

# 2020年度 海外進出日系企業実態調査

(アジア・オセアニア編)

—新型コロナで景況感悪化、  
通商環境の変化による影響が広範囲に—

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

2020年12月23日

## 調査結果のポイント

# 1. 景況感、今後の事業展開(1)

### 1-1. 新型コロナで景況感は過去最低も、中国の悪化度合いは緩やか (スライド1-(6))

- 景況感を表すDI値（注）は、△40.7で過去最低を更新。すべての国・地域で景況感がマイナスとなったのは調査開始以来はじめて。2019年から顕在化した米中対立など通商環境の変化によるマイナスの影響に、新型コロナウイルス（以下、新型コロナ）による国内外での市場喪失の影響が追い打ちをかけた格好。
- 中国の日系企業の景況感も△23.4ポイントと悪化はしたものの、前年からの落ち込みは19.6ポイントと、悪化度合いは域内でも比較的緩やか。新型コロナ感染の影響は受けたものの、早い段階で感染が抑制され、経済活動が再開したことが背景にある。また、黒字企業の割合もすべての国・地域で落ち込んだものの、中国は前年比5ポイント減の63.5%が黒字を維持。この減少幅は調査対象国・地域の中で最も少なかった。
- 一方、依然として感染が拡大するインドネシアが、地域内では△65.9ポイントで最も深刻。これに、タイ（△57.4ポイント）、フィリピン（△51.2ポイント）、インド（△50.3ポイント）が△50ポイントを超えて続いた。インドネシア、タイ、インドでは9割前後の企業が「現地市場での売り上げ減少」、フィリピンでは6割の企業が「輸出低迷による売り上げ減少」を悪化の理由として挙げる。
- (注) Diffusion Indexの略で、営業利益が「改善」する企業の割合(%)から「悪化」する割合を差し引いた数値

## 調査結果のポイント

# 1. 景況感、今後の事業展開(2)

### 1-2. 今後1～2年の事業拡大意欲、過去最低を更新（スライド2-(1)）

- 今後1～2年の事業展開の方向性で「拡大」と回答した企業の割合は、2019年調査から多くの国・地域で低下し始めていたが、**2020年調査ではすべての国・地域で落ち込み、過去最低を更新**した。米中対立など通商環境の変化による影響に加え、新型コロナによる需要喪失が事業拡大意欲にもマイナスの影響を与えていることが読み取れる。
- 一方、このような厳しい状況の中でも、**過半の企業が事業拡大意欲を保ったのは、インド（50.9%）、パキスタン（53.5%）**であった。インドではそのうち84.2%の企業が「現地市場での売上増加」を、パキスタンでは73.9%の企業が「成長性、潜在力の高さ」を拡大の理由とした。

## 2. 新型コロナウイルス感染拡大の影響

### 2-1. 新型コロナからの正常化、中国で先行、7割が2021年前半見込み（スライド3-(1)）

- ビジネスが正常化する時期として、8割の企業が2021年中を見込むのに対して、**中国では67.2%が2021年前半まで**としている。このうち、**43.9%の企業が2020年内の正常化**を見込んでおり、調査対象国・地域の中でも際立った回復ぶりを示している。

### 2-2. 新型コロナを受け、企業のデジタルシフトが加速（スライド3-(4)）

- 新型コロナへの対応として、52.2%の企業がビジネスモデルの見直しを実施、または予定。
- 見直しの具体的な内容としては、在宅勤務やテレワークの活用拡大（53.8%）、バーチャル展示会・オンライン商談会の活用（24.6%）、デジタルマーケティング・AI利用（23.8%）など、企業のデジタルシフトが加速する傾向が出ている。

## 調査結果のポイント

### 3. 通商環境の変化の影響

#### 3-1. 通商環境の変化、マイナスの影響が継続、香港・豪州の悪化が顕著（スライド7-(1)）

- 2019年に顕在化した米中対立などの通商環境の変化による業績へのマイナスの影響は、23.1%と、前年の19.7%から3.4ポイント悪化。特に、香港では前年比9.0ポイント悪化し、過半に迫る46.3%の企業がマイナスの影響があるとした。米中貿易摩擦の影響で中国の顧客企業から米国向けの輸出が減少する、中国からASEANなど他国・地域に生産が移管されることによる販売減少などの回答が目立った。
- 加えて、オーストラリアでもマイナスの影響が31.7%と、前年の17.5%から倍近い14.2ポイント増加した。この背景には、主に中国・オーストラリア間の通商関係の悪化があるとみられる。回答結果からは中国側の石炭や牛肉などの輸入制限措置の影響が読み取れる。

#### 3-2. ベトナムなどでは通商環境の変化がプラスに作用、前年比増（スライド7-(1)）

- ベトナム、バングラデシュ、インドでは、通商環境の変化による業績へのプラスの影響が10%を超え、前年と比べても顕著に増加した。ベトナムは前年から8.2ポイント増の15.3%、バングラデシュは同2.9ポイント増の13.8%、インドは同6.6ポイント増の10.5%であった。
- ベトナム、バングラデシュの回答結果からは、米中貿易摩擦による両国への生産シフトがプラスに働くとする回答が多い。インドでは、中国から同国への生産シフトによるプラスの影響に加え、中印関係悪化を背景に、中国製品のインドへの流入が減少することによる日本製品購入増などのプラスの影響があるとする回答が目立つ。なお、ベトナムでは2020年8月に発効したEU・ベトナム自由貿易協定（EVFTA）のプラスの影響を指摘する声もあった。

## 本年度調査項目

	(ページ)
調査結果のポイント	2 ~ 5
本年度調査の概要	7 ~ 10
1. 営業利益見通し	11 ~ 20
2. 今後の事業展開	21 ~ 38
3. 新型コロナウイルス感染拡大の影響	39 ~ 46
4. 経営上の問題点	47 ~ 53
5. 原材料・部品の調達	54 ~ 62
6. 輸出入の状況	63 ~ 75
7. 通商環境の変化の影響	76 ~ 78
8. 生産性・イノベーション・デジタル	79 ~ 97
9. 賃金	98 ~ 102

# 本年度調査の概要(1)

(社、%)

## 調査目的

- アジア・オセアニアにおける日系企業活動の実態を把握し、その結果を広く提供することを目的とする。

## 調査対象

- 北東アジア5カ国・地域、ASEAN9カ国、南西アジア4カ国、オセアニア2カ国の計20カ国・地域に進出する日系企業（日本側による直接、間接の出資比率が10%以上の企業および日本企業の支店・駐在員事務所）。

## 調査時期

- 2020年（令和2年）8月24日～9月25日

## 回収状況

- 1万4,399社に回答を依頼し、5,976社より有効回答を得た。国・地域別の内訳は右表の通り（有効回答率41.5%）。

## 備考

- 調査は1987年より実施し、本年度は第34回目。
- 2007年度調査より非製造業も調査対象に追加。
- 各スライドのカッコ内の数値は有効回答企業数を示す。
- 図表の数値は四捨五入しているため、合計が必ずしも100%とはならない。
- 台湾の調査については、公益財団法人日本台湾交流協会の協力を得て実施した。

	調査対象 企業数	調査企業数		内訳		有効 回答率
		有効回答	構成比	製造業	非製造業	
総数	14,399	5,976	100.0	2,621	3,355	41.5
北東アジア	2,853	1,661	27.8	709	952	58.2
中国	1,600	886	14.8	522	364	55.4
香港・マカオ	539	370	6.2	45	325	68.6
台湾	548	278	4.7	89	189	50.7
韓国	166	127	2.1	53	74	76.5
ASEAN	9,882	3,623	60.6	1,645	1,978	36.7
ベトナム	1,786	905	15.1	474	431	50.7
タイ	2,775	680	11.4	361	319	24.5
インドネシア	1,997	674	11.3	371	303	33.8
シンガポール	1,113	622	10.4	143	479	55.9
マレーシア	946	257	4.3	147	110	27.2
ミャンマー	468	203	3.4	35	168	43.4
フィリピン	471	133	2.2	59	74	28.2
カンボジア	241	111	1.9	37	74	46.1
ラオス	85	38	0.6	18	20	44.7
南西アジア	1,241	486	8.1	218	268	39.2
インド	945	344	5.8	155	189	36.4
バングラデシュ	169	69	1.2	32	37	40.8
パキスタン	63	43	0.7	21	22	68.3
スリランカ	64	30	0.5	10	20	46.9
オセアニア	423	206	3.4	49	157	48.7
オーストラリア	285	140	2.3	30	110	49.1
ニュージーランド	138	66	1.1	19	47	47.8

# 本年度調査の概要(2)

## 業種別割合 (製造業)

(社、%)

	有効回答	構成比
製造業 計	2,621	43.9
輸送機器部品	390	6.5
鉄・非鉄・金属	387	6.5
電気・電子機器部品	224	3.7
化学・医薬	214	3.6
一般機械	193	3.2
電気・電子機器	179	3.0
食料品	164	2.7
プラスチック製品	162	2.7
繊維・衣服	159	2.7
ゴム・窯業・土石	99	1.7
輸送機器	97	1.6
紙・木製品・印刷	91	1.5
精密・医療機器	80	1.3
その他製造業	182	3.0

## 業種別割合 (非製造業)

(社、%)

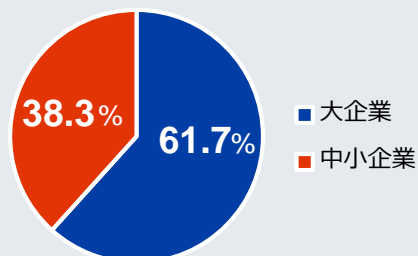
	有効回答	構成比
非製造業 計	3,355	56.1
商社・卸売業	709	11.9
販売会社	574	9.6
運輸業	361	6.0
建設業	318	5.3
情報通信業	300	5.0
事業関連サービス	278	4.7
金融・保険業	263	4.4
不動産・賃貸業	110	1.8
旅行・娯楽業	88	1.5
小売業	62	1.0
鉱業・エネルギー	59	1.0
飲食業	39	0.7
教育・医療	37	0.6
農林水産業	19	0.3
その他非製造業	138	2.3

## 国・地域別企業数

(社)

	大企業	中小企業
総数	3,686	2,290
北東アジア	1,142	519
中国	566	320
香港・マカオ	254	116
台湾	217	61
韓国	105	22
ASEAN	2,023	1,600
ベトナム	448	457
タイ	243	437
インドネシア	447	227
シンガポール	431	191
マレーシア	174	83
ミャンマー	125	78
フィリピン	78	55
カンボジア	61	50
ラオス	16	22
南西アジア	355	131
インド	260	84
バングラデシュ	35	34
パキスタン	40	3
スリランカ	20	10
オセアニア	166	40
オーストラリア	126	14
ニュージーランド	40	26

## 大企業・中小企業の割合



(注) 中小企業の定義は、日本の中小企業基本法の定めに基づく。



# 本年度調査の概要(3)

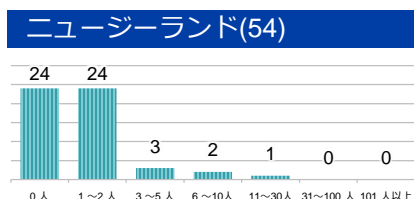
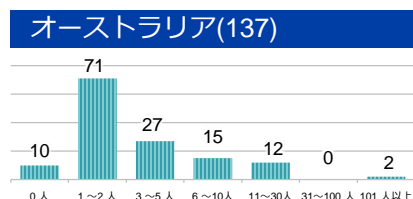
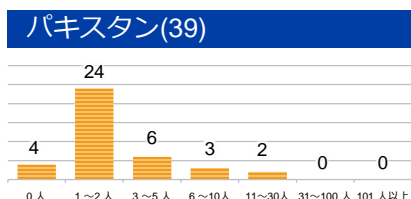
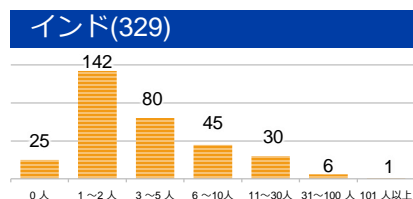
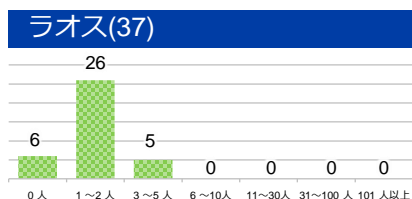
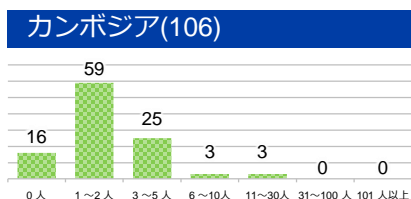
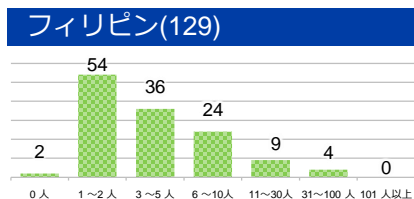
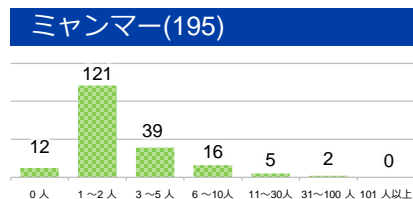
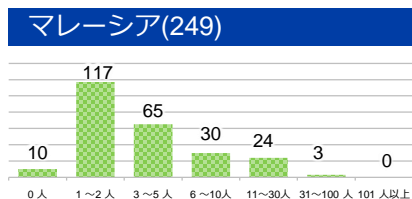
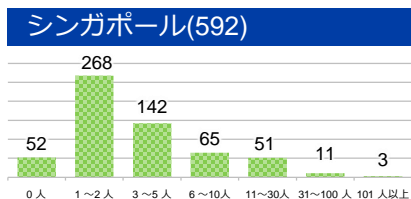
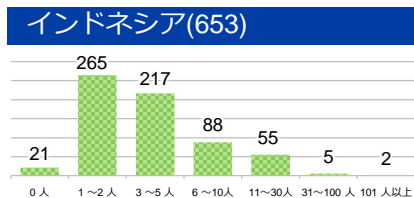
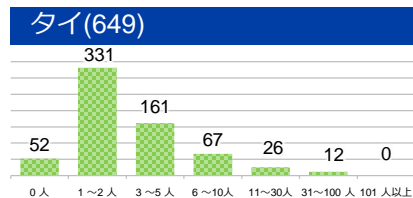
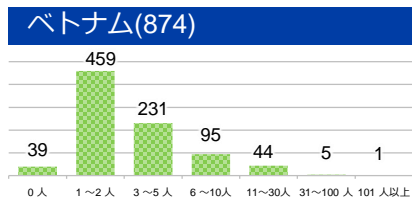
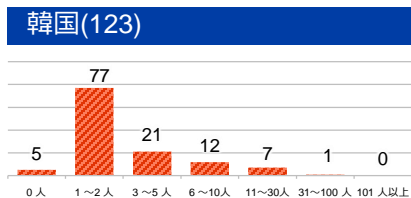
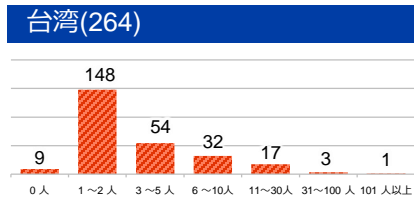
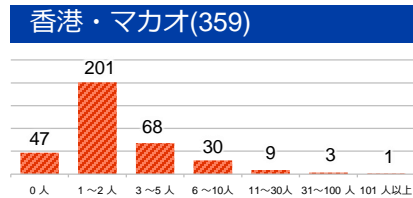
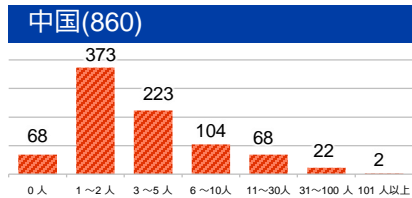
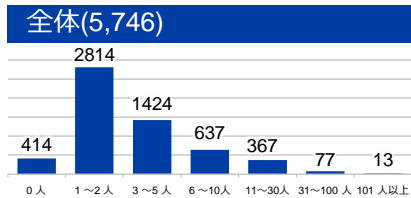
(注) 前ページの業種分類の内訳は以下のとおり。今年度より業種分類を細分化した。

No.	中分類	小分類	No.	中分類	小分類
1	食料品	食品／農水産加工品	16	鉱業・エネルギー	鉱業 電気／ガス／熱供給／水道
2	繊維・衣服	繊維（紡績／織物／化学繊維） 衣服／繊維製品（履物、手袋、皮革製品、縫製品を含む）	17	建設業	建設／プラント／エンジニアリング
3	紙・木製品・印刷	木材／木製品 家具／インテリア製品／装備品 紙／パルプ 印刷／出版	18	運輸業	運輸／倉庫
4	化学・医薬	化学品／石油製品 医薬品	19	情報通信業	通信／IT／ソフトウェア／情報システム／デジタルサービス BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング） メディア／マスコミ／コンテンツ 広告／マーケティング／調査
5	プラスチック製品	プラスチック製品	20	商社・卸売業	商社 卸売
6	ゴム・窯業・土石	ゴム製品 窯業／土石	21	小売業	小売
7	鉄・非鉄・金属	鉄鋼（鑄鍛造品を含む） 非鉄金属 金属製品（メッキ加工を含む）	22	販売会社	販売会社
8	一般機械	一般機械（はん用・生産用・工作機械／農機・建機／金型・ 機械工具を含む）	23	金融・保険業	銀行 ノンバンク（保険、証券、クレジットカード、リースなど）
9	電気・電子機器	電気・電子機器 情報通信機器／事務機器	24	不動産・賃貸業	不動産 ビル・施設管理／空調／警備／清掃 レンタル
10	電気・電子機器部品	電気・電子機器部品	25	事業関連サービス	コンサルティング 法務・会計・税務等専門サービス 持株・統括会社 デザイン／設計 修理／保守／検査・分析 人材紹介／人材派遣
11	精密・医療機器	精密機器（分析機器、光学機器など） 医療機器	26	旅行・娯楽業	ホテル／旅行 娯楽／生活関連サービス（イベント、スポーツ施設、理美容 を含む）
12	輸送機器	輸送用機器（自動車／二輪車） 輸送用機器（鉄道車両／船舶／航空／運搬車両）	27	飲食業	飲食
13	輸送機器部品	輸送用機器部品（自動車／二輪車） 輸送用機器部品（鉄道車両／船舶／航空／運搬車両）	28	教育・医療	教育・研究機関 医療／福祉／ヘルスケア
14	その他製造業	日用品／文具／雑貨 その他製造業	29	その他非製造業	その他
15	農林水産業	農林水産業			

# 本年度調査の概要(4)

## 調査回答企業の日本からの駐在員数(国・地域別)

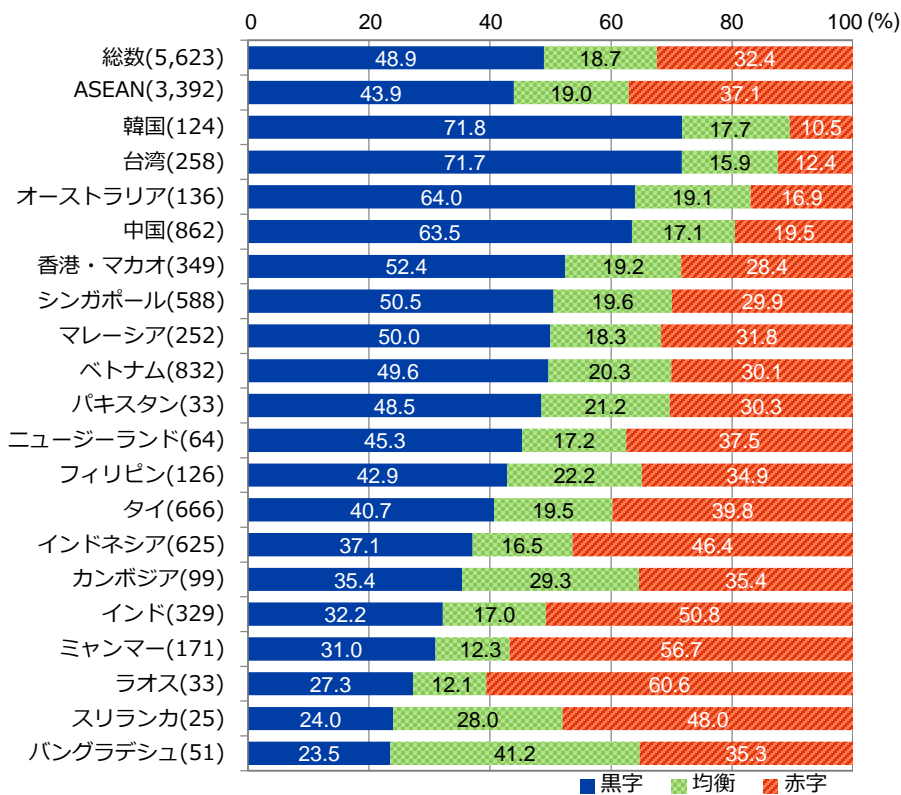
(単位:社)



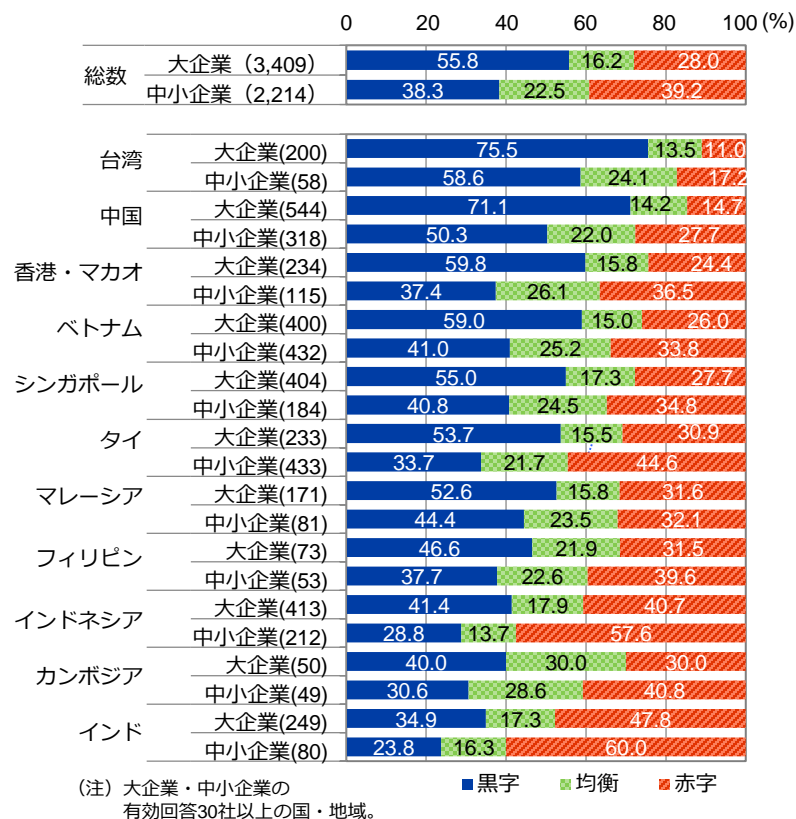
# 1 | 営業利益見通し(1)

- 2020年の営業利益見込みを「黒字」とした企業の割合は48.9%と前年の65.5%（2019年調査）から16.6ポイント低下した。また、「赤字」とした企業の割合は32.4%となり、19年調査の17.7%から14.7ポイント増加した。
- 国・地域別の黒字企業の割合は、韓国が71.8%と最も高く、台湾、オーストラリア、中国が6割を上回った。
- 大企業では55.8%が黒字となり、中小企業の38.3%を17.5ポイント上回った。また、大企業および中小企業の有効回答数が30社以上ある全11カ国・地域において、大企業の黒字割合が中小企業を上回った。特に、香港・マカオ（22.4ポイント）、中国（20.8ポイント）で大企業と中小企業の差が20ポイント以上あった。

### 2020年の営業利益見込み(国・地域別)

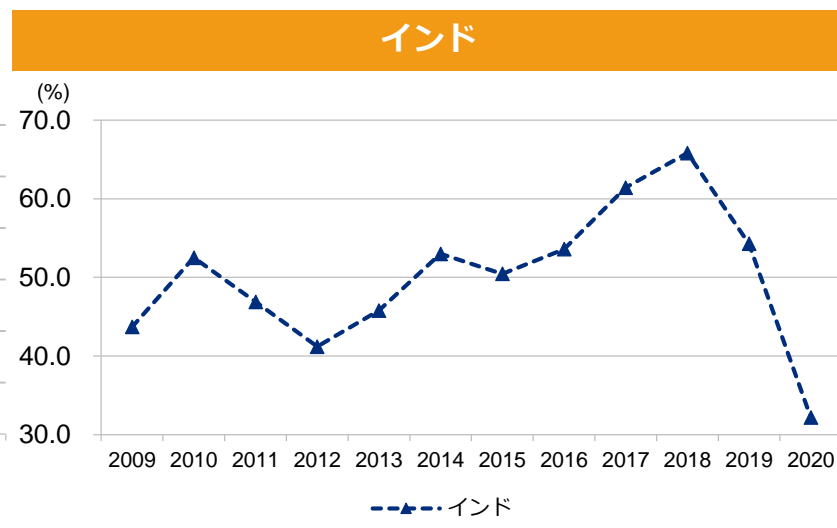
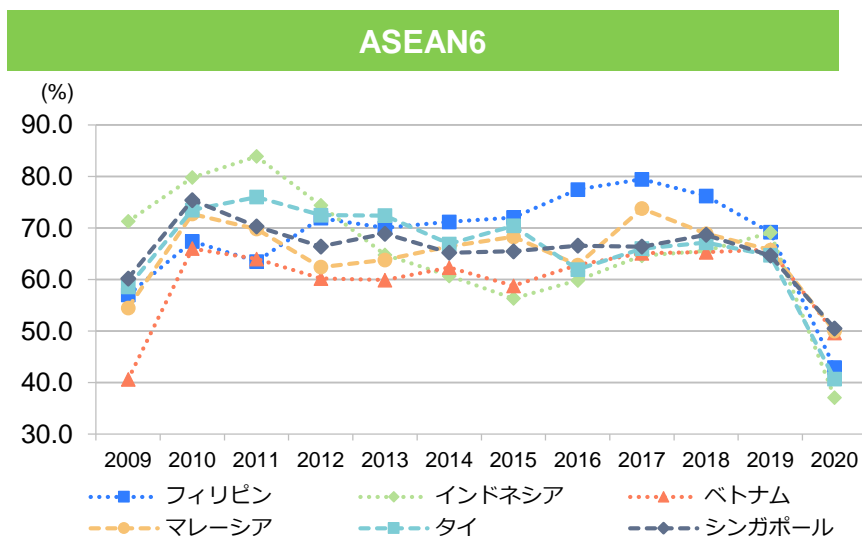
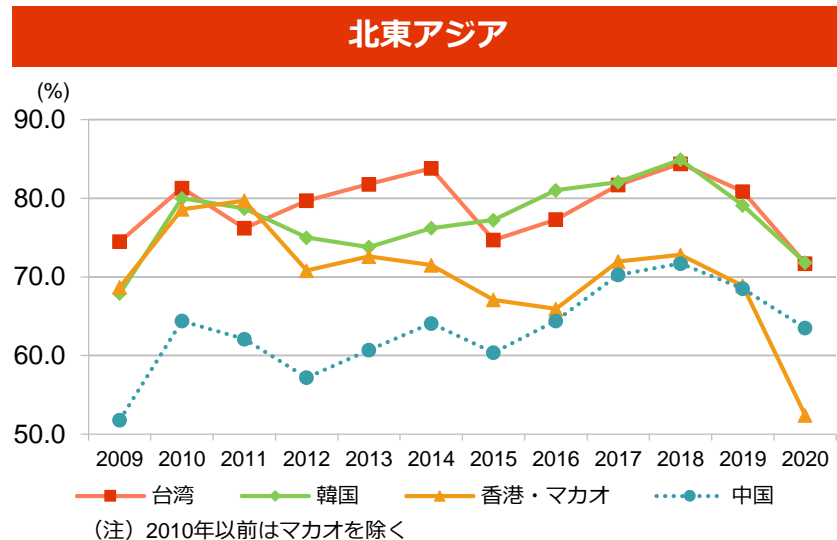
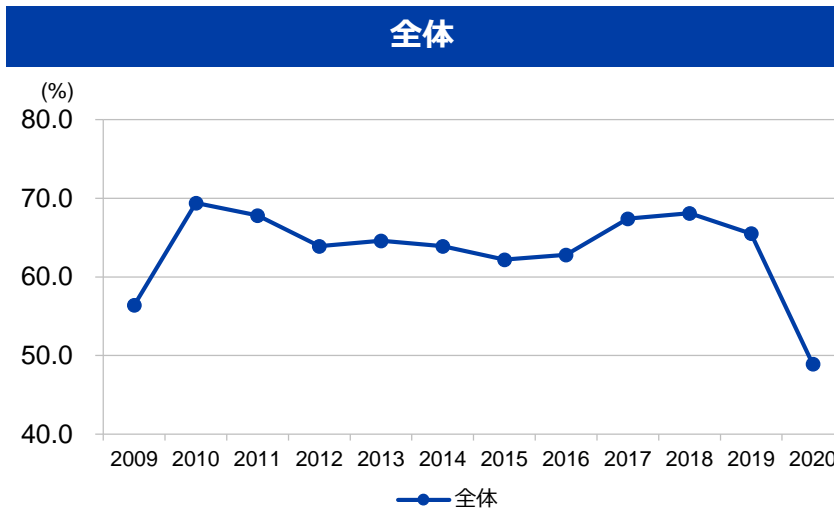


### 2020年の営業利益見込み(国・地域別、企業規模別)



# 1 | 営業利益見通し(2)

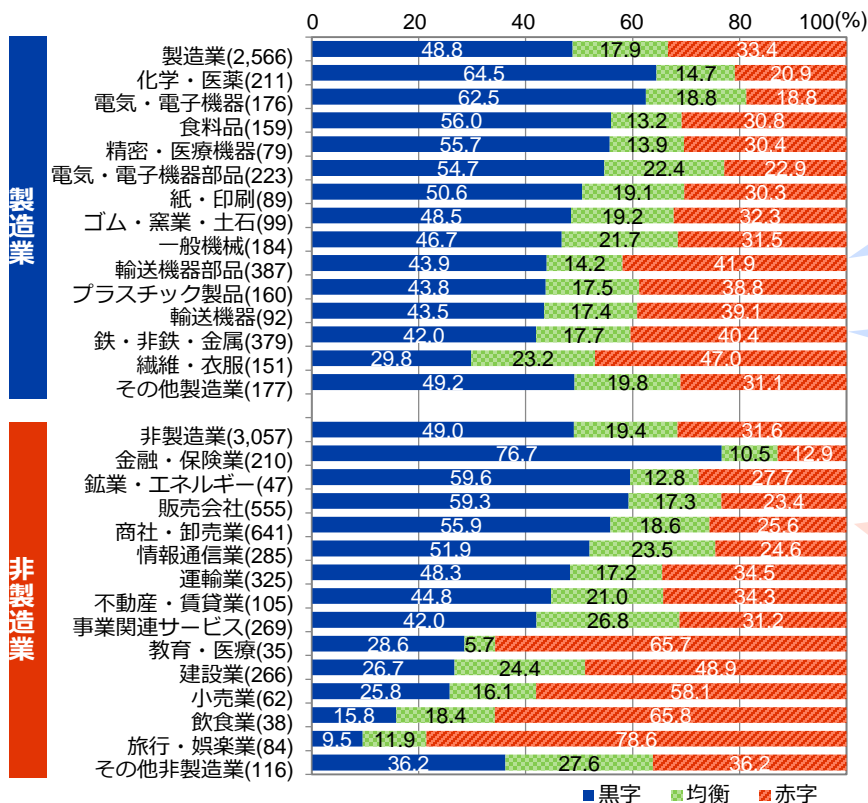
黒字企業の割合の推移 - 2009～20年(国・地域別)



# 1 営業利益見通し(3)

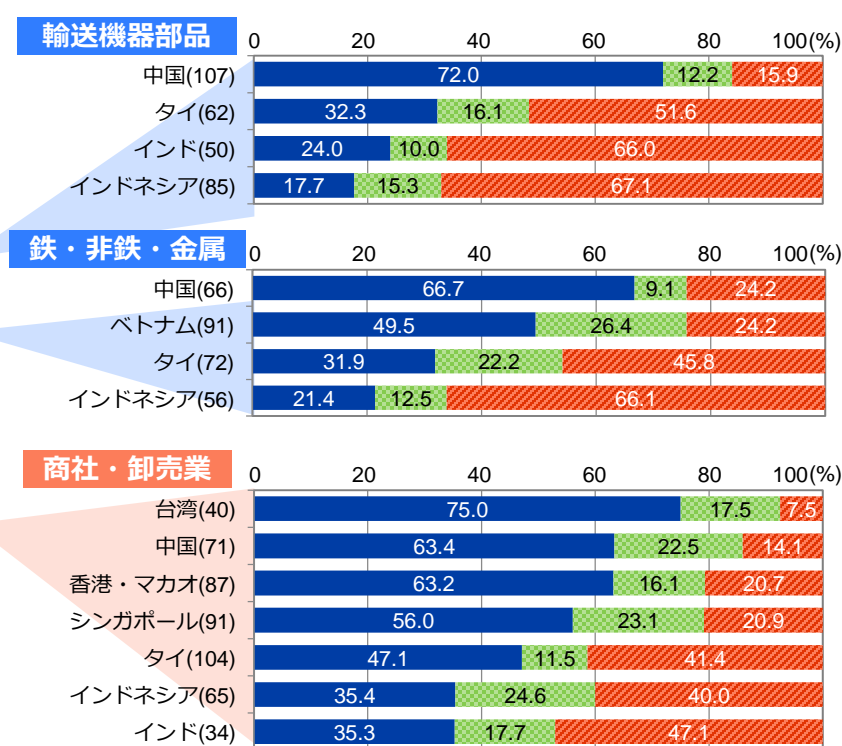
- 2020年の営業利益見込みを製造業、非製造業別に見ると、黒字企業の割合は製造業が48.8%、非製造業が49.0%となった。前年（19年調査、製造業：66.5%/非製造業：64.7%）との比較で、製造業で17.7ポイント、非製造業で15.7ポイント低下した。
- 非製造業では金融・保険業（76.7%）で黒字企業の割合が7割を超えた。一方、旅行・娯楽業、教育・医療、飲食業、小売業、事業関連サービスのうち人材紹介/人材派遣では、赤字企業の割合が5割を超えた。
- 主要業種別の動向を見ると、輸送機器部品では、中国で72.0%、タイで32.3%、インドで24.0%、インドネシアで17.7%の企業が黒字を見込んでいる。鉄・非鉄・金属で黒字を見込む企業は、中国で66.7%、ベトナムで49.5%、タイで31.9%、インドネシアで21.4%となった。商社・卸売業における黒字企業の割合は、台湾が75.0%で最も高かった。

### 2020年の営業利益見込み(業種別)



### 主要業種内の国・地域別見込み

(注) 有効回答数30社以上の国・地域。

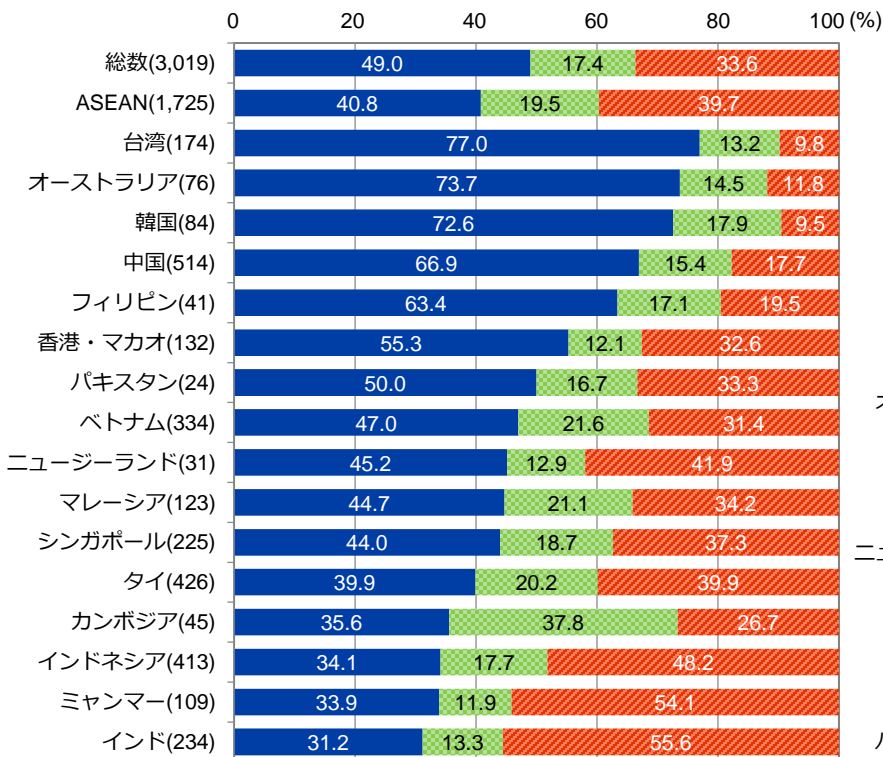


# 1 | 営業利益見通し(4)

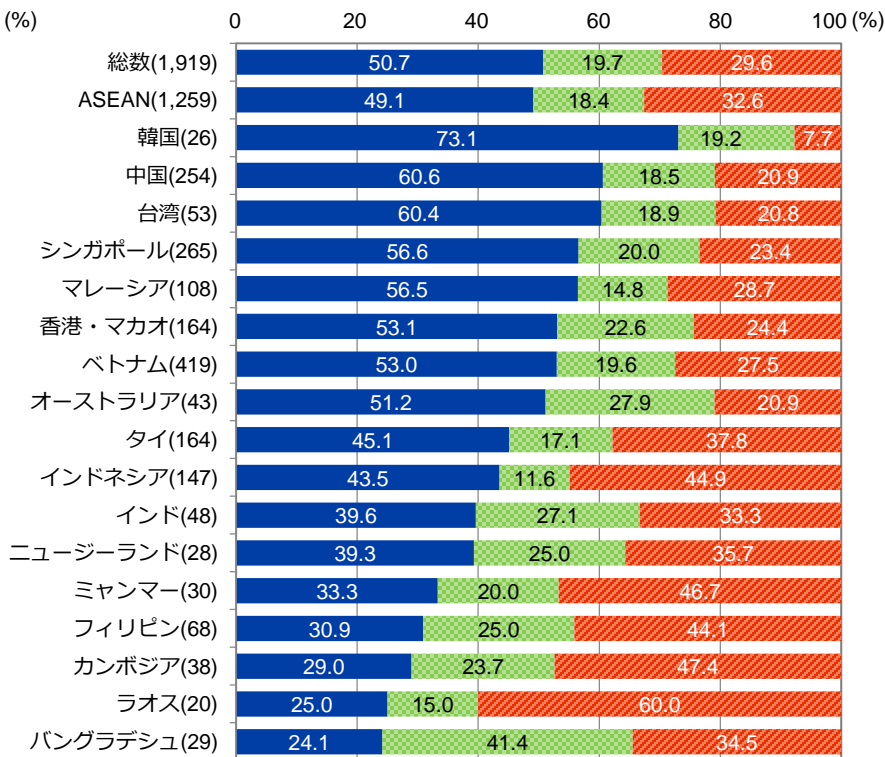
- 進出先国・地域での輸出比率が50%未満の企業を内販型、50%以上の企業を輸出型として、それぞれの営業利益（見込み）を比較すると、内販型企業の黒字の割合は49.0%、輸出型企業は50.7%であった。内販型、輸出型ともに黒字の割合は前年より15ポイント以上減少した。
- 国・地域別で見ると、内販型企業の営業利益の黒字率が7割を上回ったのは、台湾、オーストラリア、韓国だった。一方で、輸出型企業の営業利益の黒字率が7割を上回ったのは韓国のみだった。
- 台湾、韓国、中国では輸出型、内販型両方で他国・地域と比べて黒字率が高かった。

