

2020年3月24日
株式会社日本政策金融公庫

食品産業景況DI 6半期連続でマイナス値

～ 食品製造業の約4割が輸出・海外進出に取り組む ～

< 食品産業動向調査(令和2年1月調査) >

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業は、「食品産業動向調査（令和2年1月調査）」を実施し、食品産業の景況と食品製造業者の輸出・海外進出への取組状況について調査しました。

調査結果の概要は以下の通りです。

< 景況 >

- 令和元年下半期の食品産業の景況DIは、▲21.0（令和元年上半期比-4.7ポイント）と6半期連続でマイナス値となった。令和2年上半期の見通しは▲11.7となった。
- 業種別の景況DIは、製造業、卸売業、小売業で低下、飲食業で横ばいとなった。
- 雇用判断DIは35.9となり、依然として雇用の不足感を示している。令和2年上半期は34.8となり、雇用の不足感が継続する見通しとなった。

[DI (Diffusion Index = 動向指数) について]

DIは、前年同期と比較して、「増加する（良くなる）」と回答した割合から「減少する（悪くなる）」と回答した割合を差し引いた数値です。

< 輸出・海外進出 >

- 食品製造業者の41.1%が、輸出または海外進出に取り組み、取扱品目別では「酒類」が83.4%と他と比べて特に高い。
※ 本調査における海外進出とは、海外法人への出資や業務提携、もしくは海外での法人・店舗等の設立をいう。
- 売上高全体に占める輸出・海外進出関連の売上の割合は、「5%未満」が72.9%で大半を占めた。
- 輸出・海外進出における課題は、「販路開拓」が53.9%で最も高くなった。

■詳細は、添付のレポートをご参照ください。

<調査の要領>

調査時点	令和2年1月 (本調査における見通しの回答には、新型コロナウイルス感染症の拡大によるイベントの自粛や入国規制などの影響は考慮されていません)
調査方法	郵送により調査票を配布し郵送により回収
調査対象	全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業） 6,764社
有効回収数	全体で2,284社（回収率33.8%） 《内訳》 製造業：1,519社、卸売業：533社、小売業：185社、飲食業：47社

食品産業動向調査

(令和2年1月調査)

日本政策金融公庫 農林水産事業
情報企画部 情報企画グループ

〈調査の要領〉

調査時点 令和2年1月

※ 本調査における見通しの回答には、新型コロナウイルス感染症の拡大によるイベントの自粛や入国規制などの影響は考慮されていません

調査方法 郵送により調査票を配布し郵送により回収

調査対象 全国の食品関係企業 6,764社

有効回収数 2,284社 (回収率33.8%)

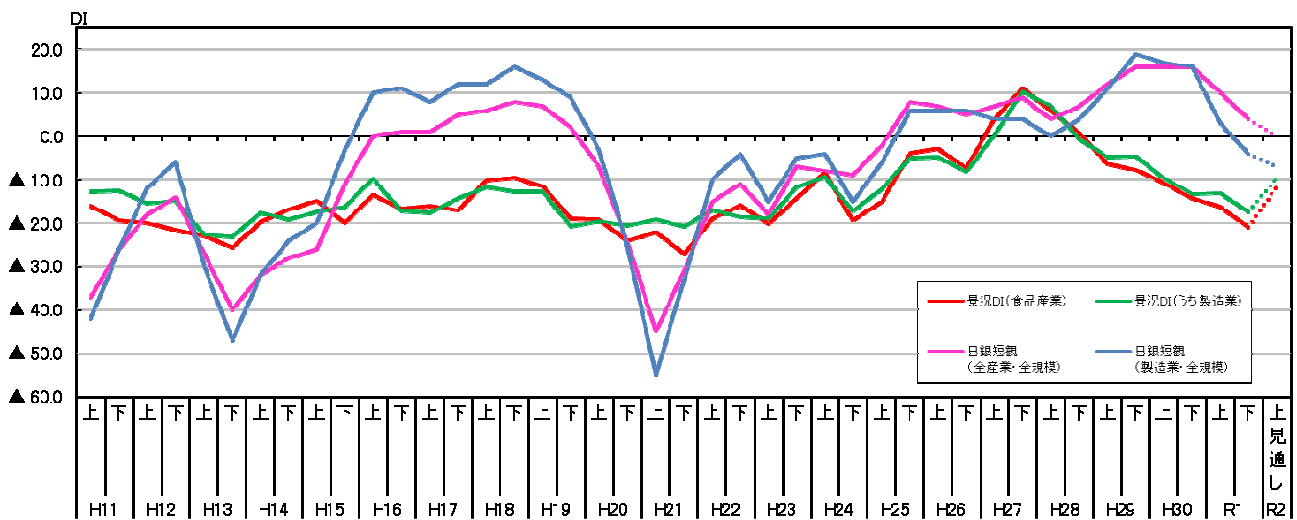
(内訳) 製造業 : 1,519社、卸売業 : 533社、小売業 : 185社、飲食業 : 47社

- ・ 令和元年下半期の食品産業の景況DI (▲21.0/前回比-4.7ポイント) は、平成29年上半期以降、6半期連続でマイナス幅が拡大した。
- ・ 売上高DI (▲24.0/同-6.6ポイント)、経常利益DI (▲26.9/同-3.7ポイント)、資金繰りDI (▲12.0/同-3.8ポイント) がそれぞれ低下し、総合指標である景況DIもマイナス値となった。
- ・ 令和2年上半期の景況DIは、▲11.7(下半期比+9.3ポイント)とマイナス幅が縮小する見通し。

図1 景況DI(全国)

(景況DIは、売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIを単純平均して算出)

(「増加(良い)」-「減少(悪い)」の割合)



(注) 日銀短観は、毎年6月調査、12月調査の数値を用いた。

	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
食品産業	4.0	11.0	5.9	0.6	▲6.5	▲7.7	▲10.8	▲14.3	▲16.3	▲21.0(-4.7)	▲11.7(+9.3)
うち製造業	0.3	10.2	6.9	▲0.7	▲4.9	▲4.7	▲9.7	▲13.2	▲13.1	▲17.4(-4.3)	▲9.6(+7.8)

