

2013 年 3 月 7 日
株式会社日本政策金融公庫
総合研究所

中小企業の輸出動向に関する調査結果

(全国中小企業動向調査2012年10-12月期特別調査)

2012年の輸出額が前年に比べ減少した企業は半数を超えるも、同じく半数以上の企業は今後も輸出の拡大に意欲

- 中小企業の現在の輸出への取り組みをみると、「直接輸出をしている」「間接輸出をしている」と回答した企業の割合はともに7.8%となった。業種別では製造業、特に金属・機械関連の業種で輸出に取り組んでいる企業が多い。
- 2012年の売上高全体に占める輸出金額の割合は18.2%となった。決済に用いる通貨を輸出金額ベースで見ると、日本円が63.0%、米ドルが33.7%となっている。
- 輸出先の種類をみると、「輸出相手国の地場企業」が輸出金額ベースで49.0%を占め最も多く、次いで「輸出相手国にある日系企業」が25.9%、「自社の海外拠点」が15.1%となっている。
- 2012年の輸出金額が前年に比べて「減少」した企業の割合は52.7%と、「増加」した企業の割合（25.2%）を大きく上回っている。輸出地域別にみると、欧州、北米、アジアの順に減少した企業の割合が多くなっている。減少した理由をみると、「円高で輸出品の価格競争力が低下しているから」（63.5%）や「輸出国の経済情勢が悪化しているから」（45.2%）などの回答が多い。
- 今後の輸出への取り組みについて尋ねたところ、51.0%の企業が輸出を「増やすつもり」と回答している。その理由としては、「現地の地場企業や消費者の需要拡大が見込めるから」（64.2%）や「日本製品に対する評価が高いから」（41.8%）などの回答が多くなっている。

<お問い合わせ先>

東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー
株式会社日本政策金融公庫 総合研究所 中小企業研究第一グループ
(担当：藤田、武士俣) TEL:03(3270)1703

1 調査要領

- (1) 調査時点 2012年12月中～下旬
- (2) 調査対象 当公庫中小企業事業取引先（原則従業員20人以上） 12,669社
- (3) 調査方法 調査票の送付・回収ともに郵送
- (4) 有効回答数 4,628社（回答率36.5%）
（うち、直接輸出、間接輸出、または自社の海外拠点への輸出のいずれかを行っている企業586社）

2 円相場（対米ドル）の推移



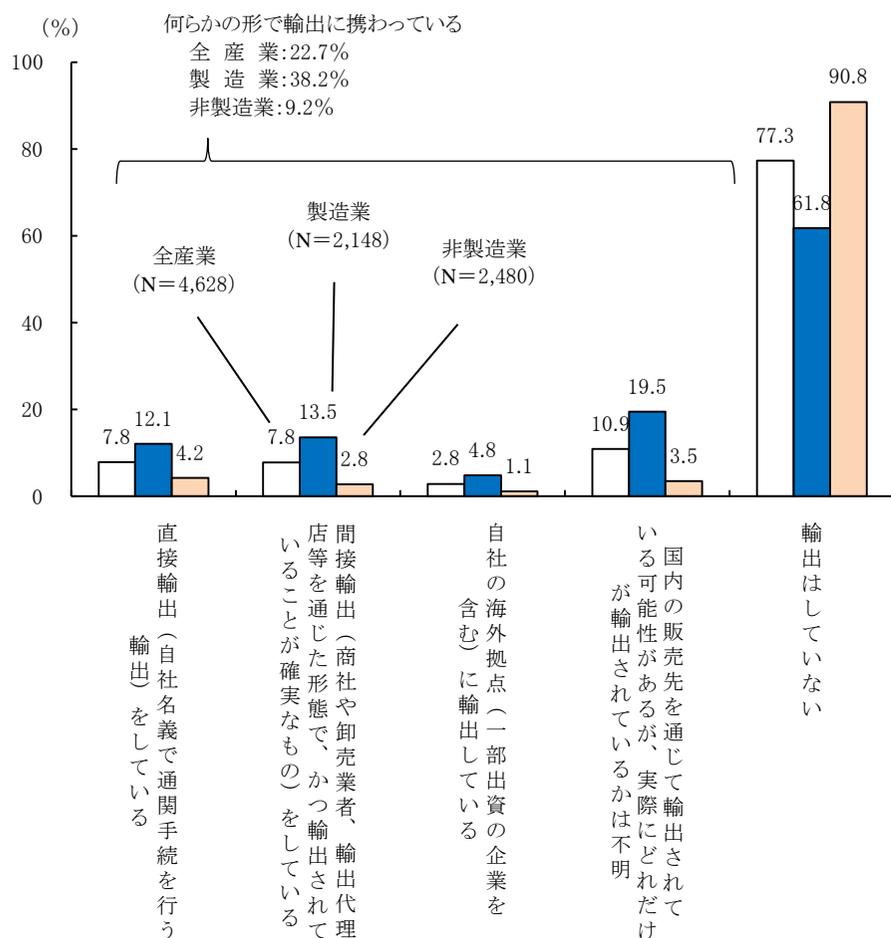
資料：日本銀行「外国為替市況」、各種報道等により作成。

(注) 東京市場における17時時点のレート（データは2013年2月22日まで）。

3 輸出への取り組み状況

- 現在の輸出の取り組みについて尋ねたところ、「直接輸出をしている」「間接輸出をしている」と回答した企業の割合はいずれも7.8%となった（図－1）。業種別にみると、製造業では前者が12.1%、後者が13.5%といずれも非製造業を大きく上回っている。「輸出はしていない」企業の割合は製造業で61.8%となっており、4割程度の企業は何らかの形で輸出に携わっている。一方、非製造業では「輸出はしていない」企業の割合が9割以上になっている。
- 輸出への取り組み状況を業種ごとに細かくみると、製造業は業務用機械や非鉄金属など金属・機械関連の業種で輸出に取り組んでいる企業の割合が高くなっている（表）。非製造業は卸売業で輸出に取り組んでいる企業の割合が高くなっている。

