

経済分野等における 国際交流についての実態調査 報告書

(令和7年9月調査)

令和8年3月

尼 崎 市

目次

I 調査概要	1
II 調査結果	2
1 回答事業所の概要	2
(1) 従業員数	2
(2) 業種	2
2 海外展開の実態	3
(1) 海外展開の状況	3
(2) 海外展開の内容	4
(3) 今後の海外展開の意向	6
(4) 海外展開の課題と支援	8
(5) 海外展開に関心がない理由	14
3 まとめ	15
III 資料編	17
1 調査依頼文及びアンケート調査票	17
2 単純集計結果	21

本報告書における図表等の表記について

- 本報告書では、調査結果を業種別、従業員規模別（以下、規模別という。）に示すことを基本とする。
- 規模別は次の3区分とする。“20人以下”、“21～100人”、“101人以上”
“20人以下”の回答サンプル数が少ない場合、“21～100人”と合わせて、“100人以下”としてまとめることにする。
- 回答事業所の業種は、“製造業”、“建設業”、“卸売業”、“小売業”、サービス業の“情報通信業”、“運輸業”、“その他”である。
回答数が少ないため、“卸売業”、“小売業”は“卸,小売業”とまとめ、“サービス業”はひとつにまとめて記述する。
回答数が少ない設問では、“建設業”、“卸,小売業”“サービス業”を、“非製造業”にまとめ、記述することがある。（Ⅱ1（2）図1-1-1（p.4）参照）

- 業種は、本文・図表では次のように表記する。

業種		本文・図表での表記	
製造業		製造業	製造業
建設業		建設業	
卸売業 小売業		卸、小売業	
サービス業	情報通信	サービス業	
	運輸		
	その他		

- 無回答を除いて集計するため、回答数は章・節ごとに異なる。
- 回答数は「n=」または（ ）で表記する。
- 構成比率は四捨五入して記載するため、合計が100%とならない場合がある。
- 回答数が3件未満の場合、秘匿値として掲載を控える。10件未満の場合、図表への掲載のみ行い、本文での記述は控える。
- 本文では、回答全体（以下、「全体」という。）と比較して特徴がみられる業種や規模（概ね構成比で5.0ポイント以上の差がある場合）を中心に記述する。

I 調査概要

1 調査の目的

本調査は、尼崎市の企業の海外展開の実態について把握し、その課題やニーズに応じた支援策の実施につなげるための基礎資料とすることを目的とする。

2 調査対象

尼崎市内の従業員20人以上の企業のうち、無作為抽出法により選出された500社

3 調査方法

調査票は郵送により配布し、郵送、WEB回答フォーム、FAX等により回収した。

調査票は、Ⅲ資料編(p.17)を参照

4 調査期間

令和7年9月3日～9月19日

5 配布・回収数

配布数	:	500
有効回収数	:	182
有効回収率	:	36.4%

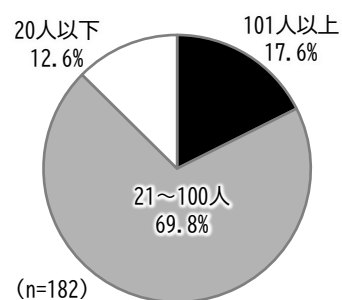
II 調査結果

I 回答事業所の概要

(1) 従業員数

本調査に回答があった182事業所の従業員規模は図1-1-1の通り、“21～100人”が69.8%、“101人以上”が17.6%、“20人以下”が12.6%という構成となった。

図1-1-1 回答事業所の従業員規模別構成比



(2) 業種

回答事業所の業種は図1-2-1の通り、“製造業”が42.9%、“建設業”が20.3%、“卸売業”及び“小売業”はともに6.0%である。サービス業では、“サービス業（その他）”が15.4%と最も多く、“サービス業（運輸）”が7.1%、“サービス業（情報通信）”が2.2%である。

図1-2-1 回答事業所の業種別構成比

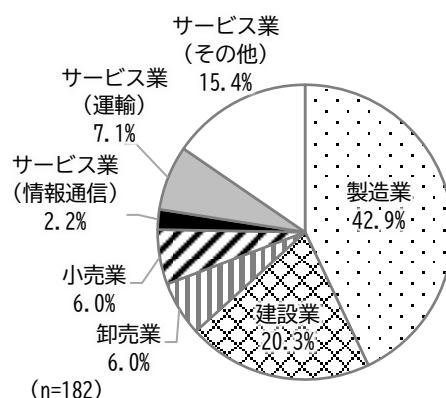
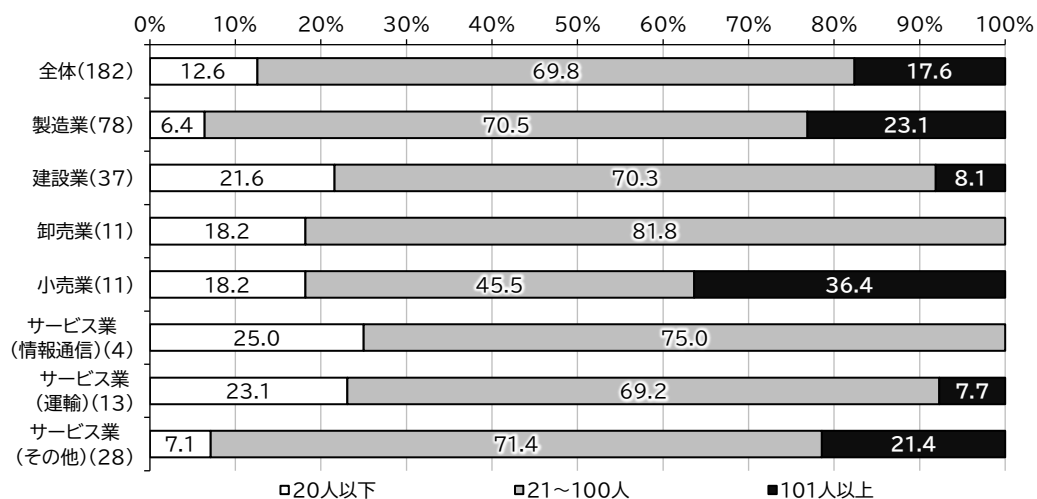
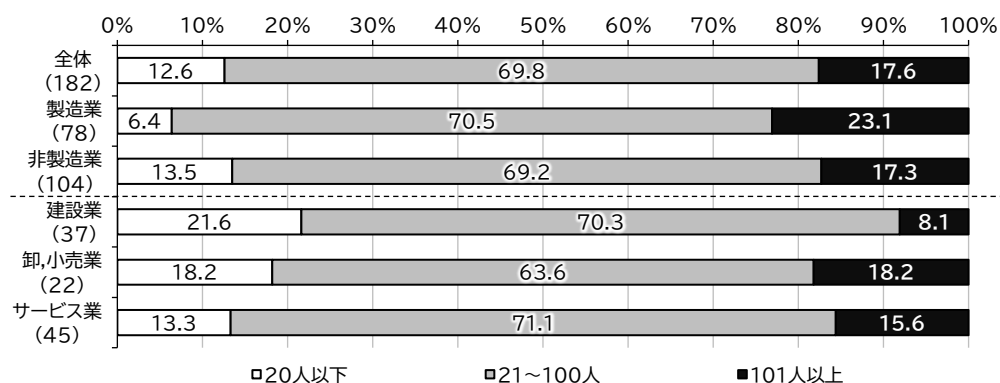


図1-2-2 業種別・従業員規模別の構成比



全般的に回答数が少ないため、“卸売業”、及び“小売業”は“卸、小売業”としてまとめ、サービス業は分類せずに“サービス業”と一括する。また、回答数が少ない設問では、“非製造業”として分析を進めることにする。新しい区分での構成比は、図1-2-3の通りである。

図1-2-3 新しい区分での業種別・規模別の構成比



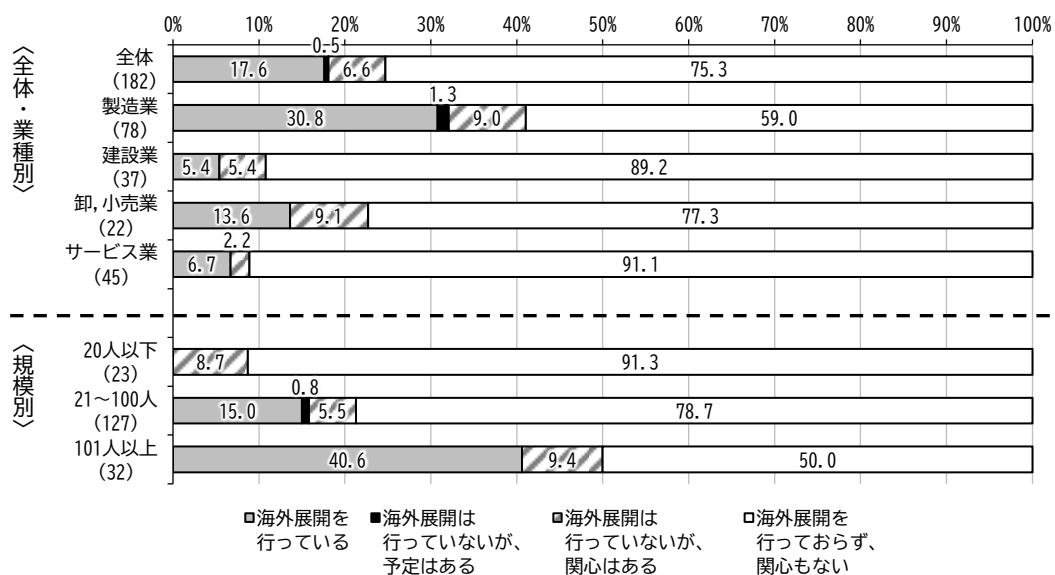
2 海外展開の実態

(1) 海外展開の状況

まず、海外展開の有無をみると、図2-1-1のように、全体では「海外展開を行っている」は32社で、17.6%である。海外展開を行っていない企業では、「海外展開は行っていないが、予定はある」が0.5%、「海外展開は行っていないが、関心はある」が6.6%であり、「海外展開を行っておらず、関心もない」が75.3%となった。

