

関西企業の海外事業展開に 関する傾向（2019年度）

2020年7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	3		
2.	関西企業からのジェトロへの貿易投資相談	5		
	(1) 推移・地域別・国別			
	(2) 案件別・目的別・業種別			
	(3) 相談内容傾向(国別)			
3.	海外展開に関するアンケート調査	10		
	(1) 調査・回答企業の概要	11		
	(2) 輸出への取り組み	12		
	① 現在の輸出先			
	② 今後の輸出方針			
	(3) 自由貿易協定の活用	14		
	① 発効済みFTAの利用率			
	② 日本のFTAの利用状況(輸出先)			
	③ FTAを利用しない理由			
	(4) 海外進出への取り組み	17		
	① 現在の海外拠点数			
	② 今後の海外進出方針(概要)			
	③ 今後の海外進出方針(業種別)			
	④ 海外で拡大を図る機能			
	(5) 各国のビジネス環境	21		
	① 魅力・長所(国・地域別、上位10項目)			
	② 課題(国・地域別、上位10項目)			
	(6) 保護主義の影響	23		
	① 影響の有無、負の影響の内容			
	② 保護主義への対応策			
	(7) 海外ビジネス拡大のための人材	25		
	① 重視する人材			
	② 人材確保のメリット			
	③ 日本人社員のグローバル人材育成の課題			

1. 報告のポイント

1. 報告のポイント

- 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9,785件で前年度10,329件より減少。TPP11(2018年12月30日発効)及びEU-EPA(2019年2月1日発効)による前年度増加から一転した結果と思料される。発効国別では中国に関する相談が続けて最多。ベトナムに関する相談が増加、中国に次いで多かった。(「2.貿易投資相談の分析」より)
- 輸出、進出とも、事業拡大を図る企業の割合は横ばい。いずれも対象は中国が依然として最多。進出先としてはベトナムが増加。FTAの有効活用が模索される中、保護主義による経済悪化の影響が懸念される。海外展開の人材では、日本人社員のグローバル育成が最重要視される一方、中小企業では外部即戦力として外国人等への期待もうかがえる。(「3.海外展開に関するアンケート調査」より)

2. 関西企業からのジェトロへの 貿易投資相談

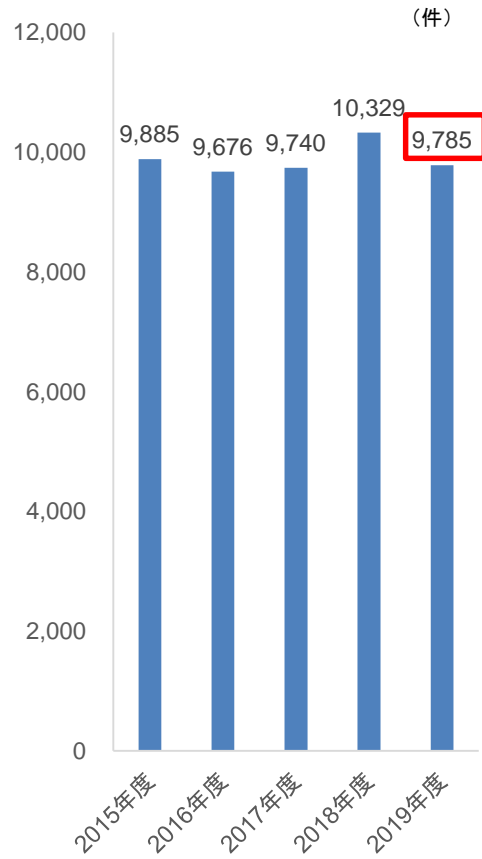
[注]貿易投資相談の分析は、関西(滋賀、京都、奈良、大阪、和歌山、兵庫)の相談者からジェトロに寄せられた案件を集計し、まとめたものである。

2-(1) 推移・地域別・国別

【貿易投資相談件数が減少。中国に次いでベトナムが2位となり件数も大きく増加】

- 2019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は9,785件で、前年度より減少した。TPP11(2018年12月30日発効)及びEU-EPA(2019年2月1日発効)による前年度増加から一転した結果と見られる。
- 相談件数を地域別にみると、ASEAN、ロシア・CIS、アフリカが前年度に比べて増加したが、その他の地域では減少した。特に、南西アジア、その他アジア、中東の減少幅が大きかった。国別では、中国が引き続き最多で、ベトナムが増加した。欧州に関しては各国別よりEUとしての相談が大半を占めた。

貿易投資相談件数(推移)



地域別

	2019年度		
	件数	構成比 (%)	前年度比 (%)
北東アジア	2,250	23.0	-15.5
ASEAN	2,799	28.6	10.6
南西アジア	399	4.1	-20.4
その他アジア	64	0.7	-21.0
北米	806	8.2	-3.4
中南米	171	1.7	-14.5
欧州	1,145	11.7	-10.5
ロシア・CIS	126	1.3	7.7
中東	316	3.2	-20.8
アフリカ	179	1.8	12.6
日本	802	8.2	-10.8
その他	728	7.4	-9.5
合計	9,785	100.0	-5.3

国別(EUを含む) TOP10 3カ年度推移

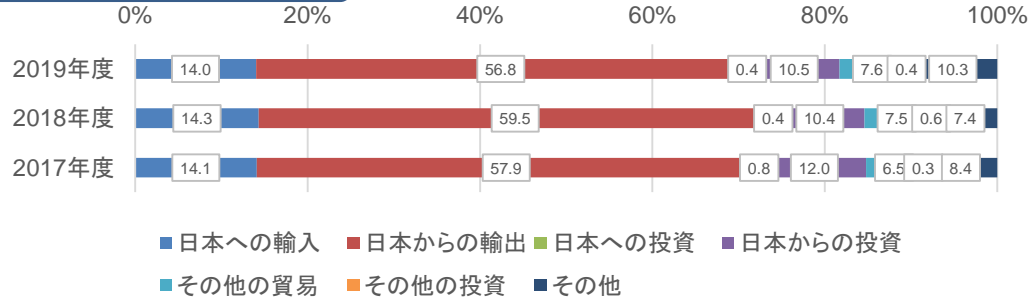
順位	2019年度			2018年度			2017年度		
	国・地域	件数	構成比 (%)	国・地域	件数	構成比 (%)	国・地域	件数	構成比 (%)
1	中国	1,296	13.2	中国	1,593	15.4	中国	1,563	16.0
2	ベトナム	950	9.7	日本	899	8.7	米国	876	9.0
3	日本	802	8.2	米国	768	7.4	ベトナム	718	7.4
4	米国	741	7.6	ベトナム	672	6.5	タイ	671	6.9
5	タイ	548	5.6	タイ	671	6.5	日本	508	5.2
6	EU	391	4.0	EU	491	4.8	台湾	442	4.5
7	台湾	382	3.9	台湾	434	4.2	インドネシア	429	4.4
8	インドネシア	364	3.7	韓国	321	3.1	韓国	324	3.3
9	韓国	288	2.9	インド	297	2.9	香港	253	2.6
10	インド	276	2.8	香港	274	2.7	全地域	249	2.6
	合計	9,785		合計	10,329		合計	9,740	

2-(2) 案件別・目的別・業種別

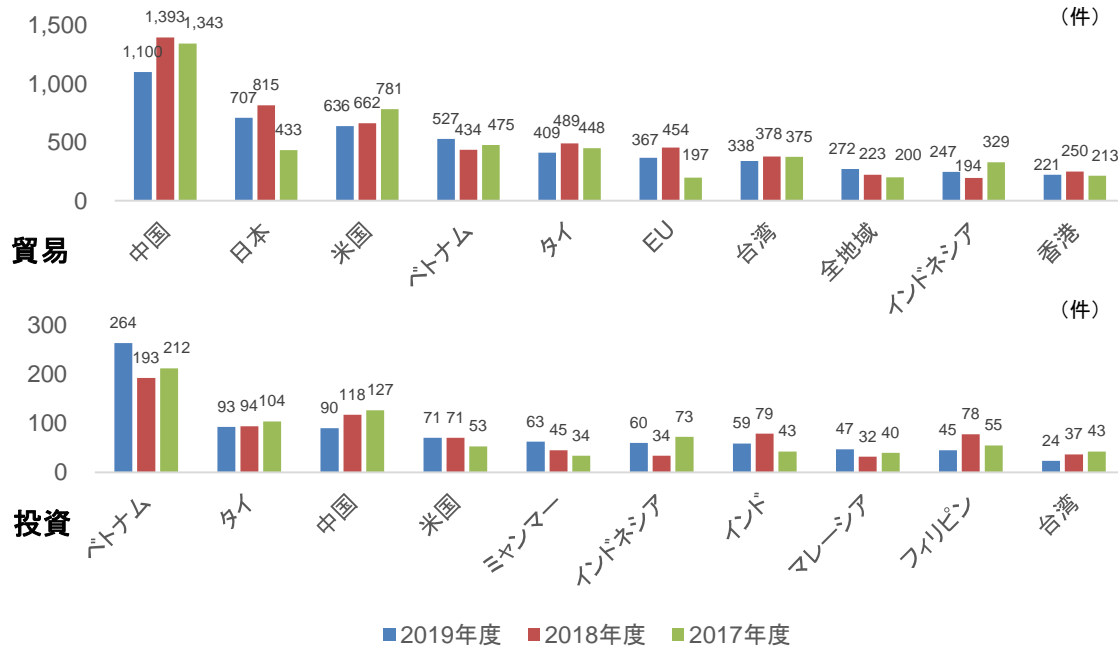
【目的別割合は横ばい。貿易・投資とも相談件数は中国・タイが減少、ベトナムは増加。】

- 輸出入、投資とも、相談の割合に大きな変化はなかった。国別で見ると、貿易については中国が大きく減少、その他の国・地域も減少した一方、ベトナムは増加した。投資についてもベトナムが大幅に増加、ミャンマーも継続して増加傾向であるのに対し、中国は減少傾向が見られた。
- 業種別では、「農林漁業・食料品」が継続して最多。前年度に続き、次いで「運輸・通信・貿易」、「化学」、「雑貨」が10%を超えた。

案件別3カ年度推移



目的(貿易/投資)別 国・地域 TOP10 3カ年度推移



業種別3カ年度推移

	2019年度 構成比(順位)	2018年度 構成比(順位)	2017年度 構成比(順位)
農林漁業・食料品	20.9 1	19.2 1	24.0 1
運輸・通信・貿易	16.5 2	12.8 2	10.2 4
化学	11.1 3	12.6 3	11.4 3
雑貨	10.4 4	11.0 4	9.5 5
機械	9.6 5	9.8 5	12.1 2
サービス	8.9 6	7.6 8	8.4 7
電気・電子機器	8.0 7	9.4 6	8.6 6
繊維皮革	7.7 8	7.9 7	7.1 8
鉱業金属	2.9 9	3.7 9	3.1 10
輸送機器	2.0 10	3.2 10	3.3 9
木材・家具住宅	1.3 11	1.6 11	1.4 11
IT(通信除く)	0.6 12	1.1 12	0.8 12

【注】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-(3) 相談内容傾向(国別)

【日本を除く貿易投資相談国別(EUを含む)TOP5は、中国、ベトナム、米国、タイ、EU】

- 最多の中国については、初めて貿易に取り組もうとする個人から複雑な規制や手続きに関する相談まで、相談内容は非常に多岐にわたった。
- 相談件数が大きく増加した2位のベトナムについても、市場の成長を見込んだ多種多様な分野の相談が多かった。CHINA+ONEに加え、米中通商摩擦も考慮し、グローバルサプライチェーンやグローバルバリューチェーンの再編成を検討する企業の関心もうかがえる。
- 3位の米国については、昨年度より件数は減少したものの、例年同様投資・輸出双方において幅広い分野から問い合わせがあった。
- 4位のタイについては、市場の成長、人件・物件費の高騰により、付加価値の見込まれる分野の相談が増えている。
- 5位のEUについては、日EU・EPAの発効後、件数が減少に転じた。



中国

- 相談件数は、前年度比81.4%の1,296件。
- 米中貿易摩擦の影響を受け、中国の現地法人(主に生産拠点)の撤退や縮小、ベトナム等ASEANへの移管に伴う、従業員への経済補償等に関する相談が増加。ただし、中国市場をターゲットとした生産販売拠点に関しては、内販拡大を視野に入れ、当座は規模縮小に留めるケースも散見された。また、保税物流園區を活用し、現地法人を設立せず、みなし輸出入による中国産品の内販、関税・消費税等が課されない仲介貿易を目指す相談も増加。
- 医薬・医療及び介護福祉分野では、日本の高度技術・サービスを売りに、製品輸出にとどまらず、独資や合併での現地拠点設立に向けての相談も増加。今後も進出の加速傾向がうかがえる。
- 輸出では、化粧品・医薬品、また食料品を中心に、国内販売に特化していた中小卸売業や個人事業者が輸出を検討され、現地輸入規制や越境ECに関する問い合わせが増えた。



