

## 令和4年度 埼玉県内企業に対する海外ビジネス意向調査結果

### ●はじめに

埼玉県では、県内企業の海外事業展開の実態や自治体・公的機関に対する支援ニーズを把握するために毎年度「海外ビジネス意向調査」を実施しています。

これまでの調査は、埼玉県、(公財)埼玉県産業振興公社、(独)日本貿易振興機構(ジェトロ)埼玉貿易情報センターの3者の取引先企業等を対象に実施してきましたが、令和4年度は、「海外ビジネスに取り組んでいない企業」も対象とするなど、より広い領域を対象とした調査を実施することで、県内企業全体の傾向の分析を図りました。(調査受託者：株式会社帝国データバンク)

### ●調査結果の概要

#### 1 海外ビジネスに取り組む企業

- 取組む理由は「海外需要の増加」(33.0%)、「海外市場の開拓」(29.4%)が高く、海外の販路拡大の意欲が高いことがうかがえる。
- ビジネス形態は「直接輸入」(38.8%)、「直接輸出」(25.1%)、「現地法人(生産拠点)」(19.9%)の順で、貿易に取り組む企業が多い。
- 展開先は「中国」(60.1%)、「台湾」(25.1%)、「アメリカ」(23.1%)の順で、東アジアが高い。
- 課題は「海外リスク(為替・治安・感染症等)」(47.4%)、「商品・サービスの品質維持」(35.6%)、「現地ビジネスパートナーの確保・関係維持」(28.7%)の順で、コロナ禍など昨今の社会情勢の変化に苦慮している様子が見られる。

#### 2 社会情勢が海外ビジネスに与える影響

- 「マイナスの影響があった」とする企業の割合は、「円安」(61.7%)で最も高い。
- 一方で、「円安によりプラスの影響を受けた」とする企業も約1割ある。
- コロナ禍によるマイナスの影響も約6割にのぼった。
- ロシア・ウクライナ情勢については「特に影響はない」(48.8%)とする企業が最も多かった。

#### 3 オンラインによる海外ビジネス

- 「越境EC」、「オンライン展示会」については、いずれも約2割の企業が取り組んでいるか、関心を持っている。

- 「越境EC」は、「販路拡大できる」（66.3%）ことにメリットを感じる企業が多い。

#### 4 海外ビジネスに取り組んでいない企業

- 理由は「国内需要のみで十分」（36.5%）、「事業形態が海外展開に適さない」（35.2%）など。ただし、約2割を占める「関心はあるが取り組んでいない」企業では、海外市場や実務などの情報不足を理由に挙げる企業が多い。
- 関心を持つ段階から具体的検討に入るには、基礎知識・ノウハウ習得や、自社製品の海外適性の把握が重要となる。

#### 5 今後の海外ビジネス意向

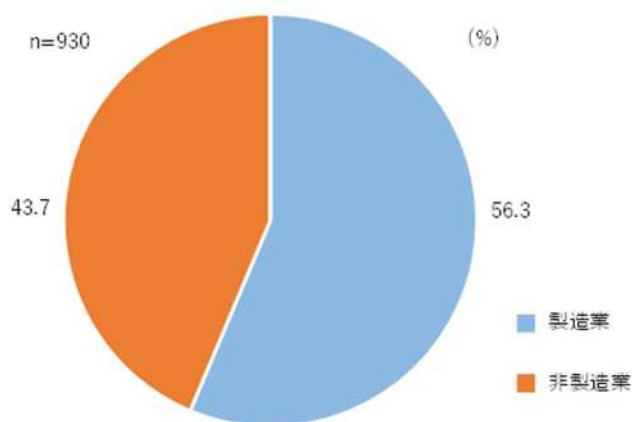
- 約2割の企業が拡大意向を持つ。
- 事業形態は「貿易」（54.6%）が半数以上を占める。
- 展開先国は「中国」、「アメリカ」、「タイ」などが上位だが、インドや欧州諸国も挙げられ、ニーズは多様化していることがうかがえる。
- 行政に期待する支援策は「情報収集、相談」（28.7%）が最も多い。

## ●回答企業属性

- ・回答企業は製造業が 56.3%、非製造業が 43.7%となった。
- ・業種別では、「卸売業」が 28.2%で最も多く、「その他製造業」が 16.1%、「小売業」が 9.8%と続いた。

n=930

業種		件数	構成比率
製造業	1 食料品・飲料	41	4.4
	2 繊維	8	0.9
	3 パルプ・紙	16	1.7
	4 印刷	15	1.6
	5 化学工業	10	1.1
	6 石油製品	2	0.2
	7 プラスチック製品	43	4.6
	8 ゴム製品	14	1.5
	9 鉄鋼	13	1.4
	10 非鉄金属	13	1.4
	11 金属製品	77	8.3
	12 生産用機械	32	3.4
	13 業務用機械	16	1.7
	14 電子部品・デバイス	19	2.0
	15 電気機械	21	2.3
	16 情報通信機械	4	0.4
	17 輸送用機械	30	3.2
	18 その他製造業	150	16.1
非製造業	19 卸売業	262	28.2
	20 小売業	91	9.8
	21 飲食店	9	1.0
	22 その他	44	4.7
合計		930	100.0



### 〔調査対象〕

県内に本社を有する企業 3,000 社

(1) 既に海外ビジネスを実施している企業 1,500 社 (2) (1) 以外の企業 1,500 社

業種：①製造業 ②卸売業、小売業 ③学術研究、専門・技術サービス業 ④宿泊業、飲食サービス業

※ (1) (2) とともに、製造業から 750 社、その他業種から 750 社を抽出

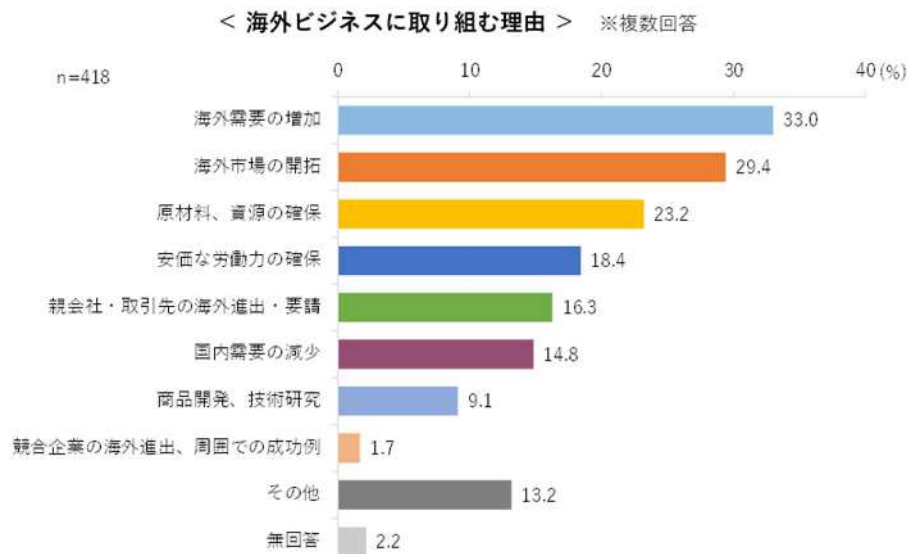
アンケート送付数	3,000
回答企業数	930

(回答率 31.0%)

