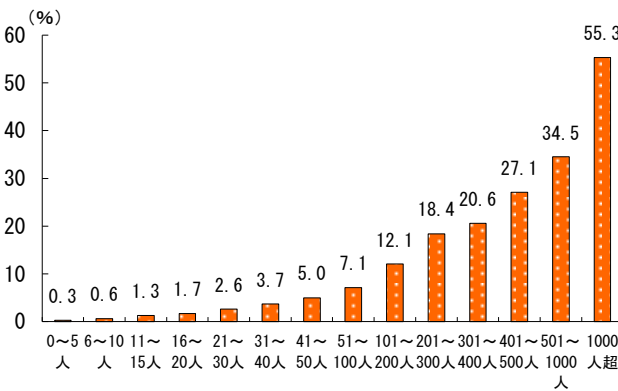


中小企業の国際化の状況

～2010年版 中小企業白書の分析から～

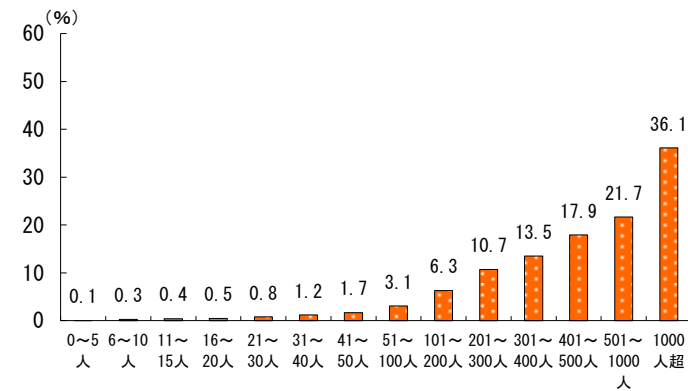
輸出企業の割合(製造業)

小規模な企業では輸出や直接投資を行う割合は低い。



資料：経済産業省「平成19年工業統計表」再編加工 (企業の従業員数)
(注) 従業者規模の算出にあたっては、平成17年工業統計表を用いて、事業所の従業者数を企業の従業者数に集計しているため、その後の市町村合併等により事業所番号が変更された企業は含まれていない。

