

**海外進出（現地法人・生産拠点等の設置、業務委託、業務提携等）状況**

**II-24** 貴社では、海外進出を行っていますか？当てはまるもの1つに○をつけてください。

- ① 現在行っている → **II-25** へお進みください。  
 ② 過去に行っていたが、現在は行っていない → 次ページ**II-28** へお進みください。  
 ③ 一度も行っていない → 次ページ**II-29** へお進みください。

※II-24で「①現在行っている」と回答した方にお伺いします。

**II-25** 海外進出について貴社の進出種別に○をつけ、国名（主な進出先を2つまで）を下表から選択し、その国で事業を開始した時期をご記入ください。

種 別 ※該当するものに○ ↓	事業進出をしている国と開始時期			
	国名①	開始時期①	国名②	開始時期②
業務・ 技術提携	販売委託			年～
	生産委託			年～
	技術提携			年～
	共同研究			年～
	資本提携（M&A）			年～
拠点設置	現地法人			年～
	支店			年～
	駐在員事務所			年～
その他（ ）			年～	

**【 国 の 選 択 肢 】**

<ア ジ ア>	1. 中国	2. 香港	3. 台湾	4. 韓国	5. シンガポール
	6. インドネシア	7. フィリピン	8. タイ	9. ベトナム	10. カンボジア
	11. マレーシア	12. ミャンマー	13. インド	14. その他のアジア諸国（ ）	
<北中南米>	15. アメリカ	16. カナダ	17. メキシコ	18. ブラジル	19. チリ
	20. その他の北中南米諸国（ ）				
<欧州ほか>	21. イギリス	22. フランス	23. ドイツ	24. オランダ	25. イタリア
	26. スイス	27. スペイン	28. ロシア	29. その他欧州諸国（ ）	
<上記以外>	30. その他（ ）				

**II-26** 海外進出を行ったきっかけは何ですか？当てはまるものすべてに○をつけてください。

- ① 現地での売上拡大  
 ② 国内取引先の海外進出への追随  
 ③ 現地取引先からの誘い  
 ④ 安価な部品・商品の調達  
 ⑤ 安価な労働力を利用した、生産コストの削減  
 ⑥ 海外の高度で豊富な人材の活用  
 ⑦ 現地の顧客サポート体制の充実  
 ⑧ 研究開発の強化  
 ⑨ 新規事業の立ち上げ  
 ⑩ 競合他社への対抗  
 ⑪ 拠点分散化によるリスク回避  
 ⑫ その他（ ）

**Ⅱ-27** 海外進出に関して、課題・問題点になっていることはありますか？当てはまるものすべてに〇をつけてください。

- |                        |                        |
|------------------------|------------------------|
| ① 海外進出戦略の立案            | ② 現地マーケットに関する情報の収集     |
| ③ 商習慣や法制度に関する情報の収集     | ④ 現地での生産・品質管理          |
| ⑤ 資金の調達                | ⑥ 代金・投資回収              |
| ⑦ 販路確保                 | ⑧ 信頼できる提携先の確保          |
| ⑨ トラブルを防止するための契約条件の設定  | ⑩ 模造品対策など知的財産の管理       |
| ⑪ 海外事業を専門とする支援先・相談先の確保 | ⑫ 海外事業を専門とする社内人材の育成・確保 |
| ⑬ 現地雇用者の労務管理           | ⑭ 現地雇用者の人材育成           |
| ⑮ 為替リスクへの対応            | ⑯ 現地政府との交渉             |
| ⑰ TPP（環太平洋パートナーシップ）の活用 | ⑱ その他（ )               |

