

IV. 調査結果の概要

県内企業の海外進出状況および輸出入の状況等について調査したところ、763社から回答を得られた。集計結果は以下のとおりであった。（具体的な設問内容については、巻末添付の調査票を参照のこと）

海外拠点の設置状況

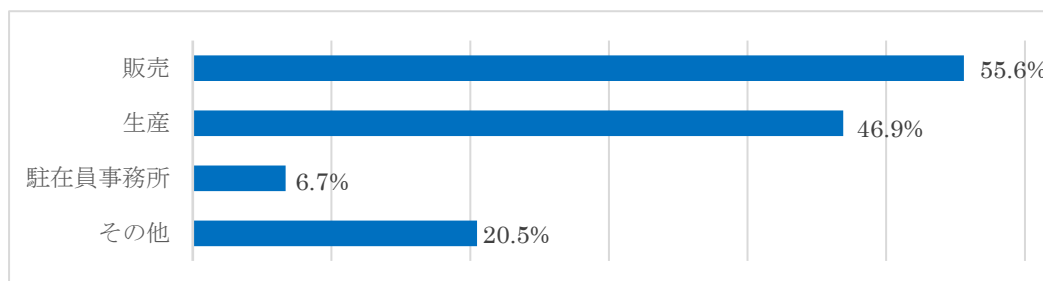
●問1 2024年3月1日現在の海外拠点設置状況について

2024年3月1日時点の海外拠点の設置状況についての回答は以下の表のとおりであった。海外拠点が有ると回答した企業は93社あり、国・地域別の拠点設置状況は3ページの表のとおりであった。

現在、海外に拠点があり、現状を維持する	75社	海外拠点 あり 93社
現在、海外に拠点があり、新たな拠点の設置を予定・計画している	10社	
現在、海外に拠点はあるが、縮小、撤退が必要と考えている	8社	
現在、海外に拠点はないが、今後新たに設置したい	26社	なし 670社
現在、海外に拠点はなく、今後とも設置する予定はない	644社	
合計	763社	

