

海外進出に対する企業の意識調査

2012 年 6 月 5 日

お問い合わせ先：株式会社帝国データバンク 産業調査部

電話：03-5775-3164 e-mail：keiki@mail.tdb.co.jp

http://www.tdb.co.jp/

景気動向調査専用 HP http://www.tdb-di.com/

海外進出、今後 3 年以内で 2011 年度比 1.4 倍の見込み

～ 進出先の文化・商習慣や法規制・制度に大きなカベ、行政支援への期待も高く ～

国内市場が伸び悩むなか、企業の海外展開に対する意欲が高まっている。また、政府は新成長戦略や産業構造ビジョンにおいて、中小企業の海外展開を重要な政策課題と位置づけるなど、中小企業の海外進出支援を強化している。

そこで帝国データバンクでは、海外進出に対する企業の意識について調査を実施した。調査期間は 2012 年 5 月 21 日～31 日。調査対象は全国 2 万 2,955 社で、有効回答企業数は 1 万 467 社（回答率 45.6%）。

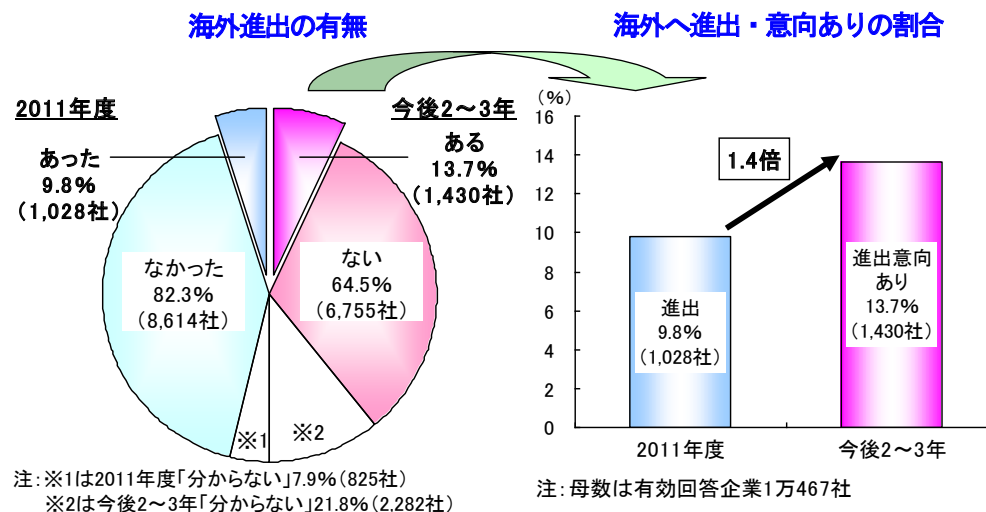
調査結果のポイント

- **今後 2～3 年で海外進出を見込む企業が 2011 年度比 1.4 倍**
2011 年度に海外進出した企業は 9.8%。一方、今後 2～3 年の間で予定・検討している企業は 13.7%。製造業やサービス業で多く、特に「精密機械、医療機械・器具製造」では約 3 割で全 51 業種中 1 位。
- **海外進出を決めるポイント、「良質で安価な労働力の確保」が最多**
海外進出を決定する際には「良質で安価な労働力の確保」を挙げる企業が 35.0%で最多。一方、海外進出の意向がある企業では、進出先や近隣国需要の拡大とともに日系企業の進出実績も重視。
- **海外進出のきっかけ、「国内市場の縮小」が 45.1%で最多**
自社が海外進出するきっかけについて、国内市場が縮小すると見込まれることと同時に、新たな事業の展開を図るために進出するという前向きなきっかけも高く、両者が海外進出の二大理由。
- **海外事業の障害・課題、「文化・商習慣」「法規制・制度」の違いが 3 割超**
自社が海外事業を行ううえでの障害・課題として、「文化・商習慣の違い」や「法規制・制度の違い」を挙げる企業がいずれも 3 割超。
- **行政に期待する支援サービス、「法規制・制度調査支援」が最多**
行政には「法規制・制度調査支援」が 34.2%で最多。海外進出の意向がある企業では半数近くに達し、行政の支援に対する期待は大きい。

