアムには、商工会議所・商工会・政府系機関・地方自治体・金融機関等の全国1,000以上の幅広い機関が、海外展開を目指す企業の支援機関として参加。

特徴3：専門家による強力な個社支援

新輸出大国コンシェルジュに加え、海外ビジネスに精通した専門家(パートナー・エキスパート)を配置。企業様からのご要望に応じ、専門家による訪問・面談などの無料の個別支援をご提供。

2-(1)関西企業からジェットロへの貿易投資相談 ②国・地域別

【アジアについての貿易投資相談件数が増加。ベトナムはタイを抜き初めてTOP3入り。】

- 2017年度に関西企業からジェットロに寄せられた貿易投資相談の対象地域は、アジアが全体の60.7%（昨年度比+3.1ポイント）を占める。以降、北米9.9%（昨年度比-0.1ポイント）、欧州9.5%（昨年度比-4.0ポイント）と続くが、地域単位でみると、アジア以外については、中南米およびアフリカを除く全ての地域で相談件数が減少しており、アジアシフトが加速している様子が窺える。
- 相談件数を国別にみると、1位が中国、2位が米国というのは例年と変わらないが、ベトナムがタイを抜き初めて3位となった。ベトナムについては、近年着実に相談が増加している。全国のデータと比較すると、中国やタイ、ベトナム、インドネシアなど、アジアの国についての相談の割合が全国より少し多くなっている。

国・地域別（昨年度比較）

	2017年度	
	構成比 (%)	前年比 (%)
北東アジア	26.9	10.5
韓国	3.3	0.3
中国	16.0	12.5
台湾	4.5	10.2
ASEAN	29.1	1.9
タイ	6.9	-6.0
インドネシア	4.4	1.4
マレーシア	2.1	-11.1
フィリピン	2.2	0.0
ベトナム	7.4	13.8
南西アジア	3.9	6.4
インド	2.2	-6.2
その他アジア	0.8	15.6
北米	9.9	-0.2
米国	9.0	2.9
中南米	2.3	5.8
欧州	9.5	-4.0
ロシア・CIS	1.2	0.0
中東	3.2	-13.6
アフリカ	2.1	16.2
日本	5.2	-15.2
その他	6.0	-15.2
合計	100	0.7

国別 TOP10 3カ年度推移

順位	2017年度		2016年度		2015年度	
	国・地域	構成比 (%)	国・地域	構成比 (%)	国・地域	構成比 (%)
1	中国	16.0	中国	14.4	中国	15.3
2	米国	9.0	米国	9.3	米国	8.5
3	ベトナム	7.4	タイ	7.4	タイ	6.5
4	タイ	6.9	ベトナム	6.5	ベトナム	6.0
5	日本	5.2	日本	6.2	台湾	4.9
6	台湾	4.5	インドネシア	4.4	インドネシア	4.7
7	インドネシア	4.4	台湾	4.1	全地域	4.4
8	韓国	3.3	韓国	3.3	韓国	3.7
9	香港	2.6	全地域	2.9	日本	3.6
10	全地域	2.6	シンガポール	2.7	マレーシア	2.7
	合計	9,740	合計	9,676	合計	9,885

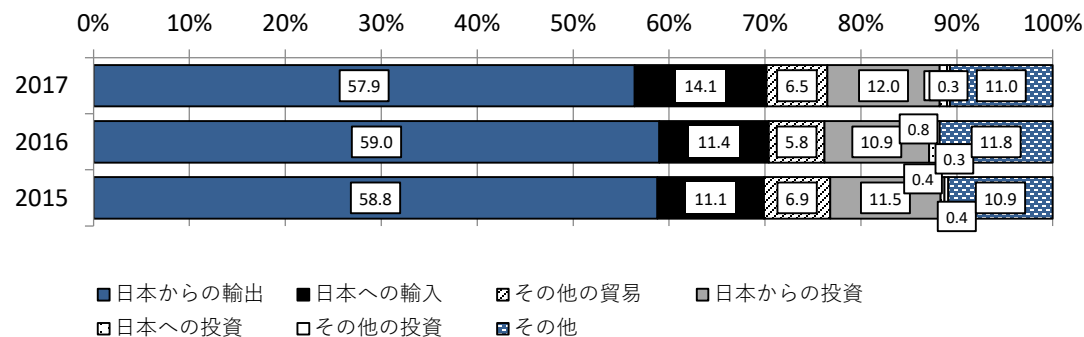
参考：全国

国・地域	構成比 (%)
中国	13.5
米国	9.7
日本	9.0
ベトナム	6.3
タイ	5.8
台湾	5.1
インドネシア	3.2
香港	3.2
韓国	3.2
全地域	3.1
合計	64,248

【投資の相談では、中国からベトナムを代表とするASEAN諸国へ関心の変遷が顕在化している】

- 輸出の相談は前年度比減少しているものの、依然として6割近くを占めている。また、相談先の国は例年通り中国が最も多いが、米国、ベトナムの相談は増加傾向にある。なお、投資の相談では中国に代わり、ベトナム、他ASEAN諸国へシフトしていることが分かる。
- 業種別では、ここ数年「農林水産・食料品」、「機械」、「化学」が上位3位に位置している。

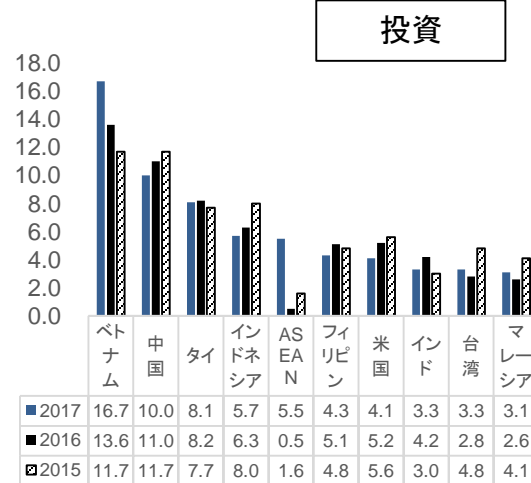
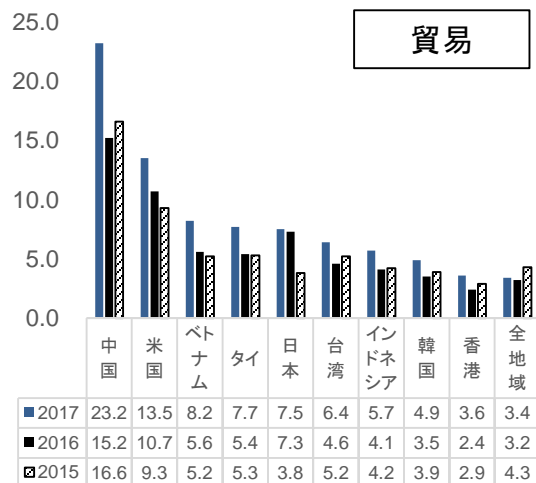
案件別3カ年度推移 (%)



業種別3カ年度推移

	2017		2016		2015	
	%	順位	%	順位	%	順位
農林漁業・食料品	24.0	1	23.8	1	22.3	1
機械	12.1	2	13.1	2	15.6	2
化学	11.4	3	12.6	3	12.7	3
運輸・通信・貿易	10.2	4	7.9	7	5.7	8
雑貨	9.5	5	9.3	5	9.6	4
電気・電子機器	8.6	6	10.2	4	8.7	5
サービス	8.4	7	4.9	8	5.8	7
繊維皮革	7.1	8	8.2	6	8.2	6
輸送機器	3.3	9	4.0	9	4.4	9
鉱業金属	3.1	10	3.4	10	4.1	10
木材・家具住宅	1.4	11	1.5	11	1.8	11
IT	0.9	12	1.1	12	1.1	12

目的(貿易/投資)別 国・地域 TOP10(%)



【注】その他業種、業種の未選択、不明は除く。また、1件の相談で複数業種に分かれるものは関係する業種全てにカウント。

2-(1)関西企業からジェトロへの貿易投資相談 ④相談内容傾向(国別)

【貿易投資相談国別TOP3は、中国、米国、ベトナム】

- 中国、米国の2大市場に関する問い合わせは依然として多く、中国については、投資相談は減少傾向にあるものの、輸出相談は昨年度より増加しており、相談内容からも「初めて輸出をするときは、中国から」という動きがみられる。2位の米国については、例年同様、幅広い分野から問い合わせがあるが、今年度はトランプ政権の動きに派生した時事的な影響を受けた相談も目立った。
- タイを抜いて初めて3位になったベトナムだが、投資については進出だけではなく、撤退についての相談もできた。貿易についての相談も昨年度より増加した。

※大阪本部の国別貿易投資相談アドバイザーへのヒアリングにて作成



中国

- 投資に関する相談は、ゆるやかな減少傾向が続いているものの、環境規制が厳しくなったことによる中国国内の移転や、数十年前に中国進出した企業が二次投資を行う案件等が複数ある。加えて、2017年4月より新たな外国人就労許可管理制度が施行されたことに伴う質問も一時期集中してあった。
- 貿易に関しては、巨大な市場を狙った化粧品や医薬品等の輸出相談が多い傾向が続くが、その多くが個人や今まで国内ビジネスを行っていた貿易未経験企業からの問合せとなっている。トラブル相談も多く、貿易条件が話し合われないままビジネスを進めた結果である場合が散見される。また、日本酒の中国輸出についての問合せが増えており、今までは香港経由で小口で入るのが主流だったところ、需要の増加に伴い中国のバイヤーが直接日本から買い付ける動きが窺える。
- 今まで中国の委託加工工場と契約し日本に商品を輸入することを生業にしてきたような企業が、中国に投資しない状態で中国国内ビジネスに介入するビジネスモデルや、アセアンに輸出する三国間貿易を検討する動きも活発になっている。



米国

- 投資に関する相談は全体の約6%と少ないが、昨年度も多かったサービス産業関連の案件が多く、その人材派遣会社の設立や倉庫の建設など業種に幅が出てきた印象。
- 貿易に関しては幅広い業種から問合せがあり、特に輸出においては、刃物や畳、瓦や竹細工といった日本の伝統製品の輸出相談が多かったことが今年度の特徴として挙げられる。
- ドローンの輸出やIoT技術を米国で活用する構想の相談など、先端技術関連の問合せも複数ある。また、北朝鮮危機を見越したテント型核シェルターの輸入相談など、時事的な影響を受けた問合せもあった。



ベトナム

- 投資に関しての相談件数ランキングにて2016年より首位となっているが、引き続き増加傾向にあり前年度比+15ポイントとなった。以前の相談は、生産工場設立の相談が大半を占めていたが、直近では物販型現地法人やサービス産業の設立の相談が増えてきており、全国的な相談傾向と一致する。言葉の壁もあり、税務、労務問題を現地で解決できず、日本の親会社からの相談も多い。一方、撤退の相談も複数あり、ライバル企業の増加により採算が取りにくくなってきているものと考えられる。
- 貿易に関しては、所得向上や食の安全に対する意識の高まり、趣向の変化などの需要を反映し、高品質の化粧品や安全なサプリメント、食品などの輸出の相談が大半を占めた。また、既にベトナムと取引がある企業からの自由貿易協定の活用や三国間貿易など少し難易度が高めの貿易実務に関する相談も増加傾向にある。

