

平成 28 年度 海外展開動向調査報告書 —概要版—

平成 29 年 3 月

奈良県

目次

第1章 調査概要	1 -
第2章 調査結果の分析	4 -
1. 回答企業の概要	4 -
2. 県内企業の貿易の実態	7 -
2.1. 輸出の有無	7 -
2.2. 輸出を行っている企業について	7 -
2.3. 過去に輸出を行っていた企業について	12 -
2.4. 輸出を一度も行ったことがない企業について	13 -
2.5. 輸出を始める予定がない企業について	14 -
2.6. 輸入の有無	14 -
2.7. 輸入を行っている企業について	15 -
2.8. 過去に輸入を行っていた企業について	19 -
2.9. 輸入を一度も行ったことがない企業について	20 -
2.10. 輸入を始める予定のない企業について	20 -
3. 県内企業の海外進出の実態	21 -
3.1. 海外進出の有無	21 -
3.2. 海外に進出している企業について	21 -
3.3. 過去に海外に進出していたことがある企業について	23 -
3.4. 海外進出状況別の今後の展開意向	24 -
4. 海外取引にかかる支援の状況	26 -
4.1. 輸出入・海外進出に関する相談・支援依頼先	26 -
4.2. JETRO奈良事務所の開設によるメリット	31 -
5. 調査結果のまとめ	35 -
付属資料 調査票	37 -

第1章 調査概要

調査目的

本調査は、県内企業の国際取引の実態、海外展開の状況、海外進出のニーズ・意向及び今後の展望等を把握することで、JETRO(独立行政法人日本貿易振興機構)地方事務所の県内誘致を含む、県内企業の海外展開を促進するための体制整備を図るための施策につなげるほか、県内企業が有する優れた技術や商品を首都圏や海外に向けて組織的に売り込んでいくための基盤づくりに活かすことを目的とするものである。

調査方法

調査の方法は、県内企業 2,007 件へのアンケート調査(郵送調査)及び 11 社へのヒアリング調査(訪問調査)により実施した。

調査対象

◆ アンケート調査(県内企業:2,007 社)

本調査の目的を達成するため、調査を行う対象企業の抽出にあたり、以下の条件を設定した。

- ・ 奈良県内に本社を有する企業であること。
- ・ 以下の①~③の抽出条件のいずれかを満たすこと。

なお、企業の抽出に際しては、受託者の信用調査報告書ファイル(CCR・全国 170 万社)、企業概要ファイル(COSMOS2・全国 146 万社)、企業単独財務ファイル(COSMOS1・全国 79 万社)の各データベースを活用した。

また、業種の分類については、受託者が作成した「TDB 産業分類表」により、「主業」をもとに分類した。

重点調査対象先① 特に海外展開に取り組んでいる企業や取り組もうとしている企業

抽出条件i	海外に事業所または現地法人を有する企業(136社) 信用調査報告書ファイル『設備概要頁』にて、海外に拠点を持つ企業または同『系列・沿革頁・関係会社欄』にて、海外に関係会社(現地法人)を有する企業を抽出
抽出条件ii	海外企業と取引を行っている企業(609社) 信用調査報告書ファイル『取引先頁』にて、輸出または輸入を行っている企業を抽出
抽出条件iii	海外展開に取り組む可能性がある企業①(538社) 信用調査報告書ファイル『取引先頁』に記載されている取引先(仕入先・得意先)が海外に関係会社(現地法人)を有する
抽出条件iv	海外展開に取り組む可能性がある企業②(221社) 信用調査報告書ファイル『現況と見直し頁』の「事業内容」「会社の特色」「最近の動向と見直し」欄にて、“海外”“世界”“グローバル”“アジア”“ASEAN”“ヨーロッパ”“EU”“欧州”“国外”いずれかを含み、かつ、“進出”“展開”“貿易”“取引”“交易”“商売”“売買”“トレード”“投資”“出資”いずれかを含む
抽出条件v	海外展開に取り組む可能性がある企業③(326社) 企業概要ファイルにて、主業が製造業・卸売業・ソフトウェア開発、最新売上高10億円以上
抽出条件vi	海外展開に取り組む可能性がある企業④(200社) 企業概要ファイルにて、直近1年以内(2015年7月~2016年6月)に代表者を変更している
抽出条件vii	海外展開に取り組む可能性がある企業⑤(817社) 信用調査報告書ファイル『銀行取引頁』の「資金現況」欄にて、“前向き資金需要あり”、“資金調達余力あり”と記載されており、かつ従業員数が5名以上の企業

重点調査対象先② 首都圏や海外において競争力を有する企業

抽出条件viii	首都圏・海外におけるトップ企業(296社) 信用調査報告書ファイル『現況と見直し頁』の「事業内容」「会社の特色」欄にて、“世界”“海外”“日本”“全国”“首都圏”“関東”“関西”“近畿”いずれかを含み、かつ、“トップ”“1位”“一位”“シェア”“独占”いずれかを含む
抽出条件ix	首都圏の卸売業・小売業と取引をしている企業(669社) 信用調査報告書ファイル『取引先頁』にて、得意先に商社・百貨店(※首都圏に本社を持つ企業のみ)が記載されている

重点調査対象先③ ニッチ市場でのシェア等を有するまたはその可能性がある企業

抽出条件x	ニッチ市場をリードする企業(42社)
	信用調査報告書ファイル『現況と見直し頁』の「事業内容」「会社の特色」欄にて、“ニッチ”というキーワードが含まれている、または、中小企業庁が選定する『元気なモノ作り中小企業300社』、経済産業省が選定する『がんばる中小企業・小規模事業者300社』、『ものづくり日本大賞』に認定されている
抽出条件xi	ニッチ企業と取引を行う企業①(75社)
	信用調査報告書ファイル『取引先頁』に記載されている取引先(仕入先・得意先)に上記抽出条件xに該当する42社が含まれている
抽出条件xii	ニッチ企業と取引を行う企業②(51社)
	信用調査報告書ファイル『取引先頁』に記載されている取引先(仕入先・得意先)に経済産業省が選定する『グローバルニッチ企業100選』の107社が含まれている
抽出条件xiii	特許取得企業(109社)
	信用調査報告書ファイル『許認可・免許頁』にて、“特許”を取得していると記載されている
抽出条件xiv	モジュールやその構成部品の製造を行っている企業①(73社)
	企業概要ファイルにて、下記業種に該当する 1970_特殊装甲車両・同部分品製造業、3543_金属工作機械用・金属加工機械用部分品・付属品製造業、3552_繊維機械部分品・取付具・付属品製造業、3595_金型・同部分品・付属品製造業、3599_各種機械・同部分品製造修理業、3662_電子機器用部分品製造業、3719_自動車部分品・付属品製造業、3740_鉄道車両・同部分品製造業、3750_自転車・同部分品製造業、3870_時計・同部分品製造業、36616_音響部品・磁気ヘッド・小型モーター製造業、37609_その他の航空機部分品・補助装置製造業、37701_ロケット・同付属品製造業、37901_産業用運搬車両・同部分品・付属品製造業
抽出条件xv	モジュールやその構成部品の製造を行っている企業②(262社)
	信用調査報告書ファイル『現況と見直し頁』の「事業内容」「会社の特色」欄にて、“部品”“部分品”“パーツ”“モジュール”というキーワードが含まれている
抽出条件xvi	医療器具や精密機械など耐久性や緻密さの求められる製品を取り扱う企業(38社)
	企業概要ファイルにて、下記業種に該当する 3662_電子機器用部分品製造業、3663_電子管・半導体素子・集積回路製造業、3670_電気計測器製造業、3680_電子計算機・電子応用装置製造業、3760_航空機・同付属品製造業、3770_ロケット・同付属品製造業、38_精密機械・医療機械器具製造業
抽出条件xvii	研究開発費を計上している企業(66社)
	企業単独財務ファイルにて、「研究開発費」を計上している
抽出条件xviii	調査員推薦企業(21社)
	抽出条件では該当しなかった企業の中から、調査趣旨に則って調査員の目利きにより選出

上記抽出条件に合致する企業について、重複分を除いた 2,007 社を対象としてアンケート調査を行った。

◆ ヒアリング調査(県内企業:11社)

上記の 2,007 社をベースとして調査票の回答内容をもとに、輸出取引・海外進出・首都圏進出・ニッチ市場という 4 つの観点から下記抽出条件を設定した。

ヒアリング調査対象先 抽出条件

輸出取引	海外進出
①輸出経験のある企業	①海外進出経験のある企業
②現在輸出は行っていないが、輸出開始意向のある企業	②現在海外進出はしていないが、海外進出の意向がある企業
首都圏進出	ニッチ市場
①すでに首都圏に進出している企業	ニッチ市場で活躍している企業
②現在首都圏に進出していないが、首都圏進出の意向がある企業	

