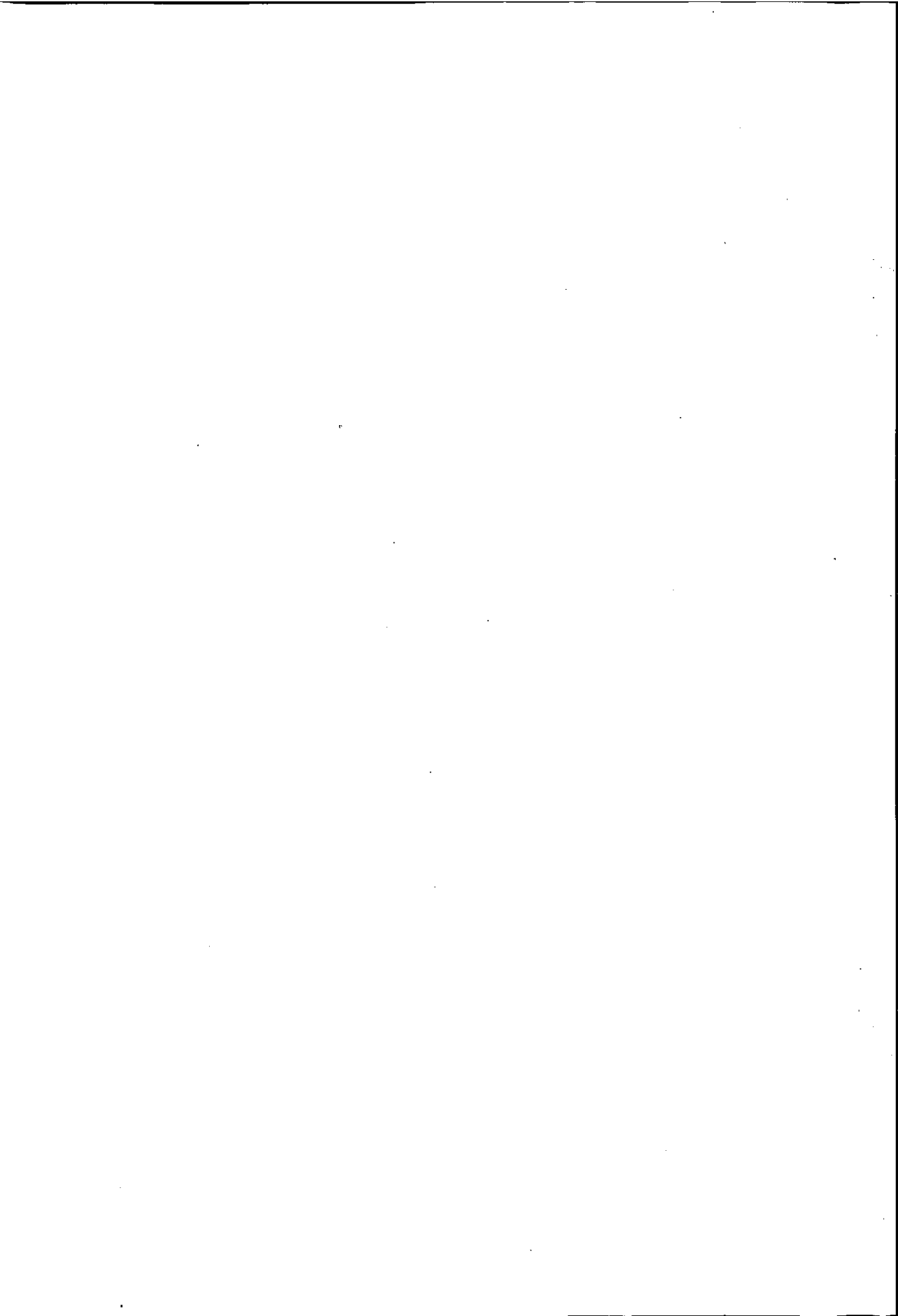


43-R007

国際経済情報に対する企業の認識と需要

昭和 44 年 6 月

財団法人 日本情報処理開発センター



序 に 代 え て

コンピュータによる情報処理は、社会、経済の発展にともない各種情報の蓄積、加工、供給を最も有機的、効果的に進める担い手として、最近とくにその役割の重要性が認識されてきております。

また、情報処理そのものも第3世代コンピュータの登場以来、その利用分野の拡大とともに経営の意思決定システム、コンピュータの不特定多数による共同利用といった高度化の方向が検討されつつあり、従来の事後処理的な利用から見ると、現在の情報処理は、大きな発展期を迎えているともいえます。

このような、情勢において、情報処理および情報処理産業の前途には、解決を要する幾多の課題があります。すなわち、情報処理産業発展の要件およびそれが他産業に与える影響といった、わが国経済社会の動向に関連する諸問題をはじめ、情報処理方式、ハードウェアおよびソフトウェア業の技術開発、各種の標準化、情報処理技術者の養成などであります。

当財団は、情報処理に関するこれらの諸問題解決のため各種の事業を実施しておりますが、この調査報告書は、日本自転車振興会の機械工業振興資金による「昭和43年度情報処理に関する調査研究補助事業」のうち、「情報処理および情報処理産業の動向と影響調査」の一環として、わが国における国際経済情報に対する認識と需要について、国際経済情報小委員会がアンケート調査を行ない、その結果を分析しとりまとめたものであります。

ここに本調査実施にご尽力下さった小委員会委員各位および調査に貴重なお意見を賜わった関係各位に心より感謝の意を表しますとともに、本報告が各方面に利用され、わが国情報処理産業発展の一助として寄与できますようお願いいたす次第であります。

昭和44年6月

財団法人 日本情報処理開発センター

会 長 難 波 捷 吾

国際経済情報小委員会

(敬称略)

委員長	井原 清	東京ターミナル株式会社	取締役
委員	明石正夫	日本貿易振興会	調査部調査一課課長補佐
	井上 正	通商産業省通商局	通商政策課課長補佐
	岡本昌雄	日本貿易振興会	調査一課長
	小倉正夫	通商産業省貿易振興局	貿易振興課
	加藤良之	八幡製鉄株式会社	調査部統計部長
	辛島修郎	通商産業省通商局	通商政策課
	阪田貞宣	(財)世界経済情報サービス	常務理事
	椎名素夫	日本VSMF株式会社	社長
	渋沢正一	海外技術協力事業団	理事
	白神 隆	国際電信電話株式会社	資料センター企画セクション長
	宮本 正	日本貿易振興会	資料センター管理部長
	西尾 出	三井物産株式会社	コンピューティング センター室長代理
	若曾根和之	通商産業省重工業局	電子政策課課長補佐
	吉田 剛	(財)日本情報処理 開発センター	専務理事

事務局 財団法人 日本情報処理開発センター

目 次

1. はしがき	1
1.1 調査の概要	1
1.1.1 調査目的	1
1.1.2 調査対象	1
1.1.3 調査内容	2
1.1.4 調査の付記事項	2
(アンケート回答集計結果表)	3
1.2 回答結果の概況	12
1.2.1 回答者の業務、営業活動	12
1.2.2 国際経済情報に対する考え方	14
1.2.3 国際経済情報の供給機関に期待する調査項目	17
2. 業種別・規模別にみた認識の分析	23
2.1 まえがき	23
2.2 海外活動における海外情報の重要性に対する認識度	23
2.3 海外情報の利用に関する対外依存に対する認識度	25
2.4 具的的な情報内容に対する認識度	29
3. 重要性の認識度と供給機関利用態度の分析	35
3.1 まえがき	35
3.2 重要性に対する認識度	36
3.2.1 業種別にみた認識度	37
3.2.2 海外情報の入手ルート別分析	38
3.2.3 在外施設(支店その他を含む)と認識度との関係	38
3.2.4 海外事業活動のウェイトと情報認識度	39
3.2.5 認識度と情報対策	43
3.3 一般情報の対外依存態度の分析	46
3.3.1 対外依存と業種の関係	46
3.3.2 対外依存方針と自力調達将来に対する考え方の関係	48
3.4 情報供給機関利用の態度	49
3.4.1 業種別の利用態度	49

3.4.2	規模別の利用態度	50
3.4.3	認識度と利用態度との関係	54
3.4.4	対外依存方針と供給機関利用態度との関係	55
3.4.5	コンピュータ設置利用と利用態度	56
3.4.6	供給機関利用の態度と情報購入(対価支払)の判断基準	57
3.4.7	情報供給機関利用の態度と需要情報項目の重要度との関係	58
4.	取引形態からみた情報需要の分析	61
4.1	まえがき	61
4.2	海外関係業務のウエイトと必要とする情報	62
4.3	海外施設を有する企業と情報需要	70
4.4	企業の業務性格と情報需要	76
4.5	取扱商品グループと情報需要	81
4.6	取引相手地域と情報需要	89
4.6.1	各取引市場の特徴	89
4.6.2	米国、カナダ、オセアニアおよび他の市場との取引をあわせ 行なっている場合の情報需要	90
4.7	海外関係事業に対する評価と海外情報に対する需要	97
5.	個別情報の需要分析	103
5.1	まえがき	103
5.2	情報の需要分析	103
5.2.1	個別情報需要の総括的分析	103
5.2.2	個別情報需要の個別分析	115
5.3	需要のある情報としての要素	123
5.3.1	情報の理論的需要度	127
5.3.2	情報の現実的需要度	131
5.3.3	調査対象上の理論的潜在需要曲線と調査対象上の現実の需要 曲線	152
5.4	むすび	156

1. はしがき

1.1 調査の概要

1.1.1 調査目的

本調査は、「国際経済情報に関するアンケート」と題し、海外企業活動を行なっている企業を対象として、昭和44年4月、当財団が行なつたものである。

本調査の目的は、海外において業務を行なっている企業が海外情報に対して如何なる認識をもっているか、情報供給機関に対して如何なる期待と態度を示しているか、また如何なる情報を求めているかをさぐろうとするものである。

最近における各種情報の爆発的増大を背景として取引や企業活動における情報処理の重要性はますますたかまつてきているが、国際経済情報もその例外ではなく、供給側、需要側の双方から迅速、的確な情報伝達の体制確立が現在ほどよく希求されている時はない。こうした状況に鑑み、国際経済情報に対する各企業の基本的な姿勢（需要）を把握し、この種の情報の供給体制に関する可能性とあり方を検討する資料を作成しようとするのが本調査の目的で、とくに調査項目別にみた需要の強さと企業（業種別、規模別）の関係を十分に把握し、サービスの総合性、企業性を解明することを主眼としている。近い将来に、さらに広い対象に対して掘り下げた調査が行なわれることが期待されるが、本調査においてもかなり明確な示唆が得られたものと考えられる。

1.1.2 調査対象

本調査の対象は、海外において営業活動を行なっているか、または、海外の活動に対して、多大の関心（トレード・マインド）をもっていると考えられる企業を対象とし、業種は、貿易商社、製造業、建設業、コンサルタントに限定した。

アンケート送付総数は1,102通、そのうち、329通の回答を得たので、回収率はほぼ30%となつている。なお、業種別にみた送付数、回答数、回収率は表1.1のとおりである。

表 1.1 国際経済情報アンケート回収状況

送 付 先	送 付 数	回答数(回答率%)	備 考
団 体	510※	19	3部づつ158団体 1部づつ 36団体 } 194団体
商 社	148	50(35%)	
製 造 業	366	234(64%)	
建 設 業	55	10(18%)	
コンサルタント	28	16(16%)	
計	1102	329(30%)	

※：194団体のうち158団体に対し団体および会員2社の意見を求めることとして各3部送付したため510通となっている。しかし回答19は、団体数を表わし、会員からの回答は製造業に含まれている。

1.1.3 調査内容

具体的な質問はつぎの3つの項目に大別される。

オI部に企業の実態(資本、人員、輸出入ウエイト、商品、市場の構成、将来の方向)を調査し、

オII部に企業の海外情報に対する認識度(情報入手ルート、専門部課、対外依存方針など)と、専門機関の利用に関する態度(利用の判断基準を含む)をさぐり、

オIII部に、具体的な調査事項(情報内容)を58項目かかけ、A、B、Cの重要区分を付せしめるという構成をとつた。

なお、回答の末尾には、情報に関する一般的意見と回答者(内容確認の必要のため)を記載する項目を設けた。なお、具体的な設問の内容は、後掲の「アンケート回答集計結果表」を参照されたい。

1.1.4 調査の付記事項

以上のほかこの調査について付記すべき点はつぎのとおりである。

- ① 海外情報を利用する企業として、金融機関、報道機関、研究・教育機関、宣伝・通信機関などがあげられるが、今回の対象より除外したことはすでに並べたとおりで、この点は、

今後の同種調査において、とくに考慮されるべきであろう。

- ② 大企業の把握は、余り問題はないが、中小企業については、海外情報に対する要求も強く、今後ユーザーとしての存在は大きい。しかし少数の調査対象ではその実態把握は少々困難なので、必要業種毎に組合を抽出し、これらを通じて、対象を選択し、回収するという配慮を払った結果、資本金1億円以下のものについては77社(300人以下のものは94社)よりの回答が得られた。
- ③ 対象企業のリスト作成にあたっては、輸出貢献企業リスト、貿易業態統計調査対象名簿、中小企業貿易連盟リスト、会社年鑑等を資料とした。回収率は製造業がとくに高く6.4%にのぼっている。
- ④ 過度に複雑な調査を行なうと、回収率の低下、結果の集計困難、回答の不徹底を招くおそれがあるので、できる限り、内容を簡素化し、記入を容易にするとともに、計量的集計分析を可能にするようマルチプル・チョイスによる回答方式をとった。その結果コンピュータ処理をフルに利用して分析することができた。

表1.2にその集計結果表を示す。

表1.2 アンケート回答集計結果表

I. 先ず最初に貴社の業務営業活動についてうかがいます。

1. 貴社の業種は次のどの項目に属しておりますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	50	貿易商社
B	234	製造業者
C	10	建設業者
D	16	コンサルタント
無回答	19	

2. 貴社の資本金は次のどの規模に属しますか(公称)？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	224	1億円以上
B	43	1千万～1億円
C	34	1千万円以下
無回答	28	

3. 貴社の常備人員は次のどの規模に属していますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	2 2 5	3 0 0 人以上
B	5 1	5 0 ～ 3 0 0 人
C	4 3	5 0 人以下
無回答	1 0	

4. 貴社の海外関係事業は、次のどの項に属しますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	2 7 2	常時継続して行なっている。
B	3 0	常時継続して行なっているわけではない。
C	1 5	全然行なっていない。
無回答	1 2	

5. 貴社の海外関係の業務（輸入を含む）は当社の全営業中どのような地位を占めていますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	4 7	最大のウエイトをもっている
B	1 1 9	きわめて重要である
C	1 0 6	重要である
D	1 7	それほど重要ではない
E	2 5	わずかなウエイトしかない
F	3	判らない
無回答	1 2	

6. 貴社は海外において、次のどの施設を有していますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	3 9	支 店
B	1 5 8	駐 在 員
C	1 0 8	現地法人
D	1 8 9	提携会社
E	5 9	その他（ ）

7. 貴社は将来、海外の施設をどのようにしたいとお考えですか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	196	もつと増加拡大したい
B	0	縮少，減少したい
C	32	現在維持
D	14	判らない
E	70	新規に設けたい（支店，現地法人，駐在員）

8. 貴社の海外関係事業は、次のどの取引に属していますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	265	商品取引（輸出入）
B	18	資本取引
C	139	技術関係取引
D	76	プラント関係取引
E	36	サービス取引
F	26	その他（ ）

9. 貴社の海外関係事業が商品に関係があるならば、次のどの商品群を主体としていますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	66	食料，農産品，石油燃料，原材料，半製品
B	132	化学品，繊維品，建材，窯業製品，金属品（鉄鋼非金属）
C	143	機械類（輸送機械，産業機械，電気機械，精密機械）
D	91	雑貨類（玩具，光学機械，紙製品，プラスチック製品，木竹製品，ゴム製品，金属製品，その他）
E	19	その他

10. 貴社の海外関係事業は次のどの地域を主体としていますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	264	アメリカ，カナダ，オセアニア
B	179	西 欧
C	144	アジア（共産国を除く）
D	192	ソ連，中共，東欧共産圏（除ソ連）アジア共産国（除中共）
E	88	中南米，中近東，アフリカ

1.1. 貴社は今後、海外関係事業に対して、どのようにお考えですか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	228	海外のウエイト，または事業量をさらに伸ばしたい
B	87	商品をひろげたい
C	92	地域をひろげたい
D	2	このままでよい
E	48	内外の状況に応じて対処したい
F	1	判らない

1.2. 貴社は、業務用または情報処理のため、コンピュータに対して、どのようなお考えをおもちですか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	168	既に設置利用している
B	57	今後導入したいと思つている
C	46	必要と思う
D	1	不必要と思う
E	36	考えていない
F	10	判らない
無回答	11	

II 次に国際経済情報に対する貴社のお考えをうかがいます。

1. 貴社の海外活動において、海外の情報をどのようにお考えですか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	199	不可欠だ
B	73	沢山もつていたい
C	44	あつた方がよい
D	0	なくてもよい
E	3	判らない
無回答	10	

2. 貴社の海外情報は主として次のどの手段、ルートで入手されますか

コード	回答欄	回答項目	コード	回答欄	回答項目	コード	回答欄	回答項目
A	4 4	海外支店	E	2 2 6	取引相手	I	1 4 4	内外調査機
B	1 5 4	駐在員	F	2 2 9	海外出版物（新聞、雑誌、その他）			
C	9 4	現地法人	G	1 4 3	国内報道機関（ラジオ、TV、新聞、雑誌、その他）			
D	1 2 5	提携会社	H	1 7	海外通信特約			

3. 貴社は、主として海外情報をとりまとめて取り扱う貴社内の部署について、どのようにお考えですか。

コード	回答欄	回答項目	コード	回答欄	回答項目
A	1 6 1	既に設置している	D	1 8	不必要と思う
B	6 5	将来設置したい	E	4 5	現在検討中である
C	7	将来増設したい	F	2 0	判らない

4. 特殊な、または極秘の情報は別として、一般的、基礎的、普遍的な公開情報は、社外の情報供給機関（公、私）に依存した方が、低廉かつ便利であるという考え方があるようですが貴社ではいかがですか？

コード	回答欄	回答項目
A	1 5 9	既にそうした方針をとっている
B	6 5	将来はそうした方向で行きたい
C	7 0	現在検討中である
D	1 6	すべての情報は、自力または自社内でととのえるべきと考えている。
E	1 2	判らない

5. 必要な情報の処理は、すべて自力、または自社内でととのえている企業も少なくないのですが、全体として将来、こうした方法はどうなっていくとお考えですか？

コード	回答欄	回答項目
A	1 2 9	将来、次第に減少してゆくであろう
B	8 7	余り変化しないであろう
C	6 8	むしろ増加してゆくであろう
D	3 2	判らない

6. 現在のように、情報が急速に増大してゆくのに対処して、貴社では情報処理のための何らかの特別な対策をおとりになつていますか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	6 5	既に対策をたてて実行している
B	1 9 9	現在その問題を検討中である
C	2 4	情報処理について全く考えていない
D	2 1	判らない
無回答	2 0	

7. 次項（質問）にあるような一般的な海外経済情報、またはデータが常に低廉かつ迅速、的確に供給されるような供給機関が現在検討、準備されつつありますが、これに対し、貴社はどうお考えですか？

コード	回答欄	回 答 項 目
A	7 5	大いに利用しようと思つている
B	9 0	できるだけ利用したい
C	7 5	できてから検討する
D	7 7	ケース・バイ・ケースで考える
E	5	便利と思うが、利用する考えはない
F	1	判らない
無回答	6	

8. 外部情報の利用について判断を下す場合、次のどの項目が貴社の決定要素になるとお考えですか？

（順位 1, 2, 3……をつけて下さい）

コード	回答欄	回 答 項 目
A	2 2 8	情報の値段だと思う
B	3 1 2	情報の内容だと思う
C	1 6 6	入手方法、手続の簡便さだと思う
D	1 8 9	入手までの所要時間だと思う
E	1 1 5	入手の形態（コピー、写真、出版物）だと思う
F	0	判らない
G	1	その他（ ）

Ⅲ 次に、国際経済情報の供給機関に期待する項目（調査事項）についてうかがいます。

1. 前項で述べられたような国際経済情報の供給機関が設立され、貴社がそれを利用する場合、次表に掲げる項目について、貴社の需要度をお答え下さい。

（備考） 調査項目は、すべて、国別に、かつ少なくとも四半期毎に、（最新のものを迅速に）供給される建て前で、判断して下さい。

（回答の方法）

次表の項目について、貴社の需要するもの、A、B、Cの場合（説明下記）に応じて項目の前に、それぞれ記入して下さい。

A：非常に重要で、常時手元に準備しておきたいので、定期的、自動的に供給して欲しいものである。したがってある程度の出費となつてもやむを得ないという情報であると思う。

B：取り引きや業務上、大きな影響力があるので、供給機関が早く、安く供給してくれるならば常時入手しておきたい情報だと思う。

C：業務上参考になるので、妥当な料金であれば、必要の都度入手したい情報だと思う。

注 1、回答が上記 A、B、C、の区別をつけずに○印を付したものがあつたため、これを「D」とした。

注 2、無回答数は米欄に表わす。

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		A	B	C	D	*
1 一 般 経 済 事 情	(1- 1) 人口(総人口, 就業人口, 所得階層別人口)	5	23	137	1	163
	(1- 2) 国民総生産(総支出の内訳, 産業部門別内訳)	9	38	125	1	156
	(1- 3) 経済成長率(過去の成長率, 今後1年間の成長見通し)	22	64	97	1	145
	(1- 4) 工業生産高(業種別付加価値構成比)	22	48	117	1	141
	(1- 5) 国民所得(1人当り国民所得)	11	42	114	2	160
	(1- 6) 貿易額(輸出入額, 主要商品輸出入額)	30	64	106	3	126
	(1- 7) 生産(鉱工業生産指数, 農業生産指数)	19	41	116	1	152
	(1- 8) 国家予算(予算額, 財政方針)	11	42	114	0	162
	(1- 9) 国際収支(収支内訳, 外貨準備, 為替レート)	32	53	110	4	130
	(1-10) 景気状況(過去の動向と現況, 将来の見通し)	50	79	91	3	106
2 一 般 貿 易 事 情	(2- 1) 主要輸出商品およびその対象国	36	65	95	3	130
	(2- 2) 対日主要輸出入商品	33	60	102	3	131
	(2- 3) 主要貿易関係団体, 会社(主要商工会議所, 主要生産諸団体, 主要大手商社)	18	58	105	1	147
	(2- 4) 主要対日取引企業	16	62	100	2	149
	(2- 5) 当該国との取引で主要な外資企業	17	53	107	1	151
	(2- 6) 輸出手続	41	59	89	5	135
	(2- 7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果	38	38	95	1	157
	(2- 8) 貿易金融	22	60	89	2	156
	(2- 9) 輸入制限(措置の内容と運動の実態)	60	69	85	3	112
	(2-10) 輸出入見通し	41	68	84	5	131
	(2-11) 取引に関連する生活慣習(祝祭日, 営業時間)	8	38	131	2	150
	(2-12) 商事慣習と関連法規	28	53	117	2	129
3 国 民 生 活	(3- 1) 住宅事情(住宅の需給事情, 家賃)	5	20	131	0	173
	(3- 2) 主要耐久消費財普及状況	11	28	126	1	163
	(3- 3) 福祉厚生(公共サービスの普及事情, 医療事情)	3	10	138	0	178
	(3- 4) 主要サービス料金(電気, 水道, ガス, 交通, 通信)	4	25	124	0	176
	(3- 5) 主要商品小売価格	18	54	116	4	137
	(3- 6) 家 計	4	16	130	0	179
	(3- 7) 教 育 (教育制度, 学校数, 教師数, 生徒数, 文盲率)					

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		A	B	C	D	米
4 行政 機関 その他 関係 機関	(4-1) 元首, 閣僚名とその党派	5	25	107	0	192
	(4-2) 議会 (議長, 副議長名, 議員数とその党派別内訳)	3	21	110	0	195
	(4-3) 政党 (支持率, 主要役員)	2	18	115	0	194
	(4-4) 経済官庁 (所在, 主要役職名)	11	31	114	0	173
	(4-5) 経済団体 (所在, 特色, 役員名)	9	36	115	1	168
	(4-6) 労働組合 (所在, 特色, 役員, 組合員数)	6	15	119	0	189
	(4-7) 重要人物の経歴	2	20	121	0	186
	(4-8) 主要新聞, 雑誌	8	35	115	2	169
	(4-9) 研究所, 経済学者, 経済研究者	3	20	125	1	180
5 企業 経営 環境 事情	(5-1) 外資導入制度	37	57	98	2	135
	(5-2) 資金調達事情	32	53	94	1	149
	(5-3) 主要企業平均財務比率	18	45	109	0	157
	(5-4) 税 制	37	51	105	2	134
	(5-5) 労働事情	28	51	109	1	140
	(5-6) 物価水準	24	59	114	2	130
	(5-7) 主要金融機関	11	44	104	1	169
	(5-8) 交通, 港湾事情	23	39	116	1	150
	(5-9) 建設の電力事情	13	31	114	0	171
6 業 種 別 事 情 (鉱工業ならびに卸・小売業)	(6-1) 企業数, 労働者数	23	49	114	1	142
	(6-2) 生産現況と見通し	41	72	97	1	118
	(6-3) 設備投資 (投資額, 主要新規投資)	34	54	89	1	151
	(6-4) 輸出額 (主要相手国別)	37	60	90	3	139
	(6-5) 輸入額 (")	42	72	86	3	126
	(6-6) 主要業界団体 (所在, 特色, 役員)	18	50	120	1	140
	(6-7) 主要企業 (社長名, 資本金, 売上高, 主要製品)	36	61	100	2	130
	(6-8) 主要企業平均財務比率	26	46	94	0	163
	(6-9) 外国企業進出状況 (関係外資名, 外資比率, 主要製品)	42	68	87	1	125
	(6-10) 企業の開設, 合併, 倒産の実態	26	61	87	1	154
	(6-11) 新製品, 新技術	71	69	85	3	101

(注) D. 米についてはP. 9の注 1.2 参照のこと。

1.2 回答結果の概況

329社よりの回答は、前掲したが、このうち主たる問題について説明を加えらるゝとつぎのとおりである。

1.2.1 回答者の業務、営業活動

① 業種別

製造業が最も多く234社と全体の71%を占め、次いで商社の15%、コンサルタントの5%、建設業の3%という順になつてゐる。

② 資本金別

1億円以上が224社で69%、1千万～1億円が13%、1千万円以下は10%強となつてゐる。

③ 人員別

300人以上は225社で前項同様全体の7割近い(69%)。50～300人は、16%、50人以下は13%となつてゐる。

④ 海外事業の継続性

常時行なつてゐるものは、272社で、全体の82%、時々行なうものが9%で、全然行なつてゐないものも、僅か(5%)ながら存在してゐる。

⑤ 全営業中の海外業務のウエイト

「最大のウエイト」としてゐるものが47社(14%)あるが、「きわめて重要」とするものが、最も多く169社(36%)と全体の3分の1をこえており、ついで「重要」とする106社(32%)をあわせると、両者で全体の7割近いものとなる。なお、「それほど重要でない」とするもの(17社)と、「わずかなウエイト」とするもの(25社)をあわせても全体の13%と、1割余にすぎない。

⑥ 海外施設

駐在員を有している企業が最も多く、158社、48%と半ば近い。現地法人は、108社、33%であり、支店は39社で12%にすぎない。

もつとこの質問は、重複回答を許してゐるので、海外に提携会社を持つものも多く、139社と全体の42%に達してゐる。上記の数は、いずれも重複があるが、これらを総合して、海外に一切の手がかり(提携会社も含め)のないものが77社(23%)ある事実は見逃せない。

⑦ 将来の海外施設

増加・拡大したいと答えたものが圧倒的に多く、196社と全体の60%に達してゐる。現状維持は30社あり、判らないという答も14社あるが、縮小したいと答えたものは皆

無で、この点、海外に対する意欲が盛んな点が注目される。なお70社は、現在、皆無だが新規に設けたいと答えている。

現地法人・支店・駐在員のいずれも海外に有しない企業が140社あるが、この内、半ばが、海外手足の不足を解決するために努力しているという形である。

⑧ 海外関係事業の取引分野

商社と製造業が回答者の主体であるため、商品輸出入に大きなウエイトがかかっていることは当然で、他の取引との兼業を含め、全回答者の80%が商品取引を行なっている。建設業、コンサルタントが26社しかないのに技術関係取引では139社、プラント関係取引では76社が回答しており、今や技術、プラント類などが、商社・製造業の主たる取引対象としても取扱われている事実を裏書きしている。従来、技術取引については、導入面にのみウエイトがおかれ、専ら、海外の技術レベルへのアプローチに努力が注がれていたが、クロス・ライセンス方式の進展、わが国における技術水準の向上により、提携、交換が相互に行なわれるに至っている。

この点、サービスや資本取引については、増加の方向を示しつつも、未だしの段階で、本回答でも、それぞれ36件、13件の低水準に止つている。しかし、資本取引は、最近増加の兆しがみえており、今後は国際取引において重要な地位を占めることが予想される。

⑨ 取引（商品）の主体となる商品群

最近のわが国の貿易構造とくに輸出商品の構成が、益々重化学工業化しつつあることは云うまでもないが、とくに機械類のウエイト上昇はめざましい。

1968年における年間のわが国の輸出に占める機械類の比重は、西ドイツのそれにきわめて接近した形となつているが、この回答においても機械類への集注が最も強く示されている。すなわち、143社が、機械を中心とした取引を主として行なっていると回答しているが、これは、全回答数の4割に達するものである。

これについてウエイトの高いのが、「化学、金属、繊維、窯業、建材」をあわせたグループで、132社と機械に迫っているが、従来の輸出の大宗品目を、あわせただけに当然といふことができる。

雑貨類、食品、農産品（原・燃料を含む）が、これらにつぐが、回答数は遥かに小さく、それぞれ91社、66社と、全体の半ばには至らなかった。

⑩ 海外取引の主体となつている地域

本項目も重複記入をさまたげない回答方式をとつているため、回答総数は800余に及び、対象数の2倍をこえている。主たる市場が2地域以上にわたることは往々にしてあることで、とくに総合商社は、全地域を市場にしているものが圧倒的に多く、全回答者の8

割が主要市場と回答している北米市場はわが国の輸出入において共に3割をこえる比重をもっている、集中するのは当然であるが、それにしても、この比率は一驚に値しよう。

ソ連、中共を含む共産圏が192社と、北米を追っているのも特筆すべきで、西欧の179社をしのいでいる。アジアが144社で全体の半ば以下に止まっている点も注目される。これは、今回の回答者の3分の2が製造業者で、アジア諸国への直貿易が少ないことが原因となつていのではないと思われる。

⑪ 海外事業に対する将来の抱負

経済の国際化の進展を背景として、海外事業の比重や事業量を伸ばしたいという回答が、ほぼ、全体の3分の2を占めたことは、当然で、予想された帰結と云える。これについて、地域拡大が92社、商品拡張が87社と、ほぼ同数であることは、両者の方向が一致していることを意味している。すなわち、地域の拡大は商品の拡張を伴って達成することができ、また、その逆もありうるということである。現に、上記の回答数のうち、約60社は、双方にマークしており、この事実を裏書きしている。

なお、内外の状況に応じて対処したいという回答が48社にのぼっているが、海外事業の性格の項目において、「常時、継続して海外事業を行なっているわけではない」（30社）と「全然海外事業を行なっていない」（15社）とをあわせると、ほぼ、この数値に一致している。

⑫ コンピュータに関する考え方 ^(5/1)

全回答のほぼ半ば、168社は、すでに設置利用していると答えて、コンピュータ利用の浸透を示しているが、これについて、57社（17%）が今後の導入を希望しており、さらに46社（14%）が、必要と思うと答えており、上記3回答をあわせると83%に達している。

従つて、コンピュータの効果を肯定している傾向は明らかで、「考えていない」（36社）「判らない」（10社）を除き、はつきりと「不必要」と答えたのは僅か1社に止まっている。

1.2.2 国際経済情報に対する考え方

① 情報に対する認識

海外活動における情報の価値（重要性）は絶対的なもので、こうした情報は「なくてもよい」と答えたものは1社もなかつた。しかし、認識度のニュアンスは微妙で、「不可欠」と答えたものが、199社（61%）と過半数を占めるが、「沢山ほしい」としたものが、73社（22%）「あつた方がよい」というものが44社（13%）ある点は注目される。

製造業の64%が「不可欠」と答えたのに対し、商社で「不可欠」としたものは50%に止まり、認識度において商社の方が低く、あらわれている点も見逃せない。

② 情報の入手ルート

重複をさまたげぬ記入方式のため、全回答に対する構成比としてあげられないが、入手経路のうち、もつとも一般化しているのが海外出版物（新聞、雑誌、その他）（229社）と取引相手（226社）で、他にぬきんでて、双壁となつている。前者は入手がもつとも容易な点で、また後者は、取引に必然的に伴うルートである点で、それぞれ、圧倒的なウエイトをもっているであろう。

内外調査機関（144社）駐在員（154社）国内報道機関（ラジオ、テレビ等）（143社）提携会社（125社）が、3～4割のウエイトで競合しているが、現地法人、海外支店からの入手が少い点は注目される。もつともこの原因は、現地法人、海外支店の実数がそもそも少いことによるもので、現地法人を持つものの数は、全体で108社、このうち入手ルートとなつているものは94社で、現地法人を持つているにもかゝらず、入手ルートとして使用していないのは、14社にすぎない。

③ 情報を主として取扱う部課

全回答のほぼ半数、161社が、こうした部課を「社内にある」と答えており、これに「新設を希望している」もの65社を加えると、7割近いものとなる。

明らかに、こうした部課を不必要とするものが18社存在しているが、検討中（45社）と答えたものを否定回答に含めても、なお大宗は、かかる部課の存在意義を十分に認識しているとみてよいであろう。

④ 一般的情報の外部機関への依存

全回答のうち半ば近い159社が「すでに対外依存方針をとつている」と答え「将来そうした方向で行きたい」と答えたもの65社を加えると、全体の68%に達し、大勢は、こうした方向にあることを示している。

さらに「検討中」が70社（21%）あり、これらもいずれは、同じ方向をたどるものと思われる。「自力調達」が16社存在するが、全体からみると微々たるものである。

⑤ 自力で全情報を処理する方法

将来、「漸減する」と答えたものは、129社（39%）で、前問の状況と比べると矛盾が感じられるが、設問の冒頭に「必要な情報を自力ですべて……」とあるのを、「一般情報以外の必要な情報を……」と解釈したものがあつて、これが、「変化なし」または、「増加」「判らない」の方に回答したために起つたことではあるまいか。

というのは「判らない」と答えたものが32社あるが、これが他の質問の場合に比べ、

とくに多いからである。

「変化なし」が87社「増加しよう」が68社と、2～3割のウエイトで、票が割れているのはこうした質問の不備によつて起つたとみられるふしもある。

⑥ 情報処理対策

情報の認識がかなり浸透、徹底している点はすでにみた通りであるが、情報処理の対策となるといつて変つて逡巡ぶりがみられるのも注目される。すなわち、「対策をたて、実行している」ものは2割にすぎず、大半(199社)は、「検討中」と答えている。これは認識がかなり浸透している割には、対策の目途が立つてないことを意味するもので、情報処理の困難性と、将来の方向が不明確であることによるものと考えられる。さらに情報処理について「全く考えていない」と回答したものが、少ないながら24社あつたことも一考に値しよう。

⑦ 情報供給機関の利用態度

この設問は、本アンケート調査中におけるポイントであるが、結果からみると、利用態度には、かなりきびしい判断が加えられていることが判る。すなわち「大いに利用する」は75社で23%にすぎず、「できるだけ利用する」が90社で最高(27%)、「ケース・バイ・ケースで考える」が77社で才2位(23%)さらに「将来検討」が75社(23%)と、4つの回答に大きく割れた感がある。わずかながら、前2者の積極的利用態度のものが、後2者をしのいでいるが、「全く否定」するもの(5社)を除き、両者はまず互角とみてよい。

⑧ 外部情報利用についての判断基準

前の質問においては利用態度を把握したが、ここでは、利用の場合の判断基準をただしたものである。この質問は、順位を付せしめたので、全回答者がほとんど全項に何らかの順位を付したため、集計がきわめて複雑となつたが、才1位を付したもののみにつてみると、「情報の内容」としたものが、圧倒的に多く、予想されたとおりの結果となつている。

「値段」「時間」「簡便さ」という基準もすべて「内容」を前提としたものであり、逆に云えば「内容」なくして、情報価値はありえないということになる。回答者の中には、その点を特記したものもあるが、設問の趣旨は、どんなに内容が良くても値段が高すぎたり、時間がかかりすぎたりしたならばやはり役に立たないのではなからうかという考え方に立脚している。

1.2.3 国際経済情報の供給機関に期待する調査項目

この調査事項は、本アンケートにおいて、ミクロ的把握の焦点となつてゐるが、それは情報需要者が如何なる回答（選択）を行なうかによつて、今後設置される供給機関の準備すべき提供情報の種類が大きく左右されることになるからである。海外情報のかなり広い範囲について収集・提供を行なつてきた日本貿易振興会においても、従来、幾度かの情報需要調査を行なつてきたが、具体的な例示を伴わなかつたため、需要の把握に隔靴搔痒の感をまぬかれなかつた。そこで、本調査では、海外経済情報を①一般経済、②一般貿易、③国民生活、④行政機関等、⑤企業経営環境、⑥業種別の6項目に大別し、それぞれをさらに、7ないし12項目に区分した。

国の経済関係情報を定型的に組合わせ、その全体を概観しうよう設計したモデルであり、一市場の基本的データを普遍的、網羅的に配分することを主眼としている。勿論これらのデータから派生したものや、加工・分析を加えたものは無数に存在するわけであるが、これらの情報を刻々とらえておけば、一応、1カ国の動向と実情を把握できる仕組みになつてゐる。

さらに、これら調査項目（総数58項目）の選択にあつては、平板的な選択に止まらず、提供サービスの予想される3つの形態、すなわち、

- ④ 非常に重要な情報は、定期的、自動的に、需要者に供給する。
- ⑤ 取引に影響力ある情報は、安く、迅速にかつ常時需要者に流す。
- ⑥ 参考情報は、妥当な料金で、必要の都度提供する。

という3つの区分に応じて、きめこまかい把握ができるよう、A、B、Cの記号によつて選択、記入を行なわせる方法をとつた。この方式によると、記入の記号総数は、あくまで記入者の自由意志にまかされておき、いくつ、Aを付そうと、Bを記入しようと、かまわないので、事後の集計結果分析のウエイトに関する面にやや難色があるが、需要者の指向、重要視の焦点は一応しぼられ、かつ、必要（重要）度がさらに加味されることとなり、かなりの示唆が与えられた。回答結果を概観するとつぎのとおりである。

- ①. すなわち、全58項目に対し、A印を記入した数は1,284、B印を記入した数は2,658
さらにC印は、6277を記録し、3者の総数は、10,219に及んでいる。
- ②. これらを回答総数329で除すと、1社平均A印は3.9個、B印は8.6個、C印は19.0
個、全体では31.0個記入したことになつてゐるが、C印は、かなり気軽に記入しているの
に対し、B印、さらにはA印は、相当慎重に判断し、厳選していることが判る
- ③. そこで、A、B、Cの判断には、かなり記入者の基準に差異があることを認め、A、B、
C、それぞれに、全体の需要が集中している点をさぐつてみた。すなわち、A印の総数、B印
の総数、C印の総数を、総項目数（58）で除し、平均記入数（1項目当り平均）を計算して

みると、それぞれ、22個、45個、108個となるので、A印については22以上、B印については45以上、C印については108以上の数を記録した項目に○印をつけてみたのが表1.3である。

表 1.3 個別情報に対する回答数

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		A	B	C
1 一 般 経 済 事 情	(1- 1) 人口(総人口・就業人口・所得階層別人口)	5	23	137
	(1- 2) 国民総生産(総支出の内訳・産業部門別内訳)	9	38	125
	(1- 3) 経済成長率(過去の成長率、今後1年間の成長見通し)	22	64	97
	(1- 4) 工業生産高(業種別付加価値構成比)	22	48	117
	(1- 5) 国民所得(1人当り国民所得)	11	42	114
	(1- 6) 貿易額(輸出入額・主要商品輸出入額)	30	64	106
	(1- 7) 生産(鉱工業生産指数・農業生産指数)	19	41	116
	(1- 8) 国家予算(予算額・財政方針)	11	42	114
	(1- 9) 国際収支(収支内訳・外貨準備・為替レート)	32	53	110
	(1-10) 景気状況(過去の動向と現況・将来の見通し)	50	79	91

調査項目（国別情報）（カッコ内は例示事項）		A	B	C
一般貿易事情	(2-1) 主要輸出入商品およびその対象国	(36)	(65)	95
	(2-2) 対日主要輸出入商品	(33)	(60)	102
	(2-3) 主要貿易関係団体・会社（主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社）	18	(58)	105
	(2-4) 主要対日取引企業	16	(62)	100
	(2-5) 当該国との取引で主要第3国企業	17	(53)	107
	(2-6) 輸出入手続	(41)	(59)	89
	(2-7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果	(38)	38	95
	(2-8) 貿易金融	(22)	(60)	89
	(2-9) 輸入制限（措置の内容と運動の実態）	(60)	(69)	85
	(2-10) 輸出入見通し	(41)	(68)	84
	(2-11) 取引に関連する生活慣習（祝祭日・営業時間）	8	38	131
	(2-12) 商事慣習と関連法規	(28)	(53)	117
3 国民生活	(3-1) 住宅事情（住宅の需給事情・家賃）	5	20	(131)
	(3-2) 主要耐久消費財普及状況	11	28	(126)
	(3-3) 福祉厚生（公共サービスの普及事情・医療事情）	3	10	(138)
	(3-4) 主要サービス料金（電気・水道・ガス・交通・通信）	4	25	(124)
	(3-5) 主要商品小売価格	18	(54)	116
	(3-6) 家計	4	16	(130)
	(3-7) 教育（教育制度・学校数・教師数・生徒数・文盲率）	2	15	(133)

