

【円安が加速し、海外展開支援が活発な今、製造業の機運は？】

約4割が、海外進出の必要性を実感する一方で、うち54.8%が、具体的な行動を「起こしていない」実態

～調査結果から読み取る、2024年の日本中小製造業の現状とは？～

中小製造業の海外展開に関する実態調査

約4割が、「海外売上への構築・拡大」の必要性を実感

海外売上への構築・拡大に対応する行動、
54.8%が「起こしていない」という結果に

行動を起こさなかった理由、
「投資資金がないから」(43.5%)
「貿易に関するリソース不足」(34.8%)が上位

中小製造業の海外展開に関する実態調査（本社：東京都港区、代表取締役 CEO：足立彰紀）は、海外進出をしていない、製造業（食料・飲料・石けん・合成洗剤・医薬品・化粧品、従業員数100名～300名未満）の経営者・役員118名を対象に、中小製造業の海外展開に関する実態調査を実施しましたので、お知らせいたします。

■ 調査概要

- 調査名称：中小製造業の海外展開に関する実態調査
- 調査方法：IDEATECH が提供するリサーチデータマーケティング「リサピー®」の企画によるインターネット調査
- 調査期間：2024年8月6日～同年8月9日
- 有効回答：海外進出をしていない、製造業（食料・飲料・石けん・合成洗剤・医薬品・化粧品、従業員数100名～300名未満）の経営者・役員118名

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはなりません。

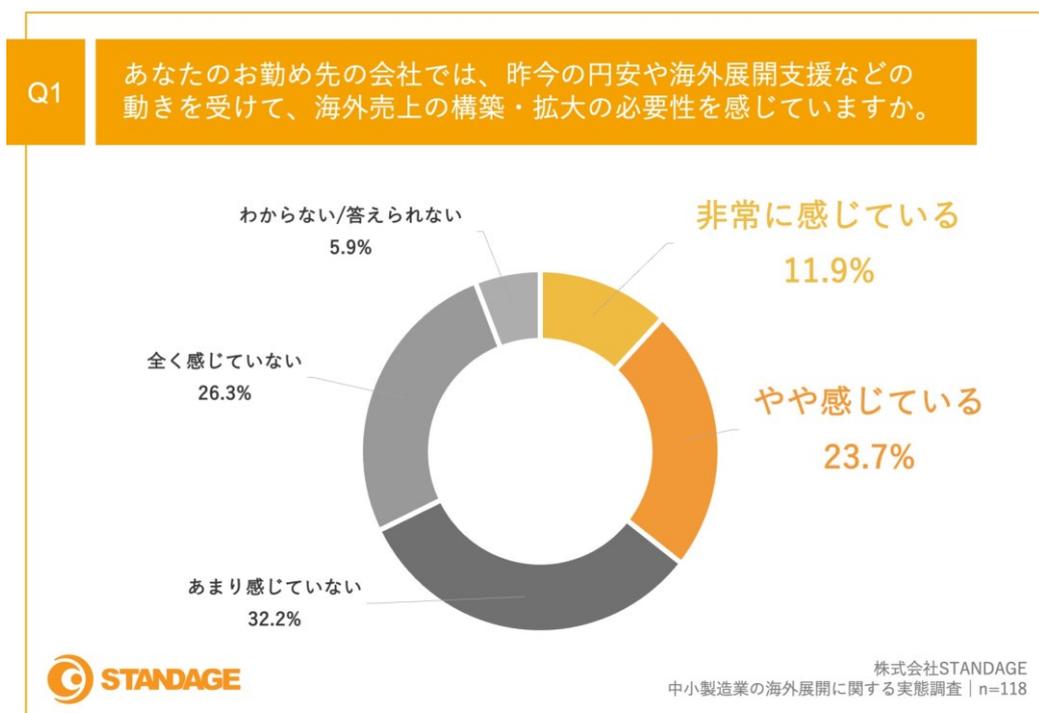
「利用条件」

- 1 情報の出典元として「まるなげ貿易」の名前を明記してください。
- 2 ウェブサイトで使用する場合は、出典元として、下記リンクを設置してください。

URL : <https://standage.co.jp/service/marunage/>

■約4割が、「海外売上の構築・拡大」の必要性を実感

「Q1.あなたのお勤め先の会社では、昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて、海外売上の構築・拡大の必要性を感じていますか。」(n=118)と質問したところ、「非常に感じている」が11.9%、「やや感じている」が23.7%という回答となりました。