上記抽出条件を満たす企業の中から、以下の条件を満たす企業を優先して抽出し、11 社を選定した。

- JETRO奈良事務所の設置にメリットを感じている
- 奈良県の特産品を使った商品を製造・販売している
- 前回調査でヒアリングを行っていない企業

調査期間

◆ アンケート調査

平成 28 年 9 月 27 日 ～ 平成 28 年 10 月 21 日

※ 10 月 5 日より調査票未回収先へフォローコールを実施。

◆ ヒアリング調査

平成 28 年 11 月 21 日 ～ 平成 28 年 12 月 7 日

調査回答結果

アンケートを送付した 2,007 社のうち、733 件から回答を得た(回収率:36.5%)。

回答のあった 733 件について、回答結果の集計・分析を行った。

※ 上記件数には、無記名回答 7 件を含む。

受託者

株式会社 帝国データバンク 奈良支店

調査結果分析にあたって

- ※ 単純集計においては不明・無効を除いた数値(有効回答)をもとに算出している。
- ※ 文中で有効回答数を「n」で表している。
- ※ 設問が複数回答の場合、有効回答件数(n)を母数として構成比を算出しているため、構成比の合計が 100%を超える場合がある。
- ※ 構成比は小数点第 2 位を四捨五入して明示しているため、合計が 100%にならない場合がある。
- ※ 第 2 章の集計では、各項目の回答数(無効回答含む)を母数として、それぞれの設問項目の有効回答数の構成比を算出しているため、単純集計の構成比とは合致しない。
- ※ 調査結果の分析に使用した回答企業の属性(所在地、業種、売上高、資本金、従業員数、創業・設立年)は、受託者である株式会社帝国データバンクが保有する企業概要ファイルのデータ(調査対象先を選定した平成 28 年 8 月時点)を用いている。
なお、無記名回答企業については、調査票に回答のあった業種を用いて集計を行っている。
- ※ 本文中に、平成 24 年度に実施した「海外進出意向状況等調査(以下、「前回調査」という。)」との比較を行っている箇所があるが、本調査と前回調査では、調査対象企業の抽出方法や質問内容が異なることから、単純な比較はできず、あくまで参考値として取り扱う必要があることに留意されたい。

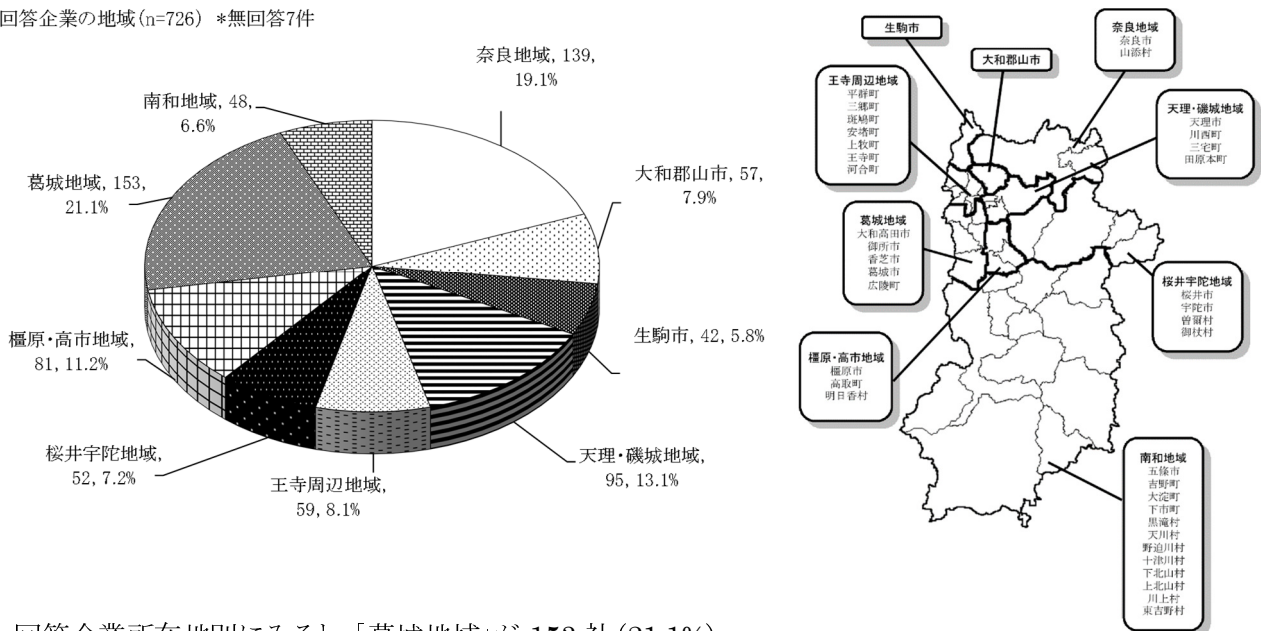
第 2 章 調査結果の分析

1. 回答企業の概要

回答企業の概要(資本金、従業員数、事業所開設年)は、受託者が保有する企業概要データ(調査を実施した平成 28 年 9 月時点)を用いて分類している。

1.1. 所在地区分

回答企業の地域(n=726) *無回答7件



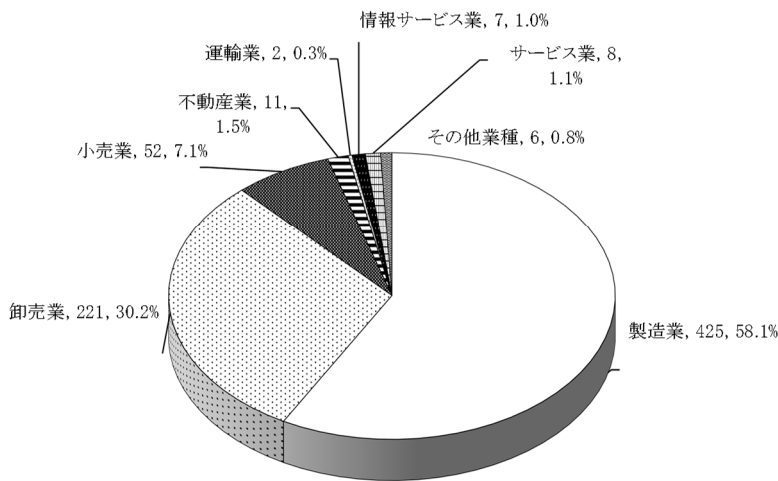
回答企業所在地別にみると、「葛城地域」が 153 社(21.1%)で最も多く、次いで「奈良地域」(139 社、19.1%)、「天理・磯城地域」(95 社、13.1%)の順になった。

なお、地域区分は、平成 24 年度奈良県市町村民経済計算で使用されている 9 区分を適用している。

地域区分	市町村
奈良地域	奈良市、山添村
大和郡山市	大和郡山市
生駒市	生駒市
天理・磯城地域	天理市、川西町、三宅町、田原本町
王寺周辺地域	平群町、三郷町、斑鳩町、安堵町、上牧町、王寺町、河合町
桜井宇陀地域	桜井市、宇陀市、曽爾村、御杖村
橿原・高市地域	橿原市、高取町、明日香村
葛城地域	大和高田市、御所市、香芝市、葛城市、広陵町
南和地域	五條市、吉野町、大淀町、下市町、黒滝村、天川村、野迫川村、十津川村、下北山村、上北山村、川上村、東吉野村

1.2. 業種区分

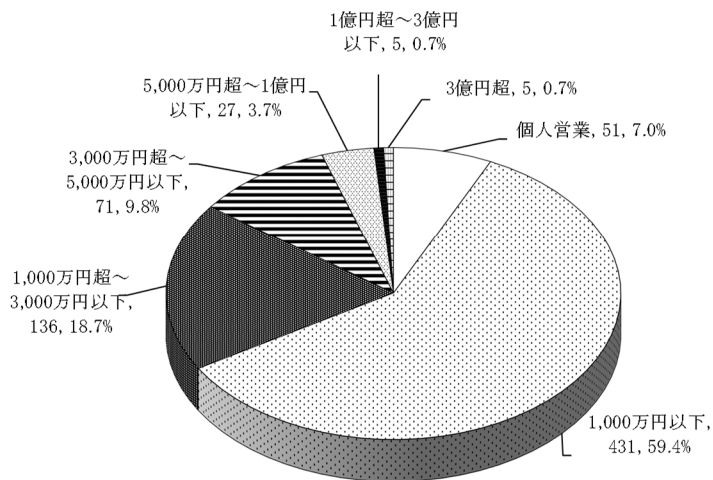
回答企業の業種(n=732) *無回答1件



回答企業を業種別にみると、最も多いのは「製造業」(425社、58.1%)で、次に「卸売業」(221社、30.2%)、「小売業」(52社、7.1%)が続いた。

1.3. 資本金区分

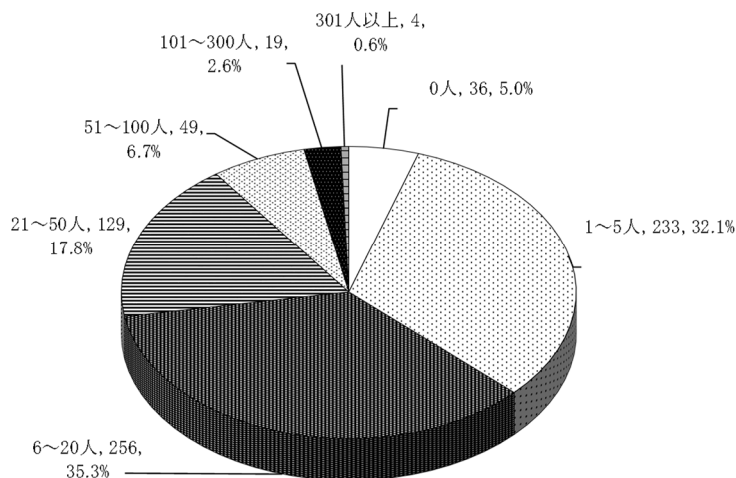
回答企業の資本金(n=726) *無回答7件



回答企業を資本金別にみると、「1,000万円以下」が最も多く、431社(59.4%)になった。以下、「1,000万円超～3,000万円以下」(136社、18.7%)、「3,000万円超～5,000万円以下」(71社、9.8%)の順になっている。

