

**令和元年(2019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2年(2020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444社
- (4) 調査対象期間
輸出実績 : 2019年1月1日～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444社に対し、回答票を郵送。
- (6) 調査実施期間
2020年4月22日～6月16日
※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 : 138社/444社 (回答率31.1%)
回答なし : 306社/444社 (未回答率68.9%)
- (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	(2019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2019年の年間総売上額(年間出荷額))		
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

新型コロナウイルス感染症拡大に関連する緊急調査項目

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、次のうち、今後重点的に取り組みたいと考えるものに○をつけてください。(複数回答可)

国内売上回復 / 海外売上回復 / Eコマースの活用 / その他()

以下、輸出実態にかかるアンケート調査

(1) 貴社における2019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 | ⇒(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いない /
国内取引を優先 / 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 / HACCP等の食品衛生・安全認証制度の取得 /
ハラル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(Eコマース)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り組みたい内容など、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(令和元年(2019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。

年間食品輸出額(単位:千円) ・輸出を目的とした商社等への卸販売額、 ・海外物産展出品等の一時的な輸出額を含みます。	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(食品名)			
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。

1. 自社 / 2. 市内商社 / 3. 道内商社(札幌市内本社は除く) / 4. 道外商社

(10) (9)で「1. 自社」を選択された方に伺います。
輸出に際して商社を活用しない理由について、該当する項目に○をつけてください。(複数回答可)

直接貿易している / 貿易会社を利用している / 自社の販売戦略がある / 直販チャンネルがある
Eコマースを活用している / その他()

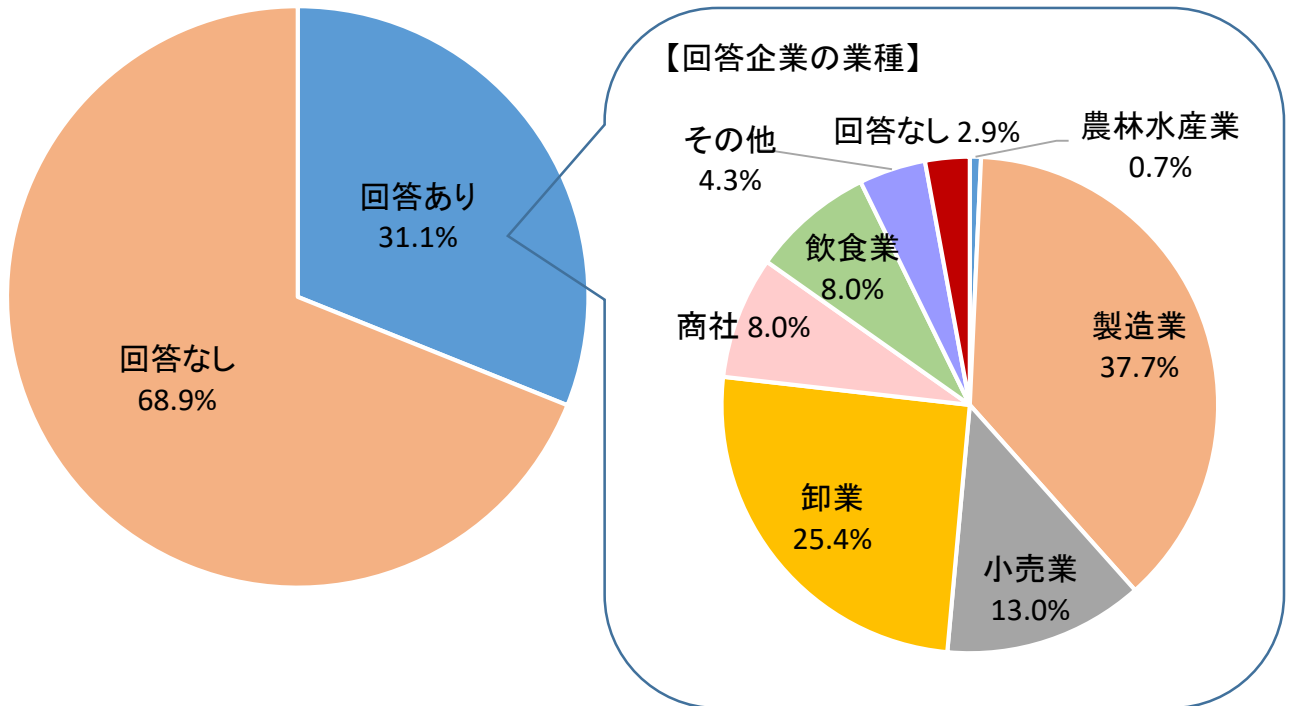
(11) (9)で「2. 市内商社」「3. 道内商社(札幌市内本社は除く)」「4. 道外商社」を選択された方に伺います。
輸出に際して商社を活用する理由について、該当する項目に○をつけてください。(複数回答可)