3.海外展開に関するアンケート調査

3-(1)調査概要 ①調査概要・回答企業プロフィール

回答企業プロフィール

1. 調査目的

本レポートは、ジェトロが2018年3月に発表した「2017年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査(ジェトロ海外ビジネス調査)」の中から、関西企業(本社が滋賀、京都、奈良、大阪、和歌山、兵庫に所在する企業)を抽出し、まとめたものである。

2. 調査対象

- (1) 調査対象企業: ジェトロのサービス利用実績があり、海外ビジネスに関心の高い国内企業9,981社(内訳: ジェトロの会員企業(ジェトロ・メンバーズ)3,437社、メンバーズ以外のジェトロサービス利用企業6,544社)。うち、関西企業は1,983社(内訳: ジェトロ・メンバーズ651社、メンバー以外のジェトロサービス利用企業1,332社)。
- (2) 回収状況: 有効回収数 3,195社(有効回答率 32.0%)。うち、関西企業は595社(ジェトロ・メンバーズ217社、大企業85社・中小企業510社)
- (3) 調査期間: 2017年11月17日～2018年1月5日

3. 調査項目

- (1) 貿易・海外進出への取り組み
 (2) 海外進出への取り組み(国・地域別)
 (3) 中国でのビジネス展開
 (4) 各国のビジネス環境
 (5) デジタル技術の活用
 (6) 自由貿易協定(FTA)の活用
 (7) 外国人材の活用
 (8) サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針

[注1] 報告書における図表等の割合については四捨五入して表記したため、必ずしも合計が100%にならない。

[注2] 企業規模の区分(全て資本金または従業員数による定義)

	製造業その他	卸売業	小売業	サービス業
大企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業
大企業 (中堅企業を除く)	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業
中堅企業	3億円超、10億円未満 又は300人超、3000人以下	1億円超、3億円以下 又は100人超、1000人以下	5千万円超、3億円以下 又は50人超、1000人以下	5千万円超、3億円以下 又は100人超、1000人以下
中小企業	3億円以下又は300人以下	1億円以下又は100人以下	5千万円以下又は50人以下	5千万円以下又は100人以下
中小企業 (小規模企業者を除く)	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業
小規模企業者	5千万円以下又は20人以下	1千万円以下又は5人以下	1千万円以下又は5人以下	1千万円以下又は5人以下

※大項目の「大企業」と「中小企業」の定義は中小企業基本法に基づく。その他はジェトロによる定義。

	企業数 (社)	構成比 (%)
回答企業全体	565	100.0
業種別	製造業全体	333 58.9
	飲食料品	64 11.3
	繊維・織物/アパレル	28 5.0
	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	7 1.2
	化学	28 5.0
	医療品・化粧品	20 3.5
	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	20 3.5
	窯業・土石	6 1.1
	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	35 6.2
	一般機械	33 5.8
	電気機械	11 1.9
	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	10 1.8
	自動車/自動車部品/その他輸送機器	13 2.3
	精密機器	13 2.3
	その他の製造業	45 8.0
	非製造業全体	262 46.4
	商社・卸・小売	187 33.1
	その他非製造業(※)	75 13.3
規模別	大企業	85 15.0
	大企業(中堅企業を除く)	16 2.8
	中堅企業	69 12.2
	中小企業	510 90.3
	中小企業(小規模企業者を除く)	221 39.1
	小規模企業者	289 51.2
取り組み 形態別	輸出企業	218 38.6
	海外進出企業	278 49.2
	国内企業(海外ビジネスを行っていない企業)	57 10.1

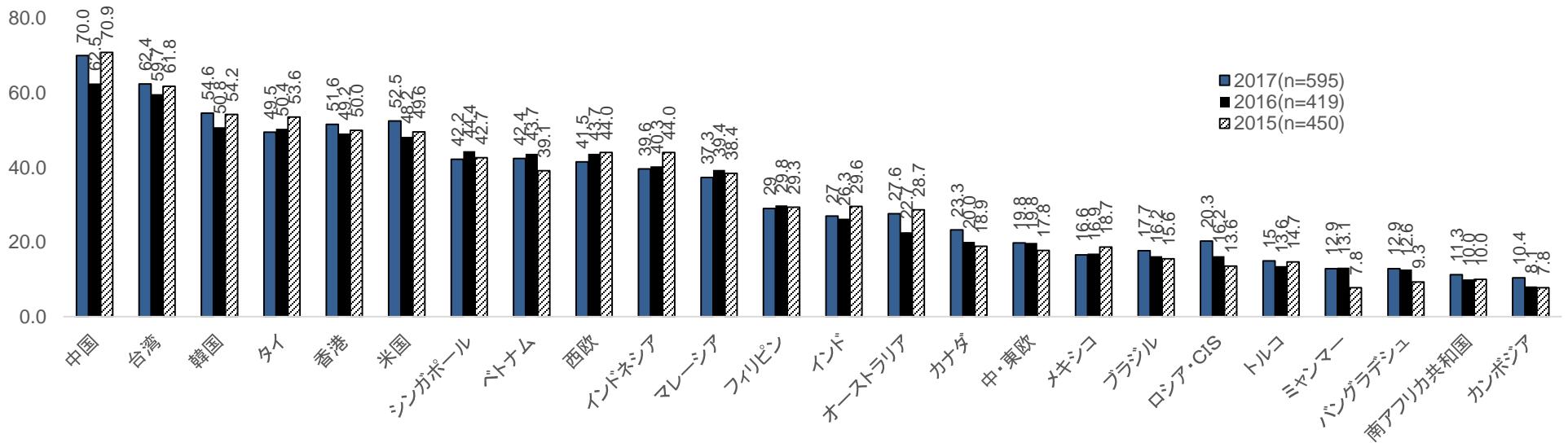
※その他非製造業には、建設、運輸、金融・保険、通信・情報ソフトウェア等を含む

3-(2) 貿易への取り組み ①現在の輸出先

【多くの国で取引増加傾向。ASEAN諸国では関心国の変遷が顕在化しつつある】

- 輸出を行っている企業の7割が「中国」へ輸出しており、前年度比7.5ポイント増加。また、「台湾」と回答した企業も6割超と増加傾向にあり、前年度の「中国」の割合と同程度まで迫っている。
- ASEAN諸国では、「タイ」「シンガポール」「インドネシア」「マレーシア」などの日本にとって比較的馴染みのある国が軒並み減少している一方、「ミャンマー」「バングラデシュ」「カンボジア」が増加しており、関心国の変遷が見て取れる。同じく、「カナダ」「ブラジル」「ロシア・CIS」「南アフリカ共和国」も3期連続増加しており、関心が高くなっている。

現在の輸出先(国・地域別、3カ年度推移)(複数回答、%)



業種別 輸出先上位5カ国(複数回答、%)

順位	商社・卸売・小売(n=187)		飲食料品(n=64)		鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=35)		化学(n=28)		一般機械(n=33)		繊維・織物/アパレル(n=28)		電気機械(n=11)		精密機器(n=13)		石油・石炭品/プラスチック製品/ゴム製品(n=20)		医薬品・化粧品(n=20)	
	国名	割合	国名	割合	国名	割合	国名	割合	国名	割合	国名	割合	国名	割合	国名	割合	国名	割合	国名	割合
1	中国	64.9	香港	67.3	中国	72.7	中国	87.5	中国	86.2	中国	66.7	中国	77.8	中国	83.3	中国	87.5	台湾	83.3
2	台湾	59.5	台湾	67.3	インドネシア	63.6	韓国	83.3	台湾	82.8	韓国	61.1	韓国	66.7	台湾	66.7	韓国	75.0	香港	72.2
3	香港	51.9	中国	63.5	ベトナム	63.6	台湾	79.2	韓国	82.8	西欧(英国を除く)	61.1	インドネシア	66.7	タイ	66.7	台湾	68.8	韓国	72.2
4	韓国	48.1	米国	48.1	韓国	59.1	タイ	75.0	タイ	82.8	香港	55.6	香港	55.6	韓国	58.3	香港	62.5	シンガポール	72.2
5	米国	48.1	シンガポール	46.2	タイ	54.5	米国	75.0	ベトナム	62.1	台湾	55.6	台湾	55.6	ベトナム	50.0	タイ	56.3	中国	66.7

[注]nは輸出先の回答のあった企業。n=10未満の業種は除く。

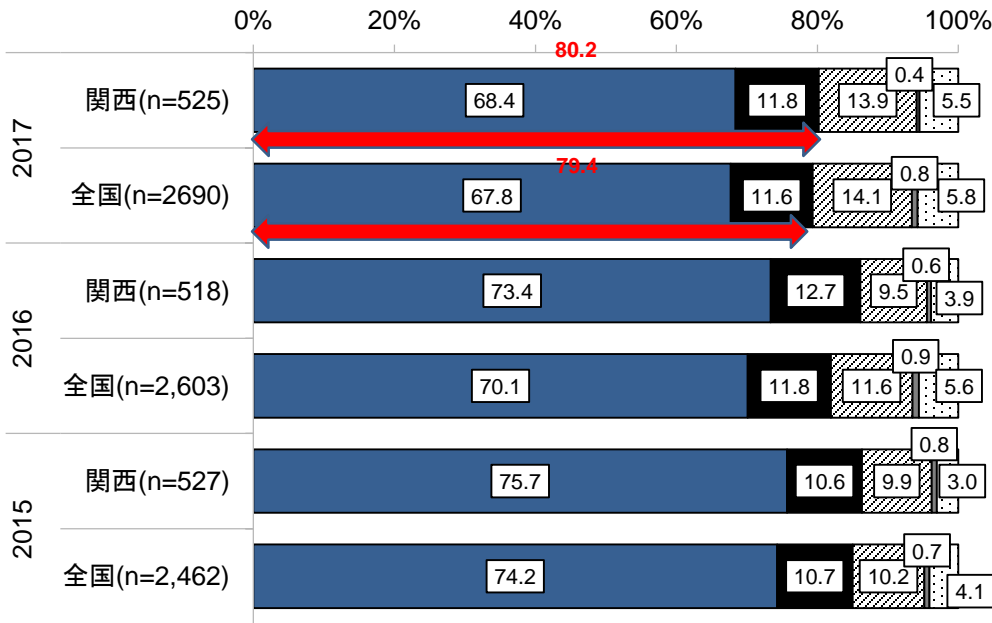
3-(2) 貿易への取り組み ②今後の輸出方針(全国との比較)