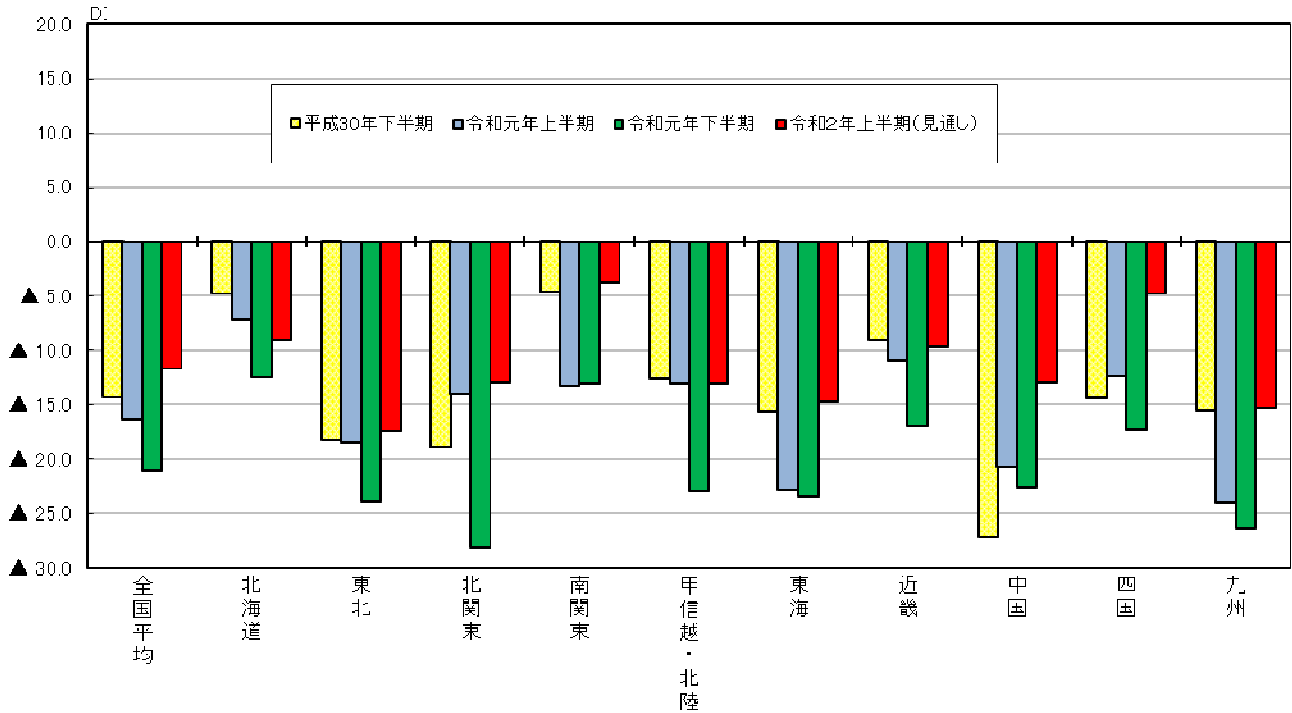
() は前回との差

【参考】売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIの推移

		27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期	29年上半期	29年下半期	30年上半期	2018年下 半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
食品産業	売上高DI	13.2	22.4	9.6	2.6	▲8.0	▲5.2	▲8.8	▲10.0	▲17.4	▲24.0(-6.6)	▲10.1(+13.9)
	経常利益DI	1.5	10.8	6.1	▲1.8	▲10.3	▲15.1	▲17.6	▲23.5	▲23.2	▲26.9(-3.7)	▲14.1(+12.8)
	資金繰りDI	▲2.8	▲0.2	2.1	1.1	▲1.1	▲2.9	▲6.1	▲9.3	▲8.2	▲12.0(-3.8)	▲11.0(+1.0)
うち製造業	売上高DI	9.9	21.9	12.7	▲0.4	▲7.1	▲0.7	▲5.3	▲7.2	▲12.2	▲18.4(-6.2)	▲6.2(+12.2)
	経常利益DI	▲4.0	9.7	6.6	▲2.9	▲6.7	▲11.0	▲17.0	▲22.6	▲19.5	▲22.4(-2.9)	▲11.1(+11.3)
	資金繰りDI	▲4.9	▲1.0	1.5	1.3	▲0.8	▲2.5	▲6.7	▲9.7	▲7.7	▲11.3(-3.6)	▲11.5(-0.2)

() は前回との差

図2 景況DI (地域別)



	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 下半期 見通し
全国	4.0	11.0	5.9	0.6	▲ 6.4	▲ 7.7	▲ 10.8	▲ 14.3	▲ 16.3	▲ 21.0(-4.7)	▲ 11.7(+9.3)
北海道	▲ 5.3	9.3	1.3	1.3	▲ 8.5	▲ 4.7	▲ 10.3	▲ 4.8	▲ 7.2	▲ 12.5(-5.3)	▲ 9.0(+3.5)
東北	1.4	8.2	0.3	▲ 3.6	▲ 9.2	▲ 14.0	▲ 16.9	▲ 18.3	▲ 18.5	▲ 23.9(-5.4)	▲ 17.4(+6.5)
北関東	7.5	11.7	6.6	1.7	▲ 7.0	▲ 4.7	▲ 15.0	▲ 18.9	▲ 14.0	▲ 28.1(-14.1)	▲ 12.9(+15.2)
南関東	6.9	10.7	13.3	7.6	0.0	▲ 4.3	▲ 0.6	▲ 4.7	▲ 13.3	▲ 13.1(+0.2)	▲ 3.7(+9.4)
甲信越・北陸	8.9	21.0	3.8	▲ 1.5	▲ 10.5	▲ 6.1	▲ 15.7	▲ 12.7	▲ 13.1	▲ 22.9(-9.8)	▲ 13.1(+9.8)
東海	3.9	7.4	8.3	2.8	▲ 6.5	▲ 6.6	▲ 10.6	▲ 15.7	▲ 22.8	▲ 23.4(-0.6)	▲ 14.8(+8.6)
近畿	5.6	13.4	7.9	0.6	▲ 3.0	▲ 1.8	▲ 3.8	▲ 9.1	▲ 10.9	▲ 17.0(-6.1)	▲ 9.7(+7.3)
中国	0.9	10.1	10.3	▲ 1.3	▲ 11.5	▲ 17.9	▲ 12.0	▲ 27.3	▲ 20.7	▲ 22.6(-1.9)	▲ 12.9(+9.7)
四国	4.2	7.6	7.0	9.1	▲ 1.3	▲ 0.7	▲ 9.5	▲ 14.5	▲ 12.4	▲ 17.3(-4.9)	▲ 4.7(+12.6)
九州	4.0	8.6	0.2	▲ 5.2	▲ 5.3	▲ 10.0	▲ 12.1	▲ 15.6	▲ 24.1	▲ 26.4(-2.3)	▲ 15.3(+11.1)

() は前回との差

(注) 地域の区分

北海道……………北海道

東北……………青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

北関東……………茨城県、栃木県、群馬県

南関東……………埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県

甲信越・北陸……新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県

東海……………岐阜県、静岡県、愛知県、三重県

近畿……………滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

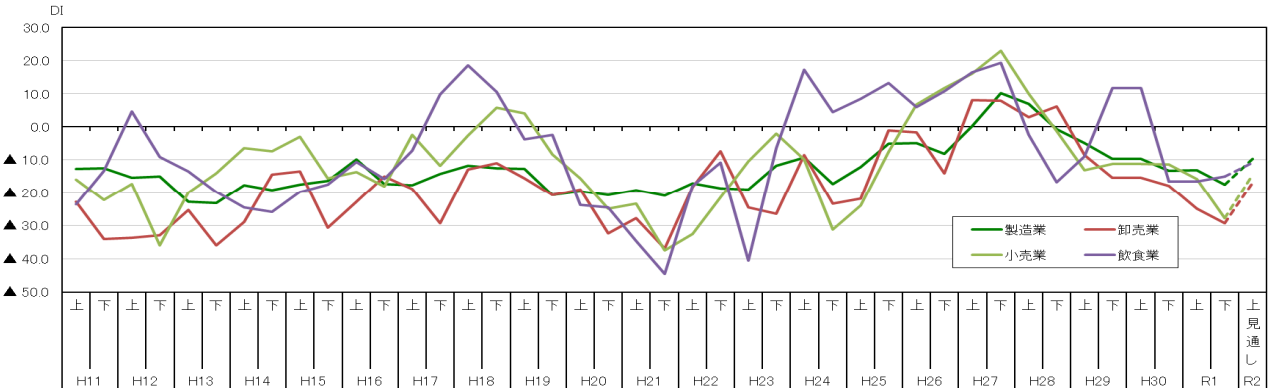
中国……………鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県

四国……………徳島県、香川県、愛媛県、高知県

九州……………福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県(沖縄県除く)

- 業種別の景況DIは、製造業▲17.4（前回比-4.3ポイント）、卸売業▲29.2（同-4.4ポイント）、小売業▲27.7（同-12.0ポイント）で低下、飲食業▲14.9（同+1.7ポイント）で横ばいとなった。

図3 景況DI（業種別）

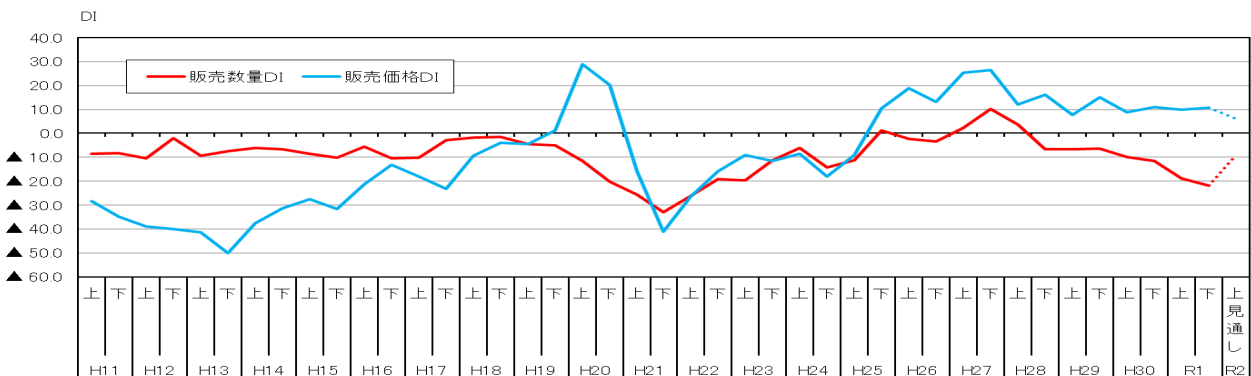


	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
製造業	0.3	10.2	6.9	▲0.7	▲4.9	▲9.7	▲9.7	▲13.2	▲13.1	▲17.4(-4.3)	▲9.6(+7.8)
卸売業	8.0	7.9	2.9	6.2	▲8.5	▲15.3	▲15.3	▲17.8	▲24.8	▲29.2(-4.4)	▲16.9(+12.3)
小売業	16.0	22.9	9.9	▲1.3	▲13.0	▲11.1	▲11.1	▲11.4	▲15.7	▲27.7(-12.0)	▲14.4(+13.3)
飲食業	16.5	19.4	▲2.4	▲16.7	▲8.9	11.6	11.6	▲16.5	▲16.6	▲14.9(+1.7)	▲10.8(+4.1)