1.4. 従業員数区分

回答企業の従業員数(n=726) *無回答7件



回答企業を従業員数別にみると、「6～20人」が256社(35.3%)、「1～5人」が233社(32.1%)、「21～50人」が129社(17.8%)となり、50人以下の区分だけで回答企業の約9割を占めた。

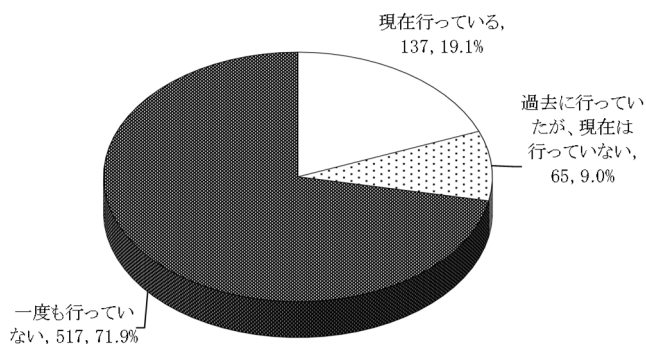
※ 調査を実施した時期の前後における、世界及び日本の主な出来事

- 平成 27 年 6 月 中国上海市場での株価の暴落
- 平成 27 年 10 月 消費税率の引き上げの延期を決定(平成 29 年 4 月へ)
- 平成 27 年 11 月 フランスのパリで同時多発テロ
- 平成 27 年 12 月 ASEAN共同体発足
- 平成 28 年 1 月 日銀当座預金にマイナス金利の導入を決定
- 平成 28 年 2 月 TPP閣僚会合 ニュージーランドのオークランドで協定署名式
- 平成 28 年 3 月 シャープ(株)が、鴻海精密工業の支援を受け傘下へ
- 平成 28 年 4 月 熊本地震 発災
- 平成 28 年 5 月 消費税率の引き上げの再延期を決定(平成 31 年 4 月へ)
- 平成 28 年 6 月 平成 28 年の訪日外国人観光客が1000万人を突破
- 平成 28 年 6 月 イギリスが国民投票で、EU離脱を決定
- 平成 28 年 7 月 住宅ローン金利が過去最低水準を記録
- 平成 28 年 7 月 中国で G20 中国の過剰供給が世界経済にもたらすリスクを議論
- 平成 28 年 8 月 リオデジャネイロ・オリンピック開幕
- 平成 28 年 10 月 国の平成 28 年度第二次補正予算 成立
- 平成 28 年 10 月 鳥取県中部地震 発災
- 平成 28 年 11 月 春日大社で式年造替(正遷宮)が行われる
- 平成 28 年 11 月 働き方改革実現会議で、4 年連続のベアアップを要請
- 平成 28 年 11 月 米国大統領選挙で、トランプ氏が当選
- 平成 29 年 1 月 トランプ米国大統領 TPP 協定からの離脱を正式表明
- 平成 29 年 1 月 国の平成 28 年度第三次補正予算 成立

2. 県内企業の貿易の実態

2.1. 輸出の有無

輸出の有無(n=719) *無回答14件



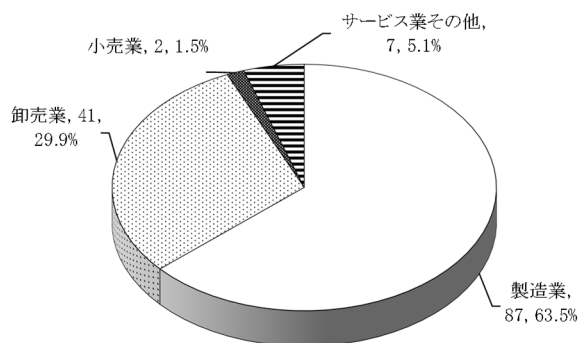
すべての企業に対して、輸出の有無について尋ねたところ、「現在行っている」と答えた企業が137社(19.1%)あり、「過去に行っていたが現在は行っていない」とした企業は65社(9.0%)あった。また、「過去に一度も輸出を行ったことがない」とした企業は517社(71.9%)に上り、多くの企業が海外輸出を見合わせていることがうかがえる。

前回調査(参考値)では、輸出を行っている企業は全体の18.8%であり、若干の増加は見られるものの、依然として多くの県内企業が輸出に取り組んでいないことがわかる。

2.2. 輸出を行っている企業について

2.2.1. 輸出を行っている企業の業種区分

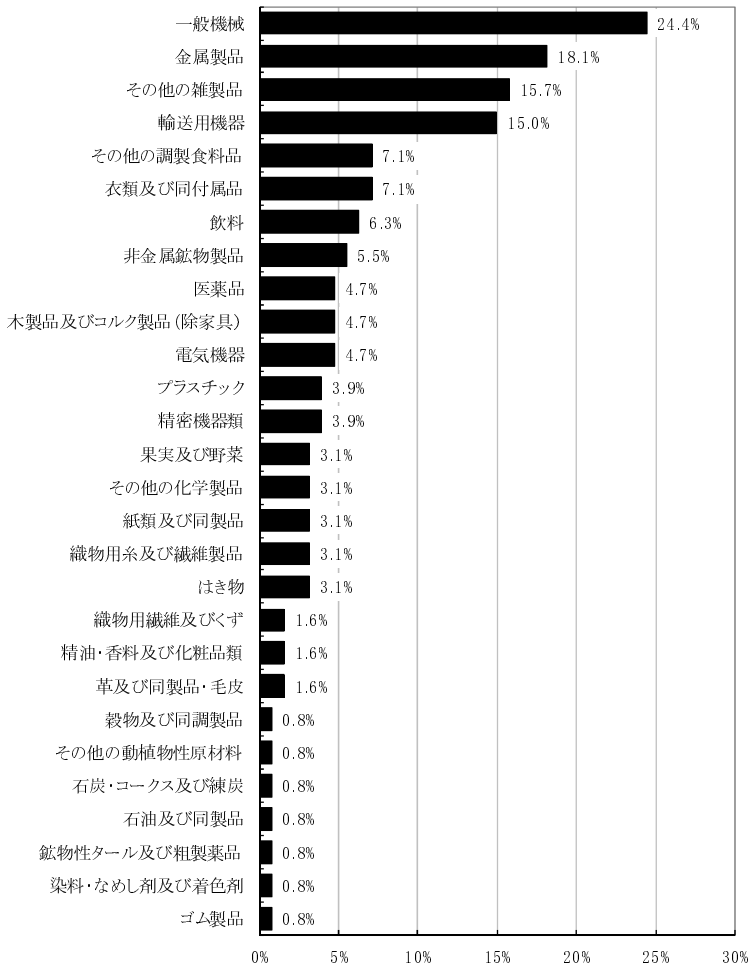
輸出を行っている企業の業種区分(n=137)



「現在輸出を行っている」企業を業種別にみると、「製造業」(87社、63.5%)が最も多く、6割を占めた。次に「卸売業」が41社(29.9%)で続く。「製造業」と「卸売業」合わせて9割以上となった。

2.2.2. 主要な輸出品（複数回答）

主要な輸出品 (n=127)



「輸出を行っている」と回答した企業の主要な輸出品をみると、「一般機械」が 24.4%と最も多く、次いで、「金属製品」が 18.1%、「その他の雑製品」が 15.7%、次いで「輸送用機器」が 15.0%となった。

「一般機械」には工作機械や産業用の機器が多く、「金属製品」にはネジや金型、工具等が含まれていた。「輸送用機器」についても同様であるが、高い性能を要する機器の部品を中心に輸出が行われているものとみられる。

「その他の雑製品」には、ゴミ箱や収納用品といった生活日用品が多く含まれていた。

奈良県の地場産品としては、三輪素麺、靴下、医薬品や健康食品等があるが、「その他の調製食料品」(7.1%)には、素麺の他にビーフンや春雨といった自社製品が輸出されていた。「衣類及び同付属品」(7.1%)は、靴下やストッキング、タイツといった靴下類であった。「医薬品」(4.7%)では、医薬品のほかに健康食品の展開を進めている企業も存在していた。