【輸出ビジネスに対する方針は全国的に停滞感が広がる。他方、関西企業は全国と比較し意欲的な姿勢は変わらず】

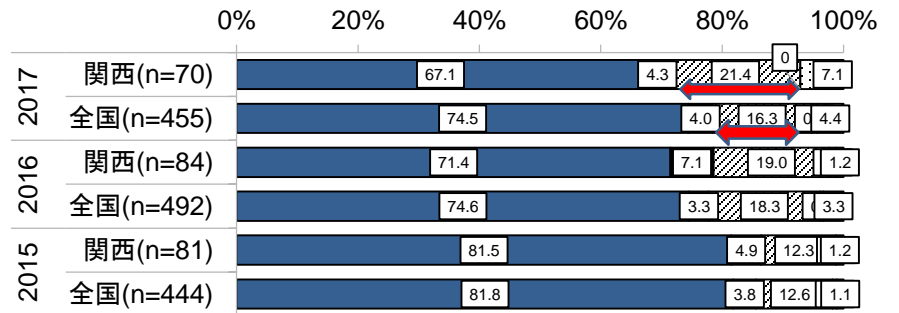
- 全体の今後の輸出方針について、「さらに拡大を図る」「今後、新たに取り組みたい」と答えた企業が例年同様大半を占めたが、年々減少している。また、全国との比較では関西企業の方が輸出方針に積極的な傾向は例年通りである。
- 企業規模別では、大企業の多くが既に輸出ビジネスを行っていることから「現状を維持する」項目の割合が2割近く占めた。一方、「今後、新たに取り組みたい」と中小企業は多く回答しており、成長余地はあるものと判断できる。

今後の輸出方針(関西と全国の比較、規模別) (%)

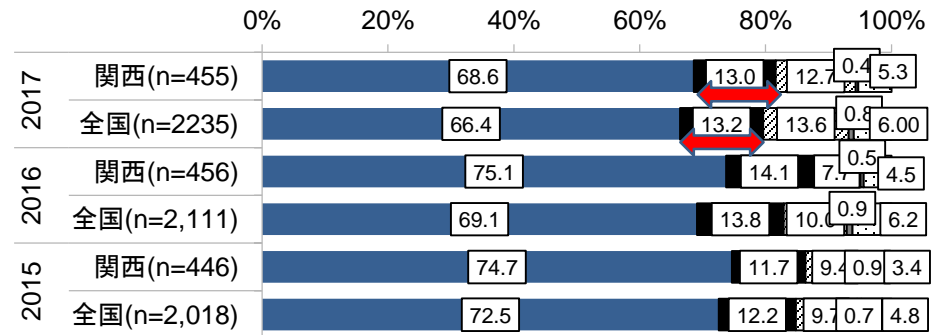
全体



大企業



中小企業



■さらに拡大を図る ■今後、新たに取り組みたい □現状を維持する
 ■今後は縮小、撤退を検討する □今後とも行う予定はない

[注]いずれも母数は「無回答」を除いた企業数。

3-(3) 自由貿易協定の活用 ①日本のFTA(EPA)の利用状況(輸出先)

【FTA(EPA)の利用状況はタイ、ベトナム、インドネシア等ASEAN諸国の利用が増加傾向にある】

- ▶ タイが全ての業種で最も利用率が高くなっており、FTA利用企業の64.1%を占める。業種別では、「飲食料品」はマレーシア、「医療品・化粧品」はベトナム、「一般機械」ではインドネシアが多くなっている。
- ▶ インドでの「飲食料品」業種は13.0%と全体の利用率より大幅に低く、参入の難しさを表している。また、モンゴルでの利用率は全体の5%のみであるが、「医療品・化粧品」業種の利用率は46.7%であり、同業種の需要の高さをうかがい知ることができる。

FTA(EPA)利用状況(関西全体、国地域別、業種別)(複数回答、%)

国名	タイ	ベトナム	インドネシア	マレーシア	インド	フィリピン	オーストラリア	その他ASEAN	EU(未発効)	メキシコ	スイス	チリ	モンゴル	ペルー	
回答企業全体(n=287)	64.1	48.0	44.5	41.1	32.0	30.3	26.4	19.5	15.6	13.5	9.4	6.9	5.5	4.8	
業種別	製造業全体(n=187)	67.3	50.2	49.1	42.7	35.8	34.2	29.4	20.3	18.7	16.5	12.2	8.5	6.4	5.3
	飲食料品(n=23)	65.2	39.1	30.4	47.8	13.0	21.7	39.1	26.1	39.1	17.4	21.7	8.7	8.7	0.0
	化学(n=21)	81.0	61.9	61.9	61.9	57.1	52.4	14.3	28.6	9.5	28.6	4.8	9.5	0.0	9.5
	医療品・化粧品(n=15)	80.0	60.0	40.0	40.0	33.3	40.0	40.0	46.7	13.3	13.3	13.3	13.3	46.7	13.3
	鉄鋼/非鉄金属/金(n=18)	61.1	61.1	55.6	22.2	38.9	38.9	33.3	16.7	22.2	16.7	11.1	11.1	11.1	5.6
	一般機械(n=25)	68.0	32.0	60.0	40.0	48.0	36.0	32.0	12.0	20.0	16.0	0.0	8.0	0.0	0.0
	その他の製造業(n=148)	63.5	51.8	48.2	42.4	31.8	30.6	27.1	15.3	15.3	14.1	15.3	7.1	1.2	5.9
	非製造業全体(n=100)	58.0	44.0	36.0	38.0	26.0	23.0	21.0	18.0	10.0	8.0	4.0	4.0	4.0	4.0
	商社・卸売(n=82)	62.2	45.1	41.5	40.2	26.8	25.6	23.2	18.3	11.0	8.5	4.9	4.9	2.4	3.7
その他の非製造業(n=32)	38.9	38.9	11.1	27.8	22.2	11.1	11.1	16.7	5.6	5.6	0.0	0.0	11.1	5.6	

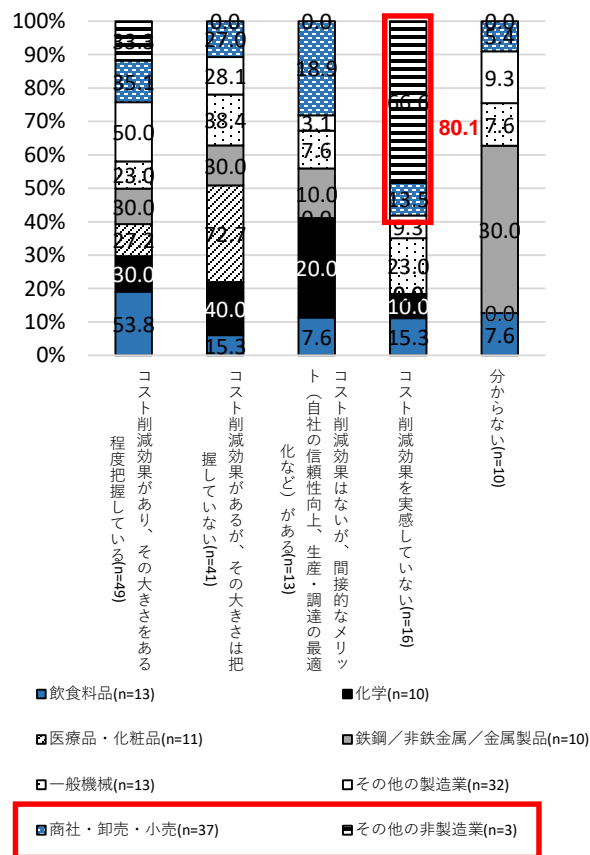
[注]n=15未満の業種はその他製造業、その他非製造業に合算した。

3-(3) 自由貿易協定の活用 ②FTA(EPA)活用のメリット及び各種制度の認知度 JETRO Osaka

【8割近い企業がFTA利用のメリットを感じている。他方、FTAを利用している企業でも各種制度は半数近くが「聞いたことがない」「詳しくは知らない」と回答】

- 利用のメリットを感じている企業は8割を占めた。なお、「コスト削減効果を実感していない」と回答した企業の約8割が非製造業であり、製造業に比べ採算性の把握に苦慮しているものと思われる。
- FTAを利用している企業でも自己証明制度は4割超が「聞いたことがない」または「聞いたことはあるが、詳しくは知らない」と回答した。また検認制度について同回答した企業は7割を超えた。

FTA(EPA)メリット(関西全体、業種別) (複数回答、%)