図－1 輸出への取り組み状況（複数回答）



（注）複数回答のため合計は100%を超える。

表 業種別にみた輸出への取り組み状況

	直接輸出している	間接輸出している	自社の海外拠点に輸出している	国内販売先を通じて輸出されている可能性があるが、実際は不明	輸出はしていない
業務用機械 (N=43)	46.5	9.3	9.3	20.9	30.2
非鉄金属 (N=53)	15.1	15.1	17.0	22.6	41.5
生産用機械 (N=205)	21.5	21.5	5.9	27.3	45.9
はん用機械 (N=115)	17.4	20.9	5.2	28.7	47.0
化学工業 (N=81)	23.5	23.5	8.6	22.2	48.1
輸送用機械 (N=88)	11.4	14.8	9.1	29.5	48.9
鉄鋼 (N=97)	6.2	16.5	5.2	36.1	49.5
電気機械 (N=88)	25.0	13.6	9.1	23.9	51.1
プラスチック製品 (N=134)	9.0	12.7	6.0	21.6	60.4
金属製品 (N=285)	7.7	6.3	5.3	28.4	61.4
繊維・繊維製品 (N=118)	11.9	11.9	2.5	16.1	65.3
飲食料品 (N=300)	7.3	18.3	1.3	8.3	71.0
卸売業 (N=623)	14.0	7.4	3.7	8.2	75.0

（注）1 図－1に同じ。

2 「輸出はしていない」の回答割合が全産業（77.3%）より低い業種を順に並べたもの。

4 売上高全体に占める輸出金額の割合

- 「直接輸出」「間接輸出」「自社の海外拠点への輸出」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%となっている（図-2）。輸出金額ベースでみると、輸出金額は売上高全体の18.2%となっている（図-3）。
- 輸出の形態を輸出金額ベースでみると、「直接輸出」が54.3%と最も多く、次いで「間接輸出」（32.7%）、「自社の海外拠点への輸出」（13.0%）の順となっている（図-4）。業種別にみると、製造業では「間接輸出」が4割を占めるのに対し、非製造業では「直接輸出」が8割以上となっている。

図-2 2012年の売上高合計に占める輸出金額（輸出比率）の分布

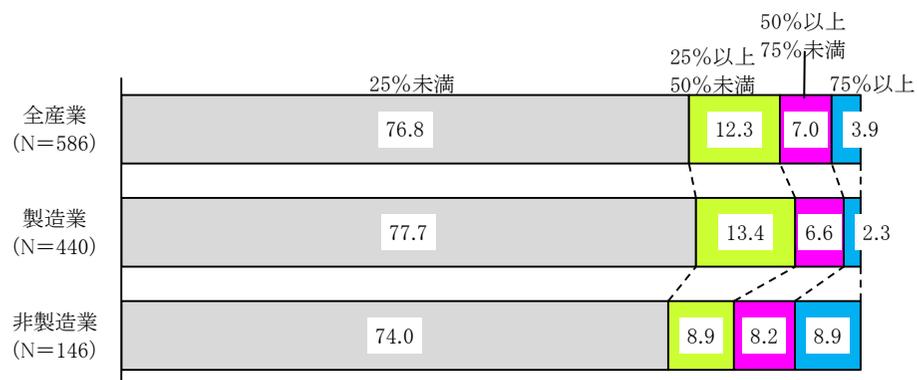


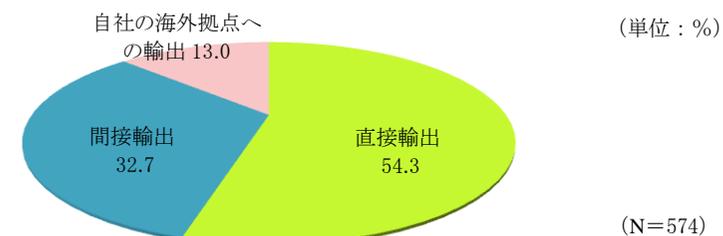
図-3 輸出比率（輸出金額ベース）



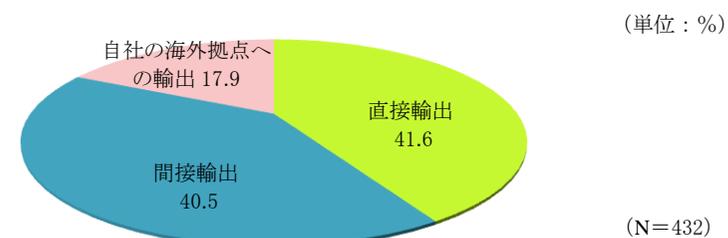
- (注) 1 図-1で「直接輸出」「間接輸出」「自社の海外拠点に輸出」のいずれかを選択した企業に対して尋ねたもの（以下同じ）。
- 2 2012年1~12月（12月は見込み）の売上高の合計と、そのうち輸出による売上高（直接輸出、間接輸出、自社の海外拠点への輸出の合計）を尋ね、合算したもの。
- 3 輸出比率=2012年の輸出による売上高/2012年の売上高

図-4 輸出の形態（輸出金額ベース）

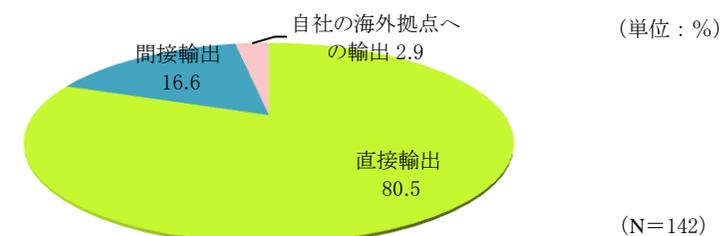
(1) 全産業



(2) 製造業



(3) 非製造業



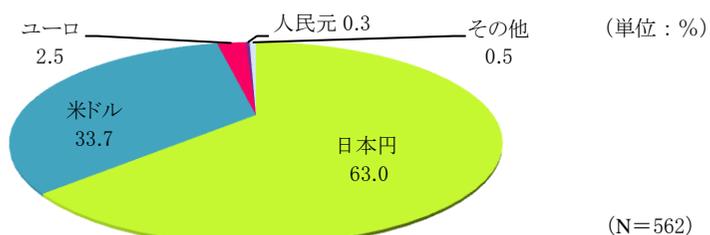
- (注) 「直接輸出」「間接輸出」「自社の海外拠点への輸出」それぞれの輸出による売上高に占める割合を尋ね、図-3で尋ねた各企業の輸出による売上高を乗じたものを、合算して算出。

