

2023年度アンケート調査結果の 分析報告書

中小企業・SDGsビジネス支援事業に係る事後モニタリング調査
(2023年9月)

目次

アンケート調査概要	3	3. 海外ビジネス展開の要因分析	17
調査対象事業・有効回答の内訳	4	海外ビジネス展開の要因分析 – 背景・目的	18
調査対象事業・有効回答の内訳 – 経営財務数値別	5	海外ビジネス展開の要因分析 – アンケート調査票の設問設定	19
調査対象事業・有効回答の内訳 – 事業の特徴別	6	海外ビジネス展開の要因分析	20
1. 主な分析結果の概要	9	4. 開発課題への貢献と社内の変化	21
まとめ – 対象国における海外ビジネス展開の継続状況、海外ビジネス展開の要因分析	10	開発課題への貢献状況 – 貢献したSDGs目標	22
まとめ – 社内の変化、資金調達方法、JICA事業への利点	11	社内の変化	23
2. 海外ビジネス展開の継続状況	12	5. 他機関の利用状況	24
対象国における海外ビジネス展開の継続状況	13	他機関の利用状況 – 公的機関等からの支援	25
対象国における海外ビジネス展開の継続状況 – 販路の拡大、生産拠点の設立	14	他機関の利用状況 – 公的機関以外からの支援	26
対象国における海外ビジネス展開の継続状況 – 規模別、資本金額別、経常利益別	15	6. JICA事業への利点	27
対象国における海外ビジネス展開の継続状況 – 進出形態別、製品・サービスの優位性別	16	JICA事業への利点	28
		7. Appendix	29
		WEBアンケートフォーム	30

アンケート調査概要



調査目的

独立行政法人国際協力機構（以下、「JICA」）が2010年度より開始した中小企業・SDGsビジネス支援事業（以下、「JICA事業」）では、これまでに約1,100件以上の案件が終了している（2023年7月時点）。

本調査では、JICA事業が今後さらに海外展開を目指す企業に資するものとするために、アンケート調査を行い、JICA事業を受託した企業等の案件終了後のビジネス展開における状況、開発途上国の問題解決への貢献、日本の地域経済への貢献における実態を把握するとともに、JICA事業に対する満足度や改善点を聴取する。



調査方法

- 236事業の事業実施者にアンケートを依頼。136事業の事業実施者から回答を得た。（回答率58%）
- 2023年度アンケート調査実施期間は、2023年6月30日（金）～2023年7月26日（水）で実施。
- アンケートはWEBフォームで実施。アンケート内容はp.30を参照。

調査 スケジュール

アンケート実施期間：2023年6月30日（金）～2023年7月26日（水）
分析期間：2023年7月26日（水）～2023年9月15日（金）

調査対象

2022年3月以前に中小企業・SDGsビジネス支援事業を終了した企業
※共同企業体の場合は代表法人を対象とした。
※各案件に外部人材等として参加しているコンサルタント企業及び個人は対象外とした。
※調査対象は原則として2022年3月以前に終了後、1年目、4年目、7年目、10年目の全事業とした。
※同一事業において、調査実施時点で、JICA事業実施中の案件がある場合は、対象外とした。

対象 案件数

対象案件数 285件（236事業）

【スキーム（案件）別内訳】

・基礎調査.....	36件
・案件化調査.....	128件
・普及・実証・ビジネス化事業.....	70件
・普及促進事業.....	22件
・協力準備調査（BOPビジネス連携促進）...	29件

調査対象事業・有効回答の内訳

アンケート調査対象事業数と有効回答事業数

		調査対象事業数 (件)	有効回答事業数 (件)
1スキーム (案件)	基礎調査のみ	31	11
	案件化調査のみ	87	58
	普及・実証・ビジネス化事業のみ	25	12
	普及促進事業のみ	22	15
	協力準備調査（BOPビジネス連携促進）のみ	28	14
	小計	193	110
2スキーム (案件)	基礎調査及び案件化調査	1	1
	基礎調査及び普及・実証・ビジネス化事業	3	1
	案件化調査及び普及・実証・ビジネス化事業	37	24
	協力準備調査（BOPビジネス連携促進）及び案件化調査	1	0
	小計	42	26
3スキーム (案件)	基礎調査、案件化調査及び普及・実証・ビジネス化事業	1	0
	小計	1	0
合計		236事業 (285案件)	136事業 (162案件)

事業分野

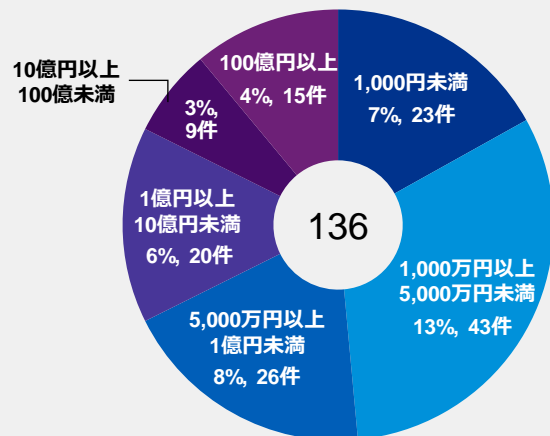
	有効回答 (件)
農林水産	32
保健医療・福祉	21
資源・エネルギーなど	11
防災・災害対策	13
水の浄化・水処理	20
廃棄物処理	12
環境	8
企業競争力強化（含む金融アクセス改善、産業人材育成、産業振興）	7
インフラ整備・運輸交通	6
教育	4
産業振興	1
都市・地域開発	1
合計	136

対象国

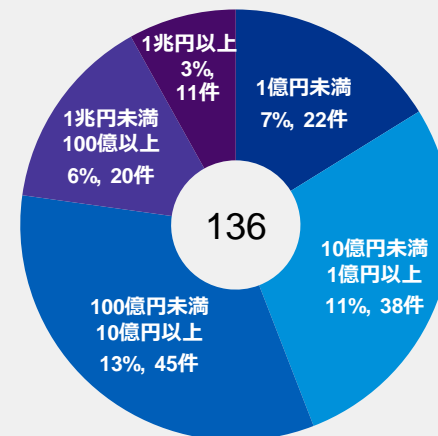
ベトナム	21	バングラデシュ	5	マレーシア	2	ザンビア	1	ブータン	1
インドネシア	17	ラオス	5	メキシコ	2	スーダン	1	ブルキナファソ	1
タイ	12	ガーナ	4	中華人民共和国	2	ソロモン	1	ペルー	1
ミャンマー	8	ブラジル	4	エクアドル	1	チリ	1	ポルビア	1
モンゴル	7	スリランカ	3	エチオピア	1	トンガ	1	マダガスカル	1
カンボジア	6	セネガル	3	カザフスタン	1	ナイジェリア	1	マラウイ	1
フィリピン	6	カメルーン	2	キルギス	1	ナミビア	1	東ティモール	1
インド	5	タンザニア	2	ケニア	1	パプアニューギニア	1	合計	136

