# 京都の中堅・中小企業におけるアジアビジネスの実態に関わる

# アンケート調査結果報告書

２００９年9月

京 都 商 工 会 議 所

# 目　次

１．調査概要・回答企業のプロフィール　・・・・・・・・・　1

２．アジアビジネスの取り組み状況
2-1．６割強の中堅･中小企業がアジアと取引あり　・・・・・・・　1
2-2．とくに製造業が活発、最大の相手国は中国　・・・・・・　2

３．アジア地域でのビジネス形態
3-1．輸出入を通じたビジネスがもっとも多い　・・・・・・・・　2
3-2．多様なビジネスが行われる中国、対中のみが輸入超　3
3-3．在阪企業と比較すると、現地進出は少ない　・・・・・・　3

４．アジアビジネスで得られた成果
4-1．９割を超える企業が成果があったと回答　・・・・・　4
4-2．成果を得た企業数、割合は中国で最多　・・・・・　4
4-3．期待はずれの最大は「海外市場の開拓･拡大」　・・・・・・　5

５．アジアとのビジネスの今後の意向
5-1．全体の約４割がアジアビジネスの拡大を志向　・・・・・　5
5-2．今後の重点地区は中国沿岸部　・・・・・・・・　6

６．　重点を置きたい地域での経営課題
6-1．事業の現地対応が大きな経営課題　・・・・・・・　6
6-2．重点を置きたい上位国での主な経営課題　・・・・・・・　7

７．京都商工会議所に期待する支援策　・・・・・・・・・・・　7

８．まとめ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　8

アンケート調査票　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　9

# 1. 調査概要・回答企業のプロフィール

1. 調査目的
アジアビジネスを行う会員企業（中堅・中小）に対する本所支援策充実の方向性を検討するための実態把握。

2. 調査対象
資本金3千万円以上、10億円未満の中堅・中小企業992社。

3. 調査方法
対象企業へ郵送にてアンケートを依頼し、ファックスにて回答を受け付けた。

4. 調査時期
2009年7月1日～7月31日

5. 回収状況
164社（16.5%）

6. 調査項目
・アジアビジネスの取り組み状況
・アジア地域でのビジネス形態
・アジアビジネスで得られた成果
・今後の意向（拡大 or 現状維持 or 縮小）
・重点地域での経営課題
・京都商工会議所に期待する支援策

図表1 回答企業の業種（合計164社）

| 製造業 | 76社 | 非製造業 | 86社 |
|---|---|---|---|
| 食料品 | 5社 | 建設業 | 12社 |
| 繊維製品 | 12社 | 情報通信業 | 13社 |
| 紙・パルプ関連 | 3社 | 運輸業 | 6社 |
| 化学 | 10社 | 服飾・繊維関連卸売 | 13社 |
| 金属製品 | 4社 | その他の卸売業 | 11社 |
| 業務用機械 | 5社 | 小売業 | 8社 |
| 電気機械 | 15社 | 個人向けサービス | 6社 |
| 印刷関連 | 5社 | 事業者向けサービス | 10社 |
| その他 | 17社 | その他 | 7社 |

図表2 従業員規模別の回答企業の分類

| | |
|---|---|
| 10人未満 | 12社 |
| 10人以上～30人未満 | 35社 |
| 30人以上～50人未満 | 19社 |
| 50人以上～100人未満 | 38社 |
| 100人以上～200人未満 | 28社 |
| 200人以上～300人未満 | 13社 |
| 300人以上～500人未満 | 7社 |
| 500人以上～1000人未満 | 4社 |
| 1000人以上 | 7社 |
| 未回答 | 1社 |
| 合　計 | 164社 |

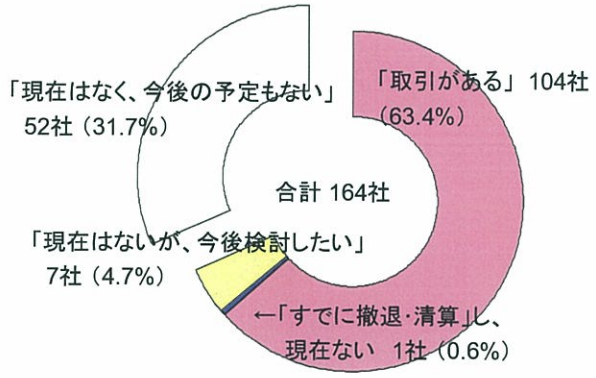
2. アジアビジネスの取り組み状況

# 2-1. 6割強の中堅・中小企業がアジアと取引あり

中国をはじめアジア諸国(11カ国＋その他)とのビジネスの実施状況を尋ねたところ、いずれかの国と「直接の取引がある」ないし「間接の取引がある（商社経由など）」と回答したのは63.4%。

規模が大きいほど、アジアとの取引のある企業が増える傾向にあり、資本金1億円以上では、81.4%が実施。「現在はないが、今後検討したい」企業は比較的、規模が小さいことから、本調査対象外の資本金3万円未満の企業で、アジアビジネスへの潜在ニーズがある可能性はある。

図表3 アジアビジネスの取り組み状況




図表4 資本金別の取り組み状況 （構成比）

| | 5千万円未満 | 5千万円以上 1億円未満 | 1億円以上 |
|---|---|---|---|
| 企業数（a） | 56社 | 64社 | 43社 |
| 取引がある（b）<br>取引実施率 （b÷a） | 31社<br>55.4% | 38社<br>59.4% | 35社<br>81.4% |
| 現在はないが、<br>今後検討したい | 3社 | 3社 | 1社 |
| 現在はなく、<br>今後の予定もない | 22社 | 22社 | 7社 |
| 既に撤退・清算し、<br>現在はない | | 1社 | |