●問2 海外拠点の事業の形態（複数回答）

海外拠点が有ると回答した企業の海外事業所の合計は239か所であった。その内、55.6%が販売拠点、46.9%が生産拠点、6.7%が駐在員事務所であった。

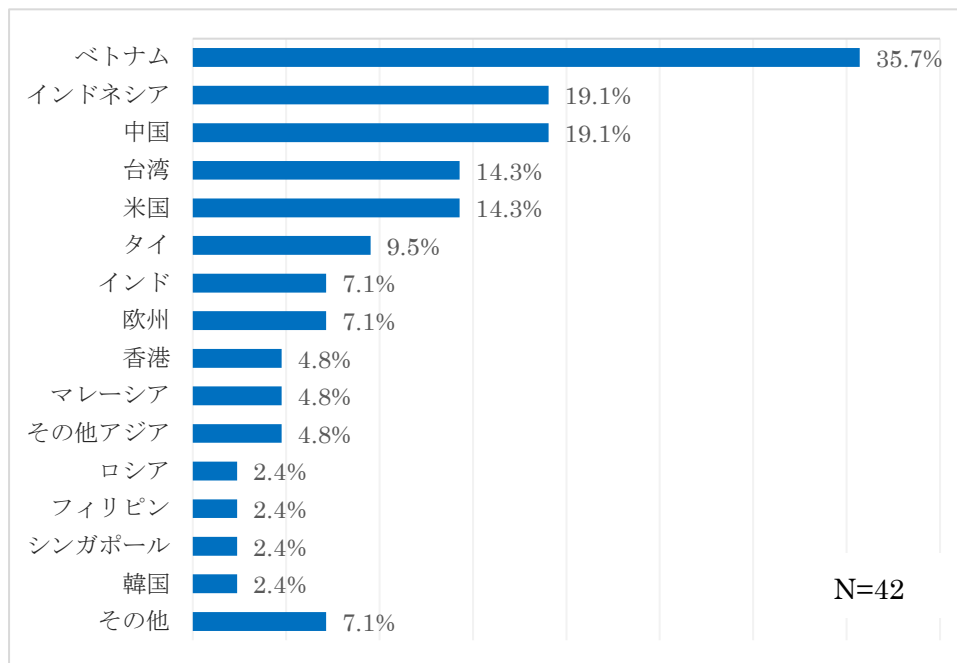


N=239

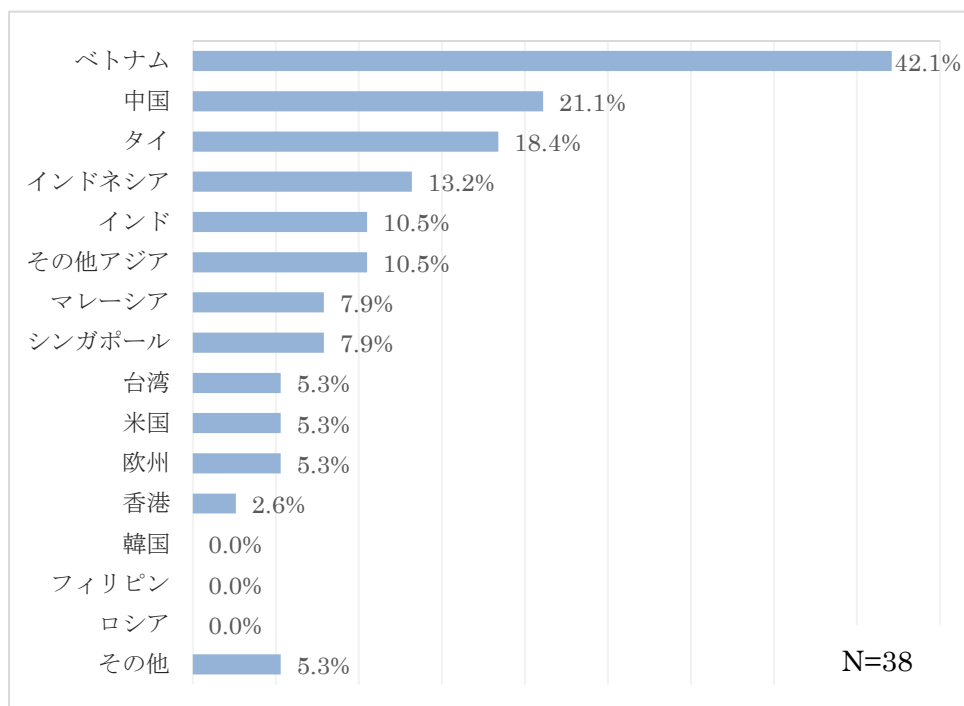
●問3 今後、海外拠点を新規に設置する場合の進出予定国・地域（複数回答）

進出予定国・地域について回答した企業（42 社）の内、35.7%が「ベトナム」に関心を示しており、「インドネシア（19.1%）」、「中国（19.1%）」、「台湾（14.3%）」「米国（14.3%）」が続いている。

前回調査時に引き続き、ベトナムへの関心の高さが明らかとなる結果となった。また、インドネシア、台湾、米国への関心が高くなっていることが窺える一方、タイについては順位が下がっている。

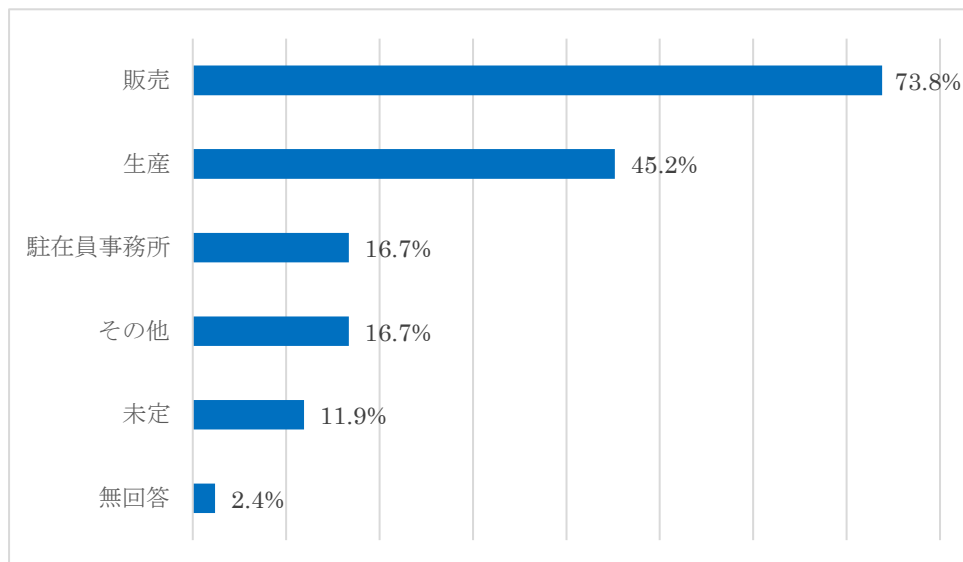


＜参考＞前回（2022）調査時の回答



●今後、海外拠点を新規に設置する場合の拠点形式（複数回答）

進出予定国・地域について回答した企業（42 社）の内、設置予定の拠点の形式について「販売」拠点とする割合（73.8%）が最も高く、次いで「生産」拠点（45.2%）、駐在員事務所（16.7%）と続いた。



