

特別企画：海外進出・取引に関する近畿企業の意識調査（2023 年）

2023 年、企業の 34.8%が海外ビジネスを推進 ～ 全国 10 地域で「近畿」がトップ、府県別では「大阪」が全国トップ ～

世界経済に大打撃を与えた新型コロナウイルスの爆発的な感染が始まった 2020 年 1 月から 3 年半が経過した。当初は、国内外を問わず厳格な行動制限やロックダウンによる生産活動の停止、物流の寸断などサプライチェーンへの大きな影響が表れた。その後、欧米各国を中心に経済活動を再開したものの、半導体不足をはじめ多方面で需要に供給が追いつかない状況となった。日本国内においても自動車産業や電機、機械など幅広い産業で生産活動が滞る事態に発展。また、穀物や資源価格の高騰に円安が加わり、今なお多方面で悪影響が続いている。このため、供給網の安定化を目的に製造や部品調達を国内へ回帰する動きもみられるなど、改めて海外ビジネスを進めるにあたって課題が浮き彫りになってきている。

帝国データバンク大阪支社では、海外進出・取引に関する近畿企業の見解について調査した。本調査は、TDB 景気動向調査 2023 年 6 月調査とともに行った。

※ 調査期間は 2023 年 6 月 19 日～30 日、調査対象は近畿 2 府 4 県に本社を置く 4,636 社で、有効回答企業数は 1,898 社（回答率 40.9%）