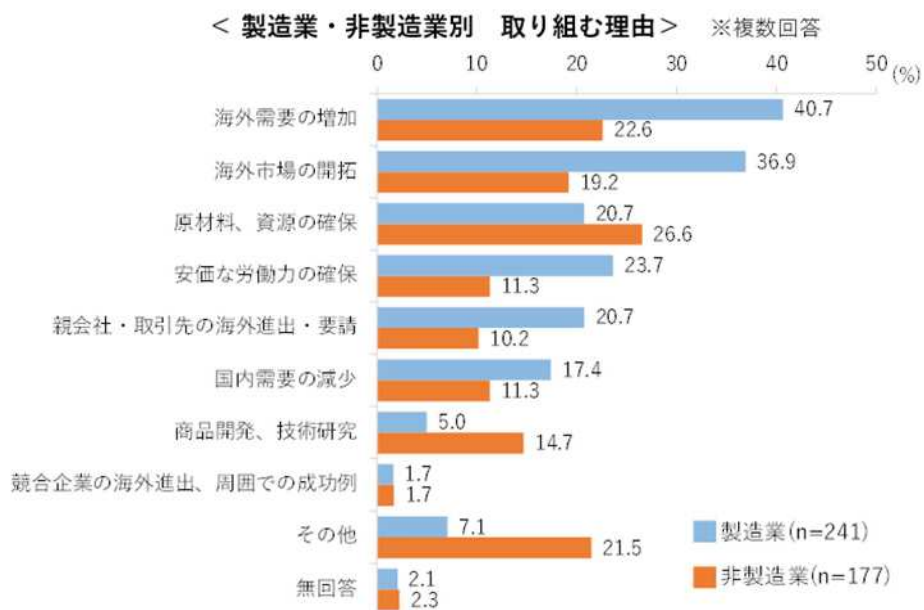
## ●海外ビジネス実施状況

### ア 海外ビジネスに取り組む目的や理由

・海外ビジネスに取り組む目的や理由は「海外需要の増加」が33.0%で最も多く、次いで「海外市場の開拓」が29.4%、「原材料、資源の確保」が23.2%という結果となった。海外の販路拡大を目的とする企業が多い。

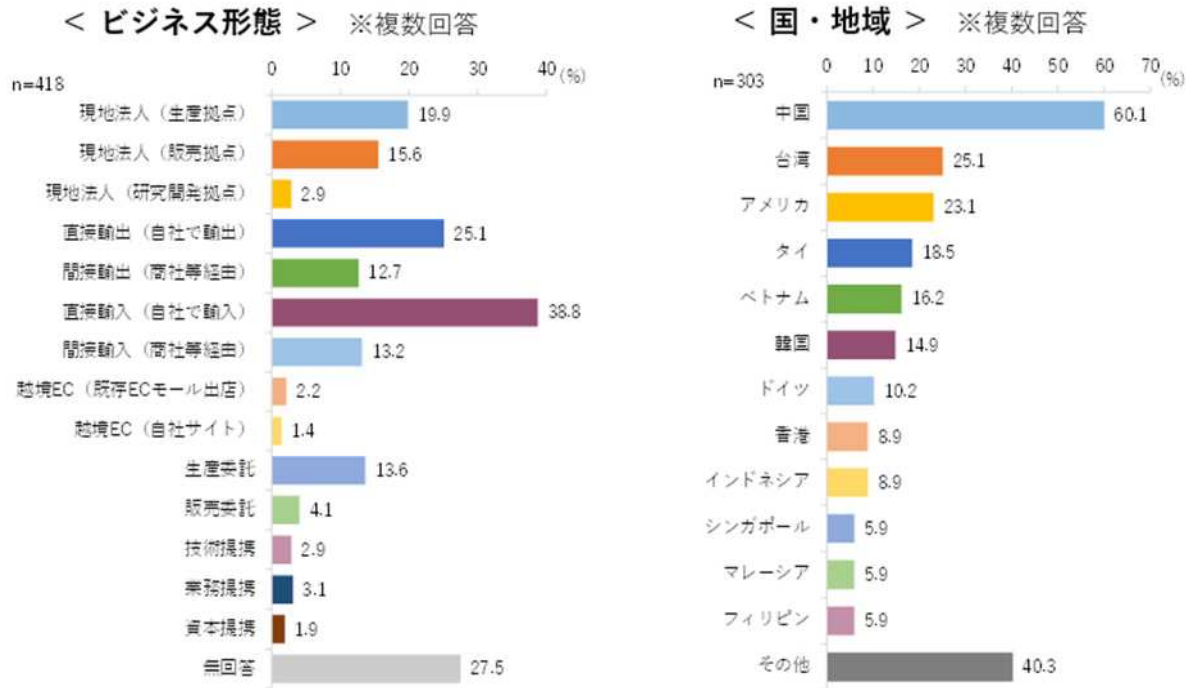


・製造業・非製造業別にみると、製造業では「海外需要の増加」が40.7%、次いで「海外市場の開拓」が36.9%と、全業種を合わせた結果と同様の傾向である。非製造業では「原材料、資源の確保」が26.6%で最も多いが、輸入を行う企業が多いためと推察される。



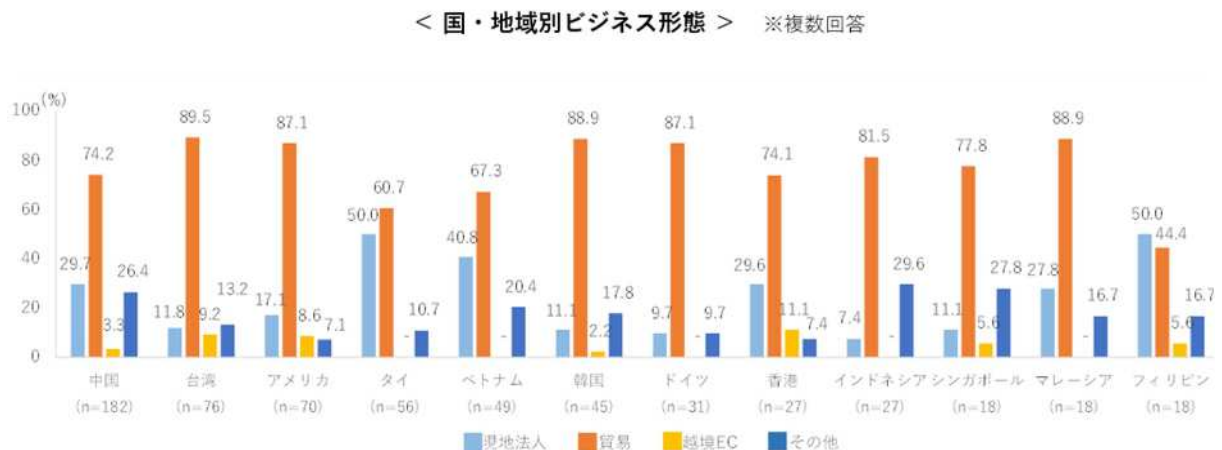
## イ ビジネス形態及び展開先国

・海外ビジネスの形態では「直接輸入」が38.8%と最も多く、次いで「直接輸出」が25.1%、「現地法人（生産拠点）」が19.9%となった。自社で貿易を行う企業が多い。海外ビジネスを行っている国は「中国」が最も多く、次いで「台湾」、「アメリカ」、「タイ」、「ベトナム」の順となった。東アジアや東南アジアなどの国が多い。



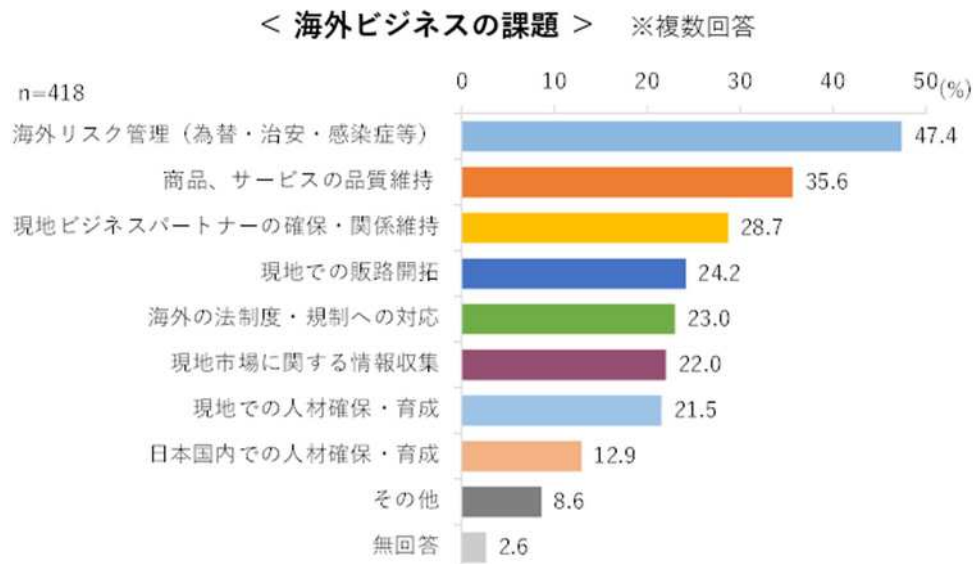
## ウ 上位10か国におけるビジネス形態

・国別のビジネス形態ではフィリピンを除く全ての国で「貿易」が最も多い。「タイ」、「フィリピン」、「ベトナム」では「現地法人」の比率が高い。「インドネシア」、「シンガポール」では「その他（生産委託、技術提携等）」の比率が高い。