FTAを利用している企業

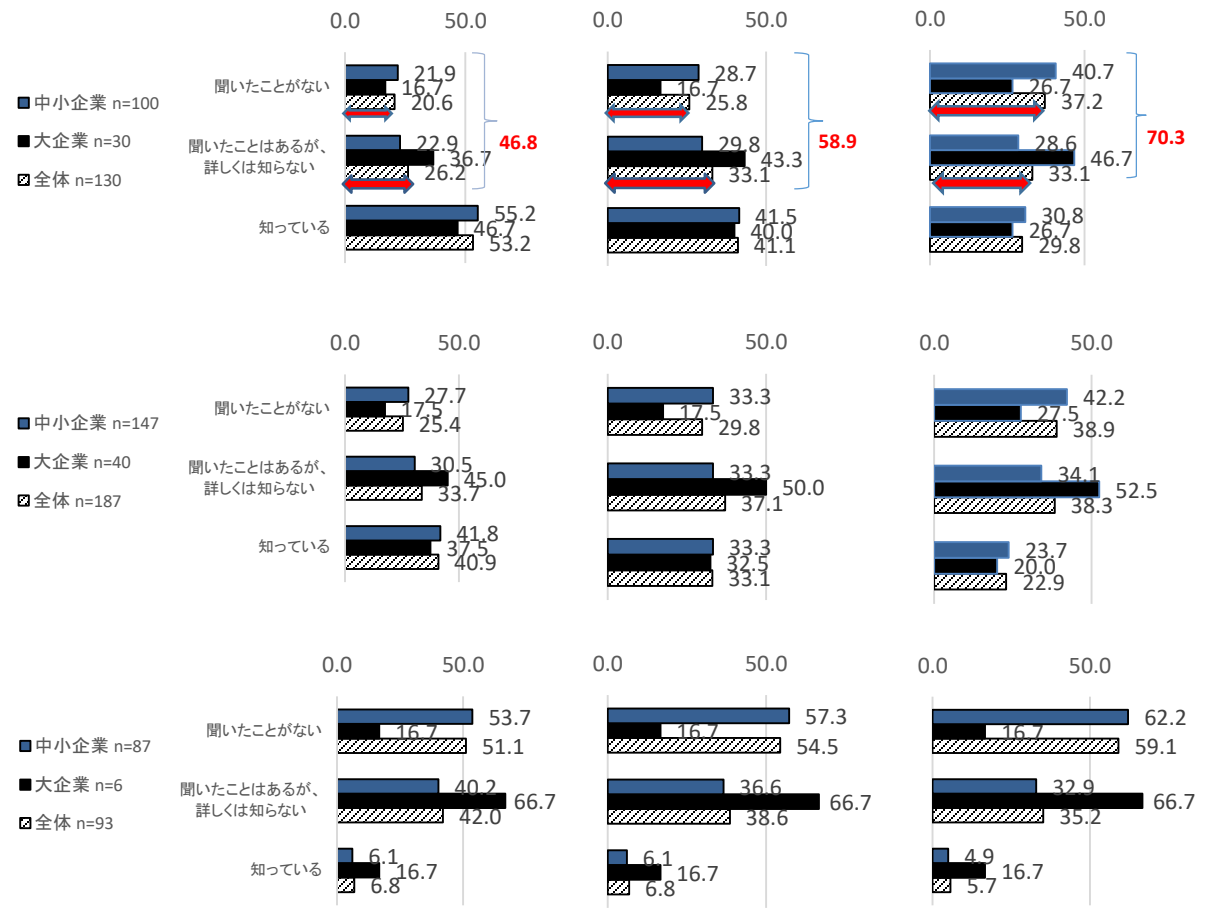
FTAを利用または、検討している企業

それ以外の企業

自己証明制度の認知度

事前教示制度の認知度

検認制度の認知度



[注]いずれも母数は「無回答」を除いた企業数。

3-(4)海外進出への取り組み ①現在の海外拠点数と機能

【約半数の企業が海外拠点をもち、大企業ではその割合が80%以上に及ぶ】

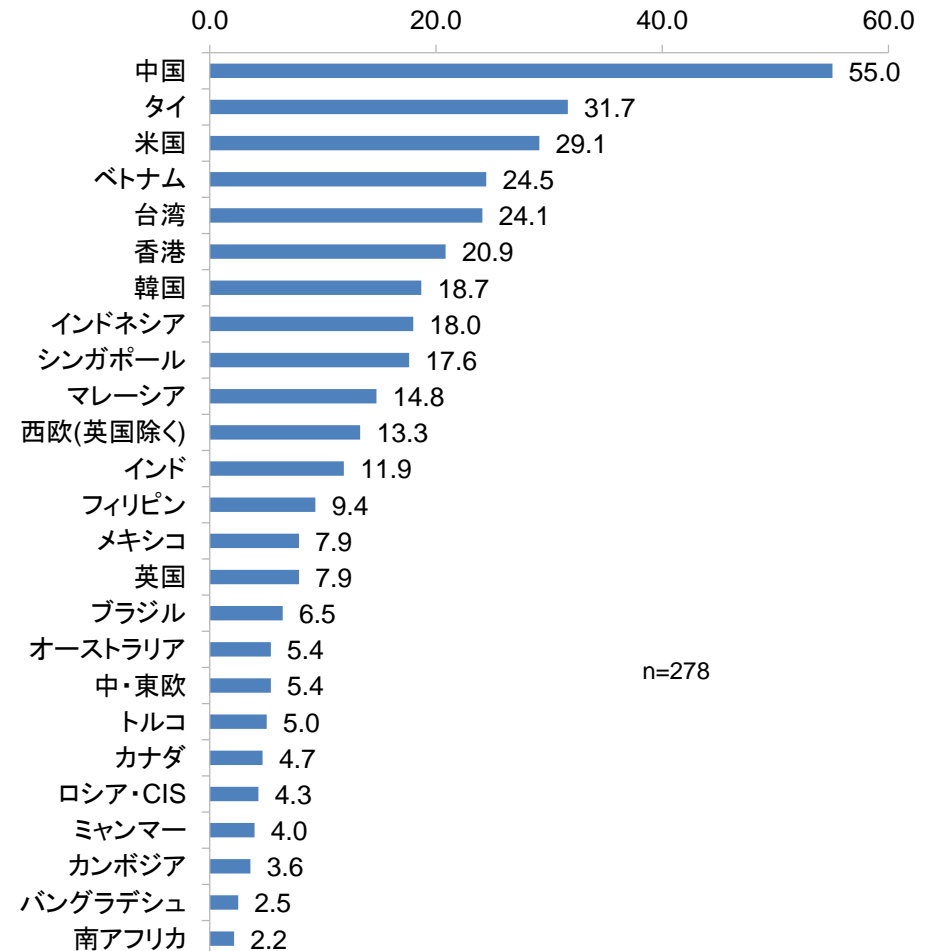
- 本アンケートに回答した関西企業の約半数が海外拠点をもち、業種別では自動車・輸送機器関連、精密機器産業の割合が高い。また大企業に至っては、海外拠点をもちている企業が80%を超える。
- 進出先は中国、タイ、米国、ベトナムの順で、昨年度と変化はなく、JETRO大阪本部の貿易投資相談の傾向とほぼ同じ。

海外拠点の有無（業種・規模別）（複数回答、%）

		有り	無し	不明
回答企業全体 (n=595)		46.7	52.8	0.5
業種別	製造業全体 (n=333)	52.0	48.0	-
	飲食料品 (n=51)	26.6	73.4	-
	繊維・織物／アパレル (n=30)	57.1	42.9	-
	化学 (n=29)	60.7	39.3	-
	医療品・化粧品 (n=14)	55.0	45.0	-
	石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=20)	45.0	55.0	-
	鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=37)	48.6	51.4	-
	一般機械 (n=25)	66.7	33.3	-
	電気機械 (n=18)	63.6	36.4	-
	自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=12)	76.9	23.1	-
	精密機器 (n=12)	69.2	30.8	-
	その他の製造業 (n=163)	55.6	44.1	-
	非製造業全体 (n=262)	40.1	58.8	1.1
	商社・卸・小売 (n=312)	40.1	59.9	1.1
その他の非製造業 (n=312)	44.4	55.6	-	
規模別	大企業 (n=85)	84.7	15.3	-
	中小企業 (n=510)	40.4	59.0	0.6

※n=10以下の業種はその他製造業、その他非製造業にそれぞれ合算した。

海外進出拠点数（国別）（複数回答・箇所）



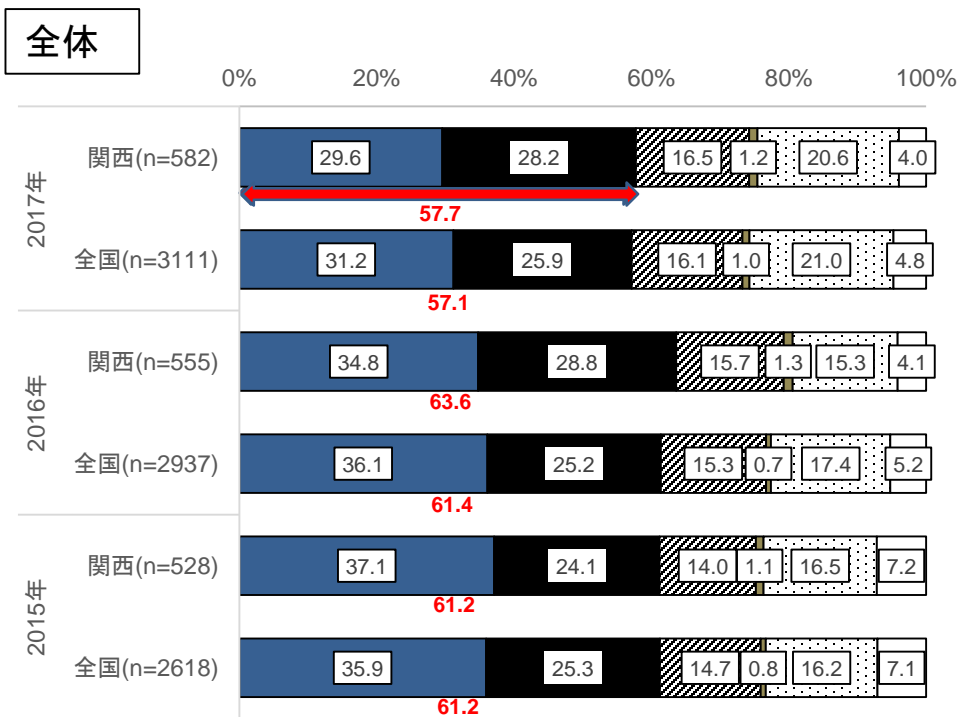
※母数(n)は海外拠点がある企業

3-(4)海外進出への取り組み ②今後の海外進出方針(全国との比較)

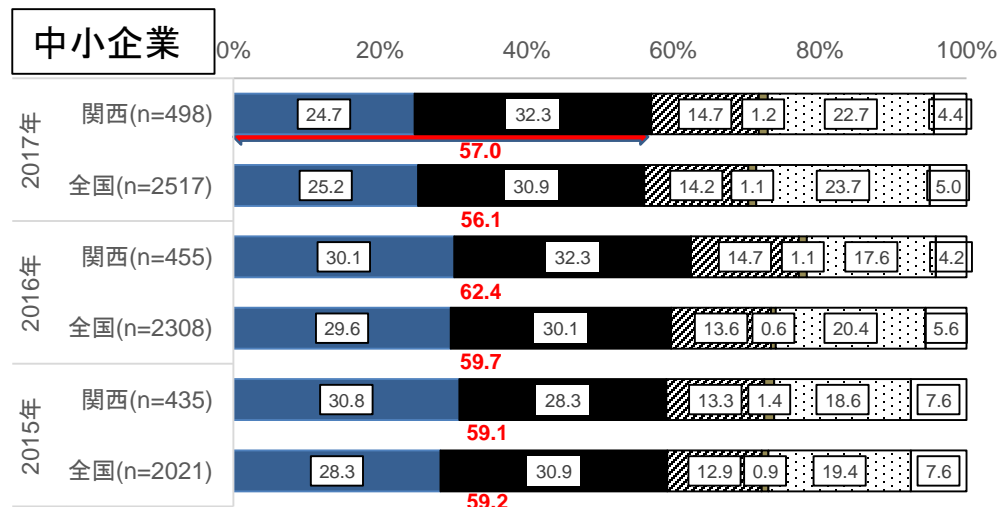
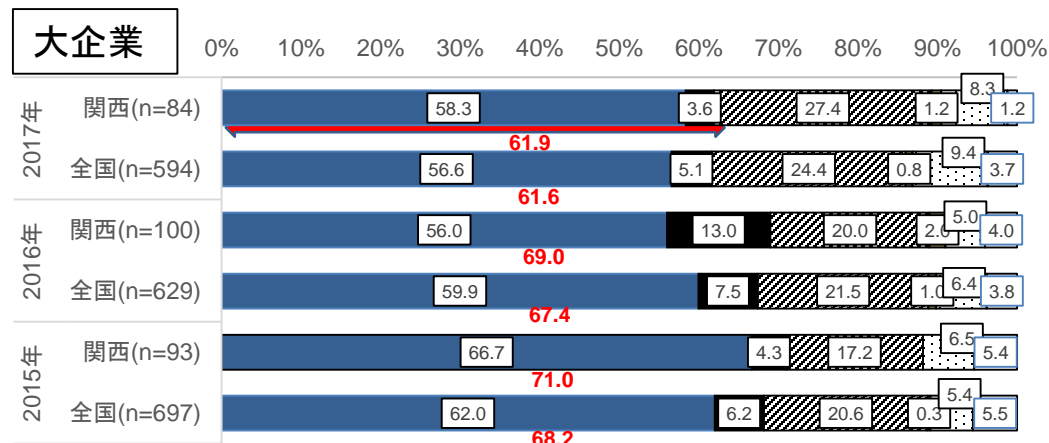
【海外進出拡大意欲減退。特に中小企業の追加投資に停滞感】