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		A	B	C
4 行政機関・その他関係機関	(4- 1) 元首・閣僚名とその党派	5	25	107
	(4- 2) 議会 (議長・副議長名・議員数とその党派別内訳)	3	21	(110)
	(4- 3) 政党 (支持率・主要役員)	2	18	(115)
	(4- 4) 経済官庁 (所在・主要役職名)	11	31	(114)
	(4- 5) 経済団体 (所在・特色・役員名)	9	36	(115)
	(4- 6) 労働組合 (所在・特色・役員・組合員数)	6	15	(119)
	(4- 7) 重要人物の経歴	2	20	(121)
	(4- 8) 主要新聞・雑誌	8	35	(115)
	(4- 9) 研究所・経済学者・経済研究者	3	20	(125)
5 企業経営環境事情	(5- 1) 外資導入制度	(37)	(57)	98
	(5- 2) 資金調達事情	(32)	(53)	94
	(5- 3) 主要企業平均財務比率	18	45	(109)
	(5- 4) 税 制	(37)	(51)	105
	(5- 5) 労働事情	(28)	(51)	(109)
	(5- 6) 物価水準	(24)	(59)	(114)
	(5- 7) 主要金融機関	11	44	104
	(5- 8) 交通・港湾事情	(23)	39	(116)
	(5- 9) 建設の電力事情	13	31	(114)

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		A	B	C
6 業 種 別 事 情 (鉄 工 業 な ら び に 卸 し 、 小 売 り 業)	(6- 1) 企業数・労働者数	23	49	114
	(6- 2) 生産現況と見通し	41	72	97
	(6- 3) 設備投資(投資額・主要新規投資)	34	54	89
	(6- 4) 輸出額(主要相手国別)	37	60	90
	(6- 5) 輸入額()	42	72	86
	(6- 6) 主要業界団体(所在・特色・役員)	18	50	120
	(6- 7) 主要企業(社長名・資本金・売上高・ 主要製品)	36	61	100
	(6- 8) 主要企業平均財務比率	26	46	94
	(6- 9) 外国企業進出状況(関係外資名・外資 比率・主要製品)	42	68	93
	(6-10) 企業の新設・合併・倒産の実態	26	61	87
	(6-11) 新製品・新技術	71	69	85

これを概観して、まず注目される特徴は、大分類でみて(1)A, B, C印において万遍なく集中している場合、(2) A, B印に集中している場合(3) C印だけに集中している場合と3つのタイプに大きくわかれていることである。すなわち、① 一般経済事情と⑤ 企業経営環境事情は、A, B, C印がいずれも集中しているが、② 一般貿易事情と、⑥ 業種別事情は、A, B印に強い集中がみられる。さらに③ 国民生活と、④ 行政機関その他関係機関ではほとんどC印に集中しており、A印は1個もないという特徴がみられる。以上、3つのタイプをA, B, Cの印別で表現してみると、表1.4のとおりである。

こうした特徴を情報需要の集中の観点から換言してみると、全体として、全記号が集中しているのは、⑥ 業種別事情で、23項目で平均をこえている。ついで、② 一般貿易事情、①

一般経済事情の順となるが、③ 国民生活と④ 行政機関その他関係機関は、平均をこえる項目は最も少く、需要度からみると低水準にある。また、A、B、Cの記入の重要度から判断すると、①、一般経済事情と、⑤ 企業経営環境事情は、かなり重要で、常時、自動的、定期的に供給すべき情報であると同時に軽易で必要の都度供給さるべき情報でもあり、両者の性格を兼ね備えているということが判る。しかし、② 一般貿易事情と⑥ 業種別事情は、必要の都度入手するというのではなく、常時手元におくべき重要度を持つものが多く、③ 国民生活と④ 行政機関その他関係機関は、これらと逆に、必要の都度入手すればよいもので、重要度はさほど高くないものであるということができよう。

勿論、以上の3つのタイプもさらに各項をこまかくみるとそれぞれにちがった様相を包含しているわけで大分類のみで、結論を下すわけにはいかないことはいうまでもない。その辺の詳細な分析は、本文に譲ることとする。

表 1.4 大項目別にみた平均以上のA、B、C印の項目数

大項目別（小項目数）	A	B	C	計
① 一般経済事情 (10)	⑤	⑤	⑦	17
② 一般貿易事情 (12)	⑦	⑩	2	19
③ 国民生活 (7)	0	1	⑦	8
④ 行政機関、その他の関係機関 (9)	0	0	⑧	8
⑤ 企業経営環境事情 (9)	⑥	⑤	⑤	16
⑥ 業種別事情 (11)	⑩	⑪	2	23

2. 業種別・規模別にみた認識の分析

2.1 まえがき

国際経済情報に対する需要が、諸種の要因によつてますます増大しつつあることは、前報告「国際情報の現状と展望」において詳細に分析した。このような状況下において、個々の企業は当然海外情報に対し積極的な強い関心をもっているものと推定されるが、アンケートⅡ部およびⅢ部はこの点に関する企業の回答を問うている。本章はかかる回答を業種別・規模別に分析し、企業の情報に対する認識が如何なるものであるかを分析するとともに、可能な限り認識の背後にある要因を明らかにするよう努めた。以下「海外活動における海外情報の重要性」「海外情報の利用に関する外部依存度」および「国際経済情報の具体的項目」の三つに分けて、それぞれに対する企業の認識の度合いにつき分析することとする。

2.2 海外活動における海外情報の重要性に対する認識度

アンケートⅡ-1は海外活動において海外の情報をどのように考えているのかを問うているのであるが、回答は海外情報に対し強い関心を示している。すなわち海外情報が「なくてもよい」とする回答はゼロであり、「不可欠」だと極めて強い関心を示したものが、アンケート回答総数329社のうち60%に当る199社に達している。いまこの「不可欠」の内容を業種別・規模別に分け、それぞれの総数に対する比率を計算してマトリックスを作成すれば、表2.1のとおりである。

表2.1 アンケートⅡ-1 「海外情報に対する考え」に対する回答のうち「不可欠」の占める比率

業種別 \ 規模別	大	中	小	合 計
商 社	62.0%	33.3%	38.4%	48.0%
製 造 業	71.5%	30.4%	33.3%	64.0%
建 設 業	—	—	—	—
コンサルタント	100.0%	—	—	75.0%
合 計	70.0%	35.0%	38.0%	60.0%

(注) 大：資本金1億円以上、 中：1千万～1億円、 小：1千万円以下（以下同じ）

すなわち、大規模企業は業種の如何を問わず、総数の70%が「不可欠」との回答を示し、業種別では製造業が64%、コンサルタントが75%と特に著しい関心を持っていることが判る。以上を総合してみれば、海外情報に対する関心は規模の大きい製造業、コンサルタントほど強いといえる。また、商社も大規模のもののみを取り出せば62%と前二者に近い比率であり、このことは海外情報への需要の基盤となつている海外活動が、商品の高度化、多角化に伴つて活発になつており、大規模企業ほどこのような状況に対応しようとしていることの当然の帰結といえよう。ただ、大規模な企業の中でも、製造業やコンサルタントに比して、商社の割合の低いのはいかなる理由であらうか。大規模商社はすでに海外情報の収集処理の組織を整備しているのに対し、製造業はまだそれほどの段階に達せず、したがつて海外情報に対する関心がより強いのであらう。

つきに、海外情報に対し企業が強い関心を持つならば、このような関心は具体的な実行に結びついているはずである。アンケートⅡ-3は、海外情報を集中的に取扱う組織の設置を、またⅡ-6は、海外情報の増大への対応策の有無を扱っている。

まず、Ⅱ-3について、Ⅱ-1「海外情報に対する考え」の場合とは反対に、消極的あるいは否定的な回答の面から分析してみよう。表2.2は「不必要」「判らない」および回答なしの数の分布を、業種別、規模別に整理したものである。

表2.2 アンケートⅡ-3 「海外情報取扱部門」に対する回答のうち「不必要」「判らない」および無回答の占める比率

業種別 \ 規模別	大	中	小	合 計
商 社	8.3%	33.3%	30.7%	20.0%
製 造 業	8.7%	47.8%	33.3%	15.8%
建 設 業	—	—	—	—
コンサルタント	—	—	—	—
合 計	8.4%	37.2%	32.3%	16.1%

すなわち、大企業で否定的な反応を示したものは全体の僅か8.4%にすぎない。これに反し、中および小企業はそれぞれ37.2%および32.3%と比較的高い割合を示し、規模が小さいほど、海外情報の集中的体制整備への関心が薄いことが判る。

同様に、Ⅱ-6についても否定的な面から、情報処理のための特別の対策について「全

く考えていない」、「判らない」および回答なしの数を業種別、規模別にまとめたのが表 2.3 である。

すなわち、大企業で否定的な反応をしたものは、やはり総数の 8.9% にすぎないが、中小企業は高い割合を示しており、大企業ほど海外情報の増大に対して積極的に取組む姿勢を持っていることが判る。

業種別では商社も製造業もそれぞれ 20.0%、19.2% とほぼ同じ割合ながら、前表と同様商社に否定的回答がやや多い。

いずれにしても、Ⅱ-3 およびⅡ-6 で知りうることは、Ⅱ-1 において示された海外情報への関心が実行の面でも同じ傾向を示し、大企業に比し、中小企業ほどこの面での遅れが存在するということがいえる。

表 2.3 アンケートⅡ-6 「情報処理のための特別な対策」に対する回答のうち「考えていない」「判らない」および無回答の占める比率

業種別 \ 規模別	規模別			
	大	中	小	合 計
商 社	8.3 %	4 1.6 %	2 3.7 %	2 0.0 %
製 造 業	9.3 %	5 2.1 %	7 5.0 %	1 9.2 %
建 設 業	—	—	—	—
コンサルタント	—	—	—	—
合 計	8.9 %	4 4.1 %	4 7.0 %	1 9.7 %

2.3 海外情報の利用に関する対外依存に対する認識度

前節において、事業体が海外活動を行う上に海外情報が「不可欠である」、「沢山もつていたい」、「あつた方がよい」など、一応の関心を示す回答が大多数を占める点を明らかにした。このような前向きな姿勢が、そのまま海外情報を外部に求める結果になつていているとはいえないが、なおかつ海外情報の増大に対応する自社の処理能力に限界があり、また業務の合理化、効率化の面からも、海外情報をできるだけ外部に求めようとするのが一般的な傾向といえよう。

アンケートⅡ-4 「外部機関への依存」、Ⅱ-5 「情報の社内処理」およびⅡ-7 「海外経済情報に対する考え」に対する回答において、海外情報を外部に依存することに肯定的なものが、程度の差こそあれ大きな割合を示しているのは、上記のような傾向に合致するものという

ことができよう。

以下、海外情報の対外依存に関連するⅡ－4、Ⅱ－5およびⅡ－7の回答について業種別、規模別に分析してみよう。

まず、Ⅱ－4「外部機関への依存」について、「すでにそうした方針をとっている」と回答し、対外依存の方針を明白に決定しているもの159社につき業種別、規模別のマトリックスを作ると、表2.4のごとくなる。

表 2.4 アンケートⅡ 4「外部機関への依存」に対する回答のうち「依存決定」および「依存希望」・「検討中」の占める比率

業種別 規模別	大		中		小		合 計	
	依存決定	依存希望・検討中	依存決定	依存希望・検討中	依存決定	依存希望・検討中	依存決定	依存希望・検討中
商 社	33.3%	58.3%	50.0%	33.3%	38.4%	38.4%	38.0%	46.0%
製 造 業	48.1%	48.1%	52.1%	26.1%	50.0%	33.3%	50.4%	40.6%
建 設 業	—	—	—	—	—	—	—	—
コンサルタント	60.0%	40.0%	87.5%	—	—	12.5%	68.7%	25.0%
合 計	45.9%	47.3%	58.1%	23.2%	44.1%	35.3%	48.3%	40.7%

すなわち、規模別にみると、中規模のものが58.1%と多く、大企業および小企業はほぼ同じ程度の割合を示している。また業種別にみると、コンサルタントは68.7%と極めて比率が高く、ついで製造業、商社の順となつている。とくに大規模商社は33.3%と最低を示しているが、これらの業者は従来自己の力で海外情報を処理してきたことの反映であろうと思われる。

以上の傾向をさらに究明するために、同じくⅡ－4「外部機関への依存」に対し、「将来は対外依存の方向で行きたい」、「そうした方向を現在検討中である」と回答し、将来対外依存の方針をとり入れようとしているもの134社について、同じく業種別、規模別のマトリックスを作ると表2.5のようになる。

表 2.5 アンケートⅡ-4 「外部機関へ依存」に対する回答のうち「依存希望」および「検討中」の占める比率

業種別 \ 規模別	大	中	小	合 計
商 社	5 8.3 %	3 3.3 %	3 8.4 %	4 6.0 %
製 造 業	4 8.1 %	2 6.1 %	3 3.3 %	4 0.6 %
建 建 業	—	—	—	—
コンサルタント	4 0.0 %	—	1 2.5 %	2 5.0 %
合 計	4 7.3 %	2 3.2 %	3 5.3 %	4 0.7 %

まず規模別にみると、大企業と中小企業とでは両者の比率が前表と逆転している。すなわち、大企業では45.9%から47.3%へと増加し、中および小企業ではそれぞれ58.1%、44.1%から23.2%、35.3%と減少し、とくに中小企業において変化の度合いが激しい。これは、大企業ではすでに自力で海外情報を処理する体制ができていたところへ、海外情報の急激な増大を背景として、一般的・基礎的な情報は外部に依存した方が経済的、効率的であると判断する段階に達したため、一般的情報についての対外依存を検討し始めたためであろう。

また中小企業では従来とも自力での情報の処理能力がなく、近來の海外情報増大とかかわりなく、すでに海外情報は外部へ依存してきたことを反映しているものと思われる。

つぎに業種別にみると、規模別にみた場合と同じように、商社と製造業およびコンサルタントとでは両者の比率が前表と逆転している。

すなわち、商社は38.0%から46.0%と増加し、製造業およびコンサルタントはそれぞれ50.4%、68.7%から40.6%、25.0%へと減少している。とくに前表で最小であった大規模な商社は33.3%から58.3%へと大幅に増加しており、業種についても、規模別の場合にみたごとく、海外情報の既存の自力処理能力と海外情報増大との関係が同じように作用していると推定される。いずれにせよ、上に述べたような要因が重なって、規模の大小を問わず、また業種の差にかかわらず、海外情報を外部へ依存しようとする関心は強く、最初に述べた一般的傾向と合致しているということがいえる。

Ⅱ-5「海外情報の社内処理」に関する質問は、Ⅱ-4「外部機関への依存」に対応して海外情報の自力処理に重点をおいている。

したがって、前述した対外依存への積極的な関心があることから推定して、社内自力処理は減少するであろうという回答が当然増加すると予想されるが、回答の結果は必ずしもそのように

なっていない。

例えば、Ⅱ－４で対外依存の方針をすでにとつていると回答した中小企業は、それぞれ全体の 5 8.1 %, 4 4.1 % と高率を示していたのかかわらず、Ⅱ－５で社内の自力処理は減少するであろうと回答した中小企業は、対外依存ほどの高率を示さず、それぞれ 3 0 % 前後にとどまっている。これに対し、大企業は対外依存決定の回答が 4 7.3 % であつたのに対し、自力処理が減少するという回答は 4 0.6 % とそれほどの落ち込みを示していない。このことは、対外依存と自力処理減少とは大企業では比較的相関関係にあるが、中・小企業では海外情報確保の体制整備が十分に行なわれず、一部は対外依存へ、一部は自力処理へと相反する傾向があることを示しているといえよう。

表 2.6 はⅡ－５「海外情報の社内処理」について、自力処理は「将来次第に減少していくであろう」と答えたものの業種別、規模別マトリックスである。

表 2.6 アンケートⅡ－５ 「情報の社内処理」に対する回答のうち「減少する」の占める比率

業種別 \ 規模別	大	中	小	合 計
商 社	5 4.1 %	2 5.0 %	3 0.7 %	4 0.0 %
製 造 業	4 3.1 %	2 6.1 %	3 3.3 %	3 9.5 %
建 設 業	3 0.0 %	—	—	3 0.0 %
コンサルタント	8 0.0 %	5 0.0 %	—	5 6.2 %
合 計	4 0.6 %	3 0.2 %	2 9.4 %	3 9.2 %

すなわち、自力処理が減少するであろうと見るものは、大企業で 4 0.6 % にのぼり、中・小企業の比率 3 0.2 %, 2 9.4 % を上廻っており、前述のような傾向を示唆している。

また、業種別には商社と製造業とではほとんど比率が同じで、対外依存と自力処理の間には、前述のような相反する傾向は見当たらない。

つぎにⅡ－７は、一般的な海外経済情報の供給機関に対する考えを問うており、いわば、海外情報の対外依存に値段の要素を付加したものである。

回答全般からみれば、かかる形態での外部利用に対し否定的なものはほとんどないが、中立的な、いわば慎重な回答が多い。

すなわち、海外情報の供給機関の有料利用につき「できてから検討する」「ケース・バイ・ケースで考える」と答えたものが多い。

表 2.7 は、このような比較的慎重な回答を業種別、規模別のマトリックスにまとめたものである。

表 2.7 アンケートⅡ-7「海外経済情報に対する考え」に対する回答のうち「将来検討」および「ケース・バイ・ケース」の占める率

業種別 \ 規模別	規模別			
	大	中	小	合 計
商 社	4 1.6 %	6 6.6 %	6 9.2 %	5 6.0 %
製 造 業	4 3.1 %	5 2.1 %	6 1.1 %	4 5.7 %
建 設 業	—	—	—	—
コンサルタント	6 0.0 %	3 7.5 %	—	3 7.5 %
合 計	4 3.7 %	5 3.5 %	6 1.7 %	4 6.2 %

すなわち、規模別にみれば、規模が小さくなるほど慎重な回答が多く、業種別にみると商社が最も慎重な回答をしている。ただし、大規模なもののみをとれば商社は逆に慎重な回答が少ない。これを裏返せば大規模な商社が最も積極的であり、表 2.5 に見られる傾向と同じ結果となっている。

2.4 具体的な情報内容に対する認識度

アンケートⅡ部は、国際経済情報の供給機関に期待する項目について各企業の需要とするものを、A、B、Cの度合に応じて回答するよう求めている。いまA、B、Cの度合にかかわらずとにかくA、B、Cのいずれかを付したものとそれ以外のものとに分ければ、前者は上記のような調査項目に対し前向きな姿勢を有する回答であり、後者は無関心な回答であると推定できるであろう。調査項目を① 一般経済事情、② 一般貿易事情、③ 国民生活、④ 行政機関その他の関係機関、⑤ 企業経営環境事情、⑥ 業種別事情に大別し、前記の前向きなものと無関心なものの数を業種別、規模別に分類すると表 2.8 のようになる。ただし、建設業については回答した事業体が大規模企業のみなので業種別の例から除外した。

表 2.8 個別情報に対する前向きな回答数と無関心な回答数

表 2.8.1 (商 社)

	I	II	III	IV	V	VI
前向きな回答	169	318	158	184	223	264
無関心な回答	331	282	185	266	218	286

表 2.8.2 (製造業)

	I	II	III	IV	V	VI
前向きな回答	1,157	1,685	686	977	1,200	1,588
無関心な回答	1,183	1,123	952	1,129	906	986

表 2.8.3 (コンサルタント)

	I	II	III	IV	V	VI
前向きな回答	88	104	47	56	98	110
無関心な回答	72	88	58	88	46	66

表 2.8.4 (大規模企業)

	I	II	III	IV	V	VI
前向きな回答	1,144	1,745	752	1,065	1,281	1,605
無関心な回答	1,096	943	816	951	735	859

表 2.8.5 (中規模企業)

	I	II	III	IV	V	VI
前向きな回答	170	222	97	109	162	211
無関心な回答	260	294	204	278	225	262

表 2.8.6 (小規模企業)

	I	II	III	IV	V	VI
前向きな回答	117	145	71	83	105	168
無関心な回答	223	263	167	223	201	306

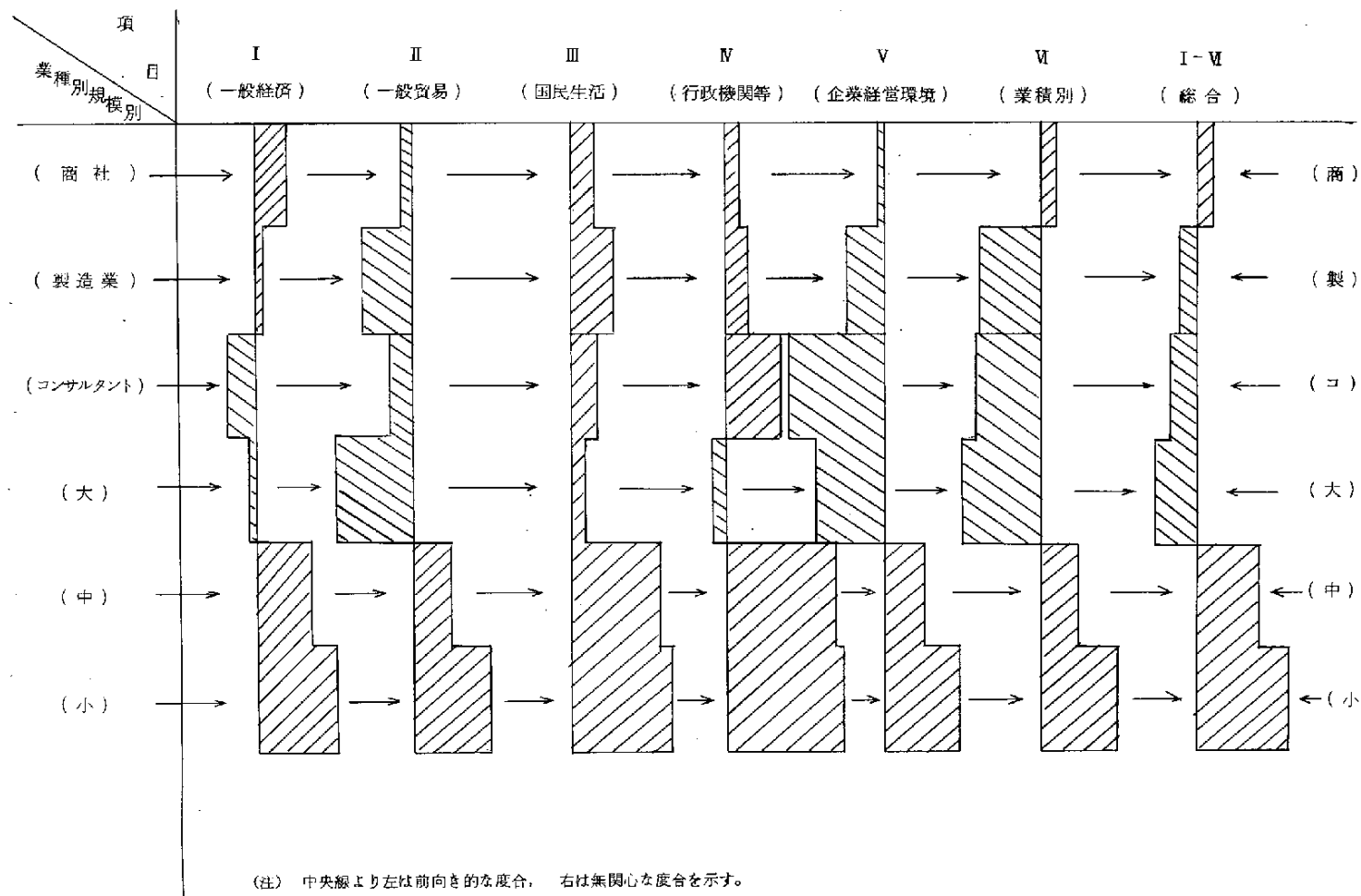
以上の数字を判り易くするために両者の平均値をとり、前向きなものと無関心なものを除し、表にすれば表 2.9 のとおりである。

表 2.9 意欲的(前向きな姿勢を有する)回答数と無関心なものの回答数の平均値に対する比率

業種別 規模別 項 目		I	II	III	IV	V	VI	I—VI
商 社	意欲的	—	1.06	—	—	1.01	—	—
	無関心	1.10	—	1.08	1.04	—	1.04	1.05
製 造 業	意欲的	—	1.20	—	—	1.14	1.23	1.07
	無関心	1.01	—	1.16	1.07	—	—	—
コンサルタント	意欲的	1.10	1.08	—	—	1.36	1.25	1.09
	無関心	—	—	1.10	1.22	—	—	—
大	意欲的	1.02	1.29	—	1.05	1.27	1.30	1.16
	無関心	—	—	1.04	—	—	—	—
中	意欲的	—	—	—	—	—	—	—
	無関心	1.21	1.14	1.35	1.43	1.16	1.11	1.22
小	意欲的	—	—	—	—	—	—	—
	無関心	1.31	1.29	1.40	1.45	1.31	1.28	1.33

また、これを図示すれば、図 2.1 のようになる。

図 2.10 個別情報に対する意欲的・無関心なものの回答



なお、業務別、規模別、意欲的回答数および無関心なものの回答数は表 2.1 0 のとおりである。

表 2.1 0 業種別にみた意欲的回答数および無関心なものの回答数

項目 業種別 規模別	I		II		III		IV		V		VI	
	意	無	意	無	意	無	意	無	意	無	意	無
(商社)(大)	84	156	210	78	110	58	131	85	151	65	184	80
(")(中)	49	71	60	84	32	52	34	74	41	67	45	87
(")(小)	26	104	36	120	16	75	19	98	31	86	35	108
(製造業)(大)	949	881	1411	785	573	708	850	797	1026	621	1308	705
(")(中)	98	132	134	142	49	112	55	152	84	123	131	122
(")(小)	84	96	106	110	54	72	61	101	69	93	114	84
(建設業)(大)	62	38	62	58	36	34	47	43	61	29	60	50
(コンサル タント)(大)	46	4	58	2	30	5	36	9	43	2	50	5
(")(中)	23	57	28	68	16	40	20	52	37	35	35	53
(商社)(計)	169	331	318	282	158	185	184	266	223	218	264	286
(製造業)(")	1157	1183	1685	1123	686	952	977	1129	1200	906	1588	986
(コンサル タント)(")	88	72	104	88	47	58	56	88	98	46	110	66
(大)(")	1144	1095	1745	943	752	816	1065	951	1281	735	1605	859
(中)(")	170	260	222	294	97	204	109	278	162	225	211	262
(小)(")	117	223	145	263	71	167	83	223	105	201	168	306

以上の表によつて業種別、規模別に主な特色を分析してみよう。

- ① 規模別に概観すると、すでに前節でも明らかであつたと同様に、規模の大きい企業ほど前向き姿勢を有し、中小企業では関心の度合が著しく低いことが判る。中小企業では比較的実際の取引に密着した特定の情報が要求され、しかもそのような情報は特定のルートで処理されてしまうので、当アンケートで取り上げられたような国民経済ベースの調査事項は必要されることが少ないためであろう。
- ② 業種別に概観すると、製造業、コンサルタントに比し、ここでも商社は全体として無関心を回答を示している。ただし、大規模な商社のみをとつてみると

I (- 1.3 0)	II (+ 1.4 5)
III (+ 1.3 1)	IV (+ 1.2 1)
IV (+ 1.3 9)	VI (+ 1.3 9)

となつてIを除き前向きな関心を持つている。

したがつて、中小商社はとくに低い関心しか持つていないことになるが、その理由は上記

- ①で述べたとおり、調査項目が個々の取引に余り密着していないためであろうと推定される。また、大規模商社がIの一般経済事情に無関心であるのは、大規模商社は、すでにこのような項目につき十分な収集体制を整備しているためであると考えられる。
- ③ 業種別項目別にみると、プラントなどの大型取引、資本取引などに関係深いコンサルタントが、一般経済、企業経営環境、業種別事情など、相手国の事情に強い関心を持つている。また、製造業が商社に比して一般貿易事情に関心が強いのも、製造業が直接海外活動を活潑に行なうようになつたにもかかわらず比較的海外の情報網を持つていないことの当然の結果であろう。
- ④ 規模別の観点から項目を相互に比較してみると、相対的に一般貿易事情、企業経営環境、業種別事情に関心が強いことが判る。
- ⑤ 以上を総合すると、業種別事情に対する大規模な製造業の関心が最も強く、行政機関等に関する情報に対するコンサルタントの関心が最も低いことになる。

3. 重要性の認識度と供給機関利用態度の分析

3.1 ま え が き

第1章において、すでに企業が、国際経済情報に対して如何なる認識をもち、外部の供給機関に如何に依存していこうとするのかを、業種別規模別に概観してきたが、本章は、アンケート調査の中核的目標の一つとなつている認識度と利用態度について、さらに一段と深く、きめの細かい分析を試み、現在、漸進しつつある、情報供給専門機関の整備への示唆を得ようとするものである。アンケート第Ⅱ部の設問は、① 海外情報に対する認識 ② 海外情報の入手ルート ③ 海外情報、専門取扱い部門 ④ 一般情報の対外依存方針 ⑤ 情報の自力調達 ⑥ 情報処理対策 ⑦ 供給機関設立の場合の態度 ⑧ 機関利用の判断基準項目の8問となつているが③と⑥、④と⑤ ⑦と⑧は、表裏の関係にあるか、または大きな関連を有しており、全体を要約すると

- (1) 海外情報に対する認識度
- (2) 海外情報の入手ルートと部内取扱い
- (3) 海外情報の内部処理と対外依存
- (4) 海外情報の専門機関の利用

に分類することができる。なお、設問 ④と⑤ が表裏となる関係を予想していたが、⑤について、「必要な情報」を④の「一般的、基礎的、普遍的な公開情報」以外のものとして回答したと思われるものが、かなり見受けられ、この関係は、予想を裏切つたものとなつたこと、⑥の設問は、海外情報以外を含めて、全情報の情報対策について答えたと思われるものが多く、現在「検討中」と答えたものが、全回答の3分の1近くを占め、④の対外情報依存方針が、ほぼ全体の半ばを占めている事実と矛盾している点などが、問題点としてあげられるが、いずれも質問の技術的な不備によつて起つた事実として考えられるので、ここに指摘しておきたい。

①から⑧に至る8つの設問に対する回答の内訳は、すでに「はしがき」において説明されているので重複を避けるが、この一群の質問グループにおける回答を積極、消極、否定、不明の4つに大別してみると表3.1のとおりで、全体としては、肯定的な方向を示しているものの、積極グループ数は、①認識度では272、④対外依存では224と、いずれも全体の3分の2内外をしめているが、③部内機関では161、⑤将来の方向では129と下降し、⑦供給機関利用では75、⑥情報対策では65と急落している。これらの状況を要約して、結論づける。

- (1) 情報に対する認識にきわめて強く浸透している。
- (2) すべての情報を自力処理(収集、整理、分類、保管)することは、もはや時代遅れである

という考え方も、全体の3分の2もあり、かなり徹底している。

(3) しかし、社内に専門機関(部課)を置くことや将来、自力処理に対する限界をみきわめることについては、かなり未だ迷っている面が強い。

(5) さらに、情報機関を積極的に利用しようとする認識や体制、全体としての情報処理対策になると、さらにウエイトが落ち、はつきりとした方針が確立していないといえよう。

表 3.1 回答の積極・消極の区分

質問内容	積 極		消 極 (あつた方がよい)	検討中 (未定)	そ の 他		無記入
	A	B			否定	不明	
① 認識度	272 (199)	(73)	44	0	0	3	10
② (省略)	—	—	—	—	—	—	—
③ 部内機関	161 (7)	(154)	65	45	18	20	20
④ 対外依存	224 (159)	(65)	0	70	16	12	7
⑤ 奨励の方向	129		87	0	68	32	13
⑥ 情報対策	65		0	199	24	21	201
⑦ 供給機関 利 用	75		90	152	5	1	6
⑧ (省略)	—	—	—	—	—	—	—

(注) Aは「不可欠」と回答したもの数、Bは「沢山もつていたい」と回答したもの数

極言すると、認識は、情報化社会の進展に伴って向上しているものの、方針や体制の面ではかなりのためらいや迷いが現われており、必ずしも言行一致していない。行動の面では否定不明、検討中の回答がきわめて大きくなっているのもこの辺の事情を裏付けるものである。情報に対する重要性の認識が、大半、認識の域に止まつており、実行に移されていないといつては過言かもしれないが、少なくとも、ニーズを有する側から「専門の情報供給機関を、早急に設立して欲しい」というムードがあふれているという見方はできない。

つぎに設問の順を追いつつ、設問相互間の関係を分析してみよう。

3.2 重要性に対する認識度

全回答329社中海外情報は「不可欠」と答えているものが、199社(61%)もあつたことは、予想どおりであるが、これに情報を「沢山持つていたい」と回答した73社(22%)を加えると、8割以上、さらに「あつた方がよい」(13%)を含め、重要性をともかくも認識しているものの比率は96%にも達する。正に「認識は充分にある」ということが示されて

いる。

3.2.1 業種別にみた認識度

業種別における認識度に関する回答をみたのが表3.2であるが、「不可欠」と「沢山」をあわせて、高い認識度としてみると、商社が80%、製造業が86%、建設業が50%、コンサルタントが、75%で（その他は65%）認識レベルは、製造業、商社、コンサルタント、その他、建設業の順となり、① 海外情報の入手手段 ② 海外事業への進出意欲 ③ 企業内に占める海外取引のウエイトなどが、相互にからみあつて、海外情報に対する認識が業種毎に微妙なニュアンスの差を示している点がうかがわれる。

これと裏腹なのが「あつた方がよい」という考え方で、建設業、コンサルタント、商社、製造業の順になつており、「なくてもよい」という否定派や「わからない」という逃避派は、全業種を通じて皆無に近い（製造業3社）点とともに注目されてよいであろう。

こうした業種差の現れる理由を裏付けるものとしてつきに、海外情報の入手ルートとの関係をさぐつてみよう。

表 3.2 業種別にみた海外情報認識度

情報の認識度 業 種	不可欠	沢 山	あ つ た 方 が よ い	なくとも よ い	不 明	そ の 他 共 計
商 社	25 (13\50)	15 (21\30)	10 (23\20)	0 (0\0)	0 (0\0)	50
製 造 業	150 (75\64)	52 (71\22)	24 (55\10)	0 (0\0)	3 (100\1)	234
建 設 業	3 (1\30)	2 (3\20)	4 (10\40)	0 (0\0)	0 (0\0)	10
コンサルタント	11 (6\69)	1 (1\6)	4 (10\25)	0 (0\0)	0 (0\0)	16
そ の 他	10 (5\50)	3 (4\15)	2 (5\10)	0 (0\0)	0 (0\0)	19
計	199	73	44	0	3	329

(\) 内は%, 左側は縦行, 右側は横行の百分比を示す。

3.2.2 海外情報の入手ルート別分析

この設問は、重複回答を許したため、回答総数ははなはだしく膨張し1,176となつたが、中でも海外出版物(229)と取引相手(226)がトップを占め、ついで、駐在員(154)国内報道機関(143)、内外調査機関(144)、提携先(125)のグループがきて、最後に、現地法人(94)海外支店(44)、海外通信特約(17)と、急減している。これらの回答は、重複しているので、直接に情報の重要性に対する認識度との関係を分析することはむづかしいが、海外に支店、駐在員、現地法人を持つている総数と対比してみると、表3.3のとおりである。

表 3.3 海外施設と情報供給の関係

供給機関 施設	回答者のうち海外施設を持つ ているものの数(Iの6)	左のうち海外情報の報告を受 けているものの数(IIの2)
海外支店	39 (社)	44 (社)
駐在員	158	154
現地法人	108	94
提携会社	139	125
その他	59	—

(注) 右の数が、左の数より少くなるのが当然で、海外支店の場合は、回答者のミスによるものと思われる。

すなわち、海外施設からは、ほとんどのものが情報入手を行なっており、海外施設を有していない企業は、この面で、大きなマイナスとなつているものと考えられる。最近、製造業のみでなく、輸送業、建設業、調査受託業(マーケティング)、観光業、金融業(銀行)など、いづれも海外施設の数を増加しようと懸命に努力していることもこの辺に原因があるのではあるまいか。

そこで、つぎに在外施設の有無と、認識度との関係をみてみよう。

3.2.3 在外施設(支店その他を含む)と認識度との関係

在外施設および提携会社の有無をみたのが表3.4であるが、海外に全く手足をもたない企業の割合は、商社で10%、製造業で26%、建設業で30%、コンサルタントで56%となり、さらに業種別における認識度とつき合せてみると、表3.5のとおりで、仮に「海外の入手手段をもつ割合」と「認識度の高い割合」をつき合わせて係数化すると、建設業0.7、商社0.9、製造業1.2、コンサルタント1.7となり、海外施設のあるもの＝海外企業活動のウエイトとしてみると、認識度/海外活動の係数の大なる業種が、相対的に情報需要がよい

表 3.4 業種別にみた海外施設の有無

(%)

海外施設の有無 業 種	総 数 A	海外支店等 をもつもの B	左 記 の ないもの A-B (C)	提携会社の みあるもの D	海外に何も ないもの C-D (E)	E/A (%)
商 社	50	37	13	8	5	10
製 造 業	234	138	96	36	60	26
建 設 業	10	6	4	1	3	30
コンサルタント	16	5	11	2	9	56
そ の 他	19	4	15	15	0	0

表 3.5 海外施設と海外情報認識度との関係

認識度 海外施設 業 種	認 識 度 (高いものの%) A	海外に手足の ないものの% (表 3.4 の B) B	海外に何らかの 手足をもつもの C (100 - B)	A/C
商 社	80 %	10 %	90 %	0.9
製 造 業	86 %	26 %	74 %	1.2
建 設 業	50 %	30 %	70 %	0.7
コンサルタント	75 %	56 %	44 %	1.7

とみることができないであろうか。製造業が商社を上廻っているのは、直販に対する最近のめざましい意欲、在外施設の不十分なことが間接的に需要を助長していることなどを考慮してみると、この比較も故なしとしないであろう。

3.2.4 海外事業活動のウエイトと情報認識度

アンケート I の 5 の設問で、海外事業活動の全事業に対するウエイトを求めているので、これと既述の認識度との関係をみたのが、表 3.6 であるが、これによつて、注目される点をあげてみると

- (1) 「最大のウエイトをもつ」と答えた 43 社のうち、海外情報を「不可欠」と同時に答えたものは 24 社で 56 % にすぎない点は余り論理的でないと思われる。海外に手足を持ち、かなり充分な海外情報がそこから入っているために認識度が稀薄になるのであろうか。「重要だ」と答えた 104 社のうち「不可欠」が、やはり、56 %、(59 社) となつているのも、こうした見方で解釈されるであろうか。

表 3.6 海外の事業活動のウエイトと情報価値の認識度との関係（全業種合計）

Ⅱの1 価値の認識度 Ⅰの5 重要度	不可欠	沢 山	あつた方がよい	なくてもよい	不 明	その他 共 計
最大のウエイト	24	11	6	0	0	47
きわめて重要	90	22	4	0	0	119
重 要	59	30	13	0	0	106
（ 上 記 計 ）	173	63	23	0	0	272
それほど重要でない	7	2	6	0	1	17
僅かなウエイト	8	5	10	0	2	25
不 明	1	0	1	0	0	3
その他 共 計	199	73	44	0	3	329

(2) ところが、「きわめて重要」と答えたものの場合は上記とは、いささか趣を異にしており、119社中、「不可欠」としたものは90社（78%）ときわめて高率で、この場合「あつた方がよい」という消極派は、4%弱と、きわめて少ない点も注目される。前項と合せて考えてみると、「きわめて」という言葉をとくに強調して、この答を採用した企業が、海外進出を強く意図しており、かつ、海外の手足に乏しい（大半が製造業ではないかと思われる）点がかうした形を示したのではないかと思われる。

(3) 以上の三者をあわせてみると海外事業が「重要」と答えたもの272社中、173社（66%）が情報の「不可欠」性を示している点は当然で、むしろ、「沢山ほしい」「あつた方がよい」など、やや消極的な認識度の企業が残る34%と3分の1をこえる点に問題があろう。

3.2.5 製造業と海外情報需要

表 3.7 は昨年11月通産省が行なつたアンケートの結果で、製造業者が海外活動（販売）努力の力点をどこに置いているかを示すものであるが、現在、海外に手足をもつものは1割余りであり、これを動員して、努力すると答えたものは少ない。これを補うものが、代理店網の整備で、2割弱を占めている。全業種を通じて最もウエイトの高いのが、調査員の派遣で、金属、繊維の場合は、3割をこえている。その原因を考えると、第1に情報の不足があげられ、ついで、海外情報源の不十分、行動の自由、重点的な周遊経費負担などの順と

なるが、海外進出の強い意欲に対して、海外支店等の拡張、代理店の整備などより、情報収集の直接効果のあがる調査員派遣にウエイトが集中している。

製造業の海外の手足なり、海外機関（情報源）となるものをさらに詳しくみたのが、同アンケートによる表3.8で、全製造業中、19.3%が、海外の手段（アフターサービスのための）が全くないと答えている。自社直営のサービス機関を海外に持つものは、機械の16.7%がとくに高く、重化学工業平均の14.6%は、軽工業の5.8%を大きく上回っている。

さらに、同アンケートで海外市場調査の方法を調査したのが表3.9であるが、海外市場の調査は、いふなれば海外情報の入手ということで、その入手整備、分析などを、自社で直接行なうもの（33.0%）と国内商社を通ずるもの（32.5%）がほぼ半々であるという点は注目される。業種別では、かなり区々の動きを示し、繊維、金属では後者が、また、機械、化学では前者が、大きなウエイトを占めている。

表 3.7 製造業における海外販売努力の方法

(%)

業種 販売 努力の方法	全 製 造 業	(軽工 業)	(繊維)	(重化学 工 業)	(機械)	(金属)	(化学)
支店等海外 手足を通して	11.9	10.0	14.2	12.1	13.6	6.6	12.3
代理店網を 整備して	15.7	15.8	4.7	15.8	17.4	9.5	16.3
調査員の派遣	24.2	31.8	32.3	22.9	19.7	31.3	25.3
調査団(業 界)の派遣	11.2	12.2	15.0	10.8	8.7	16.1	12.6
見本市参加	13.2	8.7	11.0	14.5	17.2	14.2	7.6
海外PR (海外誌等)	16.9	14.5	15.8	17.8	18.7	12.8	19.3
TV・ラジオ によるPR	2.4	1.9	3.2	2.2	1.8	1.0	3.6
そ の 他	4.5	5.1	3.8	3.9	2.9	8.5	3.0

(注) 68年11月通産省通商局「企業経営における輸出の地位」(アンケート)による。対象1,070社中、804社(75.1%)回答

表 3.8 製造業の海外アフターサービスの方法

(%)

業種 アフターサービスの方法	全製造業	(軽工業)	(繊維)	(重化学工業)	(機械)	(金属)	(化学)
自社直営	13.1	5.8	11.8	14.6	16.7	10.4	9.1
他社と共同	5.4	1.2	2.9	6.4	5.6	2.1	12.1
代理店一任	37.0	36.1	14.7	37.7	39.8	22.9	39.4
その他	25.3	27.9	35.3	24.6	22.5	31.3	28.3
海外の手足なし	19.3	29.0	35.3	16.7	15.4	33.3	10.6
(サービス機 関計画)	(38.5)	(17.4)	(20.0)	(47.6)	(48.8)	(50.0)	(33.3)
必要でない	37.3	47.8	47.6	29.4	12.6	57.8	44.3
無回答	2.2	4.7	1.6	1.4	—	4.4	1.7