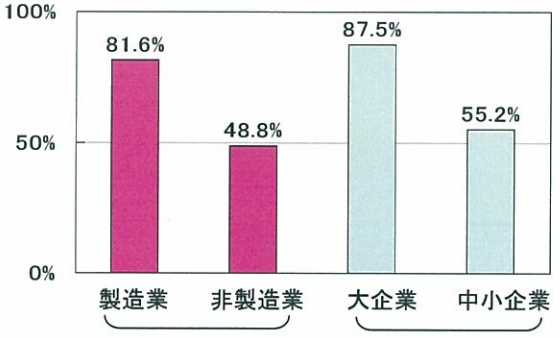
n=163(資本金について回答のあった企業)

# 2-2. とくに製造業が活発、最大の相手国は中国

京都の中堅･中小の製造業で、アジアとの取引を行う企業は81.6%。みずほ総合研究所の「アジアビジネスに関するアンケート調査」によると、全国の大企業の製造業で、アジアビジネスを行う企業は87.5%であり、京都の中堅･中小の実施率は、全国の大企業の水準に近い。

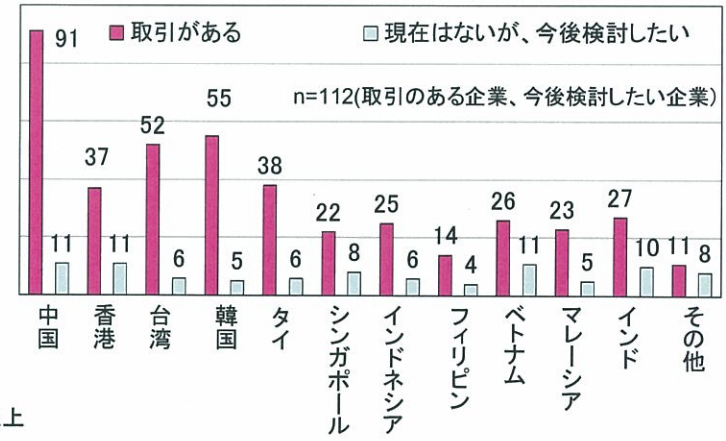
各国別の実施状況で、もっとも多い相手国が中国であり、アジアと取引のある企業104社のうち91社(87.5%)が、中国との取引がある。ベトナム、インドについては、現在は、取引がある企業は少ないものの、「現在はないが、今後検討したい」とする企業が相対的に多くなる。

図表5 業種別の取り組み状況




＊大企業は、資本金10億円以上

図表6 各国と取引を行う企業の数






# 3-1. 輸出入を通じたビジネスがもっとも多い

アジアで実施しているビジネス形態を尋ねたところ、「輸入を行っている(55.0%)」という回答がもっとも多く、次いで「輸出を行っている(45.0%)」、「現地法人がある(37.0%)」となっている。輸出入がビジネスの中心であるが、現地法人、駐在員事務所のいずれかで現地拠点を確保している企業は43.0%となっている(調査対象全体の26.2%)。

「輸入を行っている」が企業がもっとも多いが、1社当たりの相手国数では「輸出」が「輸入」を上回っており、全体的には輸出主導でビジネスが行われている。

図表7 アジアビジネスの実施形態 (複数回答)

| | 製造業 (n=61) | 非製造業 (n=39) | 全体 (n=100) | 実施率 |
|---|---|---|---|---|
| 現地法人がある(工場、店舗など) | 27社 | 10社 | 37社 | 37.0% |
| 駐在員事務所を設けている | 11社 | 4社 | 15社 | 15.0% |
| 委託加工を行っている | 13社 | 9社 | 22社 | 22.0% |
| 輸入を行っている | 34社 | 21社 | 55社 | 55.0% |
| 輸出を行っている | 36社 | 9社 | 45社 | 45.0% |
| 技術指導、ライセンス供与 | 6社 | 6社 | 12社 | 12.0% |
| 研究開発を行っている | 6社 | 0社 | 6社 | 6.0% |
| 研修生受け入れ、留学生採用 | 4社 | 4社 | 8社 | 8.0% |
| その他 | 0社 | 5社 | 5社 | 5.0% |

n=100(アジアと取引のある104社のうち、当設問に回答のあった企業)

両方もしくは、いずれかで現地拠点のある企業43社(43.0%)

輸入･輸出以外のビジネスのない企業35社(35.0%)

1社あたりの貿易相手国数

| | 輸入 | 輸出 |
|---|---|---|
| 製造業 | 1.18 | 2.82 |
| 非製造業 | 1.66 | 0.90 |
| 全体 | 1.37 | 2.07 |