- ▶ 「現在海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」または「現在海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」という企業を「海外進出拡大を図る企業」とすると、その割合は半数を超えるものの、ここ数年60%を超えていた状態からは減少した。
- ▶ 企業規模別で見ると、大企業については、「海外進出拡大を図る企業」の割合は昨年度に比べると減少しているものの、6割を超えている。一方、中小企業については、「海外進出拡大を図る企業」の割合が減少しており、内訳をみると、新規投資意欲は前年と変わらないが、追加投資意欲が減少している。加えて、「今後とも海外での事業展開は行わない」という企業の割合も増加している。

今後の海外進出方針について(関西と全国の比較・規模別) (%)



■ 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る
 ■ 現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい
 ■ 現在、海外に拠点があり、現状を維持する
 ■ 現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている
 □ 現在、海外に拠点はなく、今後とも海外での事業展開は行わない



※いずれも母数(n)は「無回答」を除く企業数。

3-(4)海外進出への取り組み ②今後の海外進出方針(業種別)

【海外進出に意欲的なのは「化学」「医薬品・化粧品」。その他の産業では一巡感。】

- 業種別では「化学」「医薬品・化粧品」が海外進出に意欲的で、化学関連企業の追加投資欲が、昨年度および今年度の全国と比較しても9ポイント以上高い。
- 昨年度、海外進出の拡大を図ると回答した企業が多かった「自動車」および「鉄鋼」関連産業では、現状維持の割合が増加しており、特に自動車関連産業においては、約半数が現状維持の意向を示しており、進出が一段落した様子が窺える。

今後の海外進出方針について(業種別) (%)

	海外進出の拡大を図る							現在、海外に拠点があり、現状を維持する			現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている			現在、海外に拠点はなく、今後とも海外での事業展開は行わない			その他
	現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る				現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい												
	FY16→FY17	全国比	FY16→FY17	全国比	FY16→FY17	全国比	FY16→FY17	全国比	FY16→FY17	全国比	FY16→FY17	全国比					
全体(n=582)	57.7	29.6	-5.2	-1.6	28.2	-0.7	2.2	16.5	0.8	0.4	1.2	-0.1	0.2	20.6	5.3	-0.3	4.0
製造業(n=327)	59.9	33.3	-6.4	0.6	26.6	1.2	1.1	17.7	0.1	1.1	0.9	-0.4	0.0	17.4	5.1	-2.3	4.0
飲食料品(n=64)	56.3	21.9	-4.6	5.8	34.4	-2.3	-0.8	3.1	-3.0	-4.7	3.1	3.1	2.6	29.7	9.3	-4.1	7.8
繊維・織物／アパレル(n=27)	59.3	29.6	3.0	-3.7	29.6	3.0	-9.6	25.9	12.6	12.2	-	-3.3	-1.0	7.4	-12.6	-1.4	7.4
化学(n=27)	77.8	63.0	9.4	9.7	14.8	4.1	1.8	3.7	-14.2	-8.3	-	-	-1.1	18.5	4.2	-1.0	-
医薬品・化粧品(n=18)	77.8	38.9	3.2	-3.8	38.9	24.6	6.5	16.7	-4.8	6.4	-	-	-	5.6	-15.9	-9.2	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品(n=20)	65.0	30.0	5.0	-10.0	35.0	10.0	12.8	15.0	-10.0	-3.9	-	-	-1.1	20.0	-5.0	5.6	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=34)	52.9	29.4	-21.9	-3.7	23.5	-6.2	5.5	20.6	9.8	-2.1	-	-	-1.7	23.5	15.4	3.8	2.9
一般機械(n=33)	57.6	39.4	-16.6	3.0	18.2	-5.8	-5.8	21.2	1.2	-0.9	3.0	3.0	1.7	15.2	15.2	5.5	3.0
電気機械(n=11)	72.8	45.5	-15.6	2.8	27.3	-0.5	9.3	18.2	18.2	1.3	-	-	-1.1	9.1	3.5	-7.8	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器(n=13)	38.5	23.1	-26.9	-23.8	15.4	-1.3	5.0	46.2	12.9	16.0	-	-	-	7.7	7.7	-1.7	7.7
精密機器(n=13)	46.2	30.8	-2.5	-13.3	15.4	-1.3	5.2	38.5	-11.5	8.0	-	-	-	7.7	7.7	-4.2	7.7
その他の製造業(n=87)	63.2	32.2	-3.3	-1.6	31.0	5.2	5.8	25.3	1.1	6.4	-	-4.8	-1.1	12.6	3.0	-4.5	2.3
非製造業(n=255)	54.9	24.7	-3.9	-4.6	30.2	-2.9	3.7	14.9	1.6	-0.6	1.6	0.4	0.4	24.7	5.8	2.3	3.9
商社・卸売・小売(n=183)	54.6	25.1	-4.0	-4.0	29.5	-1.9	2.4	15.3	2.7	0.1	1.6	-0.1	0.7	25.1	4.6	1.0	3.3
その他の非製造業(n=69)	58.0	24.6	-2.8	-40.8	33.3	-3.7	7.6	14.5	-0.6	-1.4	1.4	1.4	-0.1	24.6	9.6	4.3	5.8

※①母数は「無回答」を除く企業数。②n=10以下の業種はその他製造業、その他非製造業に合算した。

3-(4)海外進出への取り組み ③海外で拡大を図る機能

【今後の進出先として、台湾とベトナムに注目が高まる】

- 販売拠点として、台湾が上昇している。
- 近年、海外進出を拡大する各機能で上昇傾向にあったベトナムが「汎用品の生産」において1位になり、生産拠点としての中国を初めて抜いた。一方で、高付加価値商品の生産や現地向け仕様変更の研究開発などの拠点としては下がっている。

海外進出を拡大する機能(機能別国・地域ランキング) (複数回答、%)

順位	販売				生産							
	汎用品		高付加価値商品		汎用品		高付加価値商品		汎用品		高付加価値商品	
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
1	中国	中国	1 中国	55.6	中国	中国	ベトナム	47.3	中国	中国	中国	52.8
2	タイ	米国	2 台湾	37.8	タイ	ベトナム	中国	40.5	タイ	ベトナム	タイ	29.2
3	米国	タイ	3 米国	35.9	ベトナム	タイ	タイ	33.8	ベトナム	台湾	米国	27.8
4	インドネシア	ベトナム	4 タイ	31.1	インドネシア	インドネシア	インドネシア	18.9	台湾	米国	ベトナム	23.6
5	ベトナム	台湾	4 ベトナム	31.1	米国	インド	インド	16.2	米国	韓国	台湾	19.4
			計	85.7			計	23.5			計	22.9

順位	研究開発							地域統括					物流			
	新製品開発			現地向仕様変更				地域統括			物流					
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	
1	中国	中国	米国	38.9	中国	中国	中国	49.0	中国	中国	1 中国	2.5	タイ	ベトナム	1 中国	43.2
2	米国	米国	中国	33.3	タイ	ベトナム	米国	29.4	米国	米国	1 米国	2.5	中国	中国	2 米国	27.0
3	タイ	タイ	西欧(英国除く)	30.6	米国	米国	西欧(英国除く)	27.5	シンガポール	シンガポール	3 西欧(英国除く)	2.2	米国	タイ	2 西欧(英国除く)	27.0
4	西欧	シンガポール	マレーシア	27.8	マレーシア	タイ	タイ	25.5	タイ	香港	4 シンガポール	1.9	西欧	米国	4 ベトナム	24.3
5	台湾	西欧	台湾	22.2	インドネシア	西欧	台湾	23.5	香港	タイ	4 ベトナム	1.9	台湾	香港	5 シンガポール	18.9
			計	11.4			計	16.2			計	8.3			計	11.7

※①母数は「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」企業(172社)および「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」企業(164社)のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数(315社)。②西欧は英国を除く西欧諸国。西欧の内訳は選択肢の設定がない。

3-(5)各国のビジネス環境 ①各国の魅力・長所

【海外ビジネスを行う魅力は各国の「市場規模」】

- 調査対象の11ヵ国とも「市場規模(市場規模・成長性)」がビジネスを行う上での魅力・長所の1位。またアセアンは「親日感情(親日的な国民感情)」が2～3位に入っており、全国と同じ傾向。
- 英語圏やアジアの中でも比較的英語を話す人口が多い国では、コミュニケーション上の障害の少なさがビジネスを行う際の魅力になっている様子。

各国の魅力・長所 (国別、上位5項目) (複数回答、%)

順位	中国 (n=397)	タイ (n=255)	マレーシア (n=165)	インドネシア (n=182)
1	市場規模 90.2	市場規模 68.6	市場規模 68.5	市場規模 85.7
2	現地調達容易 20.9	親日感情 56.5	親日感情 29.7	親日感情 25.8
3	納入先集積 24.4	納入先集積 27.8	17	人件費・労働力 25.3
4	技術力 5.5	現地調達容易 20.0	政治・社会安定 16.4	納入先集積 20.9
5	人件費・労働力 12.8	人件費・労働力 15.7	コミュニケーション 14.5	土地・事務所 8.8

順位	フィリピン (n=109)	ベトナム (n=266)	ミャンマー (n=90)	インド (n=137)
1	市場規模 76.1	市場規模 82.0	市場規模 76.7	市場規模 94.2
2	親日感情 26.6	親日感情 41.0	人件費・労働力 40.0	人件費・労働力 21.2
3	人件費・労働力 23.9	人件費・労働力 40.2	親日感情 25.6	納入先集積 15.3
4	コミュニケーション 19.3	人材の質 19.9	土地・事務所 13.3	コミュニケーション 10.9
5	納入先集積 14.7	政治・社会安定 17.3	納入先集積 6.7	親日感情 9.5

順位	米国 (n=222)	メキシコ (n=59)	英国 (n=80)
1	市場規模 84.7	市場規模 83.1	市場規模 63.8
2	コミュニケーション 29.3	納入先集積 28.8	コミュニケーション 36.3
3	政治・社会安定 26.6	人件費・労働力 23.7	政治・社会安定 27.5
4	納入先集積 25.7	親日感情 11.9	インフラ 26.3
5	インフラ 22.1	インフラ 10.2	納入先集積 18.8

省略形	正式名称
市場規模	市場規模・成長性
現地調達容易	関連産業の集積(現地調達が容易)
納入先集積	顧客(納入先)企業の集積
技術力	現地企業・大学等の高い技術力
人件費・労働力	人件費の安さ、豊富な労働力
従業員定着率	従業員の定着率の高さ
人材の質	従業員の質の高さ、優秀な人材が豊富
インフラ	インフラ(電力、運輸、通信等)の充実
土地・事務所	土地・事務所スペースが豊富、地価・賃料の安さ
迅速な手続き	各種手続き等が迅速
税制	税制面での優位性(法人税、関税など)
投資奨励制度	投資奨励制度の充実
政治・社会安定	安定した政治・社会情勢
コミュニケーション	言語・コミュニケーション上の障害の少なさ
駐在員の生活環境	駐在員の生活環境が優れている
親日感情	親日的な国民感情

※①母数(n)は国ごとの魅力・長所に回答した企業の総数(現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答)。②各セルの値は、各国の母数に占める項目ごとの回答率。

