

関西企業の海外事業展開に 関する傾向 (2018年度)

2019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) <u>関西企業からジェトロへの貿易投資相談</u>	6
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	
(1) <u>調査概要・回答企業プロフィール</u>	11
(2) <u>貿易への取り組み</u>	12
① 現在の輸出先	
② 今後の輸出方針	
(3) <u>自由貿易協定の活用</u>	14
① 日本のFTAの利用状況（輸出先）	
(4) <u>海外進出への取り組み</u>	15
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) <u>海外ビジネスの課題</u>	19
① 海外ビジネスの課題（規模別、時系列）	
(6) <u>外国人材の活用</u>	20
① 国内拠点における外国人社員の雇用状況	
② 外国人社員の採用時における属性	
③ 外国人社員採用のための取り組み	
④ 外国人社員採用・雇用の課題	
(7) <u>電子商取引(EC)の活用</u>	24
① 現在の販売先及び海外EC事業の利益・メリット	
(8) <u>イノベーションに向けた取り組み</u>	25
① イノベーションに向けた取り組み	

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10,329件で過去最多。EUに関する問い合わせが急増。
- 外国人材の活用が斬進的に進む一方、5割近い企業で採用のための特別な取り組みに未着手である。課題に言語に係るものが多く挙げられ、日本国内の外国人材の採用を重視する企業が半数近くを占める。

(「2.貿易投資相談の分析」より)

(「3.海外展開に関するアンケート調査」より)

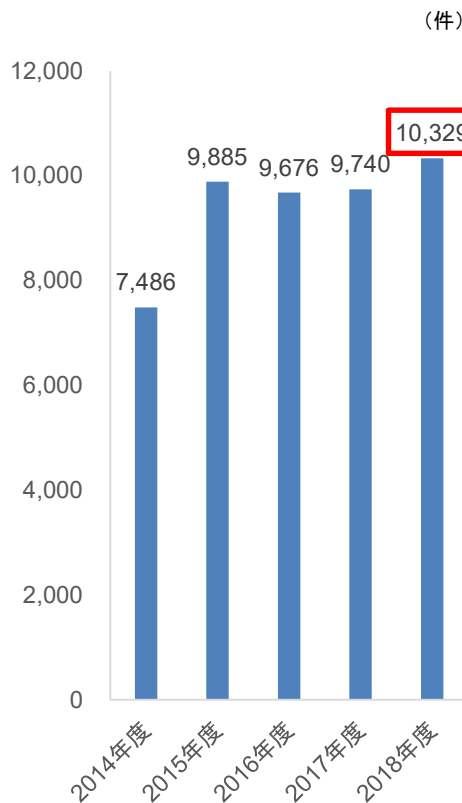
2. 貿易投資相談の分析

2-(1)関西企業からジェトロへの貿易投資相談 ①推移・地域別・国別

【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。】

- 2018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10,329件で、過去最多となった。
- 相談件数を地域別にみると、欧州、南西アジアが前年比30ポイント以上増加した。欧州に関する相談の大半がEUに関連するもので、国別にみてもEUが6位と初めてTOP10に入った。

貿易投資相談件数(推移)



地域別

	2018年度		
	件数	構成比 (%)	前年比 (%)
北東アジア	2,663	25.8	1.6
ASEAN	2,531	24.5	-10.6
南西アジア	501	4.9	31.5
その他アジア	81	0.8	9.5
北米	834	8.1	-13.4
中南米	200	1.9	-12.3
欧州	1,280	12.4	38.7
ロシア・CIS	117	1.1	2.6
中東	399	3.9	28.7
アフリカ	159	1.5	-20.9
日本	899	8.7	77.0
その他	665	6.4	13.5
合計	10,329	100.0	6.0

国別(EUを含む) TOP10 3カ年度推移

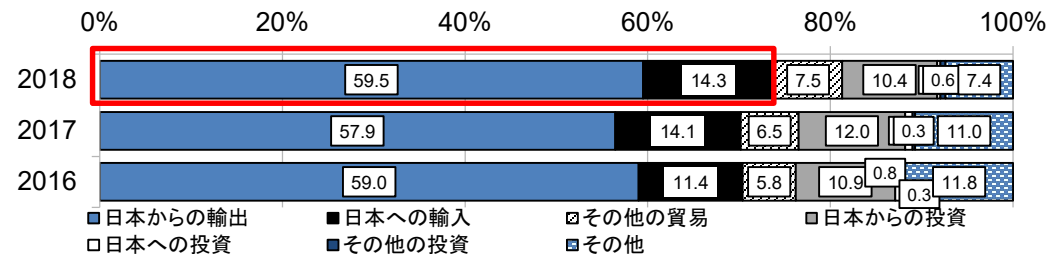
順位	2018年度			2017年度			2016年度		
	国・地域	件数	構成比 (%)	国・地域	件数	構成比 (%)	国・地域	件数	構成比 (%)
1	中国	1,593	15.4	中国	1,563	16.0	中国	1,389	14.4
2	日本	899	8.7	米国	876	9.0	米国	902	9.3
3	米国	768	7.4	ベトナム	718	7.4	タイ	714	7.4
4	ベトナム	672	6.5	タイ	671	6.9	ベトナム	631	6.5
5	タイ	671	6.5	日本	508	5.2	日本	599	6.2
6	EU	491	4.8	台湾	442	4.5	インドネシア	423	4.4
7	台湾	434	4.2	インドネシア	429	4.4	台湾	401	4.1
8	韓国	321	3.1	韓国	324	3.3	韓国	323	3.3
9	インド	297	2.9	香港	253	2.6	全地域	285	2.9
10	香港	274	2.7	全地域	249	2.6	シンガポール	264	2.7
	合計	10,329		合計	9,740		合計	9,676	

2-(1)関西企業からジェトロへの貿易投資相談 ②案件別・目的別・業種別

【貿易についての相談が増加。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】

- 輸出入の相談が前年度より増加し、投資の相談が減少した。また、国別で見ると、貿易については中国が多く、投資についてはベトナムが中国を上回る傾向が続いている。
- 業種別では、2016年、2017年は「農林漁業・食料品」、「機械」、「化学」の順で多かったが、2018年は「運輸・通信・貿易」が増加した。

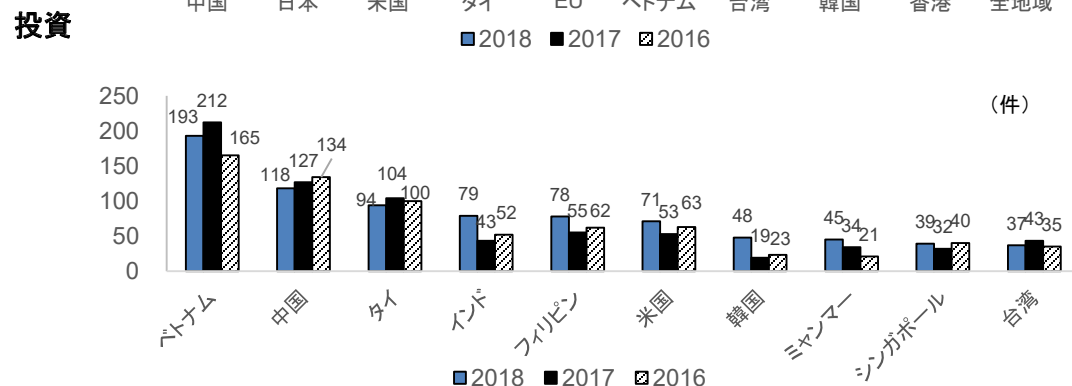
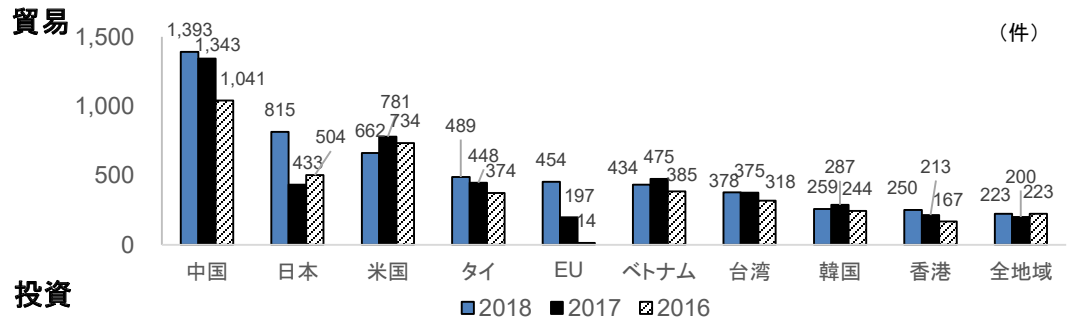
案件別3カ年度推移



業種別3カ年度推移

	2018		2017		2016	
	%	順位	%	順位	%	順位
農林漁業・食料品	19.2	1	24.0	1	23.8	1
機械	9.8	5	12.1	2	13.1	2
化学	12.6	3	11.4	3	12.6	3
電気・電子機器	9.4	6	8.6	6	10.2	4
雑貨	11.0	4	9.5	5	9.3	5
繊維皮革	7.9	7	7.1	8	8.2	6
運輸・通信・貿易	12.8	2	10.2	4	7.9	7
サービス	7.6	8	8.4	7	4.9	8
輸送機器	3.2	10	3.3	9	4.0	9
鉱業金属	3.7	9	3.1	10	3.4	10
木材・家具住宅	1.6	11	1.4	11	1.5	11
IT	1.1	12	0.9	12	1.1	12

目的(貿易/投資)別 国・地域 TOP10 3カ年度推移



【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。

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

- 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、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。続く米国については、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。
- 3位のベトナムについては、投資の相談はもとより、人材に関する相談が多かった。
- 初めて5位に入ったEUについては、GDPR(個人情報保護法)や日EU・EPAの発効などにより相談件数が大きく伸びた。



中国

- 相談件数は、前年度比1.9ポイント増の1,593件。
- 投資に関しては、新規に法人設立を目指す企業の中でも、輸出販売が代理店経由で販売会社を設立し、中国内販を拡大しようとする企業からの相談が目立った。業種は多岐にわたるが、飲食店・コンサルといった非製造業からの相談も多数寄せられた。相談内容としては、現地法人の設立手続き、税制、駐在員や役員派遣の就労ビザ関係に関するものが目立った。
- 輸出に関しては、業種が多岐にわたる中、化粧品・医薬品、日本酒や加工食品等、食品に関する相談が多数寄せられた。また、新規に輸出を検討する個人・小規模企業からの相談も目立った。
- 全体を通じて規制・手続きに関する問い合わせが多く、加えて米中貿易摩擦の回避策・原産地規則の問い合わせや、中国版「24時間ルール」(事前電子申告制度)の改正による新企業コード、越境EC暫定措置の延長内容に関する相談、FTAを活用した三国間貿易に絡んだ手続きの相談も多数寄せられた。



米国

- 相談件数は、前年度比12.3ポイント減の768件。
- 投資については、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起因するものとして中小企業からの投資相談も目立った。業種は飲食店・アパレルなどの非製造業や、機械部品・工具などの製造業が目立ち、製造業については、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。