※ 本調査における全国データは景気動向オンライン（<https://www.tdb-di.com>）に掲載している

調査結果（要旨）

■ 「直接・間接のいずれかの形で海外進出または海外と取引をしている」企業は 34.8%

- ・「進出していない」は 61.7%
- ・従業員数別では、「301 人～1,000 人」が 61.5%でトップ

■ 海外進出への課題として、「外国為替レートの変動」が 45.3%で最も高い

- ・「進出先の政治情勢に関する情報収集」は 35.2%
- ・「社内人材（邦人）の確保」は 34.3%

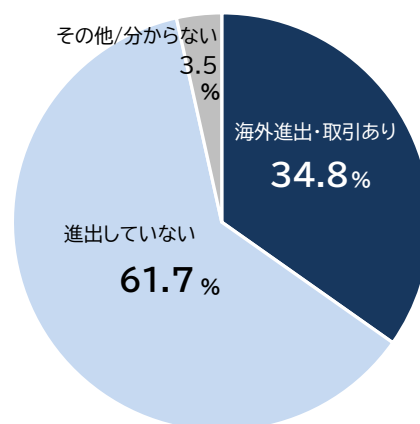
■ 期待する支援サービス、「リスクマネジメント」が 33.4%でトップ

- ・「法制度や商習慣に関する支援」は 31.8%
- ・「販路確保や開拓支援」は 26.6%

■ 全国 10 地域で「近畿」(34.8%) がトップ

- ・「大阪」(39.5%) が全国トップ
- ・「兵庫」(31.2%) 7 位、「和歌山」(30.9%) 8 位、「京都」(30.6%) 9 位

海外進出・取引の状況



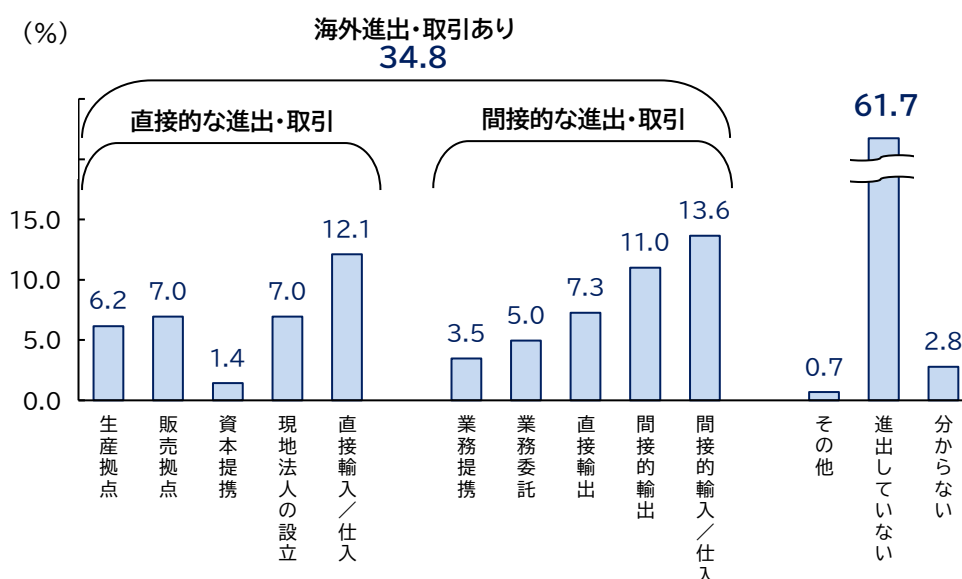
1. 現在、企業の 34.8%で海外進出や海外取引を実施

現在、自社が海外進出または海外と取引を行っているか尋ねたところ、「直接・間接のいずれかの形で海外進出・取引をしている」企業は 34.8%となった。他方、「進出していない」企業は 61.7%だった。

海外事業の内容をみると、直接的な進出・取引は商社などを経由しない「直接輸入／仕入」が 12.1%で最も高く、「現地法人の設立」（7.0%）、支社・支店などを含む「販売拠点」（7.0%）、「生産拠点」（6.2%）が続いた。M&Aなどの「資本提携」は 1.4%にとどまった。

他方、間接的な進出・取引は、商社や取引先を経由した「間接的輸入／仕入」（13.6%）がトップ。以下、商社や取引先を経由した「間接的輸出」（11.0%）、商社などを経由しない「直接輸出」（7.3%）、生産委託などの「業務委託」（5.0%）、技術提携などの「業務提携」（3.5%）が並んだ。

海外進出・取引の状況（複数回答）

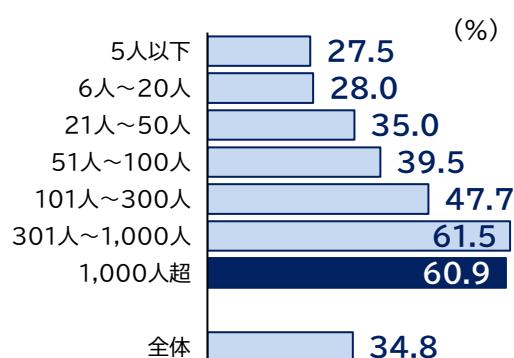


注1:「海外進出・取引あり」は、内訳項目の少なくともいずれか1項目を選択した割合を表す

注2:母数は有効回答企業1,898社

「直接・間接のいずれかの形で海外進出・取引をしている」企業の割合を従業員数別にみると、「301 人～1,000 人」の企業が 61.5%でトップ。「1,000 人超」（60.9%）も 6 割を超えた。一方で、「5 人以下」の企業では 27.5%にとどまった。企業からは、「自社は小規模なので海外進出は考えていない」などの声があがり、企業規模によって海外ビジネスに関する取り組みに温度差が表れた。

海外進出・取引あり ～従業員数別～



2. 「外国為替レートの変動」、4割超の企業で海外進出・取引の課題と認識

今後、海外進出を検討または進める、もしくは海外ビジネスを促進する場合どのようなことが障害や課題、トラブルになるか尋ねたところ、「外国為替レートの変動」が 45.3%で最も高かった（複数回答、以下同）。次いで、「進出先の政治情勢に関する情報収集」（35.2%）、「社内人材（邦人）の確保」（34.3%）が3割超えて上位に並んだ。

企業規模別にみると、上位 10 項目のうち6項目で大企業が中小企業を 5pt 以上上回った。一方、中小企業では、上位 10 項目に入らなかった「事業資金の調達」（全体 14.6%）が 15.9%となり大企業（7.8%）を 8.1pt 上回る結果となった。

海外進出・取引の課題（複数回答）～上位 10 項目～

	全体	企業規模 (%)	
		大企業	中小企業
外国為替レートの変動	45.3	44.2	45.5
進出先の政治情勢に関する情報収集	35.2	42.5	33.9
社内人材（邦人）の確保	34.3	40.5	33.2
文化・商習慣の違い	29.7	28.2	30.0
進出先の経済情勢に関する情報収集	29.2	36.7	27.9
言語の違い	29.0	25.5	29.6
取引相手、提携先、パートナー企業の開拓、選定、選択	24.9	26.2	24.6
海外進出に向けた社内体制の整備	23.9	28.9	22.9
進出先の市場性や競合の把握	22.1	27.6	21.1
法規制・制度の把握	21.7	29.9	20.2