調査対象事業・有効回答の内訳 — 経営財務数値別

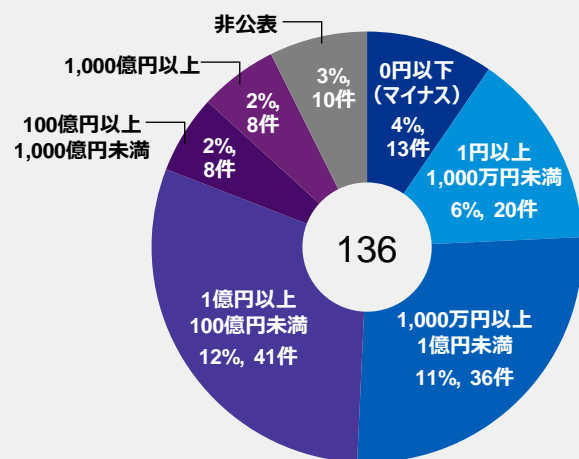
対象企業の
資本金額



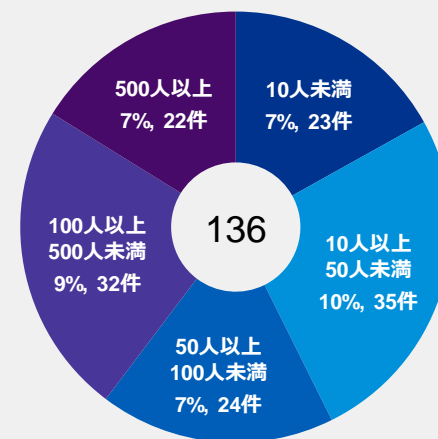
対象企業の
売上高



対象企業の
経常利益

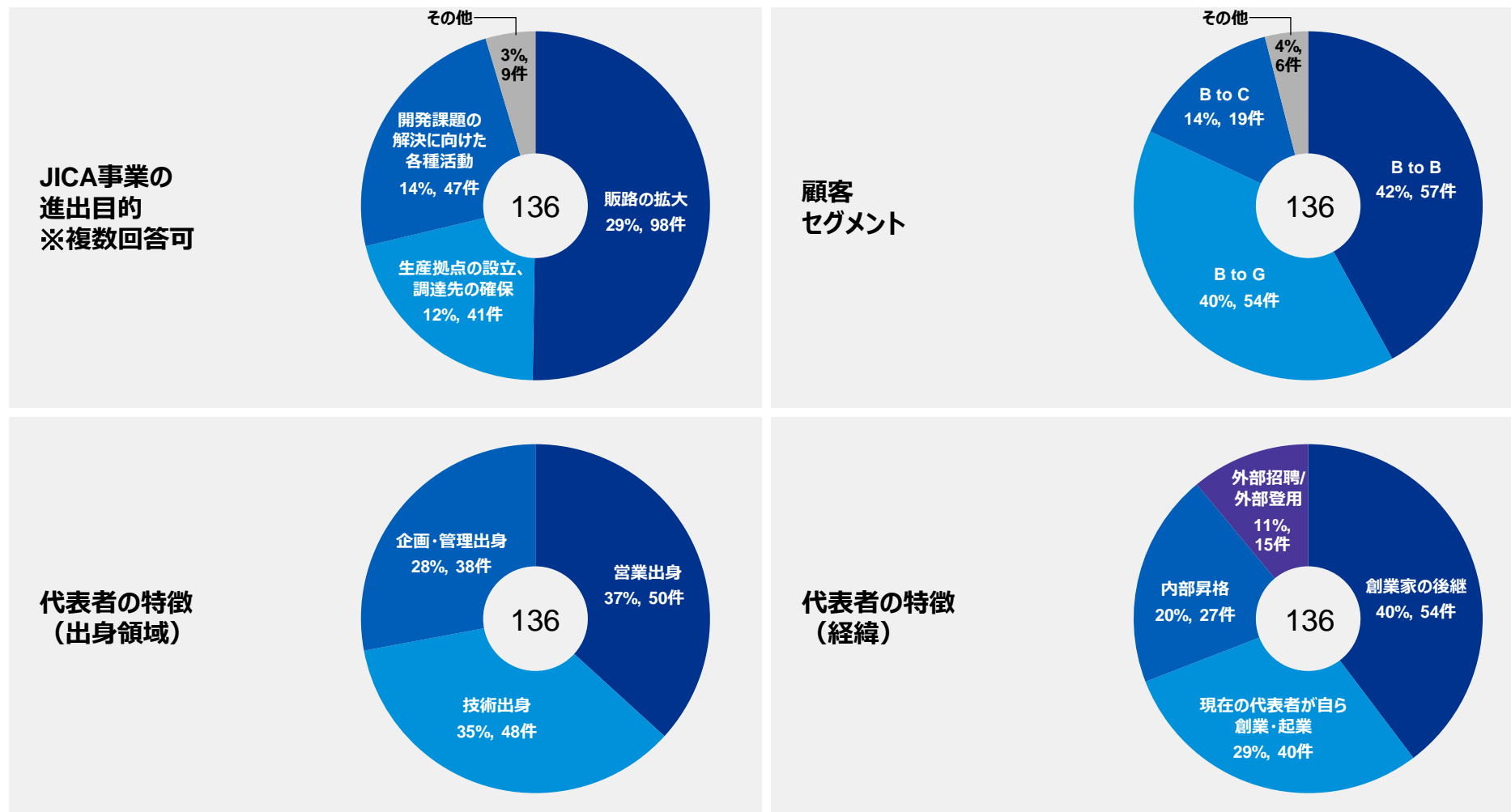


対象企業の
従業員数



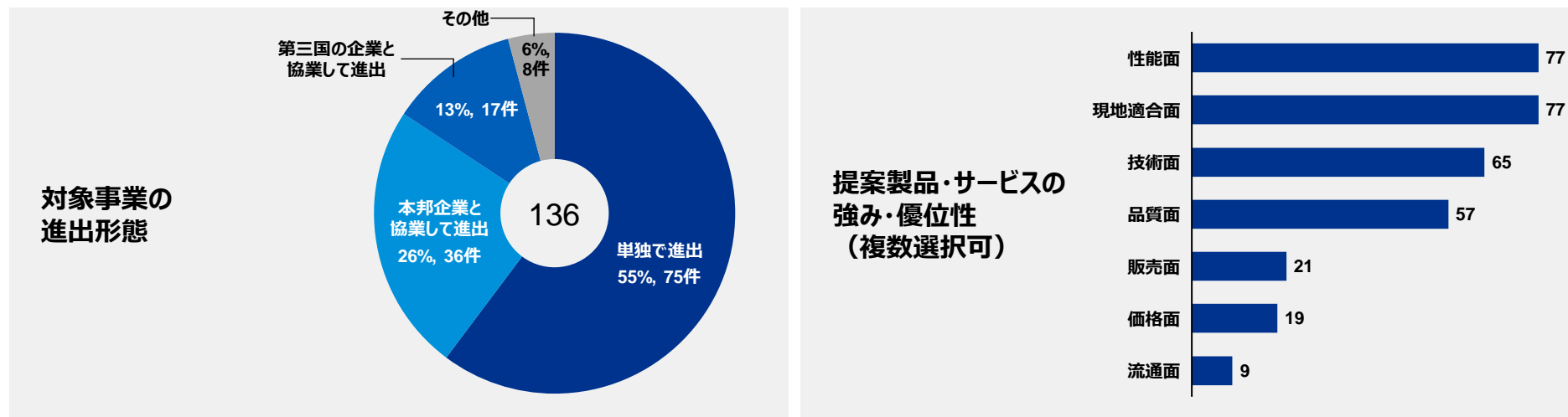
※ここでのn値（母数）は、前頁の「有効回答事業数」である。従って、ある企業が同一事業内で複数案件（スキーム）を実施した場合は、1件とカウントしている。一方、同一企業で複数事業を行っている場合は複数件としてカウントしている。
※なお、次項以降に掲載のグラフの構成比の合計値は、小数点第一位以下四捨五入のため、必ずしも100%とならない。

調査対象事業・有効回答の内訳 – 事業の特徴別



※ここでのn値（母数）は、前頁の「有効回答事業数」である。従って、ある企業が同一事業内で複数案件（スキーム）を実施した場合は、1件とカウントしている。一方、同一企業で複数事業を行っている場合は複数件としてカウントしている。

調査対象事業・有効回答の内訳 – 事業の特徴別



※ここでのn値（母数）は、前頁の「有効回答事業数」である。従って、ある企業が同一事業内で複数案件（スキーム）を実施した場合は、1件とカウントしている。一方、同一企業で複数事業を行っている場合は複数件としてカウントしている。



アンケート調査結果分析



1. 主な分析結果の概要

まとめ — 対象国における海外ビジネス展開の継続状況、海外ビジネス展開の要因分析

対象国における海外ビジネス展開の継続状況

- 海外ビジネス展開の継続状況において、**事業継続中の事業は全体の74%であった**。そのうち、**売上を実現しているのは30%、利益まで実現しているのは10%であった**（p.13参照）。
- 販路拡大状況として、「市場調査の完了」について「実現済み」の回答が63%と高い割合を占めた一方で、「販売・受注」まで「実現済み」は30%と、市場調査後の売上実現までの道のりが難しいことが分かった（p.14参照）。
- 上記同様、生産拠点の設立状況についても、**約4割の事業が「市場調査の完了」を実現しているものの、現地生産の開始は12%と、市場調査後に現地を拠点として活動する割合は低いことが分かった**（p.14参照）。
- 資本金額別、経常利益別のビジネス展開状況にははっきりとした傾向は確認できなかった（p.15参照）。
- 海外への進出形態として、**単独に進出した場合は、「売上実現」及び「利益実現」した割合が平均を上回ると同時に、「断念」した割合が平均を下回る結果となった**。（p.16参照）
- 製品・サービスの優位性別では、**営業力やブランド力といった販売面に強みを持つ企業は、「売上実現」及び「利益実現」の割合が最も高かった**（p.16参照）。

海外ビジネス展開の要因分析

- 利益実現のための重要な要素として、「外部環境」では、「社会的」、「技術的」な要因が関連性が高く、「製品・サービス」では、「仕様面」、「価格面」からの顧客ニーズの合致、「組織体制」では事業終了後の「**企業全体の財務状況**」、「**流通網・サプライチェーンの構築**」、「**効果的な販売促進**」が、重要な要素として挙げられた（p.20参照）。

