

平成 28 年 10 月 12 日
株式会社日本政策金融公庫**輸出取組先の過半数で輸出商品の利益率が国内向け以上に
～5年後の全売上高に占める海外割合が拡大見通し、海外展開に強い意欲～
＜農業経営者や食品企業の海外展開関連調査＞**

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業は、海外展開意向を持つ全国の農業経営者及び食品関連企業（※次ページ「調査対象」参照）に対し、海外展開の現状と今後の見通しについて調査したところ、既に輸出に取り組んでいる先の過半数（56.0%）で、輸出している商品（以下「輸出商品」という。）が国内向け商品（以下「国内商品」という。）以上の利益率を確保していることが明らかになりました。

また、全売上に占める海外部門の割合について、現状及び5年後の目標を調査したところ、現状では海外部門の割合が6%以上の先は24.4%ですが、5年後の同割合は51.0%となり、今後の海外展開に強い意欲を見せていることがうかがえます。

調査結果の詳細は以下のとおりです。

【本調査における語句の定義について】

海外展開：輸出又は現地事業展開等を行うこと。

輸出：日本から外国へ商品を売ること（外国で生産された商品を別の外国へ販売することは含まない）。

現地事業展開：海外法人への出資や業務提携、もしくは海外での法人等の設立・営農をいう。

＜調査結果のポイント＞**○ 輸出取組先の過半数は、輸出商品の利益率が国内向け商品より高い(資料:図1)**

輸出に「取り組み済」と回答した先に対して、輸出商品と国内商品の利益率について聞いたところ、「輸出商品の利益率が国内商品以上」と回答した先が過半数（56.0%）にのびりました。

輸出商品は、通常の生産コストに加えて、輸出時の輸送コスト、手数料などさまざまなコストが掛かるにも関わらず、輸出商品が国内商品以上の利益率を確保しているという結果は、日本の食品に対する海外での評価が高く、利益率増大につながる高価格の商品販売が多くの事業体において実現していることがうかがえます。

○ 5年後の海外部門の売上割合を「6%以上」と見込む先が過半数(資料:図2)

海外展開に「取り組み済」と回答した先に対して、現状での全売上に占める海外部門の売上割合を聞いたところ、「5%以下」が全体の75.6%、「6%以上」が24.4%と、現時点での海外部門の全事業に対する売上貢献度は限られている結果となりました。

しかし、5年後の全売上に占める海外部門の売上割合をどの程度見込むか、という質問に対しては「6%以上」と増加を見込む先が51.0%にのびりました。特に「6～10%」が26.7%（現状15.2%）、「11～20%」が13.5%（同5.1%）、「20%超」が10.8%（同4.1%）という内訳で、今後の海外展開に強い意欲を見せていることがうかがえます。

○ 今後の海外展開地域は「香港・台湾」、「シンガポール・ASEAN」が人気(資料:図3)

現在「海外展開している」、または今後「海外展開したい」地域について聞いたところ、「香港・台湾」(63.7%)が最も多く、次いで「シンガポール・ASEAN(東南アジア諸国連合)諸国」(62.4%)となりました。

この結果を海外展開形態別に区分すると「輸出のみ」の形態では「香港・台湾」が、「現地事業展開のみ」の形態では「シンガポール・ASEAN諸国」が最上位であり、東南アジア方面に対する現地事業展開意欲の高さがうかがえます。