(注) 資料出所前表に同じ

表 3.9 海外市場調査の方法

(%)

業種 市場調査の方法	全製造業	(軽工業)	(繊維)	(重化学工業)	(機械)	(金属)	(化学)
自社直接	33.0	35.4	38.5	33.3	34.0	30.0	34.6
海外の調査機	2.1	0.8	1.0	2.3	2.7	0.6	2.8
国内の調査機	3.3	1.6	2.1	3.8	4.4	2.9	3.2
海外代理店	13.4	11.4	2.1	14.6	15.4	5.2	20.6
国内商社	32.5	39.4	49.0	29.4	24.7	43.9	28.0
ジエトロ (日本貿易振興会)	12.0	7.1	5.2	13.7	15.7	11.6	10.8
実施していない	3.7	4.3	2.1	2.9	3.1	5.8	0
無回答	0.3	0	0	0.5	0.2	1.7	0

(注) 資料出所前表に同じ

3.2.5 認識度と情報対策

以上、情報に対する認識度は如何なる業種または、海外ウエイト区分、入手ルート区分と関連があるかを見てきたが、つぎに、認識度が、企業の情報に対する対策または対外依存方針さらに専門部課の設置など前向きな姿勢と関連しているか、すなわち、認識が、実行、実施、方針などをどのように推進しているかを観察してみよう。

表 3.1 0 情報の認識度と情報処理対策との関係

Ⅱの1情報認識度 Ⅱの6情報処理対策					
	すでに実行	検討中	考えていない	不 明	その他共計
不 可 欠	5 1	1 3 3	6	5	1 9 9
沢 山	6	4 4	7	6	7 3
あつた方がよい	7	2 1	9	5	4 4
なくてもよい	0	0	0	0	0
不 明	0	0	0	3	3
そ の 他 共 計	6 5	1 9 9	2 4	2 1	3 2 9

(1) 認識度と情報処理対策との関係

表 3.1 0 は、情報価値の認識度が、情報対策とどうかみ合っているかをみたものであるが、両者の関連を指摘するまえに、全回答者の 6 0 % が、未だ情報対策を検討中と答えている点が注目される。すなわち、認識度では、全体の 8 3 % が、ともかく積極的な認識を示したのに、対策では 6 0 % が「検討中」、7 % が「全く考えていない」さらに 7 % が「不明」と答え、わずか 2 0 % が「すでに実施中」として、行動に移している事実は、情報対策の困難性を意味するの、認識の方が、マスコミの助長で先行し、内部の検討が立遅れていることなのか、は別として、海外関係企業の海外情報処理対策の樹立が目下の急務となつてのことだけは断言できよう。

ところで、認識と対策のかみ合いで、注目されることは、第 1 に「不可欠」と答えたグループでは、さすがに「実施中」(対策済)のウエイトがたかく、グループの 2 5 % (約 1 / 4) にのぼっている。反面、「考えていない」組や「不明」組は、5 % ときわめて少ない。ところが「沢山ほしい」「あつた方がよい」と答えたやや消極組では「検討中」が半ばを占めるのを別として、否定的なものの数がそれぞれ 1 8 %、3 2 % ときわめて高くなつている点が対照的である。全体的な行動の立遅れは、ともかく、やはり認識が高い企

業において、対策がはつきりしているということは全体的にみて明らかである。残る問題は、「検討中」と答えたものが、何時の時点で、または、何時迄に対策を決定するかということである。「検討中」の約200社から、無策（対策なし）という結論が出る可能性すらあるといえよう。

対策の一つの現われとして、社内に海外情報を専門的に取扱い機構をつくることがあげられる。

つぎにそれをみてみよう。

(2) 認識度と内部専門（情報処理）部門設置の関係

内部専門部課の設置については、表3.1.1にみるとおり、全回答のほぼ半数が既設と答えており、情報処理対策について検討中としているものが過半数（全体の2/3）に及んでいることと若干矛盾が感じられるが、従来から設置していたところが多いこと、この設置は、対策のごく一部と考えられていることなどを考慮すれば一応の説明がつくであろう。

表3.1.1 専門部課設置と認識度の関係

Ⅱの3部課設置 Ⅱの2情報認識度	既 設	増設希望	新設希望	不必要	検討中	不 明	その他 共 計
不 可 欠	109	6	35	11	25	7	199
沢 山	28	1	15	4	11	4	73
あつた方がよい	14	0	10	3	7	6	44
なくてもよい	0	0	0	0	0	0	0
不 明	0	0	1	0	1	1	3
そ の 他 共 計	161	7	65	18	45	20	329

対策済は20%、専門部課は50%ということであるから、差引30%は、専門部課の配備を情報処理対策と考えていないということになる。

「不可欠」、「沢山」、「あつた方がよい」という認識度順で、「既設」のウェイトをみると、それぞれ55%、38%、32%と順次低下している。これは、認識が徹底してくると、専門部課が必要となってくる関係がみてとれよう。「新設希望」のウェイトが逆に17%、20%、22%と順に高くなっているのが注目されるが、これは「不可欠」と回答したものは、すでに十分な配置が完了しているから、新設の余地が少ないことが主たる理由であろう。

「不必要」、「検討中」、「不明」など、部内配備に否定的もしくは消極的な考え方を

もつウェイトがこれまた認識度の低下に平行して、22%、26%、37%と逆に上昇していることは当然といえよう。

(3) 認識度と対外依存との関係

つぎに、情報の認識度→情報対策の樹立→情報収集等の対外依存の問題となる。

海外の手足、自己のルート、さらには、出版物、マスコミを通じての情報収集の状況はすでにみたとおりで、残るルートは、専門の情報提供機関の利用、すなわち対外依存の道であるが、このルートによる情報は、ごく、機密を要するもの、自己開発入手の方法しか、収集の手段がないもの、他より収集したものでは信憑性がないもの、ごく特殊で提供機関も取扱わぬ情報などは除外せざるを得ないのであつて、一般的、普遍的、基礎的な公開情報に限られるであろう。

こうした情報まで、すべて、自己の力で収集、整備、保管することは、人員、経費、スペース、時間、能率などの点ですこぶる不合理であると考え始めた企業はかなり多いと思われるが、アンケートの結果でも、全回答の48%が対外依存を決定し、20%が将来、そうした方針を希望しており、7割近くの肯定が示されている。一方、2割以上が検討中であり、1割近くがこうした傾向に対して、反対または不明としているが、大勢は、予想どおりとみてよいであろう。

表 3.1 2 にみるように認識度と対外依存方針の両者は並行しており、全体としてみると、きわめて相関が高いといつてよい。

表 3.1 2 情報認識度と対外依存方針との関係

Ⅱの4対外依存方針 Ⅱの1情報認識度	依存決定	依存希望	検討中	自力処理	不 明	その他共計
不 可 欠	110 (55%)	32 (15%)	44	5	1	199
沢 山	26 (35%)	19 (27%)	19	4	2	73
あつた方がよい	17 (39%)	10 (22%)	7	5	2	44
なくてもよい	0	0	0	0	0	0
不 明	0	0	0	0	3	3
そ の 他 共 計	159	65	70	16	12	329

(注) ()内は右欄の計に対する割合

3.3 一般情報の対外依存態度の分析

対外依存の態度（方針）が、認識度と強い関連をもっている点は、前節で指摘したところであるが、この点は、情報供給機関にとつて、もつとも重要な点であるので、さらに詳しく他の項目との関連をさぐってみよう。

3.3.1 対外依存と業種の関係

対外依存を決定したものの比率は表 3.13 のとおりで、コンサルタント 69%，製造業 50%，商社 38%，建設業 30% となつている。

海外進出意欲が未だしの感がある建設業を除くと商社の 4 割以下がとくに低く感じられるが、海外の出先の有無や認識度などについて、前節でみてきた商社と製造業の相違点はここにも現われており、製造業の強い情報需要が看取される。

表 3.13 業種別にみた情報の対外依存

（単位＝％）

Ⅱの4 情報の 対外依存 Ⅰの1 業種	依存決定	依存希望	検討中	自 力	不 明	その他共計
商 社	19 (38)	11 (22)	12 (24)	4 (8)	2 (4)	50 (100)
製 造 業	116 (50)	45 (19)	50 (21)	12 (5)	9 (4)	234 (100)
建 設 業	3 (30)	1 (10)	5 (50)	0 (0)	0 (0)	10 (100)
コンサルタント	11 (69)	2 (12)	2 (12)	0 (0)	0 (0)	16 (100)
その他 共計	159 (48)	65 (20)	70 (21)	16 (5)	12 (4)	329 (100)

対外依存の希望数のウェイトは、商社の方が高いが、これを加えてみても、商社の 60% に対して製造業は 69%，コンサルタントは 81% となつている。

この業種別をさらに資本規模別にみたのが表 3.14 であるが、これをまとめてみると、表 3.15 となと。

表 3.1 4 業種別、規模別にみた対外依存

(企業数)

業 種	規 模 別	対 外 依 存 方 針			計
		決 定	希 望	その他	
商 社	1 億円以上	8	5	11	24
	1 千万～1 億円	6	4	2	12
	1 千万円以下	5	2	6	13
	計	19	11	19	49
製 造 業	1 億円以上	95	38	50	183
	1 千万～1 億円	12	11	0	23
	1 千万円以下	9	4	5	18
	計	116	53	55	244
建 設 業	1 億円以上	3	1	6	10
コンサルタント	1 億円以上	4	1	0	5
	1 千万～1 億円	7	0	1	8
	1 千万円以下	0	1	0	1
	計	11	2	1	14
全 業 種 計	1 億円以上	110	45	67	222
	1 千万～1 億円	25	15	3	43
	1 千万円以下	14	7	11	32
	計	149	67	81	297

表 3.1 5 業種別、規模別にみた対外依存

(単位=%)

業 種	規 模	対外依存	対外依存	検討中また	その他
		決 定 済	希 望	は自力処理	
商 社	1 億円以上	33	21	46	0
	1 億円以下	44	24	32	0
	計	38	22	12	28
製 造 業	1 億円以上	52	21	27	0
	1 億円以下	51	37	12	0
	計	52	23	25	0
建 設 業	1 億円以上	30	10	60	0
コンサルタント	1 億円以上	80	20	0	0
	1 億円以下	78	10	10	2
	計	79	15	6	0
全 業 種 計	1 億円以上	50	20	30	0
	1 億円以下	52	29	19	0
	計	50	22	27	1

全業種を規模別にみると、対外依存決定では、「1億円以上」「以下」共に50%内外で等しいが「対外依存希望」では「1億円以上」の20%に対して「以下」が29%と、中小規模にウェイトが高く、「検討中または自力処理」の比率は、「以上」の30%に対して、「以下」は19%と著しく低い。これを要するに、「対外依存決定済」では、規模の大小には関係なく、ほぼ半ばを占めているが、今後の方向としては「1億円以下」の方が、対外依存が強く示されている。

「決定済」の場合を、業種別、規模別にみると、製造業では規模の差がなく、商社では「以下」がとくに高い。「検討中」や「自力処理」では、商社、製造業ともに、「以上」が圧倒的に高く、上、下の格差は、製造業が大きい。「対外依存」の「決定」と「希望」を含めると、商社では「以上」が、54%、「以下」が68%；製造業は「以上」が73%、「以下」が88%で、共に「1億円以下」の企業が対外依存の傾向を強く示している。

とくに注目しなければならない点は、大規模な商社が46%と、半ば近くが「検討中または自力処理」にこだわっているのに対し、製造業では、52%と過半数が「依存決定」、21%が「依存希望」で、「検討中または自力処理」は27%と全体の3分の1以下を示していることである。

3.3.2 対外依存方針と自力調達将来に対する考え方との関係

表3.16は、対外依存と自力調達の見とおしとの関係を見たものであるが、「対外依存」およびその「希望」あわせて全回答の2/3を占めたと同様に、ここでも大半が自力調達の減衰を回答するものと予想していたが、これを裏切つて「減少」と答えたものは4割に満たず(39%)、「変化なし」が26%、「不明」が10%、さらに「増加」を予想しているものが、21%もあつた。この点は、①設問が不徹底で「必要情報の自力処理」を前問の一般情報以外のものと解釈したため、②処理を、情報入手後(対外依存の数)の内部処理と解釈したため、などの原因でこのような結果になつたものと考えられる。

しかし、詳細に内容を見ると「決定済」の3分の1以上、「希望」の半ば、「検討中」のほぼ半ばは将来の内部処理減衰を予想しており、「自力」の半ばもやはり、「変化なし」とみている。今後自力調達が増加すると回答したものが過半数を持ちえなかつたことは注目する必要がある。

表 3.16 対外依存方針と自力調達に対する考え方との関係

Ⅱの5 自力調達に対する Ⅱの4 対外依存方針	減 少	変 化 な し	増 加	不 明	その他 共 計
依 存 決 定	57	43	39	13	159
依 存 希 望	34	12	11	5	65
検 討 中	34	19	11	5	70
自 力	1	8	3	4	16
不 明	3	4	1	5	12
そ の 他 共 計	129	87	68	32	329

3.4 情報供給機関利用の態度

専門情報供給（提供）機関の利用に対して、回答者が如何なる態度を示すかは、本アンケートの焦点の一つになっていたが、利用に対する態度は、僅かな否定的な回答を除き、肯定的ながら積極、消極のはつきりした対立を示している点は注目される。

すなわち、「大いに利用」と答えたものは、75社で、全回答の23%、「できるだけ利用」は、90社と28%を示したのに対して、「ケース・バイ・ケース」と答えたものは、77社、24%、「将来検討」、すなわち、現在における予想や判断を否定する、いわゆる無関心派は、75社、23%で、積極、消極両意見が対立している。

こうした利用態度は、さらに分析してみる必要があるが、まず、業種別からみてみよう。

3.4.1 業種別の利用態度

表 3.17 をみると、商社では、「大いに利用」「できるだけ利用」は19社にすぎないのに対して、「ケース・バイ・ケース」と「将来検討」は、あわせて28社、全体の56%と圧倒的なシェアを占めている。

この関係は、製造業では逆で、前者の125社に対し、後者は107社で、46%しかウエイトがない。製造業が利用態度を強く示している点が注目される。また商社では、「将来検討」が最大のウエイトなのに、製造業は「大いに利用」が、63社で、「できるだけ利用」を、僅か1社ではあるが、おさえて、トップに立っていることにも強い製造業の姿勢がうかがわれる。また、建設業は、過半数が消極派で占められ、コンサルタントでは、積極・消極がほぼ半ばづつの組合せとなつている。

表 3.17 業種別利用態度

Ⅱの7利用態度 Ⅰの1業種	大いに 利用	できる だけ利 用	ケース バイ ケース	将 来 検 討	利 用 しない	不 明	その他 共 計
商 社	8	11	11	17	2	1	50
製 造 業	63	62	56	51	1	0	234
建 設 業	0	3	5	1	0	0	10
コンサルタント	1	7	2	4	1	0	16
その他 共計	75	90	77	75	5	1	329
	↑ (積極・上位)	↑ (積極・下位)	↑ (消極・上位)	↑ (消極・下位)	↑ (否定)		

3.4.2 規模別の利用態度

業種別にみた利用態度にかなりの差があることは、前項で指摘したとおりで、積極的な利用態度は製造業に強く現れている点が注目されたが、この区分をさらに詳しくみて、それぞれの業種別を、資本規模別にまで掘下げて表示したのが表 3.18 である。

まず、業種計でみると「大いに利用」と答えたものは、大規模（1億円以上）の場合には222社中の54社24%、にのぼっており、中規模（1千万～1億円）の43社中10社の23%よりやや高い。小規模（1千万円以下）の32社中5社、16%は、前2者に比べ急激な低下となつている。

つぎに「できるだけ利用」と答えたものは、大規模で30%（66社）、中規模で21%（9社）さらに小規模で5社（16%）と、順次低下しており、大企業がより強い利用態度を示すという典型的なケースとなつている。

「ケース・バイ・ケース」になると、大規模22%、中規模19%、小規模38%と、小規模におけるウェイトがとくに大きく、「将来検討」では、大規模23%、中規模35%、小規模25%となり、中規模のウェイトが最大となる。

これらを組合せた表 3.19 によると「大いに利用」と、「できるだけ利用」の合計（すなわち、積極的利用態度を持つているものでみると、大規模は110社で、54%（これに対して消極利用は44%）、中規模は19社で、44%（同上53%）、小規模は、10社で、

表 3.18 利用態度の業種別・資本規模別比較

業種別	資 本 金 規 模 別	大いに利用	できるだけ 利 用	ケース・バ イ・ケース	将来検討	利用しない	その他共計
商 社	1 億円以上	6	7	4	6	0	24
	1千万～1億円	1	3	3	5	0	12
	1千万円以下	1	1	3	6	2	13
	不 明	0	0	1	0	0	1
	計	8	11	11	17	2	50
製 造 業	1 億円以上	48	55	38	41	0	183
	1千万～1億円	8	3	4	8	0	23
	1千万円以下	4	3	9	2	0	18
	不 明	3	1	5	0	0	10
	計	63	62	56	51	0	234
建設業	1 億円以上	0	3	5	1	0	10
コ ン サ ル タ ン ト	1 億円以上	0	1	1	2	0	5
	1千万～1億円	1	3	1	2	0	8
	1千万円以下	0	1	0	0	0	1
	不 明	0	2	0	0	0	2
	計	1	7	2	4	1	16
上 記 の 計	1 億円以上	54	66	48	50	1	222
	1千万～1億円	10	9	8	15	0	43
	1千万以下	5	5	12	8	2	32
	不 明	3	3	6	0	0	13
	計	72	83	74	73	3	310
その他	—	3	7	3	2	1	19
総 計		75	90	77	75	4	329

31%（同上63%）となる。表3.2.0にまとめてみると規模の低下に従い、積極、消極の両態度のウェイトの交代がはつきりと現れてくる点が注目される。

表 3.1.9 規模別における利用態度

（単位＝％）

利用態度 規模	積極利用	消極利用	規模別計
大	54	44	100
中	44	53	100
小	31	63	100
中 小 計	39	58	100

つぎに、「大いに利用」と答えたもの72社（3社の規模別不明）を規模別にみると、大75%、中14%、小7%で、全体の4分の3が大規模によつて占められている。「できるだけ利用」は、大80%、中11%、小6%となり、8割が大規模で占められる。

ところが、「ケース・バイ・ケース」では、大65%、中11%、小16%となり、また、「将来検討」では、大68%、中21%、小11%と、大規模の占める比重は、ともに7割に達していない。

これをまとめてみるとつぎの表3.2.0のとおりで積極利用の大、中小の比率は8対2、消極

表 3.2.0 規模別にみる利用態度

（％）

利用態度 規模	積 極 利 用			消 極 利 用		
	「大いに 利用」	「できるだけ 利用」	計	「ケース・バイ ケース」	「将来 検討」	計
大	75	80	(78)	65	68	(67)
中	14	11	(12)	11	21	(16)
小	7	6	(6)	16	11	(14)
(中 小 計)	21	17	(18)	27	32	(30)
総 合 計	100	100	(100)	100	100	(100)

利用では7対3となり、これまた大企業の積極性が特徴付けられるのである。

以上のように大企業の積極性をさらにはつきりさせるため、業種別を加味してみよう。

表 3.2 1 業種別における利用度

業種規模 \ 利用態度	(A) 「大いに 利用」	(B) 「できるだ け利用」	(A) + (B) 計	(C) 「ケース・バイ ケース」	(D) 「将来 検討」	(C) + (D) 計
商 社 { 大	6(25)	11(29)	13(54)	4(17)	6(25)	10(42)
{ 中小	2(8)	4(16)	6(24)	6(24)	11(44)	17(68)
製 造 業 { 大	48(26)	55(30)	103(56)	38(21)	41(23)	89(44)
{ 中小	12(29)	6(15)	18(44)	13(32)	10(25)	23(56)
建 設 業 { 大	0(0)	3(30)	3(30)	5(50)	1(10)	6(60)
コンサル タント { 大	0(0)	1(20)	1(20)	1(20)	2(40)	3(60)
{ 中小	1(11)	4(44)	5(55)	1(11)	2(22)	3(33)

(注) ()内%, 横欄の計=100%

表 3.2 1 によると商社では、大企業の 54% は積極態度、42% が消極態度、中小企業では、24% が積極、68% 消極となっており、大・中小企業の利用態度にかなりの差が示される。これが、製造業になると、大企業の 56% は積極で残り 44% が消極と、商社の大企業と余り変化がない。しかし中小企業では 44% が積極、56% が消極で、商社の中小企業の場合、24% 対 68% で、消極態度のものが圧倒的なウエイトをもっていた点と、大分趣きを異にしている。

コンサルタントの中小企業では、55% 対 33% と中小企業が積極的であることも注目される。これに対して、建設業・コンサルタントは、共に大企業の大半(60%)が消極派に属している点是对照的である。

そこで、それぞれのグループの中で、利用の態度でパーセントの大きい順にならべてみると、表 3.2 2 のとおりで、積極利用が過半数を占めているのは大規模の製造業と商社にすぎない。

これを要約してみると、製造業と商社の大企業の過半数が積極利用を打出しているほかは、建設業、コンサルタントの大企業、全業種を通じて中小規模の過半数は利用に消極的態度を示していることが判る。その結果、前段で述べた大企業全体の 54% が積極利用、中小企業の 58% が消極利用という態度の差に収斂するのである。

表 3.2.2 業種別・規模別利用態度との関係

業 種	規 模	利用態度	%
商 社	中 小	消 極	68
建 設 業	大	消 極	60
コンサルタント	大	消 極	60
製 造 業	中 小	消 極	57
製 造 業	大	積 極	56
コンサルタント	中 小	積 極	55
商 社	大	積 極	54
製 造 業	中 小	積 極	44
製 造 業	大	消 極	44
商 社	大	消 極	42
建 設 業	大	積 極	30
商 社	中 小	積 極	24

3.4.3 認識度と利用態度との関係

表 3.2.3 は情報に対する価値認識と利用態度の関係をみたものであるが、利用態度が消極的で慎重な姿勢を示している回答者のウェイト、すなわち、「ケース・バイ・ケース」と「将来検討」と答えたもののウェイトは、「不可欠」、「沢山」、「あつた方がよい」という認識度の低下に従つて、41%、52%、57%と順次、上昇している点から、利用態度は、正に、認識度に並行、比例しているものと考えられるのである。この組合せの中で「不可欠」と答えたもののうち「できるだけ利用」が64社20%と全体の5分の1と最高で「大いに利用」の51社をしめている点は、「認識が強くても、まだ積極利用を打出せぬ迷いがある」という面を裏書きしているのではあるまいか。

表 3.2.3 情報（価値）認識と利用態度

Ⅱの7利用 態度 Ⅱの1 認識度	大いに 利 用	できるだけ 利 用	ケース・バイ ケース	将 来 検 討	利 用 しない	その他 共 計
不 可 欠	51	64	37	45	2	199
沢 山	18	16	22	16	0	73
あつた方がよい	6	9	15	10	3	44
なくてもよい	0	0	0	0	0	0
不 明	0	1	1	0	0	3
そ の 他 共 計	75	90	77	75	5	

3.4.4 対外依存方針と供給機関利用態度との関係

さきに、各企業における一般情報の対外依存方針をみてきたが、現実に供給機関が出現した場合の利用態度と如何なる関係にあるかをつぎにみてみよう。表 3.2.4 は、対外依存の方針からみた区分と供給機関利用態度の区分の組合せであるが、結論からいえば、依存方針をはつきり打出した企業の利用態度が最も明確な相関を示しているということが看取される。すなわち「依存決定」の159社のうち57%の90社は、積極利用の「大いに利用」「できるだけ利用」と積極の利用態度を示しているのに対し、「将来依存希望」65社中、積極利

表 3.2.4 対外依存方針と利用態度の関係

Ⅱの7 利用態度 Ⅱの4 対外依存	大いに 利 用	できるだけ 利 用	ケース・バイ ケース	将 来 検 討	利 用 しない	その他 共 計
依 存 決 定	50	40	33	32	2	159
依 存 希 望	17	19	13	15	0	65
検 討 中	7	26	19	18	0	70
自 力	0	2	7	5	2	16
不 明	0	2	5	3	2	12
そ の 他 共 計	75	90	77	75	5	329

用は、36社55%と若干低下し、さらに「検討中」の場合では、70社中33社すなわち48%しか積極的利用態度を示していない。まして「自力でやる」と答えたものの、積極利用はきわめて少なく、2社、12%にすぎないのである。

さらに「ケース・バイ・ケース」まで含め、ともかく利用する態度を示しているものの合計は、「依存決定」と答えたものの73%、「依存希望」の75%、「検討中」の74%と共に高いが、さすがに「自力」では56%、「不明」では60%と低下がみられる。

全体として眺めると、対外依存を決定しているものは、全回答のほぼ半ばを占めているが、利用態度をはつきりうち出した企業は、その6割弱にすぎず、「大いに利用」と回答したもののみではその3割足らずに止まっている点が注目され、全体の考え方として徐々に対外依存の方向が浸透しつつあるものの、具体的に専門機関を利用しようとする前向きの態度については、かなりの慎重さがうかがわれる。

3.4.5 コンピュータ設置利用と利用態度

供給機関利用とコンピュータ利用との関係をみると表3.25のとおりで、「大いに利用」の56%、「できるだけ利用」の54%、「ケース・バイ・ケース」の48%、「将来検討」の49%は、すでにコンピュータを設置している企業であるところからみると、コンピュータ利用は供給機関利用と、かなり相関している面がみられる。

Ⅱの7供給 機関 Ⅰの12コ ンピュータ	大いに 利 用	できるだけ 利 用	ケース・バイ ケース	将 来 検 討	利用し な い	その他 共 計
既 設 利 用	42	48	37	37	1	168
導 入 希 望	14	16	13	13	1	57
必要と思 いう	12	14	15	5	0	46
不必要と思 いう	0	0	0	1	0	1
考えていない	6	7	6	14	3	36
不 明	0	3	3	4	0	10
そ の 他 共 計	75	90	77	75	5	329

コンピュータを「必要と思わない」または「考えていない」企業が37社あるが、このうち28社は、専門機関利用に消極的である点も、上記の相関を強く感じさせる。

いずれにせよ、コンピュータ利用中の168社中、積極的に専門機関を利用しようとするものが、90社と過半数(54%)を占めている点、さらにコンピュータ導入希望の場合、必

要と思う場合でも、やはり過半数を占めている点は、両者の相関を裏付けるものといつてよ
 からう。

3.4.6 供給機関利用の態度と情報購入（対価支払）の判断基準

まず、判断基準の回答を単純に眺めてみると、表3.2.6のとおりで、回答総数329社中、
 283社が内容を第1位に推している。これは圧倒的なウエイトで、その比率は86%に達
 している。

表3.2.6 情報購入（対価支払）の判断基準の順位

基準 \ 順位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	計
値 段	14	127	81	25	8	228
内 容	283	18	9	2	0	312
入手、簡便さ	6	23	59	32	12	166
入手までの時間	10	108	68	23	6	189
入手の形態	3	8	9	20	74	115
不 明 そ の 他	1	0	0	0	0	1

他の項目を1位にもつてきた回答では、「値段」が、これにつぐが、僅か5%足らずに止ま
 っている。第2位では、「値段」が127社（39%）、「時間」が108社（33%）と
 なっており、値段の優位が看取される。第3位では、「値段」が最高ながら「時間」「簡便」
 が追っており、第4位でも、この3者が伯仲している。第5位は「形態」が2割以上で、これ
 もポジションが確定している。つまり「内容」「値段」「時間」「簡便」「形態」の順位が
 大方の意見としてくみとれるのである。

ところで利用態度と判断基準の関係であるが、後者の設問が選択ではなく、順位で悉皆記
 入のため、組合せが、きわめて複雑で表示できない。「大いに利用」と答えたものの87%、
 「できるだけ利用」91%、ケース・バイ・ケースの86%「将来検討」の90%が「内容」
 を最高の判断基準としている。第1位においた283社の内訳をみると、「できるだけ利用」
 が最大で29%、ついで「将来検討」24%、「ケース・バイ・ケース」23%、「大いに
 利用」23%となっている。

これらによつてみると「できるだけ利用」と答えたものが最も強く、「内容」の基準を
 主張しており、こうした供給機関の設立と内容充実を期待しているのはこの層ではないかと
 いう感が強い。「将来検討」と答えたものも、この辺の事情よりみると「内容」への期待が

かなり強いとみてよからう。

3.4.7 情報供給機関利用の態度と需要情報項目の重要度との関係

情報供給機関に対しては、前述したように製造業ならびに商社の大企業が強い期待を示しているが、こうした期待が、実際の情報内容にどのように反映しているかをつきにみてみよう。

表 3.27 は、アンケート第Ⅱ部において A・B・C 印を付したものを、アンケート第Ⅱ部の 7（海外情報供給機関に対する利用の態度）の回答を「大いに利用」、「できるだけ利用」、「その他」に分けたものと組合わせてみたものであるが、A 印（常時、手元に欲しい）の総数 1,284 中、42% は「大いに利用」と答えたものにより付されている。以下 27% は「できるだけ利用」31% は「その他」によるものである。以下同様に、B 印の場合は、35%、31%、34%、C 印の場合は、22%、31%、47% となり、C 印の場合では、利用態度に消極的なものが、かなりのシェアを占めていることが判る。

これらを、1 企業当りの A・B・C 印を付した平均数でみると、つぎの表 3.28 のとおり

表 3.27 アンケート第Ⅱ部における調査項目別重要度（A・B・C）と

専門情報供給機関利用態度の関係

重要度	総 数	Ⅱ — 7 の 回 答 内 訳		
		「大いに利用」	「できるだけ利用」	「その他」
A の 数	<3> 1,284 (100)	<7> 533 (42)	<4> 350 (27)	<2> 401 (31)
B の 数	<8> 2,558 (100)	<12> 931 (35)	<9> 816 (31)	<5> 911 (34)
C の 数	<19> 6,227 (100)	<18> 1,356 (22)	<22> 1,942 (31)	<18> 2,979 (47)
上 記 計	10,219 <31>	2,820 <38>	3,108 <35>	4,291 <21>
A・B・Cのいづれも付さぬ数 Ⅱの7の回答者の数	8,773 329	1,510 75	2,042 90	5,221 164

（注）（ ）内は%、< >内は 1 企業の平均記入数

で、やはり「大いに利用」が、1企業当り38カ所、「できるだけ」組が35カ所、AまたはB・C印のいずれかを記入したのに対し、「その他」は21カ所にすぎず、記入について

表 3.2.8 調査項目別重要度と利用の態度（平均記入数）との関係

利用態度 重要度	「大いに利用」	「できるだけ利用」	「その他」
A	7	4	2
B	12	9	5
C	18	22	18
計	38	35	21

も「その他」が、かなり数をし續つて記入した事実が明かである。また、A・B・C印別にみると「大いに利用」は、A・B・C印を19%、32%、49%、と分けて記入しており、「できるだけ利用」は、11%、26%、63%、「その他」は、9%、24%、67%となつてゐる。すなわち、積極的利用態度を強く示した組ほど、AまたはBのウエイトが高くなつており、重要項目指定にも積極的姿勢がうかがわれる。

これをさらに調査項目のグループ別にして見たのが表 3.2.9 である。「大いに利用」は、①、②、⑤、⑥で平均1ヶ所以上、Aを付しているが、「できるだけ利用」は、②、と⑥のみ、「その他」は皆無である。

Bについては、「大いに利用」は①、②、⑤、⑥、平均2ヶ所以上、B印を付しているが、「できるだけ利用」は②、⑥で、「その他」は2ヶ所以上は皆無である。

Cの場合は、「大いに利用」が①、②、③、④、で、平均3ヶ所以上、「できるだけ利用」は①から⑤の全項で3ヶ所以上、「その他」では①、②、⑥で、3ヶ所以上C印を付している。

これを合計してみると「大いに利用」は①、②、⑤、⑥で、総平均を上廻り「できるだけ利用」は①、②、⑤、⑥、「その他」は①、②、⑥でそれぞれ総平均を上廻つてゐる。この傾向でみると、3つの組は若干のくい違いはあつても結局、①、②、⑤、⑥のグループ項目、すなわち一般経済事情、一般貿易事情、企業経営環境事情、業種別事情に主たるウエイトをおいて、重要度マークを記入していることが判る。とくに業種別事情に最高のウエイトをおいて記入している点は、上記3組に共通で、ついで一般貿易、一般経済事情の順になつてゐることも同様である。すなわち、利用態度の差によつて、重要（調査）項目別必要度の順序には大きな変化がないことが明らかである。

表 3.29 調査大項目別にみたA・B・C重要度記入人数と利用態度の関係

調査の大項目		大いに利用(75)	できるだけ利用(90)	その他(164)	計(329)
A 印を付した数	1. 一般経済事情	87	58	66	211
	2. 一般貿易事情	152	108	98	358
	3. 国民生活	25	11	11	47
	4. 行政機関, その他関係機関	25	4	20	49
	5. 企業経営環境事情	88	67	68	223
	6. 業種別事情	156	102	138	396
	合 計	533	350	401	1,284
B 印を付した数	1. 一般経済事情	167	172	155	494
	2. 一般貿易事情	228	209	246	683
	3. 国民生活	67	50	51	168
	4. 行政機関, その他関係機関	88	59	74	221
	5. 企業経営環境事情	165	124	141	430
	6. 業種別事情	216	202	244	662
	合 計	931	816	911	2,658
C 印を付した数	1. 一般経済事情	241	323	563	1,127
	2. 一般貿易事情	252	348	599	1,199
	3. 国民生活	223	285	398	898
	4. 行政機関, その他関係機関	240	350	451	1,041
	5. 企業経営環境事情	191	309	463	963
	6. 業種別事情	209	327	513	1,049
	合 計	1,356	1,942	2,979	6,277
A・B・C を付した数	1. 一般経済事情(10問)	495	553	784	1,832
	2. 一般貿易事情(12問)	632	665	943	2,240
	3. 国民生活(7問)	315	346	460	1,113
	4. 行政機関その他関係機関(9問)	353	413	545	1,311
	5. 企業経営環境事情(9問)	444	500	672	1,616
	6. 業種別事情(11問)	581	631	895	2,107
	合 計	2,820	3,108	4,291	10,219
上り 記平 の均 一記 問入 当数	1. 一般経済事情	50	55	78	183
	2. 一般貿易事情	50	56	79	187
	3. 国民生活	45	50	65	159
	4. 行政機関, その他関係機関	39	46	60	157
	5. 企業経営環境事情	49	55	74	180
	6. 業種別事情	52	57	81	191
	合 計	49	54	74	186

4. 取引形態からみた情報需要の分析

4.1 まえがき

海外関係業務が増加するに伴つて、これを円滑に運営し、さらに拡大していくために必要とされる国際経済情報の量が増えてくることは当然のことといえよう。しかしながら下記に掲げるような要因によつて個別企業の海外情報に対する関心度や需要度は異なってくるであろう。

- ① 海外関係業務の企業全体の業務に占めるウエイト
- ② 海外関係業務の内容（輸出入取引か、プラント関係取引か、技術取引か、資本取引か）
- ③ 輸出入取引の場合における取扱商品（雑貨か、機械か）
- ④ 海外関係業務を行なっている地域の特徴
- ⑤ 海外関係業務に対する将来の方針（積極拡大か、現状維持か、縮小か）
- ⑥ 在外施設の有無

本章では、以上海外関係業務と必要とする情報の関係をさぐるため、アンケート第Ⅲ部の個別情報に対して、各企業が如何なる反応を示したかを分類・整理し、大まかな傾向をそのなかからつかみとり、指摘するように試みた。その結果を要約すると以下のとおりである。

- (1) 企業活動全体のなかで、海外業務が占めるウエイトの相違によつて、海外情報に対する需要も変化をみせており、海外取引が最大のウエイトを有している企業よりも、国際化の進展に伴い、これから海外取引を拡充していこうとする企業のほうが、より強い需要度をみせている。これはまた、海外取引が最大のウエイトをもっている企業—大部分が商社—が、現在すでに情報入手体制をかなりの程度整備していることを示している。
- (2) 海外に支店、駐在員、現地法人等の情報収集手段を有している企業でも、一般貿易・経済情報に関しては外部機関にゆだね、自己の情報網はできるだけ取引に密着した情報入手に努めようとしている。
- (3) 企業が行なっている海外取引の内容によつて、その需要する海外情報の種類も異なっており、たとえば技術取引、プラント取引だけを行なっている企業の海外情報に対する需要は比較的弱い。これは技術内容が取引の絶対的条件となつているからである。

他方あらゆる種類の海外取引を兼ね備え行なっている企業の海外情報に対する需要は強い。これに該当するのは総合商社がほとんどで、自ら情報供給の主役となつて、企業グループ内の情報源としての役割を演じているからである。

- (4) 取扱っている商品によつても需要情報に相違がみられる。雑貨だけを扱っている企業は貿易に直接関係のある海外情報に対して需要が強いのに対し、機械を取扱っている企業は企業経営環境といった情報に対しより強い需要を示している。原材料を扱う企業は輸入相手先の一般経済・貿易事情に強い関心をみせている。

- (5) 取引相手地域によつても需要情報には差異がみられる。米国その他先進国との取引が中心である企業には、業種別事情に強い需要がみられる。これは一般経済・貿易事情に関する情報をおおむね入手している、あるいは入手できると考えているからである。これと对象的に共通圏市場との取引を中心としている企業は一般経済・貿易事情に対する関心が強い。発展途上国を相手とする企業ではさすがに企業経営環境に関する情報に対する需要が強い。
- (6) 海外関係事業を拡充したいと考えている企業はとくに業種別事情に対し強い需要をみせている。これはそれぞれの企業が一般経済、貿易事情に関する情報入手手段をある程度有しているからであろう。

なお、海外関係事業について内外情勢に応じて対処したいとしている慎重派の企業の海外情報に対する需要はきわめて強く、これらの企業が戦略決定のために正確で多くの情報を必要としていることを物語っている。

4.2 海外関係業務のウエイトと必要とする情報

わが国経済の国際化と企業経営の国際化にともなつて個別企業の経営のなかで海外関係業務のウエイトは今後ますます増加してくるとみられるが、業態によつて、また同一業種でも企業によつてそのウエイトの置き方は異なってくる。

一方、海外業務のウエイトの増大に伴つて企業経営上必要とする海外情報に対する需要も増加してくることは当然のことと推定されるが、海外情報に対する需要が増えても、企業経営にとつて不可欠のものについては、自社内で必要情報の入手に努め、外部機関にその入手を依存する度合いは必ずしも高くない場合もあれば、取引に密着した情報は自社内でその収集に当たるものもある。他方必要情報量そのものがほう大になつてきているため、基礎的情報や加工度の高い情報、自社内で入手困難な情報は外部機関に依存しているものもある。また、自社内で海外情報入手の手段や入手網を海外に持つものと持たないものとは、必要とする情報入手に当たつての外部機関に依存する度合いは異なってくる。

そこで、本節では先ず個別企業の海外業務のウエイトとその情報需要関係を検討することとする。

海外関係の業務のウエイトの置き方については、「最大のウエイト」、「きわめて重要」、「重要」、「それほど重要でない」、「僅かなウエイト」、「不明」の6つのカテゴリーに分けて、それぞれのカテゴリー別の企業が海外情報の入手、とくに外部機関に依存する度合いについてみることにしよう。

- (1) 先ず「最大のウエイト」を持つていると答えた企業は、自社内で海外情報入手の体制をすでに作りあげているから、あるいはその努力を払つているため、「きわめて重要」あるいは「重

要」と答えた企業に比べて、海外情報の入手を他の供給機関に依存しようとする割合はやや低くなっている。海外関係業務のウェイトが最大と答えた企業の必要とする情報とその件数は、表 3.1 の(A)欄のとおりである。

表 4.1 海外関係業務のウェイトと個別情報需要

-65- ~ -66-

	調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)	A							B							C						
		合計	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	合計	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	合計	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
1. 一 般 経 済 事 情	(1-1) 人口(総人口・就業人口・所得階層別人口)	5	1	2	2	0	0	0	23	3	11	9	0	0	0	137	15	45	48	7	18	1
	(1-2) 国民総生産(総支出の内訳・産業部門別内訳)	9	1	3	4	0	1	0	38	5	17	14	0	1	0	125	13	41	45	8	15	1
	(1-3) 経済成長率(過去の成長率・今後1年間の成長見通し)	22	4	8	6	0	3	0	64	7	26	26	2	1	0	97	9	32	31	8	15	1
	(1-4) 工業生産高(業種別付加価値構成比)	22	4	8	9	0	1	0	48	3	20	18	3	1	2	117	13	40	41	5	15	0
	(1-5) 国民所得(1人当り国民所得)	11	1	4	5	1	0	0	42	6	16	18	1	1	0	114	12	41	39	4	15	0
	(1-6) 貿易額(輸出入額・主要商品輸出入額)	30	3	16	9	1	1	0	64	8	23	23	3	2	1	106	13	37	34	7	14	0
	(1-7) 生産(鉱工業生産指数・農業生産指数)	19	3	8	7	0	1	0	41	1	15	19	1	2	2	116	14	42	38	6	13	0
	(1-8) 国家予算(予算額・財政方針)	11	0	5	4	2	0	0	42	5	12	20	1	3	0	114	12	40	41	4	14	1
	(1-9) 国際収支(収支内訳・外貨準備・為替レート)	32	2	13	14	0	2	0	53	6	24	17	2	2	1	110	12	35	38	9	15	0
	(1-10) 景気状況(過去の動向と現況・将来の見通し)	50	7	20	19	1	2	0	79	9	35	22	5	4	1	91	9	27	34	6	14	0
2. 一 般 貿 易 事 情	(2-1) 主要輸出入商品およびその対象国	36	4	15	14	2	1	0	65	8	25	23	2	3	1	95	13	30	32	8	11	0
	(2-2) 対日主要輸出入商品	33	5	14	13	0	0	0	60	5	25	20	4	3	1	102	16	34	32	7	12	0
	(2-3) 主要貿易関係団体・会社(主要商工会議所・主要生産諸団体 主要大手商社)	18	2	5	9	0	1	0	58	8	24	20	2	0	1	105	13	38	32	7	15	0
	(2-4) 主要対日取引きで主要な第3国企業	16	4	5	7	0	0	0	62	3	28	23	3	4	1	100	15	36	31	6	9	0
	(2-5) 当該国との取引きで主要な第3国企業	17	2	7	6	2	0	0	53	5	19	24	1	3	1	107	14	38	33	7	12	0
	(2-6) 輸 出 入 手 続	41	6	16	17	1	0	0	59	5	18	21	6	7	1	89	15	34	29	2	7	0
	(2-7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果	38	4	12	17	1	3	0	38	4	14	15	3	2	0	95	10	37	29	5	11	1
	(2-8) 貿 易 金 融	22	3	7	10	0	0	0	60	5	28	19	3	5	0	89	11	28	34	5	9	1
	(2-9) 輸入制限(措置の内容と運動の実態)	60	9	23	19	2	5	0	69	8	25	26	5	3	0	85	10	33	30	6	5	1
	(2-10) 輸 出 入 見 通 し	41	4	18	14	2	2	0	68	7	26	23	4	5	1	84	11	29	33	3	7	0
	(2-11) 取引きに関連する生活慣習(祝祭日・営業時間)	8	2	3	2	0	0	0	38	4	15	13	1	4	1	131	16	41	53	6	13	0
	(2-12) 商事慣習と関連法規	28	4	9	11	0	2	0	53	4	20	22	1	6	0	117	15	39	39	11	10	1
3. 国 民 生 活	(3-1) 住宅事情(住宅の需給事情・家賃)	5	1	1	1	2	0	0	20	1	12	6	0	1	0	131	17	40	52	4	15	0
	(3-2) 主要耐久消費財普及状況	11	1	7	3	0	0	0	28	1	12	10	2	2	0	126	17	38	52	6	11	0
	(3-3) 福祉厚生(公共サービスの普及事情・医療事情)	3	0	1	1	1	0	0	10	1	5	4	0	0	0	138	17	45	53	5	15	0
	(3-4) 主要サービス料金(電気・水道・ガス・交通・通信)	4	2	2	0	0	0	0	25	0	10	11	0	4	0	124	16	40	47	6	12	0
	(3-5) 主要商品小売価格	18	4	8	5	0	0	0	54	5	22	17	4	3	1	116	14	39	40	6	15	0
	(3-6) 家 計	4	1	1	1	1	0	0	16	2	8	6	0	0	0	130	18	42	50	5	13	0
	(3-7) 教育(教育制度・学校数・教師数・生徒数・文盲率)	2	1	1	0	0	0	0	15	0	9	4	0	2	0	133	16	46	51	5	12	0