まとめ — 社内の変化、資金調達方法、JICA事業への利点

社内の変化	<ul style="list-style-type: none">● 社内の変化として多くの回答を得たのは、「グローバルなビジネスネットワークの構築」であり、次いで「自社人材の育成・成長」が続いた（p.23参照）。
資金調達方法	<ul style="list-style-type: none">● 資金調達の手段として、「地方銀行」や「信用金庫」からの融資が最も多く、次いで「助成金・補助金」となった（p.26参照）。● 借り入れた融資がサステナブルファイナンスに当てはまるかどうかについて、18件中4件（24%）が当てはまると回答した（p.26参照）。
JICA事業への利点	<ul style="list-style-type: none">● JICA事業の利点について、「相手国政府や公的機関と円滑な関係構築ができたこと」が55%と過半数を占めた（p.28参照）。



2. 海外ビジネス展開の継続状況

2. 海外ビジネス展開の状況

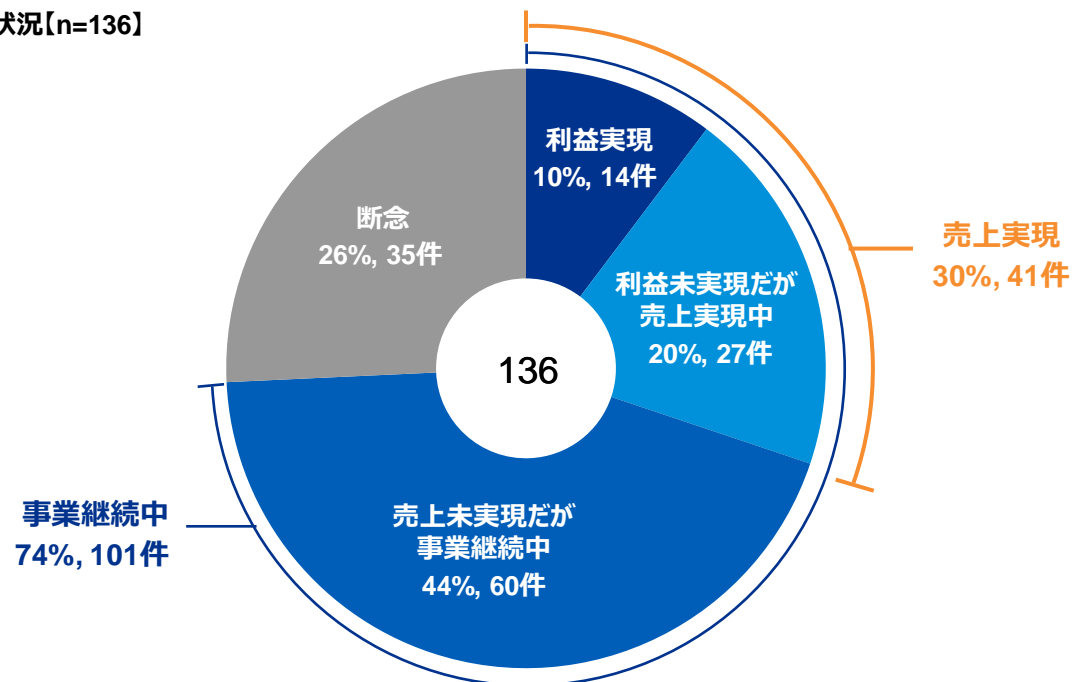
対象国における海外ビジネス展開の継続状況

- 海外ビジネス展開の継続状況において、「利益実現」、「利益未実現だが売上実現中」、「売上未実現だが事業継続中」の回答を合わせると、74%（101件）が事業継続中であった。
- このうち、海外でのビジネス展開を継続している事業の30%（41件）が売上を実現し、そのうち10%（14件）が利益を実現している。

Q

対象国でのビジネス展開（取り組み中も含む）の継続状況について教えてください。

事業対象国でのビジネス展開の継続状況【n=136】



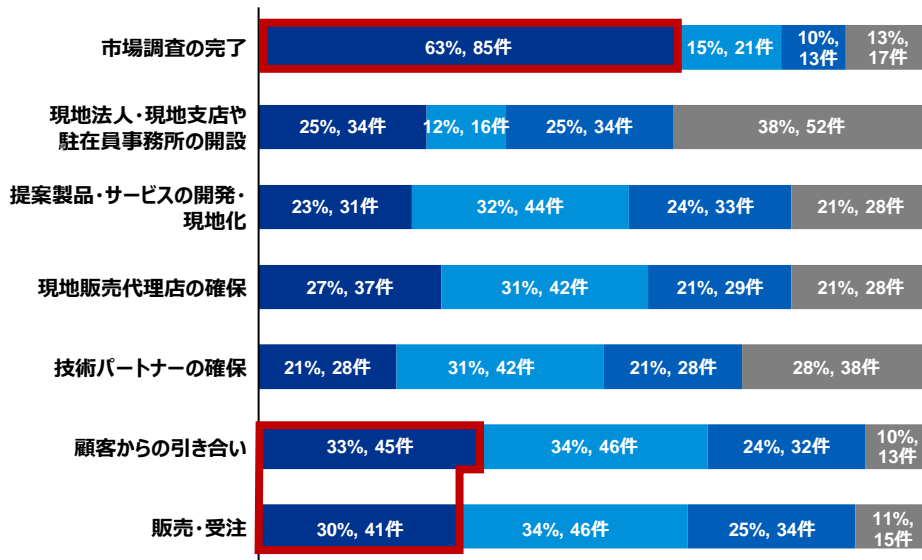
2. 海外ビジネス展開の状況

対象国における海外ビジネス展開の継続状況 – 販路の拡大、生産拠点の設立

- 海外ビジネス展開の状況における、販売先の開拓状況（販路の拡大）と生産拠点の設立の状況について、フェーズごとの進捗を確認した。
- 販路の拡大について詳細を分析してみると、「市場調査の完了」について「実現済み」の回答が63%の割合を占めた一方で、顧客からの引き合いは33%、販売・受注は30%と、約半分に減少しており、市場調査後の売上までの道のりが難しいことが見受けられた。
- 生産拠点の設立状況についても、約4割の事業が「市場調査の完了」を実現しているものの、現地生産の開始は12%と、販売先の開拓状況同様に、市場調査後の道のりが困難であることが分かった。

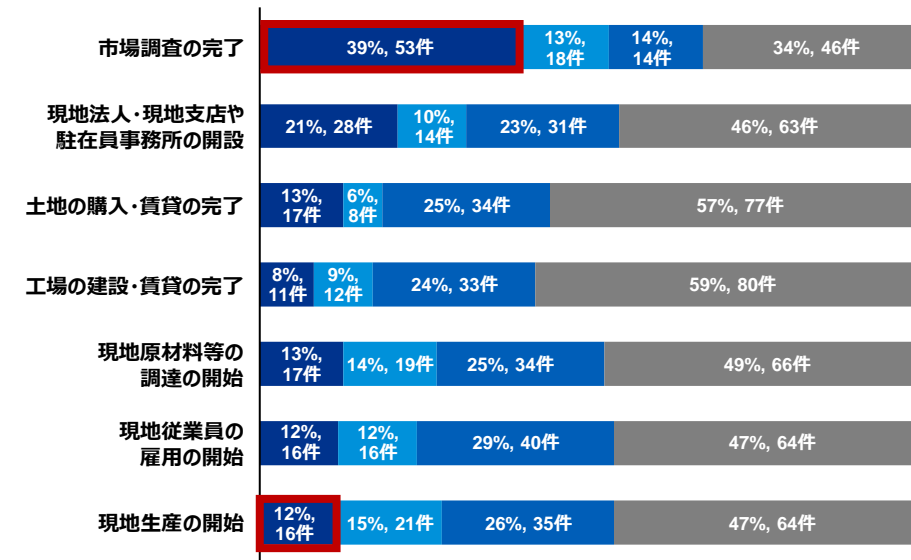
Q 対象国での販路の拡大状況について教えてください。

事業対象国での販路の拡大状況【n=136】



Q 対象国での生産拠点の設立状況（原材料調達、農産品の生産等含む）について教えてください。

事業対象国での生産拠点の設立状況【n=136】



■ 実現済み ■ 実現見込み ■ 実現の可能性なし ■ 不要

2. 海外ビジネス展開の状況

対象国における海外ビジネス展開の継続状況 — 規模別、資本金額別、経常利益別

- 規模別では、「断念」の割合はほぼ同じで顕著な差異は見られなかったものの、「売上実現」の観点では「大企業」の方が割合が高かった。
- 資本金額別、経常利益別のビジネス展開状況には、はっきりとした傾向は確認できなかった。一方で、件数の少なさに留意する必要があるものの、1,000億円以上の場合は、「売上実現」、「利益実現」の割合が相対的に高かった。

本調査で有効回答となった事業を母数に集計【n=136】

規模別

	全体 (件)	事業 継続中	事業継続中		断念・ 撤退
			売上 実現	利益 実現	
大企業	N=24	75%	38%	17%	20%
中小企業	N=112	74%	29%	9%	26%
合計	N=136	74%	30%	10%	26%

