

平成 27 年 10 月 8 日  
株式会社日本政策金融公庫

## 食品企業の約3割が輸出、約1割が海外展開の強化に積極姿勢

～現地の法律や商慣習情報の不足、海外展開を任せられる人材確保・育成が今後の課題～

<平成27年上半期食品産業動向調査(特別設問:輸出・海外展開編)>

日本政策金融公庫（日本公庫）農林水産事業が7月に実施した「平成 27 年上半期食品産業動向調査（特別設問）」において、食品関係企業に対して、今後、事業を強化していきたい地域について調査したところ、約3割の企業が「海外（日本からの輸出）」、約1割の企業が「海外（海外展開 [注1]）」と回答し、海外事業の強化に積極姿勢を見せていることがわかりました（複数回答）。調査結果の詳細は以下のとおりです。

[注1]海外展開とは、海外法人への出資や業務提携、もしくは海外での法人・店舗等の設立をいう。

<調査結果詳細>

### ○ 今後の事業強化は輸出が27.2%、海外展開が11.4%（資料：図1）

全国の食品関係企業を対象に、今後はこの地域で事業強化していきたいか（複数回答）を聞いたところ、「国内（地場 [注2]）」が62.3%、「国内（地場以外）」が52.1%、「海外（日本からの輸出）」が27.2%、「海外（海外展開）」が11.4%となりました。

[注2]「地場」とは、事業所等が立地する市町村と同一の都道府県及び当該市町村と隣接する都道府県の周辺市町村までをいう。

### ○ 輸出、海外展開ともアジアが中心、EUにも注目（資料：図2～3）

日本からの輸出を強化したいと回答した企業に輸出先の対象国・地域（複数回答）について聞いたところ、「香港」が51.7%と最も多く、次いで「台湾」が50.5%、「米国」が40.4%と続き、「中国」は34.7%で第5位、「EU」が27.6%で第7位となっています。

また、海外展開を強化したい企業では、「中国」が34.9%と第1位で、次いで「台湾」が33.0%、「タイ」が31.0%、「香港」30.7%、「米国」30.3%と続いています。「EU」についても第10位ながら17.2%と一定の割合を占めています。

これらの数字から見ると、食品関係企業は、日本食文化の人気の高いといわれるアジア地域への輸出や海外展開に強い関心を持っていることがうかがえます。

○ 海外展開における課題は「現地の法律や商習慣情報の不足」が最多（資料：図4～5）

海外展開を強化したいと回答した企業に、海外展開における法人の形態（複数回答）を聞いたところ、「海外法人との事業提携」が59.0%、「海外現地法人の設立（出資50%以上）」が40.1%、「海外現地法人の設立（出資50%未満）」が20.3%となりました。

海外展開を強化していきたいという積極的姿勢が見える中で、その課題は何か（複数回答）を聞いたところ、「現地の法律や商習慣情報の不足」をあげた企業が62.2%と最も多く、次いで「海外展開を任せられる人材の確保・育成」が58.3%となりました。

調査時点	平成27年7月1日
調査方法	郵送により調査票を配布し郵送により回収
調査対象	全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業） 7,219社
有効回収数	全体で2,747社（回答率38.1%） 《内訳》 製造業1,756社、卸売業688社、小売業233社、飲食業70社