注1：網掛けは、企業規模の比較で割合が5pt以上高い方を示す

注2：母数は有効回答企業1,898社

3. 期待する支援サービス、「リスクマネジメント」が 33.4%でトップ

今後、海外進出を検討または進める場合に、国や地方自治体などの行政や支援機関などに期待する支援サービス・情報について尋ねたところ、貿易保険・保証、為替変動への対応などの「リスクマネジメント」が 33.4%でトップとなった（複数回答、以下同）。進出国の貿易制度や法人設立の手続き・制度などの「法制度や商習慣に関する支援」（31.8%）が3割超えて続いた。次いで、展示会・見本市への出展支援、商談会やマッチング支援などの「販路確保や開拓支援」（26.6%）、マーケット動向、競合企業情報などの「市場動向調査支援」（24.5%）、展開戦略・ブランディング・知的財産戦略の支援など「事業計画支援」（24.2%）が上位に並んだ。

企業規模別にみると、大企業では「法制度や商習慣に関する支援」（38.1%）や「人材育成支援」（25.9%）、「赴任者らの生活支援」（23.5%）が中小企業を 5pt 以上上回ったのに対し、中小企業では、「資金調達支援」（19.1%）が大企業（10.9%）を 8.2pt 上回った。

期待する支援サービス・情報（複数回答）

	全体	企業規模 (%)	
		大企業	中小企業
リスクマネジメント	33.4	35.4	33.0
法制度や商習慣に関する支援	31.8	38.1	30.7
販路確保や開拓支援	26.6	26.9	26.5
市場動向調査支援	24.5	24.8	24.4
事業計画支援	24.2	26.2	23.8
人材育成支援	21.7	25.9	20.9
取引先の信用度合の把握	20.1	19.7	20.2
資金調達支援	17.9	10.9	19.1
赴任者らの生活支援	17.5	23.5	16.4
現地課題解決支援	16.9	19.7	16.4
海外視察サポート	9.7	9.2	9.9
その他	7.1	6.8	7.2

注1：網掛けは、企業規模の比較で割合が5pt以上高い方を示す

注2：母数は有効回答企業1,898社

4. 府県別では、「大阪」が 39.5%で全国トップ

海外進出・取引を行っている企業を地域別にみると、「近畿」は 34.8%で全国を 6.7pt 上回り、10 地域のなかでトップとなった。近畿の産業で割合の高い「製造」と「卸売」で、海外進出・取引のある企業割合が高くなったことが近畿全体を押し上げた。

府県別では、「大阪」が 39.5%で全国トップとなった。以下、「兵庫」(31.2%、全国 7 位)、「和歌山」(30.9%、同 8 位)、「京都」(30.6%、同 9 位)、「滋賀」(28.0%、同 13 位)、「奈良」(25.9%、同 22 位)が続いた。

