

中小企業動向 トピックス

中小企業の輸出動向に関する調査結果

2012年の輸出額は減少するも、半数の企業は今後も輸出の拡大に意欲

当公庫では2012年12月に、お取引先企業の皆さまにアンケートを実施し、中小企業における輸出の実態や動向を調査しました（調査対象企業12,669社、有効回答数4,628社、回答率36.5%）。円高や海外経済の減速などを背景に、2012年の輸出が前年よりも減少した企業は半数以上になりました。他方、輸出相手国の需要拡大への期待や日本製品に対する評価の高さなどを理由に、今後も輸出を拡大しようとする企業も半数を超えています。

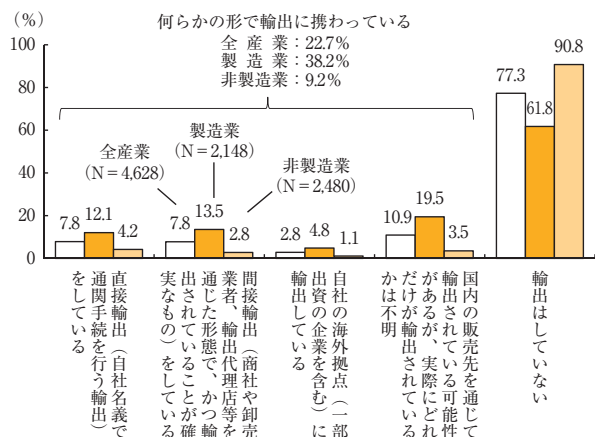
何らかの形で輸出に携わる企業は製造業で4割弱

財務省が発表した貿易統計（速報）によると、2012年の輸出総額は前年から2.7%減少し63.7兆円となりました。減少は2年連続です。他方、輸入は前年から3.8%増加し70.7兆円となりました。増加は3年連続です。この結果、輸出から輸入を差し引いた貿易収支の赤字幅は過去最大の約7兆円となりました。

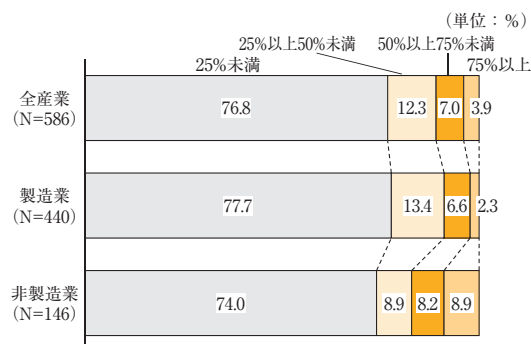
こうしたなか、中小企業は輸出にどのように携わっているのでしょうか。2012年12月現在の輸出への取り組み状況を尋ねたところ、「直接輸出（自社名義で通関手続きを行う輸出）をしている」「間接輸出（商社や卸売業者、輸出代理店等を通じた形態で、かつ輸出されていることが確実なもの）をしている」と回答した企業の割合はともに7.8%となりました（図表-1）。「輸出はしていない」と回答した企業は77.3%ですから、22.7%の企業が何らかの形で輸出に携わっています。業種別にみると、製造業では輸出に携わる企業の割合が4割弱となっています。

「直接輸出」「間接輸出」「自社の海外拠点に輸出」のいずれかを行っている企業について、2012年の売上高全体に占める輸出金額の割合（輸出比率）の分布をみると、「25%未満」が76.8%と最も多くなっています（図表-2）。輸出に携わっている企業でも、売上全体に占める輸出のウェイトは大きくありません。

図表-1 輸出への取り組み状況（複数回答）



図表-2 輸出比率の分布（輸出金額ベース）



(注) 1 図表-1で「直接輸出」「間接輸出」「自社の海外拠点に輸出」のいずれかを選択した企業に対して、2012年1～12月（12月は見込み）の売上高の合計と、そのうち輸出による売上高を尋ねたもの。
 2 輸出比率=2012年の輸出による売上高/2012年の売上高