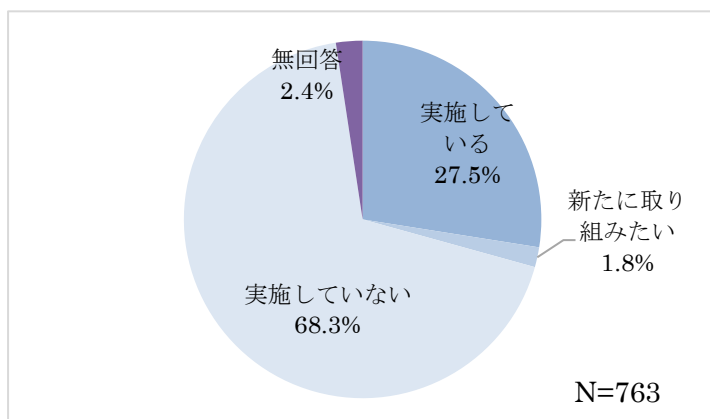
N=42

輸出入の状況について

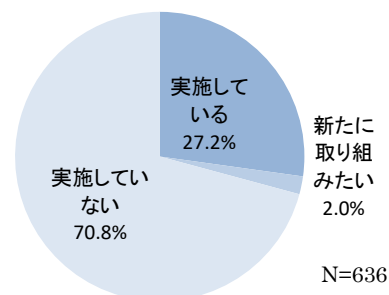
本調査での「輸出」「輸入」には、商社などを通じた間接輸出入を含んでいる。

●問4 輸出実施の有無

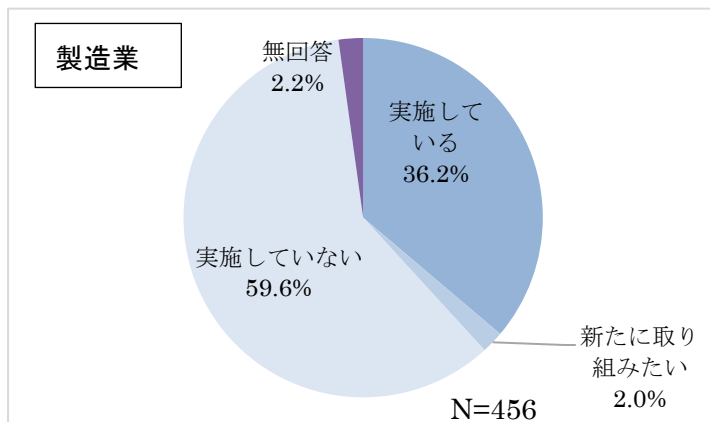
全回答企業763社の内27.5%（210社）が輸出を実施している。また、今後、新たに取り組みたい企業が1.8%であった。前回と比較して割合にあまり変化はなかった。



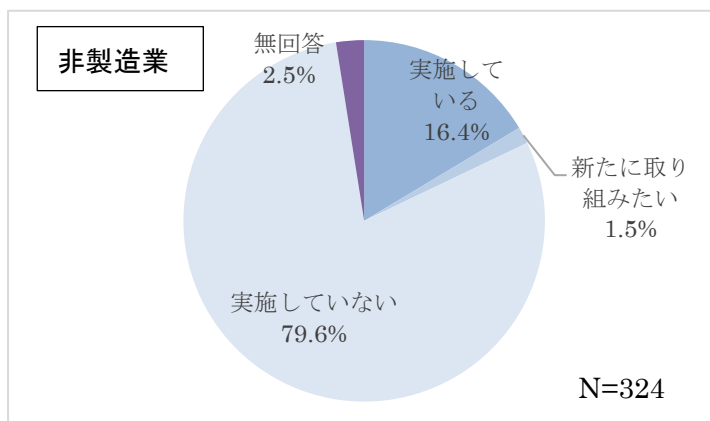
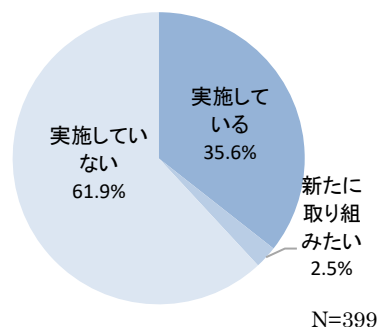
2022年3月調査時



