

2 0 2 3 年 6 月 1 日
株 式 会 社 日 本 政 策 金 融 公 庫
総 合 研 究 所

海外展開を行っている小企業は4.7%、最大の阻害要因は資金不足

「小企業の海外展開の意向に関する調査」結果
～「全国中小企業動向調査・小企業編」2023年1－3月期特別調査～

- 調査時点で海外展開を行っている企業は、全体の4.7%にとどまる。一方、「海外展開を行っておらず、関心もない」企業は83.9%に上る（1ページ）。
- 海外展開の予定または関心がある企業に、これまで海外展開を行ってこなかった理由を尋ねたところ、「資金がない」が54.9%と最も多く、次いで「人材がいない」（52.1%）、「販路を確保できない」（47.6%）となった（8ページ）。
- 海外展開を行っておらず関心もない企業に、その理由を尋ねたところ、「海外展開に向かない事業である」が56.3%と最も多く、次いで「国内だけでも十分経営できる」（32.4%）、「関心をもつに至る情報やきっかけがない」（24.8%）となった（10ページ）。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 小企業研究第二グループ Tel:03-3270-1691(担当:青野、葛貫)
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

[調査の実施要領]

調 査 時 点	2023年3月中旬
調 査 対 象	当公庫取引先 10,000 企業
有 効 回 答 数	3,020 企業 [回答率 30.2 %]

＜ 業 種 構 成 ＞

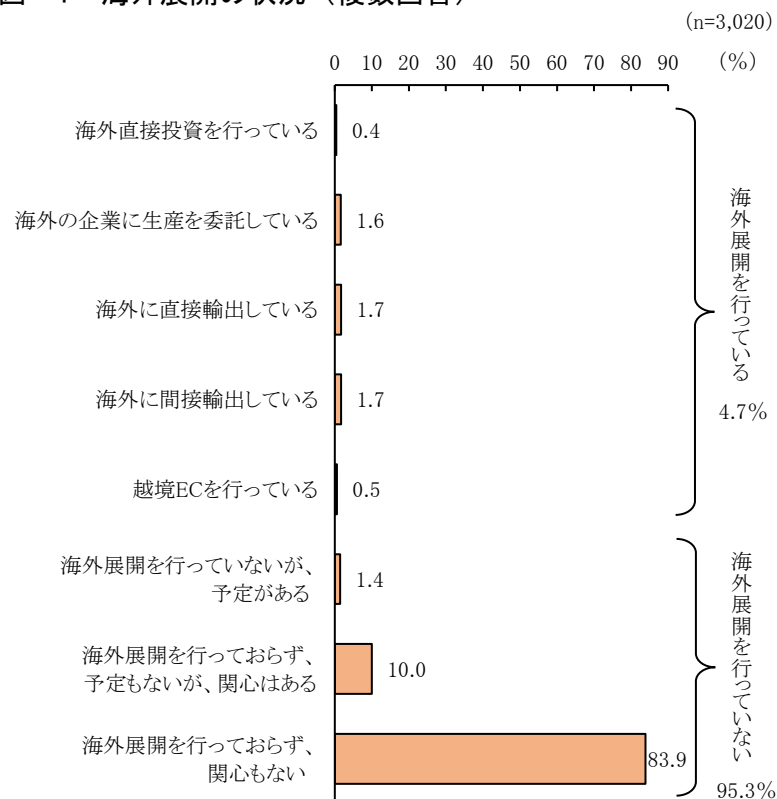
		調 査 対 象	有 効 回 答 数	
製 造 業	(従業員20人未満)	1,500 企業	535 企業	(構 成 比 17.7 %)
卸 売 業	(同 10人未満)	800 企業	315 企業	(同 10.4 %)
小 売 業	(同 10人未満)	2,450 企業	683 企業	(同 22.6 %)
飲 食 店・宿 泊 業	(同 10人未満)	1,800 企業	399 企業	(同 13.2 %)
サ ー ビ ス 業	(同 20人未満)	2,000 企業	601 企業	(同 19.9 %)
情 報 通 信 業	(同 20人未満)	160 企業	49 企業	(同 1.6 %)
建 設 業	(同 20人未満)	1,100 企業	366 企業	(同 12.1 %)
運 輸 業	(同 20人未満)	190 企業	72 企業	(同 2.4 %)
(参 考)				
		法 人	2,079 企業	(構 成 比 68.8 %)
		個 人	941 企業	(同 31.2 %)

1 海外展開の状況

(1) 海外展開の有無と形態

- 調査時点で海外展開を行っている企業の割合は、全体の4.7%となっている（図－1）。海外展開の形態別にみると、「海外直接投資を行っている」企業が全体の0.4%、「海外に直接輸出している」企業が同1.7%など、いずれの形態も1%前後にとどまっている。
- 一方、「海外展開を行っておらず、関心もない」企業は全体の83.9%に上る。そのほか、「海外展開を行っておらず、予定もないが、関心はある」企業は10.0%、「海外展開を行っていないが、予定がある」企業は1.4%となっている。
- 従業者規模別にみると、海外展開を行っている企業の割合は規模が大きい企業ほど高い。業種別にみると、製造業（11.0%）や卸売業（14.3%）で高くなっている（表－1）。