3-(5)各国のビジネス環境 ②各国のビジネス環境の課題

【ビジネス環境の課題は国ごとに異なる。「問題がない」という回答が多い国も存在】

- ビジネス環境の課題としては、各国で異なるが、最も多くの関西企業が進出している中国では、やはり「人件費高・上昇(人件費が高い、上昇している)」「知財保護(知的財産権の保護に問題あり)」が課題の上位。マレーシアやインドネシア、ベトナムでは「特段問題ない」が最も多く、課題指摘率も低い。
- 米国では「米新政権の政策」が、英国では「英EU離脱リスク」が、3位以下のリスクを大きく引き離し、一番のリスクとして挙げられている。

各国のビジネス環境の課題（国別、上位5項目）（複数回答、%）

順位	中国 (n=387)		タイ(n=210)		マレーシア(n=132)		インドネシア(n=159)	
1	人件費高・上昇	46.5	人件費高・上昇	23.3	特段問題ない	44.7	特段問題ない	23.9
2	知財保護	41.6	政情・社会情勢・治安	22.9	為替リスク	16.7	行政手続き	23.3
3	政情・社会情勢・治安	39.8	為替リスク	15.2	人件費高・上昇	15.2	政情・社会情勢・治安	23.3
4	代金回収	35.9	自然災害・環境汚染	12.4	行政手続き	10.6	インフラ	18.9
5	行政手続き	30.5	労働力不足・採用難	10.5	関連産業集積	6.8	法制度・運用	18.9

順位	フィリピン(n=113)		ベトナム(n=200)		ミャンマー(n=102)		インド(n=125)	
1	政情・社会情勢・治安	34.5	特段問題ない	24.5	政情・社会情勢・治安	38.2	インフラ	35.2
2	特段問題ない	26.5	行政手続き	21.5	インフラ	35.3	代金回収	32.8
3	インフラ	15.9	インフラ	20.5	関連産業集積	27.5	行政手続き	26.4
4	為替リスク	13.3	法制度・運用	20.0	法制度・運用	24.5	税制・税務手続き	25.6
5	行政手続き	12.4	人件費高・上昇	19.0	特段問題ない	24.5	自然災害・環境汚染	22.4

順位	米国(n=208)		メキシコ(n=73)		英国(n=116)	
1	米新政権の政策	57.7	米新政権の政策	46.6	英EU離脱リスク	63.8
2	特段問題ない	21.6	政情・社会情勢・治安	32.9	特段問題ない	22.4
3	為替リスク	20.2	特段問題ない	27.4	為替リスク	19.8
4	人件費高・上昇	20.2	為替リスク	20.5	人件費高・上昇	12.1
5	行政手続き	8.7	代金回収	15.1	土地・事務所	3.4

省略形	正式名称
米新政権の政策	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり
英EU離脱リスク	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり
為替リスク	為替リスクが高い
関連産業集積	関連産業が集積・発展していない
代金回収	代金回収上のリスク・問題あり
人件費高・上昇	人件費が高い、上昇している
労働力不足・採用難	労働力の不足・適切な人材の採用難
労務問題	労務上の問題あり
インフラ	インフラ（電力、運輸、通信等）が未整備
土地・事務所	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇
法制度・運用	法制度が未整備、運用に問題あり
知財保護	知的財産権の保護に問題あり
税制・税務手続き	税制・税務手続きの煩雑さ
行政手続き	行政手続きの煩雑さ（許認可など）
政情・社会情勢・治安	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり
自然災害・環境汚染	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり
特段問題なし	特段のリスク・問題を認識していない

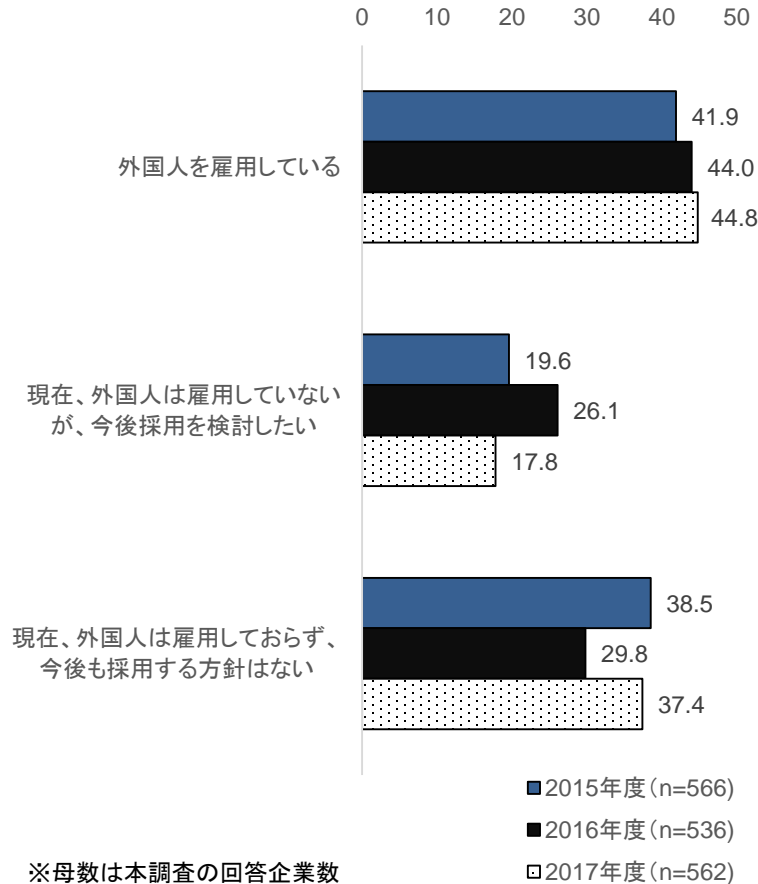
※①母数(n)は国ごとの課題に回答した企業の総数(現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答)。②各セルの値は、各国の母数に占める項目ごとの回答率。

3-(6)外国人材の活用 ①日本国内における外国人社員の雇用の現状

【外国人社員の雇用率が増加。業種別で雇用率に違いがみられる】

- 日本国内において「外国人社員を雇用している」関西企業は44.8%と前年より微増し、少しずつだが着実に外国人の雇用が進んでいる様子が窺える。ただ一方で、現在外国人を雇用していない企業について、「今後採用を検討したい」が8.3p減少し、「今後も採用する方針はない」が7.6p増加するなど、外国人雇用に慎重な企業も存在する模様。
- 業種別では、「医療品・化粧品」「電気機械」「自動車関連」「精密機器」で雇用率が6割を超えるが、「飲食料品」では4割を切り、業種間で違いがみられた。また、飲食料品では今後の採用方針についても他業種に比べると「今後も採用する方針はない」が多い傾向にある。

外国人雇用の有無(全体・時系列)(%)



外国人雇用の有無(業種別・規模別)(%)

業種別	外国人を雇用している	現在、外国人は雇用していないが、今後(3年程度)採用を検討したい	
		現在、外国人は雇用している	現在、外国人は雇用しておらず、今後(3年程度)も採用する方針はない
全体 (n=562)	44.8	17.8	37.4
製造業 (n=333)	50.2	18.9	30.9
飲食料品 (n=64)	39.0	21.9	39.1
繊維・織物/アパレル (n=28)	50.0	21.4	28.6
化学 (n=28)	57.2	7.1	35.7
医療品・化粧品 (n=20)	60.0	20.0	20.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (n=20)	45.0	25.0	30.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=35)	51.4	20.0	28.6
一般機械 (n=33)	51.6	24.2	24.2
電気機械 (n=11)	63.6	36.4	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器 (n=13)	61.5	7.7	30.8
精密機器 (n=13)	61.5	15.4	23.1
その他の製造業 (n=68)	74.2	15.2	10.6
非製造業 (n=262)	45.1	14.1	40.8
商社・卸売・小売 (n=187)	38.6	13.5	48.0
その他の非製造業 (n=75)	55.2	16.1	28.7
規模別			
大企業 (n=82)	69.5	9.8	20.7
中小企業 (n=480)	40.6	19.2	40.2