業種別にみると、「海外展開を行っている」は、“製造業”の30.8%が最も割合が高く、“卸、小売業”が13.6%、“建設業”及びサービス業は10%未満であった。「海外展開は行っていないが、予定はある」は“製造業”で1.3%、「海外展開は行っていないが、関心はある」は、いず

図2-1-1 海外展開の有無



れも10%未満だが、海外展開をする割合が高い“卸、小売業”、“製造業”で約9%となった。

規模別にみると、「海外展開を行っている」は“101人以上”で40.6%、“21～100人”で15.0%であり、“20人以下”ではなかった。「海外展開は行っていないが、予定はある」は“21～100人”で0.8%であり、「海外展開は行っていないが、関心はある」は、いずれも10%未満であった。

(2) 海外展開の内容

①実施内容

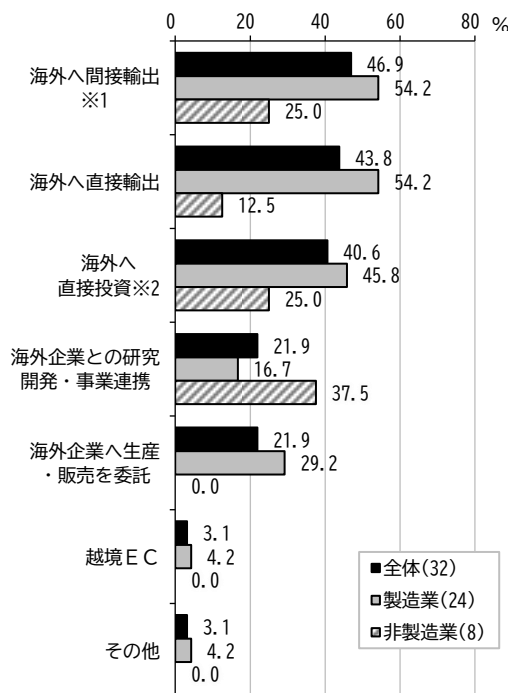
上記(1)で、「海外展開を行っている」と回答した32社の展開の内容を図2-2-1-a・bに示した。図2-2-1-aをみると、全体では「海外へ間接輸出」(取引先等を通じて輸出)が46.9%と最も多く、「海外へ直接輸出」が43.8%、「海外へ直接投資」(工場、営業所等の設置)が40.6%と、40%を超えている。続いて「海外企業との研究開発・事業連携」及び「海外企業へ生産・販売を委託」が21.9%となった。

業種別にみると、“製造業”では「海外へ間接輸出」及び「海外へ直接輸出」が54.2%と半数を超え、次いで「海外へ直接投資」が45.8%である。

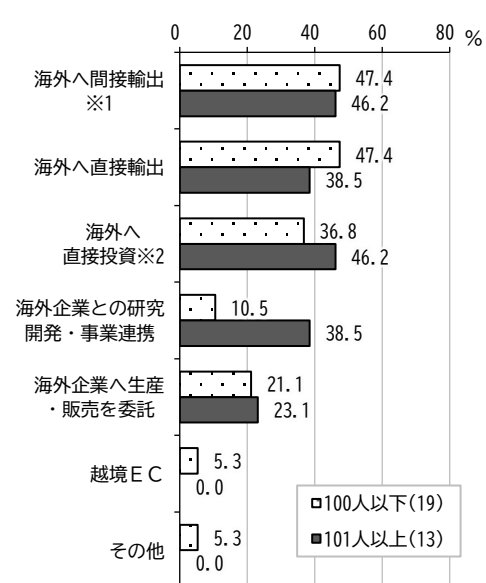
図2-2-1-bより、規模別にみると、「海外企業との研究開発・事業連携」は、“100人以下”と“101人以上”の差が大きく、“101人以上”が38.5%と、“100人以下”を28.5ポイント上回っている。また、「海外へ直接投資」は、“101人以上”が46.2%と、“100人以下”より9.4ポイント高い。輸出面では、「海外へ直接輸出」は、“100人以下”が47.4%で、“101人以上”より8.9ポイント高い。

図2-2-1 海外展開の実施内容(複数回答)

a.全体・業種別



b.規模別



※1：取引先等を通じて輸出
※2：工場、営業所等の設置

②展開先の国・地域

展開先の国や地域について、回答があったものを表2-2-2に示した。

全体では、アジアを中心に20以上の国や地域に広がっている。国や地域別にみると、中国へ展開する企業が16社と最も多く、次いで、タイが11社、台湾が9社と多い。これらの国や地域では、直接・間接輸出だけでなく、工場や営業所設置等の直接投資や、海外企業との研究開発・事業連携等、多様な活動が行われているとみられる。国や地域別の展開企業はのべ84社となり、回答があった31社で平均すると、1社あたりの展開先は2.7の国や地域となった。

業種別にみると、“製造業”では、アジアを中心に、ヨーロッパ、北米、南米と広域に展開している。特に中国が12社と最も多く、タイが8社、台湾が7社、米国が6社と続く。展開企業はのべ64社で、1社あたりの展開先は2.8の国や地域となった。

規模別にみると、“100人以下”、“101人以上”とも、アジアを中心に欧米等へも展開している。“100人以下”では、ウガンダやブラジルなど、開発途上国や新興国へも展開し、1社あたりの展開先も3.0の国や地域となっている。“101人以上”では、1社あたり2.3の国や地域へ展開し、1社あたり2.3カ国・地域へ展開しているという結果となった。

表2-2-2 国や地域別の展開企業数（自由回答）

(単位：事業所)

国・地域		総計	業種別			規模別		
			製造業	非製造業※4		100人 以下	101人 以上	
				卸、小売業	サービス業			
展開企業（総数）		31	23	8	3	3	18	13
アジア	韓国	4	3	1			3	1
	中国※1	16	12	4	1	2	10	6
	台湾	9	7	2	1	1	6	3
	東アジア※2	1	1					1
	インドネシア	7	5	2	1		5	2
	シンガポール	2	1	1		1	2	
	フィリピン	1	1				1	
	バトナム	8	5	3	2		7	1
	マレーシア	3	3				3	
	ミャンマー	1		1		1	1	
	タイ	11	8	3	1	2	6	5
	東南アジア※2	2	2					2
	インド	2		2		2		2
	アジア※2	1	1				1	
アフリカ	ウガンダ	1		1		1		
ヨーロッパ・北米	スイス	1	1					1
	ドイツ	1	1				1	
	フランス	1	1				1	
	ベルギー	1	1					1
	英国	2	2					2
	米国	6	6				3	3
	カナダ	1	1				1	
	欧米※2	1	1				1	
	南米	ブラジル	1	1				1
のべ企業数		84	64	20	6	10	54	30
1社あたり展開先		2.7	2.8	2.5	2.0	3.3	3.0	2.3