図－1 海外展開の状況（複数回答）



表－1 海外展開の状況（従業者規模別・業種別、複数回答）

(単位: %)

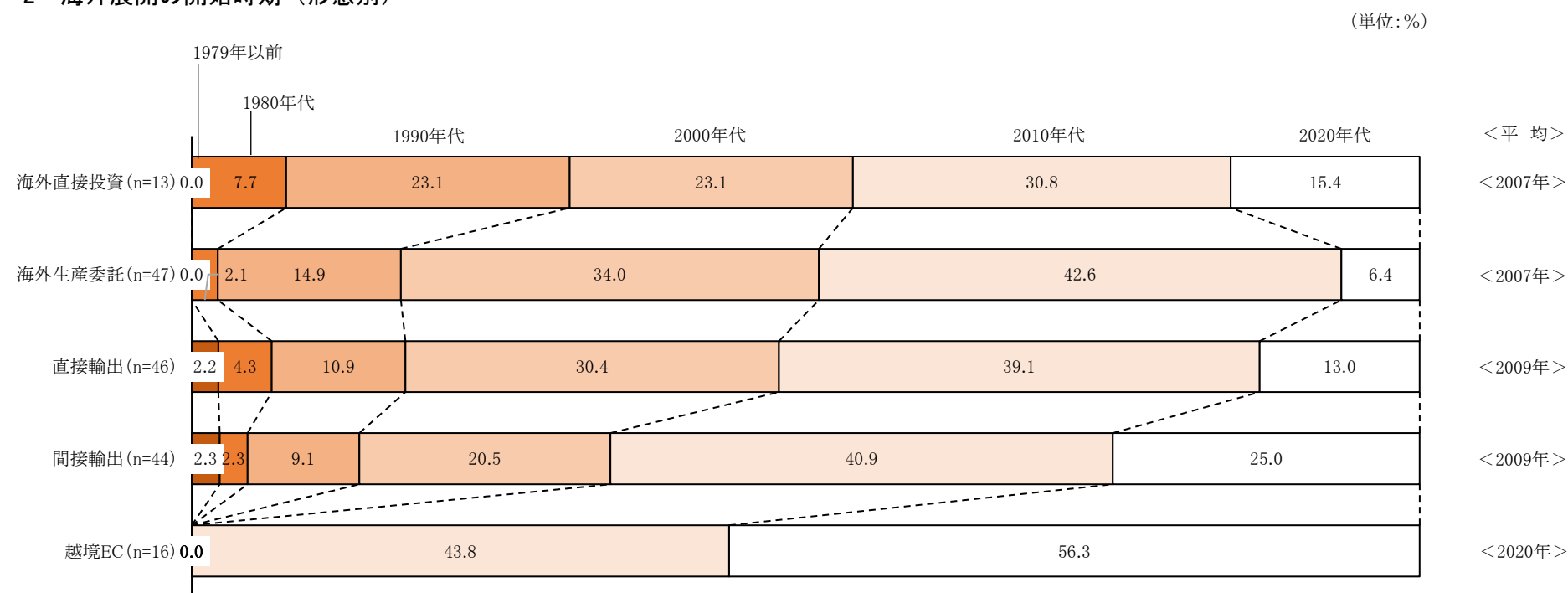
	海外展開を行っている						海外展開を行っていない			
	海外に直接投資を行っている	海外委託している企業に生産を委託している	海外に直接輸出している	海外に間接輸出している	越境ECを行っている		海外展開を行っていないが、予定がある	海外展開を行っていないが、関心はある	海外展開を行っていないが、関心もない	
<再掲>全体(n=3,020)	4.7	0.4	1.6	1.7	1.7	0.5	95.3	1.4	10.0	83.9
4人以下(n=1,881)	3.7	0.2	1.3	1.1	1.2	0.4	96.3	1.1	9.1	86.1
5～9人(n=596)	6.2	0.8	1.7	3.4	2.0	0.7	93.8	1.5	10.4	81.9
10人以上(n=446)	7.4	0.9	2.7	2.5	3.8	0.9	92.6	2.5	13.2	76.9
製造業(n=535)	11.0	1.3	3.6	4.1	5.0	0.6	89.0	1.5	14.4	73.1
卸売業(n=315)	14.3	0.3	6.0	6.7	4.4	1.3	85.7	1.6	13.7	70.5
小売業(n=683)	3.4	0.3	1.2	0.9	0.9	0.7	96.6	1.6	10.2	84.8
飲食店・宿泊業(n=399)	0.8	0.0	0.0	0.3	0.5	0.0	99.2	2.3	9.3	87.7
サービス業(n=601)	1.5	0.5	0.3	0.3	0.3	0.3	98.5	1.0	7.7	89.9
情報通信業(n=49)	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	4.1	95.9	4.1	16.3	75.5
建設業(n=366)	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	99.7	0.5	4.1	95.1
運輸業(n=72)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	8.3	91.7

(注) 全体よりも高い項目に網かけを行った（表－4も同じ）。

(2) 進出時期

○ 海外展開の形態別に開始時期をみると、海外直接投資、海外生産委託、直接輸出、間接輸出では、いずれも「2010年代」の割合が最も高くなっている（図-2）。一方、越境ECでは「2020年代」（56.3%）の割合が最も高くなっている。