輸出比率50%未満の企業（内販型）の営業利益（見込み）  
（2020年、国・地域別）

輸出比率50%以上の企業（輸出型）の営業利益（見込み）  
（2020年、国・地域別）



(注) 有効回答数15社以上の国・地域。 ■黒字 ■均衡 ■赤字

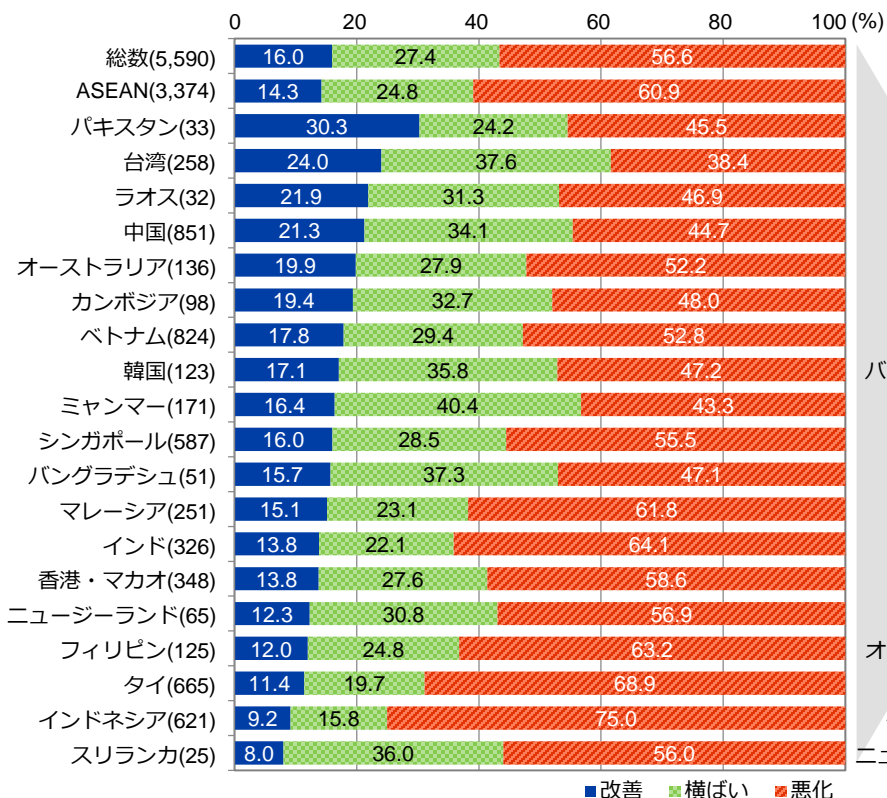


(注) 有効回答数15社以上の国・地域。 ■黒字 ■均衡 ■赤字

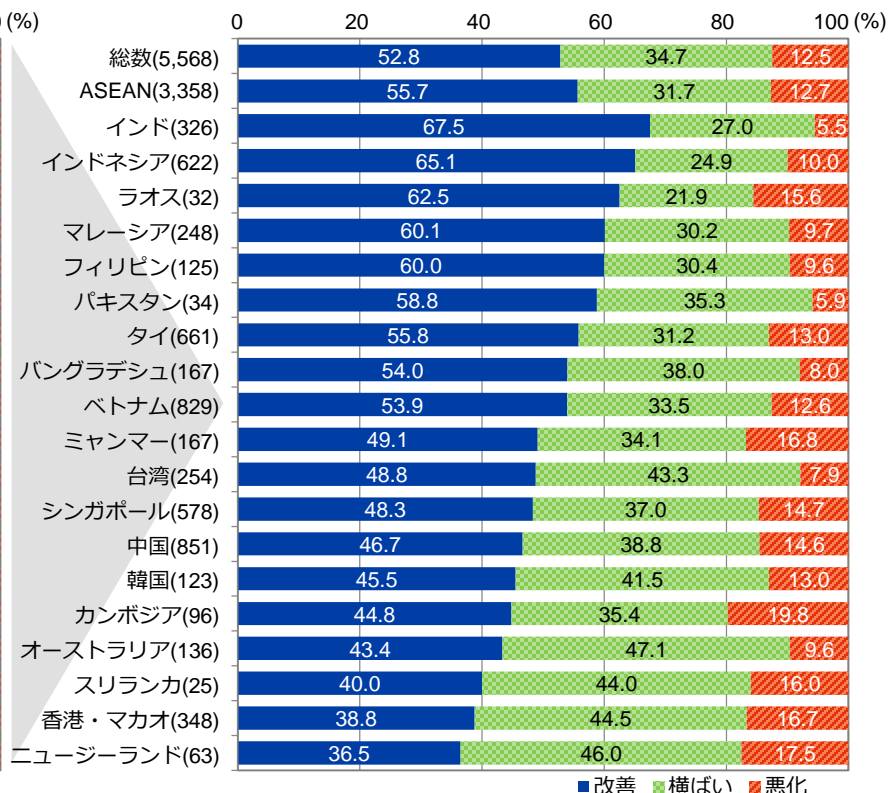
# 1 | 営業利益見通し(5)

- 2020年の営業利益見込み（19年比）が「改善」と回答した企業の割合は16.0%と、19年調査で「改善」とした企業の割合（33.1%）から17.1ポイント低下した。「悪化」とした企業の割合は56.6%と19年調査（29.8%）から26.8ポイント上昇した。
- 2021年の営業利益見通しについては、「改善」とした企業の割合は52.8%となり、19年調査の「2020年の営業利益見通し」（42.1%）から10.7ポイント上昇した。また、「悪化」とした企業の割合は12.5%と、19年調査の「悪化」の割合（12.7%）から0.2ポイント低下した。

2020年の営業利益見込み  
(国・地域別、19年との比較)



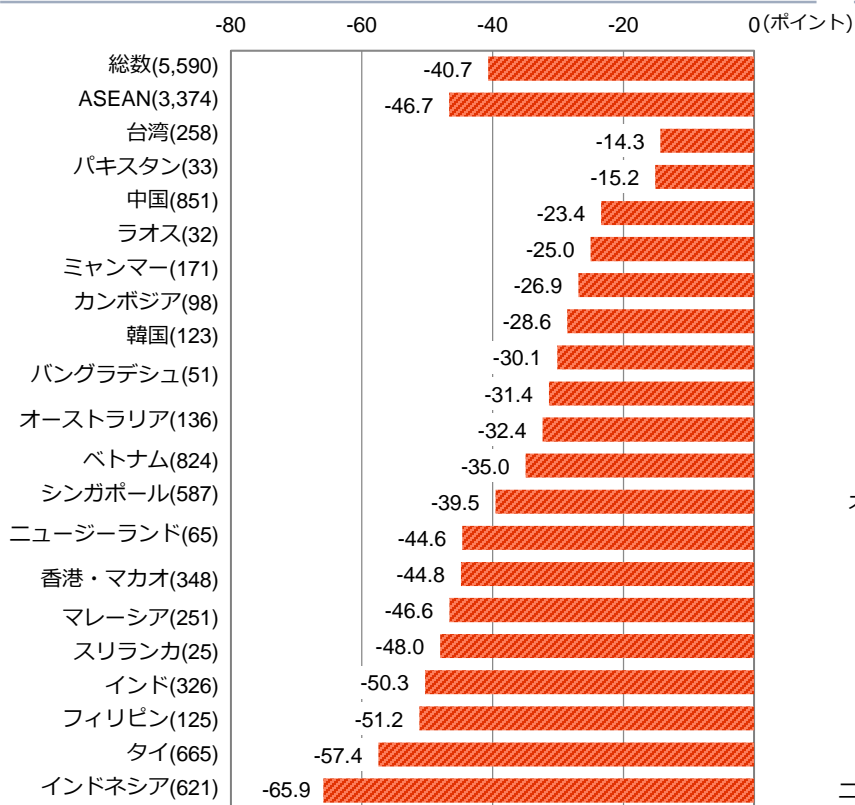
2021年の営業利益見通し  
(国・地域別、20年との比較)



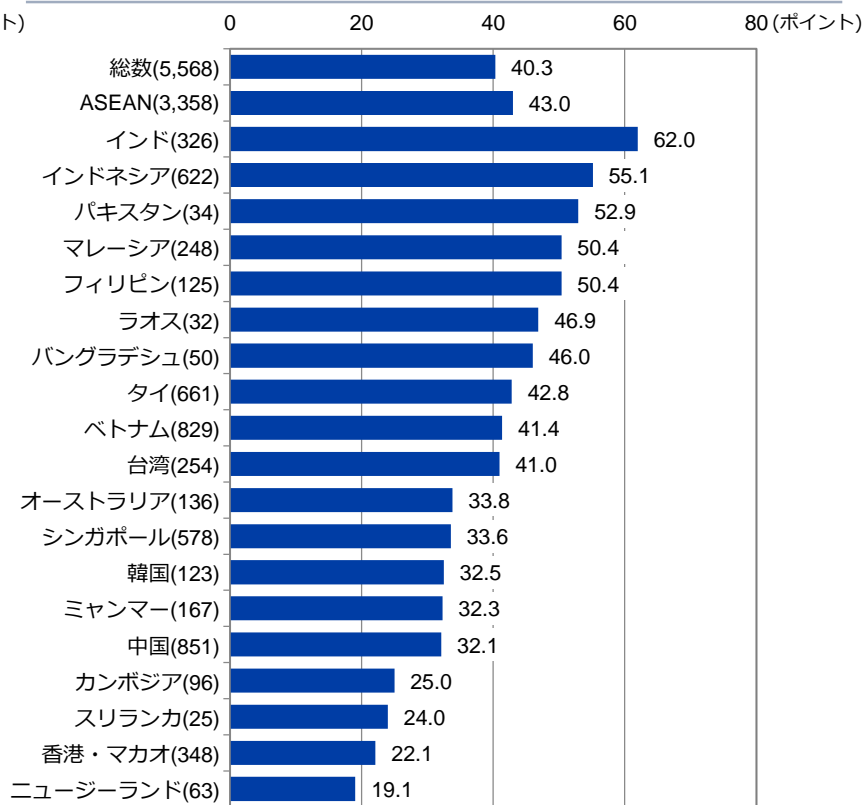
# 1 | 営業利益見通し(6)

- 2020年の景況感を示すDI値（注）は△40.7ポイントとなり、19年調査の3.3ポイントからマイナスに転じた。ASEANは△46.7ポイントと全体を6ポイント下回った。国・地域別では、インドネシア（△65.9）、タイ（△57.4）、フィリピン（△51.2）のマイナス値が大きい。
- 2021年のDI値は40.3ポイントと、2019年に調査した2020年DI値より10.8ポイント高かった。国・地域別では、インド（62.0）、インドネシア（55.1）、パキスタン（52.9）、マレーシアとフィリピン（50.4）が相対的に高かった。

2020年のDI値(国・地域別)



2021年のDI値(国・地域別)



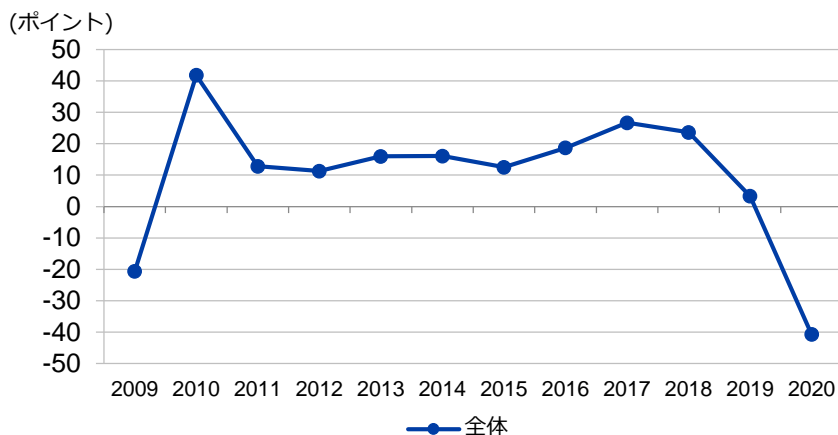
(注)DI値とは、Diffusion Indexの略で、「改善」として回答した企業の割合から「悪化」として回答した企業の割合を差し引いた数値。景況感がどのように変化していくかを数値で示す指標。



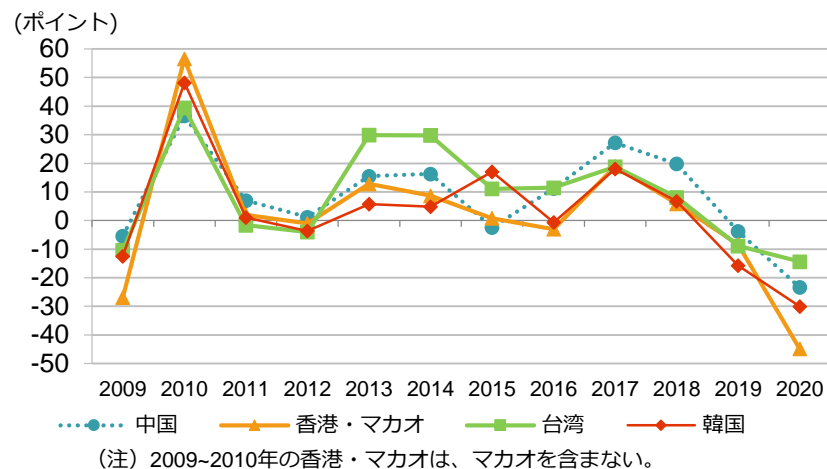
# 1 | 営業利益見通し(7)

DI値の推移 - 2009~20年(国・地域別)

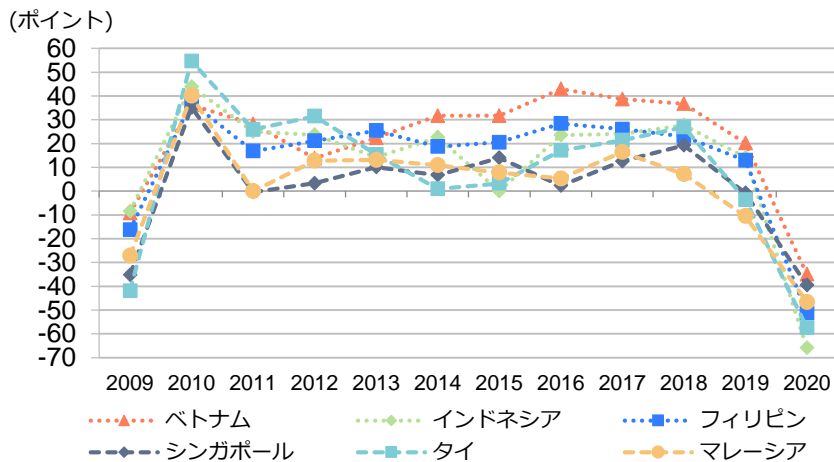
## 全体



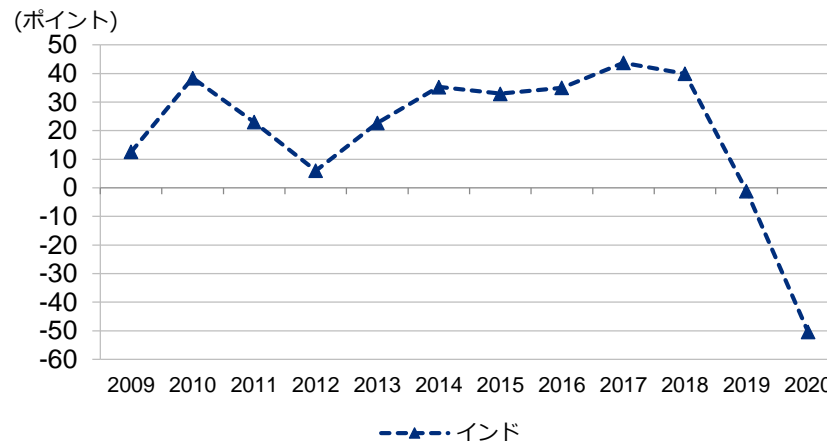
## 北東アジア



## ASEAN6



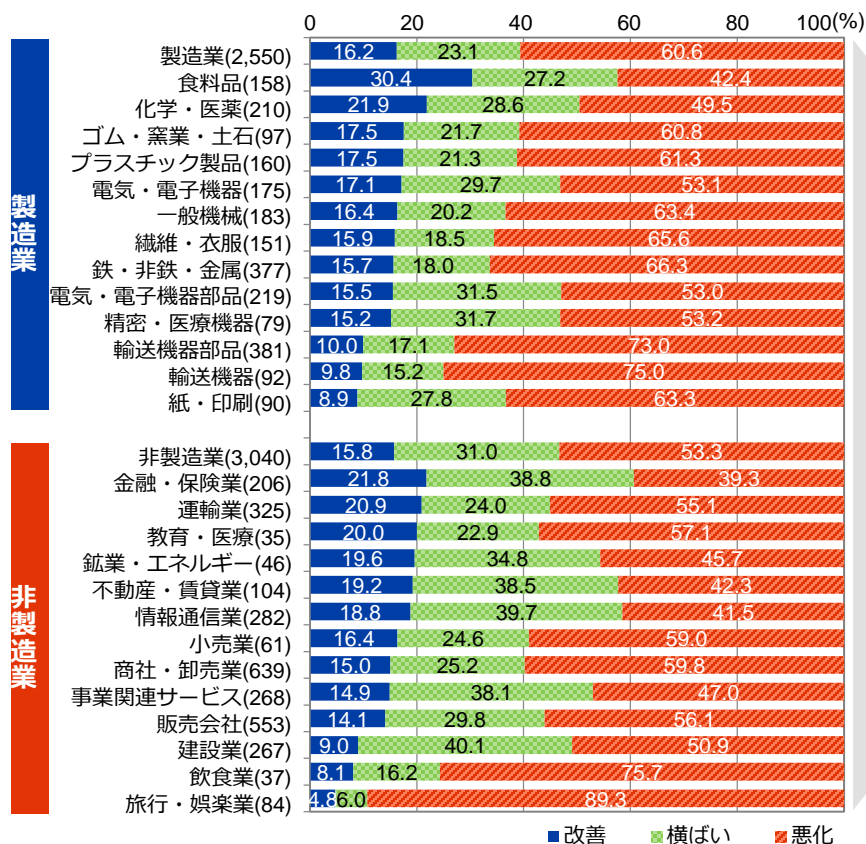
## インド



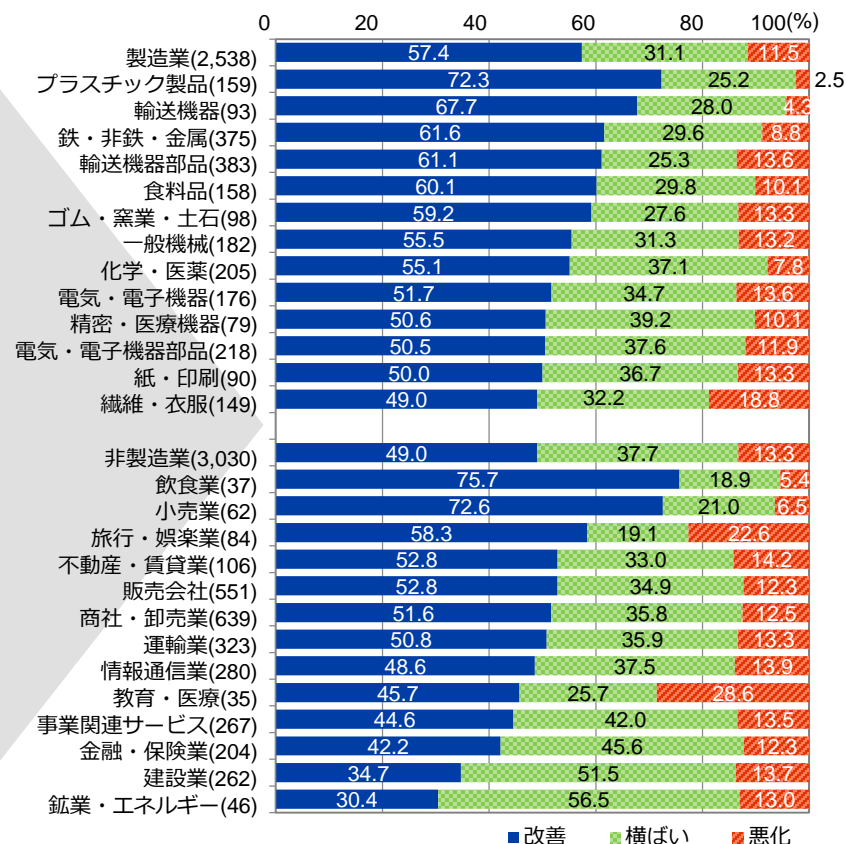
# 1 | 営業利益見通し(8)

- 2020年の営業利益見込みを「改善」とした企業の割合は、19年調査と比べ、製造業（31.1%→16.2%）、非製造業（34.8%→15.8%）ともにそれぞれ14.9ポイント、19.0ポイント低下した。
- 2021年の見通しを「改善」とした企業の割合を、19年調査で20年の見通しを「改善」とした企業の割合と比較すると、製造業（57.4%）、非製造業（49.0%）ともに2020年の見通しを上回った。業種別では、飲食業（75.7%）、小売業（72.6%）、プラスチック製品（72.3%）で「改善」と答えた企業の割合が7割を上回った。

## 2020年の営業利益見込み(19年との比較、業種別)

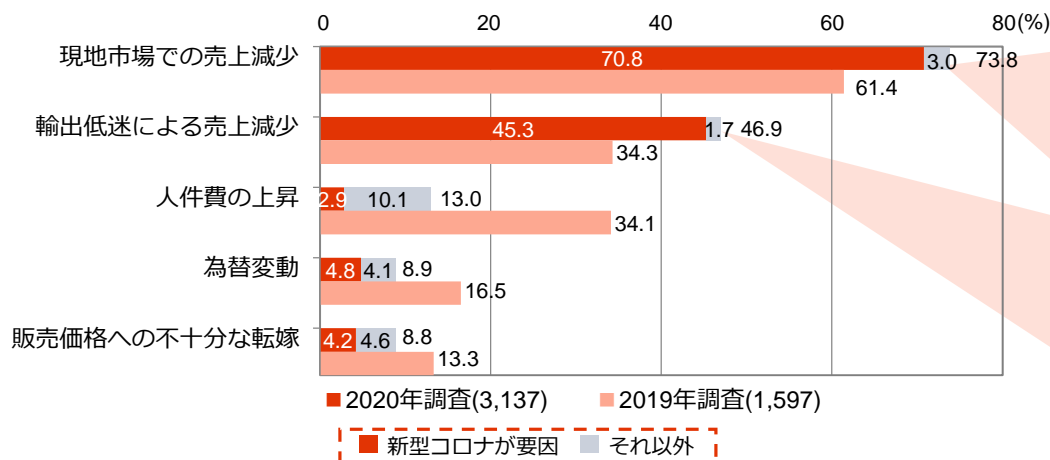


## 2021年の営業利益見通し(20年との比較、業種別)

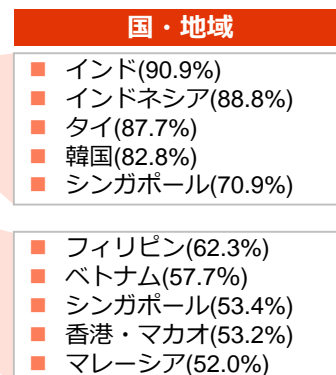


# 1 | 営業利益見通し(9)

2020年の営業利益見込みが悪化する理由  
(2019年調査の「2019年の営業利益見込みが悪化する理由」との比較)  
(複数回答上位5項目)

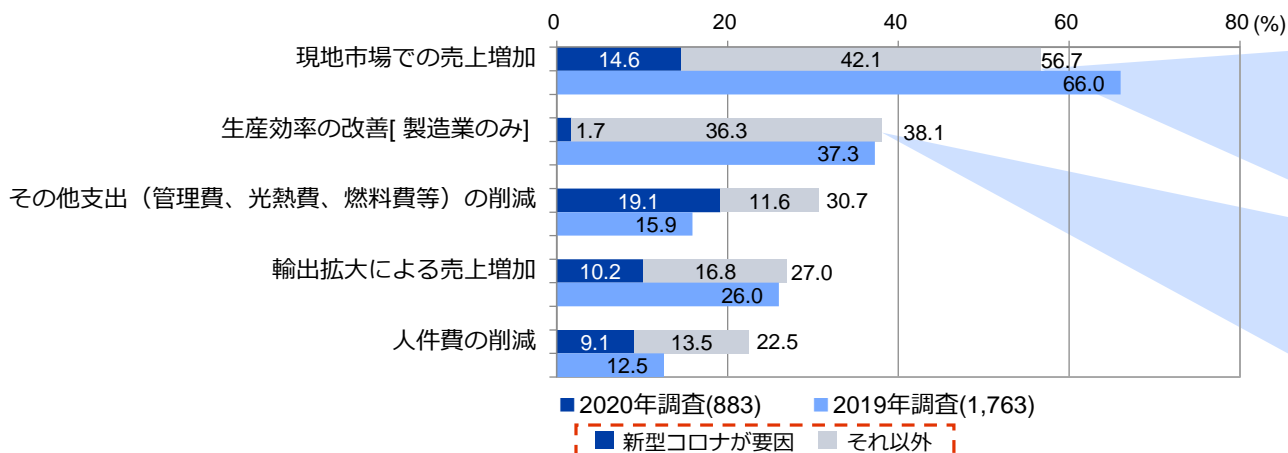


国・地域別、回答割合  
(上位5位まで)

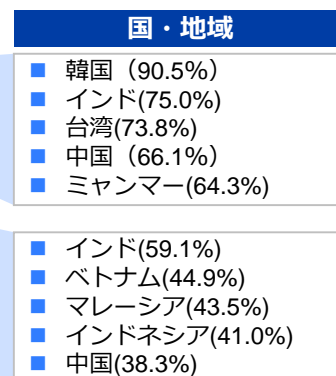


(注) 有効回答数30社以上の国・地域、業種

2020年の営業利益見込みが改善する理由  
(2019年調査の「2019年の営業利益見込みが改善する理由」との比較)  
(複数回答上位5項目)



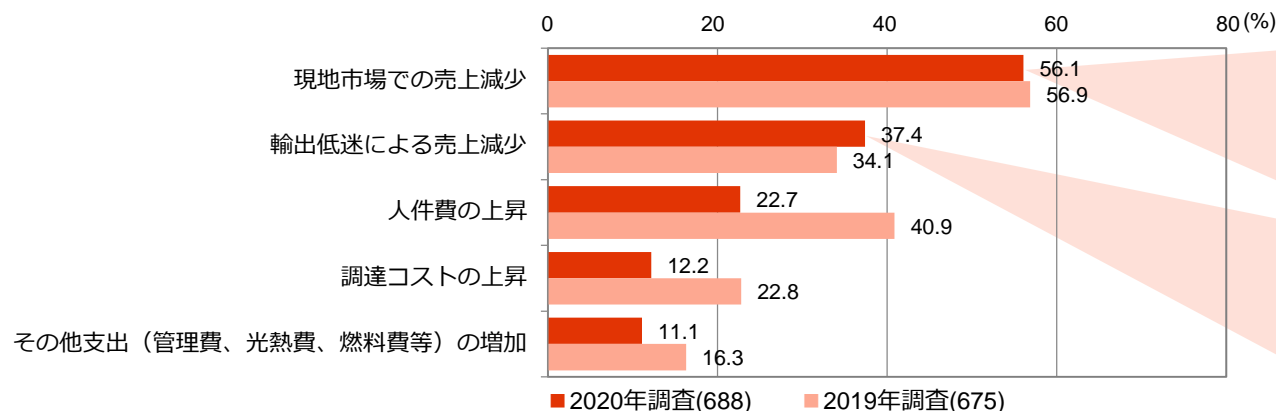
国・地域別、回答割合  
(上位5位まで)



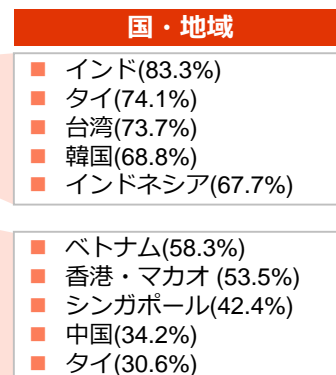
(注) 有効回答数10社以上の国・地域、業種

# 1 | 営業利益見通し(10)

2021年の営業利益見通しが悪化する理由  
(2019年調査の「2020年の営業利益見通しが悪化する理由」との比較)  
(複数回答上位5項目)

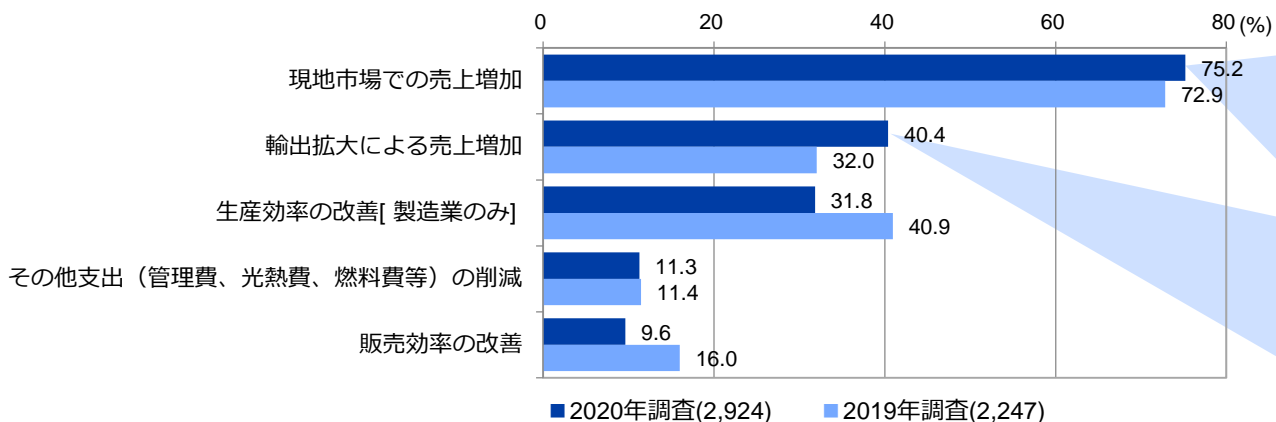


国・地域別、回答割合  
(上位5位まで)

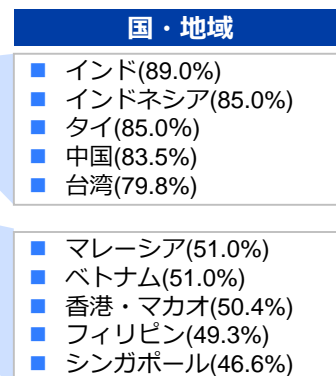


(注) 有効回答数10以上の国・地域、業種

2021年の営業利益見通しが改善する理由  
(2019年調査の「2020年の営業利益見通しが改善する理由」との比較)  
(複数回答上位5項目)



国・地域別、回答割合  
(上位5位まで)

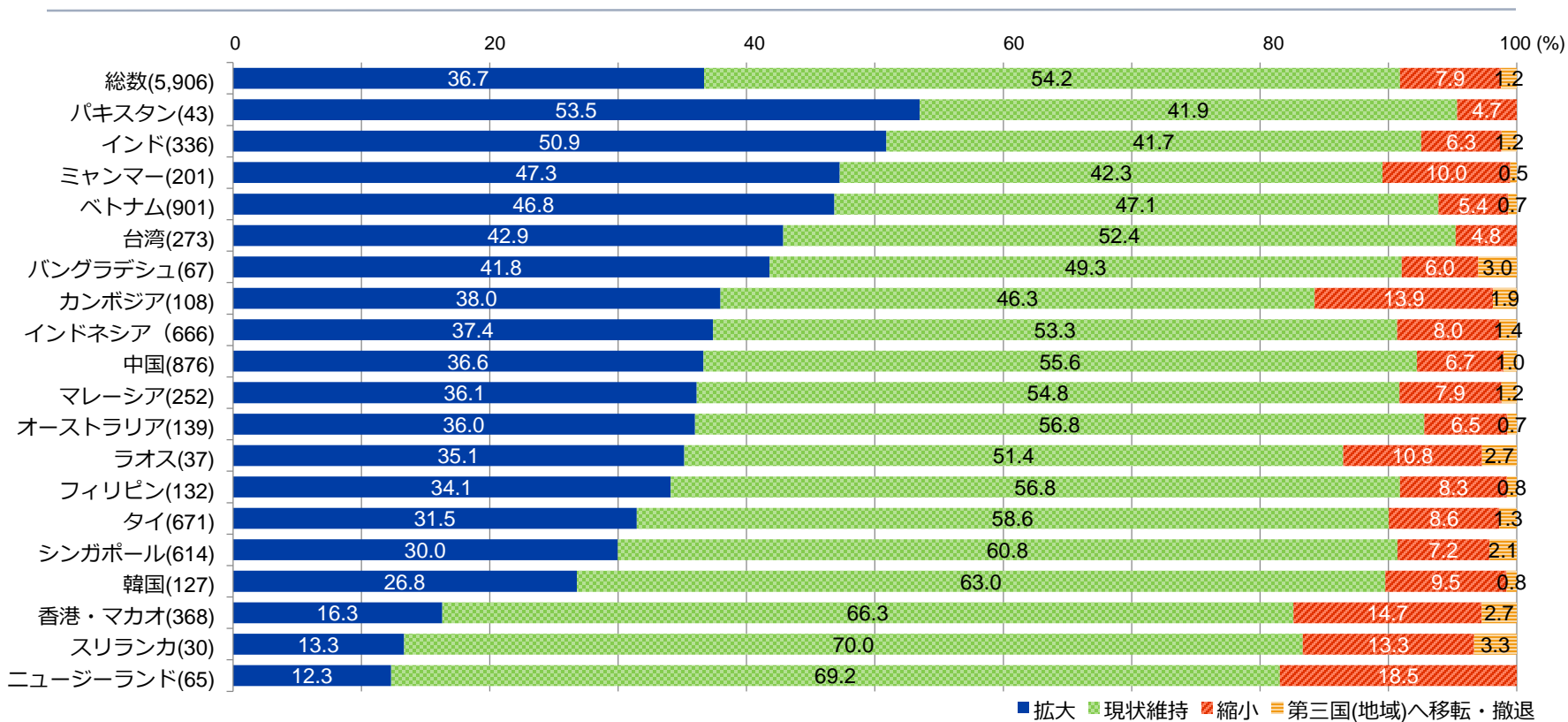


(注) 有効回答数30社以上の国・地域、業種

## 2 | 今後の事業展開(1)

- 今後1~2年の事業展開の方向性について、「拡大」と回答した企業の割合は36.7%と、19年調査(48.9%)から12.2ポイント低下した。また、「縮小」もしくは「第三国(地域)へ移転・撤退」と回答した企業の割合は9.1%と、19年調査(4.7%)から4.4ポイント上昇した。
- 国・地域別にみると、ミャンマー、カンボジア、ラオス、香港・マカオ、スリランカ、ニュージーランドで10%以上の企業が「縮小」と回答した。
- 中国で「拡大」と回答した企業の割合は36.6%と、19年調査(43.2%)と比較して6.6ポイント低下した。

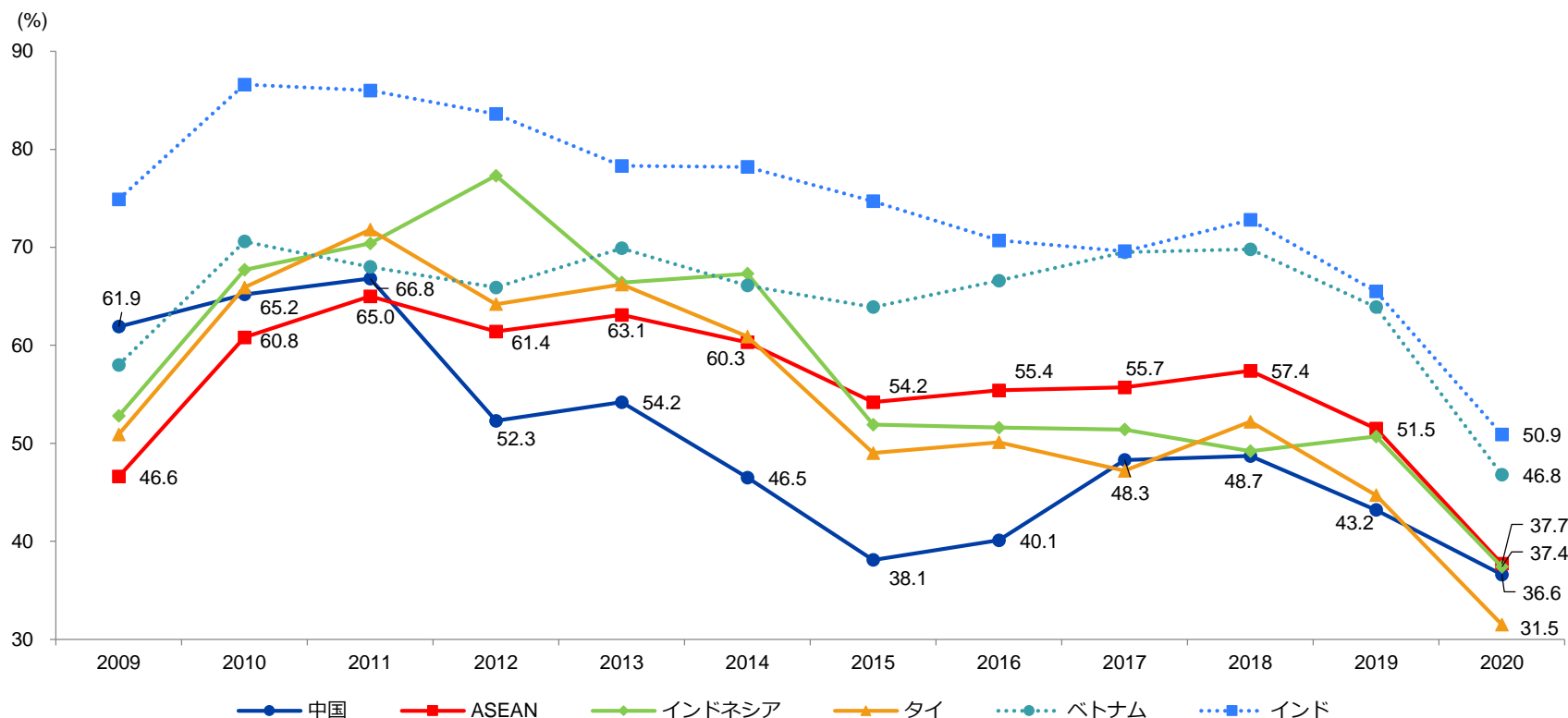
今後1~2年の事業展開の方向性 (国・地域別)



## 2 | 今後の事業展開(2)

- 今後1~2年の事業展開の方向性を「拡大」と回答した企業の割合は、中国、ASEAN、インドネシア、タイ、ベトナム、インドすべてにおいて減少し、中国を除く5カ国・地域は19年度調査から10ポイント以上減少した。リーマンショックの影響があった2009年調査に比べすべてにおいて減少し、過去最低を更新した。
- 中国とASEANの「拡大」と回答した企業の割合を、2009年調査からの推移で比較すると、2011年まで中国がASEANより高い水準であったものの、2012年に中国52.3%、ASEAN61.4%となり逆転。2012年~13年は、ASEANが中国より9ポイント前後高かったが、2014年~16年にその差は10ポイント超にまで拡大した。2017年以降にASEAN・中国間の差は再び縮小し、2020年に中国とASEANの差は1.1ポイントに縮小した。

今後1~2年で事業を「拡大」とする比率の推移 (2009~20年)



(注1) ASEANはブルネイ除く9カ国の加重平均値。

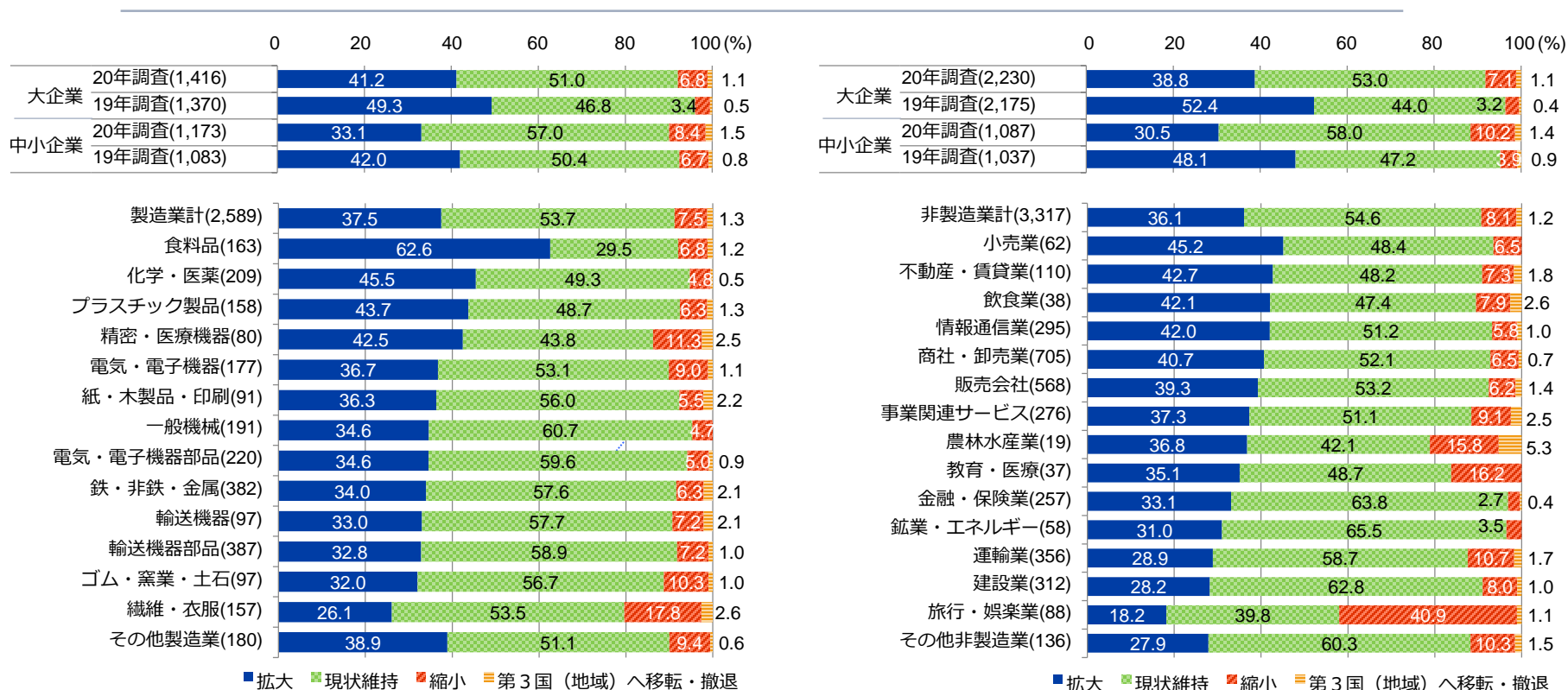
(注2) カンボジア、ラオスはそれぞれ、2010年、2011年以降からASEANの平均値に含む。

Copyright © 2020 JETRO. All rights reserved.

