

山梨県内企業の
海外展開等の動向について

2018年3月

ジェトロ山梨貿易情報センター

協力：山梨県／公益社団法人やまなし産業支援機構

(はじめに)

日本国内の少子高齢化に伴う市場の変化や、国際ビジネスへの関心が高まる中、県内企業の海外展開を志す動きが増えています。この度、県内企業の海外展開の実態を把握し、海外ビジネスの円滑化につなげようと、アンケート調査を行いました。

山梨県内企業の輸出入の動向や、海外進出の実態・課題等、網羅的に把握し、整理することを試みましたので、今後の海外展開戦略の一助としてご活用いただければ幸いです。

なお、本アンケート調査は、国際ビジネスの促進を目的に作成した「山梨県海外展開ダイレクトリー」と同時に実施しております。その結果、2013年度に実施した「山梨県内製造業（主に機械電子産業）の海外展開の動向について」に比べ、回答数に影響が生じたことから、前回結果と単純な比較対象とはならないことにご留意ください。

アンケート調査実施にあたり、ご協力を賜りました企業に対し、この場をお借りして厚く御礼申し上げます。

※本アンケートは、山梨県および公益財団法人やまなし産業支援機構のご協力をいただき実施しました。

2018年3月
ジェトロ山梨貿易情報センター

目次

第1章 日本の貿易と対外直接投資

1. 日本の貿易動向
2. 日本企業の対外直接投資
3. 日本の外国人材受け入れと企業の活用

【参考データ】「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」

第2章 山梨県内企業の海外展開動向

1. ジェトロ事業活用状況から見る海外展開動向
2. 外国人材の採用について

第3章 山梨県内企業の貿易動向

1. 輸出動向
2. 輸入動向
3. 為替への対応
4. 貿易に与える影響
5. 今後の計画について（輸出・輸入）

第4章 山梨県内企業の海外進出動向

1. 海外進出動向
2. 海外進出等における課題
3. 新たな海外進出の計画について
4. 海外展開に際する県や経済関係団体等への期待

（アンケート調査の概要）

○調査の内容：県内に本社をおく山梨県内企業 154 社の調査結果

○調査期間：2017年8月～9月

○調査方法：各企業にアンケート調査票を郵送またはメールし、任意回答を集計。

【定義】

- ◆「海外展開」とは、海外に現地法人、支店・営業所・駐在員事務所等を有する、または、海外の企業に対し、技術供与をしている場合（以下、「事業所等」と記す。）をいう。輸出・輸入を含まない。
- ◆「現地法人」とは、日本側出資比率 10%以上の海外法人、または日本側出資比率 50%超の海外法人が 50%超の出資を行っている海外法人をいう。

【利用上の留意点】

- ◆アンケート調査においては、設問ごとに回答数が異なるため、合計値は必ずしも一致しない。
- ◆%表示については、端数処理により必ずしも 100%にならない場合がある。
- ◆調査の対象は、主に県内に本社を置く企業であるが、県内に事業所があり県外に本社を置く企業が一部含まれる

第1章 日本の貿易と対外直接投資

1. 日本の貿易動向

2016年の世界貿易（商品貿易、名目輸出額ベース）は、前年比3.1%減の15兆6,201億ドル（ジェットロ推計）となり、2年連続で減少した。連続でマイナス成長を記録するのは、1981-83年以来。貿易数量（輸出ベース）は0.2%減と横ばいで、2010年以降で最も低い伸び。世界貿易額は2015年第3四半期を底に減少率が縮小傾向で、2017年通年ではプラス成長に転じる見通し。

<日本の貿易収支は6年ぶりの黒字に>

2016年の日本の貿易は輸出が前年比3.1%増の6,446億ドル、輸入が6.4%減の6,070億ドルとなった。鉱物性燃料の赤字縮小を主因に、貿易収支は376億ドルの黒字となり、2010年以来6年ぶりに黒字を記録した。2017年上半期も96億ドルの黒字と、貿易収支は黒字基調に戻りつつある。

輸出では、消費が底堅い米国（3.3%増の1,300億ドル）が自動車や建設機械などが伸び、4年連続で最大の輸出相手国となった。中国は半導体製造機器や自動車・同部品が増加したことが寄与し、4.2%増の1,139億ドルとなった。EUはドイツ（自動車）、英国（鉄道車両）などが伸び、11.2%増の734億ドルに増加した。

日本の主要国・地域別 輸出入

（単位：100万ドル、%）

	2015年	2016年	2016年		2017年 1～6月	2017年	
			前年比	寄与度		前年 同期比	寄与度
総輸出	625,068	644,579	3.1	3.1	335,209	9.6	9.6
米国	125,852	130,019	3.3	0.7	64,312	3.1	0.6
EU	66,004	73,394	11.2	1.2	37,573	4.9	0.6
中国	109,266	113,874	4.2	0.7	61,567	17.8	3.0
ASEAN	95,052	95,535	0.5	0.1	50,060	10.7	1.6
総輸入	648,343	607,020	△ 6.4	△ 6.4	325,617	12.5	12.5
米国	66,638	67,371	1.1	0.1	35,708	10.9	1.2
EU	71,265	74,944	5.2	0.6	37,244	4.2	0.5
中国	160,674	156,444	△ 2.6	△ 0.7	78,020	4.2	1.1
ASEAN	97,953	92,301	△ 5.8	△ 0.9	49,814	11.6	1.8

〔注〕円建て公表値をジェットロがドル換算。〔資料〕「貿易統計」（財務省）から作成

（出所）「ジェットロ世界貿易投資報告」2017年版

<輸送機器の回復が輸出増に貢献>

商品別輸出では、輸送機器が6.3%増の1,610億ドルと輸出増に貢献した。自動車は米国、中国向け、自動車部品では中国など東アジア向けが好調であった。一般機械は、IoTの進展などにより半導体需要が底堅いことから、半導体製造機器が拡大した。世界では消費財が堅調であったが、日本では乗用車に加えて、半導体製造機器や飛行機・ヘリコプターなどの部分品など、中間財、資本財で伸びた品目も多く、強さを発揮した商品が多い。

日本の主要商品別 輸出入

(単位: 100万ドル、%)

	2015年	2016年	前年比	寄与度	2017年 1～5月	前年 同期比	寄与度
総輸出	625,068	644,579	3.1	3.1	275,603	10.1	10.1
一般機械	117,650	124,010	5.4	1.0	55,329	13.5	2.6
半導体製造機器	13,133	17,871	36.1	0.8	9,138	43.8	1.1
鉱山・建設機械	7,883	8,578	8.8	0.1	4,081	10.6	0.2
電気機器	95,608	98,252	2.8	0.4	40,738	9.2	1.4
半導体等電子部品	32,267	33,179	2.8	0.1	13,831	11.0	0.5
輸送機器	151,497	161,013	6.3	1.5	65,643	2.7	0.7
鉄鋼	37,776	33,955	△ 10.1	△ 0.6	15,366	13.5	0.7
総輸入	648,343	607,020	△ 6.4	△ 6.4	269,964	12.4	12.4
鉱物性燃料	150,633	110,625	△ 26.6	△ 6.2	60,519	39.4	7.1
原油	67,365	50,811	△ 24.6	△ 2.6	27,161	45.1	3.5
化学品	74,062	75,473	1.9	0.2	32,050	5.2	0.7
医薬品・医薬用品	23,147	24,537	6.0	0.2	9,222	△ 5.3	△ 0.2
一般機械	59,539	59,443	△ 0.2	△ 0.0	26,367	6.4	0.6
電気機器	90,266	89,943	△ 0.4	△ 0.0	37,757	8.9	1.3
食料品	58,461	59,311	1.5	0.1	24,800	5.6	0.5

〔注〕円建て公表値をジェットロがドル換算。〔資料〕「貿易統計」(財務省)から作成

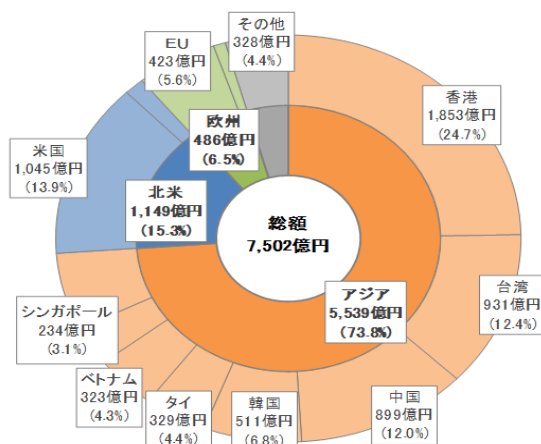
(出所)「ジェットロ世界貿易投資報告」2017年版

<農林水産物輸出額は過去最高を更新>

2016年の日本から世界への農林水産物輸出額は、前年比0.7%増の7,502億円と4年連続で過去最高を更新した。輸出先上位10カ国・地域は、香港、米国、台湾、中国、韓国、タイ、ベトナム、シンガポール、オーストラリア、フィリピンの順で、アジア向けが全体の73.8%を占めた。商品別の内訳は農産物4,593億円(構成比61.2%)、林産物268億円(同3.6%)、水産物2,640億円(同35.2%)となった。輸出額が最も大きかった品目は「ホタテ貝」であった。また「牛肉」の輸出額が過去最高を更新し、10位となった。

なお、2017年の輸出実績(確定値)は8,071億円。農産物は牛肉等の畜産品、緑茶、いちご、米、アルコール飲料、清涼飲料水等の加工食品などが増加。林産物は、丸太、製材、水産物はかつお・まぐろ類が増加した(農林水産省)。

農林水産物輸出額の主要国・地域内訳(2016年)