図-2 海外展開の開始時期（形態別）



（注）図-1で「海外直接投資を行っている」「海外の企業に生産を委託している」「海外に直接輸出している」「海外に間接輸出している」「越境ECを行っている」のいずれかを回答した企業に尋ねたもの（表-2、表-3、図-3、図-4も同じ）。

(3) 進出先

○ 海外展開の形態別に進出先をみると、海外直接投資と海外生産委託では「中国（香港・マカオを除く）」、直接輸出では「韓国」、間接輸出では「台湾」、越境ECでは「北米（米国・カナダ）」の割合が最も高い（表－2）。

表－2 進出先の国・地域（形態別、3カ所までの複数回答）

（単位：％）

	中国（香港・マカオを除く）	香港・マカオ	台湾	韓国	シンガポール	インドネシア	マレーシア	フィリピン	タイ	ベトナム	インド	中東	その他のアジア	大洋州	北米（米国・カナダ）	中南米（メキシコを含む）	欧州（ロシアを除く）	ロシア	アフリカ
海外直接投資 (n=13)	53.8	0.0	0.0	7.7	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	7.7	0.0	7.7	15.4	0.0	7.7	0.0	7.7
海外生産委託 (n=46)	78.3	0.0	10.9	15.2	0.0	2.2	0.0	0.0	8.7	19.6	2.2	0.0	0.0	0.0	2.2	2.2	2.2	0.0	0.0
直接輸出 (n=51)	23.5	19.6	21.6	27.5	5.9	5.9	3.9	2.0	3.9	5.9	2.0	5.9	11.8	5.9	21.6	0.0	21.6	2.0	3.9
間接輸出 (n=51)	29.4	27.5	33.3	17.6	11.8	3.9	2.0	2.0	7.8	11.8	0.0	2.0	5.9	3.9	21.6	0.0	19.6	2.0	3.9
越境EC (n=16)	25.0	6.3	31.3	12.5	18.8	0.0	0.0	0.0	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	62.5	0.0	43.8	0.0	0.0

（注）海外展開の形態ごとに、上位から順に濃い色で、3項目まで網かけを行った。

(4) 主な相談先

- 海外展開の形態別に最近5年間の主な相談先をみると、海外直接投資では「税理士・会計士」(20.0%)、海外生産委託では「取引先」(14.0%)、直接輸出では「ジェトロ」と「取引先」(ともに20.0%)、間接輸出では「ジェトロ」と「輸出商社」(ともに25.5%)、越境ECでは「ジェトロ」(26.7%)の割合がそれぞれ最も高くなっている(表-3)。
- 海外直接投資や海外生産委託、直接輸出では、「相談はしていない」企業の割合が4割以上となっている。

表-3 最近5年間の主な相談先(形態別、三つまでの複数回答)

(単位: %)

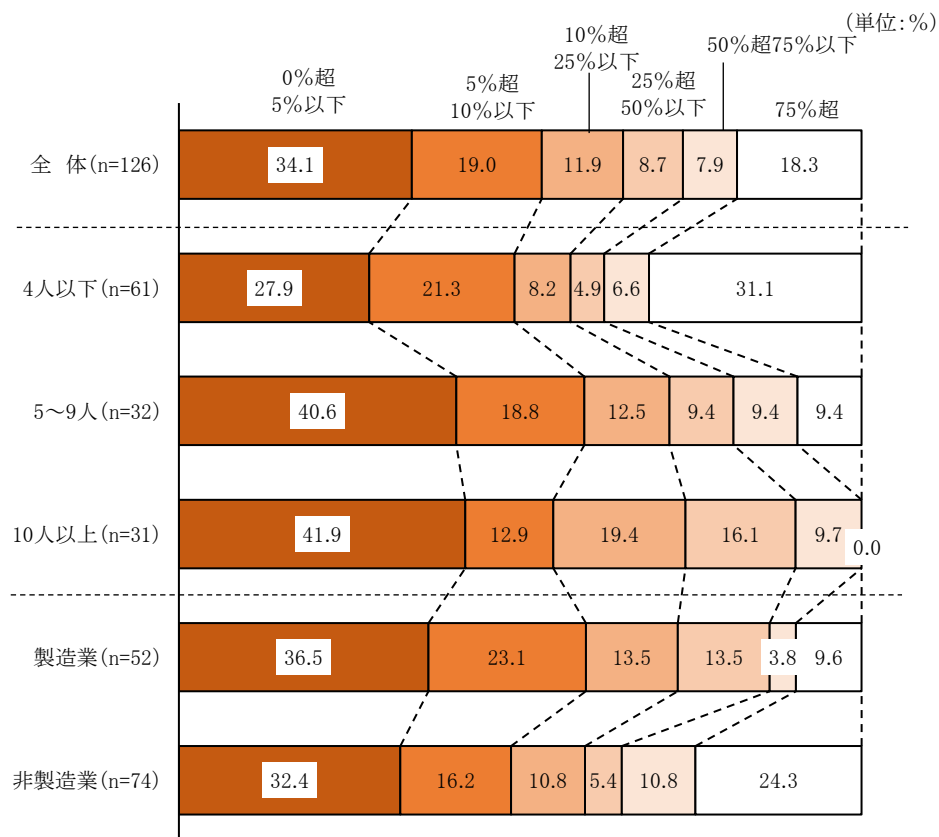
	ジェトロ	中小企業基盤整備機構	地方自治体	商工会議所・商工会	取引金融機関	日本政策金融公庫	海外企業やコンサルタントを支援する	税理士・会計士	海外展開を行っている企業	輸出商社	取引先	その他	相談はしていない
海外直接投資(n=10)	10.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	70.0
海外生産委託(n=43)	4.7	0.0	0.0	0.0	11.6	9.3	0.0	9.3	9.3	0.0	14.0	2.3	58.1
直接輸出(n=45)	20.0	8.9	6.7	8.9	6.7	4.4	0.0	11.1	4.4	4.4	20.0	2.2	46.7
間接輸出(n=47)	25.5	14.9	12.8	8.5	2.1	4.3	0.0	2.1	12.8	25.5	17.0	2.1	34.0
越境EC(n=15)	26.7	6.7	6.7	6.7	0.0	13.3	13.3	6.7	13.3	0.0	20.0	13.3	33.3