→ **Ⅱ-29** へお進みください。

※Ⅱ-24で「②過去に行っていたが、現在は行っていない」と回答した方にお伺いします。

**Ⅱ-28** 海外進出をやめた理由について、当てはまるものすべてに〇をつけてください。

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| ① 現地マーケットに関する情報が不足     | ② 現地の商習慣や法制度に関する情報が不足 |
| ③ 自社の商品・サービスが海外市場に適さない | ④ 取引先企業の海外撤退・縮小       |
| ⑤ 現地パートナーとの経営方針の食い違い   | ⑥ 契約満了による合弁の解消        |
| ⑦ 海外でのマネジメント能力が不足      | ⑧ 海外事業を専門とする社内人材が不足   |
| ⑨ 海外事業を専門とする支援先・相談先がない | ⑩ ビジネスモデル・技術等の流出      |
| ⑪ 代金・投資回収、契約面でのトラブル    | ⑫ 為替変動の影響             |
| ⑬ 進出先国の政情不安や災害の発生      | ⑭ その他（ )              |

※すべての方にお伺いします。

**Ⅱ-29** 海外進出に関する今後（向こう 2～3 年程度）の意向について、当てはまるもの 1 つに〇 をつけてください。

- |           |                                  |
|-----------|----------------------------------|
| ① 拡大・新規進出 | → 次ページ <b>Ⅱ-30</b> へお進みください。     |
| ② 縮小・撤退   | → 次ページ <b>Ⅱ-31</b> へお進みください。     |
| ③ 現状維持    | } → 13 ページ <b>Ⅱ-32</b> へお進みください。 |
| ④ 開始予定なし  |                                  |

※Ⅱ-29で「①拡大・新規開始」と回答された企業

**Ⅱ-30** 貴社が海外進出を検討している種別と国名（主な進出先を2つまで）を下表から選択し事業を開始する予定時期をご記入ください。

種 別 ※該当するものに○ ↓		検討している国と開始予定時期			
		国名①	開始予定時期①	国名②	開始予定時期②
業務・技術提携	販売委託		年～		年～
	生産委託		年～		年～
	技術提携		年～		年～
	共同研究		年～		年～
	資本提携 (M&A)		年～		年～
拠点設置	現地法人		年～		年～
	支店		年～		年～
	駐在員事務所		年～		年～
その他 ( )			年～		年～

【 国 の 選 択 肢 】

<ア シ ア>	1. 中国	2. 香港	3. 台湾	4. 韓国	5. シンガポール
	6. インドネシア	7. フィリピン	8. タイ	9. ベトナム	10. カンボジア
	11. マレーシア	12. ミャンマー	13. インド	14. その他のアジア諸国 ( )	
<北中南米>	15. アメリカ	16. カナダ	17. メキシコ	18. ブラジル	19. チリ
	20. その他の北中南米諸国 ( )				
<欧州ほか>	21. イギリス	22. フランス	23. ドイツ	24. オランダ	25. イタリア
	26. スイス	27. スペイン	28. ロシア	29. その他欧州諸国 ( )	
<上記以外>	30. その他 ( )				

→ 次ページⅡ-32 へお進みください。

※Ⅱ-29で「②縮小・撤退」と回答された企業

**Ⅱ-31** 海外進出を縮小または撤退する理由について当てはまるものすべてに○をつけてください。

- |                        |                     |
|------------------------|---------------------|
| ① 現地マーケットに関する情報が不足     | ② 現地の商習慣や法制度の違いが大きい |
| ③ 自社の商品・サービスが海外市場に適さない | ④ 取引先企業の海外撤退・縮小     |
| ⑤ 現地パートナーとの経営方針の食い違い   | ⑥ 契約満了による合弁の解消      |
| ⑦ 海外でのマネジメント能力が不足      | ⑧ 海外事業を専門とする社内人材が不足 |
| ⑨ 海外事業を専門とする支援先・相談先がない | ⑩ ビジネスモデル・技術等の流出    |
| ⑪ 代金・投資回収、契約面でのトラブル    | ⑫ 為替変動の影響           |
| ⑬ 現地政府の突然の方針変更         | ⑭ 進出先国の政情不安や災害の発生   |
| ⑮ その他 ( )              |                     |