(出所)「ジェットロ世界貿易投資報告」2017年版

2. 日本企業の対外直接投資

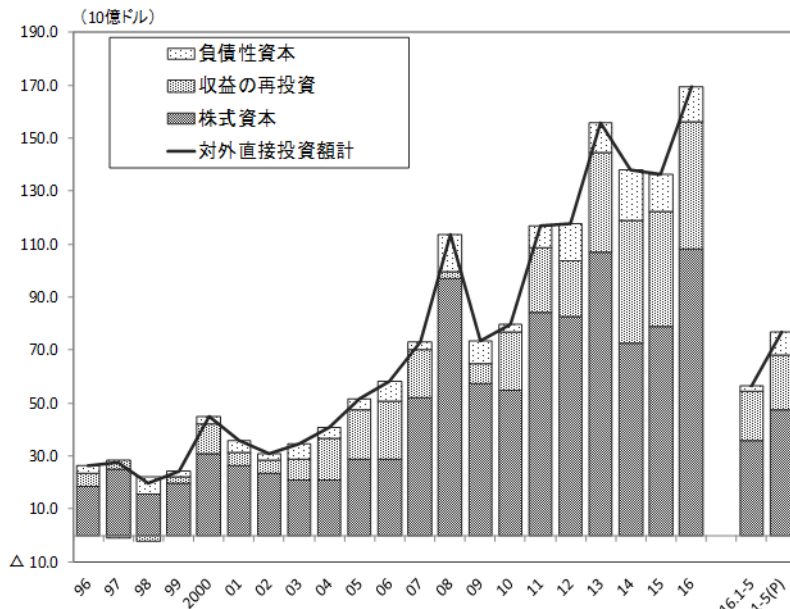
<日本の対外直接投資は過去最高を更新>

国連貿易開発会議（UNCTAD）によると、2016年の世界の対外投資は、8.9%減の1兆4,525億ドルであった。先進国による投資は11.0%減の1兆439億ドル、新興・途上国による投資も3.1%減の4,086億ドルとなった。

そうした中、2016年の日本の対外直接投資は、前年比24.3%増の1,696億ドル（国際収支ベース、ネット、フロー）であった。同じ基準で比較可能な1996年以降では、これまでのピークの2013年（1,556億ドル）を上回って過去最高を更新した。主要国・地域別では、EU向けが前年の約2倍に拡大したが、主に英国への投資増によるものである。米国は全体の3割を占め、7年連続で最大の投資先国となっている。

2016年度の日本企業の海外売上高比率は56.5%と高水準が続いている。地域別では、近年、米州の売上高比率が上昇を続けており、26.3%と売上高全体の約4分の1を占めた。

日本の形態別対外直接投資の推移（ネット、フロー）



【注】①円建て公表金額を四半期ごとに日銀インターバンク・期中平均レートでドル換算し、年計を算出。②BPM6基準。
【資料】「国際収支統計」（財務省、日本銀行）から作成

出所)「ジェトロ世界貿易投資報告」2017年版

<海外事業拡大先に米国を選ぶ企業の比率が上昇>

日本企業にとって投資先としての米国の重要性は増している。日本の対外直接投資総額に占める米国の比率は、2011年の13.5%から2016年に30.8%へ拡大を遂げた。ジェトロの「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」において、海外事業の拡大先に米国を選ぶ企業の比率は2011年（21.1%）から2016年（33.5%）にかけて12.4ポイント上昇した。製造業に限定すると、同比率の拡大幅は16.5ポイントとさらに大きくなる。

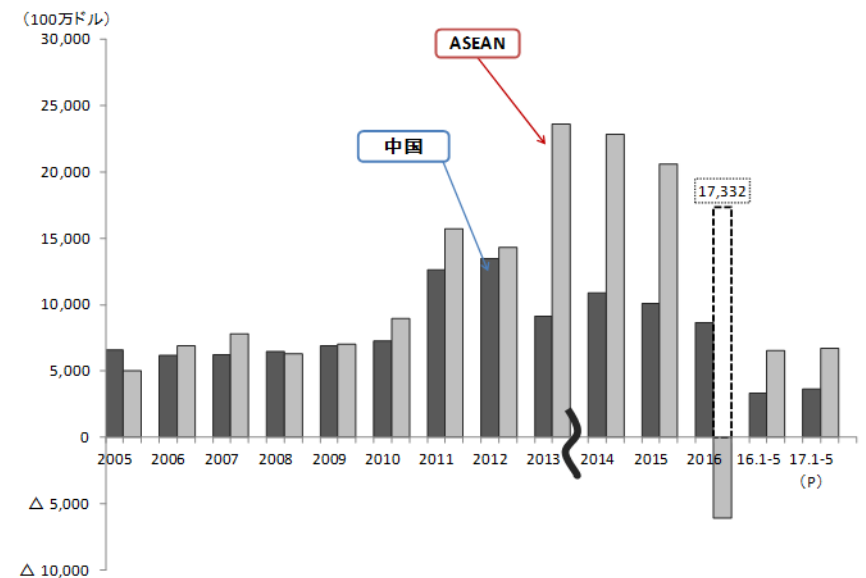
日本企業の対米投資では近年、人工知能（AI）や「モノのインターネット化」（IoT）分野で米国のべ

ンチャー企業に出資、あるいは米国内に研究・開発拠点を設置する動きが活発化している。日本企業は米国のベンチャーや大学と連携することで、新製品開発に不可欠な人材や技術の取り込みを図っている。

<日本企業は引き続き ASEAN を重視>

日本の対 ASEAN 直接投資は、2016 年に引き揚げ超過を記録した。これにより、同年には対中直接投資額が ASEAN 向けを上回った。しかし、ソフトバンクによるシンガポール子会社からの投下資本回収（2016 年 8 月発表）の影響が無かった場合を試算したところ、2016 年の日本の対 ASEAN 投資は前年比 16.0%減の 173 億ドルであった。2016 年に入って一服感はみられるものの、アジアでの直接投資先として、日本企業は引き続き ASEAN を重視している。

日本の対外直接投資 中国・ASEAN 比較

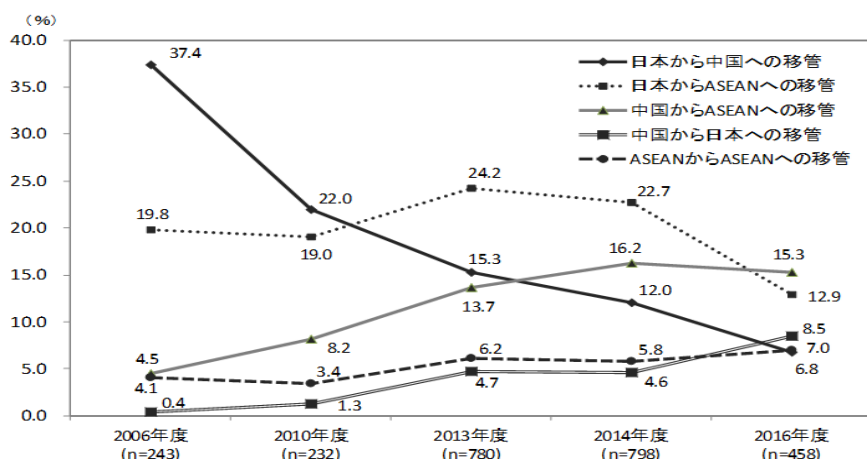


〔注〕①タイ洪水関係の同国向け金融・保険部門への投資を除く数値(2011年4Q 39億2,400万ドル、2012年1Q △36億7,400万ドル)。
 ② 2016年8月にソフトバンクグループが大型買収に伴い海外子会社の株式資本をシンガポール子会社から回収した。点線はその影響が無かった場合を試算。
 ③2014年1月以降はIMFの新基準(国際収支マニュアル第6版)による数値。
 〔資料〕「国際収支統計」(財務省、日本銀行)から作成。

出所)「ジェトロ世界貿易投資報告」2017年版

日本企業が国内外の拠点を再編する際にも、ASEAN は移管先として最も多くの企業に選ばれている。拠点再編における主な移管元と移管先の組み合わせをみると、中国にある拠点や機能を ASEAN へ移管するパターンが増加傾向にあり、日本企業の ASEAN シフトが続いている。

日本企業の拠点再編における主な移管パターン



〔注〕母数「n」は国内外拠点の再編を「過去2～3年の間に行った」「今後2～3年以内に行う予定」を合わせた件数。複数回答。
 〔出所〕「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」(各年版)ジェトロから作成

出所)「ジェトロ世界貿易投資報告」2017年版

3. 日本の外国人材受け入れと企業の活用

<人材確保が海外ビジネス最大の経営課題>

日本企業が輸出や海外進出などの海外ビジネスを展開する上で、人材の確保が最大の課題となっている。国内では企業活動を支える働き手世代の減少が著しく、総人口に占める生産年齢人口比率を他の主要先進国と比較すると、日本の減少ペースが顕著な様子が明らかになる。

国内で就労する外国人は2016年に108万3,769人と、初めて100万人を超えた。このうち日本企業の海外ビジネス展開を支える高度人材が主に分類されるのが「専門的・技術的分野」(約20万人)である。

ジェトロのアンケート調査で外国人材活用のメリットを尋ねたところ、取締役や管理職に外国人材を登用するケースでは「販路の拡大」を挙げる割合が最多となった。外国人社員の雇用で海外の多様な価値観を経営に取り込める意義は大きい。日本企業の外国人材活用が進むのに伴い、今後は技術革新に関連する「新たな商品開発に貢献」や「課題解決能力の向上」への評価も高まっていくと考えられる。

登用状況別にみた外国人材採用・雇用のメリット

		外国人材採用・雇用のメリット (%)											
		全体(社)	財務的効果(売上、業績等の向上)がある	販路の拡大	新たな商品の開発に貢献	経営の現地化への布石	語学力の向上	日本人社員のモチベーションの向上	課題解決能力の向上	対外交渉力の向上	外国人とのコミュニケーションにおける日本人社員の心理的ハードルの低下	その他	無回答
外国人材の登用状況	全体	1,887	13.5	40.9	11.7	28.6	31.6	13.9	9.2	39.7	27.9	6.1	4.6
	取締役役に外国人がいる	120	20.0	43.3	15.8	29.2	30.0	12.5	14.2	39.2	30.8	10.8	7.5
	部長長級に外国人がいる	270	22.6	50.7	20.4	38.5	33.0	15.6	14.1	49.6	31.9	6.7	3.3
	エンジニアに外国人がいる	357	12.9	30.5	18.5	36.1	28.6	16.0	9.5	35.6	30.5	10.6	2.2
	一般事務職に外国人がいる	755	13.1	37.7	10.3	28.3	35.4	13.4	9.3	44.5	29.0	4.1	2.5
	一般工職に外国人がいる	378	16.4	24.6	7.9	29.1	25.1	15.1	7.7	28.0	27.5	14.8	4.8
現在、外国人は採用していないが、今後採用を検討したい	637	11.9	56.7	13.0	30.5	33.1	15.2	8.8	42.2	27.5	2.4	6.1	

〔注〕①母数は本調査で「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。②複数回答。
 〔資料〕「2014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)から作成

出所)「ジェトロ世界貿易投資報告」2017年版

【参考データ】

「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」（JETRO 海外ビジネス調査）の主な結果は以下のとおり。

