

調査レポート

『海外展開』に関する企業経営者の意識調査

～国内市場の縮小が予想される中、海外展開は選択肢のひとつに成り得るか～

調査概要

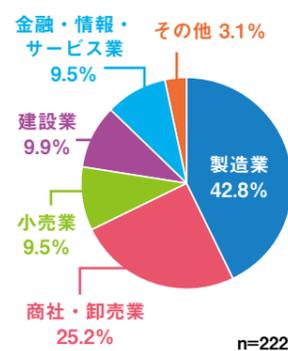
- 調査時期
令和5年3月17日(金)～31日(金)
- 調査方法
郵送による送付、FAXによる回収
- 調査対象
当所会員および県内主要企業を中心に、海外展開をしていると推測される1,656社を抽出
- 回答数
222社(回答率13.4%)
- 備考
令和元年7月にも同様の調査を実施。一部の設問で今回の結果と比較する。

海外展開に関する取り組み状況について

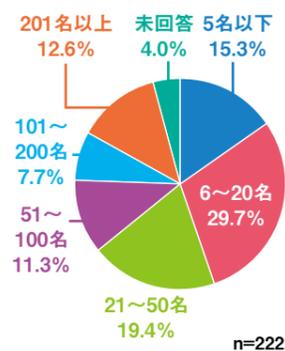
輸出や海外拠点設置、業務・技術提携など、「現在、海外展開に取り組んでいる」と回答した企業は約3割あり、「今後取り組みたい」とした回答も約1割あった(グラフ3)。具体的な取り組みは「輸出(直接貿易・間接貿易)」を行っている」との回答が最も多く70.3%、「海外拠点設置等を行っている(29.7%)」「業務・技術提携を行っている(16.2%)」の順となった。

場が魅力的だから(73.4%)「取引先関係先があるから(51.1%)」が上位を占めた。

グラフ1 業種内訳

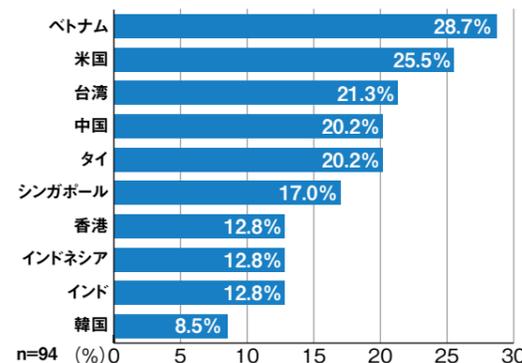


グラフ2 従業員規模内訳

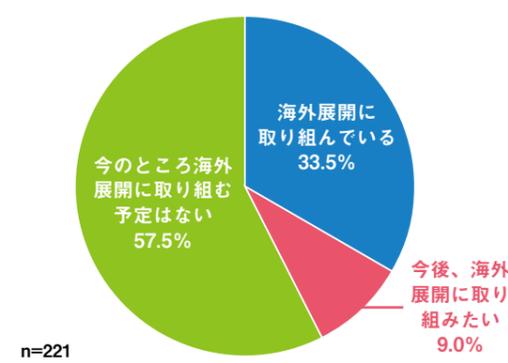


現在、海外展開を行っている国・地域および今後重視する国・地域について
現在、海外展開に取り組んでいると回答した企業のうち、その相手国・地域(複数回答)については、「中国」が最も多く、続いて「タイ」「ベトナム」「韓国」とアジアが上位を占めた。
今後重視する国・地域(複数回答)については「ベトナム」が最も多く約3割。次いで「米国」「台湾」と続く(グラフ4)。前回調査(令和元年)と比較すると、中国が1位から4位に順位を落とした。また、フランス、ドイツというEU諸国やミャンマーも順位を落とす結果となった。
その国、地域を重視する理由は、「市