ベトナム

- 相談件数は、前年度比141.4%の950件。
- 成長するベトナムの消費市場を睨み、サービス業に関する相談も増加傾向にあった。
- 投資に関する相談は、製造業では繊維、食品、医療機器、電気製品、機械、化学品、塗料、木工加工品、非製造業では発電、ITソフト開発、流通業、貿易、介護、日本語学校、飲食店、設計など多種多様な分野に及び、CHINA+ONEに加え、米中通商摩擦も考慮し、グローバルサプライチェーンやグローバルバリューチェーンの再編成を検討する企業の相談もあった。
- 貿易に関する相談は、食品、化学品、医薬品、機械の輸出、繊維品や木工品、食品の輸入、繊維品の仲介貿易などがあつた。

2-(3) 相談内容傾向(国別)



米国

- 相談件数は、前年度比96.5%の741件。
- 投資については、中小企業自身が米国市場を狙う新規投資相談に加え、日本の大企業が米国で新規ビジネスを展開することに追隨しての中小企業からの投資相談も目立った。業種は飲食店経営・アパレル仕入販売などの非製造業や、機械部品・工具などの製造業が目立ち、現地販売拠点の設立を検討する相談が多かった。相談内容としては、法人設立の手続きや、投資コスト・環境規制など各種規制に関する相談が多く寄せられた。
- 輸出については、例年同様、幅広い業種からの相談が寄せられたが、機械・部品および化学品・化粧品が多い傾向。内容としては、輸出の際の規制やマーケティングなどに関わる内容が多かった。また、中国から米国への輸出相談が複数寄せられ、米中関係による影響を懸念する声もあった。
- リスト規制やキャッチオール規制、米国再輸出規制など、対米ビジネスに必要な米安全保障貿易のための各種制度は、引き続き懸案事項として注意を促すことが多かった。



タイ

- 相談件数は、前年度比81.7%の548件。
- 全体の傾向として、タイは既に人件費・物件費で中国沿海州大都市圏と同レベルの水準に至っており、単なる製造ではなく、業務関連役務サービスや機能・意匠等付加価値を加えたりする設計・デザイン部門のサービス分野の企業進出の相談も増えた。
- 投資に関しては、進出済みの取引先企業へのパッケージ・印刷などの付帯サービスや、OEM供給、販社での進出相談が目立っている。タイ政府は予てより自動車産業に継ぐ、裾野産業の育成拡大を促進するため、外資への最大13年の法人税減免措置等の恩恵を与え、外資技術導入に努めているものの、関西企業からの同分野に関する投資相談は極めて少ない。
- 輸出に関しては、消費市場として中間層・高所得世帯の増加に伴い、化粧品・冷凍食品・健康食品・浴槽機器等の高級消費財の相談が増加傾向にある。



EU

- 相談件数は、前年度比79.6%の391件。
- 2019年2月1日発効の日EU・EPAについては、習熟して来たためか2019年4月以降は減少傾向。当初BREXITについての先行き相談はあったものの、英国の迷走により関心は次第に希薄となった。2020年2月頃からはコロナウィルスの問題もあり、欧州でもマスクや消毒液の輸出入に関わる相談が増えた。
- EU全体、また欧州各国の相談のほとんどが輸出についてであり、投資については1割未満にとどまる。国別では、ドイツが最多の154件、フランス(131件)、イタリア(90件)、イギリス(75件)、オランダ(48件)が続く。

3. 海外展開に関するアンケート調査

3-(1) 調査概要

調査概要

1. 調査目的

本レポートは、ジェトロが2020年2月27日に発表した「2019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: ジェトロサービスの利用実績があり、海外ビジネスに関心の高い国内企業9,975社(内訳: ジェトロの会員企業(ジェトロ・メンバーズ)3,562社、メンバーズ以外のジェトロサービス利用企業6,413社)。うち、関西企業は1,970社(内訳: ジェトロ・メンバーズ672社、メンバーズ以外のジェトロサービス利用企業1,298社)。
- (2) 回収状況: 有効回収数 3,563社(有効回答率 35.7%)。うち、関西企業は695社(有効回答率35.3%)。
- (3) 調査期間: 2019年11月5日～2019年12月23日

3. 調査項目

- (1) 貴社の概要
 (2) 貿易・海外進出への取り組み
 (3) 各国のビジネス環境
 (4) 保護貿易主義の影響
 (5) 自由貿易協定(FTA)の活用

【注】大企業・中小企業等の定義(資本金、従業員数に基づく)

	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。

回答企業プロフィール

	企業数 (社)	構成比 (%)
回答企業全体	695	100.0
規模別		
大企業	73	10.5
大企業(中堅企業を除く)	17	2.4
中堅企業	56	8.1
中小企業	622	89.5
中小企業(小規模企業を除く)	253	36.4
小規模企業	369	53.1
業種別		
製造業全体	381	54.8
飲食料品	78	11.2
繊維・織物/アパレル	41	5.9
木材・木製品/家具・建材/紙ハルブ	9	1.3
化学	25	3.6
医薬品・化粧品	16	2.3
石油・石炭・プラスチック・ゴム製品	22	3.2
窯業・土石	5	0.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	52	7.5
一般機械	29	4.2
電気機械	14	2.0
情報通信機械/電子部品・デバイス	14	2.0
自動車・同部品/その他輸送機器	12	1.7
精密機器	14	2.0
その他の製造業	50	7.2
非製造業全体	314	45.2
商社・卸売	208	29.9
小売	24	3.5
建設	9	1.3
運輸	8	1.2
金融・保険	8	1.2
通信・情報・ソフトウェア	13	1.9
専門サービス	7	1.0
その他の非製造業	37	5.3
取り組み 形態別		
輸出企業(他社を通じた間接輸出を行う企業を含む)	537	77.3
海外進出企業	321	46.2
輸入企業	444	63.9
国内企業(海外ビジネスを行っていない企業)	57	8.2

3-(2) 輸出への取り組み ①現在の輸出

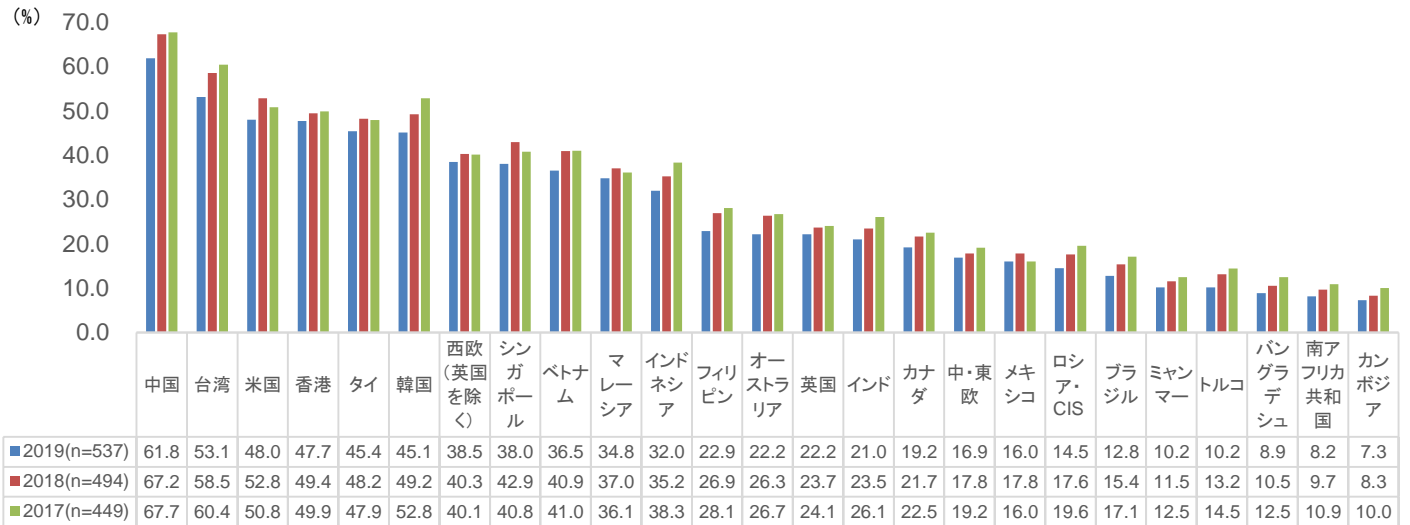
【海外ビジネスに関心が高い関西企業の8割近くがすでに輸出中。うち6割が中国、5割が台湾への輸出。業種別の輸出先も中国含むアジア諸国中心】

- 規模による差はあるものの全体として8割近い企業、また、製造業では83.5%、非製造業では69.7%(ただし、商社・卸売・小売行では8割超)が輸出をしている。
- 国・地域別輸出先では中国(61.8%)・台湾(53.1%)が過去3年連続して割合の最多を占めた。米国(48.0%)も前年度と同じく中国・台湾に次いで多かった。続く香港(47.7%)、タイ(45.4%)、韓国(45.1%)も過去3年に渡り輸出先として4割を超えた。他方、輸出先として主な国・地域以外の割合が増加した(総じて、主な輸出先の占める割合が減少した)。
- 業種別輸出先では、中国が8業種分類中5業種において最も多かった。鉄鋼/非鉄金属/金属製品ではベトナムが中国を上回り、第1位となった。

現在の輸出(規模・業種別)

		企業数	輸出企業数	割合(%)
全体		695	537	77.3
規模別	大企業	73	56	76.7
	大企業(中堅企業を除く)	17	15	88.2
	中堅企業	56	41	73.2
	中小企業	622	481	77.3
	中小企業(小規模企業を除く)	253	207	81.8
業種別	製造業	381	318	83.5
	飲食料品	78	65	83.3
	繊維・織物/アパレル	41	32	78.0
	木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	9	7	77.8
	化学	25	23	92.0
	医薬品・化粧品	16	16	100.0
	石油・石炭・炭素/ゴム製品	22	17	77.3
	塗料・塗料	5	5	100.0
	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	52	37	71.2
	一般機械	29	27	93.1
	電気機械	14	12	85.7
	情報通信機械/電子部品・デバイス	14	11	78.6
	自動車・同部品/その他輸送機器	12	10	83.3
	精密機器	14	14	100.0
	その他の製造業	50	42	84.0
	非製造業	314	219	69.7
	商社卸売	208	171	82.2
	小売	24	20	83.3
	建設	9	3	33.3
	運輸	8	3	37.5
金融・保険	8	0	0.0	
通信・情報・ソフトウェア	13	5	38.5	
専門サービス	7	1	14.3	
その他の非製造業	37	16	43.2	

現在の主な輸出先(国・地域別)



[注](n)は現在輸出を行っている企業数。

(複数回答、%)

現在の主な輸出先(業種別 輸出先上位5カ国)

(複数回答、%)

商社・卸売・小売 (n=191)	飲食料品 (n=65)	鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=37)	繊維・織物/アパレル (n=32)	一般機械 (n=27)	化学 (n=23)	石油・石炭・プラスチック・ゴム製品 (n=17)	医薬品・化粧品 (n=16)								
中国	55.5	中国	58.5	ベトナム	56.8	中国	65.6	中国	81.5	台湾	82.6	中国	82.4	香港	75.0
台湾	48.7	香港	64.6	中国	54.1	米国	56.3	タイ	70.4	中国	78.3	台湾	64.7	中国	68.8
香港	48.2	米国	56.9	米国	45.9	西欧(英国を除く)	56.3	台湾	63.0	韓国	73.9	韓国	58.8	台湾	68.8
タイ	43.5	台湾	55.4	韓国	43.2	台湾	50.0	韓国	63.0	タイ	65.2	米国	58.8	ベトナム	62.5
韓国	42.9	シンガポール	47.7	台湾、タイ	40.5	韓国	40.6	インドネシア	59.3	ベトナム	65.2	タイ	47.1	米国	43.8

[注]①(n)は現在輸出を行っている企業で輸出先に回答のあった企業。②左からnの多い順。③n=15以下の業種は除く。

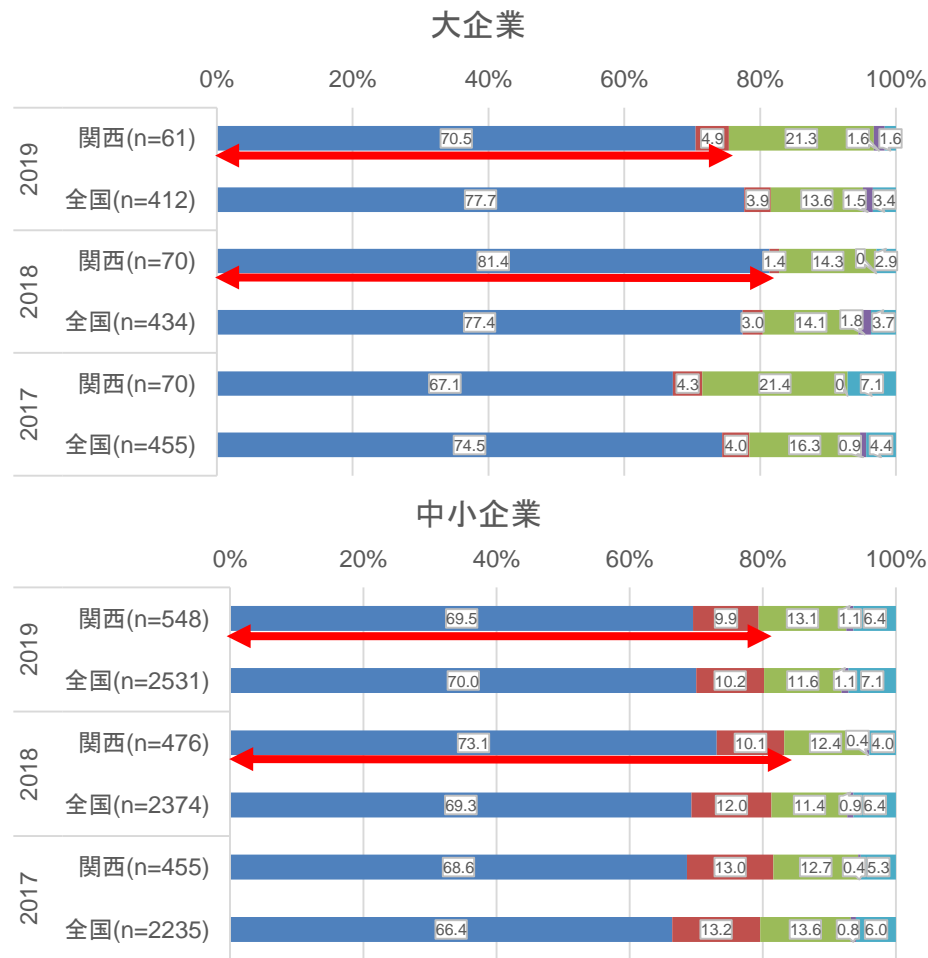
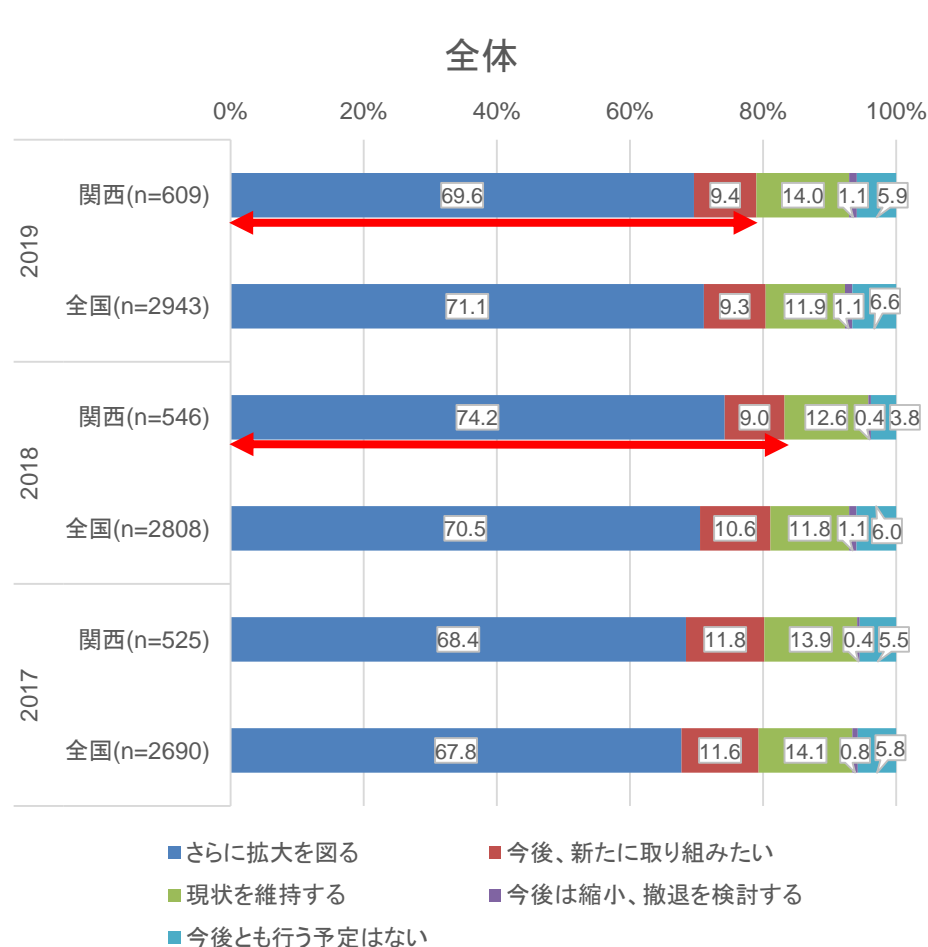
[注]「輸出企業数」には他社を通じた間接輸出を行う企業を含む。

3-(2) 輸出への取り組み ②今後の輸出方針

【大企業・中小企業ともに、関西では輸出拡大を図る企業が前年度より減少】

全体としては「さらに拡大を図る」(69.6%)及び「新たに取り組みたい」(9.4%)を合わせた輸出拡大を図る企業の割合は79.0%と、昨年度の83.2%から4.2ポイント減少したものの、約8割を維持。全国(80.4%)とほぼ同様の結果となった。ただし、「さらに拡大を図る」だけを見ると、前年度の74.2%から4.6ポイント減少(大企業では81.4%から10.9ポイントの大幅減の70.5%、中小企業でも73.1%から3.6ポイント減少の69.5%)、全国の71.1%と比べて1.5ポイント少なくなった。

今後の輸出方針(全国との比較、規模別)



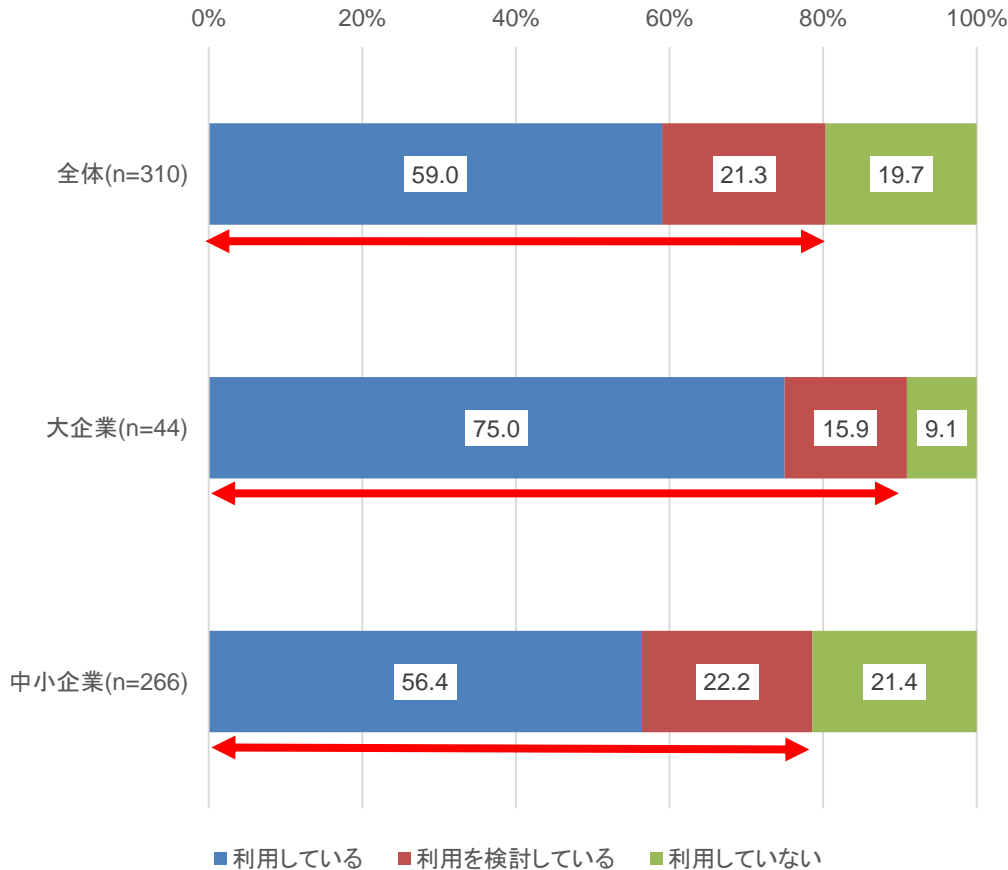
【注】(n)は本調査の回答企業総数から「輸出を行う業種ではない」、「無回答」を除いた企業数。

3-(3) 自由貿易協定の活用 ①発効済みFTAの利用率

【輸出におけるFTA利用率は約6割に達する】

- ▶ 日本のFTA締結国へ輸出を行う企業のうち、1カ国・地域以上でFTAを利用している企業の比率は59.0%、利用検討中(21.3%)とあわせると、80.3%と8割を超える。特に大企業の利用率は75.0%、利用検討中(15.9%)もあわせると90.9%と9割を超える。中小企業の利用率は大企業より低いものの、利用率は56.4%、利用検討中(22.2%)をあわせると78.6%と8割に近い。
- ▶ 業種別では、製造業・非製造業とも利用率が約6割、利用検討中が約2割で、あわせると約8割になる。

発効済みFTAの利用率(規模別)



発効済みFTAの利用率(業種別)

	企業数	利用または利用を検討している (%)	利用している (%)	利用を検討している (%)	利用していない (%)
全体	310	80.3	59.0	21.3	19.7
製造業	201	80.6	59.2	21.4	19.4
飲食料品	38	73.7	68.4	5.3	26.3
繊維・織物／アパレル	21	81.0	47.6	33.3	19.0
木材・木製品／家具・建材／紙ハルブ	4				
化学	19	94.7	78.9	15.8	5.3
医療品・化粧品	10	100.0	70.0	30.0	0.0
石油・石炭・プラスチック・ゴム製品	11	90.9	81.8	9.1	9.1
窯業・土石	3				
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	22	86.4	54.5	31.8	13.6
一般機械	20	85.0	60.0	25.0	15.0
電気機械	6				
情報通信機械／電子部品・デバイス	6				
自動車・同部品／その他輸送機器	5				
精密機器	6				
その他の製造業	30	63.3	43.3	20.0	36.7
非製造業	109	79.8	58.7	21.1	20.2
商社・卸売	93	81.7	62.4	19.4	18.3
小売	4				
建設	2				
運輸	3				
金融・保険	0				
通信・情報・ソフトウェア	3				
専門サービス	0				
その他の非製造業	4				

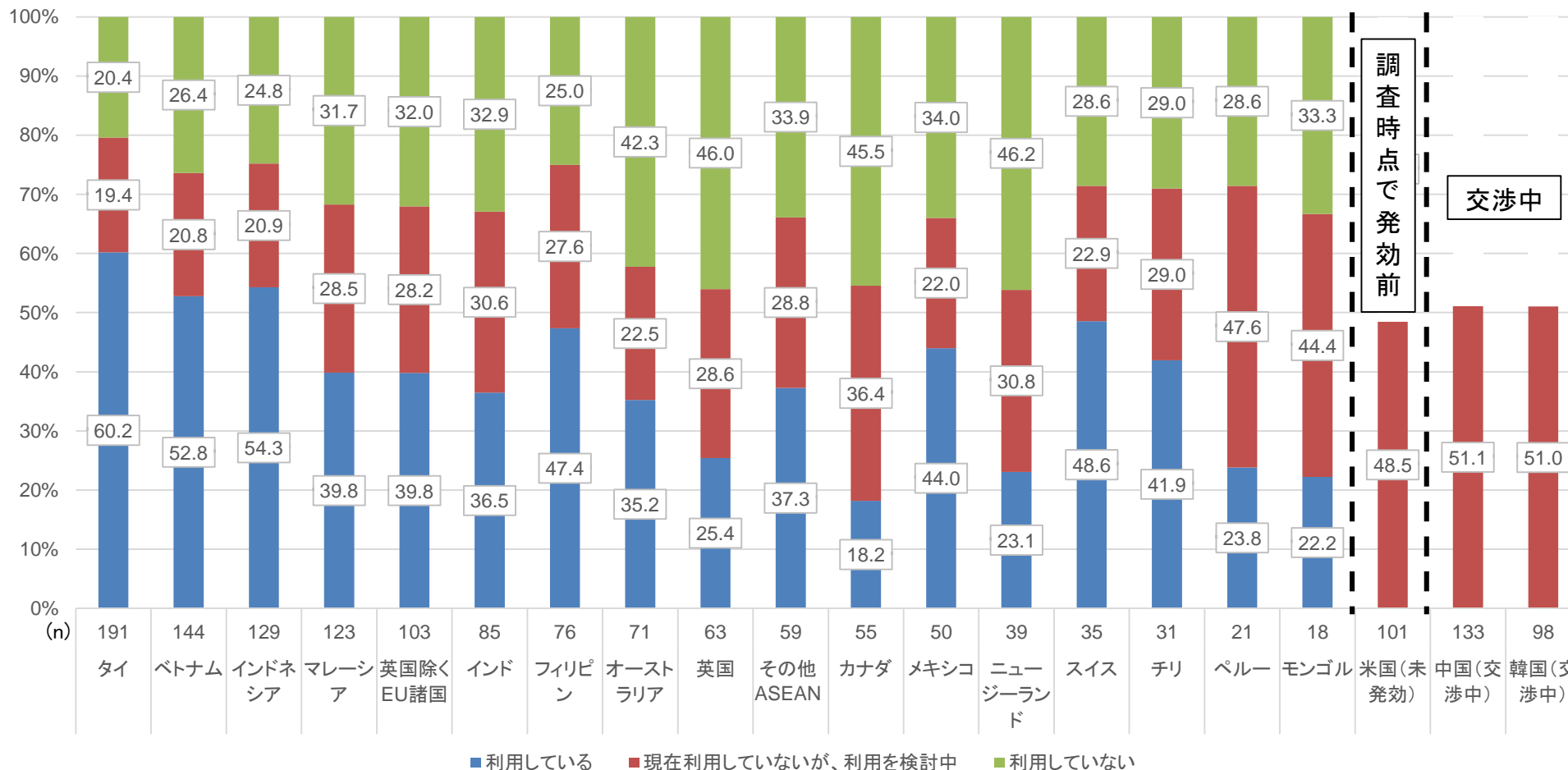
[注]①(n)は、FTA相手国・地域のいずれか一つ以上に輸出を行っている企業数から、「一般関税が無税またはFTA以外の関税減免制度を利用している」企業を除いた企業数。②業種別では、n=10未満については非表示(斜線)

3-(3) 自由貿易協定の活用 ②日本のFTAの利用状況(輸出先)

【FTA締結12カ国・地域への輸出で利用率が3割超え】

- 日本が締結するFTA相手国・地域別では、アジア諸国を中心に輸出におけるFTA利用率が高い。特にタイ・ベトナム・インドネシアにおいては、利用率が5割を超えた。
- 2020年1月1日に日米貿易協定が発効した米国については、発効前の調査時点で「利用を検討中」と回答した企業の割合が48.5%と半数近かった。

相手国・地域別FTA利用率



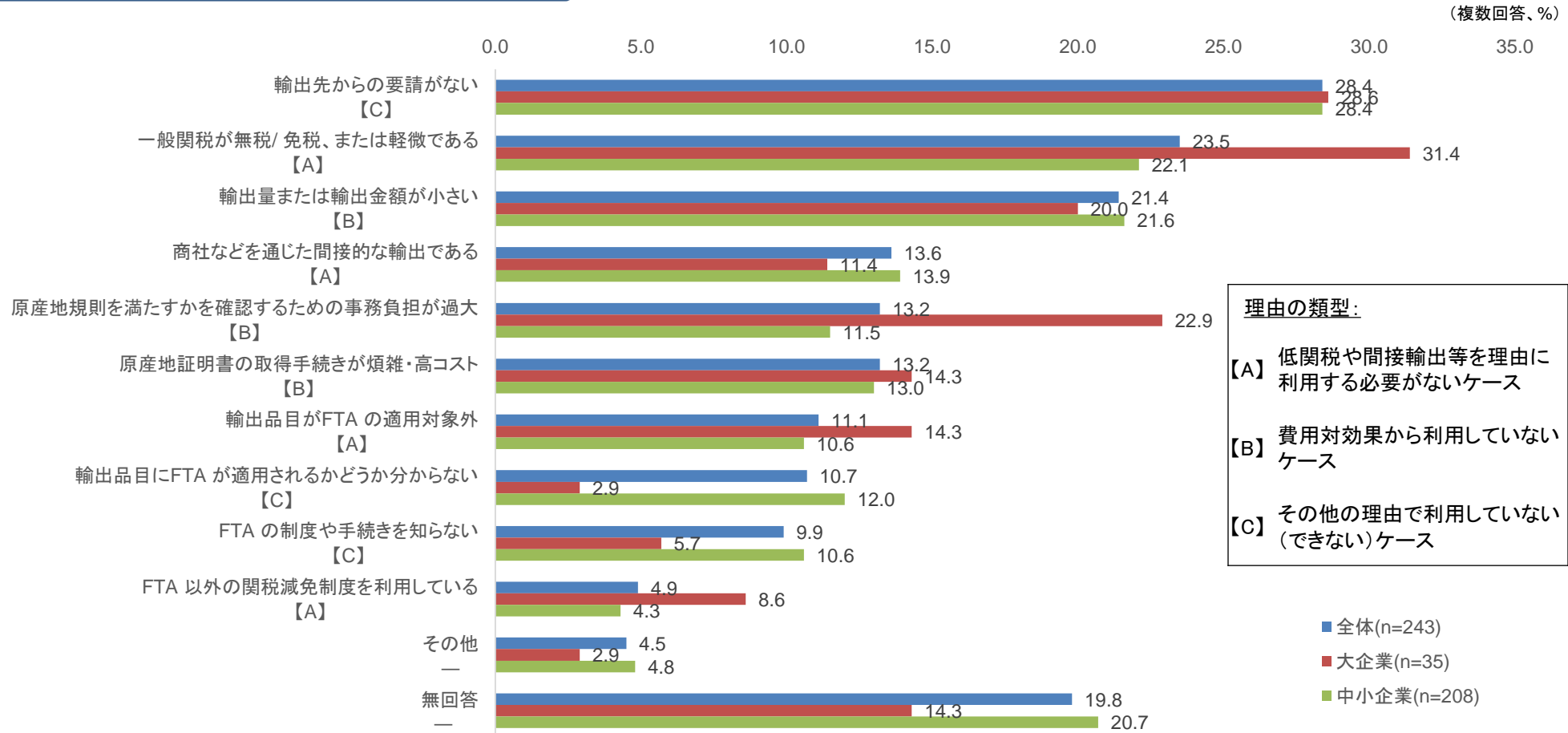
【注】①(n)は、FTA相手国・地域へ輸出を行っている企業数から、「一般関税が無税またはFTA以外の関税減免制度を利用している」企業を除いた企業数。左からnが多い順。
 ②米国については、正確には他のFTAとは異なる物品貿易協定との位置づけ。2020年1月1日に発効したが、調査時点では未発効。

3-(3) 自由貿易協定の活用 ③FTAを利用しない理由

【FTAを利用しない理由の多くは手続きとは別に起因】

日本のFTA相手国に輸出を行っているが、現状FTAを利用していない企業に対しその理由を尋ねると、「輸出先からの要請がない」(28.4%)が最多となった。ただし、大企業は「一般関税が無税/免税、または軽微である」(31.4%)が最多であった。理由の類型化【B】費用対効果のうち、手続き上の負荷に起因するものは、「原産地規則を満たすかを確認するための事務負担が過大」(13.2%)、「原産地証明書の取得手続きが煩雑・高コスト」(13.2%)と限定的。また、【C】その他のうち、情報提供により改善の余地のある「輸出品目にFTAが適用されるかどうか分からない」(10.7%)、「FTAの制度や手続きを知らない」(9.9%)も限定的であった。

輸出でFTAを利用しない理由(規模別)



〔注〕(n)は、FTA相手国・地域への輸出においてFTAを現在利用していない(利用を検討中、現在利用しておらず今後も利用する予定がない)と、1カ国・地域以上で回答した企業数。

3-(4) 海外進出への取り組み ①現在の海外拠点

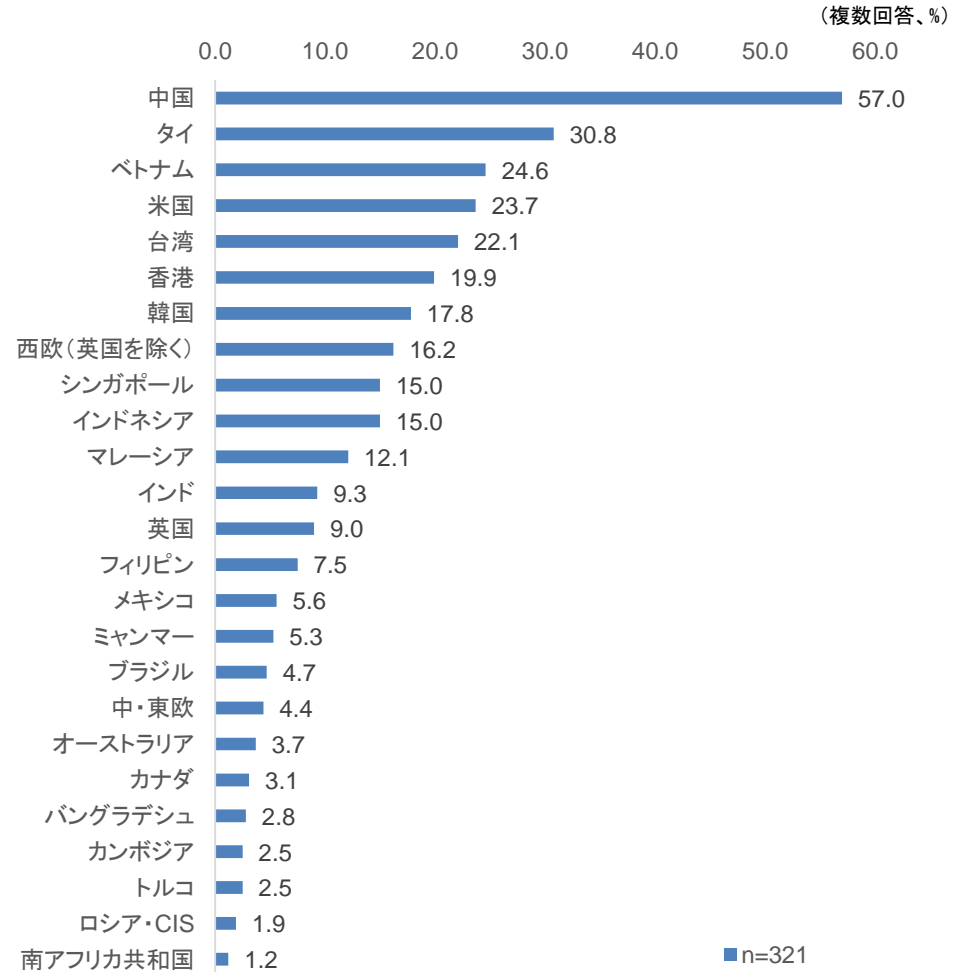
【約半数の企業が海外拠点をもち、進出先は中国が最多】

- 全体の46.2%の企業が海外拠点を保有。海外拠点の有無に規模別の相関関係があり、中堅企業を除く大企業82.4%、中堅企業80.4%、小規模を除く中小企業53.8%、小規模企業34.1%が「有り」と回答した。業種別では、「有り」と回答した企業の割合は、製造業(48.6%)の方が非製造業(43.3%)より「有り」と5.3ポイント多かった。ただし、製造業では、飲食料品業が26.9%と、他業種より少なかった。
- 海外進出拠点数では、中国が57.0%と最も多く、2位のタイに26.2ポイントもの差をつけた。

海外拠点の有無(規模・業種別)

		企業数	有り (%)	無し (%)	無回答 (%)
全体		695	46.2	53.5	0.3
規模別	大企業	73	80.8	19.2	0.0
	大企業(中堅企業を除く)	17	82.4	17.6	0.0
	中堅企業	56	80.4	19.6	0.0
	中小企業	622	42.1	57.6	0.3
	中小企業(小規模企業を除く)	253	53.8	46.2	0.0
小規模企業	369	34.1	65.4	0.5	
業種別	製造業	381	48.6	51.1	0.3
	飲食料品	78	26.9	73.1	0.0
	繊維・織物/アパレル	41	41.5	58.5	0.0
	木材・木製品/家具・建材/紙パルプ	9	44.4	55.6	0.0
	化学	25	52.0	48.0	0.0
	医薬品・化粧品	16	56.3	43.7	0.0
	石油・石炭・プラスチック・ゴム製品	22	45.5	54.5	0.0
	窯業・土石	5	80.0	20.0	0.0
	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	52	53.8	44.3	1.9
	一般機械	29	62.1	37.9	0.0
	電気機械	14	64.3	35.7	0.0
	情報通信機械/電子部品・デバイス	14	57.1	42.9	0.0
	自動車・同部品/その他輸送機器	12	58.3	41.7	0.0
	精密機器	14	78.6	21.4	0.0
	その他の製造業	50	52.0	48.0	0.0
	非製造業	314	43.3	56.4	0.3
	商社・卸売	208	44.7	55.3	0.0
	小売	24	33.3	66.7	0.0
	建設	9	33.3	66.7	0.0
	運輸	8	62.5	37.5	0.0
	金融・保険	8	50.0	50.0	0.0
通信・情報・ソフトウェア	13	23.1	76.9	0.0	
専門サービス	7	57.1	42.9	0.0	
その他の非製造業	37	43.2	54.1	2.7	

海外進出拠点数(国・地域別)



[注]nは現在海外拠点がある企業数

3-(4) 海外進出への取り組み ②今後の海外進出方針(概要)

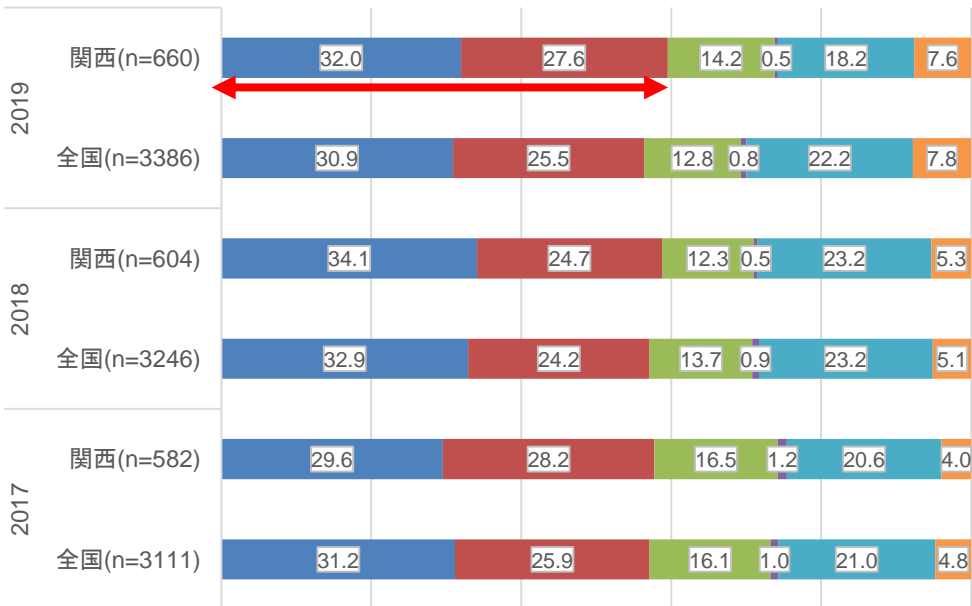
【関西企業が海外拠点の拡大に引き続き意欲的な様子】

- 今後の海外進出方針について、「海外進出の拡大を図る」「さらに拡大を図る」と「今後新たに進出したい」を合わせた企業の割合は、中小企業と全体では関西が全国を上回ったが、大企業については下回った。
- 前年度に比べて、「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」と回答した関西企業は全体として2.1ポイント減少(大企業では12.6ポイントの大幅減、中小企業では0.4ポイントの微増)した。他方、「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」と回答した関西企業は全体として2.9ポイント(大企業で3.8ポイント、中小企業で2.0ポイント)増加した。

今後の海外進出方針について(全国との比較・規模別)

全体

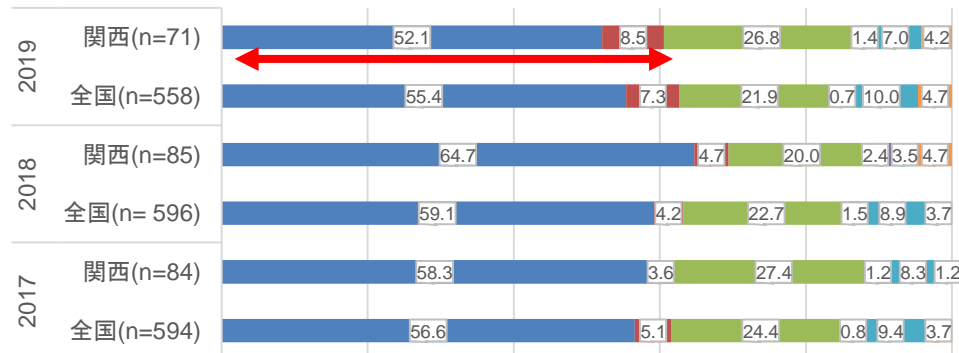
0% 20% 40% 60% 80% 100%



■ さらに拡大を図る ■ 今後新たに進出したい
■ 現状を維持する ■ 縮小、撤退が必要と考えている
■ 今後とも海外での事業展開は行わない ■ その他

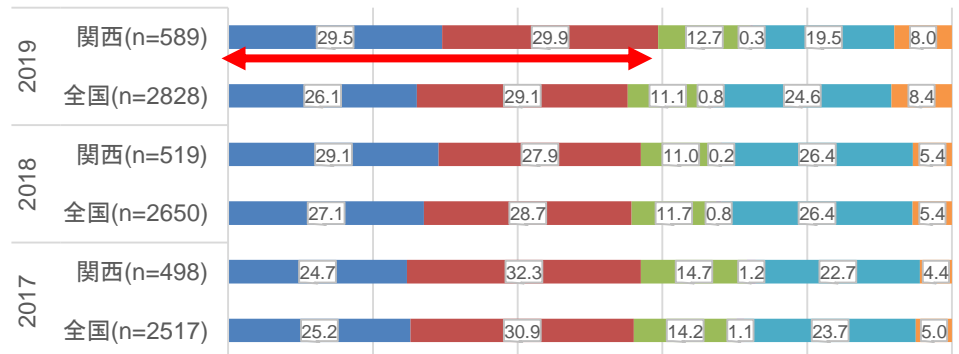
大企業

0% 20% 40% 60% 80% 100%



中小企業

0% 20% 40% 60% 80% 100%



[注](n)は本調査の回答企業総数から無回答を除く企業数。

3-(4) 海外進出への取り組み ③今後の海外進出方針(業種別)

【製造業および非製造業ともに、半数以上の企業が海外進出に意欲的】

- ▶ 「海外進出の拡大を図る」「さらに拡大を図る」と「今後新たに進出したい」を合わせた企業の割合は、製造業(63.0%)の方が、非製造業(55.3%)よりも7.7ポイント多かった。
- ▶ 前年度と比べると、製造業では、「さらに拡大を図る」が3.1ポイント減少したが、「今後新たに進出したい」が5.9ポイント増加し、「海外進出の拡大を図る」は2.7ポイントの増加となった。特に繊維・織物／アパレル業の海外進出意欲が20.5ポイント増加に転じた。一方、非製造業では、「さらに拡大を図る」が0.6ポイント減少、「今後新たに進出したい」も0.9ポイント減少し、「海外進出の拡大を図る」は1.5ポイントの減少となった。特に、小売業で海外進出意欲が24.1ポイント減少した。

今後の海外進出方針について(業種別)

(複数回答、%)

	企業数 (n)	海外進出の拡大を図る												その他			
		現在、海外に拠点が有り、今後さらに拡大を図る			現在、海外に拠点が有り、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、海外に拠点は無く、今後とも海外での事業展開は行わない		
		F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19	F18→F19				
全体	660	59.5	0.8	32.0	-2.1	27.6	2.9	14.2	2.0	0.5	0.0	18.2	-5.0	7.6			
製造業	365	63.0	2.7	34.2	-3.1	28.8	5.9	14.5	1.2	0.3	0.3	15.3	-6.7	6.8			
飲食料品	75	58.7	11.1	21.3	1.7	37.3	9.5	4.0	0.7	—	0.0	24.0	-20.3	13.3			
繊維・織物／アパレル	36	72.2	20.5	30.6	3.0	41.7	17.5	13.9	-3.4	—	0.0	11.1	-9.6	2.8			
木材・木製品／家具・建材／紙ハルブ	9	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—			
化学	24	50.0	0.0	33.3	-7.6	16.7	7.6	20.8	7.2	—	0.0	25.0	-11.4	4.2			
医療品・化粧品	16	62.5	-8.1	31.3	7.7	31.3	-15.8	25.0	19.1	—	0.0	12.5	-11.0	0.0			
石油・石炭・プラスチック・ゴム製品	22	77.3	14.8	36.4	8.2	40.9	6.5	9.1	-12.8	—	0.0	13.6	4.3	0.0			
窯業・土石	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—			
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	48	70.8	7.8	43.8	4.6	27.1	3.2	12.5	-2.7	—	0.0	10.4	-9.1	6.3			
一般機械	28	64.3	-10.7	39.3	-17.9	25.0	7.1	17.9	3.6	3.6	3.6	3.6	-7.1	10.7			
電気機械	14	57.1	-16.5	50.0	-2.6	7.1	-13.9	14.3	-1.5	—	0.0	21.4	16.2	7.1			
情報通信機械／電子部品・デバイス	14	57.1	-17.9	28.6	-38.1	28.6	20.2	28.6	20.2	—	0.0	14.3	-2.4	0.0			
自動車・同部品／その他輸送機器	12	83.3	6.4	41.7	-12.2	41.7	18.6	16.7	9.0	—	0.0	0.0	-15.4	0.0			
精密機器	14	64.3	-12.2	57.1	-1.7	7.1	-10.5	21.4	9.7	—	0.0	14.3	2.5	0.0			
その他の製造業	48	58.3	9.8	35.4	1.1	22.9	8.6	16.7	-3.3	—	0.0	16.7	-3.3	8.3			
非製造業	295	55.3	-1.5	29.2	-0.6	26.1	-0.9	13.9	3.1	0.7	-0.5	21.7	-3.0	8.5			
商社・卸売	201	55.2	-0.1	29.9	-1.2	25.4	1.1	14.4	5.7	0.5	-0.7	20.4	-6.9	9.5			
小売	22	45.5	-24.1	18.2	-7.9	27.3	-16.2	13.6	0.6	4.5	4.5	22.7	9.7	13.6			
建設	7	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—			
運輸	7	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—			
金融・保険	8	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—			
通信・情報・ソフトウェア	12	58.3	0.0	16.7	0.0	41.7	0.0	8.3	-8.3	—	0.0	16.7	0.0	16.7			
専門サービス	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—			
その他の非製造業	33	60.6	-0.1	33.3	4.8	27.3	-4.9	9.1	-1.6	—	0.0	30.3	1.7	0.0			

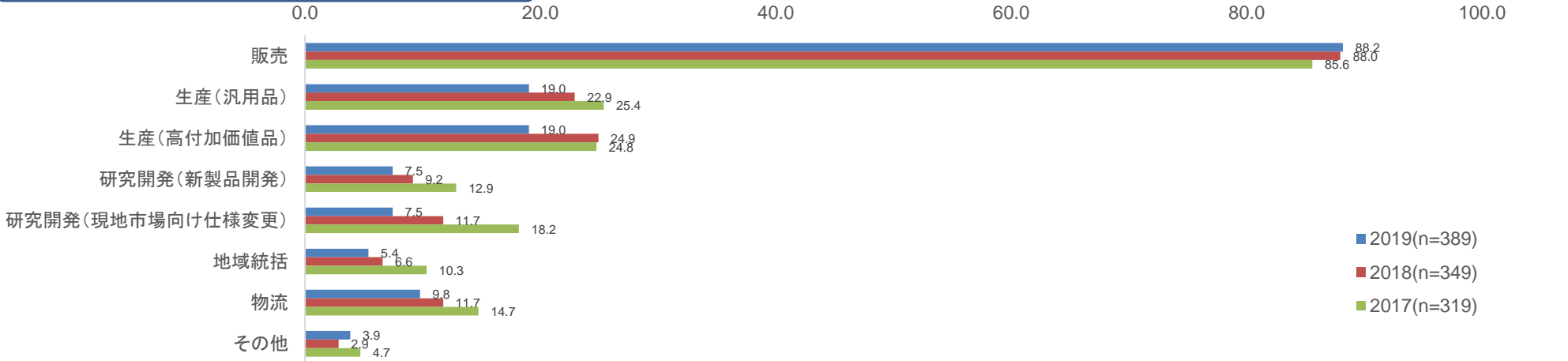
〔注〕①(n)は本調査の回答企業総数から無回答を除く企業数。②n-10未満については非表示(斜線)、n-15未満についてはコメントを保留。

3-(4) 海外進出への取り組み ④海外で拡大を図る機能

【海外で拡大を図る機能は圧倒的に「販売」、その他は減少】

- ▶ 海外で拡大を図る機能の割合は「販売」(88.2%)が最も多く、かつ増加傾向にあり、回答企業全体の約9割を占めた。一方、「生産」「研究開発」「地域統括」「物流」のいずれの機能の割合も減少傾向にあり、今年度はすべて2割以下であった。
- ▶ 国・地域別ではすべての機能において中国が1位となった他、ベトナムが「販売」「生産」「研究開発(新製品開発)」「物流」において2位、「研究開発(現地市場向け仕様変更)」で4位であった。また、タイもすべての機能において上位5か国以内に入った。

海外で拡大を図る機能(全体、時系列)



[注]母数(n)は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」および「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数。

海外で拡大を図る機能(機能別、国・地域ランキング)

(複数回答、%)

総合	販売		生産(汎用品)		生産(高付加価値品)		研究開発(新製品開発)		研究開発(現地市場向け仕様変更)		地域統括		物流		
(n=389)	(n=343)		(n=74)		(n=74)		(n=29)		(n=29)		(n=21)		(n=38)		
中国	51.7	中国	52.8	中国	47.3	中国	50.0	中国	41.4	中国	58.6	中国	28.6	中国	52.6
ベトナム	40.1	ベトナム	35.6	ベトナム	43.2	ベトナム	33.8	ベトナム	31.0	米国	24.1	タイ	23.8	ベトナム	36.8
米国	31.9	米国	33.5	タイ	18.9	タイ	31.1	タイ	20.7	タイ	20.7	米国	23.8	タイ	26.3
タイ	31.6	台湾	29.7	インドネシア	12.2	台湾	16.2	米国	13.8	ベトナム	20.7	西欧(英国を除く)	23.8	西欧(英国を除く)	18.4
台湾	29.3	タイ	29.4	台湾	10.8	米国	16.2	台湾、韓国、シンガポール、マレーシア	10.3	香港、シンガポール	13.8	シンガポール	19.0	香港、シンガポール、米国	13.2

[注](n)は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」および「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数。

3-(5) 各国のビジネス環境 ①魅力・長所

【海外ビジネスを展開・検討する国・地域の魅力は「市場規模・成長性」】

- ▶ 台湾を除く調査対象12カ国で「市場規模・成長性」がビジネス環境上の魅力・長所の第1位となった。
- ▶ 「親日感情」が台湾で第1位、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナムのASEAN諸国で第2位、シンガポール、インドでは第4位となる一方、中国と韓国では上位10位に入らなかった。

(複数回答、%)

順位	中国(n=422)	台湾(n=282)	韓国(n=130)	シンガポール(n=175)	タイ(n=264)	インドネシア(n=195)	フィリピン(n=111)
1	市場規模・成長性 89.1	親日感情 64.2	市場規模・成長性 42.3	市場規模・成長性 56.0	市場規模・成長性 70.1	市場規模・成長性 89.7	市場規模・成長性 80.2
2	納入先集積 28.3	市場規模・成長性 43.6	納入先集積 34.6	政治・社会安定 42.9	親日感情 46.6	親日感情 27.2	親日感情 26.1
3	現地調達容易 21.3	コミュニケーション 26.6	インフラ 24.6	コミュニケーション 30.3	納入先集積 23.1	人件費・労働力 26.7	人件費・労働力 25.2
4	人件費・労働力 14.0	納入先集積 21.6	コミュニケーション 22.3	親日感情 25.7	人件費・労働力 17.4	納入先集積 16.4	納入先集積 13.5
5	インフラ 12.9	インフラ 19.9	人材の質 19.2	手続き迅速 22.3	現地調達容易 16.3	政治・社会安定 8.2	コミュニケーション 12.6
6	コミュニケーション 11.8	人材の質 19.1	現地調達容易 17.7	インフラ 21.7	生活環境 12.1	現地調達容易、 土地・事務所、 政治・社会安定 7.2	土地・事務所、 政治・社会安定 5.4
7	人材の質 9.7	政治・社会安定 16.3	技術力、 7.7	生活環境 20.0	政治・社会安定 11.4	土地・事務所 11.0	現地調達容易、 人材の質 4.5
8	技術力 5.2	現地調達容易 14.9	手続き迅速 9.9	税制 18.3	人材の質 16.6	人材の質 9.5	現地調達容易、 人材の質 5.1
9	土地・事務所 4.5	手続き迅速 9.9	従業員定着率、 7.8	納入先集積 16.6	インフラ 12.0	従業員定着率 9.1	人材の質 3.6
10	従業員定着率 3.2	生活環境 7.8	生活環境 6.9	人材の質 12.0	土地・事務所 9.1	インフラ、税制、コ ミュニケーション 3.6	税制 2.7
順位	ベトナム(n=294)	インド(n=134)	米国(n=245)	メキシコ(n=60)	英国(n=86)	ドイツ(n=109)	
1	市場規模・成長性 84.7	市場規模・成長性 94.0	市場規模・成長性 86.1	市場規模・成長性 93.3	市場規模・成長性 70.9	市場規模・成長性 71.6	
2	親日感情 41.2	人件費・労働力 29.1	政治・社会安定 31.8	納入先集積 28.3	コミュニケーション 19.8	政治・社会安定 37.6	
3	人件費・労働力 40.1	納入先集積 18.7	コミュニケーション 24.1	人件費・労働力 20.0	納入先集積、 16.3	納入先集積 24.8	
4	人材の質 20.7	親日感情 12.7	納入先集積 23.3	現地調達容易 13.3	インフラ、 政治・社会安定 17.4	技術力 18.3	
5	納入先集積 19.7	現地調達容易、 11.2	インフラ 20.8	親日感情 11.7	政治・社会安定 12.8	親日感情 17.4	
6	政治・社会安定 14.3	技術力 13.5	親日感情 13.5	土地・事務所 10.0	生活環境 12.8	人材の質、 11.6	
7	土地・事務所 13.3	人材の質 9.7	現地調達容易 13.1	従業員定着率、 12.7	現地調達容易、 人材の質 3.3	インフラ、 コミュニケーション 16.5	
8	現地調達容易 10.9	土地・事務所 9.0	生活環境 12.7	人材の質、 9.8	技術力、 9.3	生活環境 14.7	
9	インフラ 7.8	コミュニケーション 7.5	技術力 7.5	インフラ、 9.0	親日感情 13.8	現地調達容易 13.8	
10	税制 5.4	政治・社会安定 6.0	人材の質 6.0	税制 9.0	親日感情 13.8	現地調達容易 13.8	

【注】①(n)は国ごとの魅力・長所を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のみ回答)。

②各セルの値は、国ごとの回答数(n)に占める魅力・長所ごとの回答比率(魅力・長所ごとの回答数/n)。

③魅力・長所は、国ごとに回答比率の高い順に並べているが、回答比率が同率の項目は同順位。

3-(5) 各国のビジネス環境 ②課題

【追加関税が中国・米国で最大の課題、他国にも影響】

- 「米中間の追加関税措置」の回答比率は中国で6割超え、米国で5割に迫り、両国で最大のビジネス上の課題として挙げられ、台湾や韓国、メキシコでも回答比率が1割を超えた。
- 英国では、「英EU離脱リスク」が72.1%で最大の課題として挙げられ、EU加盟国であるドイツでも28.0%と3割近い回答比率であった。

(複数回答、%)

順位	中国(n=466)	台湾(n=222)	韓国(n=200)	シンガポール(n=143)	タイ(n=197)	インドネシア(n=171)	フィリピン(n=116)
1	米中間の追加関税措置	61.6 特段問題なし	45.0 政情・社会情勢・治安	63.0 特段問題なし	56.6 特段問題なし	38.1 特段問題なし	26.9 特段問題なし
2	政情・社会情勢・治安	45.3 政情・社会情勢・治安	14.4 特段問題なし	14.5 人件費高・上昇	29.4 政情・社会情勢・治安	17.3 インフラ	24.0 政情・社会情勢・治安
3	知財保護	42.1 人件費高・上昇	12.6 米中間の追加関税措置	12.5 労働力不足・採用難	8.4 人件費高・上昇	16.2 政情・社会情勢・治安	23.4 インフラ
4	人件費高・上昇	39.5 米中間の追加関税措置	11.3 知財保護	12.0 為替リスク	4.9 行政手続き	14.2 行政手続き	19.3 法制度・運用
5	代金回収	36.7 行政手続き	7.7 為替リスク、	米中間の追加関税措置、	税制・税務手続き	9.6 法制度・運用	18.1 自然災害・環境汚染
6	行政手続き	30.5 為替リスク	7.2 人件費高・上昇	11.5 代金回収、	2.8 米中間の追加関税措置	8.1 税制・税務手続き	17.0 関連産業集積、
7	法制度・運用	20.0 代金回収	5.0 行政手続き	6.5 その他	為替リスク	7.6 為替リスク、	代金回収、
8	税制・税務手続き	18.9 労働力不足・採用難、	代金回収	5.5 関連産業集積、	自然災害・環境汚染	7.1 自然災害・環境汚染	14.0 行政手続き
9	為替リスク	16.5 知財保護、	4.5 その他	4.5 税制・税務手続き、	1.4 知財保護	5.6 代金回収	11.7 知財保護
10	自然災害・環境汚染	14.4 自然災害・環境汚染	法制度・運用	3.5 政情・社会情勢・治安	代金回収、労働力不足・採用難、法制度・運用	5.1 人件費高・上昇	8.2 税制・税務手続き
順位	ベトナム(n=241)	インド(n=130)	米国(n=204)	メキシコ(n=80)	英国(n=129)	ドイツ(n=107)	
1	行政手続き、	インフラ	33.1 米中間の追加関税措置	48.0 政情・社会情勢・治安	36.3 英EU離脱リスク	72.1 特段問題なし	47.7
2	特段問題なし	26.1 行政手続き	30.8 特段問題なし	26.5 特段問題なし	31.3 特段問題なし	17.8 英EU離脱リスク	28.0
3	インフラ	20.3 代金回収	30.0 為替リスク	17.2 為替リスク	15.0 為替リスク	10.1 為替リスク	12.1
4	法制度・運用	19.1 法制度・運用	24.6 人件費高・上昇	13.2 米中間の追加関税措置、	人件費高・上昇、	人件費高・上昇	11.2
5	代金回収	14.5 税制・税務手続き	22.3 行政手続き	10.8 代金回収	12.5 政情・社会情勢・治安	6.2 米中間の追加関税措置	6.5
6	税制・税務手続き	13.7 政情・社会情勢・治安、	税制・税務手続き	5.4 インフラ	11.3 米中間の追加関税措置	5.4 行政手続き	4.7
7	関連産業集積	12.0 特段問題なし	労働力不足・採用難	4.9 人件費高・上昇、	8.8 行政手続き	4.7 労働力不足・採用難	3.7
8	人件費高・上昇	11.6 自然災害・環境汚染	18.5 英EU離脱リスク、	法制度・運用	関連産業集積、	代金回収	1.9
9	知財保護	9.1 為替リスク	11.5 代金回収、	3.9 税制・税務手続き、	7.5 代金回収、	1.6 関連産業集積、	0.9
10	政情・社会情勢・治安	8.7 知財保護	10.8 政情・社会情勢・治安	行政手続き	労働力不足・採用難	知財保護、政情・社会情勢・治安、その他	

【注】①(n)は国ごとの課題を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のみ回答)。

②各セルの値は、国ごとの回答数(n)に占める課題ごとの回答比率(課題ごとの回答数/n)。

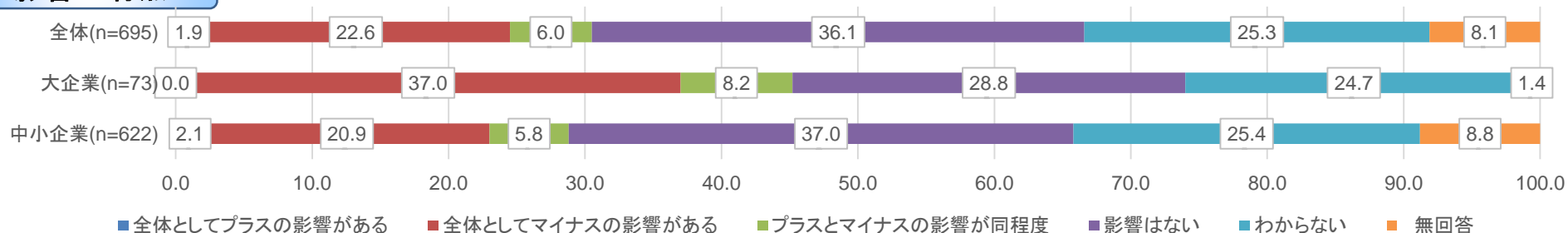
③課題は、国ごとに回答比率の高い順に並べているが、回答比率が同率の項目は同順位。

