

中小企業の海外進出とTPPに対する意識調査

昨年新内閣は、「強い経済」の実現に向けて「新成長戦略～『元気な日本』復活のシナリオ～」を策定し、この戦略を実行することによって「元気な日本」を復活させることを打出しました。このなかで政府はアジアを中心に、日本と世界とのヒト・モノ・カネの流れの障壁を除くことが、日本の成長につながると謳っています。

このような背景のもと、政府は2011年を「平成の開国元年」として企業の海外展開を支援するべく、TPP（環太平洋経済連携協定）への参加を検討しています。FTA（自由貿易協定）は特定の国との関税や企業への規制を取払い、モノやサービスの流通を自由に行えるようにする取決めであり、EPA（経済連携協定）は物流だけでなく、ヒトの移動、知的財産権の保護、投資など様々な協力や幅広い分野での連携です。

これに対してTPP（環太平洋経済連携協定）とは、モノやサービスの貿易自由化だけでなく、政府調達・貿易自由化・競争政策などの幅広い分野を対象とし、関税は例外なく10年以内にほぼ100%撤廃することが大原則の、多国間協定です。

そこで今回は、関西の中小企業は、海外展開とTPPへの参加をどのように考えているかについて、意識調査を実施いたしました。

調査要項

調査時点	平成23年3月上旬
調査対象企業	当金庫お取引先 1,951社（大阪府下ならびに尼崎市）
回答企業数	1,403 社
回答率	71.9%
調査方法	調査票郵送及び聞きとり調査

アンケートの内訳

業種別 従業員別	製造業	卸売業	小売業	飲食業	建設業	サービス業	運輸業	不動産業 その他	計(社)	構成比	累 構 成 比	計 比
1～4人	59	42	121	62	47	76	2	41	450	32.1%		32.1%
5～10人	107	59	46	23	83	59	22	18	417	29.7%		61.8%
11～20人	113	29	12	8	40	26	14	2	244	17.4%		79.2%
21～30人	40	13	8	9	19	18	10	3	120	8.6%		87.7%
31～50人	38	7	9	5	4	10	9	3	85	6.1%		93.8%
51～100人	18	8	7	5	3	6	8	0	55	3.9%		97.7%
101人以上	10	4	3	1	0	11	2	1	32	2.3%		100.0%
計(社)	385	162	206	113	196	206	67	68	1,403	100.0%		
構成比	27.4%	11.5%	14.7%	8.1%	14.0%	14.7%	4.8%	4.8%	100.0%			

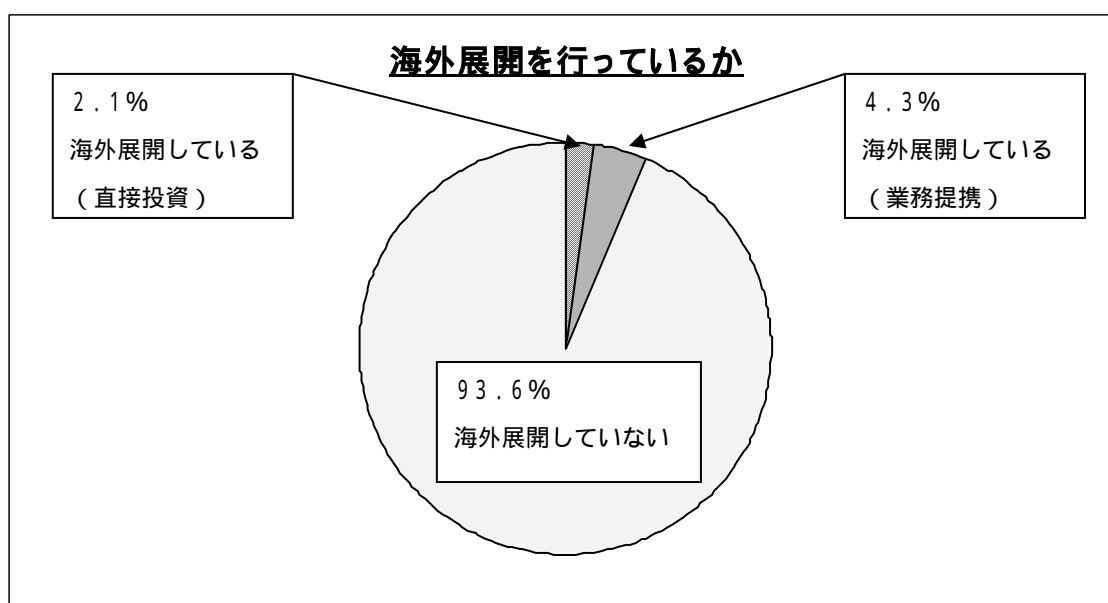
貴社は現在、海外展開（直接投資、海外企業との業務提携）を行っていますか？

有効回答企業数：1,365 社 回答方法：単純回答

「海外展開している（直接投資）」が 2.1%、「海外展開している（海外企業との業務提携）」が 4.3%、「海外展開していない」が 93.6%となりました。

現在、海外展開している企業（直接投資、海外企業との業務提携）は 6.4%に止まり、9割以上の中小企業は海外展開していないことがわかりました。

業種別に見ると、卸売業では海外展開している（直接投資、海外企業との業務提携）が 20.3%と最も高く、製造業が 11.2%と続きます。しかし他業種では、いずれも 3%以下に止まりました。