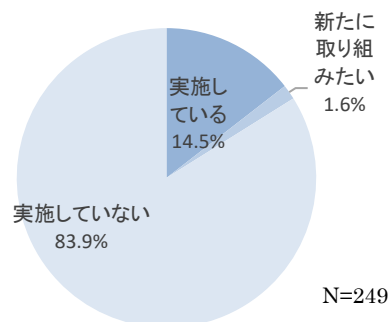
製造業、非製造業別にみた場合、製造業では36.2%の企業が輸出を実施しているのに対し、非製造業では16.4%であった。



2022年3月調査時



2022年3月調査時

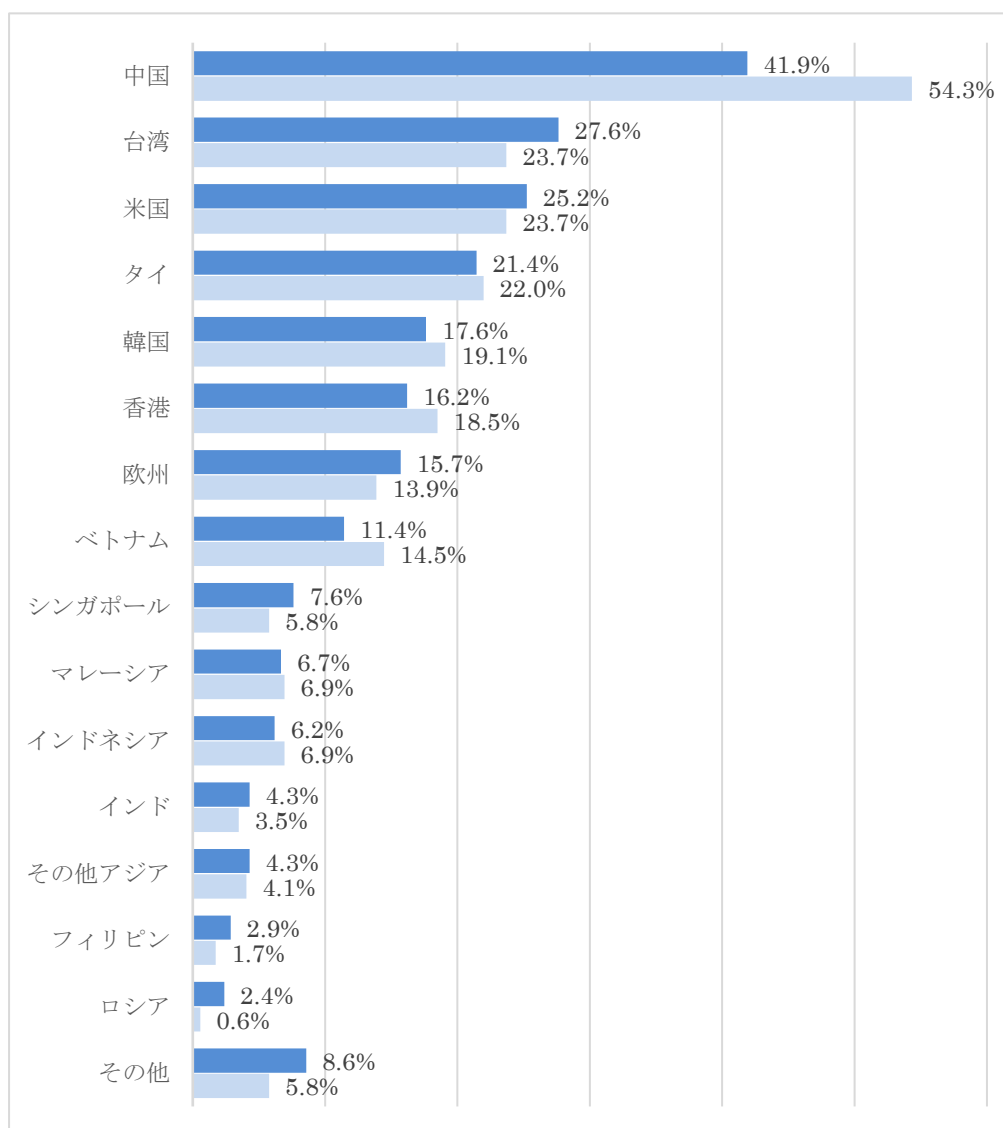


●問5 主要な輸出先国・地域（複数回答）

輸出を実施していると回答した企業（210 社）の約4割（41.9%）が「中国」への輸出を行っており、「台湾（27.6%）」「米国（25.2%）」、「タイ（21.4%）」、「韓国（17.6%）」「香港（16.2%）」が続いている。

中国は、前回調査時に続きトップではあるが、12.4 ポイント減と減少幅が大変大きい。その他のアジア圏の国については、台湾が 3.9 ポイント増、シンガポールが 1.8 ポイント増フィリピンが 1.2 ポイント増、インドが 0.8 ポイント増と割合が増加しているが、それ以外は減少している。