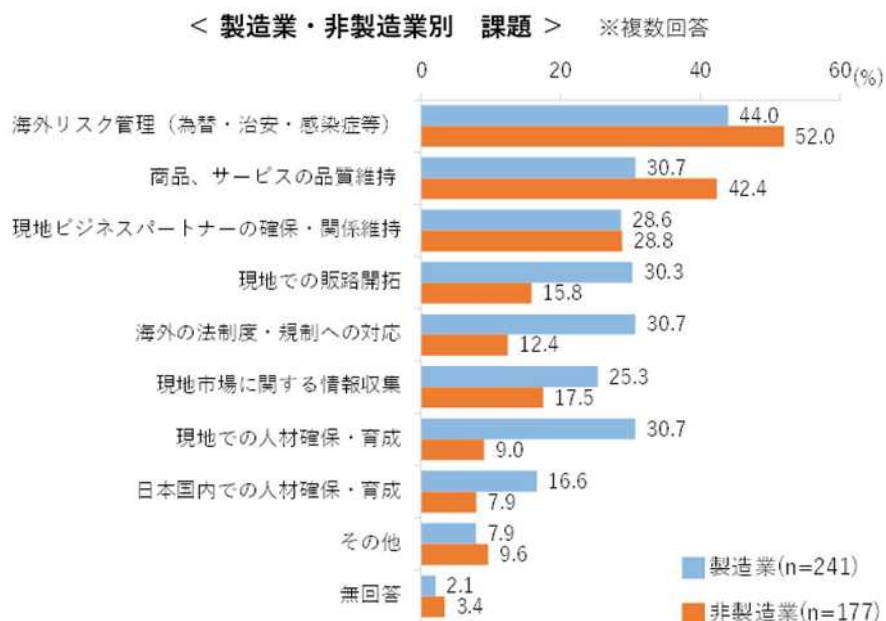


## ●海外ビジネスを行う上での課題

・海外ビジネスを行う上での課題は「海外リスク管理（為替・治安・感染症等）」が47.4%と最も多く、不安定な海外情勢や円安などが海外ビジネスに大きな影響を与えていると考えられる。「商品、サービスの品質維持」、「現地ビジネスパートナーの確保・関係維持」など、海外渡航制限により影響を受けやすいと思われる事項がそれに続いた。



・製造業と非製造業を比較すると、「商品、サービスの品質維持」において非製造業が11.7ポイント高くなっている。非製造業は製造業に比べ現地法人を持つ企業の比率が低いいため現地に駐在する日本人社員が少ないことなどが影響していると推察される。

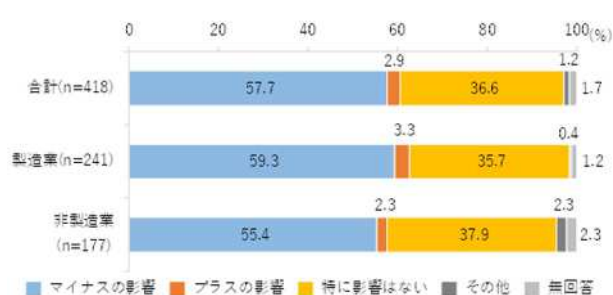


## ●社会情勢の海外ビジネスへの影響

### (1) 新型コロナウイルス感染症による影響

・新型コロナウイルス感染症による影響は、「マイナスの影響」が57.7%で、6割近くとなった。具体例としては、港湾におけるコンテナ不足の影響や、ロックダウンによる納期遅れ等が挙げられている。ただし、コロナ禍により需要が高まった商品等を扱う企業においてはプラスの影響がでていることもうかがえる。製造業・非製造業という業種の違いによる大きな差はみられない。

< 新型コロナウイルス感染症の流行による影響 >



※自由回答一部抜粋

#### < マイナスの影響 >

- ・ コンテナが少なく、輸送がスケジュール通りにいかない
- ・ 海外へ検査立会などの訪問が出来ないために、品質レベルの高い製品の発注を取りやめている
- ・ ロックダウンによる納期遅れ
- ・ 欠品を避けるため、事前に早く注文を行ったり、船や飛行機の運賃をかけてでも商品（輸入品）の確保を行っている
- ・ 海外に出向けなくなったことによる管理面の能力低下
- ・ 各国現地の企業との商談がメール、電話のみで販路開拓が進まない

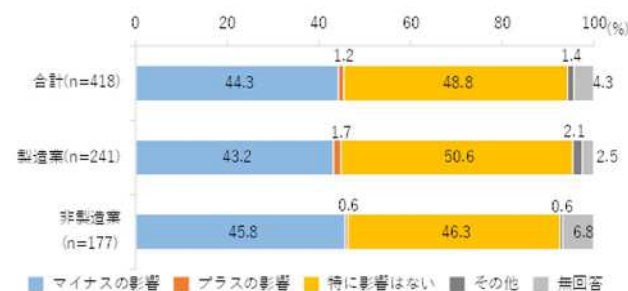
#### < プラスの影響 >

- ・ 海外からの受注が増えた
- ・ アウトドア用品の需要が急増し売り上げが伸びた
- ・ コロナ禍で園芸を楽しむ人口が増加し売り上げも増加
- ・ コロナ関連製品の販売が伸びた
- ・ 新型コロナの影響で巣ごもりする人が増え、コーヒーやお茶の需要が増えた

### (2) ロシア・ウクライナ情勢による影響

・ロシアのウクライナへの侵攻による影響は、「特に影響はない」が48.8%で最も多い。「マイナスの影響」は44.3%と高く、「プラスの影響」は1.2%と非常に少ない。空路、海路における迂回等の発生や原油・原材料の高騰などにより、ロシアのみならず世界各地でのビジネスにマイナスの影響が出ていることが推察される。製造業・非製造業という業種の違いによる大きな差はみられない。

< ロシア・ウクライナ情勢による影響 >



※自由回答一部抜粋

#### < マイナスの影響 >

- ・ 原材料の高騰による部材の値上がり、運送費の値上がり
- ・ 原油高による仕入コスト増
- ・ コロナ前に比べ、船便の運賃が3～4倍に跳ね上がっているが、戦争の影響による航路変更などで、船のスケジュールや価格が影響を受けるとの説明があった
- ・ ロシア上空を飛ばないため、輸送費が高つく
- ・ ロシアの顧客との取引ができなくなった