資料：日本政策金融公庫総合研究所「中小企業の輸出動向に関する調査」（以下同じ）

(注) 複数回答のため合計は100%を超える。

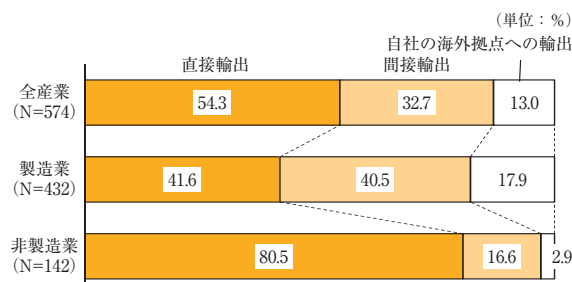
輸出金額の5割は直接輸出によるもの

中小企業の輸出の実態についてさらに詳しくみていきます。何らかの形で輸出に携わっている企業586社について、2012年の輸出金額を尋ねたところ合計は約2,517億円となり、586社の売上全体の18.2%を占めました。さらに形態ごとに輸出金額の内訳をみると、「直接輸出」が54.3%と最も多くなっています（図表-3）。業種別にみると、製造業では直接輸出（41.6%）と間接輸出（40.3%）がほぼ同じ割合であるのに対し、非製造業では直接輸出（80.5%）が大半を占めています。

また決済に用いる通貨をみると、製造業では「日本円」が69.6%と「米ドル」（26.1%）を大きく上回っているのに対し、非製造業では「米ドル」（49.7%）と「日本円」（49.0%）がほぼ半々になっています。

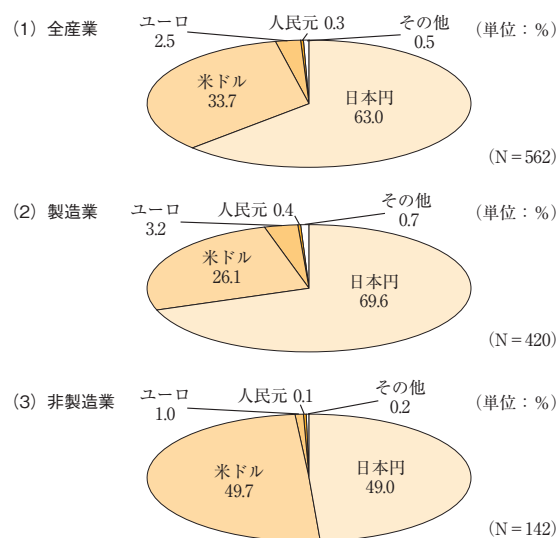
このように業種によって輸出の形態や決済通貨に違いがみられる理由の一つに、輸出相手の種類の違いが挙げられます。図表には示していませんが、輸出相手先の種類を輸出金額ベースでみると、製造業では「輸出相手国の地場企業」が40.1%と最も多いものの、「輸出相手国の日系企業」（28.3%）、「自社の海外拠点」（20.6%）を合わせると、半分近くは日系企業になっています。そのため、円建ての取引が多くなっています。他方、非製造業は「輸出相手国の地場企業」が全体の3分の2を占めています。輸出のノウハウをもたない製造業者に代わって直接輸出したり、現地の大手メーカーに直接販路を開拓したりしている卸売業者がみられます。

図表-3 輸出の形態（輸出金額ベース）



(注) 「直接輸出」「間接輸出」「自社の海外拠点に輸出」それぞれの輸出による売上高に占める割合を尋ね、各企業の輸出による売上高を乗じたものを、合算して算出。

図表-4 輸出の決済通貨（輸出金額ベース）

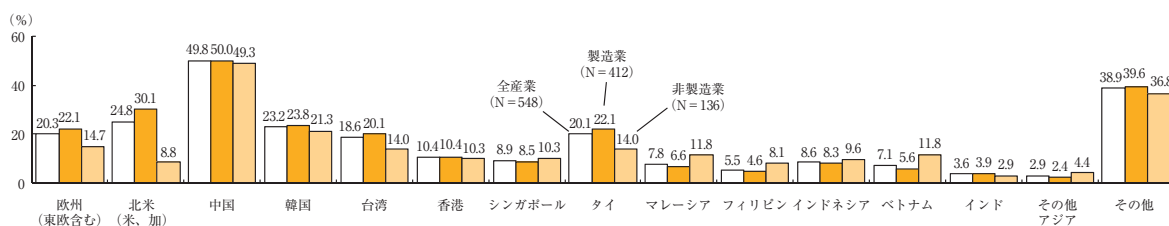


(注) 「日本円」「米ドル」「ユーロ」「人民元」「その他」それぞれの輸出による売上高に占める割合を尋ね、各企業の輸出による売上高を乗じたものを、合算して算出。

輸出の相手国はアジアが中心

輸出相手国をみると、中国に輸出している企業の割合が49.8%と最も多く、ほかには北米（24.8%）、韓国（23.2%）、欧州（20.3%）、タイ（20.1%）、台湾（18.6%）などが挙がっています（図表-5）。