面倒な手続きがいらぬ / 国内取引で低リスク / 少量でも取引可能 / 販売先を開拓してくれる
海外市場情報入手のため / 取引先からの指定 / その他()

(12) 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、希望の高い順に第3希望まで、1~3の数字をそれぞれにご記入ください。

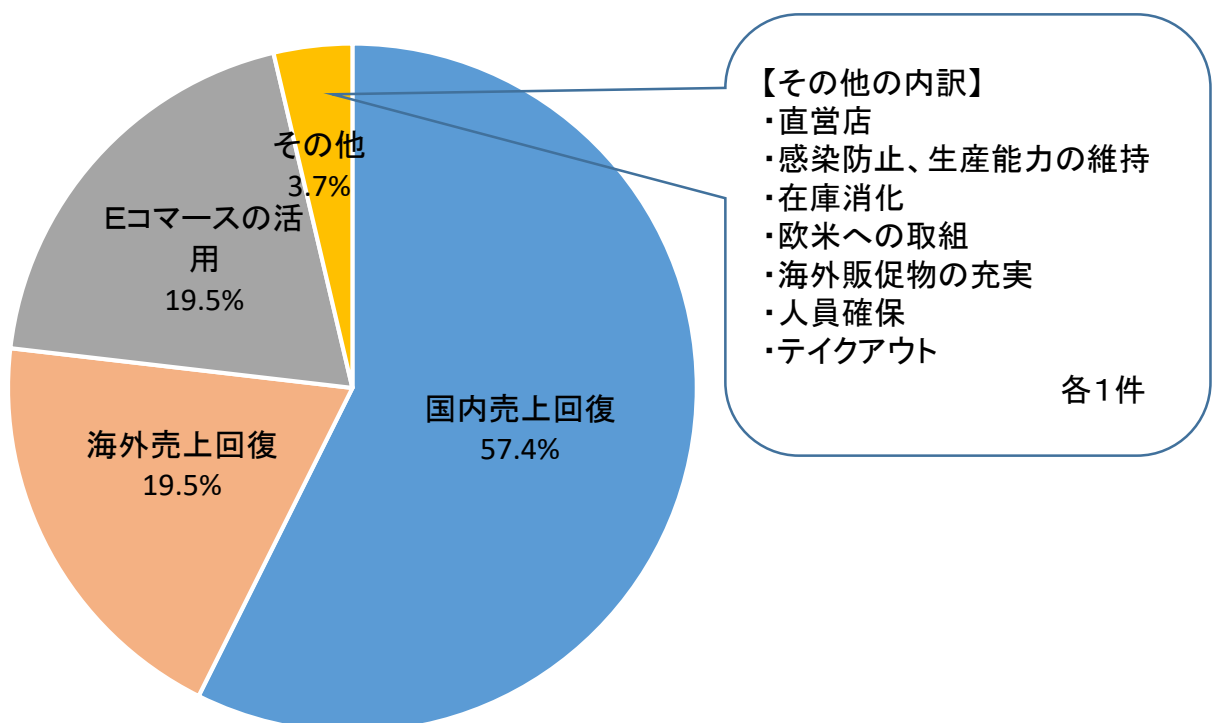
国・地域	重点	新規	国・地域	重点	新規
香港			ベトナム		
台湾			フィリピン		
中国(大陸)			ロシア		
韓国			アメリカ		
シンガポール			オーストラリア		
タイ			その他()		
マレーシア			その他()		
インドネシア			その他()		