海外進出・取引の状況（複数回答）

（構成比%、カッコ内社数）

		進出・取引あり	直接的な進出・取引	間接的な進出・取引	その他	進出していない	分からない	合計
全国		28.1 (3,120)	17.3 (1,921)	21.0 (2,335)	0.6 (68)	67.4 (7,483)	3.9 (434)	100.0 (11,105)
近畿		34.8 (660)	22.9 (435)	26.7 (506)	0.7 (13)	61.7 (1,172)	2.8 (53)	100.0 (1,898)
大企業		48.6 (143)	39.8 (117)	37.4 (110)	0.7 (2)	47.3 (139)	3.4 (10)	100.0 (294)
中小企業		32.2 (517)	19.8 (318)	24.7 (396)	0.7 (11)	64.4 (1,033)	2.7 (43)	100.0 (1,604)
うち小規模		25.7 (164)	15.0 (96)	20.1 (128)	0.5 (3)	71.3 (455)	2.5 (16)	100.0 (638)
農・林・水産		14.3 (1)	0.0 (0)	14.3 (1)	0.0 (0)	71.4 (5)	14.3 (1)	100.0 (7)
金融		6.3 (1)	6.3 (1)	6.3 (1)	0.0 (0)	87.5 (14)	6.3 (1)	100.0 (16)
建設		9.8 (23)	6.4 (15)	5.1 (12)	0.0 (0)	87.2 (205)	3.0 (7)	100.0 (235)
不動産		8.2 (7)	7.1 (6)	7.1 (6)	1.2 (1)	89.4 (76)	1.2 (1)	100.0 (85)
製造		52.1 (278)	33.0 (176)	42.9 (229)	0.6 (3)	44.9 (240)	2.4 (13)	100.0 (534)
卸売		51.1 (262)	34.7 (178)	37.8 (194)	0.4 (2)	45.6 (234)	2.9 (15)	100.0 (513)
小売		30.2 (32)	19.8 (21)	23.6 (25)	0.0 (0)	67.9 (72)	1.9 (2)	100.0 (106)
運輸・倉庫		21.5 (17)	15.2 (12)	11.4 (9)	0.0 (0)	75.9 (60)	2.5 (2)	100.0 (79)
サービス		12.3 (39)	8.2 (26)	9.1 (29)	2.2 (7)	82.3 (261)	3.2 (10)	100.0 (317)
その他		0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	83.3 (5)	16.7 (1)	100.0 (6)
従業員数別	5人以下	27.5 (102)	18.6 (69)	20.5 (76)	0.3 (1)	69.5 (258)	2.7 (10)	100.0 (371)
	6人～20人	28.0 (154)	15.5 (85)	21.6 (119)	0.7 (4)	67.8 (373)	3.5 (19)	100.0 (550)
	21人～50人	35.0 (145)	21.5 (89)	27.1 (112)	0.7 (3)	61.8 (256)	2.4 (10)	100.0 (414)
	51人～100人	39.5 (103)	25.3 (66)	30.7 (80)	0.8 (2)	59.0 (154)	0.8 (2)	100.0 (261)
	101人～300人	47.7 (102)	36.9 (79)	36.0 (77)	0.9 (2)	48.1 (103)	3.3 (7)	100.0 (214)
	301人～1,000人	61.5 (40)	53.8 (35)	44.6 (29)	0.0 (0)	33.8 (22)	4.6 (3)	100.0 (65)
	1,000人超	60.9 (14)	52.2 (12)	56.5 (13)	4.3 (1)	26.1 (6)	8.7 (2)	100.0 (23)
滋賀		28.0 (30)	16.8 (18)	20.6 (22)	0.9 (1)	70.1 (75)	0.9 (1)	100.0 (107)
京都		30.6 (75)	19.6 (48)	22.9 (56)	0.0 (0)	66.5 (163)	2.9 (7)	100.0 (245)
大阪		39.5 (369)	25.7 (240)	30.6 (286)	1.0 (9)	56.9 (532)	2.7 (25)	100.0 (935)
兵庫		31.2 (140)	22.7 (102)	22.7 (102)	0.2 (1)	65.0 (292)	3.6 (16)	100.0 (449)
奈良		25.9 (21)	12.3 (10)	24.7 (20)	1.2 (1)	69.1 (56)	3.7 (3)	100.0 (81)
和歌山		30.9 (25)	21.0 (17)	24.7 (20)	1.2 (1)	66.7 (54)	1.2 (1)	100.0 (81)

注1：網掛けは、全国以上を表す

注2：母数は有効回答企業1,898社

■ まとめ

本調査の結果、直接、間接にかかわらず海外進出・取引をしている企業は3社に1社以上となった。ただし、従業員規模で濃淡が表れており、「301人～1,000人」の企業で61.5%と最も高く、1,000人を超える企業も6割超と大企業ほど海外ビジネスを進めている傾向が表れた。

他方、海外進出や取引を全く考えておらず現状必要としない企業や、「コロナ禍前には北米への出店を計画していたが、米国のコロナ禍明けの急激な金利上昇および金融環境の悪化、為替リスクが顕在化しており、当分は海外進出を見合わせようと考えている」（不動産、京都府）とあるように、新型コロナ流行以降の要因で海外ビジネスに二の足を踏む企業も多い。加えて、国内回帰の動きも表れており、海外より国内企業との取引を強める企業も出てきている。

今後、海外進出を進める場合、4割を超える企業で「外国為替レートの変動」を課題と認識しており、昨今の急激な円安進行など為替変動に対するリスクマネジメントの支援を求めている。また、中小企業では「資金調達支援」が19.1%と大企業（10.9%）より8.2pt高く、資金面での支援を期待していることがうかがえた。

ポストコロナ時代に対して、企業は国内だけではなく海外にも再び目を向けて行く必要はあろう。しかしながら、海外ビジネスを進めるためには世界情勢、原材料価格の高騰、為替動向などのリスクだけではなく、言葉や文化の相違など基礎的な障壁もハードルとなっている。

一つ一つの壁を乗り越えるためには、自社努力や行政からの支援・発信だけではなく、専門企業の情報発信や業務支援なども後押しとなる。日本経済のさらなる発展と安定化のためには、官民一体となり海外に目を向けた取り組みが必要となろう。

【内容に関する問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク 大阪支社 情報部 担当：升野大

TEL：06-6441-3100 E-mail：dai.masuno@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。

著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。