(注) 海外展開の形態ごとに、上位から順に濃い色で、3項目まで網かけを行った(「相談はしていない」を除く)。

(5) 海外売上比率・今後の方針

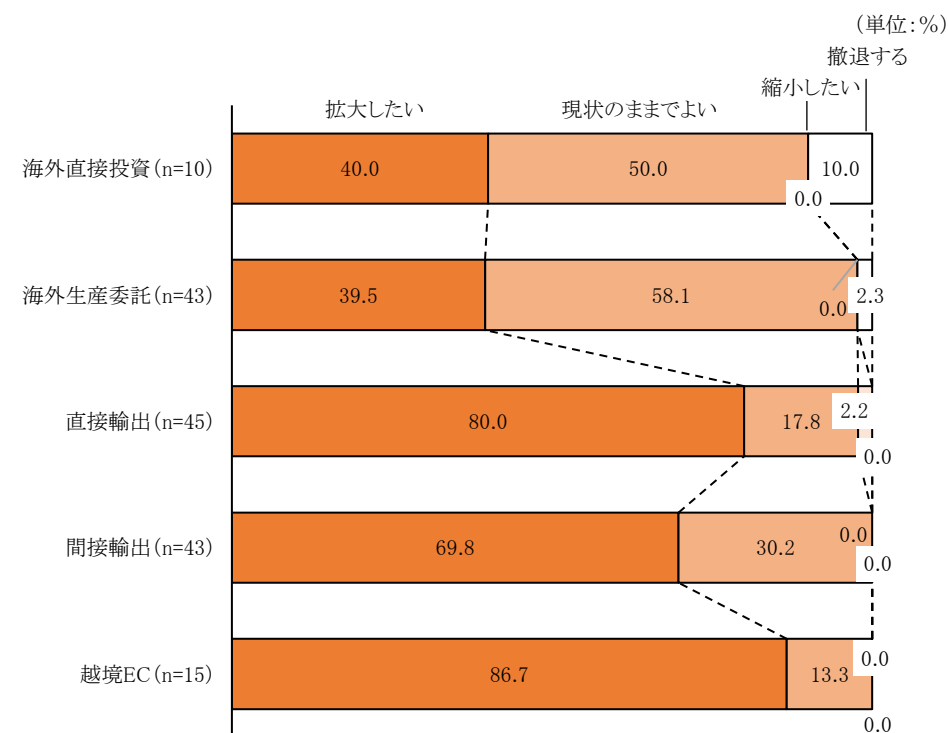
- 現在の売上高のうち、海外展開による売上高が占める割合をみると、「0%超5%以下」(34.1%)が最も多く、「5%超10%以下」(19.0%)、「75%超」(18.3%)と続く(図-3)。従業者規模別にみると、「75%超」は規模が小さい企業ほど多くなる傾向にある。業種別にみると、製造業は「0%超5%以下」が最も多く、次いで「5%超10%以下」となった。一方、非製造業は「0%超5%以下」が最も多く、次いで「75%超」となった。
- 海外展開の形態別に今後の方針をみると、海外直接投資と海外生産委託については「現状のままでよい」と回答した企業の割合が最も高くなっていく(図-4)。一方、直接輸出と間接輸出、越境ECについては「拡大したい」と答えた企業の割合が最も高く、いずれも7~8割を占めている。

図-3 海外展開による売上高の割合(従業者規模別・業種別)



(注) 現在の売上高のうち、海外展開による売上高が占める割合を尋ねたもの。

図-4 今後の方針(形態別)



