

大分県内企業の海外進出実態調査〈要旨〉

県内企業の海外進出の現状

- 県内地場企業の45社が海外に進出（拠点数：76）。
企業規模に関係なく、小規模企業から大企業まで、まんべんなく進出。
- 進出国は中国が24社と最も多く、次いで「台湾」「香港」「インドネシア」「タイ」の順で、アジア地域が主体。
- 海外進出企業は製造業が約4割と最も多く、次いで「卸売・小売業」「運輸業」「サービス業」の順。
- 2000年代前半より進出件数が増加し、近年は県内企業の積極的な海外進出がみられる。
また、1990年代までは製造業の海外進出が主体であったが、2000年以降は非製造業の進出が盛んで、建設業や不動産業、飲食サービス業など進出業種に広がり。

県内企業の海外進出実態アンケート調査結果

- 進出形態は「現地法人（100%出資）」が多く、拠点機能は「生産拠点」「販売拠点」が多い。
- 海外進出に至った背景・理由は「新事業展開」「新市場開拓」を目的に事業展開。
- 当初計画と比べた海外進出の成果は、「ほぼ計画予定通り」と回答する企業が約4割と最も多い一方、計画予定を下回る企業も3割超を占めており、やや苦戦している状況も。
- 海外進出により「海外販路の開拓」「取引先との関係維持・強化」「有益な情報の収集」に効果。
- 海外進出先選定におけるポイントは「市場環境」「低コスト」「パートナーの存在」を重視。
- 「地政学的リスク」「為替変動」「法制度・規制」を海外進出の課題にあげる企業多い。
- 今後の海外事業の方向性は「事業規模の拡大」「販売機能の強化」が最も多い。また、今後の意向としては、海外進出に前向きな企業が多く、具体的な計画がある企業は2割超。
- 今後、海外進出を検討したい国・地域は、ベトナム、中国、タイ、インドネシア、フィリピンの順に多く、東南アジアや中国への関心が高い。
- 海外進出における必要不可欠な条件は「信頼できるパートナーの存在」が8割近く。

海外進出で失敗しないための5つの視点

- ① 出検討段階：「進出目的の明確化と自社の強みを武器に」
- ② 進出準備段階：「更なる慎重さと徹底した準備」
- ③ 進出初期段階：「素早い意思決定と行動」
- ④ 業務人材管理：「業務の標準化と人材の育成」
- ⑤ 経営管理全般：「中堅中小企業の弱みを強みに：経営管理の戦略化」