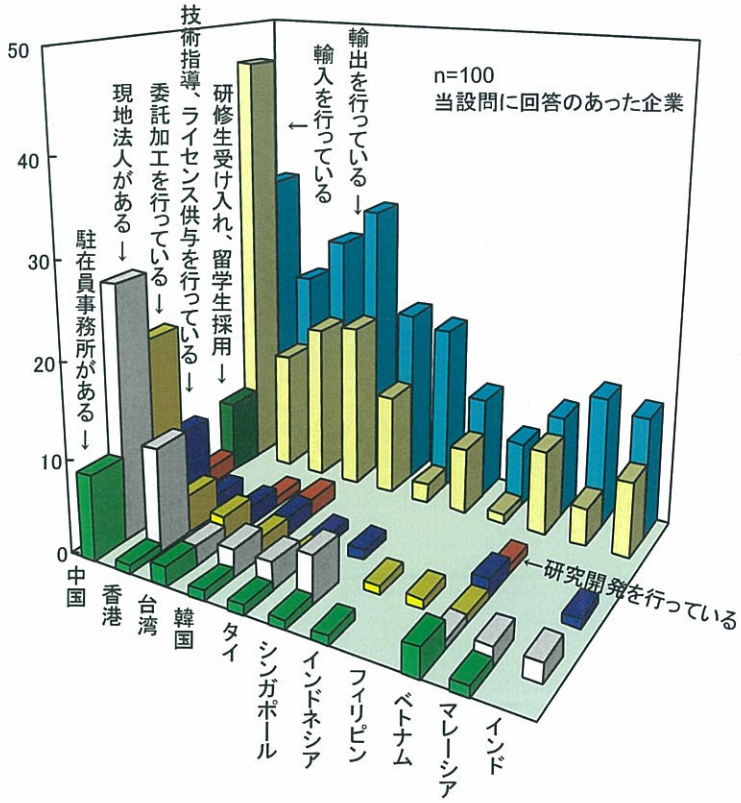
# 3-2. 多様なビジネスが行われる中国、対中のみが輸入超

それほど数は多くはないが、「研修生受け入れ」や「技術指導」、「研究開発」などが行われるなど、中国では多様なビジネス形態が実施され、すべてにおいて他国を上回っている。

中国以外の国に対しては「輸出」がもっとも多いビジネス形態であるが、中国に対しては「輸入」がもっとも多いビジネス形態となっている。

台湾、韓国など東アジアに比較して、ベトナム、シンガポール、タイなどを相手国とする企業は少ないものの、現地法人や駐在員事務所などを持つ企業の割合は、相対的に高くなっている。

図表８　国別で各ビジネス形態を実施する企業数






# 3-3. 在阪企業と比較すると、現地進出は少ない

大阪商工会議所では「在大企業の中国ビジネス実態についてのアンケート調査(2009年1月)」を行っている。参考までに、本調査結果と比較すると、中国とのビジネスにおいては、京都の中堅・中小企業は、在阪企業に比べて、現地拠点を持つ企業の割合は低く、一方で輸入を行う企業の割合が高く、研修生受け入れなどが低いという傾向が見受けられる。

図表９　中国でのビジネスの実施形態（複数回答）

| | 本調査 (n=86) | 大商調査 (n=109) |
|---|---|---|
| 現地法人がある(工場、店舗など) | 31.3% | 50.5% |
| 駐在員事務所を設けている | 10.4% | 20.2% |
| 委託加工を行っている | 23.5% | 23.9% |
| 輸入を行っている | 53.5% | 45.0% |
| 輸出を行っている | 37.2% | 36.7% |
| 技術指導、ライセンス供与 | 9.3% | 14.7% |
| 研究開発を行っている | 2.3% | − |
| 研修生受け入れ、留学生採用 | 9.3% | 17.4% |
| その他 | 2.3% | 8.3% |

本調査n=86：中国と取引のある91社のうち、当設問に回答のあった企業。

大商調査n=109：中国ビジネスに関心を持つ企業に対して行われたアンケート調査に対する回答企業。なお大商調査では、「研究開発」については調査されていない。

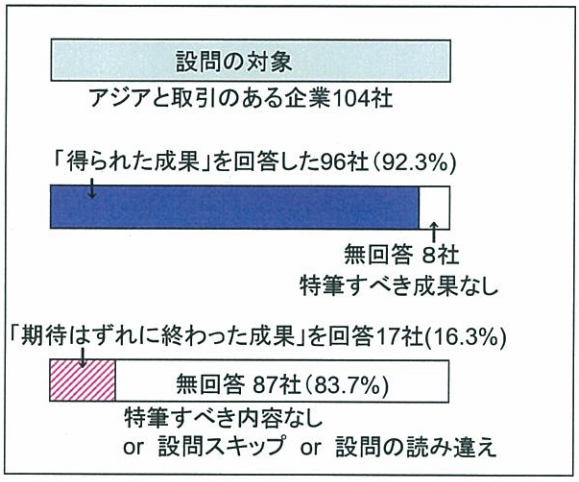
アンケートに先立って行った有識者へのヒアリングでは、重要性が高いと評価された項目

# 4-1. 9割を超える企業が成果があったと回答

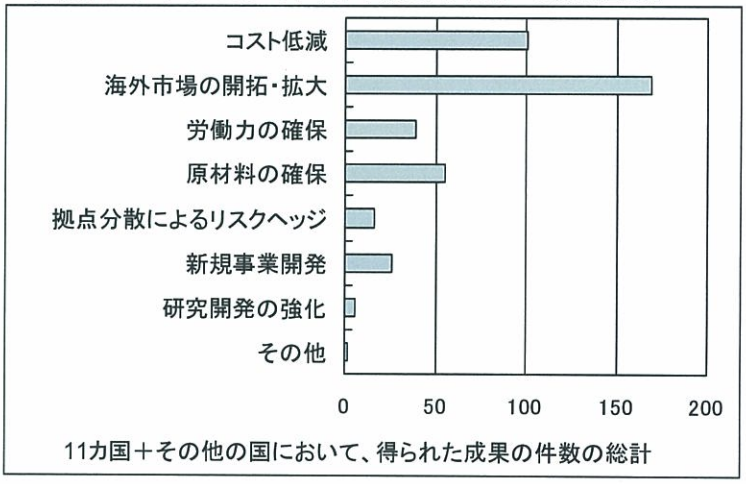
アジアで取引実績がある企業に対し、各国ごとに期待通りに「得られた成果」、逆に「期待はずれの成果に終わったこと」を尋ねたところ、「得られた成果」を回答した企業は92.3%で、「期待はずれに終わった成果」を回答した企業は16.3%にとどまった。回答結果を素直に受け止めれば、「成果は多く、期待はずれに非常に少なかった」ということになる。ただし「期待はずれに終わった成果」に対する回答はスキップされた可能性もある。