調査時点 平成28年6月～7月

調査方法 往復はがきによる郵送アンケート調査

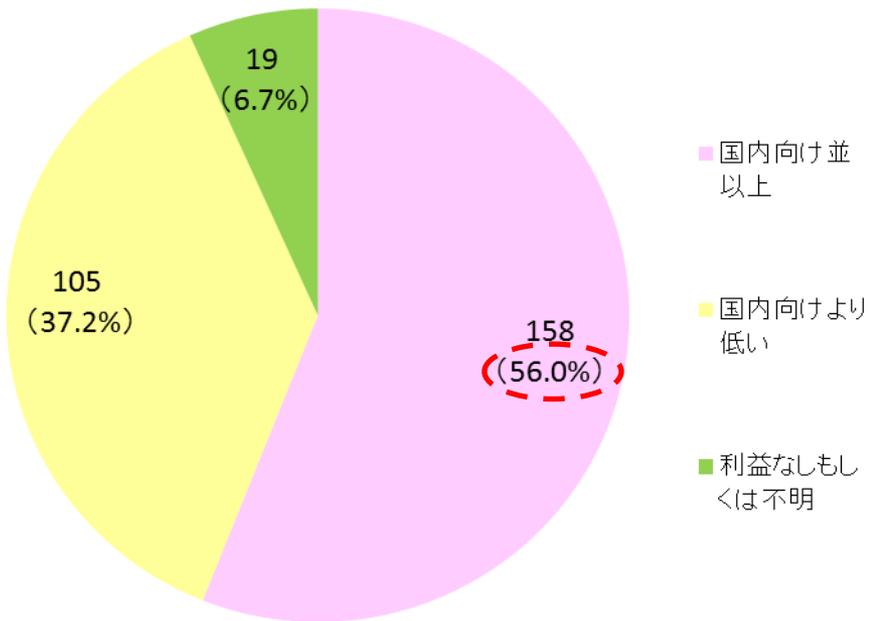
調査対象(※) 平成24年度以降に実施した農業景況調査、食品産業動向調査などで「現在海外展開を実施している」又は「今後海外展開の実施を検討している」と回答した農業経営者440先・食品関連企業(製造業、卸売業、小売業、飲食業)740先の計1,180先。
なお、今回の調査では熊本地震の被害を大きく受けられた熊本県内の農業経営先・食品関係企業を調査対象から除いています。

有効回収数 641先(回収率54.3%) 《内訳》 農業経営者 219先 食品関係企業 422先

図 1. 輸出する商品の利益率

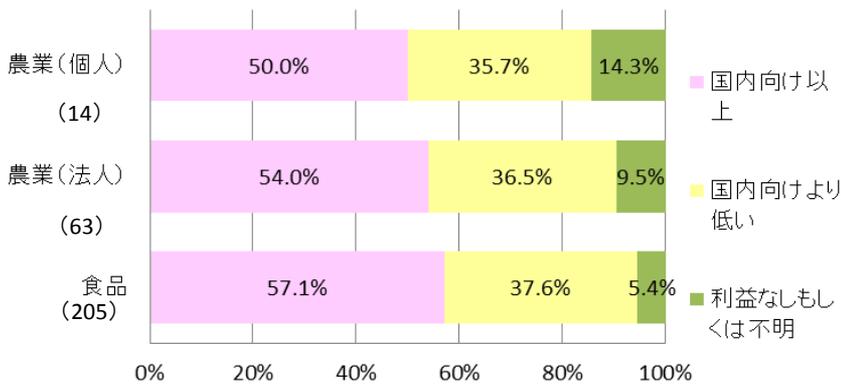
○「輸出(現地事業展開を含む)」に取り組む先のうち、**過半数(56.0%)**は輸出している商品(以下『輸出商品』)が国内向け以上の利益率を確保。
 一方、輸出商品の利益率が「国内向けより低い」先も37.2%あり。
 ○利益率が低くても海外展開を継続する一番の理由は「**販路の維持**」。先行投資により現地シェアを拡大し、長期的な利益率増加を図る先が多いと思われる。

【輸出する商品の利益率】 n=282



(): サンプル数(n)

【輸出する商品の利益率(業種・業態別)】



【海外展開を継続する理由】 n=101(複数回答可)