<調査概要>

2017年11月～2018年1月にかけて、JETROのサービス利用企業（＝海外ビジネスに関心の高い日本企業）9,981社を対象にアンケート調査を実施、3,195社から回答を得た（うち中小企業が2,591社、有効回答率32.0%）。

<調査結果の概要>

1. 事業拡大意欲は輸出で高水準続くも一服感、国内は初の6割超え

今後（3年程度）の輸出方針については、「さらに拡大を図る」企業が67.8%と高水準が続くものの2年連続で減少し一服感が見られる。人材不足などで輸出拡大余力に乏しい中小企業を中心に現状を維持する企業が増加した。また、今後（3年程度）の海外進出方針では、「拡大を図る」企業の割合が57.1%と依然として過半を超えるが、前年（61.4%）から減少した。進出先における賃金・生産コストの上昇や労働力不足などが進出拡大に向けた課題として指摘されている。一方、今後（3年程度）の国内事業展開方針では、「拡大を図る」企業の比率が61.4%と、比較可能な2011年度以降で初めて6割を超えた。国内事業ではほとんどの業種で拡大意欲が増加、機能別では販売と回答した企業の比率が83.6%と最も高く、新製品開発（48.6%）、高付加価値品の生産（48.5%）が続いた。

2. ベトナムでの事業拡大意欲が3年連続で増加、中国に次ぐ2位に上昇

「現在、海外に拠点があり、今後さらに海外進出の拡大を図る」と回答した企業のうち、拡大を図る国・地域については、ベトナムの比率（前年34.1%→37.5%）が3年連続で増加して2位に上昇した。中国（同52.3%→49.4%）は引き続き首位を維持した。主要国・地域ではASEAN6（69.2%）が中国（49.4%）を6年連続で上回った。ASEAN6の中では、ベトナムは非製造業、フィリピンは製造業の事業拡大意欲の増加が目立つ一方、タイやインドネシアでは事業拡大意欲の鈍化が続いている。米国は製造業の事業拡大意欲が縮小した。メキシコは特に製造業の事業拡大意欲低下が続いた。

3. 大企業では中国ビジネス拡大の兆し

今後（3年程度）、既存の中国ビジネス（貿易、業務委託、技術提携、直接投資）を拡充、新規ビジネスを検討すると回答した企業は48.3%と前年（48.7%）並みが続く一方、32.0%の企業が「まだ分からない」と回答した。企業規模別にみると、特に大企業では既存の中国ビジネスを拡充、新規ビジネスを検討する企業の比率が62.5%と2年連続で増加した。中国ビジネスを拡大・維持する理由は、「中国の市場規模、成長性」（72.9%）が引き続き最大で、「中国人の所得向上に伴うニーズの変化」（31.4%）、「事業が確立し軌道に乗っている」（25.2%）が続いた。

4. 英国のEU離脱は欧州域内リスク、米新政権の政策は様々な国でリスク要因に

ビジネスを行う上での魅力・長所は、調査対象の11ヵ国全てで「市場規模・成長性」となった。事

業拡大意欲が増加しているベトナムでは、「市場規模・成長性」や「納入先集積」の魅力が上昇した。ビジネスを行う上での課題については、中国の課題指摘率が前回調査（2015年度）から全項目で低下した。また、「英国のEU離脱リスク」は英国および欧州で最大の課題とされているが、その他地域ではほとんど課題として認識されていない。一方、「米新政権の政策」は、特に米国、メキシコ、ロシアで回答率5割を超える最大課題として認識されている他、アラブ首長国連邦、カナダ、韓国、中東、中南米でも回答率が2割を超えた。

5. 最も影響大のデジタル技術は大企業がIoT、中小企業が電子商取引（EC）、海外ビジネスでの活用はECが中心

自社のビジネスに今後、中長期的（5～10年程度）に「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した企業は48.7%と、約半数を占めた。最も影響が大きい技術は、電子商取引（EC、32.1%）、IoT（20.3%）、ロボット（14.6%）、人工知能（AI、13.9%）、3Dプリンター（5.1%）、フィンテック（4.8%）、ビッグデータ（4.6%）の順となった。大企業ではIoT、中小企業ではECが最多となる。技術によって異なる活用メリットが認識されている一方、活用課題はすべての技術において「人材不足」および「導入・運用コスト」の2つが他の課題を圧倒した。

海外ビジネスにおけるデジタル技術の活用状況は、ECが最多（「活用中」と「活用を検討中」の合計で17.8%）で、次いでIoT（5.7%）、ロボット（4.5%）と続いた。海外ビジネスにおけるデジタル技術の活用対象国・地域をみると、国別ではすべての技術で中国が首位となった。

6. EU向け輸出を行う企業の52.1%が日EU・EPAの利用を検討中

日本のFTA締結国へ輸出を行う企業のうち、当該FTAを利用している比率は44.9%で、ほぼ前年（45.1%）並みであった。大企業の利用率は63.5%と高く、前年比6.4%ポイント上昇した。協定別では、2017年12月に交渉妥結した日EU・EPAの利用を検討中と回答した企業が52.1%と5割を超えた。日EU・EPAの原産地証明制度に採用された「自己証明制度」について「知っている」と回答した企業は、FTAを利用している企業の49.1%であった。

7. 約半数の企業が外国人社員を雇用、中長期的には幹部人材ニーズも高まる見通し

国内で「外国人を雇用している」企業の割合は45.4%と、前年（46.0%）並みの水準を維持した。外国人社員を雇用する企業においては、「一般事務職に外国人がいる」企業が50.3%と最も多く、次いで一般工職（40.0%）、エンジニア（24.1%）の順となった。今後、中長期的（5～10年程度）に外国人材ニーズが高まると見込まれる職種を尋ねたところ、幹部職層では、「事務系の部課長級」が29.4%で最も多く、「研究開発職」（18.8%）、「技術系の部課長級」（16.4%）、「取締役（社外取締役を含む）」（9.6%）と続いた。

出所（当章については、以下の文献）

- ・2017年版「ジェトロ世界貿易投資報告」～転換期を迎えるグローバル経済～
- ・「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」（JETRO 海外ビジネス調査）

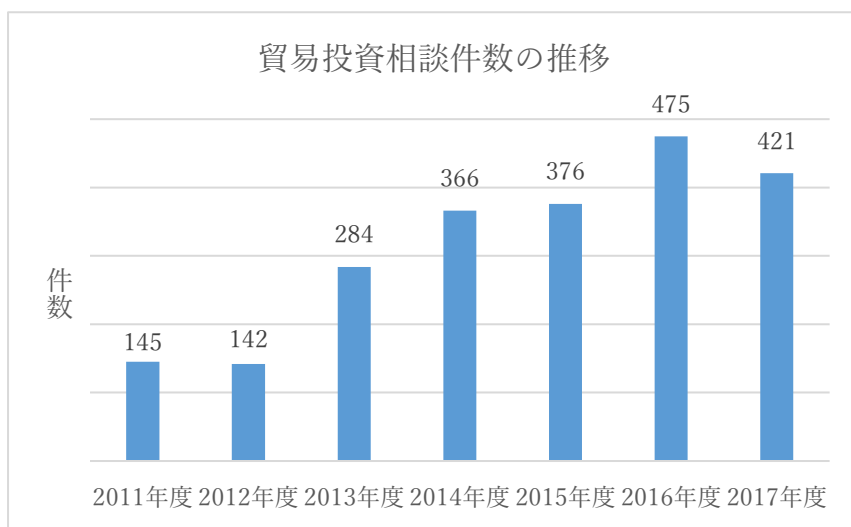
第2章 山梨県内企業の海外展開動向

1. ジェトロ事業活用状況から見る海外展開動向

(1) 貿易投資相談

国内に拠点を置くジェトロの貿易情報センターでは地元企業からの貿易投資相談を受け付けているが、ジェトロ山梨においても山梨県内企業から相談を受け付けている。ジェトロ山梨が開所したのは2013年4月であるが、開所以来相談件数は増加し続けており、2016年度は過去最高を記録した。相談件数の増加の状況を見ても、県内企業の海外展開の関心が高まっていることが推察される。

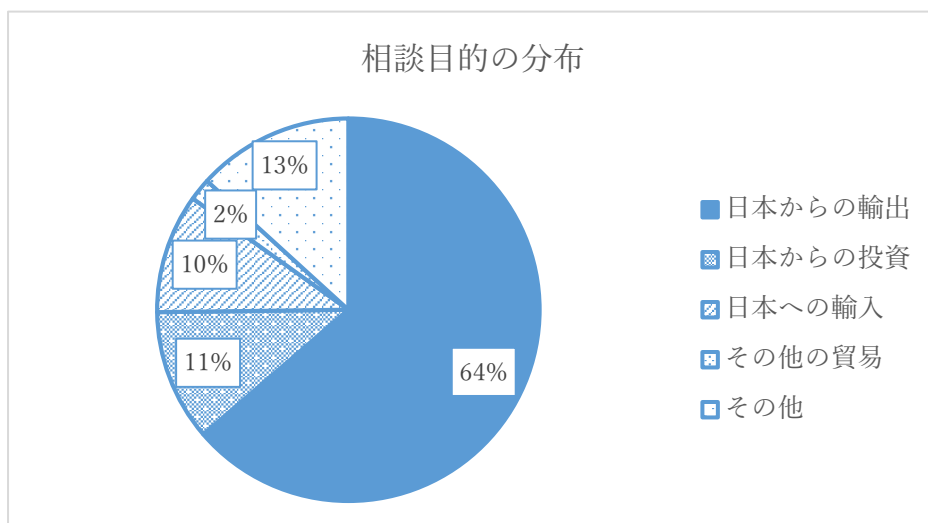
<貿易投資相談件数の推移>



※2017年度については2018年2月までの数値

<相談目的の分布>

ジェトロ山梨開所以来2013年度から2018年2月までの相談目的を分析すると、日本からの輸出に関する相談が64%を占める。次いで日本からの投資に関する相談が11%となり、日本への輸入についての相談は10%となっている。概して、県内企業の海外ビジネスについての関心は投資よりも輸出に主眼が置かれていると言える。



輸出についての相談は中国に関する相談が13%以上を占める。中国については様々な業種から相談が寄せられているため、高い割合となっている。海外投資についてはタイについては全体の約1/4を占めている。タイは元々機械・電子産業を中心に県内企業も進出企業が多い国の1つであり、山梨県もタイ工業省とMOUを締結しているため、県内企業の進出についての関心が高い国であることの現れと推察される。