	調 査 項 目 （ 国別情報 ） （ カッコ内は例示事項 ）	A							B							C						
		合計	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	合計	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	合計	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
4. 行政機関・その他関係機関	（ 4－1 ） 元首・閣僚名とその党派	5	0	2	2	1	0	0	25	1	9	11	0	3	0	107	15	35	42	4	9	0
	（ 4－2 ） 議会（ 議長・副議長名・議員数とその党派別内訳 ）	3	0	1	1	1	0	0	21	0	8	9	0	3	0	110	16	36	42	4	10	0
	（ 4－3 ） 政党（ 支持率・主要役員 ）	2	0	0	0	1	1	0	18	0	8	9	0	0	0	115	16	39	43	4	11	0
	（ 4－4 ） 経済官庁（ 所在・主要役職名 ）	11	0	2	6	1	2	0	31	4	9	13	0	2	0	114	14	42	40	5	11	1
	（ 4－5 ） 経済団体（ 所在・特色・役員名 ）	9	0	5	2	1	1	0	36	3	15	12	0	3	1	115	14	41	40	5	12	1
	（ 4－6 ） 労働組合（ 所在・特色・役員・組合員数 ）	6	1	3	0	1	0	0	15	1	5	7	1	1	0	119	15	43	43	4	12	0
	（ 4－7 ） 重要人物の経歴	2	0	1	0	1	0	0	20	1	8	8	0	2	0	121	15	40	47	4	13	0
	（ 4－8 ） 主要新聞・雑誌	8	0	4	3	1	0	0	35	2	16	13	0	3	0	115	16	38	42	5	11	0
	（ 4－9 ） 研究所・経済学者・経済研究者	3	0	2	0	1	0	0	20	1	8	9	0	1	1	125	16	42	46	4	14	0
5. 企業経営環境事情	（ 5－1 ） 外資導入制度	37	7	13	11	1	4	0	57	4	25	18	3	5	0	98	7	32	46	5	7	0
	（ 5－2 ） 資金調達事情	32	8	10	10	1	2	0	53	2	22	19	3	6	0	94	7	33	40	4	8	0
	（ 5－3 ） 主要企業平均財務比率	18	6	5	4	1	1	0	45	2	21	16	2	4	0	109	9	36	44	6	11	0
	（ 5－4 ） 税 制	37	6	11	12	4	3	0	51	2	26	18	1	4	0	105	13	33	42	5	8	1
	（ 5－5 ） 労働事情	28	6	9	7	3	2	0	51	3	24	18	1	4	0	109	10	32	47	6	11	0
	（ 5－6 ） 物価水準	24	2	10	6	2	3	0	59	7	22	21	3	5	0	114	15	36	45	4	9	1
	（ 5－7 ） 主要金融機関	11	4	2	4	1	0	0	44	3	17	18	0	5	0	104	10	39	37	7	9	0
	（ 5－8 ） 交通・港湾事情	23	4	7	8	2	1	0	39	2	18	13	1	4	1	116	14	35	48	5	11	1
	（ 5－9 ） 建設の電力事情	13	3	4	3	2	1	0	31	2	13	12	0	3	0	114	12	38	45	6	11	0
6. 業種別事情 （ 鉱卸工業・小売りに業 ）	（ 6－1 ） 企業数・労働者数	23	2	6	9	2	3	0	49	5	21	17	1	2	1	114	16	37	41	4	11	1
	（ 6－2 ） 生産現況と見通し	41	5	12	16	3	5	0	72	3	36	25	2	1	1	97	15	26	36	4	11	2
	（ 6－3 ） 設備投資（ 投資額、主要新規投資 ）	34	4	9	10	4	6	0	54	4	23	25	0	1	0	89	8	30	34	4	9	1
	（ 6－4 ） 輸出額（ 主要相手国別 ）	37	7	8	13	4	4	0	60	3	26	23	3	3	0	90	12	35	30	1	8	1
	（ 6－5 ） 輸入額（ " ）	42	6	11	16	3	4	0	72	5	34	21	5	3	1	86	13	32	31	0	8	0
	（ 6－6 ） 主要業界団体（ 所在・特色・役員 ）	18	2	3	8	2	3	0	50	3	20	21	0	2	1	120	18	41	38	6	13	1
	（ 6－7 ） 主要企業（ 社長名・資本金・売上高・主要製品 ）	36	3	11	15	3	4	0	61	6	26	19	2	5	0	100	17	36	34	3	8	0
	（ 6－8 ） 主要企業平均財務比率	26	4	6	10	3	3	0	46	6	21	16	1	2	0	94	6	34	36	3	11	0
	（ 6－9 ） 外国企業進出状況（ 関係外資名・外資比率・主要製品 ）	42	5	16	14	4	3	0	68	4	28	28	2	4	0	93	12	30	33	4	9	2
	（ 6－10 ） 企業の新設・合併・倒産の実態	26	3	4	13	2	4	0	61	5	29	16	3	7	0	87	8	30	38	3	5	0
	（ 6－11 ） 新製品・新技術	71	6	21	31	4	7	0	69	9	33	17	3	3	1	85	12	27	32	3	9	0

注 A : 非常に重要で、常時手元に準備しておきたいので、定期的、自動的に供給して欲しいものである。したがってある程度の出費となつてもやむを得ないという情報であると思う。

B : 取り引きや業務上、大きな影響力があるので、供給機関が早く、安く供給してくれるならば常時入手しておきたい情報だと思う。

C : 業務上参考になるので、妥当な料金であれば、必要の都度入手したい情報だと思う。

(A)=海外関係業務が最大のウエイトをもっている。 (B)=きわめて重要である。 (C)=重要である。

(D)=それほど重要ではない。 (E)=わづかなウエイトしかない。 (F)=わからない。

表 4.1 によつて明らかなように、海外関係業務が「最大のウェイト」を占める企業にとつて需要の最も多いのは一般貿易事情、企業経営環境事情、業種別事情に関する情報であり、次いで一般経済事情に関する情報に対する需要が多い。国民生活、行政機関・その他関係機関についての情報に対しては、妥当な料金であれば、おおむね必要の都度、入手したいと答えている。

- (2) 海外関係の業務が「きわめて重要」と答えている企業は、「最大のウェイト」を占めていると答えている企業に比べて、海外情報の入手体制なり、入手網の整備が多少とも遅れている点もあるが、それよりも海外関係の業務がきわめて重要であるとの認識が高まってきたため、海外情報に対する需要がきわめて多く、その必要とする情報の種類も多岐にわたっている。しかもその多くはこれらの情報を常時手元に準備しておきたいので、定期的、自動的に供給して欲しいと回答しており、そのため、これらの情報は、外部の情報機関が早く安く供給してくれるのであれば常時入手しておきたいと答えているものが多い。また、海外情報が非常に重要なため、対価を支払つても情報を常時入手しておくことが必要であると答えているものも相当ある。

上記を表に示せば表 4.1 の(B)欄のとおりとなる。前項では、国民生活、行政機関・その他関係機関についての情報は必要の都度入手したいと答えたものが多かったが、ここでは常時入手しておきたいと答えているものが相当ある点が注目される。

- (3) 海外関係の業務が「重要」と答えた企業の海外情報に対する需要は、前項(2)とおおむね同様の傾向を示しており、これを表示すれば表 4.1 の(C)欄のとおりである。
- (4) 海外関係の業務が「それほど重要でない」と答えた企業数自身は少ないのであるが、アンケート回答数に占める比重から情報需要の件数、必要とする海外情報の種類をみると、海外関係の業務が「きわめて重要」あるいは「重要」と答えたものと比べて、その重要性が低いために海外情報に対する関心度は相対的に低い。これを表示すれば表 4.1 の(D)欄のとおりである。

国際化の進展に伴つて、この範ちゆうに属している企業が海外関係業務に力を注ぐことになれば、今後海外情報の需要者として大きくなつてくるものと推定される。

- (5) 海外関係の業務が「僅かなウェイト」しか占めていないと答えた企業が、必要とする海外情報の種類と件数は表 4.1 の(E)欄のとおりである。この表が明確に示していることは、この範ちゆうに属す企業は、海外関係の業務のウェイトが少ない割には、海外情報に対する関心が相対的に高いことで、とくに企業経営環境事情と業種別事情に関する情報に対する関心度の高い点が注目される。しかしながら、海外関係業務のウェイトが僅かなため、当然のことながら、その他の項目については、妥当な料金であれば必要の都度入手したいとするものが多い。このことは、わが国経済の国際化に伴つて、海外の企業経営環境事情や業種別事情についての情報が、自社経営にとつて不可欠なものとなつてきていることを示しているとみられよう。

4.3 海外施設を有する企業と情報需要

わが国企業の海外関係業務の増大にともなつて、外国企業と技術提携なり販売提携を結んだり、外国に現地法人を設立するものが増加してきている。また、自社の支店を海外に設置するものや駐在員を海外に派遣する企業の数も増えている。これらの海外施設は、海外情報の重要な収集網であり、入手源であるが、これらの海外施設を持つものと持たないもの、あるいは海外に駐在員のみを派遣している企業と各種の海外施設を持つものとの間で、海外情報に対する需要度合いはどのように異なるか、をみるのが本節のねらいである。

(1) 海外に支店、駐在員、現地法人、提携会社を持つ企業

海外に自社の支店のみを設置している企業数は比較的少なく、海外に支店を設置している多くの企業は、駐在員を派遣しているし、現地法人を設立し、また提携会社も持っている。そこでまず、海外に支店、駐在員、現地法人、提携会社を持つ企業が海外情報の入手を外部機関に依存したいとする項目とその件数を示せば表4.2の(A, B, C, D)欄のとおりである。

表 4.2 海外施設と個別情報需要

- 71 - ~ - 72 -

調 査 項 目 （ 国別情報 ）		（ カッコ内は例示事項 ）		A							B							C								
				合計	(A)	(ABCD)	(B)	(BCD)	(C)	(D)	(E)	合計	(A)	(ABCD)	(B)	(BCD)	(C)	(D)	(E)	合計	(A)	(ABCD)	(B)	(BCD)	(C)	(D)
1. 一般経済事情	(1 - 1)	人口（総人口・就業人口・所得階層別人口）	5	0	1	1	1	1	0	0	23	0	1	4	2	1	3	3	137	4	9	20	15	7	14	24
	(1 - 2)	国民総生産（総支出の内訳、産業部門別内訳）	9	0	1	1	1	2	1	1	38	0	4	10	3	0	4	4	125	4	5	15	14	8	14	22
	(1 - 3)	経済成長率（過去の成長率、今後1年間の成長見通し）	22	0	6	2	1	2	2	4	64	1	3	9	12	2	8	6	97	4	3	16	8	6	8	18
	(1 - 4)	工業生産高（業種別付加価値構成比）	22	0	4	2	4	1	2	4	48	1	3	7	8	2	7	3	117	4	4	17	10	6	12	20
	(1 - 5)	国民所得（1人当り国民所得）	11	0	2	1	3	2	1	0	42	0	3	8	6	1	6	6	114	4	6	15	10	6	11	20
	(1 - 6)	貿易額（輸出入額・主要商品輸出入額）	30	0	6	4	4	2	1	3	64	3	4	8	13	0	9	4	106	2	2	20	5	7	14	20
	(1 - 7)	生産（鉱工業生産指数・農業生産指数）	19	0	3	3	4	1	1	2	41	1	0	6	6	1	6	3	116	3	6	16	11	6	12	21
	(1 - 8)	国家予算（予算額・財政方針）	11	0	3	1	0	1	1	3	42	0	3	4	7	1	9	2	114	4	4	18	13	6	9	22
	(1 - 9)	国際収支（収支内訳・外貨準備・為替レート）	32	0	5	6	4	1	4	2	53	2	4	5	13	3	7	4	110	2	3	20	8	5	13	24
	(1 - 10)	景気状況（過去の動向と現況・将来の見通し）	50	0	8	6	6	2	8	6	79	3	5	8	12	4	7	10	91	1	0	15	5	4	12	15
2. 一般貿易事情	(2 - 1)	主要輸出入商品およびその対象国	36	0	6	5	5	2	4	3	65	1	5	13	7	2	12	7	95	3	1	13	9	5	12	16
	(2 - 2)	対日主要輸出入商品	33	0	4	4	6	2	3	3	60	1	7	11	8	2	8	6	102	3	1	16	7	5	15	17
	(2 - 3)	主要貿易関係団体・会社（主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社）	18	0	0	2	1	1	0	3	58	1	9	8	5	2	10	5	105	3	4	18	12	5	13	15
	(2 - 4)	主要対日取引企業	16	0	2	1	2	1	1	3	62	2	5	12	5	3	10	5	100	3	6	13	12	4	13	16
	(2 - 5)	当該国との取引で主要な第3国企業	17	0	1	3	1	1	3	3	53	0	5	6	4	2	9	7	107	5	5	17	13	3	11	15
	(2 - 6)	輸 出 入 手 続	41	1	5	5	5	3	1	8	59	1	2	10	8	0	13	4	89	3	5	15	8	5	8	14
	(2 - 7)	入札制度ならびに最新の主要入札結果	38	0	10	2	1	1	5	6	38	0	0	8	7	1	5	3	95	4	1	17	10	5	9	17
	(2 - 8)	貿 易 金 融	22	0	5	3	0	1	2	2	60	2	3	9	10	3	8	8	89	3	3	14	10	4	9	15
	(2 - 9)	輸入制限（措置の内容と運動の実態）	60	1	9	8	7	3	6	9	69	2	4	7	12	2	9	5	85	3	1	17	7	7	8	13
	(2 - 10)	輸 出 入 見 通 し	41	0	9	6	2	2	4	7	68	3	3	8	11	3	9	5	84	3	2	15	7	5	13	12
	(2 - 11)	取引に関連する生活慣習（祝祭日・営業時間）	8	0	0	2	1	1	0	2	38	2	6	4	2	0	5	4	131	3	6	18	16	7	14	21
	(2 - 12)	商事慣習と関連法規	28	0	2	3	3	3	1	5	53	2	4	7	7	2	9	4	117	4	6	18	12	5	9	19
3. 国民生活	(3 - 1)	住宅事情（住宅の需給事情・家賃）	5	0	1	0	1	0	0	2	20	0	0	3	2	0	3	3	131	3	10	18	16	8	14	16
	(3 - 2)	主要耐久消費財普及状況	11	0	1	2	4	0	1	1	28	1	1	4	2	2	6	2	126	2	9	17	17	6	15	18
	(3 - 3)	福祉厚生（公共サービスの普及事情・医療事情）	3	0	0	1	1	0	0	1	10	0	0	1	0	0	3	2	138	3	10	18	6	8	15	20
	(3 - 4)	主要サービス料金（電気・水道・ガス・交通・通信）	4	0	0	1	1	0	0	1	25	1	1	1	3	1	3	3	124	2	9	19	13	6	16	19
	(3 - 5)	主要商品小売価格	18	0	1	1	3	0	2	4	54	2	5	5	5	1	7	9	116	1	7	21	14	7	17	12
	(3 - 6)	家 計	4	0	0	0	3	0	0	0	16	1	0	3	0	0	3	5	130	2	10	18	15	8	14	15
	(3 - 7)	教育（教育制度・学校数、教師数・生徒数・文盲率）	2	0	0	0	1	0	0	1	15	1	0	1	1	0	2	3	133	2	10	22	17	7	15	16

調 査 項 目 （ 国別情報 ）		（ カッコ内は 例示事項 ）		A							B							C							
				合計	(A)	(ABCD)	(B)	(BCD)	(C)	(D)	(E)	合計	(A)	(ABCD)	(B)	(BCD)	(C)	(D)	(E)	合計	(A)	(ABCD)	(B)	(BCD)	(C)
4. 行政機関・その他関係機関	(4 - 1) 元首・閣僚名とその党派	5	0	2	0	1	0	1	0	25	1	2	4	2	1	4	3	107	2	6	14	14	6	12	16
	(4 - 2) 議会（議長・副議長名・議員数とその党派別内訳）	3	0	1	0	1	0	1	0	21	0	3	3	1	1	3	3	110	3	5	14	15	6	15	15
	(4 - 3) 政党（支持率・主要役員）	2	0	0	0	0	0	1	0	18	0	4	3	3	1	2	1	115	3	6	13	15	6	14	17
	(4 - 4) 経済官庁（所在・主要役職名）	11	0	1	0	0	0	4	0	31	1	4	4	4	1	5	3	114	2	6	17	14	6	11	17
	(4 - 5) 経済団体（所在・特色・役員名）	9	0	0	1	1	0	2	0	36	1	4	3	3	2	3	6	115	2	8	19	15	5	14	14
	(4 - 6) 労働組合（所在・特色・役員・組合員数）	6	0	0	2	0	0	1	0	15	0	1	2	1	0	2	4	119	3	9	13	16	8	14	15
	(4 - 7) 重要人物の経歴	2	0	0	0	0	0	1	0	20	0	3	4	0	0	4	1	121	3	8	15	17	8	13	18
	(4 - 8) 主要新聞・雑誌	8	0	2	1	1	0	2	1	35	1	3	4	5	0	4	2	115	2	6	19	13	7	13	16
	(4 - 9) 研究所・経済学者・経済研究者	3	0	0	1	0	0	1	0	20	0	2	3	1	0	3	3	125	4	9	15	16	7	13	16
5. 企業経営環境事情	(5 - 1) 外資導入制度	37	1	5	4	6	1	4	4	57	1	6	6	5	4	6	7	98	1	3	16	13	3	10	17
	(5 - 2) 資金調達事情	32	1	6	3	4	1	6	3	53	1	4	6	3	3	6	8	94	1	3	18	12	4	10	16
	(5 - 3) 主要企業平均財務比率	18	0	2	0	2	1	4	3	45	2	5	7	4	0	6	5	109	1	4	21	13	6	11	17
	(5 - 4) 税 制	37	1	4	3	7	1	4	5	51	1	7	6	5	2	9	3	105	1	2	19	13	5	10	19
	(5 - 5) 労働事情	28	1	2	3	2	0	3	6	51	2	5	7	4	3	6	5	109	0	4	17	15	4	13	19
	(5 - 6) 物価水準	24	0	3	3	3	0	2	3	59	3	7	5	6	3	8	8	114	0	2	18	13	5	14	19
	(5 - 7) 主要金融機関	11	0	1	1	2	0	2	1	44	1	5	8	2	1	6	5	104	2	5	14	15	6	13	19
	(5 - 8) 交通・港湾事情	23	1	3	5	2	0	4	1	39	1	3	3	4	1	6	6	116	2	5	16	15	7	12	22
	(5 - 9) 建設の電力事情	13	0	1	2	3	0	1	2	31	0	4	5	2	0	3	4	114	3	5	13	14	7	13	20
6. 業種別事情 (鉱工業・小売・サービス業)	(6 - 1) 企業数・労働者数	23	0	1	1	1	3	3	3	49	2	4	7	5	2	5	6	114	2	7	19	12	4	13	19
	(6 - 2) 生産現況と見通し	41	0	3	3	5	3	7	7	72	2	7	11	7	3	7	5	97	1	3	16	10	4	12	17
	(6 - 3) 設備投資（投資額・主要新規投資）	34	0	4	2	1	3	5	6	54	1	3	9	9	3	4	7	89	2	3	16	8	3	12	13
	(6 - 4) 輸出額（主要相手国別）	37	0	3	2	6	3	7	5	60	2	4	13	4	2	6	5	90	1	5	10	12	3	12	17
	(6 - 5) 輸入額（ ）	42	0	3	3	8	3	5	6	72	2	4	14	7	3	9	5	86	1	6	12	11	2	10	16
	(6 - 6) 主要業界団体（所在・特色・役員）	18	0	1	0	2	2	2	3	50	2	3	8	3	1	4	8	120	1	6	20	13	6	19	16
	(6 - 7) 主要企業（社長名・資本金・売上高・主要製品）	36	0	4	6	4	1	5	4	61	1	3	7	4	4	5	11	100	2	7	16	13	5	14	12
	(6 - 8) 主要企業平均財務比率	26	0	4	2	4	2	4	4	46	1	3	6	4	2	5	7	94	2	4	17	10	4	11	15
	(6 - 9) 外国企業進出状況（関係外資名・外資比率・主要製品）	42	0	5	3	4	1	7	7	68	2	3	13	9	3	7	6	93	1	3	12	11	5	10	14
	(6 - 10) 企業の新設・合併・倒産の実態	26	0	2	0	3	1	6	4	61	1	6	12	4	2	6	9	87	3	4	13	11	5	10	13
	(6 - 11) 新製品・新技術	71	0	7	9	9	3	9	11	69	1	3	12	6	2	8	9	85	3	2	13	7	5	10	11

(注) A : 非常に重要で、常時手元に準備しておきたいので、定期的、自動的に供給して欲しいものである。したがってある程度の出費となつてもやむを得ないという情報であると思う。

B : 取引引きや業務上、大きな影響力があるので、供給機関が早く、安く供給してくれるならば常備入手しておきたい情報だと思う。

C : 業務上参考になるので、妥当な料金であれば、必要の都度入手したい情報だと思う。

(A): 支店 (B): 駐在員

(C): 現地法人 (D): 提携会社

(E): その他

この範ちゆうに属する企業の大半は、大規模な商社であると推定される。これらの商社で、しかも海外に自社の海外情報収集網を持つていても、海外情報の入手を外部機関に依存しようとする度合いが強い点は注目される。とくに後述の製造業に比べて、一般経済情報や一般貿易事情について、不可欠とするものが多いことは、事業の性格からみて当然といえるけれども、これらの情報を対価を支払つて常時備えておきたいという企業数が多いことは、自社の海外情報網でこれら情報は収集できるけれども、むしろこうした一般情報については外部機関に依存し、自社の海外情報収集網は個別の各企業にとつて必要な情報の入手にあてたいという考え方が強いことが現われているものとみられよう。

他方、国民生活、行政機関・その他関係機関、企業経営環境事情、業種別事情に関する情報については、常時入手しておきたいという企業数に比べて、必要の都度入手したいという企業数の方が多いことも、このアンケート結果から指摘できる点である。

(2) 海外に駐在員を派遣している企業

海外に駐在員を派遣する企業の動機は、主としてこれを海外情報の収集に当たらせる点にあると思われる。その結果の現われとみられる点は、海外情報を常時入手しておきたい数よりも、必要の都度入手したいものの数の方が多く、必要不可欠な情報の入手については、自社の駐在員を通じて入手しているか、入手に努めているといえよう。また、企業経営環境事情や業種別事情に関する情報に対する需要が強く、一般経済事情や一般貿易事情については、外部の供給機関が早く、安く供給してくれるのであれば、常時入手しておきたいと答えている企業数が多いことも一つの特徴として指摘できよう。

(3) 海外に提携会社を持つ企業

海外に提携会社を持つ企業は、その提携相手企業から入手しうる海外情報には限度があるため、海外情報を外部の供給機関に仰ぎたい意向は非常に強い。とくに、企業経営環境事情や業種別事情についての情報に対する需要が強く、次いで一般貿易事情、一般経済事情についての関心が高くなつており、しかも対価を支払つて常時入手しておきたい企業数が多い。なお、以上を表示すれば、表4.2(b)欄のとおりである。

(4) 海外に駐在員、現地法人、提携会社を持つ企業

海外関係の業務が現地法人の設立、提携会社を持つという形である程度定着しており、そのウェイトが高い企業がこの範ちゆうに属する企業とみられる。そのために、各種の海外情報に対する需要は非常に大きい。これまでみてきた(1)から(3)の範ちゆうに属する企業に比べて、国民生活に関する情報に対する関心が高い点と、一般貿易事情についての情報でも、とくに対日関係のみを重視していないという点が大きな特徴としてあげられよう。

また、駐在員や現地法人、提携会社といったように、海外に多くの情報入手源や収集網を持

ちながら、(1)の支店、駐在員、現地法人、提携会社を持つ企業に比べて海外情報に対する需要はるかに多い点も、一つの特徴としてあげられ、また、情報そのものが企業活動のかたとなっている(1)の企業に比べて、情報によつて企業の経営が大きく左右されるために、海外情報を外部機関にも依存し、できるだけ万善の策を講じておきたいとする企業態度の現れとみることができよう。

4.4 企業の業務性格と情報需要

企業の海外取引における業務性格、すなわち輸出入だけを行なっている商社か、あるいはコンサルタントのようにサービス取引のみに従事しているか、ということで必要とする海外情報の種類、個々の情報に対する需要度にも自ずから相違がみられることは当然である。

アンケート回答者の少ない資本取引、プラント取引等については推論の立脚度は弱いのであるが、あえて業務性格別の特徴をみると以下のとおりである。

なお、個々の情報項目に対する業務性格別の必要度は表4.3のとおりである。

- (1) プラント取引のみの企業は3社が回答してきているが、プラント取引という全く特殊な取引のためか、アンケート回答のなかでblankが多い。これはプラント取引において技術の優位性は絶対であり、すぐれたプラント技術を有する企業であれば、売手市場と考えられ、プラント輸出のための参考データとしての一般経済事情、一般貿易事情に対する必要度は低いことによるものであろう。
- (2) 技術関係取引のみの企業においても、プラント取引のみの企業と同様の理由から、一般経済事情、一般貿易事情に対する需要度が低い。
- (3) 輸出入取引だけを行なっている商社の特徴としては、やはり貿易業務に直接関係の深い項目に対する需要度が高い。もつとも需要度の高い項目は、輸入制限関係情報であり、これに輸出入見通し、景気見通し、貿易額、国際収支等の項目が続いている。いずれも輸入購買力を左右する情報項目であるか、購買力結果を示す項目である。
- (4) 総合社企业的企業（輸出入だけでなく、資本取引、技術関係取引、プラント取引をも実施している）の特徴としては、海外に支店、駐在員、販売店あるいは現地企業を有しているために、海外情報全般に対し強い需要を示している。そして需要度の高い情報は輸出入取引だけを行なっている商社に似ているというよりは、資本取引を行なっている企業に共通するものが多い。すなわち輸出入制限、景気見通し等もさることながら、企業経営環境事情、業種別事情に関する情報に対する需要が強い。総合企業が海外市場に根をおろし、海外諸国において企業を有している点を示すものであり、そこに需要情報における輸出入取引専門企業との大きな相違がみられる。

表 4.3 業務性格と個別情報需要

-77- ~ -78-

調 査 項 目（国別情報） （カッコ内は例示事項）		A										B										C												
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k
1. 一般 経済 事情	(1 - 1) 人口（総人口・就業人口・所得階層別人口）	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	12	0	1	0	0	0	4	2	0	2	0	50	1	3	0	5	5	17	13	4	9	5
	(1 - 2) 国民総生産（総支出の内訳、産業部門別内訳）	4	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	12	0	0	0	0	1	6	5	4	1	4	48	1	4	0	5	5	18	10	2	7	3
	(1 - 3) 経済成長率（過去の成長率、今後1年間の成長見通し）	9	0	1	0	0	0	2	0	1	2	3	19	1	0	0	1	1	13	8	3	3	5	42	0	5	0	4	5	11	7	2	5	1
	(1 - 4) 工業生産高（業種別付加価値構成比）	8	0	1	0	0	0	3	1	0	4	3	12	0	0	0	1	2	8	7	4	3	2	50	1	4	0	3	5	18	8	2	4	4
	(1 - 5) 国民所得（1人当り国民所得）	2	0	1	0	0	0	2	1	1	2	1	16	1	0	0	0	0	7	5	4	1	4	43	0	3	0	4	5	14	11	2	7	3
	(1 - 6) 貿易額（輸出入額・主要商品輸出入額）	12	0	1	0	0	1	3	1	2	4	3	21	0	0	0	1	1	8	10	3	4	4	47	1	1	0	4	5	17	6	2	4	1
	(1 - 7) 生産（鉱工業生産指数・農業生産指数）	5	0	1	0	0	0	3	1	2	2	3	15	0	1	0	0	2	6	5	3	2	2	43	1	3	0	4	6	17	10	1	7	4
	(1 - 8) 国家予算（予算額・財政方針）	3	0	2	0	0	0	2	1	0	1	1	14	0	1	0	0	0	7	4	4	1	3	43	1	2	0	5	5	15	11	3	8	4
	(1 - 9) 国際収支（収支内訳・外貨準備・為替レート）	10	0	1	0	0	0	5	2	4	2	4	42	1	4	0	8	3	16	9	3	5	1	42	1	4	0	8	3	16	9	1	3	5
	(1 - 10) 景気状況（過去の動向と現況・将来の見通し）	19	0	1	0	1	0	8	2	4	2	5	25	1	3	0	1	1	10	10	2	3	6	40	0	6	0	5	5	13	5	5	0	0
2. 一般 貿易 事情	(2 - 1) 主要輸出入商品およびその対象国	15	0	1	0	0	1	4	2	2	4	2	27	0	0	1	0	2	10	7	2	1	5	36	0	3	0	5	4	12	8	3	3	2
	(2 - 2) 対日主要輸出入商品	12	0	1	0	0	2	4	2	1	3	3	18	0	0	0	0	2	12	8	3	2	4	43	0	3	0	5	3	12	7	2	4	3
	(2 - 3) 主要貿易関係団体・会社（主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社）	7	0	2	0	0	0	3	0	1	1	1	20	0	1	0	0	2	8	7	3	1	5	39	0	3	0	5	4	16	13	1	6	2
	(2 - 4) 主要対日取引企業	5	0	1	0	0	0	2	1	0	1	3	22	0	0	0	1	3	14	5	4	1	2	42	0	1	0	4	4	11	11	1	6	4
	(2 - 5) 当該国との取引で主要な第3国企業	7	0	1	0	0	1	3	1	0	2	1	18	0	0	0	1	2	10	5	3	0	4	39	0	4	0	4	3	13	11	2	7	4
	(2 - 6) 輸 出 入 手 続	12	0	1	0	1	0	6	2	5	3	3	26	0	1	0	0	2	11	8	0	0	3	35	0	2	0	4	3	9	8	2	7	2
	(2 - 7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果	9	0	3	0	1	0	7	2	1	4	3	13	0	0	0	1	1	4	6	2	2	2	39	0	2	1	4	4	13	9	2	3	3
	(2 - 8) 貿 易 金 融	8	0	1	0	0	0	2	1	3	4	5	22	0	0	0	2	0	9	6	3	4	5	35	1	1	0	2	3	17	9	1	4	2
	(2 - 9) 輸入制限（措置の内容と運動の実態）	20	0	1	0	0	2	11	3	3	3	7	39	0	2	0	1	4	8	4	6	4	0	39	0	2	0	1	4	8	4	6	4	0
	(2 - 10) 輸 出 入 見 通 し	16	0	1	0	0	1	7	1	2	3	4	24	0	0	0	2	1	11	9	2	4	5	31	1	3	0	2	4	10	9	2	3	2
	(2 - 11) 取引に関連する生活慣習（祝祭日・営業時間）	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	17	0	2	0	0	1	3	1	3	0	4	45	0	3	0	5	4	21	17	3	7	3
	(2 - 12) 商事慣習と関連法規	7	1	1	0	0	0	6	1	2	2	2	22	0	2	0	0	1	10	3	3	0	4	40	0	4	0	6	3	13	16	1	8	4
3. 国民 生活	(3 - 1) 住宅事情（住宅の需給事情・家賃）	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	10	0	2	0	0	0	2	1	2	2	0	46	1	2	0	5	1	20	15	4	6	7
	(3 - 2) 主要耐久消費財普及状況	2	0	0	0	0	1	3	0	1	2	2	12	1	1	0	0	0	4	3	1	1	1	47	0	1	0	3	1	19	13	7	5	6
	(3 - 3) 福祉厚生（公共サービスの普及事情・医療事情）	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	5	0	0	0	0	0	2	1	1	0	0	50	1	3	0	4	1	19	15	3	9	8
	(3 - 4) 主要サービス料金（電気・水道・ガス・交通・通信）	5	0	1	0	0	0	0	1	0	1	3	7	0	1	0	1	0	4	1	1	1	1	47	0	4	0	4	1	19	15	3	6	6
	(3 - 5) 主要商品小売価格	9	0	0	0	0	0	2	0	1	1	1	22	1	1	0	2	1	9	3	3	1	4	42	0	3	0	3	3	17	14	2	8	4
	(3 - 6) 家 計	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	10	0	0	0	0	0	3	0	2	0	0	48	0	3	0	3	1	18	16	3	8	7
	(3 - 7) 教育（教育制度・学校数、教師数・生徒数・文盲率）	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8	0	0	0	1	0	3	1	1	0	0	48	0	2	0	3	2	19	16	4	9	8

調査項目 (国別情報)		A											B											C										
(カッコ内は例示事項)		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k
4. 行政機関・その他関係機関	(4-1) 元首・閣僚名とその党派	3	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	9	0	2	0	1	0	4	1	2	0	1	39	0	1	0	4	1	17	15	3	6	6
	(4-2) 議会 (議長・副議長名・議員数とその党派別内訳)	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	7	0	2	0	1	0	3	1	2	0	1	43	0	1	0	3	1	19	13	3	5	6
	(4-3) 政党 (支持率・主要役員)	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	4	1	2	1	2	46	0	0	0	4	1	19	14	3	6	6
	(4-4) 経済官庁 (所在・主要役職名)	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	8	0	2	0	1	0	6	1	2	1	4	41	0	2	0	4	3	17	16	5	7	4
	(4-5) 経済団体 (所在・特色・役員名)	4	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	11	0	3	0	1	1	5	1	3	1	3	39	0	1	0	3	3	20	16	2	8	5
	(4-6) 労働組合 (所在・特色・役員・組合員数)	3	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	6	0	1	0	0	0	2	2	1	0	1	42	0	4	0	3	1	19	14	3	7	7
	(4-7) 重要人物の経歴	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	6	0	2	0	0	0	5	1	3	0	0	43	1	2	0	4	1	17	15	2	7	8
	(4-8) 主要新聞・雑誌	5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	9	0	1	0	0	0	9	3	3	0	3	43	0	3	0	4	1	16	13	3	7	4
	(4-9) 研究所・経済学者・経済研究者	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	8	0	1	0	0	1	1	2	3	0	0	43	0	2	0	4	1	22	14	2	8	8
5. 企業経営環境事情	(5-1) 外資導入制度	11	1	0	0	0	0	4	4	3	5	0	17	0	3	0	1	1	8	4	1	3	3	37	0	4	0	4	3	16	12	4	5	1
	(5-2) 資金調達事情	9	1	0	0	0	0	2	3	2	5	0	21	0	2	0	1	1	8	2	2	2	1	34	0	2	0	5	3	13	15	1	5	2
	(5-3) 主要企業平均財務比率	10	0	0	0	0	0	1	1	1	3	0	16	0	0	0	1	1	9	2	3	2	2	37	0	4	0	4	3	18	12	1	7	4
	(5-4) 税制	5	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	18	0	1	0	0	1	11	3	3	3	2	42	0	4	0	4	3	14	16	2	5	1
	(5-5) 労働事情	13	0	2	0	0	0	2	2	1	2	0	15	0	1	0	3	1	9	1	2	3	4	38	1	5	0	4	2	18	15	3	5	2
	(5-6) 物価水準	7	0	1	0	0	0	2	2	1	2	0	23	0	1	0	3	1	5	3	4	3	5	43	2	5	0	3	3	17	13	1	5	1
	(5-7) 主要金融機関	6	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	14	0	2	0	1	1	6	1	4	1	5	40	0	2	0	4	1	18	14	2	6	2
	(5-8) 交通・港湾事情	5	0	1	0	0	0	2	2	2	3	0	13	0	2	0	1	2	6	1	3	2	2	49	1	2	0	5	2	17	12	2	5	3
	(5-9) 建設の電力事情	3	0	1	0	0	0	1	1	2	2	0	10	0	1	0	1	1	2	2	2	2	2	47	0	3	1	4	1	19	13	2	5	4
6. 業種別事情 (鉱工業・小売りに業)	(6-1) 企業数・労働者数	11	0	2	0	0	1	1	2	1	1	0	19	0	0	0	1	2	3	3	1	2	4	41	0	4	0	5	4	21	12	2	5	5
	(6-2) 生産現況と見通し	18	0	1	0	1	1	1	3	2	4	0	23	2	0	1	0	3	9	8	2	5	4	34	0	8	0	5	4	16	9	1	2	3
	(6-3) 設備投資 (投資額・主要新規投資)	14	0	2	0	0	1	1	1	2	2	1	17	1	0	0	1	1	7	8	1	3	4	36	0	6	0	3	2	16	8	3	3	2
	(6-4) 輸出額 (主要相手国別)	15	0	1	0	0	1	1	3	2	3	0	26	1	0	1	0	2	8	8	1	3	2	32	1	1	0	5	3	13	9	2	5	3
	(6-5) 輸入額 (")	16	0	1	0	0	1	1	3	3	3	0	28	0	0	1	0	3	9	11	2	4	3	37	0	1	0	5	2	13	7	2	4	4
	(6-6) 主要業界団体 (所在・特色・役員)	8	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	22	0	2	0	0	1	4	2	3	2	2	42	1	4	0	5	4	20	15	1	5	5
	(6-7) 主要企業 (社長名・資本金・売上高・主要製品)	14	0	1	0	0	1	1	2	3	2	0	23	1	2	0	0	1	9	7	3	2	2	38	0	5	0	6	3	11	11	1	4	5
	(6-8) 主要企業平均財務比率	8	0	0	0	0	1	1	1	3	3	0	22	0	1	0	0	1	2	4	3	2	2	33	1	4	0	4	2	17	10	1	5	3
	(6-9) 外国企業進出状況 (関係外資名・外資比率・主要製品)	15	0	0	0	0	1	2	3	5	3	0	23	1	2	0	1	2	10	7	2	3	4	37	0	5	0	5	3	13	9	4	1	2
	(6-10) 企業の開設・合併・倒産の実態	9	0	1	0	0	1	1	2	1	3	0	25	0	1	0	0	0	10	4	2	3	4	31	1	4	0	4	3	11	10	1	5	2
	(6-11) 新製品・新技術	24	0	1	0	1	2	3	4	4	3	1	28	0	0	0	0	2	9	11	2	4	4	35	1	6	1	4	3	12	6	0	3	2

(注) A: 非常に重要で、常時手元に準備しておきたいので、定期的、自動的に供給して欲しいものである。したがってある程度の出費となつてもやむを得ないという情報であると思う。

B: 取り引きや業務上、大きな影響力があるので、供給機関が早く、安く供給してくれるならば常時入手しておきたい情報だと思ふ。

C: 業務上参考になるので、妥当な料金であれば、必要の都度入手したい情報だと思ふ。

a = 商品取引 (輸出入)

g = 商品取引および技術関係取引

b = 資本取引

h = " およびプラント関係取引

c = 技術関係取引

i = 商品取引および資本取引および技術関係取引

d = プラント関係取引

j =

" およびプラント関係取引

e = サービス取引

k =

" およびサービス取引

f = その他

4.5 取扱商品グループと情報需要

海外関係事業を行なっている企業の需要情報も、その取扱い品目類の如何によつて多少異なる。例えば、雑貨類を主に取扱っている企業と機械類を主に取扱っている企業とでは、まず市場に対する着眼点、セールス・ポイントのおさえ方も異なるものがある。したがつて、情報にもおのづから需要度に強弱の差異が生ずると考えられる。この点如何なる相違点があるかをみることにした。

表 4.4 は、アンケートの回答を情報種類別に合計し、そのなかで「不可欠」、「沢山」、「あつた方がよい」の 100 分比を記入したもので情報種類別に各業種の需要動向が概観され、一応の結論として以下のことがいえるものと考えられる。

(1) 原材料、繊維・化学品、機械、雑貨を扱っている企業の情報需要度

全般に情報需要度が他の業界と比較して段違いに強い。「国民生活」を除いた他のすべての情報についても「不可欠」の比重は他のどの業界よりも多い。

取扱品目が多いことは、組織として巨大化していることも意味しており、なかでも原材料を含めた業界は総合商社が主となつている。したがつて、情報に対する態度も総合商社的な特徴を示している。すなわち、

- ① 情報過多の状態を維持し、そのなかでできるだけ多くの商機をつかもうとするのが総合商社の基本姿勢である。
- ② 関連企業その他に対する各種情報サービスの必要が強い。総合商社は、在外に多くの情報収集の手足を有しており、とくに財閥系総合商社は、関連企業グループ内の情報センター的機能をも演じている。
- ③ なかでも、一般経済事情、一般貿易事情、業種別事情、企業経営環境事情において、他の業界と比較にならぬ強い需要度をみせていることは、基礎的な商品マーケティング・データとして重用していることを意味していると同時に、これら海外企業進出を含む総合的な経営戦略のための重要なデータとしてみているものであろう。

