

**平成29年(2017年)  
札幌市における食関連企業の  
輸出実態にかかるとアンケート調査  
報告書**

平成30年(2018年) 6月

# 1 調査概要

- (1) 調査実施主体  
札幌市経済観光局国際経済戦略室  
一般財団法人さっぽろ産業振興財団販路拡大支援部
- (2) 調査内容  
2～3 ページ回答票のとおり
- (3) 調査対象企業  
札幌市内に本社を有する食関連企業507社
- (4) 調査対象期間  
輸出実績 : 平成29年(2017年) 1月1日から12月31日(出荷日ベース)  
その他の項目: 回答日現在
- (5) 調査方法  
調査対象企業507社に対し、回答票を郵送。
- (6) 調査実施期間  
平成30年2月8日(木)から5月25日(金)まで  
※電話での聞き取り実施期間を含む
- (7) 回答状況(電話での聞き取りを含む)  
回答済み: 215社/507社(回答率42.4%)  
未回答: 292社/507社(未回答率57.6%)
- (8) その他  
各表の割合について、端数処理の関係から合計が100%とならない場合がある。

**回答票（札幌市における食関連企業の輸出実態にかかるアンケート調査）**

**【企業概要】**

貴社名					
従業員数		人	(平成29年12月31日現在。パート・アルバイトを除く)		
年商		千円	(国内売上及び輸出額を含む平成29年の年間総売上額 (出荷額))		
主な業種 (○をつけてください)	農林水産業・製造業・小売業・卸業・商社・飲食業・その他( )				
御担当者氏名・所属	氏名		所属・役職		
連絡先	TEL		FAX		E-mail

(1) 貴社における平成29年(2017年)1月1日～12月31日(出荷日ベース)の1年間の輸出状況について、以下の中から該当する選択肢1つに○をつけてください。※海外物産展への出品等、一時的な輸出も含まれます。

1. 輸出している商品はない	⇒(2)をご回答ください
2. 輸出している商品はないが、輸出に興味がある	⇒(3)～(6)をご回答ください
3. 輸出している商品がある	⇒(4)～(11)をご回答ください

(1)で「1. 輸出している商品はない」と回答された方に伺います。

(2) その理由として該当する項目に○をつけてください。(複数回答可)

輸出に適する商品がない / 資金に余裕がない / 輸出業務に携わる人材がいない / 国内取引が優先 / 輸出手続きが複雑 / 取引リスクが高い / その他 ( )

(1)で「2. 輸出している商品はないが、輸出に興味がある」と回答された方に伺います。

(3) 輸出を検討するにあたり、興味がある国・地域はありますか。

ある ( ) / ない (これから検討を始める)

(1)で「2. 輸出している商品はないが、輸出に興味がある」又は「3. 輸出している商品がある」と回答された方に伺います。

(4) 輸出を進める上で課題と考える項目に○をつけてください。(複数回答可)

グローバル人材及び語学力不足 / 手続・書類・代金決済等の手続が煩雑 / 海外市場のマーケティング不足 / 海外の法整備等の知識不足 / 有力な海外パートナー不足 / 海外での商品や店舗等の知名度不足 / 物流に関するコスト・技術・時間 / その他 ( )

(5) 輸出に関して取組みたい項目に○をつけてください。(複数回答可)

人材育成・確保 / 輸出に関するセミナーへの参加 / 現地視察ツアーへの参加 / 関係機関への輸出に関する相談 (すぐに相談したい・将来相談したい) / 輸出に適する商品開発 / 外国語ホームページ・パンフレット等の作成 / 各種認証制度 (HACCP、ハラル等) の取得 / 海外バイヤーを招聘した札幌での商談会への参加 / 海外で開催される物産展への参加 / 海外で開催される見本市や商談会への参加 / 商社を活用した輸出 / 海外向け通販サイトの活用 / その他 ( )

(6) 輸出に関し、貴社が抱えている課題など、ご意見をお聞かせください。

(1)で「3. 輸出している商品がある」と回答された方に伺います。

- (7) 貴社の1年間(平成29年(2017年)1月1日～12月31日、出荷日ベース)の総輸出額と国・地域別の内訳をご記入ください。

年間総輸出額(単位:千円) ※輸出を目的とした商社等への卸販売額、海外物産展への 出品等一時的な輸出額も含まれます。	千円
--	----

【内訳】

香港	千円	ベトナム	千円
台湾	千円	フィリピン	千円
中国(大陸)	千円	ロシア	千円
韓国	千円	アメリカ	千円
シンガポール	千円	オーストラリア	千円
タイ	千円	その他 ( )	千円
マレーシア	千円	その他 ( )	千円
インドネシア	千円	その他 ( )	千円

