

都内中小企業の国際化に関する調査

今回は付帯調査として都内中小企業の国際化に関する調査を行った。回収企業数は1,280社で、回収率は33.0%（製造業31.9%、卸売業26.0%、小売業18.8%、サービス業23.4%、規模別：小規模33.0%、中小規模18.9%、中規模24.2%、大規模19.4%、規模不明4.5%）である。（規模分類については2ページ参照）

《概要》

- 海外取引・海外進出（以下海外展開）については、『現在あり』が18.4%であり、『現在なし』が81.6%を占めている。海外展開している企業では、「拡大を検討」が39%と、前向きな企業の割合が多い。
- 海外展開（検討中含む）をしている企業の展開形態については「製品等の輸出入」が60.7%と高く、次いで「製造委託」の28.8%が続く。業種別にみると、卸売業は「製品等の輸出入」が75.0%と高い割合であり、製造業は「製品等の輸出入」が56.4%と最も高く「製造委託」も39.1%と他の業種に比べて高い。
- 海外展開先では、「中国」が58.3%と最も多く、2位「韓国」の24.3%に対して、2倍以上となっている。業種別をみると、製造業（65.3%）と卸売業（59.5%）は中国の割合が高く、中国との関係の深さをうかがわせる。
- 海外展開先を選んだ理由として、中国では「安価な労働力」が46.6%と最も大きく、米国、タイ、台湾は「市場規模（成長性も含めて）」がそれぞれ50.0%、48.7%、47.6%を占めている。
- 国際見本市に出展したい地域では、第1位は「アジア」地域の56.1%であり、次いで「ヨーロッパ」地域である。

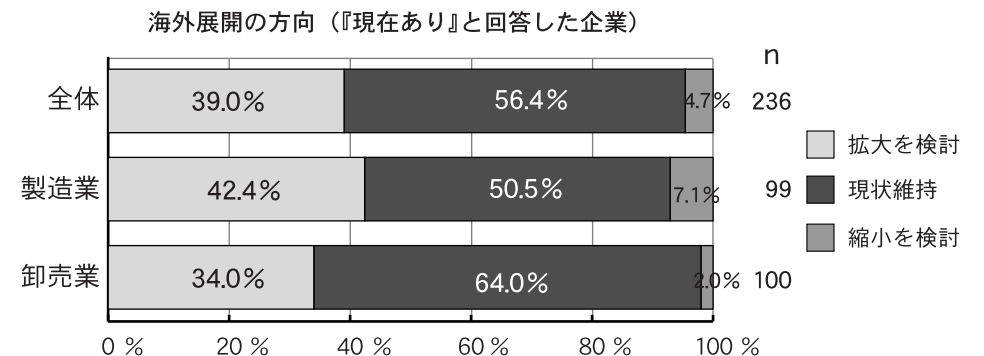
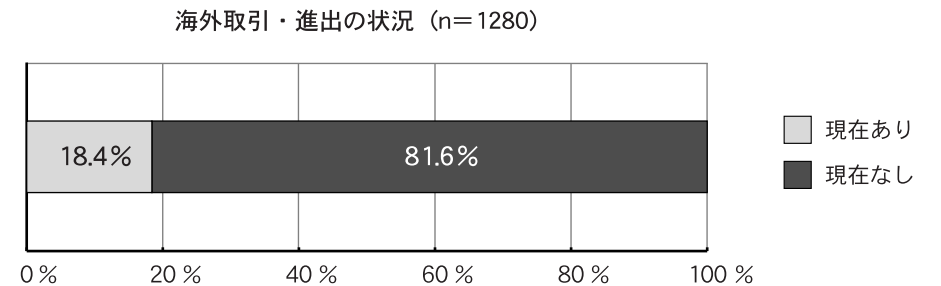
1. 海外取引・海外進出の状況について

海外取引・海外進出（以下海外展開）については、『現在あり』という回答は18.4%であり、『現在なし』が81.6%を占めている。『現在なし』と回答した企業（1,044社）は、「予定なし」が9割以上を占め、「検討中（1.5%）」と「今後検討（3.4%）」を合わせてもわずかである。