5 決済通貨、輸出の品目

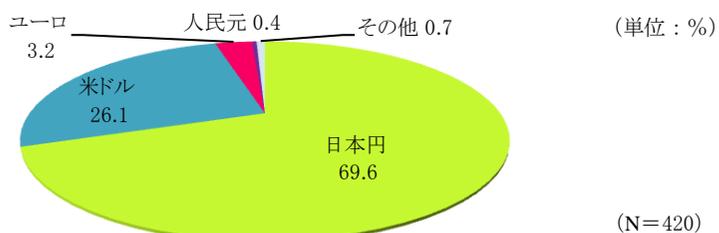
- 決済に用いる通貨を輸出金額ベースで見ると、「日本円」が63.0%と最も多く、次いで「米ドル」(33.7%)、「ユーロ」(2.5%)などの順になっている(図-5)。業種別にみると、製造業は「日本円」が69.6%と最も多く、非製造業は「米ドル」が49.7%と最も多くなっている。
- 輸出の品目を輸出金額ベースで見ると、「部品・原材料」が45.2%と最も多く、次いで「製品・商品」(37.9%)、「機械・生産設備」(14.9%)の順になっている(図-6)。業種別にみると、製造業では「製品・商品」(44.9%)が最も多く、非製造業では「部品・原材料」(74.2%)が最も多くなっている。

図-5 輸出の決済通貨(輸出金額ベース)

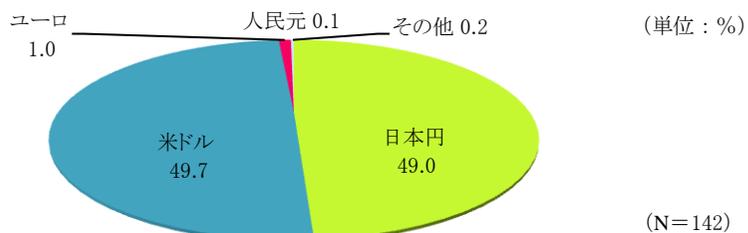
(1) 全産業



(2) 製造業



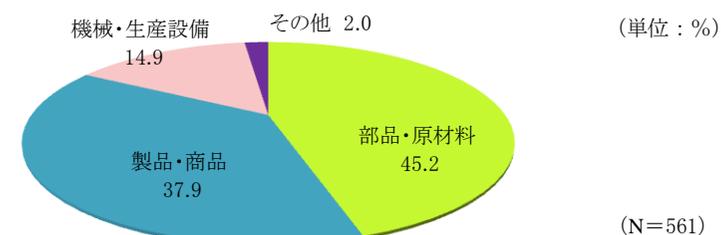
(3) 非製造業



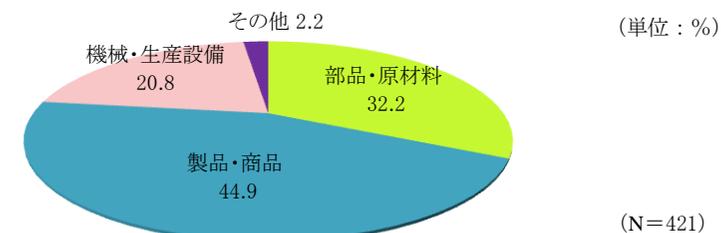
(注) 「日本円」「米ドル」「ユーロ」「人民元」「その他」それぞれの輸出による売上高に占める割合を尋ね、図-3で尋ねた各企業の輸出による売上高を乗じたものを、合算して算出。

図-6 輸出の品目(輸出金額ベース)