## 海外取引支援

**II-32** 輸出入・海外進出の検討や課題解決にあたり、どこに相談・支援を依頼されましたか。活用された（または今後活用したい）機関や手段に当てはまるものすべてに○をつけてください。

- |                  |              |                     |
|------------------|--------------|---------------------|
| ① 国              | ② 地方自治体      | ③ (公財)奈良県地域産業振興センター |
| ④ ジェトロ(日本貿易振興機構) | ⑤ 中小企業基盤整備機構 | ⑥ 商工会議所・商工会         |
| ⑦ 金融機関           | ⑧ 商社         | ⑨ 民間コンサルタント会社(土業含む) |
| ⑩ 親会社            | ⑪ 仕入先・得意先    | ⑫ 海外市場に詳しい自社人材      |
| ⑬ 知人(知人企業)       | ⑭ インターネット・書籍 | ⑮ その他( )            |

**II-33** 奈良県では、県内企業の輸出力の強化が重要と考えており、その一環として、ジェトロ(日本貿易振興機構)奈良事務所の誘致を目指しております。

ジェトロの地方事務所が奈良県内に設置されるとした場合、貴社のビジネス展開にとって、どんなメリットがあるとお考えですか。当てはまるものすべてに○をつけてください。

- ① 海外取引に関する専門的な情報の提供：現地の法制度、商習慣や契約手続き等を把握でき、海外市場への参入計画に弾みがつく
- ② 海外市場に関する情報の提供：豊富な資料やデータ、現地事務所からのホットな情報等を把握でき、海外市場ニーズに応じた商品・サービスの企画、開発に活かせる
- ③ セミナー・ワークショップへの参加：海外市場情報の入手や海外バイヤーとの商談に向けたスキルアップを図ることができる
- ④ 海外見本市への出展：ジェトロの支援の下、多くのバイヤーとの接触機会やテストマーケティングの機会が得られ、効率的に海外販路を開拓できる
- ⑤ 現地視察ミッションへの参加：現地企業や進出日系企業、工業団地等を訪問して現地の生の情報や人脈を得るとともに、ジェトロのフォローを得ながら海外に進出できる
- ⑥ 海外バイヤーの招聘：ジェトロが招聘する海外バイヤーとの商談会に参加し、自社の取組や思いをバイヤーの目で見てもらい、販路獲得につなげたい
- ⑦ TPPに関する疑問・課題に関する相談：TPP(環太平洋パートナーシップ)協定のメリットを最大限に活かした事業展開ができる
- ⑧ ジェトロ大阪本部に比べ利便性が向上：奈良に事務所があれば相談に通いやすく、自社を知ってもらう機会が増え、新しいビジネスチャンスにつなげられる
- ⑨ その他( )

※ジェトロ(日本貿易振興機構)とは  
70カ所超の海外事務所、約40の国内拠点から成る国内外ネットワークをフルに活用し、中堅・中小企業の海外貿易や海外進出などの経営課題に対して、専門的なノウハウや幅広いネットワークで支援する機関。

**Ⅲ 商品・サービスについて**

**Ⅲ-1** 貴社の主たる商品・サービスについて、業種、商品・サービス名を1つだけ記入し、その特性について当てはまるもの1つに○をつけてください。自社開発商品や自社ブランドをお持ちの場合はその名称について、製造業の方はOEM生産の有無についてもご記入ください。

業種 ※当てはまるもの1つに○をつけてください。	〔製造業〕		
	1. 食料品製造業 4. 木材・木製品製造業 7. 出版・関連業 10. プラスチック製品製造業 13. 窯業・土石製品製造業 16. 金属製品製造業 19. 業務用機械器具製造業 22. 情報通信機械器具製造業	2. 飲料・たばこ・飼料製造業 5. 家具・装備品製造業 8. 化学工業 11. ゴム製品製造業 14. 鉄鋼業 17. はん用機械器具製造業 20. 電子部品・デバイス・電子回路製造業 23. 輸送用機械器具製造業	3. 繊維工業 6. パルプ・紙・紙加工品製造業 9. 石油・石炭製品製造業 12. なめし革・同製品・毛皮製造業 15. 非鉄金属製造業 18. 生産用機械器具製造業 21. 電気機械器具製造業 24. その他の製造業
	〔非製造業〕		
	25. 卸売業 29. 運輸業	26. 小売業 30. 情報サービス業	27. 飲食店、宿泊業 31. サービス業 28. 不動産業 32. その他の業種 ( )
名称	一般的商品・サービス名 (例) 靴下、柿の葉寿司、レストラン等	自社開発商品・自社ブランド名・自社店舗名 (※該当する場合)	OEM生産 (※製造業のみ) 有 ・ 無
特性	① 原材料 ② 半製品・部品 (B to B 向け) ③ 最終完成品 (B to B 向け) ④ 最終完成品 (B to C 向け) ⑤ 飲食・サービス		