業種別海外展開の状況

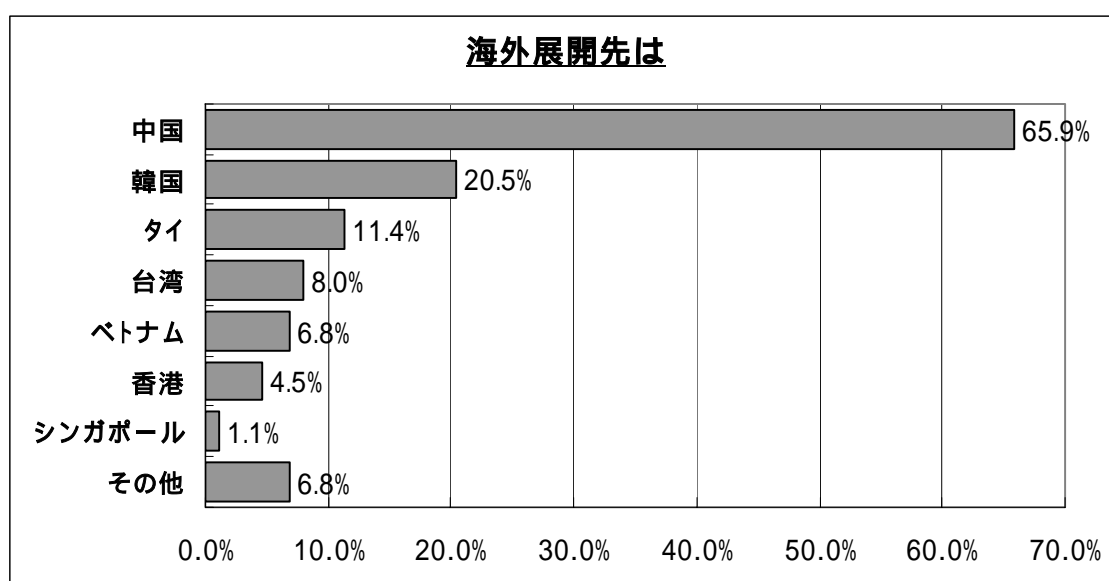
選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		飲食業		建設業		サービス業		運輸業		不動産業・その他	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
海外展開している（直接投資）	29	2.1%	13	3.5%	13	8.0%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.0%	0	0.0%	0	0.0%
海外展開している（海外企業との業務提携）	59	4.3%	29	7.7%	20	12.3%	3	1.5%	0	0.0%	2	1.1%	3	1.5%	2	3.0%	0	0.0%
海外展開していない	1,277	93.6%	334	88.8%	130	79.8%	197	98.0%	103	100.0%	188	98.9%	191	97.4%	64	97.0%	66	100.0%

