

3. アンケート調査からみえてくるもの

(1) グローバル展開について

- ・ グローバル展開のきっかけは「取引先の要請」が多い。一方で、「その他」のきっかけも多岐にわたっている。
- ・ グローバル展開のメリットとして「売上増加」を挙げる企業が多い。一方、デメリットとして、半数以上の企業が「業務管理負担増加」、「経営リスク拡大」を感じている。
- ・ グローバル展開を検討または準備した期間は、「半年程度」、「1年程度」が多く、比較的短期間での判断、実行が必要であると考えられる。
- ・ グローバル人材の調達は「社内人材の活用」や「現地人材の採用」が主流であり、帰国子女、留学生の活用は進んでいない。
- ・ 展開先している国・地域は「中国」、「台湾」、「米国」、「ベトナム」が多く、特にアジアで展開している企業が多い。今後検討している国・地域もアジアを挙げる企業が多くみられる。
- ・ 順調に進んでいる理由として、現地企業や取引先との信頼関係が挙げられているほか、現地スタッフなど優秀な人材の存在が挙げられている。

(2) グローバル展開のリスクについて

- ・ グローバル展開のリスクとして、予測が困難な「為替変動」を挙げる企業が多かった。このほか、約4割の企業が「資金回収」、「インフラ・物流」、「法律」及び「政治・治安」と回答した。
- ・ 一方でリスクとならなかったものとして「労働者」や「環境規制」が多くみられた。労働者との関係性は比較的良好であるほか、環境規制についても環境対策における日本企業のレベルの高さが窺える。

(3) グローバル展開の課題について

- ・ グローバル展開の課題として、約4割の企業が「人材育成」、「パートナー」、「人材確保」、「市場動向」を挙げた。優秀なグローバル人材を求める企業は多いものの、実現は困難であることが窺える。
- ・ 一方で、課題とならないと考えるものについて、2割超の企業が「現地企業との競争」と回答した。大量生産、低価格が主流の海外において、県内企業の競争力の底堅さが窺える。

- ・ 海外展開をする際のパートナーは「自社で探す」が約6割と最も多かった。

(4) グローバル展開の支援について

- ・ 情報収集の方法として「インターネット」、「取引先へのヒアリング」、「セミナー・講演会」が多く挙げられた。
- ・ 利用したことのある支援先として「日本貿易振興機構 (JETRO)」が最も多く、次いで「取引先」「自治体」「金融機関」となった。公的な機関や既に取引関係のある先が多く、信頼性の高い支援先を利用していることが窺える。今後利用したい支援先も「日本貿易振興機構 (JETRO)」が最も多く、次いで「国の機関」「自治体」「金融機関」となった。
- ・ 支援を利用する際に重視する点は「対応の速さ」「専門性の高さ」が5割超となり、短期間で判断・実施したい企業の意向が表れている。次いで「実績の多さ」、「利用コストの安さ」となった。
- ・ 支援先に期待することは、「情報収集・提供」が約5割となった。次いで「販路拡大」が約4割、「マッチング」、「市場調査」、「現地での活動支援」が2割超となった。
- ・ 支援については、展示会等の開催がグローバル展開に結びついていないとの声もあり、支援先には継続的なフォローアップが求められている。

<アンケート調査から得られたキーワード>

① ケースに応じた支援

…グローバル展開のきっかけはそれぞれの企業によって様々である

② デメリットの克服

…デメリットとして「業務管理負担増加」や「経営リスク拡大」など

③ 取組におけるスピード感

…展開までの検討・準備期間は短く、支援先にも対応の速さが求められる

④ グローバル人材の育成・確保

…「優秀な人材の育成・確保」が重要

⑤ パートナーの確保

…「現地企業・商社・取引先等との信頼関係の構築」が重要

⑥ 為替変動リスクへの支援

…企業は予測が困難な為替変動をリスクと捉えている

⑦ 支援機関に求められる情報収集・提供機能

…生の体験談や各国の事情、法律等の専門的な知識が求められている

⑧ 継続的なフォローアップ

…展示会出展以降、グローバル展開に結びついていない企業は多い