資本金額別

	全体 (件)	事業 継続中	事業継続中		断念・ 撤退
			売上 実現	利益 実現	
1,000万円未満	N=23	74%	39%	17%	26%
1,000万円以上 5,000万円未満	N=43	73%	28%	12%	23%
5,000万円以上 1億円未満	N=26	69%	23%	0%	31%
1億円以上 10億円未満	N=20	71%	23%	6%	25%
10億円以上 100億未満	N=9	78%	11%	11%	22%
100億円以上	N=15	73%	46%	13%	27%
合計	N=136	74%	30%	10%	26%

経常利益別

	全体 (件)	事業 継続中	事業継続中		断念・ 撤退
			売上 実現	利益 実現	
0円未満 (マイナス)	N=13	85%	30%	15%	15%
1円以上 1,000万円未満	N=20	55%	15%	0%	45%
1,000万円以上 1億円未満	N=36	78%	39%	14%	22%
1億円以上 100億円未満	N=41	76%	24%	7%	24%
100億円以上 1,000億円未満	N=8	75%	38%	0%	25%
1,000億円以上	N=8	75%	51%	38%	25%
非公表	N=10	80%	30%	10%	20%
合計	N=136	74%	30%	10%	26%

※事業継続中とは、「利益実現」、「売上実現」、「売上未実現事業継続中」のことを示す。

2. 海外ビジネス展開の状況

対象国における海外ビジネス展開の継続状況 —進出形態別、製品・サービスの優位性別

- 進出形態別では、「単独で進出」した場合は「利益実現」及び「売上実現」した割合が平均を上回ると同時に、「断念」した割合が平均を下回った。他方で、本邦企業以外の「第3国の企業と協業して進出」したケースでは、「事業は継続」しているものの「売上実現」まで至ったケースはなかった。
- 製品・サービスの優位性別について、営業力やブランド力といった「販売面」に強みを持つ企業は、「売上実現」や「利益実現」の割合が最も高かった。一方で、「価格競争力」に強みを持つ企業は、「断念」の割合が平均を上回った。

本調査で有効回答となった事業を母数に集計【n=136】

進出形態別

	全体 (件)	事業継続中	事業継続中		断念・撤退
			売上実現	利益実現	
単独で進出	N=75	77%	45%	16%	23%
本邦企業と協業して進出 (ただし、外部人材を除く)	N=36	83%	17%	6%	17%
その他	N=17	47%	6%	0%	53%
第3国の企業と協業して進出 (ただし、対象国の現地提携企業を除く)	N=8	62%	0%	0%	38%
合計	N=136	74%	30%	10%	26%

本調査で有効回答となった事業を母数に集計【n=136】

JICA事業対象国での製品・サービスの優位性別 (複数回答)

	全体 (件)	事業継続中	事業継続中		断念・撤退
			売上実現	利益実現	
現地適合面 (例：顧客ニーズ・社会課題への適合)	N=77	78%	33%	10%	22%
性能面 (例：高性能、多機能等)	N=77	81%	32%	13%	19%
技術面 (例：革新性等)	N=65	82%	39%	14%	18%
品質面 (例：耐久性、品質管理)	N=57	82%	35%	14%	18%
販売面 (例：営業力、ブランド力、知名度)	N=21	71%	48%	24%	29%
価格面 (例：価格競争力)	N=19	53%	16%	16%	47%
流通面 (例：サプライチェーン、物流)	N=9	89%	33%	0%	11%
全体	N=136	74%	30%	10%	26%



3. 海外ビジネス展開の要因分析

海外ビジネス展開の要因分析 – 背景・目的

過去の事例や教訓から効果的な海外展開を試みたい！

新規市場で売上を上げるには何を気を付けたらいい？

持続可能なビジネスには利益の創出が不可欠。中長期的に利益を出すために、何に気を付けたらいい？

海外ビジネス展開に成功している企業・案件の共通点ってあるの？



海外ビジネス展開に失敗している企業・案件の共通点ってあるの？

- 海外ビジネス展開の成否には様々な要因が存在する中、過去の事例や教訓から学び、自社ビジネスの成功に向けて、効果的・効率的に海外展開に取り組みたいと考える企業・人は多い。
- 本調査では、JICAが2022年11月に作成した「JICA事業後のビジネス化に向けた最低限押さえなければいけない12のポイント（Link）」に加え、マーケティングや経営戦略で用いられる主なフレームワークを加えて、海外ビジネス展開に影響する要因を網羅的に整理したうえで成功・失敗の要因分析を実施した。

3. 海外ビジネス展開の要因分析

海外ビジネス展開の要因分析 – アンケート調査票の設問設定

- アンケートの設問と経営学・マーケティングのフレームワーク、12のポイントの関係は下表の通りである。アンケート調査対象企業は、外部環境、製品・サービス、組織体制等の観点から、各要因がどの程度事業案件に当てはまっていたかを5段階（大いに当てはまる、やや当てはまる、どちらとも言えない、やや当てはまらない、全く当てはまらない）に分けて回答した。

アンケートの設問とフレームワーク、12のポイントとの関係

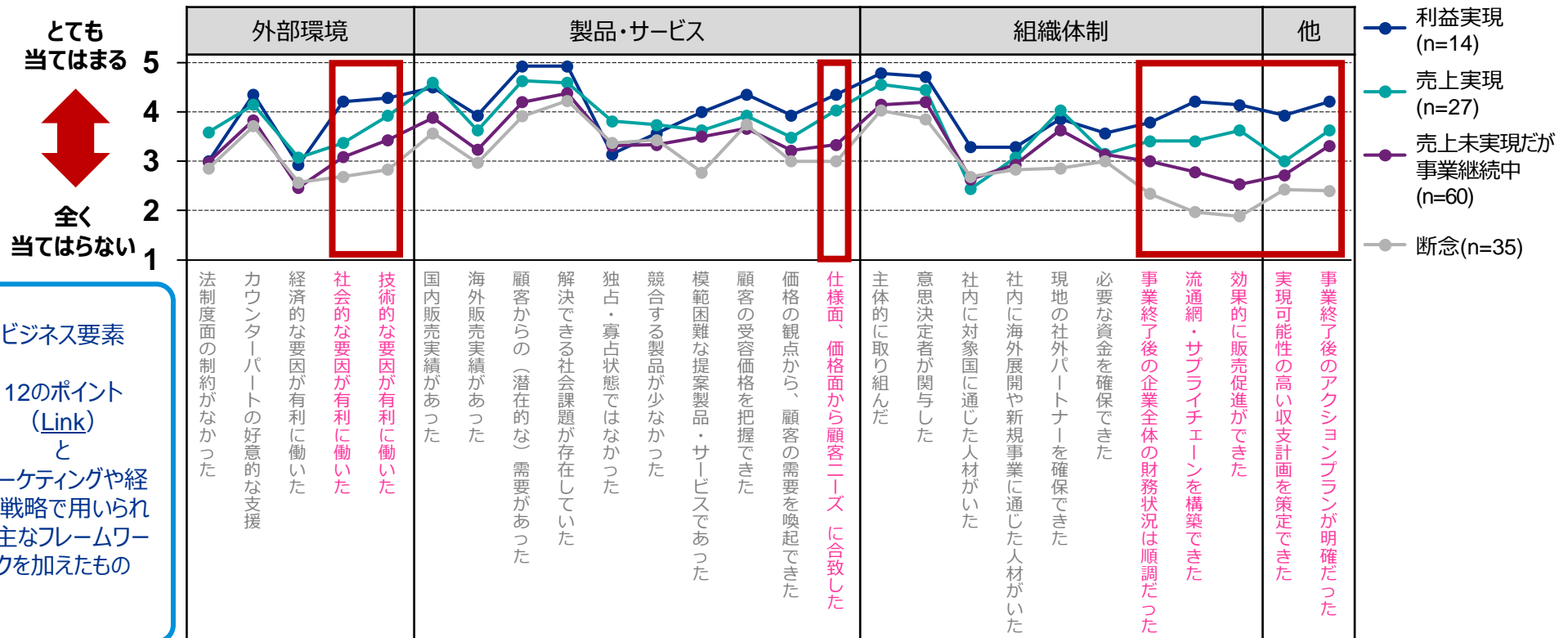
本アンケート調査票		マーケティング・経営学のフレームワーク				JICA事業後のビジネス化に向けた最低限押さえておかなければいけない12のポイント（2022年11月時点）（Link）	
大項目	設問	PEST	4P	3C	VRIO	5 Keys	
外部環境	法制度面の制約がなかった	政治・制度					④提案製品・技術が外資規制の対象になって いない
	カウンターパートの好意的な支援	政治・制度					
	経済的な要因が有利に働いた	経済的要因					
	社会的な要因が有利に働いた	社会的要因					
	技術的な要因が有利に働いた	技術的要因					
製品・サービス	国内販売実績があった		プロダクト				③提案製品・技術には販売実績がある
	海外販売実績があった		プロダクト				③提案製品・技術には販売実績がある
	顧客からの（潜在的な）需要があった			カスタマー			⑤進出国のニーズに適合している
	解決できる社会課題が存在していた			カスタマー			⑤進出国のニーズに適合している
	独占・寡占状態ではなかった			競合他社	希少性		⑦進出予定の市場が独占、寡占になっていない。
	競合する製品が少なかった			競合他社	希少性		⑨提案製品・技術に競争力がある
	模範困難な提案製品・サービスであった				模倣可能性		
	顧客の受容価格を把握できた			プライス	カスタマー	経済的価値	⑥顧客の受容価格帯を把握している
価格の観点から、顧客の需要を喚起できた			プライス		経済的価値	⑩現地のニーズに合わせて、マーケティング要素を現地化できている	
仕様面、価格面から顧客ニーズに合致した			プライス・プロダクト	カスタマー	経済的価値	オペレーション	⑩現地のニーズに合わせて、マーケティング要素を現地化できている
組織体制	主体的に取り組んだ						①海外展開に対して能動的、主体的である
	意思決定者が関与した						①海外展開に対して能動的、主体的である
	社内に対象国に通じた人材がいた			自社	組織	人	
	社内に海外展開や新規事業に通じた人材がいた			自社	組織	人	
	現地の社外パートナーを確保できた			自社		人	⑧信頼できる現地の社外パートナーを確保している
	必要な資金を確保できた			自社	組織	ファイナンス	②海外展開を行うための財務リソースがある
	事業終了後の企業全体の財務状況は順調だった			自社	組織	ファイナンス	②海外展開を行うための財務リソースがある
流通網・サプライチェーンを構築できた			プレイス	自社		⑩現地のニーズに合わせて、マーケティング要素を現地化できている	
効果的に販売促進ができた			プロモーション	自社		⑩現地のニーズに合わせて、マーケティング要素を現地化できている	
その他	実現可能性の高い収支計画を策定できた					戦略	⑪事業計画が客観的事実に基づき作成され実現可能である
	事業終了後のアクションプランが明確だった					戦略	⑫JICA事業後取るべきアクションは明確である

