

財務局調査による  
「海外需要の取り込みの動向」について

平成31年1月30日

財務省

# 財務局調査による「海外需要の取り込みの動向」について ～調査の概要等～

## 1. 調査の概要

企業においては、海外需要を積極的に取り込むことで、企業収益の更なる拡大につながるるとともに、その成果を国内に還流させ、投資や賃金の引上げ等につながるなど、経済の好循環の拡大に向けた取組が期待される中、今回の調査では、リーマンショック(2008年9月)後における、企業の「海外需要の取り込みの動向」について、各財務局管内の企業等に調査(ヒアリング)を行いましたので、その結果を公表します。

- (1) 調査期間：平成30年12月上旬～平成31年1月中旬
- (2) 調査対象：各財務局が管内経済情勢報告を取りまとめる際に従来から継続的にヒアリングを実施している企業等。全国計988社。
- (3) 調査方法：各財務局においてヒアリング調査を行い、回答を分類。

## 2. 企業規模別及び業種別の回答状況

企業規模	調査対象社数
大企業	408
中堅企業	284
中小企業	296
合計	988

※ 大企業：資本金 10億円以上  
 中堅企業：資本金 1億円以上 10億円未満  
 中小企業：資本金 1億円未満

	業種	調査対象社数
製造業	18 食料品製造業	84
	20 繊維工業	19
	22 木材・木製品製造業	4
	24 パルプ・紙・紙加工品製造業	12
	25 印刷・同関連業	2
	26 化学工業	43
	27 石油製品・石炭製品製造業	2
	30 窯業・土石製品製造業	13
	31 鉄鋼業	22
	32 非鉄金属製造業	9
	33 金属製品製造業	25
	51 はん用機械器具製造業	18
	34 生産用機械器具製造業	74
	37 業務用機械器具製造業	16
	35 電気機械器具製造業	30
	29 情報通信機械器具製造業	42
	36 自動車・同附属品製造業	52
38 その他の輸送用機械器具製造業	15	
39 その他の製造業	34	
	小計	516
非製造業	01 農業、林業	3
	08 漁業	1
	15 建設業	44
	70 電気業	2

	業種	調査対象社数
非製造業	71 ガス・熱供給・水道業	1
	60 情報通信業	10
	61 陸運業	26
	64 水運業	4
	69 その他の運輸業	8
	40 卸売業	38
	49 小売業	193
	59 不動産業	19
	77 リース業	6
	73 その他の物品賃貸業	2
	75 宿泊業	55
	50 飲食サービス業	23
	76 生活関連サービス業	7
	79 娯楽業	9
	74 広告業	2
	82 純粋持株会社	5
	83 その他の学術研究、専門・技術サービス業	1
	80 医療、福祉業	1
	85 教育、学習支援業	1
	86 職業紹介・労働者派遣業	3
89 その他のサービス業	7	
	銀行業	1
	小計	472
合計		988

## 3. 財務局等の管轄区域

財務局等	管轄都道府県	本局所在地
北海道財務局	北海道	札幌市
東北財務局	宮城県、岩手県、福島県、秋田県、青森県、山形県	仙台市
関東財務局	埼玉県、東京都、神奈川県、千葉県、山梨県、茨城県、栃木県、群馬県、長野県、新潟県	さいたま市
北陸財務局	石川県、富山県、福井県	金沢市
東海財務局	愛知県、静岡県、三重県、岐阜県	名古屋市
近畿財務局	大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県、滋賀県	大阪市
中国財務局	広島県、鳥取県、島根県、岡山県、山口県	広島市
四国財務局	香川県、愛媛県、徳島県、高知県	高松市
九州財務局	熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県	熊本市
福岡財務支局	福岡県、佐賀県、長崎県	福岡市
沖縄総合事務局	沖縄県	那覇市

## 4. 注意事項

- 結果数値(%)は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合がある。
- 本調査における「海外需要の取り込み」は、リーマンショック(2008年9月)後において、「① 新たな市場の開拓」または「② 海外での、製品の生産や商品の販売、サービスの提供等の体制の拡充(生産活動等の拡充)」を通じて、直接(現地法人による研究開発・生産等)・間接(海外への輸出、インバウンド需要の取り込み等)問わず、海外の顧客を確保する取組とする。
- 本調査では、リーマンショック後における、企業の海外需要の取り込みや収益等の状況を調査することから、「リーマンショック後に設立した企業」や「本社以外の支社、支店、工場、営業所等」の場合は、本調査の対象外とする。

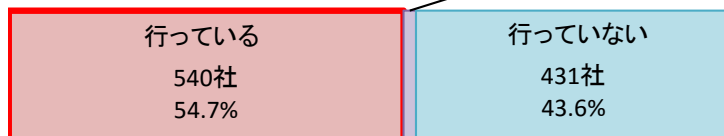
# 財務局調査による「海外需要の取り込みの動向」について ～現状①～

- リーマンショック(2008年9月)後、新たに海外需要の取り込みを行っている企業の割合は2分の1超(55%程度)となっており、当該企業に対し、その手段を確認したところ、「①新規市場の開拓」と回答した企業の割合が高い(83%程度(①と③の合計))。
- 新たに海外需要を取り込んだ背景について、「海外市場の成長」(80%程度)や「人口減少等に伴う国内市場の縮小」(46%程度)と回答した企業の割合が高い。
- 新たに海外需要の取り込みを行った地域について、「アジア大洋州」を回答した企業の割合(中国:58%程度、中国以外のアジア大洋州:79%程度)が高い中、「米国」(27%程度)や「欧州」(25%程度)も一定数みられる。