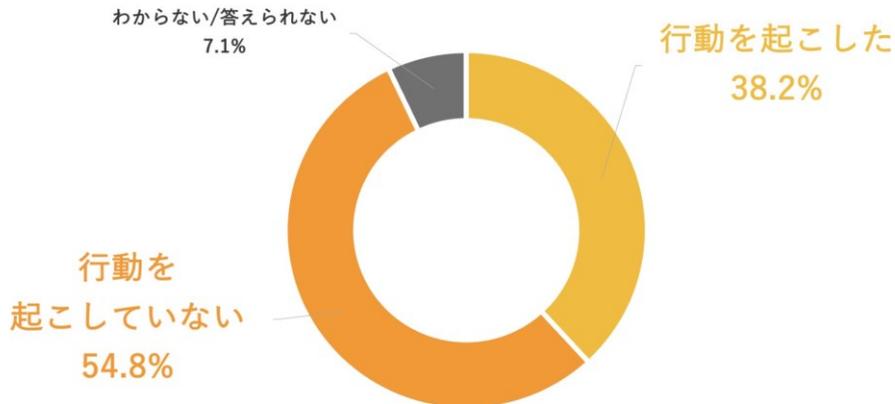
- ・非常に感じている : 11.9%
- ・やや感じている : 23.7%
- ・あまり感じていない : 32.2%
- ・全く感じていない : 26.3%
- ・わからない/答えられない : 5.9%

■38.2%が、海外売上の構築・拡大に対応する行動を「起こした」と回答、一方で、54.8%が「起こしていない」実態

Q1で「非常に感じている」「やや感じている」と回答した方に、「Q2.昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて、海外売上の構築・拡大に対応する行動を起こしましたか。」(n=42)と質問したところ、「行動を起こした」が38.2%、「行動を起こしていない」が54.8%という回答となりました。

Q2

昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて、
海外売上の構築・拡大に対応する行動を起こしましたか。



株式会社STANDAGE
中小食品製造業の海外展開に関する実態調査 | n=42

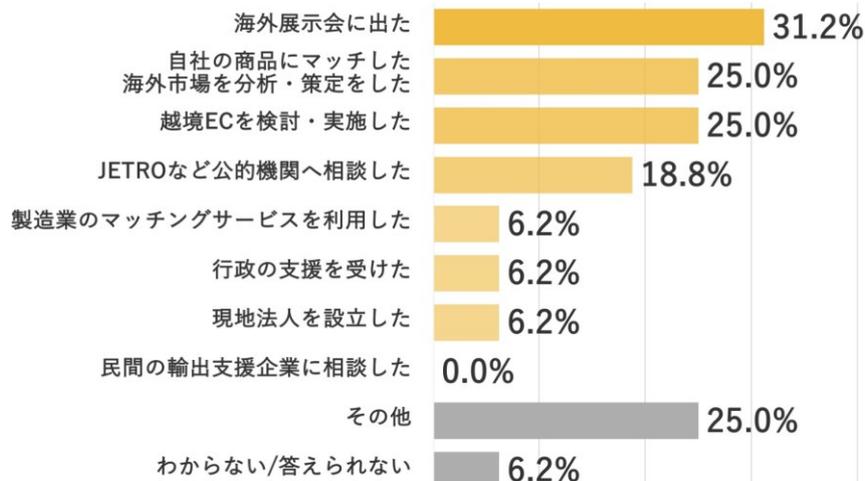
- ・行動を起こした : 38.2%
- ・行動を起こしていない : 54.8%
- ・わからない/答えられない : 7.1%

■具体的な行動として、31.2%が「海外展示会への出展」を実施

Q2で「行動を起こした」と回答した方に、「Q3.昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて海外売上の構築・拡大のために起こした行動を教えてください。(複数回答)」(n=16)と質問したところ、「海外展示会に出た」が31.2%、「自社の商品にマッチした海外市場を分析・策定をした」が25.0%、「越境ECを検討・実施した」が25.0%という回答となりました。

Q3

昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて海外売上の
構築・拡大のために起こした行動を教えてください。(複数回答)