また、奈良県は日本清酒発祥の地であるが、「飲料」(6.3%)の大半が酒類であった。

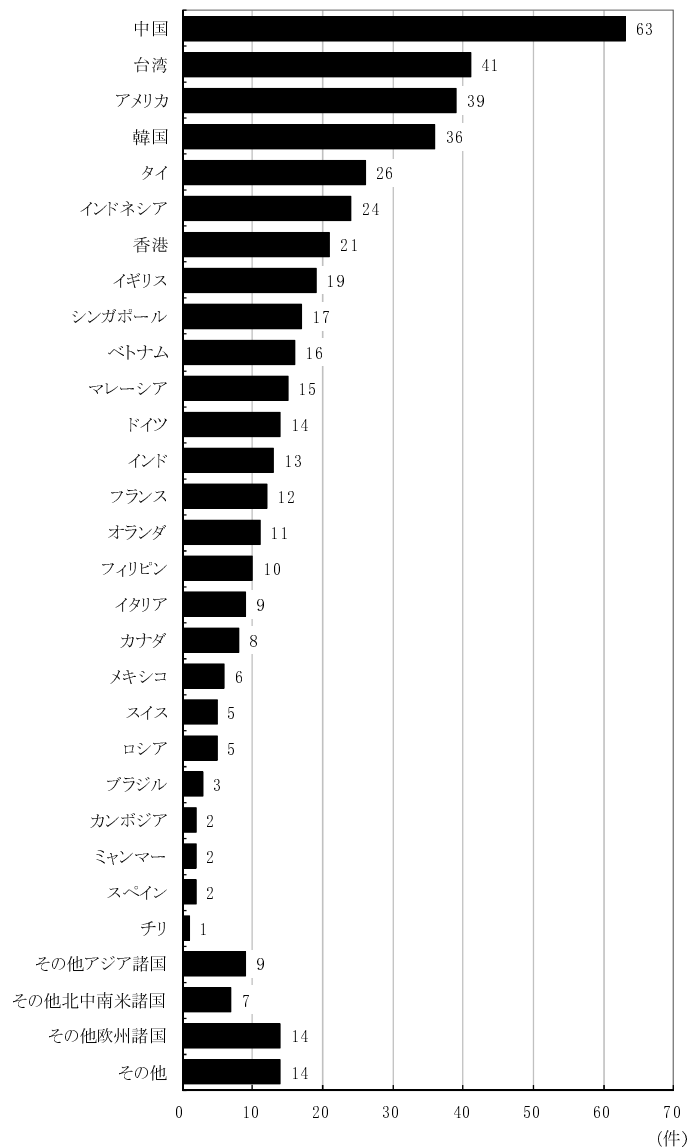
(※注 1)

主要な輸出品については、回答者が自由記入した内を、財務省貿易統計で使用している概況品コード表(2016年1月1日版)と照合して分類している。回答者の記入内容が概況品コード表内の分類に合致しないものや、記入内容が判別できないものに関しては、「その他」に分類している。

以下、輸出品目、輸入品目、商品・サービスについても全て同様である。

2.2.3. 主要な輸出品の輸出先国（複数回答）

輸出先国(n=125)



「輸出を行っている」と回答した企業に対して、主要な輸出品の輸出先国を尋ねたところ、「中国」が 63 件と最も多く、次いで「台湾」(41 件)、「アメリカ」(39 件)、「韓国」(36 件)の順となった。また、「タイ」(26 件)、「インドネシア」(24 件)、「シンガポール」(17 件)、「ベトナム」(16 件)、「マレーシア」(15 件)など、ASEAN 経済共同体を構成する東南アジア地域との取引も多い。アメリカを除けば、東アジア地域や東南アジア地域との取引が多く、同地域に比べると欧州との取引はやや少ない結果になっている。

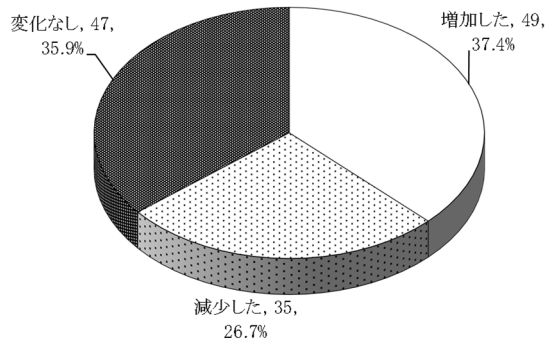
前回調査(参考値)では、輸出先国の大半が中国という結果であったことと比べると、台湾やタイ、インドネシア、シンガポール等の東南アジア諸国への輸出増加が顕著である。これは、中国経済の減速懸念を背景に、中国への追加投資よりも、輸出先を東南アジア等の他国へシフト・分散化したり、輸出事業の撤退・抑制したりする動きがあったものと考えられる。

(※注 2)

以降の輸出先国、輸出種別、販売対象、輸出品名、輸出高の項目では、複数の条件が重なっている関係上、同一企業が同一の内容を複数回答している場合がある。そのため、輸出先国、輸出種別、販売対象、輸出品名、輸出高のそれぞれは、回答があった件数で集計している。

2.2.4. 輸出量の推移

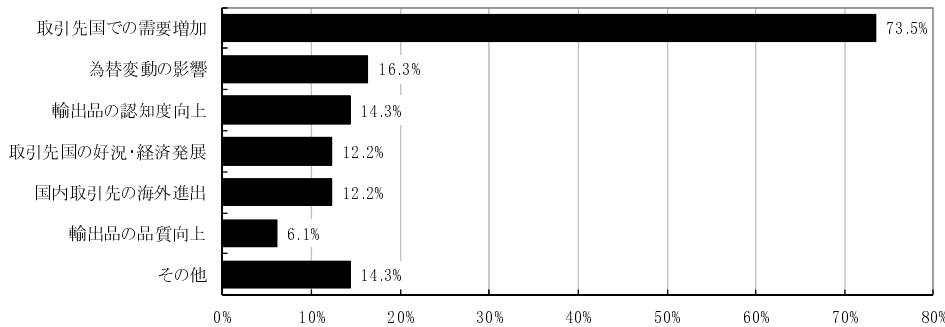
輸出量の推移 (n=131) *無回答6件



「輸出を行っている」企業に対して、「過去3年間の平均と比較した場合の現在の輸出量の増減」を尋ねたところ、「増加した」との回答が49社で37.4%を占め、次いで多かったのは「変化なし」の47社(35.9%)となった。「増加した」と「変化なし」を合わせた回答は7割に達し、取引量の面では、概ね好調に推移しているものと考えられる。

【増加した理由】(複数回答)

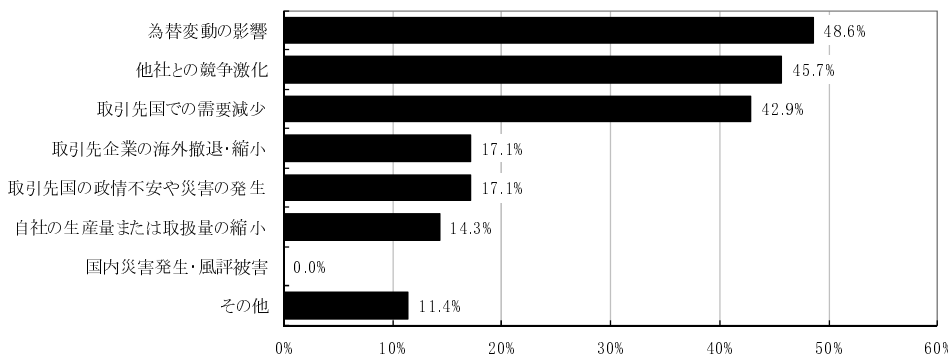
輸出量の増加理由 (n=49)



「輸出量が増加した」と回答した企業に対し、増加理由を尋ねたところ、「取引先国での需要増加」と回答した企業が73.5%と圧倒的に多かった。その一方で、「為替変動の影響」(16.3%)、「輸出品の認知度向上」(14.3%)、「取引先国の好況・経済発展」(12.2%)、「国内取引先の海外進出」(12.2%)と比較的少なかった。「取引先国での需要の増加」については、外的な影響よりも、輸出品の需要を拡大するため、企業やパートナーによる主体的な努力の結果ではないかと考えられる。

【減少した理由】(複数回答)

輸出量の減少理由 (n=35)