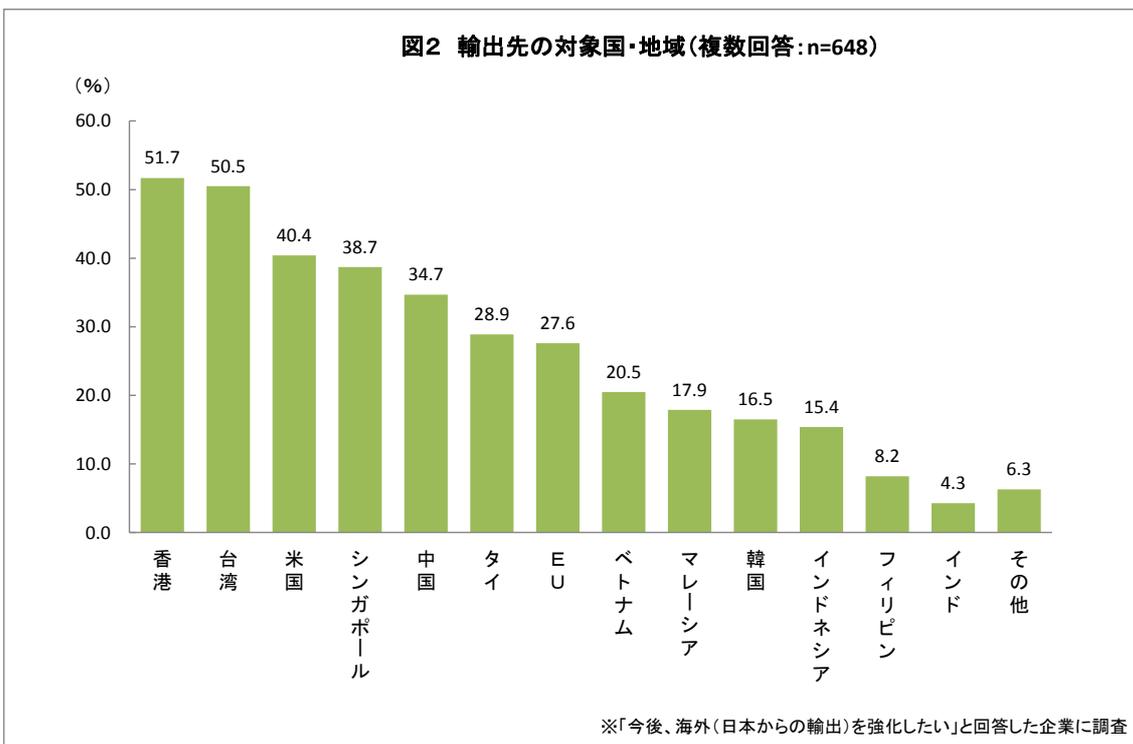
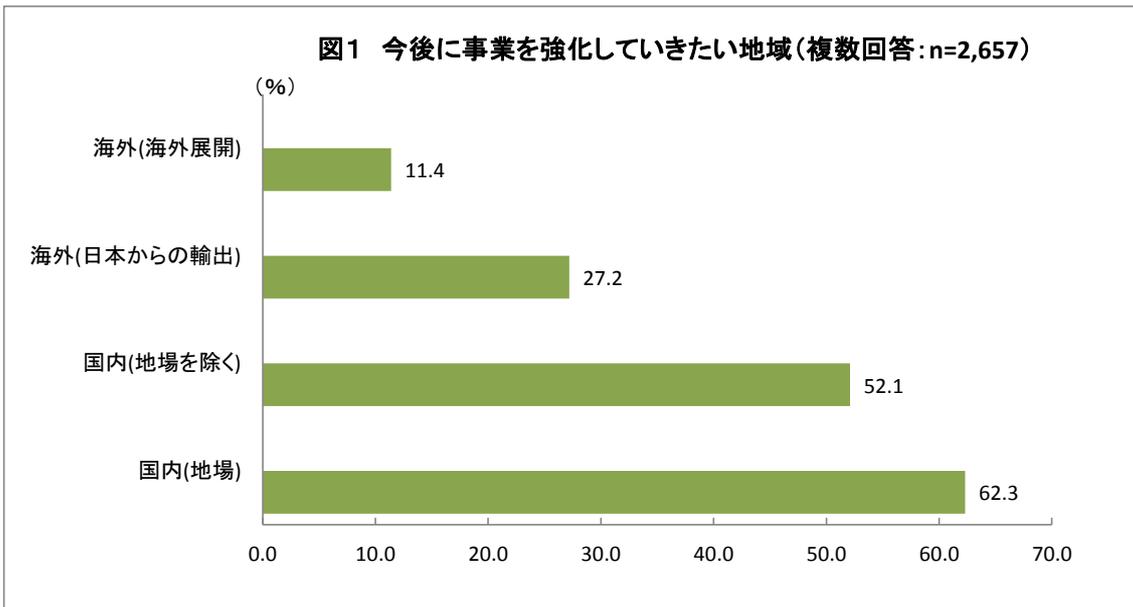
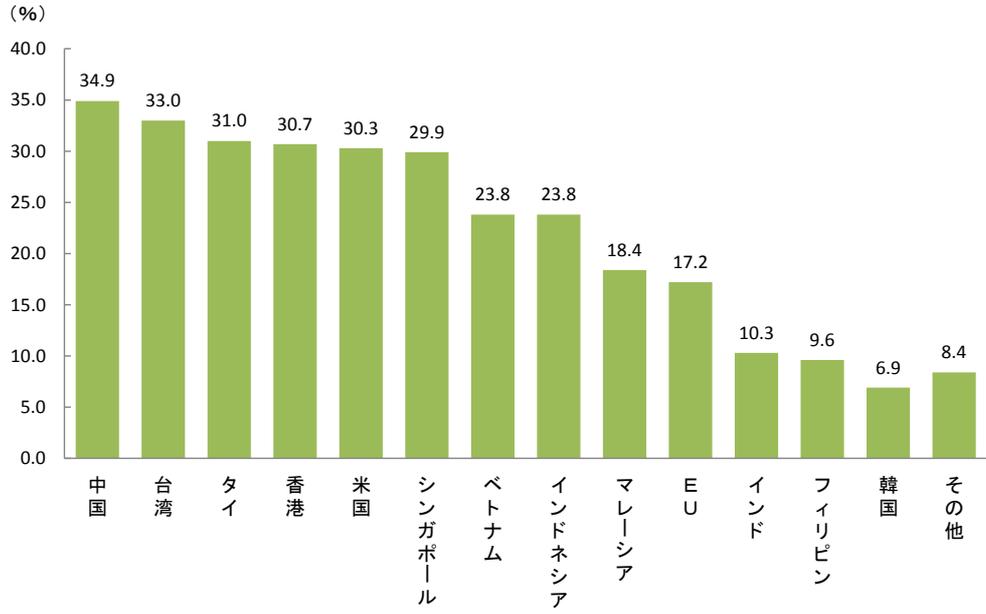
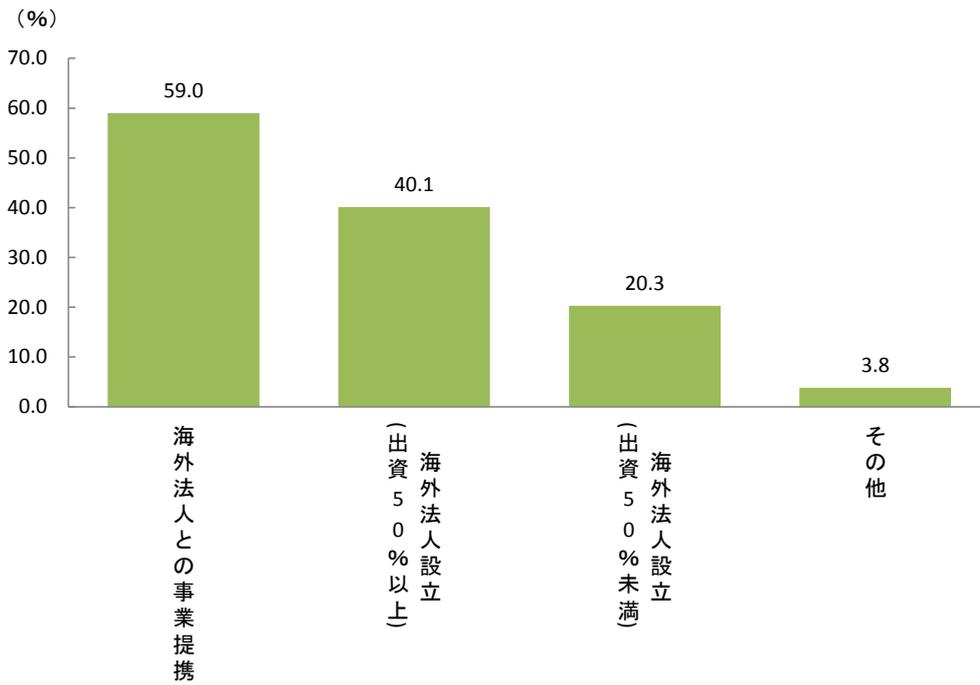