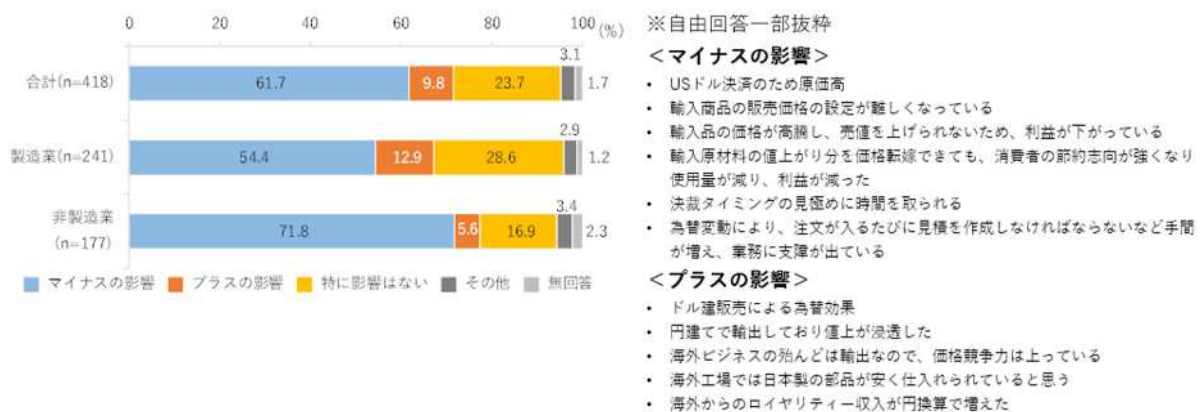
#### < プラスの影響 >

- ・ 電気代が上がった事により太陽光発電システムの発注が増えた
- ・ 欧州で生産ができなくなり中国生産が増えている
- ・ 欧州からの輸入が厳しくなっている状況で、引き合いが我々日本や合弁会社のある中国に多く来ており、販売が伸びている

### (3) 円安による影響

・円安による影響は「マイナスの影響」が61.7%で最も多い。輸入品の価格高騰のほか、急激な為替変動そのものにより業務に影響が出ているという企業も見受けられた。一方で、「プラスの影響」も9.8%で約1割あった。業種別にみると、非製造業では「マイナスの影響」が71.8%で、54.4%である製造業より17.4ポイント高い。非製造業には輸入を行う企業が多いためと推測される。

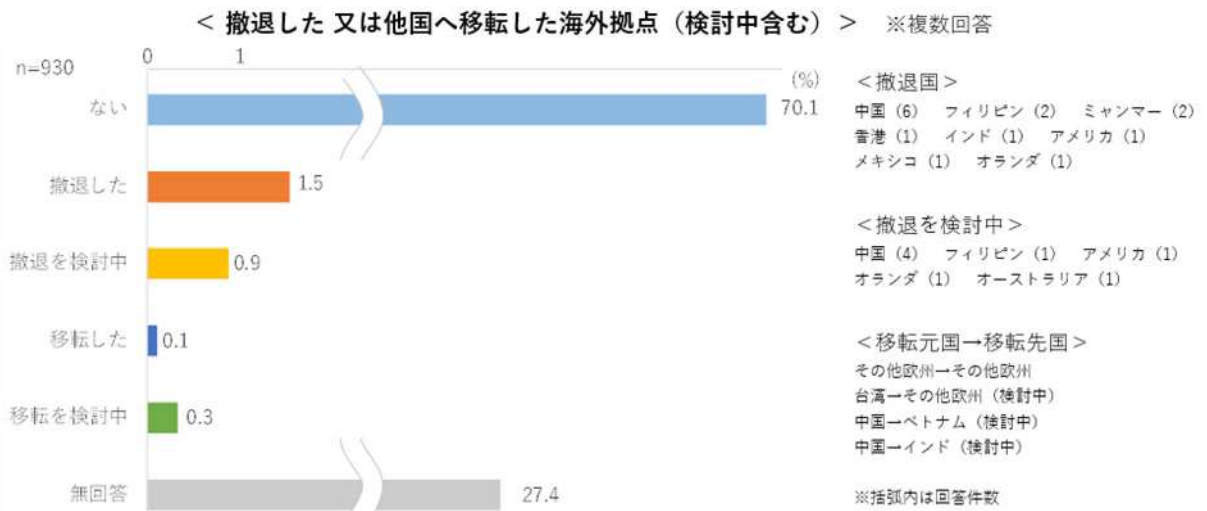
< 円安による影響 >





## ●海外拠点の撤退・移転

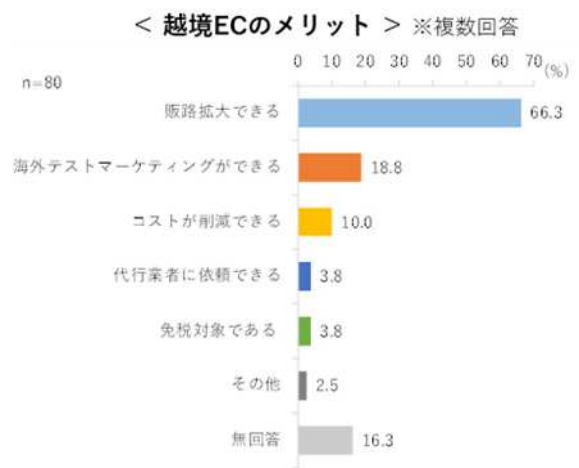
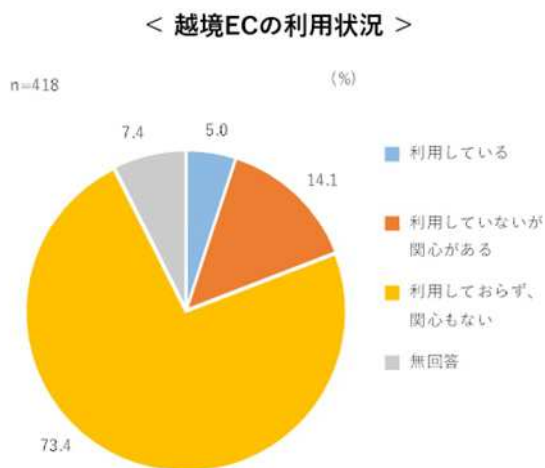
・過去1年以内に海外拠点を撤退した企業は、検討中も含め2.4%であった。海外拠点を別の国に移転した企業は、検討中も含め0.4%であった。国別では「中国」からの撤退や移転に関する回答が多い。なお、海外拠点を日本国内に移転する、いわゆる国内回帰のケースはなかった。



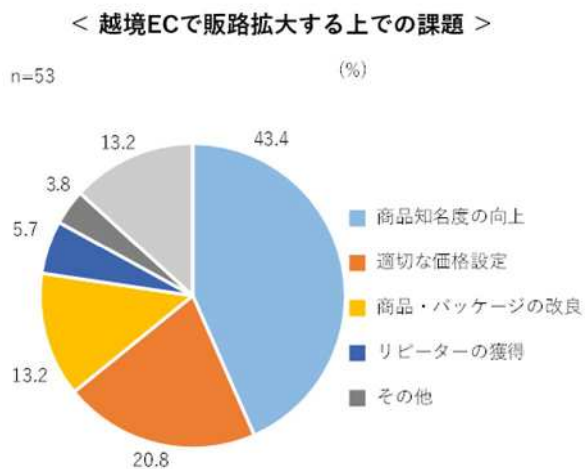
## ●オンラインによる海外ビジネスの状況

### (1) 越境 EC

・越境 EC の利用状況は「利用している」が 5.0%、「利用していないが関心がある」が 14.1%、「利用しておらず、関心もない」が 73.4%となった。越境 EC を利用するメリットは「販路拡大できる」が 66.3%と最も多く、海外販路拡大に有効と考えられている。



・越境 EC で販路拡大する上での一番の課題は「商品知名度の向上」が 43.4%と最も多く、EC モール上での自社製品の PR に課題を抱えている企業が多いと推察される。越境 EC を利用していない理由は「対応できる人材がない」が 27.1%と最も多く、次いで「出展国・EC モールに関する情報不足」が 22.0%で、情報・知識やスキルを持つ人材が不足していることが推察される。



## (2) オンライン展示会

・海外オンライン展示会への出展状況では「出展したことがある」は4.5%で、「出展経験はないが関心がある」が17.2%、「出展経験はなく、関心もない」が71.3%となった。海外オンライン展示会に出展できていない、又は利用しない理由は「業態が適さない」が26.2%と最も多い。次いで、「対応できる人材がいない」が20.0%、「成果が得られると思えない」が18.4%、「展示会に関する情報不足」が15.7%となった。