## 2 | 今後の事業展開(3)

- 「拡大」と回答した企業の割合は、すべての業種で2019年調査から減少した。
- 「縮小」「第三国へ移転・撤退」と回答した企業の割合は、製造業では、精密・医療機器、電気・電子機器、ゴム・窯業・土石、繊維・衣服、その他製造業、非製造業では、飲食業、事業関連サービス、農林水産業、教育・医療、運輸業、旅行・娯楽業、その他非製造業で10%を超えた。特に旅行・娯楽業は40.9%が「縮小」とし、最も多い回答となった。
- 企業規模別にみると、製造業、非製造業ともに大企業の事業拡大傾向が中小企業を上回っている。

### 今後1～2年の事業展開の方向性（業種・企業規模別）

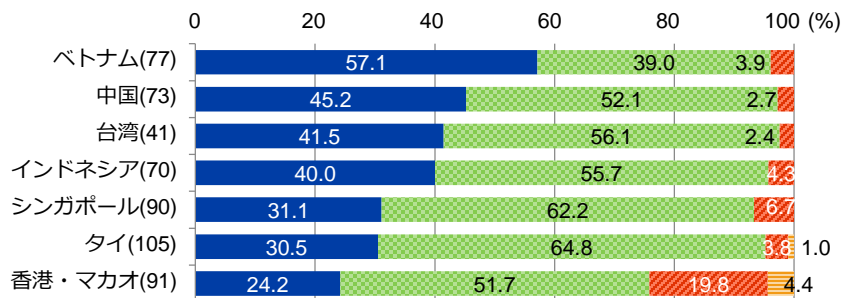


## 2 | 今後の事業展開(4)

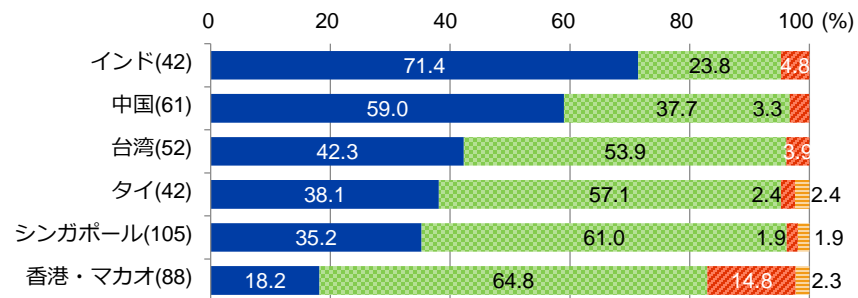
- 商社・卸売業の「拡大」の割合は、ベトナム(57.1%)が最も高く、その他の国では50%を下回った。
- 販売会社の「拡大」の割合は、インド(71.4%)が高い。一方、タイ、シンガポールで3割台、香港・マカオでは1割台と拡大意欲が低く、現状維持する企業が多数。
- 「縮小」「第三国への移転・撤退」と回答した割合は、香港・マカオで他国・地域に比べて高く、商社・卸売業が24.2%、販売会社が17.1%だった。

今後1~2年の事業展開の方向性（主要業種 国・地域別比較）

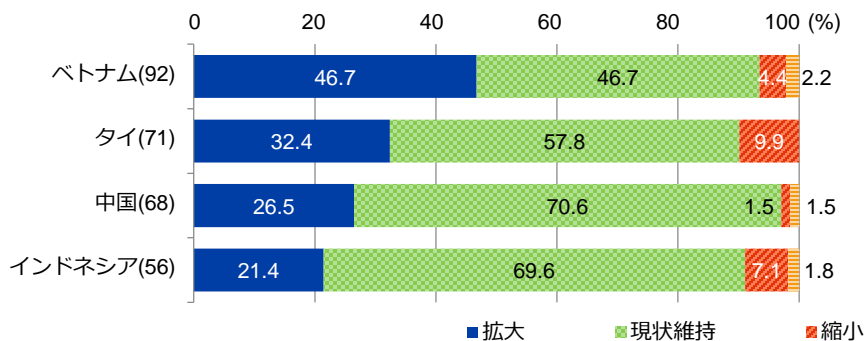
### 商社・卸売業



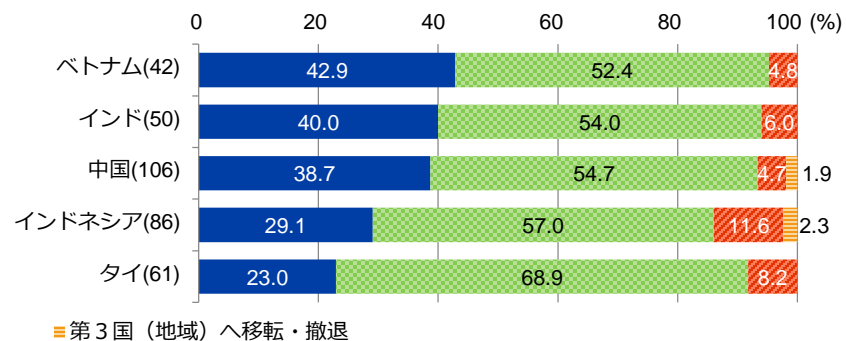
### 販売会社



### 鉄・非鉄・金属



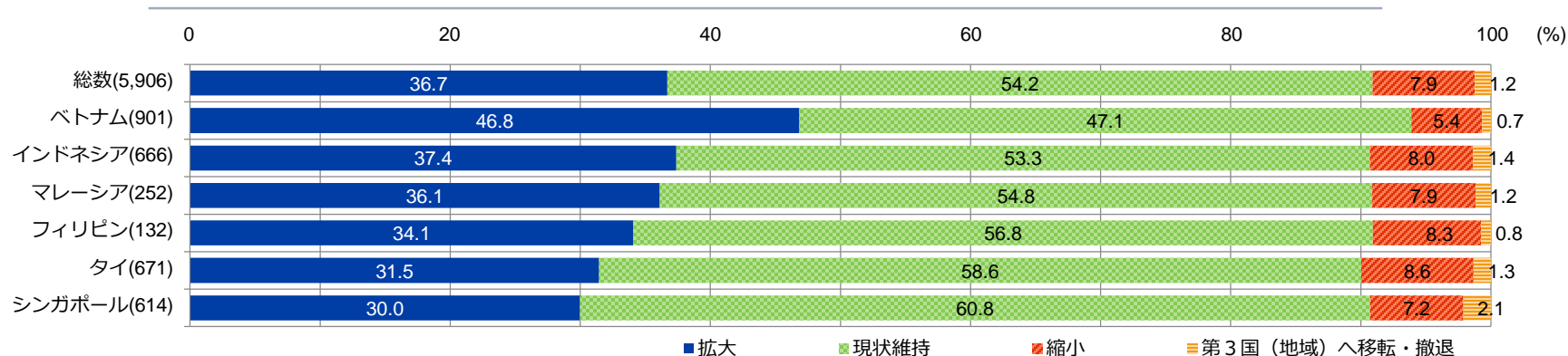
### 輸送機器部品



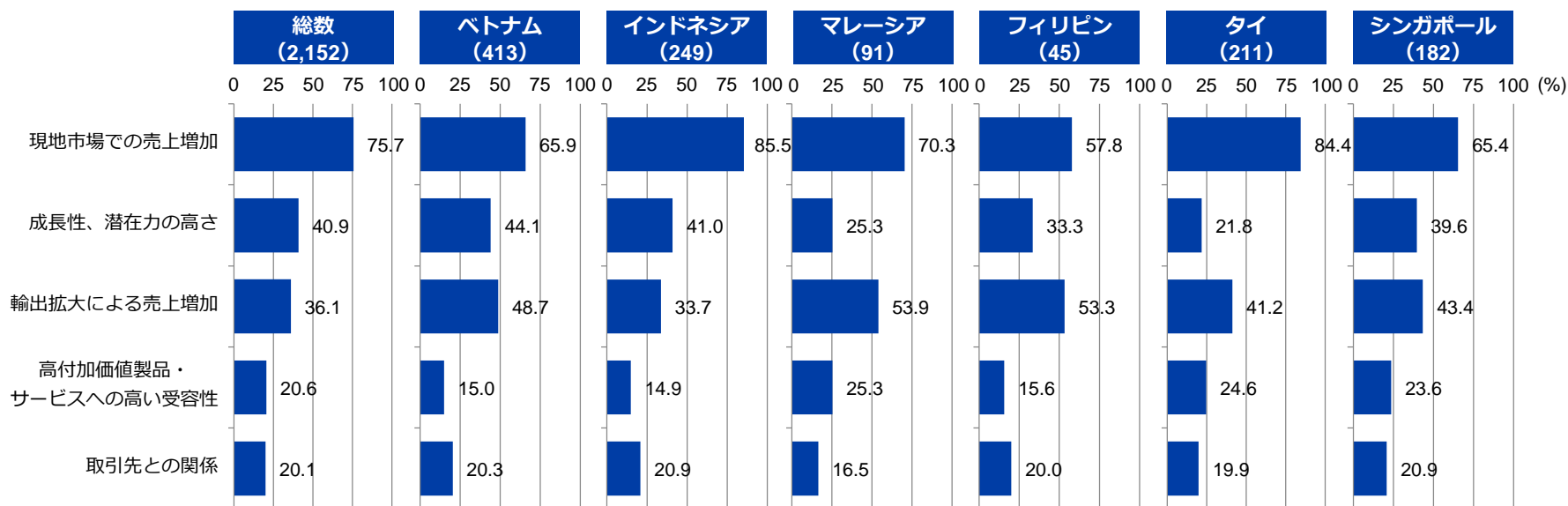


## 2 | 今後の事業展開(5)

### 今後1～2年の事業展開の方向性

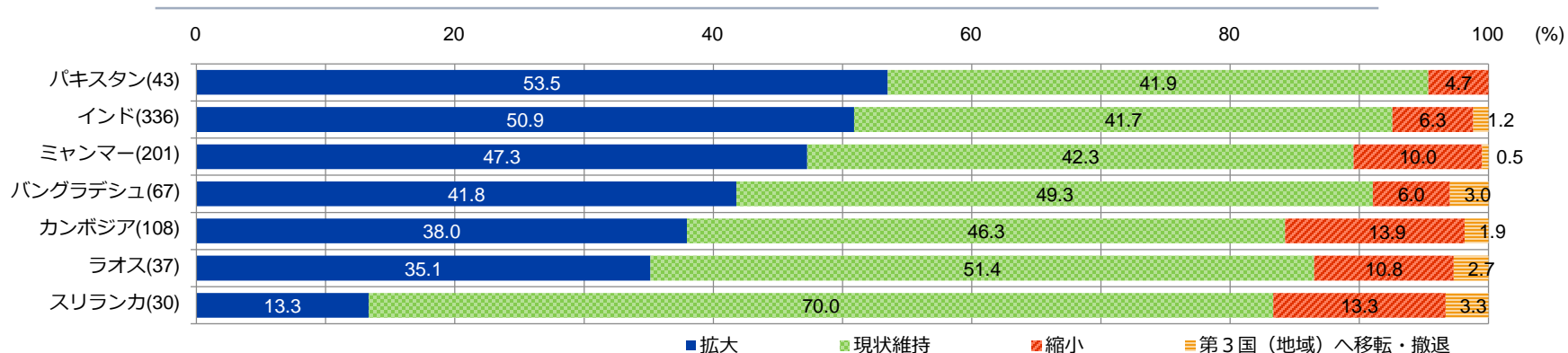


### 今後1～2年で事業を「拡大」する理由 複数回答

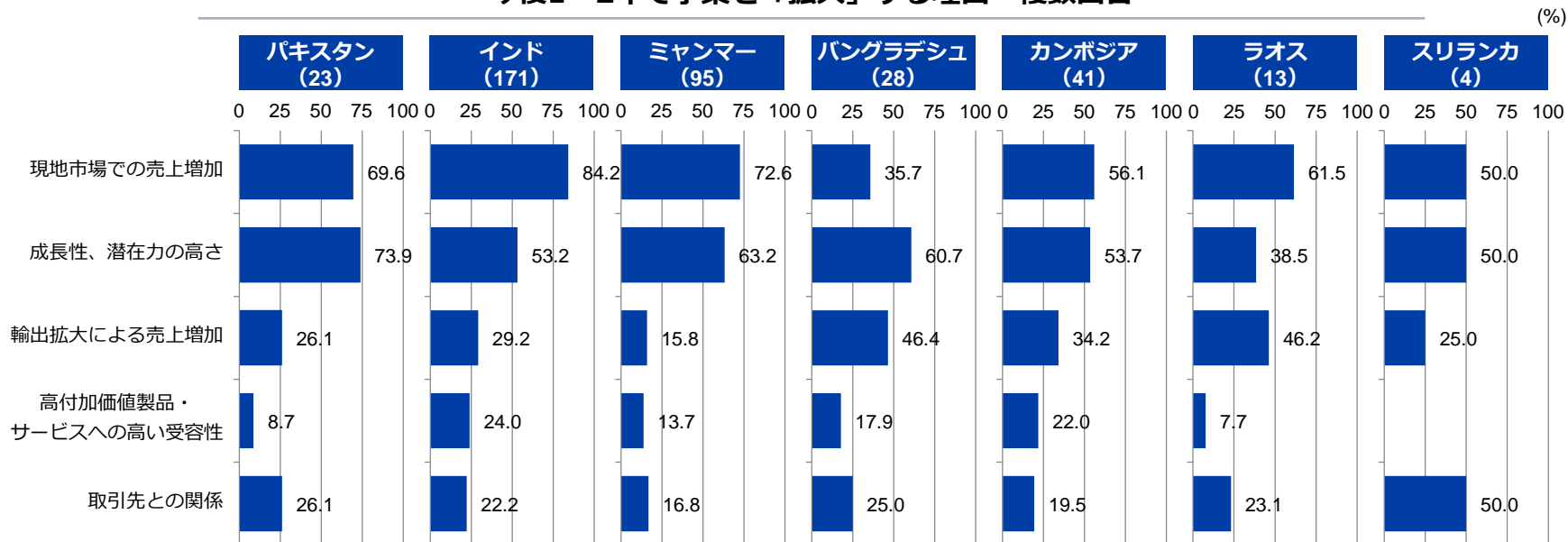


## 2 | 今後の事業展開(6)

### 今後1～2年の事業展開の方向性

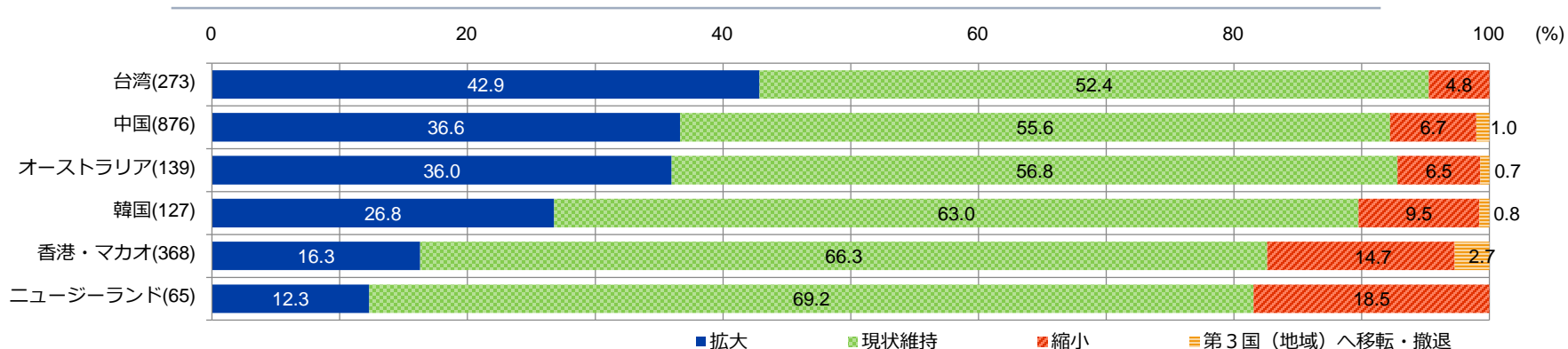


### 今後1～2年で事業を「拡大」する理由 複数回答

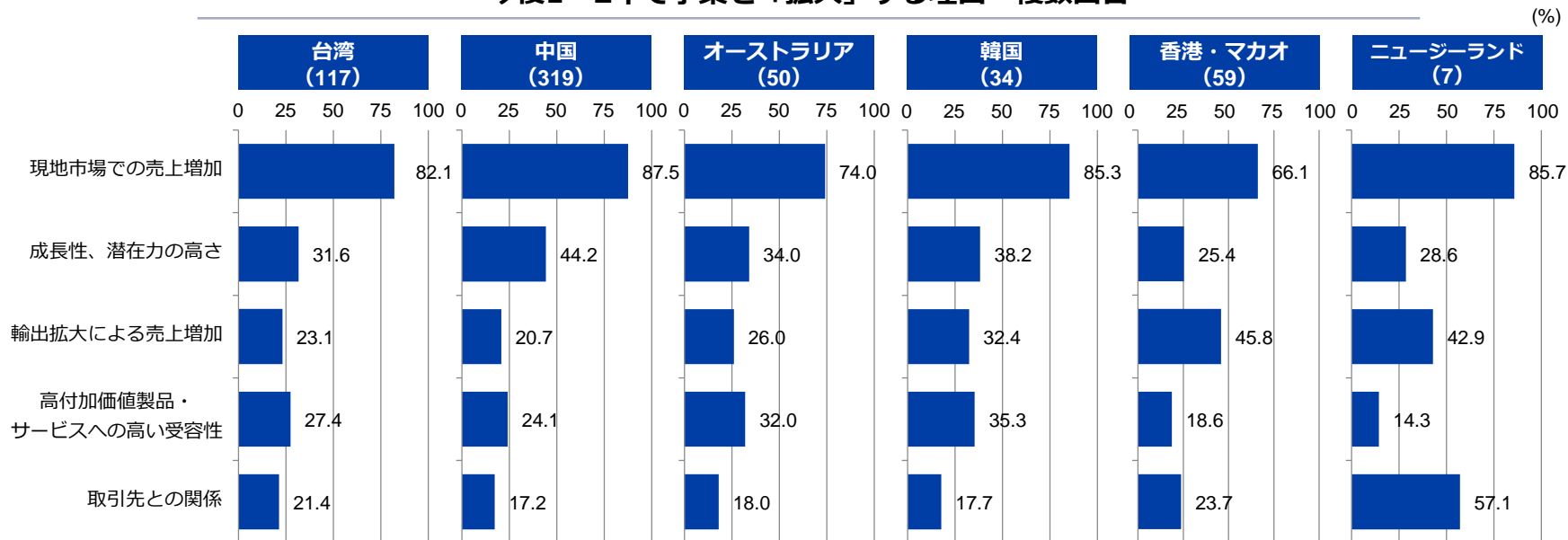


## 2 | 今後の事業展開(7)

### 今後1～2年の事業展開の方向性



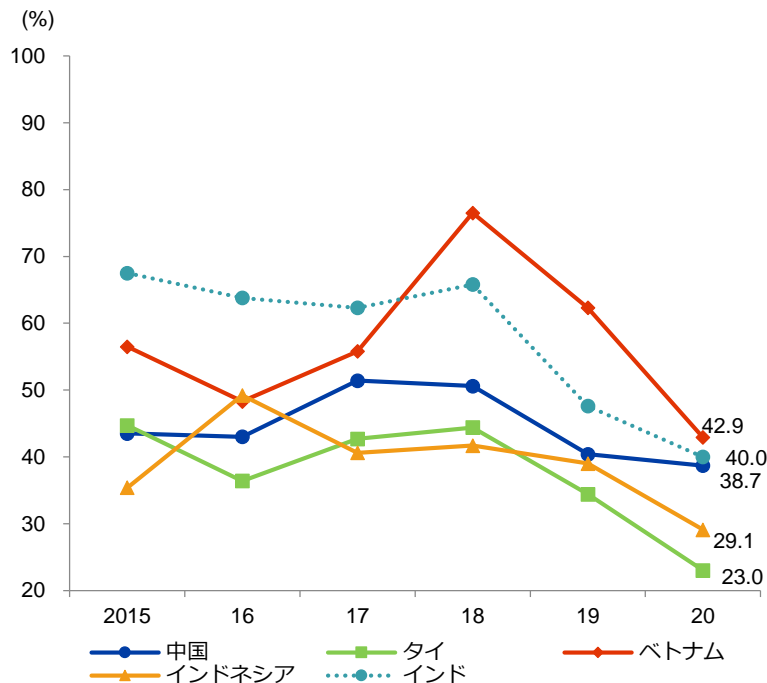
### 今後1～2年で事業を「拡大」する理由 複数回答



## 2 | 今後の事業展開(8)

- 今後1~2年の事業展開の方向性を「拡大」とした輸送機器部品の企業の割合を、国・地域別に2015年からの推移でみると、2015~16年はおおむね低下傾向、2017~18年は一部を除き上昇傾向にあったが、2019年~2020年にはベトナム、インド、中国、インドネシア、タイのすべてで低下した。
- 2020年調査で事業を「拡大」する理由が前年比で大幅に減少した項目は、ベトナムの「現地市場での売上げの増加」、中国の「輸出拡大による売上増加」、タイの「成長性、潜在力の高さ」および「取引先との関係」となった。一方、事業を「拡大」する理由として最も回答割合が高い項目は、インド、中国、インドネシア、タイで「現地市場での売上げの増加」、ベトナムでは「輸出拡大による売上げの増加」であった。

今後1~2年で事業を「拡大」とする比率の推移  
(輸送機器部品、2015~20年)

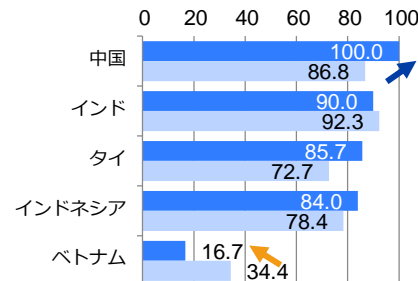


(注) 業種名は2019年まで輸送機械器具、2020年は輸送機器部品に変更。

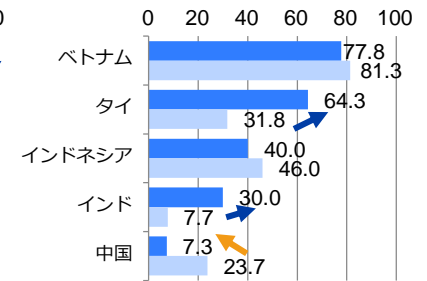
今後1~2年で事業を「拡大」する理由 複数回答

▲ 10ポイント以上減少 ▲ 10ポイント以上増加 (%)

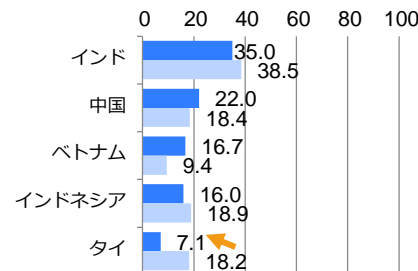
現地市場での売上増加



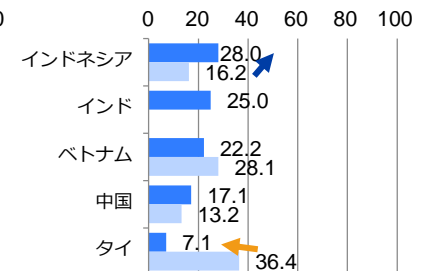
輸出拡大による売上増加



成長性、潜在力の高さ



取引先との関係



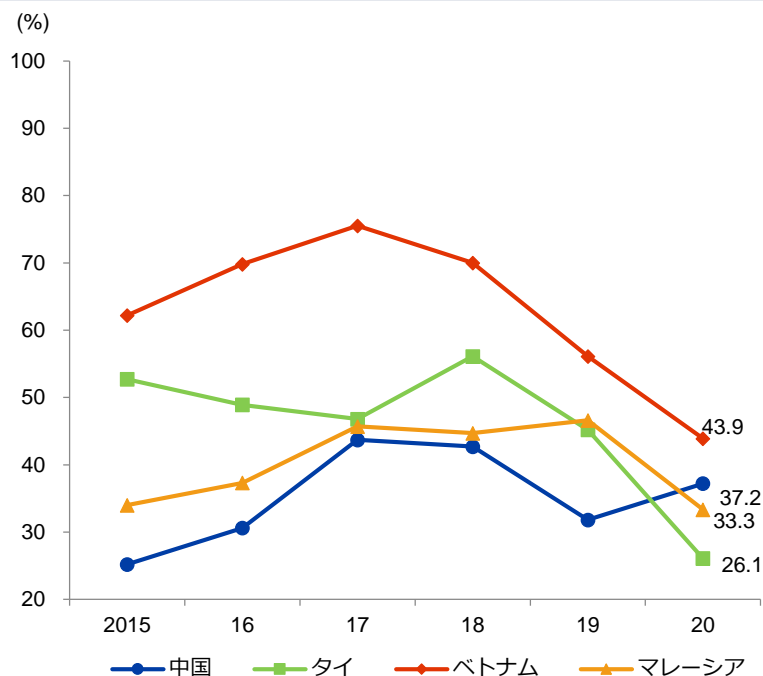
(注) 回答企業数 (20年、19年) : インド (20、39)、中国 (41、38)、インドネシア (25、37)、タイ (14、22)、ベトナム (18、32)

■ 20年調査  
■ 19年調査

## 2 | 今後の事業展開(9)

- 今後1~2年の事業展開の方向性を「拡大」とした、主要4カ国の電気・電子機器部品の企業の割合を2015年からの推移で見ると、2015年は低下または横ばい傾向にあったが、タイを除き2016~17年に上昇した後、2018年に再び低下に転じた。2019年はベトナム、中国、タイで10ポイント以上下落。2020年は中国が前年に比べ5.4ポイント増加したことに対し、タイ、ベトナム、マレーシアで10ポイント以上下落した。
- 2020年調査で事業を「拡大」する理由として、最も回答割合が高い項目は、中国で「現地市場での売上げの増加」、タイ、ベトナム、マレーシアでは「輸出拡大による売上げの増加」であった。

今後1~2年で事業を「拡大」とする比率の推移  
(電気・電子機器部品、2015~20年)

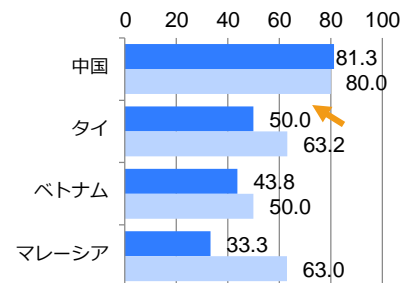


(注) 業種名は2019年まで電気機械器具、2020年は電気・電子機器部品に変更。

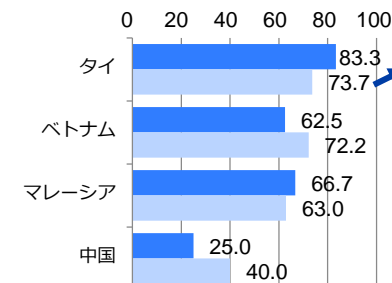
今後1~2年で事業を「拡大」する理由 複数回答

▼ 5ポイント以上減少 ▲ 5ポイント以上増加 (%)

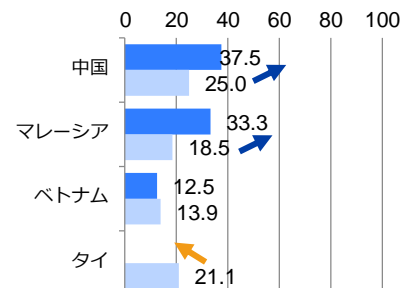
現地市場での売上増加



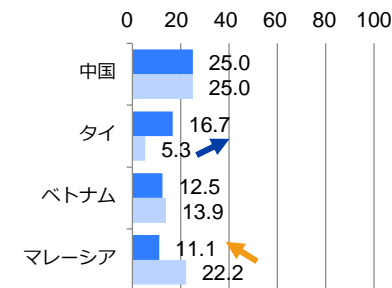
輸出拡大による売上増加



成長性、潜在力の高さ



高付加価値製品・サービスへの高い受容性



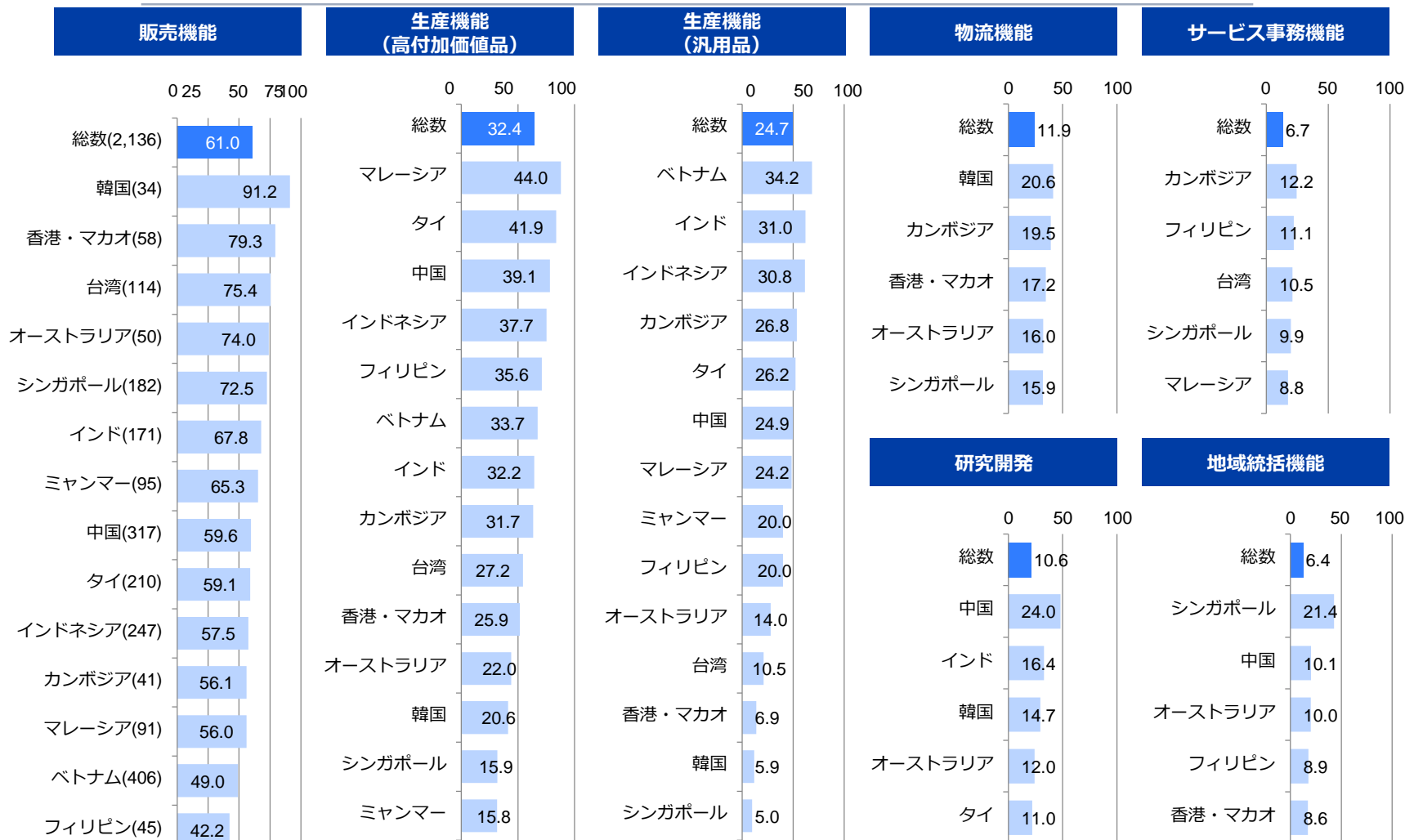
■ 20年調査  
■ 19年調査

(注) 回答企業数(20年、19年)：中国(43、20)、タイ(23、19)、マレーシア(27、27)、ベトナム(41、36)

## 2 | 今後の事業展開(10)

### 拡大する機能（複数回答）

(%)