一方、アジア以外については、欧州が前回に比べ 1.8 ポイント増、ロシアが 1.8 ポイント増、米国が 1.5 ポイント増と増加している。



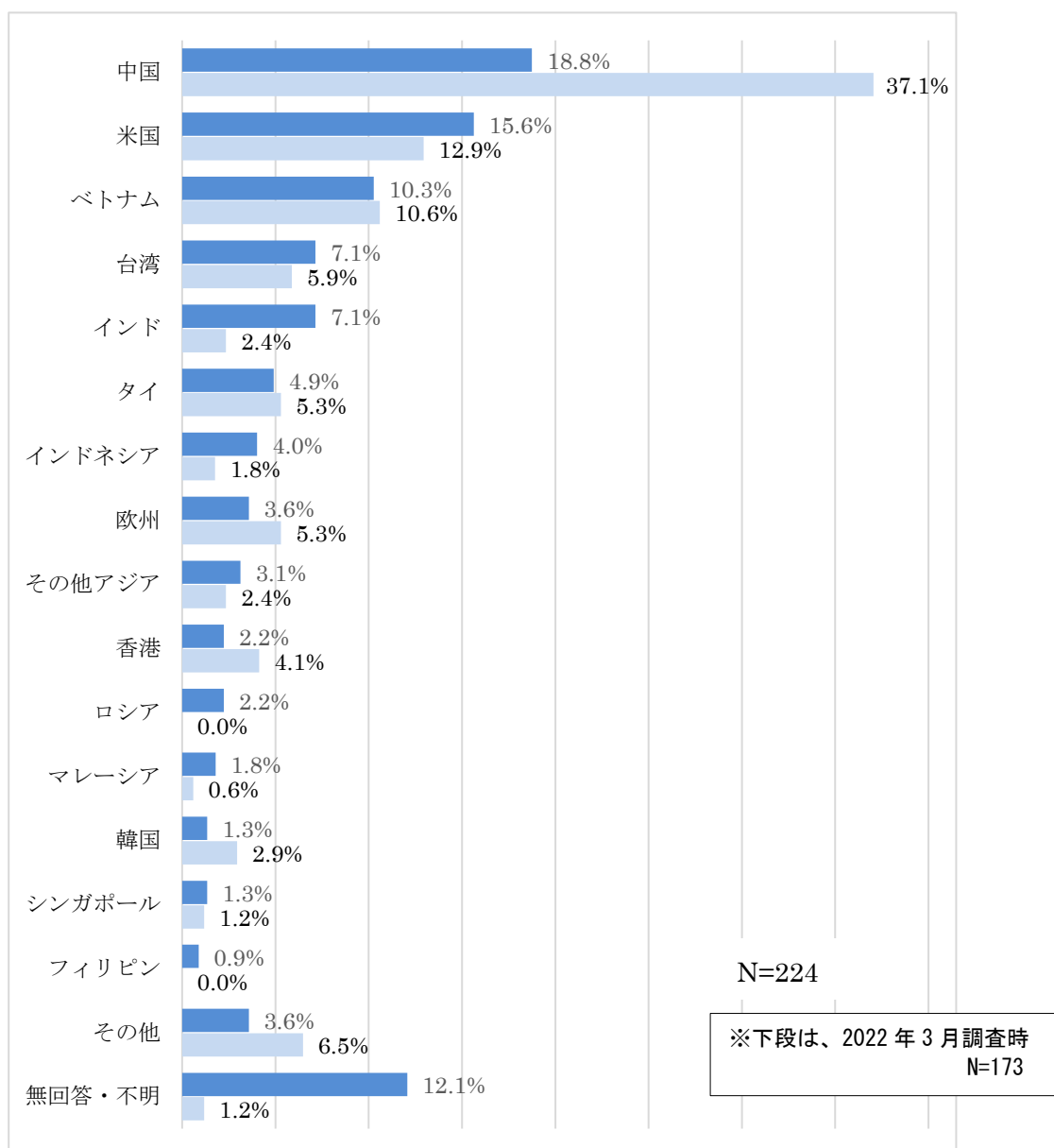
N=210

※下段は、2022 年 3 月調査時
N=173

●問6 今後の輸出市場として、最も重視する国・地域

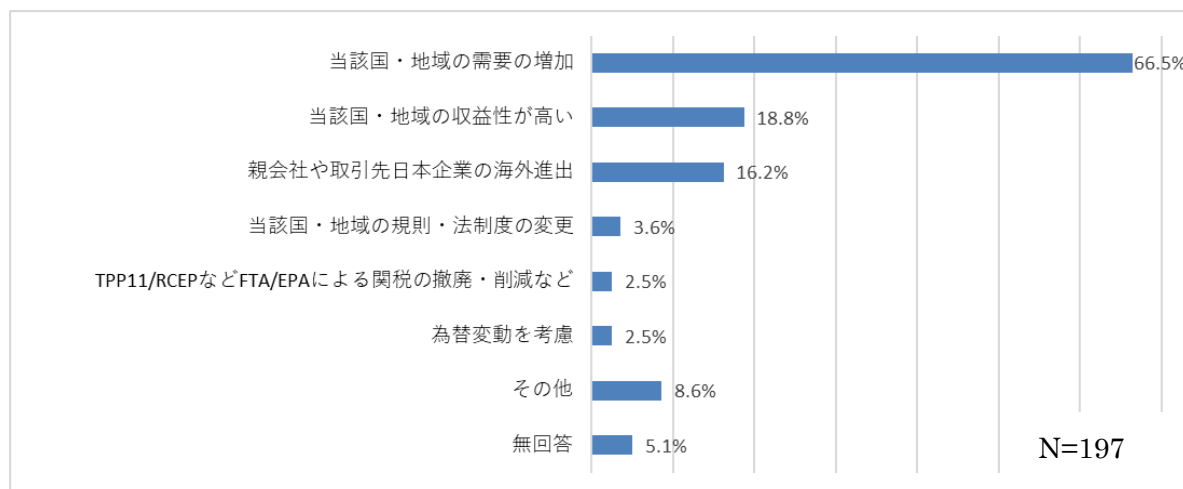
輸出をしている企業とこれから輸出に取組みたい企業（計 224 社）からの回答を下記のグラフにまとめた。今後、最も重視する輸出市場としては、「中国」を選んだ企業が一番多かった（18.8%）。次いで「米国（15.6%）」、「ベトナム（10.3%）」、「台湾（7.1%）」、「インド（7.1%）」、「タイ（4.9%）」、「インドネシア（4.0%）」が多い。