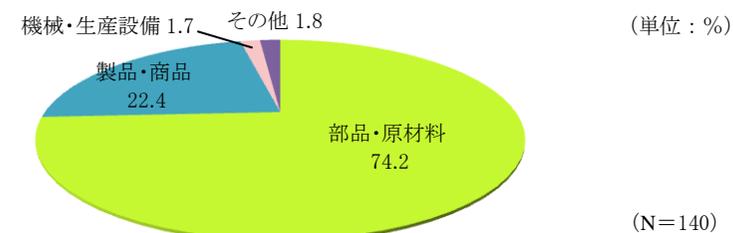
(1) 全産業



(2) 製造業



(3) 非製造業

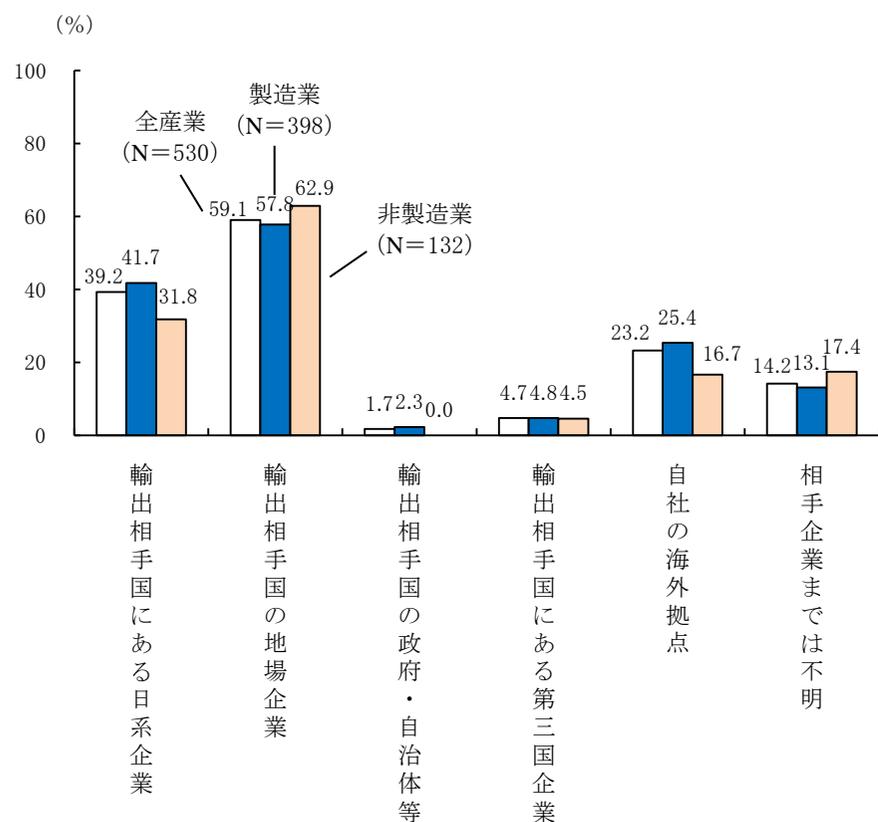


(注) 「部品・原材料」「機械・生産設備」「製品・商品」「その他」それぞれの輸出による売上高に占める割合を尋ね、図-3で尋ねた各企業の輸出による売上高を乗じたものを、合算して算出。

6 輸出先の種類

- 輸出先の種類をみると、「輸出相手国の地場企業」との回答割合が59.1%と最も高く、次いで「輸出相手国にある日系企業」（39.2%）、「自社の海外拠点」（23.2%）の順となっている（図－7）。
- 輸出先を輸出金額ベースでみると、「輸出相手国の地場企業」（49.0%）が最も多く、次いで「輸出相手国にある日系企業」（25.9%）、「自社の海外拠点」（15.1%）などの順となっている（図－8）。業種別にみると、製造業では「輸出相手国の地場企業」が40.1%なのに対し、非製造業は67.5%に達している。

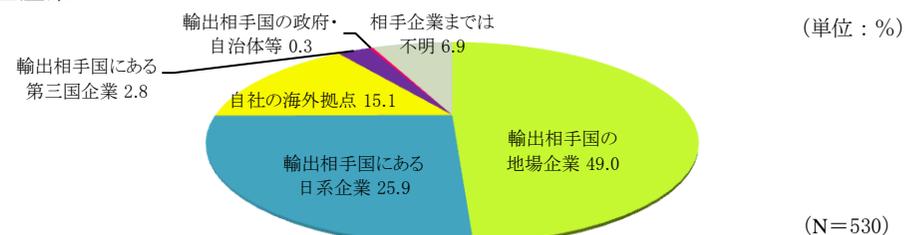
図－7 輸出先の種類（複数回答）



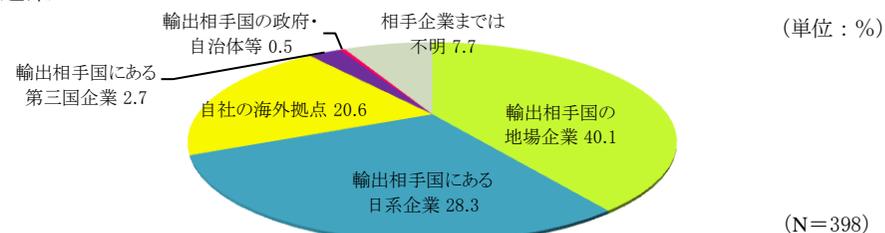
(注) 複数回答のため、合計は100%を超える。

図－8 輸出先の種類（輸出金額ベース）

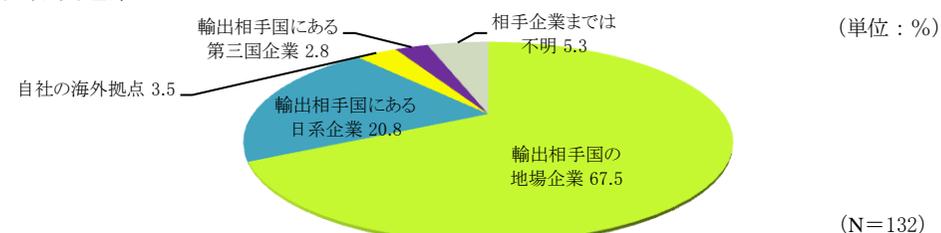
(1) 全産業



(2) 製造業



(3) 非製造業

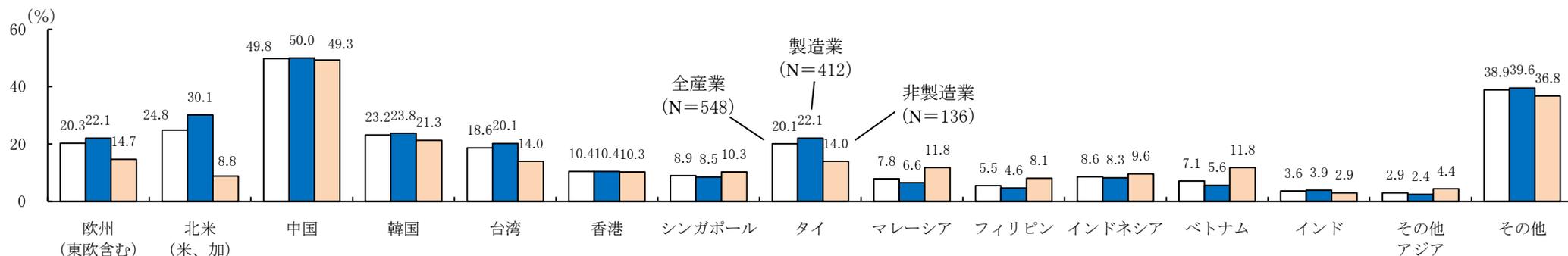


(注) 「輸出相手国にある日系企業」「輸出相手国の地場企業」「輸出相手国にある第三国企業」「自社の海外拠点」「その他」それぞれの輸出による売上高に占める割合を尋ね、図－3で尋ねた各企業の輸出による売上高を乗じたものを、合算して算出。

7 輸出相手国

- 輸出相手国をみると、中国との回答割合が49.8%と最も高く、次いで北米（24.8%）、韓国（23.2%）などの順となっている（図－9）。
- 輸出相手国について輸出金額ベースでみると、アジアが66.7%と全体の3分の2を占め、なかでも中国が全体の4分の1に上る（図－10）。業種別にみると、製造業ではアジア向けが57.6%なのに対し、非製造業では86.8%となっている。