ベトナム

- 相談件数は、前年度比6.4ポイント減の672件。
- 投資に関しては、新規に法人設立を目指す企業や、投資の前の段階として委託加工貿易を検討する企業からの相談が多い傾向。また、中国に進出し、第二の進出先としてベトナムを候補地とする企業も目立った。業種は縫製業を中心とする製造業からの問い合わせと並び、飲食店・人材関連などの非製造業からの相談も目立った。相談内容としては、パートナー探しや投資コスト(主に人件費)、現地ワーカーの雇用条件等が多く、既進出企業からの現地運営に関する相談も寄せられた。
- 輸出に関しては、食品・化粧品・雑貨品などについての他、自動車産業で使われる塗料をはじめとした化学品等に関する輸出相談も目立った。
- 現地での雇用確保や人材派遣会社の設立を検討する企業からの相談が目立ち、技能実習生の帰国に合わせて海外投資を検討する企業も見受けられるなど、ベトナム人材をめぐる動きに注目した相談が多かった。



タイ

- 相談件数は、前年度と同数の671件。
- 投資に関しては、新規に法人設立を目指す企業が依然として多いなか、既にタイへ投資を行っており周辺諸国(カンボジア・ミャンマーなど)へ追加投資を検討する企業からの相談も複数寄せられた。業種は自動車・電気製品を中心とした製造業からの問い合わせが多く、加えて飲食店・教育・IT関連など非製造業からの投資相談も多かった。相談内容は現地法人設立の手続き、投資コストに関する相談が多かったが、現地のマーケット情報・ビジネス環境といった進出先を選定するための基礎情報を求める相談も多く寄せられた。
- 輸出に関しては、食品・医薬品・化粧品・雑貨品など業種は多岐に渡る。政府と連動して現地のデジタルイノベーション化が進んでいる影響からソフトウェア・精密機器関連の輸出相談も見受けられた。
- 全体の傾向としてチャイナプラスワンの動きを受けて、既に中国へ投資している企業から、事業拡大または製造拠点シフトを目的とした投資相談が目立った。外資規制・投資コストなどについて相談し、中国の投資環境と比較しながらタイへの進出を検討するといった動きが今年度の相談傾向から感じられた。



EU

- 相談件数は、前年度比124.2ポイント増の491件。
- 今年度は2018年5月25日発効のGDPR(個人情報保護法)や2019年2月1日発効の日EU・EPAなどにより、EUに関する相談件数が伸びた(投資や輸出の相談については、それぞれの国に分類・登録されており、EUとしてカウントされることは少ない)。
- GDPRに関しては、内容確認や留意点の確認などが多く、5月に入り相談が増加した。
- 日EU・EPAに関しては、発効を控えた1月頃から問い合わせが急増した。自己申告制度による自社での原産地認定方法(判定基準・証拠書類について)や、原産地申告の記載方法等について実務的な質問に倣い、サプライヤーからの証拠書類徴求方法について困難を感じている企業も総じて多かった。

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2019年3月に発表した「2018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10,004社(内訳:ジェトロの会員企業(ジェトロ・メンバーズ)3,305社、メンバーズ以外のジェトロサービス利用企業6,699社)。うち、関西企業は1,964社(内訳:ジェトロ・メンバーズ624社、メンバーズ以外のジェトロサービス利用企業1,340社)。

(2)回収状況:有効回収数 3,385社(有効回答率 33.8%)。うち、関西企業は630社(ジェトロ・メンバーズ224社、大企業87社・中小企業543社)

(3)調査期間:2018年11月19日～2019年1月4日

3. 調査項目

- (1) 貴社の概要
- (2) 貿易への取り組み
- (3) 海外進出への取り組み
- (4) 保護貿易主義への影響
- (5) 自由貿易協定(FTA)の活用
- (6) 外国人材の活用
- (7) 電子商取引(EC)

[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		630	100.0
業種別	製造業全体	353	56.0
	飲食料品	61	9.7
	繊維・織物/アパレル	29	4.6
	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	9	1.4
	化学	22	3.5
	医療品・化粧品	17	2.7
	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	33	5.2
	窯業・土石	6	1.0
	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	7.5
	一般機械	30	4.8
	電気機械	19	3.0
	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	12	1.9
	自動車/自動車部品/その他輸送機器	14	2.2
	精密機器	17	2.7
	その他の製造業	37	5.9
	非製造業全体	非製造業全体	277
商社・卸・小売		198	31.4
その他非製造業(※)		79	12.5
規模別	大企業	87	13.8
	大企業(中堅企業を除く)	17	2.7
	中堅企業	70	11.1
	中小企業	543	86.2
	中小企業(小規模企業者を除く)	235	37.3
小規模企業者	308	48.9	
取り組み 形態別	輸出企業	255	40.5
	海外進出企業	284	45.1
	国内企業(海外ビジネスを行っていない企業)	55	8.7

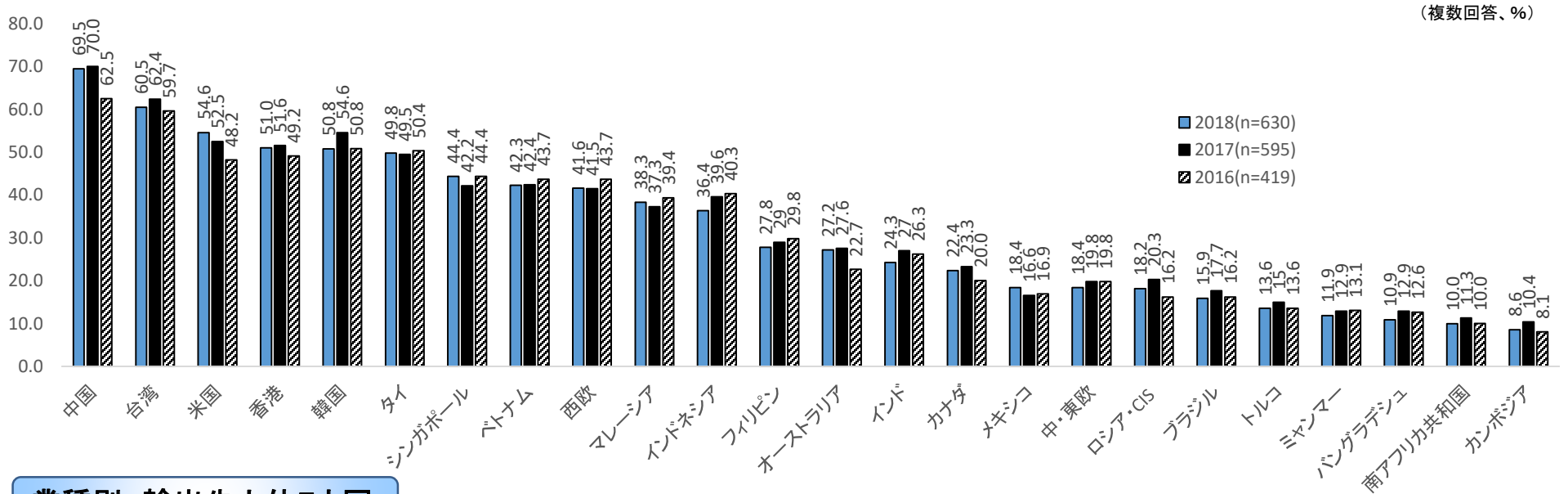
※その他非製造業には、建設、運輸、金融・保険、通信・情報ソフトウェア等を含む

3-(2) 貿易への取り組み ①現在の輸出先

【関西企業の約7割が中国へ輸出。業種別ではアジア諸国への輸出が中心となっている】

- 国・地域別輸出先では、中国が最も多く関西企業にとって依然として主要な輸出先である。第3位の米国については前年度より2.1ポイント増加しており、中国・台湾に次いで多かった。
- 業種別輸出先では、中国が10業種分類中7業種において輸出先として最も多かった。精密機械ではタイが中国を上回り、93.3%を占めた。

現在の輸出先(国・地域別、3カ年度推移)



業種別 輸出先上位5カ国

(複数回答、%)

順位	商社・卸売・小売(n=198)		飲食品(n=61)		鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=47)		化学(n=22)		一般機械(n=30)		繊維・織物/アパレル(n=29)		電気機械(n=19)		精密機器(n=17)		石油・石炭品/プラスチック製品/ゴム製品(n=33)		医薬品・化粧品(n=17)	
	国名	シェア	国名	シェア	国名	シェア	国名	シェア	国名	シェア	国名	シェア	国名	シェア	国名	シェア	国名	シェア	国名	シェア
1	中国	61.6	香港	79.6	韓国	68.6	中国	86.4	中国	79.3	中国	60.9	中国	83.3	タイ	93.3	中国	72.0	中国	70.6
2	台湾	55.5	中国	75.5	中国	62.9	台湾	86.4	タイ	69.0	台湾	56.5	台湾	72.2	中国	86.7	タイ	56.0	台湾	58.8
3	香港	51.8	台湾	71.4	米国	62.9	タイ	77.3	インドネシア	69.0	米国	56.5	タイ	55.6	香港	86.7	米国	56.0	ロシア・CIS	52.9
4	韓国	47.6	シンガポール	63.3	台湾	54.3	韓国	72.7	台湾	65.5	香港	47.8	ベトナム	50.0	台湾	86.7	台湾	52.0	香港	47.1
5	米国	47.0	米国	63.3	ベトナム	54.3	米国	68.2	韓国	65.5	韓国	43.5	米国	50.0	韓国	86.7	韓国	40.0	ベトナム	47.1