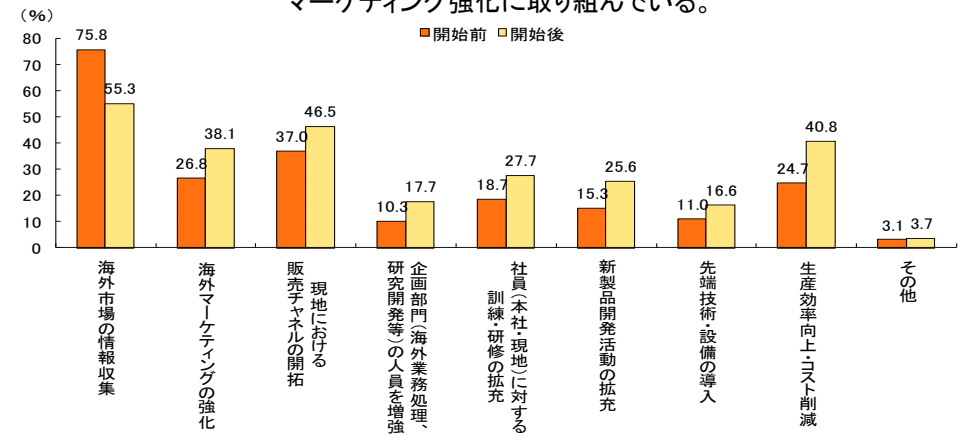
直接投資企業の割合



資料：総務省「平成18年事業所・企業統計調査」再編加工 (会社の従業者数)
(注) 個人事業所は含まない。

国際化の開始前後に取り組んだ内容

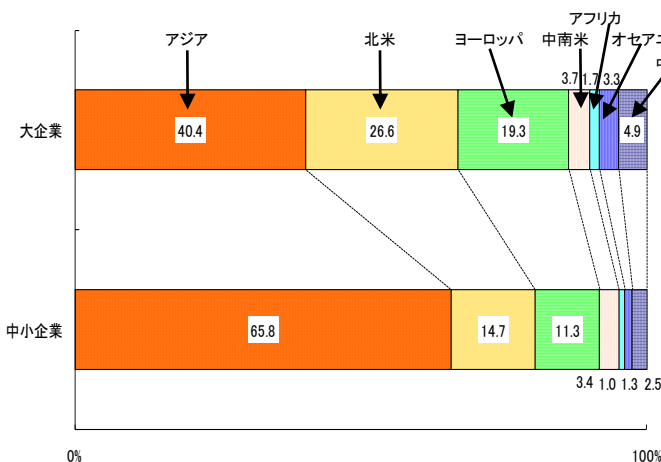
より多くの中小企業が、国際化前は情報収集、国際化後は販売チャンネル開拓、マーケティング強化に取り組んでいる。



資料：中小企業庁委託「国際化と企業活動に関するアンケート調査」(2009年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
(注) 1. 国際化を「行っている」と回答した中小企業のみを集計している。
2. 複数回答であるため、合計は必ずしも100にならない。

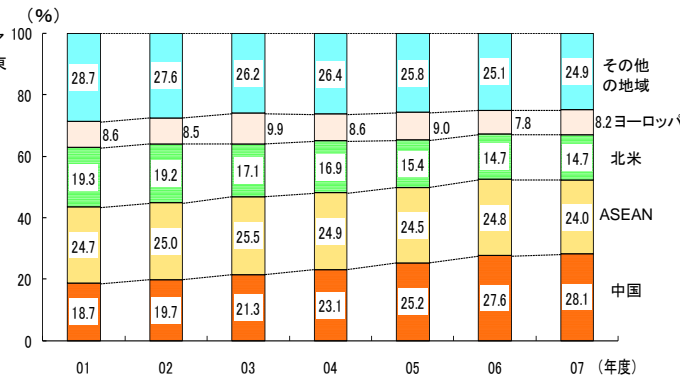
輸出額の地域別割合

輸出額はアジアの割合が高く、直接輸出先は中国が増加。



資料：経済産業省「平成20年企業活動基本調査」再編加工

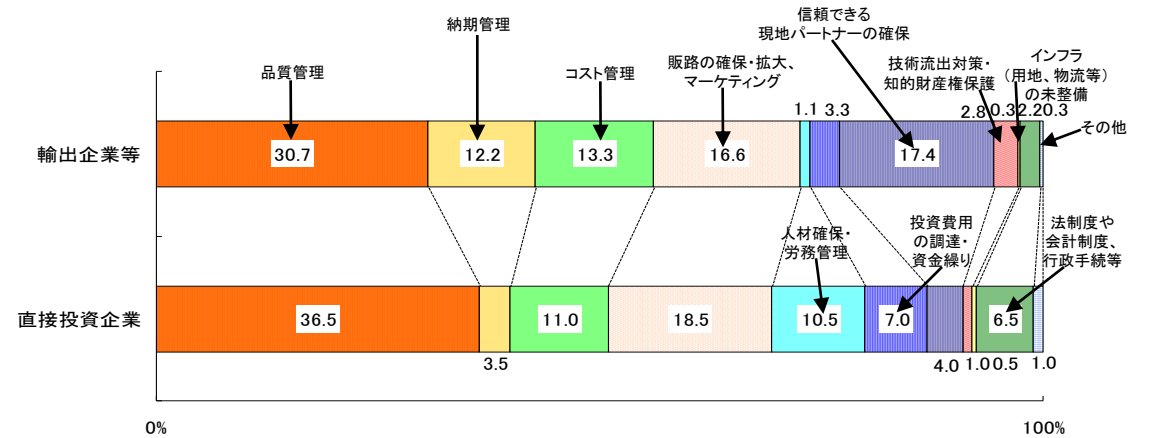
現地法人数の地域別割合(中小企業)