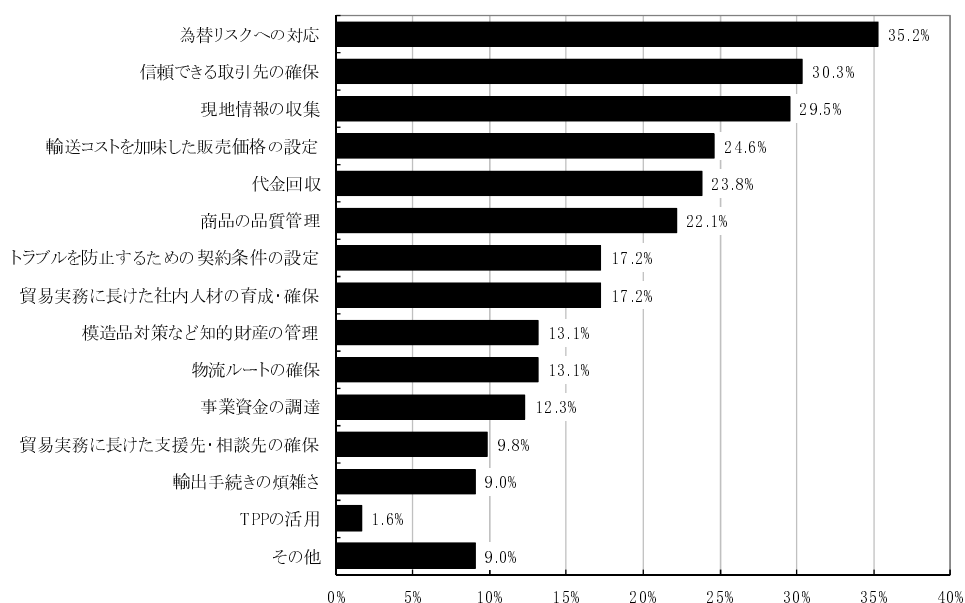
「輸出量が減少した」と回答した企業に対して、その理由について尋ねたところ、「為替変動の影響」と答えた企業が48.6%と大きな割合を占めた。「輸出量が増加した」とする企業では、「為替変動の影響」を挙げる企業が少なかったことから、対照的な結果となった。ただし、輸出量の増加・減少については、過去3年間の平均と直近との比較を尋ねたものであり、過去3年間における為替相場の変動の影響を踏まえると、2013年は超円

高の余韻が残っていたのに対して、2016年初頭にかけては円安基調、その後、円高に進んだことも影響したのではないかと考えられる。

次いで「他社との競争激化」(45.7%)と「取引先国での需要減少」(42.9%)となっており、いずれも「為替変動の影響」との差は僅少であった。先に見た、輸出量増加の最大の要因が「取引先国での需要増加」であったことを考えると、現地での需要の増減が、輸出量に大きく影響を及ぼしていることがわかる。

2.2.5. 輸出に関する課題・問題点（複数回答）

輸出に関する課題・問題点 (n=122)



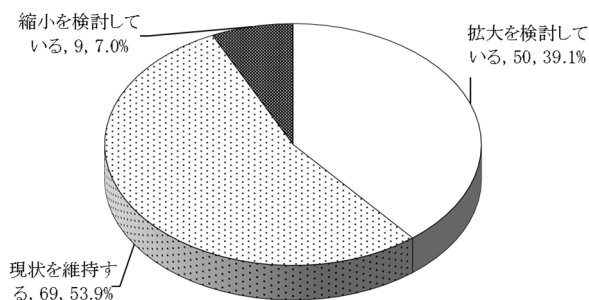
「現在輸出を行っている」企業に対して、輸出に関する課題・問題点について尋ねたところ、最も多かったのは「為替リスクへの対応」(35.2%)であり、為替変動による損益への影響が課題と感じている企業が多いことがわかる。これは、後述の輸出量の増加理由及び減少理由でも、「為替変動の影響」が上位に挙げられていることと一致する。

以下、「信頼できる取引先の確保」(30.3%)、「現地情報の収集」(29.5%)、「輸送コストを加味した販売価格の設定」(24.6%)、「代金回収」(23.8%)と続いている。取引相手が遠方であることや信頼性の点から生じるリスクをいかにしてヘッジするかが課題となっていることがわかる。

また、輸出先国として上位にあがった5カ国別(中国、台湾、アメリカ、韓国、タイ)に課題・問題点を抽出すると、特徴的だったのは、アメリカに輸出を行っている企業では「為替リスクへの対応」を課題に掲げる企業が他国と比べて突出して多かった点である。加えて、「輸送コストを加味した販売価格の設定」については、全体で見ると4位だが、特にタイ向けでは最も大きい課題になっており、それ以外の国向けでも、韓国向けを除いて上位に挙げられている。

2.2.6. 輸出に関する今後の展開意向

輸出に関する今後の展開 (n=128) *無回答9件

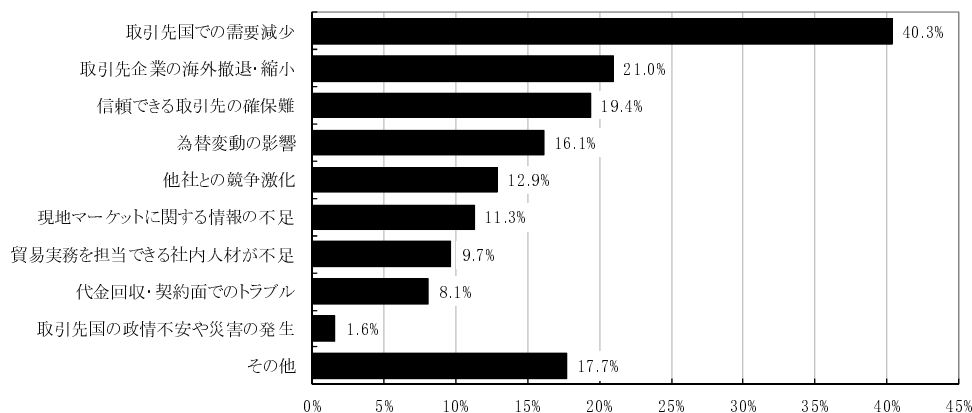


「現在輸出を行っている」企業に対して、輸出に関する今後の展開について尋ねたところ、「拡大」と答えた企業は 50 社 (39.1%) であった。また、「現状維持」は 69 社 (53.9%) であり、「拡大」と「現状維持」を合わせると、119 社 (93.0%) を占め、現在輸出を行っている企業のほとんどは輸出を前向きに捉えているとみられる。

2.3. 過去に輸出を行っていた企業について

2.3.1. 輸出をとりやめた理由 (複数回答)

輸出をとりやめた理由 (n=62)

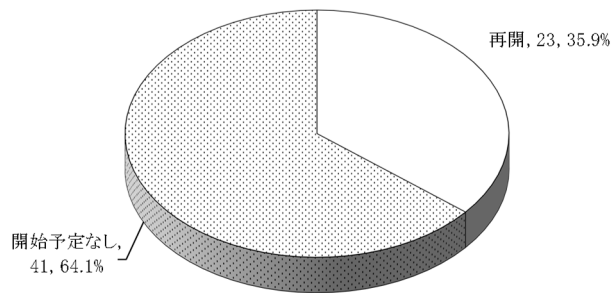


「過去に輸出を行っていたが、現在は行っていない」と回答した企業に対して、輸出をとりやめた理由を尋ねたところ、最も多い回答は「取引先国での需要減少」(40.3%) であった。輸出量が増加した企業では、「取引先国での需要増加」と答えた企業が 7 割を超えていた。また、輸出量が減少した企業でも、「為替変動の影響」に次いで「取引先国での需要減少」を挙げる企業が多かった。継続的に輸出を続け、量的に拡大し続けていくためには、海外の嗜好の変化に感度を高めて柔軟に対応していくことが大切であることがわかる。

なお、「その他」の中には、「顧客が来日するようになった」「間に入っている商社の都合による」など、世相や取引先との関係上の理由で輸出をとりやめた企業があった。一方、「技術の流出」「事務手続きが大変だった」など、JETRO等の専門機関で対応策を施すことで輸出を再開する可能性のある企業もみられた。

2.3.2. 輸出に関する今後の意向

輸出に関する今後の意向(n=64) *無回答1件

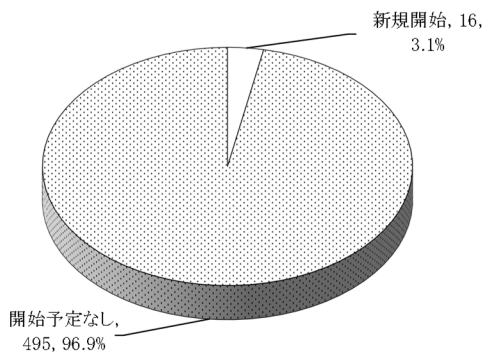


「過去に輸出を行っていたが、現在は行っていない」と回答した企業に対して、輸出を再開する意向の有無について尋ねたところ、「再開」の意向をもつ企業が 23 社 (35.9%)、「開始予定なし」という企業が 41 社 (64.1%) となった。