(2) 繊維・化学品、機械、雑貨を取扱っている業界と機械、雑貨を取扱っている業界の情報需要度

これら両業界とも海外との取引活動に重点をおいている企業グループであり、情報への需要度は全般に上記(1)の業界に次いで強く、なかでも一般貿易事情、企業経営環境事情の情報に対する需要が強い。貿易事情についてはともかく、企業経営環境事情について強い需要を示しているのは、海外に進出企業を有しているか、あるいは将来における進出を予定しているものとみられる。

表 4.4 取扱品目と類別情報需要

(数字は100分比)

項 目 取扱品目	1. 一般経済事情					2. 一般貿易事情					3. 国民生活					4. 行政機関・その他関係機関					5. 企業経営環境事情					6. 業種別事情				
	A	B	C	D	BL	A	B	C	D	BL	A	B	C	D	BL	A	B	C	D	BL	A	B	C	D	BL	A	B	C	D	BL
雑 貨	3.7	25.4	31.4		51.8	6.7	15.1	31.6		46.6	1.8	6.7	3.8		53.5	1.2	7.8	32.6		58.4	3.5	11.3	30.7		54.4	4.6	13.2	33.3		48.9
機 械	7.0	15.3	30.4	1.1	46.2	1.1	16.1	27.7	10.3	45.1	2.8	7.0	33.6	0.5	5.6	0.7	8.1	2.9	0.3	6.2	9.3	13.9	29.9	1	4.6	8.9	15.5	29.6	1.0	45.0
繊 維・化学品	0.4	12.5	36.4	0.8	49.9	4.7	1.6	32.9	6.7	39.7	1.2	5.2	35.9	0.5	57.1	3.6	5.9	3.3	0.2	58.2	9.1	1.4	29.0	0.4	47.5	5.8	12.7	3.4	1	46.5
原 材 料	8.6	21.4	31.4		38.6	11.9	2.02	28.6		39.3	2.0	10.2	4.49		42.9	1.6		55.6		42.9	7.9	9.5	39.7		42.9	10.4	20.8	3.0		3.9
繊維・化学品, 原材料	13.8	16.5	41.2		28.5	11.5	25.3	39.1		24.0	3.3	13.2	4.5.6		37.9	0.4	8.5	5.34		37.7	9.4	17.1	46.6		26.9	11.9	22.4	45.8		19.9
機械 繊維・化学品, 原材料	7.5	13.8	40.0		38.8	17.7	21.9	26.0		34.4		1.9	12.5		35.7	2.8	13.9	4.5.8		37.5	15.3	1.67	30.6		37.5	9.1	12.5	40.9		37.5
雑貨, 機械 繊維・化学品, 原材料	3.2	2.5	2.4		1.9	29.2	37.5	17.5		15.8	2.7	14.3	5.5.7		27.1	4.4	13.3	5.6.7		25.6	15.6	4.11	24.4		18.9	31.5	27.0	23.9		18.0

(注) BLはブランクの意味

(3) 雑貨を取扱っている業界の情報需要度

全般に他業界に比べ情報需要度は低い。この点はとくに企業経営環境、業種別事情にみられ、これら情報に対する需要に積極さがみられない。これは雑貨専門業者の取引品目はきわめて多彩であり、そのため取引形態は主にサンプル取引が考えられ、輸出の場合、相手側バイヤーがそのサンプルに興味を示さなければ取引は成立しないわけで、それだけに、取引と直接な関係のより強い情報類すなわち、一般貿易事情、一般経済事情への需要傾斜が強く、企業経営環境、業種別事情への需要度が低いためであろう。

(4) 機械を取扱っている業界の情報需要度

この業界は、一般貿易事情の需要度が低く、他方企業経営環境事情の需要度が高いのが他業界との大きな相違点といえる。

機械取引の中味は、トランジスターラジオから船舶、飛行機といった幅広い品目類を含むわけであるが、一応その技術水準がセリング・ポイントになるものと考えてよい。したがって技術水準が絶対的な優位性を持つ取引では、一般的事情に対する需要度は相対的に低くならざるを得ないものと考えられる。

機械とくに資本財は発展途上国において輸入制限の対象外におかれる場合もしばしばみられる。それだけに市場性が非常に重要となってくるわけで、一般貿易事情に比べ、一般経済事情、業種別事情への需要度が高いのもこの理由によるものであろう。

次に、企業経営環境事情に対する需要度が高くなっているのは、機械、プラント輸出にとつてのマーケティング・データが、これら情報類のなかに多く含まれていることと、企業進出に関連して機械プラント類輸出が実現する場合が多い面を反映している。

また、業種別事情に対する需要度が比較的高いが、ここには輸出よりも、むしろ機械に対する輸入関心が反映されているものと考えられる。

(5) 繊維・化学品を取扱っている業界の情報需要度

繊維・化学品業界の海外情報に対する需要度も雑貨業界とならんで、相対的に低く、とくに一般経済事情、業種別事情、国民生活への需要度が低い。比較的需要度の高いものとしては、企業経営環境事情があげられる。

これは繊維・化学品業界といつても繊維取引の比重が大きいと考えられ、繊維関係企業の海外企業進出例が多いこと、将来における進出希望の強いことを物語るものであろう。

また、その普適的な商品性格と取引自体の歴史の長いことからみて、伝統的なエージェント関係のもとに取引を行なっている例が多いこと、また問題が起つた場合でも市場転換（国内消費向けを含む）が比較的容易であること、等の理によつて一般的な情報需要度が比較的低いといえよう。

(6) 原材料を取扱っている業界の情報需要度

原材料業界は、概して輸入業界が多いとみられるが、買付け一次産品の価格に影響を与える問題に関する情報に対する需要度が高い。したがって一般経済事情、一般貿易事情、業種別事情に対する情報需要が他業界よりかなり高いのが目立っている。

表 4.5 取扱品目と個別情報需要

-85- ~ -86-

調査項目（国別情報） （カッコ内は例示事項）		A							B							C						
		a	b	c	d	e	f	g	a	b	c	d	e	f	g	a	b	c	d	e	f	g
1. 一般経済事情	(1-1) 人口（総人口・就業人口・所得階層別人口）	0	0	1	0	1	0	1	1	2	6	3	2	0	1	3	21	32	18	18	5	6
	(1-2) 国民総生産（総支出の内訳、産業部門別内訳）	0	1	3	0	6	0	1	1	4	9	5	1	0	4	3	20	26	17	5	5	3
	(1-3) 経済成長率（過去の成長率、今後1年間の成長見通し）	1	2	7	2	5	0	4	2	9	16	6	2	1	3	1	17	18	15	8	4	1
	(1-4) 工業生産高（業種別付加価値構成比）	0	2	7	2	1	1	4	1	7	11	8	7	0	2	3	20	25	14	13	4	2
	(1-5) 国民所得（1人当り国民所得）	0	2	2	0	3	0	1	1	5	13	7	7	1	2	3	17	23	13	11	2	5
	(1-6) 貿易額（輸出入額・主要商品輸出入額）	0	4	9	4	3	0	5	3	7	16	9	4	3	2	1	21	22	15	13	3	1
	(1-7) 生産（鉱工業生産指数・農業生産指数）	0	1	6	1	6	0	3	1	6	11	6	3	1	1	3	19	26	15	5	3	3
	(1-8) 国家予算（予算額・財政方針）	0	2	1	0	1	1	3	3	5	12	4	5	1	3	2	16	28	16	14	1	1
	(1-9) 国際収支（収支内訳・外貨準備・為替レート）	2	2	9	2	5	2	4	2	7	9	6	3	2	4	1	20	28	16	12	1	1
	(1-10) 景気状況（過去の動向と現況・将来の見通し）	3	4	12	6	5	2	6	0	12	21	6	9	2	3	2	15	18	18	8	1	1
2. 一般貿易事情	(2-1) 主要輸出入商品およびその対象国	0	3	11	5	3	1	4	2	10	11	9	7	2	4	2	20	19	14	9	1	0
	(2-2) 対日主要輸出入商品	0	1	10	4	3	2	4	2	9	12	7	6	2	4	2	22	21	18	10	1	1
	(2-3) 主要貿易関係団体・会社（主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社）	0	1	8	2	1	0	0	2	6	10	9	4	3	7	2	20	24	14	14	3	1
	(2-4) 主要対日取引企業	0	1	6	1	2	0	3	2	9	13	7	9	2	4	2	17	21	19	8	4	2
	(2-5) 当該国との取引で主要な第3国企業	0	2	6	3	2	0	1	1	7	11	8	9	1	5	3	18	21	16	9	4	3
	(2-6) 輸 出 入 手 続	1	2	12	5	5	2	2	2	11	15	6	4	2	3	1	15	19	14	10	1	3
	(2-7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果	1	4	12	3	4	2	5	0	9	8	4	4	1	2	3	14	20	13	10	2	1
	(2-8) 貿 易 金 融	2	3	4	2	2	1	3	2	8	16	5	7	2	4	1	15	21	14	11	2	1
	(2-9) 輸入制限（措置の内容と運動の実態）	3	8	15	6	4	5	6	1	8	19	10	9	0	2	2	15	24	13	8	0	1
	(2-10) 輸 出 入 見 通 し	2	5	13	5	3	2	5	1	11	12	7	10	2	3	1	13	22	13	8	1	1
	(2-11) 取引に関連する生活慣習（祝祭日・営業時間）	0	0	3	0	2	0	0	1	4	8	7	4	2	4	3	22	31	15	13	4	4
	(2-12) 商事慣習と関連法規	1	0	8	2	5	2	2	1	10	12	6	6	2	3	2	19	26	15	12	2	3
3. 国民生活	(3-1) 住宅事情（住宅の需給事情・家賃）	0	2	2	0	0	0	1	2	3	5	2	2	0	2	2	18	30	18	13	5	5
	(3-2) 主要耐久消費財普及状況	0	0	8	0	1	0	0	1	4	8	2	4	0	2	3	21	23	20	11	5	5
	(3-3) 福祉厚生（公共サービスの普及事情・医療事情）	0	1	0	0	2	0	0	0	1	3	2	2	0	0	4	21	30	18	13	5	7
	(3-4) 主要サービス料金（電気・水道・ガス・交通・通信）	0	0	1	0	1	0	0	0	3	6	2	3	1	1	4	22	26	18	11	4	6
	(3-5) 主要商品小売価格	1	0	3	5	1	0	1	2	7	10	9	8	0	5	1	22	26	16	8	6	2
	(3-6) 家 計	0	2	1	0	1	0	0	0	1	4	2	3	0	0	4	21	27	19	11	5	7
	(3-7) 教育（教育制度・学校数・教師数・生徒数・文盲率）	0	0	1	1	0	0	0	0	2	4	3	2	0	0	4	19	29	16	16	5	7

Q: 業務上参考になるので、妥当な料金であれば、必要の都度入手したい情報だと思う。

d : 雜貨類

g: 原材料, 機械類, 雜貨

4.6 取引相手地域と情報需要

企業の取引相手市場によつて、それぞれの市場地域の特性があるために、企業の情報需要は多少変化をみせるはずである。本節では、複数市場を相手とする企業に重点を置かずに、特定市場のみと取引を行なっている企業同志の情報需要の分析を中心としたい。何故ならば、取引相手地域別に情報需要をみる場合、複数地域市場の企業をとりあげると、個々の市場に対する情報需要の分析をあいまにする場合が多いと考えられるからである。これは4.4および4.5の場合とかなり異なつた点であると考えられる。

したがつて、特定地域のみと取引を行なっている企業はきわめて少なく、また、それら企業の回答数はさらに少ないわけだが、あえてこれら企業の情報需要に重点を置いて分析した。

アンケート回答企業の主要取扱地域の回答数はつぎのとおりである。

取 扱 地 域	回答数(社)
a 米国, カナダ, オセアニア	24
b 西欧	2
c アジア	3
d 共産圏	16
e 中近東, アフリカ, 中南米	7

4.6.1 各取引市場の特徴

(1) 米国, カナダ, オセアニア

各情報類のなかで、需要度が相対的に高いのは、一般経済事情、一般貿易事情、業種別事業であり、企業経営環境事情、行政機関・その他の関係機関、国民生活への需要度は比較的低い。

個別の情報については、一般経済事情では景気状況、一般貿易事情では輸入制限、輸入見通し、国民生活では主要商品小売価格、行政機関・その他機関では経済団体、経済官庁、企業経営環境事情では物価水準、税制、業種別事情では新技術、新製品に対する需要が高い。

(2) 西 欧

回答企業数は2社であり、これをもつて西欧市場取引業界の一般的特徴とするのは、かなりためらいを感じるが、あえてその特徴をみるとA印を付しているのは、一般貿易事情のなかで輸入制限、輸出入見通し、商事慣習と関連法規に各1社あるだけで、B印を付しているのも全情報のなかで、6項目だけにとどまっている。

(3) ア ジ ア

回答数は3社だけであり、全項目を通じて1社が、○印を付し、2社がほとんどの項目につきブランクという特徴がみられる。例外として、国際収支と主要輸出入商品およびその対象国に1社がA印をマークしている。

(4) 共 産 圏

共産圏市場取引業界が、高い需要度を示している情報類は、業種別事情、企業経営環境事情、行政機関・その他機関であり、一般貿易事情、一般経済事情に対する需要度はB・○印が多く、A印の数は相対的に少ない。国民生活ではA印はないが、B印が他地域に比べ多いのが特徴である。

企業経営環境事情、業種別事情ともに需要度が他のどの地域よりも高いが、その内容を概観すると次のとおりである。

企業経営環境事情では、税制、交通・港湾事業、労働事情、企業者・労働者数をはじめ全般に高い需要を示している。

その理由として、まず、基本的にはこれら諸国が、情報流出に関し他の先進国ほどオープンでなく、外部に情報を発表していないため、全般的な事情がわかりにくく、したがって取引とは直接関係はないにしても、これらに関する基本的な事情を十分わきまえた上で取引を行ないたいという考えが反映しているものとみられる。

業種別事情では、やはり新技術・新製品への需要度が最も高く、次いで設備投資状況、企業の新設・合併・倒産の順になつている。

行政機関・その他機関では、経済官庁・経済団体、重要人物の経歴などに対する需要度が高い。

(5) 中近東、アフリカ、中南米

企業経営環境事情に対する需要度が比較的高く、共産圏市場取引業界に次いでいる。

以上、各地域市場ごとにその需要する情報類をみてきたが、西欧、アジアともアンケート回答者が少いため、これだけで結論付けるのは多少危険と考えられる。そこで、以下これら地域市場を含む複数地域市場を取引相手とする業界の需要情報もみることとするが、上記の個別地域市場の特徴がここにも十分に反映されていることがわかる。

4.6.2 米国、カナダ、オセアニアおよび他の市場との取引をあわせ行なっている場合の情報需要

わが国の主要取引市場である米国、カナダ、オセアニアとは、ほとんどの企業が取引を行なっているものと考えられるが、この市場とともに他の市場との取引もあわせ行なっている企業を比較し、そこから新しい需要情報を分析することにしよう。

(1) a b市場とa d市場の比較

米国市場および西欧市場との取引が主である企業と米国市場および共産圏市場との取引が主である企業との比較である。

a dの企業がa bの企業より回答が少ないのであるが、A印の回答の数は、一般経済事情、国民生活、業種別事情において、a d企業がa b企業を上回っている。また企業経営環境事情では回答数のわりにはa d企業がa b企業に比べ需要度が高い。

以上にみられるごとく、共産圏市場との取引を主とする企業の特徴がこのなかにも十分うかがわれる。

(2) a b c, a b d, a c d市場の比較

米国市場を共通としながらも、これに(i)西欧・アジア、(ii)西欧・共産圏、(iii)アジア・共産圏との取引を主とする企業の比較である。

換言すれば、(i)は、わが国の主要取引地域との取引を主としている企業、(ii)は、先進国ならびに共産圏との取引を主としている企業、(iii)は、西欧との取引は少ないが、他の二大取引相手地域との取引を主としている企業である。

① a b cとa b dの比較

一般経済事情、一般貿易事情で、a b dのA印の数がa b cに比較してきわめて多い。

また行政機関・その他関係機関についてはa b dには、A印とするのが3社あるのに対し、a b cには1社もない。

企業経営環境事情で、はじめてA印の数は、a b cがa b dを上回るのであるが、これはやはりアジア市場の特徴をあらわしているものといえよう。この例外を除いて、すべての場合にa b cの場合のほうがblankが多く、情報需要度はa b dの方が圧倒的に高い。

② a b cとa c dの比較

①の場合と同様の現象が生じ、企業経営環境事情においてもA印の数はa c dのほうがかなり多いのはアジア市場が含まれているから当然といえよう。

③ a b dとa c dの比較

この両者間には、際立つた差異はあまりみられない。例外的に、企業経営環境事情でA印の数は、a c dが圧倒的に多い。①、②と同じようにアジア市場が含まれているからであろう。

blankの数はa c d市場のほうが多く、これは、アジア市場に関する情報が全般に入手しやすく、西欧市場のそれが比較的困難な点からくることであろう。したがつ

て多少のバラツキはあるが、情報需要度は、a b d 市場を主とする企業の方が a c d に比べて高い傾向がみられる。

なお、最後に取引相手市場別に企業の個々の情報に対する必要度をみたものが表 4.6 である。

表 4.6 取引相手市場と個別情報需要

-93- ~ -94-

調 査 項 目 （ 国別情報 ） （ カッコ内は例示事項 ）		A												B												C											
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	ℓ	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	ℓ	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	ℓ
1. 一 般 経 済 事 情	（ 1－ 1 ） 人口（総人口・就業人口・所得階層別人口）	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0	0	1	2	1	3	2	3	5	2	7	1	1	10	1	13	13	0	14	9	15	15
	（ 1－ 2 ） 国民総生産（総支出の内訳，産業部門別内訳）	3	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	0	3	0	0	0	1	4	3	3	4	3	8	3	7	1	1	10	2	12	12	1	11	8	12	14
	（ 1－ 3 ） 経済成長率（過去の成長率，今後1年間の成長見通し）	3	0	0	1	0	0	1	0	3	5	3	1	3	0	0	3	1	9	5	3	5	3	1	7	7	1	1	8	2	8	9	2	10	7	8	9
	（ 1－ 4 ） 工業生産高（業種別付加価値構成比）	3	0	0	0	0	1	2	0	3	4	4	2	3	0	0	1	1	6	5	3	5	2	5	6	6	1	1	9	1	11	10	0	10	10	13	10
	（ 1－ 5 ） 国民所得（1人当り国民所得）	3	0	0	0	0	0	1	0	1	2	2	0	3	0	0	1	1	5	4	3	5	3	9	3	5	1	1	8	0	12	11	0	9	8	10	14
	（ 1－ 6 ） 貿易額（輸出入額・主要商品輸出入額）	3	0	0	0	1	2	2	1	4	4	6	3	3	0	0	2	1	7	7	3	6	3	1	7	6	1	1	8	2	14	7	2	8	10	8	9
	（ 1－ 7 ） 生産（鉱工業生産指数・農業生産指数）	3	0	0	0	0	0	1	0	4	3	5	1	3	0	0	2	1	5	6	3	3	3	4	3	3	1	1	7	1	13	10	0	9	9	14	12
	（ 1－ 8 ） 国家予算（予算額・財政方針）	3	0	0	1	1	0	0	0	2	1	0	0	3	0	0	2	0	2	7	3	4	4	6	4	4	1	1	8	1	12	8	0	10	9	15	13
	（ 1－ 9 ） 国際収支（収支内訳・外貨準備・為替レート）	3	0	1	1	1	1	0	1	6	3	7	0	3	0	0	2	0	5	7	2	3	5	5	10	6	1	1	8	3	12	11	1	7	8	10	9
	（ 1－10 ） 景気状況（過去の動向と現況・将来の見通し）	4	0	0	1	1	3	3	1	6	6	9	4	4	0	0	5	2	8	11	4	7	4	8	9	8	1	1	6	0	13	6	3	4	5	8	9
2. 一 般 貿 易 事 情	（ 2－ 1 ） 主要輸出入商品およびその対象国	2	0	1	1	1	3	2	1	6	3	9	2	2	0	0	2	2	11	7	3	5	2	9	6	7	0	1	5	3	10	6	2	6	10	6	9
	（ 2－ 2 ） 対日主要輸出入商品	2	0	0	1	0	3	2	0	5	4	8	2	2	1	0	2	2	8	7	3	6	2	7	7	7	1	1	5	4	12	5	3	5	10	9	9
	（ 2－ 3 ） 主要貿易関係団体・会社（主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社）	2	0	0	2	0	2	0	0	2	1	4	1	2	0	0	1	2	6	5	4	6	5	7	7	5	1	1	6	1	12	11	1	8	8	10	12
	（ 2－ 4 ） 主要対日取引企業	2	0	0	1	0	1	0	0	3	0	4	1	2	1	0	2	2	10	7	2	7	5	7	7	5	0	1	5	0	11	7	2	5	10	13	9
	（ 2－ 5 ） 当該国との取引で主要な第3国企業	2	0	0	0	2	2	2	0	3	1	2	0	2	0	0	3	1	6	6	2	8	4	6	6	5	1	1	6	1	2	6	2	7	9	15	11
	（ 2－ 6 ） 輸 出 入 手 続	3	0	0	2	1	4	1	0	5	6	6	3	3	0	0	3	1	3	6	3	7	3	8	8	9	1	1	4	0	12	7	2	5	7	9	10
	（ 2－ 7 ） 入札制度ならびに最新の主要入札結果	2	0	0	3	1	2	8	0	6	8	2	2	2	0	0	1	0	5	3	1	2	2	8	5	5	1	1	7	0	7	4	1	11	6	12	10
	（ 2－ 8 ） 貿 易 金 融	2	0	0	1	0	1	1	0	3	3	3	2	2	0	0	3	1	5	4	3	5	6	9	7	5	1	1	4	1	9	9	0	9	5	9	10
	（ 2－ 9 ） 輸入制限（措置の内容と運動の実態）	4	1	0	3	1	4	5	1	7	9	10	4	4	0	0	2	0	10	8	3	5	3	7	15	8	0	1	4	1	9	3	3	9	4	7	4
	（ 2－10 ） 輸 出 入 見 通 し	4	1	0	1	1	4	3	1	5	5	6	4	4	0	0	3	0	9	5	3	7	5	9	8	6	0	1	5	3	7	8	1	5	3	10	7
	（ 2－11 ） 取引に関連する生活慣習（祝祭日・営業時間）	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	2	0	0	3	0	2	4	3	6	2	5	4	7	1	1	6	1	2	13	2	11	12	15	14
	（ 2－12 ） 商事慣習と関連法規	2	1	0	1	0	2	1	0	2	5	5	2	2	0	0	4	0	5	5	2	9	1	6	7	6	0	1	7	2	10	12	4	8	8	13	12
3. 国 民 生 活	（ 3－ 1 ） 住宅事情（住宅の需給事情・家賃）	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2	3	1	7	1	1	8	0	13	11	2	13	12	18	13
	（ 3－ 2 ） 主要耐久消費財普及状況	0	0	0	0	0	3	2	0	0	0	4	0	0	0	0	2	0	3	6	1	4	4	2	0	10	1	1	6	1	13	5	2	10	9	16	13
	（ 3－ 3 ） 福祉厚生（公共サービスの普及事情・医療事情）	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	0	1	1	2	2	0	8	1	1	10	1	12	10	2	14	11	18	13	
	（ 3－ 4 ） 主要サービス料金（電気・水道・ガス・交通・通信）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	2	1	1	1	4	4	2	8	1	1	8	1	11	12	2	14	9	16	11
	（ 3－ 5 ） 主要商品小売価格	1	0	0	0	0	1	2	0	1	1	5	2	1	0	0	2	2	8	6	2	6	6	4	5	11	1	1	7	0	11	8	1	11	8	15	12
	（ 3－ 6 ） 家 計	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	1	1	4	4	1	9	1	1	6	1	13	12	3	15	9	15	12
	（ 3－ 7 ） 教育（教育制度・学校数，教師数・生徒数・文盲率）	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	3	0	2	1	2	2	1	8	1	1	7	0	13	11	1	15	10	19	12

調査項目（国別情報） （カッコ内は例示事項）		A												B												C											
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	ℓ	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	ℓ	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	ℓ
4. 行政機関・その他関係機関	(4-1) 元首・閣僚名とその党派	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	2	2	1	1	3	5	1	4	1	1	4	0	9	10	1	12	9	15	12
	(4-2) 議会（議長・副議長名・議員数とその党派別内訳）	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	2	3	3	0	4	1	1	5	0	9	10	1	11	9	16	13
	(4-3) 政党（支持率・主要役員）	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	2	4	0	5	1	1	5	0	10	10	2	12	9	17	13
	(4-4) 経済官庁（所在・主要役職名）	1	0	0	2	0	1	1	0	1	2	0	0	1	0	0	0	1	3	2	1	2	1	7	2	6	1	1	5	1	10	11	1	13	12	14	12
	(4-5) 経済団体（所在・特色・役員名）	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	2	2	4	2	1	3	3	8	1	5	1	1	5	0	9	12	1	13	9	14	14
	(4-6) 労働組合（所在・特色・役員・組合員数）	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	3	1	1	1	2	3	0	7	1	1	6	0	9	10	1	14	9	17	13
	(4-7) 重要人物の経歴	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	2	0	2	2	5	0	5	1	1	5	1	9	11	2	13	11	16	14
	(4-8) 主要新聞・雑誌	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	6	3	0	5	2	8	3	7	1	1	4	2	9	10	2	10	10	14	13
	(4-9) 研究所・経済学者・経済研究者	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	2	1	4	1	5	1	1	6	1	10	13	2	13	11	18	14
5. 企業経営環境事情	(5-1) 外資導入制度	0	0	0	3	0	1	0	2	2	4	12	3	0	0	0	2	1	5	8	1	8	7	2	8	7	0	1	4	0	9	11	1	8	5	11	6
	(5-2) 資金調達事情	0	0	0	2	0	2	1	1	2	3	9	4	0	0	0	2	1	5	8	2	7	7	3	5	7	0	1	5	0	8	9	0	10	4	10	8
	(5-3) 主要企業平均財務比率	1	0	0	1	1	2	1	1	2	2	4	1	1	0	0	1	1	5	4	2	5	6	6	6	9	1	1	6	1	8	11	0	8	6	12	9
	(5-4) 税 制	1	0	0	4	1	1	2	2	1	4	8	4	1	0	0	2	1	5	5	1	8	5	5	4	9	1	1	5	0	10	13	1	8	6	9	11
	(5-5) 労働事情	0	0	0	3	0	1	1	2	1	5	7	2	0	0	0	1	2	4	3	1	7	5	4	5	11	1	1	6	1	8	12	0	10	5	11	8
	(5-6) 物価水準	1	0	0	3	0	1	1	2	1	2	6	1	1	0	0	3	0	6	6	2	6	6	8	6	9	1	1	5	2	12	11	1	13	8	9	8
	(5-7) 主要金融機関	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	4	1	1	0	0	0	1	5	3	2	6	3	4	5	5	1	1	7	0	10	12	0	10	9	13	9
	(5-8) 交通・港湾事情	1	0	0	2	1	1	1	1	1	5	3	2	1	0	0	2	0	4	2	2	5	2	5	3	8	1	1	8	0	10	12	1	12	11	13	11
	(5-9) 建設の電力事情	0	0	0	2	1	0	0	1	0	4	3	1	0	0	0	0	0	3	2	2	2	2	5	3	6	1	1	7	0	11	13	0	14	10	13	10
6. 業種別事情（鉱工業・小売・サービス業）	(6-1) 企業数・労働者数	4	0	0	2	0	2	0	3	3	1	4	1	4	0	0	2	0	6	6	1	2	7	5	7	8	1	1	6	2	13	9	0	13	6	14	7
	(6-2) 生産現況と見通し	3	0	0	2	1	3	4	2	6	5	4	4	3	0	0	3	2	10	6	2	3	7	9	5	7	1	1	6	3	9	8	1	10	4	13	5
	(6-3) 設備投資（投資額・主要新規投資）	3	0	0	3	2	1	2	2	5	6	3	2	3	0	0	3	0	6	6	1	4	5	6	7	4	1	1	3	3	7	6	1	9	4	13	5
	(6-4) 輸出額（主要相手国別）	3	0	0	2	1	1	4	2	6	2	6	3	3	0	0	3	1	11	6	1	5	8	6	5	8	1	1	3	0	10	4	0	7	5	12	9
	(6-5) 輸入額（"）	3	0	0	2	1	1	2	3	6	3	7	4	3	0	0	2	1	13	7	1	6	7	6	7	7	1	1	3	0	9	6	1	8	5	12	6
	(6-6) 主要業界団体（所在・特色・役員）	2	0	0	2	1	1	0	1	2	1	3	1	2	0	0	1	1	5	4	2	4	6	3	8	9	1	1	8	2	13	13	1	13	9	16	8
	(6-7) 主要企業（社長名・資本金・売上高・主要製品）	2	0	0	2	0	2	3	1	5	5	5	4	2	1	0	4	2	7	8	1	6	5	5	8	10	0	1	4	3	11	5	2	7	6	15	7
	(6-8) 主要企業平均財務比率	1	0	0	1	1	1	2	1	3	5	4	3	1	1	0	1	0	7	6	1	5	5	6	5	5	0	1	7	2	8	6	0	9	5	11	7
	(6-9) 外国企業進出状況（関係外資名・外資比率・主要製品）	1	0	0	1	1	2	3	2	5	6	10	2	1	1	0	4	1	10	5	0	6	6	6	9	10	0	1	4	0	10	10	0	8	5	8	6
	(6-10) 企業の開設・合併・倒産の実態	1	0	0	2	1	1	1	1	3	1	6	3	1	1	0	5	0	8	7	1	6	8	3	5	8	0	1	3	2	9	6	1	8	5	13	7
	(6-11) 新製品・新技術	6	0	0	4	1	5	6	2	8	10	9	5	6	0	0	2	1	11	6	4	5	2	5	10	7	1	1	5	2	8	7	2	7	7	10	4

注 A： 非常に重要で、常時手元に準備しておきたいので、自動的に供給して欲しいものである。
したがってある程度の出費となつてもやむを得ないという情報であると思う。

B： 取り引きや業務上、大きな影響力があるので、供給機関が早く、安く供給してくれるならば常時入手しておきたい情報だと思ふ。

C： 業務上参考になるので、妥当な料金であれば、必要の都度入手したい情報だと思ふ。

注 a： アメリカ、カナダ、オセアニア

b： 西 欧

c： ア ジ ア

d： 共 産 圏

e： 中南米、中近東、アフリカ

f： アメリカ、カナダ、オセアニア、西欧

g： アメリカ、カナダ、オセアニア、共産圏

h： アメリカ、カナダ、オセアニア、西欧、アジア

i： アメリカ、カナダ、オセアニア、西欧、共産圏

j： アメリカ、カナダ、オセアニア、アジア、共産圏

k： アメリカ、カナダ、オセアニア、西欧、アジア、共産圏

ℓ： アメリカ、カナダ、オセアニア、西欧、アジア、共産圏、
中南米、中近東、アフリカ

4.7 海外関係事業に対する評価と海外情報に対する需要

海外関係事業に対する企業の評価、いかえると海外関係事業を今後積極的に伸ばしていきたいと考えている企業とそうでない企業とで、海外情報に対する需要の度合いは、どのように違うのか、ということを検討するのが本節のねらいである。

国際化時代に入つて、今後海外関係事業のウエイトを増やしたいとか、海外関係の事業量を伸ばしたいと考えている企業数は多く、しかも、これらの企業の海外情報に対する需要度も高い。

(1) 海外関係事業のウエイトを拡大したいと答えたもの

海外関係事業のウエイトを拡大したいと考えている企業が海外情報に対して如何なる需要を持つているかを示したのが表4.7の(A)欄である。また、海外関係事業のウエイト拡大と並行して商品も、地域も拡大したいと答えた企業が、海外情報に対して如何なる需要を持つているかを示したのが表4.7の(ABC)欄である。

この両者は、それぞれ別個に取扱うよりも、むしろ同じ範ちゆうに属する企業として取扱うべきである。この両者をあわせると、海外情報に対して、積極的に必要であると答えたものの大半を占めている。しかも、比較的関心がうすい項目である「国民生活」、「行政機関・その他関係機関」に対する関心度もかなり高い。

しかしながら、両者を同一に取扱うといつても、海外情報の項目によつて、かなり大きな相違点がみられる。

たとえば、A印を付したもののなかで、一般経済事情、一般貿易事情、国民生活、企業経営環境事情、業種別事情に関する情報に対する態度は変らないが、行政機関・その他関係機関についての情報に対しては、前者は強い需要を示しているが、後者の場合はむしろ需要度は低い。また、C印の情報についても、後者は一般貿易事情について、前者ほど大きな関心を示していない。他方、「業種別事情」についての関心は強いといふことができる。

(2) 商品を拡大したいと答えたもの

輸出商品の多様化、高度化を図ることによつて海外関係事業を伸ばしていきたいと答えた企業と、海外情報との関連を示したのが表4.7の(B)欄である。商品を拡げることによつて海外関係事業を伸ばしていきたいと考えているため、当然のことながら、業種別事情に関する情報に対する関心度が最も高い。

また、商品輸出と密接な関係のある情報である国際収支、景気状況、主要輸出入商品およびその対象国、対日主要輸出入商品についても、他の項目より強い関心度を示している。

(3) 海外関係事業の地域を拡大したいと答えたもの

海外関係事業の地域を拡大したいと答えたものは、商品の拡大の場合と同様に、業種別事情に対して強い関心を示しているが、これと同じようなウエイトで一般貿易事情に対しても関心度が高い点が大きな特徴といえる。これらの関係を表にして示せば、表 4.7 の(C)欄のとおりである。

(4) 今後の海外関係事情は、内外情勢に応じて対処したいと答えたもの

商品あるいは地域を拡大したいと答えた企業、いいかえれば、海外関係事業を拡大していく方向で考えている企業よりも、内外の情勢に応じて対処したいと答えた企業の方が海外情報に強い関心を示している点は注目される。

業種別事情については(2)、(3)で検討した企業と同様の関心度を示しているが、そのほかに、一般経済事情、一般貿易事情、企業経営環境事情についての情報に対する関心度が高く、これらの情報に対しては対価を支払つても常時入手しておきたいと考えている点は注目される。この関係を表示すれば表 4.7 の(D)欄のとおりである。

表 4.7 海外関係事業に対する評価と個別情報需要

-99- ~ -100-

調査項目（国別情報） （カッコ内は例示事項）		A								B								C							
		合計	(A)	(ABC)	(B)	(BC)	(C)	(D)	(E)	合計	(A)	(ABC)	(B)	(BC)	(C)	(D)	(E)	合計	(A)	(ABC)	(B)	(BC)	(C)	(D)	(E)
1. 一般経済事情	(1-1) 人口（総人口・就業人口・所得階層別人口）	5	2	2	0	0	0	0	1	23	10	3	1	2	1	0	2	137	56	23	8	2	5	1	19
	(1-2) 国民総生産（総支出の内訳、産業部門別内訳）	9	4	3	0	0	0	0	1	38	18	5	1	2	1	0	4	125	17	20	8	2	8	1	17
	(1-3) 経済成長率（過去の成長率、今後1年間の成長見通し）	22	10	5	1	0	0	0	3	64	28	10	3	2	3	1	5	97	47	13	5	2	5	0	14
	(1-4) 工業生産高（業種別付加価値構成比）	22	13	6	0	0	0	0	3	48	17	6	1	2	3	1	6	117	42	45	18	8	7	0	14
	(1-5) 国民所得（1人当たり国民所得）	11	6	3	0	0	0	0	1	42	22	5	2	2	2	1	4	114	42	20	6	2	5	0	16
	(1-6) 貿易額（輸出入額・主要商品輸出入額）	30	17	6	0	0	1	0	3	64	25	11	3	2	3	1	7	106	44	14	7	4	6	0	12
	(1-7) 生産（鉱工業生産指数・農業生産指数）	19	10	6	0	0	0	0	2	41	17	6	2	2	4	0	3	116	43	18	6	3	6	1	16
	(1-8) 国家予算（予算額・財政方針）	11	6	1	0	0	0	0	3	42	21	5	1	1	3	0	4	114	48	20	8	3	3	1	13
	(1-9) 国際収支（収支内訳・外貨準備・為替レート）	32	13	6	2	1	1	0	3	53	22	10	2	2	2	0	6	110	51	13	7	3	5	1	16
	(1-10) 景気状況（過去の動向と現況・将来の見通し）	50	21	9	2	1	2	1	6	79	37	12	4	5	2	0	7	91	37	11	3	3	7	1	14
2. 一般貿易事情	(2-1) 主要輸出入商品およびその対象国	36	18	5	2	2	3	0	2	65	30	8	3	2	1	1	6	95	38	14	6	4	6	0	13
	(2-2) 対日主要輸出入商品	33	13	5	2	2	2	0	2	60	31	8	1	1	3	1	5	102	45	15	7	4	4	0	14
	(2-3) 主要貿易関係団体・会社（主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社）	18	11	3	0	0	1	0	0	58	24	7	1	3	2	0	7	105	45	17	7	3	4	1	16
	(2-4) 主要対日取引企業	16	8	3	0	0	1	0	0	62	30	8	2	3	2	1	6	100	42	14	8	1	6	0	14
	(2-5) 当該国との取引で主要な第3国企業	17	10	2	0	0	1	0	1	53	21	8	2	3	2	1	5	107	45	19	8	1	6	0	15
	(2-6) 輸 出 入 手 続	41	16	6	0	3	1	0	5	59	26	11	3	1	4	1	7	89	40	14	5	1	3	0	10
	(2-7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果	38	15	9	0	1	4	0	3	38	22	3	1	1	0	0	5	95	36	15	8	2	4	1	13
	(2-8) 貿 易 金 融	22	7	2	0	2	2	0	1	60	29	12	2	0	2	0	8	89	36	14	7	2	4	1	11
	(2-9) 輸入制限（措置の内容と運動の実態）	60	21	12	1	2	5	1	8	69	36	8	3	4	3	0	5	85	40	12	5	1	1	1	10
	(2-10) 輸 出 入 見 通 し	41	16	6	0	2	4	1	5	68	29	12	3	3	2	0	7	84	38	12	6	0	3	0	10
	(2-11) 取引に関連する生活慣習（祝祭日・営業時間）	8	3	2	1	0	0	0	0	38	15	5	1	1	2	0	6	131	58	19	8	3	5	1	17
	(2-12) 商事慣習と関連法規	28	9	5	0	1	0	0	6	53	25	8	3	3	3	0	2	117	53	18	7	1	5	1	17
3. 国民生活	(3-1) 住宅事情（住宅の需給事情・家賃）	5	0	2	0	0	1	0	2	20	6	6	1	2	1	0	1	131	58	18	7	2	3	1	17
	(3-2) 主要耐久消費財普及状況	11	8	2	0	0	0	0	0	28	16	4	0	2	2	0	0	126	49	20	9	2	3	1	19
	(3-3) 福祉厚生（公共サービスの普及事情・医療事情）	3	1	0	0	0	0	0	1	10	5	2	1	2	0	0	0	138	59	22	7	2	4	1	18
	(3-4) 主要サービス料金（電気・水道・ガス・交通・通信）	4	1	1	0	0	0	0	1	25	13	3	1	2	0	0	3	124	50	20	7	2	4	1	17
	(3-5) 主要商品小売価格	18	7	3	1	0	0	0	4	54	25	10	2	2	4	0	7	116	51	16	6	2	1	1	14
	(3-6) 家 計	4	3	1	0	0	0	0	0	16	7	4	1	2	0	0	1	130	52	19	7	3	4	1	19
	(3-7) 教育（教育制度・学校数・教師数・生徒数・文盲率）	2	0	1	0	0	0	0	1	15	7	4	0	2	1	0	1	133	56	21	9	2	3	1	16

調査項目（国別情報） （カッコ内は例示事項）		A								B								C							
		合計	(A)	(AB)	(B)	(BC)	(C)	(D)	(E)	合計	(A)	(AB)	(B)	(BC)	(C)	(D)	(E)	合計	(A)	(AB)	(B)	(BC)	(C)	(D)	(E)
4. 行政機関・その他関係機関	(4-1) 元首・閣僚名とその党派	5	3	0	0	0	0	0	0	25	11	5	0	1	1	0	3	107	14	16	8	3	3	1	14
	(4-2) 議会（議長・副議長名・議員数とその党派別内訳）	3	3	0	0	0	0	0	0	21	9	3	0	1	1	0	3	110	43	18	7	3	3	1	14
	(4-3) 政党（支持率・主要役員）	2	2	0	0	0	0	0	0	18	8	2	0	1	0	0	2	115	46	20	7	3	4	1	14
	(4-4) 経済官庁（所在・主要役職名）	11	8	0	0	0	0	0	1	31	13	6	0	1	1	0	3	114	46	17	7	3	4	1	16
	(4-5) 経済団体（所在・特色・役員名）	9	6	2	0	0	0	0	0	36	15	7	0	1	2	0	4	115	44	19	8	3	4	1	16
	(4-6) 労働組合（所在・特色・役員・組合員数）	6	4	0	0	0	0	0	0	15	8	1	1	2	0	0	2	119	47	22	6	2	4	1	16
	(4-7) 重要人物の経歴	2	2	0	0	0	0	0	0	20	11	3	0	1	0	0	1	121	48	20	8	3	4	1	17
	(4-8) 主要新聞・雑誌	8	6	1	0	0	0	0	0	35	18	10	0	1	0	0	1	115	43	15	8	3	5	1	18
	(4-9) 研究所・経済学者・経済研究者	3	3	0	0	0	0	0	0	20	8	3	1	1	0	0	0	125	51	21	6	3	4	1	18
5. 企業経営環境事情	(5-1) 外資導入制度	37	19	6	0	2	1	0	4	57	22	13	0	2	2	0	7	98	43	12	9	2	3	1	11
	(5-2) 資金調達事情	32	16	5	1	2	0	0	3	53	20	10	0	2	3	0	8	94	43	14	8	1	2	1	10
	(5-3) 主要企業平均財務比率	18	11	2	0	1	0	0	1	45	19	10	0	2	3	0	4	109	46	16	7	1	2	1	17
	(5-4) 税 制	37	17	7	0	2	1	0	5	51	25	10	2	2	2	0	1	105	47	13	8	1	2	1	18
	(5-5) 労働事情	28	13	3	0	2	1	0	4	51	23	10	0	1	2	1	4	109	51	15	7	1	4	0	14
	(5-6) 物価水準	24	13	3	0	1	0	0	4	59	24	13	2	3	2	0	4	114	53	12	7	2	3	1	16
	(5-7) 主要金融機関	11	6	1	0	1	0	0	1	44	20	8	0	2	1	0	6	104	47	16	8	1	4	1	12
	(5-8) 交通・港湾事情	23	11	5	0	1	1	0	2	39	15	9	1	1	2	1	4	116	54	13	7	2	3	0	15
	(5-9) 建設の電力事情	13	6	2	0	1	1	0	2	31	14	5	1	1	1	0	4	114	49	18	7	2	4	1	13
6. 業種別事情 （鉱工業ならびに業）	(6-1) 企業数・労働者数	23	11	4	1	1	1	0	2	49	19	8	2	2	2	0	4	114	47	17	5	2	5	1	17
	(6-2) 生活現況と見通し	41	17	9	2	2	3	0	4	72	33	12	1	2	2	1	4	97	39	12	6	3	4	0	17
	(6-3) 設備投資（投資額・主要新規投資）	34	14	6	1	3	2	0	4	54	26	10	2	0	3	1	2	89	39	10	5	1	4	0	14
	(6-4) 輸出額（主要相手国別）	37	16	6	3	2	2	0	3	60	27	11	1	2	3	1	5	90	36	15	6	1	3	0	12
	(6-5) 輸入額（ ）	42	18	7	2	2	1	0	4	72	29	14	3	2	4	1	6	86	41	12	6	1	2	0	10
	(6-6) 主要業界団体（所在・特色・役員）	18	12	1	1	0	0	0	1	50	12	13	3	3	2	0	6	120	57	15	7	2	5	1	18
	(6-7) 主要企業（社長名・資本金・売上高・主要製品）	36	19	6	1	2	1	0	2	61	22	12	2	2	3	0	9	100	47	12	6	1	4	1	14
	(6-8) 主要企業平均財務比率	26	12	5	0	1	1	0	2	46	15	10	3	1	4	0	6	94	44	11	4	2	2	1	13
	(6-9) 外国企業進出状況（関係外資名・外資比率・主要製品）	42	19	6	1	2	3	0	4	68	26	17	2	2	3	0	7	93	42	8	8	0	3	1	16
	(6-10) 企業の新設・合併・倒産の実態	26	13	4	0	2	1	0	2	61	19	14	3	2	3	1	9	87	40	11	4	0	4	0	10
	(6-11) 新製品・新技術	71	29	14	2	3	3	0	9	69	31	13	4	2	3	1	7	85	39	7	5	0	5	0	10