※1：上海、香港（各1）を含む

※2：「東アジア諸国」、「東南アジア」等の回答は、そのまま集計している。

※3：5事業所以上が展開する国・地域や業種・規模の欄に着色

※4：建設業は回答数が3社未満のため秘匿した。非製造業の合計には建設業を含む。

(3) 今後の海外展開の意向

① 関心のある展開内容

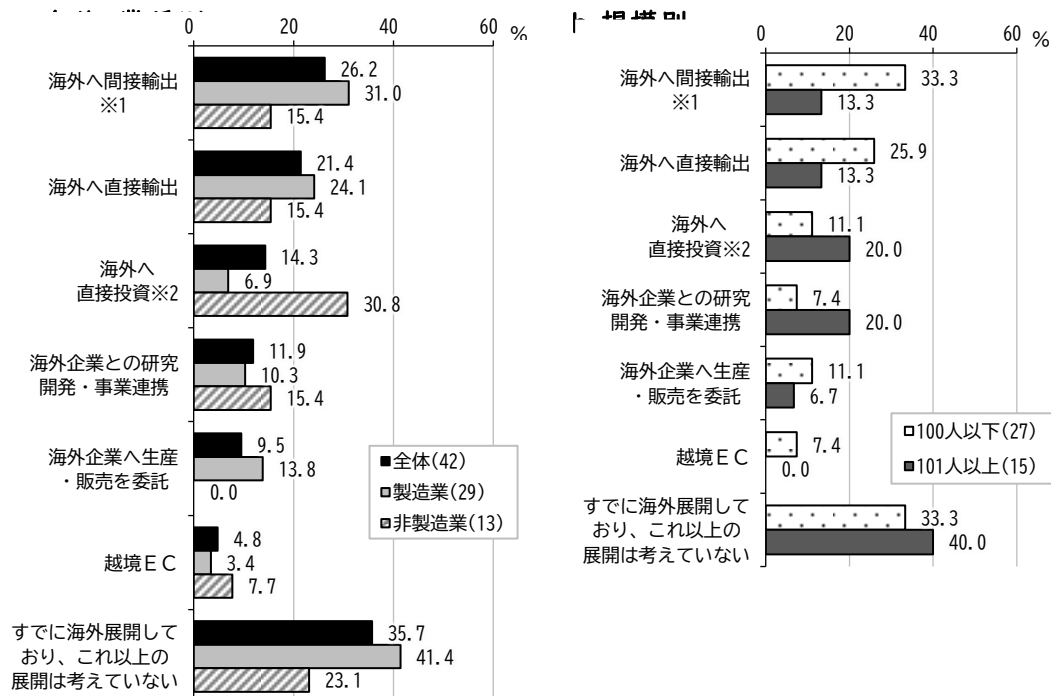
ここから、今後の海外展開への意向についてみていく。まず、関心がある、あるいは展開したい内容についてみると、図2-3-1-a～cのようになった。

まず、新たな展開等に関心がある企業は、図2-3-1-aをみると、全体では、「すでに海外展開しており、これ以上の展開は考えていない」と回答した35.7%を差引きすると、64.3%となる。同様に計算すると、「製造業」では58.6%、「非製造業」では76.9%、図2-3-1-bの規模別では、「100人以下」で66.7%、「101人以上」で60.0%となる。

関心のある展開内容をみると、全体では「海外へ間接輸出」（取引先を通じて輸出）が26.2%と最も関心が高く、「海外へ直接輸出」が21.4%、「海外へ直接投資」（工場、営業所等の設置）が14.3%、「海外企業との研究開発・事業連携」が11.9%となった。「製造業」では、「海外へ間接輸出」が31.0%、「海外へ直接輸出」が24.1%と、輸出について関心が高く、次いで「海外企業へ生産・販売を委託」が13.8%、「海外企業との研究開発・事業連携」10.3%という順で多くなった。「非製造業」では、「海外へ直接投資」が30.8%と最も高かった。

規模別では、「100人以下」では「海外への間接輸出」が33.3%、「海外へ直接輸出」が25.9%と、輸出への関心が高く、「101人以上」では、「海外へ直接投資」及び「海外企業との研究開発・事業連携」がともに20.0%と最も高く、規模により傾向が異なるようである。

図2-3-1 関心のある展開内容（複数回答）



※1：取引先等を通じて輸出、※2 工場、営業所等の設置。
また、選択肢「その他」は回答がなかったため、記載を省略した。図bも同じ。

さらに、上記(1)でみた海外展開の状況について、すでに海外展開をしている企業と、海外展開をしていないが予定や関心がある企業の別でみると、図2-3-1-cのようになった。まず、「海外展開あり」の企業では、「すでに海外展開しており、これ以上の展開は考えていない」は51.7%で、差引きすると、新規展開に関心があるのは48.3%となり、ほぼ半数といえる。

展開内容では、「海外へ直接投資」が20.7%と最も関心が高い。“予定・関心あり”の企業では、「海外へ直接輸出」及び「海外へ直接投資」がいずれも38.5%と最も高い。また、「海外へ間接輸出」、「海外企業との研究開発・事業連携」は、「海外展開あり」、「予定・関心あり」とも10%台となっている。

②海外へ展開する理由

海外へ展開する(したい)理由は、図2-3-2-a~cのようになった。

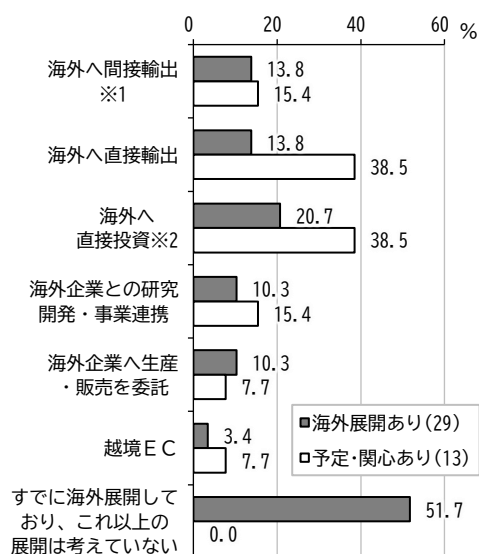
全体では、「売上の向上」が65.9%と突出し、次いで「国内市場の縮小」が39.0%、「取引先からの要請」が34.1%、「海外からの問合せ」が22.0%である。

業種別にみると、「製造業」では「売上の向上」が79.3%と突出し、「国内市場の縮小」が44.8%、「取引先からの要請」が31.0%である。「非製造業」では順序や回答割合が大きく異なり、「取引先からの要請」が41.7%、「売上の向上」が33.3%、「国内市場の縮小」は25.0%である。「海外からの問合せ」は20.7~25.0%とほぼ同率である。

次ページの図2-3-2-bで規模別にみると、「100人以下」、「101人以上」とも「売上の向上」が65.4%~66.7%とほぼ同水準で最も高く、次いで「国内市場の縮小」が38.5~40.0%と続く。「取引先からの要請」以下は両者で差があり、「100人以下」で30.8%、「101人以上」で40.0%と後者が

図2-3-1 関心のある展開内容(複数回答)

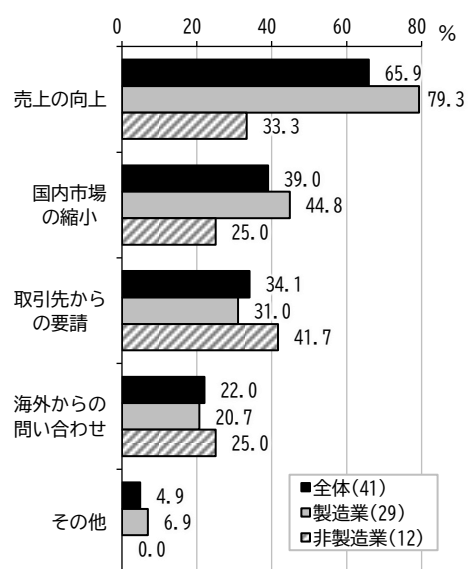
c.海外展開の状況別



※注は、図 a に同じ。

図 2-3-2 海外展開を行う(したい)理由

(複数回答)



〈その他の主な回答〉

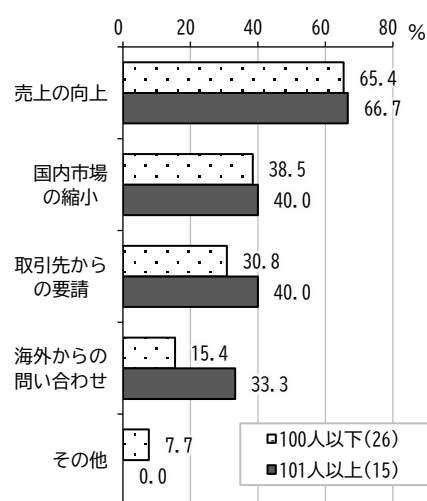
- ・生産量変動時のバッファ。
- ・海外の建造物等に自社製品が使われることで、自社の存在とものづくりの技や、製品の優れた意匠性を多くの人に知ってもらいたい。

9.2ポイント高く、「海外からの問合せ」は“100人以下”で15.4%、“101人以上”で33.3%と、17.9ポイントの差がみられた。

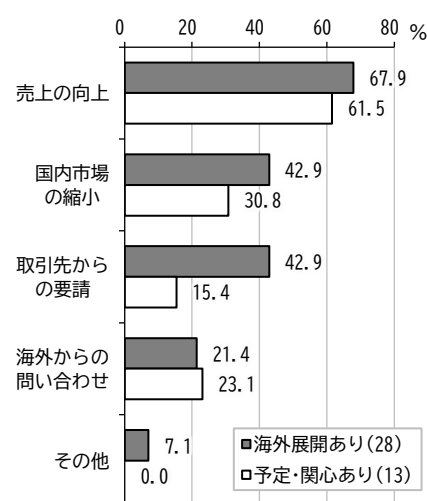
図2-3-2-cで海外展開の状況別の差に注目すると、「取引先からの要請」は“海外展開あり”が42.9%、“予定・関心あり”では15.4%で、前者が27.5ポイント高い。「国内市場の縮小」はそれぞれ42.9%、30.8%で、“海外展開あり”が12.1ポイント高い。「売上の向上」はともに60%を超え、「海外からの問合せ」は21.4%～23.1%とほぼ同水準である。これらのことから、海外へ展開するには、関心を持つだけでなく、「国内市場の縮小」等の問題と「売上の向上」ができることはもちろん、「取引先からの要請」のように既存の企業関係に基づいて展開できることが重要であることが指摘できる。