<相談対象国> ※2013年4月～2018年2月までの累計値

輸出について（相談上位5カ国）

中国	13.6%
台湾	9.2%
タイ	9.1%
米国	8.5%
香港	7.2%

海外投資について（相談上位5カ国）

タイ	24.3%
ベトナム	13.4%
米国	10%
中国	9.1%
ミャンマー	8.2%

輸出については農林漁業・食料品の業種からの相談が4割以上を占める。次いで雑貨となっているが、雑貨にはジュエリー関係の企業が多く含まれており、近年相談が増加している。投資については機械や電気・電子機器といった製造業からの相談が多く、県内で海外進出の必要性を感じている企業は機械関連の製造業に多いということがわかる。

<相談企業の業種> ※2013年4月～2018年2月までの累計値

輸出について（上位3業種）

農林漁業・食料品	42.4%
雑貨	8.4%
電気・電子機器	8.1%

投資について（上位3業種）

機械	18.8%
電気・電子機器	13.3%
農林漁業・食料品	11%

(2) 各種ジェトロサービスの活用状況

<海外ブリーフィングサービス>

山梨県内企業の海外ブリーフィングサービス申し込み件数（2013年4月～2018年2月）：146件

海外ブリーフィング実施国（上位5カ国）

都市名	件数
バンコク	25件
ホーチミン	18件
ハノイ	11件
ジャカルタ	10件
マニラ	9件
クアラルンプール	9件

海外ブリーフィングサービスとは、ジェトロの海外事務所でその国の一般経済概況等についてブリーフィングが受けられるサービスである。ジェトロ山梨開所以来146件の申し込みがあり、うち126件はアジア諸国であった。このことから海外展開先としての県内企業の関心が高い地域はアジアであることがわかる。

<海外コーディネーターによる Email 相談サービス>

海外在住の各分野の専門家（海外コーディネーター）が、各社の製品やサービスの市場性や各国の市場情報等について日本語でレポートを作成するサービスである。食品、デザイン製品、アパレル・テキスタイル、コンテンツ、機械・部品、環境・エネルギー、インフラ・プラントの7分野の専門家が日本企業の関心の高い国々に配置されている。

2013年4月から2018年2月までに県内企業からの申し込みは78件あった。うちアジアが26件、米国が29件、欧州が23件という分布になっている。県内の主要な地場産業であるテキスタイル業界からの申し込みも複数あったため、ファッションの本場である欧米での調査実施が多い。

2. 外国人材の活用について

<外国人材の採用は限定的>

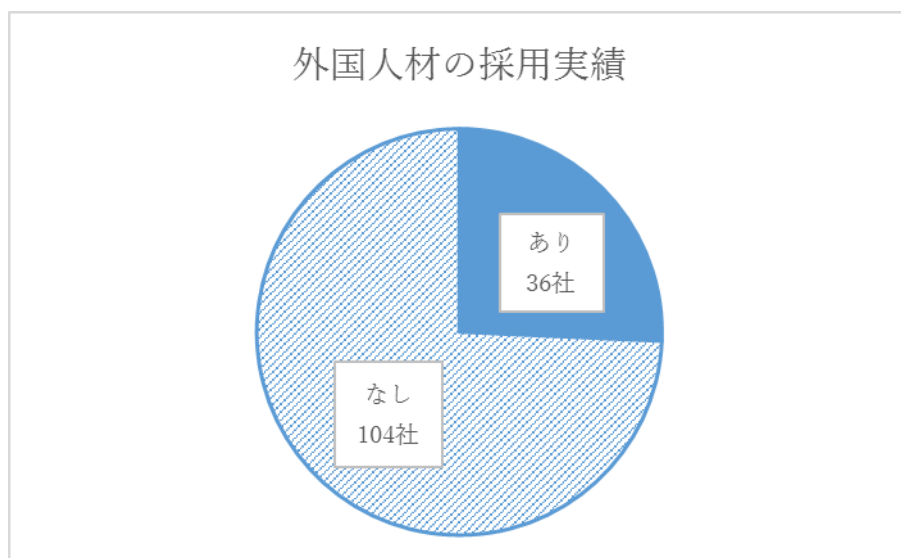
山梨県内企業からは、人材不足や人材確保が経営上の課題であるとの指摘がある。アンケート調査では、外国人材の採用について、140社（貿易・進出共通）のうち、「外国人材を採用したことがある（過去5年以内）」企業は36社にとどまり、人材不足への対応が、即、外国人材の活用に結びついていないと推察される。他方で、現在外国人材を採用していない企業104社中、「今後、外国人材を採用したい」とする回答が32社あり、将来的に外国人材の採用に一定程度の関心を持つ企業が存在することがわかった。

<コミュニケーションに課題も、職場内のモチベーションに効果も>

外国人材を採用する企業に対し、課題を聞いたところ（自由回答）、採用時のビザの取得や、職場内における言語や習慣の違いから生じるコミュニケーションについて指摘する声が複数あったほか、評価が高い外国人材の帰国を心配するコメントも寄せられた。逆に、外国人材の採用で感じている効果については、職場内の雰囲気が変わった、日本人従業員の意識に変化が生じた、モチベーションが高まったといったプラスの効果及び、外国人材が持つ国際感覚、多様な考え方を評価するコメントも寄せられた。海外展開及びインバウンド事業において、海外顧客等との対応を任せる事例もあった。

全国的な人手不足により、将来的には外国人材の採用も競争激化が予測されるため、多様な人材の活用については、早めの検討が必要かもしれない。

外国人材の採用実績



第3章 山梨県内企業の貿易動向

山梨県内企業の貿易は県外複数の港や空港で通関されるケースが多く、また間接貿易の割合も少なくないため捕捉することは困難な状況にある。アンケート調査では輸出または輸入、もしくは両方の実績がある83社を対象にその状況についてさらに尋ね、それら企業からの情報を基に傾向の把握を試みた。海外進出の動向が県内企業の貿易に影響すると思われ、事業所進出の多いアジア各国が貿易相手としても上位となった。

1. 輸出動向

<輸出先はアジアが大半を占める>

輸出実績があると回答した企業は69社である。まず輸出先をみると、中国26件、米国と台湾が19件、香港17件の順で多い。上位10カ国は米国を除き全てアジア諸国となっている。最上位国の中国はほとんどの業種で輸出実績のある国となっているが、香港や台湾、シンガポールについては食料品製造業の輸出実績が多くなっている。香港については食品を輸出する際の規制が厳しくないこと、台湾については日本食の受け入れられやすさが理由として挙げられる。シンガポールについては、市場そのものは大きくないが、第三国への展開が期待される国となっている。

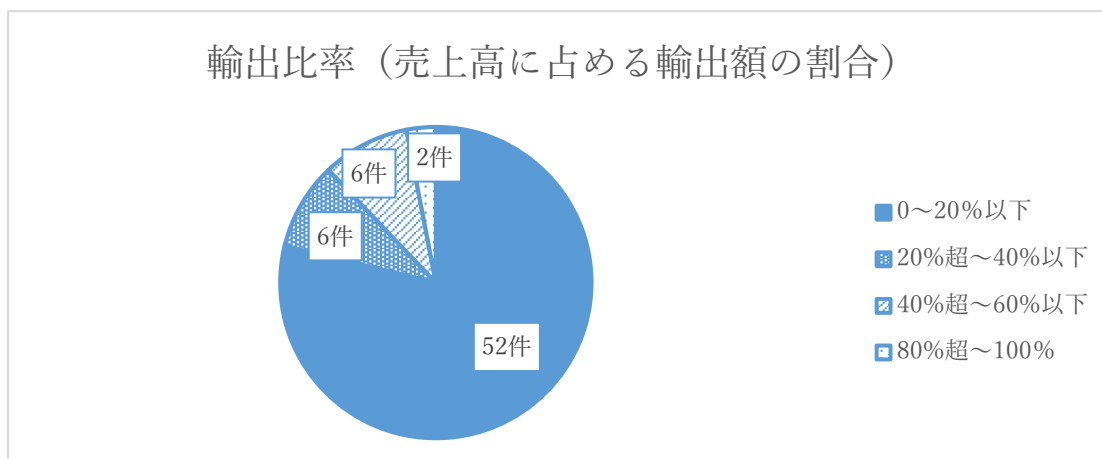
<幅広い業種で輸出実績あり>

業種別では「食料品製造業」、「その他製造業」が中心でこの2分野で過半数となっている。「その他製造業」にはジュエリー関係の企業が多く含まれている。ジュエリー関係の企業は毎年数多く海外の展示会に出展しており、その場での即売や来場した海外バイヤーとの取引が多いため、山梨県内でも特に海外取引の多い業種であることが推察される。「繊維工業」については欧米への輸出実績が散見され、ファッションの本場での展開を試みている様子が伺える。なお、細かい種別に分かれているが、機械関連の製造業で輸出実績のある企業をたし上げると50社となり、積極的に輸出事業を行っている業種と言える。

業種別輸出先	中国	台湾	米国	香港	タイ	シンガポール	韓国	マレーシア	インドネシア	ベトナム	英国	フランス	オーストラリア	インド	UAE	ドバイ	フィリピン	ミャンマー	カンボジア	イタリア	オランダ	スウェーデン	スペイン	ラオス	パキスタン	スイス	チェコ	コロンビア	パラオ	ポーランド	メキシコ	合計
食料品製造業（加工食品）	3	9	4	7	2	7	2	3	4	4	4	1	3	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	57
その他製造業	8	2	3	7	4	1	1	2	0	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	38
精密機械器具製造業	5	1	2	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	17
一般機械器具製造業	2	1	2	0	2	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	14
繊維工業	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	14
商業（卸売・小売）、商社	1	0	1	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	11
食料品製造業	1	2	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
紙・パルプ製造業	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
電気機械器具製造業	2	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
農林漁業（園芸含む）	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	6
輸送用機械器具製造業	1	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
化学工業	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
非鉄金属製造業	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
運輸・情報通信	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
合計	26	19	18	17	13	12	11	10	9	7	7	6	5	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	192

※1 社が複数国へ輸出をしている場合があるため、合計値は回答企業数と一致しない。

輸出比率



＜輸出比率は低い企業が大半＞

輸出実績があると答えた企業に売上高に占める輸出額の割合を尋ねたところ、回答のあった66社のうち8割弱の企業が「0~20%」と回答しており、山梨県内企業の売上の中では輸出額の占める割合は大きくないことが窺えた。