今後 2～3 年で海外進出を見込む企業が 2011 年度比 1.4 倍

2011 年度（2011 年 4 月～2012 年 3 月）における海外への進出（海外現地法人の設立、海外企業との業務提携、海外企業への資本参加・増資、活動拠点の新設・拡大など）の有無を尋ねたところ、「あった」（進出）と回答した企業は 1 万 467 社中 1,028 社、構成比 9.8%となり、1 割弱の企業が過去 1 年間に海外に進出していた。一方、今後 2～3 年での海外進出について、「ある（予定・検討含む）」（進出意向あり）が同 13.7%（1,430 社）と 1 割超の企業が海外への進出意向を持っており、2011 年度と比べて 1.4 倍になっている。

今後 2～3 年で海外に進出する意向が「ある（予定・検討含む）」と回答した企業 1,430 社を業界別にみると、『製造』（同 19.9%、588 社）と『サービス』（同 13.8%、212 社）の 2 業界が全体を上回った（5 ページ参考表参照）。とりわけ、製造業では



「精密機械、医療機械・器具製造」(同 29.9%、20 社) が全 51 業種中で最高となったほか、「機械製造」(同 27.0%、120 社)、「電気機械製造」(同 26.8%、94 社)、「繊維・繊維製品・服飾品製造」(同 25.0%、28 社)、「化学品製造」(同 24.7%、97 社)、「輸送用機械・器具製造」(同 22.3%、21 社) が 2 割を超えた。また、サービス業では「人材派遣・紹介」(同 19.0%、11 社) が高かった。

地域別では、『南関東』(同 17.0%、581 社) や『近畿』(同 16.1%、282 社)、『東海』(同 15.2%、177 社) が高く、都市圏で海外進出意向が強くなっている様子がうかがえる。

具体的には、「グローバル展開は必須なので、積極的に諸外国と連携がとれる姿勢が大切」(通信付帯サービス、東京都) や「このまま国内で事業を継続すること自体が困難であり海外生産を含めた形で事業継続したい」(工業用樹脂製品製造、群馬県)、「現時点では興味関心はないが、可能性があるならば IT インフラや人材の乏しい国・地域へのインフラ整備や人材投資を考えてみたい」(ソフト受託開発、静岡県) などの声が多く挙げられた。一方で、「培ってきたノウハウを生かして国内で生産する方が賢い」(金属加工機械卸売、広島県) や「中小企業にとって自己努力だけでの海外進出は厳しい」(化学製品卸売、愛知県)、「国内産業の空洞化に繋がることも考慮して進めなくてはならない」(印刷、大阪府) といった、国内を重視する声や企業規模による限界、産業空洞化への懸念など海外進出を行わない理由を指摘するさまざまな意見がみられた。

今後、海外への進出を想定している企業は全体の 13.7% 存在する。国内需要が伸び悩むなかで、とりわけ「精密機械、医療機械・器具製造」を含む製造業で海外進出を視野に入れている企業が多かった。

海外進出を決めるポイント、「良質で安価な労働力の確保」が最多

自社が海外進出を決定した(決定する)際のポイント(海外進出を行っていない企業は、進出する場合にポイントになると考えられるもの)について尋ねたところ、「良質で安価な労働力が確保できる」が 1 万 467 社中 3,659 社、構成比 35.0% (複数回答 3 つまで、以下同) で最多となり、3 社に 1 社が挙げた。次いで、「現地の製品・サービス需要が拡大」(同 19.9%、2,084 社)、「納入先を含む他の日系企業の進出実績がある」(同 18.8%、1,973 社)、「品質・価格面で、日本への逆輸入が可能」