図2-3-2 海外展開に関心がある理由（複数回答）

b. 規模別



c. 海外展開の状況別



〈その他の主な回答〉→図aに同じ

(4) 海外展開の課題と支援

① 海外展開における課題

海外展開を進める上での課題は、図2-4-1-a～cのようになった。

全体では、図2-4-1-aをみると、「海外対応できる人材の不足」を挙げた企業が60.5%と最も多く、次いで「信頼できる現地パートナーの開拓」が48.8%、「為替変動のリスク」が34.9%、「販路の開拓に不安」が20.9%となった。

業種別にみると、“製造業”、“非製造業”とも「海外対応できる人材の不足」が最も多いが、“製造業”で53.3%、“非製造業”で76.9%と、23.6ポイントの開きがある。次いで「信頼できる現地パートナーの開拓」が多く、それぞれ50.0%、46.2%となり、両業種でほぼ同水準となっている。一方で、「為替変動のリスク」は、“製造業”で43.3%、“非製造業”で15.4%となり、“製造業”が27.9ポイント多く、「販路の開拓に不安」、「資金不足」は“非製造業”がそれぞれ14.1ポイント、9.8ポイント高くなっている。

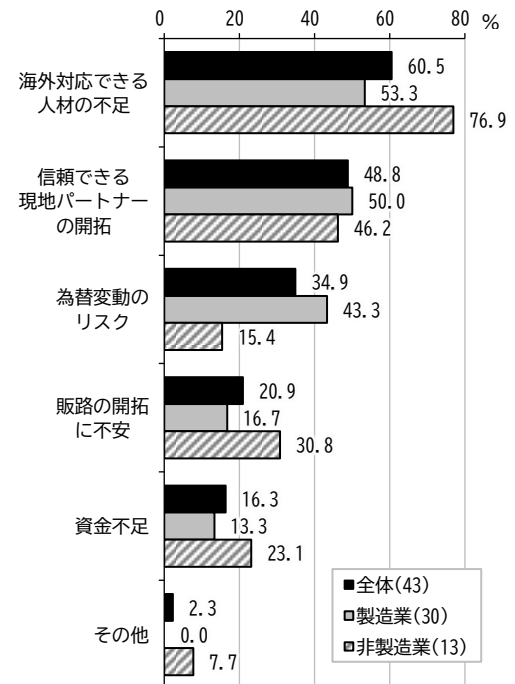
規模別にみると、図2-4-1-bのように、“100人以下”では、「海外対応できる人材の不足」

及び「信頼できる現地パートナーの開拓」が最も多く、ともに50.0%となり、「101人以上」では、「海外対応できる人材の不足」が80.0%と突出し、次いで、「信頼できる現地パートナーの開拓」が46.7%と多い。また、規模別の差が大きい課題は、まず、上述の「海外対応できる人材の不足」で、「101人以上」が30.0ポイント高く、「資金不足」も「101人以上」が20.0%で、5.7ポイント高い。「販路の開拓に不安」は「100人以下」が25.0%で、「101人以上」を11.7ポイント上回った。

海外展開の状況別でみると、図2-4-1-cのように、「海外展開あり」では、「海外対応できる人材の不足」が56.7%、「為替変動のリスク」が46.7%と、「信頼できる現地パートナーの開拓」の43.3%を上回っている。「予定・関心あり」では、「海外対応できる人材の不足」が69.2%、「信頼できる現地パートナーの開拓」が61.5%と突出して多い。両者で最も差が大きかったのは「為替変動のリスク」で、「海外展開あり」が39.0ポイント高く、関心を持っている段階では、「為替変動のリスク」があまり想定されていない様子が見て取れる。

図 2-4-1 海外展開における課題
(複数回答)

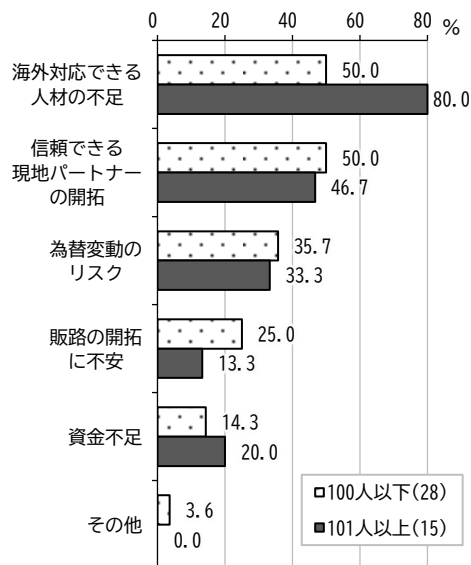
a. 全体・業種別



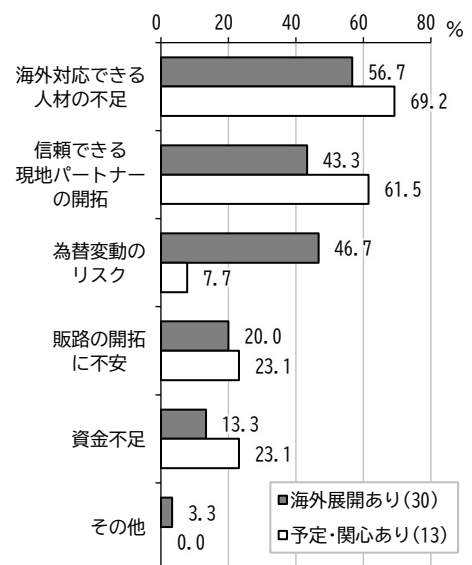
〈その他の主な回答〉 a～cに共通
・原材料不足

図2-4-1 海外展開における課題 (複数回答)

b. 規模別



c. 海外展開の状況別



②必要な支援

海外展開を進める上で必要だと考える支援は図2-4-2-a～cのようになった。

まず、必要な支援があると考えている企業の割合は、全体では、図2-4-2-aの通り、「支援の必要はない」と回答した20.6%を除く、79.4%となる。業種別では、「製造業」で70.0%、「非製造業」で75.0%、同様に、規模別では図2-4-2-bより、「100人以下」では77.8%、「101人以上」では60.0%となる。

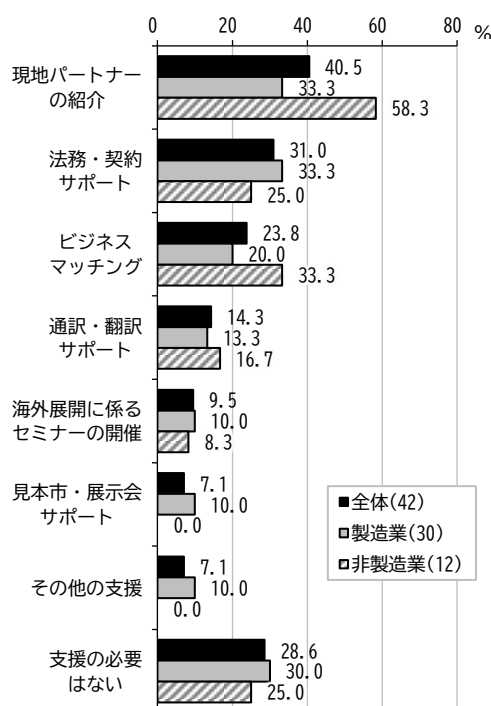
次に、支援の内容をみると、全体では、「現地パートナーの紹介」が40.5%と最も多く、「法務・契約サポート」が31.0%、「ビジネスマッチング」が23.8%と続いている。

業種別にみると、「製造業」では、「現地パートナーの紹介」及び「法務・契約サポート」が33.3%で最も多く、次いで「ビジネスマッチング」が20.0%である。「非製造業」では、「現地パートナーの紹介」が58.3%と多く、「ビジネスマッチング」が33.3%、「法務・契約サポート」が25.0%と多い。「現地パートナーの紹介」及び「ビジネスマッチング」は、「非製造業」で要望する割合が高く、「法務・契約サポート」は「製造業」での割合が高い。