() は前回との差

- 販売数量DIは▲21.8（前回比-2.9ポイント）となり、マイナス幅が拡大した。販売価格DIは10.8（同+0.9ポイント）となりプラス値を維持した。
- 令和2年上半期は、販売数量DIは▲9.0（下半期比+12.8ポイント）、販売価格DIは6.2（同-4.6ポイント）となる見通し。

図4 販売数量DI・販売価格DI（「上昇（増加）」－「低下（減少）」の割合）



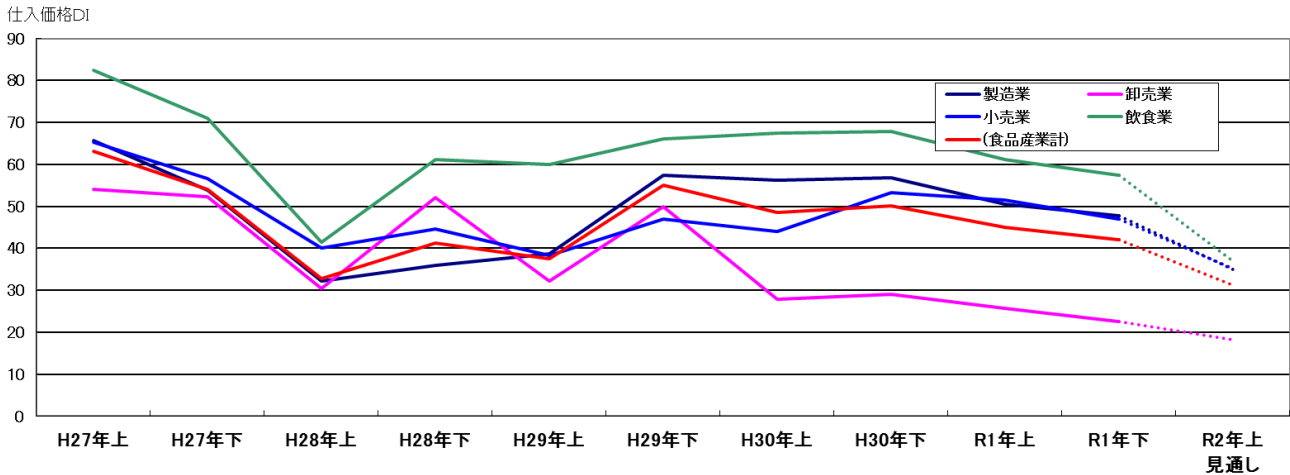
	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
販売数量DI	2.4	10.2	3.6	▲6.6	▲6.7	▲6.3	▲9.9	▲11.5	▲18.9	▲21.8(-2.9)	▲9.0(+12.8)
販売価格DI	25.4	26.3	12.1	16.2	7.6	15.1	8.8	11.0	9.9	10.8(+0.9)	6.2(-4.6)

() は前回との差

- ・ 仕入価格DI^{*}は42.0（前回比-3.0ポイント）となった。
- ・ 令和2年上半期見通しは31.2（下半期比-10.8ポイント）であり、3半期連続の低下が予想されるものの、依然として高いプラス値となっており、仕入価格の上昇は続く見通し。

※ 仕入価格DIは「上昇している」の回答割合から「低下している」の割合を差し引いた値。

図5 仕入価格DI（「上昇」－「低下」の割合）

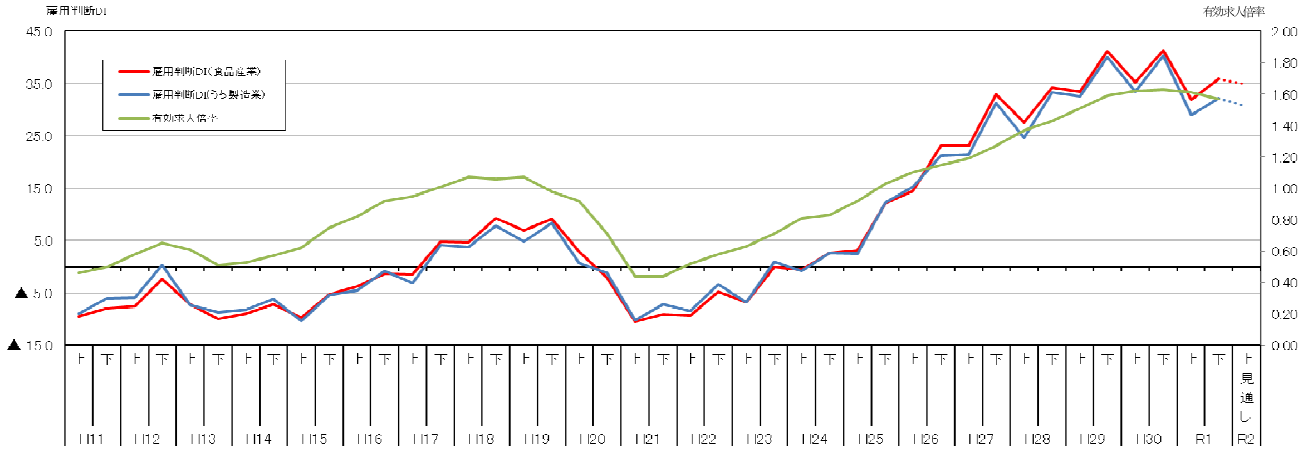


	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
食品産業	63.1	54.1	32.7	41.3	37.6	55.1	48.5	50.2	45.0	42.0(-3.0)	31.2(-10.8)
うち製造業	65.6	53.8	32.2	35.9	38.8	57.5	56.2	56.9	50.6	47.7(-2.9)	35.0(-12.7)
うち卸売業	54.0	52.3	30.4	52.2	32.2	50.0	27.8	29.1	25.8	22.5(-3.3)	18.2(-4.3)
うち小売業	65.3	56.6	40.0	44.6	38.4	47.0	44.1	53.2	51.6	47.0(-4.6)	35.2(-11.8)
うち飲食業	82.4	71.0	41.4	61.1	60.0	66.0	67.4	67.9	61.1	57.4(-3.7)	36.9(-20.5)

() は前回との差

- ・ 雇用判断DIは35.9（前回比+4.0ポイント）と依然として大きなプラス値となっており、深刻な労働力不足が続いている状況を示している。
- ・ 上半期見通しは、34.8（下半期比-1.1ポイント）となり、雇用の不足感は継続する見通し。