図表-5 輸出相手国（複数回答）



(注) 1 複数回答のため合計は100%を超える。
2 「その他」には「相手国までは不明」を含む。

輸出が減少した理由は円高、海外経済の減速

次に、2012年の輸出金額が前年に比べてどうなったかをみると、「減少」と回答した企業の割合は52.7%となり、「増加」(25.2%)を大きく上回りました(図表-6)。業種別にみると、製造業では「減少」が53.7%と、非製造業の49.4%に比べて多くなっています。

直接輸出をしている企業について、輸出国・地域別に輸出金額の増減をみると、前年比で「減少」と回答した企業の割合は欧州(37.7%)、北米(32.9%)、アジア(27.6%)の順に多くなっています(図表-7)。アジアについて詳しくみると、「減少」の割合は中国(36.3%)が最も多くなっています。他方、ベトナム、フィリピン、インドなどでは「増加」が「減少」を大きく上回っています。

2012年の輸出金額が前年より減った企業にその理由を尋ねたところ、「円高で輸出品の価格競争力が低下しているから」との回答割合が63.5%と最も多く、次いで「輸出国の経済情勢が悪化しているから」(45.2%)、「輸出先企業の業績が悪化したことで販売量が減少しているから」(31.5%)などの順となりました(図表-8)。また、「輸出国で日本製品を避ける動きが広がっているから」との回答も24.4%ありました。長引く円高や、債務危機問題を背景に景気低迷が続く欧州、昨年13年ぶりに経済成長率が8%を割り込んだ中国など、海外経済が減速していることに加え、日中関係の悪化も中小企業の輸出に影響していたことがわかります。

図表-6 2012年の輸出金額の増減(前年比)

	増加	変わらず	減少
全産業 (N=385)	25.2	22.1	52.7
製造業 (N=300)	24.3	22.0	53.7
非製造業 (N=85)	28.2	22.4	49.4

<参考>輸出の形態ごとにみた2012年の輸出金額の増減(前年比)

	増加	変わらず	減少
直接輸出を している (N=244)	29.9	23.8	46.3
間接輸出を している (N=211)	23.7	20.9	55.5

(注) 2012年1~12月(12月は見込み)の輸出による売上高が、前年と比べてどうなったかを尋ねたもの。

図表-7 地域別にみた2012年の輸出金額の増減(直接輸出をしている企業、前年比)

	増加	変わらず	減少
欧州 (N=77)	23.4	39.0	37.7
北米 (N=79)	29.1	38.0	32.9
アジア (N=620)	34.2	38.2	27.6

<参考>国別にみた2012年の輸出額の増減(アジア)

	増加	変わらず	減少
中国 (N=171)	29.2	34.5	36.3
韓国 (N=92)	34.8	34.8	30.4
台湾 (N=76)	32.9	36.8	30.3
香港 (N=33)	30.3	51.5	18.2
シンガポール (N=31)	29.0	45.2	25.8
タイ (N=74)	37.8	40.5	21.6
マレーシア (N=32)	34.4	34.4	31.3
フィリピン (N=22)	36.4	54.5	9.1
インドネシア (N=32)	31.3	46.9	21.9
ベトナム (N=29)	48.3	34.5	17.2
インド (N=16)	43.8	37.5	18.8

図表-8 2012年の輸出が前年に比べて減少した理由(複数回答、上位7項目)

(単位: %)

2012年の輸出金額が前年に比べて減少した理由	全産業 (N=197)	製造業 (N=155)	非製造業 (N=42)
円高で輸出品の価格競争力が低下しているから	63.5	65.8	54.8
輸出国の経済情勢が悪化しているから	45.2	43.2	52.4
輸出先企業の業績が悪化したことで販売量が減少しているから	31.5	29.0	40.5
輸出相手国にある同業他社の製商品と価格面での競争が激化しているから	28.4	29.0	26.2
第三国にある同業他社の製商品と価格面での競争が激化しているから	27.4	29.7	19.0
輸出国で日本製品を避ける動きが広がっているから	24.4	25.2	21.4
輸出先企業から強い値下げ要請があるから	20.3	21.9	14.3