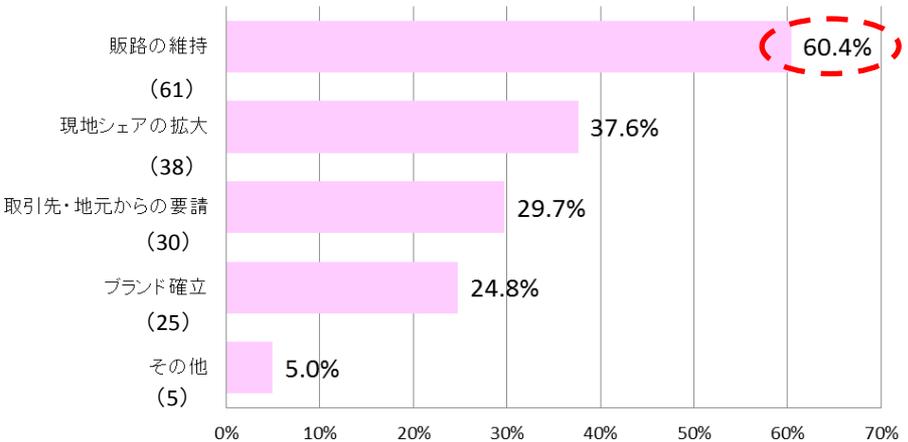
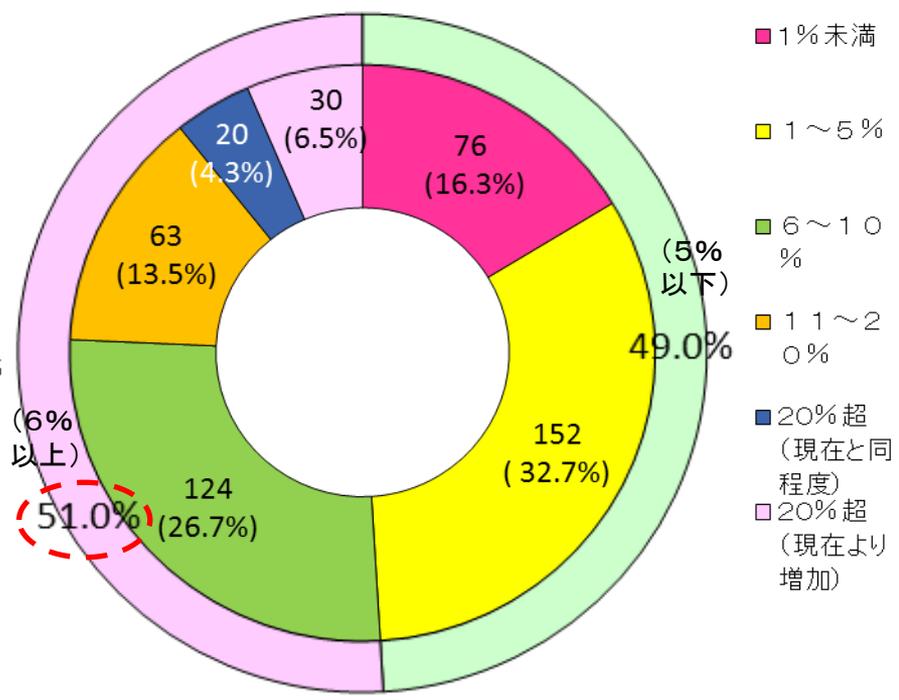
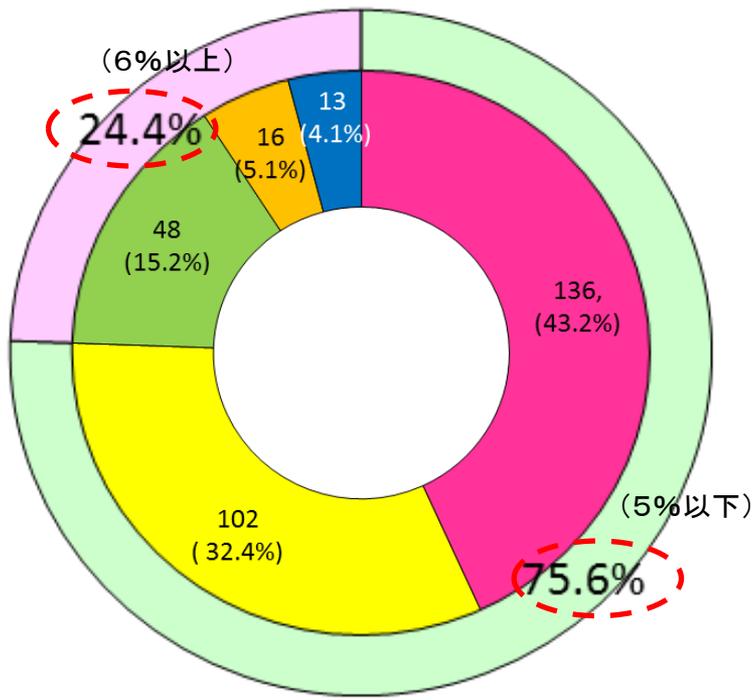