資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」再編加工
(注) ここでいうASEANとは、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、カンボジア、シンガポール、ラオス、ミャンマー、ブルネイの10か国をいう。また、ここでいうヨーロッパとは、英国、ドイツ、フランス、イタリア、オランダ、ベルギー、ギリシャ、ルクセンブルク、デンマーク、スペイン、ポルトガル、オーストリア、フィンランド、スウェーデン、アイルランドのEU15か国をいう。

国際化における課題

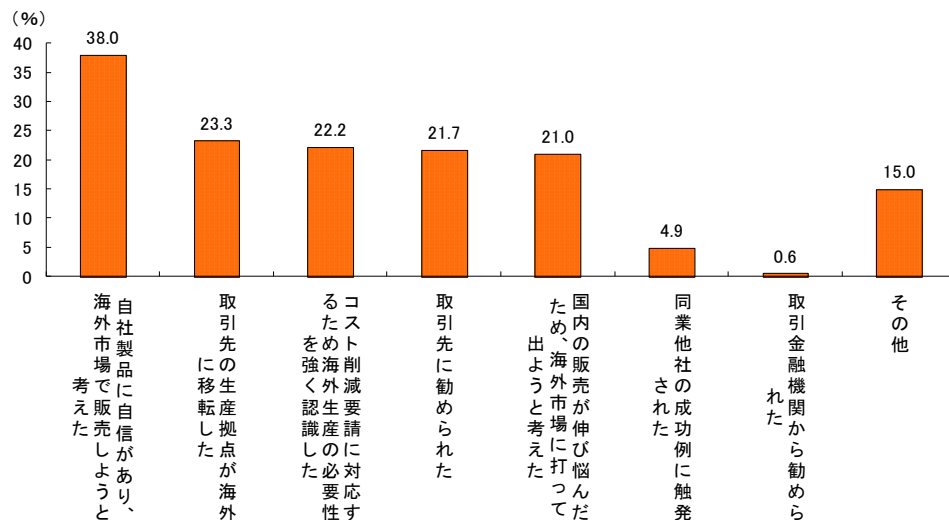
輸出企業では、納期管理や信頼できる現地パートナーの確保の割合が高い一方、直接投資企業では、人材面や資金面の割合が高く、また制度面への関心も強い。



資料：中小企業庁委託「国際化と企業活動に関するアンケート調査」(2009年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
(注) 1. 国際化を「行っている」と回答した中小企業のみを集計している。
2. ここでいう直接投資企業とは、国際化を「行っている」と回答した中小企業のうち、直接投資を「現在行っている」と回答した中小企業をいう。
3. ここでいう輸出企業等とは、国際化を「行っている」と回答した中小企業のうち、直接投資を「現在行っている」と回答していない中小企業をいう。

国際化を行うことになったきっかけ

自社製品に自信があり、海外市場で販売しようと考えたという前向きな理由が最も多い。



資料：中小企業庁委託「国際化と企業活動に関するアンケート調査」(2009年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
(注) 1. 国際化を「行っている」と回答した中小企業のみを集計している。
2. 複数回答であるため、合計は必ずしも100にならない。

利用したことのある施策(機関別)

	回答企業数	セミナー等の情報提供	窓口相談等の情報提供	展示会・商談会	現地支援	金融支援	その他
日本貿易振興機構(JETRO)	309	168	122	83	39	2	11
中小企業基盤整備機構	54	21	25	11	2	4	3
政府系金融機関	58	11	11	3	1	39	0
地方自治体	54	18	16	25	6	3	1
商工会議所	94	47	33	16	3	3	10
民間金融機関	166	52	49	21	26	71	5
商社	90	8	20	29	43	1	5
コンサルティング会社	65	16	22	1	27	0	12
その他	33	14	15	8	6	3	7

資料：中小企業庁委託「国際化と企業活動に関するアンケート調査」(2009年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
(注) 1. 国際化支援策を利用したことがあると回答した中小企業のみを集計している。
2. 複数回答。