

特別企画：四国地区 海外進出・取引に関する企業の意識調査（2023 年）

四国企業の 24.2%が海外ビジネスを推進 ～ 海外進出への課題、「外国為替レートの変動」がトップに ～

はじめに

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。

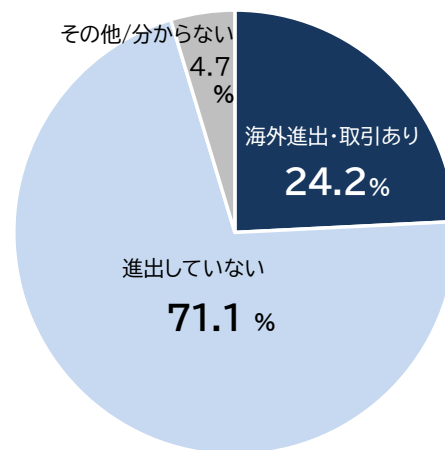
日本国内においても自動車産業をはじめ電機、機械など幅広い産業で生産活動が滞る事態に陥った。また、穀物や資源価格の高騰に円安が加わり、今なお多方面で悪影響が続いている。

このため、供給網の安定化などを目的に製造や部品調達など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。

そこで、帝国データバンク高松支店では、海外進出・取引に関する企業の見解について調査を実施した。

※調査期間は 2023 年 6 月 19 日～6 月 30 日、調査対象は四国地区に本社が所在する企業 1,169 社で、有効回答企業数は 384 社（回答率 32.8%）

海外進出・取引の状況



調査結果（要旨）

1. 四国地区の企業で、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行っている企業は 24.2%。一方で、海外進出・取引を行っていない企業は 71.1%。
2. 海外進出・取引への課題、「外国為替レートの変動」が 45.1%でトップ（複数回答）。
3. 期待する支援サービス、貿易保険・保障、為替変動への対応などの「リスクマネジメント」が 33.1%でトップ（複数回答）。

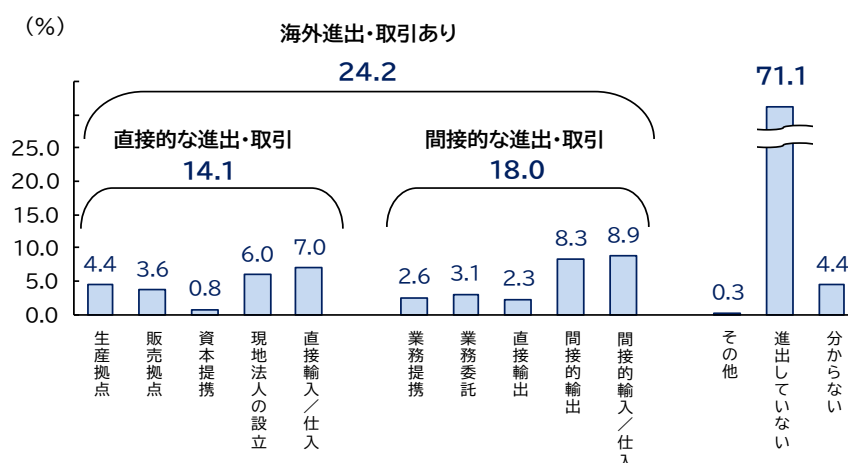
1. 四国企業の 24.2%が海外進出や海外取引を実施

現在、海外進出または海外と取引を行っているか四国の企業に尋ねたところ、「生産拠点や販売拠点、直接輸入など直接的な進出・取引を行っている」と回答した企業は 14.1%（複数回答、以下同）、「業務提携や輸出、間接輸入など間接的な海外進出・取引を行っている」と回答した企業は 18.0%となった。また、「直接・間接のいずれかの形で海外進出・取引を行っている」と回答した企業は 24.2%となった一方で、「進出していない」と回答した企業は 71.1%に上った。

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 7.0%で最も高く、次いで「現地法人の設立」（6.0%）、「販売拠点」（3.6%）、「資本提携」（0.8%）が続いた。

間接的な進出・取引では、商社や取引先を経由した「間接的輸入／仕入」が 8.9%で最も高く、次いで商社や取引先を経由した「間接的輸出」（8.3%）、生産委託などの「業務委託」（3.1%）、技術提携などの「業務提携」（2.6%）、商社などを経由しない「直接輸出」（2.3%）が続いた。

海外進出・取引の状況（複数回答）

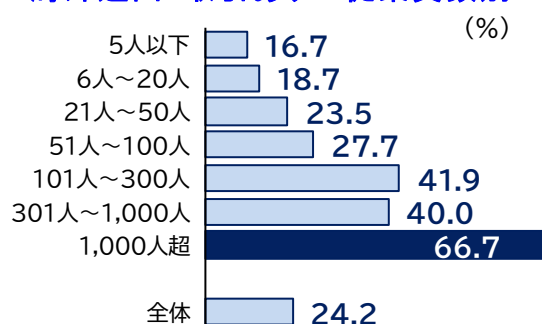


注1:「直接的な進出・取引」「間接的な進出・取引」「海外進出・取引あり」は、内訳項目の少なくともいずれか1項目を選択した割合を表す

注2:母数は有効回答企業384社

「直接・間接のいずれかの形で海外進出・取引をしている」と回答した四国の企業を従業員数別にみると、「1,000 人超」の企業では 66.7%であった。一方で、「5 人以下」の企業では 16.7%にとどまるなど、企業規模によって海外ビジネスに関する取り組みに顕著な差が表れた。