どの国に海外展開していますか？

有効回答企業数：88社 回答方法：複数回答

「中国」が65.9%、「韓国」が20.5%、「タイ」が11.4%、以下「台湾」「ベトナム」「香港」「シンガポール」と続きます。

アジアを中心とした新興国市場が世界経済を牽引するなか、特に「中国」への海外展開を行っている事業者が多くを占めます。

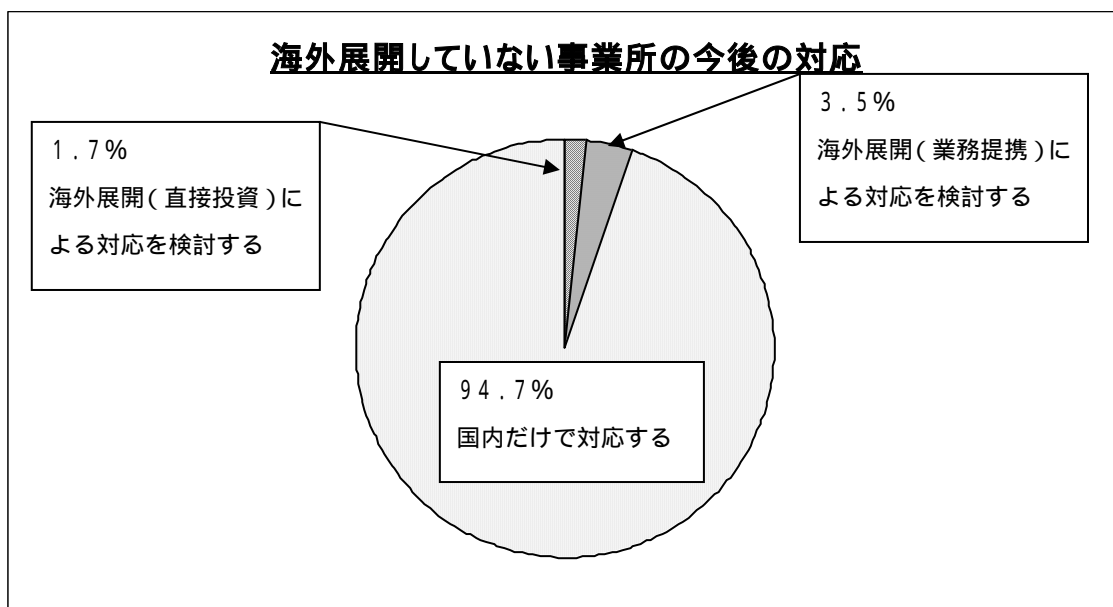


海外展開していない事業者は、今後どのように対応するのか？

有効回答企業数：1,277社 回答方法：単純回答

「海外展開（直接投資）による対応を検討する」が1.7%、「海外展開（海外企業との業務提携）による対応を検討する」が3.5%、「海外展開を行わず、国内だけで対応する」が94.7%となり、9割以上の中小企業は海外展開に消極的で、今後も国内だけで対応すると回答しています。

業種別に見ても、海外展開（直接投資、海外企業との業務提携）による対応を検討するのは、卸売業で11.6%、製造業で9.6%、不動産業で6.4%に止まり、他業種では4%未満となりました。



業種別の今後の対応

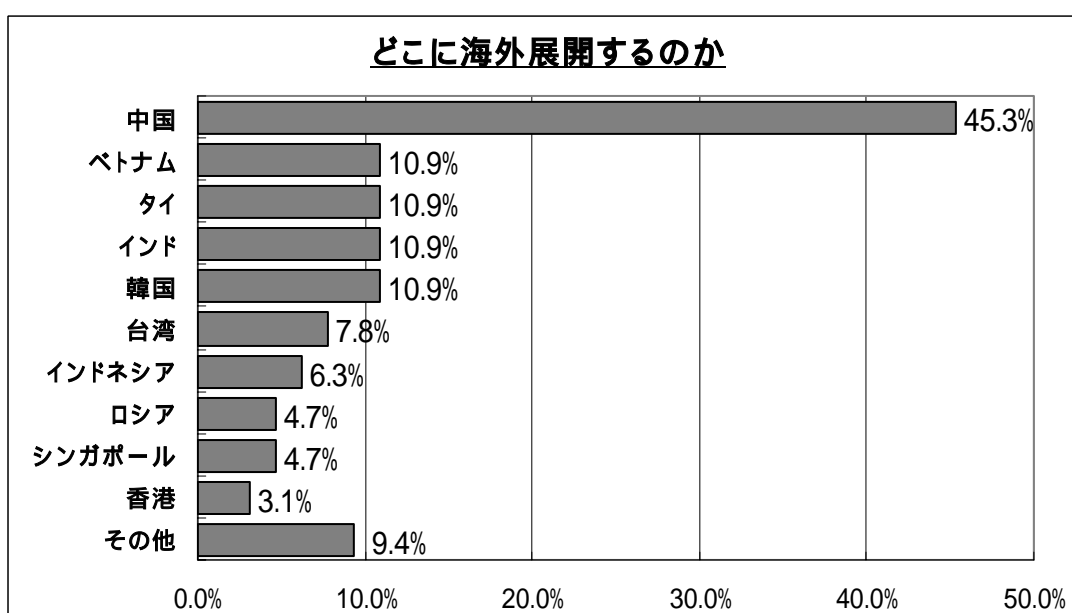
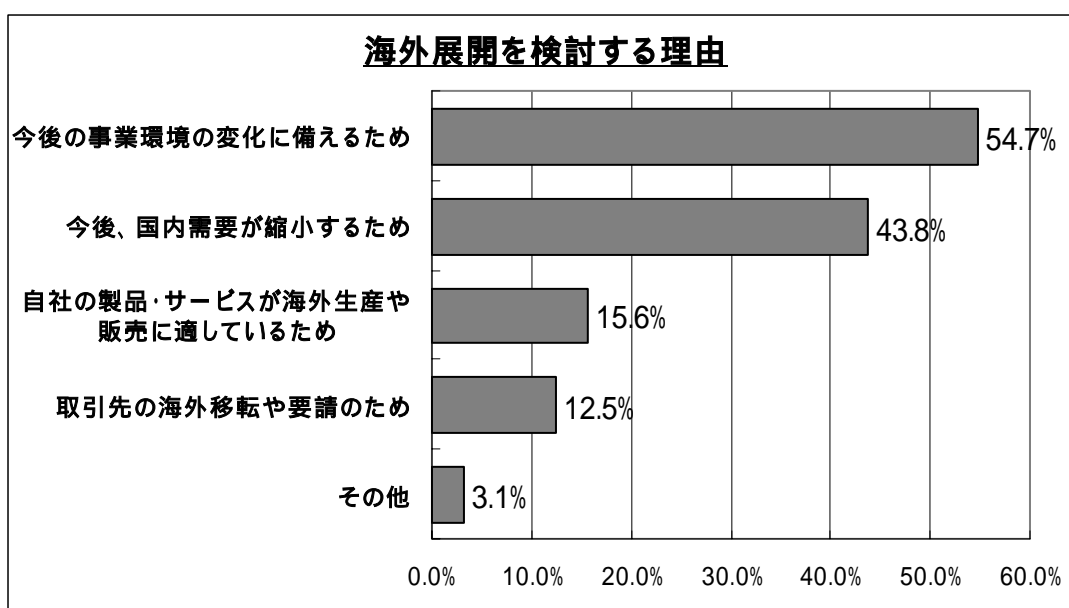
選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		飲食業		建設業		サービス業		運輸業		不動産業・その他	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
海外展開（直接投資）による対応を検討する	21	1.7%	10	3.1%	3	2.5%	2	1.1%	1	1.0%	0	0.0%	3	1.7%	0	0.0%	2	3.2%
海外展開（海外企業との業務提携）による対応を検討する	43	3.5%	21	6.5%	11	9.1%	2	1.1%	1	1.0%	1	0.6%	4	2.2%	1	1.6%	2	3.2%
海外展開を行わず、国内だけで対応する	1,150	94.7%	291	90.4%	107	88.4%	183	97.9%	95	97.9%	176	99.4%	173	96.1%	62	98.4%	59	93.7%