図2.売上における海外部門の割合（現状及び5年後の目標）

○全売上に占める海外部門の割合は、現状で「6%以上」は24.4%と売上貢献度は限定的。
 ○5年後の目標時の海外部門の割合は「6%以上」が過半数(51.0%)に。

【現状:売上における海外部門の割合】 n=315

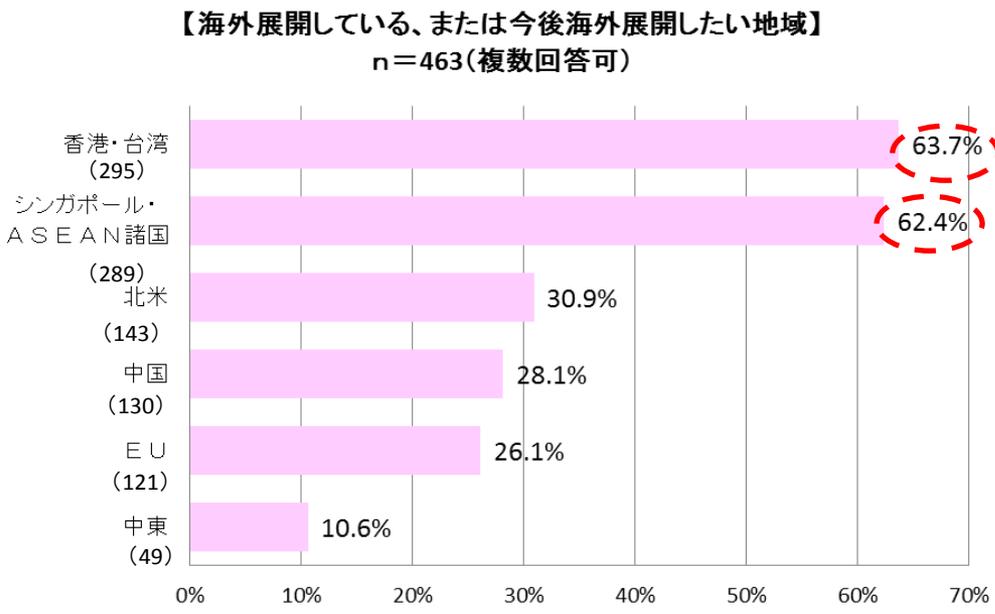
【目標:売上における海外部門の割合】 n=465



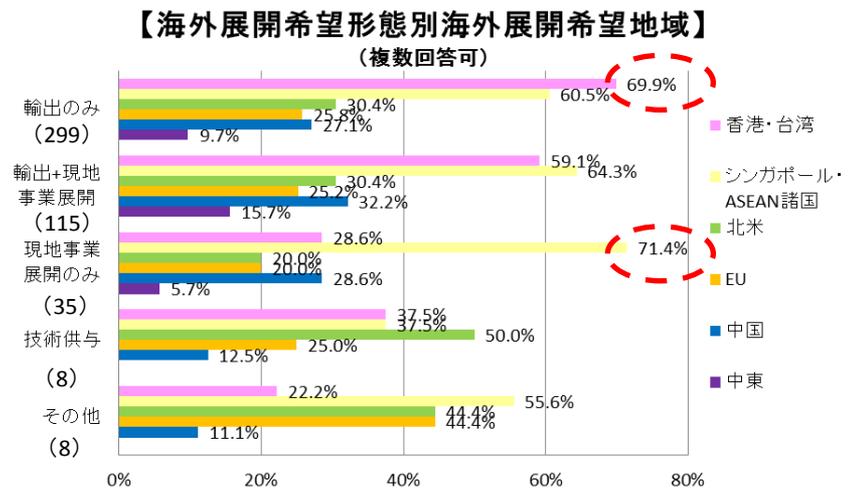