2. 輸入動向

＜輸入元と同様、中国との取引が最多＞

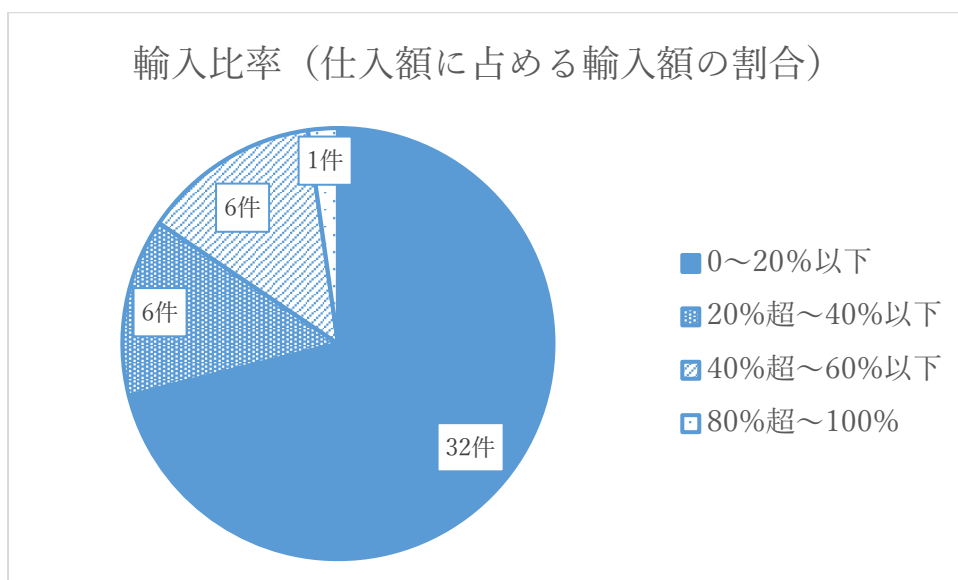
輸入実績があると回答した企業は51社である。輸入元を国別で見ると、輸出先と同じく中国が15件と最多で、タイや米国がその後に続く。「その他製造業」に輸入実績のある企業が多いが、特にジュエリー関係の企業が主にタイからルースの状態のジュエリーを多く輸入している。また、機械関連の企業は自社製品に使用する部品を主にアジアから調達しており、コスト減に努めていることが推察される。

業種別輸入先	中国	タイ	米国	香港	台湾	フランス	韓国	ベトナム	インド	チリ	イタリヤ	オランダ	ドイツ	フィリピン	インドネシア	ミャンマー	スイス	スウェーデン	チェコ	ハンガリー	フィンランド	ポーランド	英国	カナダ	オーストラリア	ベルギー	合計
その他製造業	3	7	1	4	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	21
食料品製造業（加工食品）	2	1	4	0	0	2	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	15
繊維工業	4	0	1	0	0	2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	13
一般機械器具製造業	4	1	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
商業（卸売・小売）、商社	1	1	0	2	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
農林漁業（園芸含む）	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
紙・パルプ製造業	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4
化学工業	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
電気機械器具製造業	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
精密機械器具製造業	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
非鉄金属製造業	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
木材・家具製造業	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
建設業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
輸送用機械器具製造業	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
合計	15	13	10	8	5	5	4	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	88

※1社が複数国からの輸入をしている場合があるため、合計値は回答企業数と一致しない。

<輸入比率も低い企業が大半>

輸入実績があると回答した企業に仕入れ額に占める輸入額の割合について尋ねたところ、回答のあった45社のうちおよそ7割が「0～20%以下」と回答しており、これも輸出と同じような結果となった。つまり、貿易を行っている企業においても、輸出入での売上や仕入れは全体のごく一部の割合に留まっているという結果であった。

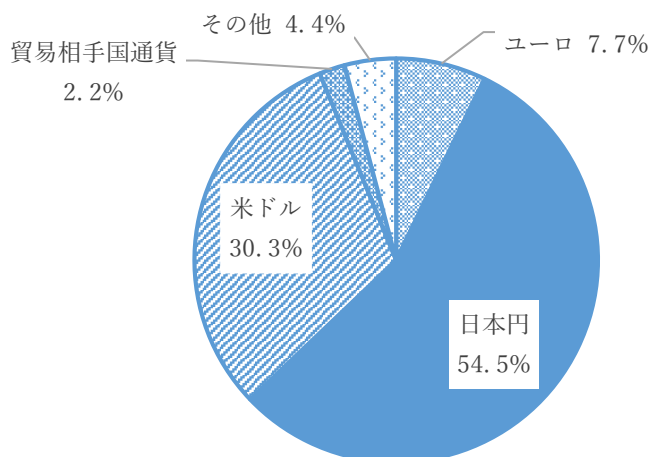


3. 為替への対応

<円建取引が主流>

現在貿易取引を行っているもしくは今後行う可能性のある企業に主要な決済通貨について尋ねたところ、97社から回答があった。過半数が日本円での決済をしており、約3割が米ドルでの取引をしている。後述の質問項目で、為替変動リスクへの対処方法として円建決済を選択している企業が多いことから、山梨県内の多くの企業が為替リスク回避のために円建取引をしていることが窺える。

輸出入取引における主要な決済通貨について



<全体平均は実質レートからの乖離は小さい>

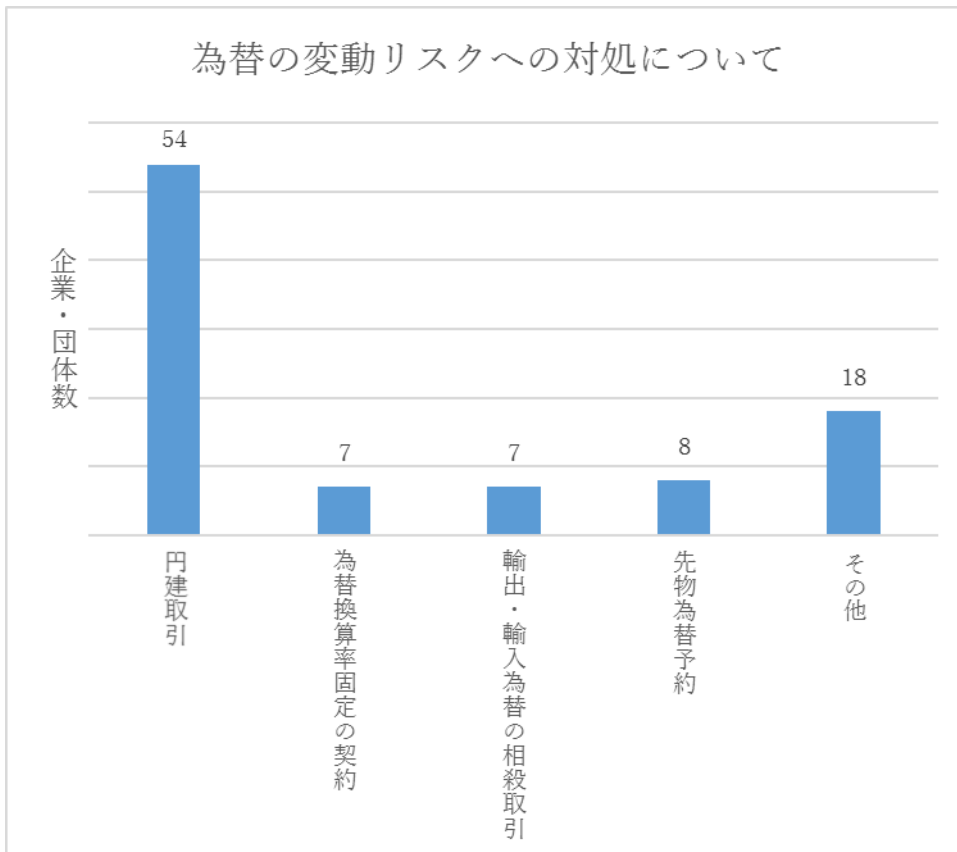
同じく現在貿易取引を行っているもしくは今後行う可能性のある企業に採算為替レートについて尋ねたところ、輸出取引については48社から、輸入取引については35社から回答があった。回答のあった採算為替レートの平均値を算出したところ、全体として、輸出は¥108.17、輸入は¥108.45円となった。

アンケート実施時期（2017年8月末）の為替は1ドル約111円となっていたため、平均値を見ると輸出入共にそれほど大きな為替差損や差益の発生の可能性は少ない。しかし業種別に見てみると、食料品製造業は当時のレートと比べて輸出時の採算為替は約8円、輸入時の採算為替は約7円の開きがあった。輸出時には為替差益が期待できるが、食料品の原料の輸入については小売価格への転嫁などの影響が出る考えられる。

採算（予算）為替レート	回答数	（平均輸出レート）	回答数	（平均輸入レート）
農林漁業（園芸含む）	1	¥105.00	1	¥105.00
食料品製造業（加工食品）	7	¥103.00	6	¥104.33
繊維工業	7	¥111.15	4	¥110.00
紙・パルプ製造業	1	¥111.79	1	¥100.00
化学工業	1	¥110.00	0	－
非鉄金属製造業	2	¥112.73	2	¥111.62
一般機械器具製造業	2	¥107.50	2	¥107.50
電気機械器具製造業	3	¥107.40	1	¥105.00
輸送用機械器具製造業	2	¥109.00	1	¥110.00
精密機械器具製造業	3	¥113.11	2	¥109.67
その他製造業	15	¥106.47	11	¥109.00
商業（卸売・小売）、商社	3	¥114.00	3	¥109.33
運輸・情報通信	1	¥95.00	0	－
建設業	0	－	1	¥120.00
その他サービス	0	－	0	－
合計／平均	48	¥108.17	35	¥108.45

<円建取引以外のリスク対応を実施する企業も>

為替の変動リスクに対しどのように対処するのか聞いたところ、83社から回答を得た（2項目まで回答可）。「円建による取引」が54件で最多の回答数であった。日本企業にとって円建取引は最もリスクの少ない取引であるが、先方の都合次第では円建取引に応じてもらえないこともある。その他の手段として、「先物為替予約」や「為替換算率固定の契約」、「輸出・輸入為替の相殺取引」を選択している企業も若干見られた。