図－9 輸出相手国（複数回答）

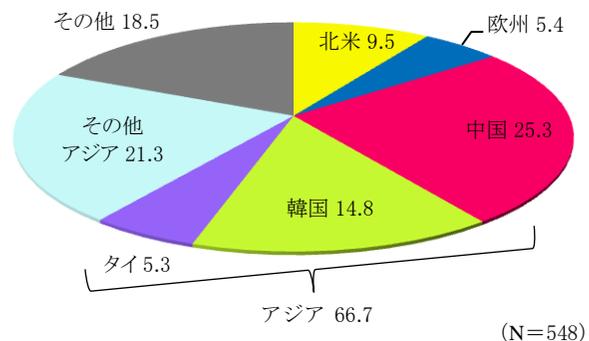


- (注) 1 複数回答のため、合計は100%を超える。
 2 「その他」には「相手国までは不明」を含む。

図－10 輸出相手国（輸出金額ベース）

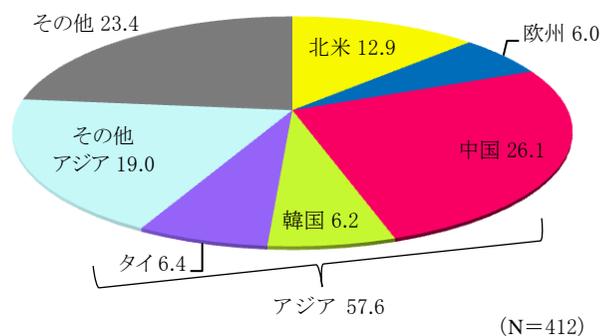
(1) 全産業

(単位：%)



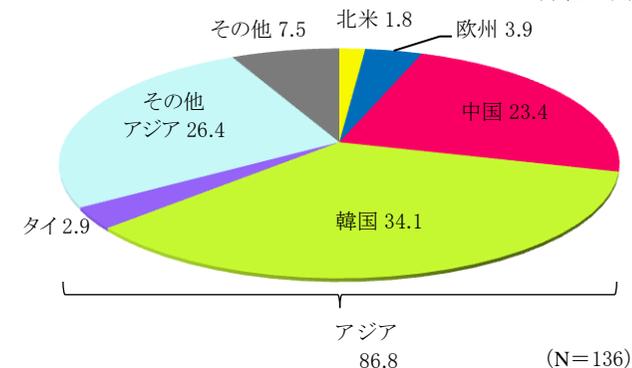
(2) 製造業

(単位：%)



(3) 非製造業

(単位：%)

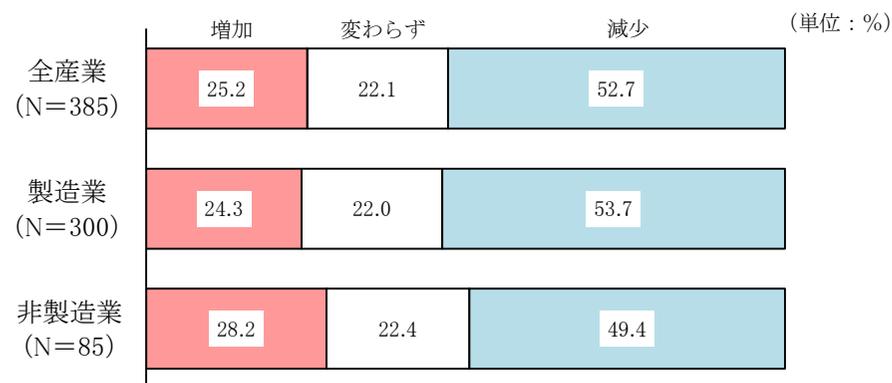


- (注) 1 図－9の(注)2に同じ。
 2 輸出相手国ごとに輸出による売上高に占める割合を尋ね、図－3で尋ねた各企業の輸出による売上高を乗じたものを合算し、算出。

8 輸出金額の増減

- 2012年の輸出金額が前年に比べてどうなったかを尋ねたところ、「減少」と回答した企業の割合は52.7%となり、「増加」（25.2%）を大きく上回った（図-11）。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る。
- 2012年10-12月の輸出金額が2012年7-9月に比べてどうなったかを尋ねたところ、「減少」と回答した企業割合は55.0%となり、同様に「増加」（17.5%）を大きく上回っている（図-12）。

図-11 2012年の輸出金額の増減（前年比）



(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。

<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）

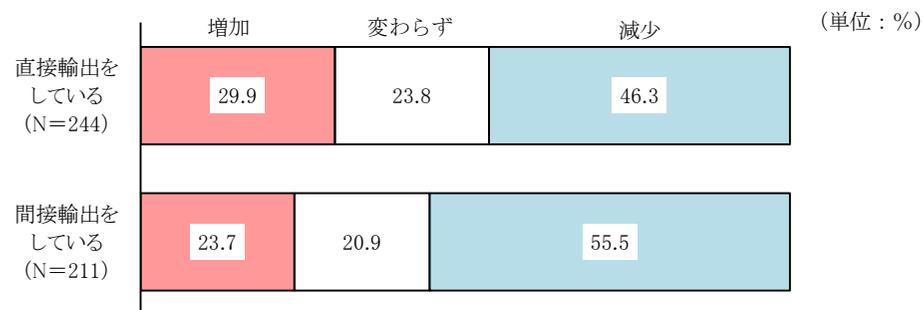
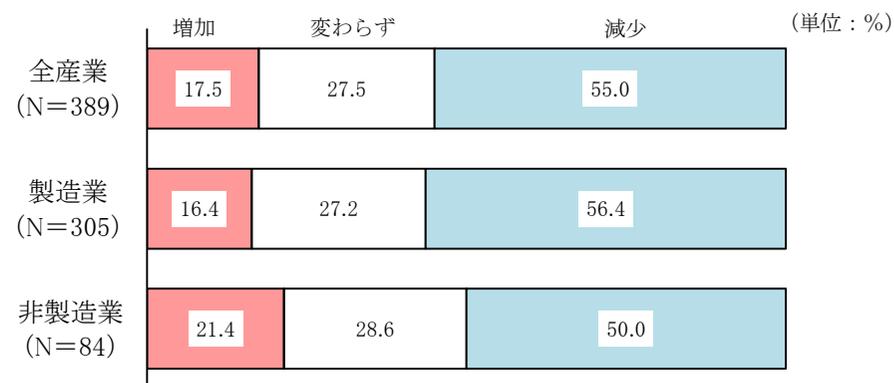
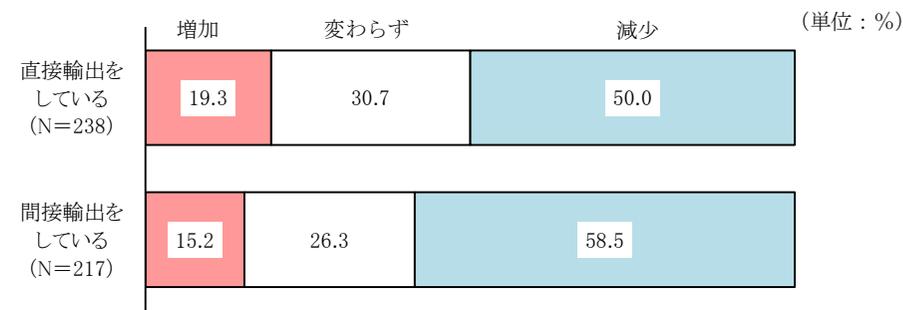


