

**平成30年(2018年)
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
報告書**

令和元年(2019年) 8月

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

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434社
- (4) 調査対象期間
輸出実績 : 平成30年(2018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434社に対し、回答票を郵送。
- (6) 調査実施期間
平成31年(2019年) 4月25日から令和元年(2019年) 7月31日まで
※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)
回答あり: 192社/434社(回答率44.2%)
回答なし: 242社/434社(未回答率55.8%)
- (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30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30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()				
ご担当者氏名・所属	氏名		所属・役職		
連絡先	TEL		FAX	E-mail	

(1) 貴社における平成30年(2018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く、輸出に興味はない	⇒(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	⇒(2)～(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」又は「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。

(2) 輸出していない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(国・地域:) / これから検討したい

(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

(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

(6) 輸出に関し、上記のほかに貴社が抱えている課題や取組みたい内容など、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30年(2018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)
※回答者が商社かつ自社が輸出者の場合は「自社」に○をつけてください。

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)

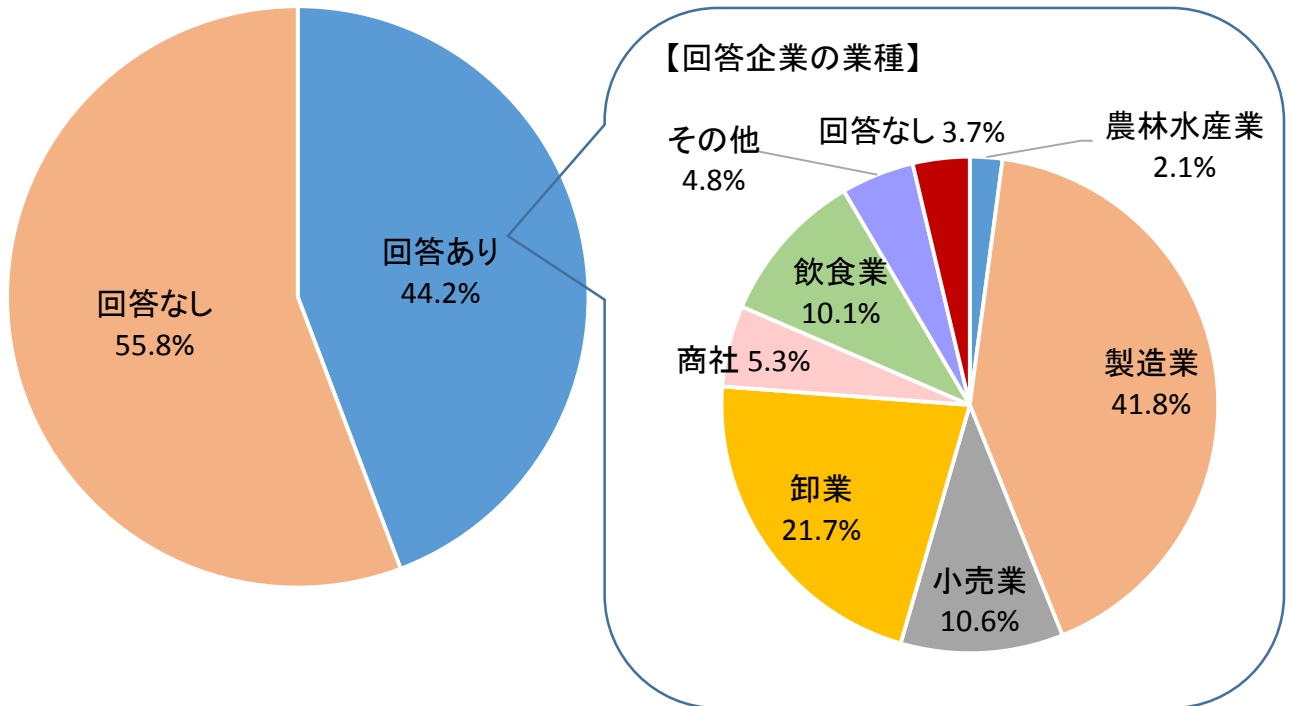
輸出手続・書類等が簡易 / 代金回収のリスクが低い / 少ロットでも輸出できる / 海外の取引先から指定されている / その他()
--