- (8) 輸出している主な商品について、輸出額の大きい順に3商品までご記入ください。  
※最終流通販路については該当する項目に○をつけてください(複数回答可)。

項目	商品①	商品②	商品③
商品名			
年間輸出額(千円)	千円	千円	千円
輸出先(国・地域)			
最終流通販路	小売 / 業務用 / 不明	小売 / 業務用 / 不明	小売 / 業務用 / 不明

- (9) 主な輸出者について、該当する項目に○をつけてください。(複数回答可)

自社 / 市内商社 / 道内商社(札幌市内本社は除く) / 道外商社
------------------------------------

- (10) (9)で「市内商社」「道内商社(札幌市外に本社がある)」「道外商社」を選択された方に伺います。商社を活用する理由について、該当する項目に○をつけてください。(複数回答可)

輸出手続・書類等が簡易 / 代金回収のリスクが低い / 少ロットでも輸出できる / 海外の取引 先から指定されている / その他 ( )
---

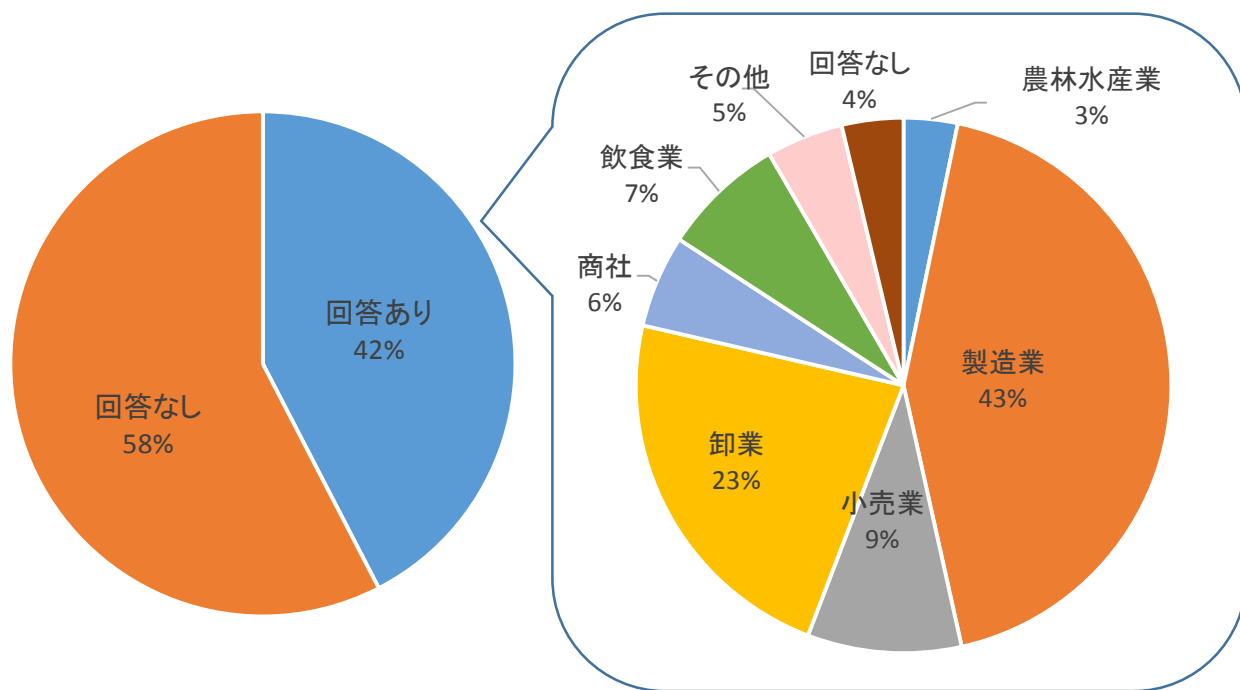
- (11) 今後、輸出先として重点的に及び新規に取組みたい国・地域について、それぞれ希望の高い順に第三希望までご記入ください。(第1希望:1、第2希望:2、第3希望3)

国・地域	重点	新規	国・地域	重点	新規
香港			ベトナム		
台湾			フィリピン		
中国(大陸)			ロシア		
韓国			アメリカ		
シンガポール			オーストラリア		
タイ			その他 ( )		
マレーシア			その他 ( )		
インドネシア			その他 ( )		