3. 海外ビジネス展開の要因分析

海外ビジネス展開の要因分析

- 企業は各ビジネス要素（12のポイントにマーケティング・経営戦略で用いるフレームワークを加えたもの）について、どの程度、自社の事業案件に当てはまっていたかを5段階に分けて回答。
- 企業の回答の平均値を利益実現・売上実現・継続中・断念のそれぞれのビジネス展開状況に分けて折れ線グラフで表示した。
- ビジネス化に向け全てのビジネス要素が重要であるものの、特に利益実現から断念までの乖離が大きいビジネス要素（赤枠・ピンク字）が注目すべきビジネス要素であることを示している。

全母集団の要因分析 (n=136)





4. 開発課題への貢献と社内の変化

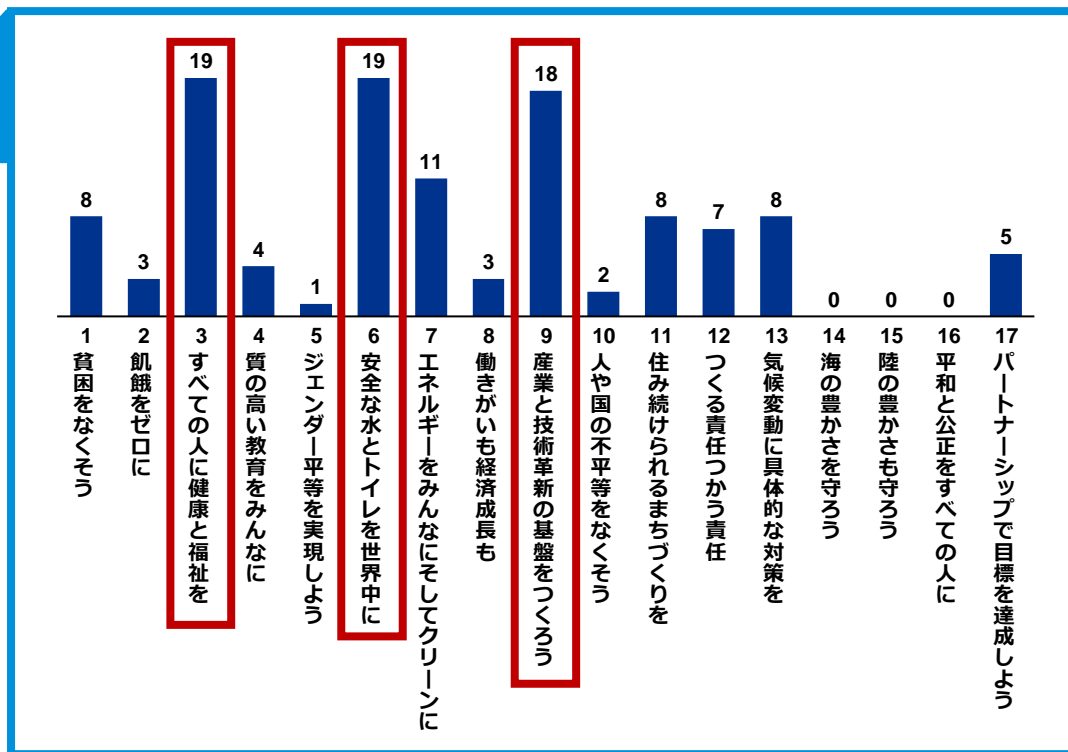
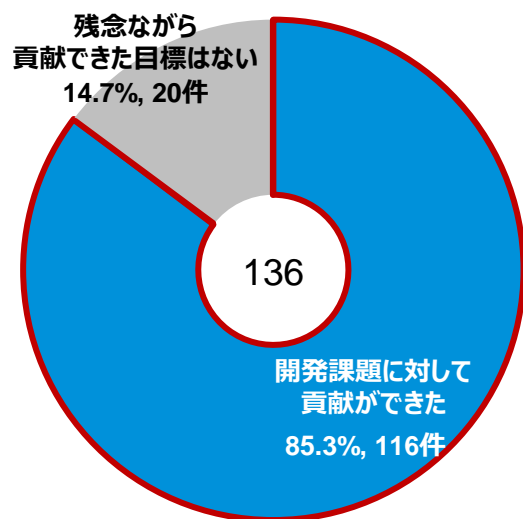
4. 開発課題への貢献と社内の変化

開発課題への貢献状況 – 貢献したSDGs目標

- 最も貢献したSDGs目標は、「3.すべての人に健康と福祉を」と「6. 安全な水とトイレを世界中に」であった。次いで、「9.産業と技術革新の基盤をつくろう」であった。