図6 雇用判断DI（「不足」－「過剰」の割合）



(注) 有効求人倍率は、新規卒者を除き、パートを含む。毎年6月、12月の季節調整値を用いた。

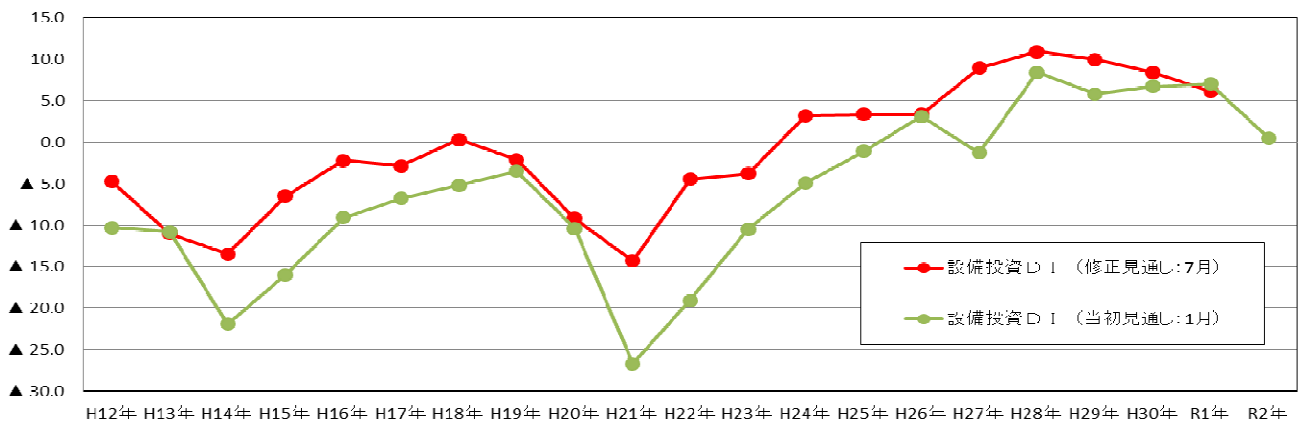
	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
食品産業	23.1	33.0	27.6	34.2	33.4	41.2	35.2	41.3	31.9	35.9(+4.0)	34.8(-1.1)
うち製造業	21.5	31.3	24.7	33.3	32.6	40.1	33.5	40.3	29.0	32.2(+3.2)	30.7(-1.5)

() は前回との差

- ・ 設備投資DI（令和2年の設備投資額見通し）は、0.5（前年1月の調査比-6.5ポイント）と低下したが、わずかにプラス値を維持している。

図7 設備投資DI（「増加」－「減少」の割合）

(注) 年度途中に行う7月調査に比べ、年初に行う1月調査の方が、実際の設備投資に対して弱含みの数値が出る傾向がある。



	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
設備投資DI(修正見通し:7月)	▲14.3	▲4.5	▲3.8	3.2	3.3	3.3	8.9	10.9	9.9	8.4	6.1	
設備投資DI(当初見通し:1月)	▲26.7	▲19.1	▲10.5	▲4.9	▲1.1	3.1	▲1.3	8.4	5.8	6.7	7.0	0.5(-6.5)

() は前回との差

[参考] 景況DI (業種別詳細)

業種／業態	景況		売上高		経常利益		資金繰り		
	令和元年 下半期	令和2年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期	
製 造 業	食肉加工品	▲17.2	▲10.0	▲9.6	▲2.1	▲22.8	▲11.9	▲19.2	▲16.1
	牛乳・乳製品	10.4	12.0	14.9	17.9	13.4	18.2	3.0	0.0
	水産食品	▲11.1	▲7.3	▲12.6	▲5.9	▲12.6	▲7.5	▲8.0	▲8.4
	農産保存食品	▲22.9	▲8.1	▲27.3	▲5.4	▲28.0	▲5.4	▲13.5	▲13.4
	調味料	▲22.5	▲7.8	▲19.4	▲4.7	▲34.3	▲11.2	▲13.9	▲7.5
	糖類	▲73.3	▲40.0	▲100.0	▲40.0	▲100.0	▲60.0	▲20.0	▲20.0
	精穀・製粉	▲23.1	▲24.4	▲26.9	▲23.1	▲42.3	▲44.2	0.0	▲5.8
	パン	▲13.3	▲6.7	▲20.0	▲4.0	▲8.0	▲4.0	▲12.0	▲12.0
	菓子	▲17.0	▲5.4	▲20.0	▲1.7	▲21.9	▲2.9	▲9.1	▲11.5
	油脂	3.7	12.0	22.2	22.2	▲22.3	▲11.1	11.1	25.0
	めん類	▲16.7	▲10.2	▲9.7	▲4.8	▲22.6	▲6.4	▲17.7	▲19.3
	冷凍食品	4.8	2.7	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	▲6.1
	炊飯・そう菜	▲6.7	▲5.7	▲9.3	▲1.5	▲7.8	▲9.4	▲3.1	▲6.2
	飲料	▲21.3	▲2.2	▲34.1	4.2	▲21.3	▲2.2	▲8.5	▲8.5
	酒類	▲35.3	▲27.2	▲45.9	▲29.8	▲40.3	▲30.7	▲19.6	▲21.1
	その他	▲19.9	▲12.3	▲17.8	▲7.4	▲26.5	▲15.6	▲15.3	▲14.0
(製造業計) ①	▲17.4	▲9.6	▲18.4	▲6.2	▲22.4	▲11.1	▲11.3	▲11.5	
卸 売 業	各種商品	▲18.5	▲12.9	▲33.3	▲18.4	▲23.8	▲15.2	1.7	▲5.0
	穀類・豆類	▲14.4	▲8.3	▲6.9	▲4.5	▲20.4	▲11.4	▲15.9	▲9.1
	青果物	▲42.1	▲23.6	▲58.5	▲28.2	▲50.9	▲27.4	▲17.0	▲15.2
	食肉	▲14.4	▲9.2	0.0	▲1.8	▲27.6	▲17.3	▲15.5	▲8.6
	生鮮魚介	▲35.4	▲23.5	▲53.7	▲33.7	▲41.0	▲29.4	▲11.6	▲7.4
	その他生鮮品	▲52.2	▲22.0	▲65.3	▲21.8	▲60.9	▲26.1	▲30.5	▲18.2
	その他飲食品	▲13.7	▲6.2	▲18.4	▲6.6	▲16.0	▲8.0	▲6.6	4.0
(卸売業計) ②	▲29.2	▲16.9	▲38.5	▲19.8	▲36.3	▲21.1	▲12.7	▲9.9	
② 関 係 者 の う ち 市 場	うち市場開設業卸売	▲49.7	▲26.3	▲75.4	▲32.7	▲55.7	▲29.5	▲18.1	▲16.6
	うち市場卸売	▲47.1	▲26.7	▲66.1	▲34.5	▲54.4	▲31.5	▲20.8	▲14.1
	うち市場仲卸	▲30.5	▲25.5	▲44.7	▲34.0	▲40.5	▲34.0	▲6.3	▲8.5
(小売業) ③	▲27.7	▲14.4	▲30.4	▲15.2	▲36.4	▲17.0	▲16.3	▲10.9	
(飲食業) ④	▲14.9	▲10.8	▲12.7	▲6.5	▲23.4	▲21.7	▲8.5	4.3	
(食品産業計) ①～④計	▲21.0	▲11.7	▲24.0	▲10.1	▲26.9	▲14.1	▲12.0	▲11.0	

お天気マークは、DI値によって次のとおりとしています。

≤ -2 0 < ≤ -5 < < 5 ≤ < 20 ≤

- 食品製造業者の輸出・海外進出の取組みは、「輸出有り」が34.8%、「海外進出有り」が2.6%、「輸出・海外進出ともに有り」が3.7%となり、合わせて41.1%が輸出または海外進出に取り組んでいる。
- 輸出または海外進出に取り組んでいる割合を前回調査（平成25年7月実施）と比較すると、食品製造業（24.5%→41.1%）は約1.6倍に増加した。
- 食品製造業を取扱品目別にみると、酒類（83.4%）は8割以上が輸出または海外進出に取り組んでおり、最も高くなった。次いで調味料（56.5%）、水産食品（47.7%）となった。
- 食品製造業を売上規模別にみると、規模が大きい企業ほど「海外進出」に取り組んでいる傾向にあり、100億円以上の層では50%以上が輸出・海外進出に取り組んでいる。
- 輸出に取り組んでいる企業（「輸出有り」「輸出・海外進出ともに有り」と回答した者）の売上規模別の取扱品目は、売上高10億円未満で「酒類」の割合が多く、売上高5億円未満の層で43.4%、5億以上10億未満の層で30.6%を占めた。