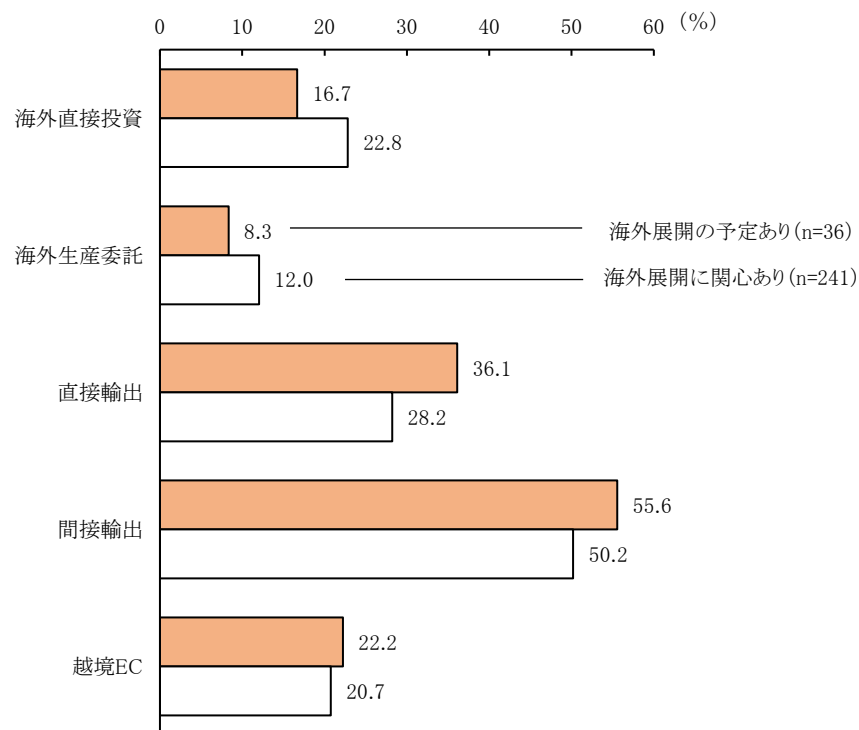
(注) 現在行っている形態について、今後の方針を尋ねたもの。

2 非展開企業の状況

(1) 予定または関心のある海外展開の形態

- 海外展開を行っていない企業に対して、予定または関心のある形態を尋ねたところ、予定がある企業では、間接輸出が55.6%と最も高く、次いで直接輸出（36.1%）、越境EC（22.2%）の順となった（図－5）。海外展開の予定はないが関心がある企業では、間接輸出が50.2%と最も高く、次いで直接輸出（28.2%）、海外直接投資（22.8%）の順となった。
- 予定または関心のある海外展開の形態に従業者規模別にみると、規模の大きい企業ほど間接輸出と回答する割合が高くなる傾向がある（表－4）。一方、規模の小さい企業ほど越境ECと回答する割合が高くなる傾向にある。業種別にみると、海外生産委託と間接輸出は製造業で、海外直接投資と直接輸出、越境ECは非製造業で、それぞれ割合が高くなっている。

図－5 予定または関心のある海外展開の形態（複数回答）



(注) 図－1で「海外展開を行っていないが、予定がある」または「海外展開を行っておらず、予定もないが、関心はある」と回答した企業に尋ねたもの（表－4、図－7、表－5も同じ）。

表－4 予定または関心のある海外展開の形態（従業者規模別・業種別、複数回答）

(単位：%)

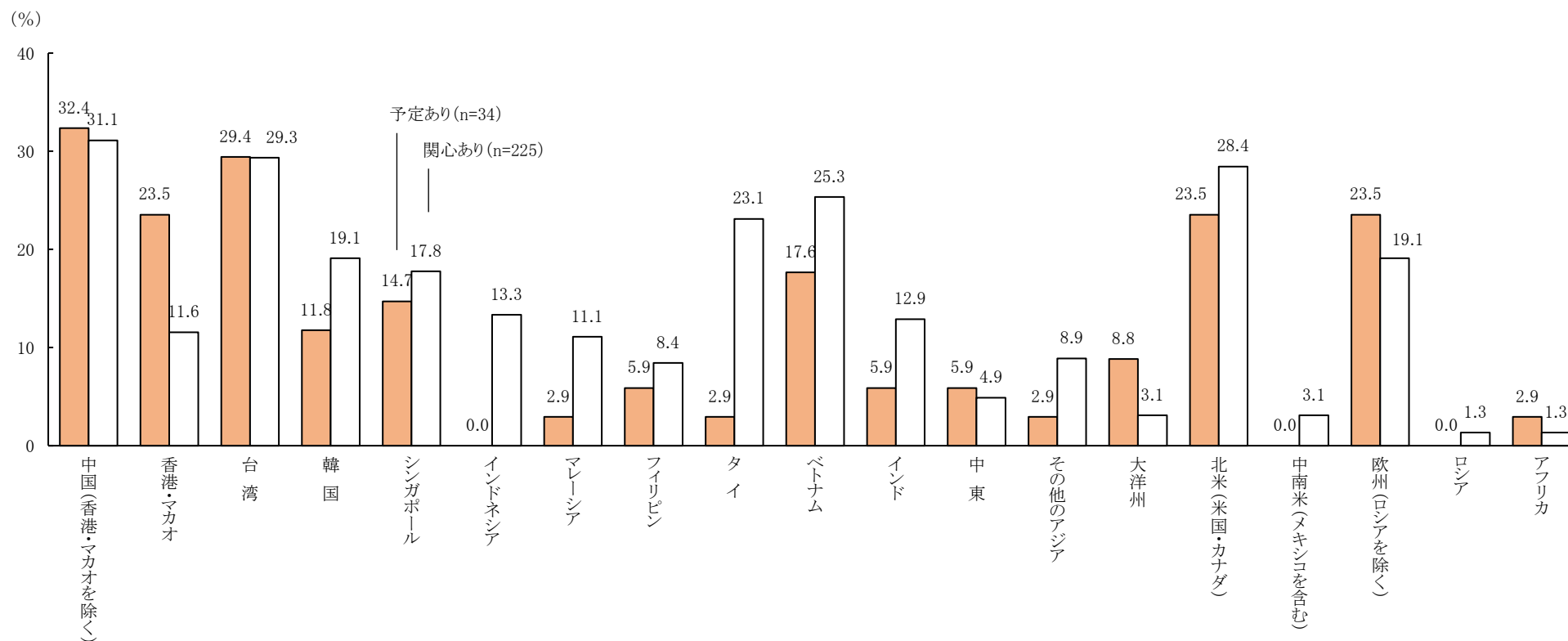
	海外直接投資	海外生産委託	直接輸出	間接輸出	越境EC
全 体 (n=277)	22.0	11.6	29.2	50.9	20.9
4人以下 (n=150)	16.7	14.0	36.7	48.7	25.3
5～9人 (n=61)	29.5	8.2	13.1	52.5	18.0
10人以上 (n=60)	28.3	10.0	25.0	55.0	13.3
製造業 (n=72)	8.3	16.7	20.8	72.2	18.1
非製造業 (n=205)	26.8	9.8	32.2	43.4	22.0