全体として見ると「海外市場の開拓・拡大」が最大の成果となっている。

図表10 アジアビジネスでの成果の有無




図表11 アジアビジネスでの成果の内容（複数回答）






# 4-2. 成果を得た企業数、割合は中国で最多

中国と取引のある企業のうち86.8%の企業が「期待通りの成果」を得られたと回答。中国では、「コストの低減」「原材料確保」での成果が、他国より明らかに多くなっている。

取引を行う企業数の多い国での方が、成果を得た企業の割合が高い傾向にある。

図表12 各国で期待通りに得られた成果（複数回答）

| n=96<br>アジアと取引のある104社のうち<br>当設問に回答のあった96社 | | 中国 | 香港 | 台湾 | 韓国 | タイ | シンガポール | インドネシア | フィリピン | ベトナム | マレーシア | インド | その他 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 各国と取引のある企業数(a) | | 91 | 37 | 52 | 55 | 38 | 22 | 25 | 13 | 26 | 22 | 27 | 11 |
| 成果があったと回答した企業数(b) | | 79 | 27 | 35 | 35 | 22 | 14 | 12 | 6 | 15 | 14 | 16 | 4 |
| 上記企業数の割合(%, b÷a) | | 86.8 | 73.0 | 67.3 | 63.6 | 57.8 | 63.6 | 48.0 | 46.1 | 57.8 | 63.6 | 59.3 | 36.4 |
| 得られた成果の内容 | コスト低減 | 50 | 10 | 14 | 6 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 1 | 3 | 0 |
| | 海外市場の開拓・拡大 | 34 | 18 | 22 | 24 | 15 | 13 | 6 | 4 | 8 | 11 | 12 | 2 |
| | 労働力の確保 | 16 | 1 | 1 | 5 | 4 | 3 | 0 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| | 原材料の確保 | 24 | 4 | 7 | 3 | 5 | 0 | 3 | 0 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| | 拠点分散によるリスクヘッジ | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 0 |
| | 新規事業の開発 | 12 | 2 | 2 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 2 | 0 |
| | 研究開発の強化 | 2 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | その他 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

# 4-3. 期待はずれの最大は「海外市場の開拓・拡大」

「期待はずれに終わった成果」については回答は少なかったものの、「海外市場の開拓・拡大」で多くなっている。

取引を行う企業数はそれほど多くないが、インドでの「期待はずれ」の割合が高い傾向にある。

図表13 各国で期待はずれに終わった成果（複数回答）

| n=17<br>アジアと取引のある104社のうち<br>当設問に回答のあった17社 | | 中国 | 香港 | 台湾 | 韓国 | タイ | シンガポール | インドネシア | フィリピン | ベトナム | マレーシア | インド | その他 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 各国と取引のある企業数(a) | | 91 | 37 | 52 | 55 | 38 | 22 | 25 | 13 | 26 | 22 | 27 | 11 |
| 期待はずれを回答した企業数(b) | | 8 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 1 | 2 | 6 | 0 |
| 上記企業数の割合（%，b÷a） | | 8.7 | 5.4 | 5.8 | 5.4 | 2.6 | 9.1 | 8.0 | 0.0 | 3.8 | 9.1 | 22.2 | 0.0 |
| 期待はずれの内容 | コスト低減 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | 海外市場の開拓・拡大 | 6 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 |
| | 労働力の確保 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 原材料の確保 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | 拠点分散によるリスクヘッジ | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 新規事業の開発 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| | 研究開発の強化 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | その他 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