海外展開（直接投資、海外企業との業務提携）による対応を検討する理由は？

有効回答企業数：64社 回答方法：複数回答

「今後の事業環境の変化に備えるため」が54.7%、「今後、国内需要が縮小するため」が43.8%となり、「自社の製品・サービスが海外生産・販売に適しているため」が15.6%、「取引先の海外移転や要請のため」が12.5%と続きます。

事業者が海外展開を検討する主な理由は、国内需要の先細りや消費者の高齢化など、国内事業環境の急速な変化に対応することが主な要因ですが、国内大手企業の海外展開にもなって、その要請により海外展開を検討する事業者も見られます。今後の海外展開先は、「中国」が45.3%と突出して多く、「ベトナム」「タイ」「インド」「韓国」と続きました。



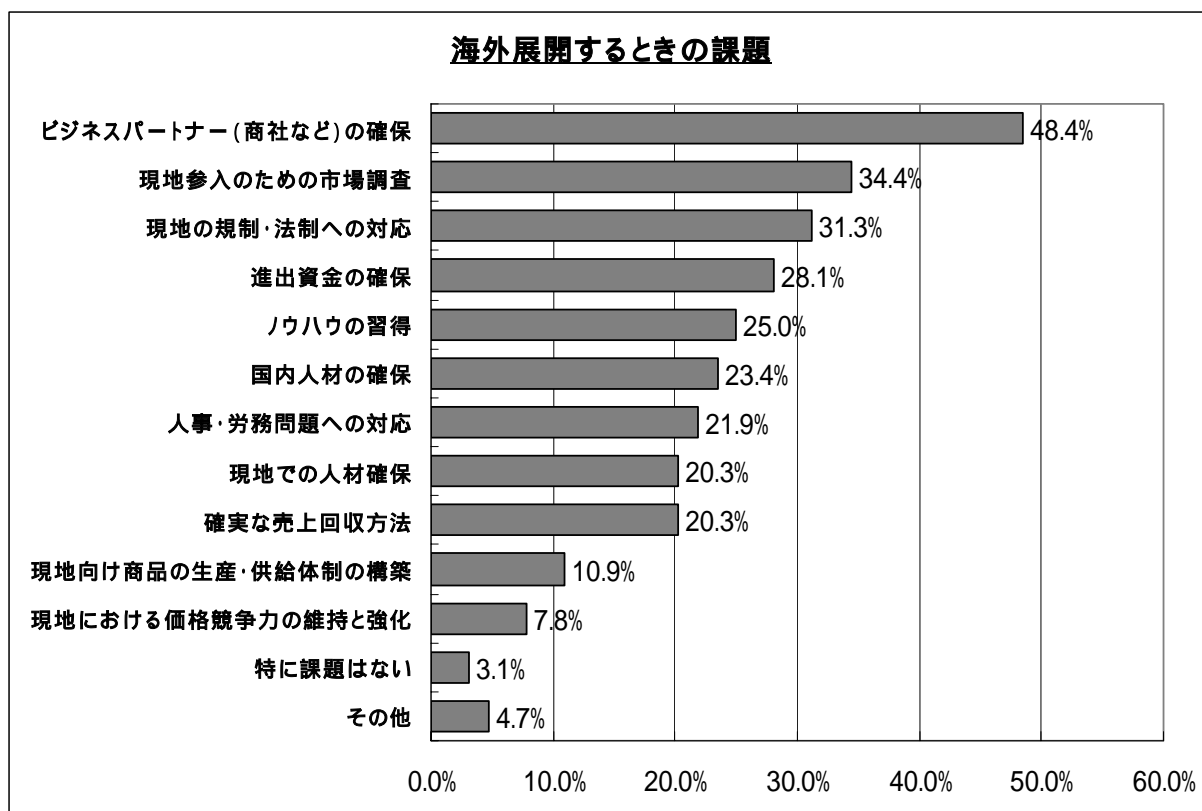
海外展開による対応を検討する事業者の課題は？

有効回答企業数：64社 回答方法：複数回答

「ビジネスパートナー（商社など）の確保」が48.4%と最も多く、「現地参入のための市場調査」が34.4%、「現地の規制・法制への対応」が31.3%、「進出資金の確保」が28.1%、「ノウハウの習得」が25.0%など、多くの課題が続きます。