(注) 図－1で「海外展開を行っていないが、予定がある」と回答した企業と「海外展開を行っておらず、予定もないが、関心はある」と回答した企業を合わせて集計。

(2) 予定または関心のある進出先

○ 海外展開の予定または関心のある国・地域を尋ねたところ、予定がある企業と関心がある企業のいずれも、「中国（香港・マカオを除く）」が最も多く、次いで「台湾」となっている（図－6）。

図－6 進出予定または関心のある国・地域（3カ所までの複数回答）

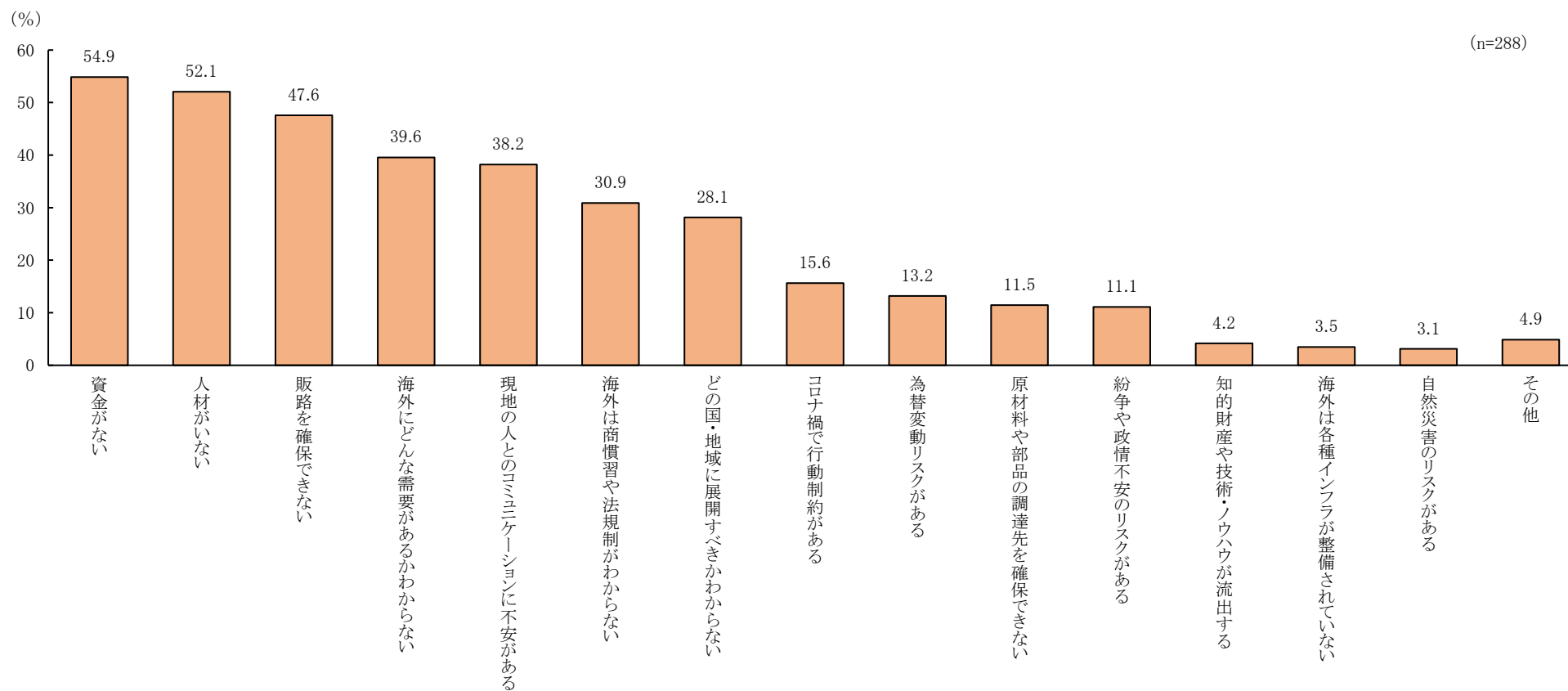


(注) 図－1で「海外展開を行っていないが、予定がある」と回答した企業には時期が早い順に、「海外展開を行っておらず、予定もないが、関心はある」と回答した企業には関心の高い順に、それぞれ3カ所まで尋ねたもの。