図8 食品製造業の「輸出」「海外進出」の取組状況

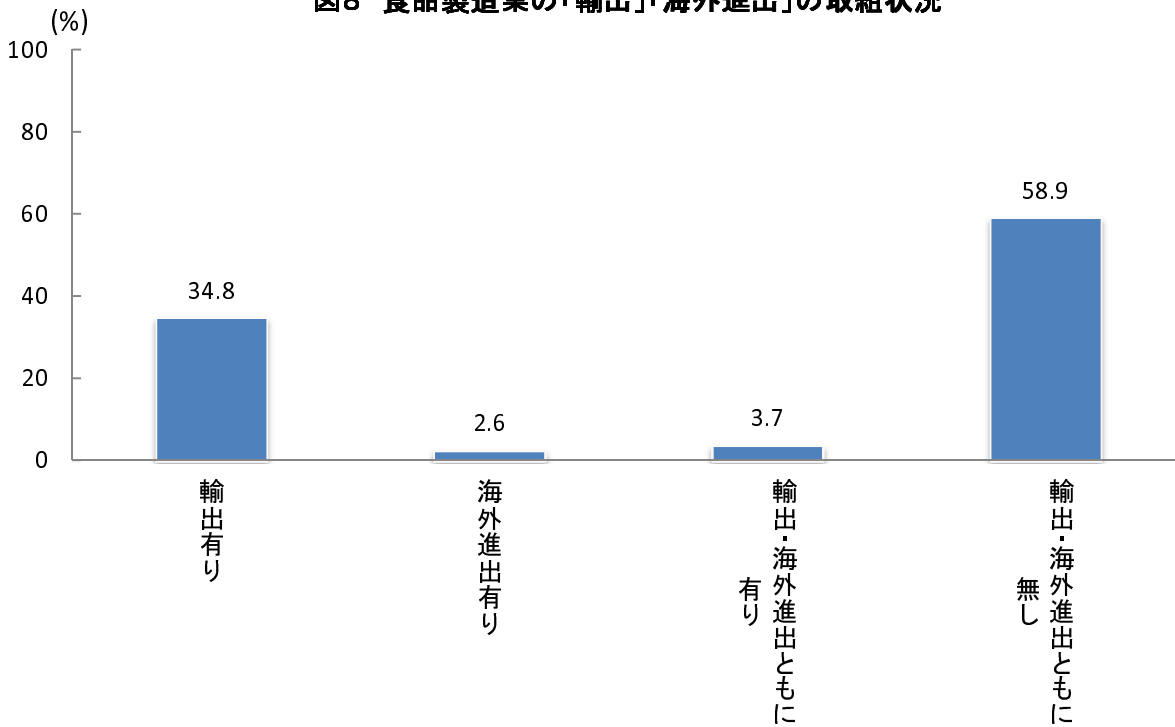


図9 輸出・海外進出に取り組んでいる割合

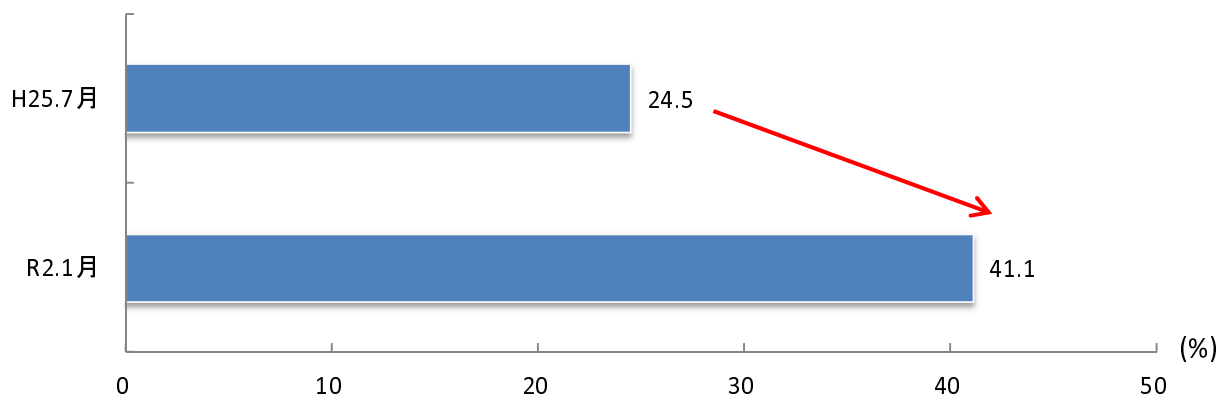


図10 取扱品目別 現在の輸出・海外進出の取組状況

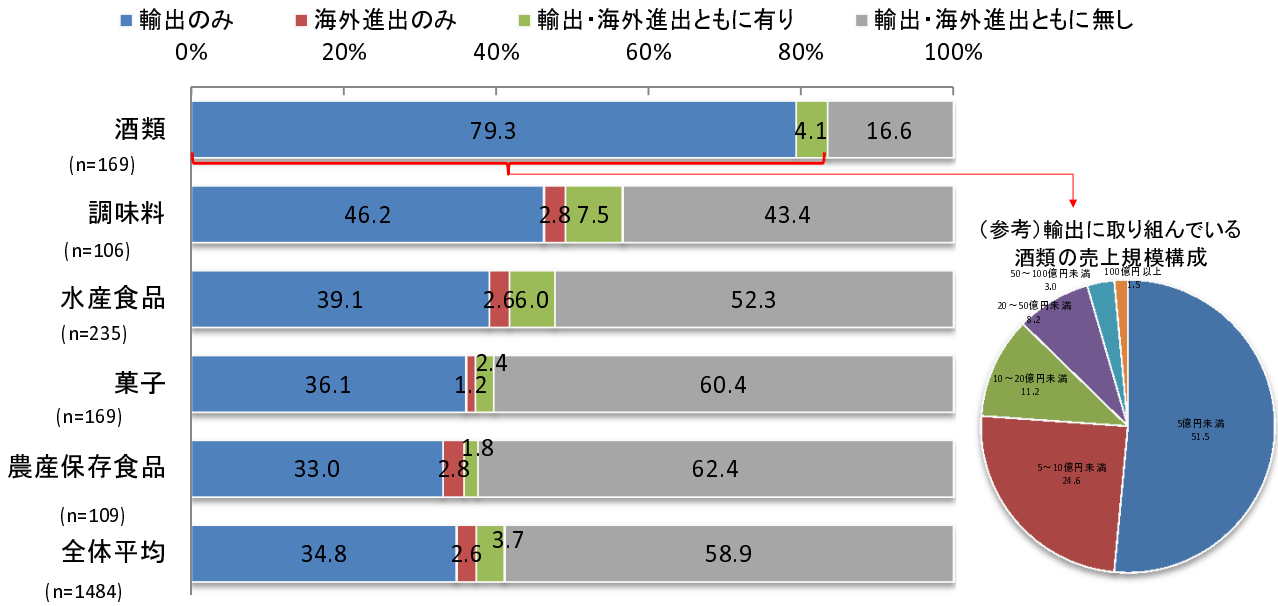
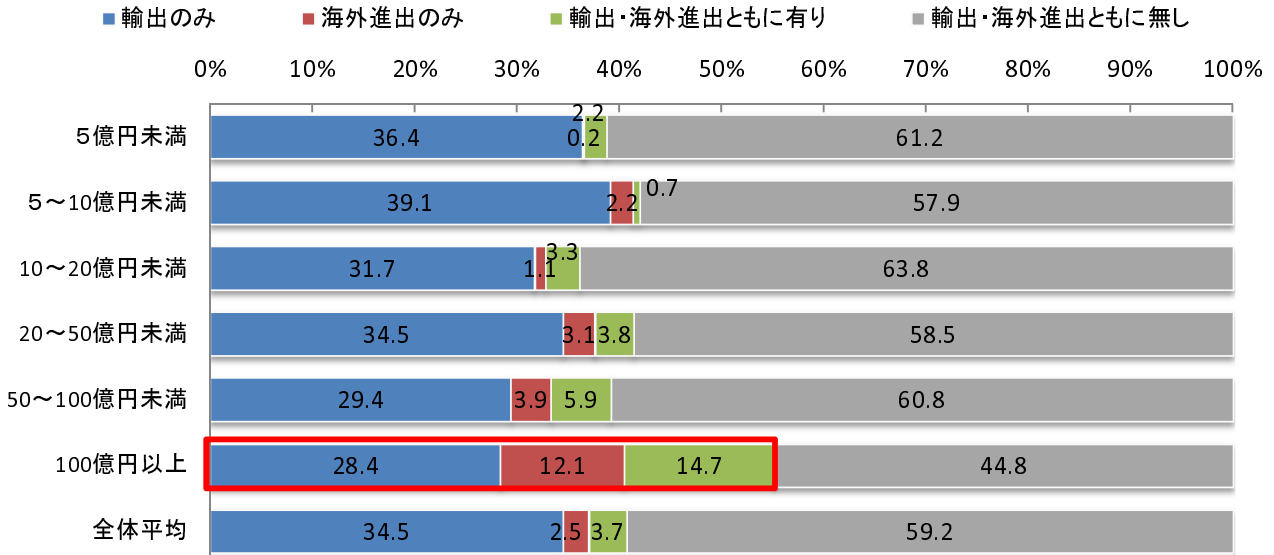
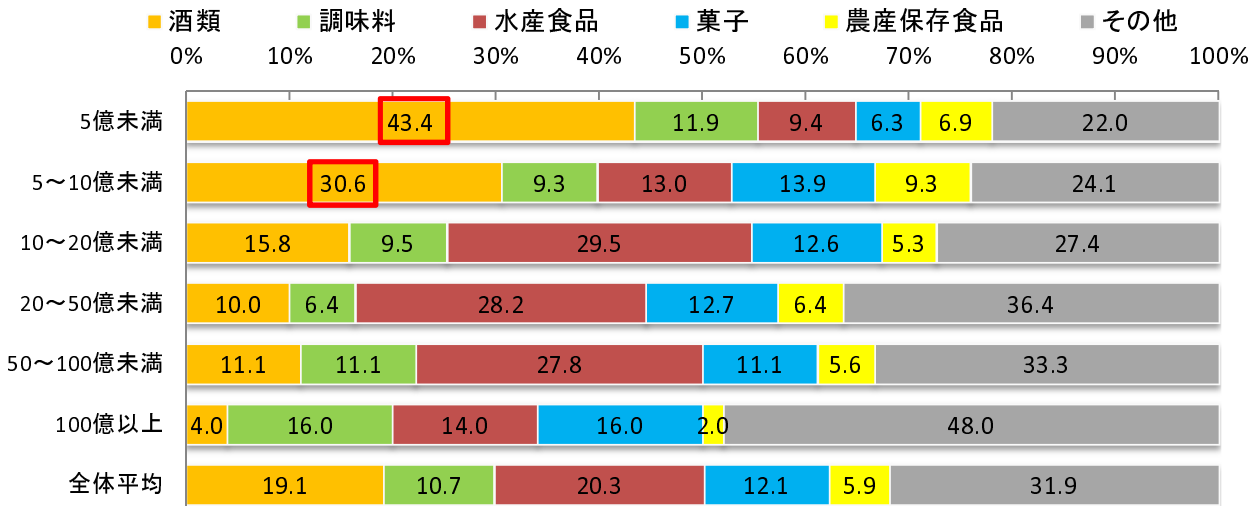