一方、『現在あり』と回答した企業全体では、「現状維持」が5割以上を占めるが、「拡大を検討」が約4割を占め、前向きな企業の割合も多い。

『現在あり』の業種構成は263社のうち、製造業（99社）と卸売業（100社）がそれぞれ約4割を占めている。この2業種に関してみると、製造業、卸売業ともに、「現状維持」が半数以上を占めている。しかし、「拡大を検討」は製造業が42.4%、卸売業は34.0%を占め、製造業の方が前向きな企業が大きい。

図表1 海外取引・海外進出の状況について



2. 海外企業取引・海外進出の形態について

海外展開（検討中含む）について「予定なし」以外の回答企業（288社）に対し、その取引・進出形態を聞いた。全体では、「製品等の輸出入」は60.7%と高い割合であり、次いで「製造委託」の28.8%、「現地拠点設置」の13.5%が続く。「販売委託」「技術提携」はともに1割未満にとどまっている。

業種別をみると、製造業は「製造委託」が39.1%と高い割合にあり、3社に1社以上が海外企業に製造委託を実施（検討）している。

卸売業・小売業では「製品等の輸出入」が7割台と他に比べて高い割合になっており、海外展開を実施（検討）する企業の大半がこの形態をとっている。また、サービス業は「その他」「現地拠点設置」の割合が高く、他の業種とは異なった形態の海外展開を実施（検討）している。

図表2 海外企業取引・海外進出の形態

（複数回答）

| | | 製品等の 輸出入 | 販売委託 | 技術提携 | 製造委託 | 現地 設置 拠点 | その他 | n |
|-------------|-------|--------------|-------------|------------|-------------|----------------|-------------|-----|
| 全体 | | 162 60.7% | 25 9.4% | 17 6.4% | 77 28.8% | 36 13.5% | 24 9.0% | 267 |
| 業 種 別 | 製造業 | 62 56.4% | 12 10.9% | 10 9.1% | 43 39.1% | 17 15.5% | 5 4.5% | 110 |
| | 卸売業 | 78 70.0% | 8 7.7% | 3 2.9% | 28 26.9% | 11 10.6% | 2 1.9% | 104 |
| | 小売業 | 17 77.3% | 3 13.6% | 0 0.0% | 3 13.6% | 1 4.5% | 2 9.1% | 22 |
| | サービス業 | 5 16.1% | 2 6.5% | 4 12.9% | 3 9.7% | 7 22.6% | 15 48.4% | 31 |
| 規 模 別 | 小規模 | 20 42.6% | 6 12.8% | 3 6.4% | 14 29.8% | 3 6.4% | 8 17.0% | 47 |
| | 中小規模 | 23 50.0% | 3 6.5% | 2 4.3% | 14 30.4% | 4 8.7% | 6 13.0% | 46 |
| | 中規模 | 47 72.3% | 6 9.2% | 2 3.1% | 19 29.2% | 9 13.8% | 3 4.6% | 65 |
| | 大規模 | 63 66.3% | 10 10.5% | 9 9.5% | 24 25.3% | 21 22.1% | 6 6.3% | 95 |

規模別にみると、「製品等の輸出入」については小規模が約4割、中小規模が約5割、中規模が約7割となっている。また、「現地拠点設置」については小規模の6.4%から大規模の22.1%と、規模が大きくなるにしたがい割合が高くなっている。その他の進出形態については、規模の大小により一定の傾向があるとは言い難い状況である。

3. 海外取引先・海外進出先について

海外展開先（検討中含む）では「中国」が58.3%と最も多く、2位「韓国」の24.3%に対して、2倍以上の割合であった（図表3）。次いで、「台湾」「米国」「タイ」が約20%で続いている。「ベトナム」「インド」は10%台であり、「マレーシア」「インドネシア」「ロシア」がいずれも10%未満にとどまっている。

業種別にみると、製造業は中国の割合が6割以上と高く、中国との結びつきの深さをうかがわせる。また、韓国、台湾、タイ等のアジア地域の割合が比較的高い。卸売業でも「中国」の割合が6割と最も高く、その他の国についても製造業とほぼ同様な傾向にある。小売業、サービス業については「中国」が一番多いものの、韓国、米国などは製造業・卸売業ほど極端な差がないといえる。