図-12 2012年10-12月の輸出金額の増減（前期比）



(注) 2012年10~12月（12月は見込み）の輸出による売上高が、前期（2012年7月から9月）と比べてどうなったかを尋ねたもの。

<参考> 輸出の形態ごとにみた2012年10-12月期の輸出金額の増減（前期比）



- 「直接輸出をしている」と回答した企業について、2012年の輸出金額が前年に比べてどうなったかを輸出国・地域別にみると、「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る（図-13）。
- 2012年10-12月の輸出金額が2012年7-9月に比べてどうなったかを輸出国・地域別にみると、「減少」と回答した企業の割合はアジア（31.0%）、欧州（29.6%）、北米（22.2%）の順に多くなっている。（図-14）。

図-13 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）

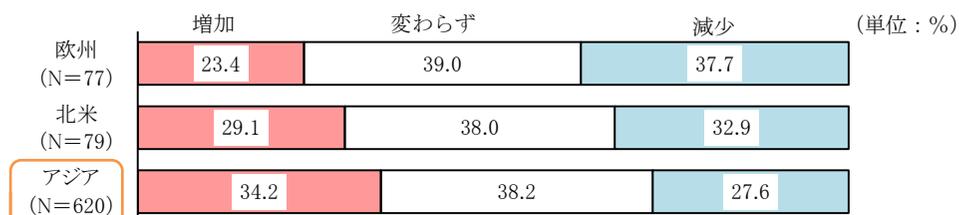
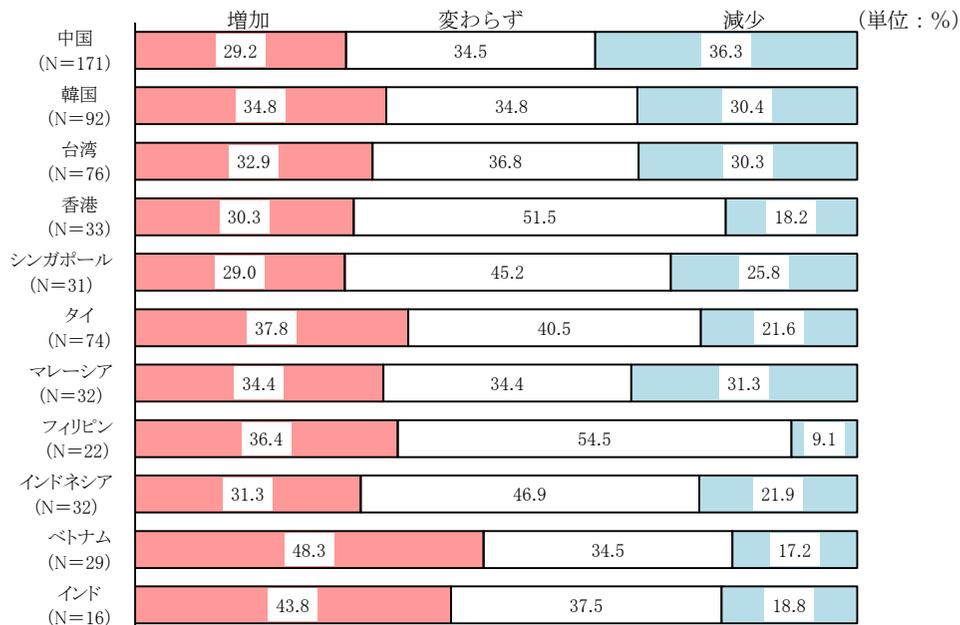


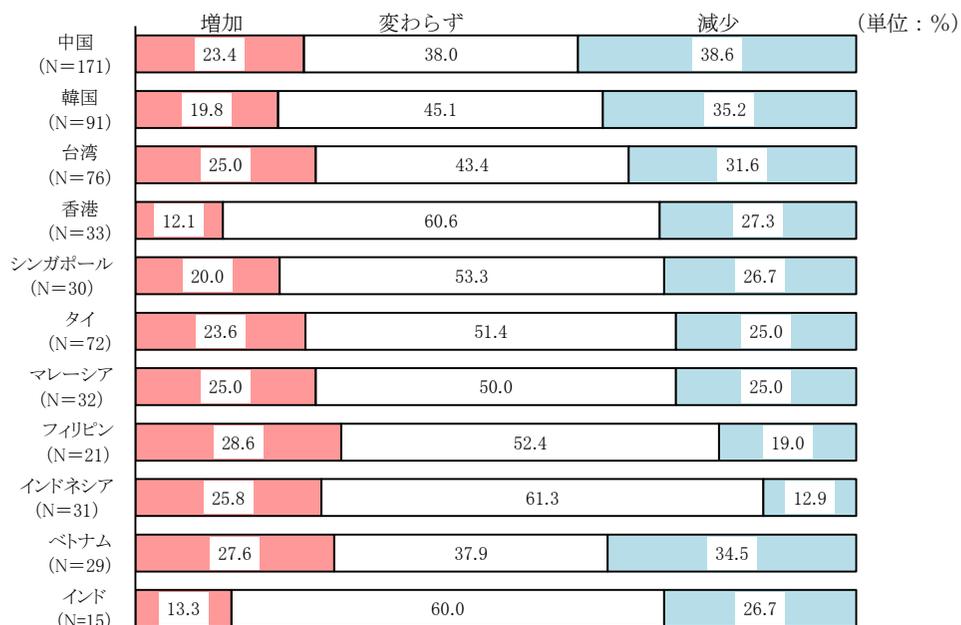
図-14 地域別にみた2012年10-12月の輸出金額の増減
（直接輸出をしている企業、前期比）