Q 海外ビジネス展開により、事業対象国（開発途上国）のSDGs（持続可能な開発目標）のうち、最も貢献した目標を選択してください。

開発課題への貢献状況【n=136】



4. 開発課題への貢献と社内の変化

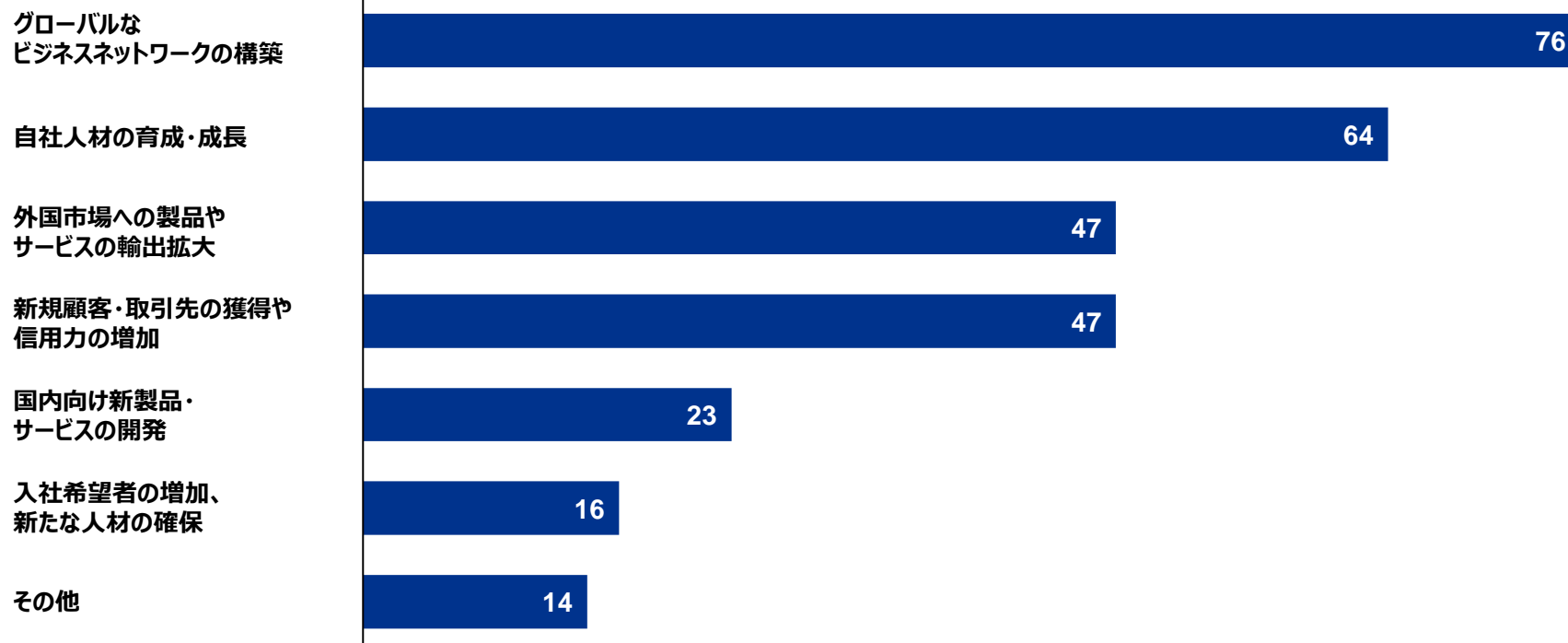
社内の変化

- 社内の変化として多くの回答を得たのは、「グローバルなビジネスネットワークの構築」であり、次いで「自社人材の育成・成長」が続いた。また、「新規顧客・取引先の獲得や信用力の増加」との回答も目立った。

Q

JICA事業に取り組んだことで、実感している社内の変化について、選択してください。（複数回答可）

社内の変化状況【n=136】





5. 他機関の利用状況

5. 他機関の利用状況

他機関の利用状況 – 公的機関等からの支援

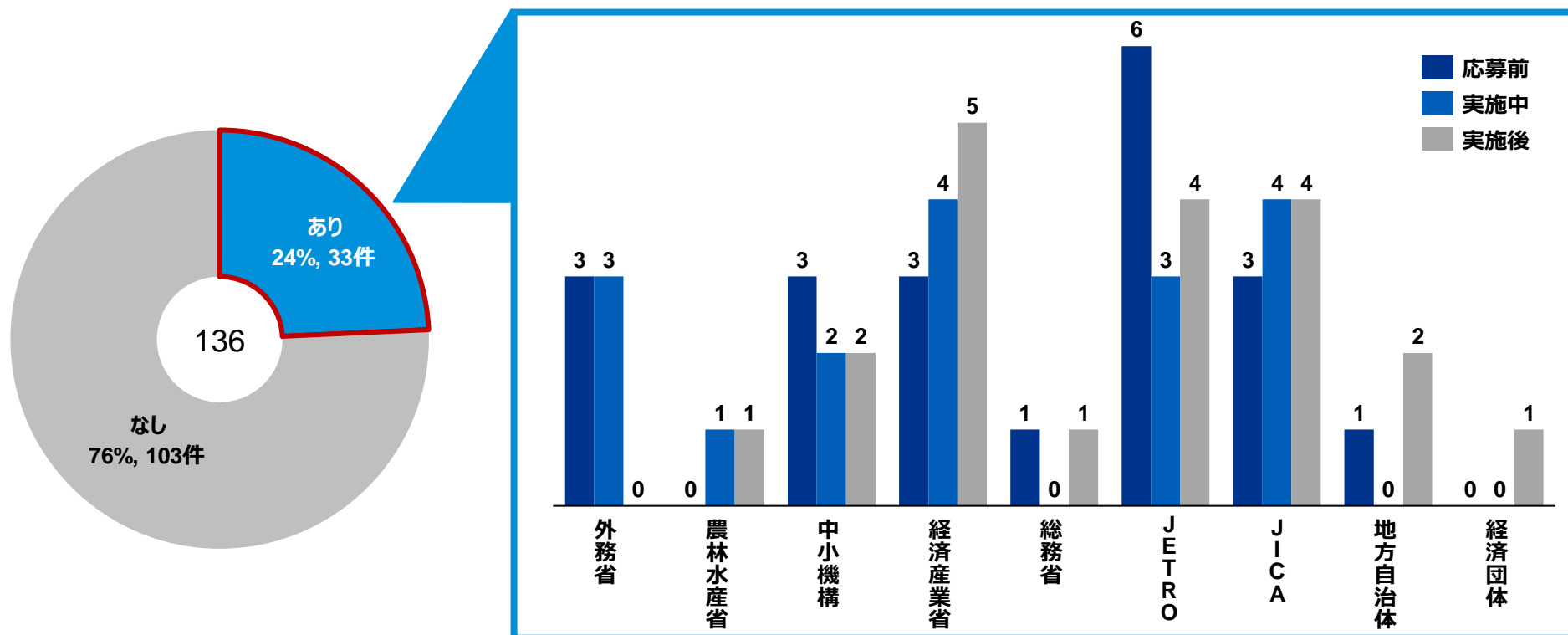
- JICA事業の応募前から実施後にかけて、公的支援を利用したのは33件（24%）であり、JETRO、JICA、経済産業省の回答が多かった。
- 各段階別で回答が多く得られた公的機関について、応募前では「JETRO」の6件、実施中では「経済産業省」、「JICA」の4件、そして実施後では「経済産業省」の5件だった。

Q

JICA事業への応募以前・実施中・実施後に、他の公的支援を利用したことはありますか。

Q

利用した公的支援について当てはまるものを選択してください。
※公的支援利用で「はい」を選択した方のみ



※合計数N=57は、JICA事業以前、実施中、実施後のそれぞれを合算した数であり、重複しているため、グラフの数とは一致しない。

5. 他機関の利用状況

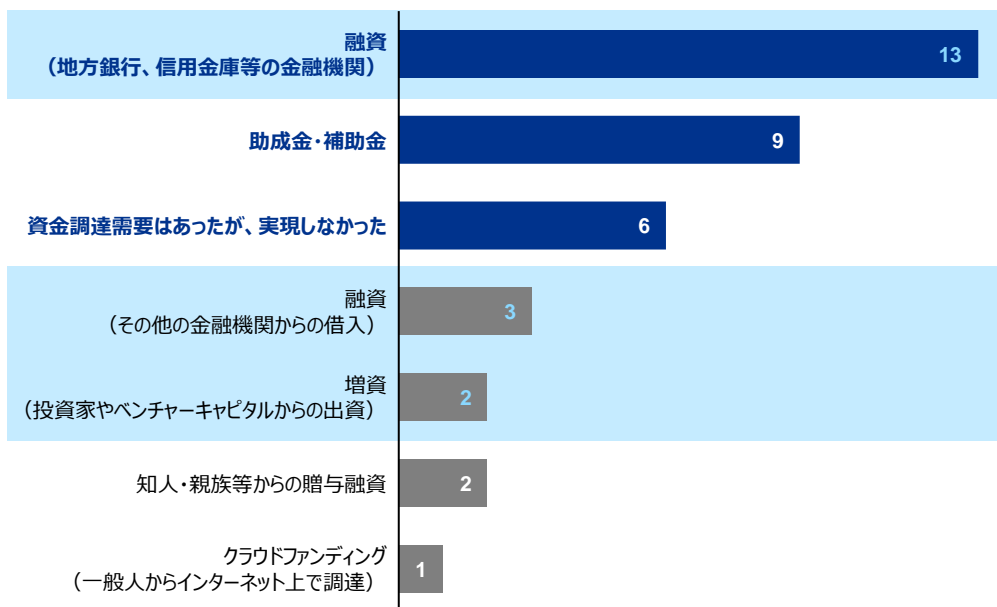
他機関の利用状況 – 公的機関以外からの支援

- 資金調達的手段として、「地方銀行」や「信用金庫」からの融資が最も多く、「助成金・補助金」が続いた。また、「資金需要はあったが実現しなかった」との回答は6件と、一定数存在した。
- 借り入れた融資がサステナブルファイナンスに当てはまるかどうかについて、18件中4件（24%）が当てはまると回答した。

Q

資金調達方法を教えてください。（複数回答可）
※資金調達ニーズで「はい」を選択した方のみ

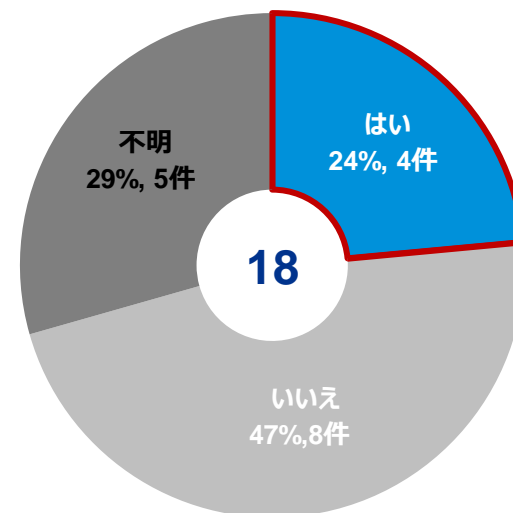
スキーム別での資金調達方法の状況【n=30】



Q

資金調達はサステナブルファイナンス*にあてはまる
ものですか。（融資・増資を選択頂いた方のみ回答。）

資金調達におけるサステナブルファイナンスの状況【n=18】



* サステナブルファイナンス：ESG（環境・社会・ガバナンス）の視点からサステナブル（持続可能）な社会を実現するために、環境・社会課題の解決（インパクト）に資するもの。