中小企業は経営資源が少ないため、海外展開において商社などのパートナー（商社など）を最も必要とし、パートナーからの現地の情報（市場・規制・文化など）を活用して海外展開することを考えています。またパートナー企業を必要とする理由には、新興国では日本と違った商慣習や当局の規制がトラブルのもとになることが多く、自社だけで解決困難なトラブルに巻き込まれると、致命傷になりかねないと考えていることが背景にあります。

中小企業の海外展開には、ビジネスパートナー（商社など）を慎重に選び、このパートナーからの情報の確保が海外展開を成功させるために最も重要と思われます。



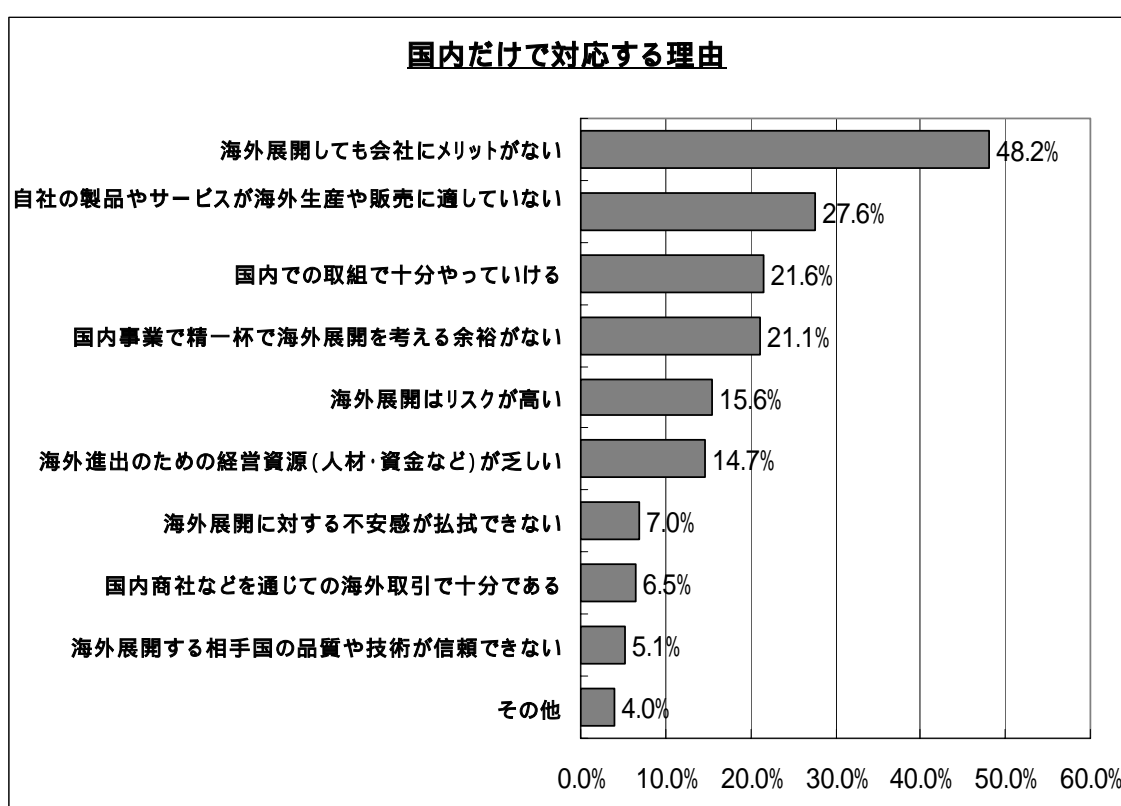
今後海外展開を行わず、国内だけで対応する理由は？

有効回答企業数：1,150社 回答方法：複数回答

「海外展開しても会社にメリットがない」が48.2%、「自社の製品やサービスが海外生産や販売に適していない」が27.6%、「国内での取組で十分やっていける」が21.6%、「国内事業で精一杯で海外展開を考える余裕がない」が21.1%と続きます。

事業者の大半は自社の製品やサービスが海外展開に適さずメリットが少ないために海外展開に消極的であることがわかります。

しかし一方では、「国内事業で精一杯で海外展開を考える余裕がない」や「海外進出のための経営資源（人材・資金など）が乏しい」にあるように、海外展開に必要な経営資源がある程度確保できれば、海外展開を検討する事業者もあると思われます。