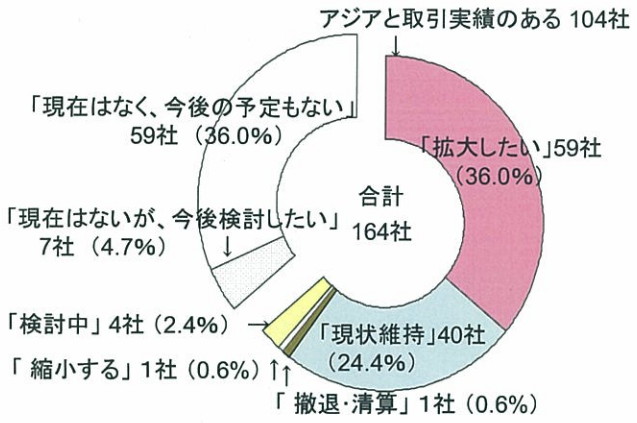
5. アジアとのビジネスの今後の意向

# 5-1. 全体の約4割がアジアビジネスの拡大を志向

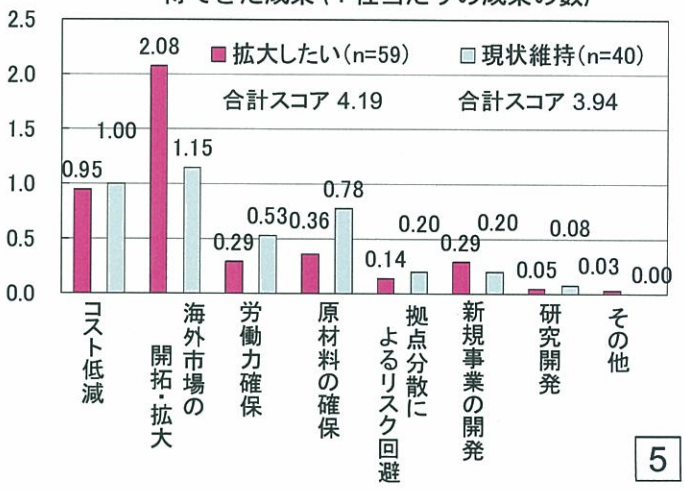
アジアビジネスの今後の意向を尋ねたところ、すでに実績のある企業では59社（全体の36.0%）から「拡大したい」、40社（同24.4%）からは「現状維持」という回答があった。「現在はないが、今後検討したい」という7社（同4.7%）を加えると、「拡大したい」企業は約4割になる。

「拡大したい」企業と、「現状維持」の企業が、これまでに得てきた成果（前述）を比較すると、「拡大したい」企業は、「海外市場の開拓・拡大」で相対的に大きな成果を得てきている。

図表14 アジアとのビジネスの今後の意向




図表15 「拡大したい」「現状維持」それぞれの企業が得てきた成果（1社当たりの成果の数）

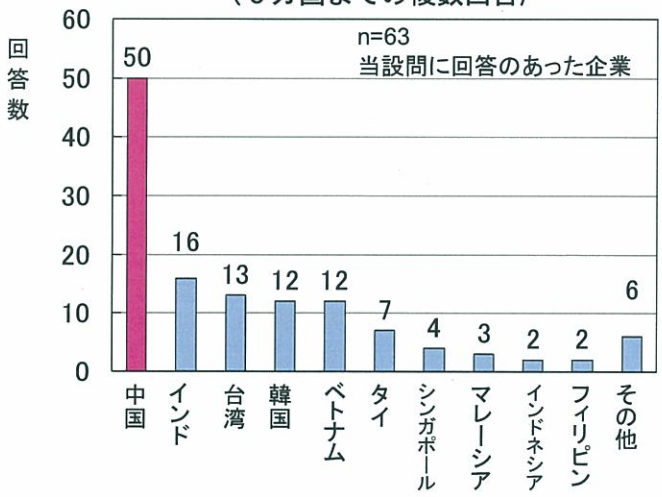


# 5-2. 今後の重点地区は中国沿岸部

今後どのような地域に重点を置きたいかを尋ねたところ、「中国」とする回答する企業が抜きん出て多く、次いで「インド」「台湾」と続いた。

中国に重点を置きたいと回答した企業に対しては、中国国内で重視したい地域を尋ねたが、「華東（上海、江蘇など）」「華南（広東、福健など）」などの沿岸部とする回答が多かった。

図表16 今後重点を置きたい地域
（３カ国までの複数回答）




図表17 中国で重点を置きたい地域（複数回答）

| 地　域 | 回答数 |
|---|---|
| 東北（遼寧、吉林、黒龍江など） | 4 |
| 華北（北京、天津、山東など） | 13 |
| 華東（上海、江蘇など） | 29 |
| 華南（広東、福建など） | 17 |
| 中部（安徽、江西など） | 1 |
| 西部（四川、重慶など） | 1 |

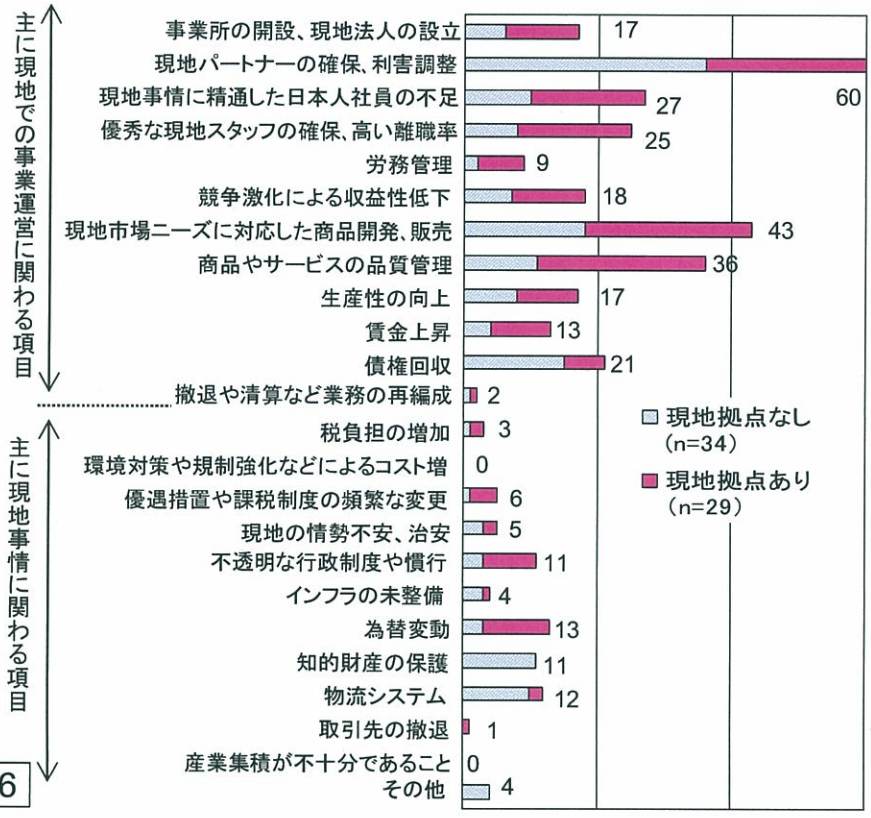
アンケートに先立って行った有識者へのヒアリングでは、今後とくに注視すべきだと指摘された地域

n=44：中国に重点を置きたいと回答した50社のうち「中国で重視したい地域」についての回答があった44社

6. 重点を置きたい地域での経営課題

# 6-1. 事業の現地対応が大きな経営課題

図表18 重点を置きたい地域での経営課題（５つまでの複数回答）




今後重点を置きたい地域での経営課題を尋ねたところ、「現地パートナーの確保、利害調整」、「現地市場ニーズに対応した商品開発、販売」、「商品やサービスの品質管理」など、事業の現地対応強化に関わる回答が多かった。

「為替変動」「物流システム」など現地事情に関わる項目を経営課題だとする回答も少なくなかったが、総じて、事業運営に関わる項目に対する回答が多かった。

n=63：アンケートでは、アジアビジネスを「拡大したい」企業に対して重点地域を尋ね、そこでの経営課題を尋ねるという構造になっているが、「現状維持」企業4社からの回答も含めた。

# 6-2. 重点を置きたい上位国での主な経営課題

図表19 重点を置きたい上位国での主な経営課題（５つまでの複数回答）

| 中国での経営課題の上位 （n=50） | 回答数 |
|---|---|
| ①現地パートナーの確保、利害調整 | 18 |
| ②商品やサービスの品質管理 | 15 |
| ③優秀な現地スタッフの確保、高い離職率 | 14 |
| ④現地市場ニーズに対応した商品開発、販売 | 13 |
| ⑤現地事情に精通した日本人社員の不足 | 12 |
| ⑥債権回収 | 11 |
| ⑥賃金上昇 | 11 |
| ⑧生産性の向上 | 9 |
| ⑧知的財産の保護 | 9 |
| ⑩事業所の開設、現地法人の設立 | 8 |
| ⑩不透明な行政制度や慣行 | 8 |
| ⑫労務管理 | 7 |
| ⑫競争激化による収益性低下 | 7 |

| 台湾での経営課題の上位 （n=14） | 回答数 |
|---|---|
| ①現地パートナーの確保、利害調整 | 8 |
| ②現地市場ニーズに対応した商品開発、販売 | 6 |
| ③商品やサービスの品質管理 | 4 |
| ④債権回収 | 3 |

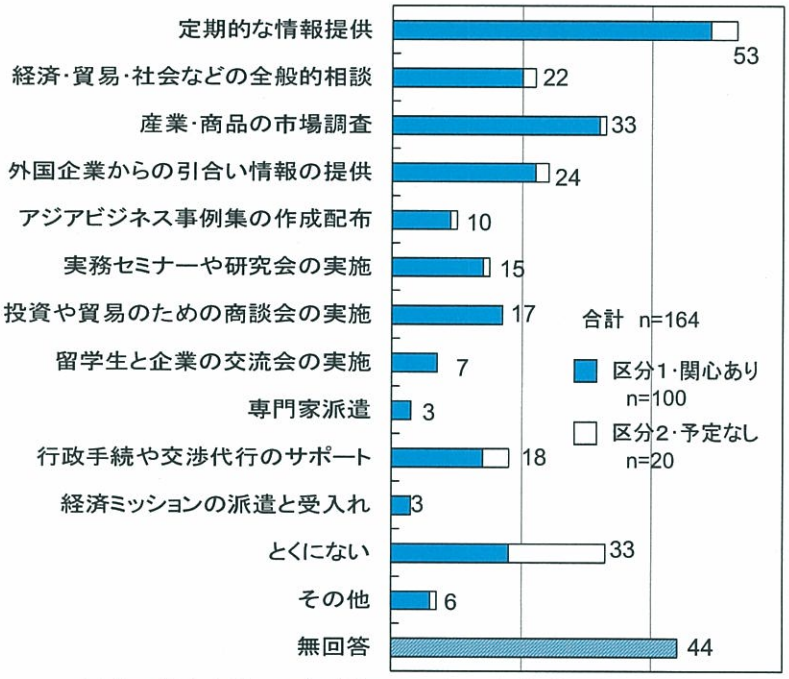
| インドでの経営課題の上位 （n=13） | 回答数 |
|---|---|
| ①現地パートナーの確保、利害調整 | 11 |
| ②現地市場ニーズに対応した商品開発、販売 | 6 |
| ③現地事情に精通した日本人社員の不足 | 3 |
| ③商品やサービスの品質管理 | 3 |

| 韓国での経営課題の上位 （n=10） | 回答数 |
|---|---|
| ①現地市場ニーズに対応した商品開発、販売 | 6 |
| ②現地パートナーの確保、利害調整 | 4 |
| ②商品やサービスの品質管理 | 4 |
| ④生産性の向上 | 3 |
| ④債権回収 | 3 |
| ④為替変動 | 3 |

| ベトナムの経営課題の上位 （n=10） | 回答数 |
|---|---|
| ①現地パートナーの確保、利害調整 | 6 |
| ①優秀な現地スタッフの確保、高い離職率 | 6 |
| ③商品やサービスの品質管理 | 5 |
| ④事業所の開設、現地法人の設立 | 4 |
| ⑤優秀な現地スタッフの確保、高い離職率 | 3 |