引き続き中国が重要視されていることがわかるが、前回に比べ 18.3 ポイント減少している。一方、前回に比べ重視する企業の割合が増加したのはインド、米国、インドネシア、ロシアなどであった。



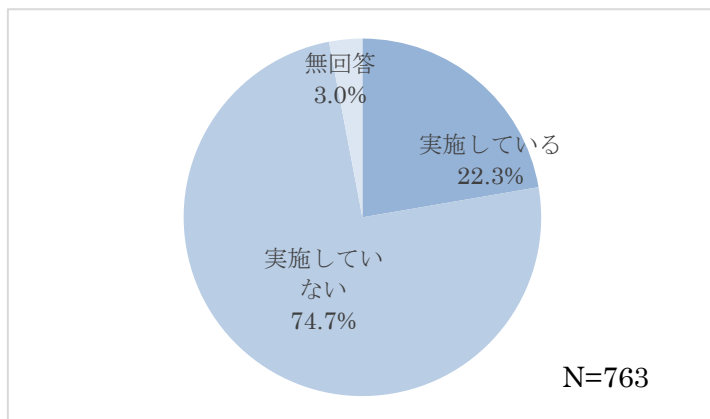
●最も重視する国・地域を選んだ理由（複数回答）

最も重視する国・地域を回答した企業（197 社）の内、66.5%の企業が理由として、「当該地域の需要の増加」と回答、次いで、「収益性が高い」と回答する企業が多かった（18.8%）。

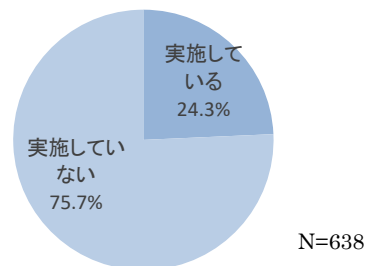


●問7 輸入実施の有無

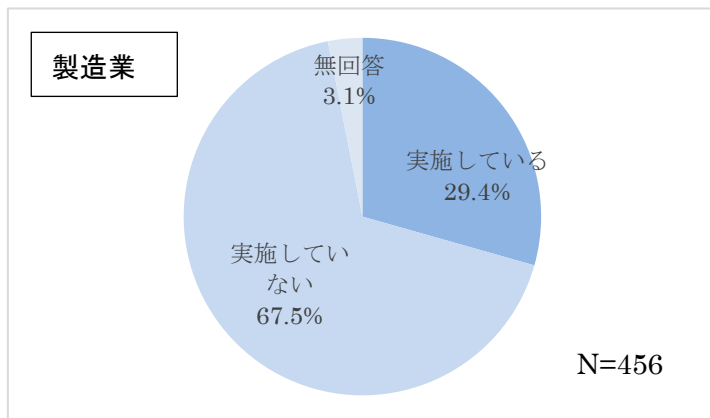
全回答企業 763 社の内、22.3%（170 社）が海外からの輸入を実施している。