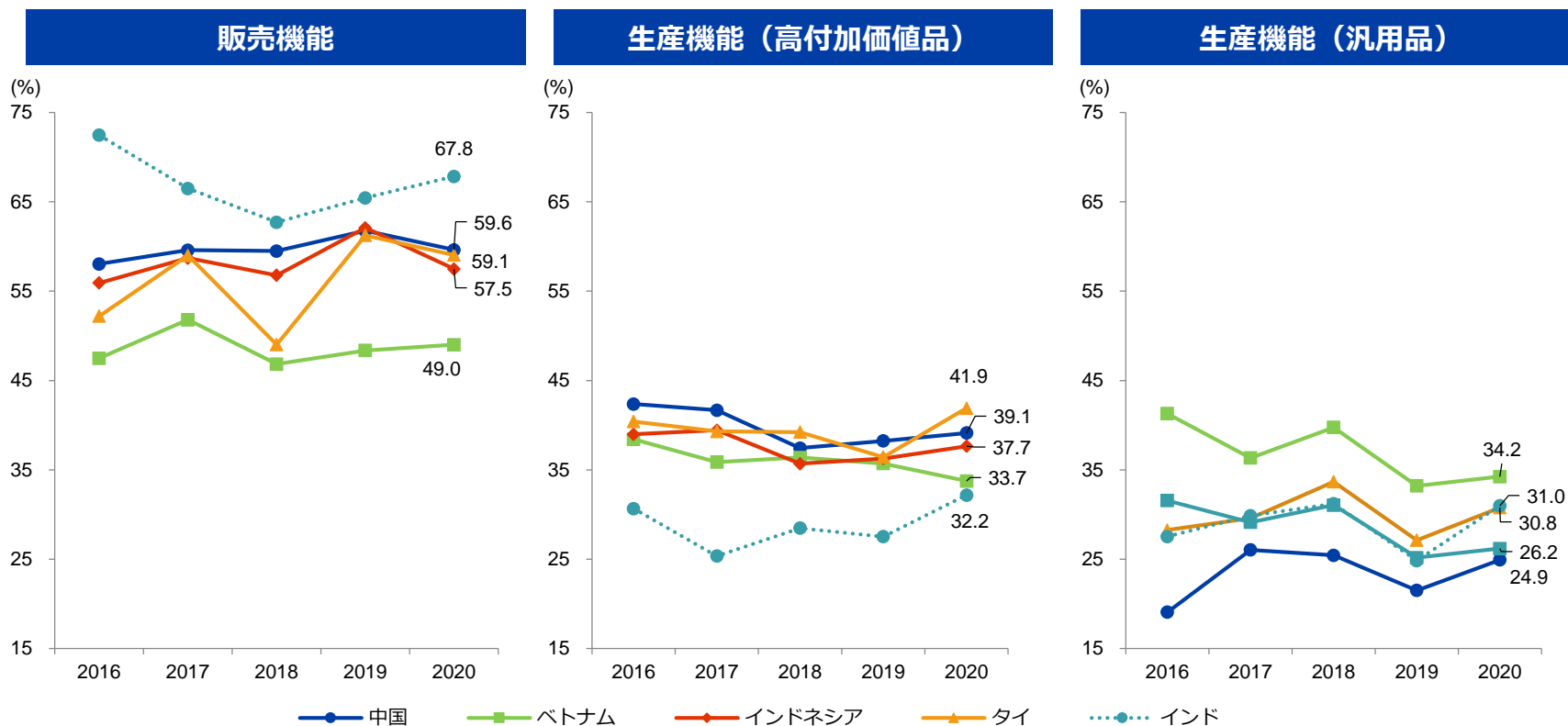


(注) 有効回答数30社以上の国・地域。

## 2 | 今後の事業展開(11)

- 「販売機能」を拡大するとした企業の割合は、インドが67.8%で引き続き最も高い。19年調査から20年調査にかけて、インド、ベトナムでそれぞれ2.4ポイント、0.6ポイント上昇した。
- 「生産機能（高付加価値品）」を拡大するとした企業の割合は中国、タイ、インドネシア、ベトナム、インドすべてで引き続き3割を超えた。
- 「生産（汎用品）」の機能を拡大するとした企業の割合は、2019年に減少傾向にあったが、2020年は5カ国すべてで増加した。

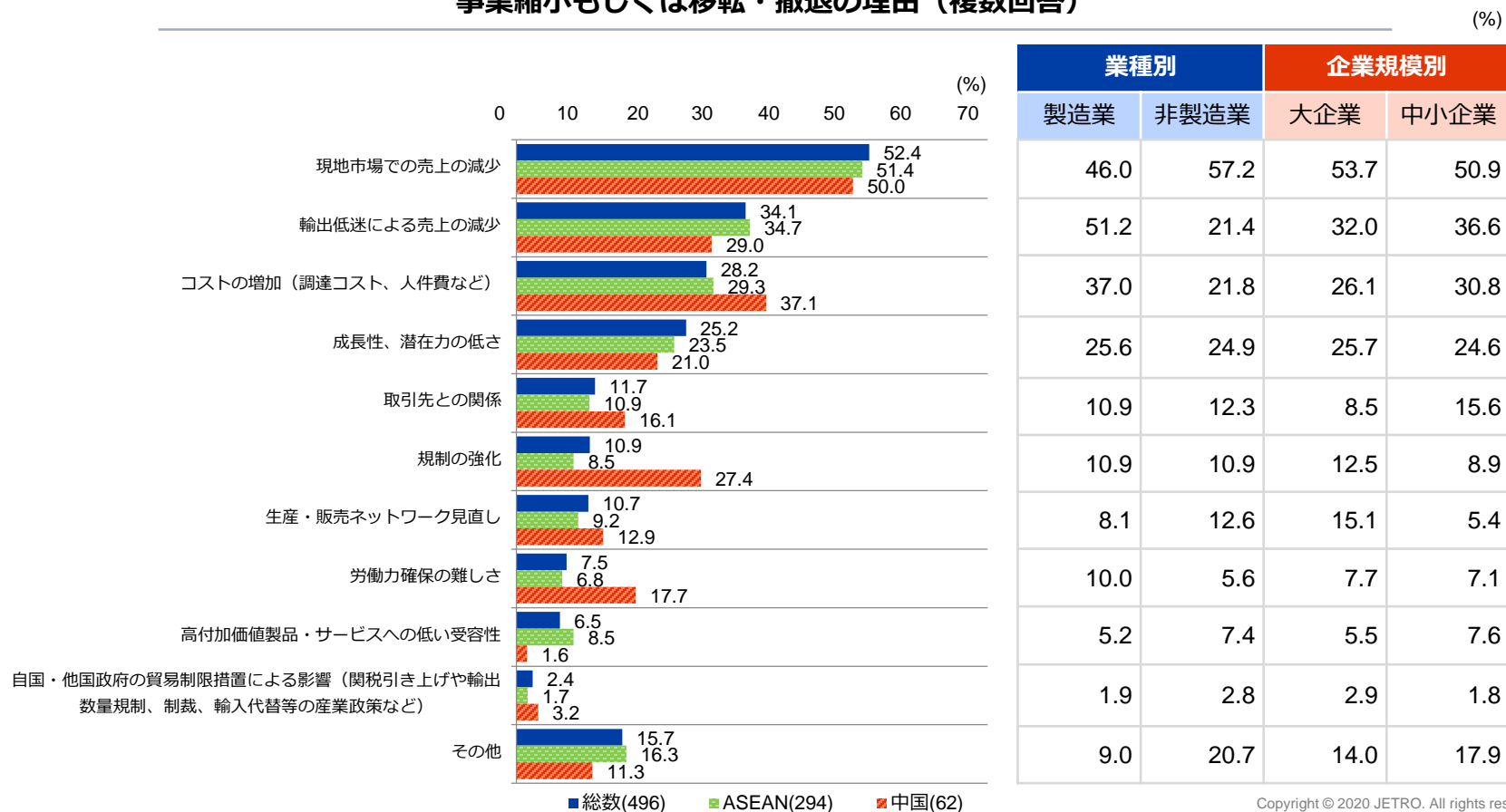
拡大する機能の国別推移（2016～20年）



## 2 | 今後の事業展開(12)

- 事業の「縮小」「移転・撤退」を選んだ企業にその理由を複数回答で聞いたところ、「現地市場での売上の減少」(52.4%)が最も高く、「輸出低迷による売上の減少」(34.1%)、「コストの増加」(28.2%)が続いた。
- ASEANと中国を比較すると「規制の強化」「労働力確保の難しさ」を挙げた企業の割合は、中国がASEANよりもそれぞれ18.9ポイント、10.9ポイント高い。業種別にみると、「現地市場での売上の減少」の回答割合は、非製造業が製造業を11.2ポイント上回った。他方、「輸出低迷による売上の減少」「コストの増加」の回答割合は製造業が非製造業をそれぞれ29.8ポイント、15.2ポイント上回った。
- 大企業、中小企業の比較では、「生産・販売ネットワークの見直し」で大企業の回答割合が中小企業の回答を9.7ポイント上回った。

事業縮小もしくは移転・撤退の理由（複数回答）



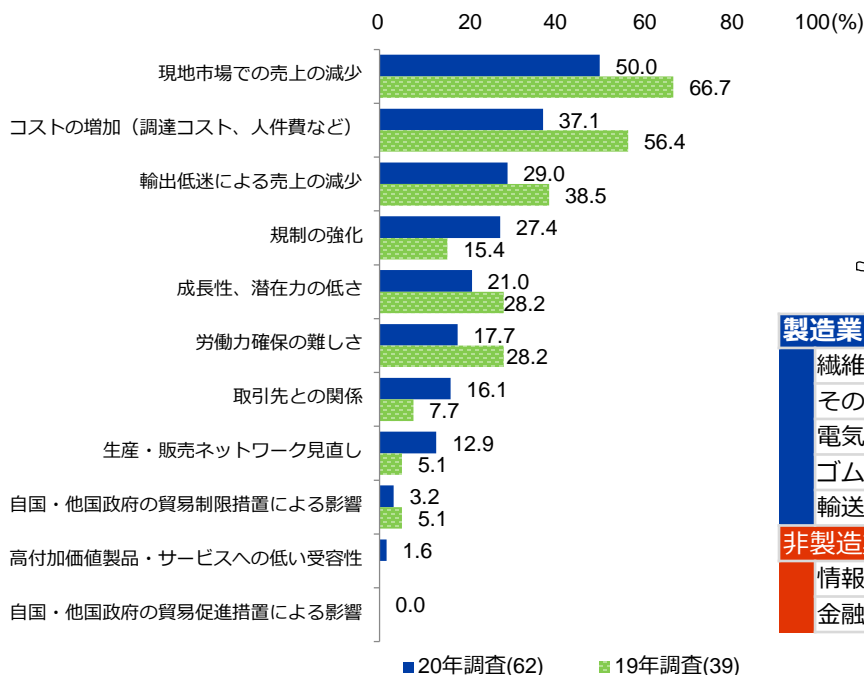


## 2 | 今後の事業展開(13)

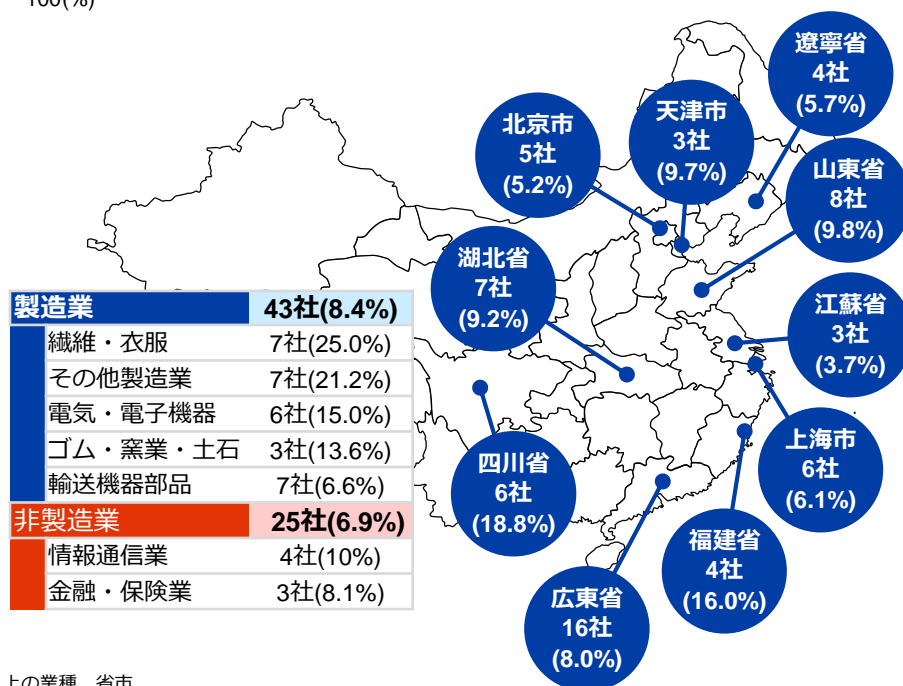
- 中国進出日系企業の今後1~2年の事業展開の方向性について、「縮小」もしくは「第三国（地域）への移転・撤退」と回答した企業の構成比は7.7%で、2019年調査（6.3%）から1.4ポイント上昇した。一方、前年比「拡大」は前年比6.6ポイント低下の36.6%となった。
- 事業を「縮小」もしくは「移転・撤退」する理由についての回答（複数回答）では、「現地市場での売上の減少」（50.0%）が最も多く、これに「コストの増加」（56.4%）、「輸出低迷による売上の減少」（38.5%）が続く。

### 中国進出日系企業の今後1~2年の事業展開の方向性

#### 事業縮小もしくは移転・撤退の理由



#### 事業縮小もしくは移転・撤退と回答した企業内訳



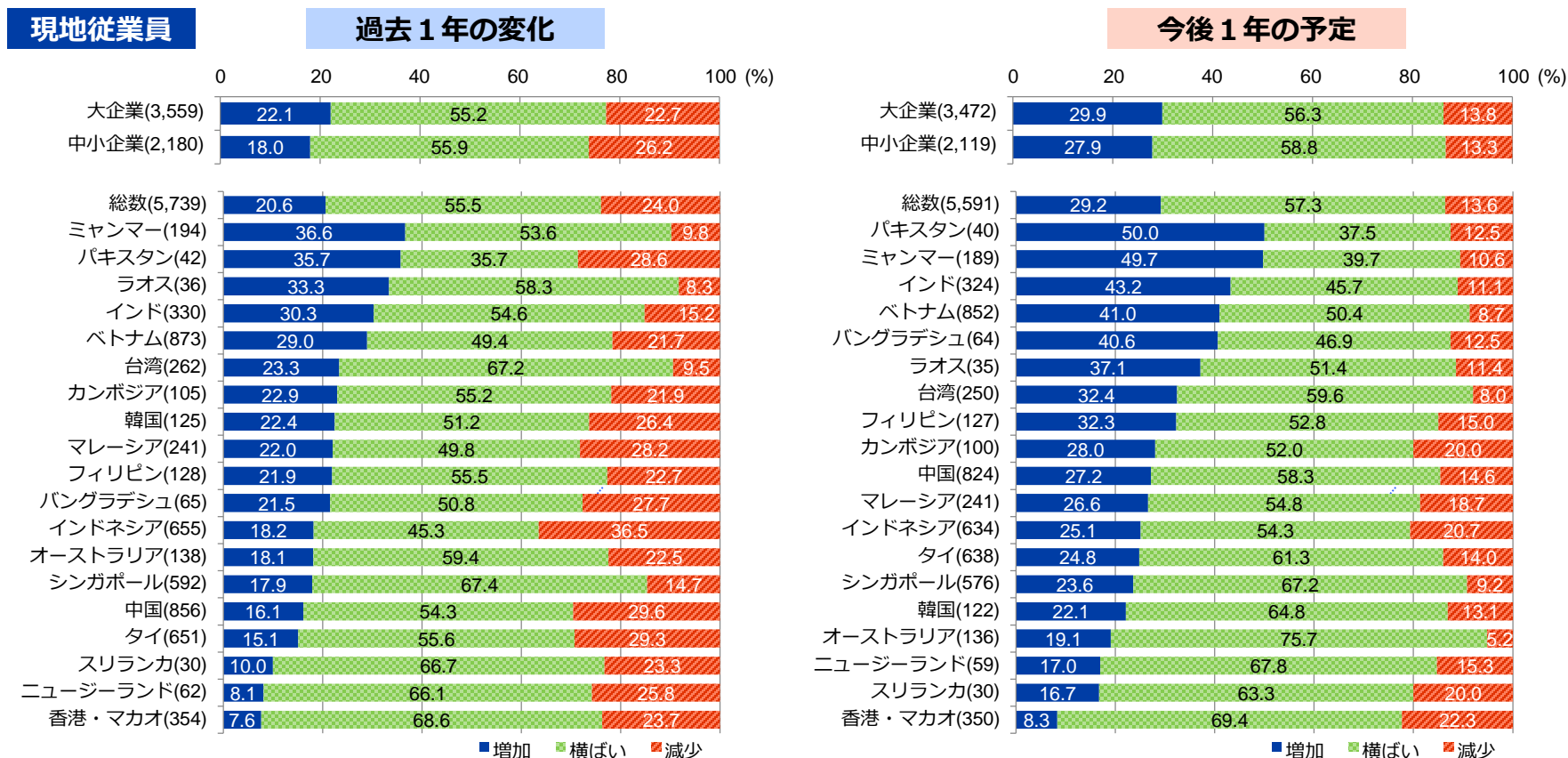
(注2) 「事業縮小」もしくは「第三国（地域）への移転・撤退」と回答した企業数3社以上の業種、省市。

(注3) カッコ内は、各業種、省市の回答企業数に占める、「事業縮小」もしくは「第三国（地域）への移転・撤退」と回答した企業の割合。

## 2 | 今後の事業展開(14)

- 現地従業員の増減について国・地域別にみると、過去1年の変化では「減少」(24.0%)が「増加」(20.6%)を3.4ポイント上回った。
- 今後1年の予定では、「増加」と回答した企業の割合は29.2%で、2019年調査(37.6%)から8.4ポイント低下した。
- 「減少」と回答した企業の割合が、過去1年はミャンマー、ラオス、インド、台湾、シンガポールを除くすべての国で2割を超えた。今後1年の予定ではカンボジア(20.0%)、インドネシア(20.7%)、スリランカ(20.0%)、香港・マカオ(22.3%)が相対的に高い。

### 従業員の増減 (過去1年の変化、今後の予定、国・地域別)



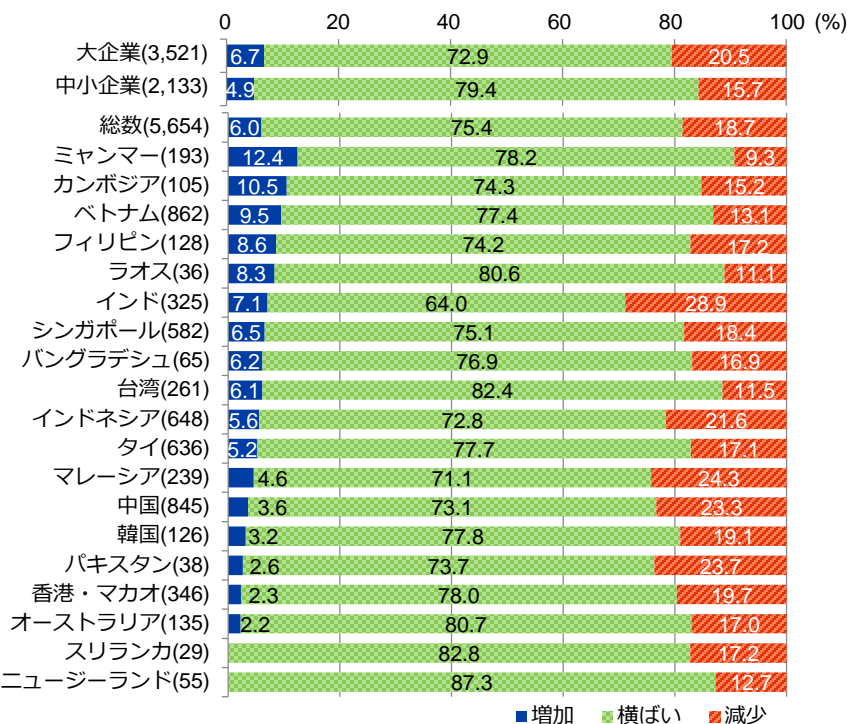
## 2 | 今後の事業展開(15)

- 日本人駐在員の増減について国・地域別にみると、過去1年の変化、今後1年の予定ともに、いずれの国・地域も「横ばい」と答えた企業の割合が最も高い。
- 過去1年の変化では、「減少」と回答した企業の割合は、インド（28.9%）が最も高く、マレーシア（24.3%）、パキスタン（23.7%）、中国（23.3%）、インドネシア（21.6%）などが続いた。
- 今後1年の予定では、「増加」と回答した企業の割合は、ミャンマー（16.0%）、フィリピン（15.0%）が比較的高かった。他方、「減少」と回答した企業の割合は、インド（22.5%）、マレーシア（21.7%）、バングラデシュ（20.3%）、シンガポール（20.3%）が高かった。

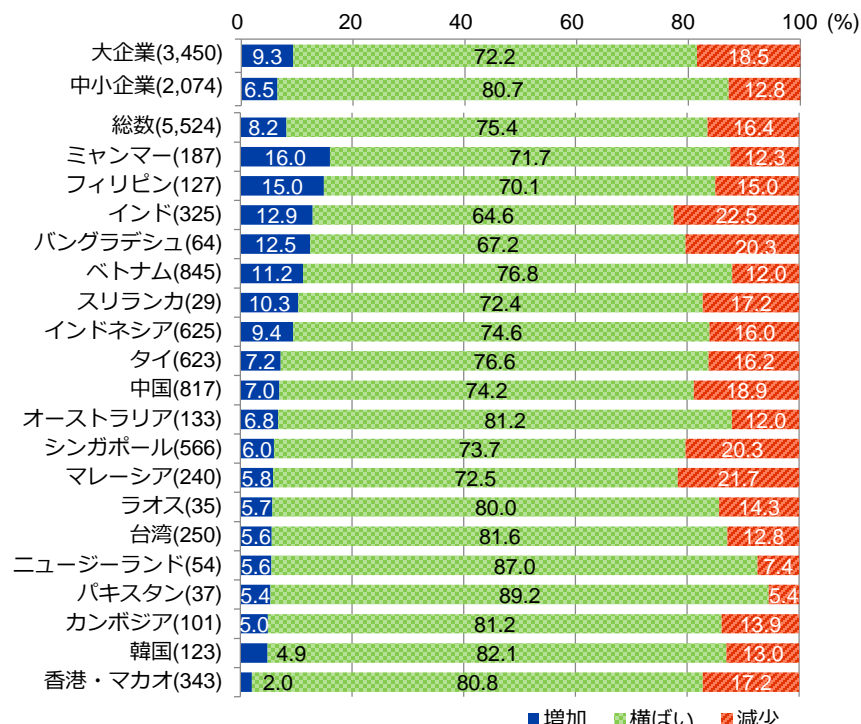
### 従業員の増減（過去1年の変化、今後の予定、国・地域別）

#### 日本人駐在員

#### 過去1年の変化



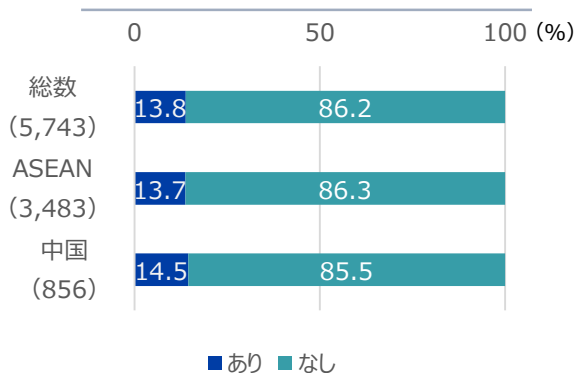
#### 今後1年の予定



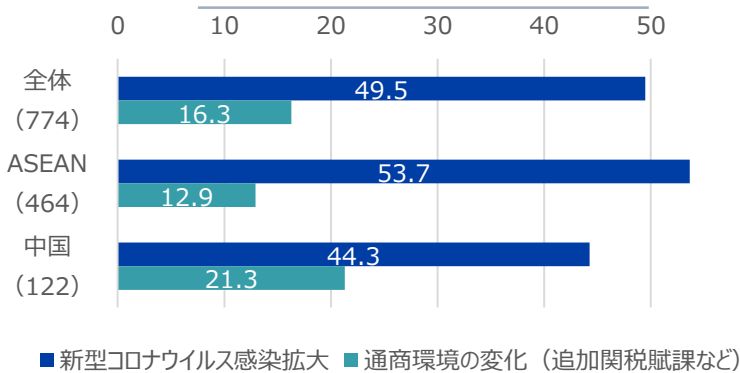
## 2 | 今後の事業展開(16)

- 今後の事業展開について、販売先見直しの予定が「ある」と回答した企業の割合は、全体で13.8%となった。見直しを行う理由（複数回答）は「新型コロナウイルスの感染拡大」が49.5%、「通商環境の変化」が16.3%となった。
- 変更対象の販売先としては日本（23.8%）が1位となり、変更後の販売先はベトナム（9.0%）が1位となった。

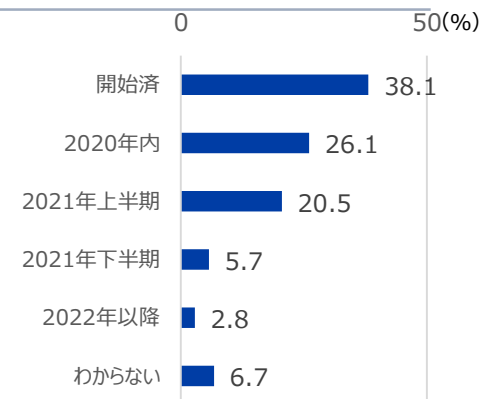
### 販売先の見直し予定



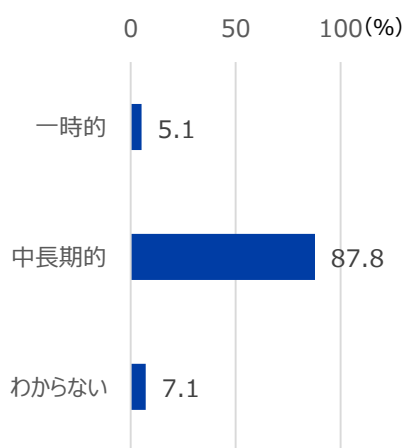
### 見直しを行う理由



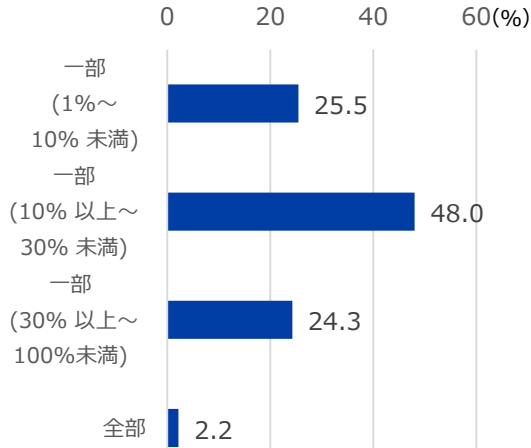
### 変更の開始時期 (774)



### 販売先見直しの期間 (771)



### 販売先見直しの規模 (766)



### 変更対象の販売先 (458)

(上位5カ国)	
国名	割合 (%)
日本	23.8
中国	10.5
タイ	9.6
インドネシア	7.4
ベトナム	5.5

### 変更後の販売先 (458)

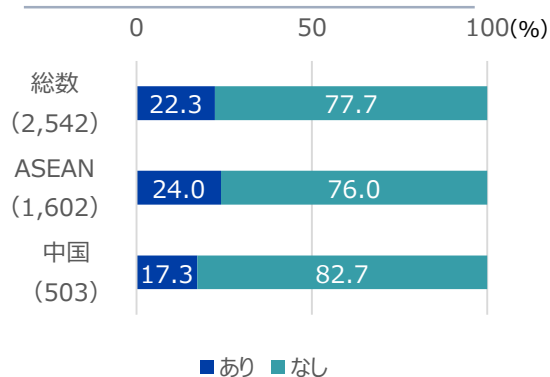
(上位5カ国)	
国名	割合 (%)
ベトナム	9.0
日本	8.3
中国	6.1
タイ	5.9
その他アジア	4.6

## 2 | 今後の事業展開(17)

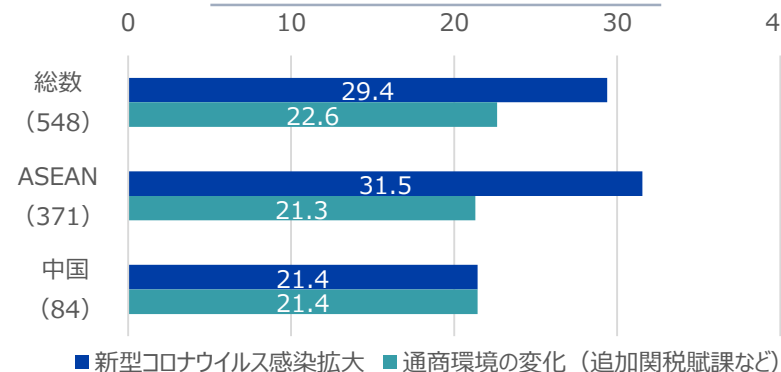
製造業のみ

- 今後の事業展開について、調達先見直しの予定が「ある」と回答した製造業企業の割合は、全体で22.3%となった。見直しを行う理由（複数回答）は「新型コロナウイルスの感染拡大」が29.4%、「通商環境の変化」が22.6%となった。
- 変更対象の調達先としては日本（34.5%）が1位となり、変更後の調達先はベトナム（18.8%）が1位となった。

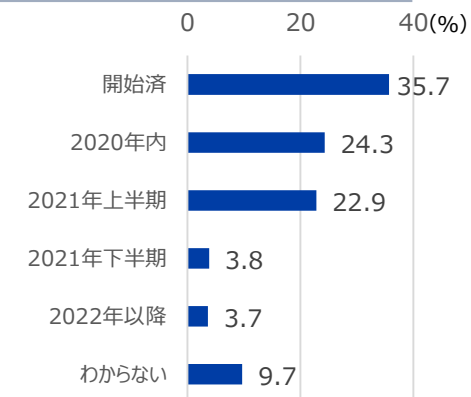
調達先の見直し予定



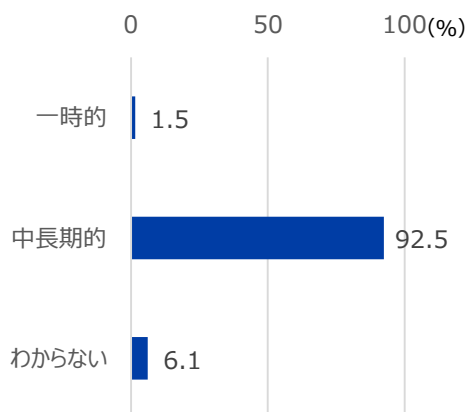
見直しを行う理由



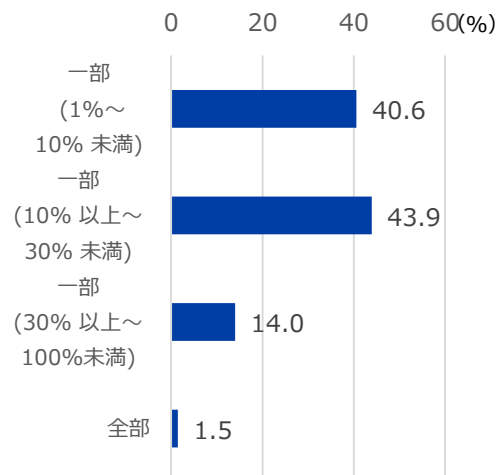
変更の開始時期 (547)



調達先見直しの期間 (543)



調達先見直しの規模 (542)



変更対象の調達先 (420)

(上位5カ国)	
国名	割合 (%)
日本	34.5
中国	24.0
タイ	11.2
ベトナム	4.3
インド	4.0

変更後の調達先 (420)

(上位5カ国)	
国名	割合 (%)
ベトナム	18.8
中国	12.9
タイ	9.3
インドネシア	8.3
インド	6.0

## 2 | 今後の事業展開(18)

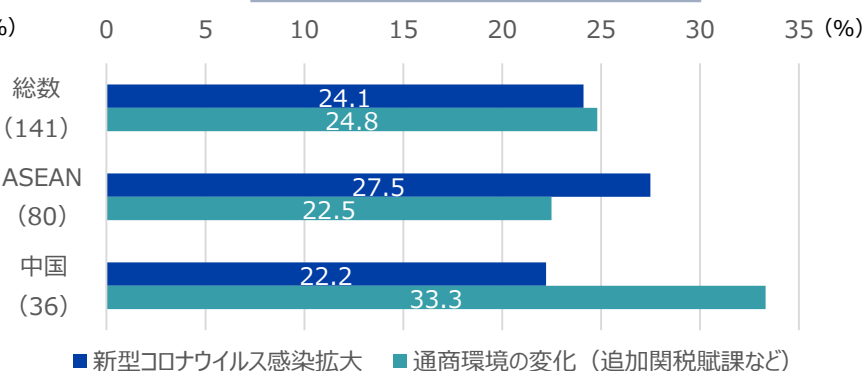
製造業のみ

- 今後の事業展開について、生産地見直しの予定が「ある」と回答した製造業企業の割合は、全体で5.7%となった。見直しを行う理由（複数回答）は「新型コロナウイルスの感染拡大」が24.1%、「通商環境の変化」が24.8%となった。
- 変更対象の生産地としては中国（25.7%）が1位となり、変更後の生産地はタイ（20.0%）が1位、ベトナム(18.1%)が続いた。

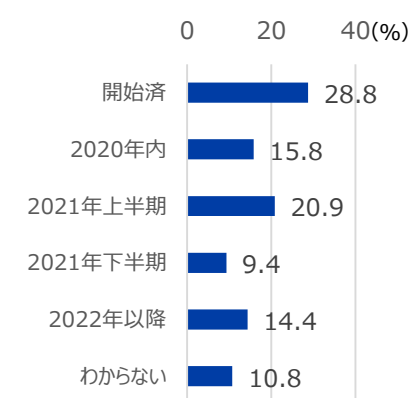
生産地の見直し予定



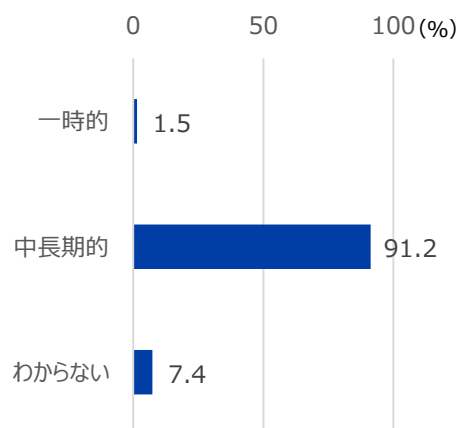
見直しを行う理由



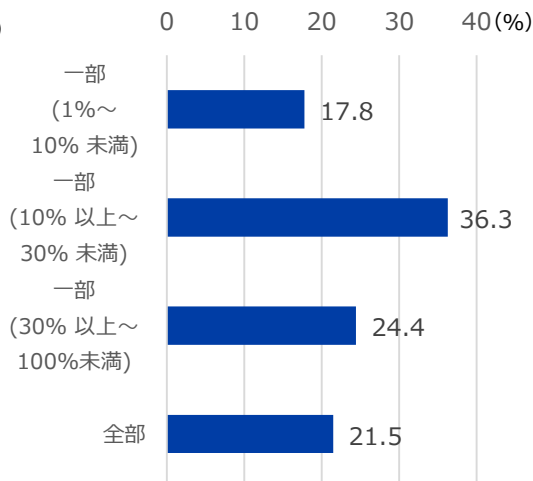
変更の開始時期 (139)



生産地見直しの期間 (136)



生産地見直しの規模 (135)



変更対象の生産地 (105)

(上位5カ国)	
国名	割合 (%)
中国	25.7
日本	17.1
タイ	8.6
マレーシア	7.6
インドネシア	7.6

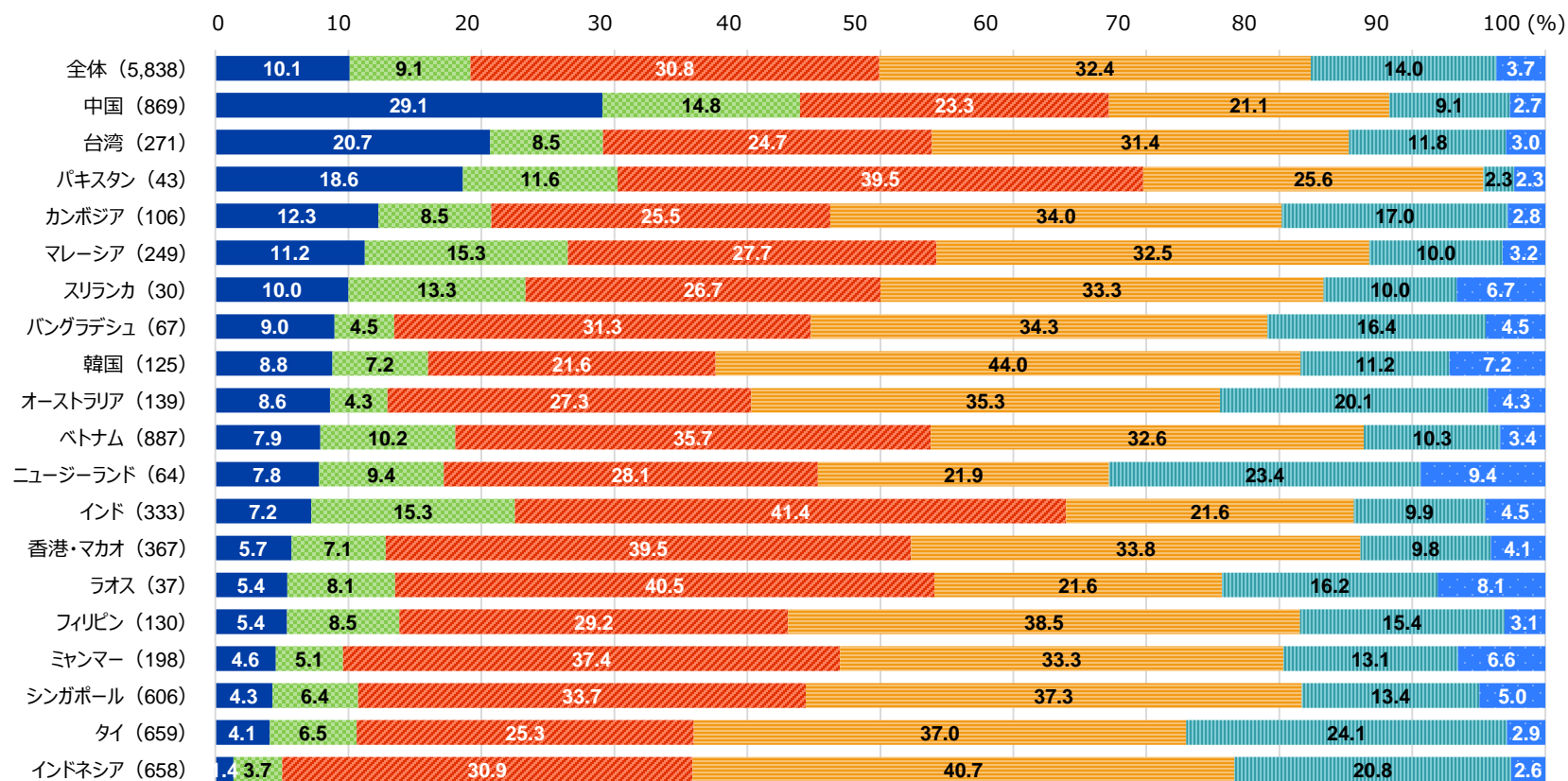
変更後の生産地 (105)