< 海外オンライン展示会への出展状況 >



< 出展できていない、又は利用しない理由 >



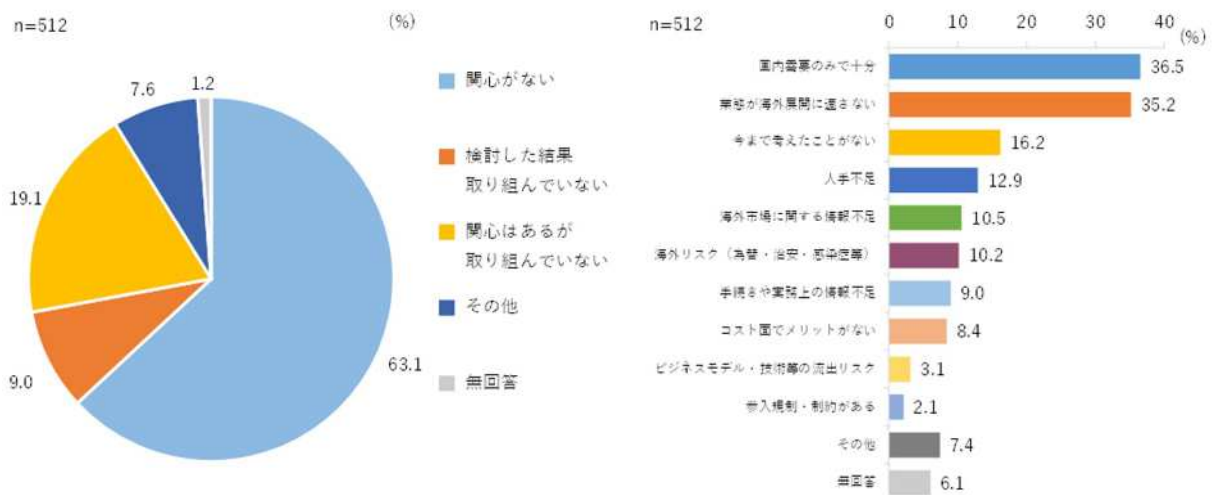
## ●海外ビジネスに取り組んでいない企業

### (1) 現状及び理由

・海外ビジネスに取り組んでいない企業の現状の詳細は、「関心がない」が63.1%と最も多く、次いで「関心はあるが取り組んでいない」が19.1%、「検討した結果取り組んでいない」が9.0%となった。「その他」は、以前取り組んでいたことがある企業などであった。

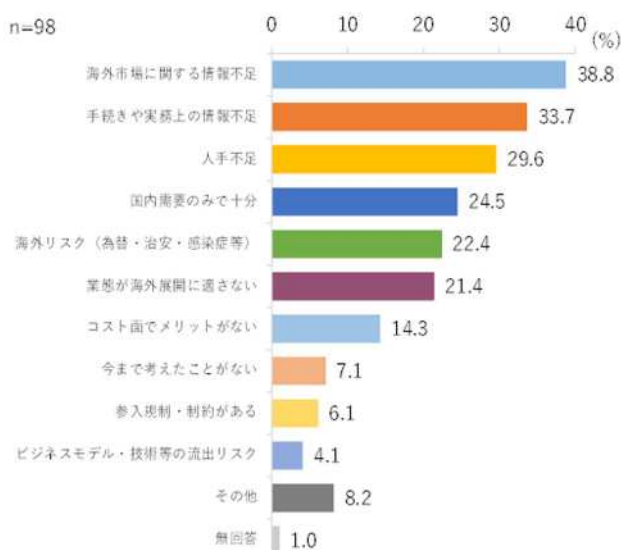
海外ビジネスに取り組んでいない理由は「国内需要のみで十分」が36.5%と最も多く、「業態が海外展開に適さない」が35.2%で続いた。

<現状の詳細と取り組んでいない理由> ※理由は複数回答



・現状の詳細で「関心はあるが取り組んでいない」と回答した企業だけをみると、「海外市場に関する情報不足」と「手続きや実務上の情報不足」との回答が多く、情報収集に課題を抱えていると推察される。

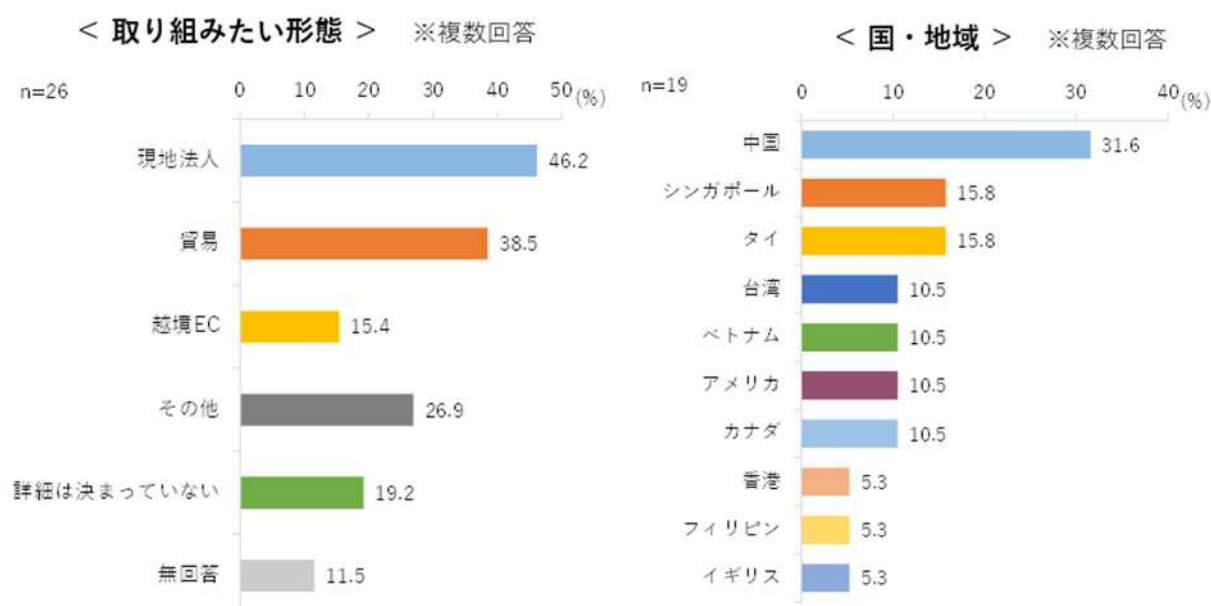
<海外ビジネスに取り組んでいない理由> ※複数回答



## (2) 新たに海外ビジネスに取り組むことを検討している企業

### ア ビジネス形態及び展開先国

・取り組みたい海外ビジネス形態は「現地法人」が46.2%と最も多く、次いで「貿易」が38.5%、「その他（生産委託、技術提携等）」が26.9%となった。展開先国としては「中国」が最も多く、次いで「シンガポール」、「タイ」とアジア各国が続いた。様々なケースを想定して検討している様子が見えてくる。

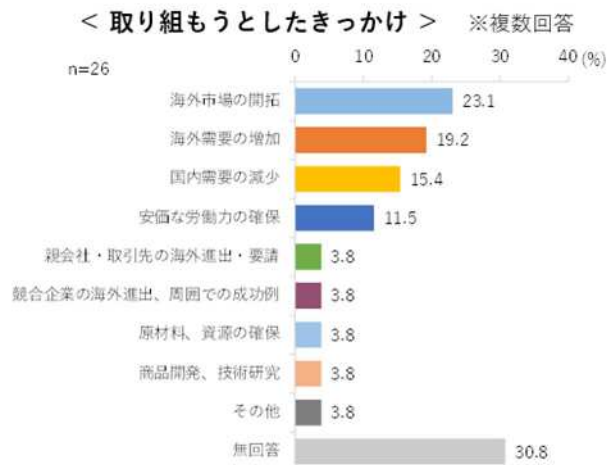


### イ きっかけ

・海外ビジネスに取り組もうとしたきっかけは「海外市場の開拓」が23.1%、次いで「海外需要の増加」が19.2%であった。すでに海外ビジネスに取り組んでいる企業ではあまり多くない「国内需要の減少」が15.4%でそれに続いており、国内市場の縮小を感じて海外に目を向ける企業が増えていると推察される。