(注) A: 非常に重要で、常時手元に準備しておきたいので、定期的、自動的に供給して欲しいものである。したがってある程度の出費となつてもやむを得ないという情報であると思う。

B: 取り引きや業務上、大きな影響力があるので、供給機関が早く、安く供給してくれるならば常時入手しておきたい情報だと思う。

C: 業務上参考になるので、妥当な料金であれば、必要の都度入手したい情報だと思う。

(A): 海外のウエイト、または事業量をさらに伸ばしたい。

(B): 商品を拡げたい。

(C): 地域を拡げたい。

(D): このままでよい。

(E): 内外の状況に応じて対処したい。

5 個別情報の需要分析

5.1 ま え が き

われわれはすでに2.3において、企業の国際経済情報に対する認識や外部の情報供給機関利用に関する態度を、また4においては、種々の取引形態からみた情報需要を各面から分析して来た。アンケート第Ⅲ部の個別情報についても、アンケート第Ⅰ部および第Ⅱ部との関連において各所で触れて来たが、本章においては、さらに進んで、個別情報に対する企業の需要度自体を比較分析することによつて、海外情報に対する企業の認識、要請をより明確にし、情報の種類ごとに、如何なる供給方法が適しているかという点にまで触れてみよう。

本章においては、まず5.2において概論的に58の個別情報を、①一般経済事情、②一般貿易事情、③国民生活、④行政機関・その他関係機関、⑤企業経営環境事情、⑥業種別事情の6つのグループに分け、グループ相互間の需要度の比較検討を行なつた。

次いで、グループ内の個別情報に対する需要度の分析を行ない、需要の強弱の原因を検討した。

最後に5.3において、以上の分析から個別情報を性格別に、——一般情報か特殊情報か、生の情報か、分析加工あるいは判断を加えた情報か等——6つの類型に分類し、それぞれの情報の特殊性を探るとともに、その現実の需要曲線と理論的需要曲線とのかい離要因の分析を通じて、このかい離を埋めるための手段——情報の種類ごとに如何なる供給方法がとられるべきかを検討した。

ただ、情報供給に関する分析には、個別情報ごとに、現在の供給体制がどうなっているかという点の分析の裏打ちが必要であるが、この点是他日にゆずらざるを得なかつた。

また、今回のアンケート調査の対象が商社、製造業、建設業、コンサルタントなど、直接的に海外取引を行なっている企業が多く、それだけに海外情報に関してはある程度専門的知識を有していること、資本金1億円以上の大企業が主体になつていること、今後盛んになると思われる資本取引を行なっている企業が少ないこと、個別情報の需要度は、これら情報が国別に、かつ、少なくとも四半期毎に有料で供給されるという前提で回答されていること等は、分析結果を判断する際に留意すべき点であると思われる。

5.2 情報の需要分析

5.2.1 個別情報需要の総括的分析

(1) ここでは、アンケート第Ⅲ部の①～⑥の各項目、すなわち一般経済事情、一般貿易事情、国民生活、行政機関・その他関係機関、企業経営環境事情および業種別事情に関する情報を、それぞ

れグループとしてとらえ、これに対して企業がどれほどの需要を持っているかをみてみたい。

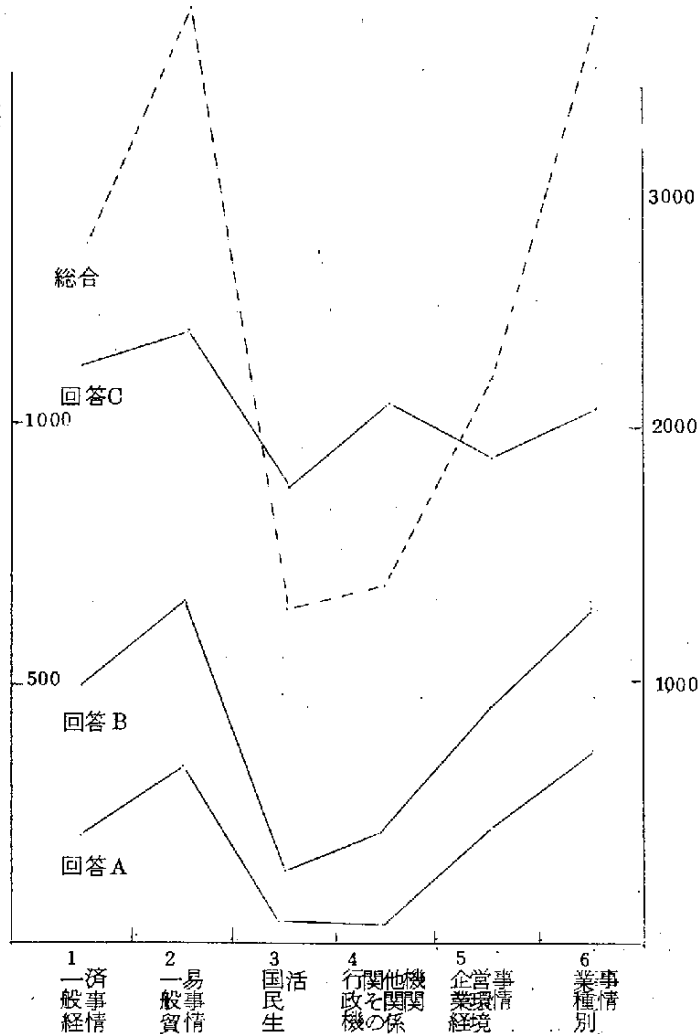
調査の対象となつた企業の取引別比率は、調査対象が製造業および商社が主体であるため、商品取引が48.2%と過半数を占め、以下技術取引25.3%、プラント取引13.8%、サービス取引6.6%、資本取引2.4%となつており、商品取引と技術取引の比率が高くなっている。

技術取引の比率が高いのは、「技術取引」が単にパテント、ノウハウの取引という意味に解されているのではなく、機械類の取引も技術取引と同一視されている部分もあるためと考えられる。

(2) 図5.1は、アンケート第Ⅲ部の①～⑥の各項目について、A、B、C印(A、B、Cの内容については、アンケート回答集計結果表参照)およびA、B、C印を総合したものをグラフに描いたものである。

図 5.1

グループ別
情報の需要
度〔総合〕



(注) 総合のウェイトはA×3+B×2+C、なお総合値は左側の値によつて示されている。(以下同じ)

また、図5.2は、横軸のプラスの方向をA、縦軸のプラスの方向をB、横軸のマイナスの方向をC、縦軸のマイナスの方向をDとし、原点から等距離の所にA、B、C印およびD（回答のうちA、B、Cのいずれか不明のものおよび無記入の計）の百分比の全平均値をとり、①～⑥の各項目のそれぞれについてA、B、C、Dの百分比の平均値を結んだものである。

図5.2 グループ別情報の需要度

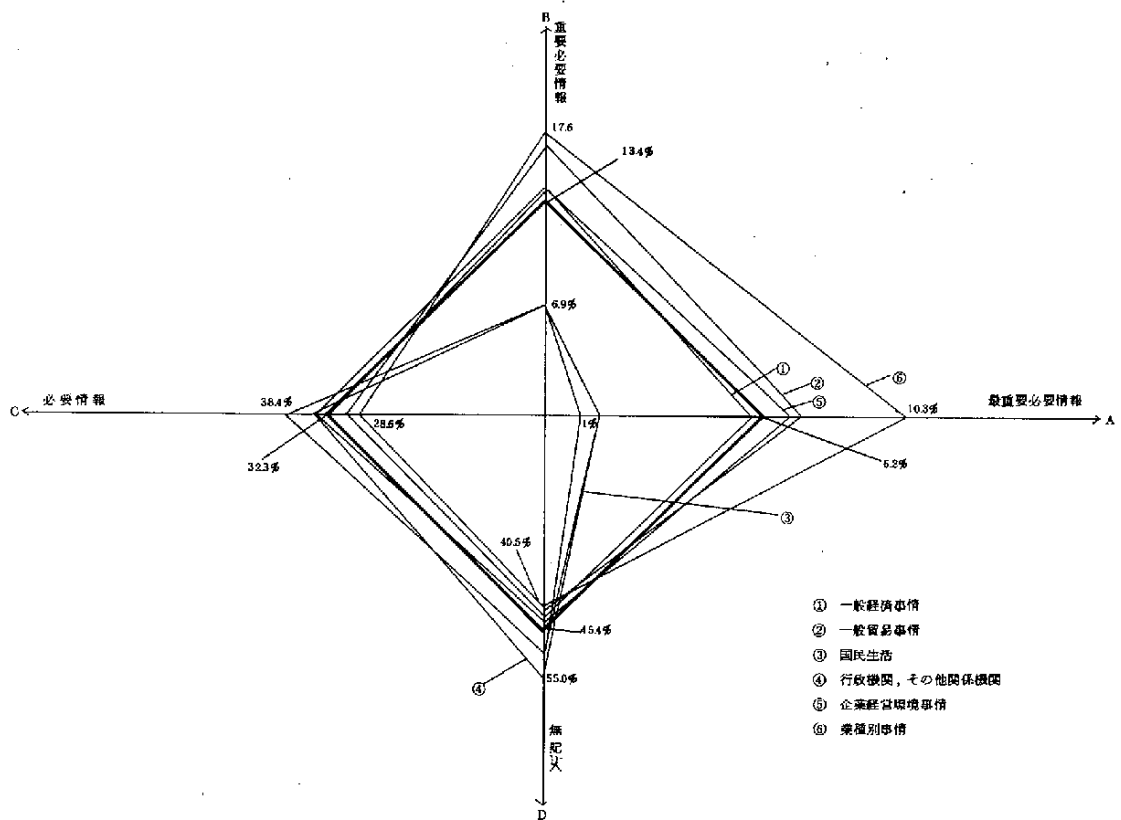


図5.1および図5.2によれば、第Ⅲ部の①～⑥の海外情報は、表5.1のとおり、3つのグループに分けることができる。

表5.1 グループ別情報の需要度

需要がかなりあるもの	② 一般貿易事情
	⑥ 業種別事情
需要が比較的あるもの	① 一般経済事情
	⑤ 企業経営環境事情
需要が低いもの	③ 国民生活
	④ 行政機関・その他関係機関

図5.3.1～5.3.4は、図5.1をさらに業種別に細分して、商社、製造業、建設業およびコンサルタント別に、グラフを画いたものである。

第 5. 3. 1 取引主体別情報の需要度（商社）

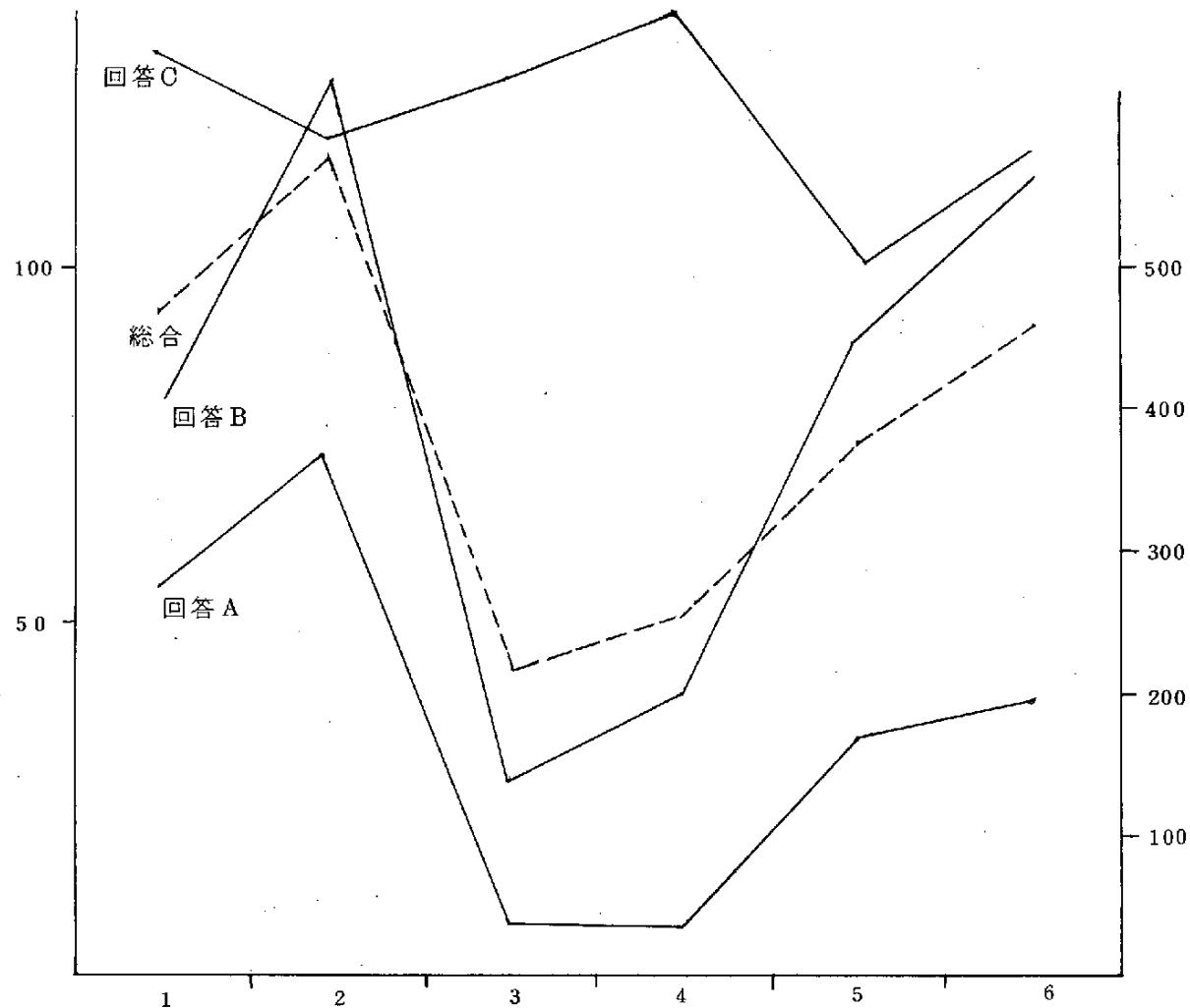


図 5. 3. 2 取引主体別情報の需要度（製造業）

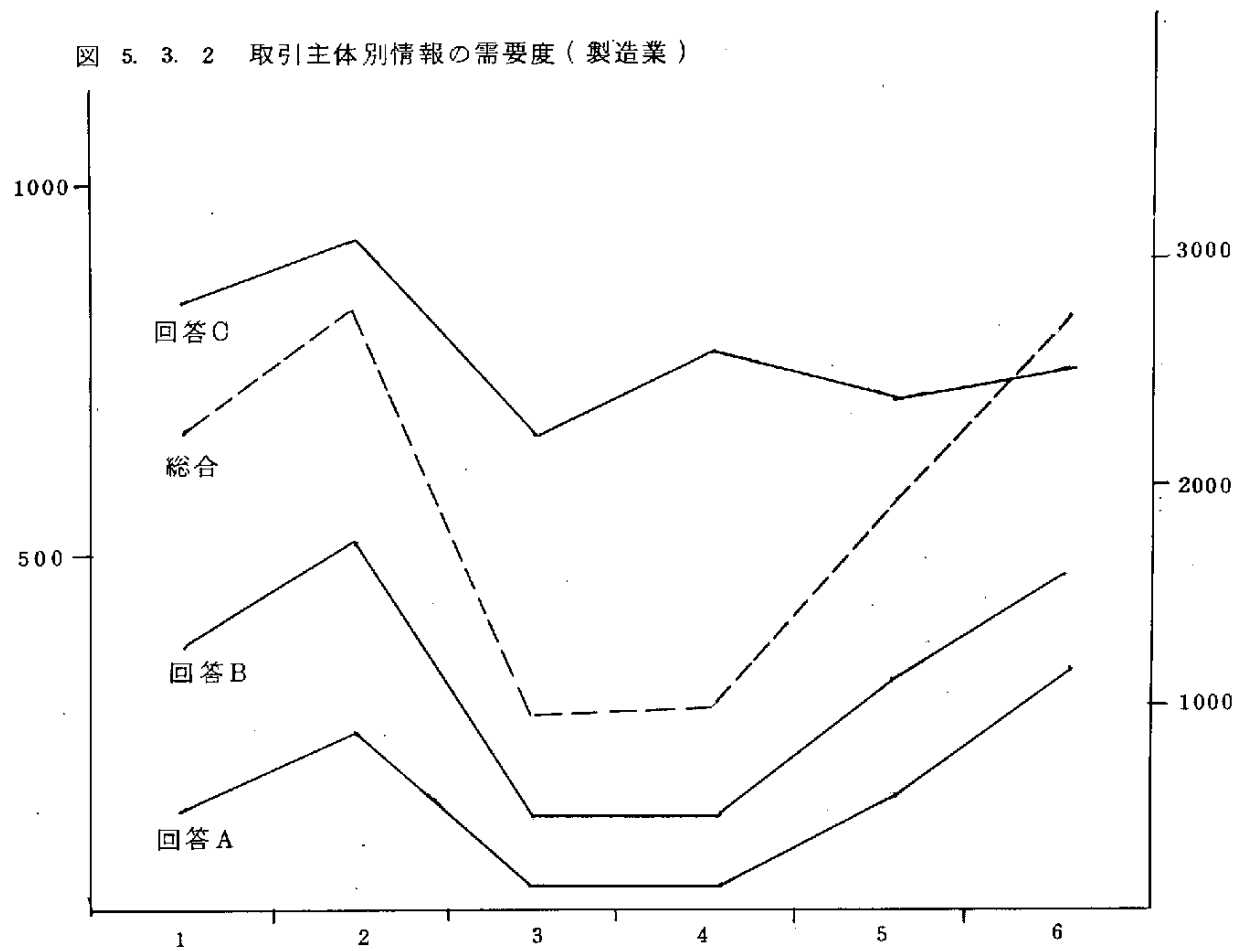


図 5. 3. 3 取引主体別情報の需要度（建設業）

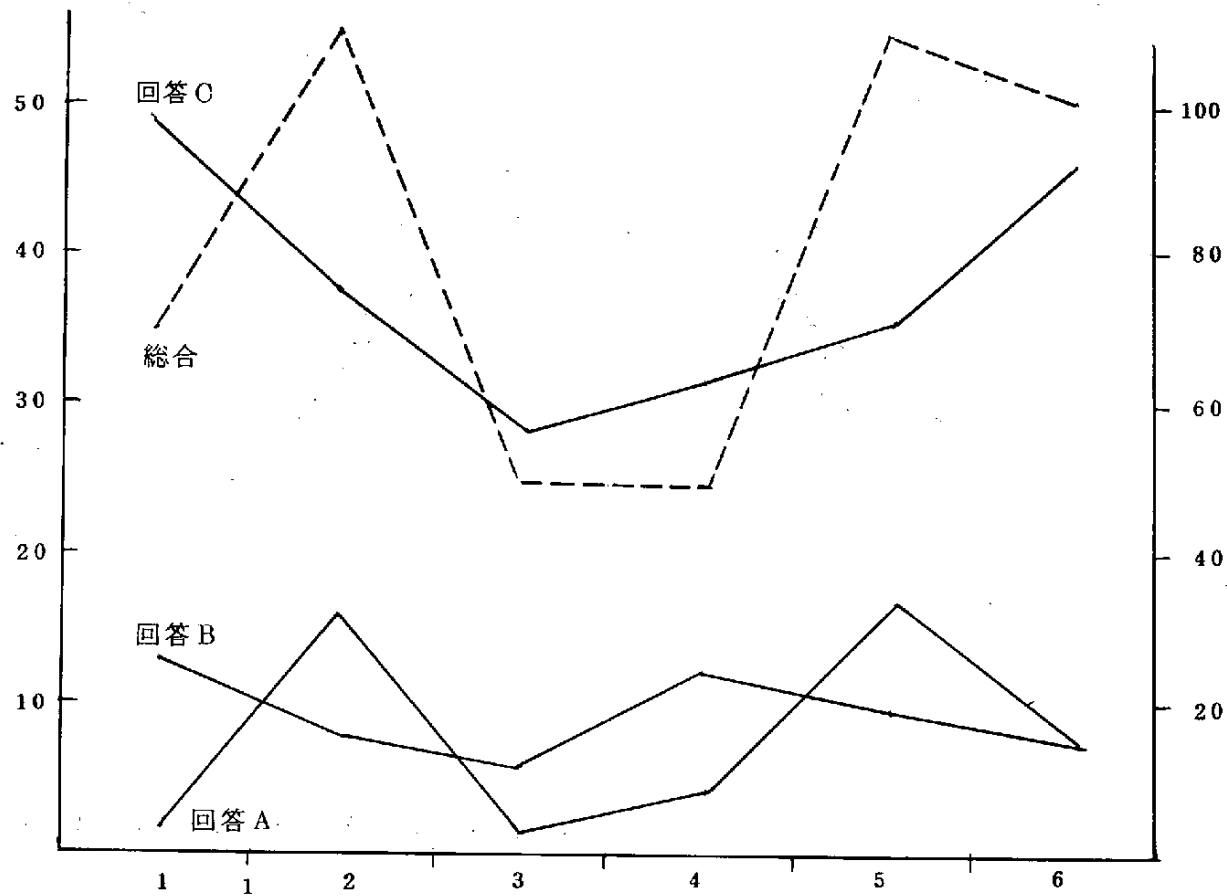
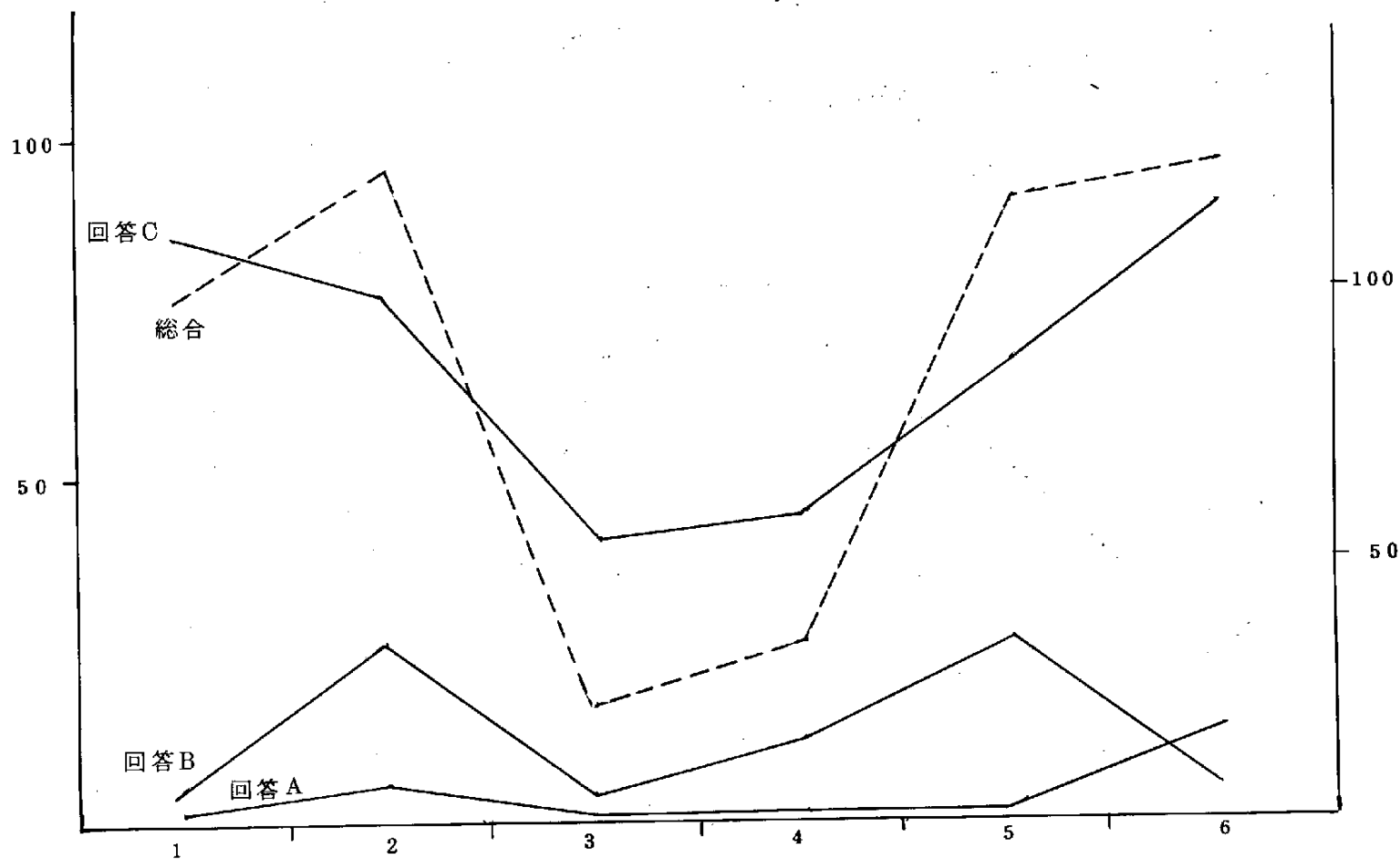


図 5. 3. 4 取引主体別情報の需要度 (コンサルタント)



これらの図から取引主体別に海外情報の需要度をグループに分けると表5・2のとおりとなる。

表5・2 取引主体別情報の需要度

	商 社	製 造 業	建 設 業	コンサルタント
需要が かなり あるも の	② 一般貿易事 情	② 一般貿易事 情 ⑥ 業種別事情	② 一般貿易事 情 ⑤ 企業経営環 境事情 ⑥ 業種別事情	② 一般貿易事 情 ⑤ 企業経営環 境事情 ⑥ 業種別事情
需要が 比較的 あるも の	① 一般経済事 情 ⑤ 企業経営環 境事情 ⑥ 業種別事情	① 一般経済事 情 ⑤ 企業経営環 境事情	① 一般経済事 情	① 一般経済事 情
需要が 低いも の	③ 国民生活 ④ 行政機関・ その他関係機関	③ 国民生活 ④ 行政機関・ その他関係機関	③ 国民生活 ④ 行政機関・ その他関係機関	③ 国民生活 ④ 行政機関・ その他関係機関

(3) (2)の分析結果に基づき、アンケート第Ⅲ部の①～⑥の各項について、需要の多いものから順に簡単にコメントしてみよう。

(イ) 需要が最も多いのは、一般貿易事情および業種別事情である。

① 一般貿易事情

すべての業種にわたって需要が強いが、商社の需要が一番強い。商社は、本項の情報については何らかの方法でかなりの程度まで収集していると思われるが、にもかかわらず需要が強いのは、商社にとって本項の情報が如何に重要であることを示すとともに、万遍無く、情報を収集することがかなり困難であることを示すものであろう。

本項を構成している情報は、いずれも貿易取引をはじめとする海外取引を行なうに際し

て不可欠なものばかりである。

本項の中では、輸入制限、輸出入見通し、輸入手続、入札制度、主要輸出入商品などに対する需要が強い。

これを取り別にみると、近年における技術取引の増大を背景として、技術取引を行なっている企業が、輸入手続についてかなり強い需要を有しており、また当然のことながらプラント取引を行なっている企業が、入札制度ならびに最新の入札結果について、商品取引を行なっている企業が、輸入制限、輸出入見通しについて強い関心を示している。

本項はどちらかといえばスピードは要求されるが、入手が容易なものが多く、また加工、分析する必要が比較的少ないものもあるが、特に需要の多い輸入制限、輸出入見通しについては、かなりの既存情報の蓄積があつたうえでこれを、加工、分析して得られるものであり、高度の判断を必要とする情報である。需要者側としても、これらの情報は企業経営に密接に結びついているので、かなり質の高い情報を期待していると考えられ、需要の強さもこれを反映しているのであろう。

企業としては、常時、相手国の最新の貿易事情を把握しておくことがきわめて大切であり、その意味で、本項は要領よく整理され、かつ、迅速に供給されるならば、常に手元に置いておく価値のある情報であると考えられる。

② 業種別事情

商社の需要が若干低いほかは、いずれの業種とも需要がきわめて高い。これは、製造業などにとつて、海外の業種別の詳しい実態があまり把握されていないことを示している。商社の需要が比較的低いのは、その性格からして、業種別の詳しい事情をさほど必要としないためであろう。

本項に含まれている情報は、輸出先国および競争国の業界の実態を詳しく教えてくれるものであり、また企業経営環境事情とあわせて企業が海外へ進出する場合にも必要となるものである。

本項の中では、新製品・新技術、外国企業進出状況、輸入額、生産現況と見通しなどに対する需要が強く、なかでも新製品・新技術に対する需要がとび抜けている。

これは新製品・新技術に関する情報の確保が企業間競争に打ち勝つためのきわめて大きな要因であることによるものであろう。しかし、これらは、いずれも企業の高度の秘密に属するものであることおよび本情報の処理のためには、きわめて高度の専門的知識を有する人材を要すること等を考えれば、企業間競争がますます激化している今日、その確保は一層むずかしくなりつつあると考えられる。しかし本情報は、入手が困難ではあるが、一旦確保してしまえば、特定の需要者に対し、きわめて高価に販売できる性格のものである。

今後のわが国の輸出は、激烈な先進国間の競争と同時に発展途上諸国からの追上げの強化という二つの困難に直面しており、これが対策のために相手国および競争国の産業の実態を的確に把握し、これに基づききめの細かい対策を講ずることが要請されているところから、本項は、海外情報のなかでも最も重要なものの一つであると考えられる。

(ロ) つぎに需要が比較的あるものは、一般経済事情および企業経営環境事情である。

① 一般経済事情

一般経済事情については、すべての業種がある程度の需要があるとしている。一般貿易事情が実際の取引にあたって必要なのに対し、本項に含まれている情報は、取引の見通しを立てるにあたっての材料となるものであると考えられる。

本項の中では、景気状況、国際収支、貿易額、経済成長率などに対する需要が高いが、これもこうした見方を裏づけるものであろう。なかでも、景気状況に対する需要がきわめて高いのは、(イ)の一般貿易事情と同じ理由に基づくものであると考えられる。

本項のうち、人口、国民総生産、国民所得などは、相手国のマーケティング調査を行なう上で必要であると考えられるが、予想に反し、需要が比較的少ないのは、必らずしも最新時点の数字を必要としないこと、および一般報道機関、政府機関等によつて十分すぎるほど情報が供給されているからであろう。

つぎにこれを取引別にみると、商品取引を行なっている企業および商品取引とともに技術、プラント、資本、サービス取引などをあわせて行なっている（以下「総合取引」という。）企業ほど本項に対する需要が強く、他方、資本、プラント、サービス取引のみを行なっている企業の本項に対する需要は低い。これは前者の業務内容がきわめて多岐にわたっているの、各市場に対する多角的な貿易戦略を樹立することが必要であるのに対し、後者のそれはきわめて専門化されているため、企業経営上本項の必要性が薄いためであると考えられる。

② 企業経営環境事情

建設業およびコンサルタントがきわめて強い需要を有しているのは、両者が海外で直接事業を行なうことからして当然であろう。これに対し、商社および製造業の需要は若干低くなっている。

本項の情報で需要が強いのは、外資導入制度、税制、資金調達事情、労働事情などであり、かなりの企業が既に海外進出しているか、またはその意図を持っていることを推定させる。

企業を経営することは、ただでさえ大変なのに、まして、言語、風俗、習慣などの異なる外国でのそれは、より大幅な困難がつきまとう。海外投資の失敗例をみても事前調

査の不備をあげているものがかなりあり、投資前調査の重要性が痛感されている。

本項目のなかで、主要金融機関に対する需要が低いのは、本情報が入手しやすいものであるうえに要求すれば簡単に提供されるからであろう。取引別にみると、さすがに資本取引を行なっている企業が強い関心を有しているが、このほか総合取引を行なっている企業、商品取引、技術取引を行なっている企業も高い関心を有している。

わが国経済の大型化が進み、外延的拡大が行なわれるにつれて、本項の情報に対する需要は、今後、ますます強くなることが予想される。

(4) 最後に需要が最も低いものは、すべての業種を通じ、国民生活および行政機関・その他関係機関に関する情報である。

① 国民生活

本項に含まれている情報は、海外で生活する場合には必要不可欠なものであるが、予想に反し、需要はきわめて低い。これは海外進出等が軌動に乗ってから必要となるものでありそれまでは、参考程度で良いと考えられているためであろう。

本項では、主要商品小売り価格、主要耐久消費財普及状況について、商社がある程度の需要を有しているが、これは家電製品、その他商品売込みのためのマーケティング・データとして必要なためであろう。

② 行政機関・その他関係機関

本項に含まれている情報は、直接海外取引とは関係のないものであり、むしろ国際経済交流の要素が強いと考えられる。

しかしながら、発展途上国においては経済外的要因が事業の遂行にとって必要となる場合もあること、先進国においても輸入制限の回避などのため各種の働きかけを必要とする場合があること、共産圏諸国との取引においては、政府機関を相手にせねばならぬことなどから、相対的にみた需要は低いが、それなりの重要性を有しているとみてよからう。また新聞、雑誌は広告媒体として欠かせないものである。

本項の情報で需要の強いのが経済官庁、経済団体、主要新聞・雑誌などとなつているのも、このような理由に基づくものであろう。

(4) 以上海外情報をグルーピングし、これに対する企業の需要度の分析を行ない、それが

- ① 一般貿易事情、業種別事情
- ② 一般経済事情、企業経営環境事情
- ③ 国民生活、行政機関・その他関係機関

の順であり、また取引別には、商品取引を行なっている企業は一般貿易事情、一般経済事情に対する需要が強く、技術、プラント、サービス、資本取引のみを行なっている企業は業種別事情、企業経営環境事情に対する需要が強く、また総合取引を行なっている企業の欲する情報は両者を包含しているという結果を得た。

この分析過程で判明したことは、企業は自己の力で収集困難な、かつ企業経営に密着した海外情報を強く求めており、比較的入手しやすい情報に対する需要度は低いこと、また企業が求めている情報の中には、新たに情報源を開発せねばならないものも少なくないことなどである。

今後、わが国経済と世界経済の結び付きがより深まるにつれ、各取引もより一層国際性を強めるものと予想されるが、商品取引（特に輸出）については、海外需要への適応を一層強めることが要請されており、業種別事情情報の重要性はますます高まるものと思われる。

また、今後プラント取引、資本取引（海外投資）など従来の個別企業の域を脱し、数種の企業、産業の機能が組み合わされて相手国へ進出する形態が多くなると予想され、こうした傾向を反映して、企業経営環境事情情報に対する需要が強まるであろう。

5.2.2 個別情報需要の個別分析

5.2.1ではアンケート第Ⅲ部の①～⑥までの項目をグループとして検討したが、ここではさらにそのなかの個別の情報について分析してみよう。

① 一般経済事情

一般経済事情に対する需要度は、アンケート回答集計結果表にも示されているが、この項目の(1-1)～(1-10)までの平均をとると「A最重要必要情報」と考えているものが5.9%、「B重要必要情報」と考えているものが14.4%、「C必要情報」と考えているものが33.7%、「D無記入」が43.4%となつている。今、これを横軸のプラス(+)の方向にAの%を、縦軸のプラス(+)の方向にBの%を、横軸のマイナス(-)の方向にCの%を、縦軸のマイナス(-)の方向にDの%を平均の太線の部分を中心として示すと次図5.4.1のようになる。

図 5.4.1 個別情報需要（一般経済事情）

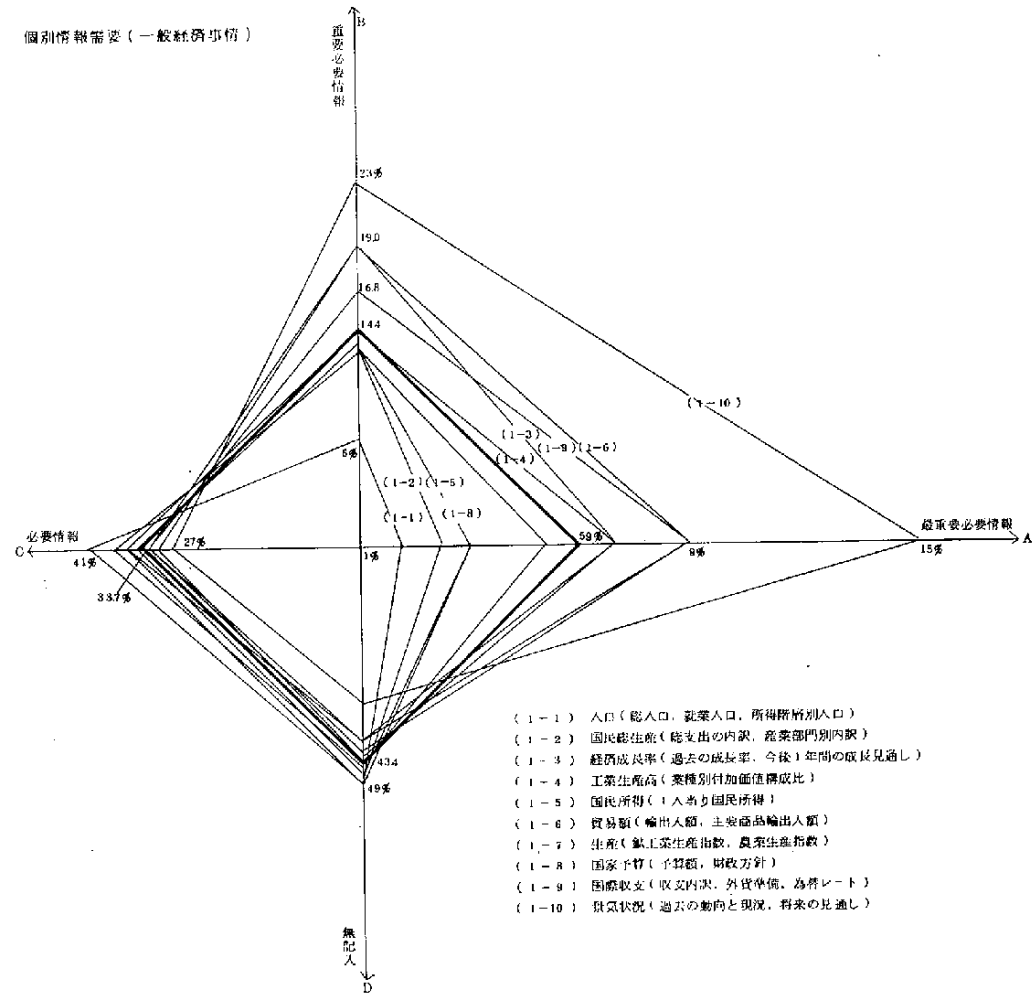


図5.4.1は一般経済事情の平均需要度に対する各項目の「バラツキ」を示したものであるが、これで見ると、A, B, Cについての各項目のバラツキは大きいDに対するバラツキは(1-10)の景気状況を除いては平均値に近い。このことは、一般経済事情に対する需要度はほぼ等しいことを示しているが、バラツキの大きい項目について分析してみるとつぎのことが考えられる。

(イ) 景気状況 (1-10)

A, Bのウェイトが高いが、これは「景気」という迅速性と見通しという判断的要素が重なり合ったためであろう。とくにA+B+Cのウェイトが3分の2以上のものが、景気状況、輸入制限、新技術の3つあるが、後二者は調査対象上の問題もあり、特定のデータと考えられるのに対し、景気状況は一般的データにもかかわらず、高いウェイトを示しているのは、判断見通しの性格が付加されているためであろう。

(注) 特定のデータ、一般的データについては5.2参照

(ロ) 貿易額 (1-5), 国際収支 (1-6)

A, B, Cのウェイトが高いのは、調査対象上、比較的特定データの性質を持つものであるからであり、「貿易額」が「国際収支」よりも、より需要があるのも、商品別という観点からであろう。

(ハ) 人口 (1-1)