2.4. 輸出を一度も行ったことがない企業について

2.4.1. 輸出に関する今後の意向

輸出に関する今後の意向(n=511) *無回答6件

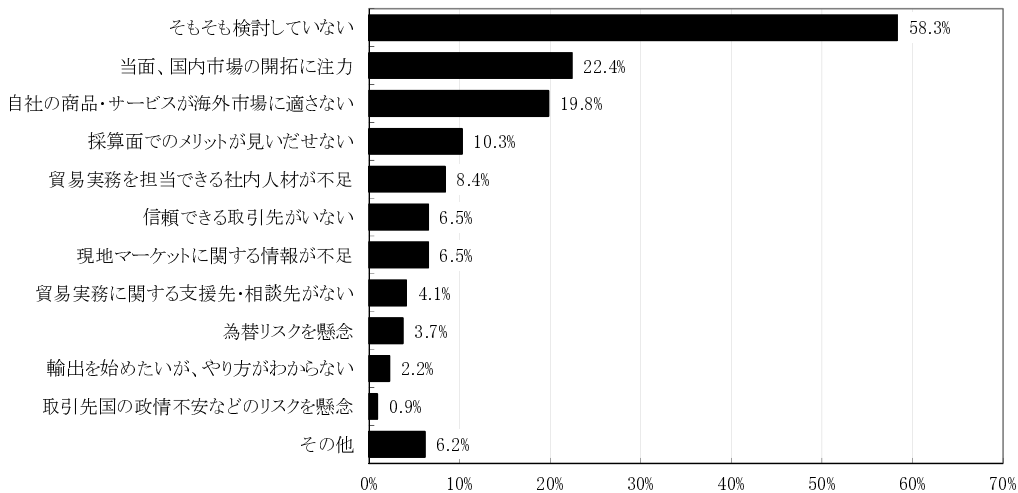


「輸出を一度も行ったことがない」と回答した企業に対し、今後(向こう1~2年の間)の輸出に関する意向について尋ねたところ、「新規開始」と答えた企業が 16 社 (3.1%) と若干存在したが、「開始予定なし」と答えた企業が 495 社 (96.9%) と大勢を占めた。

2.5. 輸出を始める予定がない企業について

2.5.1. 輸出を行わない・行えない理由（複数回答）

輸出を行わない理由 (n=535)



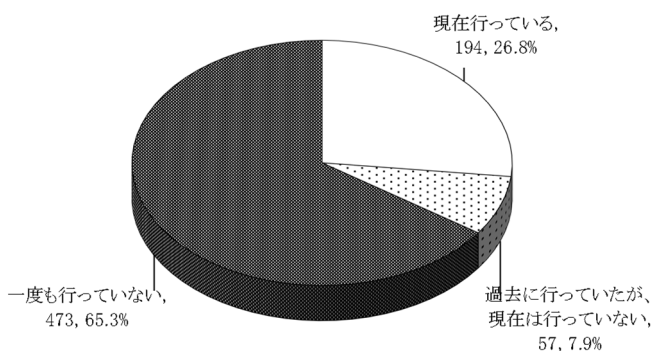
「輸出を始める予定がない」と答えた企業に対して、「輸出を行わない・行えない理由」について尋ねたところ、最も多かったのは「そもそも検討していない」(58.3%)で過半数を超え、次に「当面、国内市場の開拓に注力」(22.4%)、「自社の商品・サービスが海外市場に適さない」(19.8%)となった。

その一方で、「貿易実務を担当できる社内人材が不足」(8.4%)、「信頼できる取引先がない」(6.5%)、「現地マーケットに関する情報が不足」(6.5%)、「貿易実務に関する支援先・相談先がない」(4.1%)、「輸出を始めたいが、やり方がわからない」(2.2%)といった回答が約3割あり、そうした企業はそれぞれの課題が解消すれば、輸出に踏み出す可能性があると考えられる。

また「自社の商品・サービスが海外市場に適さない」についても、世界の多様なニーズの中で、マッチする可能性は少なからず存在するものと思われる。たとえば、海外市場に対する理解の深化や情報不足の解消、商品の使用法・調理法等に対する発想の転換など、新たな気づきや示唆がきっかけとなり、新たな可能性が拓けることもある。こういった点で、海外市場に関して豊富な情報とノウハウをもつJETROと企業や県が連携協働し、新たな市場開拓を進めていく取り組みが大切である。

2.6. 輸入の有無

輸入の有無 (n=724) *無回答9件

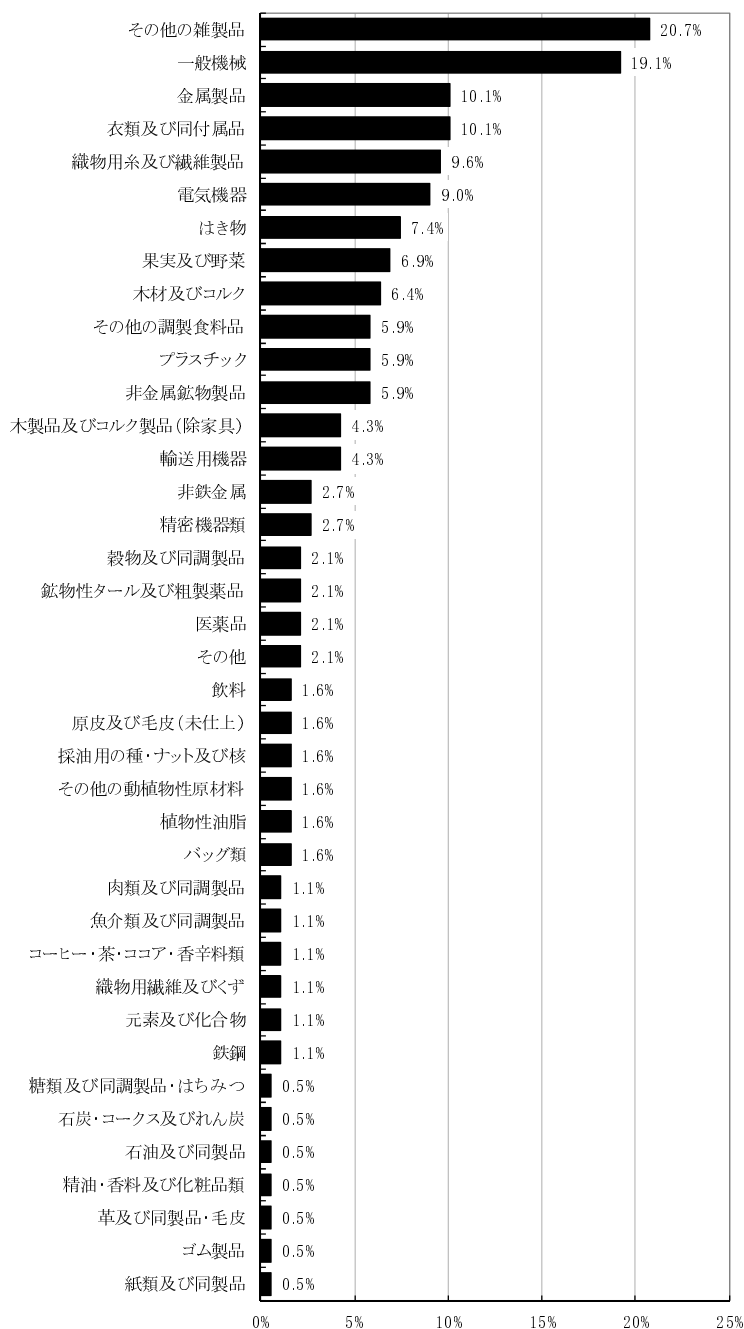


すべての企業に対して、「輸入の有無」について尋ねたところ、「現在行っている」とした企業が194社(26.8%)であり、「過去に行っていたが、現在は行っていない」企業は57社(7.9%)であった。輸出を行っている企業(137社)に比べて輸入を行っている企業の方が多く結果になった。

2.7. 輸入を行っている企業について

2.7.1. 主要な輸入品（複数回答）

主要な輸入品 (n=188)



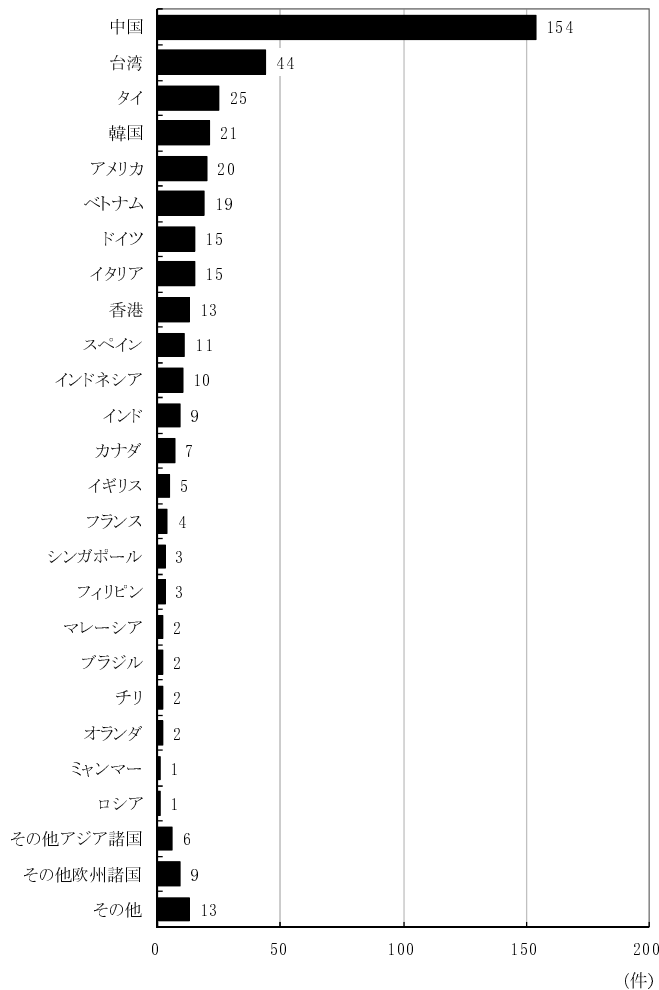
「現在輸入を行っている」と回答した企業の主要な輸入品をみると、輸出が28品目であったことに比べ、39品目と多様な製品を輸入していることがわかる。中でも、「その他の雑製品」(20.7%)、「一般機械」(19.1%)が多かった。「その他の雑製品」では具体的な品目をみると、スマートフォンケースやアクセサリ、スポーツ用品等が含まれていた。「一般機械」の内訳は、機械・装置の部品が多く、半製品の形での輸入が大半を占めていた。