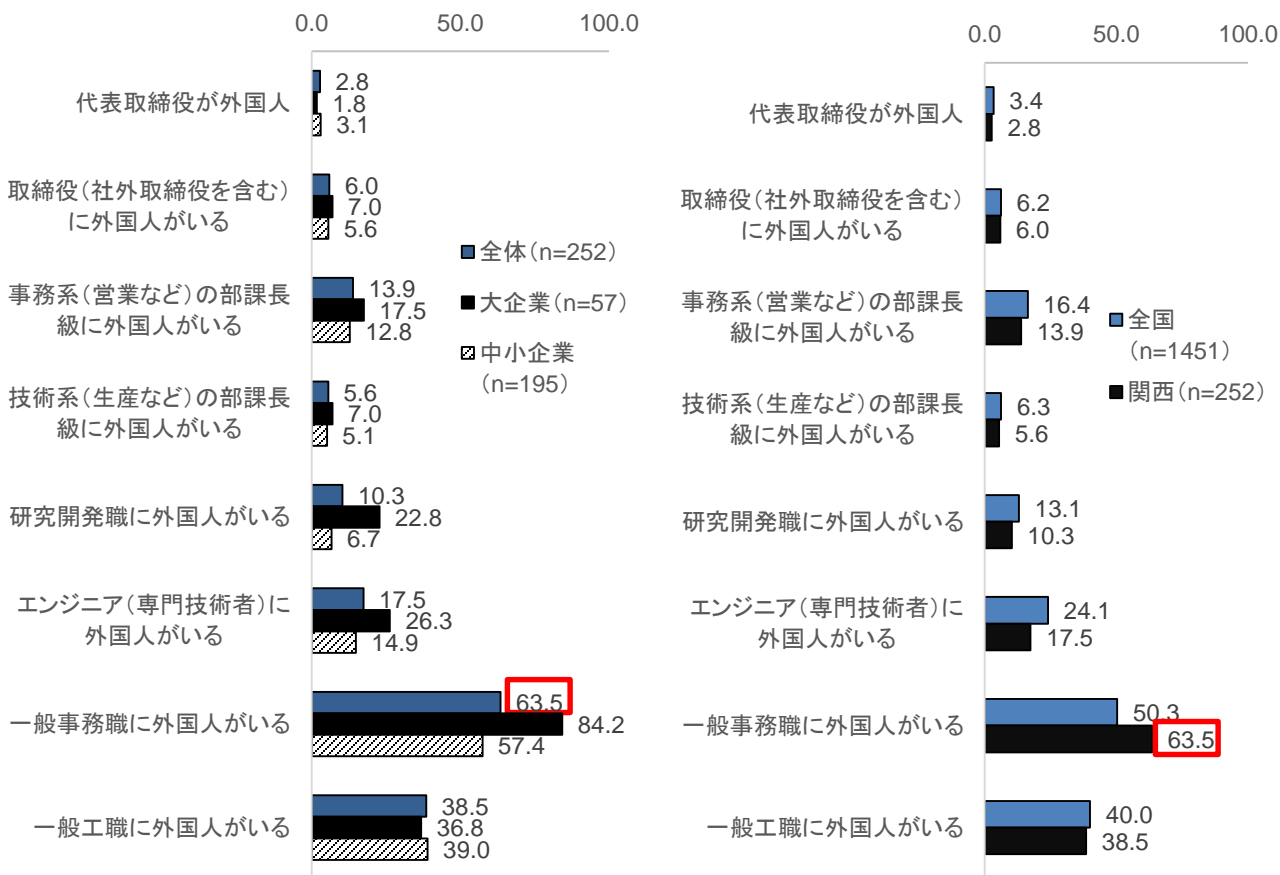
※n=10以下の業種はその他製造業、その他非製造業にそれぞれ合算した。

3-(6)外国人材の活用 ②日本国内における外国人社員の職種・ニーズ

【高度外国人材の活用が進み、幹部ニーズも高い。】

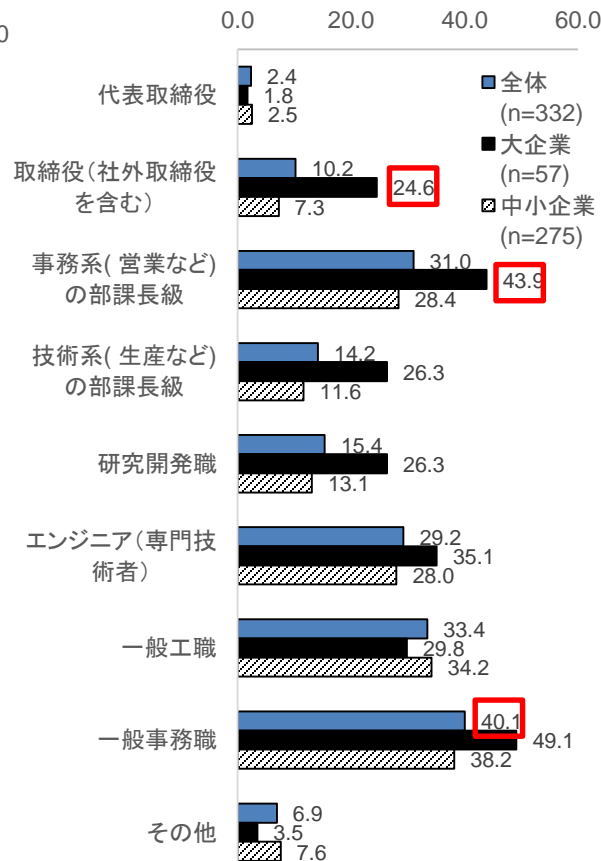
- ▶ 外国人の担当業務としては、一般事務職が63.5%と最も多く、特に大企業においては外国人を雇用している企業のうち8割以上となっており、中小企業においても一般工職よりも割合が高くなっている。また、全国と比較しても関西企業が一般事務職に外国人を雇用している割合が高くなっており、労働力としてではなく海外ビジネス等を進めるための高度外国人材の活用が進んでいる様子が窺える。
- ▶ 今後のニーズとしても、一般事務職が最も求められているが、大企業を中心に取締役や部長級等の幹部人材ニーズも高い。

外国人を雇用している職種
規模別（複数回答、%）
全国との比較（複数回答、%）



※母数(n)は「外国人を雇用している」と回答した企業

中長期的に外国人材ニーズの高い職種
(規模別)（複数回答、%）



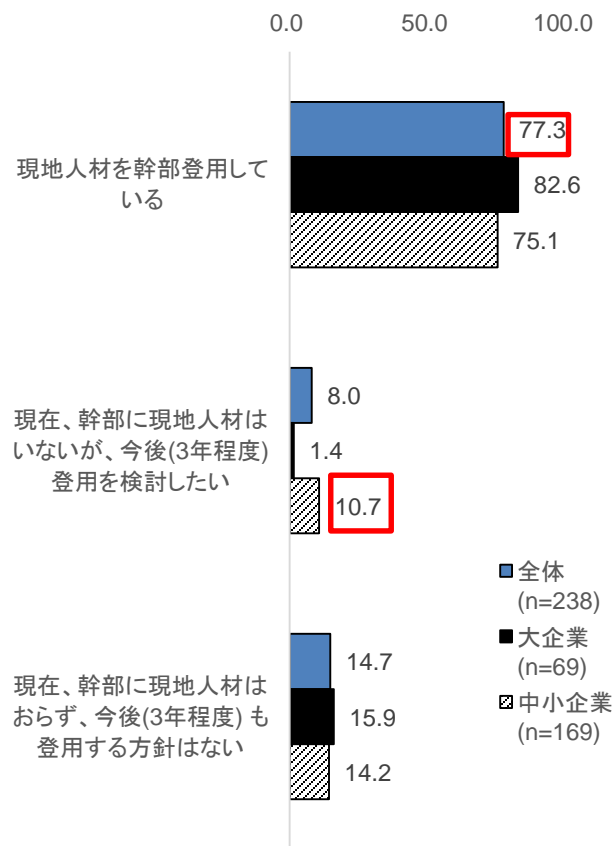
※母数(n)は何らかの職種で中期的に外国人材活用の必要性が現在よりも増すと回答した企業

3-(6)外国人材の活用 ③海外における外国人社員の雇用の現状・職種・ニーズ JETRO Osaka

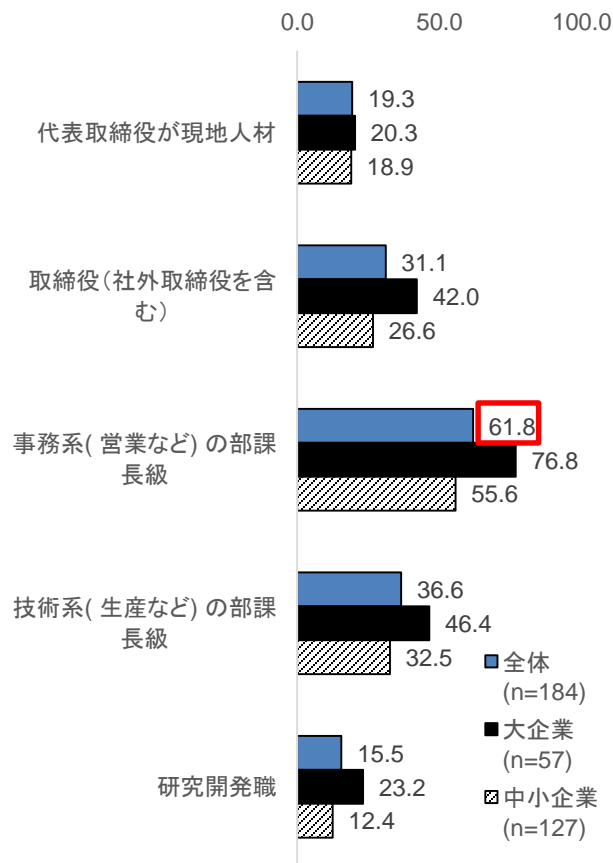
【海外拠点では、現地人材の幹部登用が進む】

- ▶ 海外拠点を有する関西企業のうち、現地人材を幹部登用している企業は7割を超える。中小企業に限っては、今後の登用を検討する企業も10%ほどあり、今後現地で幹部人材の採用が増える可能性がある。
- ▶ 雇用形態の内訳としては、事務系の部課長級が最も多い。またニーズも同様で、大企業に至っては、8割を超える企業が事務系の部長級で更なる雇用を検討していることが窺える。

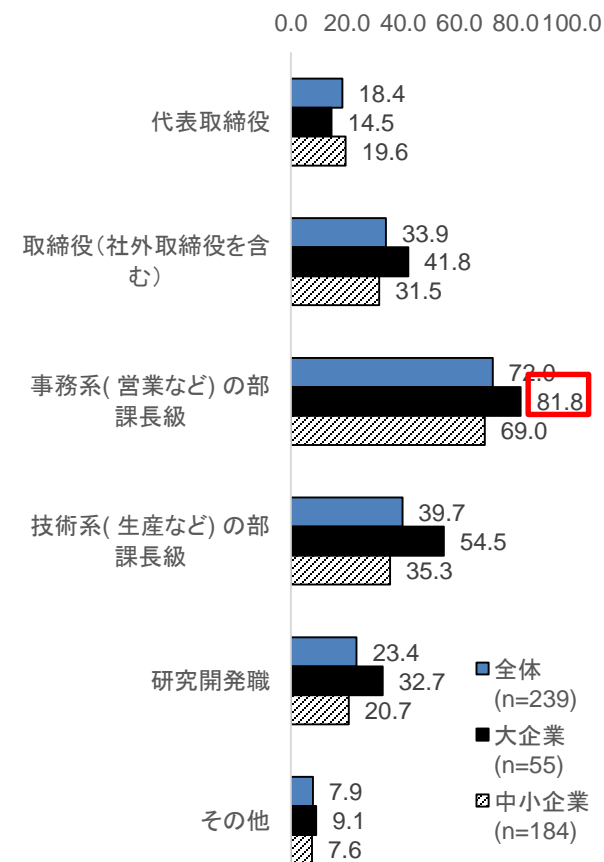
現地幹部人材の有無
(全体・時系列)(%)



現地幹部人材を雇用している職種
(規模別)(複数回答、%)



中期的にニーズの高い現地幹部人材の種類
(規模別)(複数回答、%)



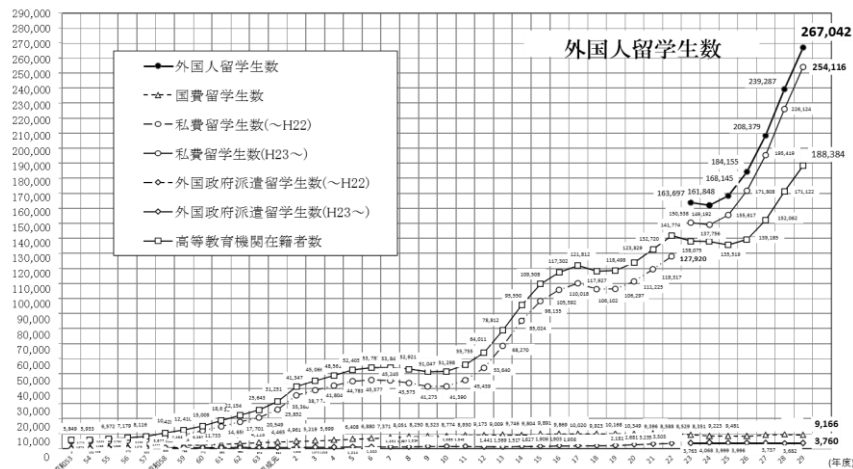
※母数(n)は本調査の回答企業数

※母数(n)は海外拠点で現地人材を幹部登用している企業

※母数(n)は何らかの職種で中長期的な現地人材登用の必要性が現在よりもますます回答した企業

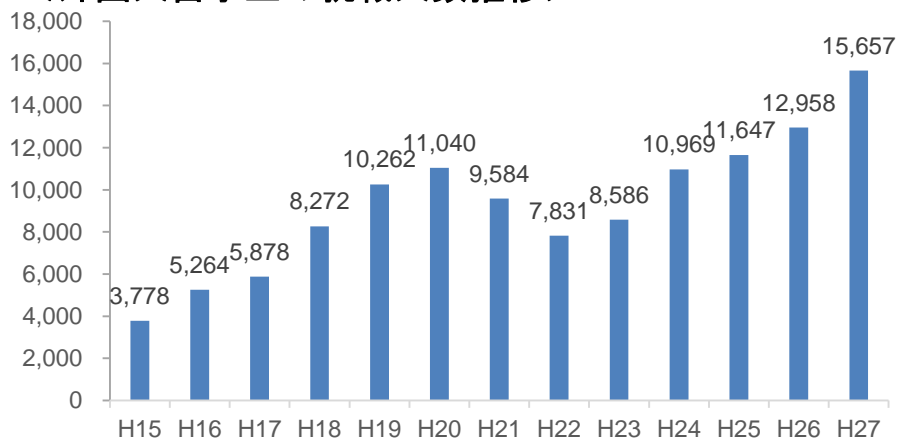
日本在住外国人留学生数の推移と日本での就職人数推移

<外国人留学生数推移>



※出所：『平成29年度外国人留学生在籍状況調査結果』平成29年12月，独立行政法人日本学生支援機構

<外国人留学生の就職人数推移>



※出所：『外国人留学生の就職促進について(外国人留学生の就職に関する課題等)』平成29年6月，文部科学省

ジェトロ大阪本部の高度外国人材活用関連事業

(1) 国際化促進インターンシップ事業(外国人受入)