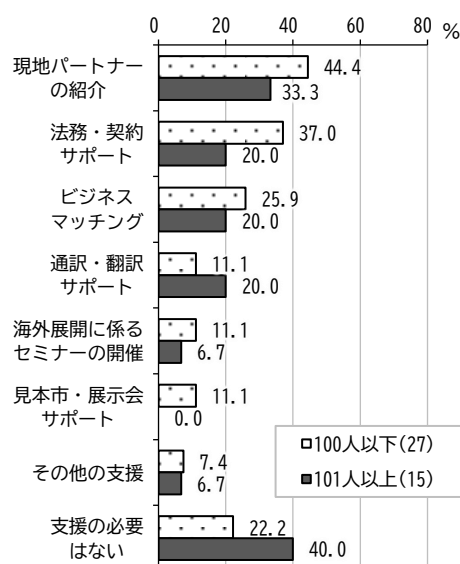
規模別にみると、「100人以下」では、「現地パートナーの紹介」が44.4%、「法務・契約サポート」が37.0%、「ビジネスマッチング」が25.9%と多く、「101人以上」では、「現地パートナーの紹介」が33.3%と最も多く、「法務・契約サポート」、「ビジネスマッチング」、「通訳・翻訳サポート」がともに20.0%となっている。

図2-4-2 海外展開で必要な支援（複数回答）

a. 全体・業種別



b. 規模別



〈その他の主な回答〉 a～cに共通

原産地証明の電子発行／税優遇措置、人材紹介等／支援・補助金等

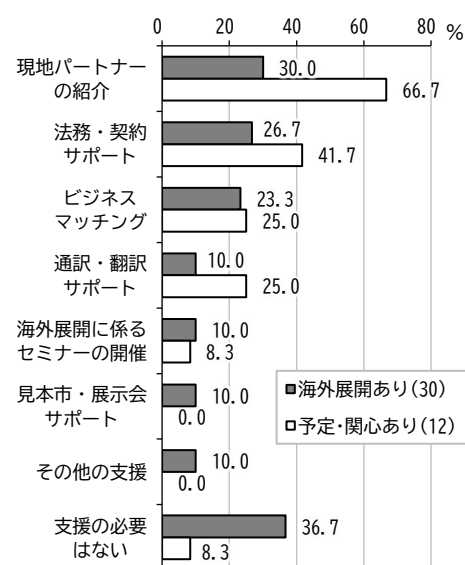
海外展開の状況別にみると、まず、支援が必要だと考える企業は、「支援の必要はない」の回答を差し引きすると、“海外展開あり”では、63.3%、“予定・関心あり”では91.7%となる。

支援内容をみると、“海外展開あり”では、「現地パートナーの紹介」が30.0%、「法務・契約サポート」が26.7%、「ビジネスマッチング」が23.3%と多い。“予定・関心あり”では、「現地パートナーの紹介」が66.7%、「法務・契約サポート」が41.7%、「ビジネスマッチング」及び「通訳・翻訳サポート」が25.0%がと多い。

また、上述(3)①「関心のある展開内容」において、すでに海外展開していて、関心がある海外展開やこれから展開したいことについて回答があった企業（以下、“新規展開に興味あり”とする）と、「すでに海外展開しており、これ以上の展開は考えていない」と回答した企業（以下、“新規展開は考えない”とする）について、必要だと考える支援をみてみると、表2-4-3のようになった。“新規展開に興味あり”では、「現地パートナーの紹介」が50.0%、「ビジネスマッチング」が26.9%であるのに対して、“新規展開は考えない”では、それぞれ28.6%、14.3%と少なくなっている。一方、「法務・契約サポート」、「通訳・翻訳サポート」等は両者ではほぼ同率となり、海外展開の計画時や初期だけでなく、その後も必要な支援といえる。

図 2-4-2 海外展開に必要な支援
(複数回答)

c.海外展開の状況別



〈その他の主な回答〉図 a に同じ。

表2-4-3 新規展開への関心の有無と必要な支援

(単位：%)

	現地 パートナー の紹介	法務・ 契約 サポート	ビジネス マッチング	通訳・ 翻訳 サポート	海外展開 に係る セミナー の開催	見本市・ 展示会 サポート	その他 の支援	支援の 必要 はない
新規展開に 興味あり(26)	50.0	30.8	26.9	15.4	7.7	7.7	3.8	26.9
新規展開は 考えない(14)	28.6	28.6	14.3	14.3	14.3	7.1	14.3	35.7

※見出しの()の数値は回答数。その他の支援は図2-4-2-aに同じ。

③今後展開を希望する国・地域

今後、展開を希望する国や地域についてみると、図2-4-4-a～cの通りとなった。

全体では、「ベトナム」が34.4%、「欧州」が31.3%と30%を超えている。次いで、「インド」及び「北米」がともに28.1%、「インドネシア」が21.9%と20%を上回る。その他の主な回答では、特定の国や地域ではなく、「取引先に合わせる」という回答も、上述(3)②海外へ展開をする理由で示された取引先の影響とも関わって注目される。

業種別にみると、“製造業”では「欧州」が39.1%と最も多く、「ベトナム」、「インド」、「北米」がいずれも26.1%、「インドネシア」が21.7%となった。“非製造業”では、「ベトナム」、「インド」、「フィリピン」等のアジア諸国や「北米」が多い。また、「欧州」が少ない点で、“製造業”と異なっている。

規模別にみると、“100人以下”では、「欧州」が38.1%、「ベトナム」が33.3%、「北米」が28.6%、「インド」及び「インドネシア」がともに23.8%となった。“101人以上”では、「ベトナム」及び「インド」がともに36.4%、「北米」が27.3%となった。「ベトナム」と「北米」は規模にかかわらず希望する企業が多いのに対して、「欧州」は“100人以下”で多く、“101人以上”で少ない。「インド」はその逆となっている。

海外展開の状況別にみると、“海外展開あり”では「欧州」が31.8%と最も多く、次いで、「ベトナム」、「インド」、「北米」がともに27.3%となった。“予定・関心あり”では「ベトナム」が50.0%と最も多く、「マレーシア」が20.0%と少なくなり、この2カ国を除く5つの国や地域は、ともに30.0%となった。

図 2-4-4 今後展開を希望する国・地域
(複数回答)

a.全体・業種別

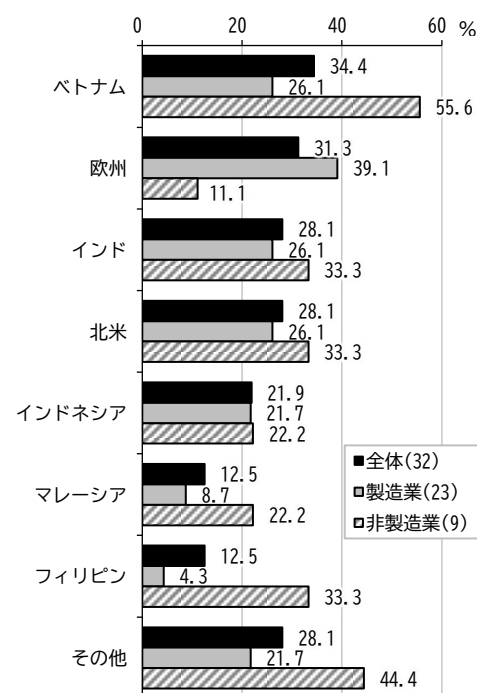
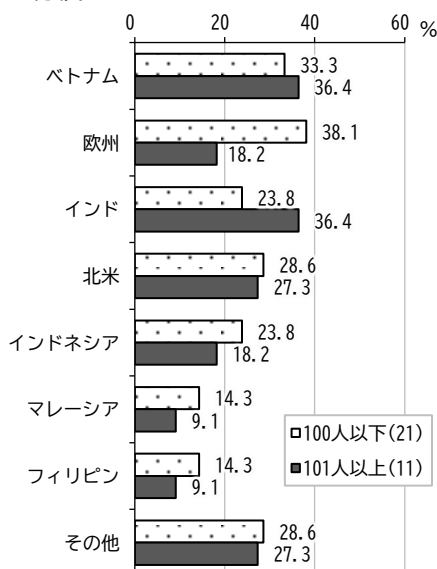
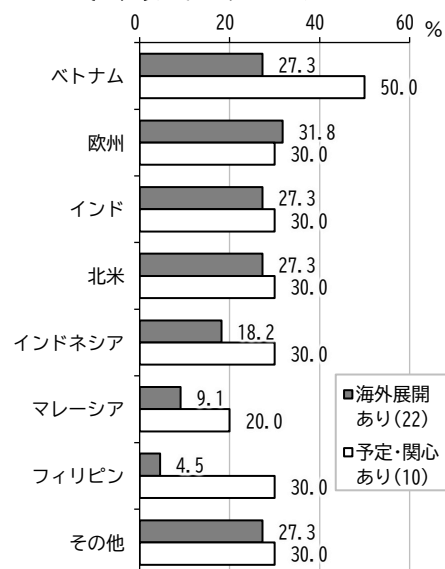


図2-4-4 今後展開を希望する国・地域(複数回答)

b.規模別



c.海外展開の状況別



〈その他の主な回答〉 a～cに共通。()の数値は回答数。
韓国／台湾／香港／マカオ／タイ／シンガポール／カンボジア／東ティモール／トルコ／
取引先に合わせる、取引先の展開国(2)／全体的に。特に国は問わない(2)／現状以上の展開
は考えない(2)／