2 調査結果 回答状況



【緊急調査項目】

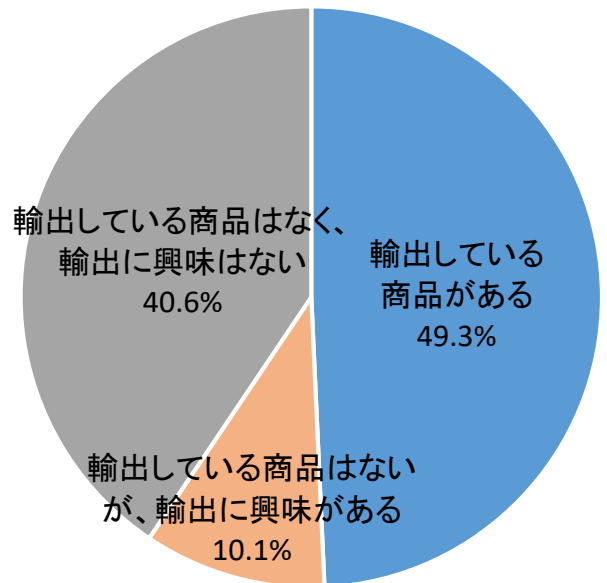
新型コロナウイルス感染症拡大を踏まえ、今後重点的に取り組みたい内容
(複数回答可)



(1) 輸出状況

・約60%の企業が、輸出に取り組んでいる又は興味を持っている。

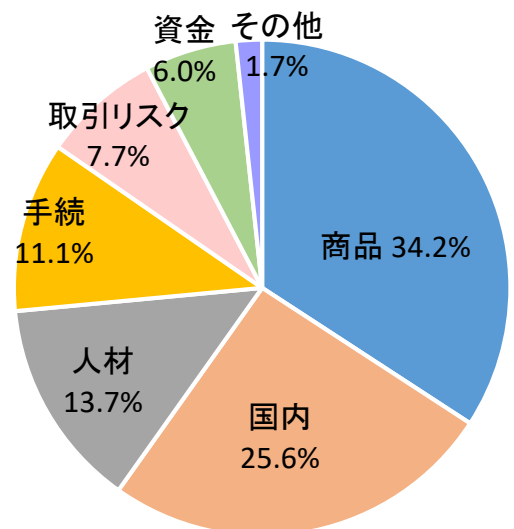
No.	項目	回答数
1	輸出している商品がある	68
2	輸出している商品はないが、輸出に興味がある	14
3	輸出している商品はなく、輸出に興味はない	56
	合計	138



(2) 輸出に取り組んでいない理由(複数回答可)

・「輸出に適する商品がない」が最も多く、次いで「国内取引優先」、「輸出業務に携わる人材がない」の順となっている。
 ・「その他」では、「旅行業を中心に展開」等が挙げられている。

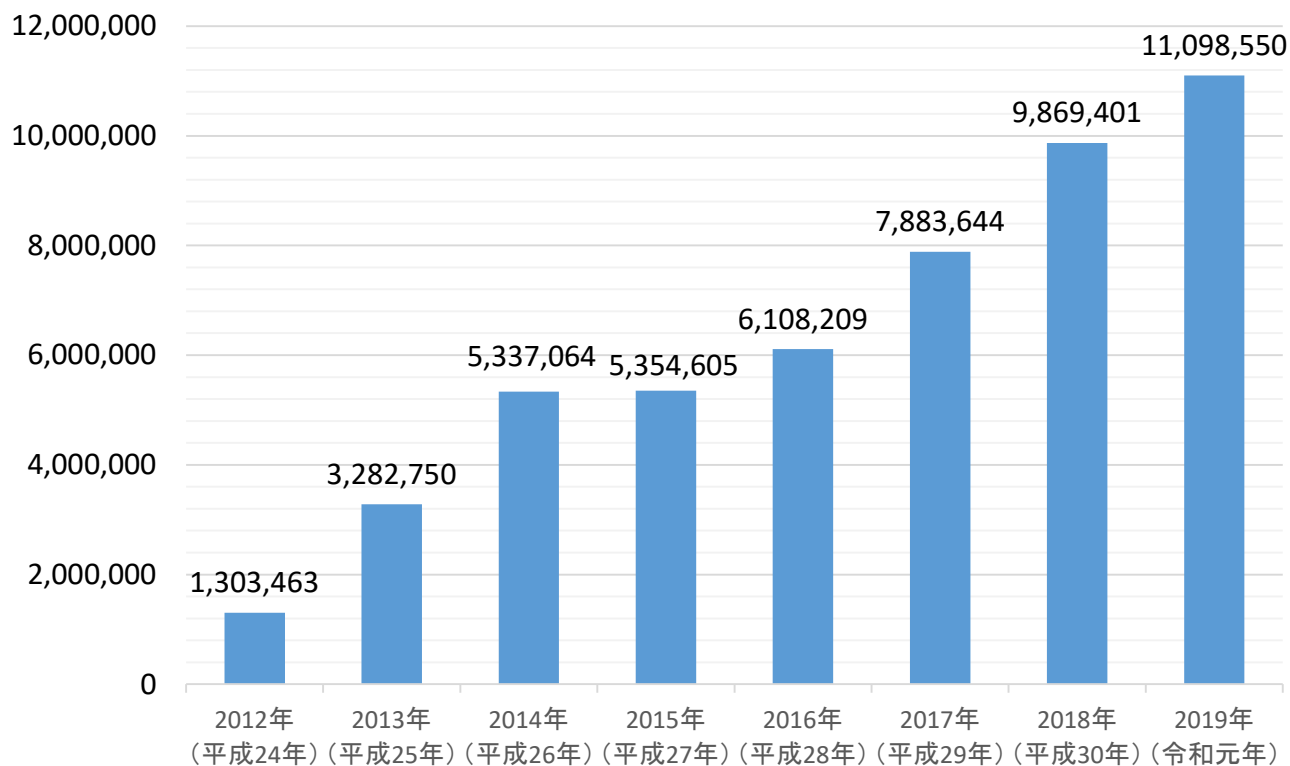
No.	項目	回答数
1	商品 : 輸出に適する商品がない	40
2	国内 : 国内取引優先	30
3	人材 : 輸出業務に携わる人材がない	16
4	手続 : 輸出手続が煩雑	13
5	取引リスク : 取引リスクが高い	9
6	資金 : 資金に余裕がない	7
7	その他	2
	合計	117



(3) 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2019年(令和元年)食品輸出額は約111億円(前年比約12億円増)。

[単位:円]



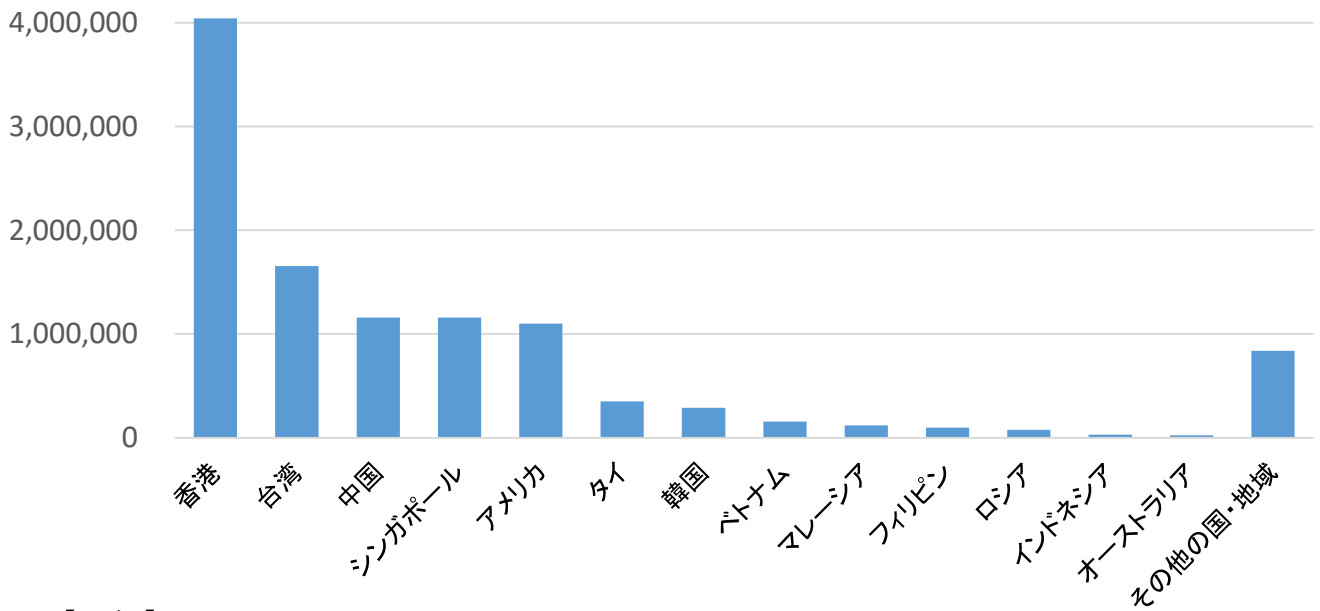
※平成23年(2011年)～平成27年(2015年)は市内本社以外の企業(支店、営業所等)を含む輸出額。
平成28年(2016年)以降は市内本社企業のための輸出額。