国内で対応する理由（業種別）

選択項目	総計	製造業	卸売業	小売業	飲食業	建設業	サービス業	運輸業	不動産業
海外展開しても会社にメリットがない	48.2%	45.4%	47.7%	47.5%	50.5%	50.6%	45.1%	50.0%	59.3%
自社の製品やサービスが海外生産や販売に適していない	27.6%	23.0%	37.4%	27.3%	23.2%	34.1%	26.6%	25.8%	25.4%
海外展開する相手国の品質や技術が信頼できない	5.1%	10.7%	7.5%	1.6%	3.2%	4.0%	1.2%	1.6%	6.8%
国内での取組で十分やっていける	21.6%	26.5%	24.3%	15.3%	18.9%	20.5%	16.2%	27.4%	28.8%
海外展開はリスクが高い	15.6%	26.1%	17.8%	7.7%	11.6%	17.0%	9.2%	8.1%	13.6%
海外進出のための経営資源（人材・資金など）が乏しい	14.7%	23.0%	16.8%	3.8%	13.7%	18.2%	13.3%	9.7%	5.1%
国内事業で精一杯で海外展開を考える余裕がない	21.1%	24.7%	21.5%	15.8%	13.7%	32.4%	15.6%	14.5%	20.3%
海外展開に対する不安感が払拭できない	7.0%	10.7%	5.6%	5.5%	4.2%	9.1%	4.6%	0.0%	8.5%
国内商社などを通じての海外取引で十分である	6.5%	13.7%	13.1%	2.7%	1.1%	2.3%	4.0%	4.8%	1.7%
その他	4.0%	1.0%	1.9%	9.3%	4.2%	1.7%	6.4%	1.6%	8.5%

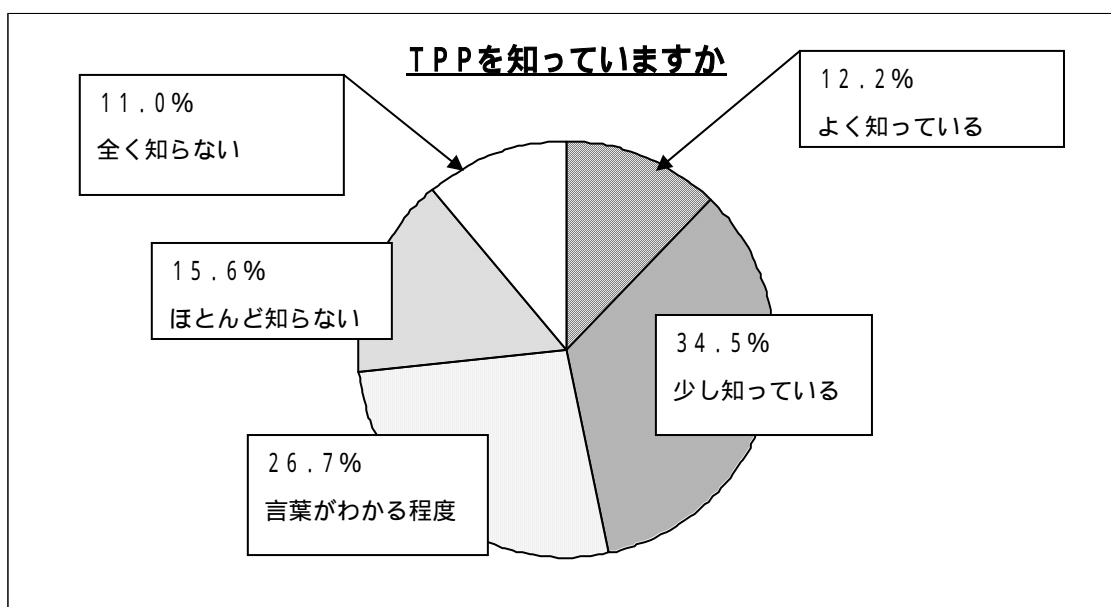
貴社はTPP（環太平洋経済連携協定）をご存知ですか？

有効回答企業数：1,341社 回答方法：単純回答

「よく知っている」が12.2%、「少し知っている」が34.5%となり、46.7%の事業者はTPPについて関心があります。

しかし、一方では「言葉がわかる程度」が26.7%、「ほとんど知らない」が15.6%、「全く知らない」が11.0%あり、半数以上の事業者はTPPについてあまり認知していないことがわかります。

業種別に見ると、「よく知っている」「少し知っている」が卸売業で57.2%、不動産業で55.2%、製造業で50.2%と他業種に比較して多い一方、「ほとんど知らない」「全く知らない」が飲食業で38.9%、サービス業で33.2%、小売業で30.3%となり、認知度が低いことがわかりました。



業種別TPPに対する認知度

選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		飲食業		建設業		サービス業		運輸業		不動産業・その他	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
よく知っている	163	12.2%	48	13.2%	22	13.7%	18	9.1%	11	10.7%	22	11.9%	23	11.9%	10	15.4%	9	13.4%
少し知っている	463	34.5%	135	37.0%	70	43.5%	60	30.3%	32	31.1%	57	30.8%	59	30.6%	22	33.8%	28	41.8%
言葉がわかる程度で知っている	358	26.7%	98	26.8%	41	25.5%	60	30.3%	20	19.4%	56	30.3%	47	24.4%	24	36.9%	10	14.9%
ほとんど知らない	209	15.6%	60	16.4%	18	11.2%	27	13.6%	18	17.5%	33	17.8%	37	19.2%	5	7.7%	11	16.4%
全く知らない	148	11.0%	24	6.6%	10	6.2%	33	16.7%	22	21.4%	17	9.2%	27	14.0%	4	6.2%	9	13.4%