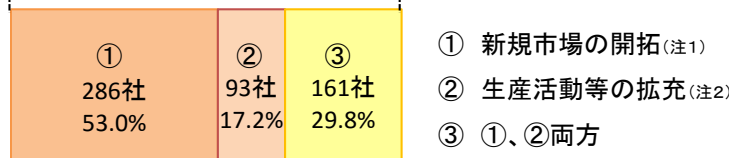
## (1) 海外需要の取り込みの状況

回答社数: 988社  
現在は行っていない  
17社  
1.7%

(1-1)  
リーマンショック後、  
新たに海外需要の  
取り込みを行った企業



(1-2)  
海外需要の  
取り込みの手段



(注1)これまで輸出を行っていなかった地域や、進出済の地域における新事業への参入のほか、海外における新たな客層(子育て世代、女性、高齢者等)をターゲットとした製品等の販売を含む。  
また、インバウンド需要の取り込みを含む。

(注2)海外での、製品の生産や商品の販売、サービスの提供等の体制の拡充。海外での委託生産を含む。

【① 新規市場の開拓の内容】 ※ 下記の他に企業からきかれた声については、p.5に記載。

- 日本酒の国内市場が縮小していることから、海外需要の取り込みを強化している。(東北・中小・食料品、中国・中小・食料品 他)
- インバウンド需要を取り込むため、宿泊設備への投資を進めた。(北海道・中小・宿泊、沖縄・中小・宿泊 他)

【② 生産活動等の拡充の内容】

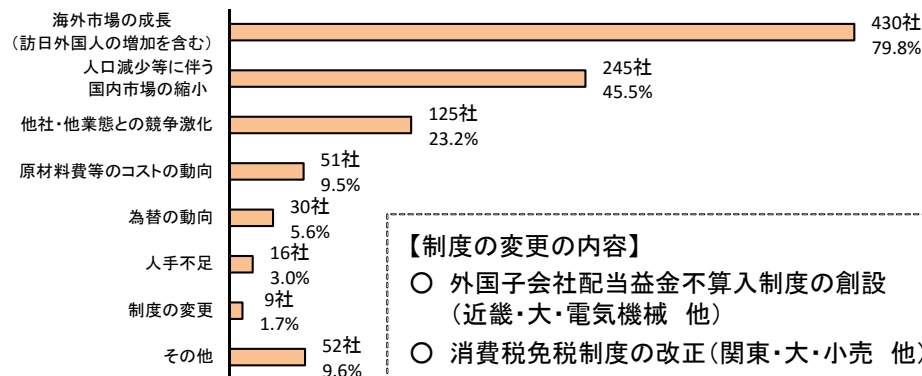
- 海外で販売・サービス拠点を拡充し、高機能製品の技術サポートや販売を進めた。(東海・大・生産用機械)

【海外需要の取り込みを行っていない理由】

- リーマンショック前から進出済みである。(東海・大・自動車、九州・大・生産用機械 他)
- インバウンドより、まずは地域のニーズに応えることが先決。(中国・中堅・小売 他)
- 輸送コストを考慮すると、海外市場には進出しづらい。(東北・大・電気機械 他)
- 現地当局の規制が厳しく、参入が困難。(北陸・中堅・化学 他)

## (2-1) 海外需要を取り込んだ背景(複数回答)(注3)

回答社数: 539社  
(未回答1社除く)



【制度の変更の内容】

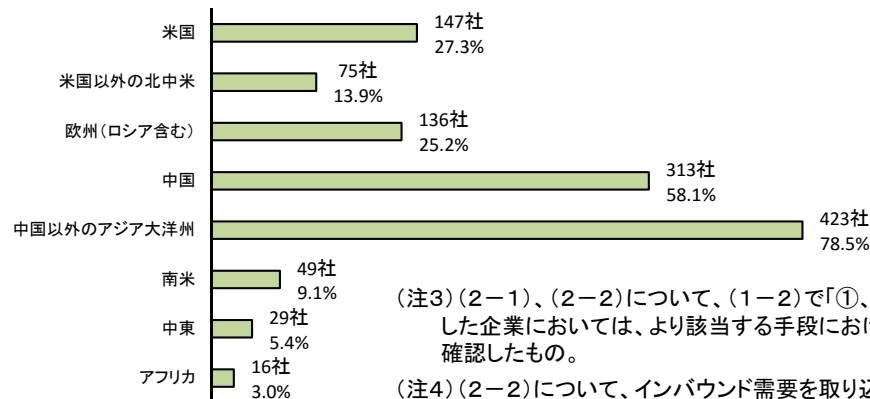
- 外国子会社配当益金不算入制度の創設(近畿・大・電気機械 他)
- 消費税免税制度の改正(関東・大・小売 他)

【その他の内容】

- 取引先金融機関からの紹介を受け、輸出を開始。(関東・中小・食料品)
- 自社製品が好評を博し、海外企業から引き合いがあったため。(四国・中小・生産用機械)

## (2-2) 海外需要の取り込みを行った地域(複数回答)(注3、4)

回答社数: 539社  
(未回答1社除く)