(11) 今後、輸出先として重点的に取組みたい国・地域及び新規に取り組みたい国・地域について、希望の高い順にそれぞれ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

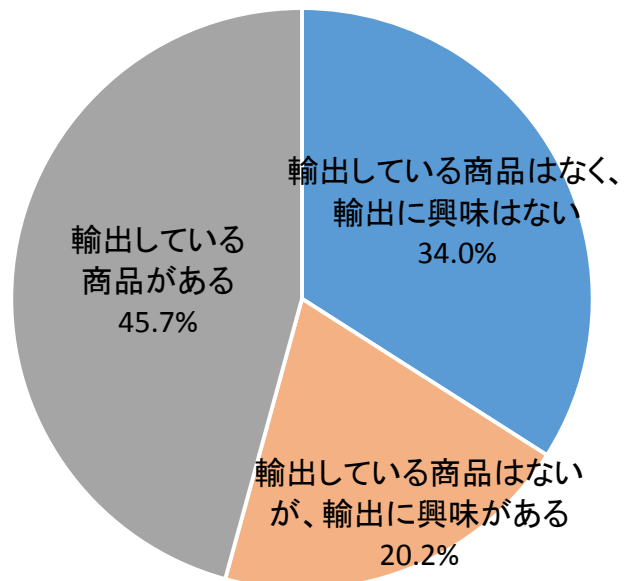
(1) 回答状況



(2) 輸出状況

・約55%の企業が、輸出に取り組んでいる又は興味を持っている。

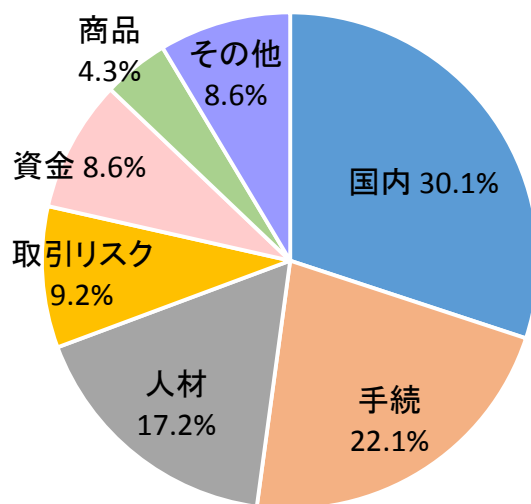
No.	項目	回答数
1	輸出している商品はなく、輸出に興味はない	64
2	輸出している商品はないが、輸出に興味がある	38
3	輸出している商品がある	86
	合計	188



(3) 輸出に取り組んでいない理由(複数回答可)

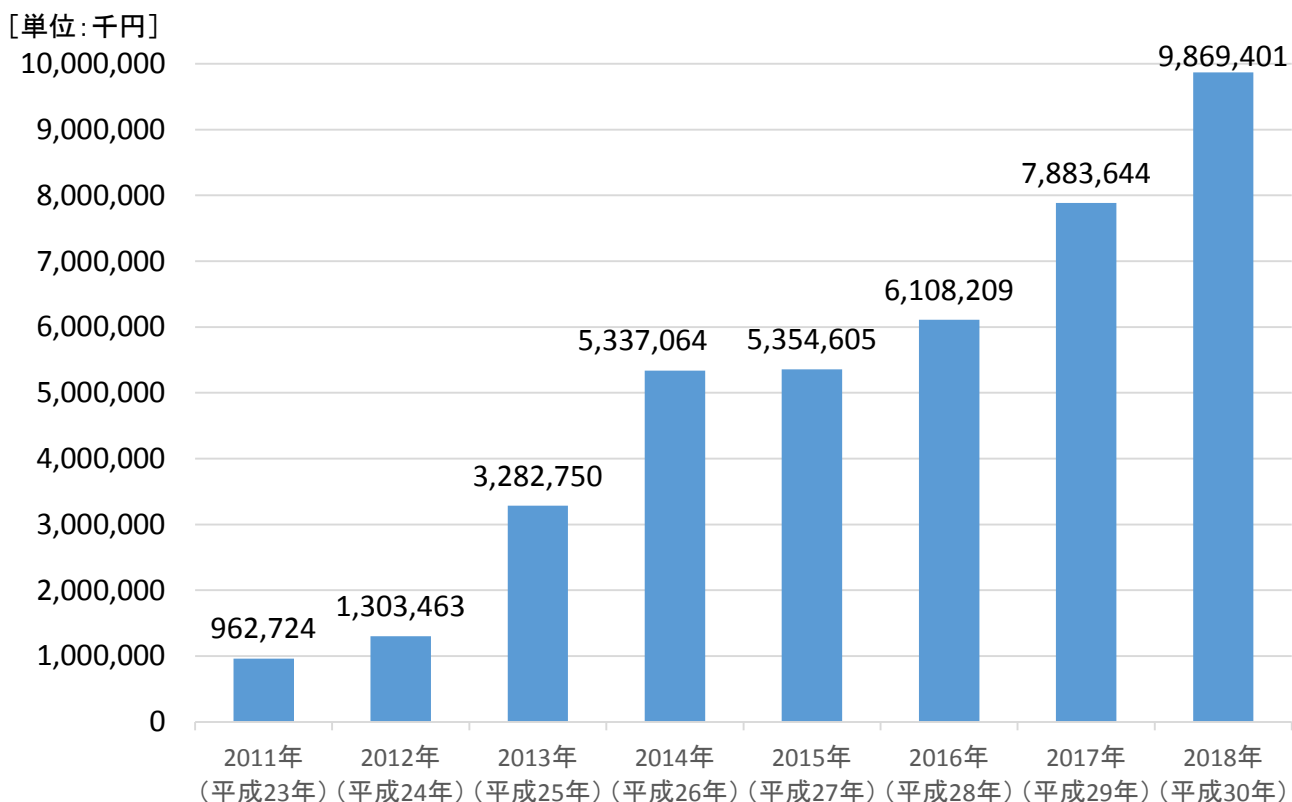
- ・「国内取引優先」が最も多く、次いで「輸出手続が煩雑」、「輸出業務に携わる人材がない」の順となっている。
- ・「その他」としては、「国外に販売先がない」等が挙げられている。

No	項目	回答数
1	国内 : 国内取引優先	49
2	手続 : 輸出手続が煩雑	36
3	人材 : 輸出業務に携わる人材がない	28
4	取引リスク : 取引リスクが高い	15
5	資金 : 資金に余裕がない	14
6	商品 : 輸出に適する商品がない	7
7	その他	14
	合計	163



(4) 札幌市における食関連企業の食品輸出額

- ・札幌市における食関連企業の2018年(平成30年)食品輸出額は約99億円(前年比20億円増)。



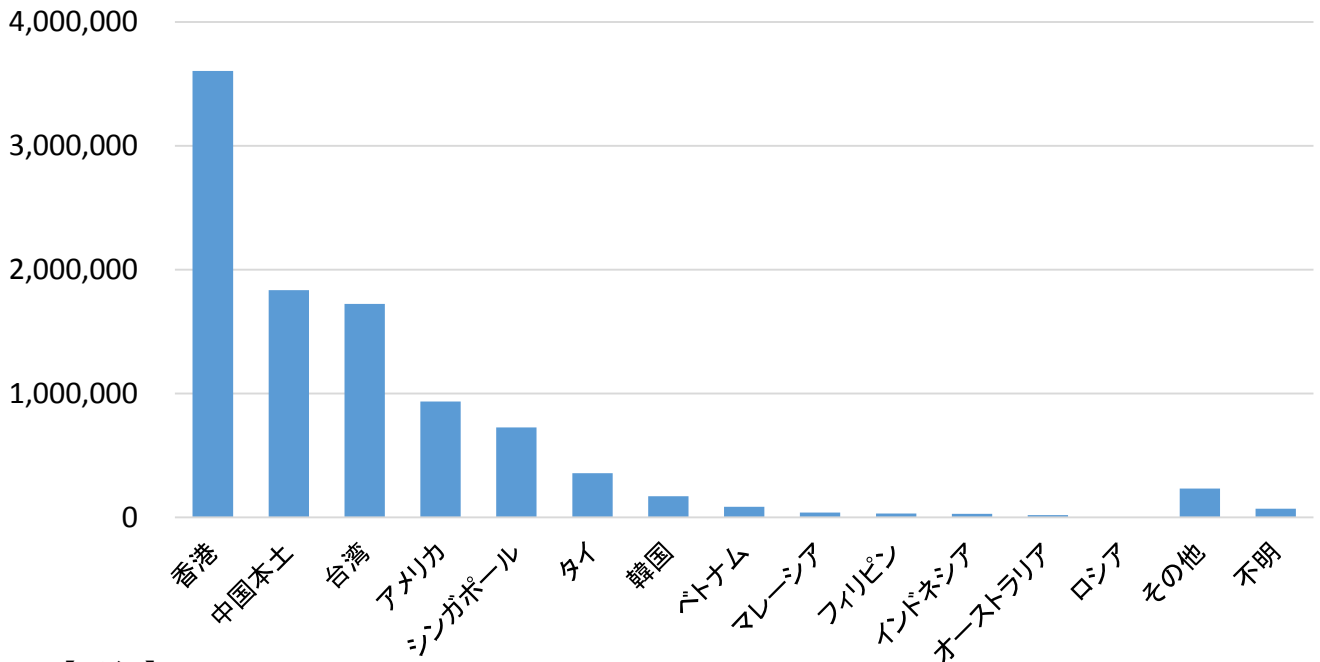
※平成23年(2011年)～平成27年(2015年)は市内本社以外の企業(支店、営業所等)を含む輸出額。
平成28年(2016年)以降は市内本社企業のみ輸出額。

(5) 国・地域別輸出額、輸出企業数

- ・国・地域別の輸出額では、香港が最も多く、次いで中国本土、台湾、アメリカの順となっている。
- ・輸出企業数では、香港及び台湾が同数で最も多く、次いでシンガポール、アメリカ及び中国本土、タイの順となっている。

[単位:千円]

国・地域別輸出額



【詳細】

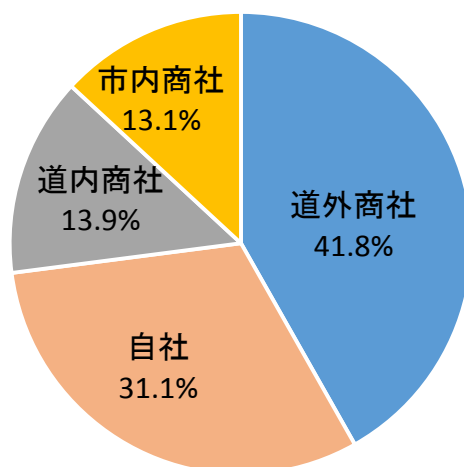
No.	国・地域	輸出額(千円)	企業数	構成比率	対前年比率
1	香港	3,603,355	45	36.5%	272.9%
2	中国本土	1,834,431	32	18.6%	92.7%
3	台湾	1,723,968	45	17.5%	158.9%
4	アメリカ	937,317	33	9.5%	127.7%
5	シンガポール	726,145	38	7.4%	177.2%
6	タイ	357,131	29	3.6%	195.7%
7	韓国	171,053	18	1.7%	37.7%
8	ベトナム	85,238	12	0.9%	55.2%
9	マレーシア	38,743	11	0.4%	166.7%
10	フィリピン	31,527	4	0.3%	73.0%
11	インドネシア	29,895	6	0.3%	102.6%
12	オーストラリア	20,354	9	0.2%	131.4%
13	ロシア	4,774	4	0.0%	42.8%
14	その他	233,759	12	2.4%	39.5%
15	不明	71,711	10	0.7%	8.4%
	合計	9,869,401	308	100.0%	125.2%

※ 1社で複数の国・地域に輸出している場合を含むため、企業数と回答数は一致しない。

(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、道内商社の順となっている。

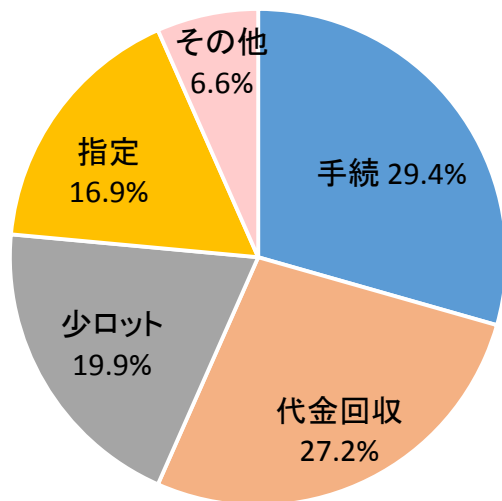
No.	項目	回答数
1	道外商社	51
2	自社	38
3	道内商社	17
4	市内商社	16
	合計	122



(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、商社が輸出に関する知識を既に有していることや商社自身による現地企業への売り込みの結果取引につながったこと等が挙げられている。

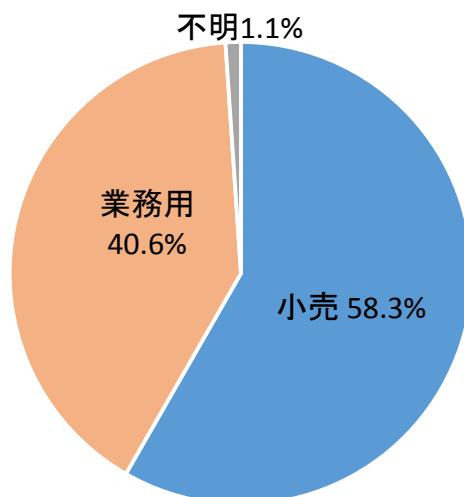
No.	項目	回答数
1	手続 : 手続、書類等が簡易	40
2	代金回収 : 代金回収のリスクが低い	37
3	少ロット : 少ロットでも輸出できる	27
4	指定 : 海外の取引先から指定されている	23
5	その他	9
	合計	136



(8) 輸出商品の最終流通経路(複数回答可)

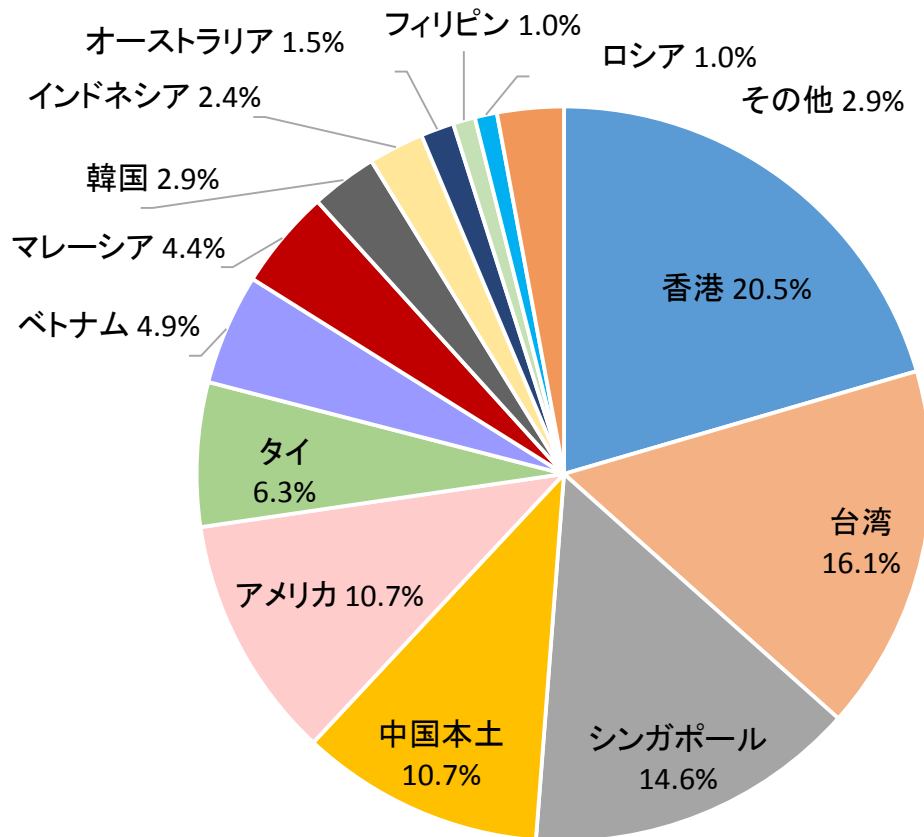
・小売が約6割を占めている。

No.	項目	回答数
1	小売	109
2	業務用	76
3	不明	2
	合計	187



(9) 重点輸出希望国・地域(複数回答可)

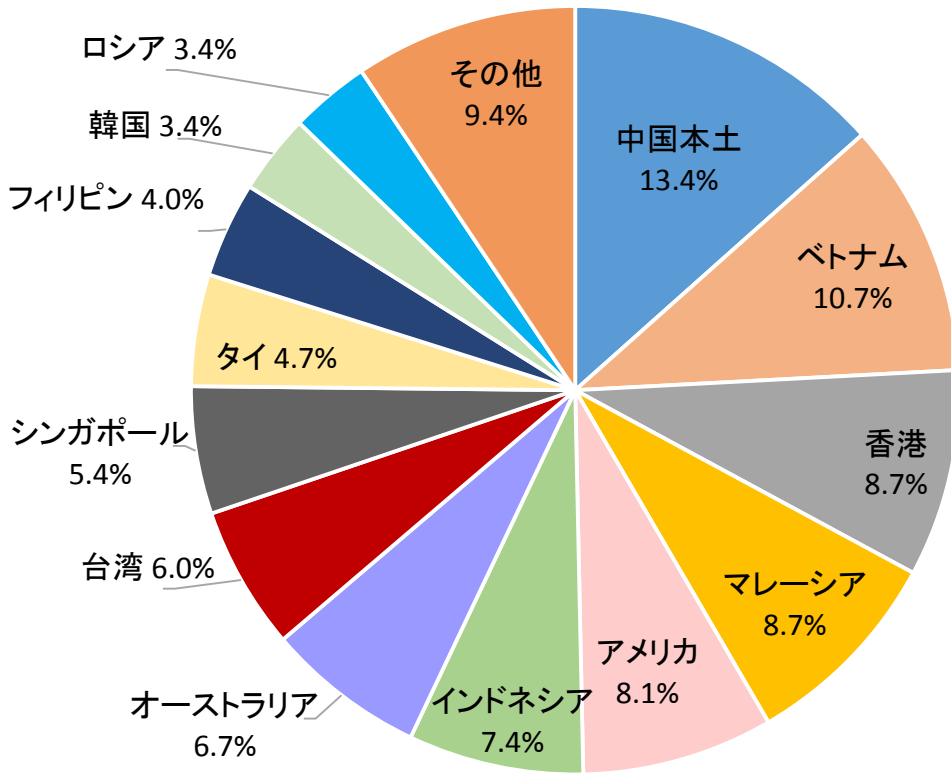
- ・香港が最も多く、次いで台湾、シンガポール、同数で中国本土及びアメリカの順となっている。
- ・「その他」としては、カナダやヨーロッパが挙げられている。



No.	国・地域	回答数
1	香港	42
2	台湾	33
3	シンガポール	30
4	中国本土	22
	アメリカ	22
6	タイ	13
7	ベトナム	10
8	マレーシア	9
9	韓国	6
10	インドネシア	5
11	オーストラリア	3
12	フィリピン	2
	ロシア	2
14	その他	6
	合計	206

(10) 新規進出希望国・地域(複数回答可)

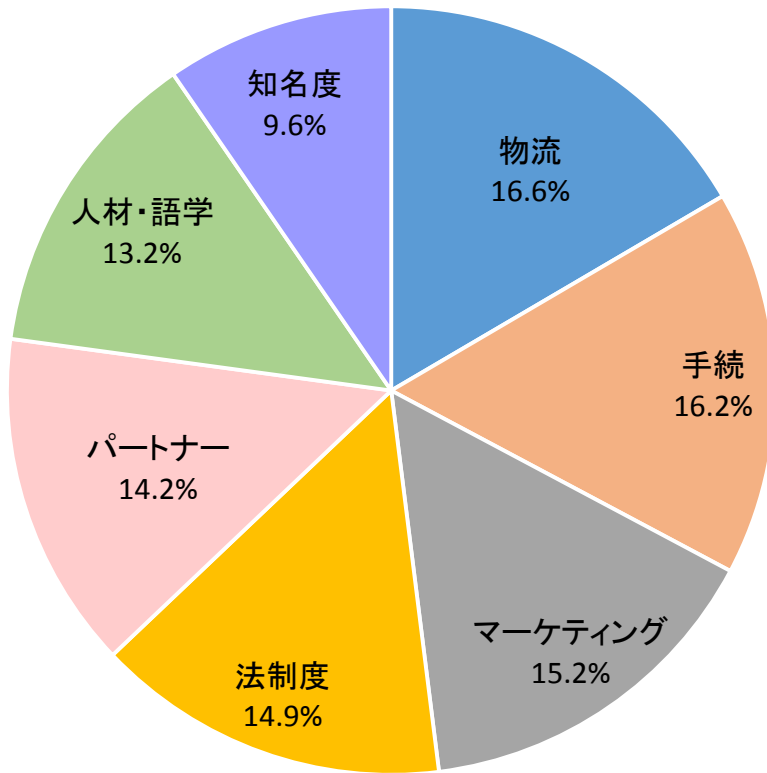
- ・中国本土が最も多く、次いでベトナム、同数で香港及びマレーシア、アメリカの順となっている。
- ・上位5カ国のうち、2カ国がASEAN地域となっている。
- ・「その他」としては、ヨーロッパや中東が挙げられている。



No.	国・地域	回答数
1	中国本土	20
2	ベトナム	16
3	香港	13
	マレーシア	13
5	アメリカ	12
6	インドネシア	11
7	オーストラリア	10
8	台湾	9
9	シンガポール	8
10	タイ	7
11	フィリピン	6
12	韓国	5
	ロシア	5
14	その他	14
	合計	149

(11) 輸出を進める上での課題(複数回答可)