また、「金属製品」と「衣類及び同付属品」が10.1%で同率3位だった。「金属製品」は金型や工業用ブラシを半製品または完成品の形で輸入しており、「衣類及び同付属品」は靴下やボタン、ニット製品等を完成品の状態で輸入していた。

「織物用糸及び繊維製品」(9.6%)は、糸や生地等の原材料や寝装具・タオル等の完成品まで多様な繊維製品が含まれていた。

2.7.2. 主要な輸入品の輸入先国（複数回答）

輸入先国 (n=188)



「現在輸入を行っている」と回答した企業に主要な輸入品の輸入先国を尋ねたところ、「中国」が最も多かった(154 件)。次に多いのは「台湾」であり(44 件)、他にも「タイ」(25 件)、「ベトナム」(19 件)が上位に挙がるなど、輸入国でも輸出国と同様に東アジア、東南アジア地域が上位に連なった。ただ、輸出国では「中国」(63 件)以外の国にも回答が分散する傾向にあったことと比べると、輸入では中国が目立って多かったといえる。

一方、「アメリカ」は 20 件と、輸出(39 件)に比べて少なく、「ドイツ」は 15 件と、輸出(14 件)よりも多くなった。また、輸出国では少なかった「イタリア」が 15 件(輸出は 9 件)、「スペイン」が 11 件(輸出は 2 件)など、輸出国と異なる国も目立っている。

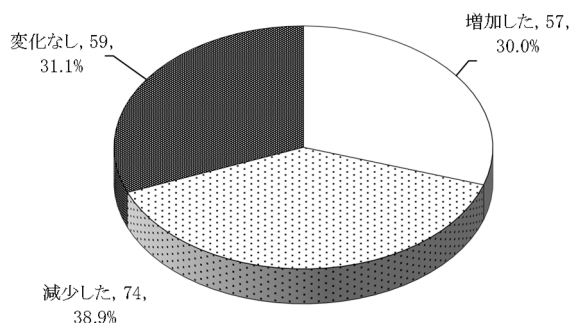
前回調査(参考値)と比べても、輸入品の輸入先国に大きな差異は見られなかったが、タイからの輸入が急増していることが特徴的といえる。

(※注 3)

以降の輸入先国、輸入種別、輸入品名、輸入高の項目では、複数の条件が重なっている関係上、同一企業が同一の内容を複数回答している場合がある。そのため、輸入先国、輸入種別、輸入品名、輸入高のそれぞれは、回答があった件数で集計している。

2.7.3. 輸入量の推移

輸入量の推移 (n=190) *無回答4件

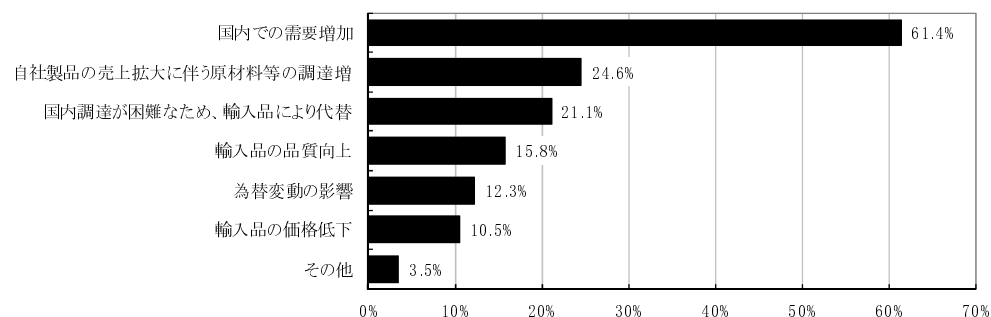


「現在輸入を行っている」と回答した企業に対して、過去 3 年間の平均と直近の輸入量の推移を聞いたところ、「減少した」と答えた企業が 74 社 (38.9%) と最も多く、「増加した」と答えた企業は 57 社 (30.0%) であった。

輸出は「増加した」と回答した企業が最も多かったことから、一時の円安効果が輸出の増、輸入の減という形で海外取引に影響を及ぼしたのではないかとみられる。

[増加した理由] (複数回答)

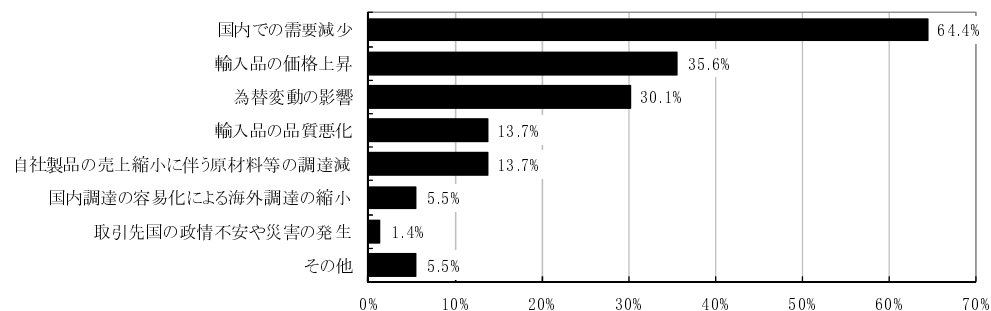
輸入量の増加理由 (n=57)



「輸入量が増加した」と回答した企業に対して増加理由を尋ねたところ、最も多い回答は「国内での需要増加」(61.4%) であった。次いで「自社製品の売上拡大に伴う原材料等の調達増」(24.6%)、「国内調達が困難なため、輸入品により代替」(21.1%) となった。他方、「為替変動の影響」を挙げた回答は、12.3%にとどまった。

[減少した理由] (複数回答)

輸入量の減少理由 (n=73)



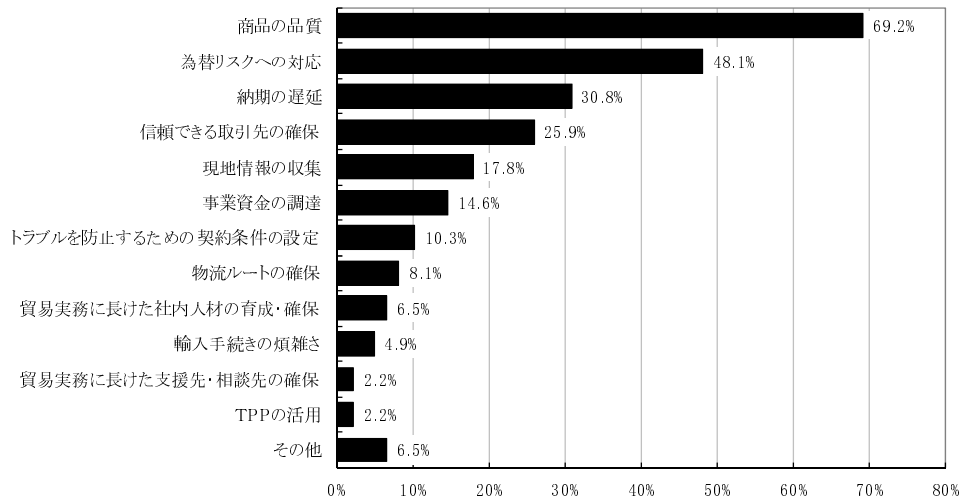
「輸入量が減少した」と回答した企業に対して、減少理由を尋ねたところ、「国内での需要減少」(64.4%) となった。輸入量が「増加した」ケースでも「国内での需要増加」とした回答が最も多く、国内での需要動向が輸入量の増減に大きく影響していることがわかる。

また、次に多いのは「輸入品の価格上昇」(35.6%) であった。輸入量の増加理由では「輸入品の価格低下」(10.5%) とした回答は 1 割程度にとどまっていることから、価格が上昇すると輸入量を減らす傾向は見られるが、価格が低下したとしても輸入量を増やすわけではないことがわかる。

「為替変動の影響」は(30.1%)と約 3 割を占めており、円安が輸入量の減少に影響したようである。

2.7.4. 輸入に関する課題・問題点（複数回答）

輸入に関する課題・問題点 (n=185)