図表3 海外取引先・海外進出先について

（複数回答）

| | | 中国 | 韓国 | 台湾 | 米国 | タイ | ベトナム | インド | マレーシア | インドネシア | ロシア | 他 | n |
|-------------|-------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-----------|-------------|-----|
| 全体 | | 168 58.3% | 70 24.3% | 62 21.5% | 60 20.8% | 57 19.8% | 44 15.3% | 30 10.4% | 25 8.7% | 13 4.5% | 9 3.1% | 63 21.9% | 288 |
| 業 種 別 | 製造業 | 79 65.3% | 31 25.6% | 31 25.6% | 25 20.7% | 27 22.3% | 19 15.7% | 14 11.6% | 9 7.4% | 5 4.1% | 3 2.5% | 20 16.5% | 121 |
| | 卸売業 | 66 59.5% | 27 24.3% | 23 20.7% | 21 18.9% | 19 17.1% | 20 18.0% | 9 8.1% | 14 12.6% | 5 4.5% | 4 3.6% | 27 24.3% | 111 |
| | 小売業 | 8 36.4% | 6 27.3% | 3 13.6% | 4 18.2% | 6 27.3% | 2 9.1% | 2 9.1% | 0 0.0% | 1 4.5% | 1 4.5% | 7 31.8% | 22 |
| | サービス業 | 15 44.1% | 6 17.6% | 5 14.7% | 10 29.4% | 5 14.7% | 3 8.8% | 5 14.7% | 2 5.9% | 2 5.9% | 1 2.9% | 9 26.5% | 34 |

4. 海外取引先・海外進出先の国を選んだ理由

次に、海外展開先を選定した第一番の理由を国別に聞いた結果は、図表4のとおりである。全体では、「市場規模（成長性も含めて）」が42.7%、「安価な労働力」が29.6%と、この2つの理由が大きな割合を占めている。

海外展開先第1位の中国では、他の国に比べて「安価な労働力」が46.6%と最も大きく、「市場規模（成長性も含めて）」の37.4%を上回っている。第2位の韓国、第3位の台湾はともに、「市場規模（成長性も含めて）」が4割台と最も大きく、「安価な労働力」は2割台にとどまる。

米国は、「市場規模（成長性も含めて）」が5割を占める一方、「安価な労働力」は19.0%と調査国中で最も低い割合となっている。ベトナムにおいては「優秀な人材」が11.1%と、他の国に比べて大きな割合となっているのが特徴である。

図表4 海外取引・海外進出先の国を選んだ理由

| | 市場規模 (成長性も 含めて) | 安価な 労働力 | 優秀な 人材 | インフラ が整備 | 投資に係る 優遇税制 | その他 |
|------|-----------------------|--------------|------------|-------------|---------------|-------------|
| 全 体 | 189 42.7% | 131 29.6% | 21 4.7% | 11 2.5% | 0 0.0% | 91 20.5% |
| 中 国 | 49 37.4% | 61 46.6% | 9 6.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 12 9.2% |
| 韓 国 | 22 42.3% | 12 23.1% | 1 1.9% | 3 5.8% | 0 0.0% | 14 26.9% |
| 台 湾 | 20 47.6% | 12 28.6% | 0 0.0% | 2 4.8% | 0 0.0% | 8 19.0% |
| 米 国 | 21 50.0% | 8 19.0% | 1 2.4% | 1 2.4% | 0 0.0% | 11 26.2% |
| 夕 伊 | 19 48.7% | 12 30.8% | 1 2.6% | 2 5.1% | 0 0.0% | 5 12.8% |
| ベトナム | 16 44.4% | 10 27.8% | 4 11.1% | 0 0.0% | 0 0.0% | 6 16.7% |

(単回答)

n

443

131

52

42

42

39

36

※不明は除く

5. 海外で開催される国際見本市に出展したい地域

どの地域で開催される国際見本市に出展したいかを聞いたところ、第1位は「アジア」地域が56.1%と最も大きな割合であり、第2位は「ヨーロッパ」地域が44.6%、第3位は「北米」が23.7%と続いている。

業種別にみると、サービス業は「アジア」が64.3%と特に高くなっている。また、小売業は、「ヨーロッパ」が53.3%と割合が高くなっている。

規模別にみると、小・中小・大規模は「アジア」が一番で、中規模は、「アジア」と「ヨーロッパ」がそれぞれ54.5%と同じ割合である。

図表5 国際見本市に出展したい地域