(同 17.8%、1,860 社)、「現地政府の産業育成、保護政策」(同 17.7%、1,857 社) などが続いた。

今後 2~3 年で海外に進出する意向が「ある(予定・検討含む)」企業 1,430 社では、「現地の製品・サービス需要が拡大」(同 39.2%、560 社) が 4 割近くで最多となった。さらに、「良質で安価な労働力が確保できる」(同 31.7%、453 社)、「納入先を含む他の日系企業の進出実績がある」(同 31.6%、452 社) が 3 割超となった。また、「品質・価格面で、日本への逆輸入が可能」も同 21.6% (309 社) あり、海外で生産した製品やサービスを日本で販売することを視野に入れた海外進出も 5 社に 1 社がポイントとして挙げた。

企業からは、「経済成長率が日本に比べて格段に高い」(遊技場、東京都) や「小売の市場規模・質が一定水準にある」(婦人・子供服小売、東京都) といった声のほか、「天災への対応」(機械工具製造、茨城県) など東日本大震災やタイの洪水被害の経過を受けて、自然災害の有無も海外進出を決める要素とする意見が挙げられた。

実際に海外進出の予定があったり検討している企業では、進出先や近隣国需要の拡大とともに日系企業の進出実績を重視している様子がうかがえる。さらに能力の高い労働者の確保も同時に海外進出の決め手として考えている。

海外進出を決定する際のポイント (複数回答 3 つまで)

		全体		海外進出意向あり	
		構成比(%)	回答数(社)	構成比(%)	回答数(社)
1	良質で安価な労働力が確保できる	35.0	3,659	31.7	453
2	現地の製品・サービス需要が拡大	19.9	2,084	39.2	560
3	納入先を含む他の日系企業の進出実績がある	18.8	1,973	31.6	452
4	品質・価格面で、日本への逆輸入が可能	17.8	1,860	21.6	309
5	現地政府の産業育成、保護政策	17.7	1,857	10.8	154
6	税制や融資などの優遇措置がある	14.1	1,472	10.7	153
7	進出先の近隣国で製品・サービス需要が拡大	13.0	1,363	27.7	396
8	社会資本整備が必要水準を満たしている	12.7	1,330	10.1	145
9	部品などの現地調達が可能	11.0	1,154	14.3	204
10	土地などの現地資本が安価	11.0	1,151	7.4	106
11	技術者の確保が可能	10.9	1,139	8.3	118
12	その他	6.5	683	6.4	92

注:母数は有効回答企業1万467社。「海外進出意向あり」は今後2~3年で海外進出が「ある(予定・検討含む)」と回答した企業1,430社。

海外進出のきっかけ、「国内市場の縮小」が45.1%で最多

自社の海外進出のきっかけについて尋ねたところ、「国内市場の縮小」が1万467社中4,723社、構成比45.1%（複数回答、以下同）で最多となったほか、「新たな事業展開」（同40.4%、4,232社）も4割超の企業が挙げた。国内市場が縮小すると見込まれるために海外へ進出するという必要に迫られたきっかけと同時に、新たな事業の展開を図るために進出するという前向きなきっかけがともに高かった。次いで、「取引先の海外進出」（同22.5%、2,350社）、「労働力の確保・利用」（同14.8%、1,552社）が続いた。

今後2～3年で海外に進出する意向が「ある（予定・検討含む）」企業1,430社では、「国内市場の縮小」（同54.8%、783社）と「新たな事業展開」（同52.8%、755社）がともに半数を超えた。また、「取引先の海外進出」（同35.7%、510社）を3社に1社が挙げたほか、「ボリュームゾーンなどの市場・販路開拓」（同22.2%、317社）も海外進出のきっかけとなっていた。

海外への進出は国内市場が縮小することへの対応がきっかけとなる企業が非常に多い。とりわけ、海外進出意向のある企業では半数超が要因として挙げている。同時に、新たな事業展開のために海外に進出するという企業もほぼ同程度あり、両者が海外進出の二大理由となっている。