(上位5カ国)	
国名	割合 (%)
タイ	20.0
ベトナム	18.1
マレーシア	6.7
中国	5.7
インド	5.7

### 3 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響(1)

- 新型コロナウイルス感染拡大後におけるビジネス正常化時期の見通しは、「2021年前半」「2021年後半」との回答が多い。
- 中国と台湾では「すでに正常化」との回答が20%を超えている。

新型コロナウイルス感染拡大後ビジネス活動が正常化する時期

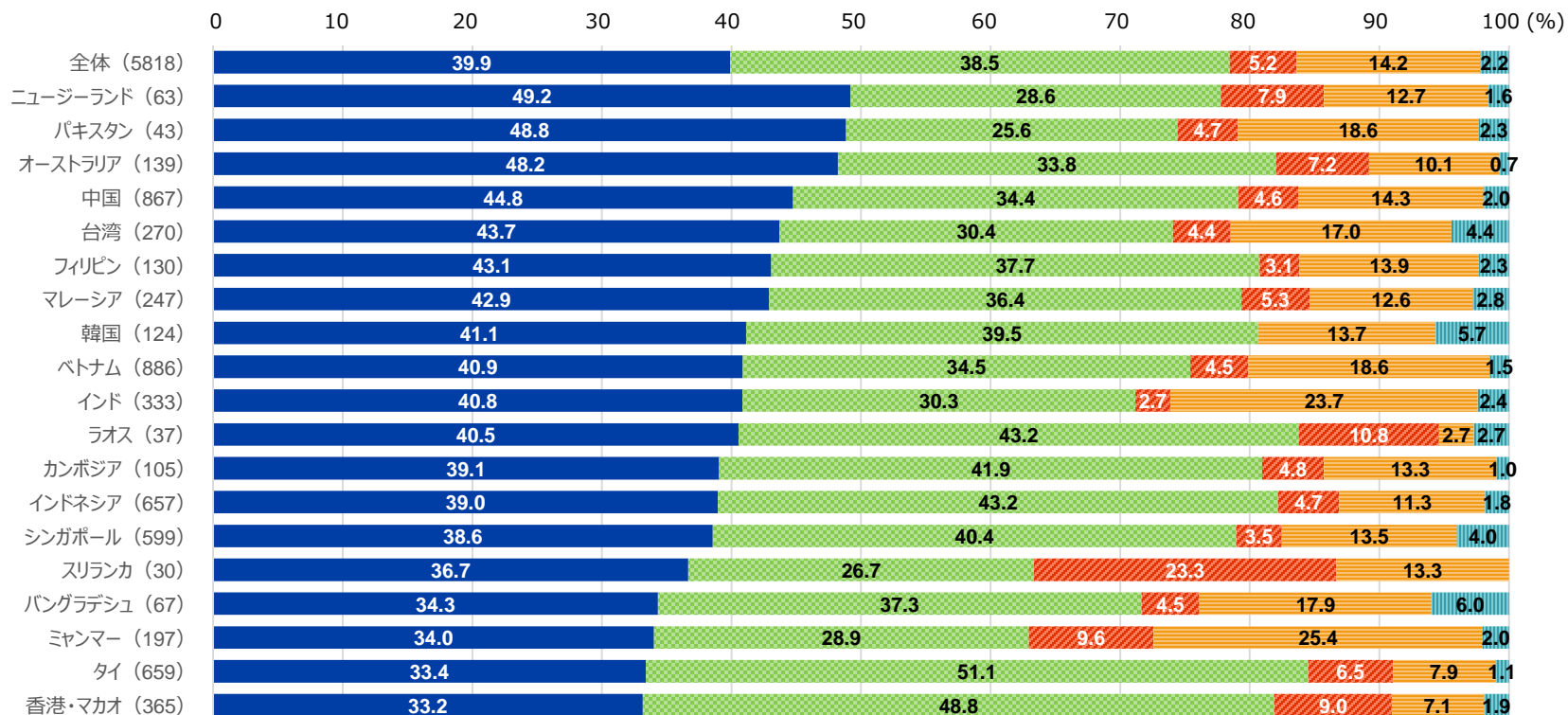


■すでに正常化している ■2020年内 ■2021年前半 ■2021年後半 ■2022年以降 ■ビジネス活動が正常化する見通しは立たない

### 3 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響(2)

- 新型コロナウイルス感染が正常化した後の需要の見通しは、「感染拡大前の需要環境に戻る」「感染拡大前に比べてやや減少」との回答がともに約4割を占めている。
- インドとミャンマーでは「感染拡大前より増加」との回答が20%を超えている。

正常化後の需要環境見込み



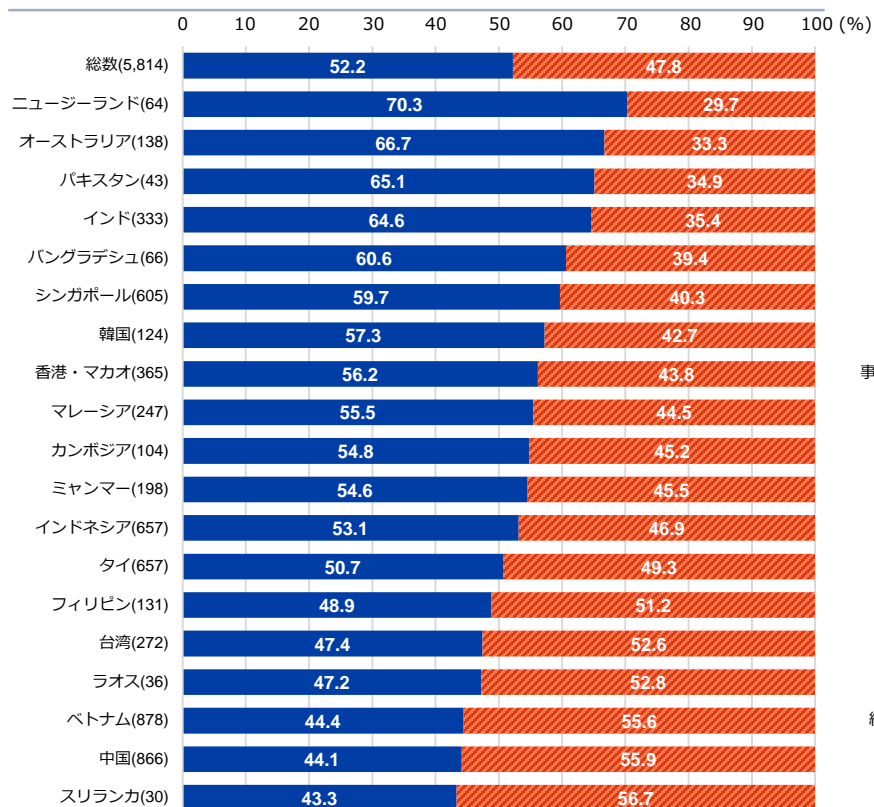
- 新型コロナウイルス感染拡大前の需要環境に戻る
- 正常化後に新型コロナウイルス感染拡大前に比べて製品・サービスの需要がやや減少する
- 正常化後に新型コロナウイルス感染拡大前に比べて製品・サービスの需要が大きく減少する
- 正常化後に新型コロナウイルス感染拡大前に比べて製品・サービスの需要が増加する
- その他



### 3 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響(3)

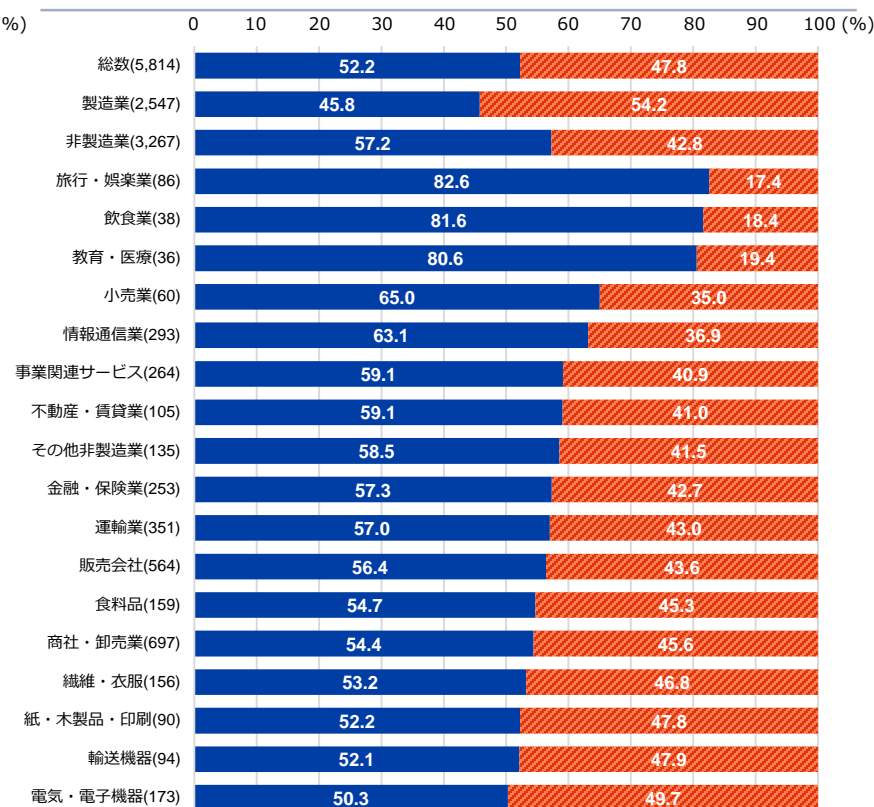
- 新型コロナウイルスの感染拡大を受けた現地での事業戦略やビジネスモデルの見直しを行う企業について、全体の52.2%の企業が「見直しを行った、もしくは同予定がある」と回答した。「ニュージーランド」(70.3%)や「オーストラリア」(66.7%)、「パキスタン」(65.1%)、「インド」(64.6%)、「バングラデシュ」(60.6%)では6割以上の企業が見直しを行った(あるいは予定している)。
- 業種別にみると、「見直しを行った、もしくは同予定がある」と回答した企業は「旅行・娯楽業」(82.6%)、「飲食業」(81.6%)、「教育・医療」(80.6%)など、接触型ビジネスの内需型企業での回答率が8割を超えている。

事業戦略やビジネスモデル見直しの有無 (国別)



■ 見直しを行った (予定がある) ■ 見直しを行っていない (予定がない)

事業戦略やビジネスモデル見直しの有無 (業種別)



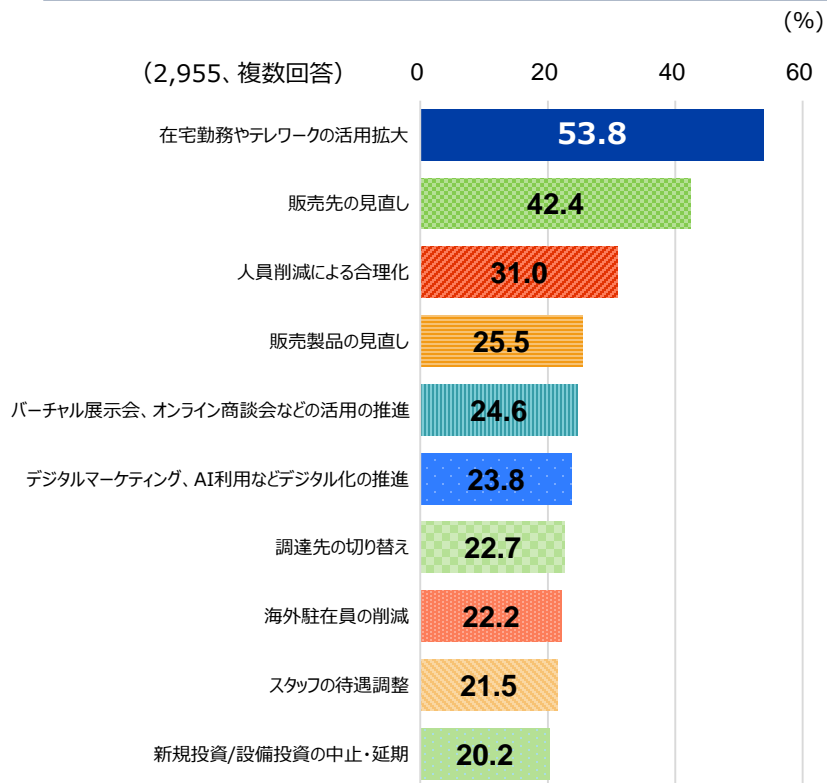
■ 見直しを行った (予定がある) ■ 見直しを行っていない (予定がない)

(注) 「見直しを行った (予定がある)」回答率が50%以上の業種を掲載

### 3 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響(4)

- 具体的な見直し内容については、「在宅勤務やテレワークの活用拡大」と回答した企業が53.8%と最も多い。以下、「販売先の見直し」(42.4%)、「人員削減による合理化」(31.0%)、「販売製品の見直し」(25.5%)が続いた。総じて、販売戦略の変更や経営管理体制の変更に力点を置く企業が多い。
- 地域別にみると、ASEANでは調達先の切り替え、といったサプライチェーンに関わる変更もみられる。北東アジア、南西アジア、オセアニアでは「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」「デジタルマーケティング、AI利用などデジタル化の推進」などのデジタルシフトの動きもみられた。

見直しの具体的内容（上位10項目）



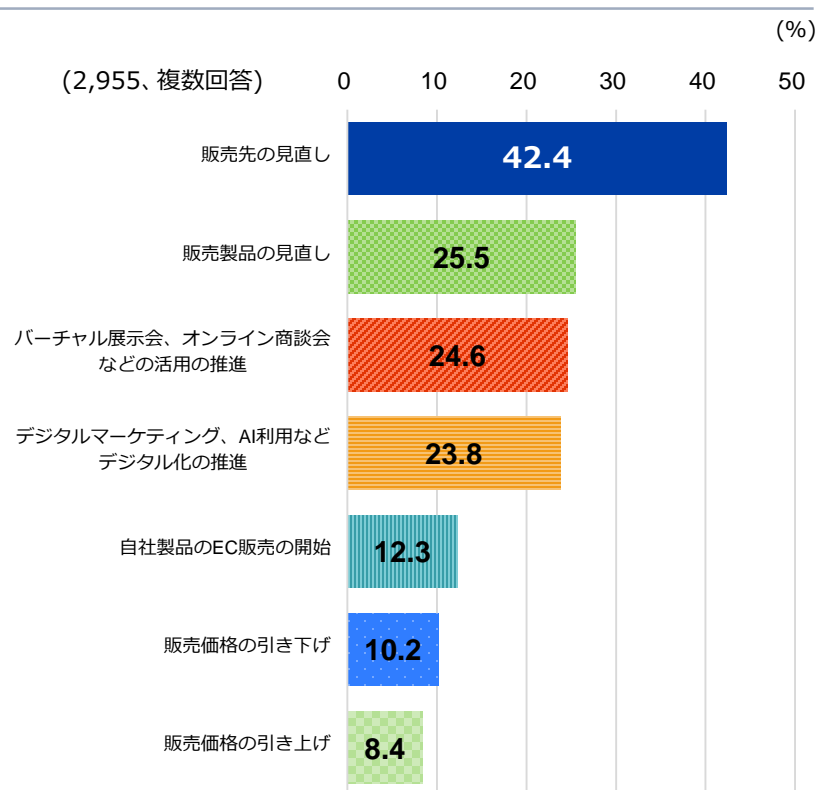
具体的な見直し内容（地域別上位5項目）

地域	項目	割合 (%)
北東アジア (767、複数回答)	1. 在宅勤務やテレワークの活用拡大	51.1
	2. 販売先の見直し	42.1
	3. 人員削減による合理化	30.5
	4. 販売製品の見直し	29.9
	5. バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進	26.5
ASEAN (1,768、複数回答)	1. 在宅勤務やテレワークの活用拡大	51.1
	2. 販売先の見直し	43.0
	3. 人員削減による合理化	32.0
	4. 調達先の切り替え	24.2
	5. 販売製品の見直し	23.6
南西アジア (286、複数回答)	1. 在宅勤務やテレワークの活用拡大	68.9
	2. 販売先の見直し	42.7
	3. 海外駐在員の削減	31.5
	4. バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進	30.1
	5. デジタルマーケティング、AI利用などデジタル化の推進	29.4
オセアニア (134、複数回答)	1. 在宅勤務やテレワークの活用拡大	73.1
	2. デジタルマーケティング、AI利用などデジタル化の推進	38.1
	3. バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進	35.1
	4. 販売先の見直し	34.3
	5. 人員削減による合理化	32.8

### 3 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響(5)

- 販売戦略の項目に関する具体的な見直し内容については、「販売先の見直し」(42.4%)が最大で、以下、「販売製品の見直し」(25.5%)、「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」(24.6%)が続いた。他方、価格の変更を行う企業数はそれほど多くはない。
- 国別にみると、「販売先の見直し」はタイ、カンボジアで5割を超えた。業種では製造業関連が上位を占めた。「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」はオーストラリア、シンガポールなどの先進国に加え、インドにおける回答率が高い。業種別では非製造業で導入の機運が強い。

見直しの具体的内容（販売戦略）



具体的な見直し内容（上位国・業種）

販売先の見直し			
国別		業種別	
1. タイ(322)	53.1	1. 繊維・衣服(80)	67.5
2. カンボジア(53)	52.8	2. 紙・木製品・印刷(45)	62.2
3. 中国(369)	46.1	3. プラスチック製品(75)	58.7
4. フィリピン(62)	45.2	4. 食料品(83)	55.4
5. インド(207)	44.4	5. ゴム・窯業・土石(30)	53.3

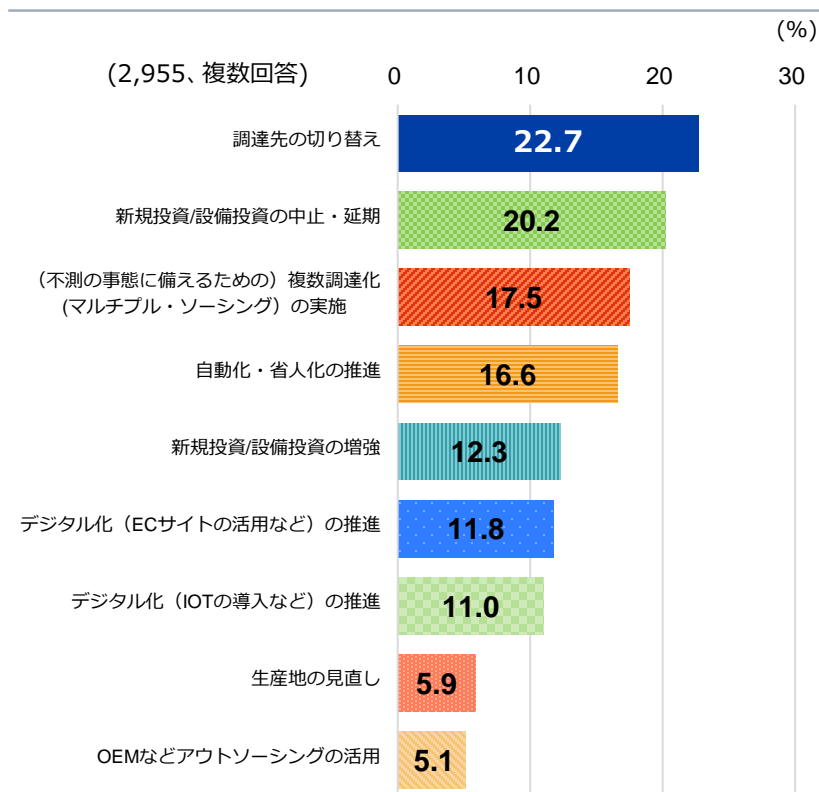
バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進			
国別		業種別	
1. オーストラリア(90)	35.6	1. 旅行・娯楽業(69)	49.3
2. インド(207)	35.3	2. 販売会社(314)	41.4
3. シンガポール(350)	35.1	3. 情報通信業(181)	37.0
4. ニュージーランド(44)	34.1	4. 輸送機器(48)	35.4
5. 韓国(71)	32.4	5. 教育・医療(28)	32.1

(注)有効回答社数が20社以上の上位国、業種を掲載。

### 3 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響(6)

- 調達や生産戦略の項目に関する具体的な見直し内容については、「調達先の切り替え」(22.7%)を最大に、「新規投資/設備投資の中止・延期」(20.2%)、「複数調達化の実施」(17.5%)が続いた。調達先を再考する動きと投資の先送りが調達・生産面での企業の主戦略になっている。他方、「生産地の見直し」といった大きなサプライチェーンの変更を考える企業は5.9%にとどまった。
- 国別では、「調達先の切り替え」は、タイ、カンボジア、ベトナムなどのメコン関連諸国で目立った。業種では幅広く、製造業の各業種の比率が高い。「新規投資/設備投資の中止・延期」は地域差はそれほどない一方、輸送機械関連の投資見送りが5割と目立った。

見直しの具体的内容（調達/生産戦略）



具体的な見直し内容（上位国・業種）

調達先の切り替え			
国別	割合 (%)	業種別	割合 (%)
1. タイ(322)	32.0	1. 輸送機器部品(162)	42.0
2. カンボジア(53)	28.3	2. 電気・電子機器部品(82)	36.6
3. ベトナム(383)	26.6	3. 一般機械(79)	35.4
4. インド(207)	26.1	4. 鉄・非鉄・金属(160)	34.4
5. 中国(369)	24.9	5. 繊維・衣類(80)	32.5

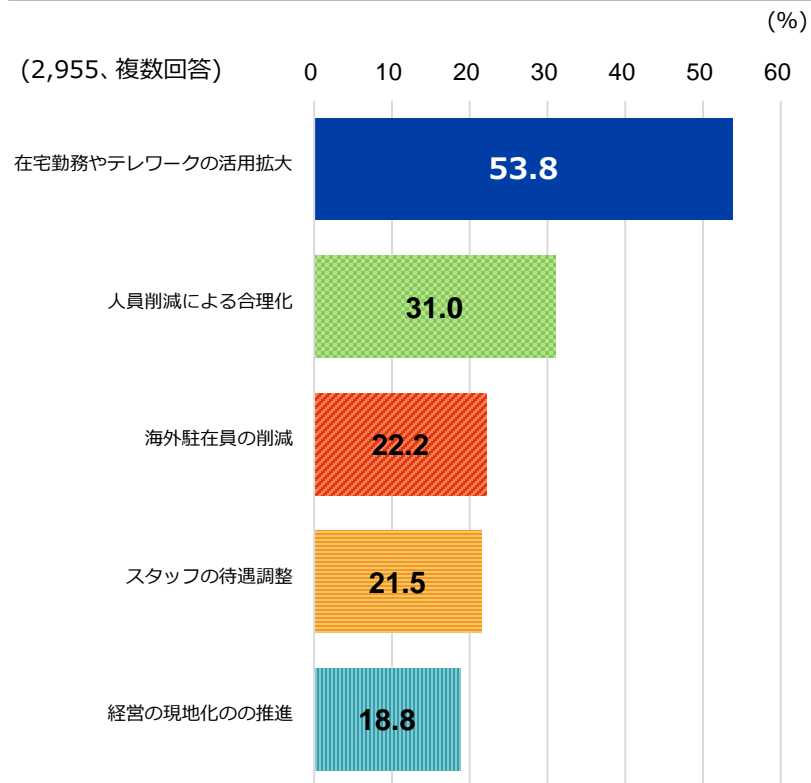
新規投資/設備投資の中止・延期			
国別	割合 (%)	業種別	割合 (%)
1. インドネシア(341)	31.4	1. 輸送機器部品(162)	53.7
2. マレーシア(134)	26.9	2. 輸送機器(48)	52.1
3. タイ(322)	26.4	3. ゴム・窯業・土石(30)	43.3
4. ニュージーランド(44)	25.0	4. 電気・電子機器部品(82)	42.7
5. インド(207)	23.2	5. プラスチック製品(75)	41.3

(注)有効回答社数が20社以上の上位国、業種を掲載。

### 3 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響(7)

- 管理や経営体制の項目に関する具体的な見直し内容については、「在宅勤務やテレワークの活用拡大」(53.8%)が最も多かった。以下、「人員削減による合理化」(31.0%)、「海外駐在員の削減」(22.2%)が続く。スタッフの待遇調整よりも、人員削減を通じた合理化を進める傾向が目立つ。
- 国別では、「在宅勤務やテレワークの活用拡大」は、韓国、シンガポール、オーストラリアなどの先進国や、インド、パキスタンなど南西アジア諸国の比率が高かった。業種別では非製造業中心に回答率が高い。「人員削減による合理化」はインドネシアが最大だった。業種別には輸送機器部品を中心とする製造業や接触型産業の旅行関連や飲食業での回答率が高かった。

見直しの具体的内容（管理/経営体制）



具体的な見直し内容（上位国・業種）

(単位：%)

在宅勤務やテレワークの活用拡大			
国別		業種別	
1. 韓国(71)	78.9	1. 金融・保険業 (141)	80.1
2. シンガポール(350)	78.3	2. 情報通信業(181)	70.2
3. オーストラリア(90)	76.7	3. 販売会社(314)	68.8
4. パキスタン(28)	75.0	4. 輸送機器(48)	66.7
5. インド(207)	70.1	4. 旅行・娯楽業(69)	66.7

人員削減による合理化			
国別		業種別	
1. インドネシア(341)	46.3	1. 輸送機器部品(162)	59.9
2. マレーシア(134)	37.3	2. ゴム・窯業・土石(30)	56.7
3. 中国(369)	36.3	3. 旅行・娯楽業(69)	56.5
4. カンボジア(53)	34.0	4. 飲食業(31)	51.6
5. オーストラリア(90)	33.3	5. 電気・電子機器部品(82)	47.6

(注)有効回答社数が20社以上の上位国、業種を掲載。

### 3 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響(8)

- 各項目の見直しの着手時期について、「今年中に着手予定」「感染拡大後着手」とした、今年実施する新型コロナ拡大後の対策をみると、「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」、「在宅勤務やテレワークの活用拡大」はアジア大洋州各国で進んでいる。また、「新規投資/設備投資の中止・延期」の見送りも、ほとんどの国において、回答比率は高い。総じて、各国企業は、今年は新規の投資は停止し、在宅勤務を行いつつ、販売手法はデジタル化に力点を置くビジネスモデルを構築していく方向にある。

見直し時期を「今年中に着手予定」「感染拡大後着手」と回答した企業割合

(単位：%)

	販売戦略の見直し				調達/生産戦略の見直し				管理/経営体制の見直し				
	販売先の見直し	販売製品の見直し	バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進	デジタルマーケティング、AI利用などデジタル化の推進	調達先の切り替え	(不足の事態に備えるための)複数調達化(マルチプル・ソーシングの実態)	新規投資/設備投資の中止・延期	自動化・省人化の推進	在宅勤務やテレワークの活用拡大	経営の現地化の推進	人員削減による合理化	海外駐在員の削減	スタッフの待遇調整
全体	60.2	62.9	83.5	53.0	53.6	50.2	72.9	32.7	85.6	34.2	60.4	49.9	67.8
カンボジア	64.0	78.6	58.3	37.5	53.3	50.0	-	27.3	88.9	57.1	87.5	57.1	75.0
インドネシア	61.9	62.8	81.0	55.9	48.1	48.5	71.7	31.8	91.0	42.9	61.0	52.9	73.0
マレーシア	63.0	58.1	89.3	46.2	55.2	67.9	64.7	35.7	89.5	25.0	45.8	37.1	65.5
ミャンマー	71.4	64.7	86.4	31.6	75.0	46.2	66.7	58.3	71.9	25.0	69.6	55.6	72.4
フィリピン	50.0	72.7	85.7	54.5	60.0	-	50.0	36.4	88.9	23.1	81.3	56.3	75.0
シンガポール	60.5	66.7	79.7	55.9	55.9	53.7	83.9	48.0	85.7	23.5	53.6	46.4	64.7
タイ	53.4	52.4	68.8	49.2	50.0	48.9	66.2	23.5	85.9	41.3	63.6	48.2	75.0
ベトナム	60.6	69.0	89.4	57.1	55.6	51.5	71.2	28.6	85.5	31.7	69.5	50.8	61.7
インド	61.1	68.8	86.6	57.9	57.7	61.0	77.8	41.7	83.1	30.6	76.0	73.9	85.7
オーストラリア	76.9	68.4	87.1	47.4	70.0	-	88.9	14.4	85.3	-	76.7	43.8	85.0
ニュージーランド	70.6	70.0	85.7	63.6	-	-	80.0	-	87.5	-	75.0	-	77.8
中国	64.0	60.4	83.1	44.3	53.9	50.0	83.3	30.7	89.9	38.0	43.9	43.7	55.3
香港・マカオ	50.7	56.3	91.5	66.7	50.0	45.7	63.6	45.8	83.0	41.9	52.5	29.3	63.2
台湾	63.8	60.5	82.9	56.1	55.6	35.3	83.3	20.0	81.6	14.3	60.0	35.3	31.3
韓国	56.0	58.8	90.9	58.1	25.0	28.6	-	-	83.3	25.0	50.0	-	46.7

注1：400社以上から回答があった項目を掲載している。

注2：主要国の欄の「-」は回答社数が10社未満を意味する。各項目の回答社数が少ないラオス、バングラデシュ、パキスタン、スリランカは未掲載。

注3：70%以上の回答がある場合に着色している。

注4：複数回答

## 4 | 経営上の問題点(1)

- 経営上の問題点では「従業員の賃金上昇」と回答した企業が最も多く（56.4%）、その次に「取引先からの発注量の減少」（48.2%）、「主要販売市場の低迷（消費低迷）」（42.7%）と続いた。19年調査と比べ改善（回答率が減少）した項目としては、「競合相手の台頭（コスト面で競合）」（14.4ポイント減）、「従業員の賃金上昇」（9.4ポイント減）、「主要取引先からの値下げ要請」（4.1ポイント減）、悪化（回答率が増加）した項目としては、「取引先からの発注量の減少」（16.5ポイント増）、「主要販売市場の低迷（消費低迷）」（7.6ポイント増）、「新規顧客の開拓が進まない」（3.0ポイント増）が挙げられる。
- 新型コロナにより世界的に景気が低迷した影響により、賃金の上昇は抑えられたものの、発注量の減少や消費の低迷が大きな課題となった。
- 国・地域別では、賃金上昇でインドネシア（77.4%）で7割を上回り、韓国（66.7%）、ベトナム（65.8%）、中国（63.3%）が続いた。取引先からの発注量の減少については、インドネシア（62.9%）、タイ（62.4%）で6割を上回り、マレーシア（54.3%）、香港・マカオ（52.6%）が続いた。
- 業種別では、「従業員の賃金の上昇」について、製造業が非製造業と比べて18.5ポイント高くなった。

### 全地域共通の問題点(上位10項目、複数回答)

回答項目	2020年調査 (%)	2019年調査 (%)	増減 (ポイント)	業種別		企業規模別	
				製造業	非製造業	大企業	中小企業
1位 従業員の賃金上昇	56.4	65.8	-9.4	66.7	48.2	57.4	54.7
2位 取引先からの発注量の減少	48.2	31.7	16.5	53.0	44.2	44.7	53.6
3位 主要販売市場の低迷(消費低迷)	42.7	35.1	7.6	44.7	41.0	44.9	39.3
4位 新規顧客の開拓が進まない	41.9	38.9	3.0	43.8	37.7	39.8	41.5
5位 従業員の質	40.4	43.5	-3.1	36.4	46.6	39.4	45.8
6位 競合相手の台頭(コスト面で競合)	33.4	47.8	-14.4	37.6	29.9	36.1	29.3
7位 主要取引先からの値下げ要請	28.7	32.8	-4.1	34.3	23.9	28.1	29.5
8位 通関等諸手続きが煩雑	25.8	26.6	-0.8	32.7	20.3	25.8	25.9
9位 税務(法人税、移転価格課税など)の負担	25.7	27.1	-1.4	29.6	22.6	27.7	22.4
10位 現地通貨の対ドル為替レートの変動	24.2	27.8	-3.6	30.3	19.4	26.9	19.8

# 4 | 経営上の問題点(2)

全地域共通の問題点(上位10項目、複数回答、各国・地域の回答率(%) )

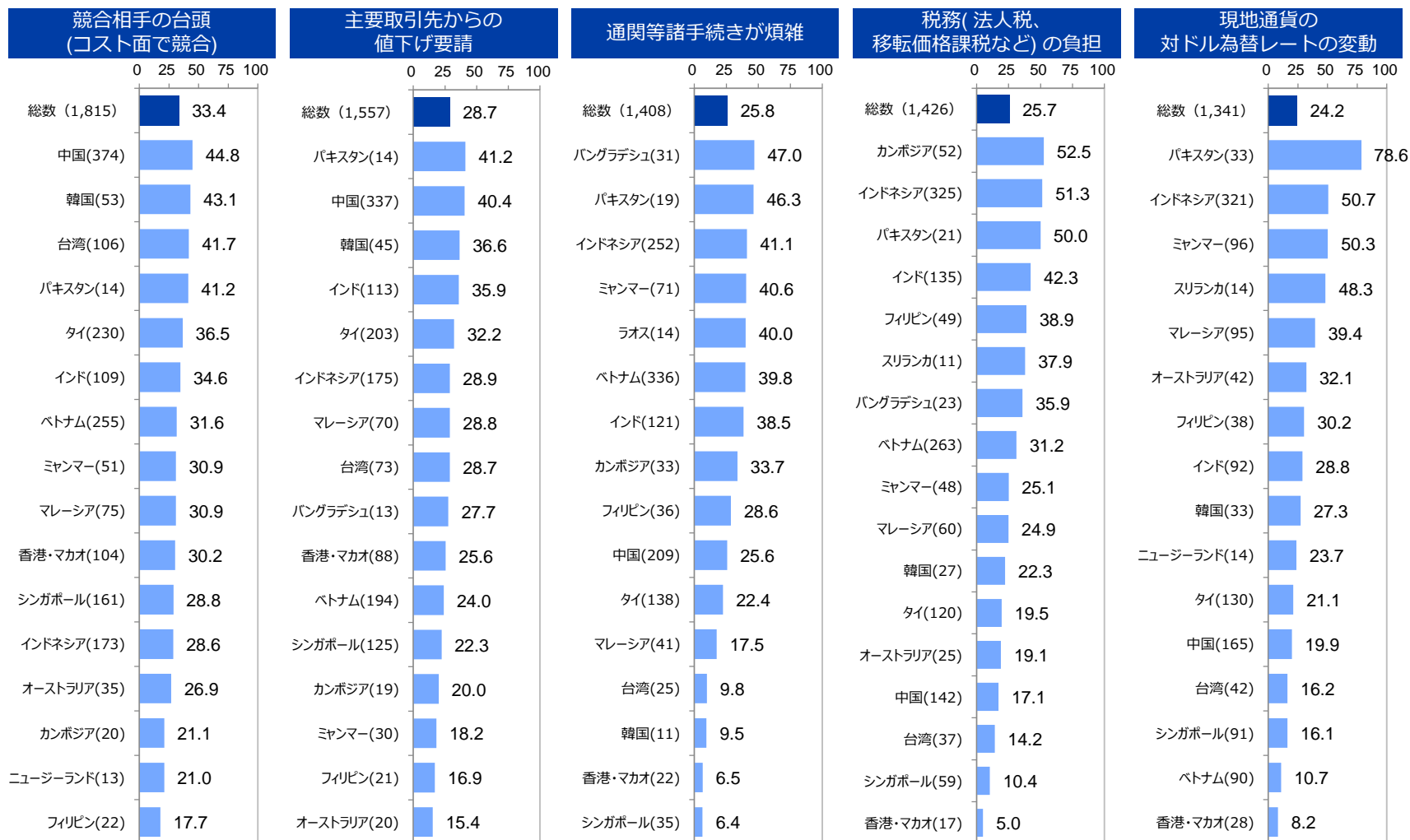


(注) 有効回答数10社以上の国・地域。



# 4 | 経営上の問題点(3)

全地域共通の問題点(上位10項目、複数回答、各国・地域の回答率(%) )



(注) 有効回答数10社以上の国・地域。

## 4 | 経営上の問題点(4)

国・地域別の問題点（上位5項目、複数回答）

(%)

シンガポール		20年	19年	インドネシア		20年	19年
1	新規顧客の開拓が進まない(274)	48.9	41.9	1	従業員の賃金上昇(497)	77.4	84.0
2	主要販売市場の低迷(消費低迷) (263)	47.0	36.8	2	取引先からの発注量の減少(381)	62.9	32.8
3	従業員の賃金上昇(270)	46.1	56.5	3	主要販売市場の低迷(消費低迷) (324)	53.5	38.7
4	限界に近づきつつあるコスト削減(54)	45.4	36.5	4	原材料・部品の現地調達の難しさ(182)	52.6	59.4
5	取引先からの発注量の減少(250)	44.6	27.3	5	従業員の質(331)	51.6	55.0
マレーシア		20年	19年	ベトナム		20年	19年
1	従業員の賃金上昇(145)	59.2	67.0	1	従業員の賃金上昇(572)	65.8	72.0
2	取引先からの発注量の減少(132)	54.3	37.0	2	原材料・部品の現地調達の難しさ(253)	56.4	56.2
3	従業員の質(127)	51.8	53.7	3	取引先からの発注量の減少(392)	48.6	24.1
4	主要販売市場の低迷(消費低迷) (120)	49.4	41.6	4	新規顧客の開拓が進まない(330)	40.9	38.4
5	限界に近づきつつあるコスト削減(63)	45.7	47.2	5	品質管理の難しさ(181)	40.3	49.9
タイ		20年	19年	フィリピン		20年	19年
1	取引先からの発注量の減少(393)	62.4	39.9	1	原材料・部品の現地調達の難しさ(31)	56.4	58.6
2	従業員の賃金上昇(332)	51.7	63.5	2	従業員の質(63)	48.1	53.3
3	主要販売市場の低迷(消費低迷) (322)	51.1	36.9	3	通関に時間を要する(54)	42.9	36.9
4	従業員の質(300)	46.7	47.0	4	税務(法人税、移転価格課税など)の負担(49)	38.9	43.8
5	限界に近づきつつあるコスト削減(158)	46.3	42.2	5	取引先からの発注量の減少(48)	38.7	23.7

(注1)「特に問題はない」を除く、回答率上位5項目。薄ピンクのハイライトは、「3. 経営上の問題点(1)」の全調査対象地域総数の上位10項目に入っていない項目。

(注2)ピンクのハイライトは前年より10ポイント以上増加、水色のハイライトは前年より10ポイント以上減少した項目。

## 4 | 経営上の問題点(5)

国・地域別の問題点（上位5項目、複数回答）

(%)