### ウ 現在の課題

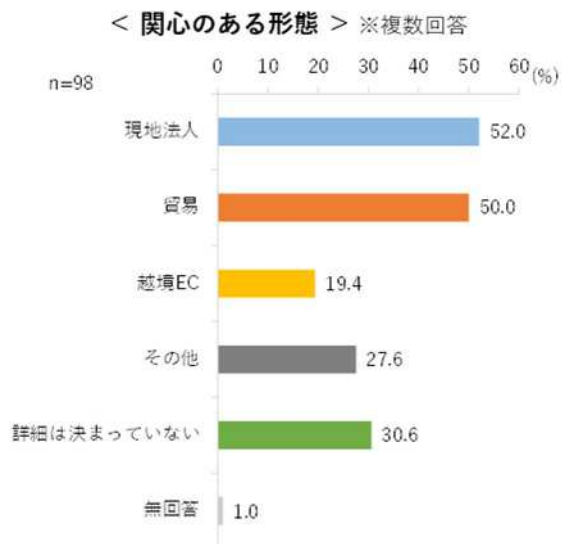
・「社内人材の確保」が42.3%と最も多い。海外ビジネスのノウハウを持つ人材の育成が一番の課題であると推察される。



### (3) 海外ビジネスに関心がある企業

#### ア ビジネス形態及び展開先国

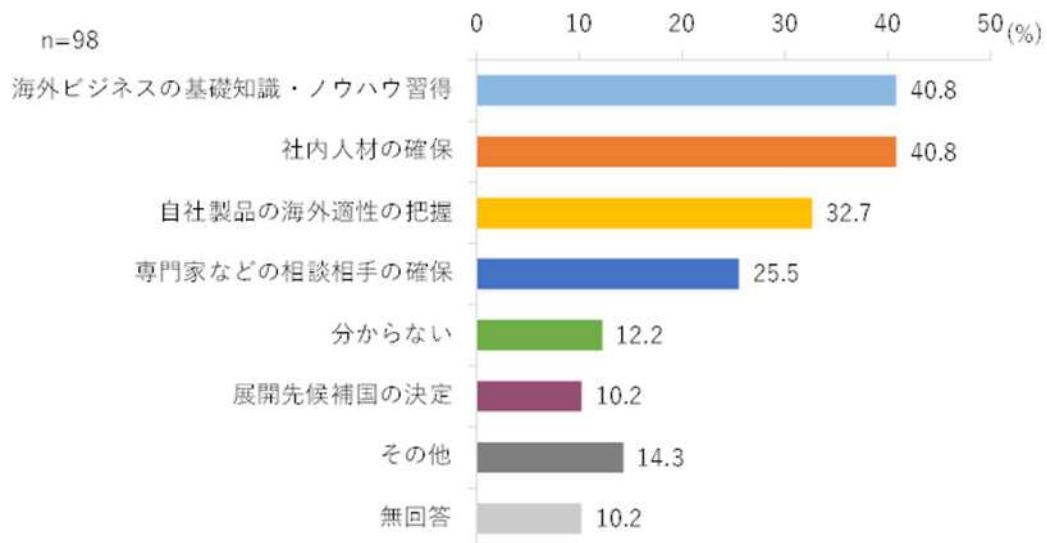
・関心のあるビジネス形態では「現地法人」が52.0%、「貿易」が50.0%と、それぞれが約半分を占める結果となった。展開先国は東南アジア・東アジアが多く、すでに海外ビジネスに取り組んでいる企業が関心のある国と同じような傾向にある。



## イ 具体的検討に入るために必要な事項

・どのような状態になれば具体的検討に入れるかについては、「海外ビジネスの基礎知識・ノウハウの習得」と「社内人材の確保」がともに40.8%であった。代表者や社員等が海外ビジネスの知識・ノウハウを身に付けることが必要と考えていると推察される。また、「自社製品の海外適性の把握」も32.7%と、ポイントが高い。

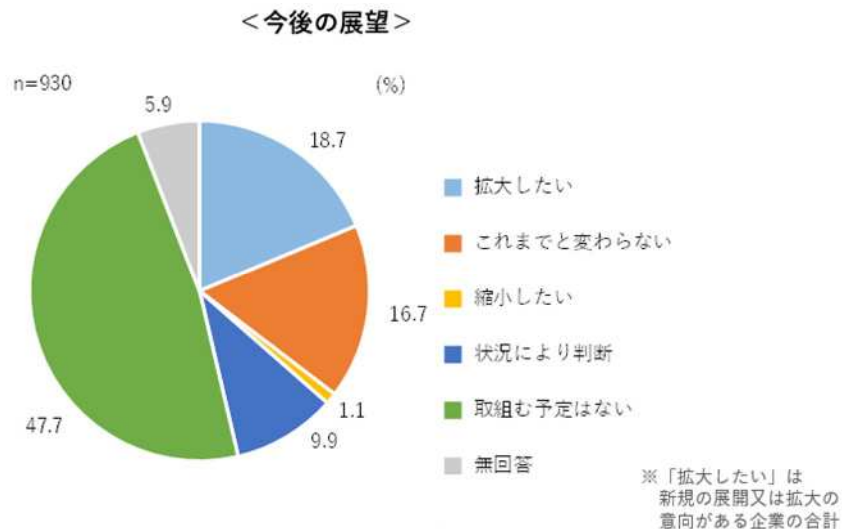
### < 検討に入るために必要な事項 > ※複数回答



## ●海外ビジネスの今後の展望

### (1) 意向

・海外ビジネスの今後の展望は「拡大したい」が18.7%で、新型コロナウイルスの流行や円安の進行など海外ビジネスを取り巻く環境が不安定な中でも2割近い企業が拡大の意向を持っている。「縮小したい」とする企業は1.1%にとどまった。

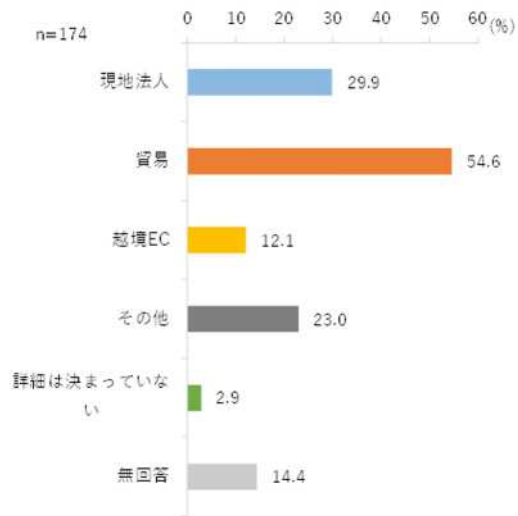


### (2) 拡大したいビジネス形態及び展開先国

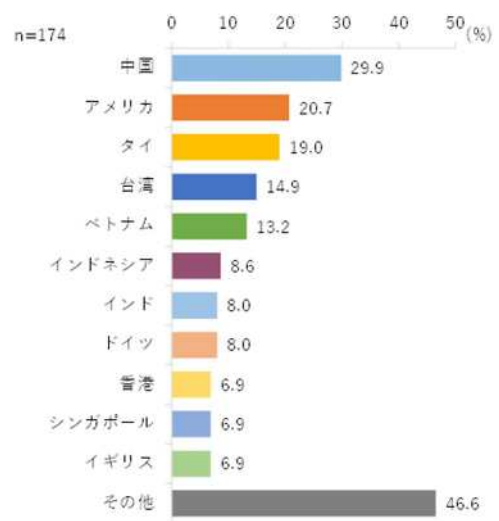
・ビジネス形態では「貿易」が54.6%と半数を超え、次いで「現地法人」が29.9%、「その他（生産委託、技術提携等）」が23.0%となった。比較的新しく登場したビジネス形態である「越境EC」に関心を寄せる企業も1割強確認できた。今後取り組みたい国・地域では「中国」が29.9%、「アメリカ」が20.7%、「タイ」が19.0%の順となっているが、世界の各地域の国が挙げられており、ニーズは多様化していることが推察される。



