

日本企業の輸出の現状とジェトロの支援 ～新型コロナウイルス感染拡大への対応も～



日本貿易振興機構（ジェトロ） 長崎貿易情報センター 所長 松尾修二

1995年3月 国際基督教大学大学院行政学研究科博士前期課程修了。
同年4月 日本貿易振興会（現 日本貿易振興機構）入会。
本部の海外調査部、貿易開発部、ビジネス展開支援部や、ソウル事務所、岡山貿易情報センター、徳島貿易情報センター、福井県立大学地域経済研究所に勤務。
2018年8月より長崎貿易情報センター所長。

海外展開に取り組む企業を支援します

ジェトロは、貿易・投資促進と開発途上国研究を通じ、日本の経済・社会のさらなる発展に貢献することを目指しています。1958年に特殊法人日本貿易振興会として発足、2003年に独立行政法人日本貿易振興機構として設立されました。ジェトロ長崎貿易情報センター（ジェトロ長崎）は1965（昭和40）年に開設され、輸出や海外拠点設立などに取り組む長崎県内企業を支援しています。概要は以下のとおりです。

<ジェトロの概要>

1. 拠点（2020年1月1日時点）

国内：本部（東京）、大阪本部、貿易情報センター48事務所、アジア経済研究所、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）、海外：54カ国 74事務所

2. 職員数（2019年4月1日時点）

国内998名、海外731名：合計1,729名

3. ジェトロ長崎の主な業務

- （1）海外の貿易・経済情報の提供、相談対応：ウェブサイトでの情報提供、貿易・投資相談対応等
- （2）中堅・中小企業による海外展開の支援：セミナー開催、商談機会提供、専門家による輸出のための個社支援等
- （3）農林水産・食品の輸出促進にかかる支援：セミナー開催、商談機会提供、専門家による輸出のための個社支援等
- （4）地方自治体や関連機関との海外展開に係る事業実施：セミナー開催、海外ビジネス相談会実施等
- （5）外国企業の対日進出支援：外国・外資系企業からの相談対応、企業誘致セミナー開催等

輸出を行う企業の割合

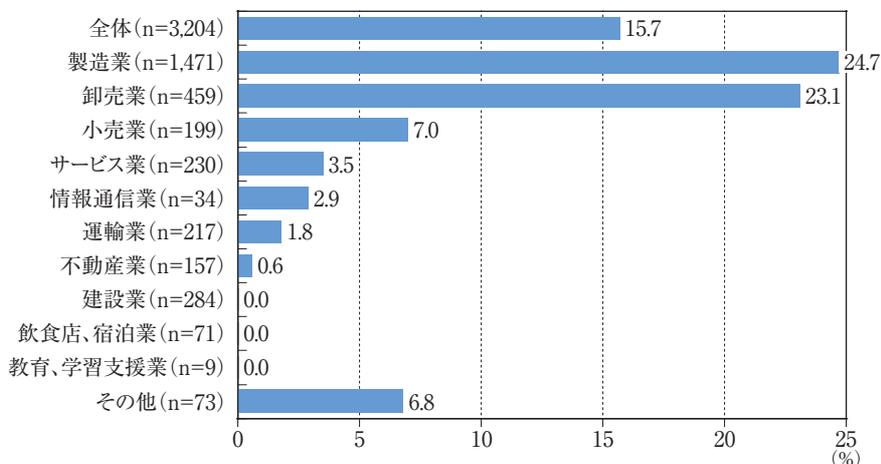
海外展開の形態の中でも、企業の関心が高く、実際に取り組んでいる企業が多いのは輸出といえます。国内で、実際に輸出を行っている企業はどのくらいあるでしょう。日本政策金融公庫総合研究所の調査によると、アンケートに回答した中小企業3,309社のうち、輸出を行っている企業は15.7%でした。業種別には、製造業は24.7%、卸売業は23.1%と高い比率でした。また、輸出形態は、国内商社などを通じて行う「間接輸出」が61.2%、海外企業と直接取引を行い自己または自社名義で通関手続きを行う「直接輸出」が58.8%と、間接輸出を行う企業がやや多いという結果でした。

なお、この調査では、「教育、学習支援業」「飲食店、宿泊業」「建設業」は輸出を行う企業がないという結果でした。しかし、これらの業種は海外に展開していないというわけではありません。貿易よりも、海外に拠点や店舗を設立する直接投資や、技術供与などの業務提携といった形態で行われることが多い業種です。