図3 海外展開の対象国・地域(複数回答:n=261)



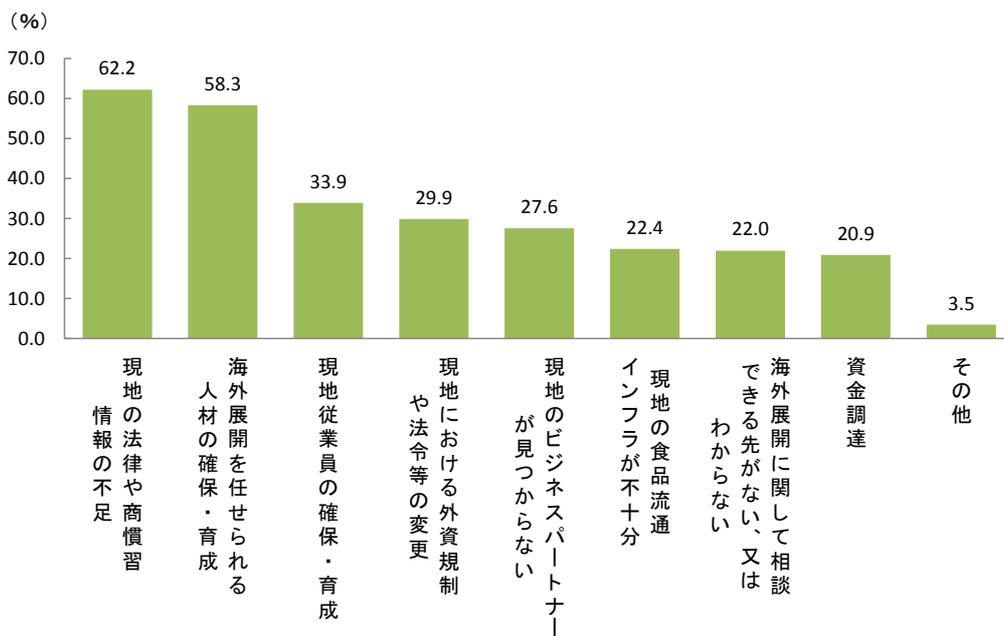
※「今後、海外(海外展開)を強化したい」と回答した企業に調査

図4 海外展開における法人の形態(複数回答:n=212)



※「今後、海外(海外展開)を強化したい」と回答した企業に調査

図5 海外展開における課題(複数回答:n=254)



※「今後、海外(海外展開)を強化したい」と回答した企業に調査