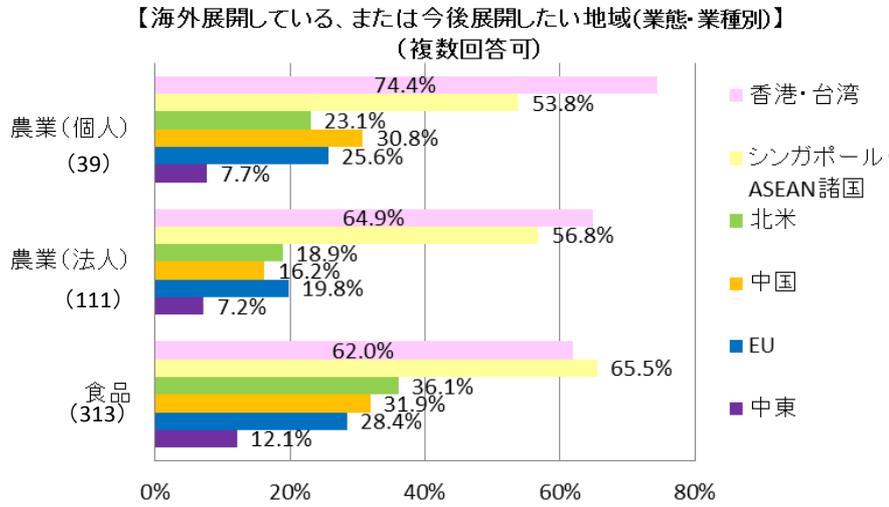
※海外展開に「取り組み済」に加え「構想中」と回答した先を対象に含む。

図3.海外展開している、または今後展開する場合の進出地域

○海外展開している、または今後海外展開したい地域として主にあげられているのは「**香港・台湾**」及び「**シンガポール・ASEAN諸国**」。業態・業種別、地区別も同傾向。
 ○海外展開希望形態別について、「輸出のみ」は「**香港・台湾**」が、「**現地事業展開のみ**」では「**シンガポール・ASEAN諸国**」が最上位。