図11 売上規模別 現在の輸出・海外進出の取組状況



(参考) 売上高別 輸出に取り組んでいる企業の取扱品目内訳



- 「輸出・海外進出ともに無し」と回答した食品製造業者を対象に、今後の輸出・海外進出に取り組む予定の有無を調査した。
- その結果、「輸出に取り組む予定あり」10.4%、「輸出・海外進出ともに取り組む予定なし」87.1%となり、現時点で取り組んでいない食品製造業者の大半は、今後も取り組む予定がないことがうかがえる。かかる中、「酒類製造業」は36.0%が「輸出・海外進出に取り組む予定あり」との回答となった。

図12 今後の輸出・海外進出の取組予定

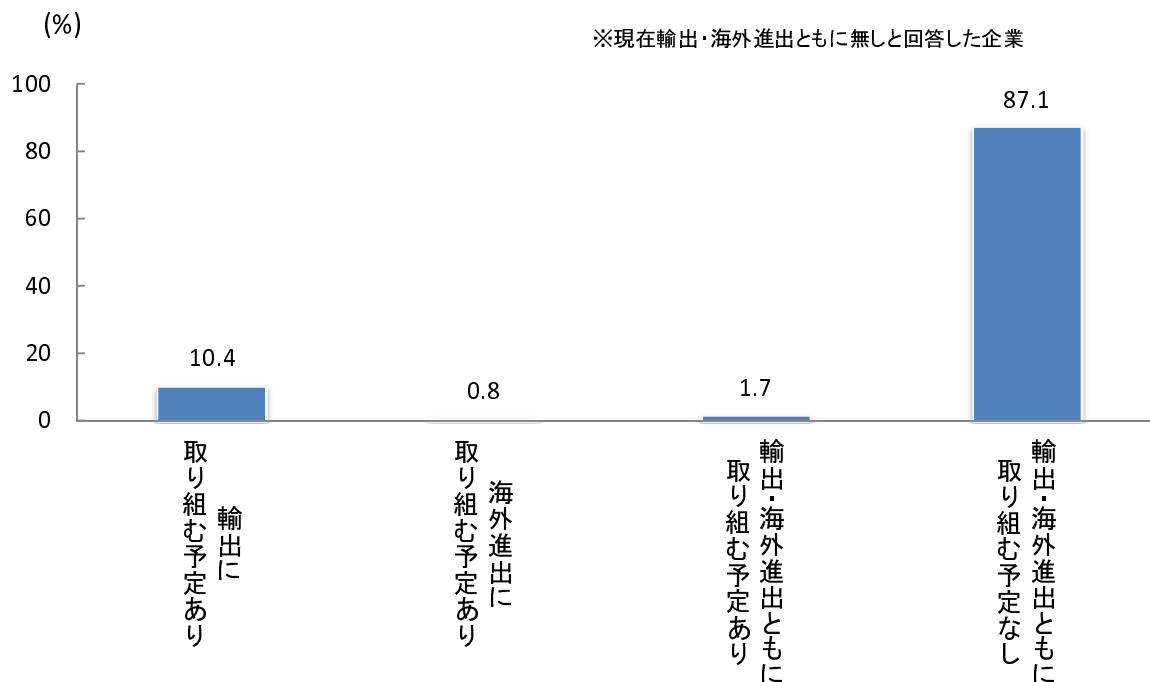
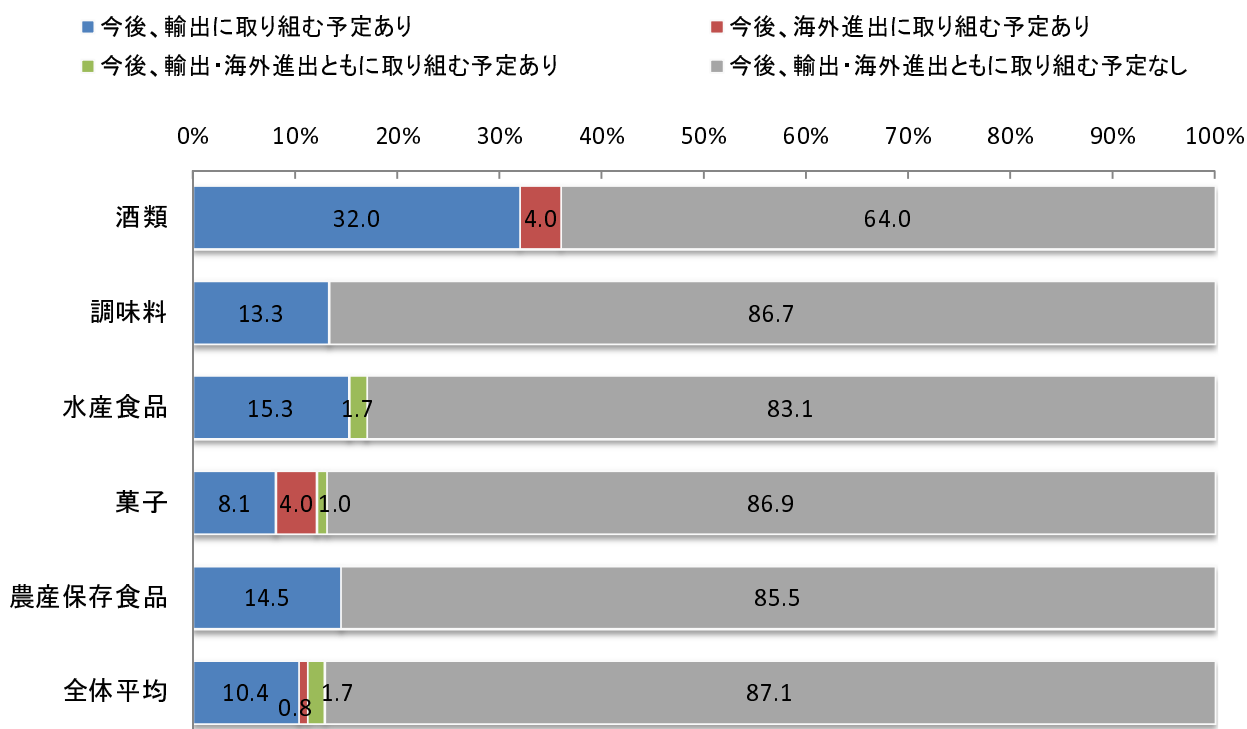


