

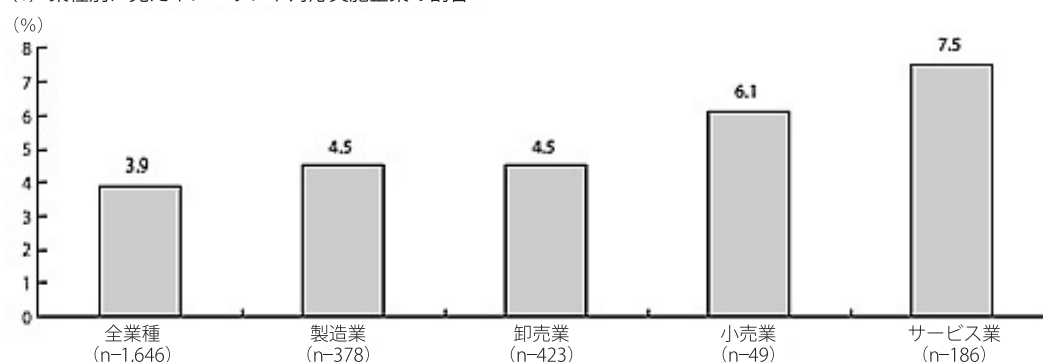
中小企業におけるインバウンド対応の実態

近年の訪日外国人旅行客の増加により注目されているインバウンドへの対応について、我が国の中小企業の実態について見ていく。訪日外国人旅行客が少なかった頃は、企業が海外需要を獲得するためには、自社の商品・サービスの輸出を行う、海外に自社の生産拠点・販売拠点を設立するといった方法が中心だった。そのため、積極的に海外需要を獲得できるのは製造業を中心とした一部の業種のみであったが、現在は訪日外国人旅行客の増加により、小売業、飲食サービス業、宿泊業をはじめとした様々な業種の企業も、我が国に訪れた外国人旅行客に商品・サービスを提供することで海外需要を獲得できるようになった。ここでは、インバウンド対応について、業種や規模の特性を確認する。第2-3-17図は、アンケート調査結果によるインバウンド対応を行っている企業の割合を業種別・規模別に見たものであるが、全業種で見るとインバウンド対応を行っている企業は3.9%であるが、インバウンド消費を獲得しやすい業種を見ると、小売業は6.1%、宿泊業、飲食サービス業をはじめとしたサービス業は7.5%の企業がインバウンド対応を行っていることが分かる。また、規模別に見ると、従業員20人以下の企業に比べ、21人以上の企業の方が、インバウンド対応を行っている割合が高いことが分かる。

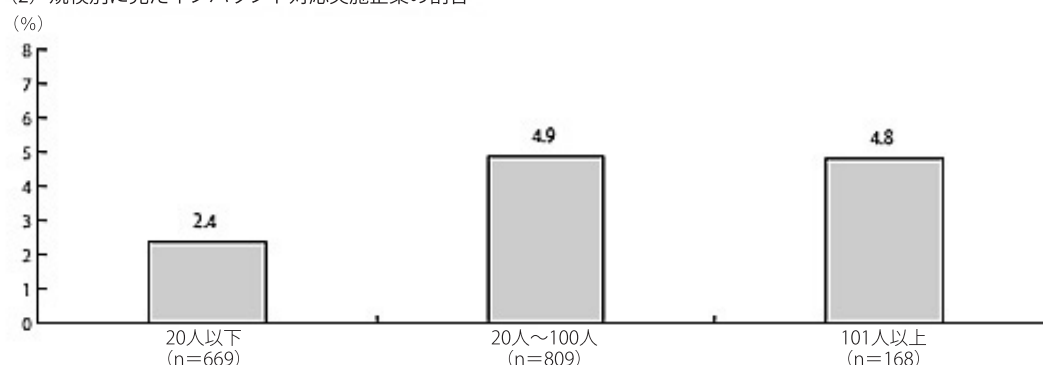
この結果より、訪日外国人旅行客に商品を提供する小売業や、宿泊業、娯楽業、飲食サービス業等の、訪日外国人旅行客に触れる機会が多いサービス業を中心に、海外の需要を取り込むべくインバウンド対応に取り組み始めている。また、規模の大きな企業ほど従業員の余裕があるため、インバウンド対応を行いやすいことが考えられる。インバウンド対応は国内にいながら訪日外国人旅行客の需要を取り込むものであるため、輸出や直接投資に比べて取り組みやすい投資であると考えられるが、輸出や直接投資に比べて遅れている。そのため、より多くの中小企業がこの機会を活かし、インバウンド対応に取り組むことで、海外需要の獲得による売上拡大を図ることができる。

第2-3-17図 【インバウンド対応実施企業の割合】

(1) 業種別に見たインバウンド対応実施企業の割合



(2) 規模別に見たインバウンド対応実施企業の割合



資料：中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、(株) 帝国データバンク)