④海外展開について相談した機関

海外へ展開するにあたり相談した機関（これから展開する場合は、相談したい機関）は図2-4-5-a～cの通りである。

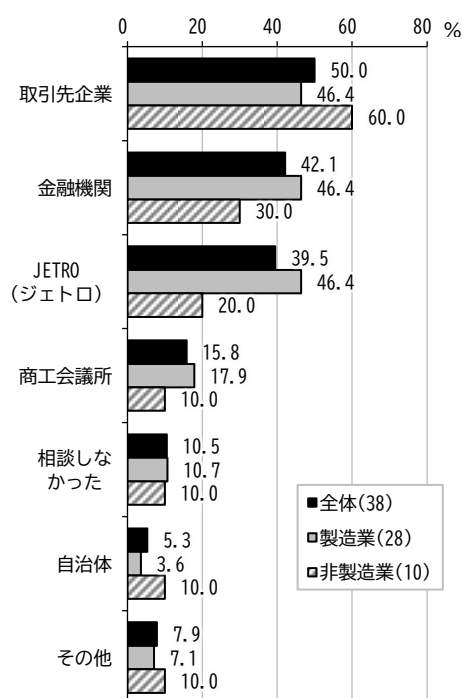
全体では、「取引先企業」が50.0%、「金融機関」が42.1%、「JETRO（ジェトロ）」（日本貿易振興機構）が39.5%と多く、これらに続く「商工会議所」の15.8%との開きが大きい。また、「相談しなかった」は10.5%である。

業種別にみると、“製造業”では、「取引先企業」、「金融機関」、「JETRO（ジェトロ）」が同率の46.4%と多い。“非製造業”では、「取引先企業」が60.0%と突出して多く、「金融機関」が30.0%、「JETRO（ジェトロ）」が20.0%であった。

規模別にみると、“100人以下”では「JETRO（ジェトロ）」が54.2%、「金融機関」が50.0%、「取引先企業」が37.5%、「商工会議所」が20.8%となり、支援機関を利用する割合が相対的に高い。“101人以上”では「取引先企業」が71.4%と突出し、次いで「金融機関」が28.6%であり、「JETRO（ジェトロ）」は14.3%にとどまった。

海外展開の状況別では、“海外展開あり”では、「取引先企業」が53.6%、「金融機関」が50.0%、「JETRO（ジェトロ）」が42.9%という順で多い。“予定・関心あり”では、「取引先企業」が40.0%、「JETRO（ジェトロ）」が30.0%と多く、「金融機関」が20.0%と相対的に低く、「相談しなかった」と同水準である。

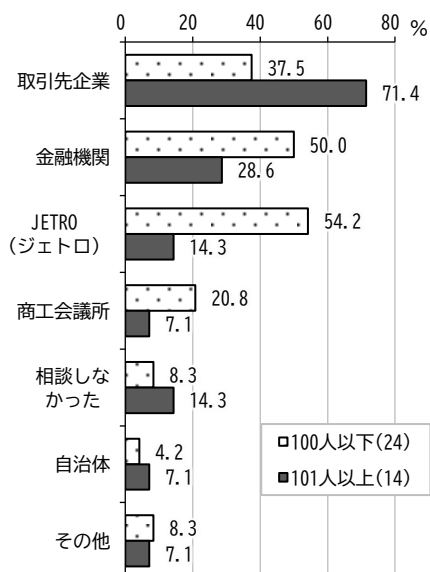
図 2-4-5 海外展開について相談した（したい）機関（複数回答）
a.全体・業種別



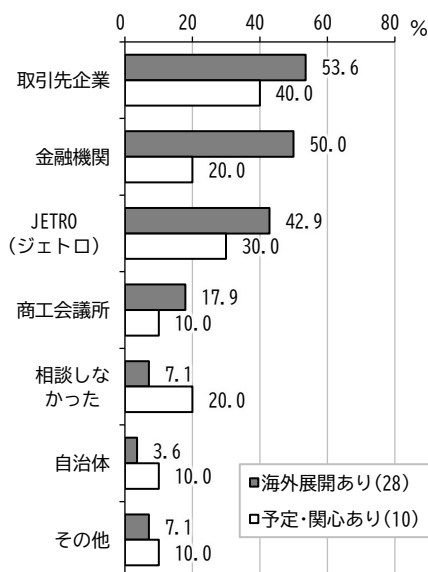
〈その他の主な回答〉 a～cに共通。
親会社／ひょうご海外ビジネスセンター

図2-4-5 海外展開について相談した（したい）機関

b.規模別



c.海外展開の状況別



(5) 海外展開に関心がない理由

最後に、上述(1)海外展開の状況で、「海外展開をしておらず、関心もない」と回答した企業を対象に、その理由を尋ねたところ、図2-5-1-a・bのような結果となった。

全体では、「事業が海外展開に向かないため」が50.4%、「国内市場だけでも十分に経営できるため」が43.8%、「海外展開のリスクが大きいため」が26.3%となった。また、「その他」の主な回答から、本社、親会社等との事業分担から行っていない企業もあることがわかる。

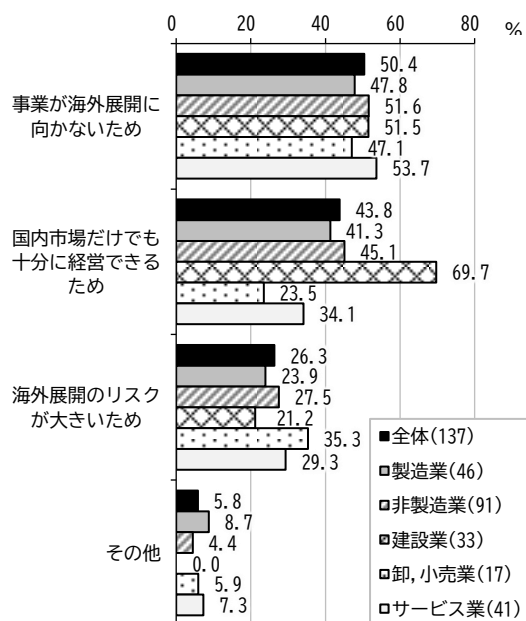
業種別にみると、「事業が海外展開に向かないため」は、4業種とも47.1～53.7%とほぼ半数である。「国内市場だけでも十分に経営できるため」は、「建設業」が69.7%と突出して高く、「卸、小売業」では23.5%、「サービス業」では34.1%と全体を下回る。「海外展開のリスクが大きいため」は「卸、小売業」で35.3%、「サービス業」で29.3%と多い。

規模別にみると、「事業が海外展開に向かないため」は、「20人以下」で61.9%と最も割合が高く、規模が大きいほど割合が低い。「国内市場だけでも十分に経営できるため」は「101人以上」で56.3%と半数を超えるが、「20人以下」、「21～100人」では42.0～42.9%である。また、「海外展開のリスクが大きいため」は「21～100人」で30.0%と他より多い。

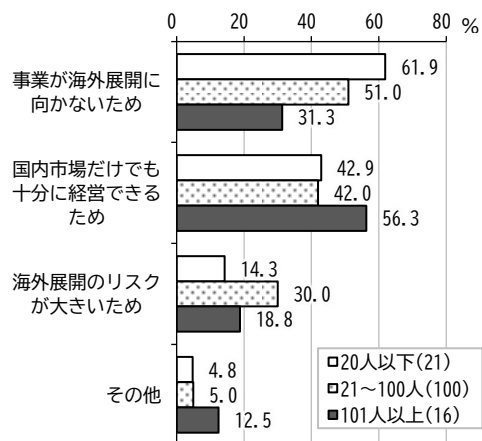
このようにみえてくると、事業が海外展開に向かないとする企業は半数にとどまり、「海外展開のリスクが大きい」と考える企業にも、国内だけでは市場として十分ではない企業もあり、特に、「卸、小売業」、「サービス業」、「21～100人」では多いように思われる。

図2-5-1 海外展開に関心がない理由（複数回答）

a. 全体・業種別



b. 規模別



〈その他の主な回答〉 a・bに共通。

以前、海外に事務所を開いたが、今は国内市場の拡大を考えている。／関連会社が展開しているため、当社で海外展開する必要がない。／親会社からのOEM会社であり、国内のみの仕事であるため。／完全下請業のため。／本社が海外にあるため。／以前、海外展開で失敗したため。

3 まとめ

本調査では、尼崎市内企業の海外展開に関するアンケート調査を行い、海外へ展開する企業及び海外展開の予定・関心がある企業について、以下のような現況を知ることができた。

現在の海外展開の内容は、回答企業に製造業が多かったこともあり、「間接輸出」及び「直接輸出」がそれぞれ4割強と多く、次いで「海外へ直接投資」が4割であった。また、「海外企業との研究開発・事業連携」は従業員規模で差があり、101人以上の企業で4割弱であるのに対して、100人以下の企業では1割にとどまった。今後の展開については、現在の内容と同様に、「間接輸出」、「直接輸出」、「直接投資」に関心を持つ企業が多かった。