[注]母数(n)は輸出先の回答のあった企業。n=15以下の業種は除く。

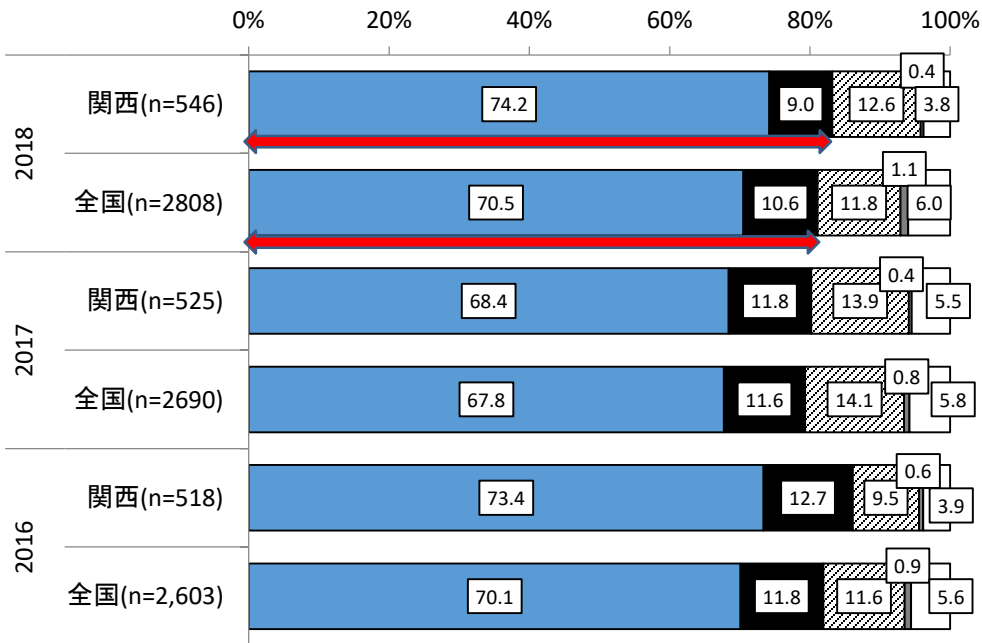
3-(2) 貿易への取り組み ②今後の輸出方針

【関西の大企業・中小企業ともに、輸出拡大を図る企業が増加傾向】

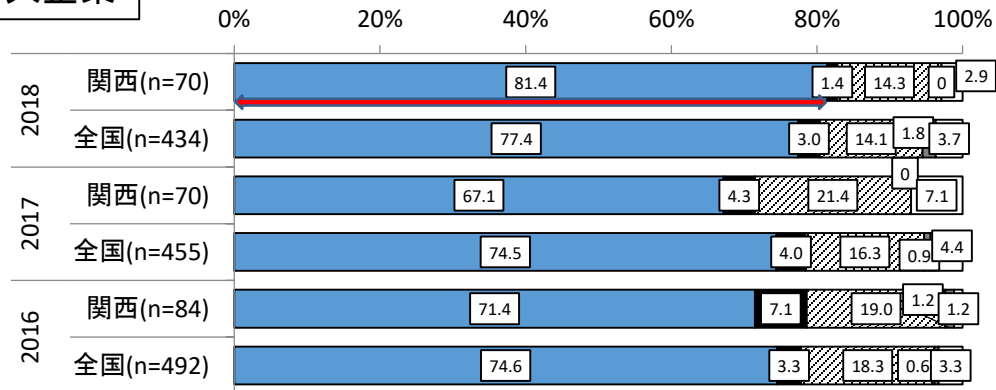
- 今後の輸出方針について、関西の大企業・中小企業ともに、「さらに拡大を図る」と回答した企業の割合が前年度より増加した。
- 「さらに拡大を図る」と回答した企業の割合は、全体・大企業・中小企業ともに関西が全国を上回った。

今後の輸出方針(関西と全国の比較、規模別)

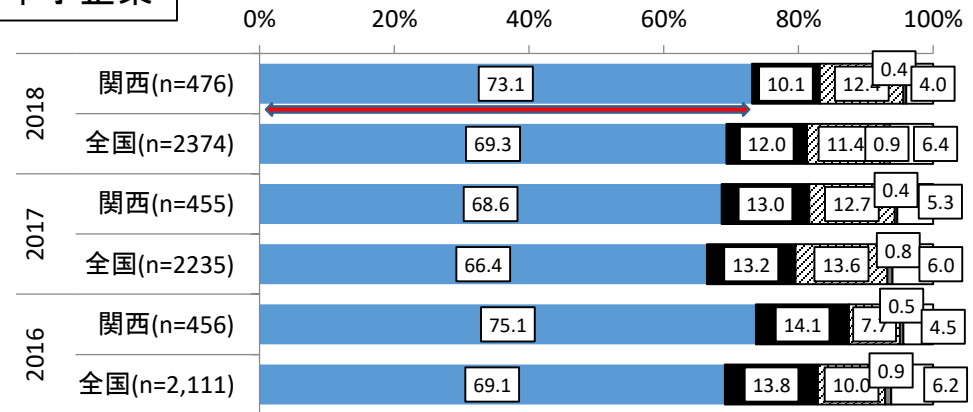
全体



大企業



中小企業



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

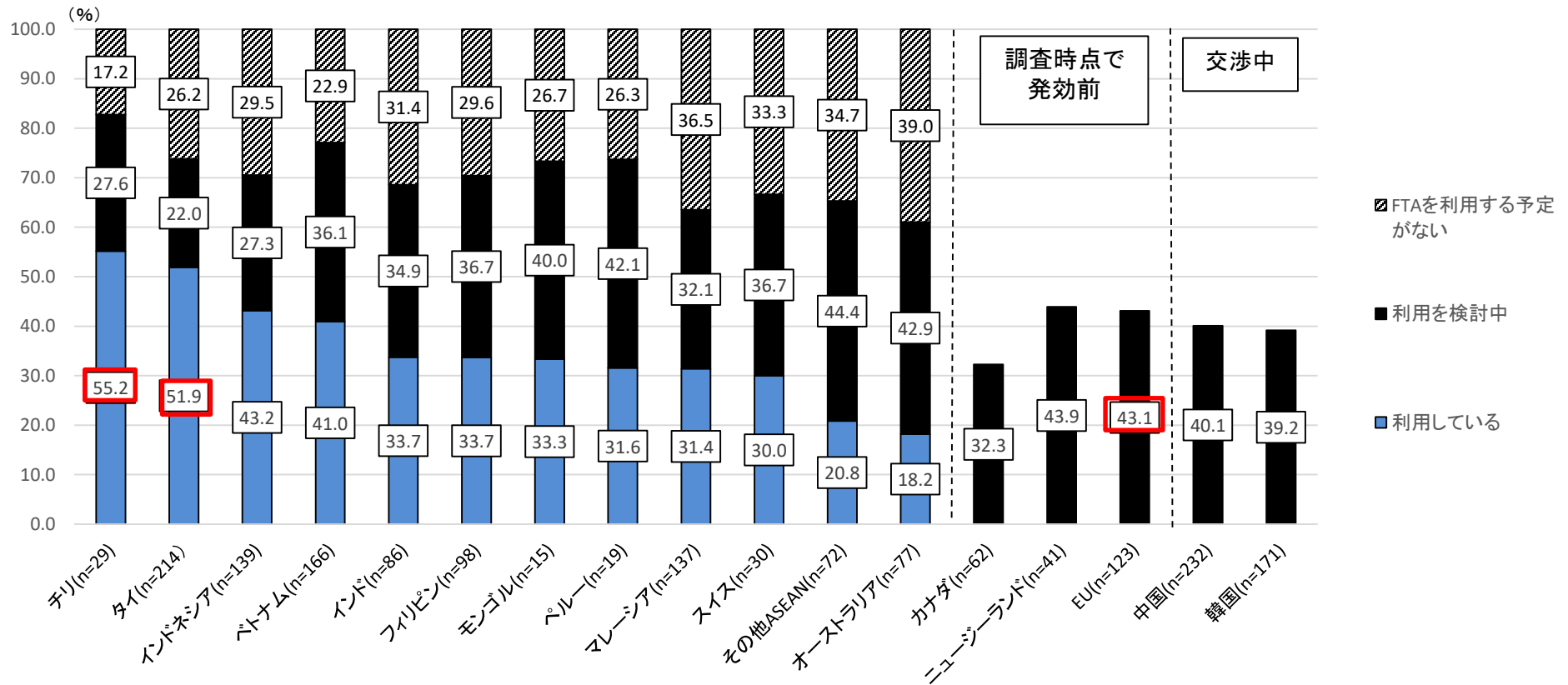
[注]母数(n)はいずれも「無回答」を除いた企業数。

3-(3) 自由貿易協定の活用 ①日本のFTAの利用状況(輸出先)

【FTA相手国はアジア諸国を中心に利用率が高く、EUも4割強の企業が利用を検討中】

- ▶ 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利用率が高かった。特にチリ・タイの2カ国においては、利用率が50.0%を超えた。
- ▶ 2月1日に日EU・EPAが発効したEUについては、調査時点で43.1%の企業が「利用を検討中」と回答した。

相手国・地域別FTA利用率(関西全体、国地域別、業種別)



[注]①母数(n)は、それぞれの対象国・地域に輸出を行っている企業数。ただし、FTA利用状況について無回答・不明の場合を除く。

②左から、輸出におけるFTA利用率の高い順。

3-(4)海外進出への取り組み ①現在の海外拠点数

【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】

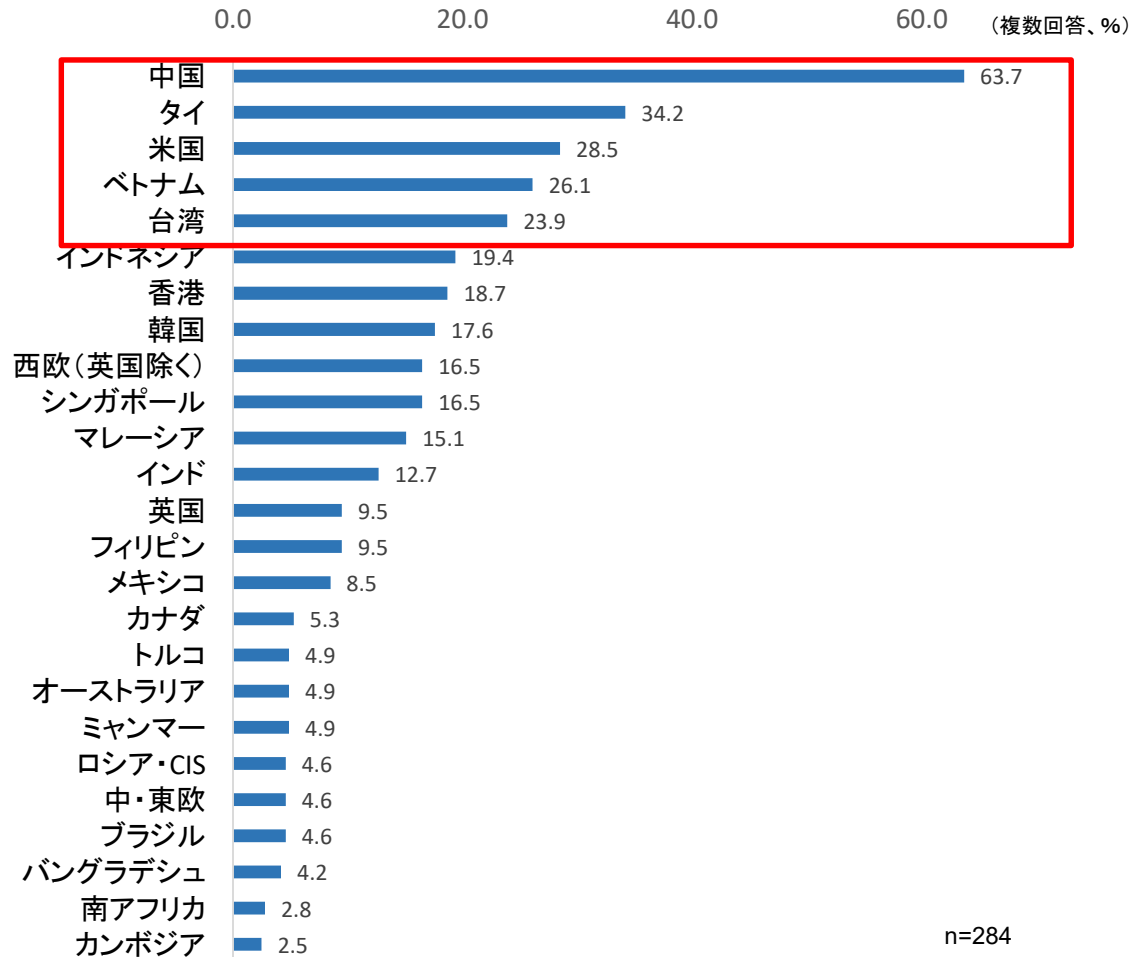
- 海外拠点の有無では、関西企業全体で見ると45.1%の企業が海外拠点を有している。業種別では「情報通信機械/電子部品・デバイス」、「一般機械」、「精密機器」の割合が高かった。規模別では、大企業の85.1%が「海外拠点有り」と回答した。
- 海外進出拠点数では、中国、タイ、米国、ベトナム、台湾が上位5カ国を占めた。1位の中国は63.7ポイントと2位のタイに29.5ポイント差をつけた。