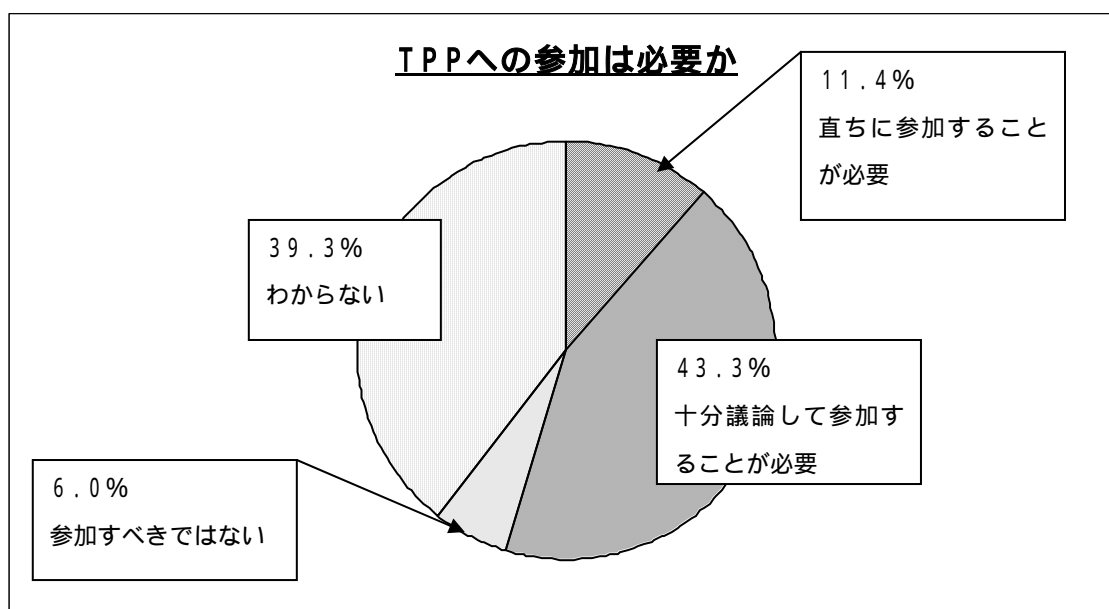
日本のTPPへの参加は必要ですか？

有効回答企業数：1,315社 回答方法：単純回答

「直ちに参加することが必要」が11.4%、「十分議論して参加することが必要」が43.3%となり、半数以上の事業者はTPPへの参加が必要と考えています。一方「参加すべきでない」は6.0%に止まりますが、「わからない」が39.3%あり、4割弱の事業者は参加か不参加か、判断に迷っています。

業種別に見ると、「直ちに参加することが必要」「十分議論して参加することが必要」は卸売業が65.2%、運輸業が64.6%、製造業が60.6%、サービス業が50.2%と続きます。

しかしどの業種でも「わからない」が比較的大きなウェイトを占め、TPPへの認知度が高い事業者ほど、TPPへの参加の必要性を感じる傾向にあります。



業種別TPPへの参加の必要性

選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		飲食業		建設業		サービス業		運輸業		不動産業・その他	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
直ちに参加することが必要	150	11.4%	45	12.6%	21	13.3%	20	10.3%	8	8.1%	19	10.4%	18	9.4%	10	15.4%	9	13.6%
十分議論して参加することが必要	569	43.3%	171	48.0%	82	51.9%	75	38.7%	36	36.4%	69	37.9%	78	40.8%	32	49.2%	26	39.4%
参加すべきではない	79	6.0%	19	5.3%	10	6.3%	13	6.7%	5	5.1%	11	6.0%	10	5.2%	5	7.7%	6	9.1%
わからない	517	39.3%	121	34.0%	45	28.5%	86	44.3%	50	50.5%	83	45.6%	85	44.5%	18	27.7%	25	37.9%