(3) 海外展開の阻害要因

○ 海外展開の予定または関心がある企業に、これまで海外展開を行ってこなかった理由を尋ねたところ、「資金がない」が54.9%と最も高く、次いで「人材がない」(52.1%)、「販路を確保できない」(47.6%)となった(図-7)。

図-7 これまで海外展開してこなかった理由(複数回答)



- これまで海外展開を行ってこなかった理由に従業者規模別にみると、4人以下の企業では「資金がない」、5～9人では「人材がいらない」と「販路を確保できない」、10人以上の企業では「人材がいらない」を挙げる企業が最も多い（表－5）。
- 業種別にみると、製造業や小売業、飲食店・宿泊業では「資金がない」、卸売業やサービス業、情報通信業、建設業では「人材がいらない」、運輸業では「販路を確保できない」を挙げる企業が最も多い。

表－5 これまで海外展開してこなかった理由（従業者規模別・業種別、複数回答）

（単位：％）

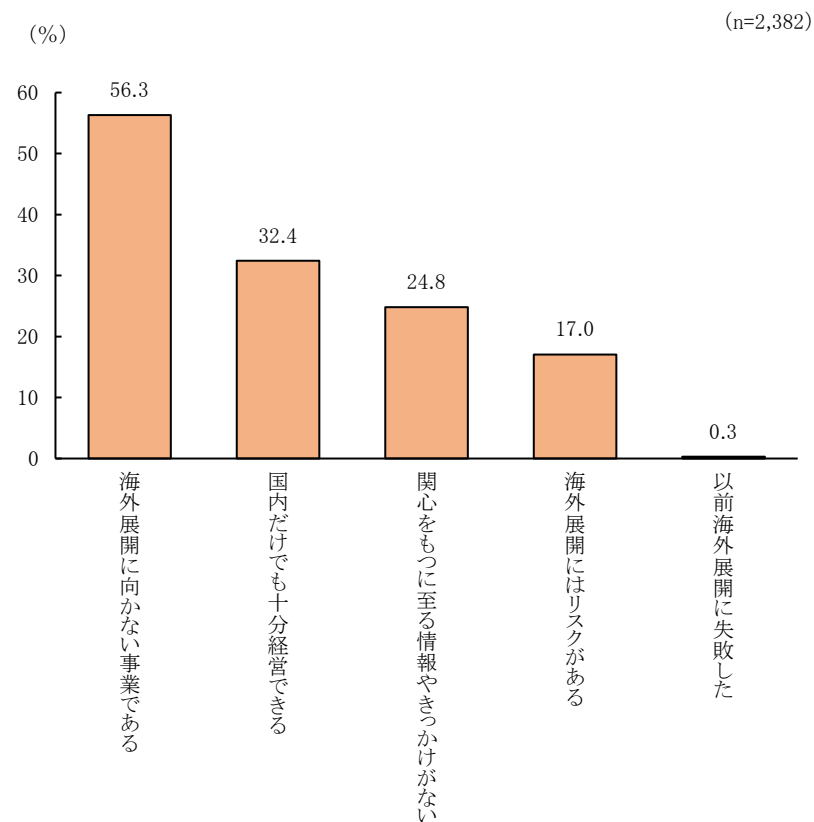
	資金がない	人材がいらない	販路を確保できない	海外にあるどこかから需要がない	現地の人とのコミュニケーションに不安がある	海外がわからない法規制	どの国・地域に展開しない	コロナ禍で行動制約がある	為替変動リスクがある	原材料を確保できない調達先	紛争リスクがあるの	知的財産や技術が流出する	海外整備は各種インフラがない	自然災害のリスクがある	その他
<再掲>全体(n=288)	54.9	52.1	47.6	39.6	38.2	30.9	28.1	15.6	13.2	11.5	11.1	4.2	3.5	3.1	4.9
4人以下(n=161)	59.0	44.7	42.2	39.1	34.2	28.0	26.7	18.0	15.5	14.3	10.6	2.5	3.7	5.0	5.0
5～9人(n=58)	56.9	60.3	60.3	44.8	43.1	41.4	32.8	12.1	8.6	10.3	15.5	8.6	3.4	0.0	0.0
10人以上(n=61)	41.0	62.3	49.2	34.4	42.6	29.5	27.9	13.1	13.1	3.3	9.8	4.9	3.3	1.6	8.2
製造業(n=76)	57.9	51.3	55.3	48.7	40.8	36.8	30.3	13.2	19.7	11.8	11.8	6.6	2.6	2.6	3.9
卸売業(n=43)	37.2	65.1	44.2	27.9	30.2	30.2	25.6	16.3	11.6	11.6	7.0	2.3	2.3	4.7	0.0
小売業(n=63)	55.6	44.4	54.0	30.2	42.9	33.3	30.2	15.9	17.5	12.7	12.7	1.6	1.6	3.2	6.3
飲食店・宿泊業(n=39)	66.7	38.5	43.6	46.2	28.2	30.8	28.2	15.4	5.1	12.8	7.7	2.6	5.1	2.6	10.3
サービス業(n=39)	53.8	56.4	28.2	41.0	46.2	28.2	23.1	12.8	12.8	0.0	7.7	5.1	7.7	2.6	5.1
情報通信業(n=8)	50.0	62.5	25.0	37.5	37.5	12.5	12.5	37.5	0.0	12.5	37.5	12.5	12.5	0.0	0.0
建設業(n=14)	57.1	64.3	50.0	35.7	28.6	7.1	28.6	14.3	0.0	28.6	21.4	7.1	0.0	7.1	7.1
運輸業(n=6)	66.7	66.7	83.3	66.7	50.0	33.3	50.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