展開先は、アジアを中心に、製造業では欧州、北米、南米、非製造業ではアフリカにまで広がっている。国や地域別に展開内容をみると、輸出のみというところから、直接投資をはじめとする事業が行われているところまで多様であり、後者は中国、台湾、ベトナム、タイ、米国、英国等、日本と経済分野の交流が密なところである。今後の展開先では、ベトナム、欧州、インド、北米、インドネシア等を希望する企業が多い。ベトナム、インドネシア、北米、欧州等は、すでに数社の市内企業が展開しているが、インドはまだ2社と少ない。その一方で、国や地域を決めず取引先企業に応じて展開するという企業もみられる。また、欧州に関心がある企業は、他の国や地域と比べると製造業と、100人以下の企業の割合が高くなっている。

海外展開における課題では、「海外展開できる人材の不足」を挙げた企業が6割と最も多かった。次いで、「信頼できる現地パートナーの開拓」が5割、「為替変動のリスク」が3割強という順となった。「為替変動のリスク」を挙げた企業をみると、すでに海外展開している企業では5割弱、まだ海外へ展開していない企業では1割未満と差があり、計画時点では為替リスクへの認識が乏しく、対策が不十分である懸念もある。

これらの課題に対して、必要な支援として、4割の企業が「現地パートナーの紹介」を挙げ、「法務・契約サポート」が3割、「ビジネスマッチング」が2割の順で多かった。その一方で、海外展開にあたって相談した、あるいは相談したい機関等をみると、「取引先企業」が5割で最も多く、「金融機関」及び「JETRO（ジェトロ。日本貿易振興機構）」がそれぞれ4割であった。さらにみると、101人以上の企業では「取引先企業」が7割、「金融機関」が3割の順で多く、100人以下では「JETRO」や「商工会議所」が約5割、「取引先企業」が約4割と、公的機関への相談する割合が高くなっている。

最後に、海外展開を実施、及び予定・関心がある企業と、関心がない企業の、関心の有無の理由をみておきたい。

まず、海外展開を実施・関心がある理由をみると、「売上拡大」を挙げた企業が7割弱で最も多く、次いで、「国内市場の縮小」が約4割である。「取引先からの要請」は3割強であるが、すでに海外展開する企業では4割が、まだ展開していない企業では1割強にとどまり、海外展開の実現に、取引先企業の果たす役割が大きいことが推察される。

次に、海外展開に関心がない理由をみると、「事業が海外展開に向かない」を挙げた企業が5割、「国内市場だけでも十分に経営できる」は4割、「海外展開のリスクが大きいため」は3割弱であった。このうち、「国内市場だけでも十分に経営できる」は、やや極端なことをいえば、国内市場で十分に経営ができない企業が、最多で6割弱程度あるとも考えられる。これらの企業と「国内市場の縮小」を理由に海外展開している企業とのちがいがどのように生じているの

か、本調査では、両者の意志決定プロセスを、取引先企業の影響等を交えて詳らかにすることが十分にはできなかった。今後の課題としておきたい。

また、「事業が海外展開に向かない」を挙げた企業は、規模が小さいほど割合が高く、20人以下の企業では6割、21～100人では5割である。また、「海外展開のリスクが大きい」を挙げた企業では、卸、小売業や、21～100人の企業で割合がやや高かった。これらのことから、業種や事業内容もさることながら、規模が小さい企業で、海外展開に対してやや積極性を欠く様子がみえてくる。とはいえ、人口減少を背景に国内市場が縮小するなかで、中・小規模企業にも海外展開をすることにインセンティブを与え、同時にリスクを回避して成長を促すような支援制度や相談窓口の体制等を検討することが求められているといえる。

Ⅲ 資料編

Ⅰ 調査依頼文及びアンケート調査票

① 依頼文

令和 7 年 9 月

『経済分野等における国際交流についての実態調査』 ご 協 力 の お 願 い

尼崎市長 松本 眞

【本調査の目的】

この調査は、尼崎市の企業の海外展開の実態について把握し、その課題やニーズに応じた支援策の実施につなげるための基礎資料とすることを目的としています。

ご多用の所、誠に恐れ入りますが、ご協力の程お願いいたします。

【調査対象】

尼崎市内の従業員 20 人以上の企業のうち、無作為抽出法により選出された 500 社

【結果の公表】

（公財）尼崎地域産業活性化機構ホームページにて、『経済分野等における国際交流についての実態調査』として、令和 8 年 3 月頃に公表する予定です。

【プライバシーについて】

本調査は、統計法（平成 19 年法律第 53 号）第 27 条 2 項の規定に基づき、総務大臣に届出を行い実施しています。

ご回答の内容は統計的に処理しますので、回答者の皆様の社名や個別の回答内容は一切公表しません。

【ご回答についてのお願い】

1. ご回答は、事業所の代表者様をお願いいたします。
2. ご回答・返送は、令和7年9月19日(金)までをお願いいたします。
3. ご回答方法の詳細につきましては、裏面をご覧ください。

【ご回答方法】

次のいずれかの方法でご回答・ご返送ください。

(1) WEB フォームで回答

A. パソコンで

インターネットで、キーワード「**尼崎アイル**」を検索します。

⇒ **尼崎地域産業活性化機構**ホームページの「**新着情報**」にある

「**経済分野等における国際交流についての実態調査を実施しています**」の文字をクリックします。

⇒ 開いたページの「**回答ページを開く**」の文字をクリックします。

⇒ 回答ページの1 ページ目の「パスワード」は「**ama2global**」と入力します。
(半角英数でご入力ください)

⇒ 2 ページ目の「**調査票コード**」は、同封の調査票の表紙右上の4 ケタの数字を入力します。

B. スマートフォン・タブレット等で

右のQRコードから回答ページを開きます。

※パスワード、調査票コードは A. パソコンで と同じです。



(2) 同封の返信用封筒にて返送 (切手は不要です)

(3) FAX で返送 宛先 06-6488-9525 ((公財) 尼崎地域産業活性化機構)

(4) 電子メールで返送 (Word ファイル・PDF ファイル)

返送先 **chousa@ama-in.or.jp** ((公財) 尼崎地域産業活性化機構)

※回答用紙のダウンロード方法

インターネットで、キーワード「**尼崎アイル**」を検索します。

⇒ **尼崎地域産業活性化機構**ホームページの「**新着情報**」にある

「**経済分野等における国際交流についての実態調査を実施しています**」の文字をクリックします。

⇒ 開いたページの「**回答用紙 (Word ファイル) のダウンロード**」の文字をクリックすると、調査票をダウンロードできます。

※手書きの調査票を PDF ファイルにして送付いただいても構いません。

※ご質問等ございましたら、下記までお問い合わせください。

■調査実施機関(委託先)

(公財) 尼崎地域産業活性化機構

OIC 推進室

担当: 宮崎・桂山

TEL: 06-6488-9534

E-mail: chousa@ama-in.or.jp

■調査主体

尼崎市 経済環境局 経済部

イノベーション推進担当

担当: 南條・織田

TEL: 06-6489-6675

②調査票

尼崎市 経済分野等における国際交流についての実態調査

I 貴社について伺います。

問1 従業員数について教えてください。(1つに○印)

- | | | |
|-----------|------------|----------|
| 1. 101人以上 | 2. 21~100人 | 3. 20人以下 |
|-----------|------------|----------|

問2 業種について教えてください。複数ある場合は主たる業種をお答えください。(1つに○印)

- | | | | |
|----------------|-----------------|--------|--------|
| 1. 製造業 | 2. 建設業 | 3. 卸売業 | 4. 小売業 |
| 5. サービス業(情報通信) | 6. サービス業(飲食・宿泊) | | |
| 7. サービス業(その他) | 8. その他(具体的に: |) | |

II 海外展開の状況について伺います。

問3 海外展開の状況について教えてください。(1つに○印)

- | | |
|-----------------------|--------------|
| 1. 海外展開を行っている | |
| 2. 海外展開は行っていないが、予定はある | ⇒問6へお進みください |
| 3. 海外展開は行っていないが、関心はある | ⇒問6へお進みください |
| 4. 海外展開を行っておらず、関心もない | ⇒問12へお進みください |

ここからは、問3で「1. 海外展開を行っている」と回答された方にうかがいます。

問4 海外展開の実施内容について教えてください。(あてはまるものすべてに○印)

- | | |
|------------------------|--------------------|
| 1. 海外へ直接投資(工場、営業所等の設置) | 2. 海外へ直接輸出 |
| 3. 海外へ間接輸出 | 4. 海外企業との研究開発・事業連携 |
| 5. 海外企業へ生産・販売を委託 | 6. 越境EC |
| 7. その他(具体的に: |) |

問5 海外展開先の国、地域を教えてください。

国や地域(具体的に:	)
------------	---

ここからは、問3で「1. 海外展開を行っている」「2. 海外展開は行っていないが、予定はある」「3. 海外展開は行っていないが、関心はある」と回答された方にうかがいます。

問6 海外展開で関心がある内容、これから展開したい内容について教えてください。(あてはまるものすべてに○印)

