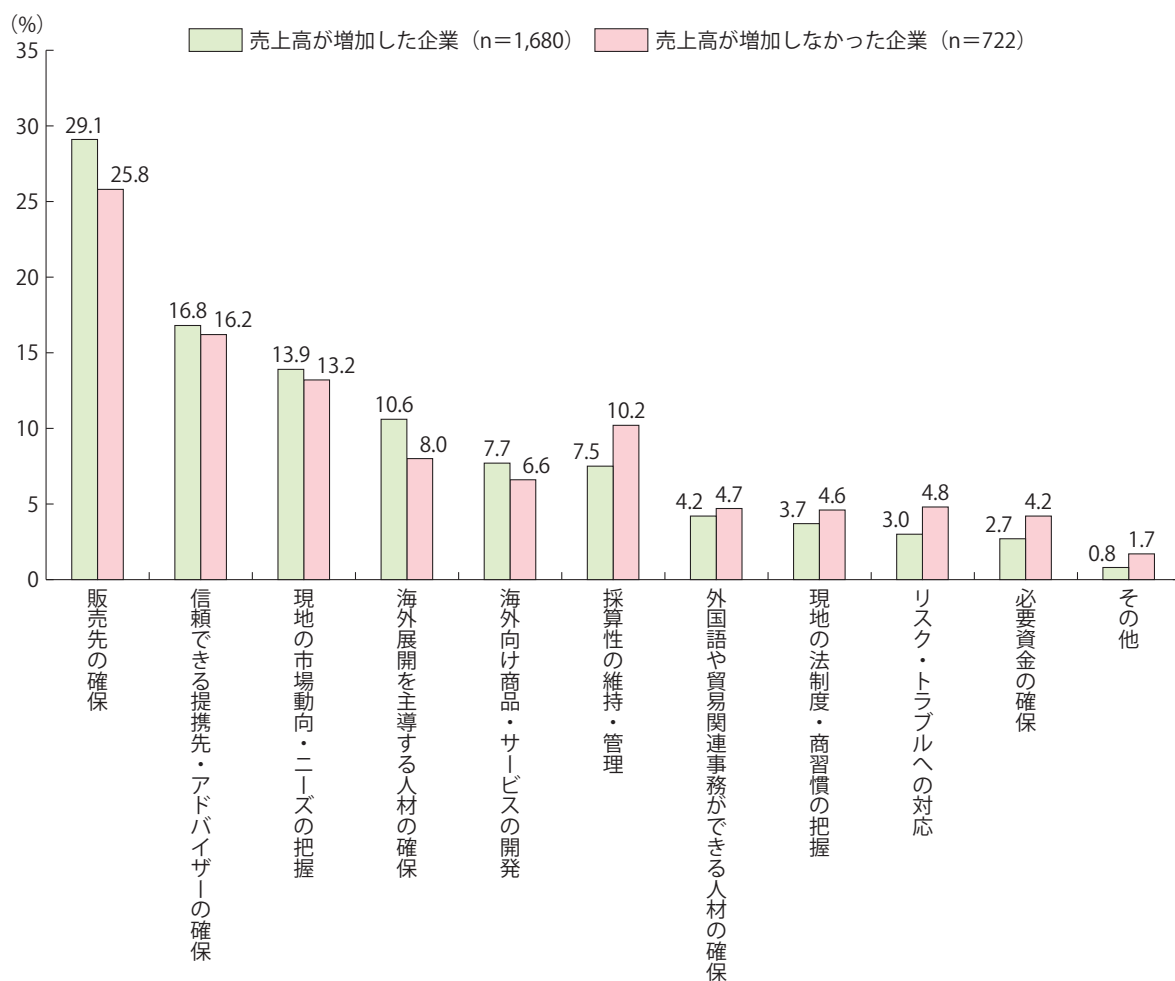


一方で、輸出の開始をしても売上高の増加につながったとはいえないと回答する企業¹²も約3割いることにも目を向けるべきであろう。売上高が増加した企業と増加しなかった企業では、どのような違いがあるのであろうか。第3-4-15図は、輸出を成功させるために最も重要と考えている、

つまり成功と失敗の分かれ道と考えている取組を尋ねたものである。これを見ると、「販売先の確保」、次に「信頼できる提携先・アドバイザーの確保」と回答する企業が、売上高が増加した企業、売上高が増加しなかった企業のいずれでも多い。

第3-4-15図

輸出を成功させるために最も重要と考えている（成功と失敗の分かれ道となる）取組（輸出の開始によって売上高が増加した企業と増加しなかった企業）



資料：中小企業庁委託「中小企業の海外展開の実態把握にかかるアンケート調査」（2013年12月、損保ジャパン日本興亜リスクマネジメント(株)）

(注)「売上高が増加した企業」とは、輸出の開始が与えた「売上高の増加」への影響として、「良い影響」、「やや良い影響」と回答した企業をいう。また、「売上高が増加しなかった企業」とは、売上高への影響として、「どちらとも言えない」、「やや悪い影響」、「悪い影響」と回答した企業をいう。

¹² 輸出の開始が与えた「売上高の増加」への影響として、「どちらとも言えない」、「やや悪い影響」、「悪い影響」と回答した企業を指す。