## 2 調査内容

### (1) 回答状況

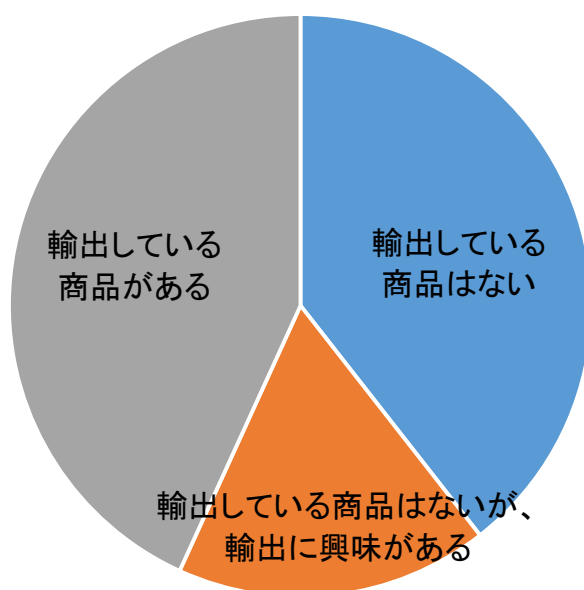
【「回答あり」の企業業種】



### (2) 輸出状況

- ・輸出している商品がある企業は43.2%、輸出している商品はないが輸出に興味がある企業は17.4%、輸出していない企業は39.4%を占めている。

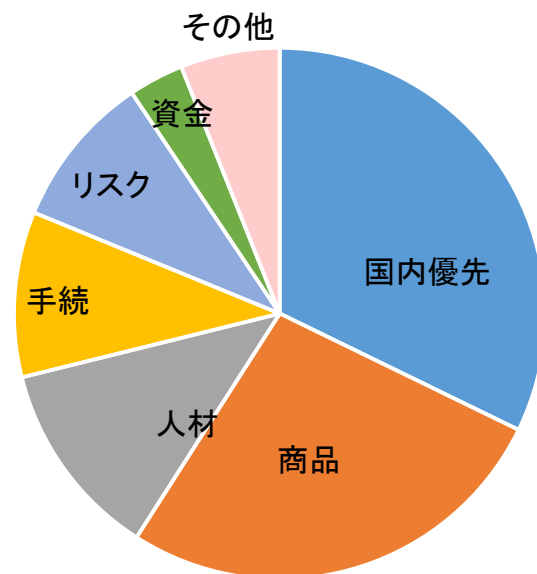
No.	項目	回答数	割合
1	輸出している商品はない	84	39.4%
2	輸出している商品はないが、輸出に興味がある	37	17.4%
3	輸出している商品がある	92	43.2%
	合計	213	100.0%



### (3) 輸出に取り組んでいない理由（複数回答可）

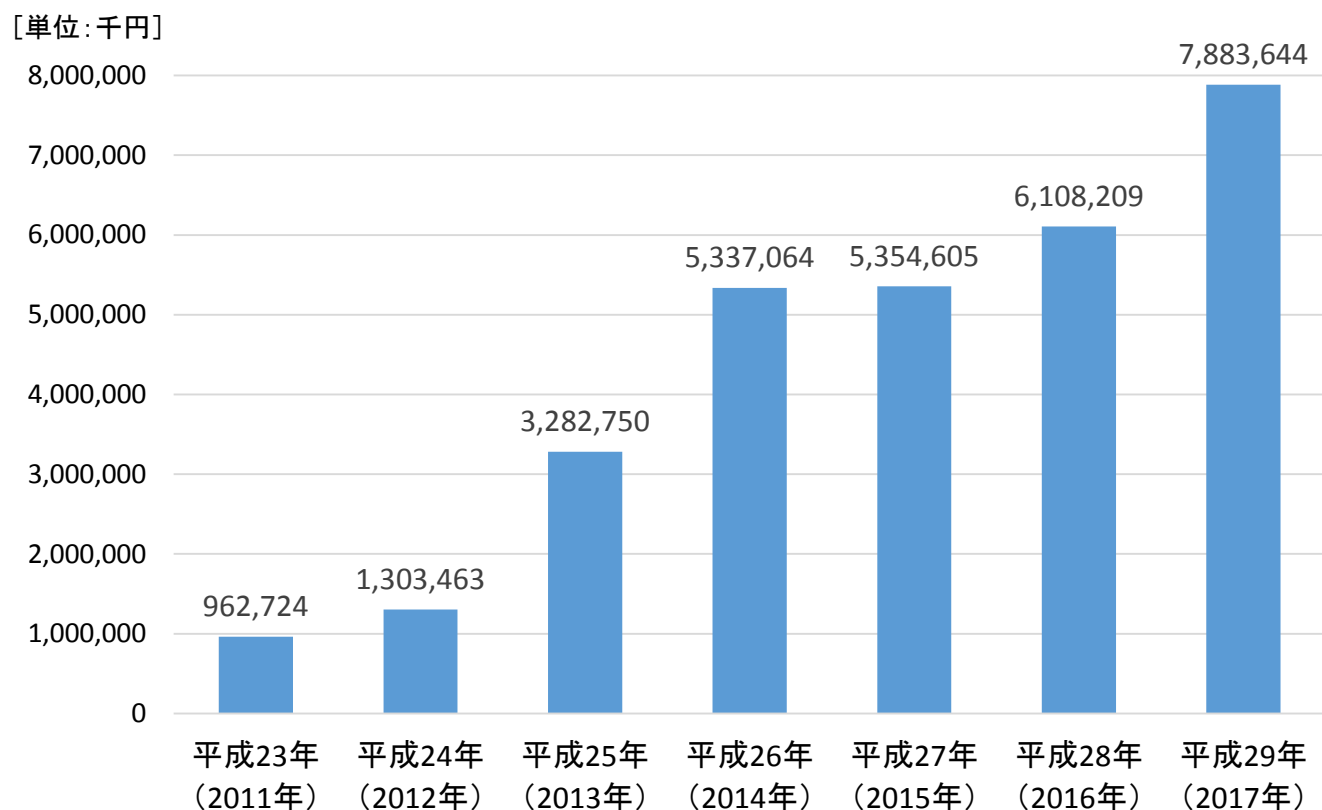
- ・「国内取引が優先」との理由が最も多く、次いで「輸出に適する商品がない」、「輸出業務に携わる人材がない」の順となっている。
- ・その他の理由としては、輸出に取り組む予定はないこと等が挙げられている。

