

令和7年度 埼玉県内企業に対する海外ビジネス意向調査結果

●調査結果の概要

県内企業に対する海外ビジネス展開支援策を検討するため、令和7年12月から令和8年1月において、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が、県内企業の実態やニーズを把握する調査を実施しました。

調査はウェブアンケートにより行い、海外ビジネスの展開状況や課題、今後の展開意向、支援機関の利用状況、支援ニーズなどについて、307社から回答をいただきました。

1 県内企業の海外ビジネスについて ～6割が「拡大意向」～

- 今後の海外ビジネスの展望については、60.0%の企業が「海外ビジネスを拡大したい」と回答し、高い意欲が示された。一方で、「これまでと変わらない(海外ビジネスの継続)」と回答する企業が25.1%であり、現状維持を検討する企業も多いことが伺えた。
- 「海外ビジネスを拡大したい」企業については、「直接輸出(自社で輸出)」が77.5%と最も多く、次いで「間接輸出(商社等経由)」(50.4%)、「販売委託」(34.9%)であり、貿易(輸出)による海外ビジネスの拡大を考えている企業が多い。
- 海外ビジネスを行う上での課題については、「現地ビジネスパートナーの確保・関係維持」(58.1%)が最も多く、次いで「現地での販路開拓・拡大」(57.7%)、「現地市場に関する情報収集、ニーズ把握」(47.9%)などの回答が多かった。
- 海外ビジネスに関して、行政に期待する支援策としては、「情報収集、相談」(58.0%)、「市場動向調査」(42.7%)、「ビジネスマッチング」(37.8%)などの回答が多かった。

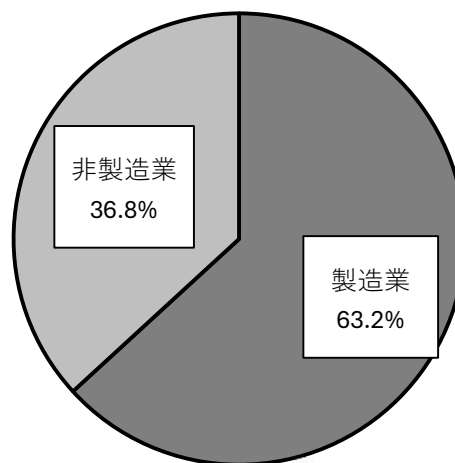
2 外部機関等からの支援について ～6割超が「受けていない」～

- 海外現地における外部機関等からの支援を「受けていない」が62.8%であり、次いで「ジェトロ現地事務所」が25.1%、「金融機関」が11.2%、「民間コンサルタント業者」が11.2%であった。
- 外部機関等からの支援を受けている場合、支援内容は「情報収集、相談」が90.0%と最も多い。次いで「市場動向調査」が48.8%、「ビジネスマッチング」が38.8%、「展示会への出展支援」が31.3%と続く。

回答企業について

【業種（当てはまるもの一つ）】

	業種	件数	割合
製造業	食料品・飲料	23	7.5%
	繊維	6	2.0%
	パルプ・紙	3	1.0%
	印刷	2	0.7%
	化学工業	6	2.0%
	石油製品	0	0.0%
	プラスチック製品	12	3.9%
	ゴム製品	1	0.3%
	鉄鋼	1	0.3%
	非鉄金属	10	3.3%
	金属製品	33	10.7%
	生産用機械	11	3.6%
	業務用機械	10	3.3%
	電子部品・デバイス	9	2.9%
	電気機械	16	5.2%
	情報通信機械	1	0.3%
	輸送用機械	8	2.6%
	その他製造業	42	13.7%
	小計	194	63.2%
	非製造業	卸売業	69
小売業		17	5.5%
飲食店		4	1.3%
その他非製造業		23	7.5%
小計		113	36.8%
	合計	307	100.0%



(N=307)

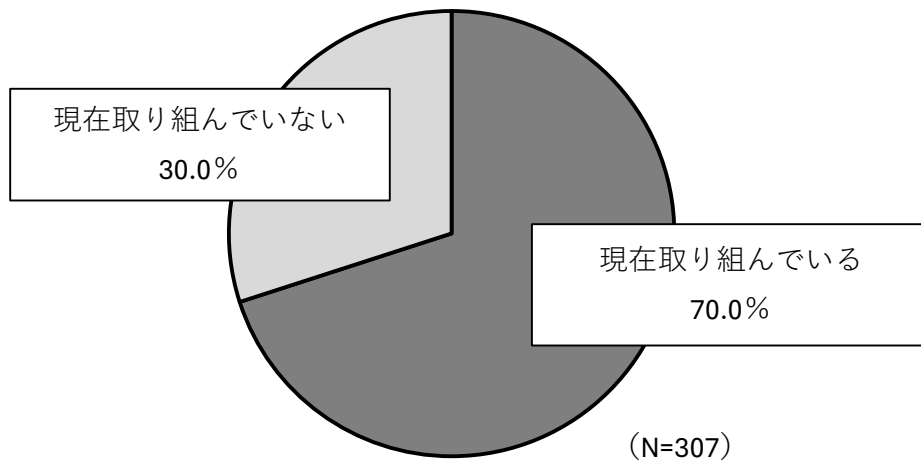
アンケート送付数	3,783
回答企業数	307

(回答率 8.1%)

●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。

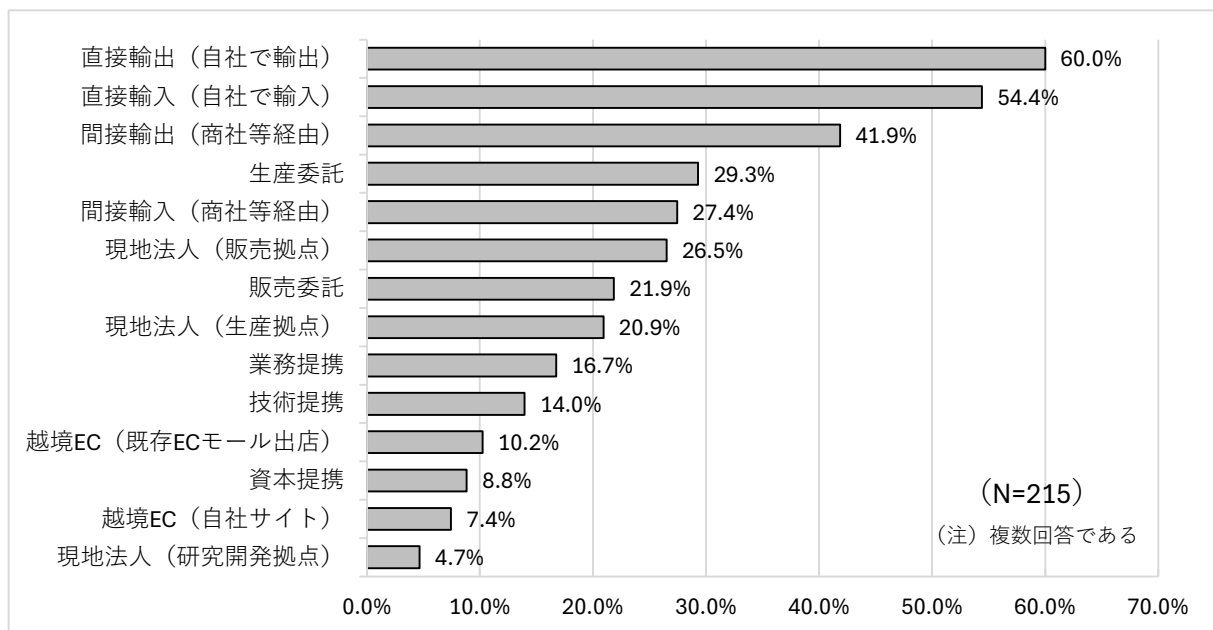
- 回答企業 307 社のうち、「現在取り組んでいる」が 70.0%である。



問 2～問 7 は、問 1 で海外ビジネスに「現在取り組んでいる」と回答した企業を対象とした設問です。

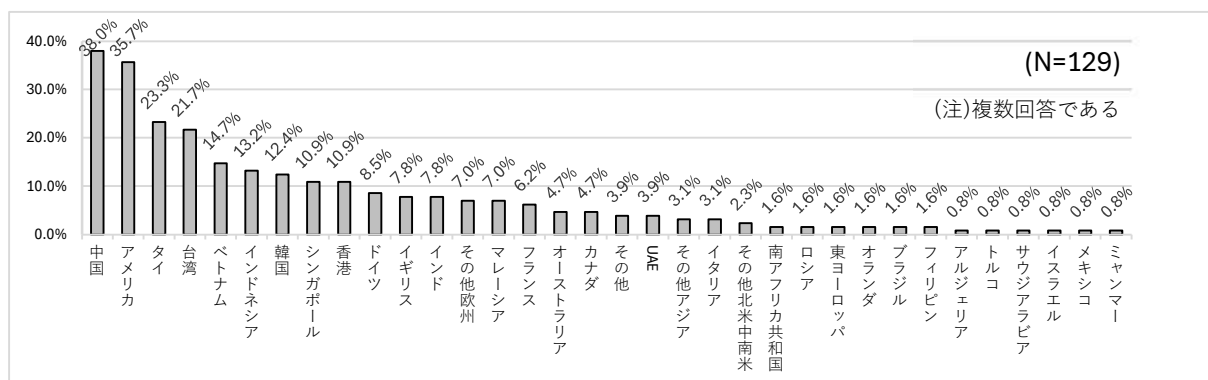
問 2-1. 貴社が現在取り組んでいる海外ビジネスについて教えてください。

- 「直接輸出（自社で輸出）」が 60.0%ともっとも多い。次いで「直接輸入（自社で輸入）」が 54.4%、「間接輸出（商社等経由）」が 41.9%と多く、貿易での海外ビジネスが多数を占めている。



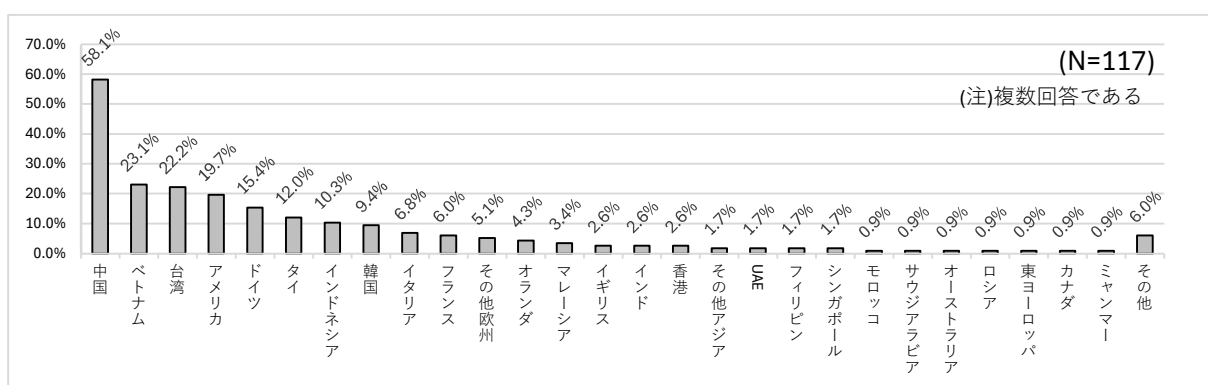
(問 2-1 で「直接輸出 (自社で輸出)」と回答した企業の対象国・地域)

