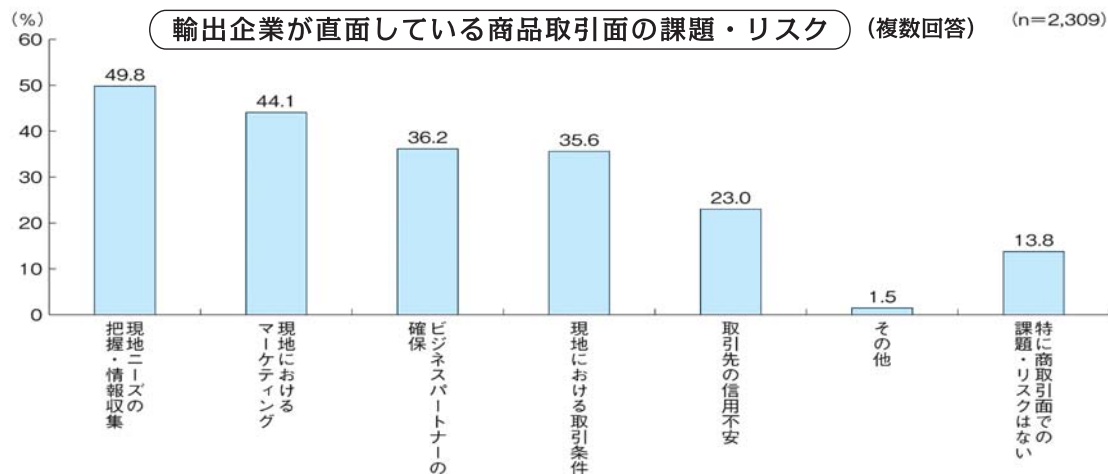


(2) 需要の創出・獲得に挑む事業活動

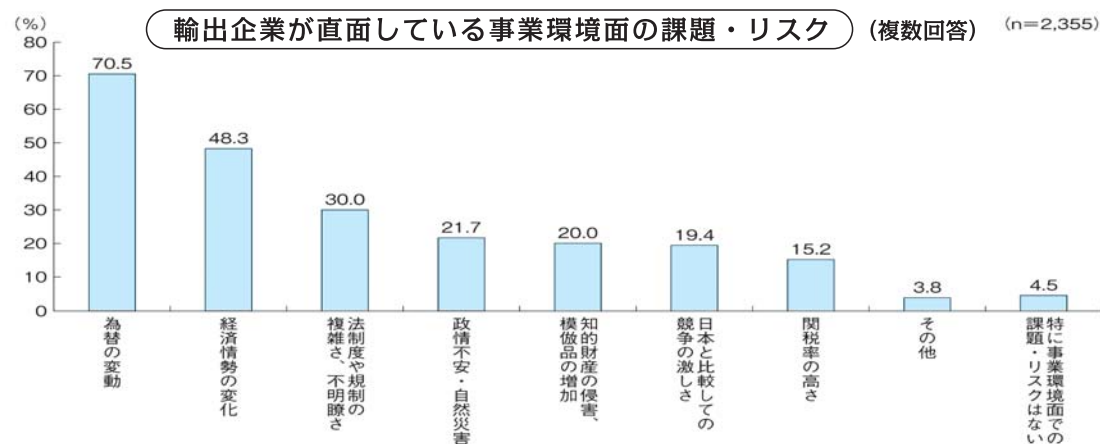
① 海外展開

海外展開企業の中小企業に占める割合は低いものの、中小企業の海外展開は拡大傾向にある。ただし、海外展開には様々な課題・リスクがあり、それらを見極めつつ、取り組むことが重要である。



資料：中小企業庁委託「海外展開による中小企業の競争力向上に関する調査」(2011年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))

- (注) 1. 直接輸出を行う中小企業を集計している。
2. 現在最も重視している輸出先についての回答。

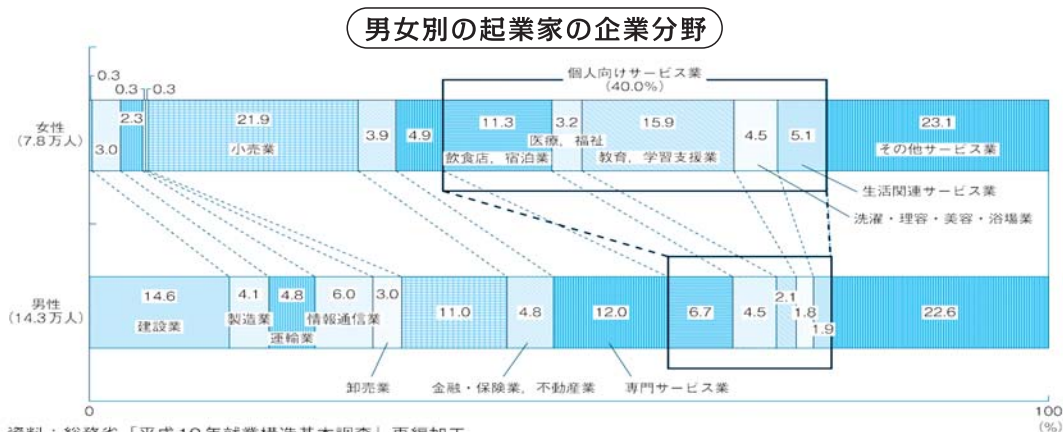


資料：中小企業庁委託「海外展開による中小企業の競争力向上に関する調査」(2011年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))

- (注) 1. 直接輸出を行う中小企業を集計している。
2. 現在最も重視している輸出先についての回答。

② 女性の事業活動

女性の起業により提供されるサービスは、社会における新たな需要を掘り起こしている。このサービス提供が女性就業の課題解決につながり、女性の社会進出等につながり、好循環を生み出す可能性を持っている。



資料：総務省「平成19年就業構造基本調査」再編加工

- (注) 1. ここでいう起業家とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職に就いた者のうち、現在は自営業主(内職者を含まない。)となっている者をいう。なお、ここでは非一次産業を集計している。
2. 「その他サービス業」には、他に分類されないサービス業及び不明が分類されている。
3. ここでは、「飲食店、宿泊業」、「医療、福祉」、「教育、学習支援業」、「洗濯・理容・美容・浴場業」及び「生活関連サービス業」を「個人向けサービス業」とする。