(4) 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、次いで台湾、中国、アメリカの順となっている。
- ・輸出企業数では台湾が最も多く、次いで香港、シンガポール、アメリカ、中国の順となっている。

[単位:千円]

国・地域別輸出額



【詳細】

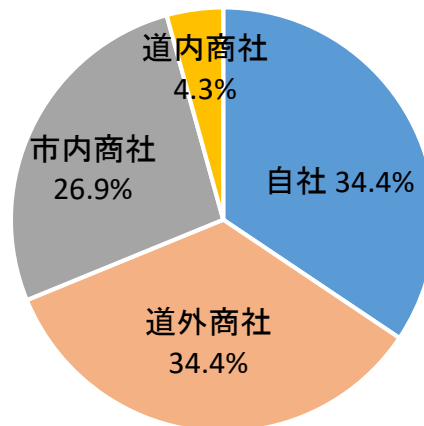
No.	国・地域	輸出額(千円)	構成比率	対前年比率	輸出企業数
1	香港	4,041,808	36.4%	112.2%	39社
2	台湾	1,655,596	14.9%	96.0%	41社
3	中国	1,159,993	10.5%	63.2%	25社
4	シンガポール	1,158,983	10.4%	159.6%	33社
5	アメリカ	1,100,456	9.9%	117.4%	27社
6	タイ	349,136	3.1%	97.8%	23社
7	韓国	289,958	2.6%	169.5%	13社
8	ベトナム	156,604	1.4%	183.7%	16社
9	マレーシア	117,853	1.1%	304.2%	12社
10	フィリピン	97,943	0.9%	310.7%	3社
11	ロシア	77,526	0.7%	1623.9%	5社
12	インドネシア	29,361	0.3%	98.2%	4社
13	オーストラリア	24,986	0.2%	122.8%	8社
14	その他の国・地域	838,347	7.6%	274.4%	11社
	合計	11,098,550	100.0%	112.5%	249社

※ 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。

(5) 輸出者(複数回答可)

・自社と道外商社の利用が最も多く、同数だった。次いで市内商社が多い。

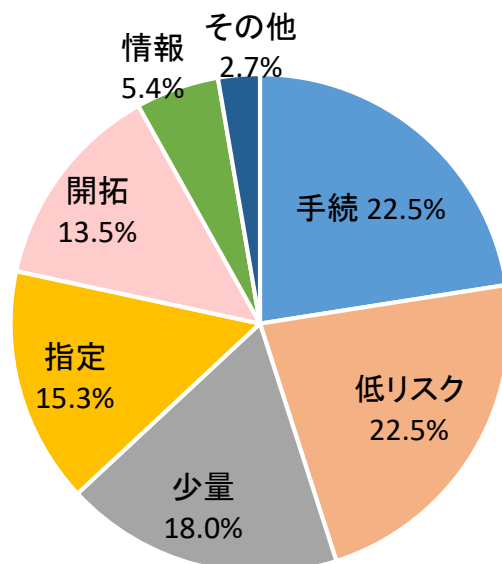
No.	項目	回答数
1	自社	32
	道外商社	32
3	市内商社	25
4	道内商社	4
	合計	93



(6) 商社を活用する理由(複数回答可)

・「面倒な手続きがいない」と「国内取引で低リスク」が同数で最も多く、次いで「少量でも取引可能」、「取引先からの指定」等の順となっている。
 ・「その他」では、取引方法の柔軟性や、販売手数料のみで取引可能な点等が挙げられている。

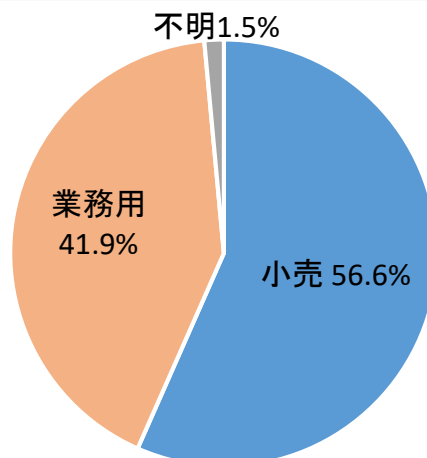
No.	項目	回答数
1	手続 : 面倒な手続きがいない	25
	低リスク : 国内取引で低リスク	25
3	少量 : 少量でも取引可能	20
4	指定 : 取引先からの指定	17
5	開拓 : 販売先を開拓してくれる	15
6	情報 : 海外市場情報入手のため	6
7	その他	3
	合計	111