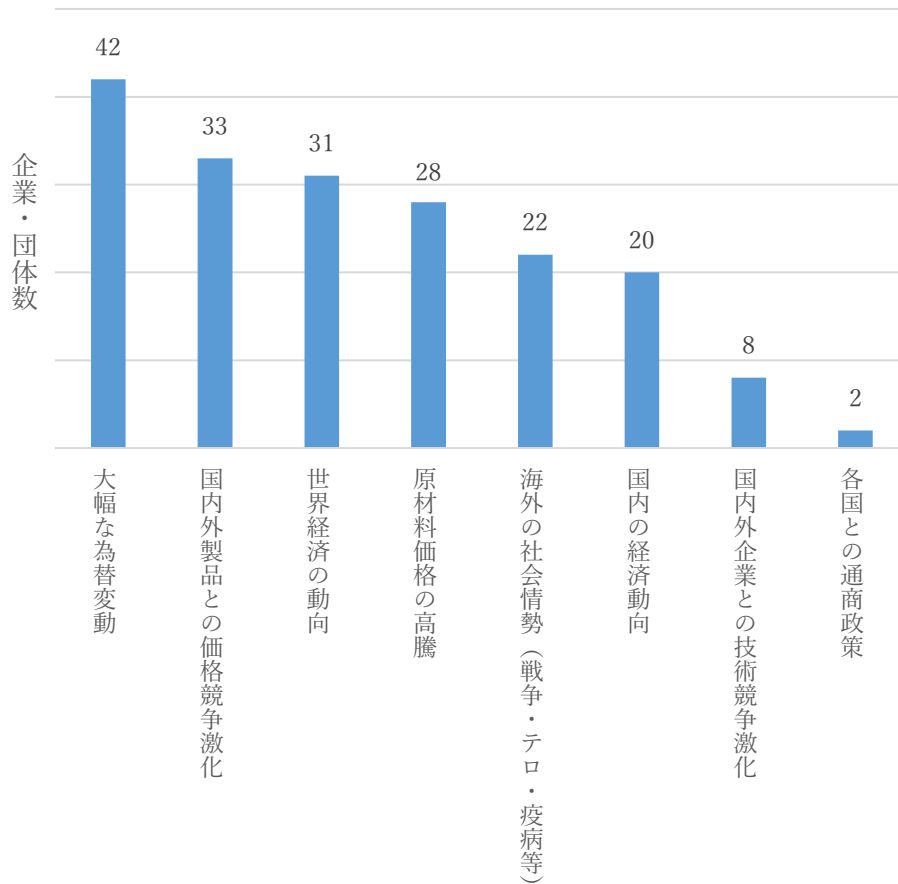


4. 貿易取引に与える影響

<為替変動への懸念が最多>

貿易取引に与える影響を尋ねたところ、83社から回答があり（複数回答可）、最多42社の企業が「大幅な為替変動」を懸念していることがわかった。為替変動を懸念する企業も多くが円建取引をしているのでそれほど影響はないと思われるが、多くの企業にとって貿易取引時に留意すべき点とみなしている項目であることが窺える。次に選択数が多かったのは「国内外製品との価格競争激化」であった。日本の競合他社だけでなく、近年は特にアジア諸国の製品も品質の向上が目覚ましく、価格面だけでなく品質面においても競争が激しくなっていることが考えられる。その他「世界経済の動向」や「海外の社会情勢」を選択する企業も多く、主に欧米や東アジアの情勢が貿易取引に影響を与える可能性があると考えられる企業が一定数いることが推察される。

貿易取引に与える影響



5. 今後の計画について（輸出・輸入）

< 今後輸出取引を拡大させていきたい国・地域も中国が最多 >

今後輸出取引を拡大させていきたい国としては、中国を選択する企業が最多で42社だった。次いで米国、タイ、台湾と現在輸出取引をしている国の上位国とほぼ同じ顔触れとなったが、5番目にインドネシアが来ている。インドネシアを選択した企業は「経済成長による需要拡大」を理由として挙げている企業が多く、今後の成長への期待値が高い国であることがわかる。また、輸出取引を拡大させていきたい国の選択理由としては「市場規模」や「経済成長による需要拡大」を選ぶ企業が多く、積極的に可能性のある国への海外展開を進めていきたいという意図が垣間見える。

輸出取引拡大の理由（複数選択可）

輸出取引拡大の理由	市場規模	経済成長拡大による需要増大	安定した国内政治情勢	取引先の要請	自社海外拠点の展開	親会社の要請	その他	合計
中国	24	15	1	2	0	0	0	42
米国	23	4	3	2	2	0	0	34
タイ	7	7	2	1	4	0	0	21
台湾	6	2	4	5	1	0	1	19
インドネシア	6	9	2	0	0	0	1	18
香港	9	3	2	1	2	0	1	18
フランス	5	0	2	0	1	0	3	11
マレーシア	2	4	2	1	0	0	0	9
インド	3	4	1	0	0	0	0	8
シンガポール	4	2	2	0	0	0	0	8
ベトナム	1	5	1	1	0	0	0	8
EU	4	0	3	0	0	0	0	7
オーストラリア	1	0	2	0	1	0	2	6
英国	2	0	2	0	0	0	1	5
イタリア	1	0	0	1	0	0	2	4
ミャンマー	0	2	0	1	0	0	1	4
東南アジア	0	2	0	1	1	0	0	4
フィリピン	1	2	0	0	0	0	0	3
韓国	0	0	0	2	0	0	1	3
アンゴラ	0	0	0	0	0	0	1	1
スペイン	0	0	0	1	0	0	0	1
ドイツ	0	0	1	0	0	0	0	1
ブラジル	1	0	0	0	0	0	0	1
ベルギー	0	0	0	1	0	0	0	1
メキシコ	1	0	0	0	0	0	0	1
ヨーロッパ	1	0	0	0	0	0	0	1
ラオス	0	0	0	0	0	0	1	1
中東	0	1	0	0	0	0	0	1
北欧	0	0	0	0	0	0	1	1
合計	102	62	30	20	12	0	16	242

<輸入取引拡大においては価格の安さを重視>

輸入取引についても今後拡大させていきたい国として中国を選択する企業が15社と最多だった。輸入については今後拡大させていきたい国の選択理由として「価格の安さ」を選ぶ企業が多く、輸入によって製造コストを安く抑えたい意図が大きいと言える。

輸入取引拡大の理由

輸入取引拡大の理由	独自技術の取り込み	品質の高さ	価格の安さ	ブランドイメージ	自社海外拠点の展開	親会社の要請	取引先の要請	その他	合計
中国	2	0	9	0	0	0	3	1	15
タイ	1	0	2	0	3	0	0	0	6
韓国	1	1	3	0	0	0	0	0	5
オランダ	1	0	0	0	1	1	1	1	5
台湾	0	3	1	0	0	0	0	0	4
インドネシア	0	1	1	0	1	0	1	0	4
ベトナム	0	0	3	0	1	0	0	0	4
ミャンマー	0	0	2	0	0	0	1	1	4
香港	1	0	1	0	0	0	0	0	2
インド	0	0	2	0	0	0	0	0	2
スウェーデン	1	0	0	1	0	0	0	0	2
フィンランド	1	0	0	0	0	0	0	1	2
中欧、東欧	0	1	1	0	0	0	0	0	2
米国	1	0	1	0	0	0	0	0	2
カンボジア	0	0	1	0	0	0	0	0	1
スイス	0	1	0	0	0	0	0	0	1
ドイツ	1	0	0	0	0	0	0	0	1
ハンガリー	0	1	0	0	0	0	0	0	1
マレーシア	0	0	0	0	0	0	1	0	1
ヨーロッパ	0	0	0	1	0	0	0	0	1
未選択	0	1	1	0	0	0	0	0	2
合計	10	9	28	2	6	1	7	4	67

第4章 山梨県内企業の海外進出動向

1. 海外進出動向

<海外進出は製造業が中心>

2017年8月～9月に行ったアンケート調査のうち、「現在（平成29年4月1日時点）、海外進出をしているか」との設問に対し（有効回答：128社）、過去5年以内に「している」と回答した企業は22社にとどまり、過去5年以上「していない」とする回答は106社であった。

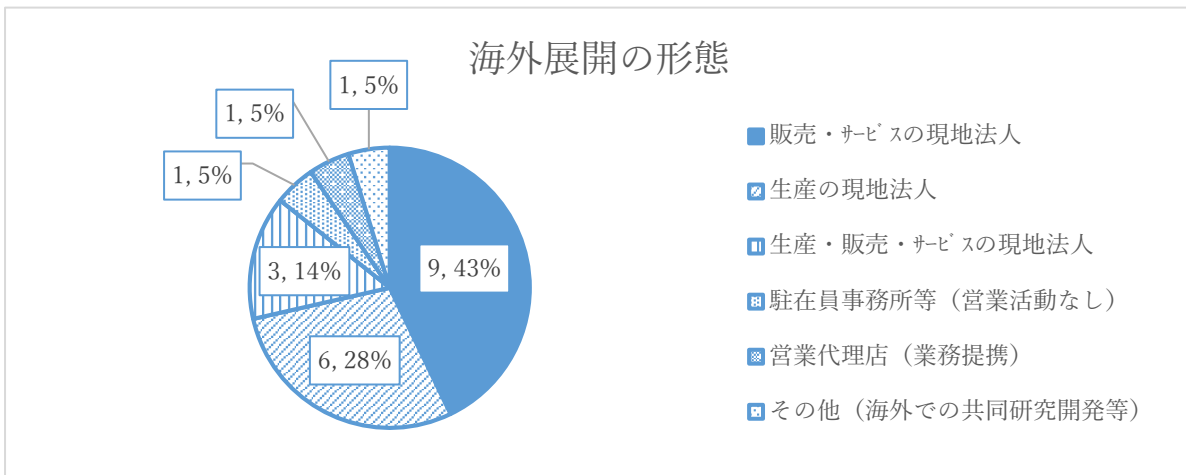
海外進出をしている企業を業種別にみると、製造業が17社、卸売業・小売が4社、その他1社となり、機械関連及びその周辺産業を中心に、その他製造業、食料品製造業（加工食品）、繊維工業などの産業で海外進出をしている。

国・地域別に海外事業所所在地を見ると、タイを筆頭に、中国や台湾、インドネシア、シンガポール、ベトナム、マレーシア、インドと、アジアへの進出が18社で全体の8割を超える。