インド	20年	19年
1 従業員の賃金上昇(189)	58.5	73.3
2 主要販売市場の低迷(消費低迷)(167)	53.0	50.6
3 原材料・部品の現地調達の難しさ(69)	50.4	44.9
4 取引先からの発注量の減少(157)	49.8	34.4
5 品質管理の難しさ(61)	44.5	53.7
パキスタン	20年	19年
1 現地通貨の対ドル為替レートの変動(33)	78.6	82.1
2 輸入関税が高い(29)	70.7	66.7
3 対外送金に関わる規制(28)	66.7	53.9
4 通関に時間を要する(26)	63.4	56.7
5 原材料・部品の現地調達の難しさ(12)	60.0	47.1
スリランカ	20年	19年
1 原材料・部品の現地調達の難しさ(7)	70.0	66.7
1 品質管理の難しさ(7)	70.0	50.0
3 現地通貨の対ドル為替レートの変動(14)	48.3	28.6
3 通関に時間を要する(14)	48.3	40.7
5 新規顧客の開拓が進まない(11)	44.0	27.6
バングラデシュ	20年	19年
1 原材料・部品の現地調達の難しさ(18)	66.7	70.8
2 通関に時間を要する(37)	56.1	66.7
3 電力不足・停電(15)	55.6	66.7
4 取引先からの発注量の減少(23)	48.9	14.6
5 従業員の賃金上昇(32)	48.5	50.8

カンボジア	20年	19年
1 原材料・部品の現地調達の難しさ(21)	60.0	70.3
2 従業員の賃金上昇(58)	55.2	75.7
3 税務(法人税、移転価格課税など)の負担(52)	52.5	48.7
4 従業員の質(48)	45.7	55.0
5 取引先からの発注量の減少(38)	40.0	18.8
ラオス	20年	19年
1 原材料・部品の現地調達の難しさ(8)	50.0	70.6
2 従業員の質(17)	46.0	50.0
3 品質管理の難しさ(7)	43.8	52.9
3 新規顧客の開拓が進まない(14)	43.8	38.7
3 電力不足・停電(7)	43.8	47.1
3 物流インフラの未整備(7)	43.8	29.4
ミャンマー	20年	19年
1 原材料・部品の現地調達の難しさ(18)	60.0	65.4
1 電力不足・停電(18)	60.0	69.2
3 現地通貨の対ドル為替レートの変動(96)	50.3	44.7
4 従業員の質(95)	49.2	56.8
5 新規顧客の開拓が進まない(71)	43.0	37.0

(注1)「特に問題はない」を除く、回答率上位5項目。薄ピンクのハイライトは、「3. 経営上の問題点(1)」の全調査対象地域総数の上位10項目に入っていない項目。  
(注2)ピンクのハイライトは前年より10ポイント以上増加、水色のハイライトは前年より10ポイント以上減少した項目。

## 4 | 経営上の問題点(6)

国・地域別の問題点（上位5項目、複数回答）

(%)

中国		20年	19年
1	従業員の賃金上昇(545)	63.3	73.7
2	環境規制の厳格化(227)	46.7	43.5
3	限界に近づきつつあるコスト削減(224)	46.1	42.1
4	競合相手の台頭(コスト面で競合)(374)	44.8	50.0
5	新規顧客の開拓が進まない(350)	42.0	41.4
香港・マカオ		20年	19年
1	取引先からの発注量の減少(181)	52.6	42.7
2	新規顧客の開拓が進まない(175)	50.9	45.5
3	主要販売市場の低迷(消費低迷)(162)	47.1	42.1
4	従業員の賃金上昇(168)	46.8	60.1
5	調達コストの上昇(17)	43.6	47.1
台湾		20年	19年
1	競合相手の台頭(コスト面で競合)(106)	41.7	50.4
2	限界に近づきつつあるコスト削減(31)	40.3	46.4
3	新規顧客の開拓が進まない(100)	39.4	34.6
3	主要販売市場の低迷(消費低迷)(100)	39.4	38.5
5	従業員の質(91)	34.3	35.8

韓国		20年	19年
1	従業員の賃金上昇(82)	66.7	65.4
2	主要販売市場の低迷(消費低迷)(65)	52.9	51.1
3	取引先からの発注量の減少(59)	48.0	40.6
4	新規顧客の開拓が進まない(55)	44.7	38.4
5	競合相手の台頭(コスト面で競合)(53)	43.1	55.6
オーストラリア		20年	19年
1	主要販売市場の低迷(消費低迷)(56)	43.1	35.4
2	従業員の賃金上昇(57)	42.5	55.1
3	現地通貨の対円為替レートの変動(45)	34.4	35.6
4	現地通貨の対ドル為替レートの変動(42)	32.1	42.5
5	従業員の質(42)	31.3	28.9
ニュージーランド		20年	19年
1	主要販売市場の低迷(消費低迷)(26)	41.9	37.4
2	取引先からの発注量の減少(25)	40.3	20.9
3	従業員の賃金上昇(23)	37.1	51.7
4	新規顧客の開拓が進まない(19)	30.7	29.7
5	調達コストの上昇(5)	26.3	60.0
5	人材(技術者)の採用難[製造業のみ](5)	26.3	30.8
5	原材料・部品の現地調達の難しさ(5)	26.3	32.0

(注1)「特に問題はない」を除く、回答率上位5項目。薄ピンクのハイライトは、「3. 経営上の問題点(1)」の全調査対象地域総数の上位10項目に入っていない項目。

(注2)ピンクのハイライトは前年より10ポイント以上増加、水色のハイライトは前年より10ポイント以上減少した項目。

## 4 | 経営上の問題点(7)

- 経営上の問題点で19年調査と比べ改善（回答率が減少）した項目としては、「競合相手の台頭」が挙げられる。19年調査では共通の問題の2位に位置していたが、20年調査では6位に順位を下げた（14.4ポイント減）。国・地域別にみると、最も減少幅が大きかったのはバングラデシュ（24.6ポイント減）で、インドネシア（23.4ポイント減）、マレーシア（22.3ポイント減）、カンボジア（21.7ポイント減）、ミャンマー（21.3ポイント減）と続いた。
- 19年調査と比べ回答率が悪化（回答率が増加）した項目としては、「取引先からの発注量の減少」が挙げられる。19年調査では共通の問題の11位に位置していたが、20年調査では2位に順位を上げた（16.5ポイント増）。国・地域別にみると、最も増加幅が大きかったのはバングラデシュ（34.4ポイント増）で、インドネシア（30.1ポイント増）、ベトナム（24.5ポイント増）、タイ（22.4ポイント増）、カンボジア（21.3ポイント増）と続いた。

### 前年の回答率と比べ改善した項目 (減少幅が大きい上位10カ国・地域の回答率)

競合相手の台頭 (コスト面で競合)		2020年調査 (%)	2019年調査 (%)	増減 (ポイント)
1位	バングラデシュ	19.2	43.8	-24.6
2位	インドネシア	28.6	51.9	-23.4
3位	マレーシア	30.9	53.2	-22.3
4位	カンボジア	21.1	42.7	-21.7
5位	ミャンマー	30.9	52.2	-21.3
6位	シンガポール	28.8	48.8	-20.0
7位	インド	34.6	53.0	-18.4
8位	フィリピン	17.7	35.9	-18.1
9位	ベトナム	31.6	48.0	-16.4
9位	オーストラリア	26.9	40.4	-13.5

### 前年の回答率と比べ悪化した項目 (増加幅が大きい上位10カ国・地域の回答率)

取引先からの 発注量の減少		2020年調査 (%)	2019年調査 (%)	増減 (ポイント)
1位	バングラデシュ	48.9	14.6	34.4
2位	インドネシア	62.9	32.8	30.1
3位	ベトナム	48.6	24.1	24.5
4位	タイ	62.4	39.9	22.4
5位	カンボジア	40.0	18.8	21.3
6位	ニュージーランド	40.3	20.9	19.4
7位	ミャンマー	36.4	17.4	19.0
8位	マレーシア	54.3	37.0	17.4
9位	シンガポール	44.6	27.3	17.3
10位	インド	49.8	34.4	15.5

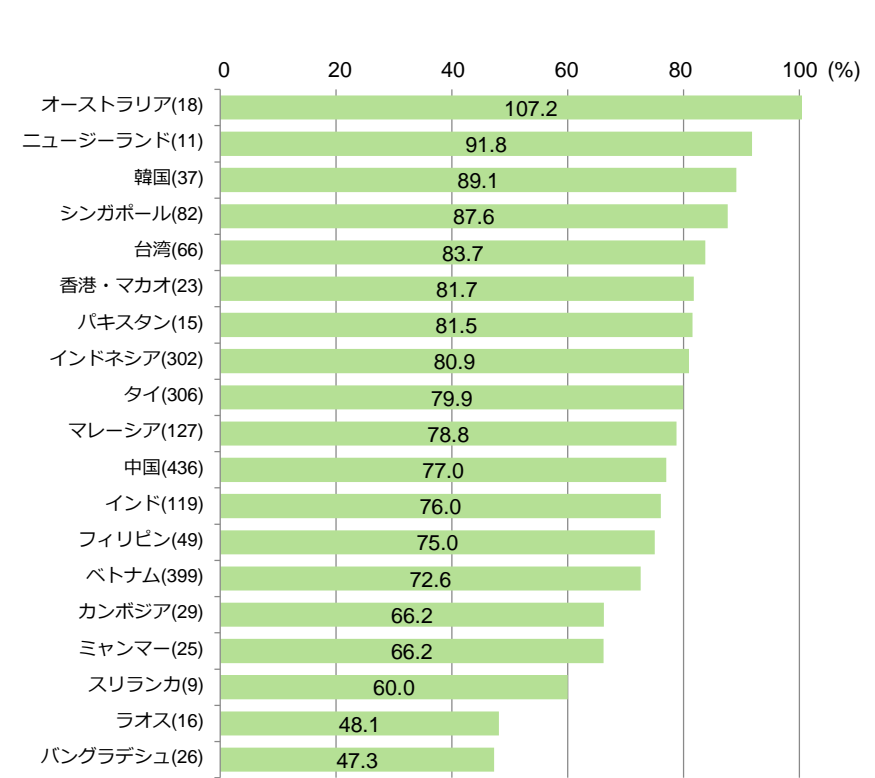
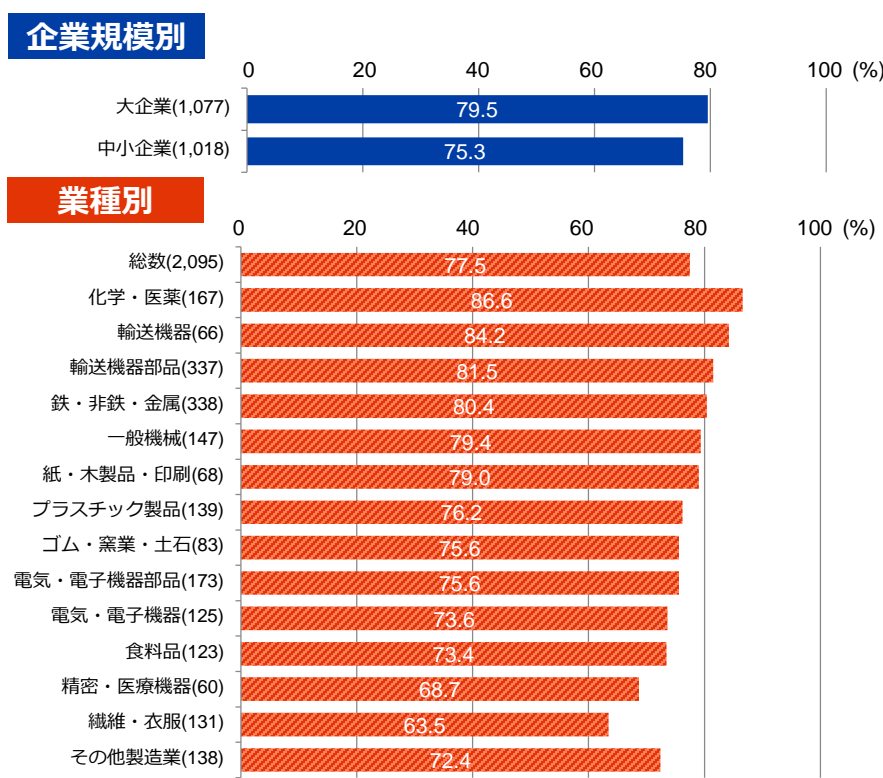
(注) 有効回答数10社以上の国・地域。

# 5 | 原材料・部品の調達(1)

- 日本での製造原価を100とした場合の現地での製造原価は、平均77.5となり、19年調査の78.5から1.0ポイント減少した。
- 業種別にみると、化学・医薬、輸送機器などでの製造原価が比較的高い一方、繊維・衣服は63.5と低い。
- 国・地域別でみると、オーストラリアが日本の製造原価を上回った。ニュージーランド、韓国で日本の約9割となる一方、ラオス、バングラデシュでは5割未満となった。

日本の製造原価を100とした場合の現地での製造原価  
(企業規模別・業種別)

日本の製造原価を100とした場合の現地での製造原価  
(国・地域別)

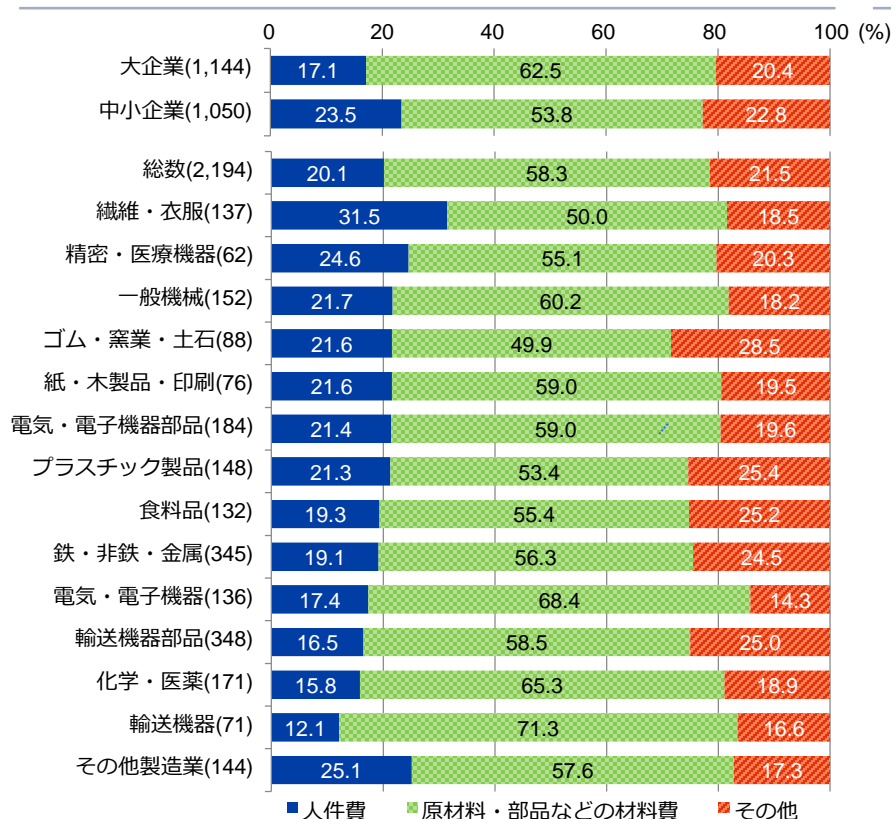


(注)ここでの「製造原価」とは、製品製造のために使われた費用で、生産現場での材料費、労務費、その他経費と定義した。

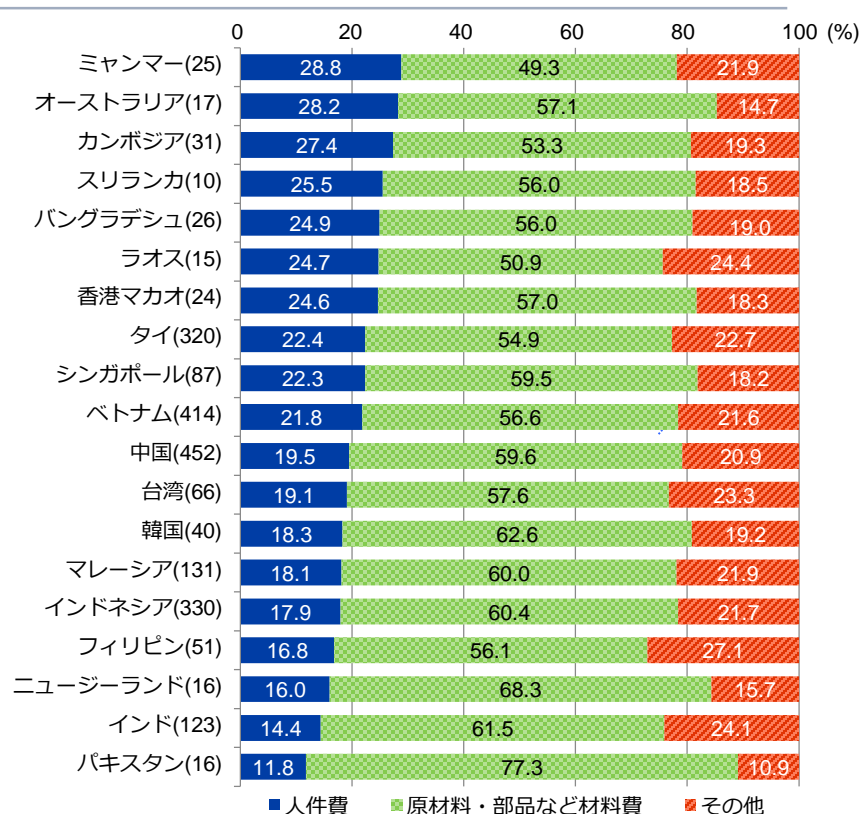
# 5 | 原材料・部品の調達(2)

- 製造原価に占める材料費の比率は平均58.3%（前年比0.2ポイント減）、人件費の比率は平均20.1%（前年比0.2ポイント増）だった。
- 国・地域別に見ると、ミャンマー、オーストラリア、カンボジアで人件費の比率が相対的に高い。業種別では、繊維・衣服で人件費の比率が約3割となる一方、輸送機器、電気・電子機器で材料費の比率が約7割となった。

製造原価に占める人件費、材料費の比率  
(企業規模別・業種別)



製造原価に占める人件費、材料費の比率  
(国・地域別)



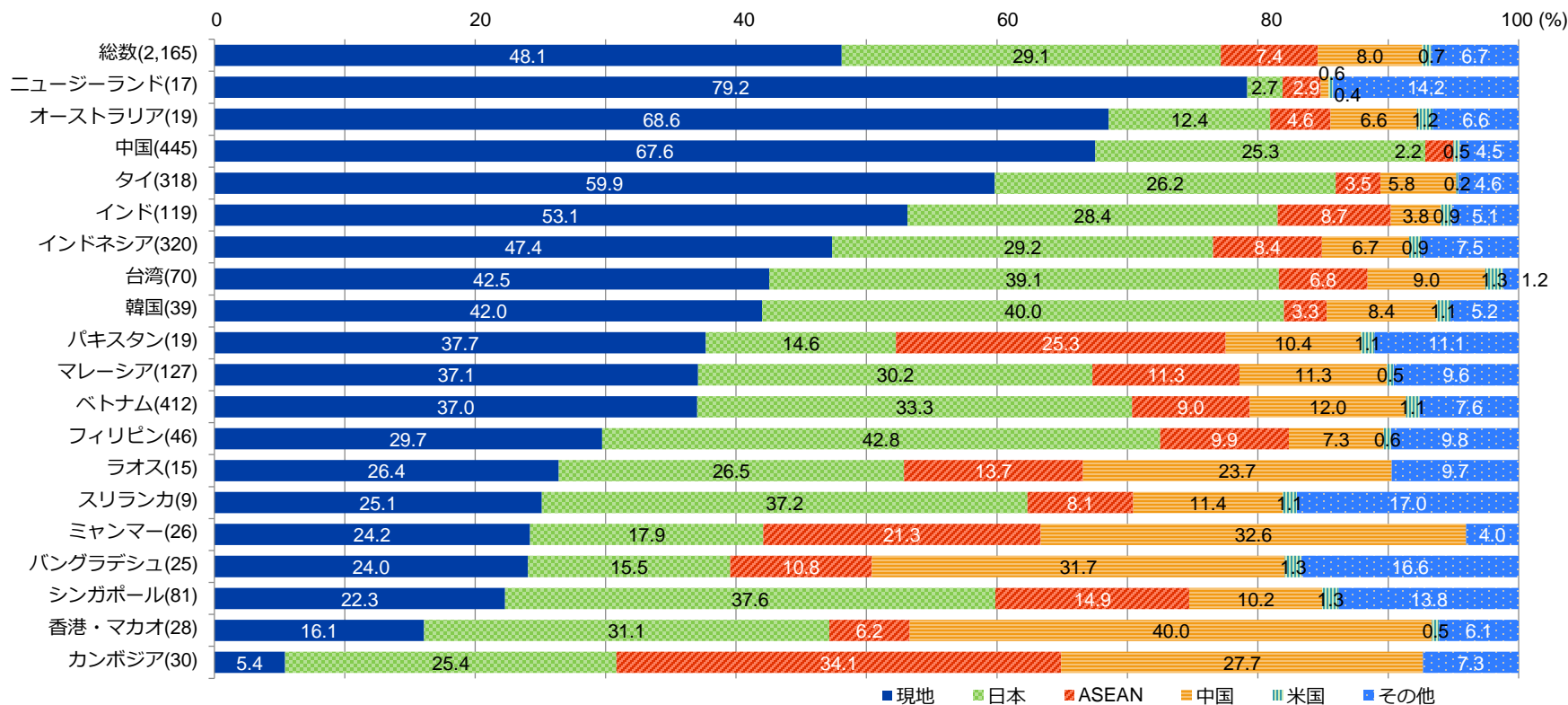
(注)ここでの「製造原価」とは、製品製造のために使われた費用で、生産現場での材料費、労務費、その他経費と定義した。

# 5 | 原材料・部品の調達(3)

製造業のみ

- 進出日系企業は原材料・部品の48.1%を現地で調達し、残りについて、主に日本、中国、ASEANから調達している。
- 現地調達率は、19年度調査（47.9%）から0.2ポイント増加した。ニュージーランド（79.2%）が最も高い一方、最も低いのはカンボジア（5.4%）だった。
- 日本、ASEAN、中国からの調達率は、19年度調査と比べ、それぞれ0.2ポイント減、0.6ポイント増、0.7ポイント増となった。
- 日本、ASEAN、中国からの調達率は、それぞれ、フィリピン、カンボジア、香港・マカオが最も高かった。

原材料・部品の調達先の内訳（国・地域別、合計が100%になるよう回答）

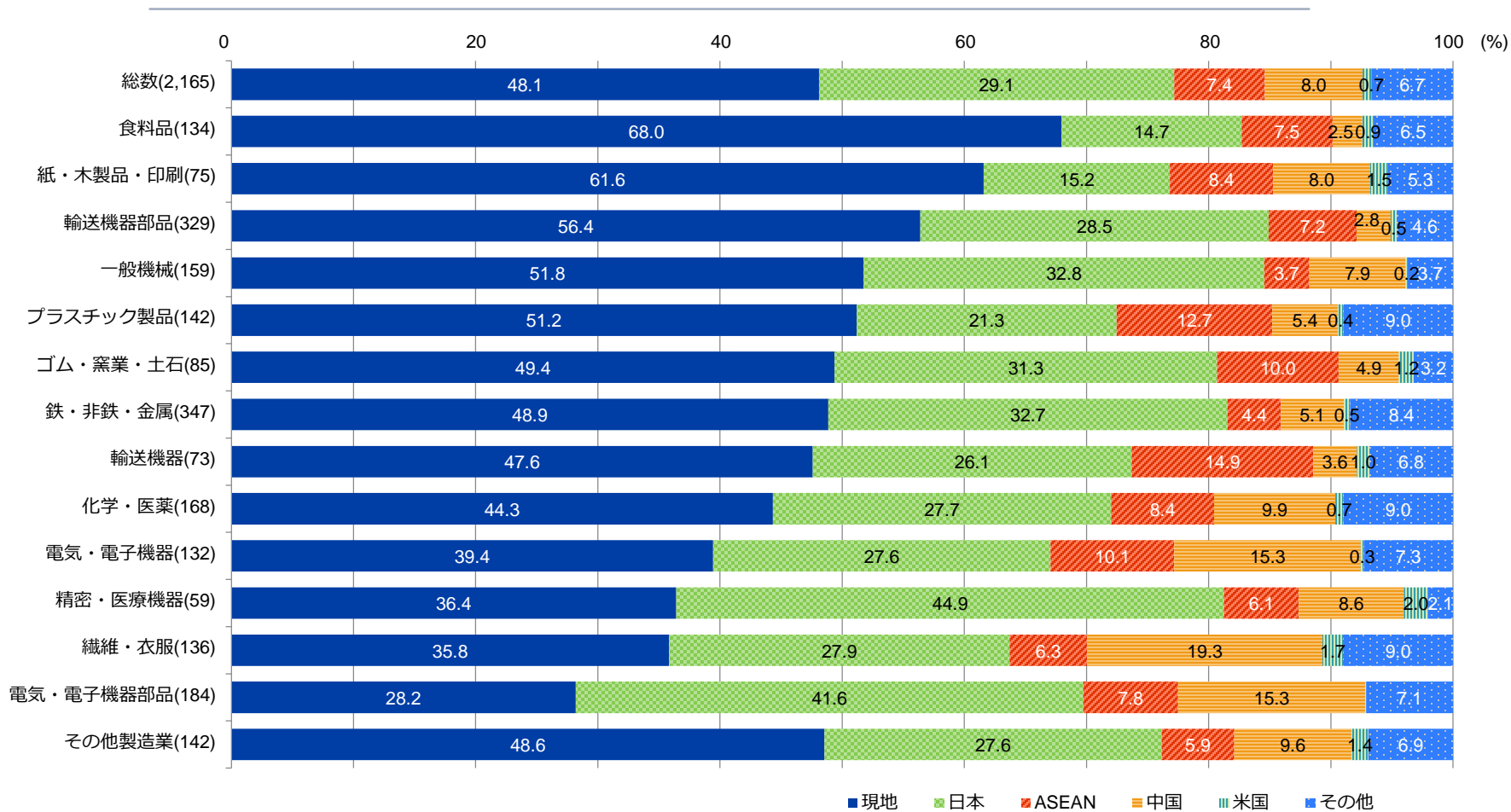




# 5 | 原材料・部品の調達(4)

- 原材料・部品の調達先を業種別にみると、食料品の現地調達率が高く、68.0%となった。
- 日本、ASEAN、中国からの調達率は、それぞれ、精密・医療機器、輸送機器、繊維・衣服で最も高くなった。

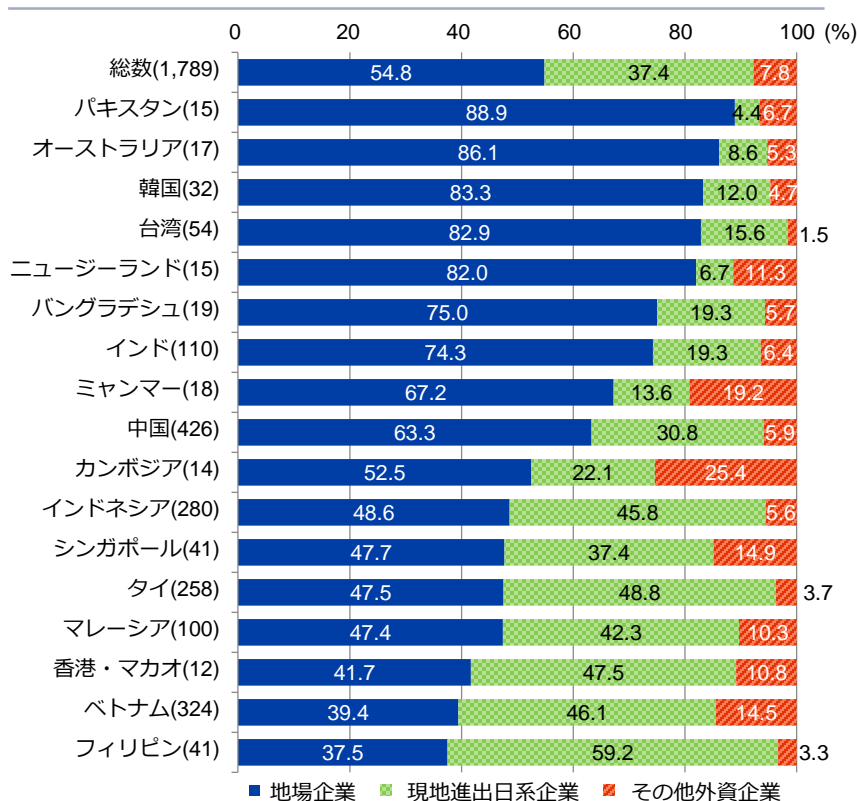
原材料・部品の調達先の内訳 (業種別、合計が100%になるよう回答)



# 5 | 原材料・部品の調達(5)

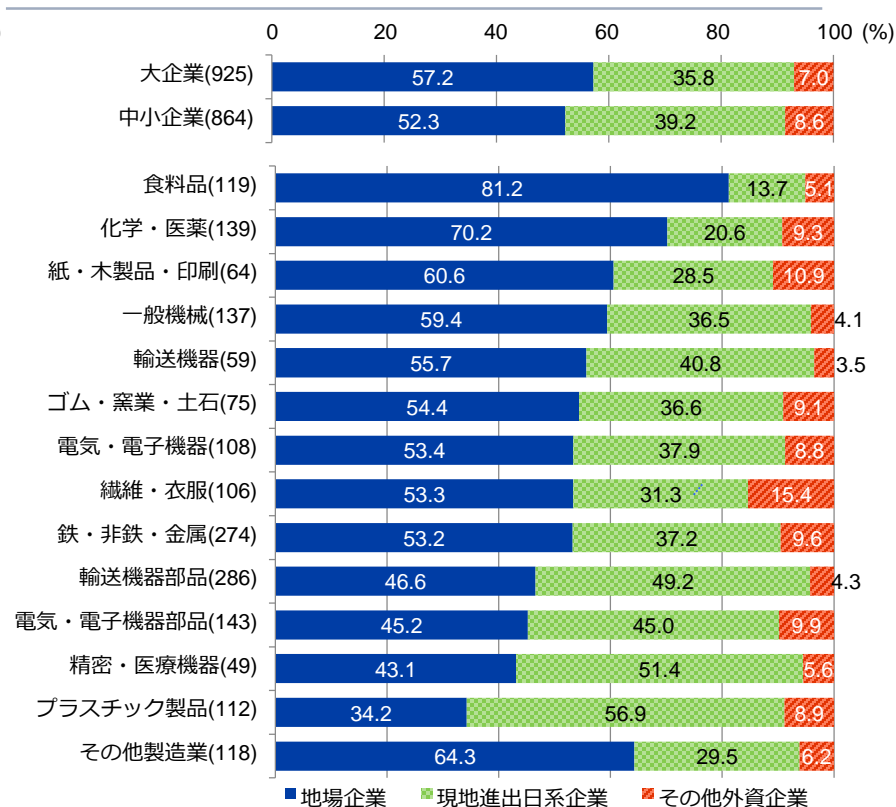
- 現地調達先の内訳は、地場企業の構成比が54.8%と最も高く、19年度調査（51.9%）から、2.9ポイント増加した。
- 現地進出日系企業からの調達の割合が最も多かった国・地域は、フィリピン（59.2%）だった。
- 業種別では、食料品で地場企業の割合が81.2%と最も高い。一方、プラスチック製品、精密・医療機器、輸送機器などで現地進出日系企業の割合が相対的に高かった。

原材料・部品の現地調達先の内訳  
(国・地域別、合計が100%になるよう回答)



(注) 有効回答数10社以上の国・地域。

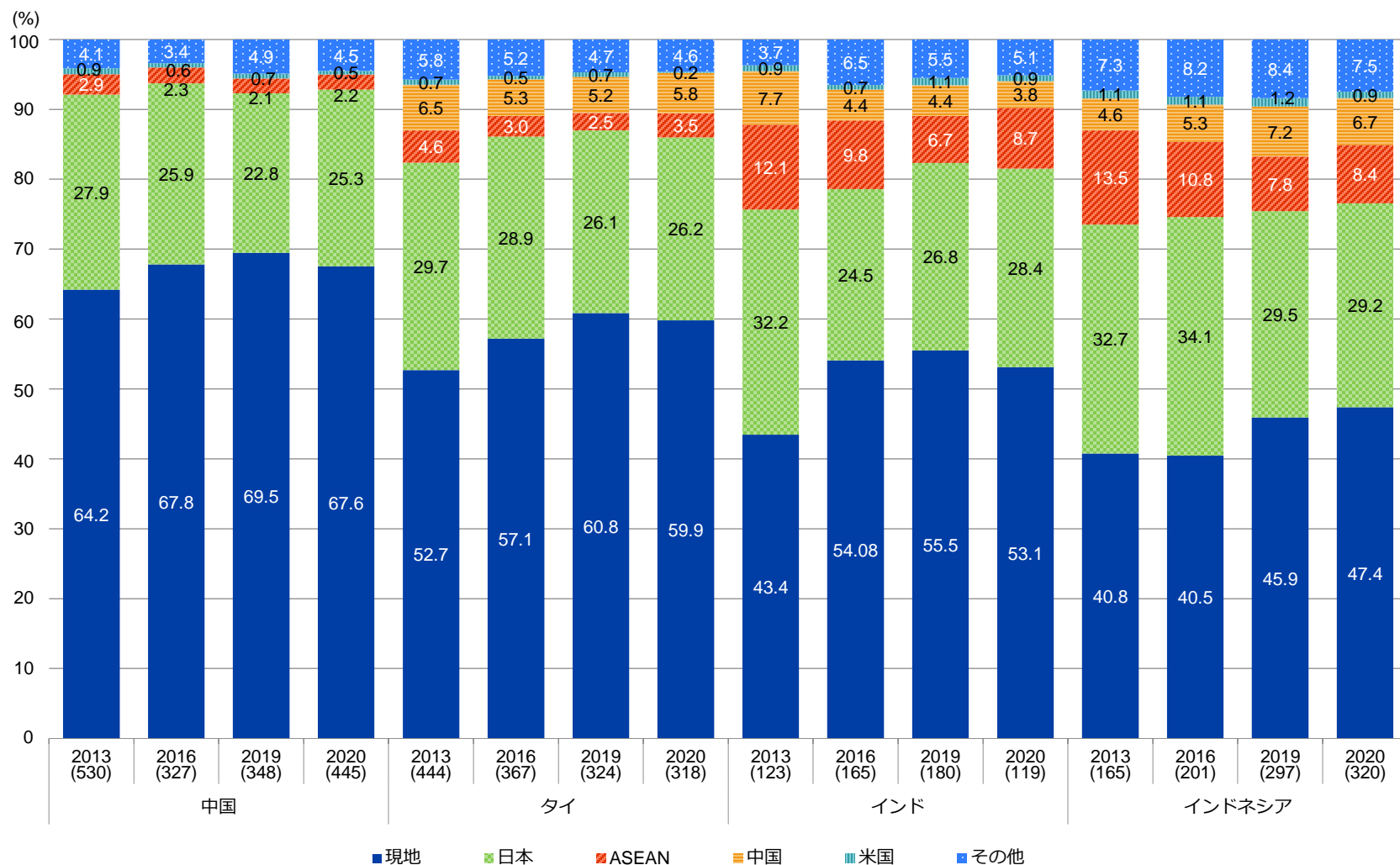
原材料・部品の現地調達先の内訳  
(企業規模・業種別、合計が100%になるよう回答)



# 5 | 原材料・部品の調達(6)

製造業のみ

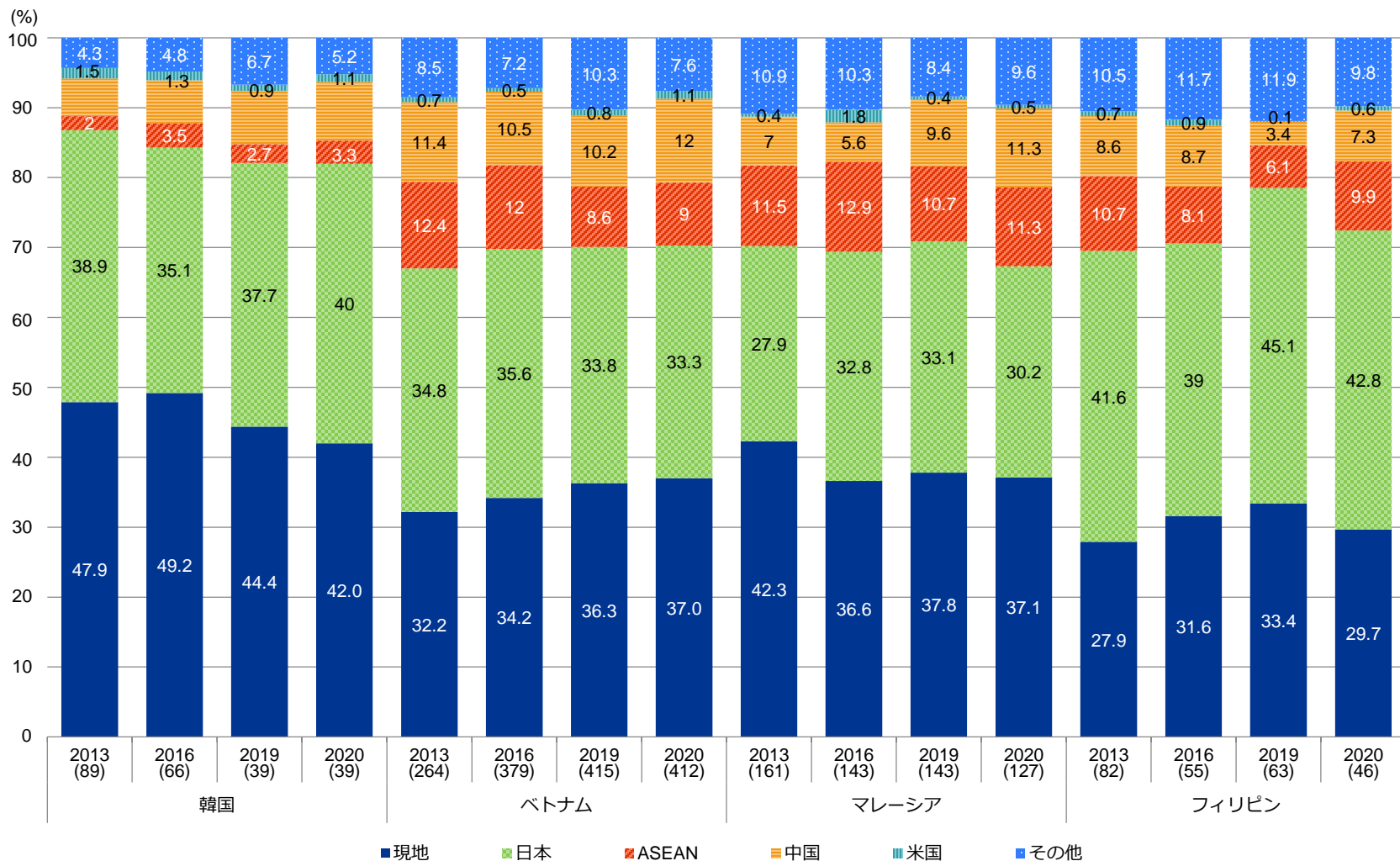
主要国の調達先の内訳の推移 (13年調査、16年調査、19年調査、20年調査の比較)