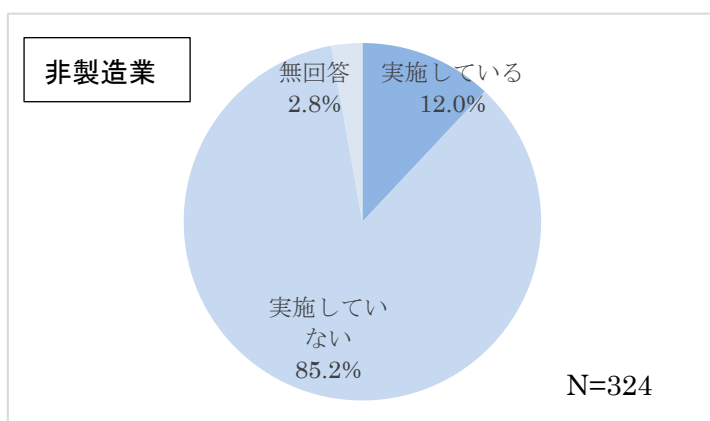
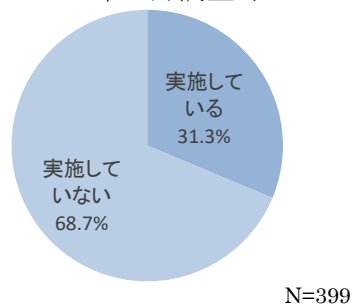
2022 年 3 月調査時



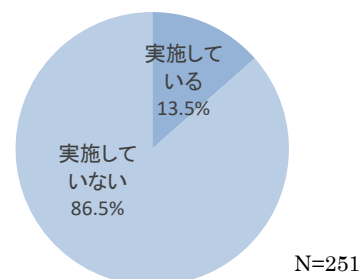
製造業、非製造業別にみた場合、製造業の 29.4%の企業が輸入を実施しているのに対し、非製造業では12.0%である。