< 拡大したい形態 > ※複数回答

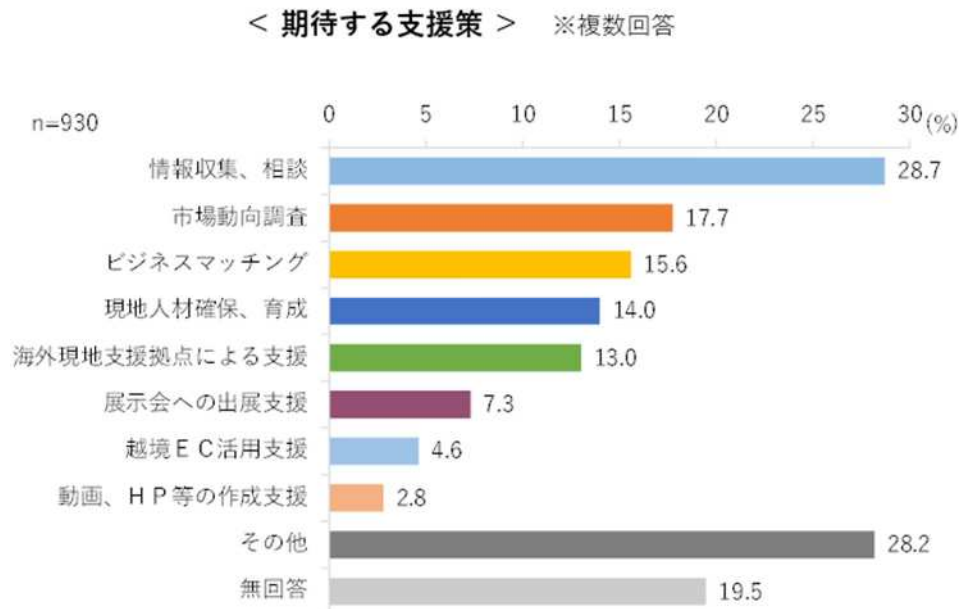


< 国・地域 > ※複数回答



## ●期待する支援策

- 海外ビジネスに関し、行政に期待する支援策は「情報収集、相談」が28.7%と最も多く、「市場動向調査」が17.7%、「ビジネスマッチング」が15.6%と続いた。



- 海外展開企業、非展開企業別にみると、いずれにおいても「情報収集、相談」が最も多い。「展示会への出展支援」のニーズは非展開企業では低いものの、海外展開企業の中では比較的高い。



以上

## 埼玉県 海外ビジネス意向調査票

### 貴社及びご回答者様の情報についてご記入ください。

会社名			
所在地	〒 -		
ご回答部署名		ご回答者役職	
ご回答部署 T E L	{ }	ご回答者氏名	
従業員数	(パート・アルバイトを含む) 名	資本金	(千円)
業種 (単一回答)	【製造業】		
	1. 食料品・飲料    2. 繊維    3. パルプ・紙    4. 印刷    5. 化学工業 6. 石油製品    7. プラスチック製品    8. ゴム製品    9. 鉄鋼    10. 非鉄金属 11. 金属製品    12. 生産用機械    13. 業務用機械    14. 電子部品・デバイス    15. 電気機械 16. 情報通信機械    17. 輸送用機械    18. その他製造業 ( )		
	【非製造業】		
	19. 卸売業    20. 小売業    21. 飲食店    22. その他 ( )		

※本調査における「海外ビジネス」とは以下のようなものを指します。

① 現地拠点	海外に現地法人や支店、工場等の拠点を設置し、実際に事業を行うもの。
② 貿易	製品の販売や原材料調達など、海外企業との輸出入を自社で直接行うもの（直接貿易）、自社や貿易会社等に輸出入に係る諸手続等を委託する取引形態（間接貿易）のもの。
③ 越境 EC	インターネットを活用した通信販売を、日本国内向けのウェブサイトではなく、外国語のウェブサイトを経たり、海外の EC モール（Amazon.com など）に出荷したりしながら多言語多通貨での対応を行い、日本から商品を海外に発送するもの。
④ その他	海外での生産・販売委託、パートナー・代理店での対応、業務・技術提携など。

ご回答にあたっては、該当する項目の番号を○で囲んでください。自由記述の場合は枠内に直接ご記入ください。

なお、国や地域を回答する場合は、以下の番号表の国番号でお答えください。

アジア	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.シンガポール
	6.タイ	7.マレーシア	8.インド	9.インドネシア	10.フィリピン
	11.ブルネイ	12.ベトナム	13.カンボジア	14.ミャンマー	15.ラオス
	16.その他アジア				
北米・中南米	17.アメリカ	18.カナダ	19.メキシコ	20.ブラジル	21.その他北米・中南米
欧州・ロシア・C I S	22.イギリス	23.フランス	24.ドイツ	25.オランダ	26.東ヨーロッパ
	27.ロシア	28.その他欧州			
オセアニア・中東・アフリカ	29.オーストラリア	30. U A E	31.その他		

### 現在の海外ビジネスの状況について

問1. 貴社の海外ビジネスの状況について教えてください。（単一回答）

1. 現在取り組んでいる ⇒問2へ	2. 現在は取り組んでいない ⇒問11へ
-------------------	----------------------

問2. 問1で「1. 現在取り組んでいる」と回答した方に伺います。

貴社が海外ビジネスに取り組んでいる、目的や理由、きっかけを教えてください。（複数回答可）

1. 海外需要の増加	2. 国内需要の減少	3. 海外市場の開拓
4. 親会社・取引先の海外進出・要請	5. 競合企業の海外進出、両国での成功例	6. 安価な労働力の確保
7. 原材料、資源の確保	8. 商品開発、技術研究	9. その他 ( )

問3. 貴社が現在取り組んでいる海外ビジネスについて教えてください。

（当てはまるビジネス形態すべてに○をつけ、国・地域名を1ページ目の番号で記入してください。

国・地域が複数ある場合は重要度の高い順に3つまで記入してください。）

ビジネス形態	当てはまるもの数 TLCO	国・地域 (1ページ目の国番号でお答えください)	ビジネス形態	当てはまるもの数 TLCO	国・地域 (1ページ目の国番号でお答えください)
現地法人（生産拠点）			越境 EC（既存 EC モール経由）		
現地法人（販売拠点）			越境 EC（自社サイト）		
現地法人（研究開発拠点）			生産委託		
直接輸出（自社で輸出）			販売委託		
間接輸出（自社等経由）			技術提携		
直接輸入（自社で輸入）			業務提携		
間接輸入（自社等経由）			資本提携		

問4. 海外ビジネスを行う上での課題を教えてください。（複数回答可）

1. 現地市場に関する情報収集	2. 現地ビジネスパートナーの確保・関係維持	3. 現地での販路開拓
4. 日本国内での人材確保・育成	5. 現地での人材確保・育成	6. 海外の法制度・規制への対応
7. 商品、サービスの品質維持	8. 海外リスク管理（為替・治安・感染症等）	9. その他 ( )

問5. 新型コロナウイルス感染症の流行により、現時点で貴社の海外ビジネスはどのような影響を受けていますか。（単一回答）

1. マイナスの影響⇒問5-1へ	2. プラスの影響⇒問5-1へ	3. 特に影響はない⇒問6へ	4. その他⇒問5-1へ
------------------	-----------------	----------------	--------------

問5-1. 具体的内容を教えてください。（自由記述）

問6. ロシアのウクライナへの侵襲により、貴社の海外ビジネスはどのような影響を受けていますか。（単一回答）

1. マイナスの影響⇒問6-1へ	2. プラスの影響⇒問6-1へ	3. 特に影響はない⇒問7へ	4. その他⇒問6-1へ
------------------	-----------------	----------------	--------------

問6-1. 具体的内容を教えてください。（自由記述）

問7. 円安により、貴社の海外ビジネスはどのような影響を受けていますか。（単一回答）

1. マイナスの影響⇒問7-1へ	2. プラスの影響⇒問7-1へ	3. 特に影響はない⇒問8へ	4. その他⇒問7-1へ
------------------	-----------------	----------------	--------------