図13 取扱品目別 今後の輸出・海外進出の取組予定



- 輸出もしくは海外進出に取り組んでいる食品製造業者に対し、全体の売上高のうち輸出・海外進出に関連する売上高が占める割合を調査した。
- その結果、「5%未満」(72.9%)、「5%以上10%未満」(14.0%)で大半を占め、輸出・海外進出関連の売上が「50%以上」の食品製造業者は1.0%と僅少であった。
- 取扱品目別にみると、水産食品は全体の売上高の“20%以上”を輸出・海外進出関連が占める者が15.7%となり、他の品目と比べて高い。
- 売上規模別にみると、いずれの階層でも「5%未満」が過半を占め、その割合はいずれも70%内外となっている。

図14 全体売上高のうち輸出・海外進出関連の占める割合

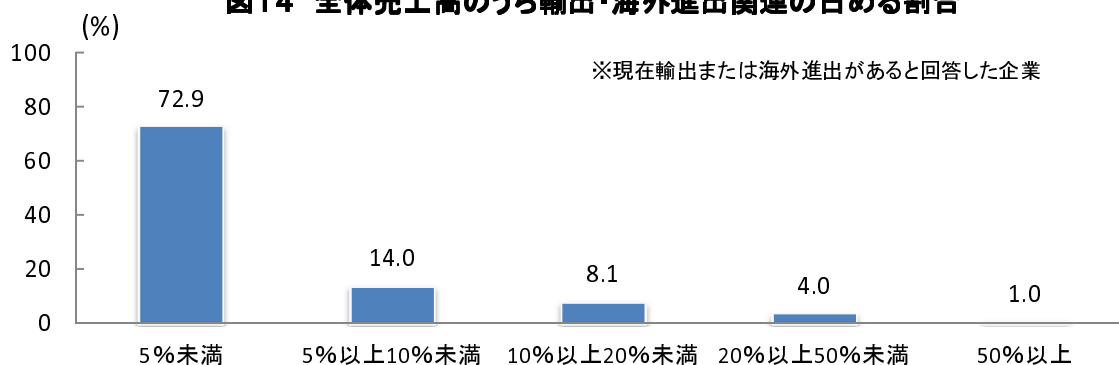


図15 業種別 全体売上高に占める輸出・海外進出関連の売上

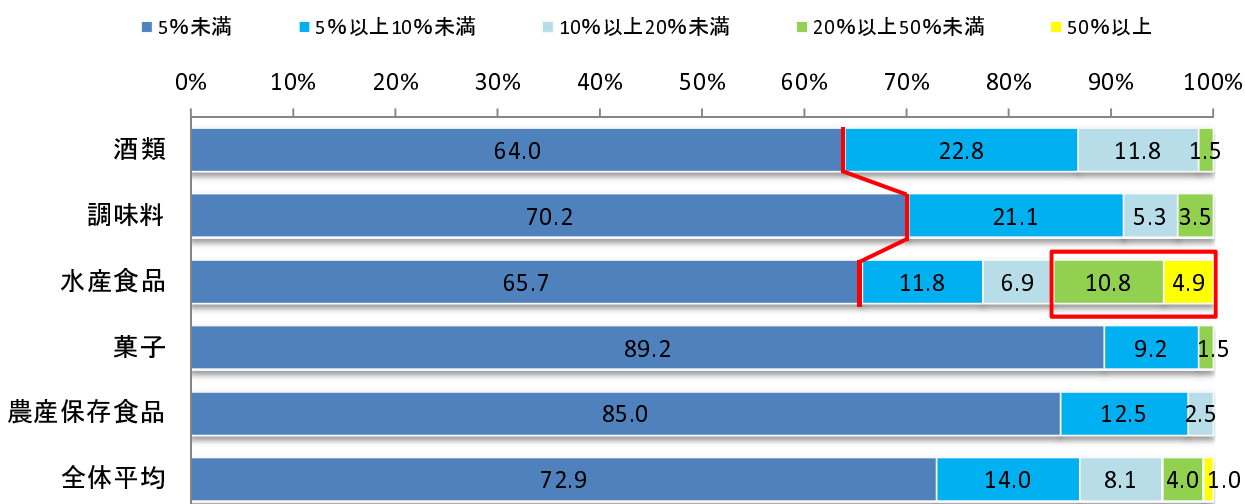
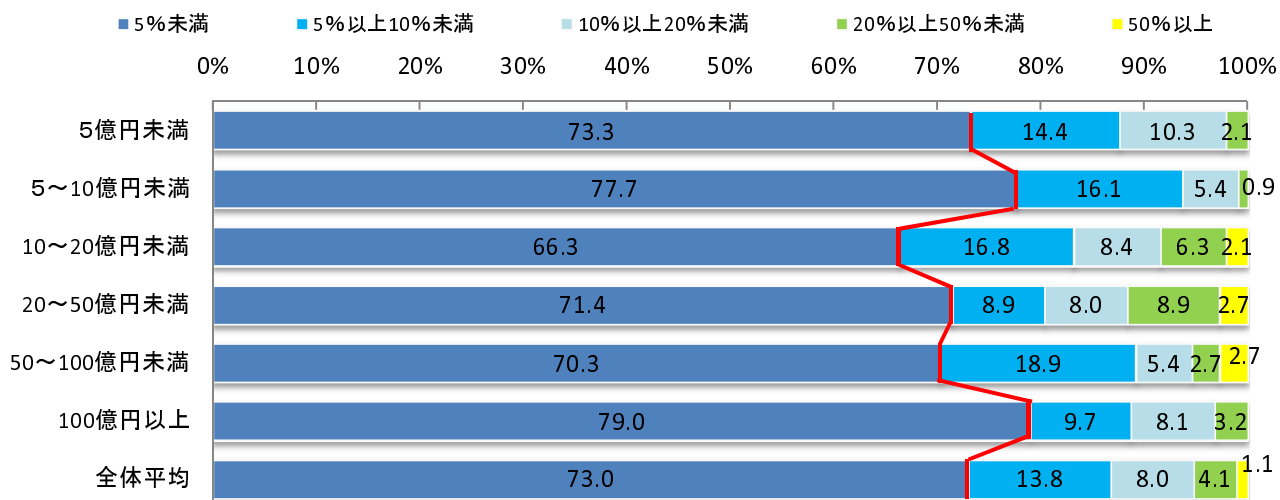


図16 売上規模別 全体売上高に占める輸出・海外進出関連の売上



- 現在輸出もしくは海外進出に取り組んでいる食品製造業者を対象に、輸出・海外進出先の対象国・地域を調査したところ、「香港」が51.2%で最も多く、次いで「台湾」50.7%、「米国」50.3%と続き、「中国」は42.1%で第4位、「EU」は29.1%で第7位となった。
- 今後、新たにもしくは拡大したい輸出・海外進出先の対象国（地域）は、「中国」（31.1%）が最も多く、次いで「ベトナム」27.6%、「米国」27.4%、「台湾」23.5%、「EU」23.1%となった。
- 輸出・海外進出における課題は、「販路開拓」（53.9%）が最も多く、次いで「輸出・海外展開を任せられる人材の育成」（43.8%）、「現地の法律や商習慣情報の不足」（38.2%）と続き、「現地のビジネスパートナーが見つからない」（23.1%）、「国際的な規格・認証の取得」（21.4%）、「価格競争力」（19.5%）となった。
- 取扱品目別に課題をみると、「輸出・海外展開を任せられる人材の育成」はどの品目でも50%内外と高く、共通の課題であることがうかがえる。その他、菓子では「価格競争力」、酒類では「販路開拓」の割合が他品目に比べて高い。

図17 輸出・海外進出先の対象国・地域(あてはまるすべてを回答)