海外に進出するきっかけ（複数回答）

		全体		海外進出意向あり	
		構成比(%)	回答数(社)	構成比(%)	回答数(社)
1	国内市場の縮小	45.1	4,723	54.8	783
2	新たな事業展開	40.4	4,232	52.8	755
3	取引先の海外進出	22.5	2,350	35.7	510
4	労働力の確保・利用	14.8	1,552	18.2	260
5	ボリュームゾーンなどの市場・販路開拓	10.9	1,144	22.2	317
6	国内市場での自社の競争力低下	10.7	1,115	12.2	174
7	資源・材料の確保・利用	10.6	1,107	10.8	154
8	商品開発・技術研究	4.3	446	7.0	100
9	競合企業の海外進出	3.5	367	7.3	105
10	その他	3.8	396	1.6	23

注：母数は有効回答企業1万467社。「海外進出意向あり」は今後2～3年で海外進出が「ある（予定・検討含む）」と回答した企業1,430社。

海外事業の障害・課題、「文化・商習慣」「法規制・制度」の違いが3割超

自らが海外事業を行ううえでの障害や課題について尋ねたところ、「文化・商習慣の違い」が1万467社中3,538社、構成比33.8%（複数回答3つまで、以下同）で最多となり3社に1社が挙げた。また、「法規制・制度の違い」（同30.5%、3,192社）も3割を超えていた。次いで、「言語の違い」（同27.1%、2,837社）、「現地情報の収集」（同18.5%、1,941社）、「海外事業展開の戦略立案」（同16.8%、1,762社）が続いた。

今後2～3年での海外進出を考えている企業でも、「法規制・制度の違い」（同38.4%、549社）や「文化・商習慣の違い」（同32.2%、461社）が高かった。また、「提携先・パートナーの発掘」は同23.3%（333社）と4社に1社が挙げており、海外事業を行ううえでのパートナー探しを課題と考えている企業も多い。

海外事業を行ううえでの障害や課題（複数回答3つまで）

		全体		海外進出意向あり	
		構成比(%)	回答数(社)	構成比(%)	回答数(社)
1	文化・商習慣の違い	33.8	3,538	32.2	461
2	法規制・制度の違い	30.5	3,192	38.4	549
3	言語の違い	27.1	2,837	23.2	332
4	現地情報の収集	18.5	1,941	19.8	283
5	海外事業展開の戦略立案	16.8	1,762	18.2	260
6	提携先・パートナーの発掘	14.8	1,546	23.3	333
7	代金・投資回収	11.9	1,245	13.3	190
8	社内体制の整備	11.6	1,215	12.5	179
9	社内人材の確保	11.5	1,202	16.3	233
10	現地人材の育成	11.0	1,153	18.2	260
11	販路開拓	10.6	1,106	15.6	223
12	現地での生産・品質管理	8.2	854	13.4	191
13	為替リスクへの対応	7.2	756	12.0	171
14	事業資金の調達	6.5	678	7.2	103
15	技術・ノウハウなどの管理	4.5	471	6.2	88
16	現地での資源・材料の確保	4.2	443	6.0	86
17	インフラの未整備	3.3	341	3.4	49
18	知的財産の管理	3.0	311	4.3	61
19	その他	3.3	344	0.6	8

注：母数は有効回答企業1万467社。「海外進出意向あり」は今後2～3年で海外進出が「ある（予定・検討含む）」と回答した企業1,430社。

具体的な声としては、「**現地の法規制（労務）が日本と根本的に違った**」（菓子小売、愛知県）や「**印刷業者が海外の需要を求めて進出することは言葉の壁が大きく、非常に困難がともなう**」（印刷、東京都）、「**現地での人材確保が難しい**」（化学工業製品製造、岐阜県）、「**あまりに為替相場で左右され、本業以上に難しさを感じる**」（一般製材、愛媛県）、「**3年前、パートナーの選択ミスで中国ビジネスを撤退した**」（測定器・分析機器・試験機製造、茨城県）など、海外事業を行ううえで抱えている障害や課題は多岐にわたっており、企業は幅広い分野の課題解決を模索している様子がかがえる。他方、「**海外に出る以上は、いかに現地に根を下ろすかが大切**」（経営コンサルタント、千葉県）や「**国内でやってきた以上に自社の強み、ポジションを明確にしておく必要がある**」（鋳鋼・鍛工品・鍛鋼製造、鳥取県）といった点を指摘する意見もあった。