**Ⅲ-2** Ⅲ-1 で回答された貴社の商品・サービスについて、その強みとして当てはまるものすべてに○を付けてください。

- ① 品質
- ② デザイン
- ③ 機能性
- ④ 価格
- ⑤ 技術力
- ⑥ ブランド力
- ⑦ 独自性
- ⑧ 豊富な品揃え
- ⑨ 商品開発・企画力
- ⑩ 生産効率
- ⑪ マーケティング力
- ⑫ 流通体制
- ⑬ 対応の速さ
- ⑭ 営業時間
- ⑮ 接客スキル
- ⑯ アフターサービス
- ⑰ その他 ( )

※業種を製造業と回答した方にお伺いします。

**Ⅲ-3** Ⅲ-1 で回答された商品について、国内での競合他社、市場シェアについて当てはまるもの1つに○を付けてください。また、国内の市場規模についても把握されている範囲でご記入ください。

国内 競合他社	① なし	② 1～5社	③ 6～10社	④ 11～30社
	⑤ 31～50社	⑥ 51～100社	⑦ 101社以上	
国内 市場シェア	① 10%未満	② 10%～30%未満	③ 30～50%未満	
	④ 50%～80%未満	⑤ 80%以上	⑥ わからない	
国内 市場規模	※売上高ベース (把握されている範囲で構いません。) (例) 5,000,000千円			千円

**Ⅲ-4** 近年の外国人観光客による消費（インバウンド消費）によって、売上は増加していますか？当てはまるもの1つに○をつけてください。  
また、売上が増加している場合、その商品・サービスをご記入ください（※複数回答可）。

- ① 売上が増加した →商品・サービス名〔 \_\_\_\_\_ 〕  
② 影響はなかった

#### Ⅳ 貴社の経営課題・今後の戦略について

**Ⅳ-1** 奈良県では、「首都圏や海外へ市場を広げたいが、自社単独では難しく、なかなか一歩が踏み出せない」とお考えの企業様の商品を、県が旗振り役となって組織的に売り込んでいくような支援の方策を検討中です。こうした支援策に対してご関心があるかどうか、首都圏・海外それぞれの市場について当てはまるもの1つに○をつけてください。

支援先市場	回答	
■首都圏の市場 への売り込み	① 関心がある	② 関心はない
■海外市場 への売り込み	① 関心がある	② 関心はない

※なお「①関心がある」とお答えの企業様には、県から連絡させていただくことがあります。

**Ⅳ-2** 貴社の今後の経営戦略について、重視するものすべてに○をつけてください。

- ① 付加価値の高い商品・サービスの開発  
② 自社ブランドの確立  
③ 下請けやOEM生産からの脱却  
④ SPA業態（製造小売業）への進出  
⑤ マーケティングやデータに基づいた商品企画  
⑥ 他社や大学・研究機関との連携  
⑦ コスト競争力の向上  
⑧ 営業や接客スキルの向上  
⑨ 見本市、展示会等への出展  
⑩ 新規出店、ネット販売等による販売エリアの拡大  
⑪ M&A等による事業拡大  
⑫ 後継者となる人材の発掘・育成  
⑬ 融資以外の資金調達方法（クラウドファンディング等）の活用  
⑭ その他（ \_\_\_\_\_ ）

→ 裏面 へお進みください。

**Ⅳ-3** 奈良県の海外展開・首都圏販路拡大施策に対するご意見・ご要望がございましたら、ご自由に記入ください。



調査は以上です。  
長時間にわたってご協力いただき、誠にありがとうございました。