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=630)		45.1	54.4	0.5
業種別	製造業全体 (n=353)	49.6	50.4	-
	飲食料品 (n=61)	23.0	77.0	-
	繊維・織物/アパレル (n=29)	41.4	58.6	-
	化学 (n=22)	54.5	45.5	-
	医療品・化粧品 (n=17)	29.4	70.6	-
	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (n=33)	51.5	48.5	-
	鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=47)	48.9	51.1	-
	一般機械 (n=30)	70.0	30.0	-
	電気機械 (n=19)	68.4	31.6	-
	情報通信機械/電子部品・デバイス (n=12)	75.0	25.0	-
	自動車/自動車部品/その他輸送機器 (n=14)	64.3	35.7	-
	精密機器 (n=17)	70.6	29.4	-
	その他の製造業 (n=52)	53.8	46.2	-
	非製造業全体 (n=277)	39.4	59.5	1.1
商社・卸・小売 (n=198)	39.4	59.6	1.0	
その他の非製造業 (n=79)	39.2	59.5	1.3	
規模別	大企業 (n=87)	85.1	14.9	-
	中小企業 (n=543)	38.7	60.7	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）



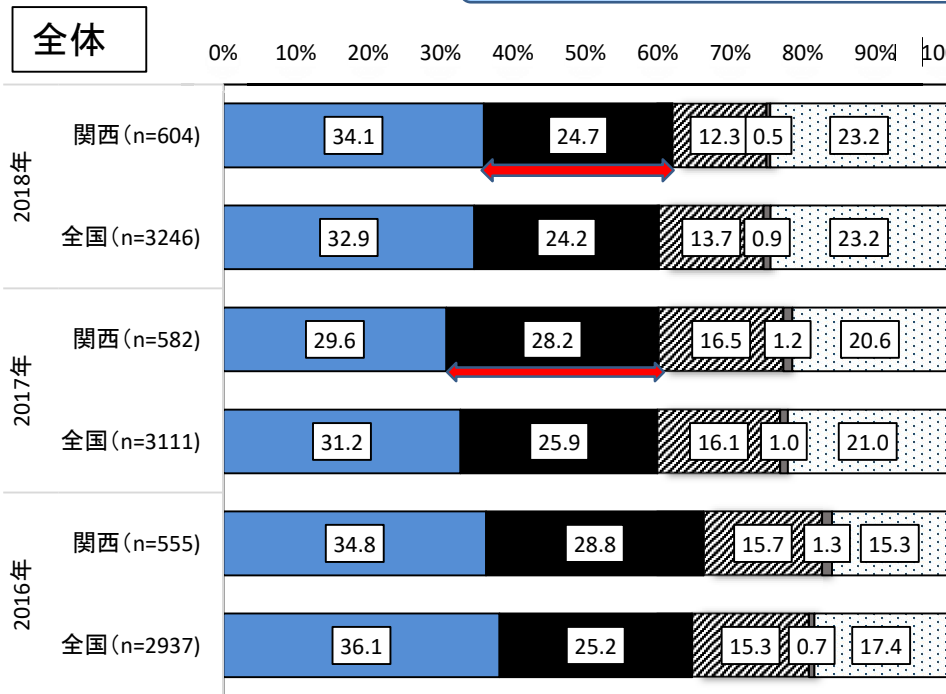
※母数(n)は海外拠点がある企業

3-(4)海外進出への取り組み ②今後の海外進出方針(概要)

【関西企業が海外拠点の拡大に意欲的な様子】

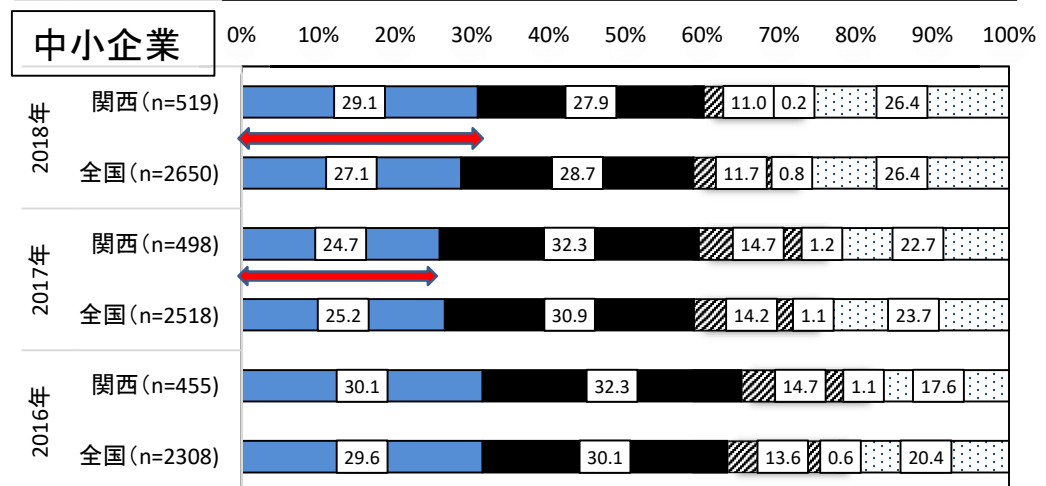
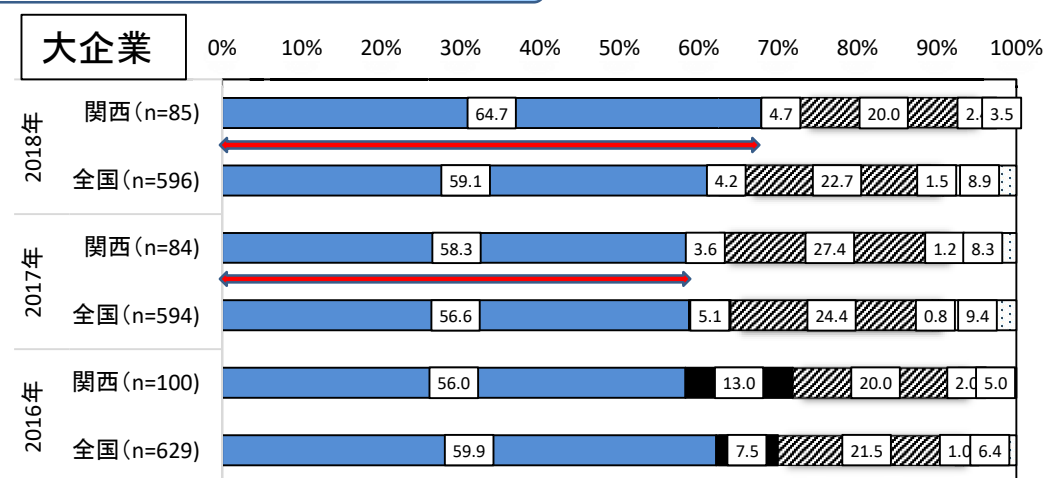
- ▶ 全体において、「現在、海外に拠点はなく、今後新たに進出したい」と回答した企業は前年度に比べて3.5%減少した。
- ▶ しかしながら、「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」と回答した関西の大企業は前年度に比べて5.6%増加し、関西の中小企業においても前年度に比べて4.4%増加した。大企業・中小企業ともに関西においては追加投資意欲が高かった。

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、海外に拠点はなく、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 ③今後の海外進出方針(業種別)

【半数を上回る企業が海外進出に意欲的。その中でも、「精密機器」「一般機械」の新規投資意欲が高かった。】

- 業種別では「精密機器」「一般機器」が海外進出に意欲的で、昨年度および今年度の全国と比較しても10ポイント以上高かった。
- 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「化学」は、海外での事業展開は行わない意向を持つ企業の割合が増加しており、進出意欲が減退している様子がうかがえる。

今後の海外進出方針について(業種別)

(複数回答、%)

	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																
		FY17→FY18	全国比		FY17→FY18	全国比			FY17→FY18	全国比			FY17→FY18	全国比			FY17→FY18	全国比			
全体(n=604)	58.8	34.1	4.5	1.2	24.7	-3.5	0.5	12.3	-4.2	-1.4	0.5	-0.7	-0.4	23.2	2.6	0.0	5.3				
製造業(n=345)	60.3	37.4	4.1	3.4	22.9	-3.7	-1.2	13.3	-4.4	-0.2	-	-	-	22.0	4.6	-0.4	4.3				
飲食料品(n=61)	47.6	19.7	-2.2	2.1	27.9	-6.5	-2.5	3.3	0.2	-3.9	-	-	-	44.3	14.6	7.6	4.9				
繊維・織物／アパレル(n=29)	51.7	27.6	-2.0	-0.2	24.1	-5.5	8.6	17.2	-8.7	-12.7	-	-	-	20.7	13.3	1.1	10.3				
化学(n=22)	50.0	40.9	-22.1	-10.8	9.1	-5.7	-2.4	13.6	9.9	-0.2	-	-	-	36.4	17.9	18.0	-				
医療品・化粧品(n=17)	70.6	23.5	-15.4	-9.8	47.1	8.2	44.1	5.9	-10.8	-32.0	-	-	-	23.5	17.9	-2.3	-				
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品(n=32)	62.5	28.1	-1.9	-14.0	34.4	-0.6	11.0	21.9	6.9	3.2	-	-	-	9.4	-10.6	-1.8	6.3				
鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=46)	63.0	39.1	9.7	4.1	23.9	0.4	7.6	15.2	-5.4	-7.0	-	-	-	19.6	-3.9	-2.1	2.2				
一般機械(n=28)	75.0	57.1	17.7	13.1	17.9	-0.3	1.5	14.3	-6.9	-7.7	-	-	-	10.7	-4.5	-1.9	-				
電気機械(n=19)	68.4	52.6	7.1	2.1	15.8	-11.5	0.7	21.1	2.9	5.0	-	-	-	5.3	-3.8	-6.5	5.3				
精密機器(n=17)	76.4	58.8	28.0	15.7	17.6	2.2	-3.2	11.8	-26.7	-4.9	-	-	-	11.8	4.1	-0.7	-				
その他の製造業(n=74)	59.5	44.6	12.4	6.5	14.9	-16.1	-6.2	16.2	-9.1	-0.1	-	-	-	17.6	5.0	-1.1	11.4				
非製造業(n=259)	56.7	29.7	5.0	-1.9	27.0	-3.2	2.8	10.8	-4.1	-3.2	1.2	-0.4	-0.1	24.7	0.0	0.5	6.6				
商社・卸売・小売(n=174)	58.9	32.2	7.1	-0.2	28.2	-1.3	4.8	9.8	-5.5	-2.6	1.1	-0.5	-0.4	27.0	1.9	1.6	7.5				
その他の非製造業(n=85)	56.0	28.0	3.4	-2.5	28.0	-5.3	2.7	14.7	0.2	-1.1	1.3	-0.1	0.2	22.7	-1.9	-0.2	5.3				