(注3) (2-1)、(2-2)について、(1-2)で「①、②両方」と回答した企業においては、より該当する手段における背景等を確認したものを。

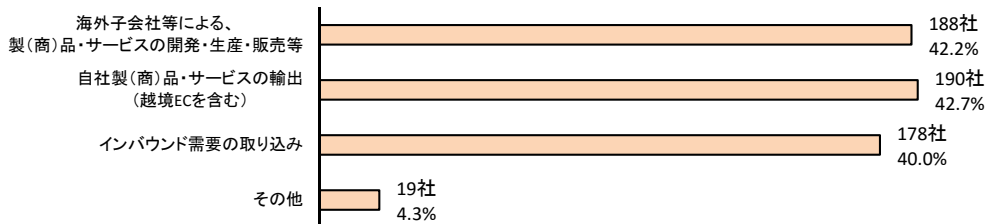
(注4) (2-2)について、インバウンド需要を取り込む場合は、対象顧客の国・地域を選択。

# 財務局調査による「海外需要の取り込みの動向」について ～現状②～

- 新規市場の開拓を通じた取組について、「製品等の開発・生産・販売等」や「製品等の輸出」、「インバウンド需要の取り込み」と回答した企業の割合は同程度となっており(40%～43%程度)、各取組により利益を得られた企業のうち、4分の3程度(71%程度)が、当該利益を国内に還元したと回答。また、還元策として「設備投資の実施」と回答した企業の割合が高く(57%程度)、賃金引上げ等の「従業員への還元」が続いた(31%程度)。
- 国内外での生産活動等のうち生産拠点について、海外では「新設・拡充した」と回答した企業が9割超となった(93%程度)。また、国内では「新設・拡充した」と回答した企業が2分の1程度(46%程度)となった一方、「縮小・閉鎖した」と回答した企業は1割弱(9%程度)にとどまった。
- 海外での生産活動等の拡充により生じたメリットが「有」と回答した企業のうち、「売上の増加」と回答した企業の割合が高く(81%程度)、このほか「原材料費等のコストの削減」(32%程度)や「人手の確保」(12%程度)と回答した企業もあった。

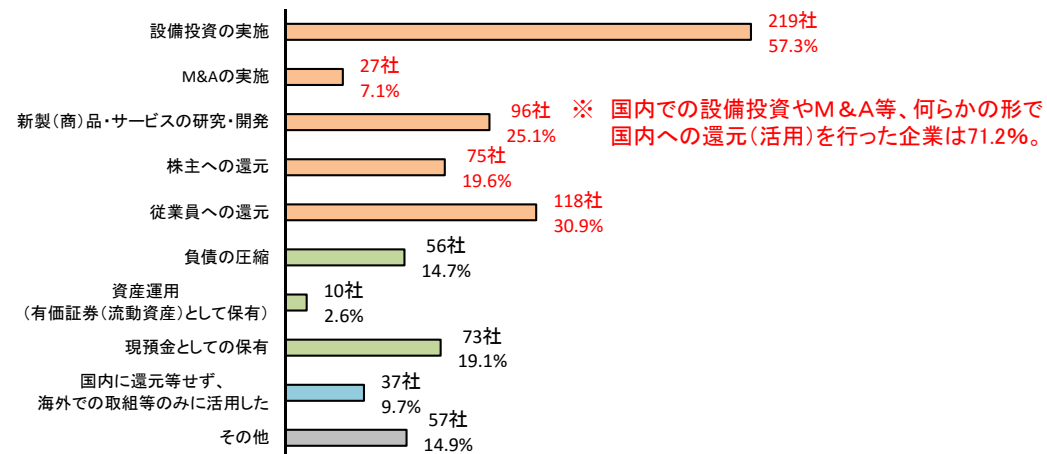
## (3-1) 新規市場の開拓を通じた取組(複数回答)

回答社数: 445社  
(未回答2社除く)



## (3-2) 新規市場の開拓により得られた利益の国内への還元(活用)策(複数回答)

回答社数: 382社  
(未回答及び得られた利益が無かった企業65社除く)

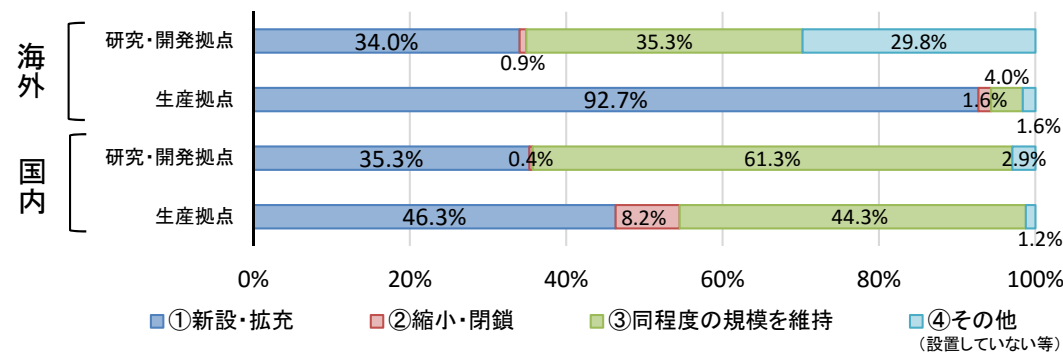


【還元(活用)策の内容】 ※ 下記の他に企業からきかれた声については、p.5に記載。

- 工場棟の増設や自動化設備の導入に活用。(中国・大・業務用機械 他)
- インバウンド需要の取り込みのため、免税カウンターの増設やキャッシュレス用レジの拡充等を実施。(東海・大・小売 他)
- 人手不足解消のため、新規採用の原資として活用。(福岡・中小・小売 他)

## (4-1) 国内外での生産活動等の拡充の状況

回答社数: 252社  
(未回答2社除く)

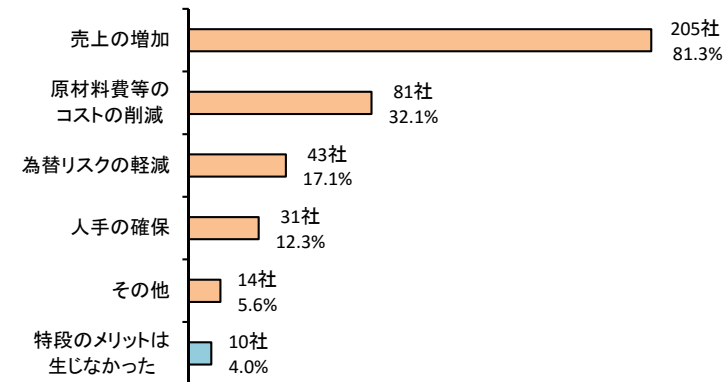


## (4-2) 海外での生産活動等の拡充により生じたメリット(複数回答)

回答社数: 252社  
(未回答2社除く)

何らかのメリット有  
242社(96.0%)

特段メリット無  
10社(4.0%)



【生じたメリットの内容】

- 国内と比べ液晶・半導体装置への投資が期待できる海外市場において、積極的な展開を行っており、売上高の50%以上を海外市場が占めるようになった。(中国・大・生産用機械)
- 関税コストの削減につながった。(中国・大・自動車 他)
- 出向させた社員が成長し、人材育成面のメリットがあった。(関東・中堅・食料品 他)

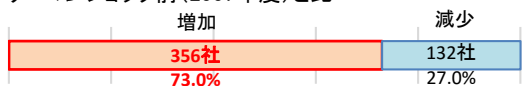
# 財務局調査による「海外需要の取り込みの動向」について ～企業収益の動向、今後の見通し等～

- 2017年度の企業収益(営業利益)が、リーマンショック前(2007年度)と比べ「増加した」と回答した企業の割合が高く(73%程度)、そのうち「売上高の増加」を要因として回答した企業の割合が高い(92%程度(「①売上高の増加」と「①、②両方」の合計))。具体的な取組でも、「既存事業の規模拡大」(78%程度)や「新製(商)品・サービスの開発」(31%程度)など、売上高の増加につながる取組を回答した企業の割合が高い。
- 米中貿易摩擦等の通商問題について、現時点において「影響は無い」と回答した企業の割合が高い(82%程度)。また、「影響有り」と回答した企業も一定数(18%程度)みられる中、そのうち半数弱の企業(43%程度)が「すでに何らかの対応策を講じた」と回答。
- 今後の海外需要の取り込みについて、「強化する」と回答した企業の割合が高い(69%程度)。また、懸念事項が「有」と回答した企業の割合が高く(90%程度)、そのうち「海外の動向」を懸念事項として回答した企業の割合が高い(通商問題以外の海外の動向:40%程度 等)。

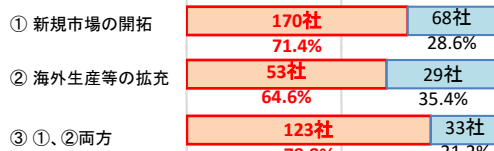
## (5-1) 企業収益の動向

回答社数:488社  
(未回答及び不明と回答した企業69社除く)

新たに海外需要を取り込んだ企業において、2017年度の営業利益は、リーマンショック前(2007年度)と比べ

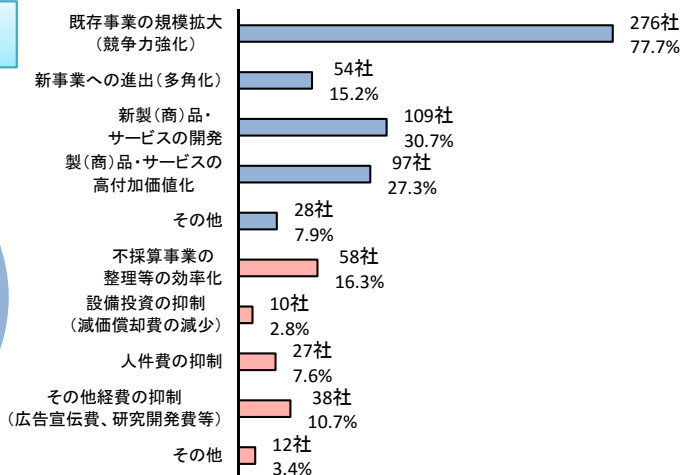
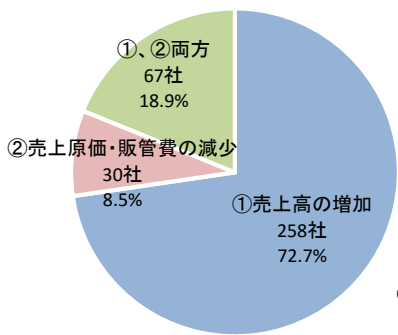


<手段別>



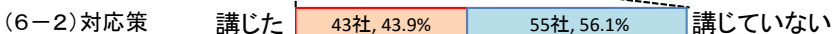
## (5-2) 増加の要因等

回答社数:355社(未回答1社除く)



## (6) 通商問題(米中貿易摩擦等)の影響

回答社数:539社  
(未回答18社除く)

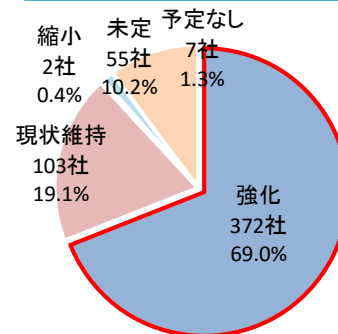


【対応策の内容】※ 下記の他に企業からきかれた声については、p.5に記載。

- 中国から生産拠点を国内や他国へ転移。(関東・大・繊維、東海・大・電気機械 他)
- 価格転嫁を検討。(関東・大・自動車、近畿・大・食品 他)

## (7-1) 今後の海外需要の取り込み(見通し)

回答社数:539社  
(未回答18社除く)



### 【強化する理由】

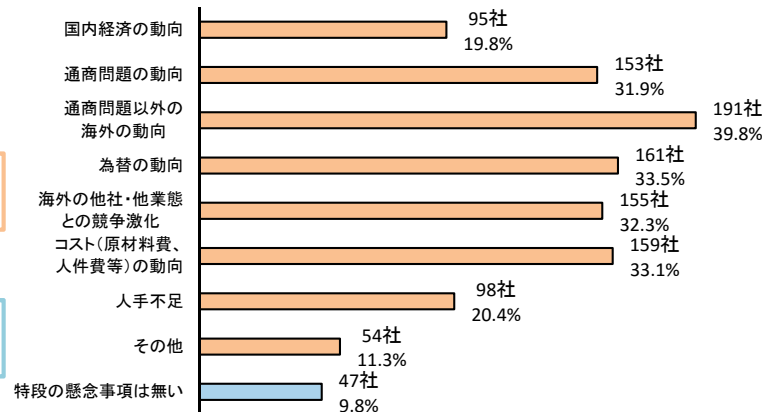
- 新興国を中心に長期的な市場の拡大が見込まれるため。(東海・大・自動車、近畿・大・化学 他)
- インバウンド需要が増加傾向にあるため。(近畿・大・小売、沖縄・大・宿泊 他)
- 現地での生産能力増強投資を積極的に行い、積極的に拡販を行える環境が整ったため。(中国・大・化学)
- 海外向け製品の生産を増やし、工場の稼働率を上げるため(大量生産によるコスト減少)。(沖縄・中堅・食品)

## (7-2) 今後の海外需要の取り込み(懸念事項)(複数回答)

回答社数:480社  
(未回答4社除く)

懸念事項有  
433社(90.2%)

懸念事項無  
47社(9.8%)



### 【懸念事項への対応策】

- 新製品の開発やアライアンスによる事業強化を図る。(中国・大・生産用機械 他)
- 事業の拡大によるポートフォリオの分散を図る。(関東・大・リース業 他)

(注1) (5-1)~(7-1)について、(1-1)で「行っている」または「現在は行っていない」と回答した企業を対象としている。  
(注2) (7-2)について、(注1)に加え、(7-1)で「未定」以外と回答した企業を対象としている。

# <参考>財務局調査による「海外需要の取り込みの動向」について ～企業の声～

## 海外需要の取り込みの手段

### 【① 新規市場の開拓の内容】

- 将来的に少子高齢化により日本国内市場が縮小していくことが見込まれる中、事業規模の維持・拡大の観点から、欧米や中国等への海外展開のほか、将来成長性の高い新興国などへの海外市場の開拓を実施している。(近畿・大・化学)
- 国内市場では飲食店が飽和状態であることに加え、人口減少の傾向にあるため、海外に店舗進出(北陸・大・飲食サービス)

### 【② 生産活動等の拡充の内容】

- 海外工場の新設などで海外顧客の要求にタイムリーに応じることが出来、受注獲得に繋がっている。(福岡・大・情報通信機械)

## 通商問題(米中貿易摩擦等)の影響

- 米中貿易摩擦の影響を懸念した企業が設備投資に慎重になっているため、当社への受注が減少している。(北陸・大・情報通信機械 他)
- 中国企業におけるスマートフォン、車載向け工作機械への投資が好調であったところ、米中貿易摩擦により受注が減少している。(福岡・大・生産用機械 他)
- 中国市場での自動車販売が減少し、自社製品の売上に影響が生じている。(東海・大・自動車)
- 中国で生産し、米国に輸出する車載機器等に対し追加関税が課せられ、中国拠点からの輸出コストが増加した。(近畿・大・電気機械)
- 主原料である古紙について、中国が輸入先を米国から日本へ切り替えたため、仕入コストが増加した。(四国・中小・紙)

## 今後の海外需要の取り込みに当たっての懸念事項

- 英国のEU離脱により、英国内の経済状況の悪化や為替相場の変動、金利上昇、失業率の増加等による影響が懸念される。(関東・大・リース 他)
- 当社の主要進出先である中国において、政策変更や各種規制の動向を注視。(福岡・大・窯業)
- 品質・技術に対するキャッチアップのスピードが中国をはじめ加速しており、付加価値を得る前に汎用化や価格競争となるリスクが高まっている。(関東・大・繊維)
- 海外進出先における商習慣の違いや法律、規則等の動向に注視。(関東・大・不動産 他)
- 海外の同業他社において、技術力や価格競争力が向上し、競合が激化している。(東北・中小・生産用機械 他)
- 海外の生産拠点(インドネシア、中国)の労務費が上昇している。(東海・大・その他製造)
- 語学力をはじめ、海外展開ビジネスに精通している人材の確保が課題。(関東・大・不動産 他)
- 台風や地震等の自然災害の発生による、インバウンド需要の減少。(北陸・中小・宿泊 他)

## 新規市場の開拓により得られた利益の国内への還元(活用)策

- 人手不足対応として、セルフレジや検品システムの導入等の省力化投資を実施。(近畿・大・小売 他)
- インバウンドが多い地域への新規出店を実施。(近畿・中小・小売 他)
- 持続的な成長を図るため、M&Aによる事業領域の拡大に取り組んでいる。(東北・大・卸売 他)
- 研究開発により、新製品の開発に取り組んでいる。(福岡・中堅・化学 他)
- 従業員に対し、賃金の引上げや賞与として還元。(中国・中小・食料品 他)
- 負債を圧縮し、財務内容の改善を行った。(中国・大・生産用機械 他)

## 通商問題(米中貿易摩擦等)への対応策

- 出来る範囲の経営努力でコスト圧縮を図り、中国から他地域へ生産を移すことで関税の影響を最小化していくが、カバーしきれない部分は販売価格に転嫁せざるを得ない。(近畿・大・電気機械 他)
- 米国の子会社から中国へ輸出していた商品について、第三国から中国への輸出に切り替え対応。(関東・大・卸売)
- 鉄鋼・アルミの現地(北米)調達を図った。(東海・大・その他輸送機械)
- 能力増強投資を延期した。(近畿・大・化学)
- 米国での人材採用や販促活動を強化し、景気に関わらず安定的な成長が見込める新規顧客の開拓活動を推進。(関東・大・業務用機械)
- 中国以外の地域(インド、米国等)での販促に取り組んでいる。(東海・中堅・生産用機械)

# <参考>財務局調査による「海外需要の取り込みの動向」について ～規模別～

## 規模別

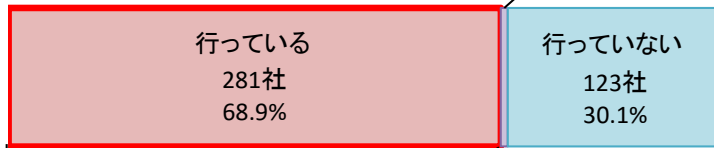
### 大企業

#### (1) 海外需要の取り込みの状況

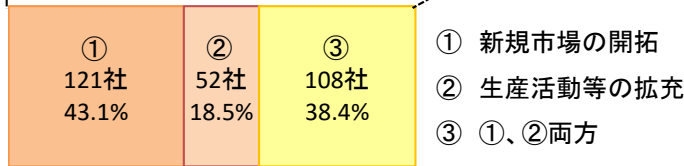
回答社数: 408社

現在は  
行っていない  
4社  
1.0%

(1-1) リーマンショック後、新たに海外需要の取り込みを行った企業

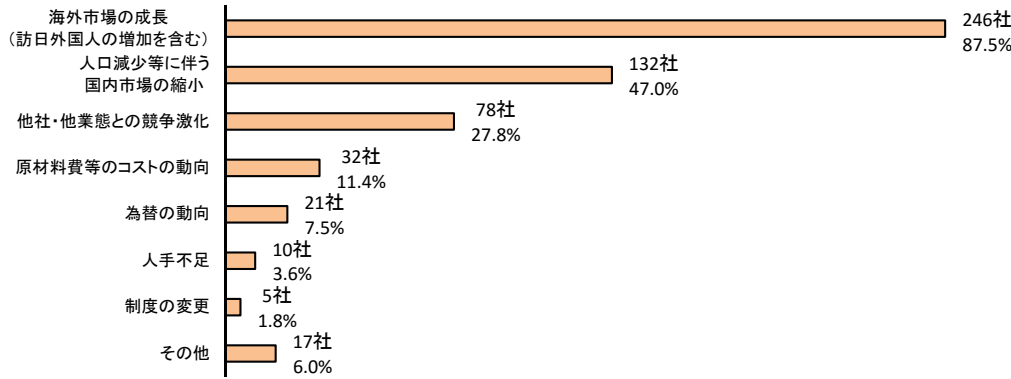


(1-2) 海外需要の取り込みの手段



#### (2) 海外需要を取り込んだ背景(複数回答)

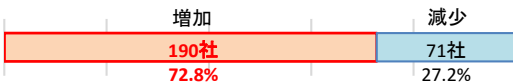
回答社数: 281社



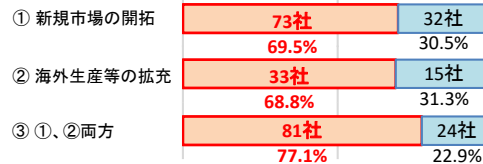
#### (3) 企業収益の動向

回答社数: 261社  
(未回答及び不明と回答した企業24社除く)

新たに海外需要を取り込んだ企業において、2017年度の営業利益は、リーマンショック前(2007年度)と比べ



<手段別>



#### (4) 通商問題(米中貿易摩擦等)の影響

回答社数: 279社  
(未回答6社除く)

(4-1) 現時点における影響の有無



(4-2) 対応策 講じた 36社 (53.7%) 講じていない 31社 (46.3%)

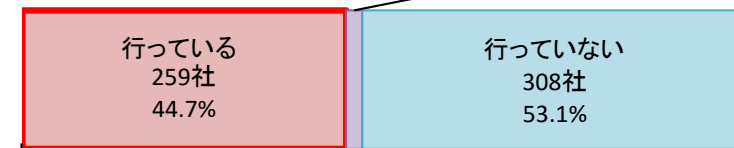
### 中堅・中小企業

#### (1) 海外需要の取り込みの状況

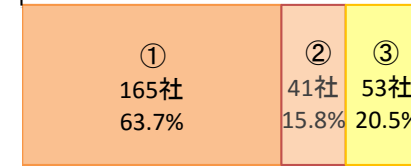
回答社数: 580社

現在は  
行っていない  
13社  
2.2%

(1-1) リーマンショック後、新たに海外需要の取り込みを行った企業

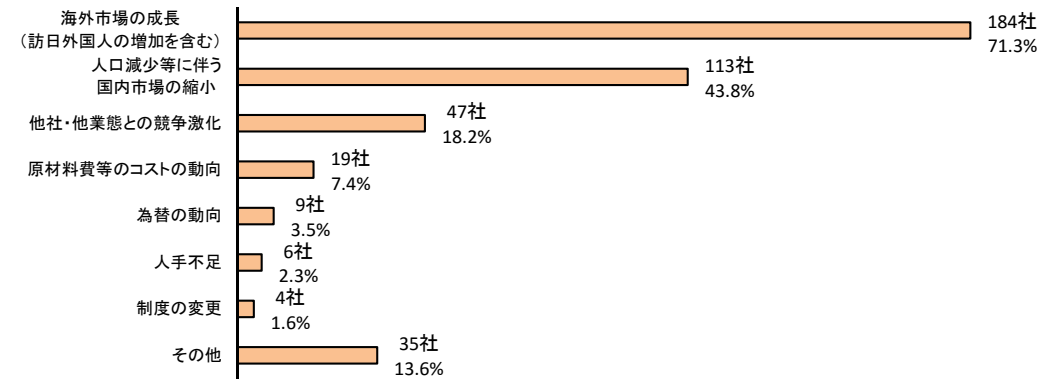


(1-2) 海外需要の取り込みの手段



#### (2) 海外需要を取り込んだ背景(複数回答)

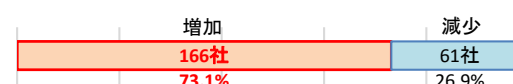
回答社数: 258社  
(未回答1社除く)



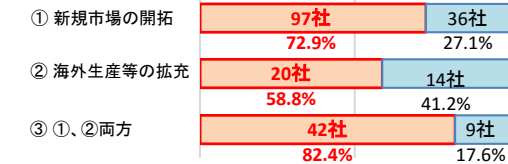
#### (3) 企業収益の動向

回答社数: 227社  
(未回答及び不明と回答した企業45社除く)

新たに海外需要を取り込んだ企業において、2017年度の営業利益は、リーマンショック前(2007年度)と比べ



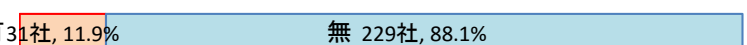
<手段別>



#### (4) 通商問題(米中貿易摩擦等)の影響

回答社数: 260社  
(未回答12社除く)

(4-1) 現時点における影響の有無



(4-2) 対応策 講じた 7社 (22.6%) 講じていない 24社 (77.4%)

# <参考>財務局調査による「海外需要の取り込みの動向」について ～業種別～

業種別

製造業

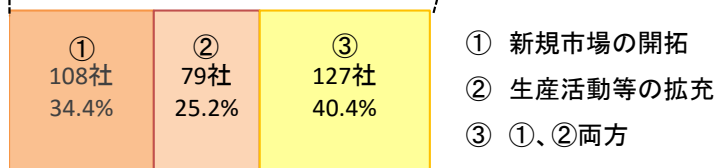
## (1) 海外需要の取り込みの状況

回答社数: 516社  
現在は行っていない 7社 1.4%

(1-1) リーマンショック後、新たに海外需要の取り込みを行った企業

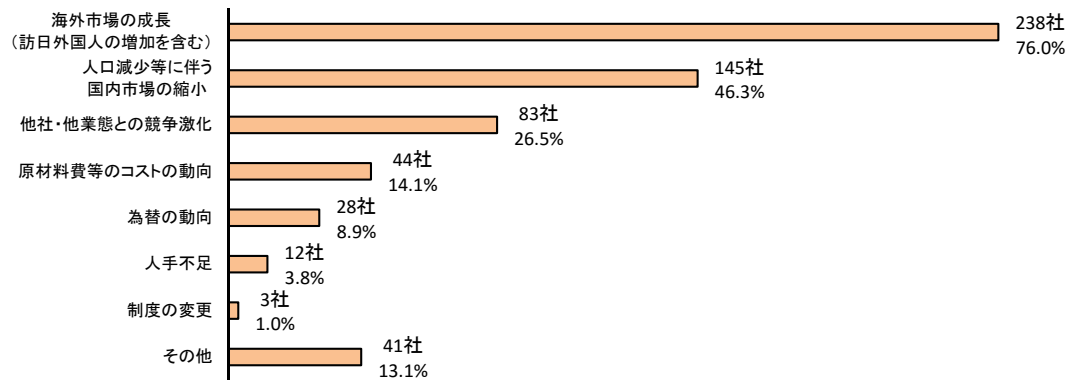


(1-2) 海外需要の取り込みの手段



## (2) 海外需要を取り込んだ背景(複数回答)

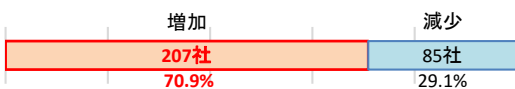
回答社数: 313社 (未回答1社除く)



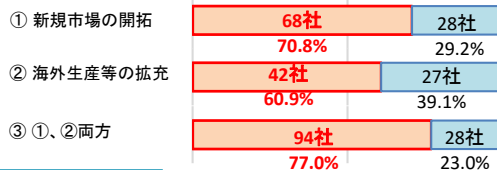
## (3) 企業収益の動向

回答社数: 292社 (未回答及び不明と回答した企業29社除く)

新たに海外需要を取り込んだ企業において、2017年度の営業利益は、リーマンショック前(2007年度)と比べ



<手段別>



## (4) 通商問題(米中貿易摩擦等)の影響

回答社数: 309社 (未回答12社除く)

(4-1) 現時点における影響の有無



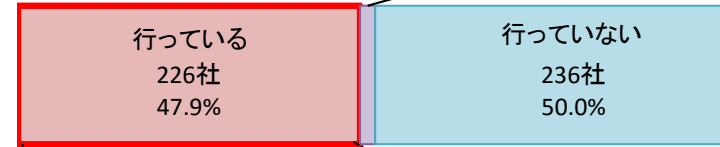
(4-2) 対応策 講じた 39社 (44.8%) 講じていない 48社 (55.2%)

非製造業

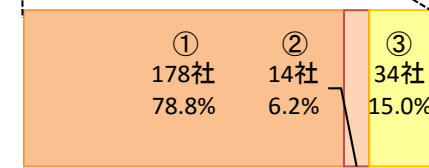
## (1) 海外需要の取り込みの状況

回答社数: 472社  
現在は行っていない 10社 2.1%

(1-1) リーマンショック後、新たに海外需要の取り込みを行った企業

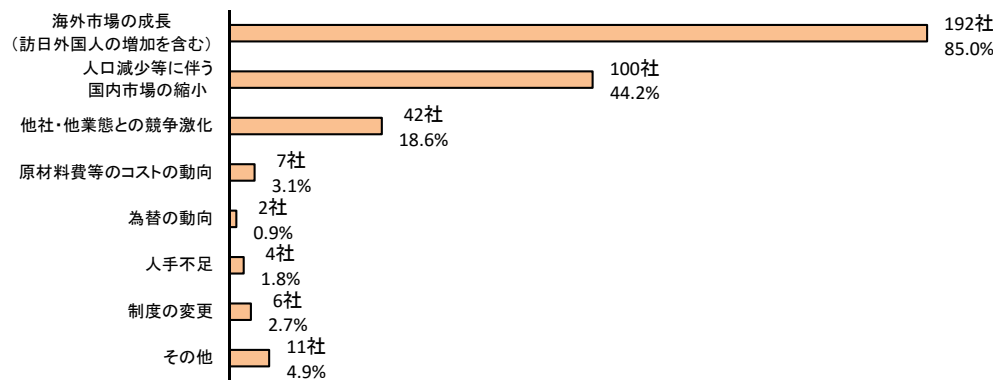


(1-2) 海外需要の取り込みの手段



## (2) 海外需要を取り込んだ背景(複数回答)

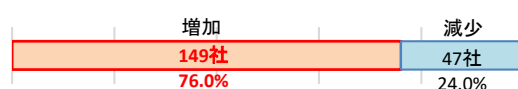
回答社数: 226社



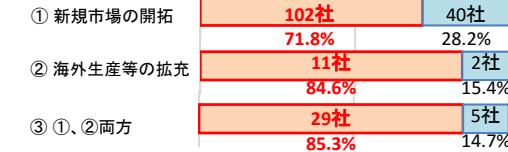
## (3) 企業収益の動向

回答社数: 196社 (未回答及び不明と回答した企業40社除く)

新たに海外需要を取り込んだ企業において、2017年度の営業利益は、リーマンショック前(2007年度)と比べ



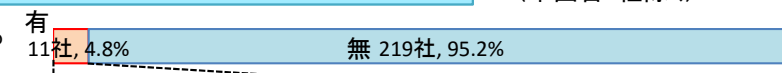
<手段別>



## (4) 通商問題(米中貿易摩擦等)の影響

回答社数: 230社 (未回答6社除く)

(4-1) 現時点における影響の有無



(4-2) 対応策 講じた 4社 (36.4%) 講じていない 7社 (63.6%)



問い合わせ先

財務省大臣官房総合政策課

東京都千代田区霞が関3丁目1番1号

TEL. 03-3581-4111 (内線)2252, 2225

財務省ホームページアドレス <https://www.mof.go.jp/>