問7-1. 具体的内容を教えてください。（自由記述）

問8. 越境 EC の利用状況について教えてください。（単一回答）

1. 利用している ⇒問8-1へ	2. 利用していないが関心がある ⇒問8-1へ	3. 利用しておらず、関心もない ⇒問9へ
------------------	-------------------------	-----------------------

問8-1. 越境 EC を利用するメリット（現在利用していない方は関心のあるメリット）を教えてください。（複数回答可）

1. 販路拡大できる⇒問8-2へ	2. コストが削減できる	3. 代行業者に依頼できる	4. 免税対象である
5. 誰がテストマーケティングかである			
6. その他 ( )			

問 8-2. 問 8-1 で「1. 販路拡大できる」を選択した方に伺います。越境 EC で販路拡大する上で一番の課題（現在利用していない方は一番重要と考える事項）を教えてください。（単一回答）

1. 商品・パッケージの改良	2. 適切な価格設定	3. 商品知名度の向上
4. 売切りの獲得	5. その他（	

⇒問 8 で 1 と回答した方は問 9 へお進みください、問 8 で 2 と回答した方は問 8-3 へお進みください。

問 8-3. 越境 EC を利用していない理由を教えてください。（複数回答可）

1. 初期投資・ランニングコストが高い	2. 対応できる人材がいない	3. 業態が適さない
4. 出店審査の基準が厳しい	5. 価格競争が激しそう	6. 不良品・返品対応のリスクが心配
7. 決済上のリスクが心配	8. 出店国・EC モールに関する情報不足	9. その他（

問 9. 海外オンライン展示会への出席状況について教えてください。（単一回答）

1. 出席したことがある ⇒問 10へ	2. 出席経験はないが関心がある ⇒問 9-1へ	3. 出席経験はなく、関心もない ⇒問 9-1へ
---------------------	--------------------------	--------------------------

問 9-1. 現在海外オンライン展示会に出展できていない、又は利用しない理由を教えてください。（複数回答可）

1. コストが高い	2. 成果が得られると思えない	3. 業態が適さない
4. 対応できる人材がいない	5. 展示会に関する情報不足	6. その他（

問 10. 今後の海外ビジネスに対する意向について教えてください。（単一回答）

1. 海外ビジネスを拡大したい ⇒問 10-1へ	2. これまでと変わらない（海外ビジネスの継続） ⇒問 13へ
3. 未定であり、状況により判断する ⇒問 13へ	4. 海外ビジネスを縮小したい ⇒問 13へ

問 10-1. 今後、どのようなビジネス形態でこの国・地域へ拡大していきたいか教えてください。

（当てはまるビジネス形態すべてに○をつけ、国・地域名を 1 ページ目の番号で記入してください。

国・地域が複数ある場合は重要度の高い順に 3 つまで記入してください。）

ビジネス形態	当てはまるもの全てに○	国・地域 (1 ページ目の番号でお答えください)	ビジネス形態	当てはまるもの全てに○	国・地域 (1 ページ目の番号でお答えください)
現地法人（生産拠点）			越境 EC（既存 EC モール出店）		
現地法人（販売拠点）			越境 EC（自社サイト）		
現地法人（研究開発拠点）			生産委託		
直接輸出（自社で輸出）			販売委託		
間接輸出（商社等経由）			技術提携		
直接輸入（自社で輸入）			業務提携		
間接輸入（商社等経由）			資本提携		

⇒問 13 へお進みください

## 海外ビジネスに取り組んでいない理由について

問 11. 問 1 で「2. 現在は取り組んでいない」と回答した方に伺います。

現状の詳細と取り組んでいない理由を教えてください。（詳細は単一回答、理由は複数回答可）

詳細 (単一回答)	理由 (複数回答可)
1. 関心がない	1. 業態が海外展開に適さない
2. 検討した結果取り組んでいない	2. 国内需要のみで十分
3. 関心はあるが取り組んでいない	3. 今まで考えたことがない
4. その他（	4. 海外リスク（為替・治安・感染症等）
	5. ビジネスモデル・技術等の流出リスク
	6. 参入規制・制約がある
	7. コスト面でメリットがない
	8. 海外市場に関する情報不足
	9. 手続きや実務上の情報不足
	10. 人手不足
	11. その他（

問 12. 海外ビジネスについて今後の意向を教えてください。（単一回答）

1. 取り回し準備や検討している ⇒問 12-1 へ	2. 取り回し予定はないが関心はある ⇒問 12-4 へ	3. 取り回し予定も関心もない ⇒問 13 へ
----------------------------	------------------------------	-------------------------

問 12-1. 今後どのようなビジネス形態でこの国・地域での取り組みを検討しているかを教えてください。（複数回答可）

ビジネス形態	詳細（番号に○）	国・地域（1 ページ目の番号でお答えください）
① 現地法人	1. 生産 2. 販売 3. 研究開発	
② 貿易	1. 自社で直接輸出 2. 間接輸出 3. 自社で直接輸入 4. 間接輸入	
③ 越境 EC	1. 既存越境 EC モール出店 2. 自社サイト	
④ その他	1. 生産委託 2. 販売委託 3. 技術提携 4. 業務提携 5. 資本提携	
⑤	詳細は決まっていない	

問 12-2. 海外ビジネスへ取り組みたいとしたきっかけを教えてください。（複数回答可）

1. 海外需要の増加	2. 国内需要の減少	3. 海外市場の開拓
4. 親会社・取引先の海外進出・要請	5. 親企業の海外進出、開拓での成功例	6. 安価な労働力の確保
7. 原材料、資源の確保	8. 商品開発、技術研究	9. その他（

問 12-3. 現在の課題を教えてください。（複数回答可）

1. 展開先国の市場やニーズ把握	2. 社内人材の確保	3. 自社製品・サービスの海外適性の把握
4. 取引先の確保	5. 現地ビジネスパートナーの確保	6. 採算性の確認
7. 資金調達	8. 専門家等の相談相手の確保	9. その他（

⇒問 13 へお進みください

問 12-4. 関心のあるビジネス形態や国・地域を教えてください。（複数回答可）

ビジネス形態	詳細（番号に○）	国・地域（1 ページ目の番号でお答えください）
① 現地法人	1. 生産 2. 販売 3. 研究開発	
② 貿易	1. 自社で直接輸出 2. 間接輸出 3. 自社で直接輸入 4. 間接輸入	
③ 越境 EC	1. 既存越境 EC モール出店 2. 自社サイト	
④ その他	1. 生産委託 2. 販売委託 3. 技術提携 4. 業務提携 5. 資本提携	
⑤	詳細は決まっていない	

問 12-5. どのような状態になれば具体的な検討に入れるか教えてください。（複数回答可）

1. 海外ビジネスの基礎知識・ノウハウ習得	2. 自社製品の海外適性の把握	3. 展開先候補国の決定
4. 専門家などの相談相手の確保	5. 社内人材の確保	6. 分からない
7. その他（		

## その他

問 13. 以下、すべての方に伺います。

過去 1 年以内に撤退又は他国へ移転した（又は現在移転を検討中の）海外拠点がありますか。（複数回答可）

1. ない	2. 撤退した（国・地域 _____（1 ページ目の番号でお答えください））
3. 撤退を検討中（国・地域 _____（1 ページ目の番号でお答えください））	4. 移転した（国・地域 _____ から _____ へ（1 ページ目の番号でお答えください、国内移転の場合は国内で記入してください））
5. 移転を検討中（国・地域 _____ から _____ へ（1 ページ目の番号でお答えください、国内移転の場合は国内で記入してください））	

問 14. 海外ビジネスに関し、行政に期待する支援策を教えてください。（複数回答可）

1. 情報収集、相談	2. 市場動向調査	3. 現地人材確保、育成	4. 海外現地支援拠点による支援
5. 展示会への出展支援	6. ビジネスマッチング	7. 越境 EC 活用支援	8. 動画、HP 等の作成支援
9. その他（			

アンケートは以上で終了です。ご協力頂き、ありがとうございました。  
同封の返信用封筒（切手不要）にて令和 4 年 10 月 31 日（月）までに記入、投函をお願いいたします。