# 7. 京都商工会議所に期待する支援策

図表20 京都商工会議所への要望（３つまでの複数回答）




区分1･関心あり：アジアと「取引のある」企業、「現在はないが、今後検討したい」と回答した企業のうち、当設問に回答のあった100社。

区分2･予定なし：アジアとの取引は「現在もなく、今後の予定もない」と回答した企業のうち、当設問に回答のあった20社。

京都商工会議所に対して期待する施策を尋ねたところ、もっとも多かったのは「定期的な情報提供」であり、次いで「産業・商品の市場調査」「外国企業からの引き合い情報」と続いた。

実務への具体的なサポートよりも、むしろ商機の拡大に結びつく情報提供へのニーズが高いという傾向が見受けられた。

「とくにない」と回答した企業が33社、また「無回答」も44社あることから、アジアビジネスの支援という点で、京都商工会議所に期待していない企業も少なくない（なお164社のうち87社、５割強からは要望が寄せられている。）

# 8. まとめ

①京都の中堅・中小企業（以下、京都企業）の6割強が何らかの形でアジアとのビジネスに関わっており、とくに製造業は全国平均より積極的だと推測できる。そしてアジアビジネスの取り組む企業の9割超が、期待通りの成果があったとしている。

②これまで貿易中心に行われてきたが（在阪企業との比較）、グローバル化がさらに進むことは確実であり、また京都企業は「現地市場ニーズの合った商品開発、販売」を重視していることから、現地進出は今後も進む可能性がある。

③中国が最大の相手国で、これまでは生産拠点としての性格が強かった。今後も中国がもっとも重要な国と位置づけられており、中国の経済規模の大きさを勘案すると、中国での市場開拓・拡大はさらに重要になると考えられる。

④アジアでのビジネスを拡大したいという意向を持つ企業は全体の約4割で、拡大志向の強い企業は、これまでコスト削減成果よりも、より多くの市場開拓・拡大成果を得てきたという傾向がある。アジアでの市場開拓・拡大は、やはり企業の成長に非常に大きな条件のひとつになると思われる。

⑤事前に行った有識者インタビューでは、中国内陸部の有望性、留学生などとの人的交流の重要性が指摘されたが、アンケートの回答結果では、その点では大きな重点は置かれていない。中堅・中小企業にとっては、現状では、やはり高いハードルであると思われる。

⑥アジア地域での経営課題で、とくに多かったのが、現地パートナーの確保や利害調整、現地の市場ニーズに合った商品開発・販売であった。一方、行政制度などの現地情勢に関わる内容をあげる回答はさほど多くなかった。京都企業は、現地市場への適応を重視する姿勢が強いことが伺える。

⑦京都商工会議所に対しては、具体的かつ実務的なサポートへの要望はあったものの、むしろ幅広い情報提供への要望が多かった。

参考：調査票

京都商工会議所企画室宛（FAX　０７５-２５５-１９８５）

## 京都企業のアジアビジネスの実態にかかわるアンケート調査

（2009年7月）

貴社のアジア地域でのビジネス展開について、下記の質問事項にご回答のうえ、FAXにてご返信いただけますようご協力よろしくお願いいたします。

**問１　貴社のアジア地域でのビジネス取り組み状況をお伺います。**

中国をはじめアジア諸国と関係において、貴社のビジネスにおいて実施されているもののすべてについて、それぞれの□のなかに「√」を記入してください。

| | 中国 | 香港 | 台湾 | 韓国 | タイ | シンガポール | インドネシア | フィリピン | ベトナム | マレーシア | インド | その他 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 直接の取引がある | | | | | | | | | | | | |
| 間接の取引がある（商社経由のアジア製品の仕入れ、販売など） | | | | | | | | | | | | |
| 現在はないが、今後検討したい | | | | | | | | | | | | |
| 現在はなく、今後の予定もない | | | | | | | | | | | | |
| すでに撤退、清算した | | | | | | | | | | | | |

**問２　貴社のアジア地域でのビジネス形態についてお伺いします。**

貴社が現在、アジア地域でビジネスを行われている場合、どのような形態で行われていますか。該当するものにすべてについて、□のなかに「√」を記入してください

| | 中国 | 香港 | 台湾 | 韓国 | タイ | シンガポール | インドネシア | フィリピン | ベトナム | マレーシア | インド | その他 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 現地法人がある（工場、店舗など） | | | | | | | | | | | | |
| 駐在員事務所を設けている | | | | | | | | | | | | |
| 委託加工を行っている | | | | | | | | | | | | |
| 輸入を行っている | | | | | | | | | | | | |
| 輸出を行っている | | | | | | | | | | | | |
| 技術指導、ライセンス供与を行っている | | | | | | | | | | | | |
| 研究開発を行っている | | | | | | | | | | | | |
| 研修生受け入れ、留学生採用 | | | | | | | | | | | | |
| その他 | | | | | | | | | | | | |

**問３　アジア地域でのビジネスから得られた成果についてお伺いします。**

貴社が、アジア地域でビジネスを行われている（ないし過去に経験された）場合、どのような成果を獲得されましたか。期待通りに得られた成果について、各国ごとで□のなかに○を記入してください。逆に期待はずれの成果に終わったことはありますか。その場合は、□のなかに×を記入してください。