輸出の効果は売上拡大にとどまらない

輸出に取り組むことで新たな販売先を見つけられれば、売上の拡大につながります。これが輸出によって得られる効果です。2016年版の中小企業白書では、輸出の効果についてのアンケート調査結果が紹介されています。「売上の拡大」が72.2%、続いて「海外の新市場・顧客の開拓」が39.9%と、販売に関する効果があったとする企業の割合が高くなりました。

図表1 輸出を行う企業の割合（業種別）

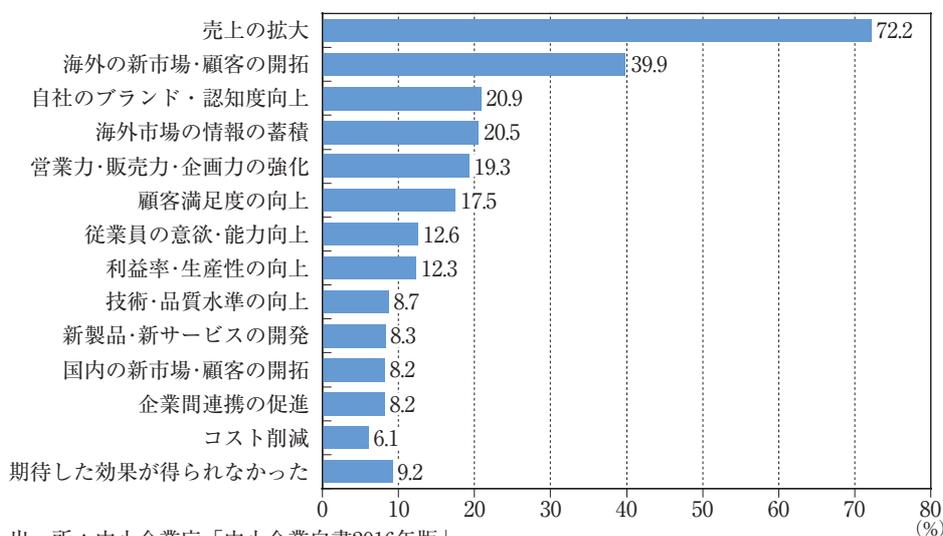


原注：輸出形態として「直接輸出」、「間接輸出」、「自社の海外販売拠点に輸出」のいずれかを選択した企業を、輸出を行う企業として集計。

出所：日本政策金融公庫総合研究所「中小企業による輸出の実態～「輸出への取り組みに関するアンケート」から～」、2017年2月

しかし、輸出による効果は、売上の拡大にとどまりません。この他にも、「自社のブランド・認知度向上」「顧客満足度の向上」といった対外的な効果や、「営業力・販売力・企画力の強化」「従業員の意欲・能力向上」といった企業内での効果がある、という回答も一定の比率を占めました。また、「利益率・生産性の向上」「技術・品質水準の向上」「新製品・新サービスの開発」などの回答もありました。海外企業の要望や海外の制度に対応するのは難しい場合もありますが、それを乗り越えることが企業の力量の向上につながっていることがうかがえます。

図表2 輸出による効果



出 所：中小企業庁「中小企業白書2016年版」
 原資料：中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」
 (2015年12月、株式会社データバンク)

輸出拡大を図る理由は海外市場の成長への期待など

ジェトロでは、国際ビジネスに関心を持つ企業向けのアンケート調査を毎年実施しています。2020年2月に発表した最新調査の結果では、今後の輸出事業の方針について、「さらに拡大を図る」が71.1%、「今後、新たに取り組みたい」が9.3%となり、これら2項目を合わせた、いわば「輸出の拡大を図る企業」が80.4%を占めました。企業の規模で比べると、「さらに拡大を図る」は大企業77.7%、中小企業70.0%であったのに対し、「今後、新たに取り組みたい」は大企業3.9%、中小企業10.2%となり、中小企業の比率が高い結果となりました。

図表3 今後（2019年度も含め3カ年程度）の輸出に関する方針 (%)

	全体	大企業	中小企業
さらに拡大を図る	71.1	77.7	70.0
今後、新たに取り組みたい	9.3	3.9	10.2
現状を維持する	11.9	13.6	11.6
縮小、撤退を検討する	1.1	1.5	1.1
今後とも行う予定はない	6.6	3.4	7.1
合 計	100.0	100.0	100.0