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| 1. 海外へ直接投資(工場、営業所等の設置) | 2. 海外へ直接輸出 |
| 3. 海外へ間接輸出(取引先等を通じて輸出) | 4. 海外企業との研究開発・事業連携 |
| 5. 海外企業へ生産・販売の委託 | 6. 越境EC |
| 7. その他(具体的に: |) |
| 8. すでに海外展開しており、これ以上の展開は考えていない | |

問7 海外へ展開する（したい）理由を教えてください。（あてはまるものすべてに○印）

- | | |
|---------------------|---------------|
| 1. 売上の向上 | 2. 国内市場の縮小 |
| 3. 取引先からの要請 | 4. 海外からの問い合わせ |
| 5. その他（具体的に： _____） | |

問8 貴社が海外展開を進める上での課題を教えてください。（あてはまるものすべてに○印）

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1. 海外対応できる人材の不足 | 2. 販路の開拓に不安 |
| 3. 資金不足 | 4. 信頼できる現地パートナーの開拓 |
| 5. 為替変動のリスク | |
| 6. その他（具体的に： _____） | |

問9 海外展開を進める上で必要な支援を教えてください。（あてはまるものすべてに○印）

- | | |
|------------------------|----------------|
| 1. 現地パートナーの紹介 | 2. 通訳・翻訳サポート |
| 3. 法務・契約サポート | 4. 見本市・展示会サポート |
| 5. 海外展開に係るセミナーの開催 | 6. ビジネスマッチング |
| 7. その他の支援（具体的に： _____） | |
| 8. 支援の必要はない | |

問10 今後展開を希望する国や地域を教えてください。（あてはまるものすべてに○印）

- | | | | |
|---------------------|---------|----------|----------|
| 1. インド | 2. ベトナム | 3. マレーシア | 4. フィリピン |
| 5. インドネシア | 6. 北米 | 7. 欧州 | |
| 8. その他（具体的に： _____） | | | |

問11 海外展開について相談した（したい）機関を教えてください。（あてはまるものすべてに○印）

- | | | | |
|---------------------|------------|--------------|---------|
| 1. JETRO（ジェトロ） | 2. 商工会議所 | 3. 自治体 | 4. 金融機関 |
| 5. 取引先企業 | 6. 相談しなかった | 7. 相談先を探している | |
| 8. その他（具体的に： _____） | | | |

ここでは、問3で「4. 海外展開を行っておらず、関心もない」と回答された方に伺います。

問12 海外展開に関心がない理由を教えてください。（あてはまるものすべてに○印）

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. 事業が海外展開に向かないため | 2. 国内市場だけでも十分に経営できるため |
| 3. 海外展開のリスクが大きい | 4. 以前に海外展開に失敗したため |
| 5. その他（具体的に： _____） | |

質問は以上です。ありがとうございました。

ご回答について確認させていただくことがあるかもしれませんので、ご連絡先等をご記入ください。

貴社名			
回答者	(役職)	(氏名)	
電話番号	()	—	

2 単純集計結果

※構成比率は四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合がある。

回答事業所の概要

問1 従業員数 (単回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
101人以上	32	17.6	17.6
21~100人	127	69.8	69.8
20人以下	23	12.6	12.6
無回答	0	0.0	
n (%^ -ス)	182	100.0	182

問2 業種 (単回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
製造業	78	42.9	42.9
建設業	37	20.3	20.3
卸売業	11	6.0	6.0
小売業	11	6.0	6.0
サービス業 (情報通信)	4	2.2	2.2
サービス業 (飲食・宿泊)	0	0.0	0.0
サービス業 (その他)	28	15.4	15.4
その他	13	7.1	7.1
無回答	0	0.0	
n (%^ -ス)	182	100.0	182

海外展開の状況

問3 海外展開の状況 (単回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
海外展開を行っている	32	17.6	17.6
海外展開は行っていないが、予定はある	1	0.5	0.5
海外展開は行っていないが、関心はある	12	6.6	6.6
海外展開を行っておらず、関心もない	137	75.3	75.3
無回答	0	0.0	
n (%^ -ス)	182	100.0	182

問4~5は、問3で「1. 海外展開を行っている」と回答した企業のみ対象。

問4 海外展開の実施内容 (複数回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
海外へ直接投資 (工場、営業所等の設置)	13	40.6	40.6
海外へ直接輸出	14	43.8	43.8
海外へ間接輸出 (取引先等を通じて輸出)	15	46.9	46.9
海外企業との研究開発・事業連携	7	21.9	21.9
海外企業へ生産・販売を委託	7	21.9	21.9
越境 E C	1	3.1	3.1
その他	1	3.1	3.1
無回答	0	0.0	
n (%^ -ス)	32	100.0	32

問5 海外展開先の国や地域 (自由回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
中国※1	16	50.0	51.6
タイ	11	34.4	35.5
台湾	9	28.1	29.0
ベトナム	8	25.0	25.8
インドネシア	7	21.9	22.6
米国	6	18.8	19.4
その他	27	84.4	87.1
無回答	1	3.1	
n (%^ -ス)	32	100.0	31

注) 5社以上から回答があった国や地域へ展開する企業数。4社以下の企業から回答があった国や地域はその他に一括した。

※1: 上海、香港 (各1) を含む。

問6~11は、問3で「1. 海外展開を行っている」「2. 海外展開は行っていないが、予定はある」「3. 海外展開は行っていないが、関心はある」と回答した企業のみ回答。

問6 海外展開で関心がある内容、これから展開したい内容 (複数回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
海外へ直接投資 (工場、営業所等の設置)	6	13.3	14.3
海外へ直接輸出	9	20.0	21.4
海外へ間接輸出 (取引先等を通じて輸出)	11	24.4	26.2
海外企業との研究開発・事業連携	5	11.1	11.9
海外企業へ生産・販売の委託	4	8.9	9.5
越境 E C	2	4.4	4.8
その他	0	0.0	0.0
すでに海外展開しており、これ以上の展開は考えていない	15	33.3	35.7
無回答	3	6.7	
n (%^ -ス)	45	100.0	42

問7 海外へ展開する (したい) 理由 (複数回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
売上の向上	27	60.0	65.9
国内市場の縮小	16	35.6	39.0
取引先からの要請	14	31.1	34.1
海外からの問い合わせ	9	20.0	22.0
その他	2	4.4	4.9
無回答	4	8.9	
n (%^ -ス)	45	100.0	41

問8 貴社が海外展開を進める上での課題 (複数回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
海外対応できる人材の不足	26	57.8	60.5
販路の開拓に不安	9	20.0	20.9
資金不足	7	15.6	16.3
信頼できる現地パートナーの開拓	21	46.7	48.8
為替変動のリスク	15	33.3	34.9
その他	1	2.2	2.3
無回答	2	4.4	
n (%^ -ス)	45	100.0	43

問9 海外展開を進める上で必要な支援 (複数回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
現地パートナーの紹介	17	37.8	40.5
通訳・翻訳サポート	6	13.3	14.3
法務・契約サポート	13	28.9	31.0
見本市・展示会サポート	3	6.7	7.1
海外展開に係るセミナーの開催	4	8.9	9.5
ビジネスマッチング	10	22.2	23.8
その他の支援	3	6.7	7.1
支援の必要はない	12	26.7	28.6
無回答	3	6.7	
n (%^ -ス)	45	100.0	42

問10 今後展開を希望する国や地域 (複数回答)

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
インド	9	20.0	28.1
ベトナム	11	24.4	34.4
マレーシア	4	8.9	12.5
フィリピン	4	8.9	12.5
インドネシア	7	15.6	21.9
北米	9	20.0	28.1
欧州	10	22.2	31.3
その他	9	20.0	28.1
無回答	13	28.9	
n (%^ -ス)	45	100.0	32

問11 海外展開について相談した（したい）機関（複数回答）

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
JETRO（ジエトロ）	15	33.3	39.5
商工会議所	6	13.3	15.8
自治体	2	4.4	5.3
金融機関	16	35.6	42.1
取引先企業	19	42.2	50.0
相談しなかった	4	8.9	10.5
相談先を探している	0	0.0	0.0
その他	3	6.7	7.9
無回答	7	15.6	
n（% [^] -ス）	45	100.0	38

問12は、問3で「4. 海外展開を行っておらず、関心もない」と回答した企業のみ回答。

問12 海外展開に関心がない理由（複数回答）

カテゴリ	件数	(全体)%	(除無)%
事業が海外展開に向かないため	69	50.4	50.4
国内市場だけでも十分に経営できるため	60	43.8	43.8
海外展開のリスクが大きいため	36	26.3	26.3
以前に海外展開に失敗したため	1	0.7	0.7
その他	8	5.8	5.8
無回答	0	0.0	
n（% [^] -ス）	137	100.0	137

経済分野等における
国際交流についての実態調査報告書
(令和7年度)

令和8年3月発行

編集 尼崎市 経済環境局 経済部
イノベーション推進担当
尼崎市東七松町1丁目23番1号
公益財団法人 尼崎地域産業活性化機構
尼崎市昭和通2丁目6-68
尼崎市中小企業センター
発行 公益財団法人 尼崎地域産業活性化機構