＊ すべての国について、ご回答いただく必要はございません。

| 成果が得られた項目には「○」<br>期待はずれに終わった項目には「×」 | 中国 | 香港 | 台湾 | 韓国 | タイ | シンガポール | インドネシア | フィリピン | ベトナム | マレーシア | インド | その他 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| コスト低減 | | | | | | | | | | | | |
| 海外市場の開拓・拡大 | | | | | | | | | | | | |
| 労働力の確保 | | | | | | | | | | | | |
| 原材料の確保 | | | | | | | | | | | | |
| 拠点分散によるリスクヘッジ | | | | | | | | | | | | |
| 新規事業の開発 | | | | | | | | | | | | |
| 研究開発の強化 | | | | | | | | | | | | |
| その他（　　） | | | | | | | | | | | | |

**問４　アジアとのビジネスの今後のご意向をお伺いします。**

貴社のアジア地域でのビジネスについて、今後の方向性についてお聞かせください。１～５から選択し、○を記入してください。

1. 拡大したい（または新規参入）
2. 現状維持
3. 縮小する
4. 撤退・清算する
5. 検討中

「1.拡大したい(または新規参入)」を選択された場合、どの地域に大きな重点を置きたいかについて、ご回答ください。ａ～ｌのうち３ケ国まで○を記入してください。

ａ．中国　b．香港　c．台湾　d．韓国　e．タイ
f．シンガポール　g．インドネシア　h．フィリピン　i．ベトナム
j．マレーシア　k．インド　l．その他（　　）

「a.中国」を選択された場合で、とくに重視したいとお考えの地域があれば、ご回答ください。

・東北（遼寧、吉林、黒龍江など）・華北（北京、天津、山東など）　・華東（上海、江蘇など）
・華南（広東、福建など）　・中部（安徽、江西など）　・西部（四川、重慶など）

**問５　大きな重点を置きたい地域での経営課題についてお伺いします。**

問４でアジア地域でのビジネスを「1.拡大したい」と回答された企業への質問です。

アジア地域で取引を行う場合、とくに大きな経営課題だとお考えのものは何でしょうか。問４で「大きな重点を置きたい」とお答えになった国において、大きな経営課題だとお考えのものを、最大で５つまでを選択し、□のなかに「√」を記入してください。

＊ すでに各国でのビジネスを展開されている場合は、その経験の中からご回答ください。
＊ 今後のビジネスを検討されている国については、懸念事項としてご回答ください。

| 問４で選択されたａ～ｌの国名をご記入ください。 | 今後大きな重点を置きたい国 | | |
|---|---|---|---|
| | 各国につき最大５つまでを選択ください | | |
| 事業所の開設、現地法人の設立 | | | |
| 現地パートーナーの確保、利害調整 | | | |
| 現地事情に精通した日本人社員の確保 | | | |
| 優秀な現地スタッフの確保、高い離職率 | | | |
| 労務管理 | | | |
| 競争激化による収益性の低下 | | | |
| 現地ニーズに対応した商品の開発、販売 | | | |
| 商品やサービスの品質管理 | | | |
| 生産性の向上 | | | |
| 賃金の上昇 | | | |
| 債権の回収 | | | |
| 撤退や清算など業務の再編成 | | | |
| 税負担の増加 | | | |
| 環境対策など規制強化によるコストの増加 | | | |
| 優遇措置や課税制度の頻繁な変更 | | | |
| 現地の政情不安、治安 | | | |
| 不透明な行政制度や慣行 | | | |
| インフラの未整備 | | | |
| 為替変動 | | | |
| 知的財産の保護 | | | |
| 物流システム | | | |
| 取引先の撤退 | | | |
| 産業集積が不十分であること | | | |
| その他（　　） | | | |
| その他（　　） | | | |

**問６　京都商工会議所の支援施策にあり方についてお伺いします。**

貴社がアジア地域でのビジネスを展開ないし検討されるにあたり、どのような分野でのサポートを期待されますか。とくに重要だとお考えのものを３つまで選択し、○をご記入ください。

| | |
|---|---|
| １．定期的な情報提供 | ２．経済･貿易･社会などの全般的相談 |
| ３．産業・商品などの市場調査 | ４．外国企業からの引き合い情報の提供 |
| ５．アジアビジネス事例集の作成･配布 | ６．実務セミナーや研究会の実施 |
| ７．アジアで開催される商談会の案内 | ８．留学生と企業の交流会の実施 |
| ９．専門家派遣 | 10．行政手続きや交渉代行のサポート |
| 11．経済交流ミッションの派遣と受入れ | 12．とくにない |
| 13．その他（　　） | |

**問７　アジアビジネスで、ご意見ご要望がございましたら、ご自由に記述ください。**

| |
|---|
| |

**問８ 貴社の概要についてお伺いします。**

本アンケート調査のご回答内容に関して、後日再確認させていただく場合がございますので、貴社の概要とあわせて、ご回答者のご連絡先の記入をお願いします。

| | |
|---|---|
| 貴社名 | 主要取扱商品 |
| 資本金　　円 | 従業員数　　人 |
| ご担当者の氏名 | 部門･役職名 |
| 電話 | e-mail アドレス |

ご協力ありがとうございました。

お問い合わせ先　京都商工会議所 専務理事付 政策スタッフ　中野（075-212-6424）

**京都の中堅・中小企業におけるアジアビジネスの実態に関わる**
**アンケート調査結果報告書**

発　行　日：２００９年９月２９日
編集・発行：京都商工会議所 企画室
〒604-0862　京都市中京区烏丸夷川上ル
TEL:075-212-6424　FAX:075-255-1985
E-Mail:kikaku@kyo.or.jp
発　行　人：京都商工会議所　専務理事　奥原恒興
印　　刷：(株)今井プリント