# 5 | 原材料・部品の調達(7)

製造業のみ

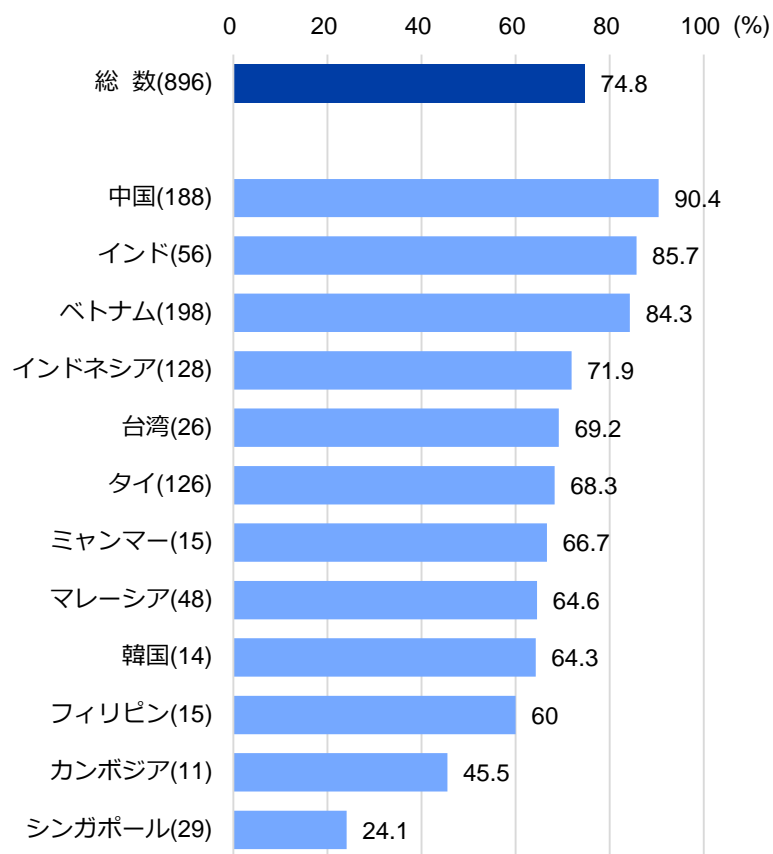
主要国の調達先の内訳の推移 (13年調査、16年調査、19年調査、20年調査の比較)



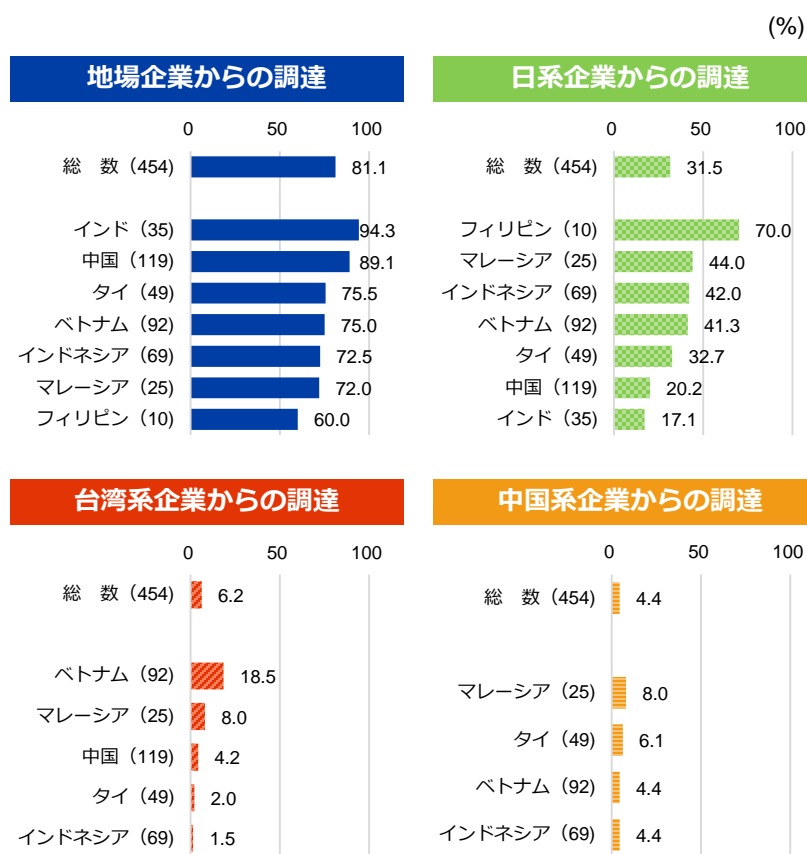
# 5 | 原材料・部品の調達(8)

- 今後1～3年で調達を拡大する企業は2,165社中、896社（41.4%）。このうち、74.8%の企業が現地調達を拡大する見通しとした。
- 現地調達を拡大する企業のうち、地場企業、日系企業からの拡大を行う比率はそれぞれ約8割、約3割だった（有効回答数454社）。

今後1～3年で現地調達を拡大する見通し（国・地域別）



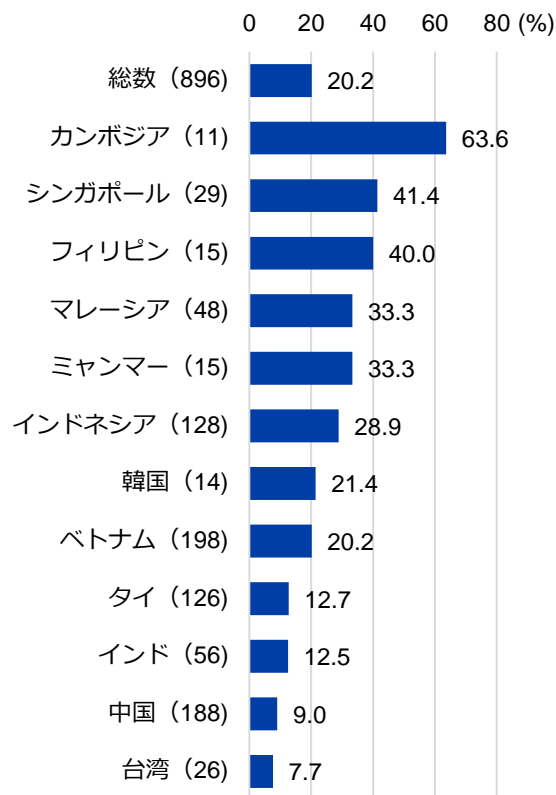
(注) 有効回答数10社以上の国・地域。



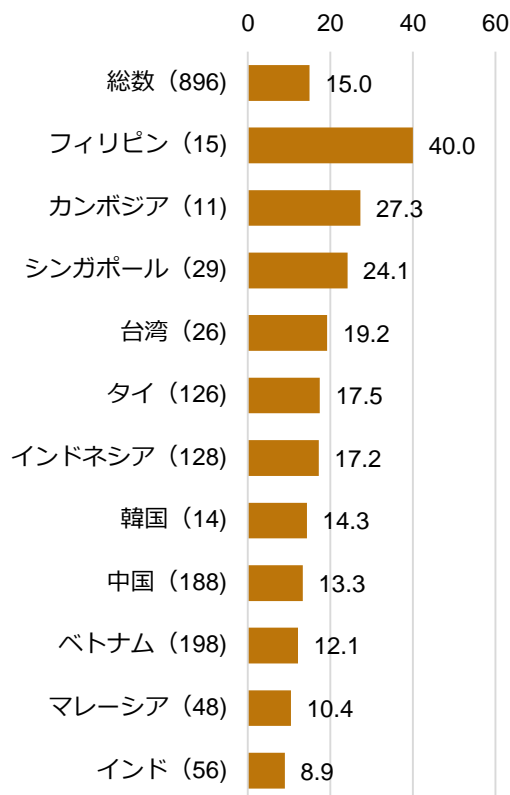
## 5 | 原材料・部品の調達(9)

- 今後1~3年で調達を拡大する企業のうち、ASEANからの調達を拡大する割合は20.2%で、カンボジア、シンガポール、フィリピンなどASEAN域内が中心だった。
- 日本からの調達を拡大する割合は15.0%で、日本からの調達が多いフィリピンで最も高くなった。
- 中国からの調達を拡大する割合は12.2%で、特に北東アジアで高かった。

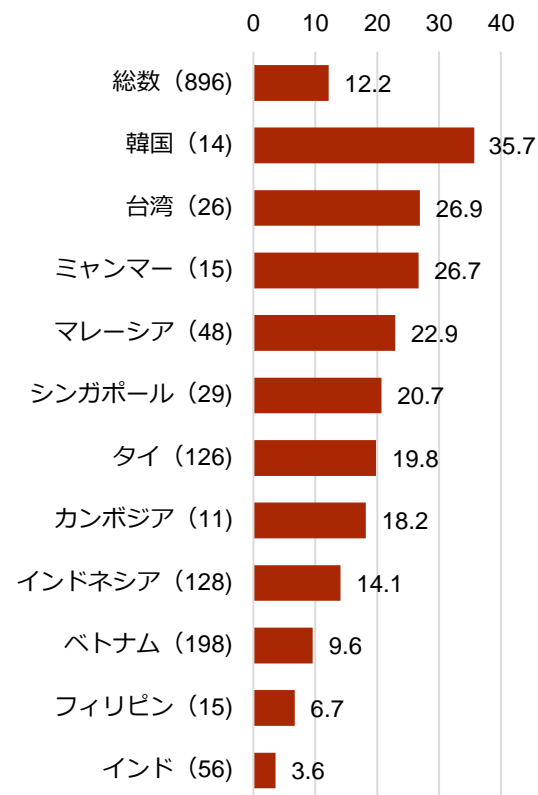
### ASEANからの調達を拡大する割合



### 日本からの調達を拡大する割合



### 中国からの調達を拡大する割合

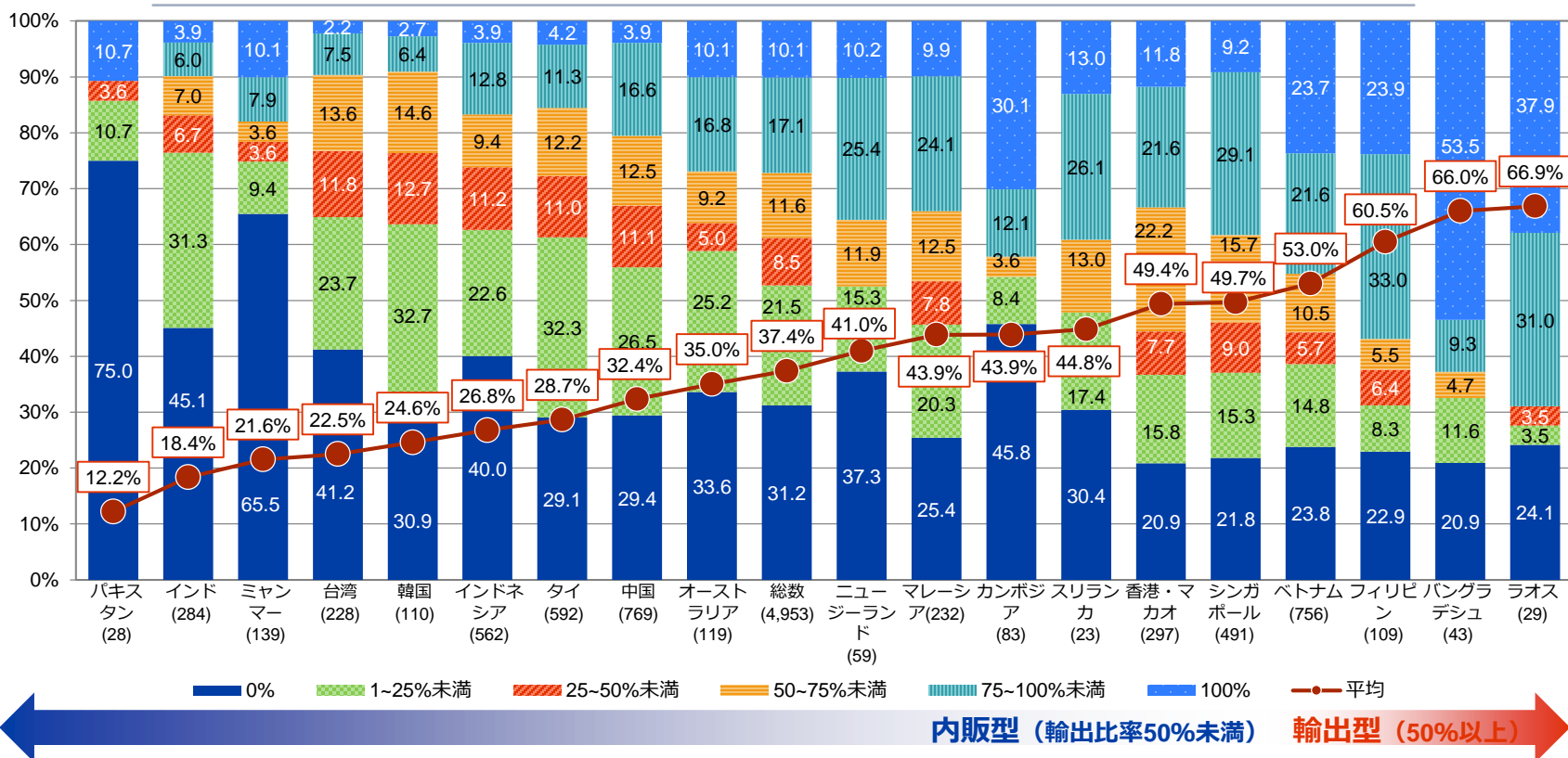


(注) 有効回答数10社以上の国・地域。

# 6 | 輸出入の状況(1)

- 進出日系企業の現地での売上高に占める平均輸出比率は37.4%となった（前年比0.9ポイント増）。
- 国・地域別では、ラオス（66.9%）、バングラデシュ（66.0%）、フィリピン（60.5%）、ベトナム（53.0%）で5割を超える。一方、パキスタン（12.2%）、インド（18.4%）では国内販売の割合が高く、輸出比率は2割を下回った。
- 全量輸出型企業（輸出比率が100%）の割合はバングラデシュ（53.5%）、ラオス（37.9%）、カンボジア（30.1%）で高い。一方、全量内販型企業（輸出比率が0%）の割合は、パキスタン（75.0%）で7割超となった。

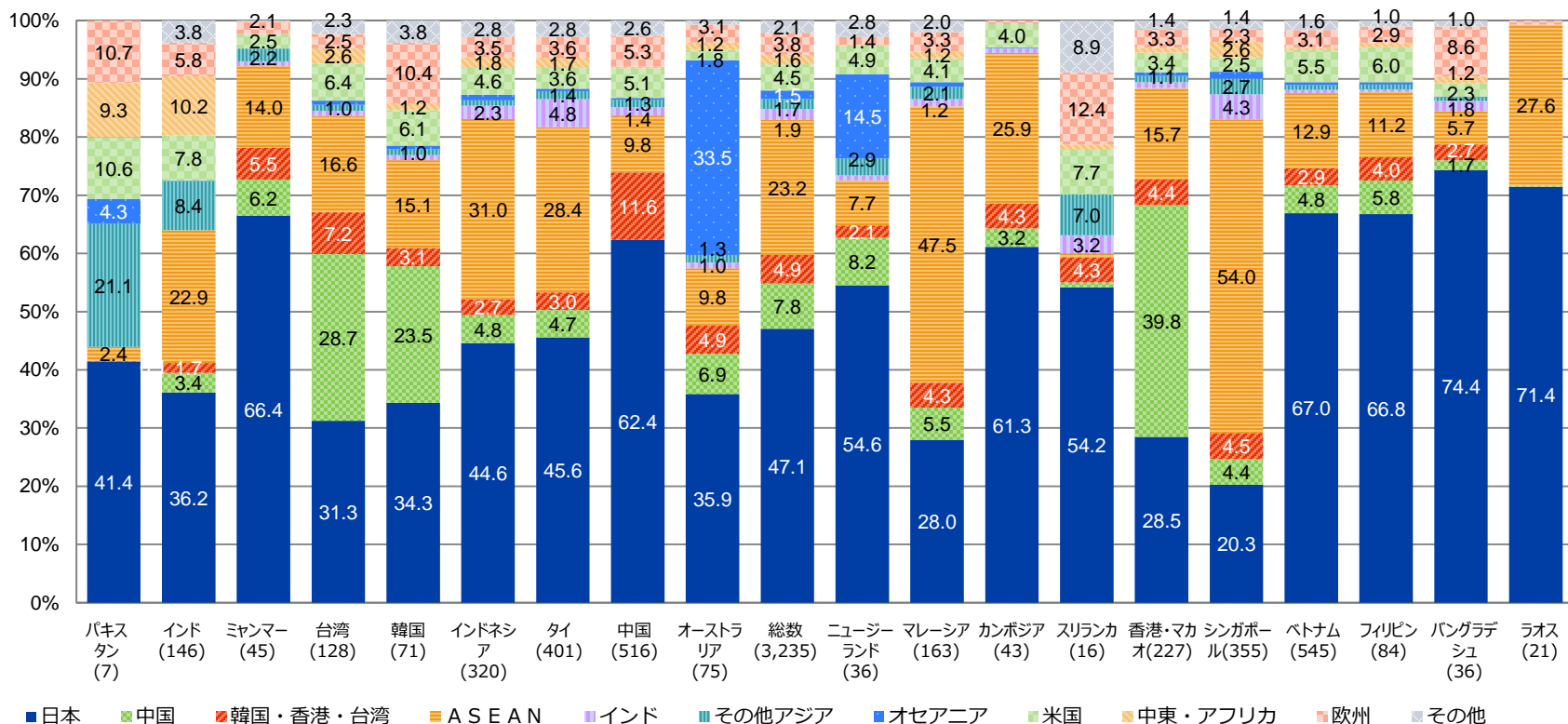
売上高に占める輸出の比率（国・地域別、0～100%で回答）



# 6 | 輸出入の状況(2)

- 進出日系企業による輸出先の内訳（平均）は、日本が47.1%（前年比1.8ポイント増）、ASEANが23.2%（0.2ポイント増）、中国が7.8%（1.2ポイント増）だった。
- 前頁で輸外型（平均輸出比率50%以上）の国（ラオス、バングラデシュ、フィリピン、ベトナム）では、輸出先に占める日本の比率が約7割となった。また、内販型のミャンマー、中国、ニュージーランド、カンボジア、スリランカは、輸出先の5割超が日本である。

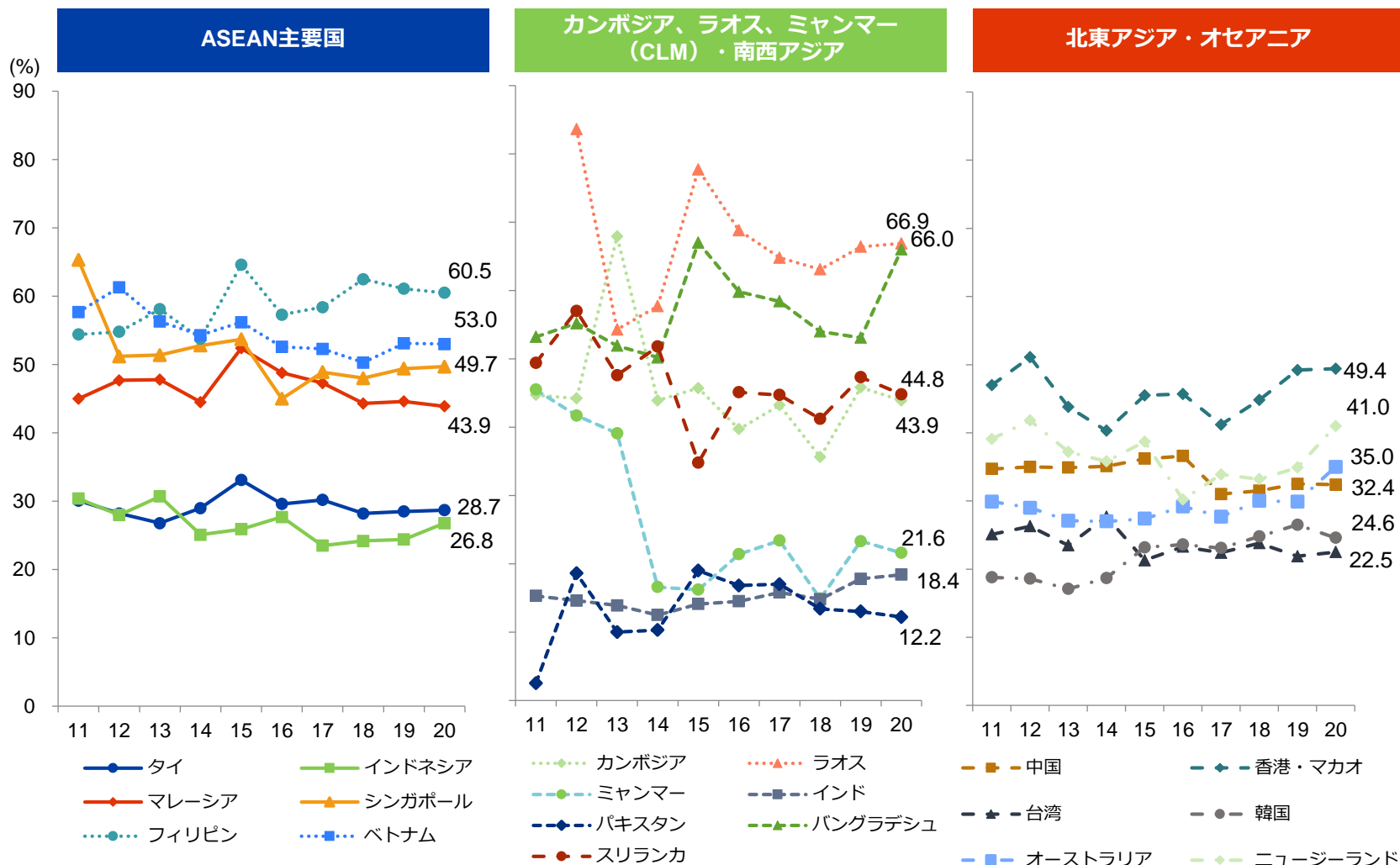
輸出先の内訳（国・地域別、合計が100%となるよう回答）





# 6 | 輸出入の状況(3)

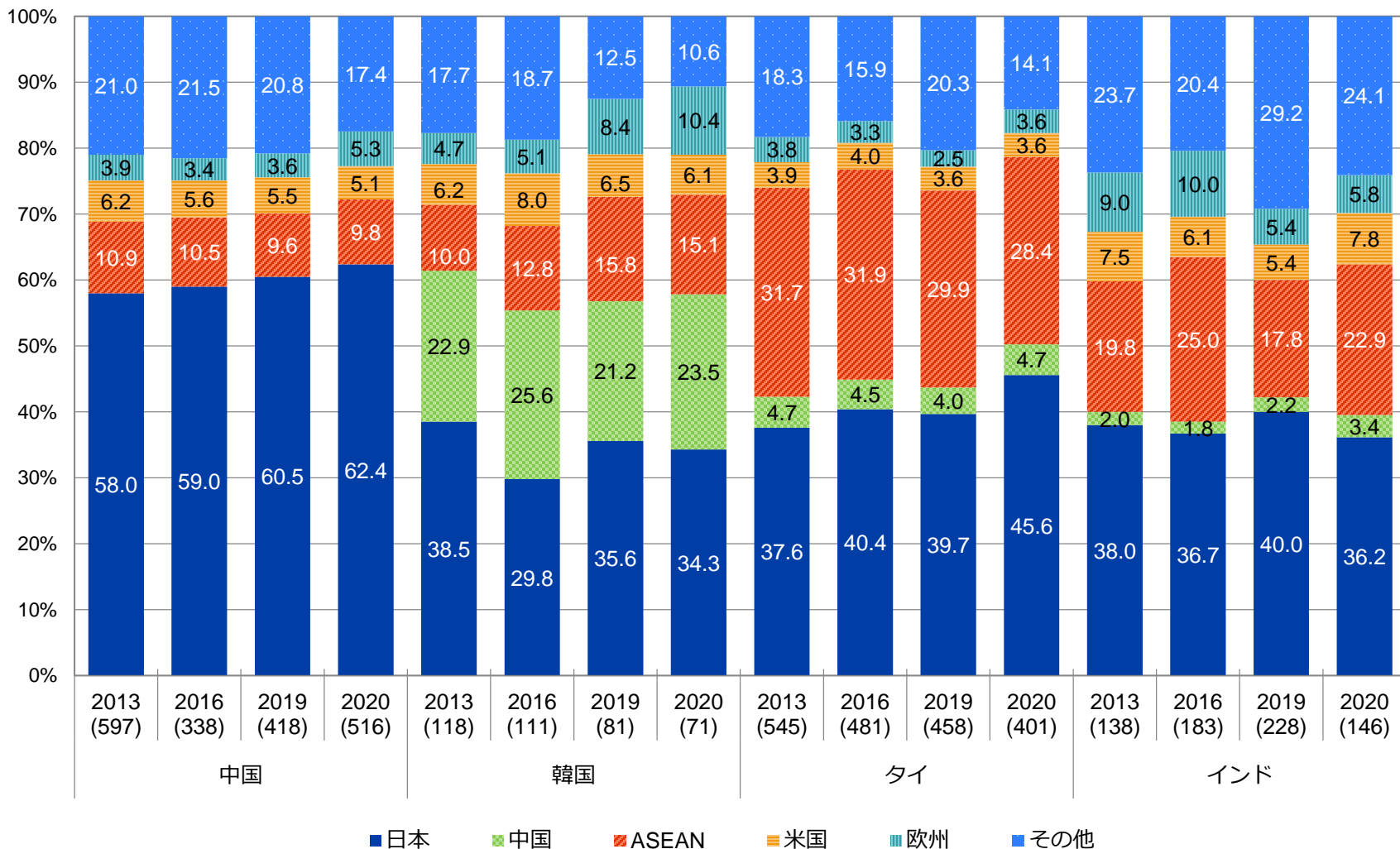
売上高に占める輸出の比率 平均値の推移 (2011~20年)



(注) 2009-2010年の香港・マカオは、マカオを含まない。

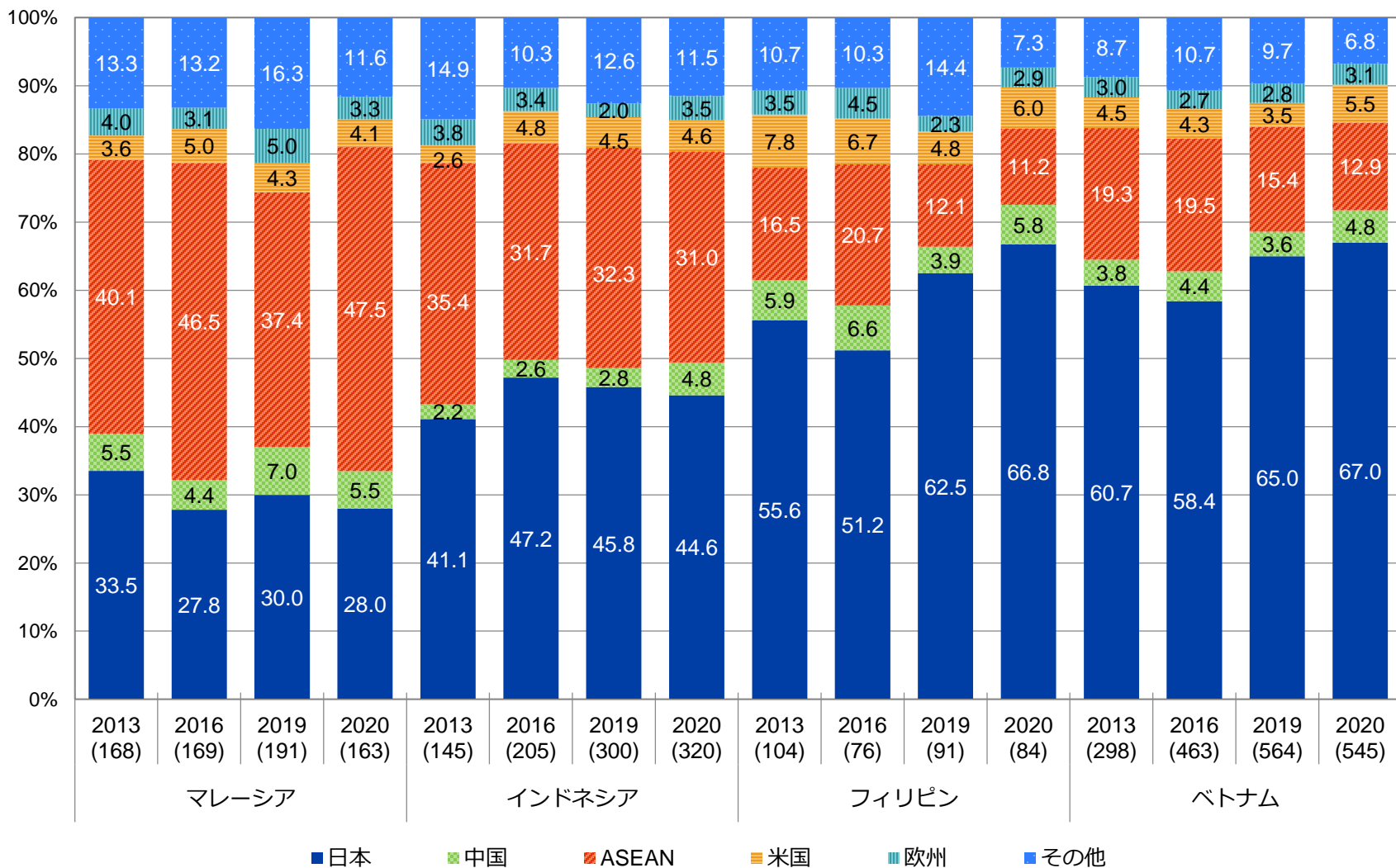
# 6 | 輸出入の状況(4)

主要国の輸出先の内訳の推移 (2013年、2016年、2019年、2020年調査の比較)



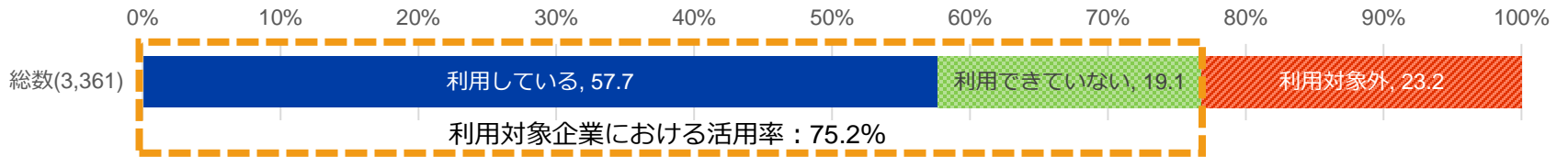
# 6 | 輸出入の状況(5)

主要国の輸出先の内訳の推移 (2013年、2016年、2019年、2020年調査の比較)

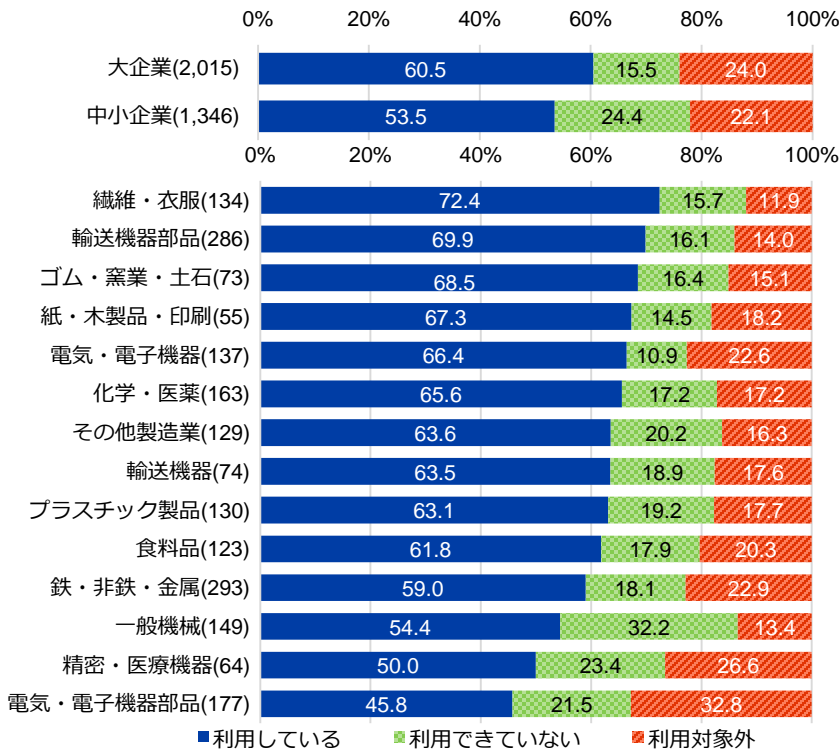


# 6 | 輸出入の状況(6)

既存(発効済)のFTA・EPAの活用の有無 (輸出入をしている企業のみ)

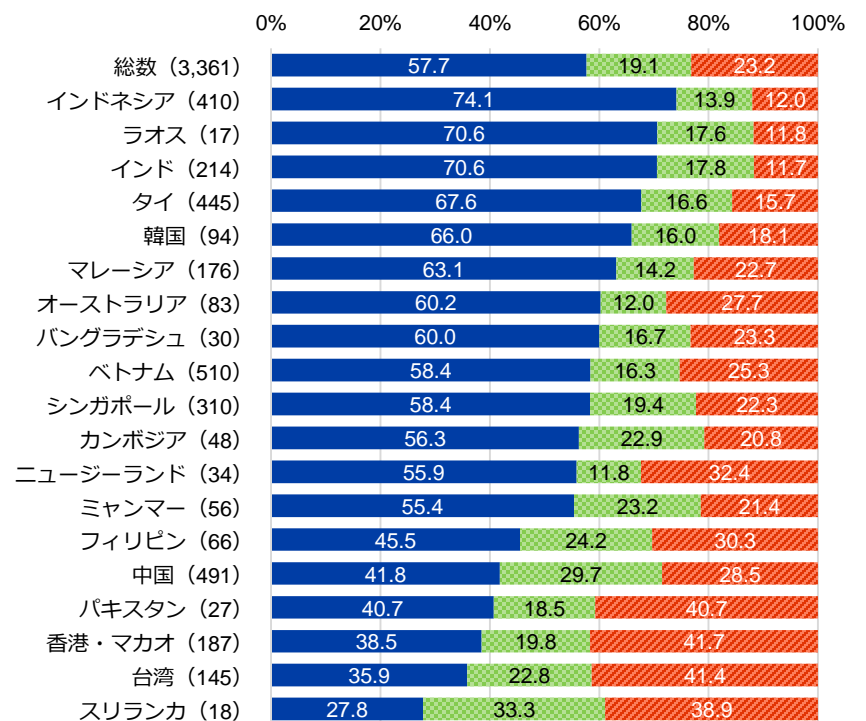


FTA・EPA活用率 (全体、企業規模別、業種別)



(注) 活用率は、(FTA・EPA・GSPを利用している企業数/輸出入をしている企業数)で算出。

FTA・EPA活用率 (国・地域別)

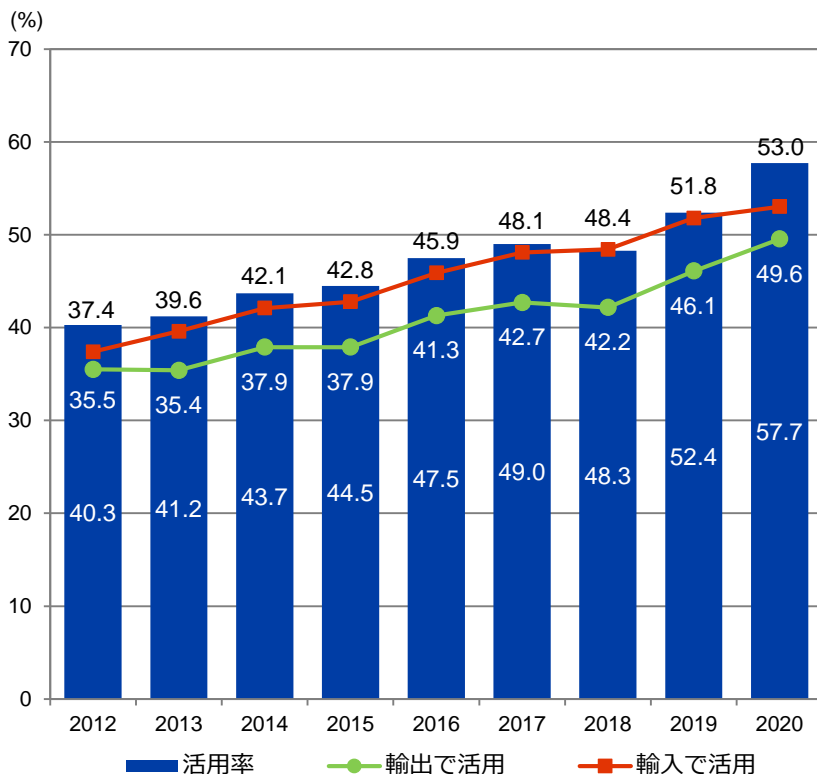


# 6 | 輸出入の状況(7)

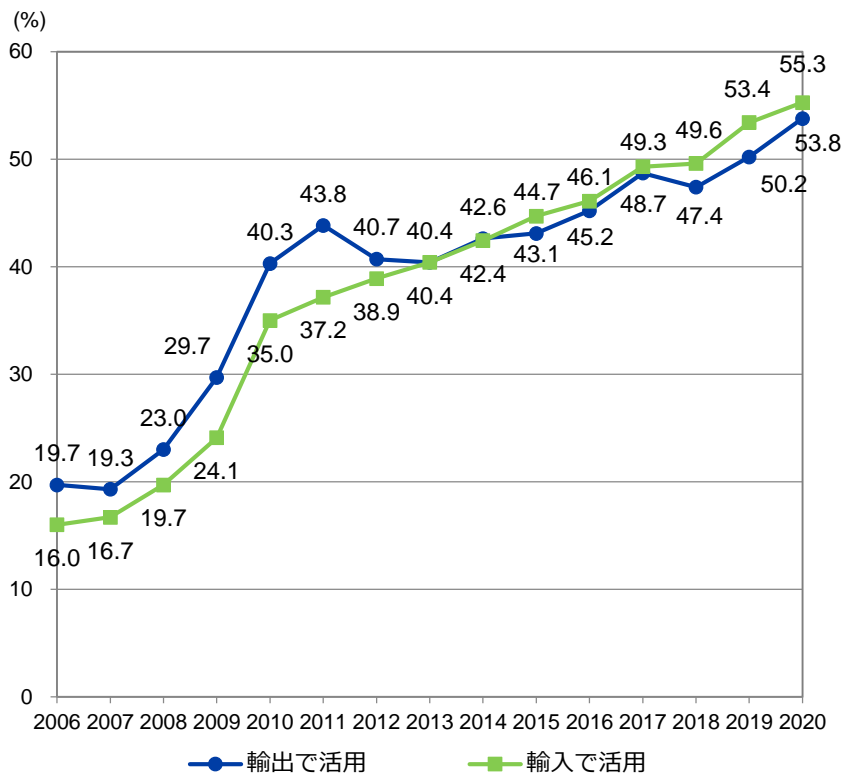
- 輸出入を行っている進出日系企業のうち、FTA・EPA・GSP（一般特恵関税制度）を活用している企業の割合は、57.7%となった。このうち、輸出入品目の関税が0%などの理由で利用対象外と回答した企業を除いた活用率は75.2%だった（前頁）。
- 在ASEAN日系企業について、2006年から長期で見ると、輸出、輸入ともに活用率は増加した。