(7) 輸出商品の最終流通経路(複数回答可)

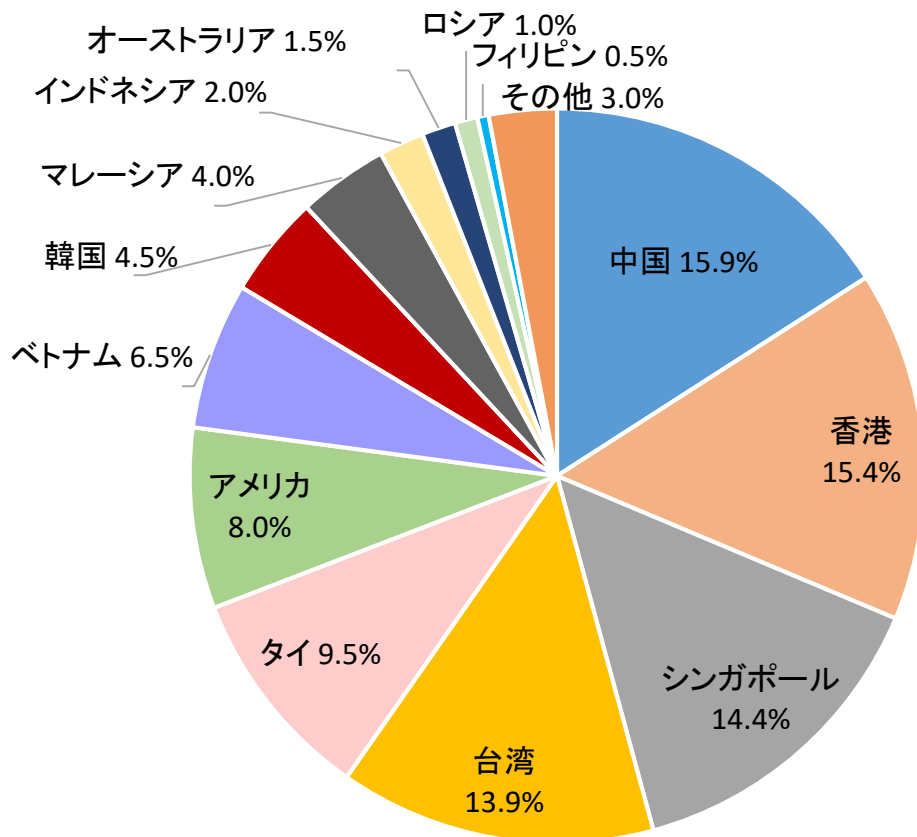
・小売が約6割を占めている。

No.	項目	回答数
1	小売	77
2	業務用	57
3	不明	2
	合計	136



(8) 重点輸出希望国・地域(複数回答可)

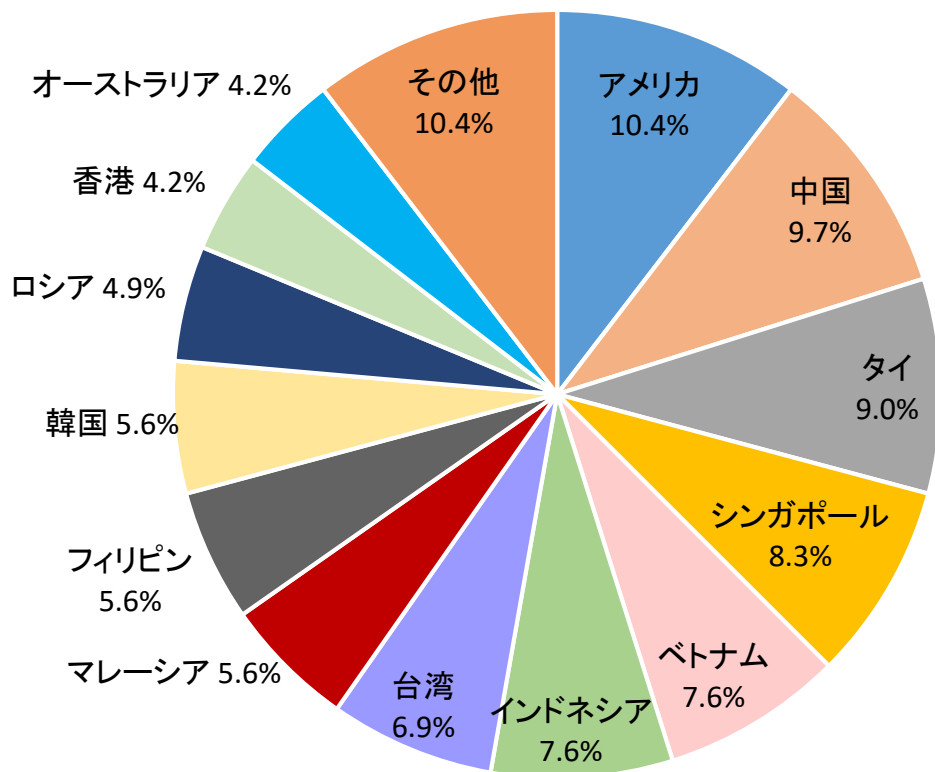
- ・中国が最も多く、次いで香港、シンガポール、台湾、タイの順となっている。
- ・「その他」では、ヨーロッパ諸国が3件と最も多く、次いでメキシコ、インド等が挙げられている。



No.	国・地域	回答数	前回順位
1	中国	32	4(↑)
2	香港	31	1(↓)
3	シンガポール	29	3(ー)
4	台湾	28	2(↓)
5	タイ	19	6(↑)
6	アメリカ	16	4(↓)
7	ベトナム	13	7(ー)
8	韓国	9	9(↑)
9	マレーシア	8	8(↓)
10	インドネシア	4	10(ー)
11	オーストラリア	3	11(ー)
12	ロシア	2	12(ー)
13	フィリピン	1	12(↓)
14	その他	6	ー
	合計	201	

(9) 新規進出希望国・地域(複数回答可)

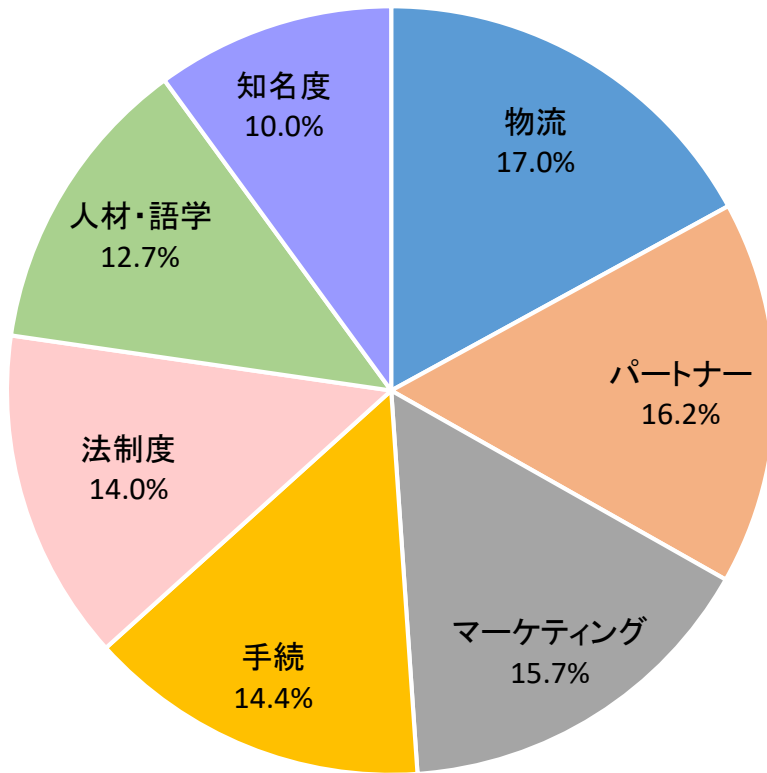
・前回5位のアメリカが1位となっているほか、タイやシンガポールなどのASEAN地域が大きく順位を上げている。一方、前回3位の香港が大きく順位を落とし12位となっている。
 ・「その他」では、ヨーロッパ諸国が8件と最も多く、次いで中東、インド、ブラジル等が挙げられている。



No.	国・地域	回答数	前回順位
1	アメリカ	15	5(↑)
2	中国	14	1(↓)
3	タイ	13	10(↑)
4	シンガポール	12	9(↑)
5	ベトナム	11	2(↓)
	インドネシア	11	6(↑)
7	台湾	10	8(↑)
8	マレーシア	8	3(↓)
	フィリピン	8	11(↑)
	韓国	8	12(↑)
11	ロシア	7	12(↑)
12	香港	6	3(↓)
	オーストラリア	6	7(↓)
14	その他	15	—
	合計	144	