人口は、一般経済事情のうちでは最も需要の低い項目であるにもかかわらず、Cのウェイトが一番高いのは、経済取引の場合、最も前提的要件となる要素があるからであろう。

② 一般貿易事情

①の一般経済事情と同様な方法で一般貿易事情についての需要度のバラツキを図示すると図5.4.2のようになる。

一般貿易事情に対する平均需要度はつぎのとおりである。

A	最重要必要情報と考えているもの	8.6%
B	重要必要 "	16.8%
C	必要 "	29.6%
D	無記入	41.8%

図 5.4.2 個別情報需要（一般貿易事情）

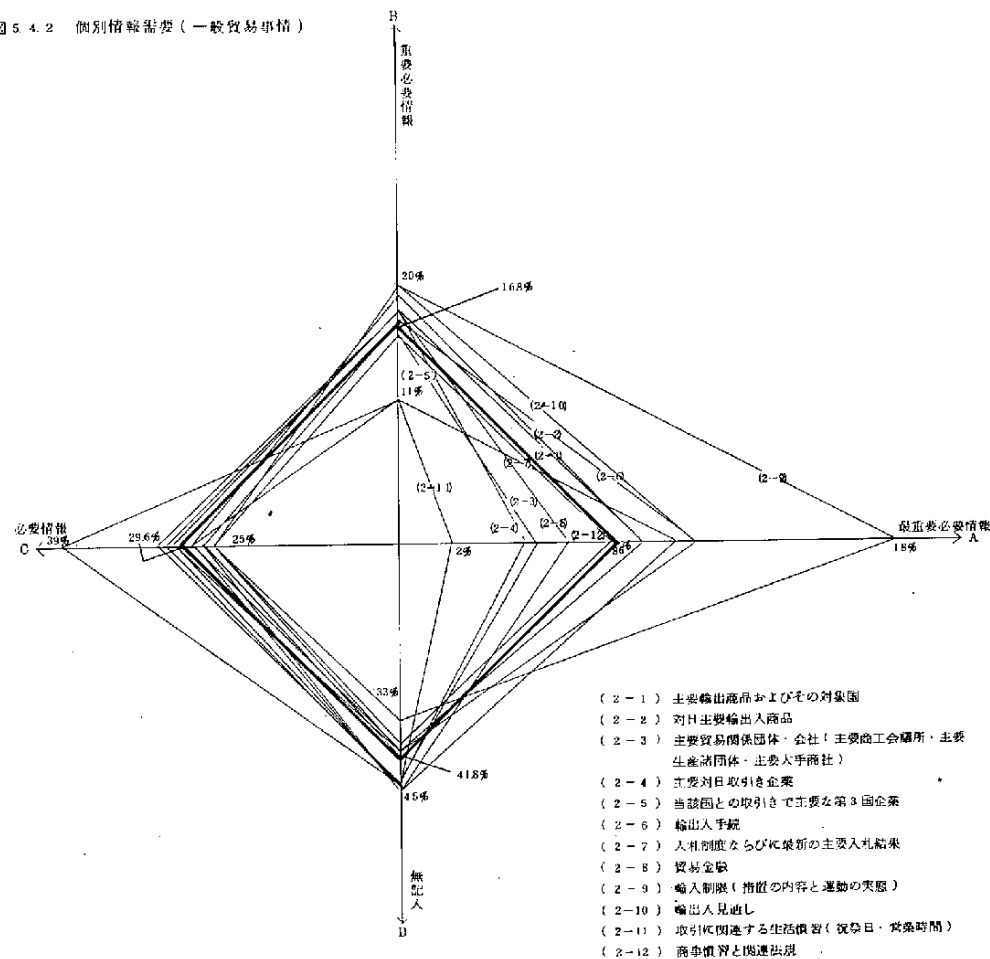


図5.4.2をみると、一般貿易事情についてはAを除いてはあまりバラツキがみられない。これは、調査対象者に商社がかなりの割合で含まれているためであろう。事実、前掲の図5.3.1によれば、商社は①～⑥の項目のうち、一般貿易事情について高い関心を示していることがわかる。

(イ) 輸入制限(2-9)

Aのウエイトが極端に高いが、これは前述の理由のほか、元来あらかじめ情報として収集できないものも含めて必要としているとも考えられる。

すなわち、輸入制限の内容については、ケース・バイ・ケースで相手国側で判断をするものがあり、一般的にあらかじめ甲乙をつけるという性格のものでないものも含まれている。

この種の情報は、例えば法律の解釈のように法律の専門家による判断を必要とするうえ、さらに個別的事例についての専門家も必要とするため、一般的に入手困難となるのであろう。

(ロ) 貿易金融(2-8)

A、B、Cのウエイトが低い、これは、調査対象者に金融業が含まれていなかったこと、金融についての特定情報は、一般的機関に依存するよりも銀行等の専門機関に依存した方がより効果的であるという判断が働いたものと思われる。

(ハ) 取引に関する生活慣習(2-11)

(1-1)の人口と同様な項目であるが、Dの無記入が②の一般貿易事情の中でも比較的大きいのは、人口とは異なり経済取引に伴う前提的要件というよりも、むしろ付随的性格のものであるからであろう。

③ 国民生活

①と同様な方法で国民生活についての需要度のバラツキを図示すると、図5.4.3のようになる。

国民生活に対する平均需要度はつぎのとおりである。

A	最重要必要情報と考えているもの	1.6%
B	重要必要	6.9%
C	必要	38.4%
D	無記入	50.7%

図 5.4.3 個別情報需要 (国民生活)

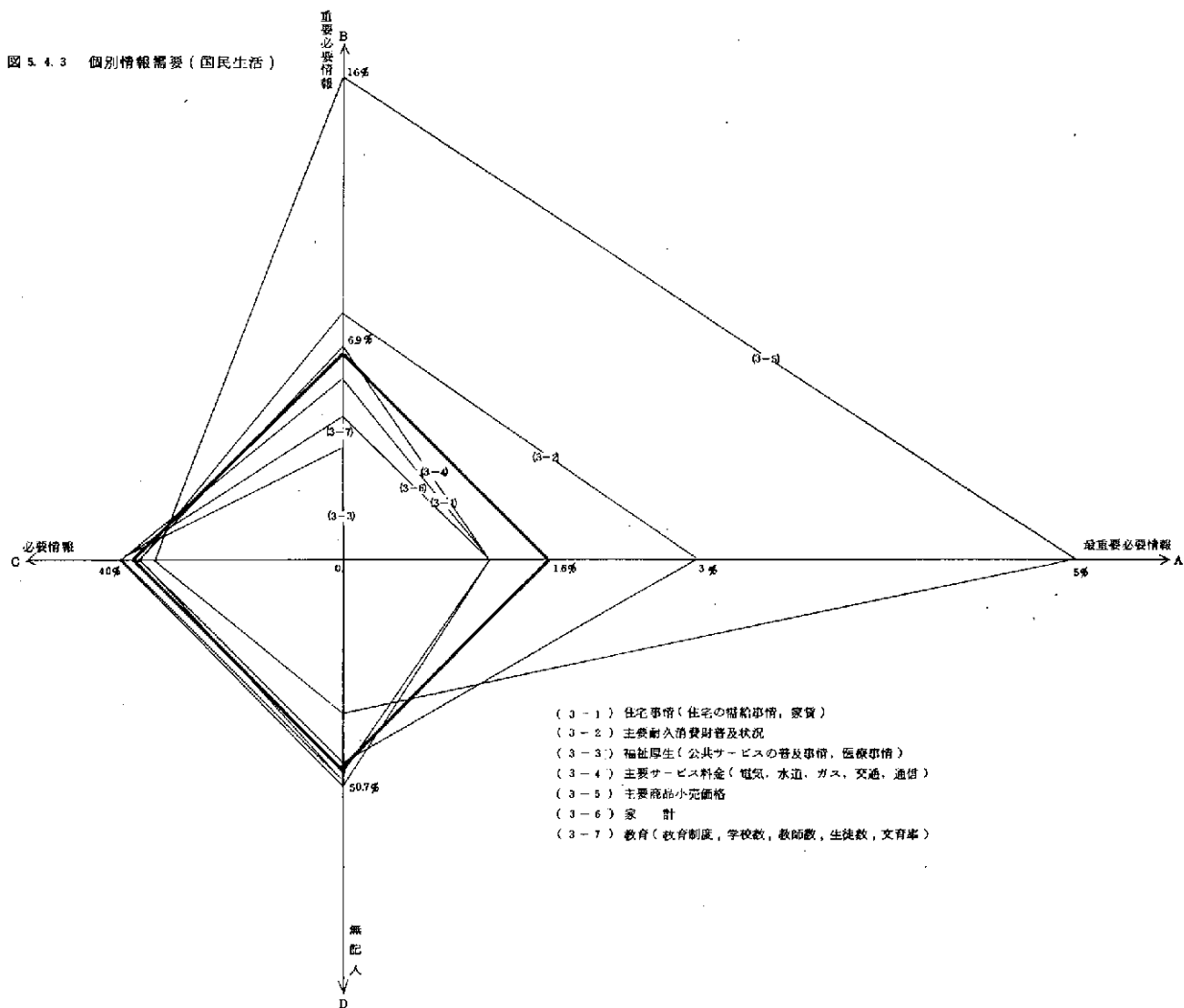


図5.4.3をみると、C、Dではバラツキが余りみられないのに反し、A、Bではバラツキがみられる。これはA+Bの需要度は各項目がほぼ等しいことを示している。

(イ) 主要商品小売価格(3-5)

国民生活は、全体としても比較的需要のウェイトが低い項目であるが、この小売価格だけは高い。小売価格を除いて③の国民生活に対する需要度を平均するとA 1%, B 4%, C 3.9%となる。

これは、小売価格が小売対象者に対して比較的関心のある項目であることによるものと思われるが、この程度も①の平均をややオーバーする程度のものであるにすぎない(勿論②の一般貿易事情に対する平均需要度以下である。)。

(ロ) 教 育 (3-7)

教育の需要ウェイトが低いのは、調査対象者による要因のほか、比較的必要とするときは、現在のもの(最新のものでなくても良い)を使用することが可能であるからであろう。

④ 行政機関・その他関係機関

行政機関・その他関係機関についての需要度のバラツキを図示すると、図5.4.4のようになる。

本情報に対する平均需要度は、つぎのとおりである。

A	最重要必要情報と考えているもの	1.0%
B	重要必要	7.0%
C	必要	34.4%
D	無記入	55.0%

図5.4.4によると、AおよびBのバラツキがかなり大きい、これは、本項目に含まれる情報が、政治、行政情報や経済情報であつても海外取引と直接には関係の薄い、いわば経済周辺情報であつて、アンケート調査の対象である商社、製造業等の関心が全般的にきわめて低いため、相対的に需要があつた程度認められる情報が、大きな偏差として出て来ているためである。

(イ) 経済官庁(5-4)、経済団体(5-5)

④の行政機関、その他関係機関に属する情報については、各項目を通じて無記入の比率が50~60%と半数以上に達しており、一般的に関心が薄い、経済官庁、経済団体および次項の新聞・雑誌については、A+Bの比率が12%(④の平均7%)と、④の情報のなかでは比較的高い関心が示されている。

経済官庁、経済団体の所在・特色・主要役員名等に関する情報は、後者の方が情報収集の困難性が若干高いと思われるが、関心度の差としてはあらわれていない。

いずれにせよ、本情報は一般的データとして、その基本的な内容は一般的な情報源に期待できるにもかかわらずある程度需要が高いのは、これらに関する最新でしかも正確な情報の整理と官庁・団体なり、その役職員の特色——例えばどの団体の誰に働きかければよいか等の情報供給を企業が期待しているからであると思われる。

(ロ) 主要新聞・雑誌(5-8)

一般的データでありながら、かなりの需要度があるのは、海外の新聞・雑誌は、海外取引に関する最も基礎的な情報源であるからであり、また、企業が、広告媒体としての利用を考慮しているからであろう。

(ハ) 政 党 (5-3)

A+Bの比率は5%にすぎず、企業の関心は極めて低い、これは本情報が一般的に利用できる情報源から得られること、海外取引とは直接的関係がないことによるものであろう。元首、閣僚名、議員等に対する関心度についても同じことがいえる。

(ニ) 重要人物の経歴

基礎的な情報として重要であると思われるが、関心度が低いのは、利用される局面が限定されること、一般の情報源から入手できることにあると思われる。

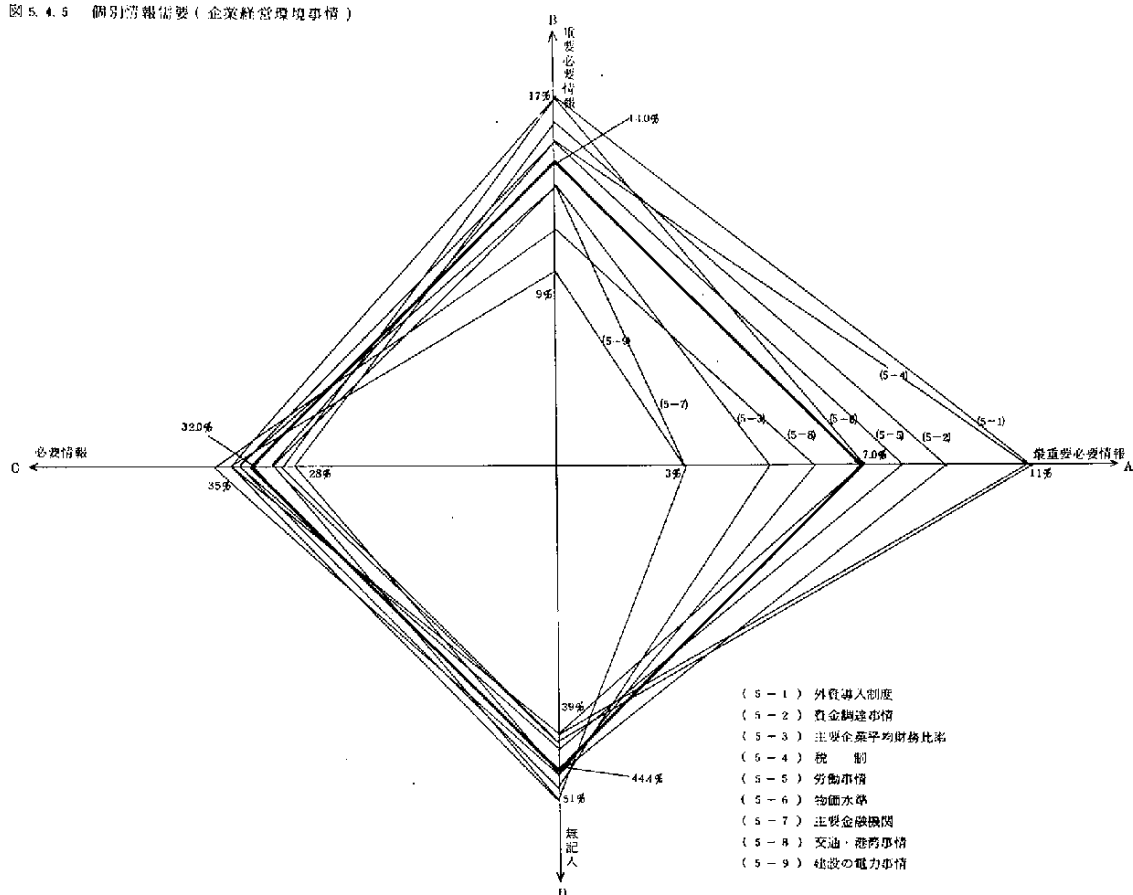
⑤ 企業経営環境事情

企業経営環境事情についての需要度のバラツキを図示すると、図5.4.5のようになる。

本情報に対する平均需要度は、つぎのとおりである。

A	最重要必要情報と考えているもの	7.0%
B	重要必要	14.0%
C	必要	32.0%
D	無記入	44.4%

図 5.4.5 個別情報需要（企業経営環境事情）



⑤の企業経営環境事情に属する情報は、貿易取引の場合だけでなく、技術輸出あるいは海外投資や資本、技術等が一体となつた企業の海外進出の場合にとくに必要とされる情報であり、海外進出が次第に盛んになりつつあることを背景として、全般的に企業の本情報に対する需要度はかなり高いものになつてゐるが、図5.4.5によるとAおよびBについては、項目によつてかなりのバラツキ(A3~11%, B9~17%, A+B12~28%)がみられる。

(イ) 外資導入制度(5-1), 資金調達事情(5-2), 税制(5-4), 労働事情(5-5)

A+Bの比率は、23~28%とかなり高い需要度が示されているが、これはこれらがいずれも企業経営環境事情として、最も基礎的、共通的なものであり、海外進出に当たつて必須の情報であること、情報の性格としても、詳細なデータに基づく専門家による分析、加工が必要であり、多分に判断的要素を要する情報であることによるものであろう。

上記のなかでは、外資導入制度、税制等制度的なものに対する需要がより強いが、これは、これら制度が海外進出に当たつての基礎的条件となるにもかかわらず、一般的には、その全体系を正確にとらえることが困難であること、反面、資金調達事情は取引先金融機関という専門家による情報供給がある程度期待できるからであらう。

(ロ) 交通、港湾事情(5-8), 建設の電力事情(5-9)

これらも企業経営環境事情として重要な情報であると思われるが、(イ)のグループに比べて需要度がかなり低い(A+Bは、それぞれ17.11%)のは、これらが企業経営環境事情としては、やや特殊な情報であり、港湾事情については、取引海運業者からの情報入手が可能であること、建設の電力事情については、その利用者が建設業、コンサルタント等特定分野に限られること等によるものであろう。

(ハ) 主要企業平均財務比率(5-3), 主要金融機関(5-7)

⑤の情報のなかでは、若干異質の、海外取引に際して間接的、参考的情報であるため、需要が低いのであろう。

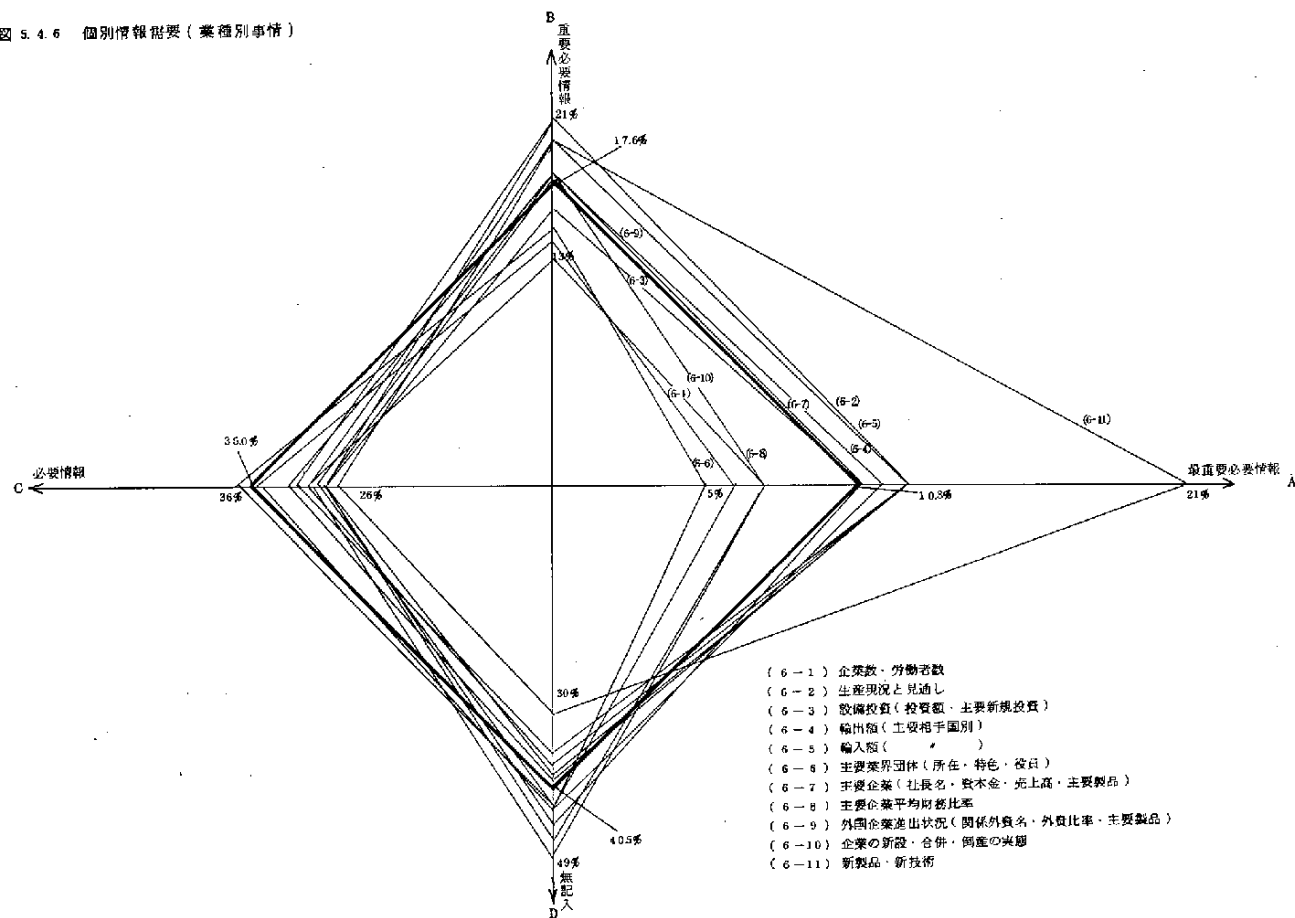
⑥ 業 種 別 事 情

業種別事情についての需要度のバラツキを図示すると、図5.4.6のようになる。

本情報に対する平均需要度は、つぎのとおりである。

A	最重要必要情報と考えているもの	10.3%
B	重要必要	17.6%
C	必要	35.0%
D	無記入	40.5%

図 5.4.6 個別情報需要 (業種別事情)



本情報に対する需要度は、他の海外情報に比較して最も高く、企業において一般的経済、貿易情報に比べて、業種別のきめ細かい情報が確保できていないことを示している。

図4.4.6にみる如く、A、B、C、Dともかなりのバラツキを示しているが、とくに新製品・新技術に対する需要がとび抜けて大きい。

(イ) 新製品・新技術(6-11)

Aが21%、A+Bでは41%で業種別事情のなかだけでなく、全個別情報を通じて最大の需要が示されている。

これは、これらが企業の最高度の秘密に属する情報であり、これを入手することは企業間競争に勝ち抜くための最大のポイントであること、それだけにその確保の困難性が高く、この種情報に対する期待が大きいことを示している。

(ロ) 生産現況と見通し(6-2)、輸出額(6-4)、輸入額(6-5)、外国企業進出状況(6-9)

これらは、A、Bが業種別事情平均より大きい情報である。相手国の業種別の生産、輸出入状況、外国企業進出状況は、貿易取引の場合においても、一般経済、貿易事情とならなくて必要とされる情報であることはいうまでもないが、⑤の情報とともに、より強く企業経営環境事情情報としての性格を持っており、⑤の情報よりも需要度が高いのは、対外投資、海外進出の意思決定のポイントは、当該業種に関する海外の生産、輸出入状況や外国企業の進出状況であることによるものと思われる。

(ハ) 企業数・労働者数(6-1)、主要業界団体(6-6)、主要企業平均財務比率(6-8)

これらは業種別事情のなかで比較的 need が低い情報であるが、これは、これらが業種別ではあつても海外取引に当たり、参考的性格のものにすぎないからであろう。

5.3 需要のある情報としての要素

5.3.1 情報の理論的需要度

(1) われわれの生活は、ある意味では、過去における情報の集積に基づき、新たに伝達された情報を分析し、判断して行動方式を決めるといつても過言ではない。

最近、経済の大型化、国際化あるいは情報化の進展にともない、一面では広い情報を必要とするようになったが、他面、深く、かつ専門的な情報をも必要とする時代になつてきている。

今回のアンケート調査結果を考える場合においても、この経済、社会の激動期において一体企業がどの様な性格の国際経済情報を必要としているかを分析することは、今後の情報需要の方向を示すと同時に、ひいてはわが国経済の行動決定方式を示す一例ともなるであろう。

以下、本節ではアンケート調査結果をもとにして需要のある情報としての要素は何であるかを分析し、今後如何なる情報を供給することが望ましいかを示したい。

(2) 「情報」はある人にとっては需要があつても、他の人にとっては需要がないとか、すべての人に需要があるとかいうように種々のものが考えられるが、一般的にいつて需要のある情報にはつぎのような要件が必要であらう。

① 情報を有していることに意義があるという観点から、情報の内容を把握している者が、現に少数しかいないこと（例えば、いわゆる、ある部内における機密情報は部外者にとつても需要があるから機密にしておくのであり、競争原理の機能する社会では、競争の度合いに応じて需要度が決まるであらう。）

② 情報の内容に最新性があること

③ 内容自身が正確であり、斉合的であること

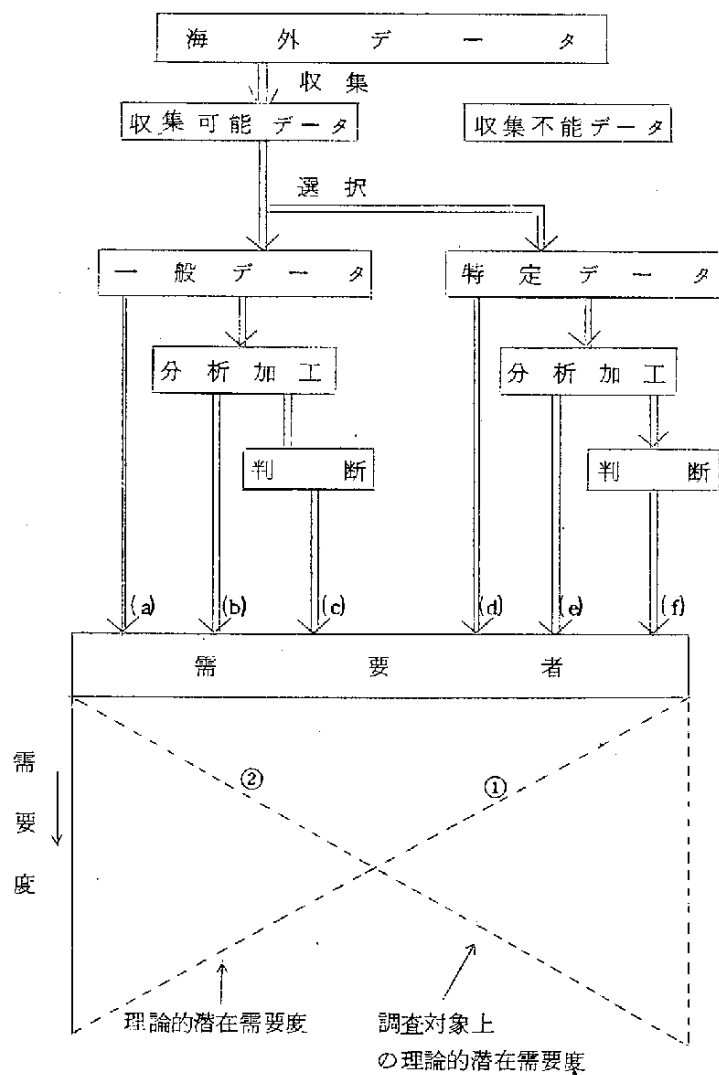
(3)(f) 上記三条件を考慮して、いま一般的に考えられる海外情報について情報収集者側（供給者側）の立場から考えて区分してみる。

まず種々ある海外情報は、収集可能なものと、収集不能のもの（例えば国家の機密情報）とに分けられる。

また収集可能な情報は、一般的知識を有している者が海外に派遣されて収集することができる情報（一般データ）と特定の技術者あるいは特定分野に興味のある者等（例えば弁護士、エコノミスト、経営学士、技術士、医師、貿易業者）でないと収集できない情報（特定データ）とに分けられる。

つぎに一般データ、特定データの各々は、①外国政府、公的機関の公表したもの、または外国出版社の出版する百科辞典の項を和訳すればできる種類の情報（生データ）、②生データを分析もしくは加工しないとできない情報、海外における民間団体等について調査しないとできない情報（分析加工データ）、③生データ、分析・加工データに基づいて判断能力を有する者が判断しないとできない情報（判断データ）とに分けられる（図5・5参照）。

図5.5 情報の分類図



(四) つぎに(イ)のように、あるデータを分類して、その需要度を考えてみると、つぎのような理由から、一般的に考えられる理論的な潜在需要曲線（理論的潜在需要曲線）と今回の調査対象から考えられる理論的な潜在需要曲線とは逆の需要度を示すことが考えられるであろう（図5.5参照）。

① 海外情報の需要は、一般的にはわが国民全員にあるものであるが、そのうち、出版物等によつて知識を集積した者にとつては、その情報は不要のものに近い。

例えば、わが国の新聞によつて報道された情報は、情報としての価値は殆んど無に等しくなる。もちろん、新聞情報を、例えば米国経済の動きという観点から分析し、整理した場合は別であるが、しかしながら生の一般データでも、新聞社が報道する以前であるならば、新聞社、国民の需要となつて表われるものである（なぜなら、新聞社が報道するのは、その情報を国民が欲していると考えるからであるから）。したがつて、一般的には、一般データが特定データよりも需要が多いと考えるのが妥当であろう。また、各データの中では、生データの方が情報者の需要にとつてはより共通の基盤があるから需要があるであろう。よつて、理論的潜在需要曲線は図5.5の①のようになるであろう。

② 調査対象上の理論的潜在需要曲線（図5.5の②）は、今回の調査が商社、製造業等の法人を中心にして行なわれたことに注目して考えたものである。

調査対象が特定のであるということから、一般的データより特定データの方に需要があるのは当然であろう。しかし、特定データのみで商売が成立するものではないことは一般的に明らかであり、一般データにも需要があることが予想される。

つぎに、特定の法人を対象としたことは、調査対象者自身一定の知識の集積者であることを考えると、生データよりも分析・加工データ、分析・加工データよりも判断データに需要が多いことが想像される。この「知識の集積者の存在」は、情報需要の内容を検討する段階において考慮しなければならないことであり、例えば、小学校の教科書的情報は、小学生については需要があつても、情報の集積者にとつては無意味なのである。教科書的情報がデータ・ストックとして一つの役割を果たす場合には、若干の需要があるであろうが、理論上需要があつても、教科書から自分で作成しうるものであるから実際上の需要となることは疑問である。

以上により、理論的潜在曲線と調査対象上の理論的潜在需要曲線とは逆の関係になつていくことが考えられるのである。

5.3.2 情報の現実の需要度

(1) 5.3.1 で考えられた海外情報の分類に応じて、今回の調査項目を分類してみる。(元来、調査以前にこのような分類を考えて調査した訳ではないので、きわめて乱暴なやり方であるが、情報の収集の困難性という観点から需要度を考えてみることは、今後の情報供給にとって意義があるものと思われる。)

(イ) 基本的にはつぎのような考え方で整理する。

(a) 一般データ

- ① 一般経済事情
- ③ 国民生活
- ④ 行政機関・その他関係機関

(b) 特定データ

- ② 一般貿易事情
- ⑤ 企業経営環境事情
- ⑥ 業種別事情

(c) 生データ、分析加工データ、判断データの区分は(a)、(b)に応じて表5.3のように考える。

表 5.3 生, 分析・加工, 判断データの区分基準

	(a) 一般データ	(b) 特定データ
① 生データ	数字, 住所録, 人名, 企業名等客観的尺度で表わされるものであつて, 資料自身われわれの身近にあり, しかも一般の国民が関心をもつもの (例 人口, 財政方針)	客観的尺度で表わされることは(a)と同様であるが, 比較的特定団体にとつては基礎的なものと思われるもの(①④と共通する場合が多い) (例 主要輸出入商品, 物価水準, 営業時間)
④ 分析・加工データ	(i) 客観的尺度で表わされるものであつても, 資料自身分析, 加工をする必要があるか, または必ずしも国民一般が関心があるとはいえないもの(①④と共通する場合が多い) (例 業種別付加価値構成比, 小売価格) (ii) ……事情, ……状況と必ずしも客観的尺度で表わせないもの	(i) 客観的尺度であつても①から派生的に生じてくる性格のもの (ii) ……事情……状況……手続……制度と必ずしも客観的尺度で表わせないもの
④ 判断データ	判断的要素が加わるもの (例 景気見通し)	左に同じ (例 輸出入見通し, 新製品・新技術)

(注) 具体的には, 調査項目は表 5.4 のように分類できる。

表5.4 一般、特定、生、分析・加工、判断データ区分表

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		(a) 一般データ			(b) 特定データ		
		生	分析 加工	判断	生	分析 加工	判断
① 一 般 経 済 事 情	(1-1) 人口(総人口・就業人口・所得階層別人口)	○					
	(1-2) 国民総生産(総支出の内訳・産業部門別内訳)	○					
	(1-3) 経済成長率(過去の成長率・今後1年間の成長見通し)			○			
	(1-4) 工業生産高(業種別付加価値構成比)		○				
	(1-5) 国民所得(1人当り国民所得)	○					
	(1-6) 貿易額(輸出入額・主要商品輸出入額)		○				
	(1-7) 生産(鉱工業生産指数・農業生産指数)	○					
	(1-8) 国家予算(予算額・財政方針)	○					
	(1-9) 国際収支(収支内訳・外貨準備・為替レート)	○					
	(1-10) 景気状況(過去の動向と現況・将来の見通し)			○			
② 一 般 貿 易 事 情	(2-1) 主要輸出入商品およびその対象国				○		
	(2-2) 対日主要輸出入商品				○		
	(2-3) 主要貿易関係団体・会社(主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社)				○		
	(2-4) 主要対日取引企業				○		
	(2-5) 当該国との取引で主要な第3国企業					○	
	(2-6) 輸出入手続					○	
	(2-7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果					○	
	(2-8) 貿易金融					○	
	(2-9) 輸入制限(措置の内容と運動の実態)					○	
	(2-10) 輸出入見通し						○
	(2-11) 取引に関連する生活慣習(祝祭日・営業時間)				○		
	(2-12) 商事慣習と関連法規					○	○

調 査 項 目 (国別情報)(カッコ内は例示事項)		(a) 一般データ			(b) 特定データ		
		生	分析 加工	判断	生	分析 加工	判断
③ 国 民 生 活	(3- 1) 住宅事情(住宅の需給事情)		○				
	(3- 2) 主要耐久消費財普及状況		○				
	(3- 3) 福祉厚生(公共サービスの普及事情・医療事情)		○				
	(3- 4) 主要サービス料金(電気・水道・ガス・交通・通信)		○				
	(3- 5) 主要商品小売価格		○				
	(3- 6) 家 計	○					
	(3- 7) 教育(教育制度・教師数・生徒数・文盲率)	○					
④ 行 政 機 関 ・ そ の 他 関 係 機 関	(4- 1) 元首・閣僚名とその党派	○					
	(4- 2) 議会(議長・副議長名・議員数とその党派別内訳)	○					
	(4- 3) 政党(支持率・主要役員)	○					
	(4- 4) 経済官庁(所在・主要役職名)	○					
	(4- 5) 経済団体(所在・特色・役員名)		○				
	(4- 6) 労働組合(所在・特色・役員・組合員数)		○				
	(4- 7) 重要人物の経歴	○					
	(4- 8) 主要新聞・雑誌	○					
	(4- 9) 研究所・経済学者・経済研究者	○					
⑤ 企 業 経 営 環 境 事 情	(5- 1) 外資導入制度						○
	(5- 2) 資金調達事情						○
	(5- 3) 主要企業平均財務比率						○
	(5- 4) 税 制						○
	(5- 5) 労働事情						○
	(5- 6) 物価水準					○	
	(5- 7) 主要金融機関					○	

調 査 項 目 （国別情報）（カッコ内は例示事項）		(a) 一般データ			(b) 特定データ		
		生	分析 加工	判断	生	分析 加工	判断
	(5- 8) 交通・港湾事情						○
	(5- 9) 建設の電力事情						○
③ 業 種 別 事 情 （ 鋁 工 業 な ら び に 制 し、 小 売 り 業 ）	(6- 1) 企業数・労働者数					○	
	(6- 2) 生産現況と見通し						○
	(6- 3) 設備投資（投資額・主要新規投資）					○	
	(6- 4) 輸出額（主要相手国別）				○		
	(6- 5) 輸入額（ " ）				○		
	(6- 6) 主要業界団体（所在・特色・役員）					○	
	(6- 7) 主要企業（社長名・資本金・売上高・主要製品）				○		
	(6- 8) 主要企業平均財務比率					○	
	(6- 9) 外国企業進出状況（関係外資名・外資比率・主要製品）					○	
	(6-10) 企業の新設・合併・倒産の実態					○	
	(6-11) 新製品・新技術						○

(2) 上記分類に応じた調査結果の分析

(イ) 一般的需要度の分析

今、一般データの生データ、分析・加工データ、判断データ、特定データの生データ、分析・加工データ、判断データをそれぞれ a, b, c, d, e, f として、表 5.3 に従つて、需要の重要度（A 最重要必要情報、B 重要必要情報、C 必要情報、D 無記入）に応じて集計し、全体に対する平均構成比を示すと、表 5.5 のようになる。

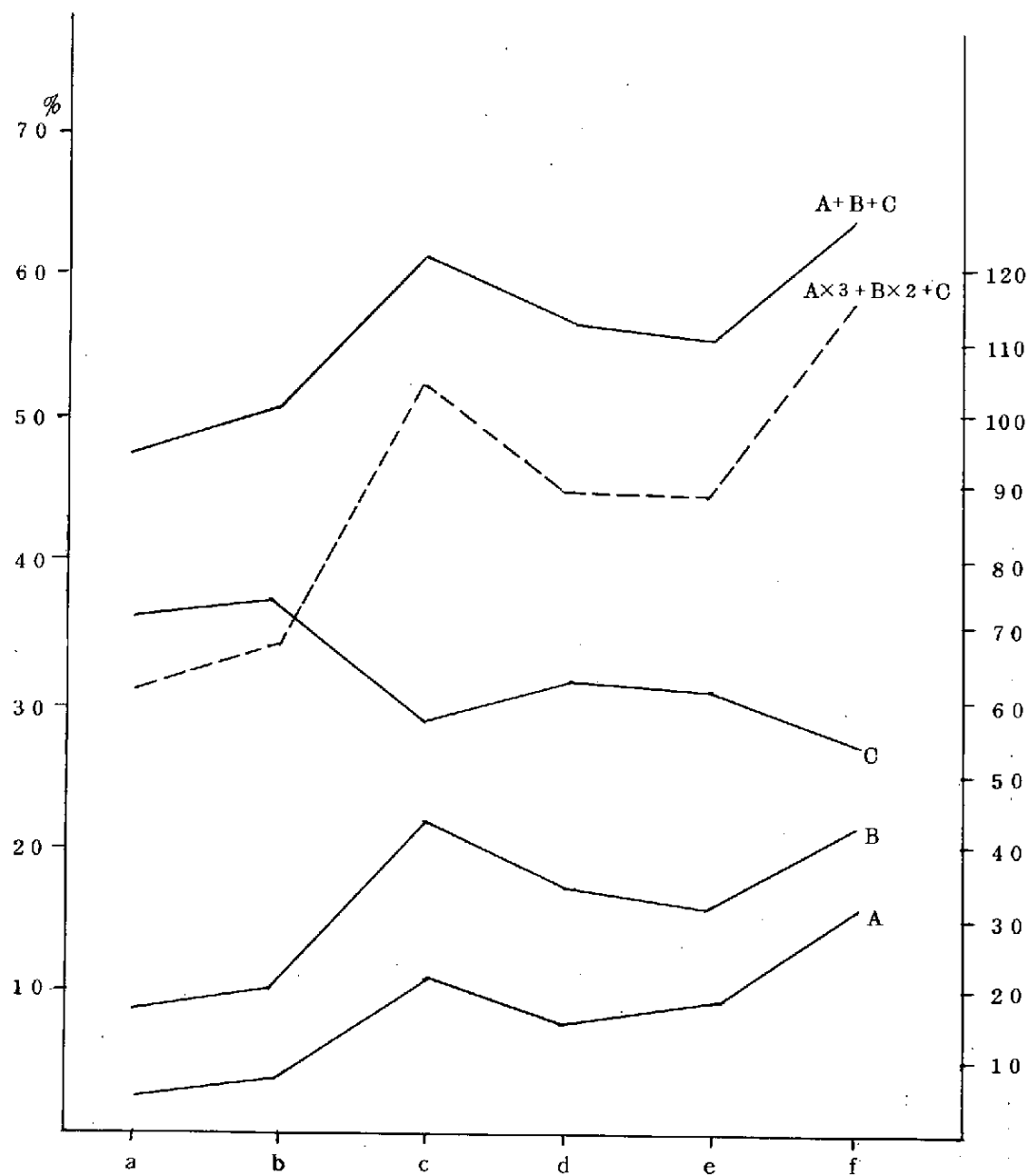
表 5.5 性格別情報の需要度

	A %	B %	C %	A+B+C %	D %
a	2.6	8.9	36.2	47.7	52.3
b	3.6	10.1	36.9	50.6	49.4
c	10.9	21.7	28.6	61.2	38.8
d	7.8	17.4	31.5	56.7	43.3
e	9.1	15.8	30.6	55.5	44.5
f	15.5	21.2	27.0	63.7	36.3

これを図示すると図 5.6 のようになり f の項目の需要度が高いことが判る。

さらに、A, B, C にそれぞれ 3, 2, 1 のウェイトを乗じてグラフを描くと図 5.6 の点線部分となりここでも同様に f の項目の需要度が高いことがわかる。

図 5. 6 性格別情報の需要度



(ロ) 一般的需要度、海外情報に対する考え方および海外施設の有無の関係

つきにアンケート第Ⅲ部の各項目でA、B、Cと回答した者のうち、アンケート第Ⅱ部の1で海外情報を不可欠と考えているにもかかわらず、アンケート第Ⅰ部の6で海外施設の欄の無記入であつた者を調べてみると表5・6のようになる。

表5・6 個別情報に対し需要を示した者の情報必要度と供給手段

調 査 項 目 (国別情報)(カッコ内は例示事項)		Ⅲ 回答者	Ⅱの1 (A) 回答者	Ⅰの6	
				有	無
① 一 般 経 済 事 情	(1- 1) 人口(総人口・就業人口・所得階層別人口)	165	117	112	5
	(1- 2) 国民総生産(総支出の内訳・産業部門別内訳)	172	121	115	6
	(1- 3) 経済成長率(過去の成長率・今後1年間の成長見通し)	183	129	122	7
	(1- 4) 工業生産高(業種別付加価値構成比)	179	124	118	6
	(1- 5) 国民所得(1人当り国民所得)	167	117	111	6
	(1- 6) 貿易額(輸出入額・主要商品輸出入額)	200	138	128	10
	(1- 7) 生産(鉱工業生産指数・農業生産指数)	176	127	117	10
	(1- 8) 国家予算(予算額・財政方針)	167	124	118	6
	(1- 9) 国際収支(収支内訳・外貨準備為替レート)	195	140	132	8
	(1-10) 景気状況(過去の動向と現況・将来の見通し)	220	145	133	12
② 一 般 貿 易 事 情	(2- 1) 主要輸出入商品およびその対象国	196	137	125	12
	(2- 2) 対日主要輸出入商品	195	136	127	9
	(2- 3) 主要貿易関係団体・会社(主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社)	181	124	119	5
	(2- 4) 主要対日取引企業	178	129	121	8
	(2- 5) 当該国との取引で主要な第3国企業	177	128	119	9
	(2- 6) 輸出手続	189	133	125	8
	(2- 7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果	171	124	119	5
	(2- 8) 貿易金融	171	126	121	5
	(2- 9) 輸入制限(措置の内容と運動の実態)	214	153	143	10