2022 年 3 月調査時

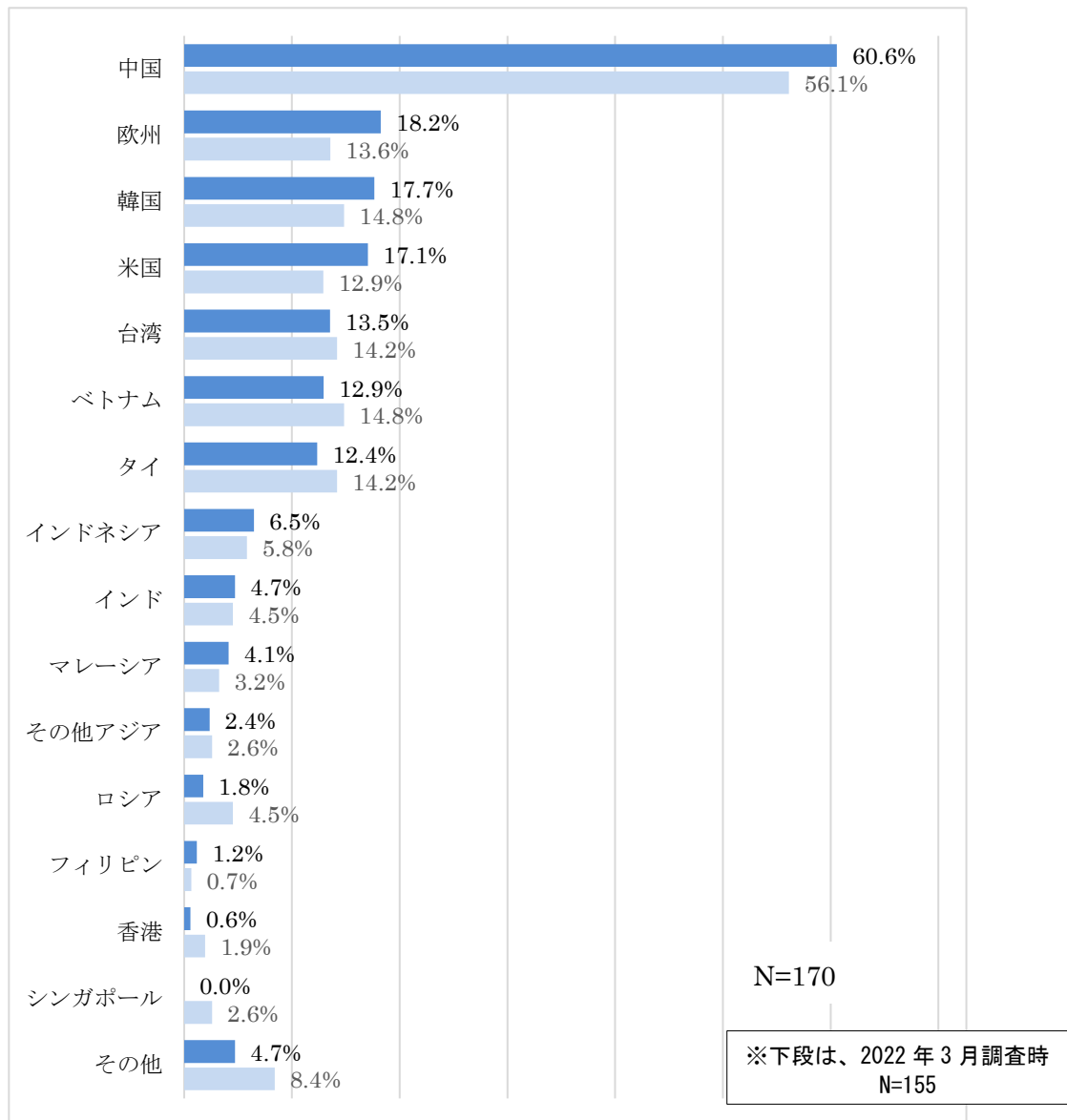


2022 年 3 月調査時



●問8 主要な輸入先国・地域（複数回答）

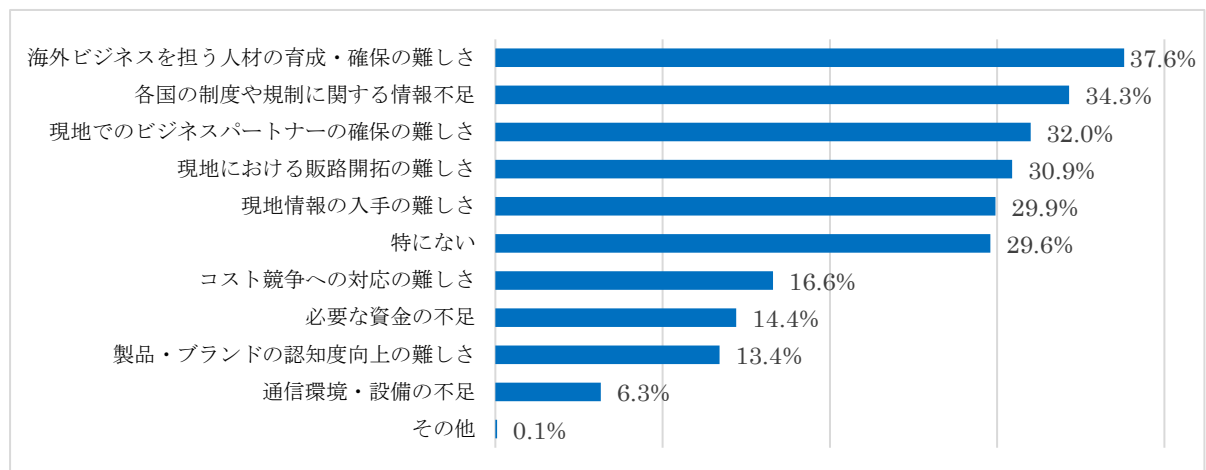
輸入を実施していると回答した企業（170 社）の約 6 割（60.6%）が「中国」を輸入先として挙げており、「欧州（18.2%）」「韓国（17.7%）」「米国（17.1%）」が続いている。



○問9 海外ビジネスを行う上での課題について（複数回答）

「海外ビジネスを担う人材の育成・確保の難しさ」を挙げる企業が最も多く（37.6%）続いて「各国の制度や規制に関する情報不足」（34.3%）、「現地でのビジネスパートナーの確保の難しさ」（32.0%）が挙げられた。具体的な意見としては、「与信管理の問題」（食料品）や「現地のニーズが不明なので、進展できない」（建設業）が挙げられ、国内と商習慣が異なることや、情報不足により、ハードルを感じている企業が多かった。

一方、「特にない」「その他」と回答した企業においては、「輸出・輸入はすべて親会社で対応を行っている」（輸送機械）や「輸出入及び海外生産や販売等に直接関わる業種ではない」（金属製品）等、親会社等が取引している場合や、そもそも拠点設置や輸出入を実施していないため問題が生じていないと回答している場合があり、自社で海外ビジネスに取り組んでいる企業で、課題が無いとしている企業は少数である。



N=763