行政に期待する支援サービス、「法規制・制度調査支援」が最多

自社が海外事業を進めるうえで、行政（国・自治体）に期待する支援サービスについてニーズの高いものを尋ねたところ、「**法規制・制度調査支援**」が1万467社中3,578社、構成比34.2%（複数回答3つまで、以下同）で最多となったほか、「**情報収集・相談支援**」（同32.1%、3,362社）を3社に1社が挙げた。次いで、「**リスクマネジメント**」（同24.4%、2,558社）、「**人材育成支援**」（同21.6%、2,257社）、「**市場動向調査支援**」（同19.1%、1,996社）が続いた。

今後2～3年で海外に進出する意向が「ある（予定・検討含む）」企業1,430社では、「**法規制・制度調査支援**」が同46.2%（660社）と半数近くに達した。海外事業を行ううえでの障害や課題でも多くの企業が法規制・制度の違いを挙げており、自社での課題解決に困難さを感じているなかで、行政の支援に対する期待は大きい。

企業からは、「**他国にひけを取らない確かな技術を持った中小企業もあり、国・自治体には中小企業が海外進出するための支援をお願いしたい**」（配管冷暖房装置等卸売、福島県）といった、強い技術を有する企業に対するバックアップを望む声のほか、「**業種別の海外進出の展開性の説明機関があると具体的に理解しやすくなる**」（建設、東京都）、「**中小企業には分からないことばかりなので、広範囲に相談できる国の機関が欲しい**」（細幅織物製造、東京都）、「**渡航、現地調査など初期費用の助成金を拡充して欲しい**」（電子部品製造、兵庫県）、「**輸出の際の手続きの簡略化が進めば、取引**

量も増加する」（飲食料品卸売、北海道）などの意見も挙げられた。一方、「**国内で頑張っている企業もしくは海外から日本に戻ってくる企業にこそ支援・協力して欲しい**」（金物類製造、新潟県）や「**海外事業展開を進めると国内雇用の低迷に影響するのではとの違和感がある**」（パッケージソフト、新潟県）といった声もみられた。

国内市場が低迷するなかで、海外に活路を求める企業は多い。一方で、海外での事業展開においては多種多様な困難に直面している様子が浮き彫りとなった。同時に、人材の不足や資金面、情報不足などで次なる一手を躊躇している中小企業も多く、国や自治体による支援サービスを求める声も多岐にわたる。企業からは産業空洞化を懸念する意見も多く挙げており、国内経済対策や雇用を維持する対内投資の施策も行う必要がある。そのうえで、企業がさまざまな問題を解消するための施策を積極的に行うことの重要性は一段と増している。

行政に期待する支援サービス（複数回答3つまで）

		全体		海外進出意向あり	
		構成比(%)	回答数(社)	構成比(%)	回答数(社)
1	法規制・制度調査支援	34.2	3,578	46.2	660
2	情報収集・相談支援	32.1	3,362	33.4	477
3	リスクマネジメント	24.4	2,558	28.7	411
4	人材育成支援	21.6	2,257	20.6	294
5	市場動向調査支援	19.1	1,996	24.3	347
6	現地課題解決支援	18.3	1,912	24.5	350
7	戦略立案支援	17.7	1,853	15.3	219
8	マッチング支援	16.7	1,749	18.3	261
9	資金調達支援	14.4	1,507	20.7	296
10	展示会等への出展支援	6.7	701	12.7	181
11	その他	4.2	435	2.0	28