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		Ⅲ 回答者	Ⅱの1 (A) 回答者	Ⅰ の 6	
				有	無
	(2-10) 輸出入見通し	193	135	127	8
	(2-11) 取り引きに関連する生活慣習 (祝祭日・営業時間)	177	126	120	6
	(2-12) 商事慣習と関連法規	198	137	132	5
③ 国 民 生 活	(3- 1) 住宅事情 (住宅の需給事情・家賃)	156	111	106	5
	(3- 2) 主要耐久消費財普及状況	165	121	113	8
	(3- 3) 福祉厚生 (公共サービスの普及事情・医療事情)	151	110	104	6
	(3- 4) 主要サービス料金 (電気・水道・ガス・交通・通信)	153	114	108	6
	(3- 5) 主要商品小売価格	188	134	124	10
	(3- 6) 家 計	150	111	106	5
	(3- 7) 教育 (教育制度・学校数・教師数・生徒数・文盲率)	150	112	107	5
④ 行 政 機 関 ・ そ の 他 関 係 機 関	(4- 1) 元首・閣僚名とその党派	137	104	99	5
	(4- 2) 議会 (議長・副議長名・議員数とその党派別内訳)	137	100	95	5
	(4- 3) 政党 (支持率・主要役員)	135	103	97	6
	(4- 4) 経済官庁 (所在・主要役職名)	156	113	106	7
	(4- 5) 経済団体 (所在・特色・役員名)	160	115	112	3
	(4- 6) 労働組合 (所在・特色・役員・組合員数)	140	102	100	2
	(4- 7) 重要人物の経歴	143	106	103	3
	(4- 8) 主要新聞・雑誌	158	115	108	7
	(4- 9) 研究所・経済学者・経済研究者	148	107	100	7
⑤ 企 業 経	(5- 1) 外資導入制限	192	143	135	8
	(5- 2) 資金調達事情	179	133	126	7
	(5- 3) 主要企業平均財務比率	172	127	119	8
	(5- 4) 税 制	193	139	130	9

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		Ⅲ 回答者	Ⅱの1 (A) 回答者	Ⅰの6	
				有	無
管 環 境 事 情	(5- 5) 労働事情	188	138	129	9
	(5- 6) 物価水準	197	139	129	10
	(5- 7) 主要金融機関	159	118	111	7
	(5- 8) 交通・港湾事情	178	130	124	6
	(5- 9) 建設の電力事情	158	116	111	5
⑥ 業 種 別 事 情 (鉱工業ならびに卸し・小売り業)	(6- 1) 企業数・労働者数	186	130	123	7
	(6- 2) 生産現況と見通し	210	147	134	13
	(6- 3) 設備投資 (投資額・主要新規投資)	177	131	124	7
	(6- 4) 輸出額 (主要相手国別)	187	138	127	11
	(6- 5) 輸入額 (")	200	145	134	11
	(6- 6) 主要業界団体 (所在・特色・役員)	188	131	125	6
	(6- 7) 主要企業 (社長名・資本金・売上高・主要製品)	192	140	132	8
	(6- 8) 主要企業平均財務比率	166	123	117	6
	(6- 9) 外国企業進出状況 (関係外資名・外資比率・主要製品)	197	147	136	11
	(6-10) 企業の新設・合併・倒産の実態	174	124	118	6
	(6-11) 新製品・新技術	225	151	140	11

(注) (1) Ⅲ欄はアンケート第Ⅲ部の調査項目でA, B, Cのいずれかに記入した者の数

(2) Ⅱの1 (A) 欄はⅢ欄のうち、アンケート第Ⅱ部の1で情報を不可欠と考えている者の数

(3) Ⅰの6欄はⅡのⅠ (A) 欄のうち、アンケート第Ⅰ部の6で現に何らかの海外施設を有しているかいないかの数

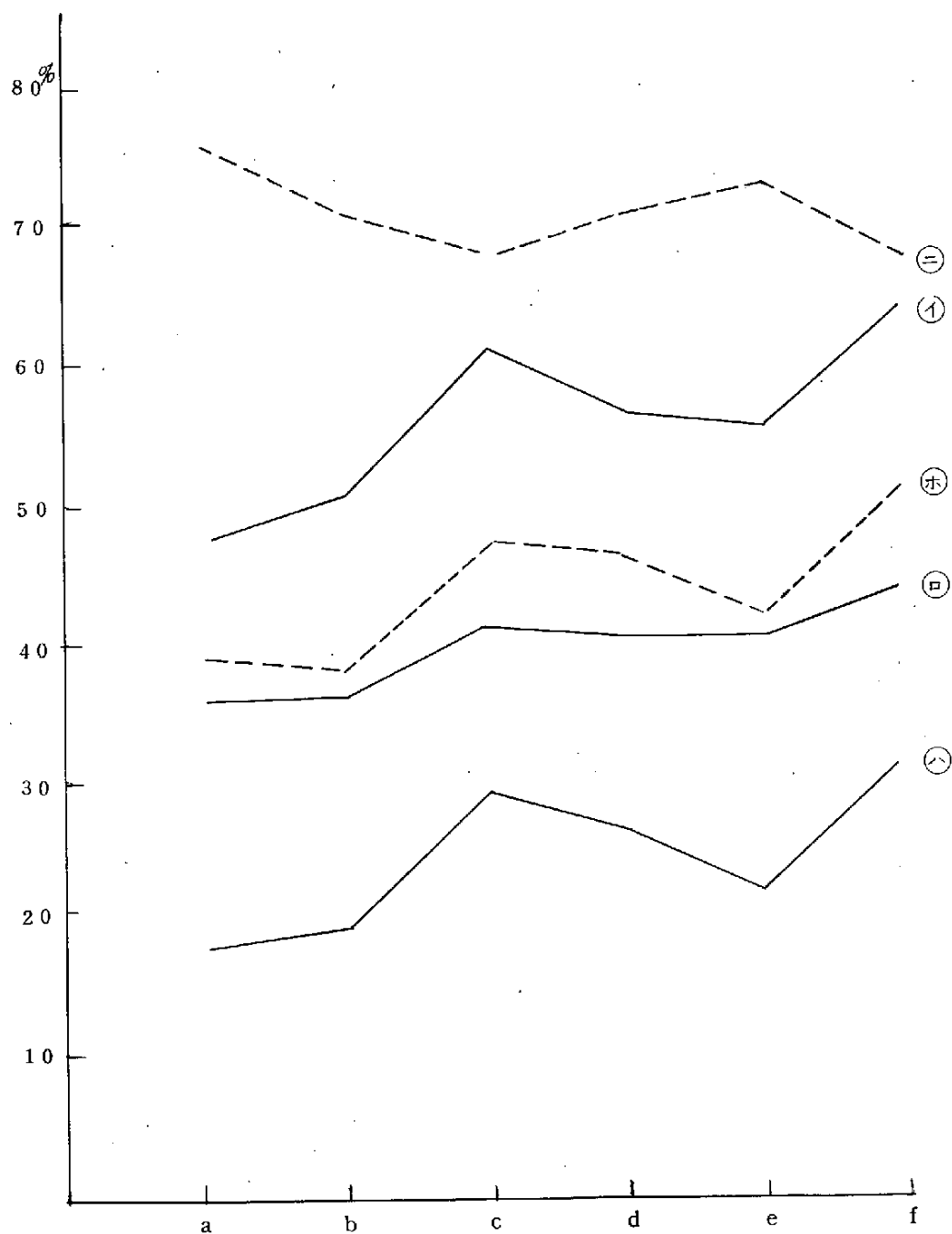
この表に従い①と同様にa, b, c, d, e, fについて、Ⅲの項目でA, B, Cと答えた者で海外情報を不可欠と考えている者のうち海外施設を有している者の全体に占める割合を調べると、表5.7のようになる。

表5.7 性格別情報需要度と海外施設との関係

	①	②	③
	Ⅲの項でA, BまたはCと答えた者の平均 ()内は全体329社に占める比率	①のうち、Ⅱの1で海外情報を不可欠と答えた者の平均 ()内は全体329社に占める比率 []内は①の各項目を100としたときの②の各項目が占める割合	②のうちⅠの6で海外施設を有していない者の平均 ()内は全体329社に占める比率 []内は①の各項目を100としたときの③の各項目が占める割合
a	156.9社 (47.7%)	117.8社 (35.8%) [75%]	6.1社 (1.84%) [3.86%]
b	166.6 (50.6%)	118.8 (36.1%) [71.7%]	6.2 (1.89%) [3.75%]
c	201.5 (61.2%)	137.0 (41.6%) [68.0%]	9.5 (2.89%) [4.71%]
d	186.6 (56.7%)	132.9 (40.4%) [71.2%]	8.5 (2.6%) [4.59%]
e	182.7 (55.5%)	132.4 (40.2%) [72.6%]	7.2 (2.2%) [3.96%]
f	209.3 (63.7%)	144.3 (43.9%) [68.9%]	10.6 (3.24%) [5.10%]
	但表5.5よりとる。	但①に対する②の充足度([] 内の数字)はa→fに行くに従い下つている。 業務上海外情報を不可欠と考えている者、すでに専門的分野についての情報は確保しているので一般データに関心があるのであろう。	但①に対する③の充足度([] 内の数字)はa→fに行くに従い上つている。 海外供給施設を持っていないで情報を不可欠と考えている者は、特定データに関心があるのであろう。

表5.7をグラフに画くと図5.7のとおりとなる。

図 5. 7 性格別情報需要度と海外施設との関係



- 註 ④は表5.7の④の()内の数字
⑤は表5.7の⑤の()内の数字
⑥は表5.7の⑥の()内の数字を10倍したもの
⑦は $\frac{\text{⑦}}{\text{④}}$ で表5.7⑦欄の[]内の数字
⑧は $\frac{\text{⑧}}{\text{④}}$ で表5.7⑧欄の[]内の数字を10倍したもの

(イ) 海外情報の需要度と利用度

つぎにⅡの7, 海外情報に対する考え方のなかで, 海外情報供給機関ができたときに利用すると答えた者のⅢの項目に対する需要度を表すと次表5.7のようになる。

表5.7 供給機関を利用しようとした者の個別情報に対する需要度

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		最 重 要 A			
		Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢA計
① 一 般 経 済 事 情	(1-1) 人口(総人口・就業人口・所得階層別人口)	3	1	4	5
	(1-2) 国民総生産(総支出の内訳・産業部門別内訳)	5	2	7	9
	(1-3) 経済成長率(過去の成長率・今後1年間の成長見通し)	9	6	15	22
	(1-4) 工業生産高(業種別付加価値構成比)	10	6	16	22
	(1-5) 国民所得(1人当り国民所得)	6	3	9	11
	(1-6) 貿易額(輸出入額・主要商品輸出入額)	11	9	20	30
	(1-7) 生産(鉱工業生産指数・農業生産指数)	9	6	15	19
	(1-8) 国家予算(予算額・財政方針)	4	1	5	11
	(1-9) 国際収支(収支内訳・外貨準備・為替レート)	11	10	21	32
	(1-10) 景気状況(過去の動向と現況・将来の見通し)	19	14	33	50
② 一 般 貿 易 事 情	(2-1) 主要輸出入商品およびその対象国	14	10	24	36
	(2-2) 対日主要輸出入商品	13	10	23	33
	(2-3) 主要貿易関係団体・会社(主要商工会議所・主要生産諸団体・主要大手商社)	9	5	14	18
	(2-4) 主要対日取引企業	9	3	12	16
	(2-5) 当該国との取引で主要な第3国企業	10	1	11	17
	(2-6) 輸出入手続き	17	15	32	41
	(2-7) 入札制度ならびに最新の主要入札結果	16	13	29	38
	(2-8) 貿易金融	10	5	15	22
	(2-9) 輸入制限(措置の内容と運動の実態)	24	21	45	60
	(2-10) 輸出入見通し	15	14	29	41
	(2-11) 取引に関連する生活慣習(祝祭日・営業時間)	4	3	7	8
	(2-12) 商事慣習と関連法規	11	8	19	28

重要必要 B				必要 C				無記入 D			
Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢB計	Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢC計	Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢD計
10	8	18	23	31	45	76	137	30	36	66	163
15	12	27	38	28	39	67	125	26	37	63	156
20	25	45	64	20	27	47	97	25	32	57	145
15	19	34	48	27	34	61	117	22	31	53	141
14	14	28	42	26	36	62	114	28	37	65	160
22	23	45	64	26	22	48	106	15	36	51	126
16	15	31	41	24	33	57	116	25	36	61	152
15	14	29	42	21	39	60	114	34	36	70	162
18	17	35	53	23	32	55	110	22	31	53	130
22	25	47	79	15	16	31	91	18	35	53	106
24	20	44	65	20	25	45	95	16	35	51	130
26	16	42	60	17	32	49	102	18	32	50	131
22	16	38	58	19	33	52	105	24	36	60	147
22	18	40	62	20	31	51	100	23	38	61	149
20	16	36	53	21	37	58	107	23	36	59	151
17	16	33	59	20	24	44	89	20	35	55	135
6	14	30	38	24	25	49	95	28	38	66	157
21	22	43	60	28	27	55	89	15	36	51	156
17	23	40	69	12	19	31	85	21	27	48	112
19	26	45	68	19	15	34	84	21	35	56	131
17	8	25	38	28	42	70	131	25	37	62	150
17	14	31	53	24	38	62	117	22	30	52	129

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		最 重 要 A			
		Ⅱ 7 A	Ⅱ 7 B	Ⅱ 7 A+B	Ⅲ A 計
③ 国 民 生 活	(3- 1) 住宅事情 (住宅の需給事情・家賃)	1	21	22	5
	(3- 2) 主要耐久消費財普及状況	8	1	9	11
	(3- 3) 福祉厚生 (公共サービスの普及事情・医療事情)	0	3	3	3
	(3- 4) 主要サービス料金 (電気・水道・ガス・交通・通信)	3	1	4	4
	(3- 5) 主要商品小売価格	10	2	12	18
	(3- 6) 家 計	2	2	4	4
	(3- 7) 教育 (教育制度・学校数・教師数・生徒数・文盲率)	1	0	1	2
④ 行 政 機 関 ・ そ の 他 の 関 係 機 関	(4- 1) 元首・閣僚名とその党派	3	0	3	5
	(4- 2) 議会 (議長・副議長名・議員数とその党派別内訳)	2	0	2	3
	(4- 3) 政党 (支持率・主要役員)	1	0	1	2
	(4- 4) 経済官庁 (所在・主要役職名)	5	0	5	11
	(4- 5) 経済団体 (所在・特色・役員名)	6	0	6	9
	(4- 6) 労働組合 (所在・特色・役員・組合員数)	1	2	3	6
	(4- 7) 重要人物の経歴	2	0	2	2
	(4- 8) 主要新聞・雑誌	2	2	4	8
	(4- 9) 研究所・経済学者・経済研究者	3	0	3	3
⑤ 企 業 経 営 環 境 事 情	(5- 1) 外資導入制度	12	14	26	37
	(5- 2) 資金調達事情	14	10	24	32
	(5- 3) 主要企業平均財務比率	10	5	15	18
	(5- 4) 税 制	14	12	26	37
	(5- 5) 労働事情	10	7	17	28
	(5- 6) 物価水準	11	4	15	24
	(5- 7) 主要金融機関	4	3	7	11

重要必要 B				必要 C				無記入 D			
Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢB計	Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢC計	Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢD計
6	7	13	20	36	40	76	131	31	41	72	173
11	6	17	28	30	42	72	126	25	41	66	163
6	3	9	10	36	42	78	138	32	42	74	178
11	7	18	25	27	39	66	124	33	43	76	176
18	19	37	54	27	36	63	116	19	33	52	137
8	4	12	16	33	40	73	130	31	44	75	179
7	4	11	15	34	46	80	133	32	40	72	178
8	8	16	25	26	48	74	107	37	34	71	192
6	7	13	21	30	34	64	110	36	49	85	195
7	2	9	18	30	20	50	115	36	68	104	194
13	10	23	31	25	37	62	114	31	43	74	173
15	12	27	36	25	39	64	115	28	39	67	168
5	3	8	15	26	40	66	119	42	45	87	189
8	4	12	20	27	44	71	121	37	42	79	186
19	6	25	35	18	45	63	115	35	37	72	169
7	7	14	20	33	43	76	125	31	40	71	180
16	13	29	57	16	32	48	98	30	31	61	135
20	11	31	53	17	32	59	94	23	37	60	149
21	14	35	45	22	36	58	109	21	35	56	157
23	11	34	51	17	36	63	105	20	31	51	134
23	16	39	51	20	36	56	109	21	31	52	140
24	21	45	59	19	35	54	114	20	30	50	130
17	13	30	44	25	34	59	104	28	40	68	169

調 査 項 目 (国別情報) (カッコ内は例示事項)		最 重 要 A			
		Ⅱ 7 A	Ⅱ 7 B	Ⅱ 7 A+B	Ⅲ A計
	(5- 8) 交通・港湾事情	8	7	15	23
	(5- 9) 建設の電力事情	5	5	10	13
⑥ 業種別事情 (鉱工業ならびに卸し・小売り業)	(6- 1) 企業数・労働者数	10	5	15	23
	(6- 2) 生産現況と見通し	16	11	27	41
	(6- 3) 設備投資(投資額・主要新規投資)	14	8	22	34
	(6- 4) 輸出額(主要相手国別)	13	7	20	37
	(6- 5) 輸入額(")	15	11	26	42
	(6- 6) 主要業界団体(所在・特色・役員)	8	4	12	18
	(6- 7) 主要企業(社長名・資本金・売上高・主要製品)	13	9	22	36
	(6- 8) 主要企業平均財務比率	11	7	18	26
	(6- 9) 外国企業進出状況(関係外資名・外資比率・主要製品)	19	11	30	42
	(6-10) 企業の開設・合併・倒産の実態	13	6	19	26
	(6-11) 新製品・新技術	24	23	47	71

(注) (1) 最重要A, 重要必要B, 必要C, 無記入Dは, アンケート調査ⅢでA非常に重要……………

参考……………D無記入を示している。

(2) Ⅱ 7 A, Ⅱ 7 Bはアンケート調査Ⅱの7で情報供給機関を大いに利用しようとする者。

(3) Ⅱ 7 A+BはⅡ 7 A+Ⅱ 7 Bを示す。

重要必要 B				必要 C				無記入 D			
Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢB計	Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢC計	Ⅱ7A	Ⅱ7B	Ⅱ7A+B	ⅢD計
13	14	27	39	26	35	61	116	27	34	61	150
8	11	19	31	29	33	62	114	32	41	73	171
19	14	33	49	25	36	61	114	20	35	65	142
22	25	47	72	16	28	44	97	20	26	46	118
20	20	40	54	16	25	41	89	24	37	61	151
20	20	40	60	16	32	48	90	25	31	56	139
26	24	50	72	17	29	46	86	16	26	42	126
13	16	29	50	30	38	68	120	23	32	55	140
20	19	39	61	19	30	49	100	22	32	54	130
18	14	32	46	18	31	49	94	27	38	65	163
20	11	31	68	19	26	45	87	16	42	58	125
20	17	37	61	16	29	45	87	25	38	63	154
18	22	40	69	17	23	40	85	15	22	37	101

B取引や業務上大きな影響があるので供給機関が早く安く供給してくれるならば……………C業務上

利用しようと思う者を示す。

前述と同様に a, b, c, d, e, f に応じて、需要度 A, B, C の全体に占める比率で表わすと表 5. 8 のようになる。

表 5. 8 性格別情報需要度と情報供給機関利用の関係

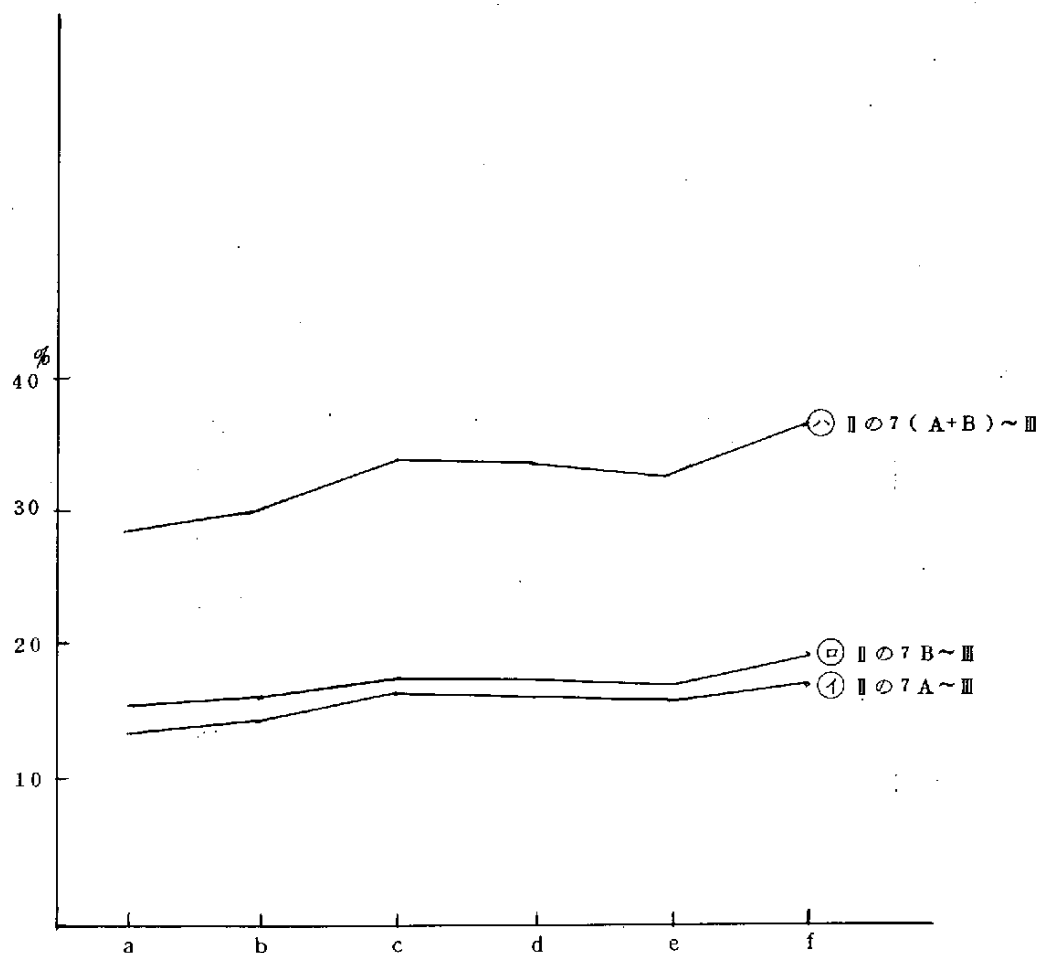
	㊶			㊷			㊸			
	Ⅱ の 7 で A 「大いに利用」と答えた者のうちⅢで A, B または C と答えた者の平均			Ⅱ の 7 で B 「できるだけ利用」と答えた者のうちⅢで A, B または C と答えた者の平均			Ⅱ の 7 で A または B と答えた者のうちⅢで A, B または C と答えた者の平均			
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A+B+C
a	3.9 (1.2)	11.4 (3.5)	27.3 (8.3)	1.8 (0.5)	8.8 (2.7)	38.7 (11.8)	5.7 (1.7)	20.2 (6.2)	66.0 (20.1)	91.9 (28.0)
b	5.6 (1.7)	12.1 (3.7)	28.8 (8.8)	2.9 (0.9)	11.0 (3.3)	37.1 (11.3)	8.5 (2.6)	23.1 (7.0)	65.9 (20.1)	97.5 (29.7)
c	14.0 (4.3)	21.0 (6.4)	17.5 (5.3)	10.0 (3.0)	25.0 (7.6)	21.5 (6.5)	24.0 (7.3)	46.0 (14.0)	39.0 (11.8)	109.0 (33.1)
d	10.5 (3.2)	21.5 (6.5)	20.5 (6.2)	6.4 (1.9)	17.2 (5.2)	32.6 (9.9)	16.9 (5.1)	38.7 (11.7)	53.1 (16.1)	108.7 (32.9)
e	12.6 (3.8)	17.4 (5.3)	20.8 (6.3)	8.8 (2.7)	15.2 (4.6)	31.1 (9.5)	21.4 (6.5)	32.6 (9.9)	51.9 (15.8)	105.9 (32.2)
f	18.3 (5.6)	19.7 (6.0)	17.3 (5.3)	16.0 (4.9)	24.3 (7.4)	22.0 (6.9)	34.3 (10.5)	44.0 (13.4)	39.3 (12.2)	117.6 (36.1)

㊸ () は全体 329 社に占める比率

㊸欄は㊶欄と㊷欄を加えたもの

これを図に示すと図 5. 8 のようになる。

図 5. 8 性格別情報需要度と情報供給機関利用の関係

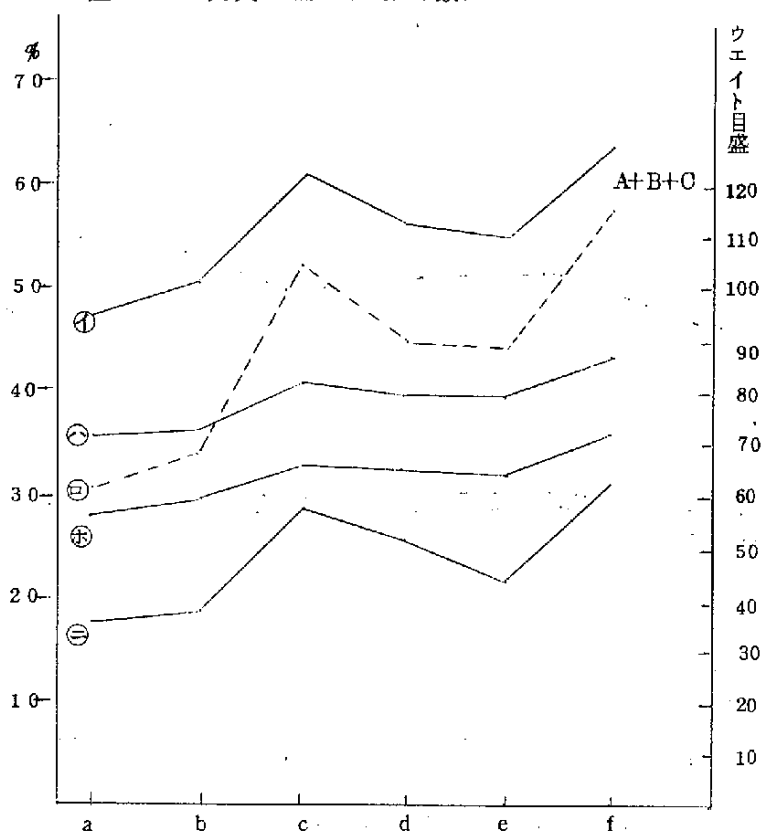


(注) ① はⅡの7で「大いに利用」と答えた者のうちⅢでA・B・Cと答えた者の比率
 ㊦ はⅡの7で「利用」
 ㊧ は ① + ㊦

5.3.3 調査対象上の理論的潜在需要曲線と調査対象上の現実の需要曲線

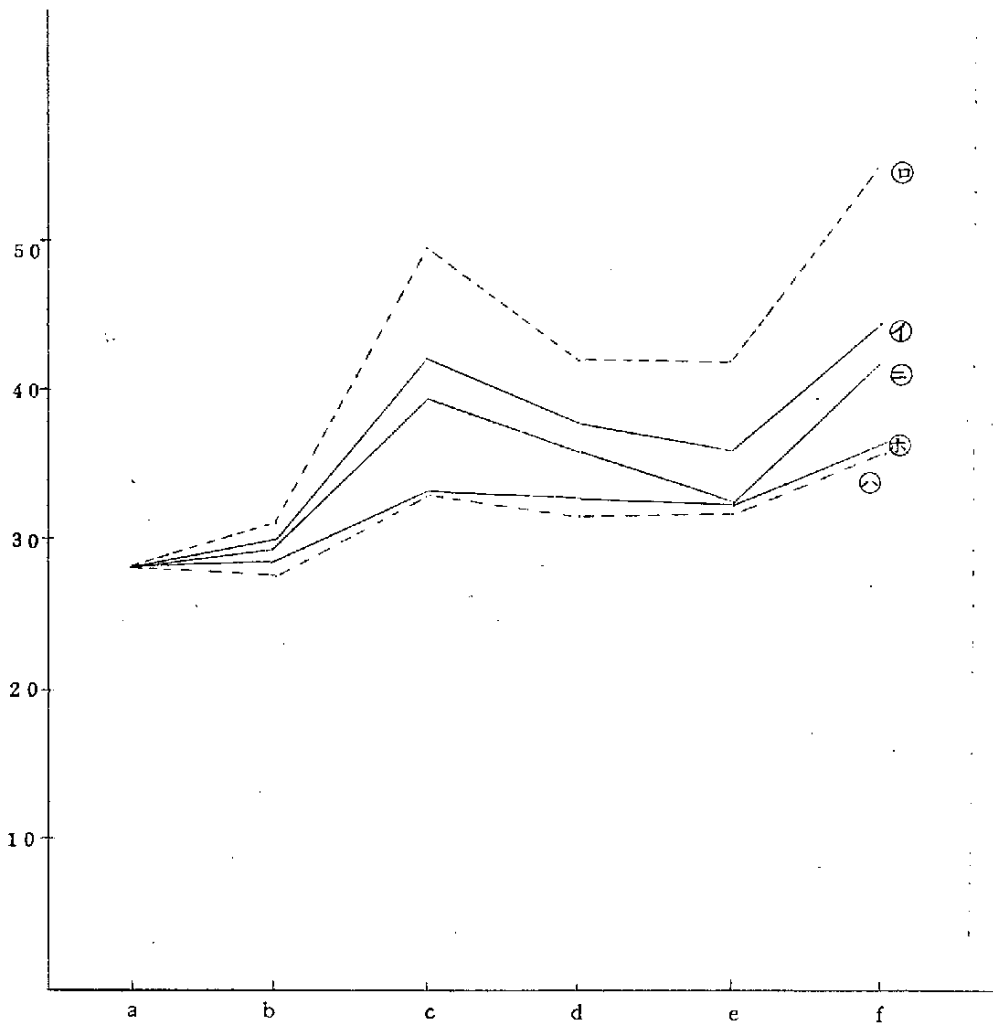
- (1) さて、5.3.1では、一般的な理論的潜在需要曲線と調査対象上のそれとは逆の関係がみられることを想定し、調査対象上のそれはaからfにいくに従い、需要度が高まることが想定された。
- (2) 今回の調査結果は5.3.2に述べられたとおりであるが、これらを図に示すと図5.9と5.10のようになり、理論上の曲線とは若干のかい離がみられるものの、われわれの想定したaからfにいくに従い、需要度が高まるという想定は正しかつたものと思われる。

図 5.9 現実の需要曲線対象図



- (注) ①はⅢにおけるA+B+Cの全体に占める割合
 ②は①にA×3、B×2、C×1のウエイトを付したもの
 ③は①の内Ⅱの1で情報を不可欠と答えた者
 ④は③の内Ⅰの6で海外施設を有していない者の比率を10倍にしたもの
 ⑤はⅡの7で情報供給機関を利用すると答えた者でⅢのA、BまたはCに記入した者

図 5.10 現実の需要曲線をスライドさせた図

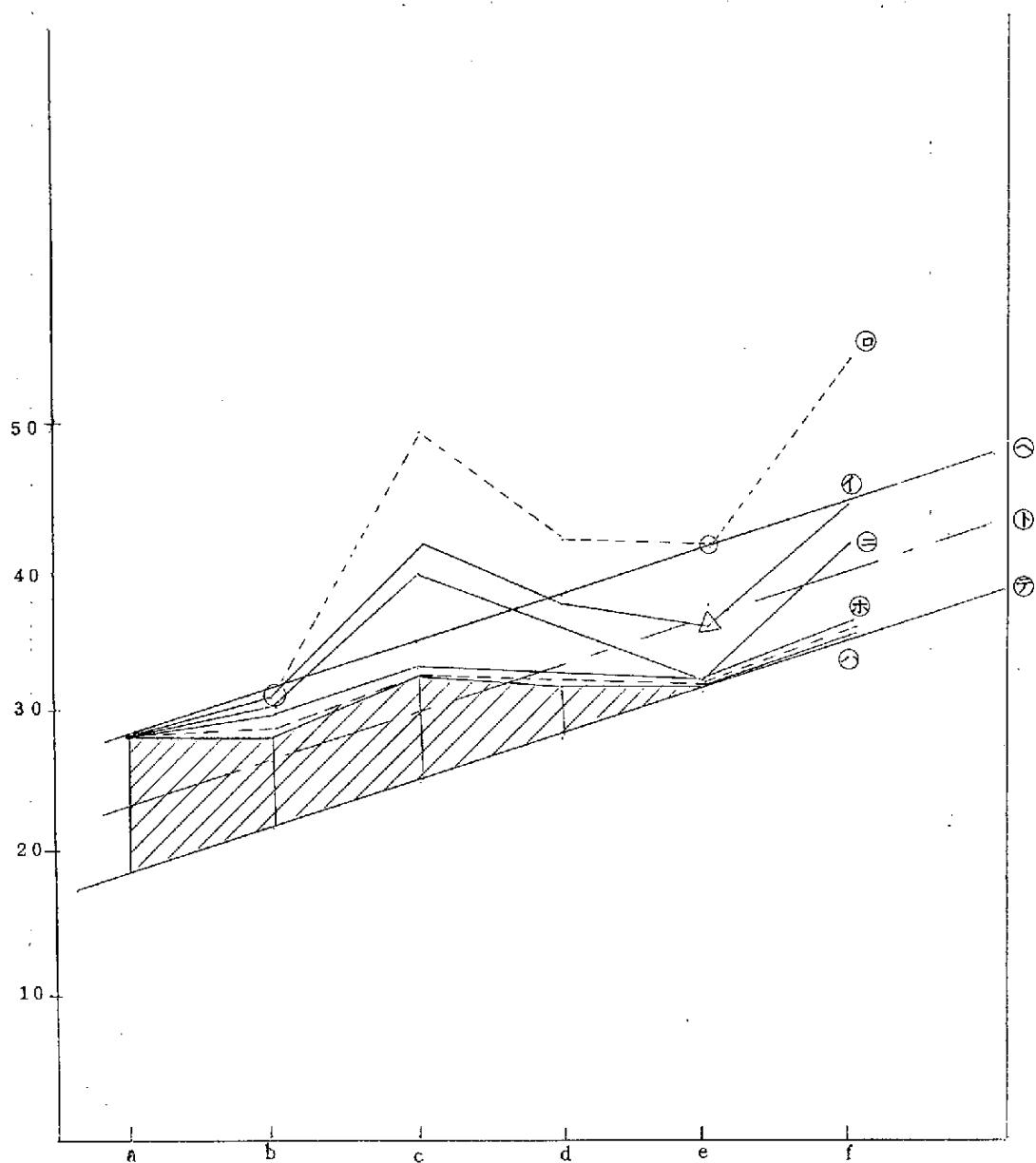


注 本図は図 5.9 の㊶の㊶に㊶、㊵、㊴、㊳の㊶を合わせてスライドさせたもの。

(3) 理論上の需要曲線と現実の各需要曲線とのかい離要因

図 5.10 より、一般的に a から f にいくに従い、需要が高まることが想定されるので、今、図 5.10 の㊶曲線の㊶点と㊶点とを結んだ直線、またはその勾配を理論上の需要曲線とすると、現実の需要曲線㊶、㊵、㊴、㊳、㊲との間には、図 5.11 のようにかい離がみられるが、このかい離要因はつぎの理由によるものと思われる。

図 5.11 現実の需要曲線と理論上の需要曲線



(注) ①～⑦は理論上の需要曲線

斜線部分は需要があると見込まれる部分

(イ) 現在すでに海外に情報供給施設を有しており、情報は供給されているのであえて新たに需要する必要のない場合

一般データの分析・加工データや特定データの生データ、分析・加工データは常に供給されており、しかも期待されるデータが供給機関を通ずるより海外の供給施設にケースバイケースで依頼した方が便利であるという点から、理論曲線より現実の需要曲線は下回るのであろう。

(ロ) 海外に施設を有していても一般データについての確に判断できる人を派遣していない場合

一般データの判断データ、特定データの判断データに対する現実の需要曲線は理論曲線を上回っているが、これは現実の情報供給者が特定の技術的要素を有していないためであろう。

また一般データの判断データがとくにかい離していることは、一般的事項についての専門家が現実に残りいないということも反映しているであろう。

(ハ) 情報をデータ・ストックとして考える場合

一般データの生データに対し、比較的需要があるのは、データ・ストックの役割に対する認識が従来各企業とも欠けていたため、情報の普遍化に伴い、その必要性を痛感していることによるとも思われる。

(4) 今後の情報供給・内容

現実の需要曲線と理論上のそれとのかい離は、供給不足か需要過大かを示しているものであるが、前述のかい離要因を踏まえつつ、今後、情報供給機関が情報を供給するに際して留意すべき点はつぎの諸点であろう。

① 一般的なデータで生のデータは、データ・ストックとしての意義があるので一般に公開して販売することが望ましい。この場合、必ずしも供給の時間的条件を考慮する必要があまりないという点に着目する必要がある（例えば人口等の情報を四半期ベースで供給しても全て需要があるわけではない。）。

② 一般的なデータで判断を要するものは、一般的専門家がいないことと相まって需要度が高いので、個別的にケースを決めて公開することが肝要である。特定のデータで判断を要するものも同様であるが、特定の専門家を各企業が有している場合がある点に留意する必要がある。

③ 分析・加工データは供給時期とも関連するが、四半期ベースの供給では余り珍重されないであろう。むしろ、世界の新聞についてテーマ毎にスクラップ・ブックを作つて供給することの方が、時期的満足を与える点から考えて有利であろう。

④ 業種別には、海外と現に関係を有している企業よりも、今後世界的な発展を遂げようとしている製造業の方面に需要があり、業態別にみても世界的な発展の余裕のある大企業に需要があるであろう。

5. 4 む す び

(1) 以上われわれは、今回のアンケート調査結果の分析を通じて、国際経済情報に対し、企業は如何なる認識を持つているか、この認識は、企業の属する業種や規模によつてどの様に異なつてゐるか、企業の情報供給機関の利用態度はどうか、具体的に如何なる種類の情報を企業は必要としているか、またこの需要は企業の取引形態の差異によつてどの様に変わつてくるか、企業の情報需要に対して如何なる供給方法がとられるべきか等を明らかにしてきた。その結果を、ここに再論することは避けるが、要約すればつぎのとおりになるだろう。

(i) 企業の海外情報の重要性に対する認識は、全般的にいつて高いが、規模別にみると大企業ほど関心が強い。また業種別には、商社よりも製造業、コンサルタントなどの方が関心が高い。

また海外情報を外部の供給機関に依存しようとする意識はかなり強いとみられるが、その有料利用については、慎重な回答が多いなど企業の今後の情報対策には、明確な方針が確立していない。

(ii) 一般的にいつて、企業の需要度の高い海外情報は、一般貿易事情、業種別事情など海外取引に密着し、かつ、自力で収集困難な情報であり、国民生活や行政機関等海外取引に当たつての参考情報に対する関心は低い。また情報の性格別には、一般的な情報よりも特殊情報、生情報よりも加工・分析あるいは判断要素が加わつた情報に対する需要度が高い。

しかしながら、現実には一般的情報の生データ、判断データにわれわれの想定以上に需要があつたことは留意されるべきである。

(2) 前にも述べたが、アンケート調査の結果は、われわれが調査前に持つていたイメージとほぼ合致してゐたといふことができる。ただ、調査結果の分析を通じ、とくに感じられた点は、企業の情報に対する認識なり需要なりについて、「発展段階説」ないし「成熟度曲線」とでもいふべきものが考えられるのではなからうかといふことである。

われわれは、通常、全体の業務に占める海外関係業務のウエイトが高い企業ほど海外情報に対する関心も強く、また需要も大きいと考え勝ちであり、その意味では製造業やコンサルタントなどよりも、海外取引を本務とする商社の方が海外情報の重要性に対する認識は高いと考えていたが、今回のアンケート調査では製造業などの方がむしろ関心が強いという結果になつてゐる。

その原因は 2.にも述べられているが、要するに情報に対する認識ないし需要については、第一に、情報に対する関心はきわめて低く、直接業務に関係する情報だけを取引相手から得て済ませる。したがつて、その情報需要は外部に対し、明確な形であらわれない段階（幼稚期）

第二に、業務の必要上あるいは産業社会の情報化の進展などから、情報に対する関心は大い

に高まつたのであるが、企業内部における情報収集体制が未整備のため、外部に対する情報需要が爆発的にあらわれる段階（成長期）。この段階では、各種の情報についての評価が必ずしも明確になつておらず、情報と名のつくものは全て欲しいという形となり、また情報対策面でも実体より意識の方が先走り勝ちである。

第三に、企業内部の情報収集・処理体制も確立され、各種情報の重要度に関する評価も整理されて、効率的情報対策の観点から、一般的・基礎的情報は外部の情報供給機関に依存し、これ以外の情報を自力調達する方向に向う段階（成熟期）。この様な段階では、情報が企業活動の「米の飯」になつているため、情報に対する関心は第二段階にあるものよりも、外部に対し、一見低い形であらわれる（実際は、第二段階のものより認識度は高いのである）。

このような情報の認識に関する発展段階は、海外関係業務のウエイトや企業の成長、また規模の拡大にも相応じていると思われ、強いて典型的に分ければ、現在のわが国の中小企業は第一段階に、大規模の製造業やコンサルタントは第二段階に、大規模商社は第三の段階にあるとみてよいであろう。

海外情報に限らず、わが国企業の情報に対する認識度の現状は全般的にみて第二段階にあると考えられ、情報の重要性に対する関心は高くあらわれてはいるが、これが外部に対する現実の情報需要につながるか否かに若干疑問があることは今回のアンケート調査結果からもうかがわれるところである。

今後の情報供給を検討するに当たつては、企業の情報に対する認識の発展段階を十分考慮し、これに応じた体制を整備することが肝要であると考ええる。

(3) 本調査の最初の目標は、企業における海外情報の実態を需要と供給の両側面から明らかにすることであつたが、調査の過程が意外に手間どつたため、アンケート調査とその結果の分析にとどまり、ヒヤリング調査、供給に関する調査にまで及ばなかつたのは、甚だ残念であつた。ただアンケート調査の結果は、コンピュータの力を借りて、できうるかきりの諸側面から分析し、問題の所在を浮彫にしたいと思う。今後さらに本調査の中で明らかにされた問題点をきめ細かに追究すれば、海外情報に対する企業の認識の実態が具体的に把握できると思われるので、この点を今後の調査に期待したい。

禁無断転載

昭和 44 年 6 月 発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発センター

東京都港区芝公園21号地1番5

機械振興会館内

TEL (434) 8 2 1 1 (代表)

印刷所 有限会社 三 州 社

東京都港区芝公園5号地12番地

TEL (433) 1 4 8 1 (代表)