No.	項目	回答数	割合
1	国内優先 : 国内取引が優先	48	34.3%
2	商品 : 輸出に適する商品がない	40	28.6%
3	人材 : 輸出業務に携わる人材がない	18	12.9%
4	手続 : 手続が煩雑	15	10.7%
5	リスク : 取引リスクが高い	14	10.0%
6	資金 : 資金に余裕がない	5	3.6%
7	その他	9	6.4%
	合計	140	100.0%



### (4) 札幌市内における食関連企業の食品輸出額

- ・札幌市内における食関連企業の平成29年（2017年）食品輸出額は約79億円。



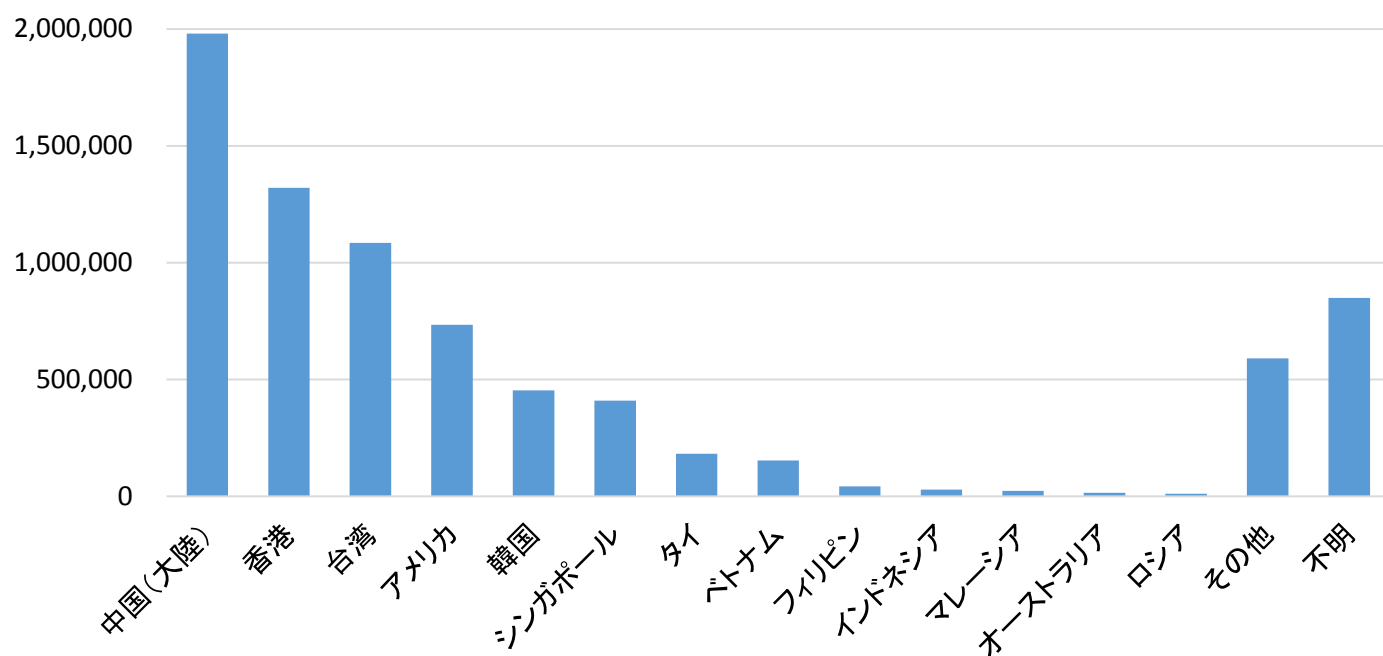
※平成23年（2011年）～平成27年（2015年）は市内本社以外の企業（支店、営業所等）を含む輸出額。  
平成28年（2016年）以降は市内本社企業のみ輸出額。

## (5) 国・地域別輸出額、輸出企業数

- ・国・地域別の輸出額について、中国（大陸、約19.8億円）が一番多く、次いで香港（約13.2億円）、台湾（約10.9億円）アメリカ（約7.3億円）の順となっている。
- ・輸出企業数では、香港と台湾（45社）が最も多く、次いでシンガポール（41社）、中国本土（33社）、タイ（30社）、アメリカ（26社）の順となっている。

[単位:千円]

国・地域別輸出額



【詳細】

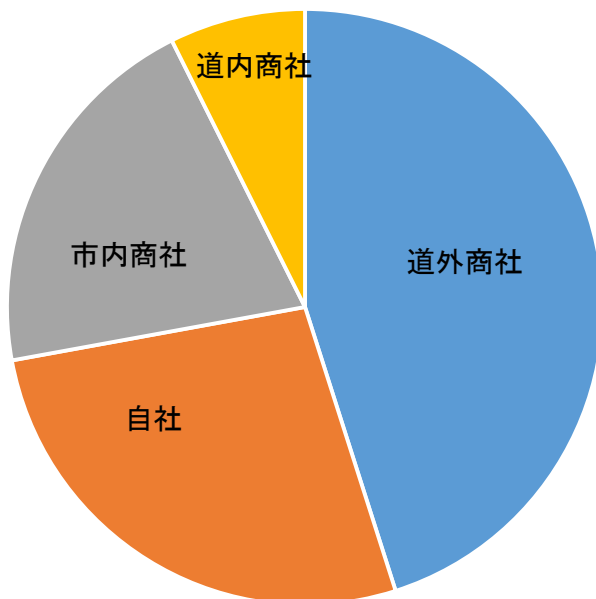
No.	国・地域	輸出額 (千円)	企業数	構成比率	対前年比率
1	中国(大陸)	1,979,783	33	25.1%	116.5%
2	香港	1,320,399	45	16.7%	86.9%
3	台湾	1,085,052	45	13.8%	93.9%
4	アメリカ	734,138	26	9.3%	98.3%
5	韓国	454,068	11	5.8%	442.8%
6	シンガポール	409,728	41	5.2%	119.9%
7	タイ	182,517	30	2.3%	125.2%
8	ベトナム	154,499	11	2.0%	223.6%
9	フィリピン	43,200	5	0.5%	208.3%
10	インドネシア	29,138	3	0.4%	256.3%
11	マレーシア	23,237	16	0.3%	143.9%
12	オーストラリア	15,486	6	0.2%	148.0%
13	ロシア	11,156	7	0.1%	209.5%
14	その他	591,243	25	7.5%	275.8%
15	不明	850,000	1	10.8%	
	合計	7,883,644	304	100.0%	

※1社で複数の国・地域に輸出している場合を含むため、企業数は回答数と一致しない。

## (6) 輸出者（複数回答可）

- ・道外商社の利用率が最も高い。次いで、自社、市内商社、道内商社の順となっている。
- ・7割以上の企業が商社を活用している。

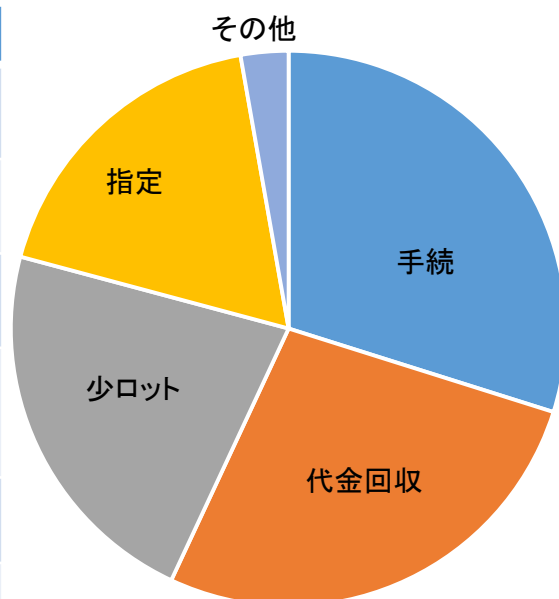
No.	項目	回答数	割合
1	道外商社	55	45.1%
2	自社	33	27.0%
3	市内商社	25	20.5%
4	道内商社	9	7.4%
	合計	122	100.0%



## (7) 商社を活用する理由（複数回答可）

- ・「手続、書類等が簡易」を挙げる企業が最も多い。次いで「代金回収のリスクが低い」、「少ロットでも輸出できる」、「海外の取引先から指定されている」の順となっている。
- ・「その他」としては、取引のある商社が販路を見つけたこと等が挙げられている。

No.	項目	回答数	割合
1	手続 :手続、書類等が簡易	43	29.9%
2	代金回収 :代金回収のリスクが低い	39	27.1%
3	少ロット :少ロットでも輸出できる	32	22.2%
4	指定 :海外の取引先から指定されている	26	18.1%
5	その他	4	2.8%
	合計	144	100.0%

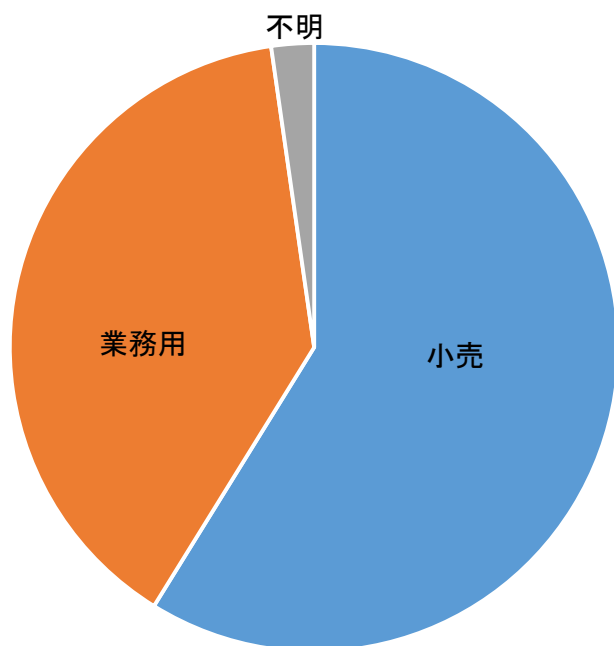




## (8) 輸出商品の最終流通経路 (複数回答可)

- ・小売が約6割を占めている。

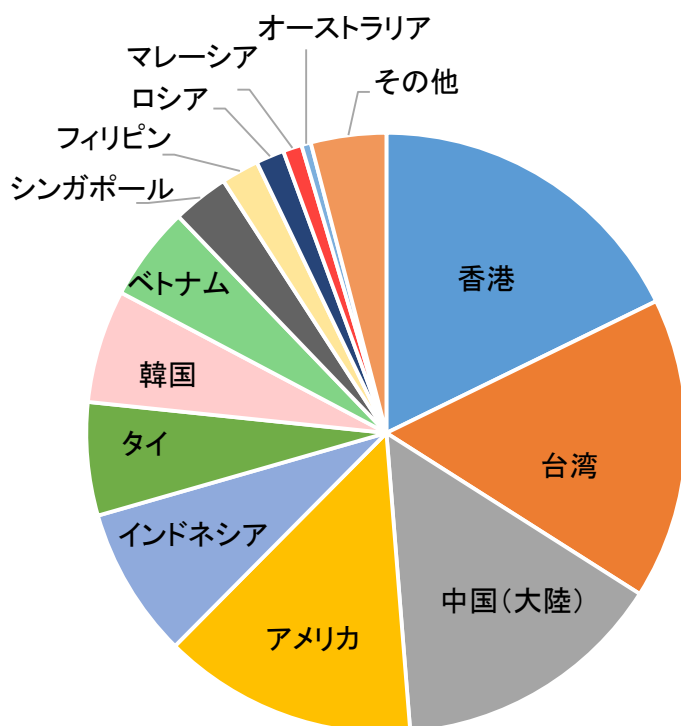
No.	項目	回答数	割合
1	小売	130	58.38%
2	業務用	86	38.9%
3	不明	5	2.3%
	合計	221	100.0%