2017年度より、株式会社パナソクとともに経済産業省から「国際化促進インターンシップ(外国人受入インターンシップ)」を受託。外国人若手人材(国内留学生を含む)を日本企業が受け入れることによる海外ビジネスの促進を目指す。

【インターンシップ事業概要】

受入対象	アジアを中心とした開発途上国の外国人材(社会人・学生)、日本在住の留学生
受入期間	2018年8月から12月までの3か月間程度
事業目的	<ul style="list-style-type: none"> 海外ビジネスの拡大や新たな展開に向けた知見構築 外国人と働くことや異文化コミュニケーション経験による社内の意識改革 外国人採用に向けた海外大学等とのネットワーク構築や社内の体制整備
募集期間	2018年4月～6月30日(土)
募集対象	日本国内に主な事業所を有する中堅・中小企業及び業界団体、非営利法人等 ※2016年、2017年度の本事業参加企業除く
募集企業数	最大220社
受入企業への支援	経費支援 1日2,000円/人、受入れ担当者向け研修(異文化マネジメント研修)
受入企業の負担	受入環境の準備(宿泊場所、職場への移動手段、PC等の業務環境など)、研修への参加また参加のための交通費(企業担当者分)

(2) 高度外国人活用ワークショップ

新輸出大国コンソーシアム事業の一環として、留学生等の活用を検討し始めた企業や検討中の企業、既に活用している企業に対し、実際の採用・雇用・活用に資する実務的な情報を2～4回にわけてワークショップ形式で提供する。講師はコンソーシアム事業のエキスパート。

(3) 太平洋グローバル人材フェア(予定)

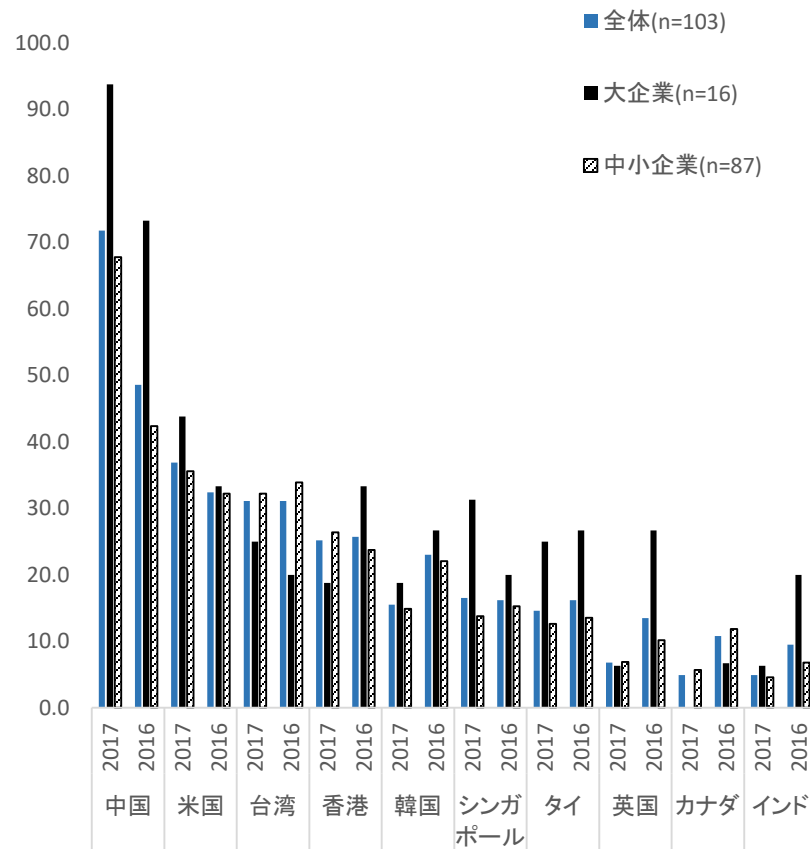
海外展開を目指す中堅・中小企業を対象に、海外ビジネスを担う「グローバル人材」の確保・育成をテーマとする「アジア太平洋グローバル人材フェア」を実施予定。

3-(7) 電子商取引の活用 ①現在の販売先及び利用者が感じるメリット

【電子商取引を利用した販売先は中国が首位、企業規模により販売先の違いあり】

- ▶ 大企業では「中国」「米国」「シンガポール」「タイ」が多くなっている。一方「台湾」「香港」については中小企業の方が多かった。
- ▶ 電子商取引活用により、利用者が感じるメリットは全体では「売り上げの増加」の項目が最も多く、業種問わず「より多くの国・地域での販売が可能」にメリットを感じると答えた企業が多かった。なお、製造業の方が非製造業に比べメリットを享受している印象が強く、多くの項目で製造業が非製造業を上回る回答があった。また企業規模別では、中小企業の方がメリットを感じていることがわかる。

現在の海外販売先(全体、企業規模別)(複数回答、%)



【注】nは2017年度回答企業数。

利用者が感じるメリット(全体、業種別、企業規模別)(複数回答、%)

	全体 (n=198)	業種別		規模別	
		製造業 (n=114)	非製造業 (n=84)	大企業 (n=29)	中小企業 (n=169)
売り上げの増加	68.1	71.9	63.0	65.5	68.6
より多くの国・地域での販売が可能	53.5	54.3	52.3	44.8	55.0
従来より幅広い顧客層をターゲットにできる	59.5	58.7	60.7	65.5	58.5
従来より低価格で直接販売が可能	22.2	28.0	14.2	27.5	21.3
顧客ニーズを直接聞くことができる	33.8	38.5	27.3	31.0	34.3
詳細な顧客データの入手	25.7	28.9	21.4	20.6	26.6
消費者へのアプローチの多様化	47.9	49.1	46.4	51.7	47.3
自社認知度の向上	35.8	42.1	27.3	27.5	37.2
その他	4.0	3.5	4.7	3.4	4.1

3-(7) 電子商取引の活用 ②物流・決済の課題解決策及び現状の課題

【電子商取引の2大課題は「導入や運用のコストが高い」と「デジタル技術を扱える技術者等人材が不足」】

- 物流の解決策は「追跡可能な配送サービスの利用」の回答数がトップとなったが、企業規模間で差異が発生した。また、決済の解決策は、大企業では「前払いやデポジットシステムの採用」、中小企業は「デジタル決済に自社で対応」と回答した企業が多かった。
- 現状の課題としてコスト面、人材面を挙げている企業が全体的に多かった。特に、業種別では製造業の方が課題と挙げている企業が多く、規模別では中小企業の方が多く課題と感じていることから、「中小企業の製造業」が電子商取引に最も障壁を感じていると思われる。

課題解決策(1) 物流(複数回答、%)

	全体 (n=112)	業種別		規模別	
		製造業 (n=71)	非製造業 (n=41)	大企業 (n=20)	中小企業 (n=92)
追跡可能な配送サービスの利用	50.0	52.1	46.3	70.0	45.6
販売先国・地域の配送業者と連携	32.1	36.6	24.3	40.0	30.4
受注から配達までを代行企業・ECサイトに委託	41.9	42.2	41.4	50.0	40.2
在庫や受注の管理システムの導入	25.8	25.3	26.8	40.0	22.8
受注前に輸出地税関を通過し、配送時間を短縮	16.0	16.9	14.6	15.0	16.3
発注者の都合のみによる返品を認めない	12.5	14.0	9.7	5.0	14.1
特別な対策はしていない	14.2	12.6	17.0	10.0	15.2
その他	1.7	2.8	0	0	2.1

課題解決策(2) 決済(複数回答、%)

	全体 (n=111)	業種別		規模別	
		製造業 (n=71)	非製造業 (n=40)	大企業 (n=20)	中小企業 (n=91)
クレジットカードの不正利用対策の強化	25.2	25.3	25.0	25.0	25.2
前払いやデポジット(預り金)システムの採用	25.2	32.3	12.5	40.0	21.9
デジタル決済(アリペイ、ペイパルなど)に自社で対応	34.2	38.0	27.5	25.0	36.2
代金引換払いに対応	8.1	9.8	5.0	10.0	7.6
決済を代行企業・ECサイトに委託	47.7	47.8	47.5	50.0	47.2
(越境販売の際に)現地通貨建て決済に対応	13.5	14.0	12.5	15.0	13.1
特別な対策はしていない	18.9	16.9	22.5	20.0	18.6
その他	1.8	2.8	0	5.0	1.0

【注】母数は、電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業

現状の課題(全体、業種別、企業規模別)(複数回答、%)

	全体 (n=274)	業種別		規模別	
		製造業 (n=166)	非製造業 (n=108)	大企業 (n=52)	中小企業 (n=222)
導入や運用のコストが高い	47.1	50.0	42.6	40.4	48.6
活用について社内の理解が得られない	8.8	10.8	5.6	11.5	8.1
デジタル技術を扱える技術者等人材が不足	54.0	59.6	45.4	38.5	57.7
適切な外部パートナーが不足	23.4	23.5	23.1	26.9	22.5
デジタル技術の活用方法について相談できる機関等がない	14.2	15.1	13.0	5.8	16.2
関連インフラ(通信環境、物流網、決済システムなど)が不十分	18.2	17.5	19.4	36.5	14.0
規制の制約がある(データ関連規制など)・運用が不透明	8.4	8.4	8.3	17.3	6.3
情報漏洩のリスクがある	17.9	20.5	13.9	25.0	16.2
技術が発展途上または複数の規格があり、どの技術を活用すべきか不明	12.8	10.8	15.7	17.3	11.7
デジタル技術活用のメリットが低い・活用の必要性を感じていない	1.8	1.8	1.9	3.8	1.4
課題についてよく分からない	2.9	2.4	3.7	1.9	3.2
その他	1.5	1.2	1.9	-	1.8