6. JICA事業への満足度

6. JICA事業への満足度

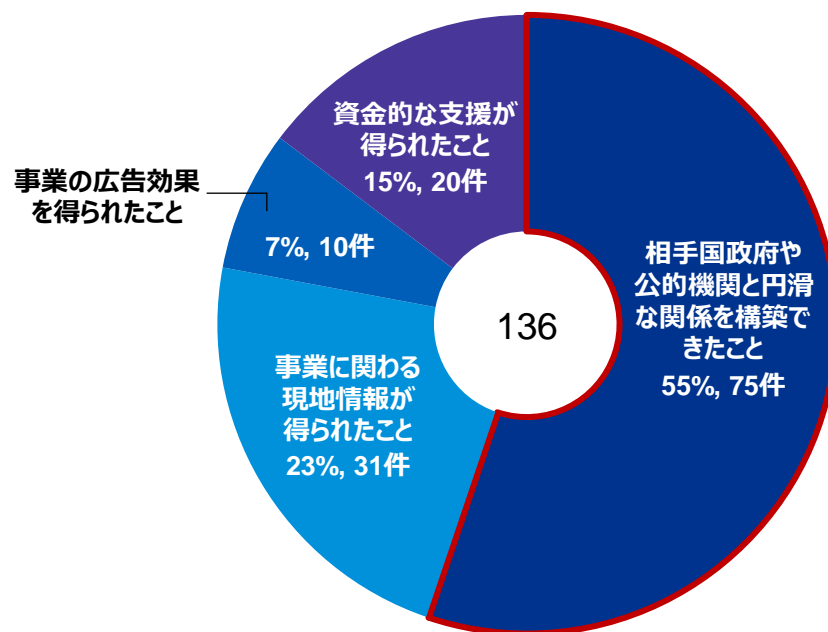
JICA事業への利点

- JICA事業の利点について、「相手国政府や公的機関と円滑な関係構築ができたこと」が55%と過半数を占めた。
- また、「事業に関わる現地情報が得られたこと」についても一定数の回答があった。

Q

JICA事業の最大の利点は何ですか。

JICA事業の最大の利点【n=136】





7. Appendix

WEBアンケートフォーム

Q1	1	設立年（西暦）をご回答ください。
	2	資本金額をご回答ください。（単位：千円）※直近の確定決算を記載
	3	売上高をご回答ください。（単位：千円）※直近の確定決算を記載
	4	経常利益をご回答ください。（単位：千円）※直近の確定決算を記載
	5	従業員数をご回答ください。
	6	JICA事業対象国をご記入ください。
	7	進出形態をご回答ください。（最も近いものを一つ選択） <input type="radio"/> 単独で進出 <input type="radio"/> 本邦企業と協業して進出 <input type="radio"/> 第3国の企業と協業して進出 <input type="radio"/> その他
	8	JICA事業対象国への進出目的をご回答ください。（複数選択可） <input type="checkbox"/> 販路の拡大 <input type="checkbox"/> 生産拠点の設立・調達先の確保 <input type="checkbox"/> 開発課題の解決に向けた各種活動、その他

WEBアンケートフォーム

Q1	9	顧客をご回答ください。（最も近いものを一つ選択）
		<input type="radio"/> B to G（官公庁等の公的機関） <input type="radio"/> B to B（民間企業） <input type="radio"/> B to C（一般消費者）、その他
	10	JICA事業対象国での提案製品・サービスの強み・優位性をご回答ください（複数選択可） <input type="checkbox"/> 性能面 <input type="checkbox"/> 技術面 <input type="checkbox"/> 品質面 <input type="checkbox"/> 価格面 <input type="checkbox"/> 販売面 <input type="checkbox"/> 流通面 <input type="checkbox"/> 現地適合面 <input type="checkbox"/> その他
11	代表の出身領域をご回答ください。（最も近いものを一つ選択）	
	<input type="radio"/> 営業出身 <input type="radio"/> 企画・管理出身 <input type="radio"/> 技術出身	
12	代表の特徴をご回答ください。（最も近いものを一つ選択）	
	<input type="radio"/> 現在の代表がみずから創業・起業 <input type="radio"/> 内部昇格（創業者の後継以外） <input type="radio"/> 創業家の後継 <input type="radio"/> 外部招聘/外部登用	

WEBアンケートフォーム

Q2	JICA事業実施後、対象国のビジネスの状況について教えてください。（回答は1つ）																																													
	<input type="radio"/> 利益を実現した <input type="radio"/> 売上を実現した <input type="radio"/> 売上未実現だが売上実現に向けて事業を継続している <input type="radio"/> 断念した																																													
Q3	1	貴社のビジネスモデルに照らし、現在のJICA事業対象国での 販路の拡大状況 について教えてください。 （Q2で利益・売上未実現、断念の企業様もご回答お願いします） ※貴社のビジネスモデルにおいて検討の必要がない項目は「不要」を選択してください																																												
		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>実現済み</th> <th>実現見込み</th> <th>実現の可能性なし</th> <th>不要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>市場調査の完了</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>現地法人・現地支店や駐在員事務所の開設</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>提案製品・サービスの開発、現地化</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>現地販売代理店の確保</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>技術パートナーの確保</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>顧客からの引き合い</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>販売、受注</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>						実現済み	実現見込み	実現の可能性なし	不要	市場調査の完了	1	2	3	4	現地法人・現地支店や駐在員事務所の開設	1	2	3	4	提案製品・サービスの開発、現地化	1	2	3	4	現地販売代理店の確保	1	2	3	4	技術パートナーの確保	1	2	3	4	顧客からの引き合い	1	2	3	4	販売、受注	1	2	3	4
			実現済み	実現見込み	実現の可能性なし	不要																																								
		市場調査の完了	1	2	3	4																																								
		現地法人・現地支店や駐在員事務所の開設	1	2	3	4																																								
		提案製品・サービスの開発、現地化	1	2	3	4																																								
		現地販売代理店の確保	1	2	3	4																																								
		技術パートナーの確保	1	2	3	4																																								
顧客からの引き合い	1	2	3	4																																										
販売、受注	1	2	3	4																																										

WEBアンケートフォーム

Q3	2	<p>貴社のビジネスモデルに照らし、現在のJICA事業対象国での生産拠点の設立状況（原材料調達、農産物の生産等を含む）について教えてください。</p> <p>（Q2で利益・売上未実現、断念の企業様もご回答お願いします）</p> <p>※貴社のビジネスモデルにおいて検討の必要がない項目は「不要」を選択してください</p>																																								
		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>実現済み</th> <th>実現見込み</th> <th>実現の可能性なし</th> <th>不要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>市場調査の完了</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>現地法人・現地支店や駐在員事務所の開設</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>土地の購入・賃貸の完了</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>工場の建設・賃貸の完了</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>現地原材料等の調達の開始</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>現地従業員の雇用の開始</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>現地生産の開始</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>		実現済み	実現見込み	実現の可能性なし	不要	市場調査の完了	1	2	3	4	現地法人・現地支店や駐在員事務所の開設	1	2	3	4	土地の購入・賃貸の完了	1	2	3	4	工場の建設・賃貸の完了	1	2	3	4	現地原材料等の調達の開始	1	2	3	4	現地従業員の雇用の開始	1	2	3	4	現地生産の開始	1	2	3	4
			実現済み	実現見込み	実現の可能性なし	不要																																				
		市場調査の完了	1	2	3	4																																				
		現地法人・現地支店や駐在員事務所の開設	1	2	3	4																																				
		土地の購入・賃貸の完了	1	2	3	4																																				
		工場の建設・賃貸の完了	1	2	3	4																																				
		現地原材料等の調達の開始	1	2	3	4																																				
現地従業員の雇用の開始	1	2	3	4																																						
現地生産の開始	1	2	3	4																																						
Q4		<p>今後、JICA事業対象国のビジネスを拡大あるいは実現のために実施すべき事項（タスク）をお教えてください。（自由記載）</p>																																								