出所：ジェトロ「2019年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（JETRO海外ビジネス調査）」、2020年2月

輸出拡大を図る企業に理由をたずねたところ、海外市場の成長への期待の声が多く聞かれました。他には、日本製品に対する海外での評価の高さ、インバウンド増加の効果、越境EC（電子商取引）の活用による輸出増加への期待といった意見もありました。いくつかの意見を紹介します。

■外需拡大、海外市場成長の期待

- 国内市場の拡大余地が少なく、海外での需要増が見込まれるため（飲食料品）
- アジア地域で特に需要の拡大見込みがあり、アジア、新興国も含めて今後展開を進めていく（衣料品・化粧品）

■「Made in Japan」ブランドの強み

- 日本と比較し成長が期待できる海外市場に、日本製の製品を投入して拡販するチャンスはまだ十分ある（化学）
- 日本製品が持っている商品力（品質、技術）が大きい（商社・卸売）

■インバウンド需要拡大の効果

- 当地へのインバウンド数も増えているので、これから当地の食文化のファンが増えるほど、輸出も好調になると予想（飲食料品）

■越境ECの活用

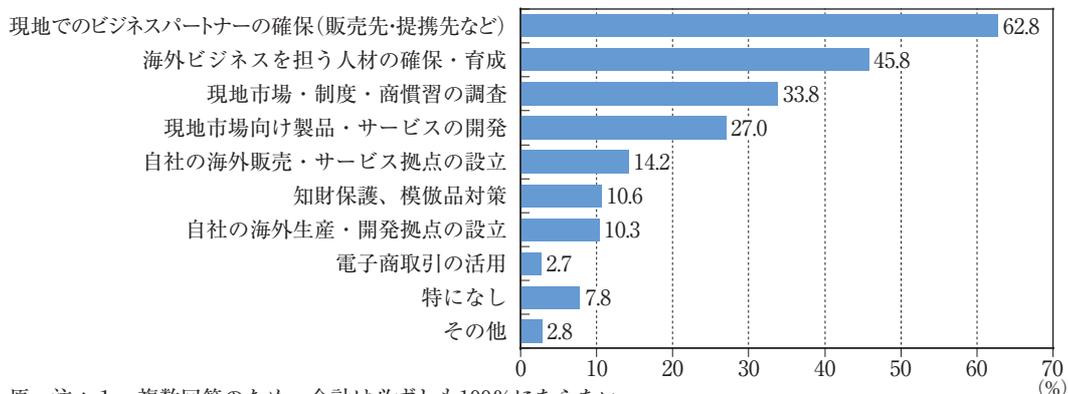
- 欧州実店舗とEC販売が本格的に稼働するため（飲食料品）
- インドネシアで現地EC SHOPとの共同で現地生産、販売をスタート（商社・卸売）

海外展開の成功のポイントとジェトロの支援メニュー

輸出には売り上げ増に限らない効果があり、輸出を行う企業の多くが輸出をさらに拡大させたいと考えています。しかし、輸出は取り組みばすぐにうまくいくとは限りません。輸出を成功させるためにはいろいろな取り組みが必要です。

中小企業白書2020年版では、「海外展開を成功させる上で重要なポイント」についてのアンケート調査結果が載っています（海外展開全般についての質問であり、輸出以外の海外展開を行う企業の回答も含まれています）。それによると、「海外でのビジネスパートナーの確保（販売先・提携先など）」、「海外ビジネスを担う人材の確保・育成」、「現地市場・制度・商慣習の調査」といった項目の回答割合が高くなっています。

図表4 海外展開を成功させる上で重要なポイント



原注：1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

2. 海外展開を成功させる上で重要なポイントについて、上位三つまでを確認している。

原資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業の付加価値向上に関するアンケート」

出所：中小企業庁「中小企業白書2020年版」

これら「重要なポイント」について、ジェトロではいろいろなメニューで支援可能です。そこでここでは、これら「重要なポイント」の上位3項目を例にとり、それぞれに対応しているジェトロの支援メニューをご紹介します。