<参考> 国別にみた2012年の輸出額の増減（アジア）



<参考> 国別にみた2012年10-12月の輸出額の増減（アジア）



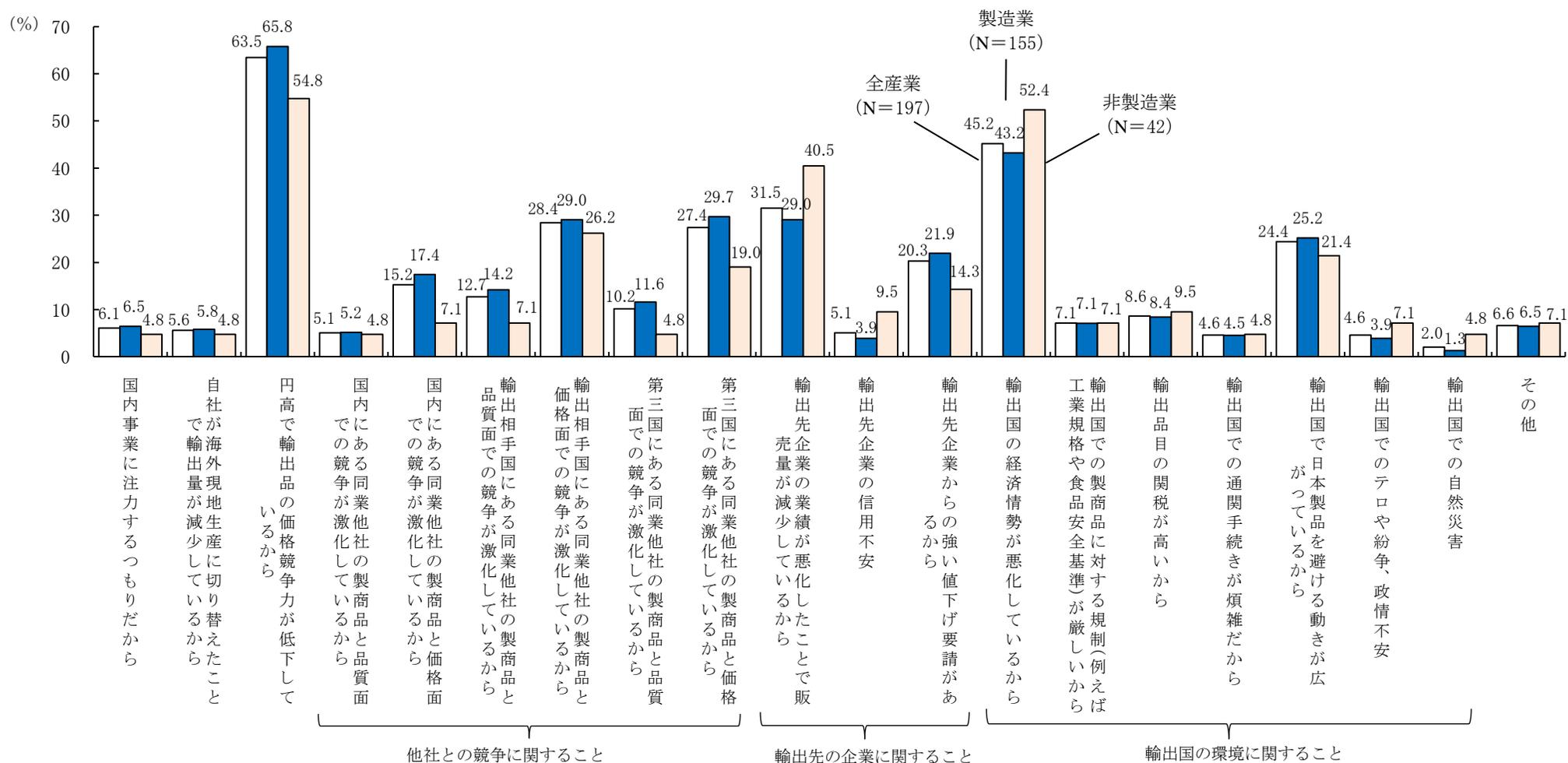
(注) 図-1で「直接輸出をしている」と回答した企業に対して、2012年1-12月（12月は見込み）の輸出額が、前年と比べてどうなったかを輸出相手国ごとに尋ねたもの。

(注) 図-1で「直接輸出をしている」と回答した企業に対して、2012年10-12月（12月は見込み）の輸出額が、前期（2012年7-9月）と比べてどうなったかを輸出相手国ごとに尋ねたもの。

9 輸出金額が減少した理由

○ 2012年の輸出金額が前年に比べて減少し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%）などの順となっている（図-15）。

図-15 2012年の輸出金額が前年に比べて減少した理由（複数回答）



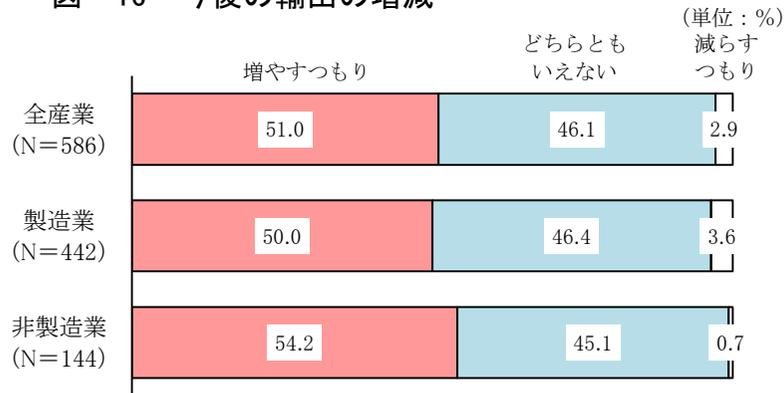
(注) 1 図-11で2012年の輸出による売上高が「減少」と回答した企業について集計した。