WEBアンケートフォーム

Q5	<p>JICA事業対象国のビジネス展開にあたり、資金調達ニーズはありましたか。 自社資金や内部保留のみで対応可能であり、外部からの資金調達需要がなかった場合は、「いいえ」と回答ください。</p>
	<p>※Q5で「はい」を選択した方のみ</p>
1	<p>資金調達方法を教えてください。（複数回答可） また、資金調達金額について可能な範囲で教えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 融資（地方銀行、信用金庫等の金融機関からの借り入れ、その他の金融機関からの借り入れ） <input type="checkbox"/> 増資（投資家やベンチャーキャピタルからの出資） <input type="checkbox"/> クラウドファンディング（一般人からインターネット上で調達） <input type="checkbox"/> 助成金・補助金 <input type="checkbox"/> 知人・親族等からの贈与融資（地方銀行、信用金庫等の金融機関からの借り入れ）、 <input type="checkbox"/> 資金調達需要はあったが、実現しなかった
	<p>※Q5_1で「融資（地方銀行、信用金庫等の金融機関からの借り入れ）」、「融資（その他の金融機関からの借り入れ）」、「増資（投資家やベンチャーキャピタルからの出資）」を選択した方のみ。</p>
2	<p>Q5_1で選択した資金調達はサステナブルファイナンス*にあてはまるものですか。</p> <p><small>* サステナブルファイナンス：ESG（環境・社会・ガバナンス）の視点からステナブル（持続可能）な社会を実現するために、環境・社会課題の解決（インパクト）に資するもの。</small></p>

WEBアンケートフォーム

Q6

貴社のJICA事業を振り返り、応募前や事業実施中、また実施後も含めて、どのような状況であったかお聞かせください。

1
外部経営環境

貴社のJICA事業を取り巻く**外部経営環境**に関して、それぞれの点が貴社にどの程度当てはまるか選択してください。（それぞれ回答は1つ）

	とてもあてはまる／とても そう思う	ややあてはまる／やや そう思う	どちらとも言えない	あまりあてはまらない、 あまりそう思わない	全くあてはまらない／ 全くそう思わない
外資規制など法制度面の制約がなかった	1	2	3	4	5
JICA事業対象国の政府・カウンターパートが提案事業を好意的に支援した	1	2	3	4	5
経済成長や為替動向等の経済的な要因が自社にとって有利に働いた	1	2	3	4	5
社会構造、消費者志向等の社会的な要因が自社にとって有利に働いた	1	2	3	4	5
技術レベル、技術革新状況等の技術的な要因が自社にとって有利に働いた	1	2	3	4	5

WEBアンケートフォーム

Q6 貴社のJICA事業を振り返り、応募前や事業実施中、また実施後も含めて、どのような状況であったかお聞かせください。

2
提案製品・サービス

貴社のJICA事業を取り巻く提案製品・サービスに関して、それぞれの点が貴社にどの程度当てはまるか選択してください。（それぞれ回答は1つ）

	とてもあてはまる／とてもそう思う	ややあてはまる／ややそう思う	どちらとも言えない	あまり当てはまらない、あまりそう思わない	全く当てはまらない／全くそう思わない
提案製品・サービスには国内販売実績があった	1	2	3	4	5
提案製品・サービスには海外販売実績があった	1	2	3	4	5
提案製品・サービスに対し顧客からの（潜在的な）需要が存在していた	1	2	3	4	5
提案製品・サービスを導入することで解決または緩和できる社会課題が実際に存在していた	1	2	3	4	5
進出市場は特定企業や特定ブランドの影響力が弱かった（独占・寡占状態ではなかった）	1	2	3	4	5
JICA事業対象国に提案製品・サービスに競合する製品が少なかった	1	2	3	4	5
提案製品・サービスは、JICA事業対象国で模倣困難であった	1	2	3	4	5
顧客の受容価格（顧客が支払うことができる価格）を具体的に把握することができた	1	2	3	4	5
価格の観点から、提案製品・サービスに対する顧客の需要を喚起できた	1	2	3	4	5
仕様面、価格面から顧客ニーズに合致した提案製品・サービスを提供できた	1	2	3	4	5

WEBアンケートフォーム

Q6

3
実施体制経営環境

貴社のJICA事業を取り巻く**実施体制**等に関して、それぞれの点が貴社にどの程度当てはまるか選択してください。（それぞれ回答は1つ）

	とてもあてはまる／とても思う	ややあてはまる／やや思う	どちらとも言えない	あまり当てはまらない、あまり思わない	全く当てはまらない／全く思わない
JICA事業に対して外部人材任せではなく主体的、積極的に取り組んだ	1	2	3	4	5
JICA事業に提案企業の意思決定者が直接関与した、または、意思決定者を巻き込みながらJICA事業を推進した	1	2	3	4	5
社内にJICA事業対象国に通じた人材（同国出身者や居住歴のある人材等）がいた	1	2	3	4	5
社内に海外ビジネスや新規事業立ち上げに通じた人材がいた	1	2	3	4	5
現在のビジネスの継続に必要な現地の社外パートナーを確保できた	1	2	3	4	5
必要な資金を確保できた（内部留保、各種資金調達や補助金等を含む）	1	2	3	4	5
JICA事業終了後、企業全体の財務状況は順調であり、海外新規ビジネスに資金投入ができた	1	2	3	4	5
想定顧客に効果的に販売促進ができた	1	2	3	4	5

その他

JICA事業を通じて売上・費用項目の積算を実地に行い、実現可能性の高い収支計画を策定できた	1	2	3	4	5
JICA事業終了直後、ビジネス化に向けた具体的なタスク・アクションプランが明確だった	1	2	3	4	5

WEBアンケートフォーム

Q7

JICA事業への応募以前・実施中・実施後に、JICA事業対象国の海外展開に関する他の公的支援を利用したことはありますか。（回答は1つ）

※Q7で「はい」を選択した方のみ

1 利用した海外展開に関する公的支援について、当てはまるものをすべて選択してください。
（※なお、該当が無い場合は、空欄で結構です）

	JICA事業以前 に利用した	JICA事業中に 利用した	JICA事業後に 利用した
外務省の支援（例：日本企業支援窓口等）	1	2	3
農林水産省の支援（例：食品産業海外展開支援事業等）	1	2	3
中小機構の支援（例：海外展開に関する相談ビジネスミッション等）	1	2	3
国土交通省の支援（例：都市開発海外展開支援事業等）	1	2	3
NEXIの支援（例：貿易保険等）	1	2	3
経済産業省の支援（例：質の高いインフラの海外展開可能性調査事業等）	1	2	3
総務省の支援（例：ICT国際競争力強化パッケージ支援事業等）	1	2	3
JETROの支援（例：新輸出大国コンソーシアムアドバイザー相談等）	1	2	3
JICAの支援（例：中小企業・SDGビジネス支援事業以外のJICA事業等）	1	2	3
地方自治体の支援（例：地方自治体の各種支援）	1	2	3
経済団体の支援（例：商工会議所等の経済団体の各種支援）	1	2	3
その他	1	2	3

※Q7_1の項目のいずれかにおいて、「JICA事業後に利用した」を選択した方のみ

2 前問（Q7_1）の支援を利用した主たる目的を教えてください。

WEBアンケートフォーム

Q8	<p>JICA事業に関する貴社の海外ビジネス展開により、JICA事業対象国（開発途上国）のSDGs（持続可能な開発目標（「1. 貧困をなくそう」～「17. パートナーシップで目標を達成しよう」）のうち、最も貢献したと考える目標はどれですか。選択して下さい。</p>
<p>※Q8で「1.貧困をなくそう」～「17.パートナーシップで目標を達成しよう」のいずれかを選択した方のみ</p>	
1	<p>最も貢献したと考える目標の具体的な成果・結果をご記入ください。</p>
Q9	<p>JICA事業に取り組んだことで、貴社自身が実感している貴社内の変化について、当てはまるものをすべて選択してください。（複数回答可）</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> グローバルなビジネスネットワークの構築、外国市場への製品やサービスの輸出拡大 <input type="checkbox"/> 新規顧客・取引先の獲得や信用力の増加、自社人材の育成・成長 <input type="checkbox"/> 国内向け新製品・サービスの開発、入社希望者の増加・新たな人材の確保 <input type="checkbox"/> その他（具体的に記入）
Q10	<p>貴社が考えるJICA事業の最大の利点は何ですか。（回答は1つ）</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> 相手国政府や公的機関と円滑な関係を構築できたこと、 <input type="radio"/> 事業に関わる現地情報が得られたこと <input type="radio"/> 事業の広告効果を得られたこと、資金的な支援が得られたこと
Q11	<p>調査を実施した事業の現在の事業計画について、JICAが雇用するコンサルタントからビジネス化に向けたアドバイザリーサポートが可能です。利用を希望しますか。 （利用を希望された企業様には後日JICAからご連絡します）</p>
Q12	<p>JICA事業終了後の出来事でアピールしたいエピソード（カウンターパートの政策に反映、製品受注、開発課題解決など）はありますか。</p>
1	<p>Q12で「はい」とお答えいただいた方にお伺いします。 具体的なエピソードをご記入ください。</p>