※①母数(n)は「無回答」を除く企業数。②n=15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 ④海外で拡大を図る機能

【海外進出の拡大を図る企業は大半が販売機能の拡大に注力、中国を筆頭としたアジア地域への拡大意欲が高い】

- ▶ 機能別では、「販売」が最も多く、回答企業全体の88.0%を占めた。国・地域別ではすべての機能において1位である中国を筆頭に、アジアへの拡大意欲が高い。また、タイがすべての機能において上位5カ国以内に入った。
- ▶ 「生産」においては、ベトナムが汎用品・高付加価値商品ともに中国に次いで高かった。

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								
	2016	2017	2018	汎用品			高付加価値商品					
				2016	2017	2018	2016	2017	2018			
1	中国	中国	中国	57.7	中国	ベトナム	中国	54.4	中国	中国	中国	44.2
2	米国	台湾	米国	31.9	ベトナム	中国	ベトナム	32.9	ベトナム	タイ	ベトナム	26.7
3	タイ	米国	タイ	30.6	タイ	タイ	タイ	25.3	台湾	米国	タイ	20.9
4	ベトナム	タイ	台湾	29.3	インドネシア	インドネシア	インド	17.7	米国	ベトナム	米国	14.0
5	台湾	ベトナム	ベトナム	28.7	インド	インド	台湾	8.9	韓国	台湾	韓国	11.6
			計	88.0			計	22.9			計	24.9

(複数回答、%)

順位	研究開発						地域統括			物流						
	新製品開発			現地向仕様変更			2016	2017	2018	2016	2017	2018				
	2016	2017	2018	2016	2017	2018										
1	中国	米国	中国	53.1	中国	中国	中国	53.8	中国	中国	中国	40.9	ベトナム	中国	中国	61.1
2	米国	中国	米国	21.9	ベトナム	米国	西欧 (英国除く)	25.6	米国	米国	西欧 (英国除く)	36.4	中国	米国	タイ	33.3
3	タイ	西欧 (英国除く)	西欧 (英国除く)	21.9	米国	西欧 (英国除く)	タイ	23.1	シンガポール	西欧 (英国除く)	タイ	31.8	タイ	西欧 (英国除く)	ベトナム	30.6
4	シンガポール	マレーシア	タイ	27.8	タイ	タイ	ベトナム	23.1	香港	シンガポール	米国	31.8	米国	ベトナム	西欧 (英国除く)	19.4
5	西欧	台湾	インドネシア	22.2	西欧	台湾	米国	20.5	タイ	ベトナム	香港	18.2	香港	シンガポール	シンガポール	16.7
			計	9.2			計	11.7			計	6.6			計	11.7

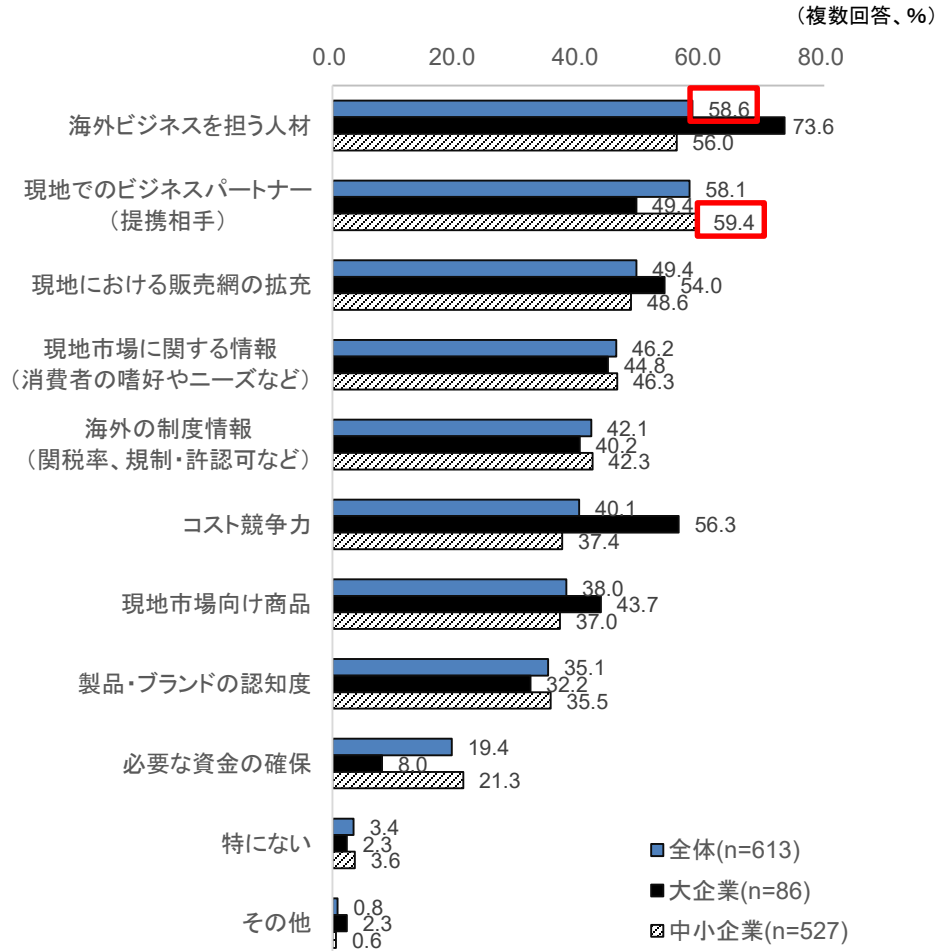
※①母数は「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」企業(206社)および「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」企業(149社)のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数(349社)。②西欧は英国を除く西欧諸国。西欧の内訳は選択肢の設定がない。

3-(5)①海外ビジネスの課題

【海外ビジネスを担う人材が海外ビジネスの最大の課題】

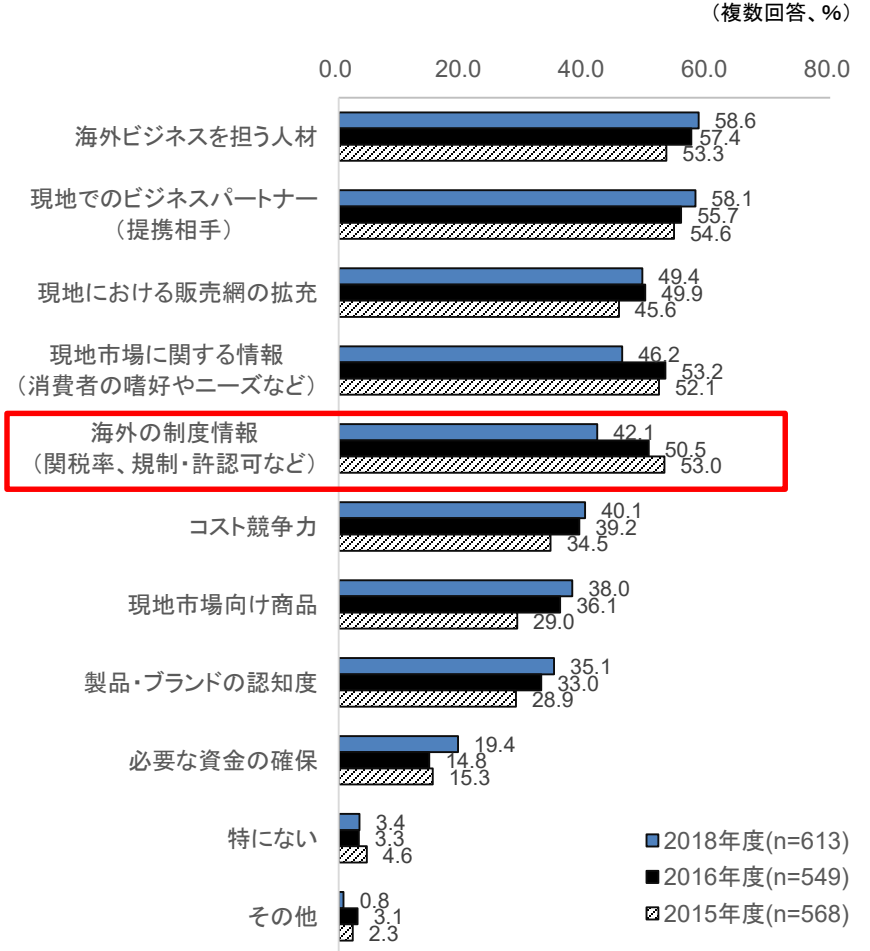
- ▶ 海外ビジネス(輸出・海外進出)の課題として、「海外ビジネスを担う人材」を挙げた企業が最も多く、大企業に至っては7割を超えた。中小企業は「現地でのビジネスパートナー(提携相手)」を挙げる企業が最も多かった。
- ▶ 過去の調査と比較すると、人材や提携先についての課題が増加傾向にあることに対し、「海外の制度情報」を挙げる企業が減少傾向にある。

海外のビジネス課題(全体・規模別)



[注]母数(n)は無回答を除いた数。

海外のビジネス課題(全体・時系列)



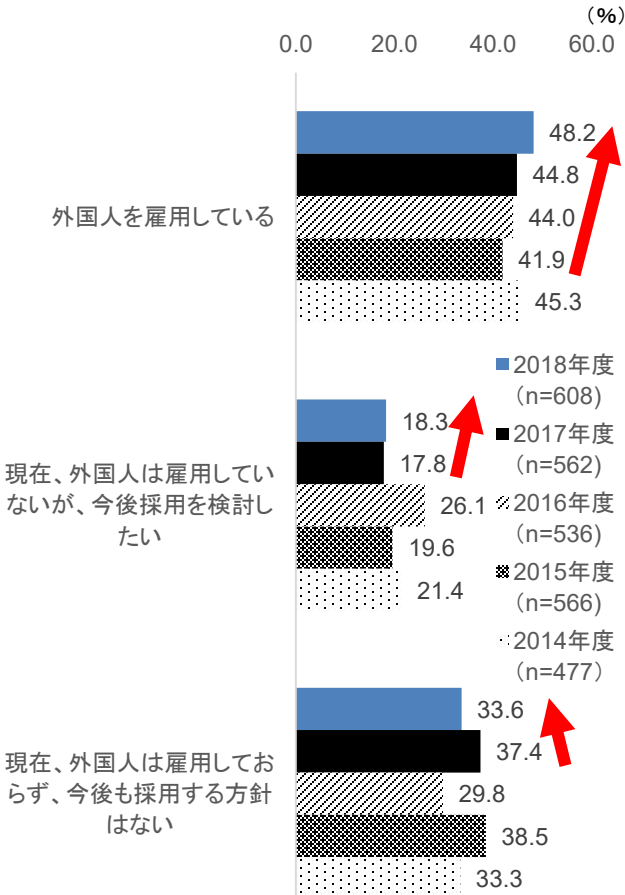
[注]母数(n)は無回答を除いた数。2017年度はアンケート項目なし。

3-(6)外国人材の活用 ①国内拠点における外国人社員の雇用状況

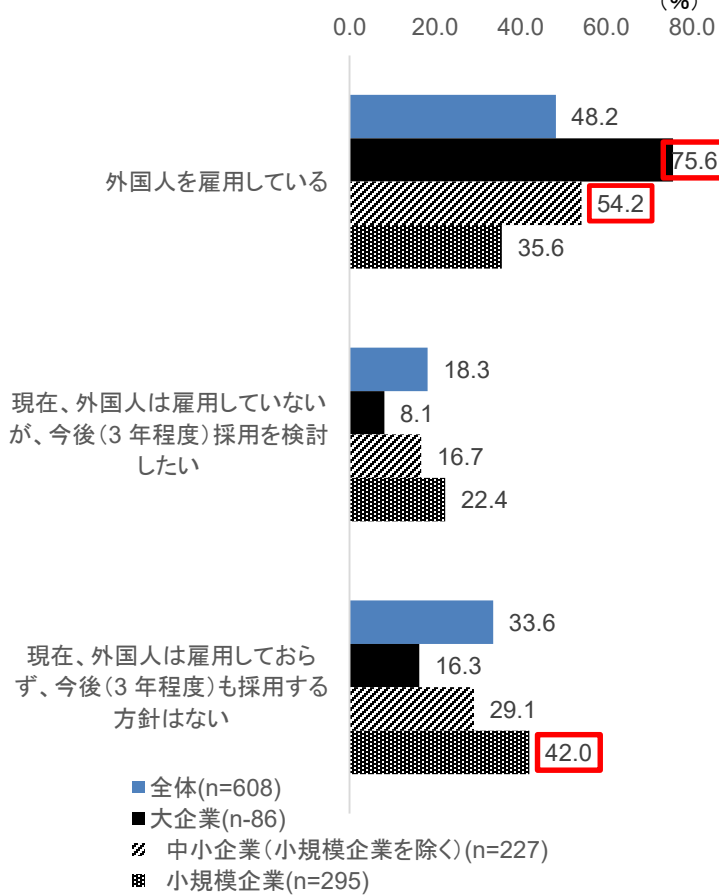
【国内拠点で外国人社員の雇用率が増加。企業規模と雇用の有無、状況に概ね相関関係が見られる。】

- 国内拠点で「外国人社員を雇用している」関西企業は48.2%となり、2015年より継続的に増加し、着実に外国人の雇用が進んでいる様子が見えてくる。現在外国人を雇用していない企業についても、前年と比べて「今後採用を検討したい」が0.5p増加し、「今後も採用する方針はない」が3.8p減少に転じている。
- 外国人雇用については、企業規模別による相関関係が見られる。「外国人を雇用している」企業は、大企業で7割、中小企業では5割を超える。一方、4割を超える小規模企業は、外国人を雇用しておらず、採用も検討していない。
- 実際の雇用状況においては、企業規模別の相関関係が、ほぼすべての職務・職種において顕著である。

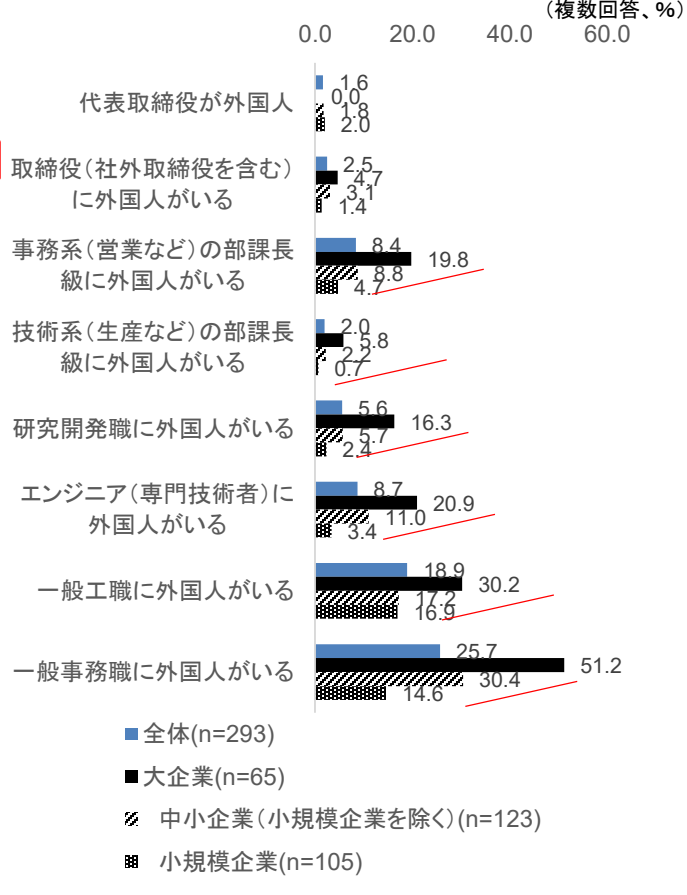
外国人社員の有無 (全体・時系列)



外国人社員の有無 (全体・規模別)



外国人社員の雇用状況 (全体・規模別)



※母数(n)は本調査の回答企業数。なお、2017年度より、今後(3年程度)と明記。

※母数(n)は本調査の回答企業数。

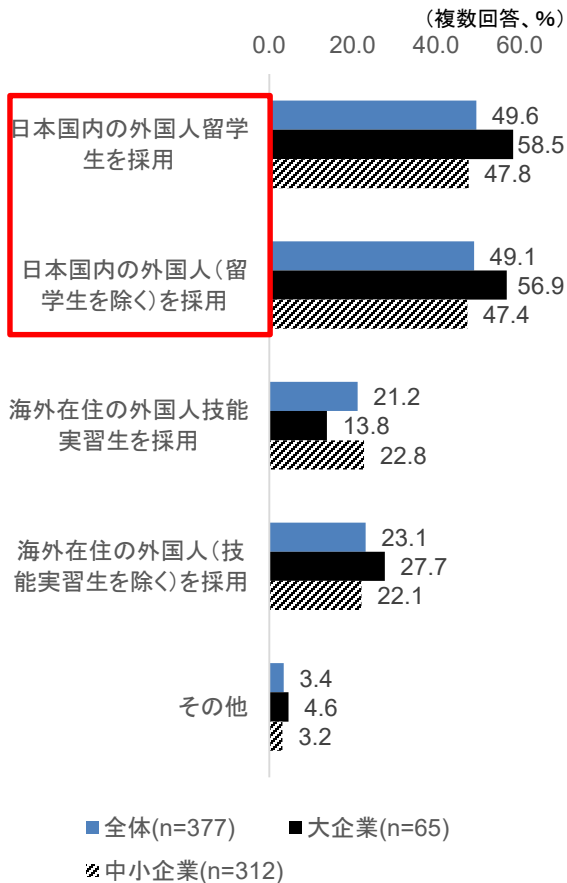
※母数(n)は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。

3-(6)外国人材の活用 ②外国人社員の採用時の属性

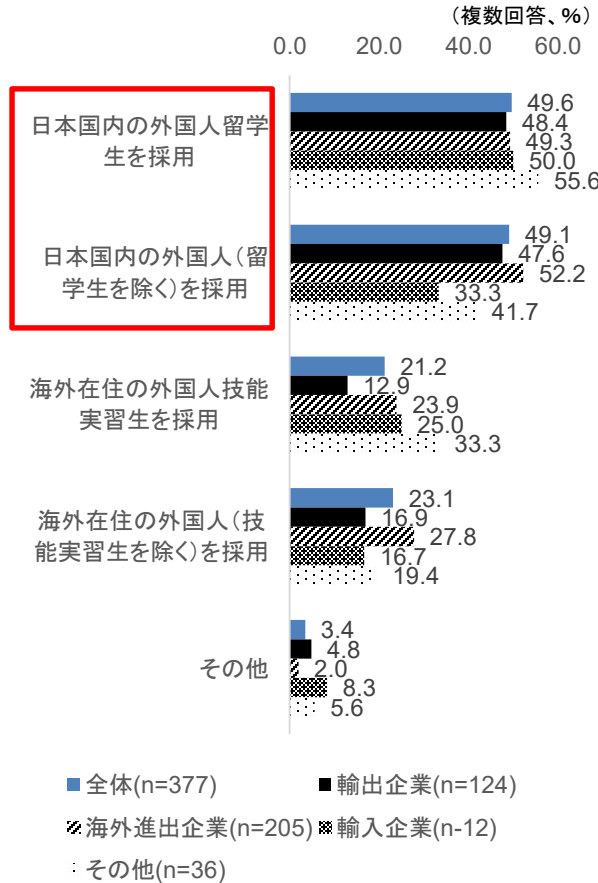
【日本国内の外国人材を重視】

- 企業規模、取組形態の別によらず、「外国人を雇用している」もしくは「今後採用を検討したい」と回答した企業は、日本国内の外国人材採用を重視している。
- 業種別でも、日本国内の外国人材採用が重視されている。ただし、非製造業と比べて、製造業では、海外在住の外国人材採用にも前向きであることがうかがえる(採用化学、医療品・化粧品を除く)。

全体・規模別



全体・取組形態別



業種別

(複数回答、%)

業種	社数	日本国内の外国人留学生を採用	日本国内の外国人(留学生を除く)を採用	海外在住の外国人技能実習生を採用	海外在住の外国人(技能実習生を除く)を採用	その他	無回答
全体	404	46.3	45.8	19.8	21.5	3.2	6.7
製造業	242	39.7	43.4	27.3	25.2	2.5	5.8
飲食料品	42	42.9	26.2	23.8	19.0	-	9.5
繊維・織物/アパレル	19	31.6	36.8	36.8	10.5	-	5.3
化学	13	38.5	69.2	7.7	23.1	-	-
医療品・化粧品	12	50.0	58.3	8.3	16.7	8.3	8.3
石油・石炭・プラスチック・ゴム製品	23	43.5	52.2	34.8	17.4	-	4.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	34	35.3	35.3	47.1	29.4	-	2.9
一般機械	25	52.0	36.0	12.0	40.0	-	4.0
電気機械	12	8.3	58.3	16.7	25.0	16.7	8.3
自動車・同部品/その他	10	50.0	30.0	30.0	20.0	10.0	20.0
輸送機器	11	45.5	45.5	18.2	54.5	9.1	-
精密機器	41	36.6	56.1	31.7	26.8	2.4	4.9
その他の製造業(※)	162	56.2	49.4	8.6	16.0	4.3	8.0
非製造業	162	57.0	53.0	6.0	18.0	5.0	6.0
商社・卸売	15	46.7	46.7	13.3	26.7	6.7	13.3
小売	47	57.4	42.6	12.8	8.5	2.1	10.6
その他の非製造業(※)							

※母数(n)は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業数(無回答を除く)。

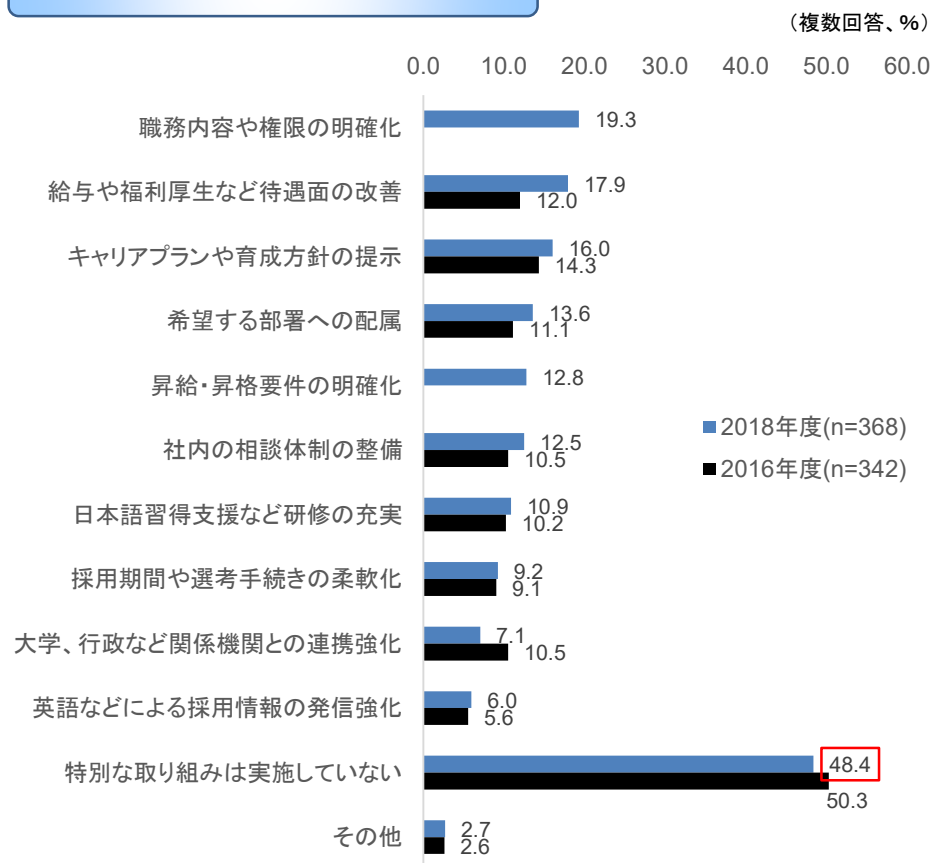
※母数(n)は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業数。n=10以下の業種は、その他製造業/非製造業に合算。

3-(6)外国人材の活用 ③外国人社員採用のための取り組み

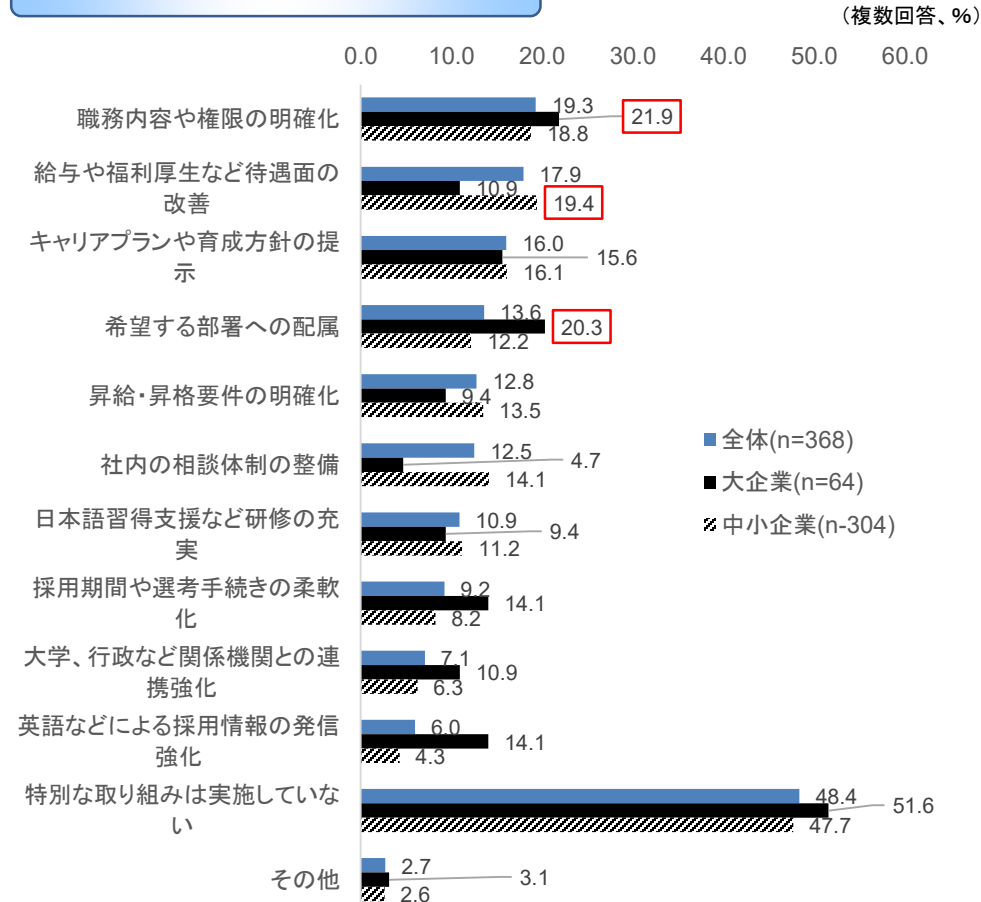
【採用のための取り組みでは「職務内容や権限の明確化」、「給与や福利厚生など待遇面の改善」を重視】

- ▶ 外国人材を雇用、もしくは検討している企業でも、採用のために「特別な取り組みは実施していない」と回答した企業が48.4%に及んだ。前回調査(2016年度)よりは1.9p減少しているものの、取り組みの余地は大きいことがうかがえる。
- ▶ 企業規模別でみると、大企業は「職務内容や権限の明確化」(21.9%)、「希望する部署への配属」(20.3%)に取り組む企業が多く、中小企業は「給与や福利厚生など待遇面の改善」(19.4%)に取り組む企業が多かった。

全体・時系列



全体・規模別



※母数(n)は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業数(不明、無回答を除く)。「職務内容や権限の明確化」及び「昇給・昇格要件の明確化」については2018年度に新設した項目。

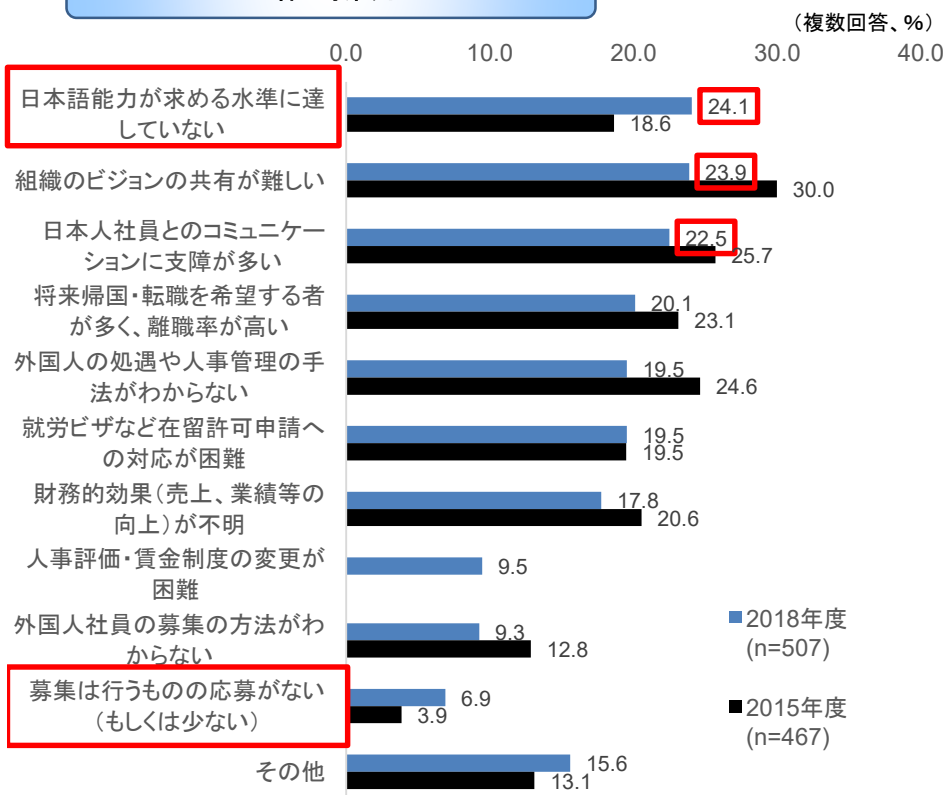
※母数(n)は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業数(無回答を除く)。

3-(6)外国人材の活用 ④外国人社員採用・雇用の課題

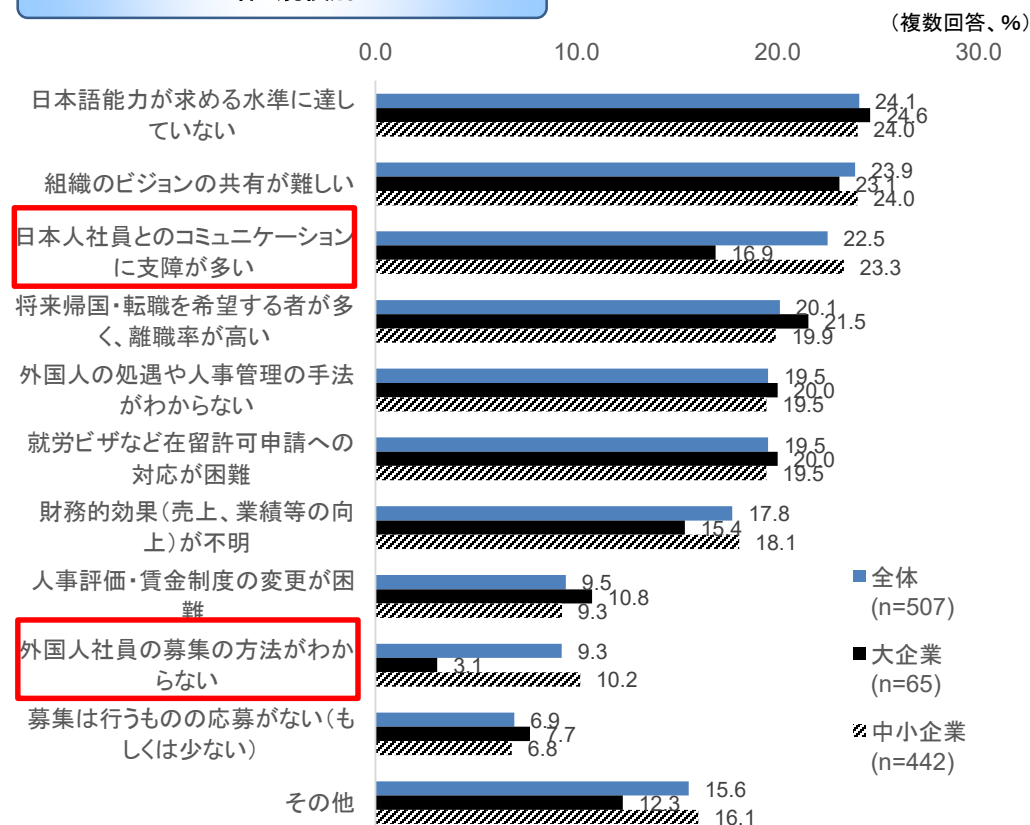
【言語(ビジョン共有、コミュニケーションを含む)に大きな課題】

- 外国人社員の採用・雇用の課題として、「日本語能力が求める水準に達していない」(24.1%)、「組織のビジョンの共有が難しい」(23.9%)、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」(22.5%)と回答した企業が多く、言語に係る課題が上位に挙げられた。また、前回調査(2015年)と比べると、「日本語能力が求める水準に達していない」、「募集を行うものの応募がない(もしくは少ない)」と回答した企業が増加したが、他の課題を挙げた企業は減少している。
- 企業規模別にみると、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」と「外国人社員の募集の方法がわからない」に回答した中小企業は、大企業に比べて、それぞれ6.4pと7.1pと高く、企業規模で大きく差が出る結果となった。

全体・時系列



全体・規模別



※母数(n)は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業数(不明、無回答を除く)。「人事評価・賃金制度の変更が困難」については2018年度に新設した項目。

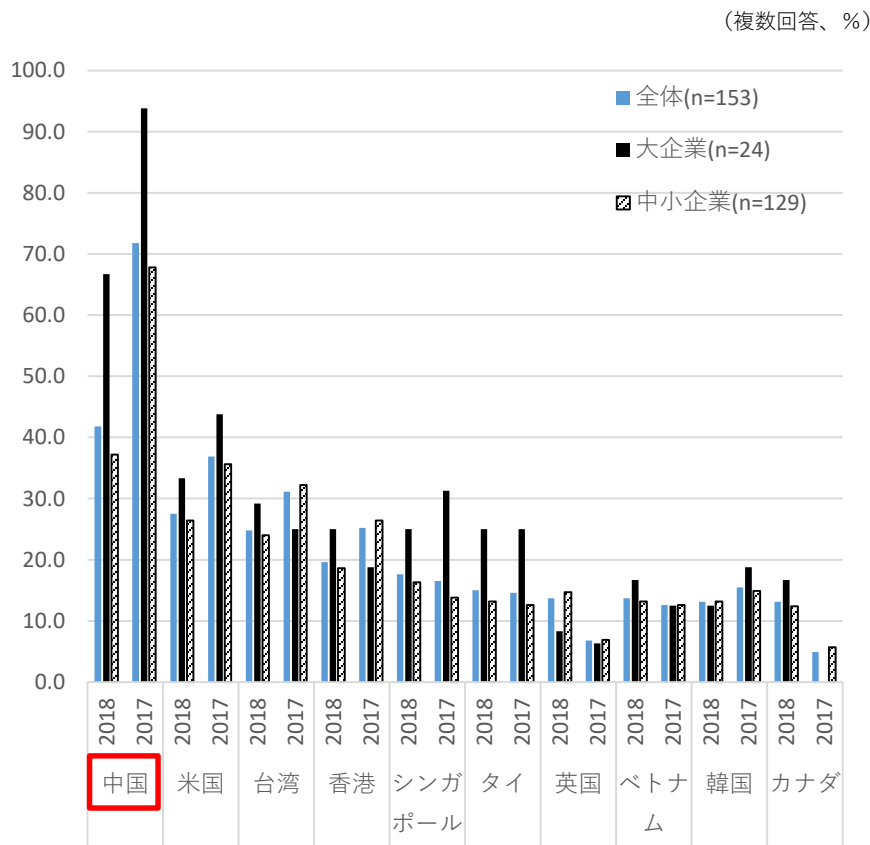
※母数(n)は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業数(無回答を除く)。

3-(7) 電子商取引(EC)の活用 ①現在の販売先及び海外EC事業の利益・メリット JETRO Osaka

【電子商取引を利用した販売先は中国が最も多い、非製造業は海外EC事業に対して前向きな姿勢】

- ▶ 海外EC事業の販売先について、全体では「中国」が前年度より30.0ポイント以上減少したが、最も多かった。
- ▶ 海外EC事業の利益・メリットにおいて、「海外EC事業単体で現状、黒字である」と回答した企業の割合は大企業が中小企業に比べて15.5%多かった。また、非製造業は「海外EC事業単体で現状、黒字である」、「海外EC事業単体で現状、赤字だが今後黒字に転換する見通しである」、「海外EC事業単体では現状・今後ともに赤字の見通しだが、自社ビジネス全体にメリットがある」と回答した企業の割合は合計で55.2%と、半数以上の企業が海外EC事業に対して前向きな姿勢だった。

現在の海外販売先(全体、企業規模別)



海外EC事業の利益・メリット(全体、業種別、規模別)

(%)

	全体 (n=165)	規模別		業種別	
		大企業 (n=26)	中小企業 (n=139)	製造業 (n=89)	非製造業 (n=76)
海外EC事業単体で現状、黒字である	25.5	38.5	23.0	25.8	25.0
海外EC事業単体で現状、赤字だが今後黒字に転換する見通しである	10.9	7.7	11.5	4.5	18.4
海外EC事業単体では現状・今後とも赤字の見通しだが、自社ビジネス全体にメリットがある	11.5	7.7	12.2	11.2	11.8
海外EC事業単体では現状・今後とも赤字の見通しで、自社ビジネス全体にメリットもない	2.4	-	2.9	3.4	1.3
わからない(まだECを利用したことがない場合を含む)	47.3	46.2	47.5	53.9	39.5
その他	2.4	-	2.9	1.1	3.9

※母数(n)は、海外ECについて「利用したことがあり、今後、更なる利用拡大を図る」、「利用したことがあり、今後も現状を維持する」、「利用したことはないが、今後の利用を検討している」と回答した企業のうち無回答の企業を除いた数

[注]母数(n)は2018年度回答企業のうち無回答を除いた数。

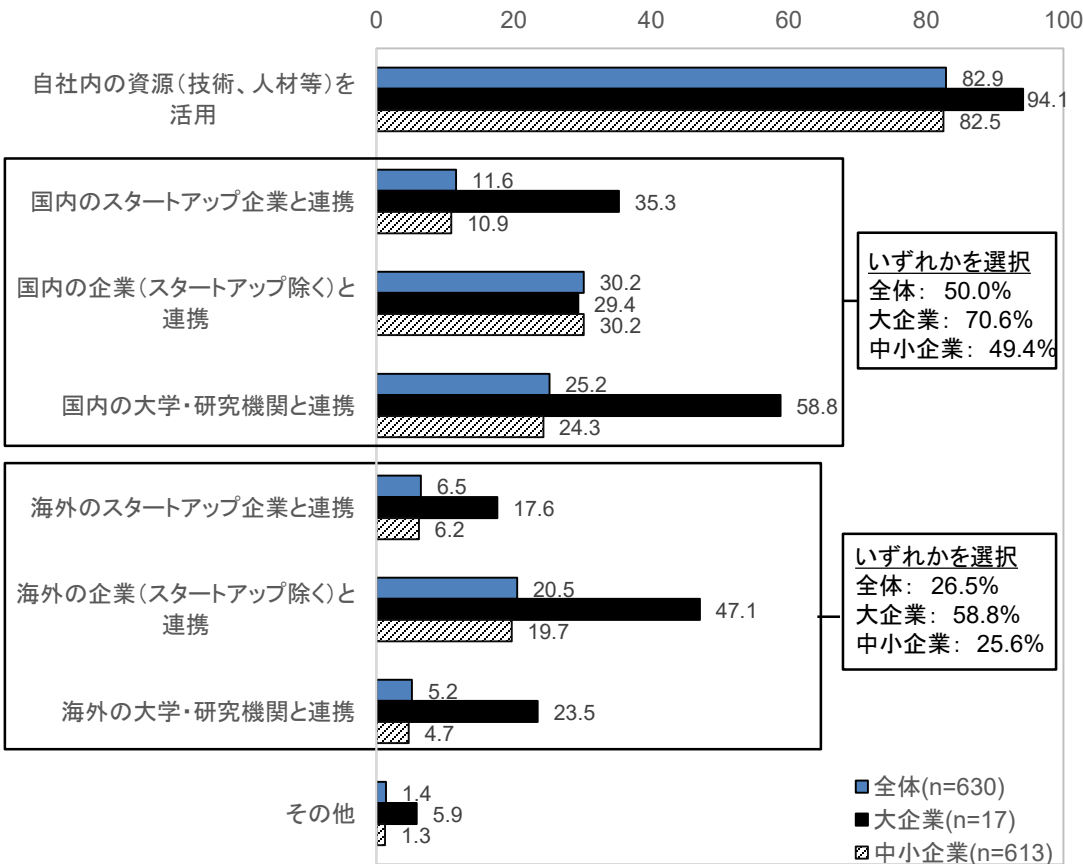
3-(8)①イノベーションに向けた取り組み

【イノベーションに向けた取り組みとしては「自社内の資源を活用」が中心。海外との連携は26.5%】

- 新しい事業、ビジネス・モデル、商品・サービスを創出するにあたっては、「自社内の資源を活用」と回答した企業が8割を超え、大企業に限っては94.1%に至った。また、国内の企業・大学・研究機関のいずれかと連携と回答した企業は50.0%で、海外の企業・大学・研究機関のいずれかと連携と回答した企業26.5%を上回った。
- 海外連携先を国籍別にみると、関西では中国や台湾をはじめとしたアジアとの連携が上位を占める一方、全国では米国との連携が中国に次いで多く、違いがみられた。

イノベーションに向けた取り組み(全体、企業規模別)

(複数回答、%)



[注]母数(n)は本調査の回答企業総数。

海外連携先企業・機関等の国籍(全体、全国との比較)

(%)

	関西 (n=167)	全国 (n=925)
1	中国 35.9	中国 36.3
2	台湾 23.4	米国 20.9
3	ベトナム 21.0	台湾 19.8
4	タイ 18.0	ベトナム 19.6
5	西欧(英国除く) 18.0	タイ 18.2
6	香港 14.4	西欧(英国除く) 15.9
7	韓国 13.8	韓国 13.5
8	インドネシア 13.2	インドネシア 12.2
9	米国 13.2	香港 11.9
10	マレーシア 11.4	シンガポール 10.7

※母数(n)は「海外のスタートアップ企業と連携」「海外の企業(スタートアップ除く)と連携」「海外の大学・研究機関と連携」と回答した企業数。