2 複数回答のため、合計は100%を超える。

10 今後の輸出への取り組み

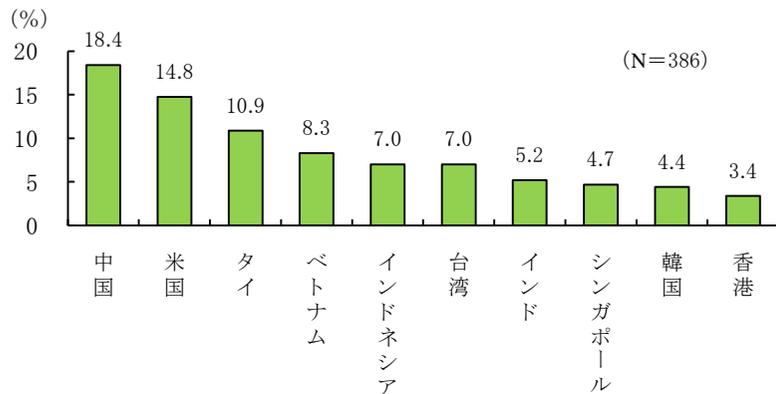
- 今後の輸出への取り組みについて、「増やすつもり」と回答した企業の割合は51.0%となり、「減らすつもり」（2.9%）を大きく上回っている（図-16）。特に輸出を増やしたい国は、「中国」が18.4%と最も多く、次いで「米国」（14.8%）、「タイ」（10.9%）などの順となっている（図-17）。
- 今後輸出を「増やすつもり」と回答した企業に理由を尋ねたところ、「現地の地場企業や消費者の需要拡大が見込めるから」と回答した企業の割合が64.2%と最も多く、次いで「日本製品に対する評価が高いから」（41.8%）などの順となっている（図-18）。

図-16 今後の輸出の増減



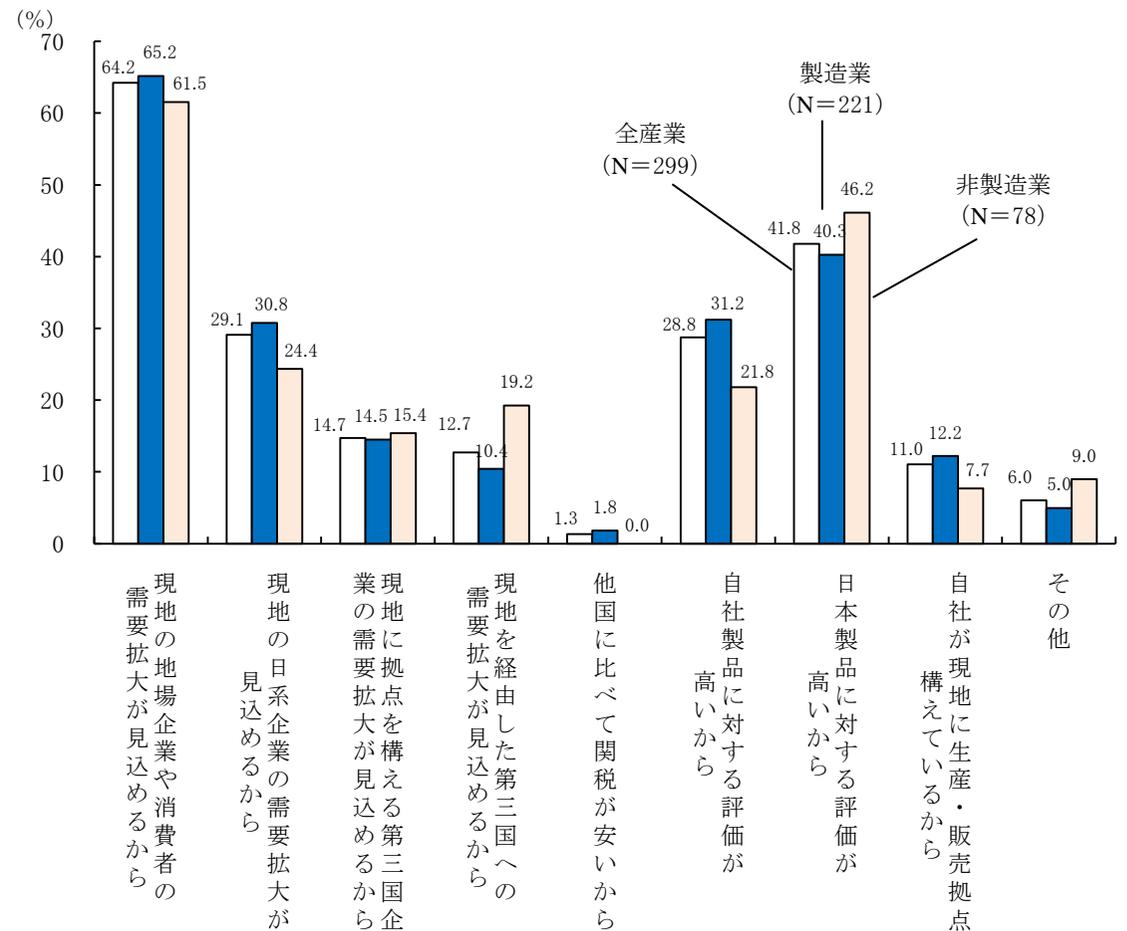
(注) 図-1で「直接輸出」「間接輸出」「自社の海外拠点への輸出」のいずれかを選択した企業について集計した。

図-17 輸出を増やしたい国（上位10カ国）



(注) 図-16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-18 今後輸出を増やす理由（複数回答）



(注) 1 図-16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。