3-(6) 保護主義の影響 ①影響の有無、負の影響の内容

【保護主義の負の影響が拡大、特に販売先の経済の影響が最大の懸念】

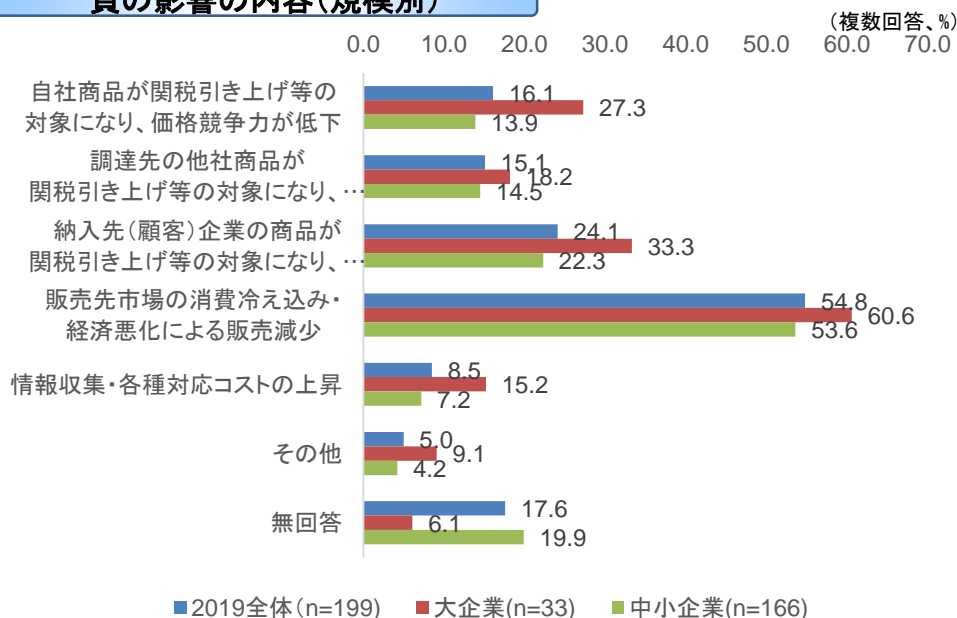
- ▶ 2017年以降の「保護主義的な動き」(保護貿易主義)が自社ビジネスに与えた影響について、大企業の方が「全体としてマイナスの影響」の回答割合が高かった。
- ▶ 「マイナスの影響がある」と回答した企業に影響の内容を尋ねたところ、総じて大企業の方が中小企業より回答のあった割合が高かった。時系列に見ると、「販売先市場の消費冷え込み・経済悪化による販売減少」と回答した割合が54.8%と最多となり、前年度調査と比べると22.5ポイントの大幅増となった。一方、価格競争力の低下、調達コスト上昇、発注減少、対応コストの上昇といった具体的な負の影響の内容に回答した企業の割合は、前年度と比べると減少した。

影響の有無

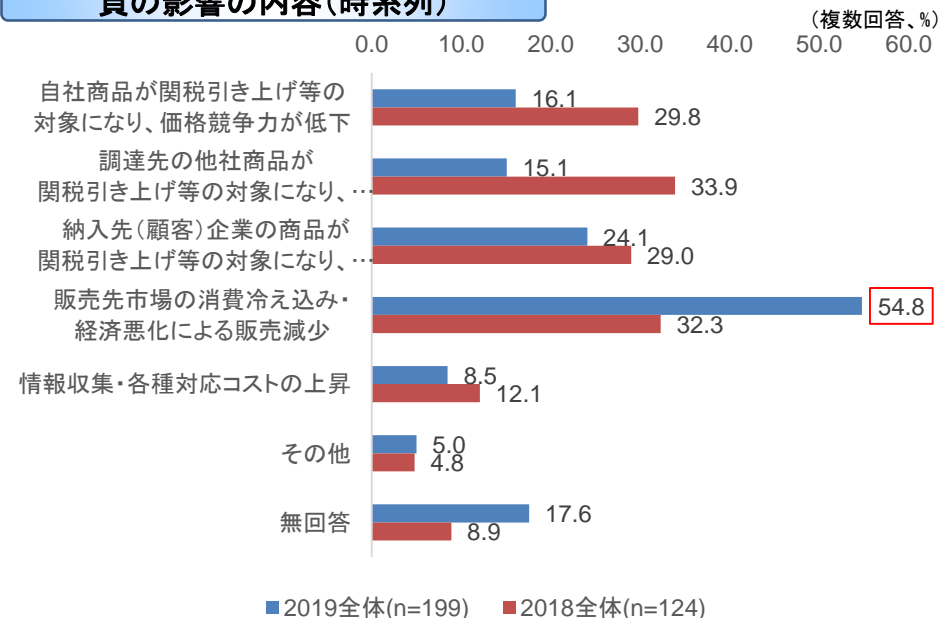


[注](n)は本調査の回答企業総数。

負の影響の内容(規模別)



負の影響の内容(時系列)



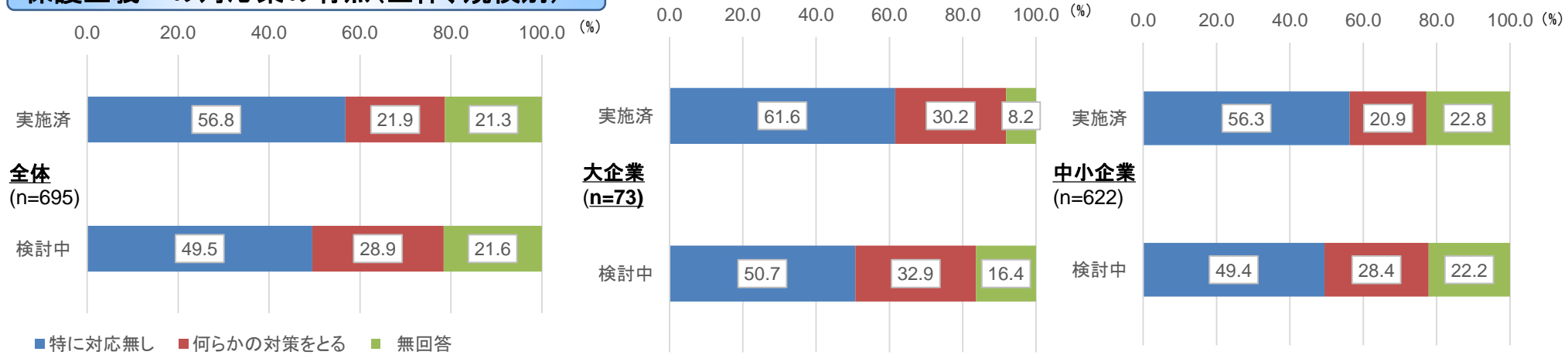
[注](n)は調査時点での保護貿易主義の影響について、「全体としてマイナスの影響がある」、「プラスとマイナスの影響が同程度」と回答した企業。

3-(6) 保護主義の影響 ②保護主義への対応策

【保護主義への対応策を実施している企業は約2割、検討中でも3割弱のみ】

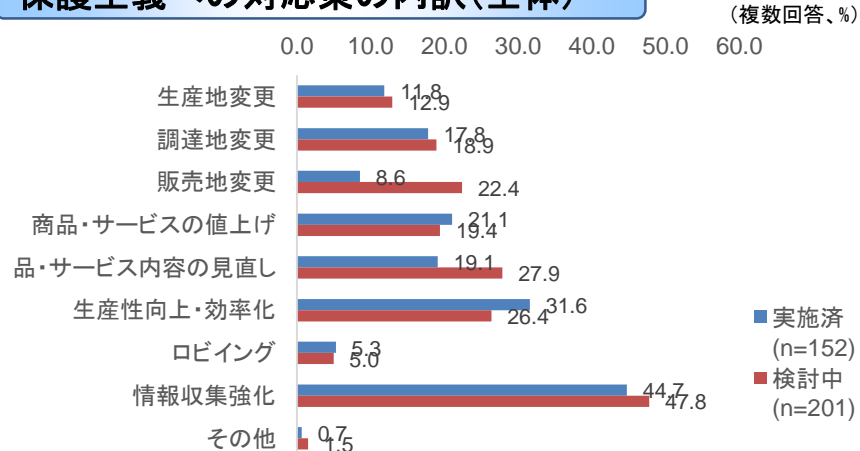
- ▶ 保護貿易主義に対し、既に何らかの対応策を実施済みと回答した企業は21.9%(大企業30.2%、中小企業20.9%)、検討中と回答した企業は28.9%(大企業32.9%、中小企業28.4%)であった。いずれも、大企業の方が中小企業より割合が高かった。
- ▶ 対策策の内訳としては、「情報収集強化」が実施済み・検討中とも最も多かった。具体的な対応の難しさがうかがい知れる。

保護主義への対応策の有無(全体、規模別)



[注](n)は本調査の回答企業総数。「何らかの対策をとる」の比率は、100%から「特になし」と「無回答」の回答比率を引いて算出。

保護主義への対応策の内訳(全体)



[注](n)は「何らかの対策をとる」と回答した企業数。

米中貿易摩擦に関する中長期的な影響・対処方針(自由記載)

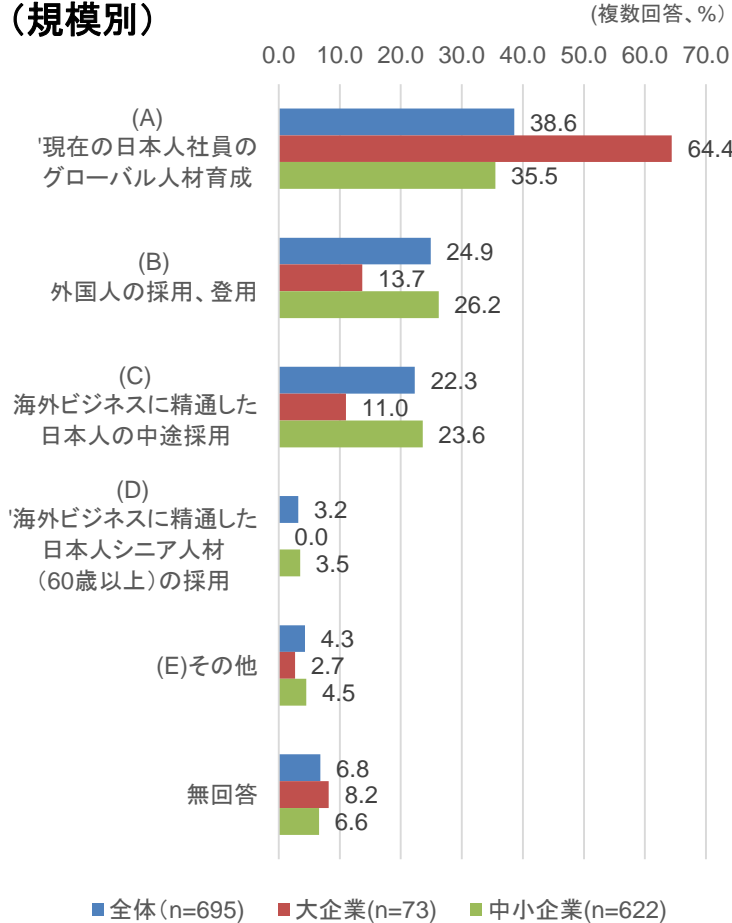
- 中国製品の価格高騰で日本製品のコスト競争力復権の可能性あり。
- 中国から米国への輸出が難しくなるので、日本工場やインド工場からの輸出を検討している。
- 中国国内の景気悪化による購買意欲の減退が予測されるため、他国・地域への販路拡大・販売強化によるリスク分散が必要。
- サプライチェーンの変化を一早く見抜き、商材、調達、販売拠点の変化に対応する必要あり。