TPP認知度別TPPへの参加の必要性

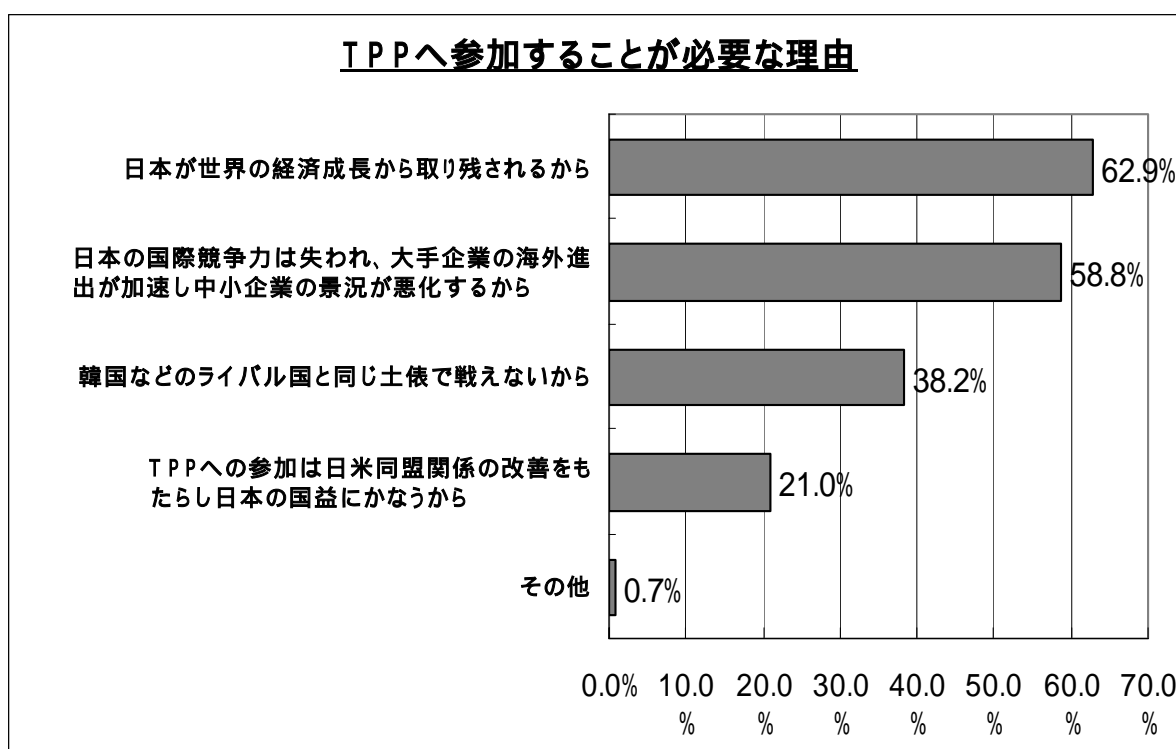
選択項目	総計		よく知っている		少し知っている		言葉がわかる程度		ほとんど知らない		全く知らない	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
直ちに参加することが必要	150	11.4%	63	38.7%	55	12.1%	27	7.7%	4	2.0%	0	0.0%
十分議論して参加することが必要	569	43.3%	82	50.3%	308	67.5%	162	46.0%	15	7.5%	1	0.7%
参加すべきではない	79	6.0%	8	4.9%	30	6.6%	29	8.2%	9	4.5%	2	1.4%
わからない	517	39.3%	10	6.1%	63	13.8%	134	38.1%	173	86.1%	135	97.8%

日本がTPPに参加することが必要な理由は？

有効回答企業数：719社 回答方法：複数回答

「日本が世界の経済成長から取り残されるから」が62.9%、「日本の国際競争力は失われ、大手企業の海外進出が加速し中小企業の景況が悪化するから」が58.8%、「韓国などライバル国と同じ土俵で戦えないから」38.2%と続きます。

事業者は、日本経済が世界の潮流から取り残されて国内景況が悪化することに大きな懸念を持っています。



調査を終えて

今回の調査では、調査対象事業者の9割は海外展開していないことが分かりました。

業種別に海外展開の状況を見ますと、卸売業・製造業でもそれぞれ20.3%、11.2%に止まります。また海外展開先では、新興国市場が世界経済を牽引するなか、特に「中国」が多くを占めました。

次に海外展開していない事業者の今後の対応についても、海外展開（直接投資・海外企業との業務提携）を検討する事業者はわずか5.2%に止まり、9割以上の中小企業は今後も国内だけで対応すると回答しています。業種別で見ても、卸売業で11.6%、製造業で9.6%に止まり、海外展開には消極的な姿勢がうかがえます。

また今後「海外展開を行わず国内だけで対応する」理由では、「海外展開しても会社にメリットがない」が48.2%と最も多く、次に「自社の製品やサービスが海外生産や販売に適していない」が27.6%、「国内での取組で十分やっていける」が21.6%、「国内事業で精一杯で海外展開を考える余裕がない」が21.1%と続きます。

このことから「国内だけで対応する」理由には、海外展開する必要性がないと考える事業者が最も多い回答でした。しかし一方で、「国内事業で精一杯で海外展開を考える余裕がない」が21.1%、「海外進出のための経営資源（人材・資金など）が乏しい」が14.7%とあることから、海外展開に必要な経営資源がある程度確保できれば、海外展開を検討する事業者もあると思われます。

次に事業者のTPPに対する認知度では46.7%の事業者は知っていますが、半数以上の事業者はあまり関心を示さない結果となりました。業種別に見ると、卸売業が57.2%、不動産業が55.2%、製造業が50.2%となり、これらの業種では他業種に比較して認知度は高い結果となりました。

また、日本のTPPへの参加の必要性については、半数以上の事業者はTPPへの参加が必要と考えています。しかし一方で、「わからない」が比較的大きなウェイトを占め、この傾向はTPPへの認知度が低い事業者ほど高くなっています。

政府はTPPについて事業者にもっとわかりやすく説明する機会を設けて、様々な事業分野におけるプラス・マイナスの影響について説明する必要があると思われます。

日本がTPPに参加することが必要な理由としては、TPPに参加しないと日本が世界の経済成長から取残される、あるいは日本が国際競争においてハンディキャップを背負い、そのことが中小企業の景況感に悪影響を及ぼすことを懸念しているものと思われます。