国・地域別海外事業所等（単位：社、有効回答21社）

タイ	7
中国	5
米国	2
英国	1
台湾	1
シンガポール	1
マレーシア	1
インドネシア	1
インド	1
ベトナム	1

また、海外展開の形態（有効回答21社）を見ると、「販売・サービスの現地法人」、「生産の現地法人」、「生産・販売・サービスの現地法人」と、現地法人の割合が多い。

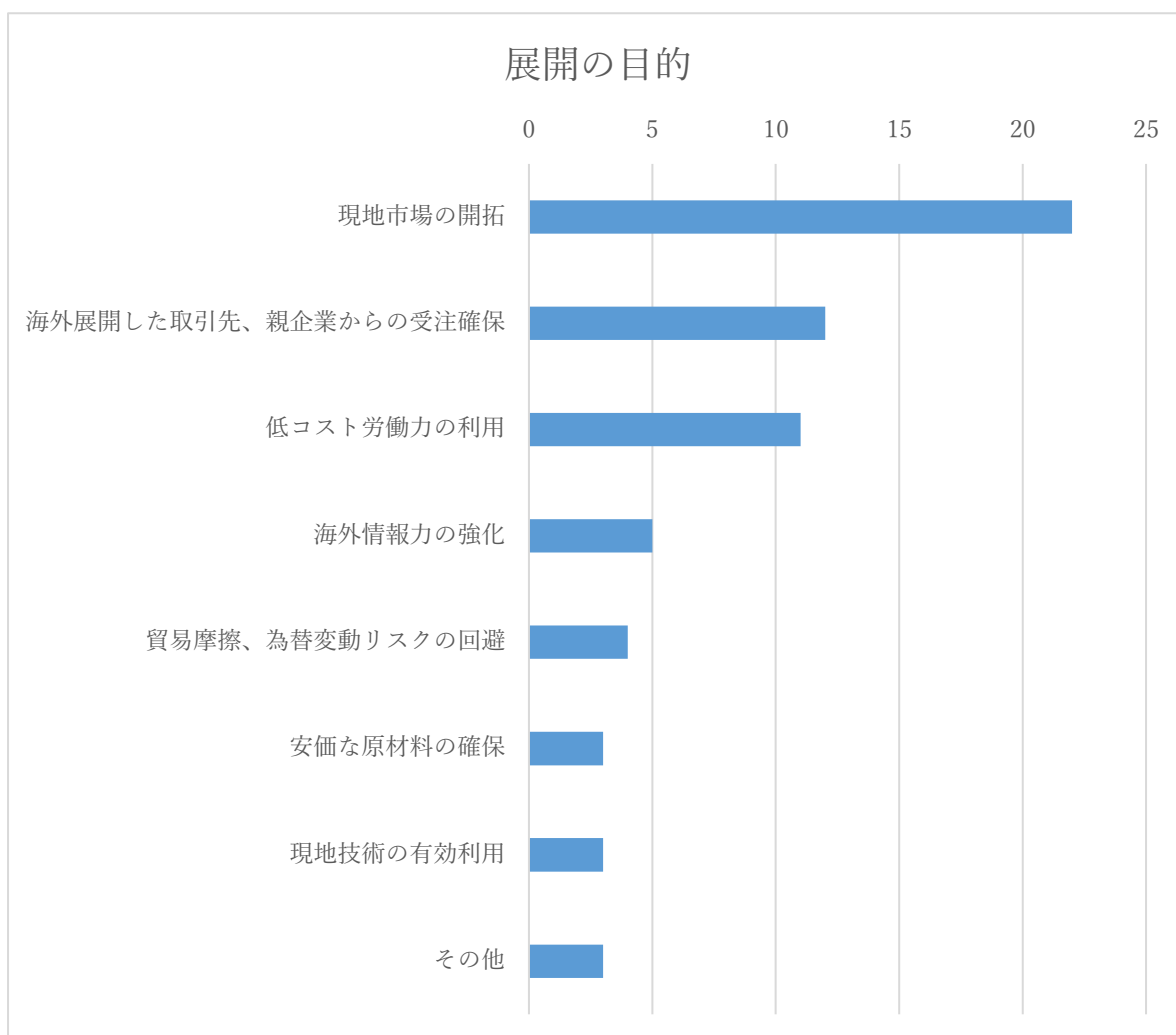


<出資、代表者ともに本社主導>

現地法人の出資比率を見ると、山梨企業が全額出資しているのは、有効回答 20 社中、16 社に上る。このほか、1 社を除き、現地法人代表者（有効回答 21 社中）を「日本からの派遣」しており、資本面及び人事面において、本社主導で行われていることが窺われた。

<海外展開の目的は、販路拡大>

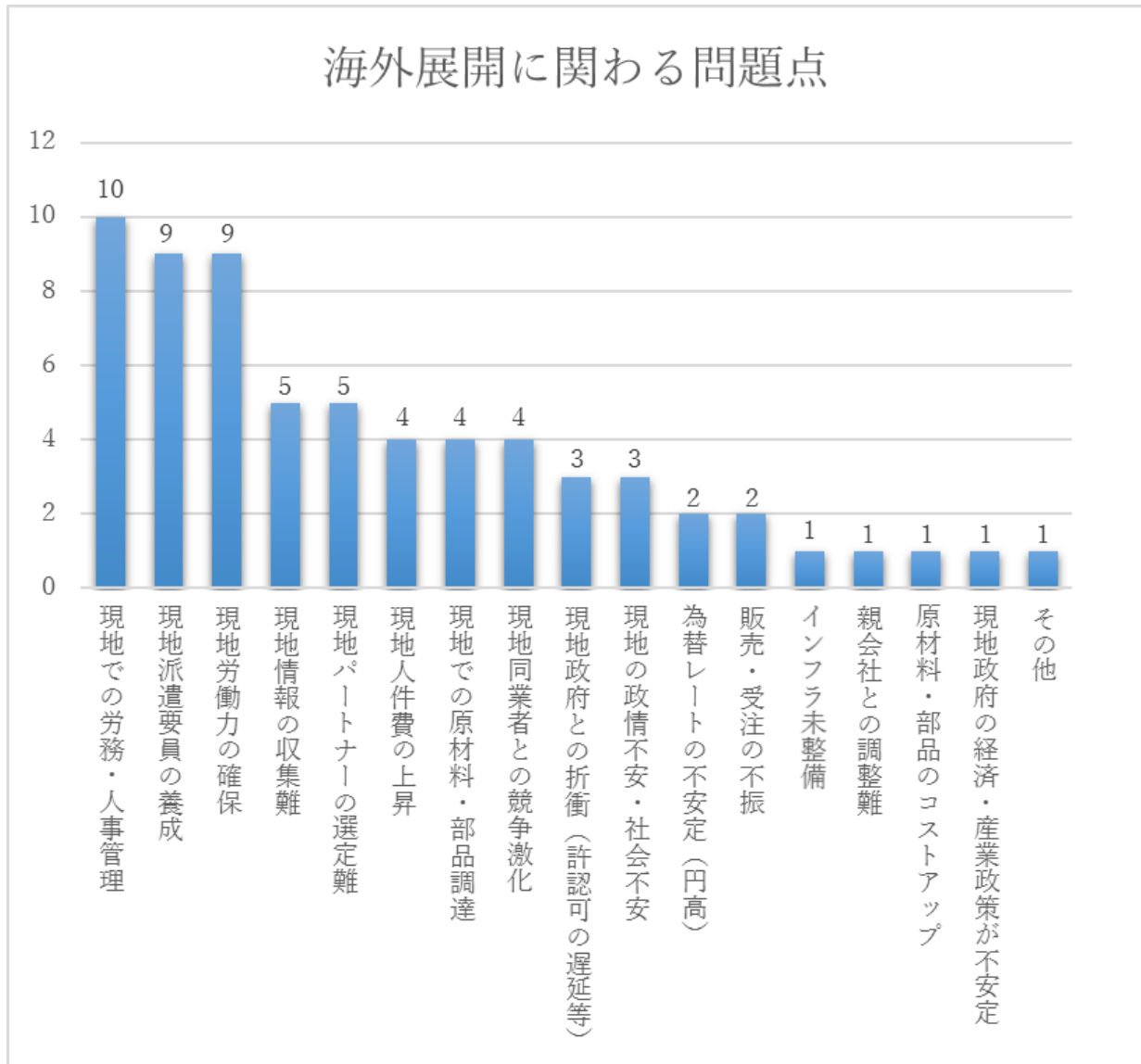
海外展開の目的（複数回答）は、「現地市場の開拓」、「海外展開した取引先、親企業からの受注確保」、「低い労働力の利用」が上位の回答となっており、海外における販路の確保への期待が窺える。



他方で、山梨県内企業の海外売上高比率は、22 社中（不明回答除く）、「10%未満」とする回答が 10 社と最も多く、「50%以上」とする回答は 5 社であった。一般的に海外への進出は、初期投資が必要なケースが多く、黒字化に向けて収益を回収することが重要である。現在の主要取引先（有効回答 25 社）は、「現地日系企業（日本資本・現地合弁法人等含む）」が半数を超えて主流だが、地場ローカル企業や現地外資系企業など、進出先の販路開拓は引き続き必要となろう。

2. 海外展開等における課題

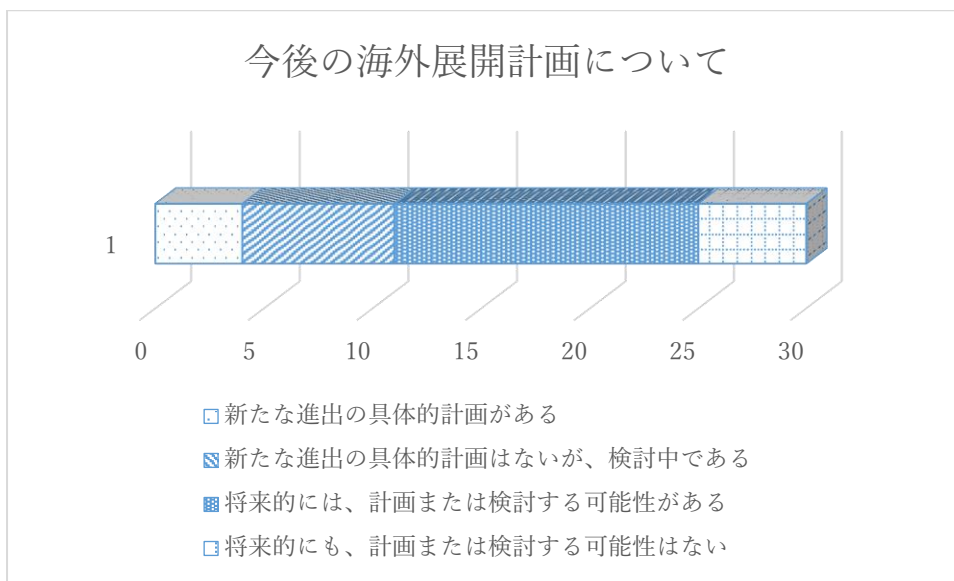
山梨県企業にとっての、「海外展開に関わる問題点」（複数回答）としては、「現地での労務・人事管理」、「現地派遣要員の養成」、「現地労働力の確保」が上位回答となっており、これに「現地人件費の上昇」を加えると、労務面での課題が全回答の約半数を占める。このほか、「現地情報の収集難」、「現地パートナーの選定難」など、進出先の経営において不可欠である情報や人脈を課題とする声が聞かれた。また、「現地同業者との競争激化」、「販売・受注の不振」など進出先における競争を指摘する回答もあった。