## (9) 重点輸出希望国・地域 (複数回答可)

- ・香港が最も多く、次いで台湾、中国（大陸）、アメリカ、インドネシアの順となっている。
- ・その他としては、ヨーロッパ、中東、カナダ、南米が挙げられている。

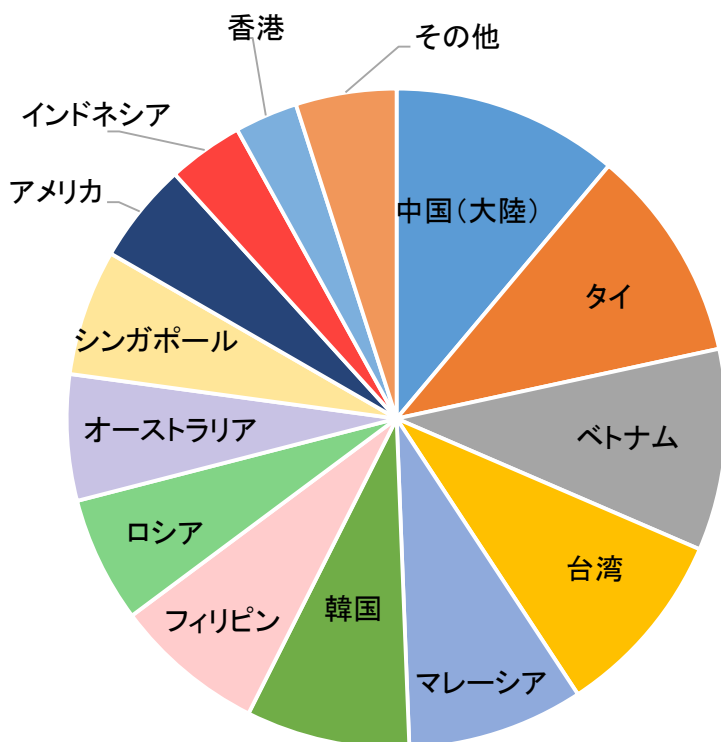
No.	国・地域	回答数	割合
1	香港	35	17.8%
2	台湾	32	16.2%
3	中国(大陸)	29	14.7%
4	アメリカ	27	13.7%
5	インドネシア	16	8.1%
6	タイ	12	6.1%
	韓国	12	6.1%
8	ベトナム	10	5.1%
9	シンガポール	6	3.0%
10	フィリピン	4	2.0%
11	ロシア	3	1.5%
12	マレーシア	2	1.0%
13	オーストラリア	1	0.5%
14	その他	8	4.1%
	合計	197	100.0%



## (10) 新規進出希望国・地域（複数回答可）

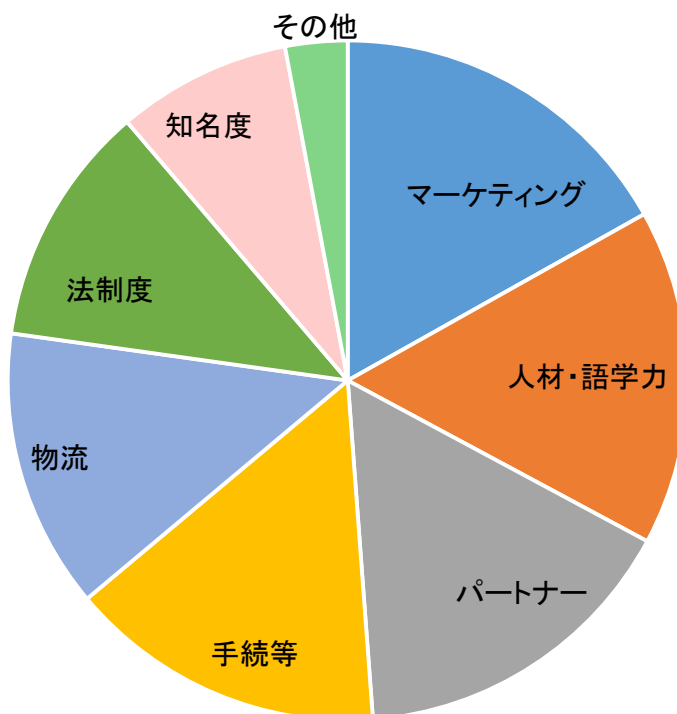
- ・中国（大陸）が最も高く、次いでタイ、ベトナム、台湾、マレーシアの順となっている。
- ・上位5カ国のうち、3カ国がASEAN地域となっている。
- ・その他としては、ヨーロッパを挙げる企業が多い。