株式会社STANDAGE
中小製造業の海外展開に関する実態調査 | n=16

- ・海外展示会に出た : 31.2%
- ・自社の商品にマッチした海外市場を分析・策定をした : 25.0%

・越境 EC を検討・実施した：25.0%

・JETRO など公的機関へ相談した：18.8%

・製造業のマッチングサービスを利用した：6.2%

・行政の支援を受けた：6.2%

・現地法人を設立した：6.2%

・民間の輸出支援企業に相談した：0.0%

・その他：25.0%

－51 歳：海外展開している取引先等に相談した

－61 歳：価格値上げ

－51 歳：海外展開をしている取引先、同業他社等に相談した

－65 歳：コンサルタント契約

・わからない/答えられない：6.2%

■「自社 EC サイトを構築」や「海外展開をしている取引先、同業他社に相談した」などの声も

Q3 で「わからない/答えられない」以外を回答した方に、「Q4.Q3 で回答した以外に、昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて海外売上の構築・拡大のために起こした行動があれば、自由に教えてください。（自由回答）」（n=15）と質問したところ、「自社 EC サイトを構築」や「海外展開をしている取引先、同業他社に相談した」など 11 の回答を得ることができました。

<自由回答・一部抜粋>

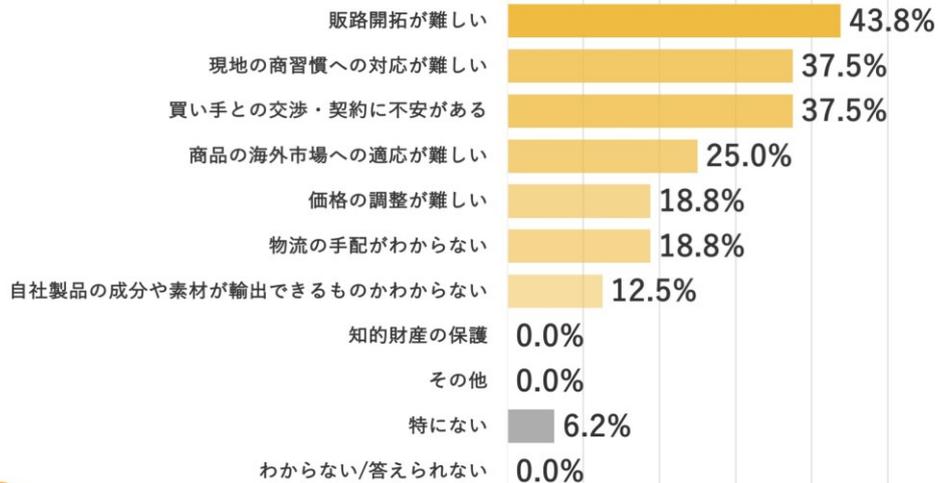
- 53 歳：自社 EC サイトを構築。
- 51 歳：海外展開をしている取引先、同業他社に相談した。
- 57 歳：越境 EC を斡旋している中国人が設立した日本の会社に商品の紹介を行った。
- 63 歳：海外の会社より問い合わせがあり、取引を開始した。

■ 海外展開の行動を起こした際の課題、「販路開拓が難しい」が 43.8%で最多

Q2 で「行動を起こした」と回答した方に、「Q5.海外展開の行動を起こした際に発生した課題や問題を教えてください。（複数回答）」（n=16）と質問したところ、「販路開拓が難しい」が 43.8%、「現地の商習慣への対応が難しい」が 37.5%、「買い手との交渉・契約に不安がある」が 37.5%という回答となりました。

Q5

海外展開の行動を起こした際に発生した課題や問題を教えてください。（複数回答）



株式会社STANDAGE
中小製造業の海外展開に関する実態調査 | n=16

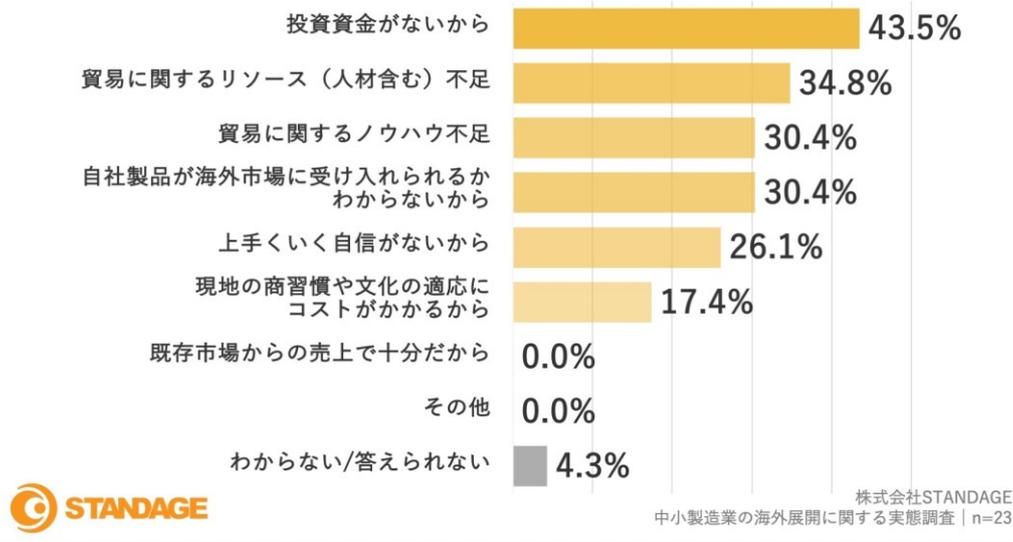
- ・販路開拓が難しい：43.8%
- ・現地の商習慣への対応が難しい：37.5%
- ・買い手との交渉・契約に不安がある：37.5%
- ・商品の海外市場への適応が難しい：25.0%
- ・価格の調整が難しい：18.8%
- ・物流の手配がわからない：18.8%
- ・自社製品の成分や素材が輸出できるものかわからない：12.5%
- ・知的財産の保護：0.0%
- ・その他：0.0%
- ・特になし：6.2%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■海外売上の構築・拡大の行動を起こさなかった理由、「投資資金がないから」「貿易に関するリソース不足」が上位

Q2で「行動を起こしていない」と回答した方に、「Q6.昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて海外売上の構築・拡大の行動を起こさなかった理由を教えてください。（複数回答）」（n=23）と質問したところ、「投資資金がないから」が43.5%、「貿易に関するリソース（人材含む）不足」が34.8%という回答となりました。

Q6

昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて海外売上の構築・拡大の行動を起こさなかった理由を教えてください。（複数回答）



- ・投資資金がないから：43.5%
- ・貿易に関するリソース（人材含む）不足：34.8%
- ・貿易に関するノウハウ不足：30.4%
- ・自社製品が海外市場に受け入れられるかわからないから：30.4%
- ・上手くいく自信がないから：26.1%
- ・現地の商習慣や文化の適応にコストがかかるから：17.4%
- ・既存市場からの売上で十分だから：0.0%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：4.3%

■「為替動向が分からないから」や「ルートがない」などの理由も

Q6で「わからない/答えられない」以外を回答した方に、「Q7.Q6で回答した以外に、昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて海外売上の構築・拡大の行動を起こさなかった理由があれば、自由に教えてください。（自由回答）」

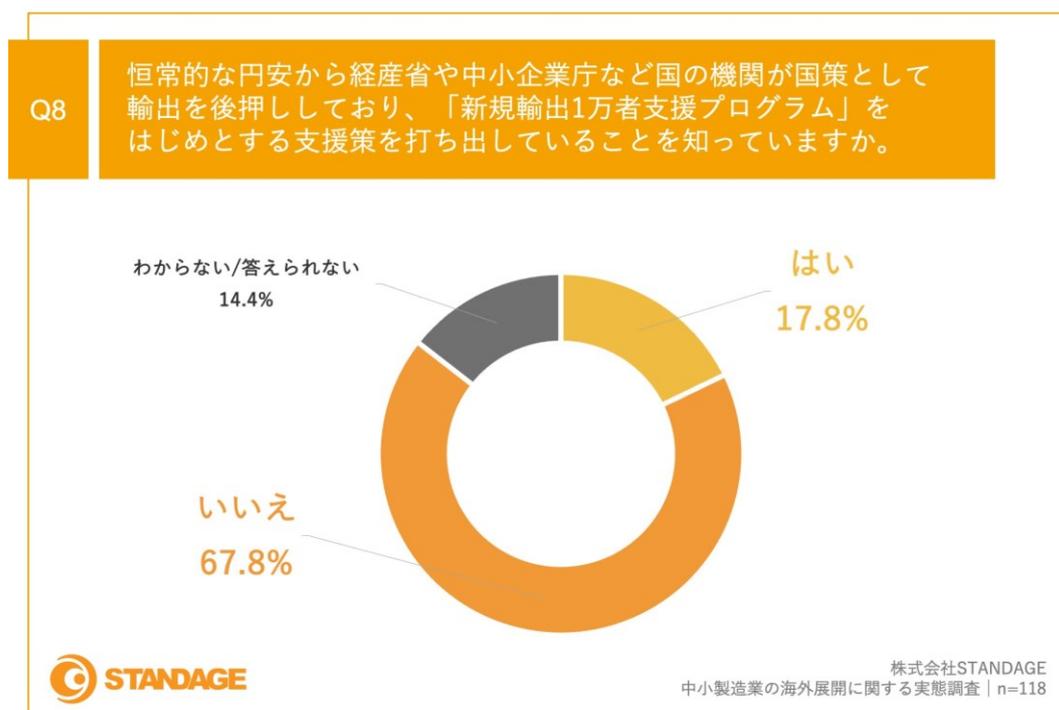
（n=22）と質問したところ、「為替動向が分からないから」や「ルートがない」など16の回答を得ることができました。

<自由回答・一部抜粋>

- 33歳：海外は不安定要素が大きい。
- 60歳：為替動向が分からないから。
- 48歳：仕事の依頼がなかった。
- 60歳：十分なノウハウとパートナーが不足している。
- 62歳：チルド品ということで、物流上のリスクや、お客様対応をどうするか、が大きなハードルとなる。
- 56歳：ルートがない。
- 63歳：先方が、円建ての支払の為、あまり円安のメリットがないから。

■「新規輸出 1 万者支援プログラム」をはじめとする国の機関の支援策、認知度は 17.8%に留まる

「Q8.あなたは、恒常的な円安から経産省や中小企業庁など国の機関が国策として輸出を後押ししており、「新規輸出 1 万者支援プログラム」をはじめとする支援策を打ち出していることを知っていますか。」(n=118)と質問したところ、「はい」が 17.8%、「いいえ」が 67.8%という回答となりました。



・はい : 17.8%

・いいえ : 67.8%

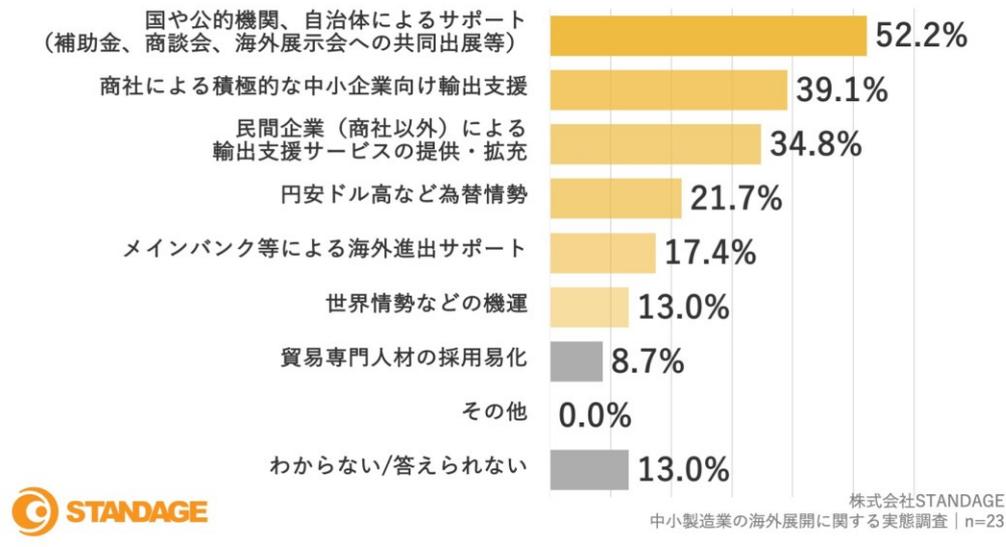
・わからない/答えられない : 14.4%

■ 52.2%が、中小規模事業者の海外展開を活発化するためには、「国や公的機関、自治体によるサポート」が必要と回答

Q2で「行動を起こしていない」と回答した方に、「Q9.あなたは中小規模事業者の海外展開を活発化するためには何が必要だと思いますか。(複数回答)」(n=23)と質問したところ、「国や公的機関、自治体によるサポート(補助金、商談会、海外展示会への共同出展等)」が 52.2%、「会社による積極的な中小企業向け輸出支援」が 39.1%、「民間企業(会社以外)による輸出支援サービスの提供・拡充」が 34.8%という回答となりました。

Q9

あなたは中小規模事業者の海外展開を活発化するためには何が必要だと思いますか。（複数回答）



- ・国や公的機関、自治体によるサポート（補助金、商談会、海外展示会への共同出展等）：52.2%
- ・商社による積極的な中小企業向け輸出支援：39.1%
- ・民間企業（商社以外）による輸出支援サービスの提供・拡充：34.8%
- ・円安ドル高など為替情勢：21.7%
- ・メインバンク等による海外進出サポート：17.4%
- ・世界情勢などの機運：13.0%
- ・貿易専門人材の採用易化：8.7%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：13.0%

■「中小企業個別ではなく、企業集団グループとして、各国にアプローチ」や「面倒な税関手続きの簡略化や関税の引下げ」などの要望も

Q9で「わからない/答えられない」以外を回答した方に、「Q10.Q9で回答した以外に、中小規模事業者の海外展開を活発化するために必要だと思うことがあれば、自由に教えてください。（自由回答）」（n=20）と質問したところ、「中小企業個別ではなく、企業集団グループとして、各国にアプローチしてもらいたい」や「面倒な税関手続きの簡略化や関税の引下げ」など15の回答を得ることができました。

<自由回答・一部抜粋>

- 54歳：言葉の壁・現地での販売方法など国によって違うので、まずそこから何かしらしないといけないです。
- 62歳：中小企業個別ではなく、企業集団グループとして、各国にアプローチしてもらいたい。
- 48歳：国の日本ブランド戦略。
- 60歳：なんと言っても資金とパートナー。
- 55歳：資金繰り。
- 63歳：面倒な税関手続きの簡略化や関税の引下げ。

■まとめ

今回は、海外進出をしていない、製造業（食料・飲料・石けん・合成洗剤・医薬品・化粧品、従業員数 100 名～300 名未満）の経営者・役員 118 名を対象に、中小製造業の海外展開に関する実態調査を実施しました。

まず、約 4 割が、昨今の円安や海外展開支援などの動きを受けて「海外売上の構築・拡大」の必要性を実感していますが、その中で具体的な行動を起こしている企業は 38.2%に留まり、54.8%は「行動を起こしていない」ことが分かりました。また、行動を起こしている企業は、具体的に「海外展示会への出展」（31.2%）などに取り組んでいますが、「販路開拓が難しい」（43.8%）といった課題を抱えています。一方で、海外売上の構築・拡大の行動を起こさなかった企業からは、その理由として、「投資資金がない」（43.5%）や「貿易リソースの不足」（34.8%）を挙げました。さらに、海外展開に向けた行動を起こしていない企業の 52.2%が、中小規模事業者の海外展開活発化には「国や公的機関、自治体によるサポート」が必要と回答している一方で、「新規輸出 1 万者支援プログラム」をはじめとする国の支援策の認知度はわずか 17.8%に留まりました。

今回の調査では、中小製造業において海外進出への意識が高まっている一方で、具体的な行動を起こしている企業は少数派であることが明らかになりました。行動を起こしている企業の多くが実感している販路拡大や、現地の商習慣への対応、契約時の懸念に対し、さらなる支援策の充実が求められます。中小製造業の海外展開を成功に導くためには、国の支援策の拡充および認知の向上はもちろんのこと、国と民間が連携して支援・サービスの充実をはかり、中小製造業がスムーズに海外進出ができる土壌の形成に努めることが効果的でしょう。

■ 貴社の貿易を全てまるなげ | 貿易代行サービス「まるなげ貿易」



海外進出成功に必要な業務を、すべて STANDAGE がサポート。

輸出・販路拡大・販路開拓など、貿易業務をワンストップで支援します。

昨今の恒常的な円安や、輸出拡大に向けた国の取り組みにより、日本全体の輸出高は緩やかな右肩上がり推移する一方、中小企業の輸出高を都市部・地方部別に見ると、その格差はまだまだ大きく広がっています。

日本各地の中小製造業がより自由に、より簡単に海外進出を実現できるよう、販路開拓から契約・交渉、決済、物流まですべて「まるなげ」で貿易づくりを代行するパッケージサービスを提供しています。24年8月時点で、導入企業数はのべ250社に達しました。

詳しくはこちら：<https://standage.co.jp/service/marunage/>

■ 会社概要

会社名：株式会社 STANDAGE

設立：2017年3月7日

代表者：代表取締役 CEO 足立彰紀

所在地：〒105-0012 東京都港区芝大門1丁目12-16 住友芝大門ビル2号館4F

事業内容：デジタル貿易プラットフォームの開発・提供および中小企業向け貿易代行サービスの提供

URL：<https://standage.co.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 STANDAGE 広報担当 鶴田

TEL：03-6435-3371 E-mail：info@standage.co.jp