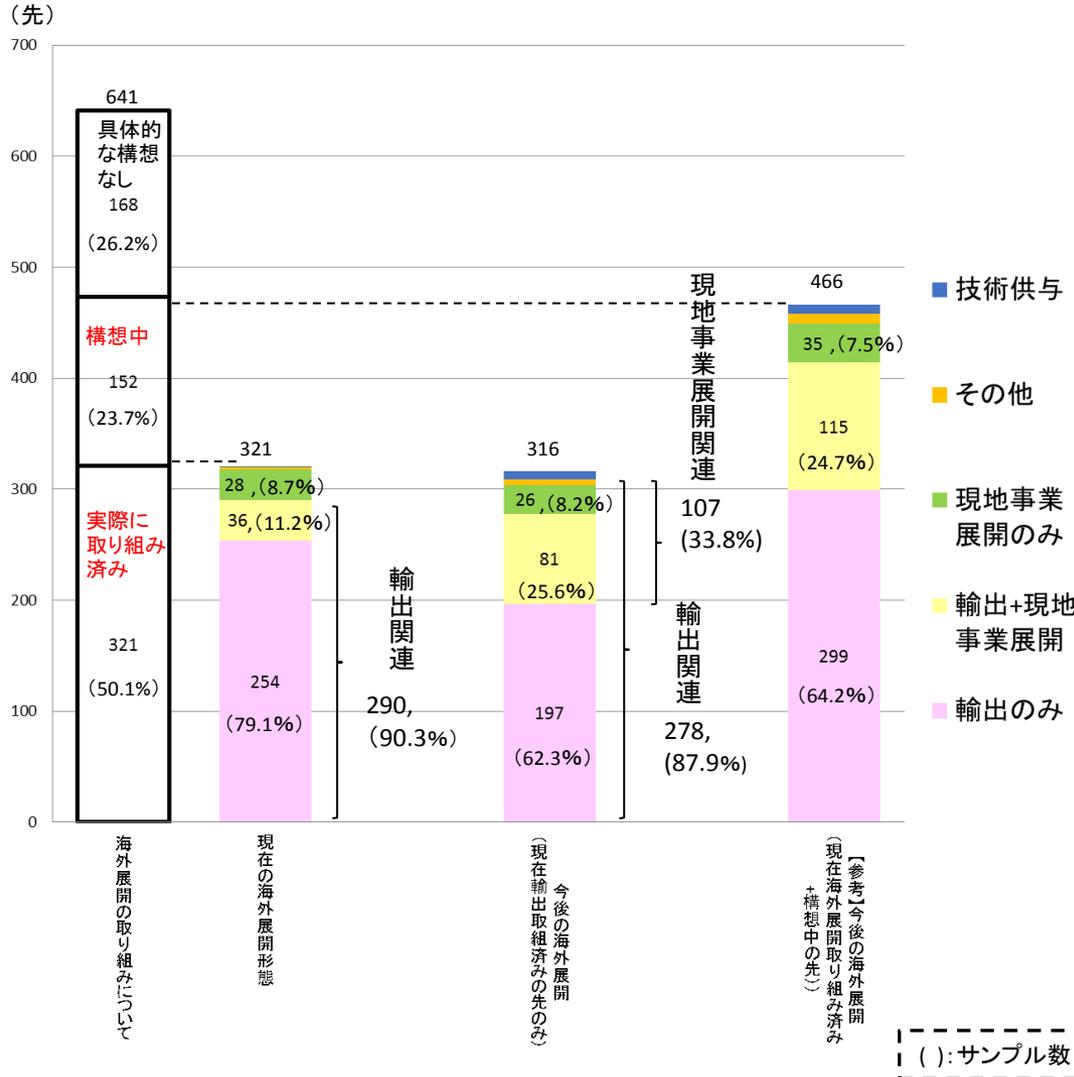
(): サンプル数(n)



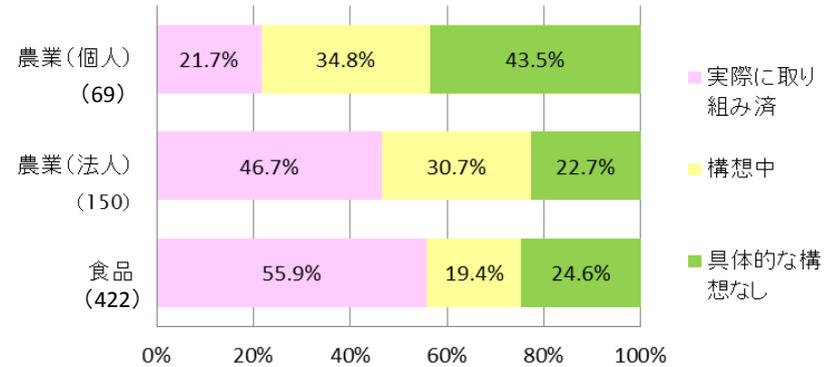
(参考) 海外展開の取り組み状況及び展開形態

- 回答先の約半数(50.1%)が海外展開に取り組み済み。
- 海外展開形態は「輸出」が太宗を占める(90.3%)。

【海外展開の取り組み状況及び展開形態】



【海外展開取り組み状況】(業態・業種別)



【海外展開形態(業態・業種別)】