No.	国・地域	回答数	割合
1	中国(大陸)	18	11.1%
2	タイ	17	10.5%
3	ベトナム	16	9.9%
4	台湾	15	9.3%
5	マレーシア	14	8.6%
6	韓国	13	8.0%
7	フィリピン	12	7.4%
8	ロシア	10	6.2%
	オーストラリア	10	6.2%
	シンガポール	10	6.2%
11	アメリカ	8	4.9%
12	インドネシア	6	3.7%
13	香港	5	3.1%
14	その他	8	4.9%
	合計	162	100.0%



## (11) 輸出を進める上での課題（複数回答可）

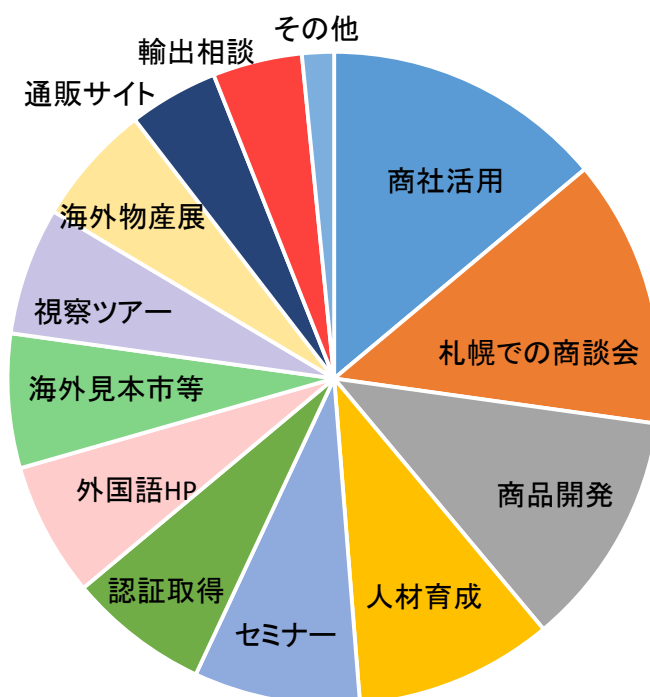
- ・「海外市場のマーケティング不足」が最も多く、次いで、「グローバル人材、語学力不足」と「有力な海外パートナー不足」が同率となっている。
- ・その他としては、「賞味期限」、「防疫や検疫」、「HACCP等の認証」等が挙げられている。



No.	項目	回答数	割合
1	マーケティング : 海外市場のマーケティング不足	57	16.9%
2	人材・語学力 : グローバル人材、語学力不足	54	16.0%
	パートナー : 有力な海外パートナー不足	54	16.0%
4	手続等 : 手続、書類、代金決済等が煩雑	51	15.1%
5	物流 : 物流に関するコスト、技術、時間	45	13.3%
6	法制度 : 海外の法制度の知識不足	39	11.5%
7	知名度 : 海外での商品や店舗等の知名度不足	28	8.3%
8	その他	10	3.0%
	合計	338	100.0%

## (12) 海外展開に関して取り組みたいこと（複数回答可）

- ・「商社を活用した輸出」が最も多く、次いで「海外バイヤーを招聘した札幌での商談会への参加」、「輸出に適する商品開発」、「人材育成・確保」、「輸出に関するセミナーへの参加」の順となっている。
- ・その他の内容としては、「道内の生産者、メーカーの発掘・関係構築」等が挙げられている。



No.	項目	回答数	割合
1	商社活用 : 商社を活用した輸出	44	13.9%
2	札幌での商談会 : 海外バイヤーを招聘した札幌での商談会への参加	42	13.3%
3	商品開発 : 輸出に適する商品開発	37	11.7%
4	人材育成 : 人材育成・確保	31	9.8%
5	セミナー : 輸出に関するセミナーへの参加	26	8.2%
6	認証取得 : 各種認証制度(HACCP、ハラル等)の取得	22	7.0%
7	外国語ホームページ等 : 外国語のホームページ・パンフレット等の作成	21	6.6%
	海外見本市・商談会 : 海外での見本市や商談会への参加	21	6.6%
9	視察ツアー : 現地視察ツアーへの参加	20	6.3%
10	海外物産展 : 海外物産展への参加	19	6.0%
11	通販サイト : 海外向け通販サイトの開設	14	4.4%
	輸出相談 : 関係機関への輸出に関する相談	14	4.4%
13	その他	5	1.6%
	合計	316	100.0%