3. 新たな海外展開の計画について

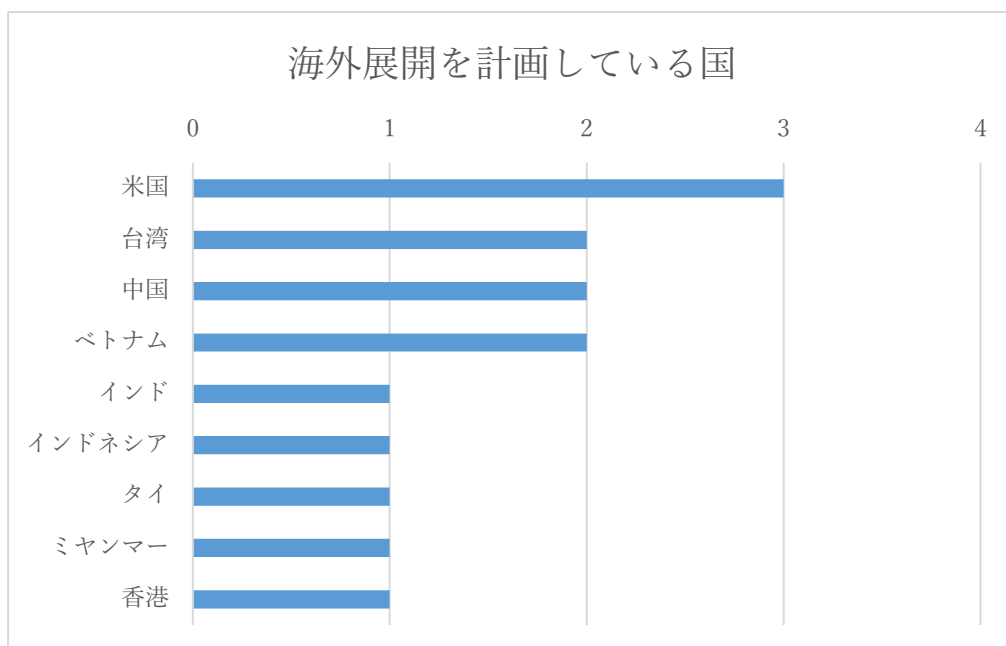
今後の海外展開計画（有効回答 30 社）については、「新たな進出の具体的計画がある」との回答が 4 件あったことに加え、「将来的には、計画または検討する可能性がある」（14 件）、「新たな進出の具体的計画はないが、検討中である」（7 件）となり、新規進出計画を示唆する回答が多かった。逆に、「縮小を検討する」や、「第三国へ移転する」、「撤退する」とする回答はなかった。

新たな海外展開の計画について



<海外展開への計画もアジアが主流>

次に、海外展開を計画している国（有効回答 14 社）については、回答数が限定的なため、全体の傾向とはいいきれないが、現在、進出の多いアジア諸国への展開に加えて、単独では「米国」を挙げる回答が一番多かった。



<海外展開の目的は、市場開拓と情報力の強化>

海外展開を計画している国で、どのような形態で展開する予定か聞いたところ、「支店・営業所等（営業活動あり）」、「生産・販売・サービスの現地法人」の回答が多かったが、「その他（海外での共同研究開発）（中国）」との回答もみられた。

海外展開を計画・検討中の企業の展開目的は、「現地市場の開拓」が最も多く、「海外情報力の強化」がそれに続いた。他方で、「安価な原材料の確保」、「低コスト労働力の利用」に期待する回答もあり、コスト削減の一環として捉えている側面も窺われた。特徴的なのは、米国を1位に挙げた企業3社中、2社が「貿易摩擦、為替変動リスクの回避」を目的の一つとして挙げており、米国の政治・経済情勢を注視していることが窺えた。

計画している国と展開形態	米 国	台 湾	中 国	ベ ト ナ ム	イ ン ド	イ ン ド ネ シ ア	タ イ	ミ ヤ ン マ ー	香 港
支店・営業所等（営業活動あり）	1	1	0	0	0	0	0	0	1
生産・販売・サービスの現地法人	1	0	1	1	0	0	0	0	0
生産代行（業務提携）	0	0	0	1	1	0	0	0	0
販売・サービスの現地法人	0	0	0	0	0	1	1	0	0
生産の現地法人	0	0	0	0	0	0	0	1	0
その他（海外での共同研究開発等）	0	0	1	0	0	0	0	0	0
未回答	1	1	0	0	0	0	0	0	0
合計	3	2	2	2	1	1	1	1	1

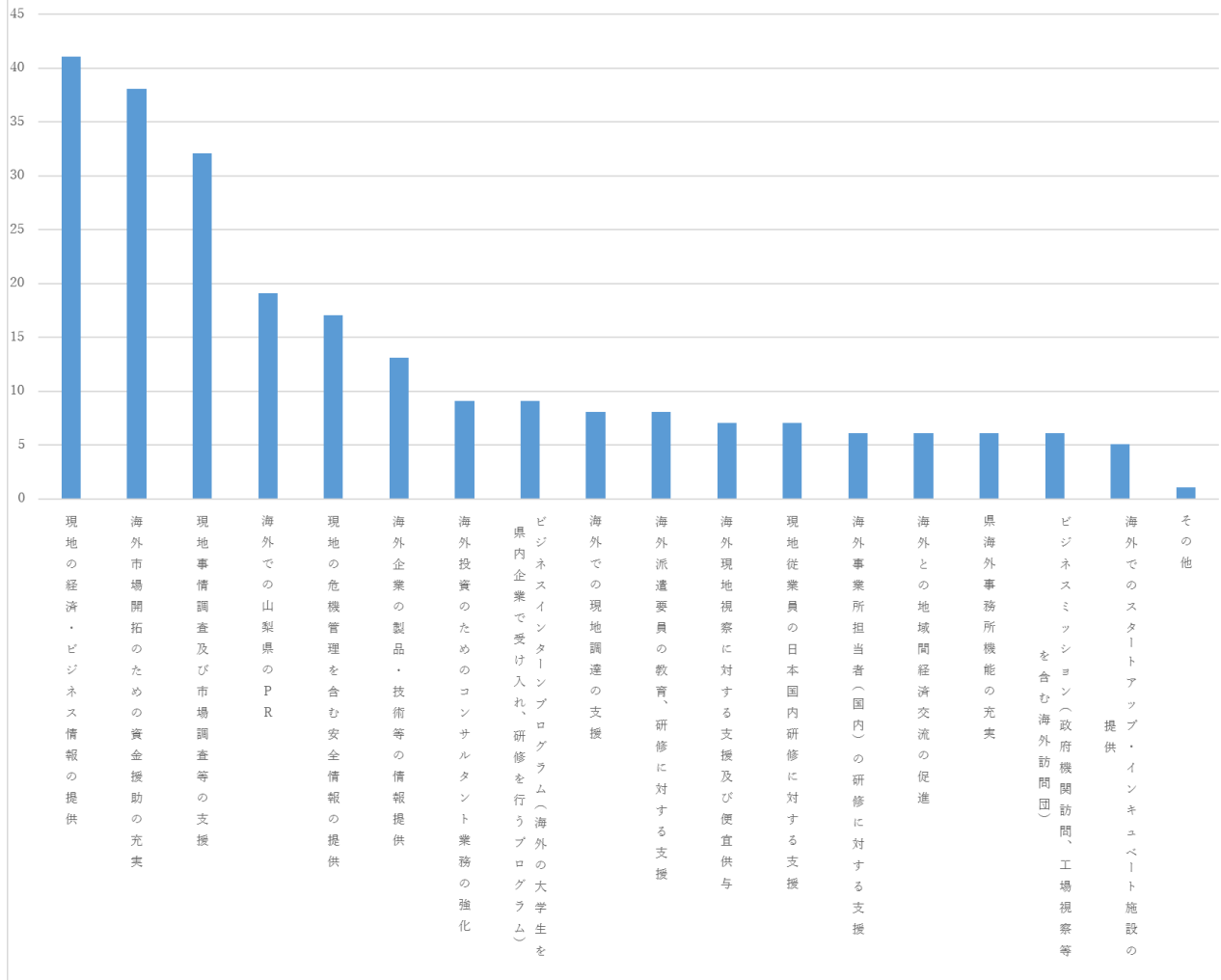
4. 海外展開に際する県や経済関係団体等への期待

<現地に根付いた情報や資金援助のニーズが高い>

最後に、海外展開に際して県や経済関係団体に期待すること（複数回答）については、「現地の経済・ビジネス情報の提供」が最も多かった。別途、ヒヤリング結果（繊維、宝飾）においては、現地のトレンド（色合い、サイズ、素材など）や貿易面の実態など、より現地に根付いた情報提供を要望する声も寄せられた。

このほか、「海外市場開拓のための資金援助の充実」「現地事情調査及び市場調査等の支援」の回答が多く、販路拡大に向け、資金面やより詳細な調査へのニーズがあることが窺える。このほか、「現地の危機管理を含む安全情報の提供」や「海外企業の製品・技術等の情報提供」など、情報の専門性が求められており、今後の施策検討の参考になろう。

海外展開に関して県や経済関係団体等に期待すること



<完>

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ください。発行者は、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発行者は一切の責任をおいかねますのでご了承ください。

山梨県内企業の海外展開等の動向について

2018年（平成30年）3月発行

■発行 ジェトロ山梨貿易情報センター

■協力 山梨県

公益社団法人やまなし産業支援機構

■内容に関するお問い合わせ

ジェトロ山梨貿易情報センター

TEL 055-220-2324

<無断転載を禁じます>