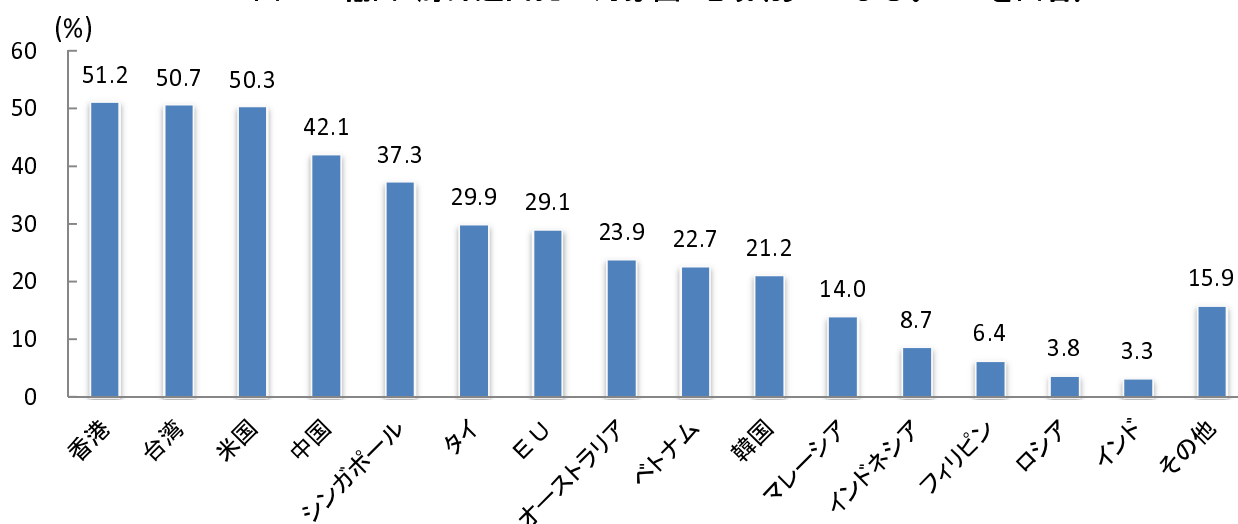
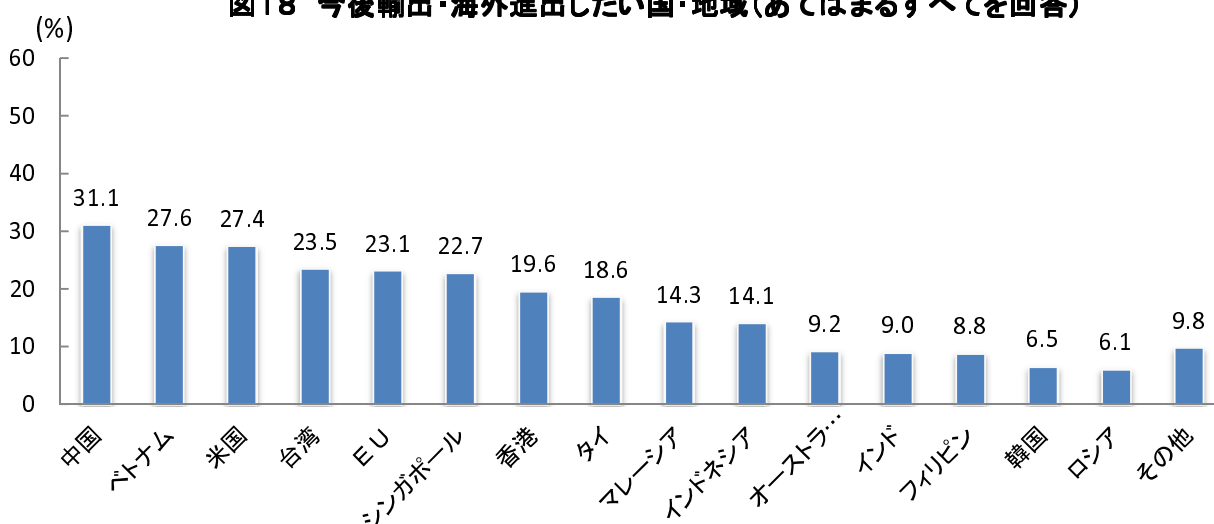


図18 今後輸出・海外進出したい国・地域(あてはまるすべてを回答)



(参考) 取扱品目別 今後輸出・海外進出したい国・地域(上位3つ)

	1位	2位	3位
水産食品	中国	ベトナム	シンガポール/米国
農産保存食品	台湾/米国	中国	シンガポール/ベトナム
調味料	EU	米国	中国
菓子	中国	ベトナム	台湾
酒類	米国	中国	EU

図19 輸出・海外進出の課題(3つまで回答)

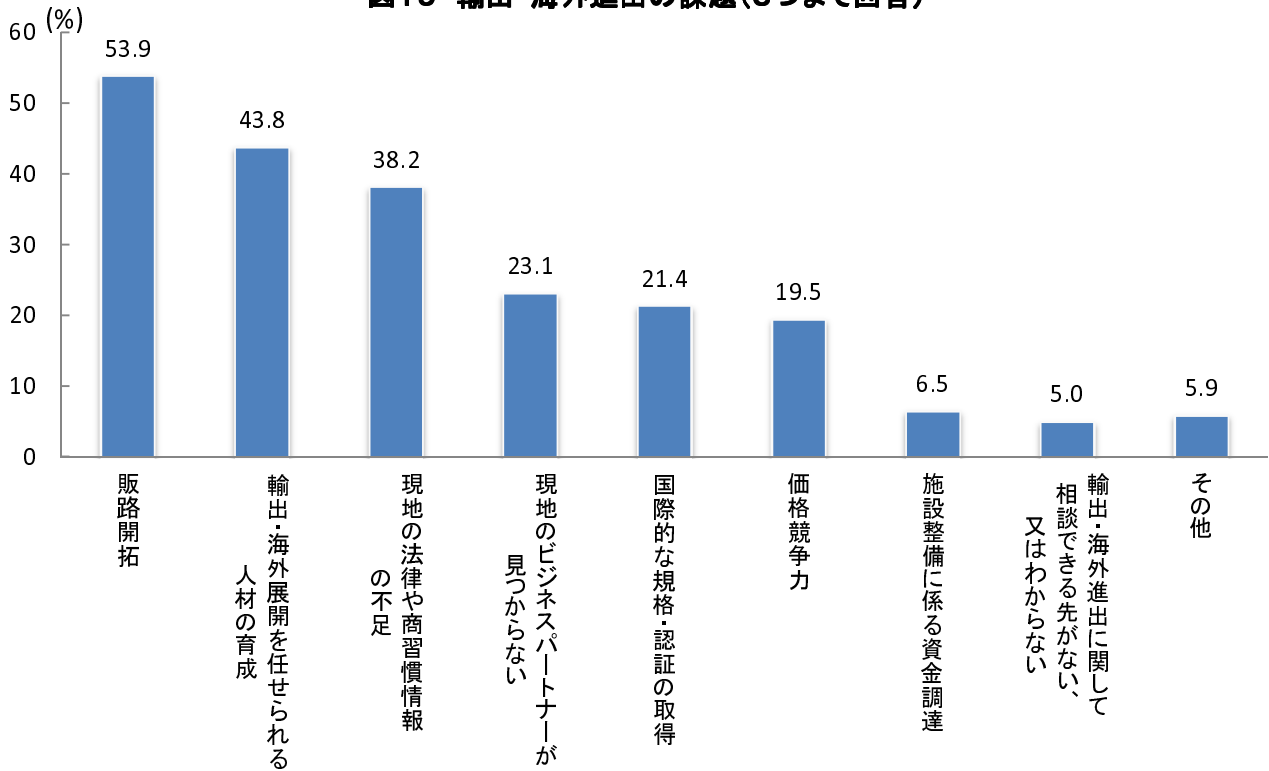


図20 取扱品目別 輸出・海外進出の課題

- 現地の法律や商習慣情報の不足
- 輸出・海外展開を任せられる人材の育成
- 現地のビジネスパートナーが見つからない
- 販路開拓
- 価格競争力
- 輸出・海外進出に関して相談できる先がない、又はわからない
- 国際的な規格・認証の取得
- 施設整備に係る資金調達
- その他