注：母数は有効回答企業1万467社。「海外進出意向あり」は今後2～3年で海外進出が「ある（予定・検討含む）」と回答した企業1,430社。

【参考】海外進出の有無(今後2~3年) ~規模・業界・業種・地域別~

(構成比%、カッコ内社数)

	ある (予定・検討含む)	ない (予定・検討含む)	分からない	合計
全体	13.7 (1,430)	64.5 (6,755)	21.8 (2,282)	100.0 (10,467)
大企業	17.5 (424)	58.9 (1,427)	23.6 (573)	100.0 (2,424)
中小企業	12.5 (1,006)	66.2 (5,328)	21.2 (1,709)	100.0 (8,043)
うち小規模	9.5 (229)	68.2 (1,637)	22.3 (536)	100.0 (2,402)
農・林・水産	10.0 (5)	68.0 (34)	22.0 (11)	100.0 (50)
金融	10.5 (14)	55.6 (74)	33.8 (45)	100.0 (133)
建設	6.2 (91)	77.3 (1,129)	16.5 (241)	100.0 (1,461)
不動産	6.1 (16)	77.6 (204)	16.3 (43)	100.0 (263)
製造	19.9 (588)	56.1 (1,656)	24.0 (709)	100.0 (2,953)
飲食料品・飼料製造	13.4 (47)	66.2 (233)	20.5 (72)	100.0 (352)
繊維・繊維製品・服飾品製造	25.0 (28)	52.7 (59)	22.3 (25)	100.0 (112)
建材・家具・窯業・土石製品製造	11.1 (26)	68.8 (161)	20.1 (47)	100.0 (234)
パルプ・紙・紙加工品製造	12.9 (15)	65.5 (76)	21.6 (25)	100.0 (116)
出版・印刷	6.6 (13)	74.0 (145)	19.4 (38)	100.0 (196)
化学品製造	24.7 (97)	51.9 (204)	23.4 (92)	100.0 (393)
鉄鋼・非鉄・鋳業	17.9 (89)	58.9 (292)	23.2 (115)	100.0 (496)
機械製造	27.0 (120)	47.7 (212)	25.2 (112)	100.0 (444)
電気機械製造	26.0 (94)	43.3 (152)	29.9 (105)	100.0 (351)
輸送用機械・器具製造	22.3 (21)	40.4 (38)	37.2 (35)	100.0 (94)
精密機械・医療機械・器具製造	29.9 (20)	44.8 (30)	25.4 (17)	100.0 (67)
その他製造	18.4 (18)	55.1 (54)	26.5 (26)	100.0 (98)
卸売	13.5 (431)	63.4 (2,027)	23.1 (740)	100.0 (3,198)
小売	9.1 (41)	71.2 (322)	19.7 (89)	100.0 (452)
運輸・倉庫	8.2 (32)	68.9 (270)	23.0 (90)	100.0 (392)
サービス	13.8 (212)	66.0 (1,015)	20.2 (310)	100.0 (1,537)
飲食店	13.5 (5)	64.9 (24)	21.6 (8)	100.0 (37)
郵便・電気通信	18.2 (2)	54.5 (6)	27.3 (3)	100.0 (11)
電気・ガス・水道・熱供給	0.0 (0)	75.0 (6)	25.0 (2)	100.0 (8)
リース・賃貸	7.1 (10)	78.6 (110)	14.3 (20)	100.0 (140)
旅館・ホテル	2.7 (1)	73.0 (27)	24.3 (9)	100.0 (37)
娯楽サービス	10.6 (7)	78.8 (52)	10.6 (7)	100.0 (66)
放送業	5.9 (1)	88.2 (15)	5.9 (1)	100.0 (17)
メンテナンス・警備・検査	8.7 (13)	75.8 (113)	15.4 (23)	100.0 (149)
広告関連	9.8 (13)	69.7 (92)	20.5 (27)	100.0 (132)
情報サービス	17.2 (73)	59.5 (253)	23.3 (99)	100.0 (425)
人材派遣・紹介	19.0 (11)	65.5 (38)	15.5 (9)	100.0 (58)
専門サービス	18.7 (39)	59.3 (124)	22.0 (46)	100.0 (209)
医療・福祉・保健衛生	9.3 (9)	66.0 (64)	24.7 (24)	100.0 (97)
教育サービス	11.5 (3)	69.2 (18)	19.2 (5)	100.0 (26)
その他サービス	20.0 (25)	58.4 (73)	21.6 (27)	100.0 (125)
その他	0.0 (0)	85.7 (24)	14.3 (4)	100.0 (28)
北海道	6.1 (33)	78.5 (428)	15.4 (84)	100.0 (545)
東北	5.9 (36)	77.4 (475)	16.8 (103)	100.0 (614)
北関東	13.5 (86)	67.6 (432)	18.9 (121)	100.0 (639)
南関東	17.0 (581)	59.6 (2,039)	23.4 (800)	100.0 (3,420)
北陸	10.3 (54)	68.5 (359)	21.2 (111)	100.0 (524)
東海	15.2 (177)	62.3 (725)	22.4 (261)	100.0 (1,163)
近畿	16.1 (282)	60.3 (1,054)	23.5 (411)	100.0 (1,747)
中国	10.3 (65)	67.5 (427)	22.3 (141)	100.0 (633)
四国	8.7 (31)	68.7 (244)	22.5 (80)	100.0 (355)
九州	10.3 (85)	69.2 (572)	20.6 (170)	100.0 (827)