○重要なポイント1「現地でのビジネスパートナーの確保（販売先・提携先など）」に対応した支援メニュー

・海外見本市の「ジャパン・パビリオン」出展支援

ジェトロが主催・参加する海外見本市・展示会のジャパン・パビリオンへのご出展をサポートします。

・海外バイヤー招へい商談会

海外から有力なバイヤーや代理店候補を招へいし、海外市場開拓を目指す企業とのマッチングのための個別商談会を開催します。



ドイツでの食品展示会におけるジャパン・パビリオン

・海外におけるEC販売プロジェクト（JAPAN MALL事業）

海外EC（電子商取引）事業者との商談を仲介します。

・引き合い案件データベース「TTPP」（Trade Tie-up Promotion Program）

ジェトロのウェブサイト上で生産や販売などに関するビジネスパートナー候補を検索できます。また、売りたい商品や希望する提携情報をビジネス案件として登録すると世界160カ国以上の登録ユーザーに情報発信されビジネスチャンスを広げることができます。

○重要なポイント2「海外ビジネスを担う人材の確保・育成」に対応した支援メニュー

• 貿易実務オンライン講座

オンラインなので、自分のペースで学べる講座です。「30分で学べるはじめての輸出」（無料）、「速習！これだけは知っておきたいノウハウシリーズ」として「輸出商談編」「英文ビジネス eメール編」（学習時間目安5時間、有料）、「じっくり学ぶ！貿易実務シリーズ」として「貿易実務基礎編」「貿易実務応用編」「英文契約編」「中国輸出ビジネス編」（学習時間目安：30分×20日、有料）を開講しています。

• セミナー・講演会

海外の市場・経済や貿易実務など、海外ビジネスに役立つセミナー・講演会を実施しています。最近ではオンラインのセミナーも開催し、場所を問わずに参加できる場合もあります。

• 高度外国人材活躍支援プラットフォーム事業

海外ビジネスを担う人材として、高度外国人材の採用に関心を持つ企業が増えています。そこで、中堅中小企業向けに、専門相談員による一貫した伴走型支援を提供します（審査あり）。また、高度外国人材に向けて自社の情報をPRできる企業情報掲載ページを開設しています。

○重要なポイント3「現地市場・制度・商習慣の調査」に対応した支援メニュー

• ジェトロウェブサイト

トップページの「国・地域別に見る」「目的別に見る」「産業別に見る」などをクリックし、知りたい情報を調べられます。サイト内検索も可能です。

• コーディネーター（現地在住の専門家）による輸出支援相談

主要な海外事務所に配置している現地在住の専門家が、Eメールでの相談や、現地出張時のブリーフィングを通じて輸出の可能性や競合品情報などを提供します。

また、海外ビジネスに詳しい専門家が、継続的な企業との面談や海外出張同行を通じて、海外展開戦略の策定から販路開拓や海外拠点立ち上げまで一環で支援する、個々の企業向けの総合的な支援も行っています（審査あり）。

ここでは主な支援メニューを紹介しました。この他にも、ご相談内容に応じた支援メニューをご提案しますので、お気軽にお問い合わせください。

新型コロナウイルスに関するジェトロの情報

2020年は、新型コロナウイルスの感染拡大により、日本国内とともに世界各地で経済活動に深刻な影響が生じています。国・地域によっては経済活動再開の動きも見られますが、今後の感染動向、そして感染防止策の実施状況には引き続き注意が必要です。

こうした中、ジェトロはウェブサイトにて特集ページを開き、海外ビジネスへの影響について海外事務所からの報告を中心にレポートを随時掲載しています。取り扱う内容は、工場操業の動きや経済活動再開の状況、進出企業への影響や企業向け支援策はじめ現地政府の対応・措置などです。

<新型コロナウイルスと海外ビジネスに関する情報>

- ウェブサイト：「特集 新型コロナウイルス感染拡大の影響」
<https://www.jetro.go.jp/world/covid-19/>
- 問い合わせ先：ジェトロ長崎
 住所：長崎市桜町4-1 長崎商工会館9階
 TEL：095-823-7704、FAX：095-823-0037
 E-mail：NGS@jetro.go.jp

多くの長崎県企業も、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、事業環境が厳しさを増しています。しかし、働き方としてテレワークが導入され広がっているように、海外展開への取り組みでも、オンラインの活用がこれまで以上に進んでいます。ジェトロでも、ウェブを使ったマッチングサイトやEラーニングといった、既の実施しているサービスに加え、オンライン上のマッチングイベントへの出展支援や、オンライン商談会といった、新たな形式の事業を行っています。海外展開に取り組む、あるいは関心を持つ長崎県の企業の方には、ジェトロをお気軽にご活用ください。