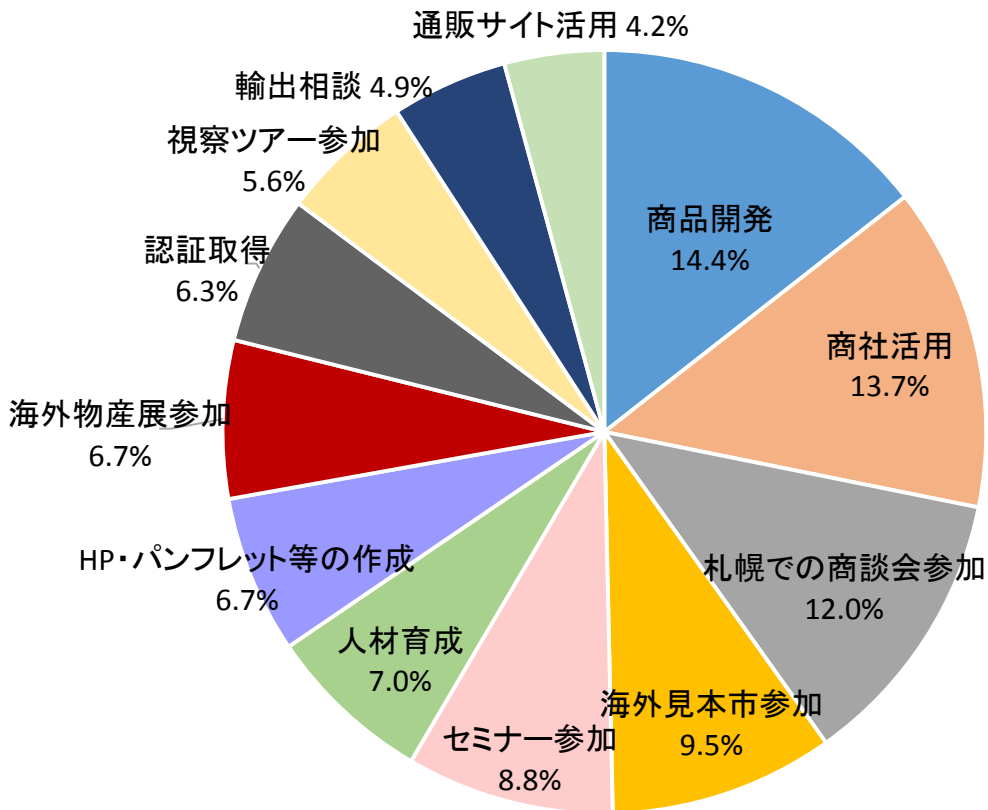
・「物流に関するコスト・技術・時間」が最も多く、次いで「書類・代金決済等の手続きが煩雑」、「海外市場のマーケティング不足」の順となっている。



No.	項目	回答数
1	物流 : 物流に関するコスト・技術・時間	50
2	手続き : 書類・代金決済等の手続きが煩雑	49
3	マーケティング : 海外市場のマーケティング不足	46
4	法制度 : 海外の法制度の知識不足	45
5	パートナー : 有力な海外パートナー不足	43
6	人材・語学 : グローバル人材及び語学力不足	40
7	知名度 : 海外での商品や店舗等の知名度不足	29
	合計	302

(12) 海外展開に関して取り組みたいこと(複数回答可)

・「輸出に適する商品開発」が最も多く、次いで「商社を活用した輸出」、「海外バイヤーを招聘した札幌での商談会への参加」の順となっている。



No.	項目	回答数
1	商品開発 : 輸出に適する商品開発	41
2	商社活用 : 商社を活用した輸出	39
3	札幌での商談会参加 : 海外バイヤーを招聘した札幌での商談会への参加	34
4	海外見本市参加 : 海外で開催される見本市や商談会への参加	27
5	セミナー参加 : 輸出に関するセミナーへの参加	25
6	人材育成 : 人材育成・確保	20
7	HP・パンフレット等の作成 : 外国語HP・パンフレット等の作成	19
	海外物産展参加 : 海外で開催される物産展への参加	19
9	認証取得 : 各種認証制度の取得	18
10	視察ツアー参加 : 現地視察ツアーへの参加	16
11	輸出相談 : 関係機関への輸出に関する相談	14
12	通販サイト活用 : 海外向け通販サイトの活用	12
	合計	284