海外進出・取引あり～従業員数別～



2. 海外進出への課題、「外国為替レートの変動」がトップ

今後、海外進出を検討または進める場合、もしくは海外ビジネスを促進する場合にどのようなことが障害や課題、トラブルになるか四国の企業に尋ねたところ、「外国為替レートの変動」が45.1%で最も高かった（複数回答、以下同）。次いで、「社内人材（邦人）の確保」（35.9%）、「進出先の政治情勢に関する情報収集」（33.6%）、「文化・商習慣の違い」（31.0%）が3割以上で続いた。

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	45.1	53.5	44.0
社内人材(邦人)の確保	35.9	44.2	34.9
進出先の政治情勢に関する情報収集	33.6	53.5	31.1
文化・商習慣の違い	31.0	46.5	29.0
言語の違い	27.9	37.2	26.7
進出先の経済情勢に関する情報収集	27.3	41.9	25.5
現地人材の確保・育成	24.2	27.9	23.8
取引相手、提携先、パートナー企業の開拓、選定、選択	23.4	23.3	23.5
法規制・制度の把握	23.2	25.6	22.9
海外進出に向けた社内体制の整備	22.9	25.6	22.6

注1: 網掛けは、企業規模の比較で割合が5ポイント以上高い方を示す

注2: 母数は有効回答企業384社

3. 期待する支援サービス、「リスクマネジメント」がトップ

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・保障、為替変動への対応などの「リスクマネジメント」が33.1%で最も高かった（複数回答、以下同）。次いで、進出国の貿易制度、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」（32.3%）が3割以上で続き、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」（28.9%）、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」（25.8%）が上位に並んだ。

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	33.1	27.9	33.7
法制度や商習慣に関する支援	32.3	32.6	32.3
事業計画支援	28.9	23.3	29.6
販路確保や開拓支援	26.6	25.6	26.7
市場動向調査支援	25.8	37.2	24.3
人材育成支援	23.2	14.0	24.3
取引先の信用度合の把握	20.6	11.6	21.7
資金調達支援	19.5	14.0	20.2
赴任者らの生活支援	18.5	18.6	18.5
現地課題解決支援	16.9	20.9	16.4
海外視察サポート	12.0	9.3	12.3
その他	8.1	11.6	7.6

注1: 網掛けは、企業規模の比較で割合が5ポイント以上高い方を示す

注2: 母数は有効回答企業384社

規模別でみると、大企業では「市場動向調査支援」が最も高かった一方、中小企業では「リスクマネジメント」「事業計画支援」「人材育成支援」「取引先の信用度合の把握」「資金調達支援」が大企業と比較して高く、新たに海外事業を進めるための準備に関する支援サービスを期待している様子が表れた。

4. まとめ

本調査の結果、直接、間接に関わらず海外進出・取引をしている四国の企業は 4 社に 1 社程度となった。ただし、従業員規模で濃淡が表れており、1,000 人を超える大企業ほど海外ビジネスを進めている傾向が表れた。

一方で、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、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。

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や原材料価格の高騰、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企業が海外ビジネスに挑戦するための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行政の支援・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。

（参考）海外進出・取引に対する企業の声

コメント	所在地	業種
中国に独資企業として生産工場を持っているが、現状は中国でも人手不足となり、工場の維持が難しくなってきた。最終的には撤退を考えるが、それも難しい場合、日本政府の協力が欲しい。	香川県	製造
商社を通さず、直接取引を行うだけのメリットを感じられない。	愛媛県	卸売
経済活動を行っても政治的な関係で大きく左右されるし、海外のトップが変われば法制度も変わり、変化が激しい。海外進出は支援はあるものの、撤退に関しての補助金がなく、現地の日系企業側の思考にあう弁護士を見極め、紹介する制度が必要。	徳島県	卸売
人口が少なくなることを想定して、韓国のように国外に向けた需要を広めていかなければならないと思う。海外進出には思った以上のリスクを伴うので、リスクヘッジの専門的な助けが必要。その為に足踏みしている企業が多く存在する。	高知県	サービス
かつては直接輸出していたが、バーゼル条約や国内の港湾での検査が厳しくなり、国内販売にシフトした経緯がある。	香川県	卸売
旅館業なので、海外に拠点をという考えはないが、海外からのお客様の誘致は、現地に出向いてセールスするなど積極的に進めている。	愛媛県	サービス

調査先企業の属性

企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

【 内容に関する問い合わせ先 】

株式会社帝国データバンク 高松支店 担当：須賀原 欣彦、道田 祐一

TEL：087-851-1571 FAX：087-851-3837

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。報道目的以外の利用につきましては、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。