・「中国」が 38.0%と最も多く、次いで「アメリカ」が 35.7%が多い。



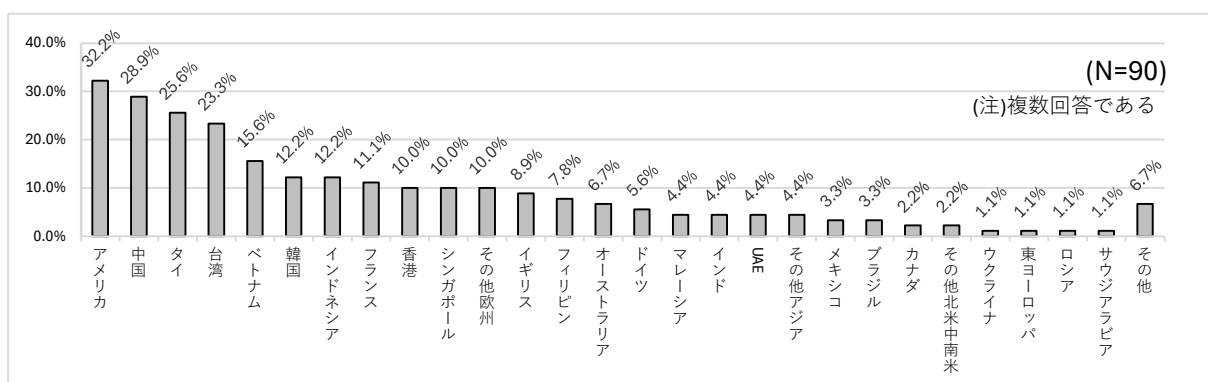
(問 2-1 で「直接輸入 (自社で輸入)」と回答した企業の対象国・地域)

・「中国」が 58.1%で際立って多い。



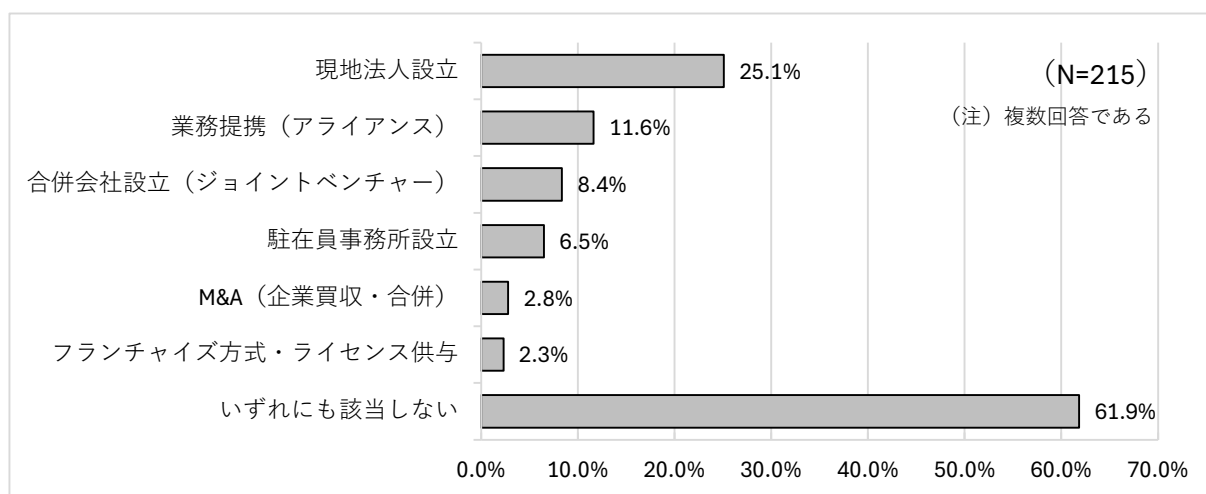
(問 2-1 で「間接輸出 (商社等経由)」と回答した企業の対象国・地域)

・「アメリカ」が 32.2%と最も多く、次いで「中国」が 28.9%、「タイ」が 25.6%である。



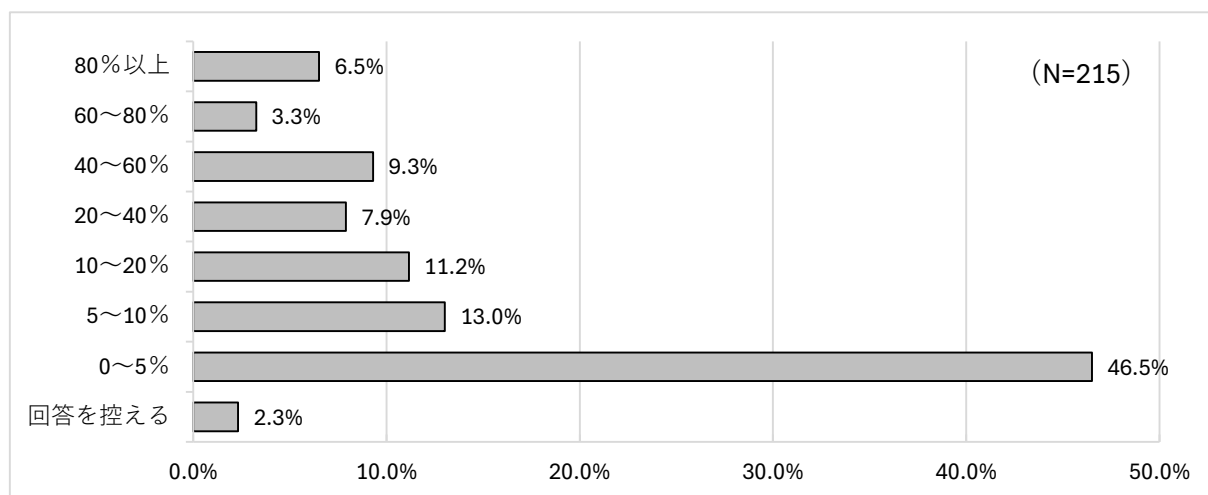
問 2-2. 問 2-1 でご回答いただいた「貴社が現在取り組んでいる海外ビジネス」について、投資の手段を教えてください。

- 「現在海外ビジネスに取り組んでいる」と答えた企業のうち約 1/4 が、「現地法人設立」に取り組んでいる。



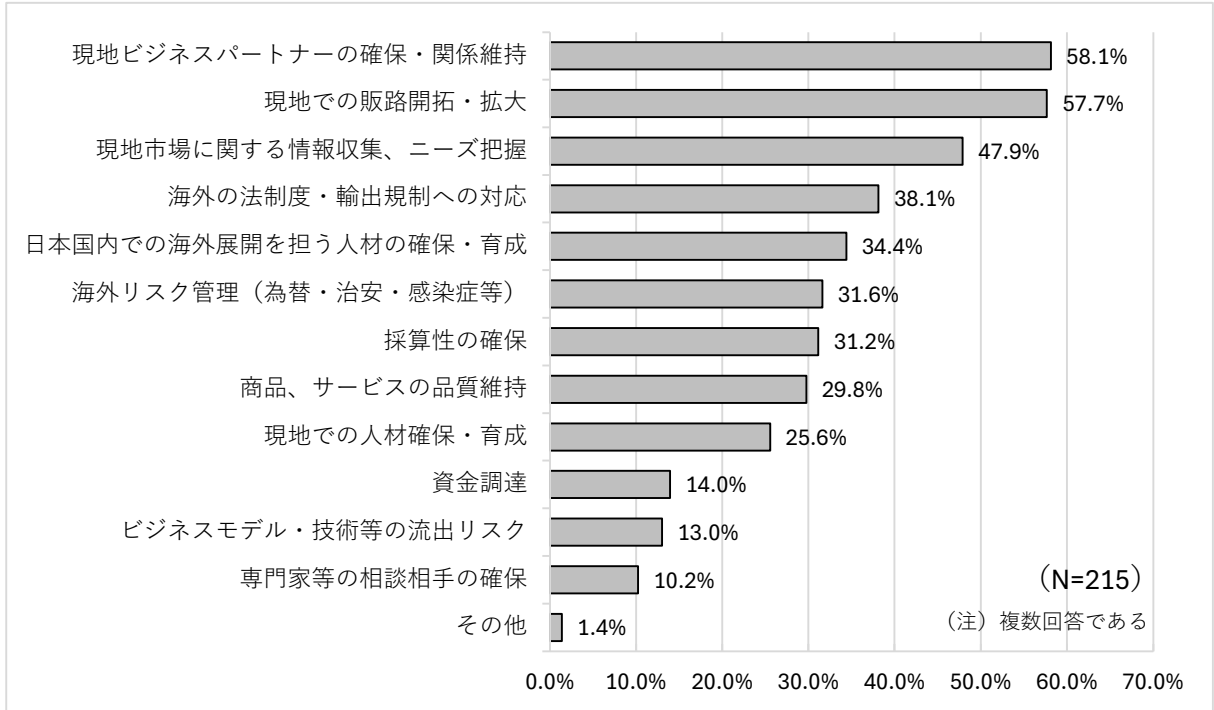
問 2-3. 貴社の海外売上比率を教えてください。

- 「0~5%」が 46.5%と最も多く、次いで「5~10%」が 13.0%、「10~20%」が 11.2%と多い。



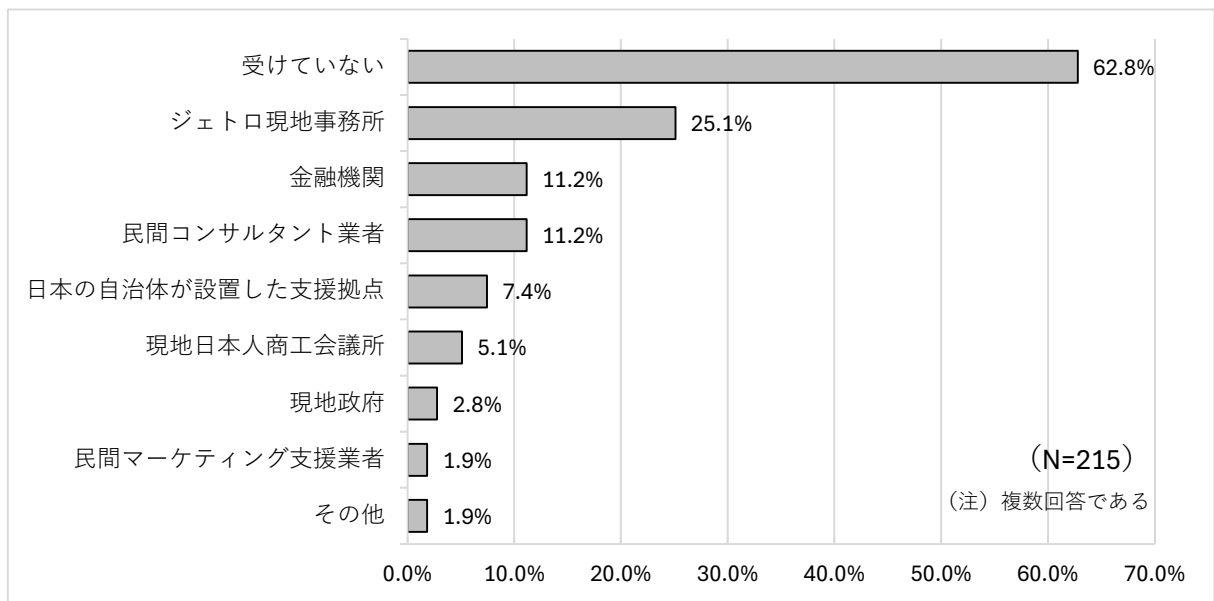
問 3. 貴社が海外ビジネスを行う上での課題を教えてください。

- ・「現地ビジネスパートナーの確保・関係維持」が58.1%と最も多く、次いで「現地での販路開拓・拡大」が57.7%、「現地市場に関する情報収集、ニーズ把握」が47.9%と多い。