(注) 1 複数回答のため合計は100%を超える。
2 回答割合が高い順に7項目を並べたもの。

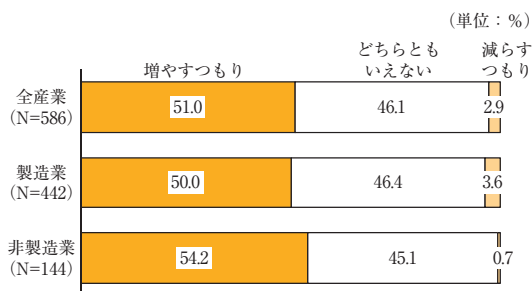
今後も輸出を拡大する意向の企業が過半

それでは、今後の輸出への取り組みはどのようなのでしょうか。図表-1で「直接輸出をしている」「間接輸出をしている」「自社の海外拠点に輸出をしている」と回答した企業に対して、今後の輸出の増減について尋ねたところ、「増やすつもり」と回答した企業の割合は51.0%と半数を超えました（図表-9）。「減らすつもり」との回答はわずか2.9%にとどまっています。特に輸出を増やしたい国を挙げてもらったところでは、中国との回答が最も多く、米国、タイ、ベトナム、インドネシアなどが続いています（図表-10）。

輸出を「増やすつもり」と回答した企業に対して理由を尋ねたところ、「現地の地場企業や消費者の需要拡大が見込めるから」との割合が64.2%と最も多く、次いで「日本製品への評価が高いから」（41.8%）、「現地の日系企業の需要拡大が見込めるから」（29.1%）、「自社製品に対する評価が高いから」（28.8%）などの順となっています（図表-11）。

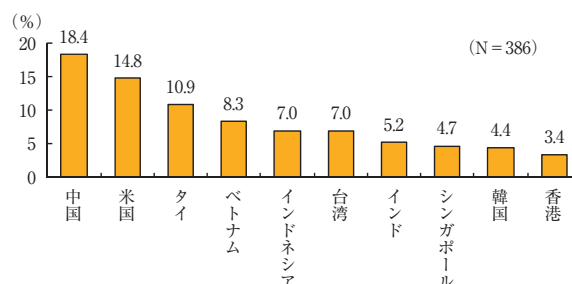
日本企業にとって2012年は極めて輸出環境の厳しい1年でしたが、さらなる成長が期待されるアジアを中心に、今後も輸出を拡大していこうとする企業は少なくありません。2013年に入ると、外国為替市場ではこれまでの円高が修正されてきており、輸出拡大の追い風となることも期待されています。さらに、今回の調査では「日本製品への評価が高いから」という回答の多さが注目されます。為替の動向や価格面での競争に左右されにくい高付加価値の製品を送り出し、海外からの期待に添えていくことが、中小企業にとって旺盛な海外需要を取り込んでいくための重要なポイントとなりそうです。（藤田 一郎）

図表-9 今後の輸出の増減



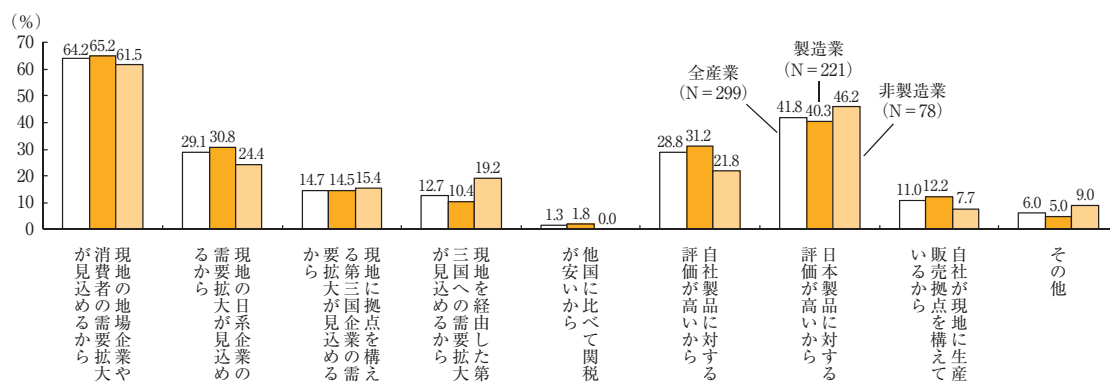
(注) 図表-1で「直接輸出」「間接輸出」「自社の海外拠点に輸出」いずれかを選択した企業について集計した。

図表-10 輸出を増やしたい国 (上位10カ国)



(注) 図表-9で輸出を「増やすつもり」と回答した企業に対して、特に増やしたい国を3つまで尋ねたもの。

図表-11 今後輸出を増やす理由 (複数回答)



(注) 1 図表-9で輸出を「増やすつもり」と回答した企業について集計した。
2 複数回答のため合計は100%を超える。

※本調査全体の内容は、当公庫ホームページ (http://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/tokubetu_130307.pdf) に掲載しています。

「中小企業動向トピックス」に関するご意見・ご要望等ございましたら、本支店窓口までお問い合わせください。

発行：日本政策金融公庫 総合研究所 ~ホームページ <http://www.jfc.go.jp/> ~