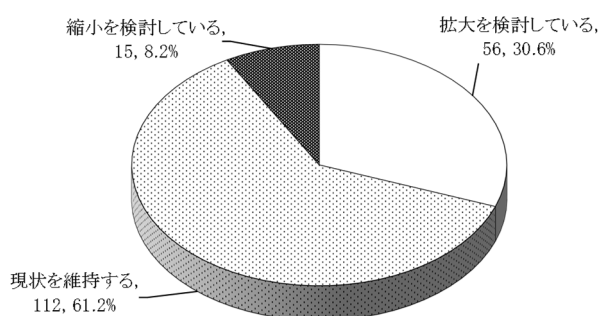


「現在輸入を行っている」企業に対して、輸入に関する課題・問題点について尋ねたところ、「商品の品質」(69.2%)と答えた回答が最も多かった。次に多いのは「為替リスクへの対応」(48.1%)であり、後述の輸入の減少理由でも上位に挙がっていることから、為替変動のリスクヘッジには苦慮している様子がうかがえる。為替リスクへの対応については、輸出でも課題と捉える回答が最も多かったことから、為替変動は輸出入ともに大きな影響があり、関心事のようである。次に「納期の遅延」(30.8%)が続いており、長距離輸送の影響や取引先国との商習慣の違いを課題視する声もみられた。

また、輸入先国として上位にあがった5カ国別(中国、台湾、タイ、韓国、アメリカ、ベトナム)に、課題・問題点を集計したところ、タイやベトナム、アメリカでは特に「為替リスクへの対応」の割合が高かった。また、タイとベトナムでは「信頼できる取引先の確保」という新興国ならではの課題も上位に挙がっていた。

2.7.5. 輸入に関する今後の展開意向

輸入に関する今後の展開 (n=183) *無回答11件

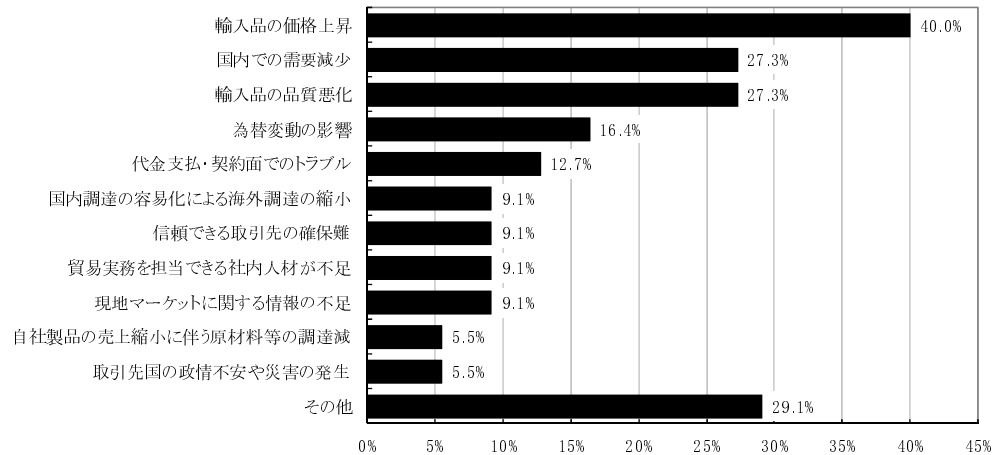


「現在輸入を行っている」企業に対して、今後の輸入拡大に関する意向について聞いたところ、最も多かったのは「現状を維持する」(112社、61.2%)で、「拡大を検討している」(56社、30.6%)は約3割であった。「縮小を検討している」(15社、8.2%)と回答したのはわずか1割程度であった。輸入を行っている企業では、縮小を検討している企業はほとんどなく、今後も維持、拡大を図っていくようである。これは、輸入品そのものが、自社の商材であったり、原材料、半製品として加工、販売したりするものが多いためではないかと考えられる。

2.8. 過去に輸入を行っていた企業について

2.8.1. 輸入をとりやめた理由（複数回答）

輸入をとりやめた理由 (n=55)



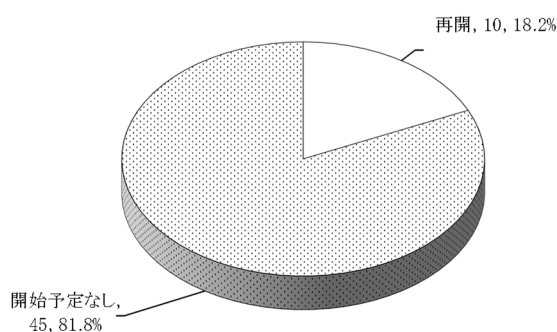
「過去に輸入を行っていたが、現在は行っていない」企業に対して、輸入をとりやめた理由について尋ねたところ、最も多かったのは「輸入品の価格上昇」(40.0%)であった。先の輸入減少の理由でも上位に挙げられた項目であり、輸入の継続判断にあたって大きな影響があることがうかがえる。

次に、「国内での需要減少」(27.3%)、「輸入品の品質悪化」(27.3%)を挙げる回答が多かった。輸入量の減少理由では、品質面での問題を挙げる回答は少なかった。これは、輸入量を維持・拡大するため、相手企業における生産、品質管理に特段の配慮を払っているからではないかとも考えられるし、また既に輸入をやめてしまった企業が多かったためとも考えられる。

なお、「その他」の回答に寄せられた声をまとめると「輸入の必要がなくなった」という内容の回答や、「取引先の廃業」が挙げられた。

2.8.2. 輸入に関する今後の意向

輸入の意向 (n=55) *無回答2件

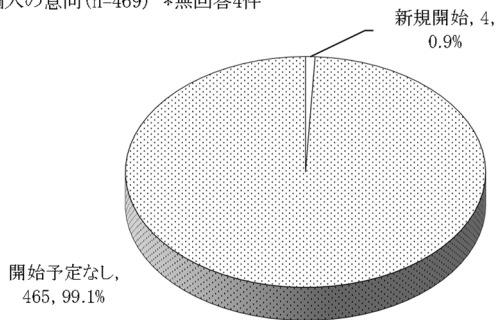


「過去に輸入を行っていたが、現在は行っていない」企業に対して、輸入に関する今後(向こう1~2年)の意向を尋ねたところ、「開始予定なし」の回答が45社(81.8%)を占めたが、「再開」の意向を持つ企業も10社(18.2%)と、再度輸入を始めようとする企業もみられた。

2.9. 輸入を一度も行ったことがない企業について

2.9.1. 輸入に関する今後の意向

輸入の意向(n=469) *無回答4件

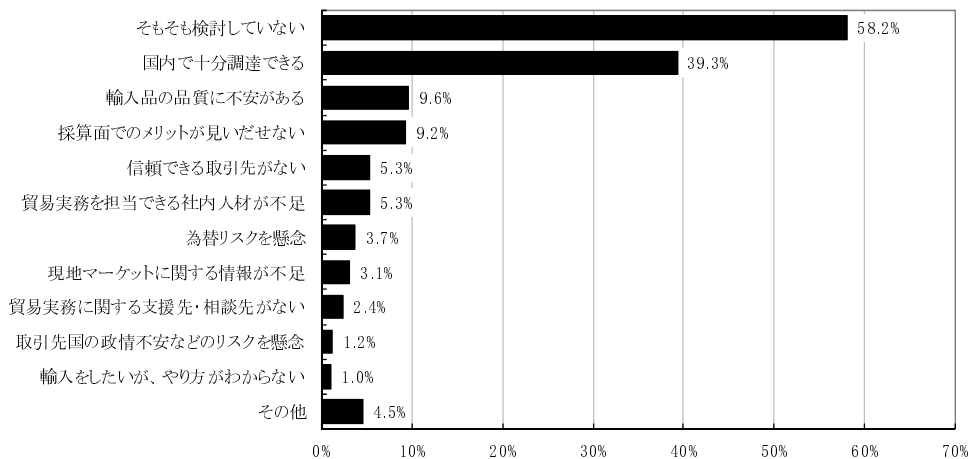


「輸入を一度も行ったことがない」と答えた企業に対して、輸入に関する今後(向こう1~2年)の意向を尋ねたところ、「開始予定なし」の回答が大半であった。また、「新規開始」と回答した企業が4社(0.9%)と、輸入を一度も行ったことがない企業のほとんどは、輸入を開始する意向が見られない。これは、自社の商材や原材料、半製品を、海外に求める必要がないためではないかと考えられる。

2.10. 輸入を始める予定のない企業について

2.10.1. 輸入を行わない、行えない理由(複数回答)

輸入を行わない・行えない理由(n=509)



「過去に輸入を行っていたが、現在行っていない」または「輸入を一度も行っていない」企業のうち、「開始予定がない」と回答した企業に対して、今後(向こう1~2年程度)輸出を行わない、または行えない理由を尋ねたところ、最も多い回答は「そもそも検討していない」(58.2%)であった。一度も行ったことがないと答えた企業の中には、輸入に関する知識を有しない場合も考えられ、知識を手に入れば、検討の機運が高まる可能性もある。

次に回答が多かったのは「国内で十分調達できる」であり(39.3%)、自社の商材や原材料、半製品を、敢えて海外に求める必要がないと考える企業が多いためではないかと考えられる。