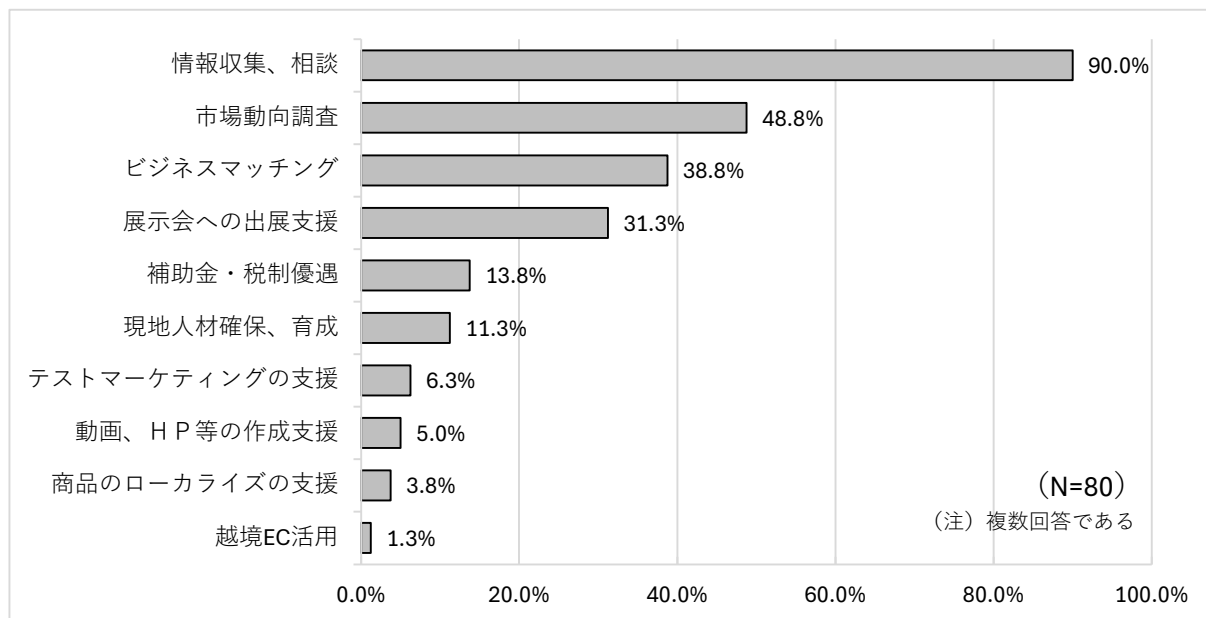
問 4-1. 貴社が海外ビジネスを行う上で、現地において外部機関等から支援を受けていれば、その機関の種類を教えてください。

- ・6割以上が「受けていない」と回答した。支援を受けている機関としては、「ジェットロ現地事務所」が25.1%でもっとも多い。



問 4-2. 問 4-1 で選択した現地の機関から、どのような支援・サポートを受けているか教えてください。

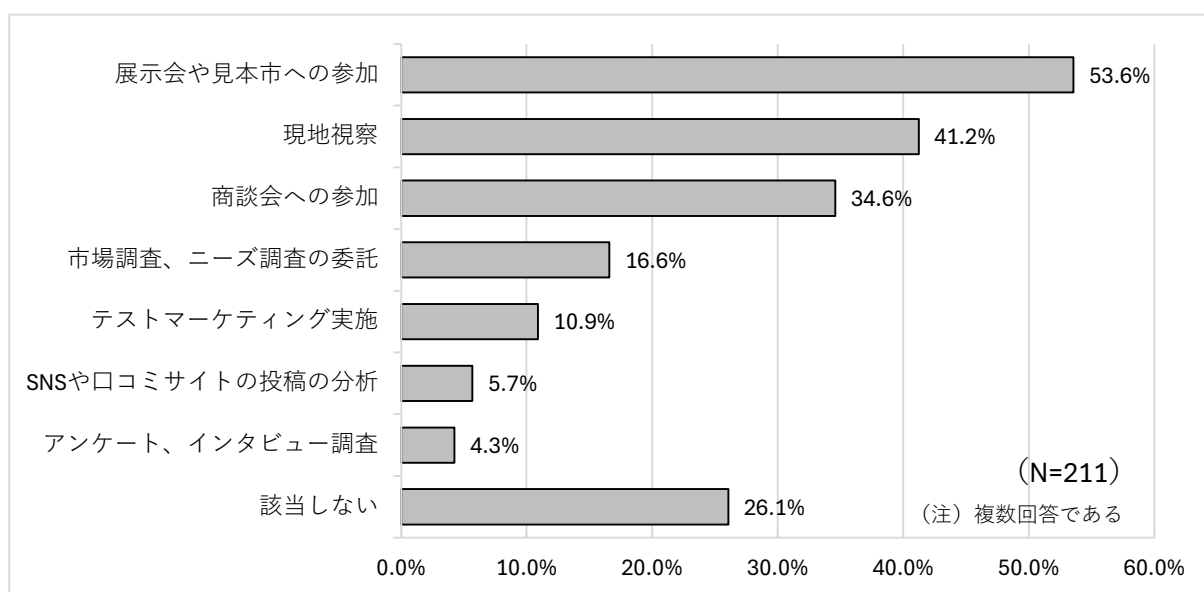
- 「情報収集、相談」が90.0%と際立って多い。次いで「市場動向調査」が48.8%、「ビジネスマッチング」が38.8%と続く。



問 5. マーケットイン視点に基づく輸出のため、貴社が現在取組んでいる手法や関心がある手法があれば教えてください。

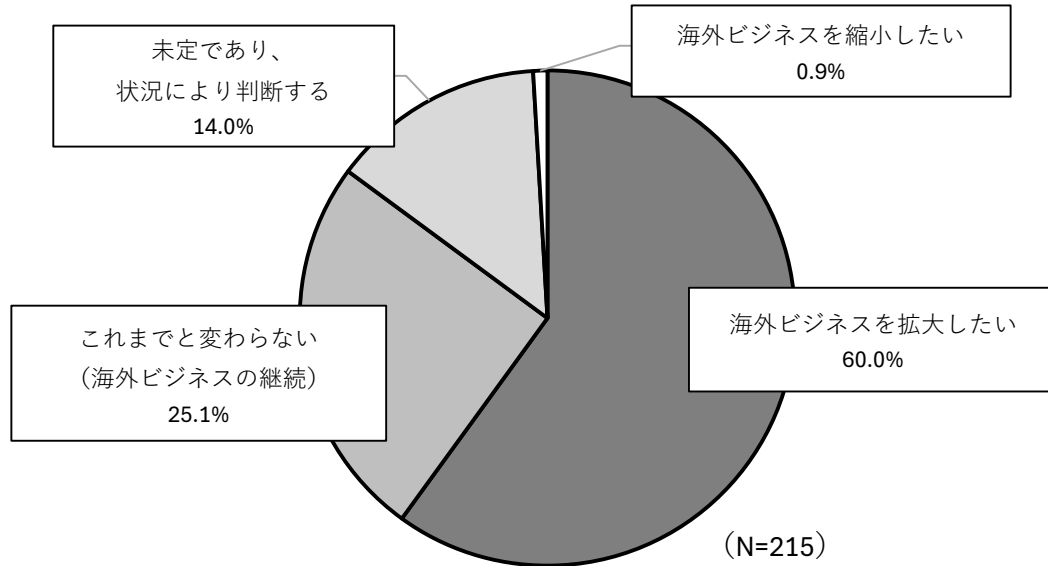
* マーケットイン：市場や顧客の視点に立って商品の開発を行うこと。

- 「展示会や見本市への参加」が53.6%と最も多い。次いで、「現地視察」41.2%、「商談会への参加」34.6%と多い。



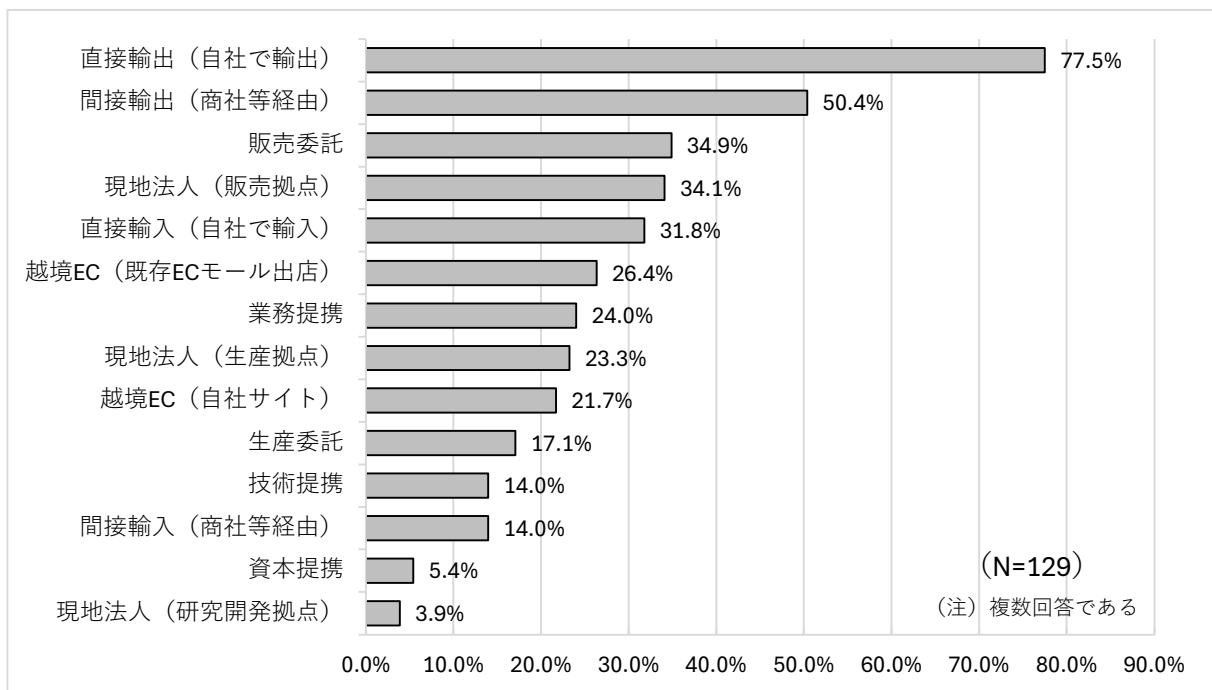
問 6. 今後の海外ビジネスに対する意向について教えてください。

・「海外ビジネスを拡大したい」が60.0%であり、海外ビジネスに対する高い意欲が示された。



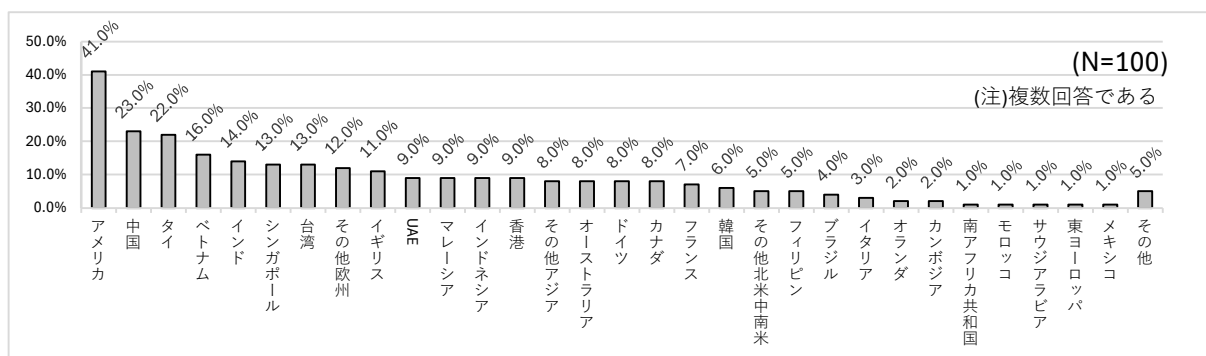
問 7. 今後、どのようなビジネス形態でどこの国・地域へ拡大していきたいか教えてください。(問6で「海外ビジネスを拡大したい」と回答した企業)

・「直接輸出 (自社で輸出)」が77.5%と最も多く、次いで「間接輸出 (商社等経由)」が50.4%、「販売委託」が34.9%と続き、貿易 (輸出) による海外ビジネスの拡大を考えている企業が多い。



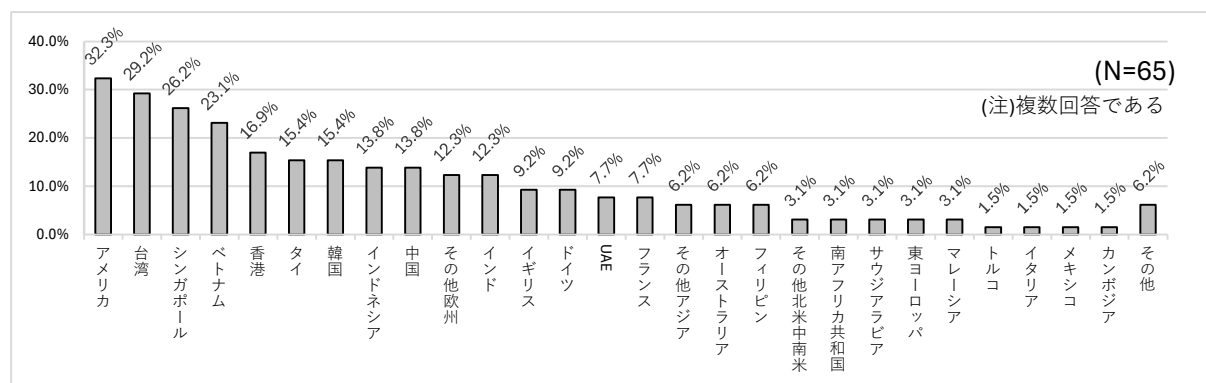
(問7で「直接輸出(自社で輸出)」と回答した企業の対象国・地域

・「アメリカ」が41.0%で最も多い。次いで「中国」が23.0%で続く。



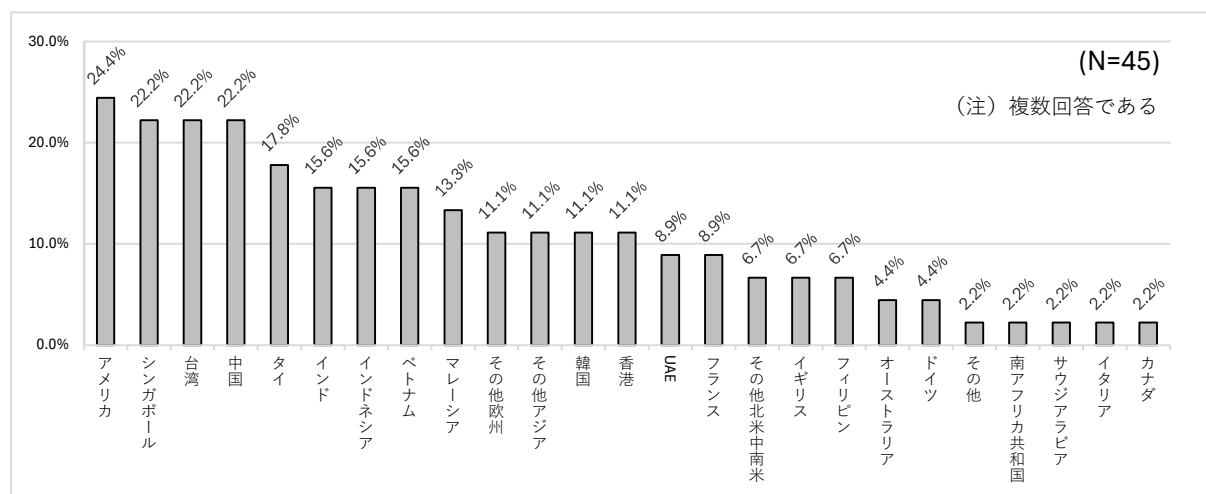
(問7で「間接輸出(商社等経由)」と回答した企業の対象国・地域

・「アメリカ」が32.3%と最も多く、次いで「台湾」が29.2%で続く。



(問7で「販売委託」と回答した企業の対象国・地域

・「アメリカ」が24.4%でもっとも多く、次いで「シンガポール」、「台湾」、「中国」がそれぞれ回答の約2割で上位を占めている。

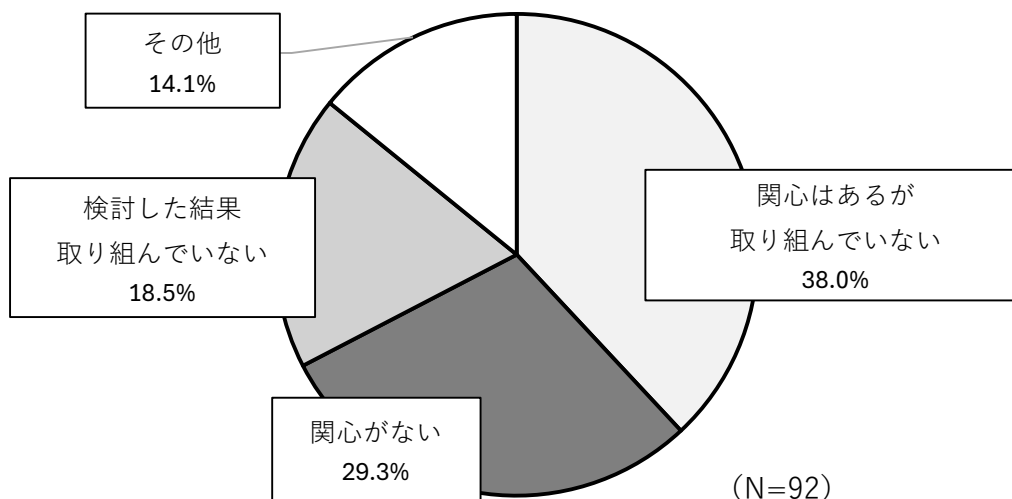


問8～問11は、問1で海外ビジネスに「現在取り組んでいない」と回答した企業を対象とした設問です。

●海外ビジネスに取り組んでいない理由について

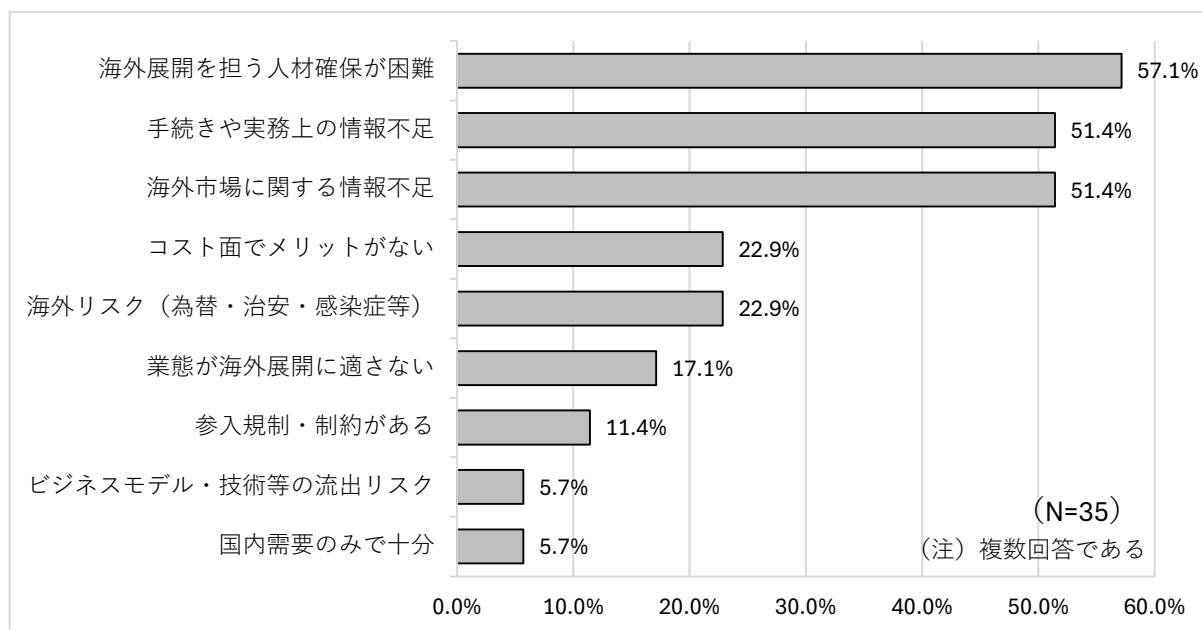
問8. 現状の詳細と取り組んでいない理由を教えてください。

- ・「関心はあるが取り組んでいない」が38.0%で最も多く、次いで「関心がない」が29.3%である。



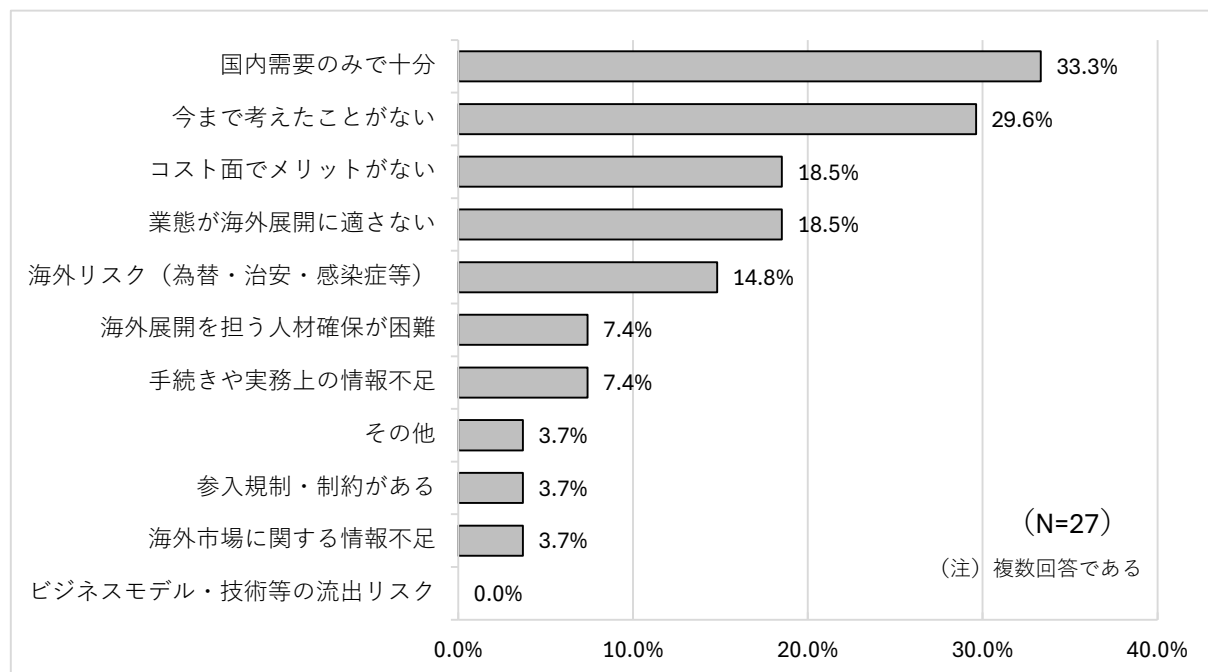
(問8で「関心はあるが取り組んでいない」と回答した理由)

- ・「海外展開を担う人材確保が困難」が57.1%、「手続きや実務上の情報不足」及び「海外市場に関する情報不足」が51.4%と、回答の上位を占めている。



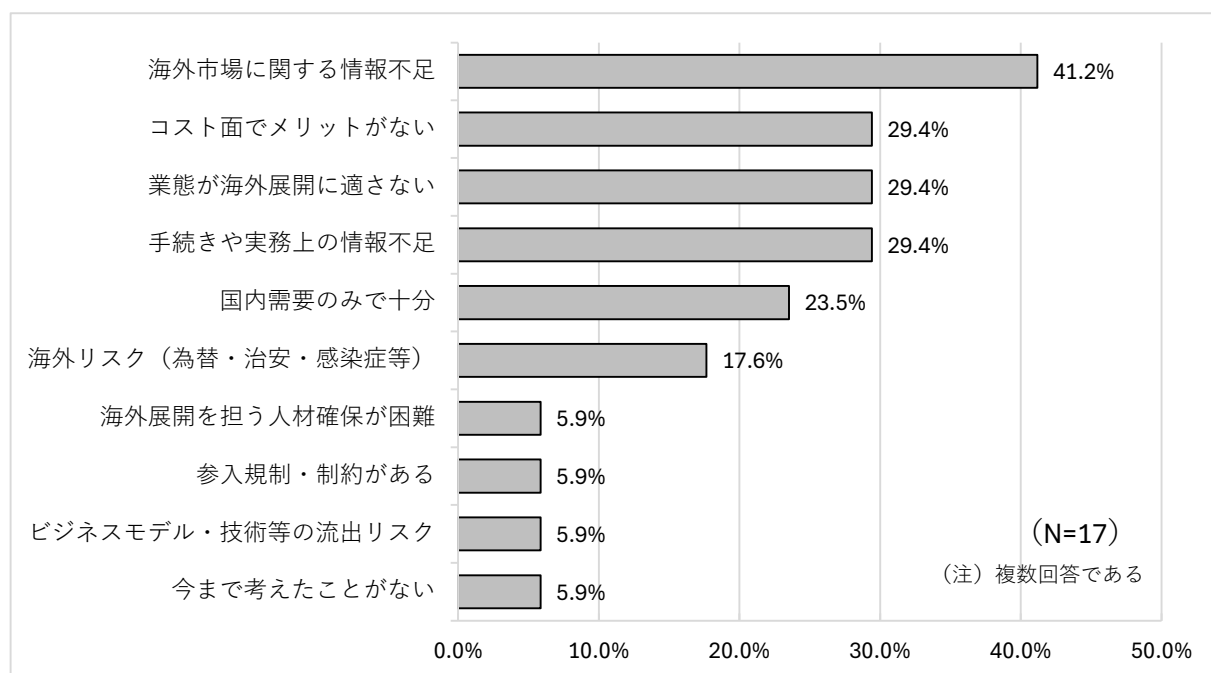
(問 8 で「関心がない」と回答した理由)

・「国内需要のみで十分」が 33.3%で最も多く、次いで「今まで考えたことがない」が 29.6%と続く。



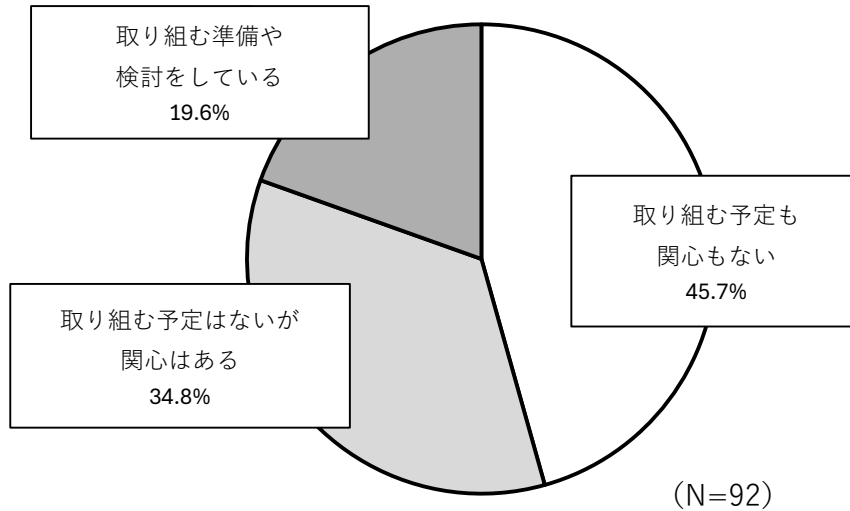
(問 8 で「検討した結果取り組んでいない」と回答した理由)

・「海外市場に関する情報不足」が 41.2%で最も多く、次いで「コスト面でメリットがない」、「業態が海外展開に適さない」、「手続きや実務上の情報不足」が上位を占めている。



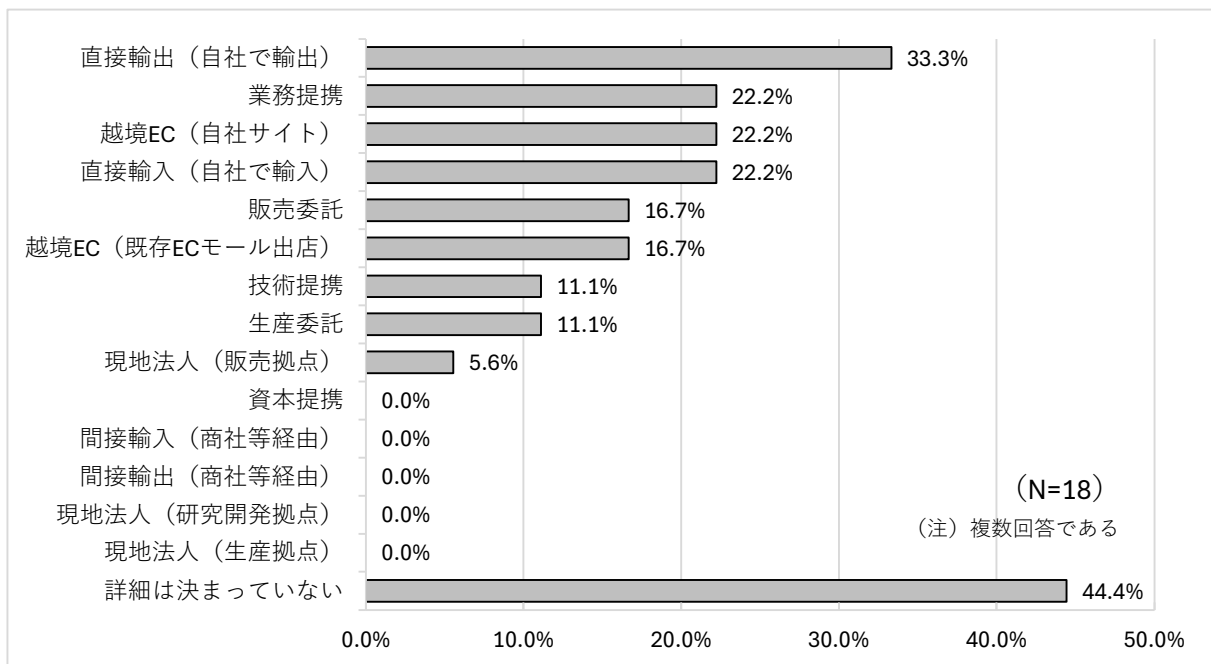
問 9. 海外ビジネスについて今後の意向を教えてください。

- 「取り組む予定も関心もない」が45.7%で最も多い。次いで「取り組む予定はないが関心はある」が34.8%、「取り組む準備や検討をしている」が19.6%である。



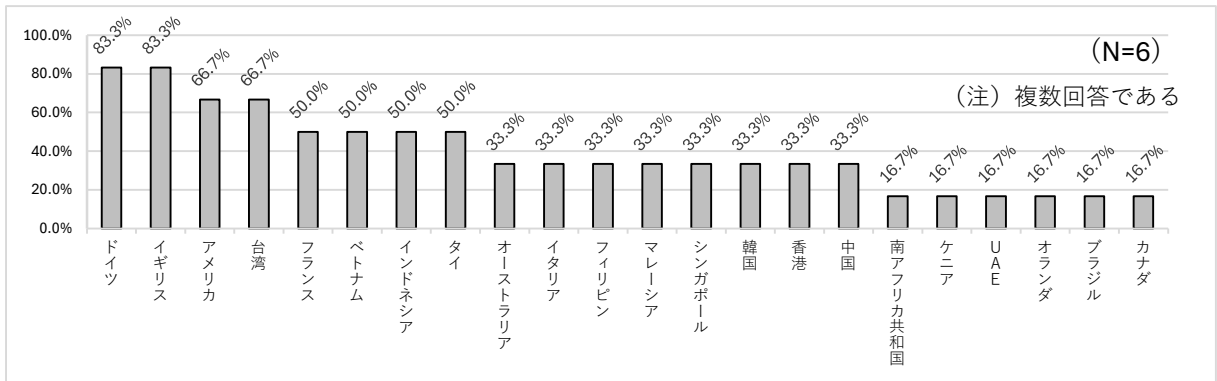
問 10-1. 今後どのようなビジネス形態での取り組みを検討しているかを教えてください。(問9で「取り組む準備や検討をしている」と回答した企業)

- 「詳細は決まっていない」が44.4%で最も多く、次いで「直接輸出(自社で輸出)」が33.3%、「業務提携」、「越境EC(自社サイト)」、「直接輸入(自社で輸入)」がそれぞれ22.2%である。



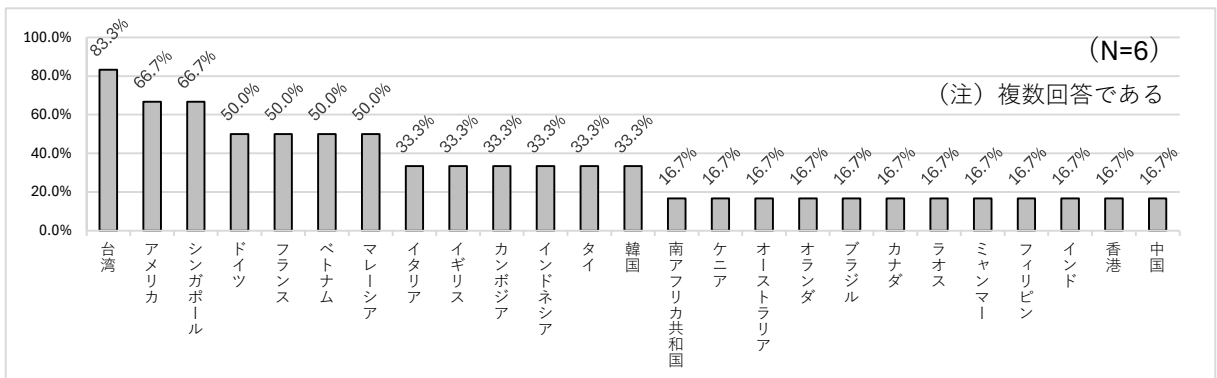
(問 10-1 で「貿易」(「直接輸出(自社で直接輸出)」、「直接輸入(自社で直接輸入)」と回答した企業の対象国・地域)

- ・「ドイツ」、「イギリス」が 83.3%でもっとも多く、次いで「アメリカ」、「台湾」がそれぞれ 66.7%で上位を占めている。



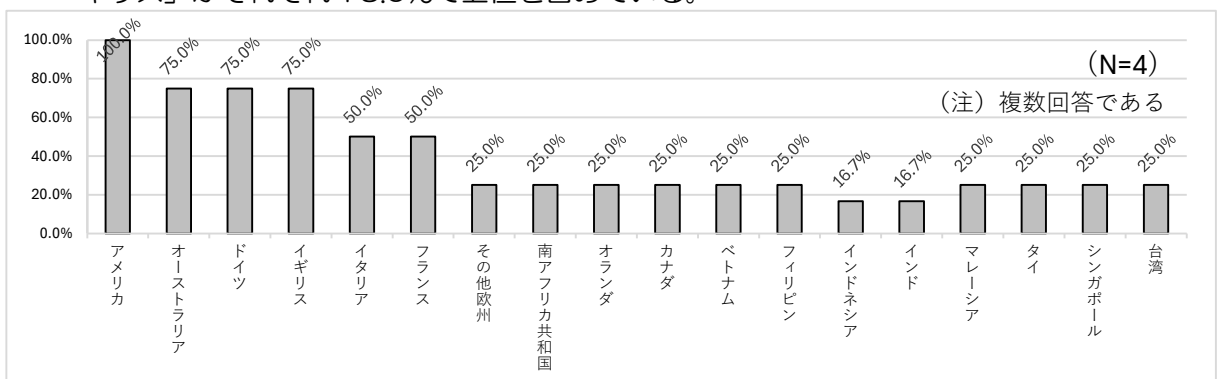
(問 10-1 で「越境 E C」(「越境 E C (既存 E C モール出店)」、「越境 E C (自社サイト)」)と回答した企業の対象国・地域)

- ・「台湾」が 83.3%でもっとも多く、次いで「アメリカ」、「シンガポール」がそれぞれ 66.7%で上位を占めている。



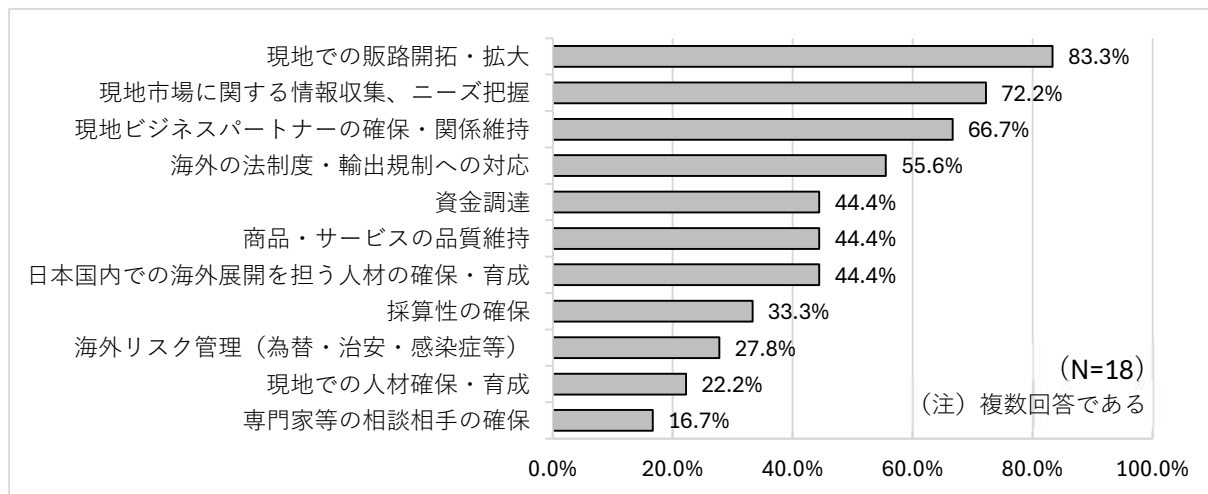
(問 10-1 で「業務提携」と回答した企業の対象国・地域)

- ・回答した企業のすべてが「アメリカ」を挙げた。次いで「オーストラリア」、「ドイツ」、「イギリス」がそれぞれ 75.0%で上位を占めている。



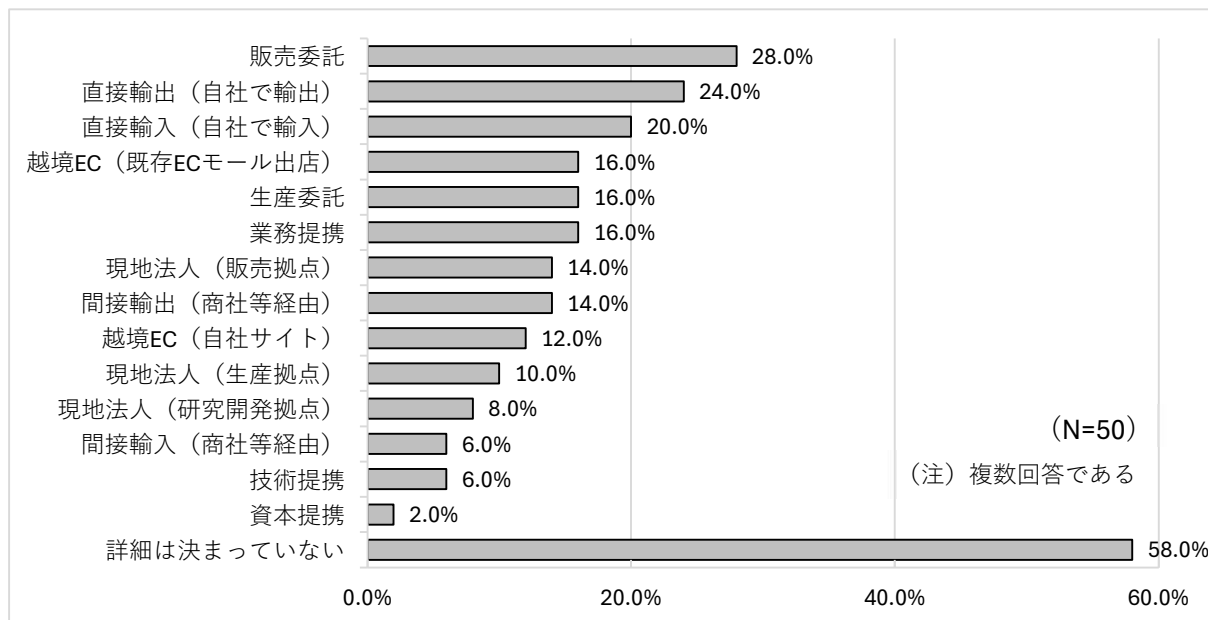
問 10-2. 今後海外ビジネスを行う上での課題を教えてください。

- 「現地での販路開拓・拡大」が83.3%でもっとも多く、次いで「現地市場に関する情報収集、ニーズ把握」が72.2%、「現地ビジネスパートナーの確保・関係維持」が66.7%と上位を占めている。



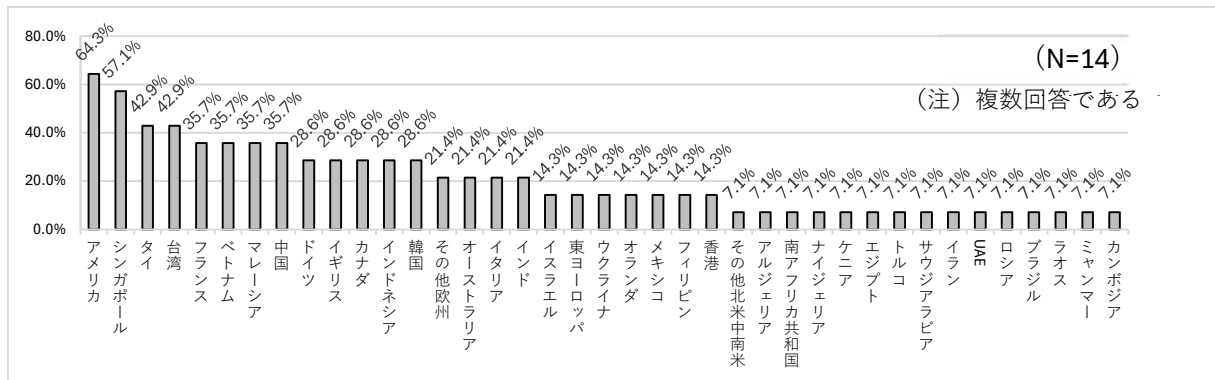
問 11. 関心のあるビジネス形態や国・地域を教えてください。

- 「詳細は決まっていない」が回答の約6割を占める。具体的なビジネス形態としては、「販売委託」が28.0%、「直接輸出（自社で輸出）」が24.0%、「直接輸入（自社で輸入）」が20.0%で上位となっている。



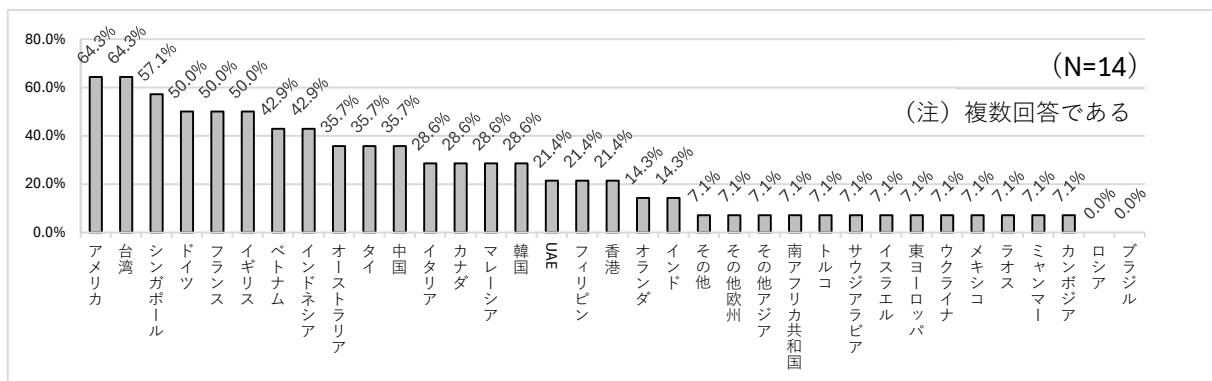
(問 11 で「販売委託」と回答した企業の対象国・地域)

・「アメリカ」が 64.3%でもっとも多く、次いで「シンガポール」が 57.1%となっている。



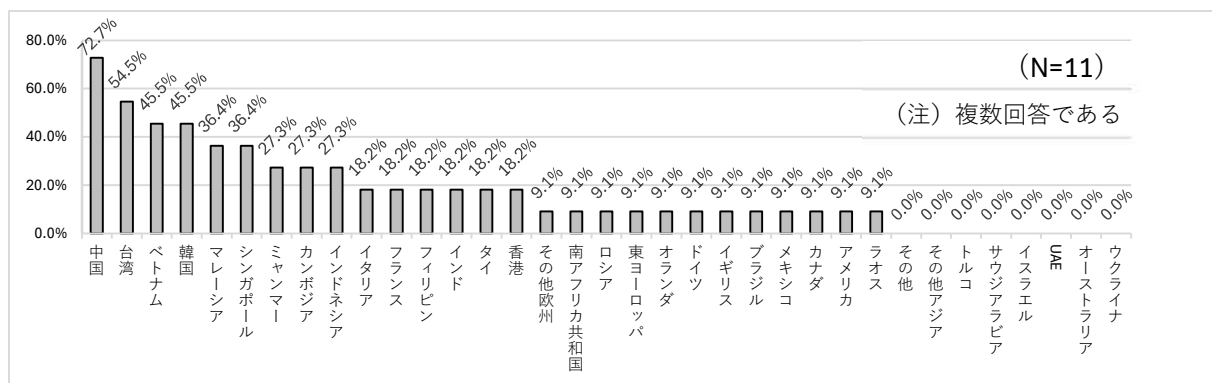
(問 11 で「直接輸出 (自社で輸出)」、「間接輸出 (商社等経由)」と回答した企業の対象国・地域)

「アメリカ」と「台湾」が 64.3%でもっとも多く、次いで「シンガポール」が 57.1%で上位を占めている。



(問 11 で「直接輸入 (自社で輸入)」、「間接輸入 (商社等経由)」と回答した企業の対象国・地域)

・「中国」が 72.7%でもっとも多い。次いで「台湾」が 54.5%であり、「ベトナム」、「韓国」が 45.5%で上位を占めている。

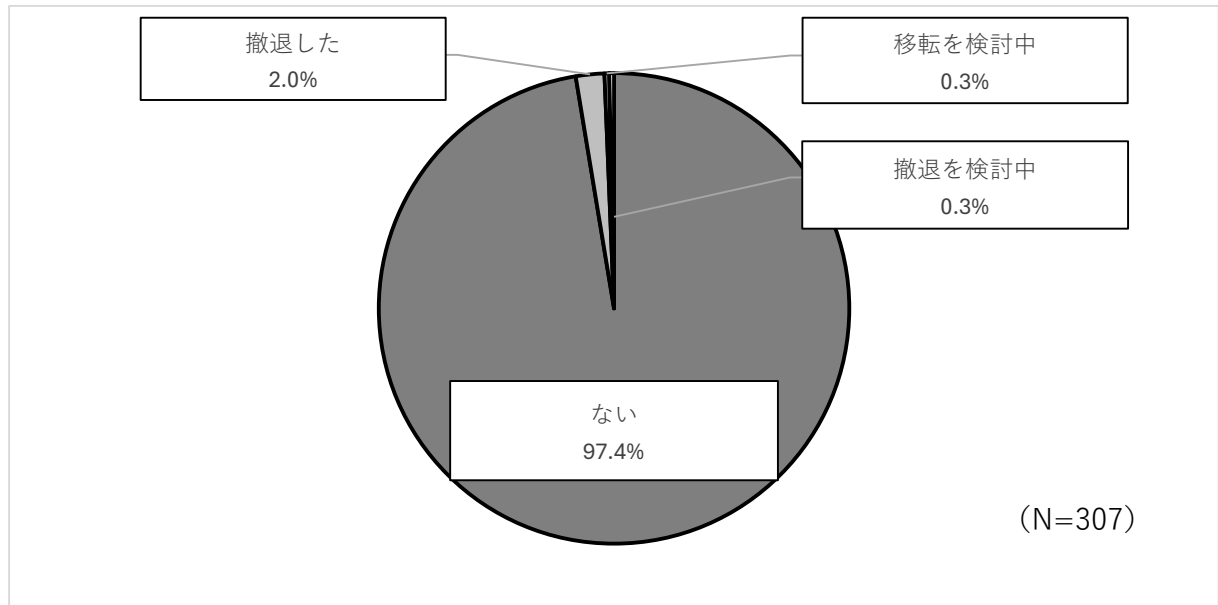


●その他

問 12~14 は全ての企業を対象とした設問です。

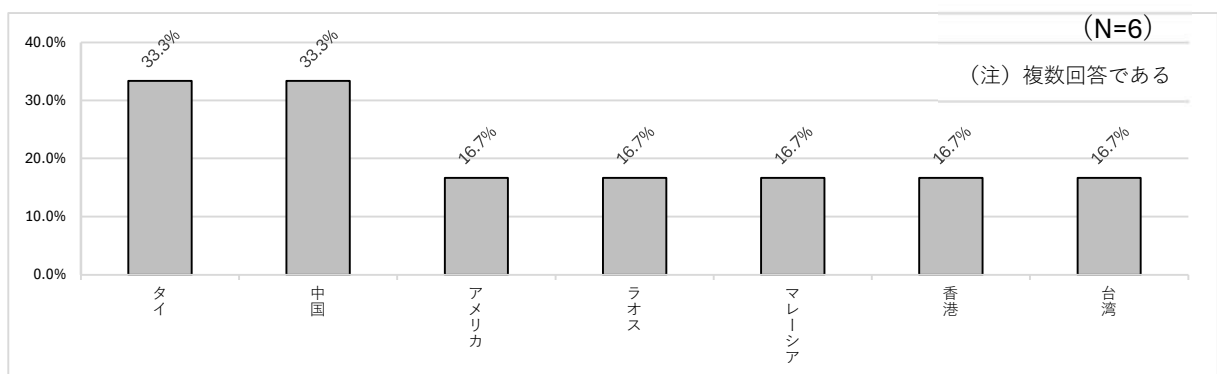
問 12. 過去 1 年以内に撤退又は他国に移転した（又は現在移転を検討中の）海外拠点
点がありますか。

- ・「ない」が回答の9割以上を占めた。次いで「撤退した」は 2.0%、「移転を検討中」は 0.3%、「撤退を検討中」は 0.3%である。



(問 12 で「撤退した」と回答した企業の対象国・地域)

- ・「タイ」、「中国」が 33.3%で上位である。次いで「アメリカ」、「ラオス」、「マレーシア」、「香港」、「台湾」がそれぞれ 16.7%となっている。



(問 12 で「撤退を検討中」と回答した企業の対象国・地域)

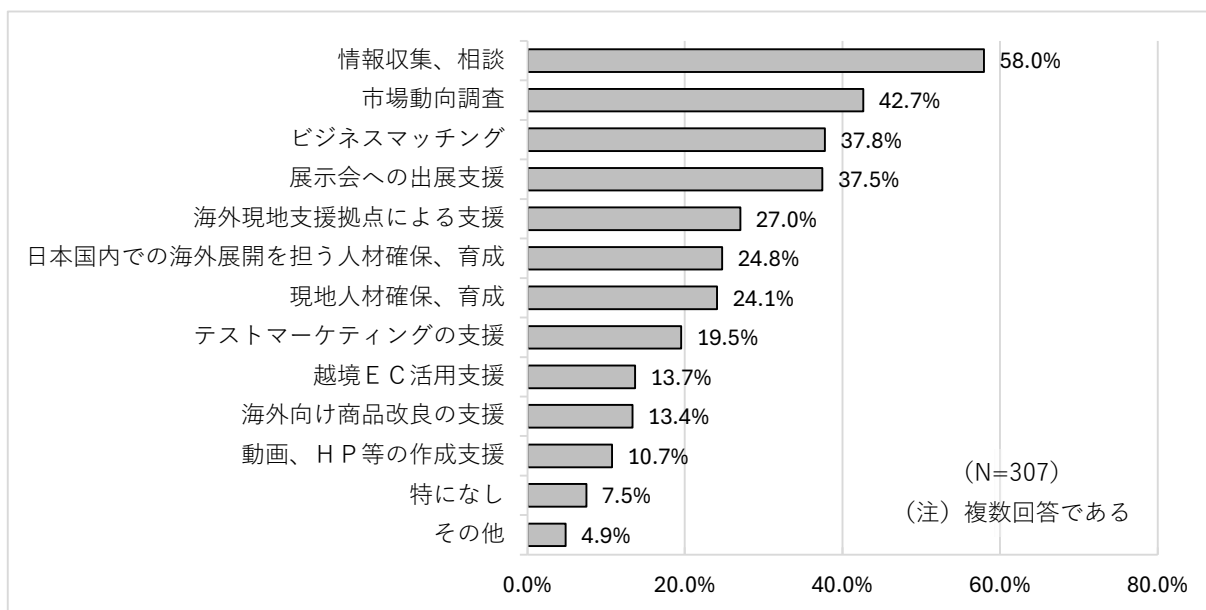
- ・「撤退を検討中」と回答した企業は 1 社であり、「中国」からの撤退の検討であった。

(問 12 で「移転を検討中」と回答した企業の移転元と、移転先としての検討中の国・地域)

・「移転を検討中」と回答した企業は 1 社であり、「ベトナム」国内から「ベトナム」国内への移転の検討であった。

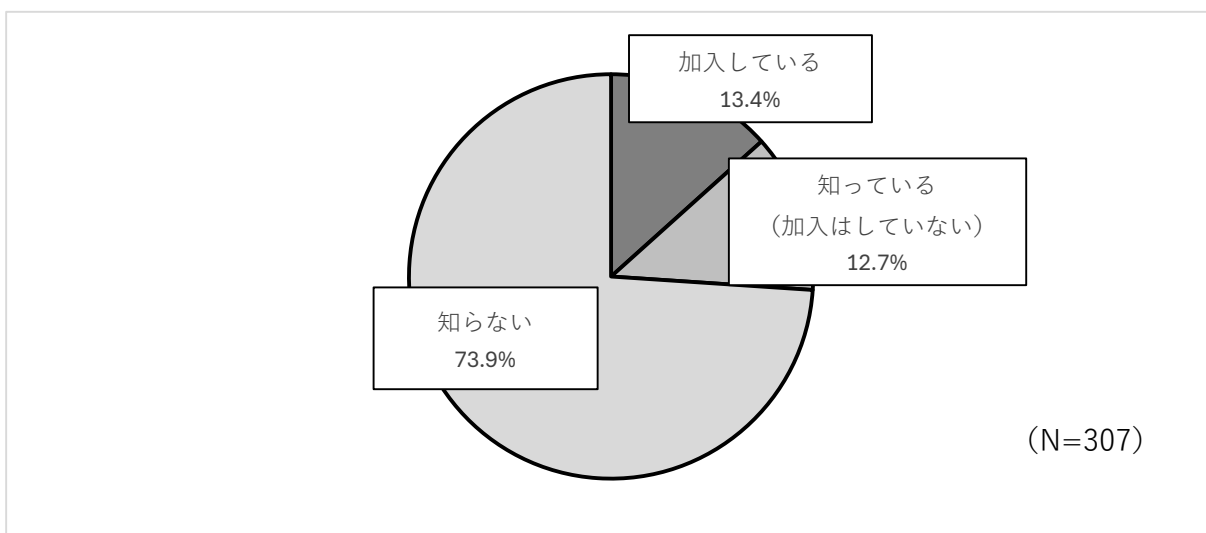
問 13. 海外ビジネスに関し、行政に期待する支援策を教えてください。

・「情報収集、相談」が 58.0%でもっとも多い。次いで「市場動向調査」が 42.7%、「ビジネスマッチング」が 37.8%、「展示会への出展支援」が 37.5%で上位となっている。



問 14. 埼玉県海外マーケティング推進コンソーシアムをご存じですか。

・「知らない」が 73.9%であった一方、「加入している」は 13.4%であった。



- ※ 図表中の「N」とは設問に対する回答社数の総数である。
- ※ 図表中の構成比率は、小数点第2位以下を四捨五入している。
- ※ 複数回答の設問は、合計が100%を超えることもある。
- ※ 問3-2。「問3-1で回答した課題について、実際に苦慮されたケース、また、今後取っていきたい対応方法がございましたら差し支えない範囲で教えてください。(自由記述)」、問15「現時点で海外ビジネスに関する相談事項、聞いてみたいことはありますか。(例：関税等の投資環境、海外企業との協業など、自由記述)」については、個別法人情報等が含まれるため報告を省略する。

以上

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				

【必須】問 2-2. 問 2-1 でご回答いただいた「貴社が現在取り組んでいる海外ビジネス」について、投資の手段を教えてください。（複数回答可）

- | | | |
|------------------|-----------------------|----------------------|
| 1. 現地法人設立 | 2. 合併会社設立（ジョイントベンチャー） | 3. M&A（企業買収・合併） |
| 4. 駐在員事務所設立 | 5. 業務提携（アライアンス） | 6. フランチャイズ方式・ライセンス供与 |
| 7. 上記のいずれにも該当しない | | |

【必須】問 2-3. 貴社の海外売上比率を教えてください。

- | | | |
|-----------|-----------|-----------|
| 1. 0～5% | 2. 5～10% | 3. 10～20% |
| 4. 20～40% | 5. 40～60% | 6. 60～80% |
| 7. 80%以上 | | |
| 8. 回答を控える | | |

【必須】問 3-1. 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、ニーズ把握 | 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・拡大 |
| 4. 現地での人材確保・育成 | 5. 日本国内での海外展開を担う人材の確保・育成 | 6. 海外の法制度・輸出規制への対応 |
| 7. 商品、サービスの品質維持 | 9. ビジネスモデル・技術等の流出リスク | |
| 10. 採算性の確保 | 8. 海外リスク管理（為替・治安・感染症等） | 12. 専門家等の相談相手の確保 |
| 13. その他（ ） | 11. 資金調達 | |

【任意】問 3-2. 問 3-1 で回答した課題について、実際に苦慮されたケース、また、今後取っていきたい対応方法がございましたら差し支えない範囲で教えてください。

（自由記述）

（例：米国に酒類を輸出しようとしたが、輸出規制・販売規制が厳しく断念した など）

【必須】問 4-1. 海外ビジネスを行う上で、現地において外部機関等から支援を受けていれば、その機関の種類を教えてください。（複数回答可）

- | | | |
|----------------|--------------------|------------------|
| 1. ジェット現地事務所 | 2. 日本の自治体が設置した支援拠点 | 3. 現地日本人商工会議所 |
| 4. 民間コンサルタント業者 | 5. 金融機関 | 6. 民間マーケティング支援業者 |
| 7. 現地政府 | 8. 受けていない | 9. その他（ ） |

【任意】問 4-2. 問 4-1 で選択した現地の機関から、どのような支援・サポートを受けているか教えてください。（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. 展示会への出展支援 |
| 5. ビジネスマッチング | 6. 越境 EC 活用 | 7. 動画、HP 等の作成支援 | 8. 補助金・税制優遇 |
| 9. 商品のローカライズの支援 | 10. テストマーケティングの支援 | 11. その他（ ） | |

【任意】問 5. マーケットイン*視点に基づく輸出のため、貴社が現在取り組んでいる手法や関心がある手法があれば教えてください。（複数回答可） *マーケットイン：市場や顧客の視点に立って商品の開発を行うこと

1. 展示会や見本市への参加	2. 商談会への参加	3. テストマーケティング実施
4. アンケート、インタビュー調査	5. 現地視察	6. SNS や口コミサイトの投稿の分析
7. 市場調査、ニーズ調査の委託	8. 該当しない ⇒問6へ	9. その他 ()

[必須] 問6. 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7へ	2. これまでと変わらない(海外ビジネスの継続) ⇒問12へ
3. 未定であり、状況により判断する ⇒問12へ	4. 海外ビジネスを縮小したい ⇒問12へ

[必須] 問7. 今後、どのようなビジネス形態でどの国・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	当てはまるものに○	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	当てはまるものに○	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12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

[必須] 問8. 問1で「2.現在に取り組んでいない」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 3. 関心はあるが取り組んでいない	2. 検討した結果取り組んでいない 4. その他 ()
1. 海外市場に関する情報不足 4. 国内需要のみで十分 7. ビジネスモデル・技術等の流出リスク 10. 日本国内での海外展開を担う人材の確保が困難	2. 手続きや実務上の情報不足 5. 今まで考えたことがない 8. 参入規制・制約がある 11. その他 ()
	3. 業態が海外展開に適さない 6. 海外リスク(為替・治安・感染症等) 9. コスト面でメリットがない

[必須] 問9. 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. 取り組む準備や検討をしている⇒問10-1へ	2. 取り組む予定はないが関心はある⇒問11へ	3. 取り組む予定も関心もない⇒問12へ
--------------------------	-------------------------	----------------------

[必須] 問10-1. 今後どのようなビジネス形態でどの国・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ページ目の国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		

[必須] 問10-2. 今後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、ニーズ把握	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・拡大
4. 日本国内での海外展開を担う人材の確保・育成	5. 現地での人材確保・育成	6. 海外の法制度・輸出規制への対応
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. 採算性の確保
10. 資金調達	11. 専門家等の相談相手の確保	12. その他（ ）

⇒問 11 へお進みください

【必須】 問 11. 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 ページ目の国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	

その他

【必須】 問 12. 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 ページ目の国番号でお答えください））
3. 撤退を検討中（国・地域 _____（1 ページ目の国番号でお答えください））
4. 移転した（国・地域 _____ から _____ へ（1 ページ目の国番号でお答えください。国内回帰の場合は「国内」と記入してください。））
5. 移転を検討中（国・地域 _____ から _____ へ（1 ページ目の国番号でお答えください。国内回帰の場合は「国内」と記入してください。））

【必須】 問 13. 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. 日本国内での海外展開を担う人材の確保、育成	4. 現地人材確保、育成
5. 海外現地支援拠点による支援	6. 展示会への出展支援	7. 海外向け商品改良の支援	8. テストマーケティングの支援
9. ビジネスマッチング	10. 越境 EC 活用支援	11. 動画、HP 等の作成支援	
12. その他（ ）			

【必須】 問 14. 埼玉県海外マーケティング推進コンソーシアムをご存じですか。（単一回答）

1. 加入している	2. 知っている（加入はしていない）	3. 知らない
-----------	--------------------	---------

～埼玉県海外マーケティング推進コンソーシアムとは～

…埼玉県と（公財）埼玉県産業振興公社では、食品・工芸品等の輸出を目指す県内事業者による「埼玉県海外マーケティング推進コンソーシアム」を立ち上げ、現在会員を募集しています。商社、物流会社、商工団体、金融機関等の幅広い企業・団体等が参加し、海外マーケットでの販路開拓を支援するとともに、企業同士がつながる場を創出して海外でのビジネスチャンスにつなげます。

入会申し込みはこちらの URL をご参照ください（<https://www.saitama-j.or.jp/overseas/sesc>）

【任意】 問 15. 現時点で海外ビジネスに関する相談事項、聞いてみたいことはありますか。（例：関税等の投資環境、海外企業との協業など、自由記述）

--

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。