グラフ4 今後重視する国・地域



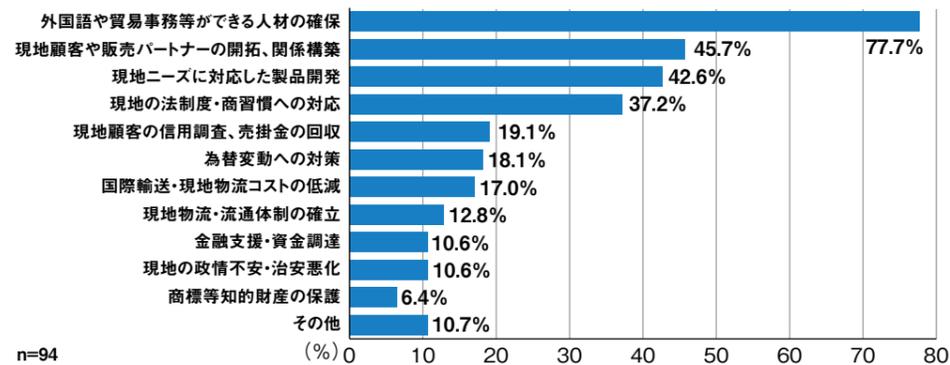
グラフ3 海外展開の取り組み状況



海外展開における現在の課題・支援機関に求める施策

海外展開における現在の課題(複数回答)について「外国語や貿易事務等ができる人材の確保」との回答が最も多く77.7%となった(グラフ5)。

グラフ5 海外展開における現在の課題

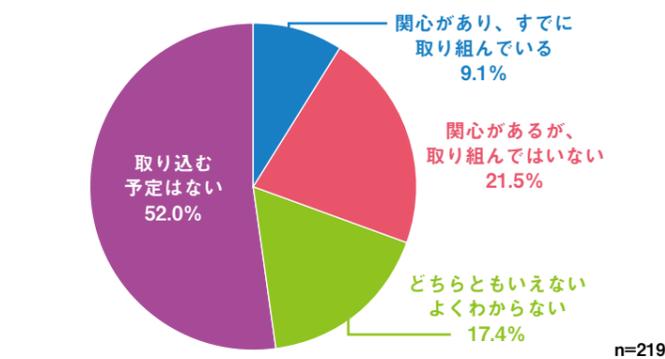


海外のネット通販サイトを活用した商品販売(BtoC、BtoB)への関心度が「関心あり」とした回答は約3割にのぼり、海外ネット通販サイトが新たな海外販路開拓の選択肢として認知されつつあることがわかる。また「すでに取り組

海外展開に取り組まない、取り組むことができない理由
現在、海外展開に取り組んでいない企業に対し、理由(複数回答)を聞いたところ、「国内経営だけで精一杯」との回答が最も多く60.6%。続いて「外国語や貿易事務等ができる人材がいな(34.6%)」や「海外展開に対応した製品等がない(29.1%)」が上位を占めた。国内ビジネスと並行して行うの確保や育成に時間と費用をかけられないことが大きな課題となっている。

んでいる」との回答は9.1%あり(グラフ6)、令和元年度調査結果の5.3%と比較すると増加傾向にあった。

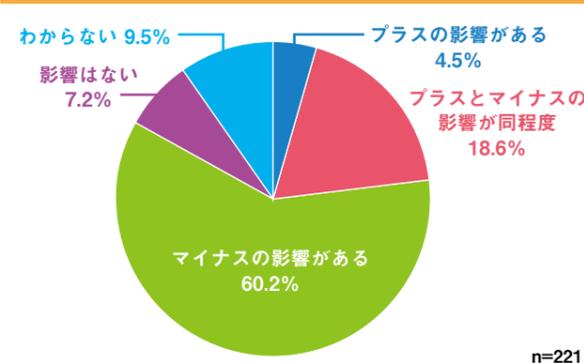
グラフ6 海外ネット通販サイト活用への関心度



円安の進行は2023年の貴社の全体の業績に影響を与えるか

円安の進行が「マイナスの影響がある」との回答は約6割あり、半数以上が影響を危惧していることがわかる(グラフ7)。海外展開の取り組み状況別にみると「現在、海外展開に取り組んでいる」ほうが、「プラスの影響がある」と回答する割合が高い傾向にあった。

グラフ7 円安進行の影響



昨今の海外ビジネスの環境変化を受けて、取引先や生産を国内に変更・移管する予定はあるか

昨今の海外ビジネスの環境変化を受けて、取引先や生産を国内に変更・移管する予定について、「予定なし」とした回答が約7割を占めた。一方で、「取引先を国内に変更」「生産を国内に移管」との回答は、わずか5.6%にとどまった。

お問合せ先
福井商工会議所 地域活性化・振興課
0776-338253