(10) 輸出を進める上での課題(複数回答可)

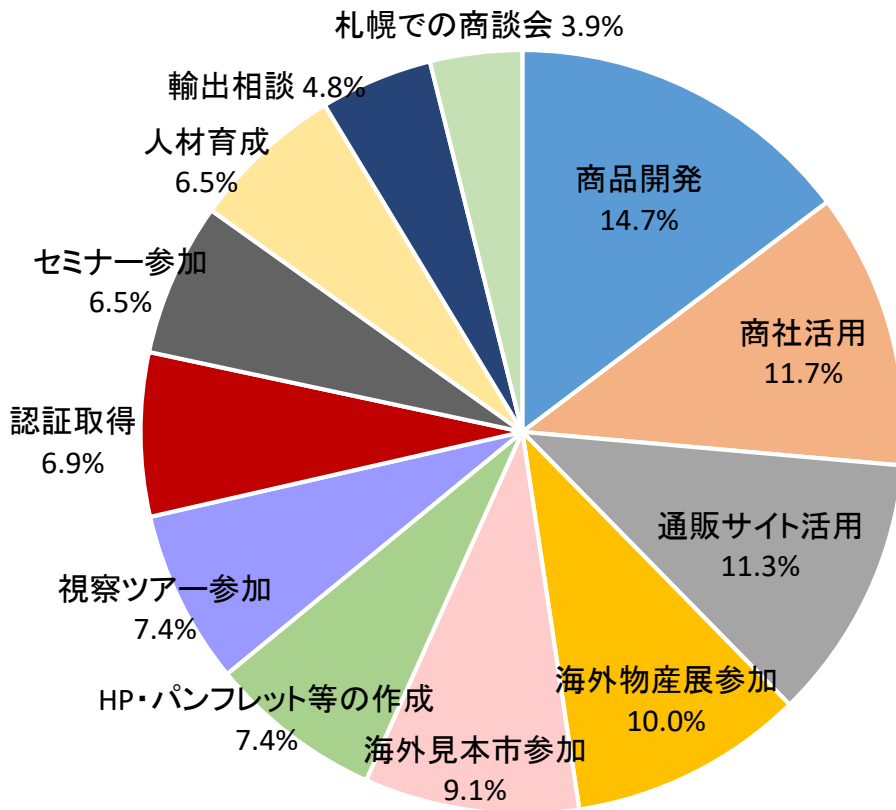
- ・「物流に関するコスト・技術・時間」が最も多くなっている。
- ・「有力な海外パートナー不足」が前回の5位から大きく順位を伸ばしている。



No.	項目	回答数	前回順位
1	物流 : 物流に関するコスト・技術・時間	39	1(ー)
2	パートナー : 有力な海外パートナー不足	37	5(↑)
3	マーケティング : 海外市場のマーケティング不足	36	3(ー)
4	手続 : 手続・書類・代金決済等の手続が煩雑	33	2(↓)
5	法制度 : 海外の法制度等の知識不足	32	4(↓)
6	人材・語学 : グローバル人材及び語学力不足	29	6(ー)
7	知名度 : 海外での商品や店舗等の知名度不足	23	7(ー)
	合計	229	

(11) 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」と「商社を活用した輸出」のニーズが依然として高い。
- ・前回12位だった「海外向け通販(Ｅコマース)の活用」が3位となっている。



No.	項目	回答数	前回順位
1	商品開発 : 輸出に適する商品開発	34	1(ー)
2	商社活用 : 商社を活用した輸出	27	2(ー)
3	通販サイト: 海外向け通販(Ｅコマース)の活用	26	12(↑)
4	海外物産展参加 : 海外で開催される物産展への参加	23	7(↑)
5	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	21	4(↓)
6	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	17	7(↑)
	視察ツアー参加 : 現地視察ツアーへの参加	17	10(↑)
8	認証取得 : 各種認証制度の取得	16	9(↑)
9	セミナー参加 : 輸出に関するセミナーへの参加	15	5(↓)
	人材育成 : 人材育成・確保	15	6(↓)
11	輸出相談 : 関係機関への輸出に関する相談	11	11(ー)
12	札幌での商談会: 海外バイヤーを招へいた札幌での商談会への参加	9	3(↓)
	合計	231	