注1: 網掛けは、全体平均以上を裏す
注2: 母数は有効回答企業1万467社

【問い合わせ先】株式会社帝国データバンク 産業調査部 政策支援課 経済動向研究チーム
担当: 岡松・森・窪田・笹本・鈴木 Tel: 03-5775-3164 e-mail: keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2012
当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および無断引用を固く禁じます。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万2,955社、有効回答企業1万467社、回答率45.6%)

(1) 地域

北海道	545	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,163
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	614	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,747
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	639	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	633
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,420	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	355
北陸(新潟 富山 石川 福井)	524	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	827
		合計	10,467

(2) 業界(10業界51業種)

業界	業種	社数
農・林・水産		50
金融		133
建設		1,461
不動産		263
製造	飲食料品・飼料製造業	352
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	112
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	234
	パルプ・紙・紙加工品製造業	116
	出版・印刷	196
	化学品製造業	393
	鉄鋼・非鉄・鋳業	496
	機械製造業	444
	電気機械製造業	351
	輸送用機械・器具製造業	94
	精密機械・医療機械・器具製造業	67
	その他製造業	98
	卸売	400
	小売	213
運輸・倉庫	363	
サービス	紙類・文具・書籍卸売業	118
	化学品卸売業	324
	再生資源卸売業	25
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	341
	機械・器具卸売業	1,034
	その他の卸売業	380
	飲食店	37
	電気通信業	11
	電気・ガス・水道・熱供給業	8
	リース・賃貸業	140
	旅館・ホテル	37
	娯楽サービス	66
	放送業	17
	メンテナンス・警備・検査業	149
広告関連業	132	
情報サービス業	425	
人材派遣・紹介業	58	
専門サービス業	209	
医療・福祉・保健衛生業	97	
教育サービス業	26	
その他サービス業	125	
その他		28
	合計	10,467

(3) 規模

大企業	2,424	23.2%
中小企業	8,043	76.8%
うち小規模企業	(2,402)	(22.9%)
合計	10,467	100.0%
うち上場企業	(314)	(3.0%)

2. 調査時期・方法

2012年5月21日～31日(インターネット調査)

3. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに全国売上高ランキングデータを加えて下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のみで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分
注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のみで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分
注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング