

「中堅・中小企業の外需開拓に関するアンケート調査」の結果について**【お問合先】**

大阪商工会議所 経済産業部 (近藤・伊藤)

Tel：06-6944-6304

<概要>

- 大阪など近畿2府5県の17商工会議所で構成する「“新しい外需”開拓研究会」(事務局：大阪商工会議所)は、中堅・中小企業の外需開拓に関する取り組み実態や施策ニーズを把握するため、標記調査を7月下旬から8月上旬に実施した。調査対象は、「“新しい外需”開拓研究会」メンバー会議所の会員企業6,503社で、有効回答数は757社(有効回答率11.6%)。
- この結果、中堅・中小企業においても、わが国経済の生命線とされる外需の開拓を進めており、これによる企業業績の拡大を見込んでいることが明らかとなった。
- 同研究会では、今後この調査結果をもとに、中堅・中小企業の外需開拓を支援するために必要な政策提言やセミナーの開催、先進事例集の作成などを行う予定。

<調査結果のポイント>**問1. 外需開拓への取り組み状況について (資料1の1～2ページ)****～約半数の中堅・中小企業がアジア新興国市場などに触手～**

- アジアの新興国市場などへの参入状況については(単数回答)、約半数の中堅・中小企業が既に展開または計画・意欲があると回答。このうち、既に「展開している」は約3割(30.5%)を占めた。また、「まだ展開していないが、展開する具体的な計画がある」または「展開する意欲はある」との回答は、合わせて2割弱(18.4%)。
- アジアの新興国などからの訪日外国人を対象にしたビジネスの実施状況については(単数回答)、約2割が既に展開または計画・意欲があると回答。このうち、既に「展開している」は4.6%、「まだ展開していないが、展開する具体的な計画がある」または「展開する意欲はある」との回答は合わせて1割台半ば(15.3%)。

問2. 外需開拓ビジネスのターゲットについて (資料1の2～3ページ)**～現在・今後とも中国の需要取り込みがトップ～**

- 既に外需開拓ビジネスを展開中の企業の主要ターゲットについては(複数回答)、「中国」をあげる企業が、法人向け事業(65.2%)、個人消費者向け事業(24.8%)ともにトップ。
- 今後のターゲットについても「中国」との回答が最も多い。

問3. 外需開拓ビジネスの課題について (資料1の3ページ)**～多くの企業で販路開拓やニーズ把握が課題～**

- アジアの新興国市場参入に際しての課題は(3項目以内複数回答)、「現地における販路開拓」が3割以上(34.5%)で最多。

- また、訪日外国人向けビジネス実施に際しての課題は（3項目以内複数回答）、「製・商品、サービスのニーズ把握」との回答が4割弱（38.5%）。

問4. 外需開拓ビジネスに取り組んだ場合の売上予想について（資料1の4ページ）

～外需開拓により1.5倍の売り上げ増を予想する企業が4分の1～

- 外需開拓ビジネスを今後展開する計画がある企業に対し、当該ビジネスを展開しなかった場合の3年後の売上を100と仮定して、展開した場合の売上予想を尋ねたところ（単数回答）、「150以上」との回答が4分の1（25.0%）にのぼった。
- また、伸び率に関わらず売上が増加すると予想する企業は合計8割（80.0%）を占めた。

問5. 日本の製・商品やサービスの強みについて（資料1の4ページ）

～不良品・故障の少なさが最多～

- アジアの新興国市場などの開拓に際しての、日本の製・商品やサービスの強みについては（3項目以内複数回答）、「製・商品の不良品・故障の少なさ」が6割以上（62.7%）でトップ。

以 上

＜添付資料＞ 資料1：「中堅・中小企業の外需開拓に関するアンケート調査」結果概要
資料2：「中堅・中小企業の外需開拓に関するアンケート調査」結果集計表

「中堅・中小企業の外需開拓に関するアンケート調査」結果概要

“新しい外需”開拓研究会
(事務局：大阪商工会議所)

＜調査概要＞

- 調査の目的：中堅・中小企業の外需開拓に関する取り組み実態や施策ニーズを把握し、商工会議所事業の基礎データとするため
 - 調査対象：近畿2府5県の商工会議所で構成する「“新しい外需”開拓研究会」メンバー17会議所の会員企業6,503社
 - 調査実施会議所：大津、紀州有田、岸和田、京都、神戸、堺、龍野、敦賀、豊中、奈良、西宮、彦根、三木、守口門真、大和高田、和歌山、大阪
 - 調査期間：平成22年7月26日～8月6日
 - 調査方法：調査票の発送・回収ともにFAX
 - 有効回答数：757社（有効回答率11.6%）
- ※ 中小企業の定義は以下のとおりとする（中小企業基本法より）。
「製造業その他」は資本金3億円以下、「卸売業」は資本金1億円以下、「小売・サービス業」は資本金5千万円以下
- ※ 消費者の所得層の定義は以下のとおりとする（平成22年版通商白書より）。
「低所得層」は世帯年間可処分所得が5,000ドル未満、中間層は世帯年間可処分所得が5,000ドル以上35,000ドル未満、富裕層は世帯年間可処分所得が35,000ドル以上

＜調査結果のポイント＞

問1. 外需開拓への取り組み状況について

(1) アジアの新興国などの市場でのビジネスの展開状況【表1-(1)】

～約半数の中堅・中小企業がアジア新興国市場などに触手～

- アジアの新興国などの市場に参入して、ビジネスを展開しているかどうかを尋ねたところ（単数回答）、約半数の中堅・中小企業が既に展開または計画・意欲があると回答した。このうち、既に「展開している」との回答は約3割（30.5%）を占めた。また、「まだ展開していないが、展開する具体的な計画がある」または「展開する意欲はある」との回答は、合わせて2割弱（18.4%）であった。
- 業種別にみると、「展開している」との回答は、製造業で4割以上（43.5%）を占めた。一方、卸売・小売・サービス業など非製造業でも約2割（20.9%）みられた。
- 企業規模別では、「展開している」との回答は、中堅企業で4割弱（38.6%）、中小企業でも3割弱（28.7%）となった。

(2) 訪日外国人をターゲットにしたビジネスの展開状況【表1-(2)】

～約2割が既に展開または計画・意欲あり～

- アジアの新興国などからの訪日外国人をターゲットにしたビジネスを展開しているかどうかを尋ねたところ（単数回答）、約2割が既に展開または計画・意欲があると回答した。ただし、このうち既に「展開している」企業は一桁（4.6%）にとどまった。他方、「まだ展開していないが、展開する具体的な計画がある」または「展開する意欲はある」との回答は、合わせて1割台半ば（15.3%）となった。

問2. 外需開拓ビジネスのターゲットについて

(1) 個人消費者向けビジネスについて

～現在・今後とも中国の富裕層・中間層向けが主なターゲット～

(i) 既に市場参入している場合のターゲット【表2-(1)-(i)①、②】

- 問1(1)(2)のいずれかで、「外需開拓ビジネスを展開している」と回答した企業のうち、個人消費者向けビジネスを実施している場合に、ターゲットとしている「国・地域」と「消費者の所得層」を尋ねた（複数回答）。
- 「国・地域」についてみると、「中国」との回答が約4分の1（24.8%）を占め、「台湾・香港」（14.0%）、「韓国」（13.6%）が続いた。
- 「国・地域」別に「消費者の所得層」をみると、「中国の富裕層」（18.4%）が2割弱となり、「中国の中間層」（16.8%）、「台湾・香港の富裕層」（11.6%）、「韓国の富裕層」（10.8%）が続いた。

(ii) 今後市場参入を希望している場合のターゲット【表2-(1)-(ii)①、②】

- 問1(1)(2)のいずれかで、「外需開拓ビジネスを展開している」または「展開する計画や意欲がある」と回答した企業のうち、個人消費者向けビジネスの実施を予定している場合に、ターゲットにしたい「国・地域」と「消費者の所得層」を尋ねた（複数回答）。
- 「国・地域」についてみると、「中国」との回答が4分の1以上（27.3%）を占め、「台湾・香港」（15.0%）、「韓国」（11.3%）が続いた。
- 「国・地域」別に「消費者の所得層」をみると、「中国の富裕層」が約2割（20.6%）となり、「中国の中間層」（15.3%）、「台湾・香港の富裕層」（12.8%）が続いた。

(2) 法人向けビジネスについて

(i) 既に市場参入している場合のターゲット【表2-(2)-(i)①、②】

～約3分の2が中国企業をターゲットに～

- 問1(1)(2)のいずれかで、「外需開拓ビジネスを展開している」と回答した企業のうち、法人向けビジネスを実施している場合に、ターゲットとしている「国・地域」と「企業種別」を尋ねた（複数回答）。
- 「国・地域」についてみると、「中国」をあげる企業が約3分の2（65.2%）を占め、「台湾・香港」（39.2%）、「韓国」（39.2%）、「タイ」（31.6%）との回答もそれぞれ3割を超えた。
- 「国・地域」別に「企業種別」をみると、「中国の地場企業」（45.2%）との回答

が最も多く、「中国の日系企業」(42.8%)が続いた。「韓国の地場企業」(35.2%)、「台湾・香港の地場企業」(33.2%)との回答も比較的多くみられた。

(ii) 今後市場参入を希望している場合のターゲット【表2-(2)-(ii)①、②】
～中国のほかインドや台湾・香港、ベトナムへの関心も高い～

- 問1(1)(2)のいずれかで、「外需開拓ビジネスを展開している」または「展開する計画や意欲がある」と回答した企業のうち、法人向けビジネスの実施を予定している場合に、ターゲットにしたい「国・地域」と「企業種別」を尋ねた(複数回答)。
- 「国・地域」についてみると、「中国」が約4割(39.6%)となり、「インド」(25.8%)、「台湾・香港」(25.3%)、「ベトナム」(24.8%)が続いた。
- 「国・地域」別に「企業種別」をみると、「中国の地場企業」(27.1%)、「中国の日系企業」(20.6%)との回答が多い。

問3. 外需開拓ビジネスの課題について

(1) アジアの新興国などの市場でビジネス展開する際の課題【表3-(1)】

～販路開拓が最大の課題～

- 問1(1)で、アジアの新興国などへの市場参入について「展開している」または「展開する計画・意欲・関心がある」と回答した企業に対して、課題になっていることを尋ねたところ(3項目以内複数回答)、「現地における販路開拓」との回答が3割以上(34.5%)を占めた。また、「現地参入のための市場調査」(25.0%)、「ビジネスパートナーの確保」(24.5%)、「現地における製・商品、サービスのニーズ把握」(24.3%)との回答も、それぞれ約4分の1に及んだ。
- 企業規模別にみると、中堅企業では中小企業より「現地における製・商品、サービスのニーズ把握」(32.3%)、「優秀な現地スタッフの確保・教育」(30.2%)との回答がそれぞれ約10ポイント上回った。
- アジアの新興国などへの市場参入について、「関心はあるが、当面は難しいと思う」と回答した企業(n=137)に限定すると、「現地における製・商品、サービスのニーズ把握」(28.5%)が最多となった。また、「海外に精通している日本国内スタッフの確保」との回答が3割近く(27.7%)にのぼった。

(2) 訪日外国人向けビジネスを展開する際の課題【表3-(2)】

～ニーズ把握が課題とする企業が4割弱～

- 問1(2)で、訪日外国人向けビジネスについて「展開している」または「展開する計画・意欲・関心がある」と回答した企業に対して、課題になっていることを尋ねたところ(3項目以内複数回答)、「訪日外国人向け製・商品、サービスのニーズ把握」との回答が4割弱(38.5%)となった。また、「事業化の可能性調査」(35.3%)、「ビジネスパートナーの確保」(28.8%)との回答も多くみられた。
- 訪日外国人向けビジネスについて、「関心はあるが、当面は難しいと思う」と回答した企業(n=127)に限定すると、「事業化の可能性調査」との回答が最も多く約4割(40.9%)を占めた。

問4. 外需開拓ビジネスに取り組んだ場合の売上予想について 【表4】

～1.5倍以上の売上増加を予想する企業が4分の1～

- 問1(1)(2)で、アジアの新興国などへの市場参入または訪日外国人をターゲットにしたビジネスについて、「まだ展開していないが、展開する具体的な計画がある」と回答した企業に、売上予想を尋ねた(単数回答)。
- 当該ビジネスを展開しなかった場合の3年後の売上を100と仮定し、展開した場合の3年後の売上予想を尋ねたところ、「150以上」との回答が4分の1(25.0%)にのぼった。また、伸び率に関わらず売上が増加すると予想する企業は合計8割(80.0%)を占めた。

問5. 日本の製・商品やサービスの強みについて 【表5】

～不良品・故障の少なさが強みと考える企業が6割以上～

- アジアの新興国などの市場開拓に際し、日本の製・商品やサービスの強みは何と考えるかを尋ねたところ(3項目以内複数回答)、「製・商品の不良品・故障の少なさ」との回答が6割以上(62.7%)を占めた。また、「顧客ニーズに即した製・商品、サービスの開発力・改善力」(48.9%)、「日本の製・商品が持つブランド力」(46.0%)、「ハイテク製・商品をつくる世界最先端の技術力」(42.1%)との回答も、それぞれ4割以上となった。
- 業種別にみると、製造業では非製造業より、「製・商品の不良品・故障の少なさ」(68.6%)との回答が約10ポイント多かった。また、非製造業では製造業より、「日本文化に根差す“おもてなし”の心」(18.2%)との回答が約10ポイント多くみられた。

以上

<参考：「“新しい外需” 開拓研究会」について>

1. 趣旨

- 外需拡大による成長の実現が日本経済の大きな課題となる中、鍵を握るのは、アジアをはじめとする新興国需要の開拓である。特に今後は、従来の輸出型製造業だけでなく、幅広い業種・規模の企業を海外の成長市場につなげることが重要になりつつある。
- そこで、わが国の今後の成長の鍵を握る外需開拓に関し、近畿の商工会議所が連携し、企業の取り組み実態や意欲を把握するとともに必要な支援策を検討するため、研究会を設置している。

2. 実施時期

- 平成 22 年 6 月～12 月

3. メンバー

- 近畿 2 府 5 県の 17 商工会議所（大津、紀州有田、岸和田、京都、神戸、堺、龍野、敦賀、豊中、奈良、西宮、彦根、三木、守口門真、大和高田、和歌山、大阪）
- 海外ビジネス支援機関や、商工会議所の役員・議員会社などをオブザーバーとして招く。

4. 事業内容

- ①アンケート調査の実施
- ②事例集の作成
- ③要望・提言の建議
- ④セミナーの開催

<参考：「平成 22 年版通商白書」より（平成 22 年 8 月）>

- 2020 年までに、中国がわが国を上回りアジア最大の消費市場に。
 - ・個人消費規模の推移見通し
 - 2008 年：日本 2.73 兆ドル / 中国 1.53 兆ドル
 - 2020 年：日本 3.61 兆ドル / 中国 5.57 兆ドル
- アジアの中間層は今後 10 年で 2 倍超に。
 - ・アジアの中間層の推移見通し
 - 2010 年：9.4 億人（うち中国 5.0 億人 / インド 1.9 億人）
 - 2020 年：20.0 億人（うち中国 9.7 億人 / インド 6.2 億人）
- アジアの富裕層は今後 10 年で 3.5 倍に。
 - ・アジアの富裕層の推移見通し
 - 2010 年：6,400 万人（うち中国 2,100 万人 / インド 800 万人）
 - 2020 年：2.26 億人（うち中国 1.26 億人 / インド 2,100 万人）

以 上

資料2

「中堅・中小企業の外需開拓に関するアンケート調査」結果集計表

「新しい外需」開拓研究会
(事務局:大阪商工会議所)

《調査概要》

- 調査期間: 平成22年7月26日(月)~8月6日(金)
- 調査対象: 6,503社
- 有効回答数: 757社
- 回答率: 11.6%

※ 中小企業の定義は以下のとおりとする。

「製造業その他」は資本金3億円以下、「卸売業」は資本金1億円以下、「小売・サービス業」は資本金5千万円以下

※ 消費者の所得層の定義は以下のとおりとする。

「低所得層」は世帯年間可処分所得が5,000ドル未満、中間層は世帯年間可処分所得が5,000ドル以上35,000ドル未満、富裕層は世帯年間可処分所得が35,000ドル以上

《回答企業の属性》

【企業分類】

中堅企業	18.5% (140)
中小企業	81.5% (617)

【資本金】

5千万円以下	56.4% (427)
5千万円超~1億円以下	27.5% (208)
1億円超~3億円以下	7.8% (59)
3億円超	8.3% (63)

【業種】

製造業	42.5% (322)
卸売業	21.7% (164)
小売業	4.0% (30)
サービス業	20.6% (156)
その他	11.2% (85)

【製造業・非製造業】

製造業	42.5% (322)
非製造業	57.5% (435)

《調査結果》

表1. 貴社における外需開拓への取り組み状況について

表1-(1) アジア新興国などの市場参入によるビジネス展開(単数回答)

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超~1億円以下	1億円超~3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
① 展開している	30.5% (231)	38.6% (54)	28.7% (177)	24.8% (106)	33.2% (69)	30.5% (18)	60.3% (38)	43.5% (140)	32.9% (54)	20.0% (6)	14.1% (22)	10.6% (9)	43.5% (140)	20.9% (91)
② まだ展開していないが、1年以内に展開する具体的な計画がある	3.7% (28)	3.6% (5)	3.7% (23)	4.2% (18)	1.4% (3)	5.1% (3)	6.3% (4)	3.4% (11)	5.5% (9)	3.3% (1)	3.8% (6)	1.2% (1)	3.4% (11)	3.9% (17)
③ まだ展開していないが、1年超~2年以内に展開する具体的な計画がある	1.6% (12)	0.7% (1)	1.8% (11)	1.4% (6)	1.9% (4)	1.7% (1)	1.6% (1)	1.6% (5)	1.8% (3)	- (-)	1.3% (2)	2.4% (2)	1.6% (5)	1.6% (7)
④ まだ展開していないが、近い将来(2年超)展開する具体的な計画がある	1.1% (8)	0.7% (1)	1.1% (7)	1.2% (5)	1.0% (2)	- (-)	1.6% (1)	1.6% (5)	0.6% (1)	- (-)	1.3% (2)	- (-)	1.6% (5)	0.7% (3)
⑤ まだ展開しておらず、具体的な計画はないが、展開する意欲はある	12.0% (91)	6.4% (9)	13.3% (82)	14.5% (62)	10.1% (21)	6.8% (4)	6.3% (4)	12.7% (41)	14.6% (24)	3.3% (1)	10.3% (16)	10.6% (9)	12.7% (41)	11.5% (50)
⑥ 関心はあるが、当面は難しいと思う	18.1% (137)	18.6% (26)	18.0% (111)	18.0% (77)	19.7% (41)	23.7% (14)	7.9% (5)	16.1% (52)	19.5% (32)	16.7% (5)	21.8% (34)	16.5% (14)	16.1% (52)	19.5% (85)
⑦ あまり関心はない	31.8% (241)	30.0% (42)	32.3% (199)	34.9% (149)	31.3% (65)	30.5% (18)	14.3% (9)	20.5% (66)	25.0% (41)	56.7% (17)	45.5% (71)	54.1% (46)	20.5% (66)	40.2% (175)
無回答	1.2% (9)	1.4% (2)	1.1% (7)	0.9% (4)	1.4% (3)	1.7% (1)	1.6% (1)	0.6% (2)	- (-)	- (-)	1.9% (3)	4.7% (4)	0.6% (2)	1.6% (7)
合計	100.0% (757)	100.0% (140)	100.0% (617)	100.0% (427)	100.0% (208)	100.0% (59)	100.0% (63)	100.0% (322)	100.0% (164)	100.0% (30)	100.0% (156)	100.0% (85)	100.0% (322)	100.0% (435)

表1-(2) アジア新興国などからの訪日外国人(中国人観光客など)をターゲットにしたビジネス展開(単数回答)

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超~1億円以下	1億円超~3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
① 展開している	4.6% (35)	8.6% (12)	3.7% (23)	4.7% (20)	3.8% (8)	3.4% (2)	7.9% (5)	2.2% (7)	2.4% (4)	10.0% (3)	10.9% (17)	4.7% (4)	2.2% (7)	6.4% (28)
② まだ展開していないが、1年以内に展開する具体的な計画がある	1.3% (10)	1.4% (2)	1.3% (8)	1.6% (7)	1.0% (2)	- (-)	1.6% (1)	1.2% (4)	0.6% (1)	- (-)	2.6% (4)	1.2% (1)	1.2% (4)	1.4% (6)
③ まだ展開していないが、1年超~2年以内に展開する具体的な計画がある	0.8% (6)	0.7% (1)	0.8% (5)	0.9% (4)	- (-)	1.7% (1)	1.6% (1)	0.6% (2)	- (-)	- (-)	1.3% (2)	2.4% (2)	0.6% (2)	0.9% (4)
④ まだ展開していないが、近い将来(2年超)展開する具体的な計画がある	0.7% (5)	- (-)	0.8% (5)	0.9% (4)	0.5% (1)	- (-)	- (-)	0.9% (3)	0.6% (1)	- (-)	0.6% (1)	- (-)	0.9% (3)	0.5% (2)
⑤ まだ展開しておらず、具体的な計画はないが、展開する意欲はある	12.5% (95)	14.3% (20)	12.2% (75)	13.3% (57)	10.6% (22)	8.5% (5)	17.5% (11)	11.8% (38)	15.9% (26)	16.7% (5)	11.5% (18)	9.4% (8)	11.8% (38)	13.1% (57)
⑥ 関心はあるが、当面は難しいと思う	16.8% (127)	14.3% (20)	17.3% (107)	17.3% (74)	16.3% (34)	20.3% (12)	11.1% (7)	16.1% (52)	20.7% (34)	16.7% (5)	19.2% (30)	7.1% (6)	16.1% (52)	17.2% (75)
⑦ あまり関心はない	61.3% (464)	57.9% (81)	62.1% (383)	59.3% (253)	66.8% (139)	62.7% (37)	55.6% (35)	65.2% (210)	57.9% (95)	53.3% (16)	53.2% (83)	70.6% (60)	65.2% (210)	58.4% (254)
無回答	2.0% (15)	2.9% (4)	1.8% (11)	1.9% (8)	1.0% (2)	3.4% (2)	4.8% (3)	1.9% (6)	1.8% (3)	3.3% (1)	0.6% (1)	4.7% (4)	1.9% (6)	2.1% (9)
合計	100.0% (757)	100.0% (140)	100.0% (617)	100.0% (427)	100.0% (208)	100.0% (59)	100.0% (63)	100.0% (322)	100.0% (164)	100.0% (30)	100.0% (156)	100.0% (85)	100.0% (322)	100.0% (435)

表2. 貴社における外需開拓ビジネスのターゲットについて

表2-(1) 個人消費者向けのビジネスを展開している(予定している)場合

※表1-(1)(2)のいずれかにおいて、①の回答者を対象

表2-(1)-(1) ①既に市場参入している(またはビジネスターゲットとしている訪日外国人)「国・地域」(複数回答)

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
中国	24.8% (62)	34.4% (21)	21.7% (41)	27.4% (32)	21.3% (16)	22.2% (4)	25.0% (10)	19.9% (28)	17.5% (10)	57.1% (4)	47.2% (17)	33.3% (3)	19.9% (28)	31.2% (34)
台湾 香港	14.0% (35)	21.3% (13)	11.6% (22)	14.5% (17)	12.0% (9)	16.7% (3)	15.0% (6)	9.9% (14)	7.0% (4)	57.1% (4)	27.8% (10)	33.3% (3)	9.9% (14)	19.3% (21)
韓国	13.6% (34)	18.0% (11)	12.2% (23)	16.2% (19)	9.3% (7)	22.2% (4)	10.0% (4)	9.9% (14)	5.3% (3)	57.1% (4)	33.3% (12)	11.1% (1)	9.9% (14)	18.3% (20)
インド	3.2% (8)	4.9% (3)	2.6% (5)	3.4% (4)	- (-)	5.6% (1)	7.5% (3)	2.8% (4)	1.8% (1)	- (-)	5.6% (2)	11.1% (1)	2.8% (4)	3.7% (4)
ベトナム	4.4% (11)	8.2% (5)	3.2% (6)	4.3% (5)	- (-)	11.1% (2)	10.0% (4)	3.5% (5)	5.3% (3)	- (-)	2.8% (1)	22.2% (2)	3.5% (5)	5.5% (6)
タイ	7.6% (19)	8.2% (5)	7.4% (14)	6.0% (7)	10.7% (8)	5.6% (1)	7.5% (3)	7.8% (11)	5.3% (3)	14.3% (1)	8.3% (3)	11.1% (1)	7.8% (11)	7.3% (8)
シンガポール	6.4% (16)	9.8% (6)	5.3% (10)	6.8% (8)	4.0% (3)	5.6% (1)	10.0% (4)	5.0% (7)	3.5% (2)	14.3% (1)	11.1% (4)	22.2% (2)	5.0% (7)	8.3% (9)
その他アジア	5.6% (14)	11.5% (7)	3.7% (7)	3.4% (4)	5.3% (4)	5.6% (1)	12.5% (5)	5.0% (7)	3.5% (2)	14.3% (1)	5.6% (2)	22.2% (2)	5.0% (7)	6.4% (7)
その他	2.0% (5)	- (-)	2.6% (5)	3.4% (4)	1.3% (1)	- (-)	- (-)	0.7% (1)	1.8% (1)	- (-)	5.6% (2)	11.1% (1)	0.7% (1)	3.7% (4)
無回答	69.6% (174)	60.7% (37)	72.5% (137)	69.2% (81)	69.3% (52)	72.2% (13)	70.0% (28)	75.9% (107)	73.7% (42)	28.6% (2)	50.0% (18)	55.6% (5)	75.9% (107)	61.5% (67)
合計	- (250)	- (61)	- (189)	- (117)	- (75)	- (18)	- (40)	- (141)	- (57)	- (7)	- (36)	- (9)	- (141)	- (109)

表2-(1)-(1) ②既に市場参入している(またはビジネスターゲットとしている訪日外国人)「国・地域」と「消費者の所得層」(複数回答)

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
中国・低所得層	2.4% (6)	3.3% (2)	2.1% (4)	2.6% (3)	2.7% (2)	- (-)	2.5% (1)	2.1% (3)	1.8% (1)	- (-)	5.6% (2)	- (-)	2.1% (3)	2.8% (3)
中国・中間層	16.8% (42)	27.9% (17)	13.2% (25)	15.4% (18)	16.0% (12)	16.7% (3)	22.5% (9)	12.8% (18)	14.0% (8)	28.6% (2)	33.3% (12)	22.2% (2)	12.8% (18)	22.0% (24)
中国・富裕層	18.4% (46)	26.2% (16)	15.9% (30)	22.2% (26)	13.3% (10)	16.7% (3)	17.5% (7)	12.8% (18)	12.3% (7)	57.1% (4)	38.9% (14)	33.3% (3)	12.8% (18)	25.7% (28)
台湾 香港・低所得層	0.4% (1)	- (-)	0.5% (1)	0.9% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	- (-)	0.9% (1)
台湾 香港・中間層	8.4% (21)	16.4% (10)	5.8% (11)	6.0% (7)	9.3% (7)	11.1% (2)	12.5% (5)	5.7% (8)	5.3% (3)	28.6% (2)	16.7% (6)	22.2% (2)	5.7% (8)	11.9% (13)
台湾 香港・富裕層	11.6% (29)	16.4% (10)	10.1% (19)	13.7% (16)	6.7% (5)	16.7% (3)	12.5% (5)	8.5% (12)	5.3% (3)	57.1% (4)	19.4% (7)	33.3% (3)	8.5% (12)	15.6% (17)
韓国・低所得層	0.4% (1)	- (-)	0.5% (1)	0.9% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	- (-)	0.9% (1)
韓国・中間層	8.8% (22)	14.8% (9)	6.9% (13)	7.7% (9)	9.3% (7)	16.7% (3)	7.5% (3)	7.1% (10)	3.5% (2)	42.9% (3)	19.4% (7)	- (-)	7.1% (10)	11.0% (12)
韓国・富裕層	10.8% (27)	11.5% (7)	10.6% (20)	13.7% (16)	5.3% (4)	22.2% (4)	7.5% (3)	7.8% (11)	5.3% (3)	42.9% (3)	25.0% (9)	11.1% (1)	7.8% (11)	14.7% (16)
インド・低所得層	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
インド・中間層	1.6% (4)	4.9% (3)	0.5% (1)	0.9% (1)	- (-)	- (-)	7.5% (3)	1.4% (2)	1.8% (1)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	1.4% (2)	1.8% (2)
インド・富裕層	2.0% (5)	1.6% (1)	2.1% (4)	2.6% (3)	- (-)	5.6% (1)	2.5% (1)	2.1% (3)	- (-)	- (-)	2.8% (1)	11.1% (1)	2.1% (3)	1.8% (2)
ベトナム・低所得層	0.4% (1)	- (-)	0.5% (1)	0.9% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	1.8% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	0.9% (1)
ベトナム・中間層	3.2% (8)	8.2% (5)	1.6% (3)	1.7% (2)	- (-)	11.1% (2)	10.0% (4)	3.5% (5)	3.5% (2)	- (-)	- (-)	11.1% (1)	3.5% (5)	2.8% (3)
ベトナム・富裕層	2.4% (6)	4.9% (3)	1.6% (3)	1.7% (2)	- (-)	5.6% (1)	7.5% (3)	2.1% (3)	- (-)	- (-)	2.8% (1)	22.2% (2)	2.1% (3)	2.8% (3)
タイ・低所得層	0.4% (1)	- (-)	0.5% (1)	- (-)	1.3% (1)	- (-)	- (-)	0.7% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	0.7% (1)	- (-)
タイ・中間層	4.4% (11)	6.6% (4)	3.7% (7)	1.7% (2)	6.7% (5)	5.6% (1)	7.5% (3)	5.7% (8)	3.5% (2)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	5.7% (8)	2.8% (3)
タイ・富裕層	5.6% (14)	6.6% (4)	5.3% (10)	5.1% (6)	6.7% (5)	5.6% (1)	5.0% (2)	4.3% (6)	5.3% (3)	14.3% (1)	8.3% (3)	11.1% (1)	4.3% (6)	7.3% (8)
シンガポール・低所得層	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
シンガポール・中間層	3.2% (8)	6.6% (4)	2.1% (4)	1.7% (2)	2.7% (2)	5.6% (1)	7.5% (3)	3.5% (5)	1.8% (1)	- (-)	2.8% (1)	11.1% (1)	3.5% (5)	2.8% (3)
シンガポール・富裕層	6.0% (15)	9.8% (6)	4.8% (9)	6.0% (7)	4.0% (3)	5.6% (1)	10.0% (4)	4.3% (6)	3.5% (2)	14.3% (1)	11.1% (4)	22.2% (2)	4.3% (6)	8.3% (9)
その他アジア・低所得層	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
その他アジア・中間層	4.4% (11)	9.8% (6)	2.6% (5)	1.7% (2)	4.0% (3)	5.6% (1)	12.5% (5)	4.3% (6)	3.5% (2)	- (-)	2.8% (1)	22.2% (2)	4.3% (6)	4.6% (5)
その他アジア・富裕層	3.6% (9)	8.2% (5)	2.1% (4)	1.7% (2)	4.0% (3)	5.6% (1)	7.5% (3)	2.1% (3)	1.8% (1)	14.3% (1)	5.6% (2)	22.2% (2)	2.1% (3)	5.5% (6)
その他・低所得層	0.4% (1)	- (-)	0.5% (1)	0.9% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	- (-)	0.9% (1)
その他・中間層	0.8% (2)	- (-)	1.1% (2)	1.7% (2)	- (-)	- (-)	- (-)	0.7% (1)	- (-)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	0.7% (1)	0.9% (1)
その他・富裕層	1.6% (4)	- (-)	2.1% (4)	2.6% (3)	1.3% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	1.8% (1)	- (-)	5.6% (2)	11.1% (1)	- (-)	3.7% (4)
無回答	69.6% (174)	60.7% (37)	72.5% (137)	69.2% (81)	69.3% (52)	72.2% (13)	70.0% (28)	75.9% (107)	73.7% (42)	28.6% (2)	50.0% (18)	55.6% (5)	75.9% (107)	61.5% (67)
合計	- (250)	- (61)	- (189)	- (117)	- (75)	- (18)	- (40)	- (141)	- (57)	- (7)	- (36)	- (9)	- (141)	- (109)

表2-(1)-(ii) ①今後市場参入を希望している(またはビジネスターゲットにしたい訪日外国人の)「国・地域」(複数回答)

※表1-(1)(2)のいずれかにおいて、①～⑤の回答者を対象

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
中国	27.3% (109)	24.4% (20)	28.1% (89)	31.9% (67)	23.4% (25)	24.1% (7)	18.9% (10)	18.9% (39)	31.9% (30)	41.7% (5)	43.5% (27)	32.0% (8)	18.9% (39)	36.3% (70)
台湾 香港	15.0% (60)	15.9% (13)	14.8% (47)	18.6% (39)	8.4% (9)	10.3% (3)	17.0% (9)	9.7% (20)	18.1% (17)	41.7% (5)	19.4% (12)	24.0% (6)	9.7% (20)	20.7% (40)
韓国	11.3% (45)	14.6% (12)	10.4% (33)	11.9% (25)	9.3% (10)	6.9% (2)	15.1% (8)	7.8% (16)	10.6% (10)	33.3% (4)	14.5% (9)	24.0% (6)	7.8% (16)	15.0% (29)
インド	8.0% (32)	8.5% (7)	7.9% (25)	9.5% (20)	7.5% (8)	- (-)	7.5% (4)	5.3% (11)	6.4% (6)	- (-)	17.7% (11)	16.0% (4)	5.3% (11)	10.9% (21)
ベトナム	9.3% (37)	9.8% (8)	9.1% (29)	10.0% (21)	8.4% (9)	6.9% (2)	9.4% (5)	7.8% (16)	10.6% (10)	- (-)	12.9% (8)	12.0% (3)	7.8% (16)	10.9% (21)
タイ	9.8% (39)	9.8% (8)	9.8% (31)	9.5% (20)	13.1% (14)	6.9% (2)	5.7% (3)	7.3% (15)	11.7% (11)	25.0% (3)	8.1% (5)	20.0% (5)	7.3% (15)	12.4% (24)
シンガポール	7.8% (31)	9.8% (8)	7.3% (23)	8.6% (18)	7.5% (8)	6.9% (2)	5.7% (3)	4.4% (9)	7.4% (7)	16.7% (2)	16.1% (10)	12.0% (3)	4.4% (9)	11.4% (22)
その他アジア	3.8% (15)	6.1% (5)	3.2% (10)	2.9% (6)	4.7% (5)	- (-)	7.5% (4)	1.9% (4)	5.3% (5)	8.3% (1)	3.2% (2)	12.0% (3)	1.9% (4)	5.7% (11)
その他	2.5% (10)	2.4% (2)	2.5% (8)	2.9% (6)	2.8% (3)	- (-)	1.9% (1)	1.5% (3)	3.2% (3)	8.3% (1)	3.2% (2)	4.0% (1)	1.5% (3)	3.6% (7)
無回答	66.4% (265)	68.3% (56)	65.9% (209)	62.9% (132)	67.3% (72)	72.4% (21)	75.5% (40)	75.7% (156)	61.7% (58)	50.0% (6)	50.0% (31)	56.0% (14)	75.7% (156)	56.5% (109)
合計	- (399)	- (82)	- (317)	- (210)	- (107)	- (29)	- (53)	- (206)	- (94)	- (12)	- (62)	- (25)	- (206)	- (193)

表2-(1)-(ii) ②今後市場参入を希望している(またはビジネスターゲットにしたい訪日外国人の)「国・地域」と「消費者の所得層」(複数回答)

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
中国・低所得層	3.5% (14)	2.4% (2)	3.8% (12)	4.8% (10)	2.8% (3)	3.4% (1)	- (-)	2.4% (5)	4.3% (4)	- (-)	6.5% (4)	4.0% (1)	2.4% (5)	4.7% (9)
中国・中間層	15.3% (61)	14.6% (12)	15.5% (49)	18.1% (38)	11.2% (12)	20.7% (6)	9.4% (5)	9.7% (20)	20.2% (19)	25.0% (3)	25.8% (16)	12.0% (3)	9.7% (20)	21.2% (41)
中国・富裕層	20.6% (82)	22.0% (18)	20.2% (64)	23.8% (50)	15.9% (17)	17.2% (5)	18.9% (10)	12.6% (26)	26.6% (25)	16.7% (2)	37.1% (23)	24.0% (6)	12.6% (26)	29.0% (56)
台湾 香港・低所得層	0.5% (2)	- (-)	0.6% (2)	1.0% (2)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	2.1% (2)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	1.0% (2)
台湾 香港・中間層	7.0% (28)	8.5% (7)	6.6% (21)	7.6% (16)	4.7% (5)	10.3% (3)	7.5% (4)	3.9% (8)	11.7% (11)	25.0% (3)	6.5% (4)	8.0% (2)	3.9% (8)	10.4% (20)
台湾 香港・富裕層	12.8% (51)	13.4% (11)	12.6% (40)	15.7% (33)	6.5% (7)	6.9% (2)	17.0% (9)	8.3% (17)	16.0% (15)	16.7% (2)	17.7% (11)	24.0% (6)	8.3% (17)	17.6% (34)
韓国・低所得層	0.5% (2)	1.2% (1)	0.3% (1)	0.5% (1)	0.9% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	3.2% (2)	- (-)	- (-)	1.0% (2)
韓国・中間層	6.0% (24)	8.5% (7)	5.4% (17)	5.7% (12)	5.6% (6)	6.9% (2)	7.5% (4)	3.9% (8)	7.4% (7)	16.7% (2)	6.5% (4)	12.0% (3)	3.9% (8)	8.3% (16)
韓国・富裕層	9.3% (37)	13.4% (11)	8.2% (26)	9.0% (19)	8.4% (9)	3.4% (1)	15.1% (8)	5.8% (12)	9.6% (9)	16.7% (2)	12.9% (8)	24.0% (6)	5.8% (12)	13.0% (25)
インド・低所得層	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
インド・中間層	3.8% (15)	4.9% (4)	3.5% (11)	3.8% (8)	4.7% (5)	- (-)	3.8% (2)	3.4% (7)	2.1% (2)	- (-)	6.5% (4)	8.0% (2)	3.4% (7)	4.1% (8)
インド・富裕層	6.3% (25)	7.3% (6)	6.0% (19)	7.1% (15)	5.6% (6)	- (-)	7.5% (4)	3.4% (7)	6.4% (6)	- (-)	12.9% (8)	16.0% (4)	3.4% (7)	9.3% (18)
ベトナム・低所得層	1.5% (6)	1.2% (1)	1.6% (5)	1.4% (3)	1.9% (2)	3.4% (1)	- (-)	1.5% (3)	2.1% (2)	- (-)	1.6% (1)	- (-)	1.5% (3)	1.6% (3)
ベトナム・中間層	4.0% (16)	6.1% (5)	3.5% (11)	2.9% (6)	4.7% (5)	6.9% (2)	5.7% (3)	2.4% (5)	5.3% (5)	- (-)	6.5% (4)	8.0% (2)	2.4% (5)	5.7% (11)
ベトナム・富裕層	6.8% (27)	9.8% (8)	6.0% (19)	6.7% (14)	6.5% (7)	3.4% (1)	9.4% (5)	3.9% (8)	9.6% (9)	- (-)	11.3% (7)	12.0% (3)	3.9% (8)	9.8% (19)
タイ・低所得層	1.3% (5)	1.2% (1)	1.3% (4)	1.0% (2)	1.9% (2)	3.4% (1)	- (-)	0.5% (1)	2.1% (2)	- (-)	1.6% (1)	4.0% (1)	0.5% (1)	2.1% (4)
タイ・中間層	5.0% (20)	6.1% (5)	4.7% (15)	3.3% (7)	8.4% (9)	6.9% (2)	3.8% (2)	3.4% (7)	7.4% (7)	16.7% (2)	1.6% (1)	12.0% (3)	3.4% (7)	6.7% (13)
タイ・富裕層	7.5% (30)	8.5% (7)	7.3% (23)	7.1% (15)	10.3% (11)	3.4% (1)	5.7% (3)	4.4% (9)	9.6% (9)	16.7% (2)	8.1% (5)	20.0% (5)	4.4% (9)	10.9% (21)
シンガポール・低所得層	0.5% (2)	1.2% (1)	0.3% (1)	0.5% (1)	- (-)	3.4% (1)	- (-)	- (-)	1.1% (1)	- (-)	1.6% (1)	- (-)	- (-)	1.0% (2)
シンガポール・中間層	3.5% (14)	7.3% (6)	2.5% (8)	2.4% (5)	4.7% (5)	6.9% (2)	3.8% (2)	1.9% (4)	4.3% (4)	16.7% (2)	4.8% (3)	4.0% (1)	1.9% (4)	5.2% (10)
シンガポール・富裕層	6.5% (26)	7.3% (6)	6.3% (20)	7.6% (16)	5.6% (6)	3.4% (1)	5.7% (3)	3.4% (7)	6.4% (6)	8.3% (1)	14.5% (9)	12.0% (3)	3.4% (7)	9.8% (19)
その他アジア・低所得層	0.3% (1)	- (-)	0.3% (1)	- (-)	0.9% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	1.1% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	0.5% (1)
その他アジア・中間層	2.3% (9)	3.7% (3)	1.9% (6)	1.0% (2)	3.7% (4)	- (-)	5.7% (3)	1.0% (2)	4.3% (4)	- (-)	1.6% (1)	8.0% (2)	1.0% (2)	3.6% (7)
その他アジア・富裕層	3.0% (12)	6.1% (5)	2.2% (7)	2.4% (5)	2.8% (3)	- (-)	7.5% (4)	1.5% (3)	3.2% (3)	8.3% (1)	3.2% (2)	12.0% (3)	1.5% (3)	4.7% (9)
その他・低所得層	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
その他・中間層	1.3% (5)	2.4% (2)	0.9% (3)	0.5% (1)	2.8% (3)	- (-)	1.9% (1)	0.5% (1)	3.2% (3)	8.3% (1)	- (-)	- (-)	0.5% (1)	2.1% (4)
その他・富裕層	2.3% (9)	2.4% (2)	2.2% (7)	2.4% (5)	2.8% (3)	- (-)	1.9% (1)	1.0% (2)	3.2% (3)	8.3% (1)	3.2% (2)	4.0% (1)	1.0% (2)	3.6% (7)
無回答	66.4% (265)	68.3% (56)	65.9% (209)	62.9% (132)	67.3% (72)	72.4% (21)	75.5% (40)	75.7% (156)	61.7% (58)	50.0% (6)	50.0% (31)	56.0% (14)	75.7% (156)	56.5% (109)
合計	- (399)	- (82)	- (317)	- (210)	- (107)	- (29)	- (53)	- (206)	- (94)	- (12)	- (62)	- (25)	- (206)	- (193)

表2-(2) 法人向けのビジネスを展開している(予定している)場合
 ※表1-(1) (2)のいずれかにおいて、①の回答者を対象

表2-(2)-(i) ①既に市場参入している「国・地域」(複数回答)

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
中国	65.2% (163)	67.2% (41)	64.6% (122)	60.7% (71)	68.0% (51)	61.1% (11)	75.0% (30)	68.8% (97)	70.2% (40)	14.3% (1)	55.6% (20)	55.6% (5)	68.8% (97)	60.6% (66)
台湾 香港	39.2% (98)	29.5% (18)	42.3% (80)	35.9% (42)	48.0% (36)	50.0% (9)	27.5% (11)	41.8% (59)	47.4% (27)	14.3% (1)	22.2% (8)	33.3% (3)	41.8% (59)	35.8% (39)
韓国	39.2% (98)	34.4% (21)	40.7% (77)	34.2% (40)	44.0% (33)	55.6% (10)	37.5% (15)	43.3% (61)	42.1% (24)	14.3% (1)	25.0% (9)	33.3% (3)	43.3% (61)	33.9% (37)
インド	15.2% (38)	14.8% (9)	15.3% (29)	12.0% (14)	17.3% (13)	16.7% (3)	20.0% (8)	15.6% (22)	15.8% (9)	- (-)	13.9% (5)	22.2% (2)	15.6% (22)	14.7% (16)
ベトナム	18.4% (46)	21.3% (13)	17.5% (33)	12.8% (15)	21.3% (16)	22.2% (4)	27.5% (11)	16.3% (23)	26.3% (15)	14.3% (1)	11.1% (4)	33.3% (3)	16.3% (23)	21.1% (23)
タイ	31.6% (79)	29.5% (18)	32.3% (61)	27.4% (32)	36.0% (27)	33.3% (6)	35.0% (14)	33.3% (47)	35.1% (20)	14.3% (1)	25.0% (9)	22.2% (2)	33.3% (47)	29.4% (32)
シンガポール	20.0% (50)	14.8% (9)	21.7% (41)	17.9% (21)	24.0% (18)	22.2% (4)	17.5% (7)	22.0% (31)	15.8% (9)	28.6% (2)	19.4% (7)	11.1% (1)	22.0% (31)	17.4% (19)
その他アジア	21.2% (53)	18.0% (11)	22.2% (42)	17.9% (21)	22.7% (17)	33.3% (6)	22.5% (9)	26.2% (37)	19.3% (11)	14.3% (1)	5.6% (2)	22.2% (2)	26.2% (37)	14.7% (16)
その他	6.4% (16)	9.8% (6)	5.3% (10)	5.1% (6)	5.3% (4)	5.6% (1)	12.5% (5)	8.5% (12)	5.3% (3)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	8.5% (12)	3.7% (4)
無回答	19.2% (48)	23.0% (14)	18.0% (34)	18.8% (22)	20.0% (15)	27.8% (5)	15.0% (6)	16.3% (23)	17.5% (10)	57.1% (4)	27.8% (10)	11.1% (1)	16.3% (23)	22.9% (25)
合計	- (250)	- (61)	- (189)	- (117)	- (75)	- (18)	- (40)	- (141)	- (57)	- (7)	- (36)	- (9)	- (141)	- (109)

表2-(2)-(i) ②既に市場参入している「国・地域」と取引先の「企業種別」(複数回答)

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
中国・現地の日系企業	42.8% (107)	50.8% (31)	40.2% (76)	29.1% (34)	57.3% (43)	44.4% (8)	55.0% (22)	43.3% (61)	47.4% (27)	- (-)	44.4% (16)	33.3% (3)	43.3% (61)	42.2% (46)
中国・地場企業	45.2% (113)	47.5% (29)	44.4% (84)	41.9% (49)	45.3% (34)	44.4% (8)	55.0% (22)	48.9% (69)	49.1% (28)	14.3% (1)	27.8% (10)	55.6% (5)	48.9% (69)	40.4% (44)
中国・現地の外資系企業(日系以外)	21.2% (53)	24.6% (15)	20.1% (38)	18.8% (22)	20.0% (15)	16.7% (3)	32.5% (13)	22.7% (32)	19.3% (11)	- (-)	19.4% (7)	33.3% (3)	22.7% (32)	19.3% (21)
台湾 香港・現地の日系企業	14.8% (37)	13.1% (8)	15.3% (29)	9.4% (11)	24.0% (18)	16.7% (3)	12.5% (5)	12.1% (17)	22.8% (13)	- (-)	13.9% (5)	22.2% (2)	12.1% (17)	18.3% (20)
台湾 香港・地場企業	33.2% (83)	24.6% (15)	36.0% (68)	29.1% (34)	42.7% (32)	44.4% (8)	22.5% (9)	35.5% (50)	42.1% (24)	14.3% (1)	13.9% (5)	33.3% (3)	35.5% (50)	30.3% (33)
台湾 香港・現地の外資系企業(日系以外)	10.0% (25)	11.5% (7)	9.5% (18)	9.4% (11)	8.0% (6)	11.1% (2)	15.0% (6)	9.2% (13)	8.8% (5)	- (-)	13.9% (5)	22.2% (2)	9.2% (13)	11.0% (12)
韓国・現地の日系企業	8.8% (22)	8.2% (5)	9.0% (17)	4.3% (5)	14.7% (11)	16.7% (3)	7.5% (3)	9.2% (13)	8.8% (5)	- (-)	8.3% (3)	11.1% (1)	9.2% (13)	8.3% (9)
韓国・地場企業	35.2% (88)	31.1% (19)	36.5% (69)	30.8% (36)	38.7% (29)	50.0% (9)	35.0% (14)	39.7% (56)	38.6% (22)	14.3% (1)	16.7% (6)	33.3% (3)	39.7% (56)	29.4% (32)
韓国・現地の外資系企業(日系以外)	10.4% (26)	14.8% (9)	9.0% (17)	7.7% (9)	9.3% (7)	11.1% (2)	20.0% (8)	10.6% (15)	5.3% (3)	- (-)	19.4% (7)	11.1% (1)	10.6% (15)	10.1% (11)
インド・現地の日系企業	4.8% (12)	4.9% (3)	4.8% (9)	4.3% (5)	5.3% (4)	5.6% (1)	5.0% (2)	3.5% (5)	1.8% (1)	- (-)	11.1% (4)	22.2% (2)	3.5% (5)	6.4% (7)
インド・地場企業	11.6% (29)	13.1% (8)	11.1% (21)	11.1% (13)	8.0% (6)	16.7% (3)	17.5% (7)	11.3% (16)	12.3% (7)	- (-)	11.1% (4)	22.2% (2)	11.3% (16)	11.9% (13)
インド・現地の外資系企業(日系以外)	6.0% (15)	8.2% (5)	5.3% (10)	3.4% (4)	6.7% (5)	11.1% (2)	10.0% (4)	5.7% (8)	3.5% (2)	- (-)	11.1% (4)	11.1% (1)	5.7% (8)	6.4% (7)
ベトナム・現地の日系企業	10.8% (27)	11.5% (7)	10.6% (20)	8.5% (10)	12.0% (9)	11.1% (2)	15.0% (6)	9.9% (14)	12.3% (7)	- (-)	8.3% (3)	33.3% (3)	9.9% (14)	11.9% (13)
ベトナム・地場企業	8.8% (22)	14.8% (9)	6.9% (13)	3.4% (4)	10.7% (8)	11.1% (2)	20.0% (8)	7.8% (11)	14.0% (8)	14.3% (1)	2.8% (1)	11.1% (1)	7.8% (11)	10.1% (11)
ベトナム・現地の外資系企業(日系以外)	4.8% (12)	6.6% (4)	4.2% (8)	2.6% (3)	5.3% (4)	11.1% (2)	7.5% (3)	3.5% (5)	5.3% (3)	- (-)	8.3% (3)	11.1% (1)	3.5% (5)	6.4% (7)
タイ・現地の日系企業	20.8% (52)	21.3% (13)	20.6% (39)	16.2% (19)	25.3% (19)	27.8% (5)	22.5% (9)	24.1% (34)	17.5% (10)	- (-)	16.7% (6)	22.2% (2)	24.1% (34)	16.5% (18)
タイ・地場企業	18.8% (47)	23.0% (14)	17.5% (33)	16.2% (19)	18.7% (14)	16.7% (3)	27.5% (11)	19.9% (28)	22.8% (13)	14.3% (1)	11.1% (4)	11.1% (1)	19.9% (28)	17.4% (19)
タイ・現地の外資系企業(日系以外)	8.4% (21)	9.8% (6)	7.9% (15)	5.1% (6)	10.7% (8)	16.7% (3)	10.0% (4)	7.1% (10)	10.5% (6)	- (-)	13.9% (5)	- (-)	7.1% (10)	10.1% (11)
シンガポール・現地の日系企業	6.8% (17)	6.6% (4)	6.9% (13)	5.1% (6)	9.3% (7)	11.1% (2)	5.0% (2)	6.4% (9)	3.5% (2)	14.3% (1)	11.1% (4)	11.1% (1)	6.4% (9)	7.3% (8)
シンガポール・地場企業	14.8% (37)	13.1% (8)	15.3% (29)	12.8% (15)	16.0% (12)	22.2% (4)	15.0% (6)	17.0% (24)	12.3% (7)	14.3% (1)	11.1% (4)	11.1% (1)	17.0% (24)	11.9% (13)
シンガポール・現地の外資系企業(日系以外)	6.4% (16)	6.6% (4)	6.3% (12)	6.0% (7)	5.3% (4)	11.1% (2)	7.5% (3)	6.4% (9)	1.8% (1)	- (-)	13.9% (5)	11.1% (1)	6.4% (9)	6.4% (7)
その他アジア・現地の日系企業	11.2% (28)	14.8% (9)	10.1% (19)	7.7% (9)	10.7% (8)	22.2% (4)	17.5% (7)	13.5% (19)	8.8% (5)	- (-)	5.6% (2)	22.2% (2)	13.5% (19)	8.3% (9)
その他アジア・地場企業	12.8% (32)	11.5% (7)	13.2% (25)	12.0% (14)	12.0% (9)	16.7% (3)	15.0% (6)	16.3% (23)	7.0% (4)	14.3% (1)	5.6% (2)	22.2% (2)	16.3% (23)	8.3% (9)
その他アジア・現地の外資系企業(日系以外)	6.0% (15)	8.2% (5)	5.3% (10)	4.3% (5)	5.3% (4)	11.1% (2)	10.0% (4)	5.0% (7)	7.0% (4)	- (-)	5.6% (2)	22.2% (2)	5.0% (7)	7.3% (8)
その他・現地の日系企業	3.6% (9)	3.3% (2)	3.7% (7)	3.4% (4)	4.0% (3)	5.6% (1)	2.5% (1)	4.3% (6)	3.5% (2)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	4.3% (6)	2.8% (3)
その他・地場企業	4.4% (11)	8.2% (5)	3.2% (6)	2.6% (3)	4.0% (3)	5.6% (1)	10.0% (4)	5.7% (8)	3.5% (2)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	5.7% (8)	2.8% (3)
その他・現地の外資系企業(日系以外)	1.2% (3)	1.6% (1)	1.1% (2)	1.7% (2)	- (-)	5.6% (1)	- (-)	1.4% (2)	- (-)	- (-)	2.8% (1)	- (-)	1.4% (2)	0.9% (1)
無回答	19.2% (48)	23.0% (14)	18.0% (34)	18.8% (22)	20.0% (15)	27.8% (5)	15.0% (6)	16.3% (23)	17.5% (10)	57.1% (4)	27.8% (10)	11.1% (1)	16.3% (23)	22.9% (25)
合計	- (250)	- (61)	- (189)	- (117)	- (75)	- (18)	- (40)	- (141)	- (57)	- (7)	- (36)	- (9)	- (141)	- (109)

表2-(2)-(ii) ①今後市場参入を希望している「国・地域」(複数回答)
 ※表1-(1)(2)のいずれかにおいて、①～⑤の回答者を対象

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
中国	39.6% (158)	22.0% (18)	44.2% (140)	46.7% (98)	38.3% (41)	34.5% (10)	17.0% (9)	36.9% (76)	43.6% (41)	33.3% (4)	45.2% (28)	36.0% (9)	36.9% (76)	42.5% (82)
台湾 香港	25.3% (101)	17.1% (14)	27.4% (87)	30.0% (63)	20.6% (22)	20.7% (6)	18.9% (10)	24.8% (51)	28.7% (27)	33.3% (4)	19.4% (12)	28.0% (7)	24.8% (51)	25.9% (50)
韓国	19.3% (77)	12.2% (10)	21.1% (67)	22.4% (47)	16.8% (18)	20.7% (6)	11.3% (6)	21.4% (44)	16.0% (15)	25.0% (3)	12.9% (8)	28.0% (7)	21.4% (44)	17.1% (33)
インド	25.8% (103)	19.5% (16)	27.4% (87)	25.7% (54)	29.9% (32)	13.8% (4)	24.5% (13)	31.1% (64)	22.3% (21)	16.7% (2)	16.1% (10)	24.0% (6)	31.1% (64)	20.2% (39)
ベトナム	24.8% (99)	20.7% (17)	25.9% (82)	26.2% (55)	22.4% (24)	20.7% (6)	26.4% (14)	29.6% (61)	20.2% (19)	8.3% (1)	19.4% (12)	24.0% (6)	29.6% (61)	19.7% (38)
タイ	19.5% (78)	14.6% (12)	20.8% (66)	20.5% (43)	20.6% (22)	20.7% (6)	13.2% (7)	20.9% (43)	20.2% (19)	8.3% (1)	12.9% (8)	28.0% (7)	20.9% (43)	18.1% (35)
シンガポール	16.0% (64)	13.4% (11)	16.7% (53)	17.6% (37)	15.9% (17)	10.3% (3)	13.2% (7)	16.0% (33)	17.0% (16)	- (-)	16.1% (10)	20.0% (5)	16.0% (33)	16.1% (31)
その他アジア	10.3% (41)	6.1% (5)	11.4% (36)	9.5% (20)	14.0% (15)	10.3% (3)	5.7% (3)	11.7% (24)	12.8% (12)	8.3% (1)	6.5% (4)	- (-)	11.7% (24)	8.8% (17)
その他	6.3% (25)	2.4% (2)	7.3% (23)	6.2% (13)	9.3% (10)	3.4% (1)	1.9% (1)	7.3% (15)	5.3% (5)	8.3% (1)	3.2% (2)	8.0% (2)	7.3% (15)	5.2% (10)
無回答	34.1% (136)	50.0% (41)	30.0% (95)	32.4% (68)	28.0% (30)	44.8% (13)	47.2% (25)	32.0% (66)	29.8% (28)	58.3% (7)	41.9% (26)	36.0% (9)	32.0% (66)	36.3% (70)
合計	- (399)	- (82)	- (317)	- (210)	- (107)	- (29)	- (53)	- (206)	- (94)	- (12)	- (62)	- (25)	- (206)	- (193)

表2-(2)-(ii) ②今後市場参入を希望している「国・地域」と取引先の「企業種別」(複数回答)

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
中国・現地の日系企業	20.6% (82)	12.2% (10)	22.7% (72)	25.2% (53)	15.9% (17)	24.1% (7)	9.4% (5)	20.4% (42)	22.3% (21)	16.7% (2)	22.6% (14)	12.0% (3)	20.4% (42)	20.7% (40)
中国・地場企業	27.1% (108)	12.2% (10)	30.9% (98)	30.5% (64)	29.0% (31)	27.6% (8)	9.4% (5)	25.2% (52)	31.9% (30)	33.3% (4)	27.4% (17)	20.0% (5)	25.2% (52)	29.0% (56)
中国・現地の外資系企業(日系以外)	14.5% (58)	9.8% (8)	15.8% (50)	15.2% (32)	15.0% (16)	17.2% (5)	9.4% (5)	12.1% (25)	18.1% (17)	8.3% (1)	16.1% (10)	20.0% (5)	12.1% (25)	17.1% (33)
台湾 香港・現地の日系企業	11.8% (47)	8.5% (7)	12.6% (40)	13.8% (29)	7.5% (8)	13.8% (4)	11.3% (6)	11.7% (24)	12.8% (12)	16.7% (2)	11.3% (7)	8.0% (2)	11.7% (24)	11.9% (23)
台湾 香港・地場企業	18.0% (72)	12.2% (10)	19.6% (62)	21.0% (44)	15.9% (17)	13.8% (4)	13.2% (7)	16.5% (34)	22.3% (21)	33.3% (4)	16.1% (10)	12.0% (3)	16.5% (34)	19.7% (38)
台湾 香港・現地の外資系企業(日系以外)	11.0% (44)	7.3% (6)	12.0% (38)	11.9% (25)	8.4% (9)	13.8% (4)	11.3% (6)	11.2% (23)	11.7% (11)	8.3% (1)	8.1% (5)	16.0% (4)	11.2% (23)	10.9% (21)
韓国・現地の日系企業	11.0% (44)	8.5% (7)	11.7% (37)	12.4% (26)	8.4% (9)	10.3% (3)	11.3% (6)	11.2% (23)	10.6% (10)	16.7% (2)	9.7% (6)	12.0% (3)	11.2% (23)	10.9% (21)
韓国・地場企業	13.3% (53)	8.5% (7)	14.5% (46)	14.3% (30)	14.0% (15)	13.8% (4)	7.5% (4)	14.1% (29)	11.7% (11)	25.0% (3)	9.7% (6)	16.0% (4)	14.1% (29)	12.4% (24)
韓国・現地の外資系企業(日系以外)	8.0% (32)	4.9% (4)	8.8% (28)	9.0% (19)	6.5% (7)	6.9% (2)	7.5% (4)	8.7% (18)	7.4% (7)	8.3% (1)	4.8% (3)	12.0% (3)	8.7% (18)	7.3% (14)
インド・現地の日系企業	13.3% (53)	9.8% (8)	14.2% (45)	13.3% (28)	15.0% (16)	3.4% (1)	15.1% (8)	18.0% (37)	10.6% (10)	- (-)	4.8% (3)	12.0% (3)	18.0% (37)	8.3% (16)
インド・地場企業	15.8% (63)	13.4% (11)	16.4% (52)	15.2% (32)	18.7% (20)	10.3% (3)	15.1% (8)	19.4% (40)	11.7% (11)	16.7% (2)	9.7% (6)	16.0% (4)	19.4% (40)	11.9% (23)
インド・現地の外資系企業(日系以外)	11.0% (44)	9.8% (8)	11.4% (36)	8.1% (17)	16.8% (18)	6.9% (2)	13.2% (7)	12.6% (26)	10.6% (10)	- (-)	8.1% (5)	12.0% (3)	12.6% (26)	9.3% (18)
ベトナム・現地の日系企業	14.5% (58)	13.4% (11)	14.8% (47)	14.8% (31)	13.1% (14)	10.3% (3)	18.9% (10)	16.0% (33)	14.9% (14)	- (-)	8.1% (5)	24.0% (6)	16.0% (33)	13.0% (25)
ベトナム・地場企業	17.3% (69)	14.6% (12)	18.0% (57)	17.6% (37)	17.8% (19)	13.8% (4)	17.0% (9)	20.4% (42)	12.8% (12)	8.3% (1)	14.5% (9)	20.0% (5)	20.4% (42)	14.0% (27)
ベトナム・現地の外資系企業(日系以外)	10.0% (40)	8.5% (7)	10.4% (33)	10.0% (21)	11.2% (12)	3.4% (1)	11.3% (6)	10.2% (21)	9.6% (9)	- (-)	8.1% (5)	20.0% (5)	10.2% (21)	9.8% (19)
タイ・現地の日系企業	10.5% (42)	8.5% (7)	11.0% (35)	9.0% (19)	12.1% (13)	17.2% (5)	9.4% (5)	10.7% (22)	10.6% (10)	- (-)	8.1% (5)	20.0% (5)	10.7% (22)	10.4% (20)
タイ・地場企業	14.0% (56)	12.2% (10)	14.5% (46)	12.9% (27)	16.8% (18)	17.2% (5)	11.3% (6)	14.6% (30)	16.0% (15)	8.3% (1)	8.1% (5)	20.0% (5)	14.6% (30)	13.5% (26)
タイ・現地の外資系企業(日系以外)	8.0% (32)	6.1% (5)	8.5% (27)	6.7% (14)	11.2% (12)	6.9% (2)	7.5% (4)	7.3% (15)	7.4% (7)	- (-)	8.1% (5)	20.0% (5)	7.3% (15)	8.8% (17)
シンガポール・現地の日系企業	8.8% (35)	6.1% (5)	9.5% (30)	8.6% (18)	9.3% (10)	10.3% (3)	7.5% (4)	7.8% (16)	11.7% (11)	- (-)	9.7% (6)	8.0% (2)	7.8% (16)	9.8% (19)
シンガポール・地場企業	10.0% (40)	11.0% (9)	9.8% (31)	10.0% (21)	10.3% (11)	6.9% (2)	11.3% (6)	9.2% (19)	12.8% (12)	- (-)	11.3% (7)	8.0% (2)	9.2% (19)	10.9% (21)
シンガポール・現地の外資系企業(日系以外)	8.3% (33)	7.3% (6)	8.5% (27)	8.1% (17)	9.3% (10)	6.9% (2)	7.5% (4)	8.7% (18)	7.4% (7)	- (-)	8.1% (5)	12.0% (3)	8.7% (18)	7.8% (15)
その他アジア・現地の日系企業	5.0% (20)	3.7% (3)	5.4% (17)	3.8% (8)	7.5% (8)	6.9% (2)	3.8% (2)	6.3% (13)	5.3% (5)	- (-)	3.2% (2)	- (-)	6.3% (13)	3.6% (7)
その他アジア・地場企業	6.5% (26)	2.4% (2)	7.6% (24)	5.7% (12)	10.3% (11)	6.9% (2)	1.9% (1)	7.3% (15)	8.5% (8)	8.3% (1)	3.2% (2)	- (-)	7.3% (15)	5.7% (11)
その他アジア・現地の外資系企業(日系以外)	4.3% (17)	1.2% (1)	5.0% (16)	3.8% (8)	6.5% (7)	3.4% (1)	1.9% (1)	4.9% (10)	5.3% (5)	- (-)	3.2% (2)	- (-)	4.9% (10)	3.6% (7)
その他・現地の日系企業	3.3% (13)	- (-)	4.1% (13)	3.3% (7)	5.6% (6)	- (-)	- (-)	4.9% (10)	1.1% (1)	- (-)	1.6% (1)	4.0% (1)	4.9% (10)	1.6% (3)
その他・地場企業	2.8% (11)	2.4% (2)	2.8% (9)	1.4% (3)	6.5% (7)	- (-)	1.9% (1)	2.4% (5)	5.3% (5)	8.3% (1)	- (-)	- (-)	2.4% (5)	3.1% (6)
その他・現地の外資系企業(日系以外)	3.3% (13)	- (-)	4.1% (13)	2.9% (6)	5.6% (6)	3.4% (1)	- (-)	3.9% (8)	3.2% (3)	- (-)	1.6% (1)	4.0% (1)	3.9% (8)	2.6% (5)
無回答	34.1% (136)	50.0% (41)	30.0% (95)	32.4% (68)	28.0% (30)	44.8% (13)	47.2% (25)	32.0% (66)	29.8% (28)	58.3% (7)	41.9% (26)	36.0% (9)	32.0% (66)	36.3% (70)
合計	- (399)	- (82)	- (317)	- (210)	- (107)	- (29)	- (53)	- (206)	- (94)	- (12)	- (62)	- (25)	- (206)	- (193)

表3. 貴社における外需開拓ビジネスの課題について

表3-(1) アジアの新興国などの市場でビジネスを展開するにあたり、課題になっていること(課題になりそうなこと)(3項目以内複数回答)

※表1-(1)において、①～⑥の回答者を対象

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
① 現地に関する一般的な情報収集	15.8% (80)	13.5% (13)	16.3% (67)	16.8% (46)	18.6% (26)	12.5% (5)	5.7% (3)	13.4% (34)	11.4% (14)	7.7% (1)	26.8% (22)	25.7% (9)	13.4% (34)	18.2% (46)
② 日本政府や自治体の支援策に関する情報収集	5.7% (29)	1.0% (1)	6.8% (28)	8.4% (23)	3.6% (5)	2.5% (1)	- (-)	3.9% (10)	5.7% (7)	- (-)	8.5% (7)	14.3% (5)	3.9% (10)	7.5% (19)
③ 現地参入のための市場調査	25.0% (127)	26.0% (25)	24.8% (102)	24.1% (66)	27.1% (38)	25.0% (10)	24.5% (13)	22.4% (57)	21.1% (26)	23.1% (3)	32.9% (27)	40.0% (14)	22.4% (57)	27.7% (70)
④ 現地市場でのビジネス展開のための資金調達	5.7% (29)	3.1% (3)	6.3% (26)	7.7% (21)	4.3% (6)	- (-)	3.8% (2)	7.1% (18)	2.4% (3)	- (-)	4.9% (4)	11.4% (4)	7.1% (18)	4.3% (11)
⑤ 現地における製・商品、サービスのニーズ把握	24.3% (123)	32.3% (31)	22.4% (92)	20.4% (56)	28.6% (40)	30.0% (12)	28.3% (15)	22.8% (58)	26.8% (33)	23.1% (3)	26.8% (22)	20.0% (7)	22.8% (58)	25.7% (65)
⑥ 現地における販路開拓	34.5% (175)	35.4% (34)	34.3% (141)	30.7% (84)	37.9% (53)	40.0% (16)	41.5% (22)	37.4% (95)	44.7% (55)	23.1% (3)	19.5% (16)	17.1% (6)	37.4% (95)	31.6% (80)
⑦ 現地向け商品の生産・供給体制の構築	10.8% (55)	11.5% (11)	10.7% (44)	10.6% (29)	10.7% (15)	10.0% (4)	13.2% (7)	13.4% (34)	9.8% (12)	7.7% (1)	8.5% (7)	2.9% (1)	13.4% (34)	8.3% (21)
⑧ 現地における製・商品やサービスの質の確保	8.5% (43)	8.3% (8)	8.5% (35)	8.0% (22)	10.7% (15)	2.5% (1)	9.4% (5)	10.2% (26)	8.1% (10)	15.4% (2)	4.9% (4)	2.9% (1)	10.2% (26)	6.7% (17)
⑨ 現地市場における価格競争力の維持・強化	13.2% (67)	16.7% (16)	12.4% (51)	9.1% (25)	15.0% (21)	25.0% (10)	20.8% (11)	15.4% (39)	15.4% (19)	15.4% (2)	4.9% (4)	8.8% (3)	15.4% (39)	11.1% (28)
⑩ 優秀な現地スタッフの確保・教育	21.3% (108)	30.2% (29)	19.2% (79)	22.6% (62)	12.9% (18)	22.5% (9)	35.8% (19)	18.5% (47)	19.5% (24)	30.8% (4)	25.6% (21)	34.3% (12)	18.5% (47)	24.1% (61)
⑪ 海外に精通している日本国内スタッフの確保	16.2% (82)	11.5% (11)	17.3% (71)	16.4% (45)	18.6% (26)	15.0% (6)	9.4% (5)	17.3% (44)	14.6% (18)	7.7% (1)	17.1% (14)	14.3% (5)	17.3% (44)	15.0% (38)
⑫ ビジネスパートナー(商社など)の確保	24.5% (124)	20.8% (20)	25.3% (104)	25.5% (70)	22.9% (32)	22.5% (9)	24.5% (13)	26.0% (66)	24.4% (30)	23.1% (3)	20.7% (17)	22.9% (8)	26.0% (66)	22.9% (58)
⑬ 人事・労務問題への対応(ストへの対応など)	7.3% (37)	11.5% (11)	6.3% (26)	5.8% (16)	7.1% (10)	10.0% (4)	13.2% (7)	7.5% (19)	5.7% (7)	7.7% (1)	9.8% (8)	5.7% (2)	7.5% (19)	7.1% (18)
⑭ 現地の規制・法制度面への対応	17.8% (90)	24.0% (23)	16.3% (67)	17.2% (47)	17.1% (24)	12.5% (5)	26.4% (14)	17.7% (45)	13.0% (16)	15.4% (2)	25.6% (21)	17.1% (6)	17.7% (45)	17.8% (45)
⑮ 海外における特許や著作権の調査・申請・保護	4.1% (21)	2.1% (2)	4.6% (19)	4.0% (11)	5.0% (7)	5.0% (2)	1.9% (1)	4.3% (11)	3.3% (4)	- (-)	4.9% (4)	5.7% (2)	4.3% (11)	4.0% (10)
⑯ 取引先企業の信用調査	8.1% (41)	6.3% (6)	8.5% (35)	8.4% (23)	6.4% (9)	15.0% (6)	5.7% (3)	9.4% (24)	8.1% (10)	7.7% (1)	3.7% (3)	8.6% (3)	9.4% (24)	6.7% (17)
⑰ 債権回収	16.0% (81)	7.3% (7)	18.0% (74)	16.8% (46)	18.6% (26)	12.5% (5)	7.5% (4)	15.4% (39)	25.2% (31)	23.1% (3)	8.5% (7)	2.9% (1)	15.4% (39)	16.6% (42)
⑱ 為替の安定	7.5% (38)	6.3% (6)	7.8% (32)	8.4% (23)	5.7% (8)	7.5% (3)	7.5% (4)	7.9% (20)	10.6% (13)	23.1% (3)	2.4% (2)	- (-)	7.9% (20)	7.1% (18)
⑲ その他	2.0% (10)	3.1% (3)	1.7% (7)	1.8% (5)	2.9% (4)	- (-)	1.9% (1)	1.6% (4)	1.6% (2)	7.7% (1)	2.4% (2)	2.9% (1)	1.6% (4)	2.4% (6)
⑳ 課題は特になし	2.0% (10)	1.0% (1)	2.2% (9)	2.6% (7)	2.1% (3)	- (-)	- (-)	1.2% (3)	0.8% (1)	- (-)	3.7% (3)	8.6% (3)	1.2% (3)	2.8% (7)
無回答	4.3% (22)	5.2% (5)	4.1% (17)	4.7% (13)	3.6% (5)	5.0% (2)	3.8% (2)	4.3% (11)	4.1% (5)	7.7% (1)	4.9% (4)	2.9% (1)	4.3% (11)	4.3% (11)
合計	- (507)	- (96)	- (411)	- (274)	- (140)	- (40)	- (53)	- (254)	- (123)	- (13)	- (82)	- (35)	- (254)	- (253)

表3-(2) 訪日外国人を対象にしたビジネスを展開するにあたり、課題になっていること(課題になりそうなこと) (3項目以内複数回答)
 ※表1-(2)において、①～⑥の回答者を対象

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
① 事業展開のための一般的な情報収集	21.2% (59)	21.8% (12)	21.1% (47)	21.1% (35)	25.4% (17)	15.0% (3)	16.0% (4)	18.9% (20)	18.2% (12)	7.7% (1)	23.6% (17)	42.9% (9)	18.9% (20)	22.7% (39)
② 日本政府や自治体の支援策に関する情報収集	10.4% (29)	5.5% (3)	11.7% (26)	12.0% (20)	10.4% (7)	- (-)	8.0% (2)	6.6% (7)	9.1% (6)	- (-)	13.9% (10)	28.6% (6)	6.6% (7)	12.8% (22)
③ 事業化の可能性調査	35.3% (98)	38.2% (21)	34.5% (77)	27.7% (46)	50.7% (34)	40.0% (8)	40.0% (10)	35.8% (38)	39.4% (26)	7.7% (1)	31.9% (23)	47.6% (10)	35.8% (38)	34.9% (60)
④ 訪日外国人向けビジネス展開のための資金調達	3.6% (10)	3.6% (2)	3.6% (8)	4.8% (8)	- (-)	- (-)	8.0% (2)	2.8% (3)	1.5% (1)	7.7% (1)	4.2% (3)	9.5% (2)	2.8% (3)	4.1% (7)
⑤ 訪日外国人向け製・商品、サービスのニーズ把握	38.5% (107)	49.1% (27)	35.9% (80)	34.9% (58)	38.8% (26)	50.0% (10)	52.0% (13)	32.1% (34)	50.0% (33)	38.5% (5)	37.5% (27)	38.1% (8)	32.1% (34)	42.4% (73)
⑥ 訪日外国人向け製・商品、サービスの価格競争力の維持・強化	14.4% (40)	20.0% (11)	13.0% (29)	10.2% (17)	17.9% (12)	30.0% (6)	20.0% (5)	16.0% (17)	19.7% (13)	15.4% (2)	8.3% (6)	9.5% (2)	16.0% (17)	13.4% (23)
⑦ 訪日外国人に詳しい社内人材の確保・教育	18.3% (51)	23.6% (13)	17.0% (38)	18.1% (30)	13.4% (9)	35.0% (7)	20.0% (5)	21.7% (23)	15.2% (10)	38.5% (5)	13.9% (10)	14.3% (3)	21.7% (23)	16.3% (28)
⑧ ビジネスパートナーの確保	28.8% (80)	25.5% (14)	29.6% (66)	27.7% (46)	35.8% (24)	25.0% (5)	20.0% (5)	32.1% (34)	30.3% (20)	7.7% (1)	27.8% (20)	23.8% (5)	32.1% (34)	26.7% (46)
⑨ 誘客のためのPR活動	19.1% (53)	23.6% (13)	17.9% (40)	22.3% (37)	9.0% (6)	25.0% (5)	20.0% (5)	11.3% (12)	16.7% (11)	38.5% (5)	31.9% (23)	9.5% (2)	11.3% (12)	23.8% (41)
⑩ 訪日外国人の受入れ体制構築	12.2% (34)	10.9% (6)	12.6% (28)	12.7% (21)	7.5% (5)	20.0% (4)	16.0% (4)	10.4% (11)	7.6% (5)	15.4% (2)	18.1% (13)	14.3% (3)	10.4% (11)	13.4% (23)
⑪ 債権回収	8.3% (23)	7.3% (4)	8.5% (19)	9.0% (15)	7.5% (5)	5.0% (1)	8.0% (2)	9.4% (10)	9.1% (6)	- (-)	6.9% (5)	9.5% (2)	9.4% (10)	7.6% (13)
⑫ 為替の安定	4.7% (13)	1.8% (1)	5.4% (12)	6.0% (10)	4.5% (3)	- (-)	- (-)	6.6% (7)	3.0% (2)	15.4% (2)	2.8% (2)	- (-)	6.6% (7)	3.5% (6)
⑬ その他	2.9% (8)	1.8% (1)	3.1% (7)	4.2% (7)	- (-)	- (-)	4.0% (1)	2.8% (3)	1.5% (1)	7.7% (1)	2.8% (2)	4.8% (1)	2.8% (3)	2.9% (5)
⑭ 課題は特にない	3.2% (9)	5.5% (3)	2.7% (6)	1.8% (3)	7.5% (5)	- (-)	4.0% (1)	4.7% (5)	3.0% (2)	7.7% (1)	1.4% (1)	- (-)	4.7% (5)	2.3% (4)
無回答	14.7% (41)	9.1% (5)	16.1% (36)	18.1% (30)	7.5% (5)	15.0% (3)	12.0% (3)	17.0% (18)	15.2% (10)	15.4% (2)	12.5% (9)	9.5% (2)	17.0% (18)	13.4% (23)
合計	- (278)	- (55)	- (223)	- (166)	- (67)	- (20)	- (25)	- (106)	- (66)	- (13)	- (72)	- (21)	- (106)	- (172)

表4. 貴社が外需開拓ビジネスに取り組んだ場合の売上予想について
 アジア新興国などの市場でのビジネスや、訪日外国人向けビジネスを展開しなかった3年後の売上を100と仮定したとき、展開した場合の3年後の売上予想（単数回答）
 ※表1-(1)②のいずれかにおいて、②～④の回答者を対象

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
① 105未満	5.0% (3)	10.0% (1)	4.0% (2)	2.9% (1)	16.7% (2)	- (-)	- (-)	7.4% (2)	- (-)	- (-)	8.3% (1)	- (-)	7.4% (2)	3.0% (1)
② 105以上110未満	15.0% (9)	20.0% (2)	14.0% (7)	17.1% (6)	8.3% (1)	- (-)	25.0% (2)	14.8% (4)	13.3% (2)	- (-)	16.7% (2)	20.0% (1)	14.8% (4)	15.2% (5)
③ 110以上120未満	13.3% (8)	- (-)	16.0% (8)	17.1% (6)	8.3% (1)	20.0% (1)	- (-)	14.8% (4)	20.0% (3)	- (-)	8.3% (1)	- (-)	14.8% (4)	12.1% (4)
④ 120以上130未満	16.7% (10)	10.0% (1)	18.0% (9)	20.0% (7)	25.0% (3)	- (-)	- (-)	14.8% (4)	26.7% (4)	100.0% (1)	8.3% (1)	- (-)	14.8% (4)	18.2% (6)
⑤ 130以上150未満	5.0% (3)	- (-)	6.0% (3)	5.7% (2)	- (-)	20.0% (1)	- (-)	3.7% (1)	- (-)	- (-)	8.3% (1)	20.0% (1)	3.7% (1)	6.1% (2)
⑥ 150以上	25.0% (15)	20.0% (2)	26.0% (13)	22.9% (8)	16.7% (2)	60.0% (3)	25.0% (2)	29.6% (8)	13.3% (2)	- (-)	25.0% (3)	40.0% (2)	29.6% (8)	21.2% (7)
⑦ 売上はアップしないと予想している	1.7% (1)	- (-)	2.0% (1)	- (-)	8.3% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	6.7% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	3.0% (1)
⑧ 売上がどの程度アップするかは予想していない	13.3% (8)	30.0% (3)	10.0% (5)	11.4% (4)	8.3% (1)	- (-)	37.5% (3)	11.1% (3)	6.7% (1)	- (-)	25.0% (3)	20.0% (1)	11.1% (3)	15.2% (5)
⑨ 当該ビジネスの開始が3年より先になる予定	1.7% (1)	10.0% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	12.5% (1)	3.7% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	3.7% (1)	- (-)
無回答	3.3% (2)	- (-)	4.0% (2)	2.9% (1)	8.3% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	13.3% (2)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	6.1% (2)
合計	100.0% (60)	100.0% (10)	100.0% (50)	100.0% (35)	100.0% (12)	100.0% (5)	100.0% (8)	100.0% (27)	100.0% (15)	100.0% (1)	100.0% (12)	100.0% (5)	100.0% (27)	100.0% (33)

表5. 日本の製・商品やサービスの強みについて
 アジアの新興国などの市場開拓に際し考えうる、日本の製・商品やサービスの強み（3項目以内複数回答）

	全体	中堅企業	中小企業	5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	製造業	非製造業
① ハイテク製・商品をつくる世界最先端の技術力	42.1% (319)	47.1% (66)	41.0% (253)	40.3% (172)	43.3% (90)	49.2% (29)	44.4% (28)	41.0% (132)	37.2% (61)	43.3% (13)	46.2% (72)	48.2% (41)	41.0% (132)	43.0% (187)
② 製・商品の不良品・故障の少なさ	62.7% (475)	63.6% (89)	62.6% (386)	62.3% (266)	61.5% (128)	69.5% (41)	63.5% (40)	68.6% (221)	59.8% (98)	70.0% (21)	57.7% (90)	52.9% (45)	68.6% (221)	58.4% (254)
③ 顧客ニーズに即した製・商品、サービスの開発力・改善力	48.9% (370)	52.9% (74)	48.0% (296)	47.3% (202)	49.0% (102)	52.5% (31)	55.6% (35)	51.6% (166)	47.0% (77)	40.0% (12)	49.4% (77)	44.7% (38)	51.6% (166)	46.9% (204)
④ 遅配のない納品	12.0% (91)	7.1% (10)	13.1% (81)	13.3% (57)	10.6% (22)	11.9% (7)	7.9% (5)	12.4% (40)	13.4% (22)	23.3% (7)	7.7% (12)	11.8% (10)	12.4% (40)	11.7% (51)
⑤ 製・商品に対する十分なアフターサービス	21.4% (162)	22.9% (32)	21.1% (130)	21.8% (93)	20.2% (42)	25.4% (15)	19.0% (12)	19.6% (63)	20.1% (33)	30.0% (9)	21.2% (33)	28.2% (24)	19.6% (63)	22.8% (99)
⑥ 製・商品の高いデザイン性	10.3% (78)	8.6% (12)	10.7% (66)	11.9% (51)	8.7% (18)	6.8% (4)	7.9% (5)	10.6% (34)	16.5% (27)	6.7% (2)	7.7% (12)	3.5% (3)	10.6% (34)	10.1% (44)
⑦ 日本の製・商品が持つブランド力	46.0% (348)	47.9% (67)	45.5% (281)	43.1% (184)	49.0% (102)	45.8% (27)	55.6% (35)	48.4% (156)	48.8% (80)	43.3% (13)	42.3% (66)	38.8% (33)	48.4% (156)	44.1% (192)
⑧ 日本文化に根差す「おもてなし」の心	13.7% (104)	17.9% (25)	12.8% (79)	15.0% (64)	10.1% (21)	15.3% (9)	15.9% (10)	7.8% (25)	7.9% (13)	20.0% (6)	28.2% (44)	18.8% (16)	7.8% (25)	18.2% (79)
⑨ その他	1.2% (9)	- (-)	1.5% (9)	1.4% (6)	1.4% (3)	- (-)	- (-)	1.6% (5)	1.8% (3)	- (-)	0.6% (1)	- (-)	1.6% (5)	0.9% (4)
⑩ 強みは特でない	1.6% (12)	- (-)	1.9% (12)	2.3% (10)	1.0% (2)	- (-)	- (-)	1.2% (4)	3.0% (5)	- (-)	1.3% (2)	1.2% (1)	1.2% (4)	1.8% (8)
無回答	5.0% (38)	5.0% (7)	5.0% (31)	4.7% (20)	6.7% (14)	1.7% (1)	4.8% (3)	3.4% (11)	4.9% (8)	6.7% (2)	4.5% (7)	11.8% (10)	3.4% (11)	6.2% (27)
合計	- (757)	- (140)	- (617)	- (427)	- (208)	- (59)	- (63)	- (322)	- (164)	- (30)	- (156)	- (85)	- (322)	- (435)