（注）属性ごとに、上位から順に濃い色で、3項目まで網かけを行った（表－6も同じ）。

(4) 海外展開に関心がない理由

- 海外展開を行っておらず、関心もない企業に、その理由を尋ねたところ、「海外展開に向かない事業である」が56.3%と最も多く、次いで「国内だけでも十分経営できる」(32.4%)、「関心をもつに至る情報やきっかけがない」(24.8%)となっている(図-8)。
- 従業者規模別にみると、いずれの規模においても、「海外展開に向かない事業である」が最も多くなっている(表-6)。また、業種別にみても、いずれの業種も「海外展開に向かない事業である」が最も多くなっており、その割合は運輸業(74.2%)や小売業(64.7%)、卸売業(62.4%)などで高くなっている。

図-8 海外展開に関心がない理由(複数回答)



(注) 図-1で「海外展開を行っておらず、関心もない」と回答した企業に尋ねたもの(表-6も同じ)。

表-6 海外展開に関心がない理由(従業者規模別・業種別、複数回答)

(単位: %)

	海外事業展開に向かない	国内だけでも十分経営	関心やきつかけが至るな情報	海外ある展開にはリスクが	以前した海外展開に失敗
<再掲>全体(n=2,382)	56.3	32.4	24.8	17.0	0.3
4人以下(n=1,535)	56.9	32.8	26.3	15.8	0.3
5~9人(n=456)	54.8	30.7	21.9	19.5	0.0
10人以上(n=319)	56.4	34.5	21.0	18.2	0.3
製造業(n=372)	49.2	33.1	24.5	21.2	1.1
卸売業(n=210)	62.4	25.2	24.3	18.1	0.5
小売業(n=538)	64.7	24.2	24.9	14.5	0.2
飲食店・宿泊業(n=321)	39.3	34.3	35.5	25.9	0.0
サービス業(n=513)	58.1	39.6	22.0	13.5	0.0
情報通信業(n=34)	52.9	35.3	17.6	8.8	2.9
建設業(n=332)	57.5	38.0	21.1	14.5	0.0
運輸業(n=62)	74.2	24.2	19.4	12.9	0.0

3 まとめ

○ 海外展開を行っている小企業は4.7% (p.1)

調査時点で海外展開を行っている企業は、全体の4.7%にとどまる（図－1）。「海外展開を行っていないが、予定はある」企業は1.4%、「海外展開を行っておらず、予定もないが、関心はある」企業は10.0%となっている。一方、「海外展開を行っておらず、関心もない」企業は83.9%に上る。

○ 主な進出先は海外展開の形態により異なる (p.3)

海外展開の形態別に進出先をみると、海外直接投資と海外生産委託では「中国（香港・マカオを除く）」、直接輸出では「韓国」、間接輸出では「台湾」、越境ECでは「北米（米国・カナダ）」の割合が最も高い（表－2）。

○ 海外展開による売上高の割合は「0%超5%以下」が最多 (p.5)

海外展開している企業について、海外展開による売上高が全体に占める割合をみると、「0%超5%以下」（34.1%）が最も多く、「5%超10%以下」（19.0%）と続く（図－3）。一方、「50%超75%以下」と回答した企業が7.9%、「75%超」と回答した企業が18.3%と、4社に1社が売上高の過半を海外展開によって上げている。

○ 最も関心の高い海外展開の形態は間接輸出 (p.6、p.7)

海外展開を行っておらず予定もない企業に、関心のある形態を尋ねたところ、間接輸出が50.2%と最も多く、次いで直接輸出（28.2%）、海外直接投資（22.8%）の順となった（図－5）。また、関心のある国・地域では、「中国（香港・マカオを除く）」（31.1%）や「台湾」（29.3%）の割合が高い（図－6）。

○ 海外展開の最大の阻害要因は資金不足 (p.8)

海外展開の予定または関心がある企業に、これまで海外展開を行ってこなかった理由を尋ねたところ、「資金がない」が54.9%と最も多く、次いで「人材がない」（52.1%）、「販路を確保できない」（47.6%）となった（図－7）。

○ 海外展開に関心がない理由の第1位は「海外展開に向かない事業である」 (p.10)

海外展開を行っておらず関心もない企業に、その理由を尋ねたところ、「海外展開に向かない事業である」が56.3%と最も多く、次いで「国内だけでも十分経営できる」（32.4%）、「関心をもつに至る情報やきっかけがない」（24.8%）となっている（図－8）。また、業種別にみると、「海外展開に向かない事業である」と答えた企業の割合は、運輸業（74.2%）や小売業（64.7%）、卸売業（62.4%）などで高くなっている（表－6）。