3-(7) 海外ビジネス拡大のための人材 ①重視する人材

【日本人社員のグローバル人材育成を重視】

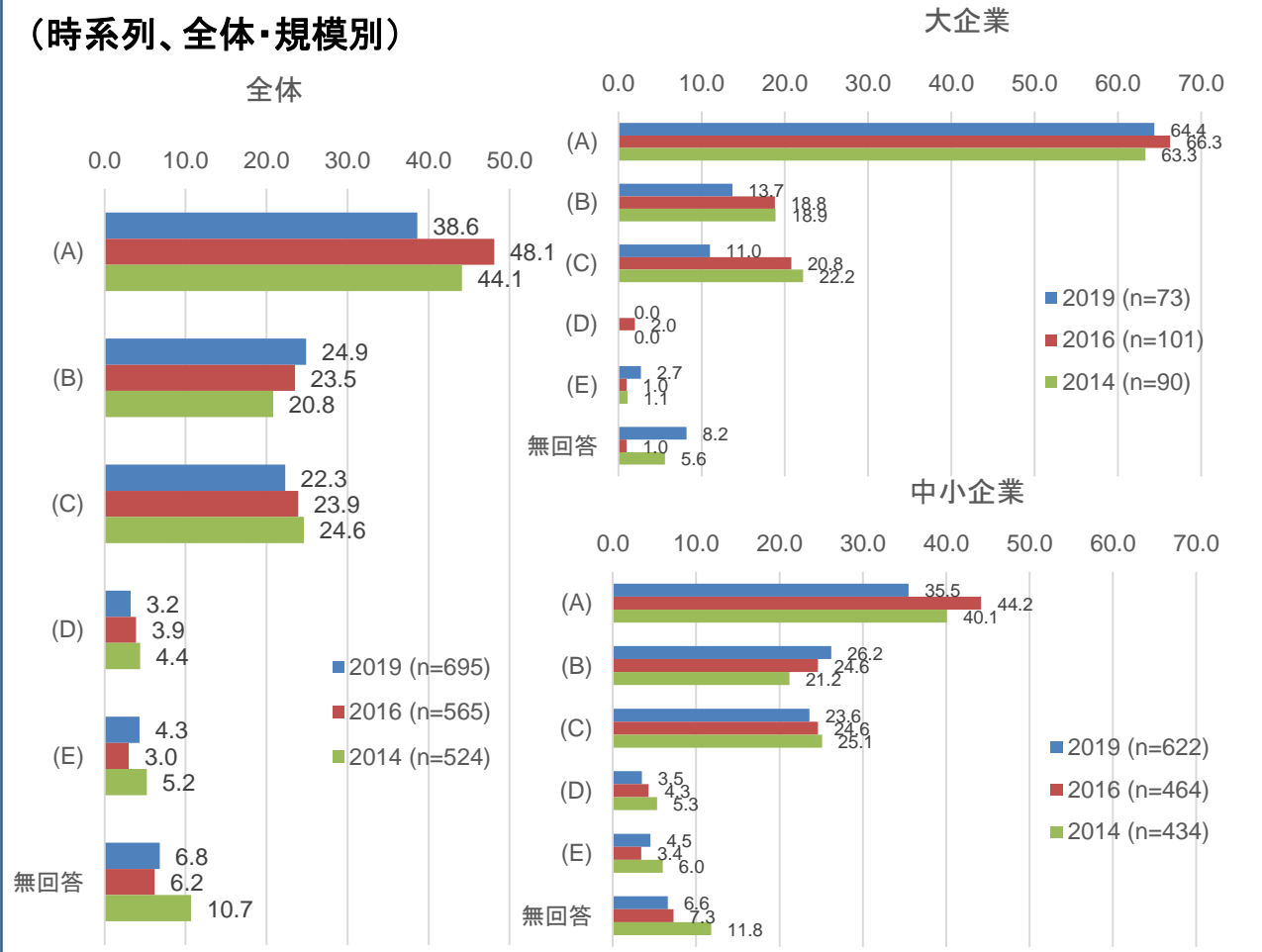
- 海外ビジネス拡大のための人材確保の方針は、「現在の日本人社員のグローバル人材育成」が38.6%と最多で、特に大企業は64.4%と突出しており、グローバル人材の内製化を図っている様子がうかがえる。中小企業では、「外国人の採用、登用」(26.2%)や「海外ビジネスに精通した日本人の中途採用」(23.6%)の回答率も2割を超え、外部の即戦力への期待もうかがえる。
- 時系列でみると、前回調査時より、「現在の日本人社員のグローバル人材育成」は9.5ポイント減少、特に中小企業で8.7ポイントの減少となった。「外国人の採用、登用」は前回調査より1.4ポイント微増し、若干ながら増加傾向がうかがえるが、大企業では5.1ポイント減少した。

海外ビジネス拡大のために最も重視する人材 (規模別)



[注](n)は本調査の回答企業総数。

(時系列、全体・規模別)



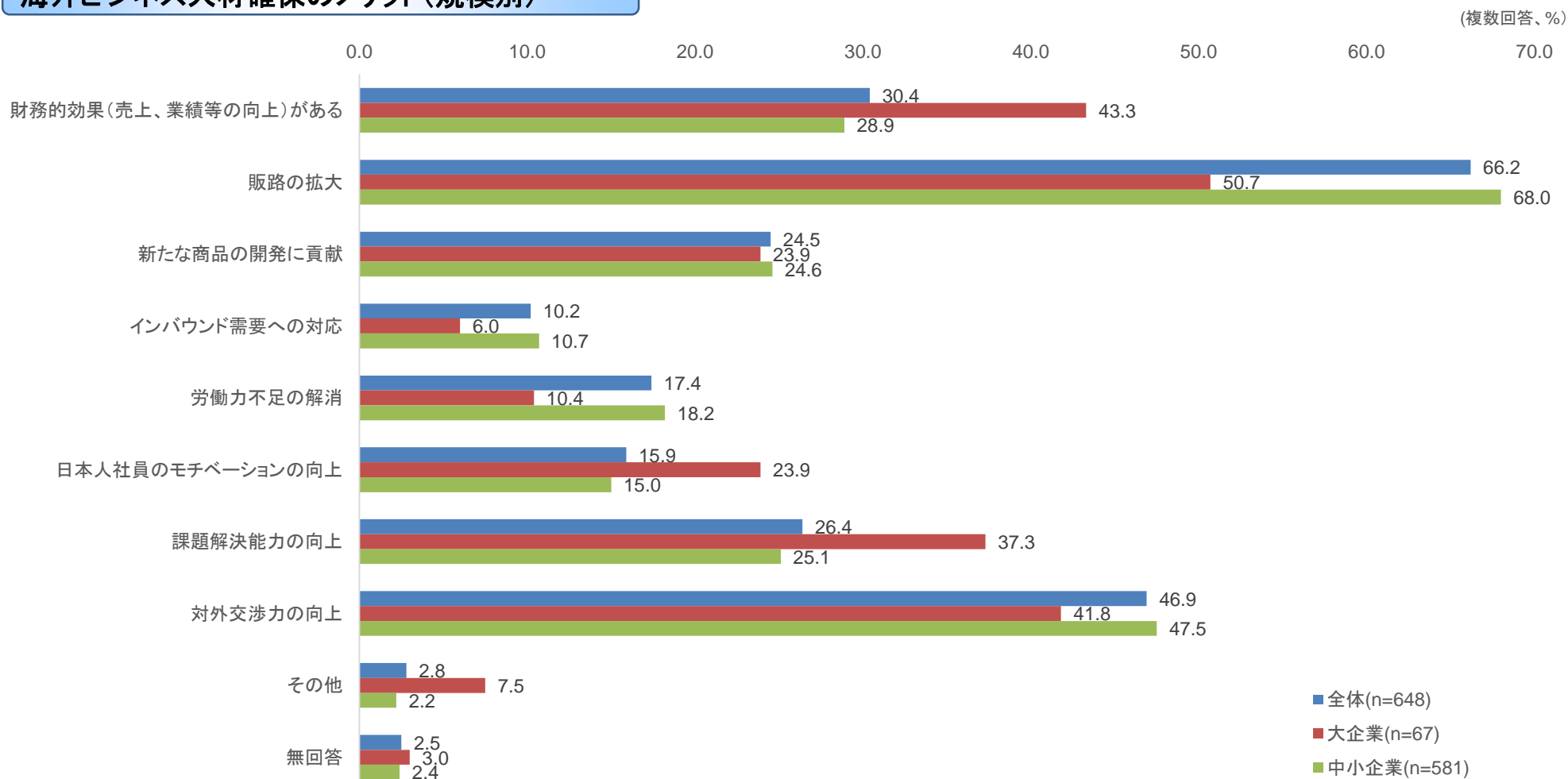
[注](n)は本調査の回答企業総数。ただし、2014年度、2016年度は一部、複数回答した企業も含めて集計しているため、回答企業数ではなく回答数(各項目の比率は回答数から算出)。

3-(7) 海外ビジネス拡大のための人材 ②人材確保のメリット

【6割以上が販路拡大に期待】

海外ビジネス人材確保のメリットを尋ねたところ、66.2%の企業が「販路拡大」と回答し、大企業、中小企業ともに最多となった。特に中小企業では68.0%と7割近くが海外ビジネス人材に「販路拡大」を期待している。続いて、大企業では「財務的効果がある」(43.3%)、「対外交渉力の向上」(41.8%)、「課題解決能力の向上」(37.3%)が上位を占めたのに対し、中小企業では「対外交渉力の向上」(47.5%)、「財務的効果がある」(28.9%)、「課題解決能力の向上」(25.1%)が続いた。

海外ビジネス人材確保のメリット(規模別)



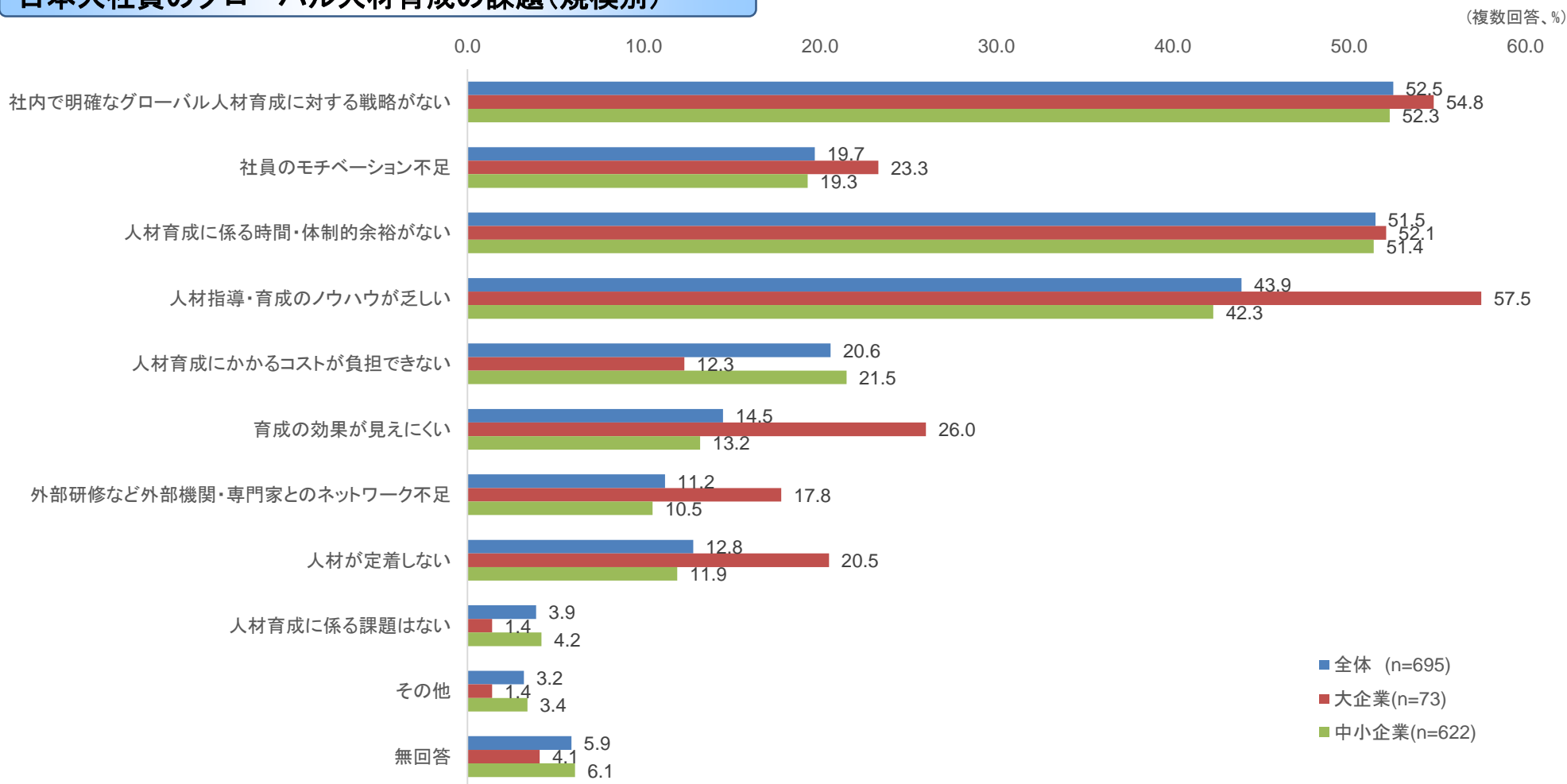
[注](n)は人材確保の方針について回答のあった企業数。

3-(7) 海外ビジネス拡大のための人材 ③日本人社員のグローバル人材育成の課題

【課題は戦略や社内リソースの欠如】

日本人社員のグローバル人材育成の課題については、「人材育成に対する戦略がない」(52.5%)、「人材育成に係る時間・体制的余裕がない」(51.5%)、「人材指導・育のノウハウが乏しい」(43.9%)の回答比率が4割を超えた。規模別にみると、大企業の方が人材育成の課題を挙げる割合が総じて高かった。中小企業では、「人材育成にかかるコストが負担できない」との回答比率も2割を超えた。

日本人社員のグローバル人材育成の課題(規模別)



[注](n)は本調査の回答企業総数。