## 既存(発効済)のFTA・EPAの活用の有無（輸出入をしている企業のみ）

FTA・EPAの活用率の推移（2012年～2020年）



在ASEAN日系企業のFTA・EPA活用率の推移（2006年～2020年）



(注) 活用率は、2019年まで(少なくとも1つのEPA・FTAを活用している企業数/輸出入をしている企業数)で算出。2020年は(FTA・EPA・GSPを利用している企業数/輸出入をしている企業数)で算出。輸出(輸入)で活用は、(少なくとも1つのEPA・FTAを輸出(輸入)で活用している企業数/輸出(輸入)をしている企業数)で算出。

# 6 | 輸出入の状況(8)

## FTA・EPAの利用状況 (ASEAN)

	輸出				輸入			
	相手国・地域	企業数	活用企業数	活用率 (%)	相手国・地域	企業数	活用企業数	活用率 (%)
タイ	ASEAN	151	88	58.3	ASEAN	92	57	62.0
	中国	65	34	52.3	中国	132	65	49.2
	日本	205	82	40.0	日本	328	187	57.0
	韓国	19	13	68.4	韓国	32	20	62.5
	インド	54	28	51.9				
	米国(GSP)	28	13	46.4				
ベトナム	ASEAN	142	77	54.2	ASEAN	155	75	48.4
	中国	78	33	42.3	中国	147	54	36.7
	日本	298	119	39.9	日本	355	141	39.7
	日本(GSP)	22	18	81.8				
	韓国	43	25	58.1	韓国	48	19	39.6
	香港	29	10	34.5	香港	36	7	19.4
	インド	33	21	63.6				
	メキシコ	16	11	68.8				
インドネシア	ASEAN	140	99	70.7	ASEAN	189	141	74.6
	中国	54	37	68.5	中国	145	92	63.4
	日本	157	82	52.2	日本	315	208	66.0
	韓国	27	20	74.1	韓国	66	39	59.1
	インド	32	21	65.6	インド	31	18	58.1
	米国(GSP)	41	17	41.5				
	EU(GSP)	33	17	51.5				
シンガポール	ASEAN	176	92	52.3	ASEAN	102	44	43.1
	中国	58	27	46.6	中国	88	28	31.8
	日本	94	42	44.7	日本	181	63	34.8
	韓国	33	17	51.5	韓国	33	9	27.3
	台湾	34	14	41.2	台湾	37	5	13.5
	香港	35	7	20.0				
	オーストラリア	52	21	40.4				
	ニュージーランド	22	10	45.5				
	インド	74	34	45.9				
	スリランカ	24	7	29.2				
米国	36	12	33.3					
マレーシア	ASEAN	86	52	60.5	ASEAN	88	52	59.1
	中国	44	24	54.5	中国	65	30	46.2
	日本	69	31	44.9	日本	128	57	44.5
	韓国	16	12	75.0	韓国	29	12	41.4
フィリピン	インド	26	15	57.7				
	日本	32	11	34.4	日本	38	12	31.6
マニラ				ASEAN	26	15	57.7	

(注) 2国間FTA・EPAは多国間FTA・EPAを含む。FTA・EPA活用率は(FTA・EPA活用企業数/輸出入企業数)で算出。企業数(有効回答数20社以上)、または活用企業数(有効回答数10社以上)の国・地域。

## 6 | 輸出入の状況(9)

FTA・EPAの利用状況（東アジア・インド・オーストラリア）

	輸出				輸入			
	相手国・地域	企業数	活用企業数	活用率(%)	相手国・地域	企業数	活用企業数	活用率(%)
中国	ASEAN	107	48	44.9	ASEAN	68	42	61.8
	韓国	72	23	31.9	韓国	45	15	33.3
	香港	89	23	25.8	香港	54	11	20.4
	台湾	44	10	22.7	台湾	31	12	38.7
	シンガポール	36	13	36.1				
香港・マカオ	中国	118	25	21.2	中国	104	19	18.3
	ASEAN	77	22	28.6	ASEAN	53	17	32.1
台湾	中国	54	27	50.0	中国	62	21	33.9
	シンガポール	20	6	30.0				
韓国	ASEAN	23	14	60.9	ASEAN	22	17	77.3
	中国	42	19	45.2	中国	40	27	67.5
	EU	24	16	66.7	EU	17	12	70.6
	米国	21	13	61.9				
インド	ASEAN	42	21	50.0	ASEAN	85	61	71.8
	日本	55	20	36.4	韓国	21	13	61.9
					日本	158	94	59.5
オーストラリア	日本	27	10	37.0	ASEAN	26	16	61.5
					中国	21	11	52.4
					日本	45	24	53.3

(注) 2国間FTA・EPAは多国間FTA・EPAに含む。FTA・EPA活用率は（FTA・EPA活用企業数／輸出入企業数）で算出。  
企業数（有効回答数20社以上）、または活用企業数（有効回答数10社以上）の国・地域。

## 6 | 輸出入の状況(10)

- 進出日系企業が、FTA・EPAを利用できていない理由として、最も多いのは「制度や手続きを知らない」（40.9%）だった。
- ASEAN進出日系企業の中で、同項目の割合が高いのは、カンボジア、シンガポール、ベトナムの順となった。

### FTA、EPAを利用できていない理由（複数回答） 在ASEAN企業

(件数、%)

利用できない原因	総数									
		ASEAN	ベトナム	タイ	シンガポール	インドネシア	マレーシア	フィリピン	ミャンマー	カンボジア
有効回答数	601	329	82	71	55	54	25	16	13	11
制度や手続きを知らない	40.9	42.6	48.8	33.8	52.7	35.2	24.0	43.8	46.2	72.7
適用される品目かどうか分からない	35.8	33.1	37.8	29.6	43.6	22.2	28.0	31.3	15.4	54.6
輸出入の量や金額が小さい	28.3	28.0	30.5	39.4	16.4	29.6	24.0	18.8	23.1	9.1
取引先から要請されていない	15.8	15.5	18.3	11.3	25.5	5.6	24.0	0.0	30.8	9.1
手続きが煩雑、高コスト (原産地証明書の取得など)	13.0	17.0	8.5	22.5	14.6	33.3	20.0	0.0	7.7	9.1
事務負担が過大 (原産地規則を満たすかの確認作業など)	10.8	12.2	7.3	16.9	16.4	14.8	12.0	0.0	7.7	9.1
商社などを通じた間接的な輸出である	10.3	9.1	11.0	5.6	16.4	9.3	4.0	6.3	7.7	0.0
その他	7.8	9.1	9.8	9.9	5.5	5.6	16.0	25.0	7.7	0.0

(注) 有効回答数が10以上の国・地域のみ



## 6 | 輸出入の状況(11)

- 北東アジア進出日系企業がFTA・EPAを利用できていない理由として、最も高いのは「制度や手続きを知らない」(40.4%)だった。
- 一方、南西アジア、オセアニアでは、「適用できる品目かどうか分からない」がそれぞれ46.9%、40.0%で最も高くなった。

### FTA、EPAを利用できていない理由(複数回答) 東アジア、南西アジア、オセアニア企業

(件数、%)

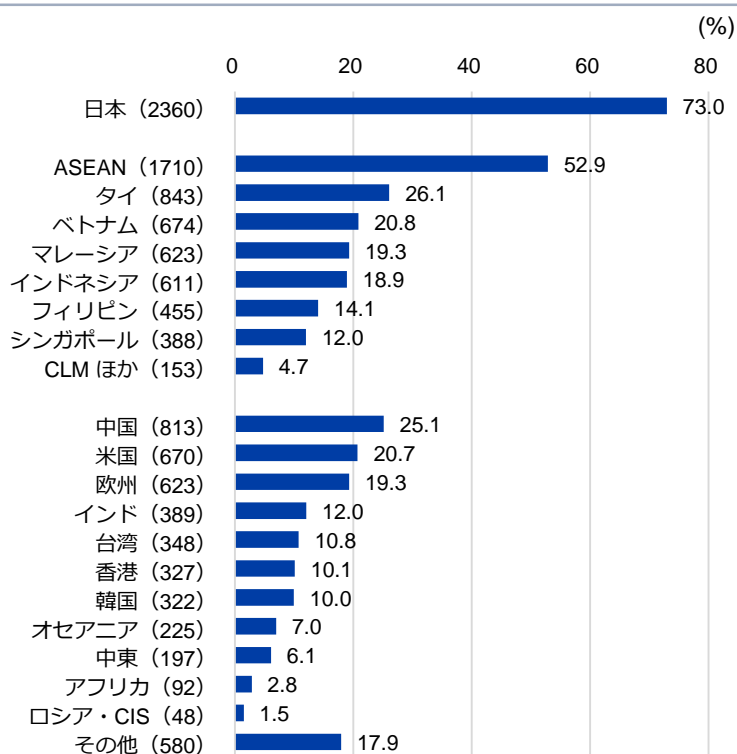
利用できない原因	北東アジア	中国	香港・マカオ	台湾	韓国	南西アジア	インド	オセアニア
有効回答数	213	135	34	31	13	49	35	10
制度や手続きを知らない	40.4	45.2	29.4	35.5	30.8	36.7	25.7	20.0
適用される品目かどうか分からない	37.1	41.5	41.2	22.6	15.4	46.9	40.0	40.0
輸出入の量や金額が小さい	30.5	32.6	14.7	32.3	46.2	26.5	22.9	0.0
取引先から要請されていない	17.4	12.6	29.4	22.6	23.1	8.2	5.7	30.0
手続きが煩雑、高コスト (原産地証明書の取得など)	4.7	5.9	5.9	0.0	0.0	24.5	31.4	0.0
事務負担が過大 (原産地規則を満たすかの確認作業など)	4.2	3.0	8.8	0.0	15.4	32.7	42.9	0.0
商社などを通じた間接的な輸出である	13.2	14.8	14.7	9.7	0.0	6.1	5.7	10.0
その他	4.7	4.4	2.9	9.7	0.0	10.2	14.3	20.0

(注) 有効回答数が10以上の国・地域のみ

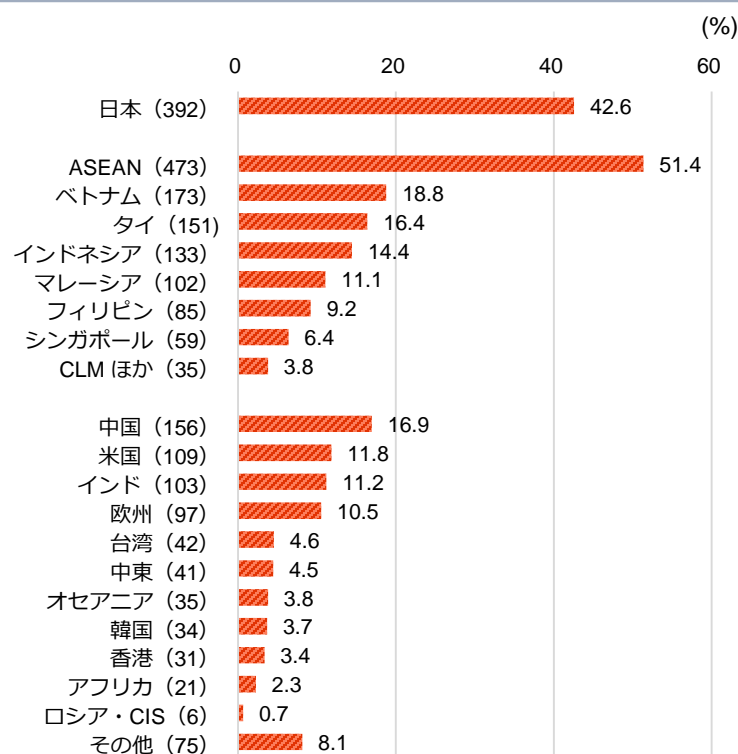
## 6 | 輸出入の状況(12)

- 輸出を行っている進出日系企業(有効回答数3,235社)のうち、73.0%が日本への輸出を行っている一方、今後1~3年で輸出額を拡大する見通しの国・地域(921社)は、ASEANが473社(51.4%)で最も多く、そのうちベトナムが上位にある。
- また、輸出額を拡大する国・地域別にみると(次頁)、ASEANへの輸出拡大は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシアなどASEAN日系企業が多い。
- 在ベトナム日系企業では、米国への輸出拡大の割合(22.8%)が比較的高くなっている(次頁)。

輸出先の内訳  
(国・地域別、複数回答、3,235)

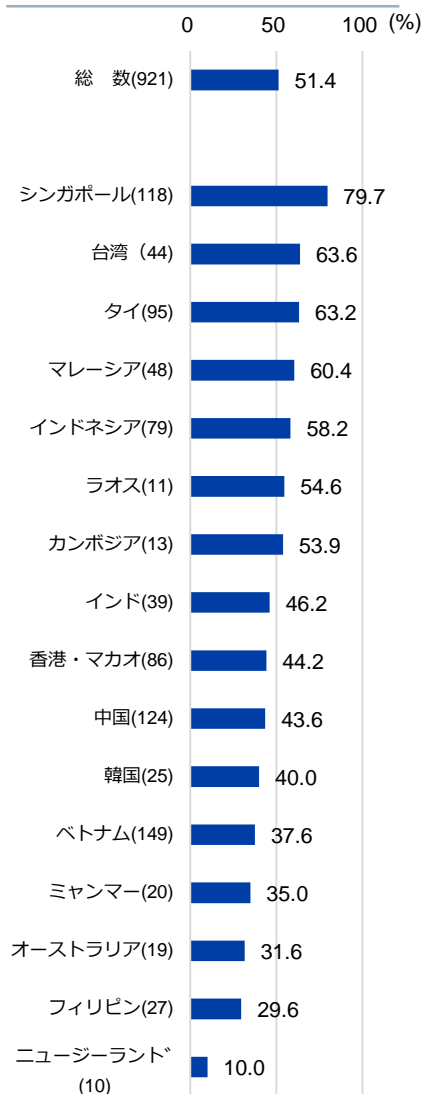


今後1~3年で輸出額を拡大する見通しの国・地域  
(複数回答、921)

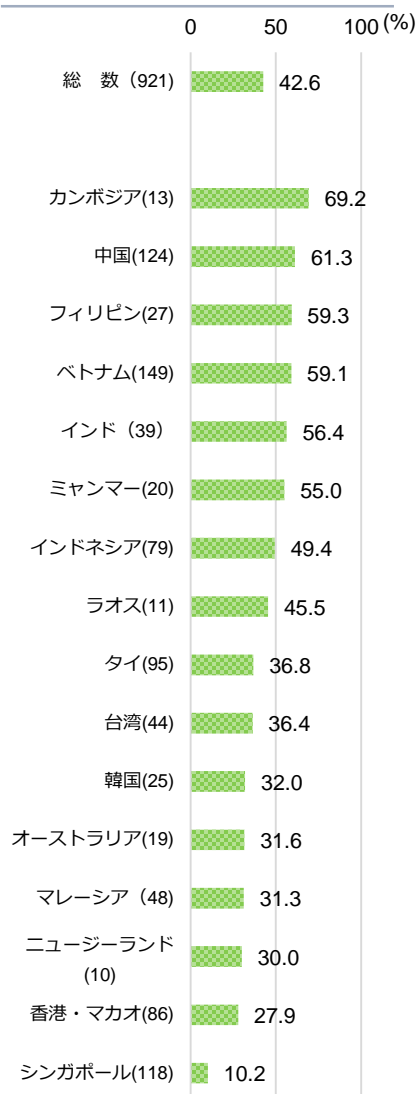


# 6 | 輸出入の状況(13)

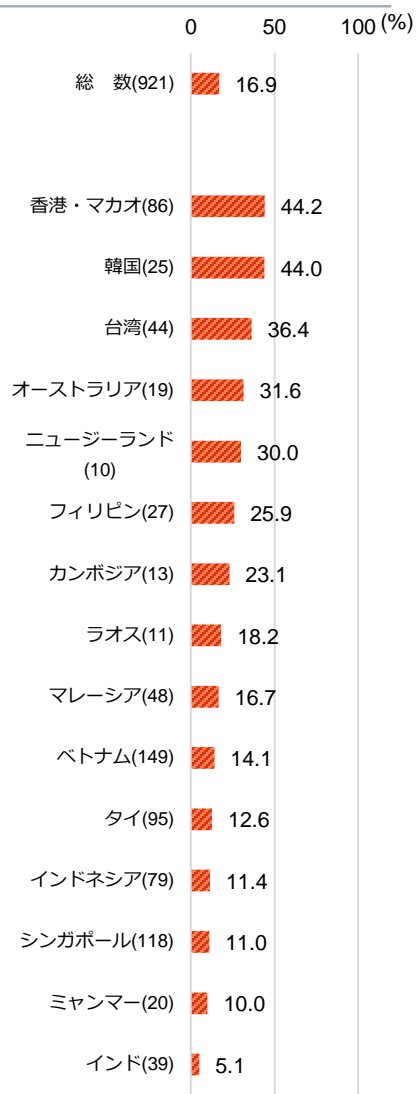
## ASEANへの輸出拡大



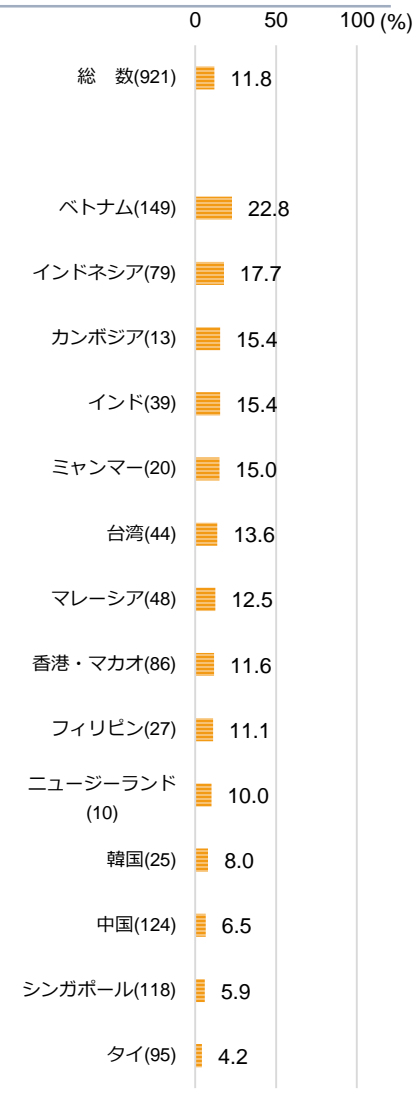
## 日本への輸出拡大



## 中国への輸出拡大



## 米国への輸出拡大

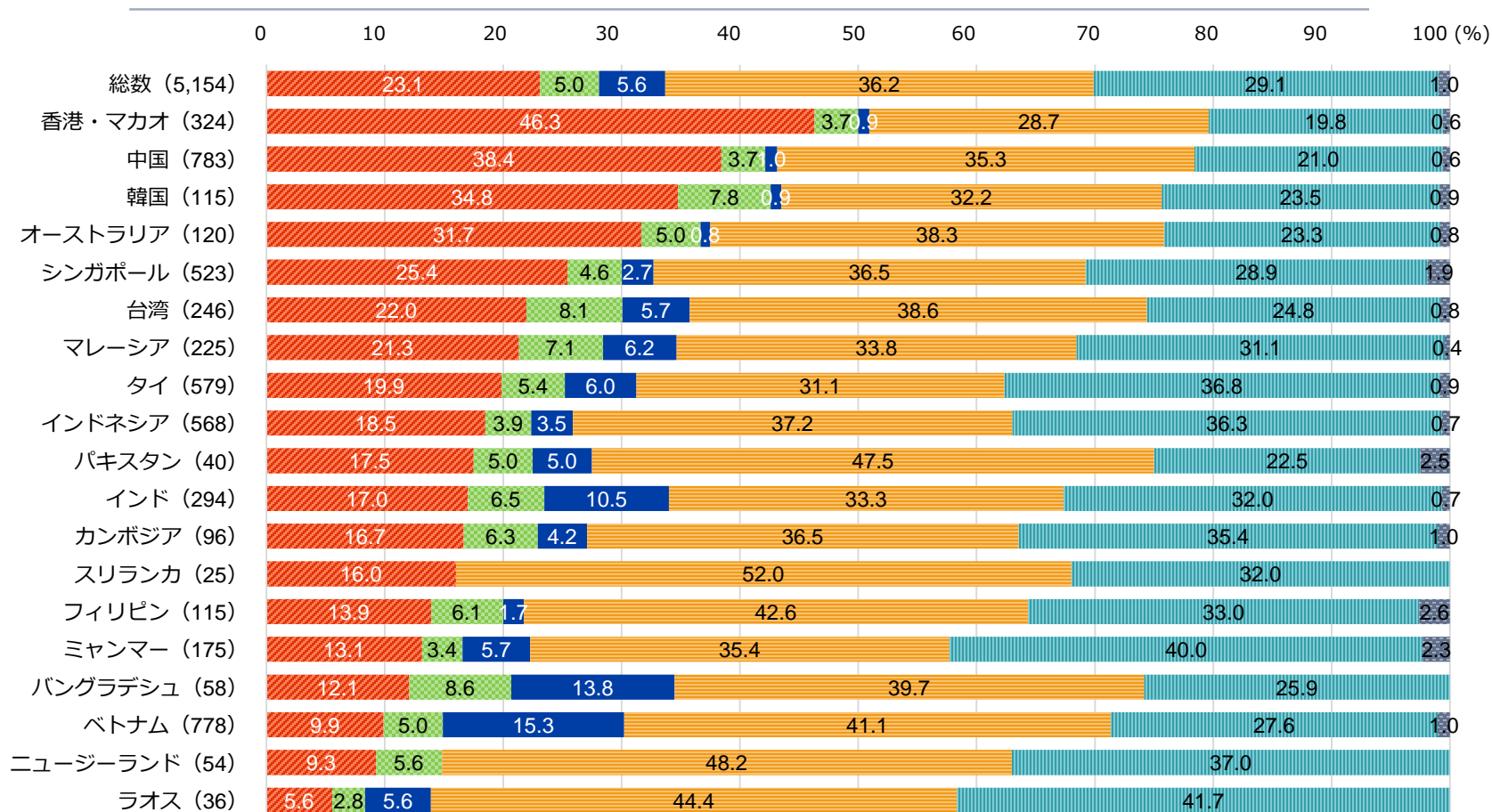


(注) 有効回答数が10社以上の国・地域のみ

# 7 | 通商環境の変化の影響 (1)

- 2020年の業績に与える影響を見ると、全体では「影響はない」「分からない」との回答が多いものの、香港・マカオ（46.3%）、中国（38.4%）、韓国（34.8%）、オーストラリア（31.7%）で「マイナスの影響がある」との回答が3割を超えた。

通商環境の変化が2020年の業績に与える影響

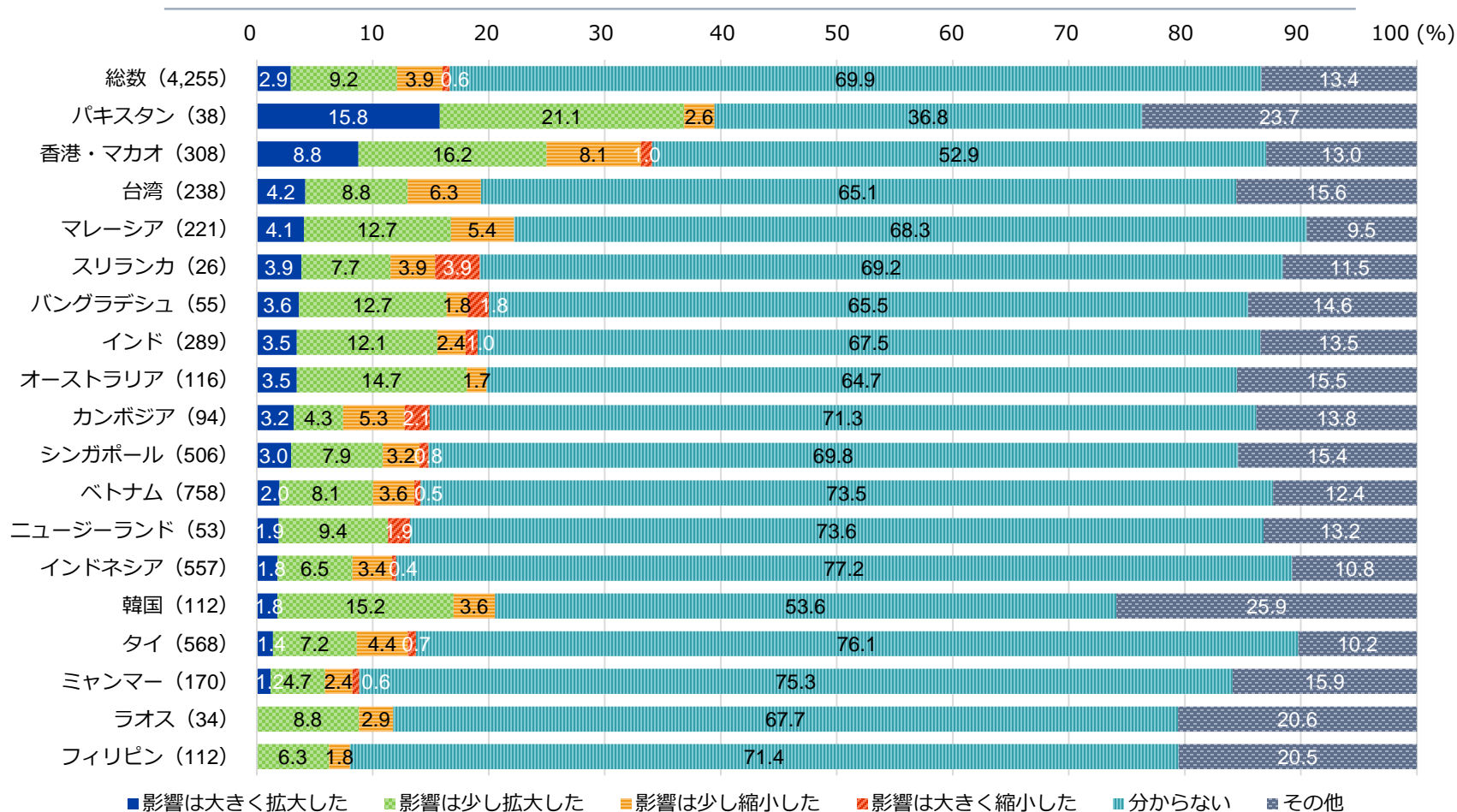


■全体としてマイナスの影響がある ■ マイナスとプラスの影響が同程度 ■ 全体としてプラスの影響がある ■ 影響はない ■ 分からない ■ その他

## 7 | 通商環境の変化の影響（2）

- 通商環境の変化が業績に与える影響の大きさ（2019年比）を見ると、全体としては「分からない」との回答が約7割を占める。
- 「大きく拡大した」との回答は、パキスタン（15.8%）、香港・マカオ（8.8%）で比較的多い。「少し拡大した」との回答では、上記のほか、韓国（15.2%）、オーストラリア（14.7%）が多くなった。「その他」（13.4%）の多くは「影響がない」とした。

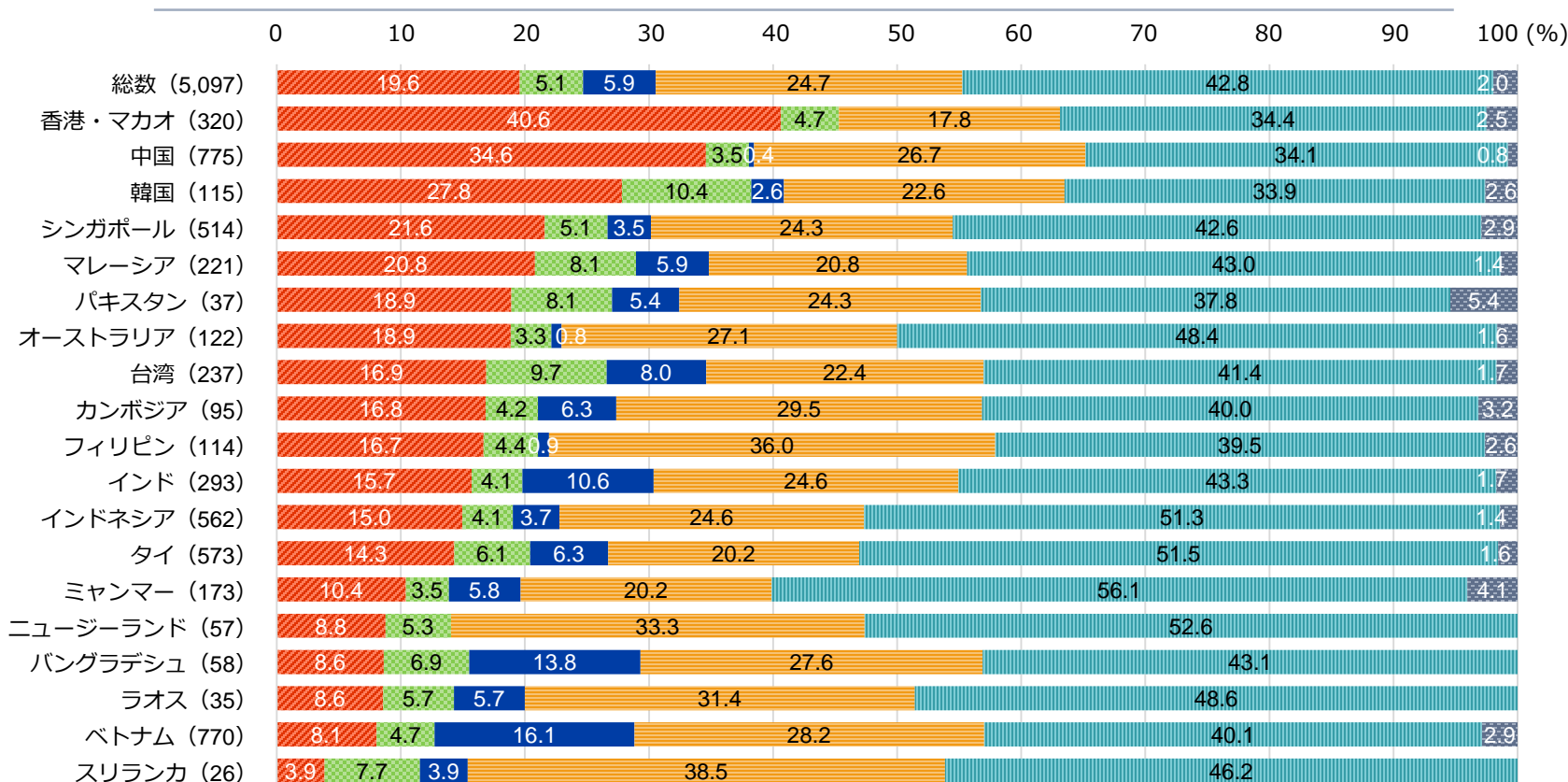
通商環境の変化が業績に与える影響の大きさ（2019年比）



## 7 | 通商環境の変化の影響 (3)

- 通商環境の変化が今後2～3年の業績に与える影響を見ると、全体では「分からない」（42.8%）との回答が最も多く、懸念はあるが先行き不透明とみる向きが強い。他方、「マイナスの影響がある」との回答では、香港・マカオ（40.6%）が最も多く、中国（34.6%）、韓国（27.8%）、シンガポール（21.6%）、マレーシア（20.8%）で2割を超えている。
- 一方「プラスの影響がある」との回答では、ベトナム（16.1%）、バングラデシュ（13.8%）、インド（10.6%）で比較的多くなった。

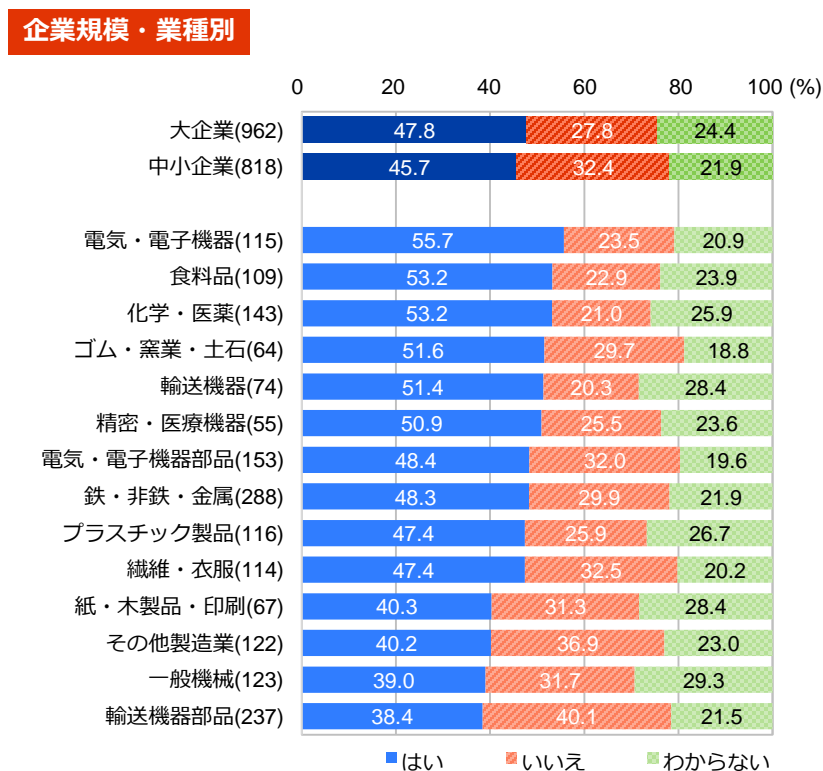
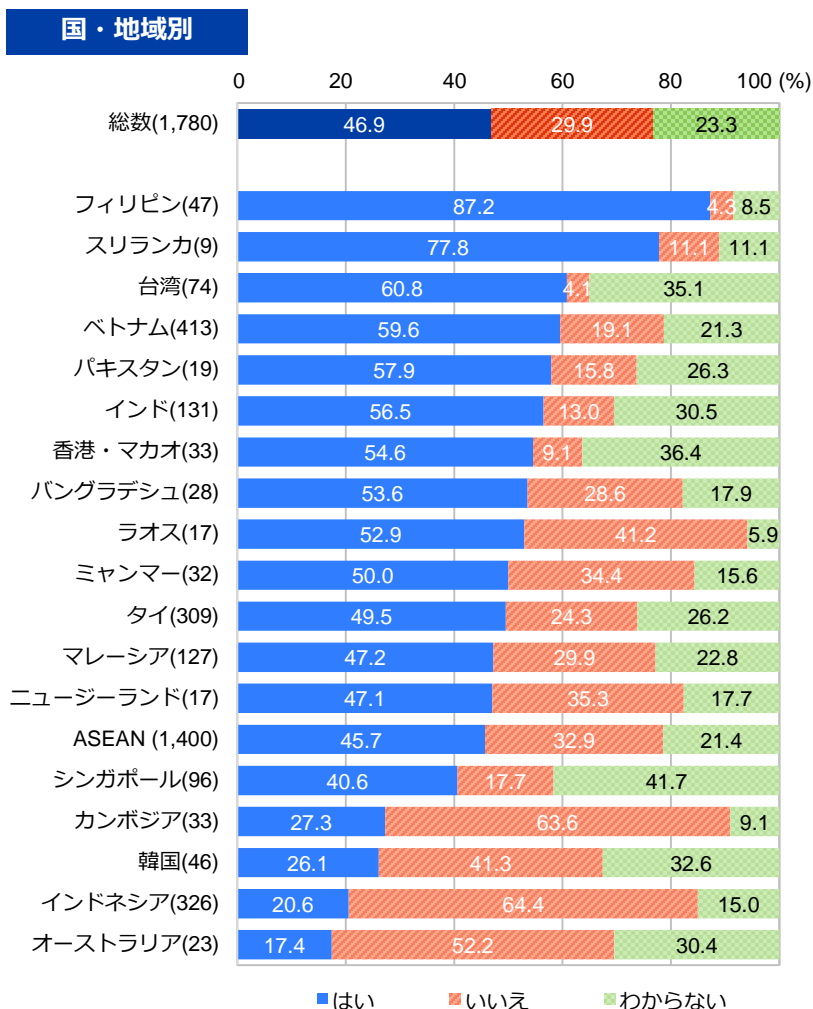
通商環境の変化が今後2～3年の業績に与える影響



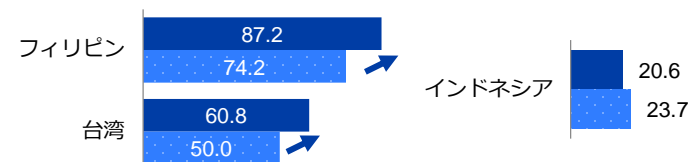
■ 全体としてマイナスの影響がある ■ マイナスとプラスの影響が同程度 ■ 全体としてプラスの影響がある ■ 影響はない ■ 分からない ■ その他

# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(1)

生産性からみた場合、所在国・地域の政府が設定する最低賃金は妥当な金額と思うか



はいと回答した企業の割合の変化 10ポイント以上増加



(注1) 回答企業数 (19年、20年) : フィリピン(62、47)、台湾 (58、74)、インドネシア(274、326)  
 (注2) 有効回答数50以上の国・地域。

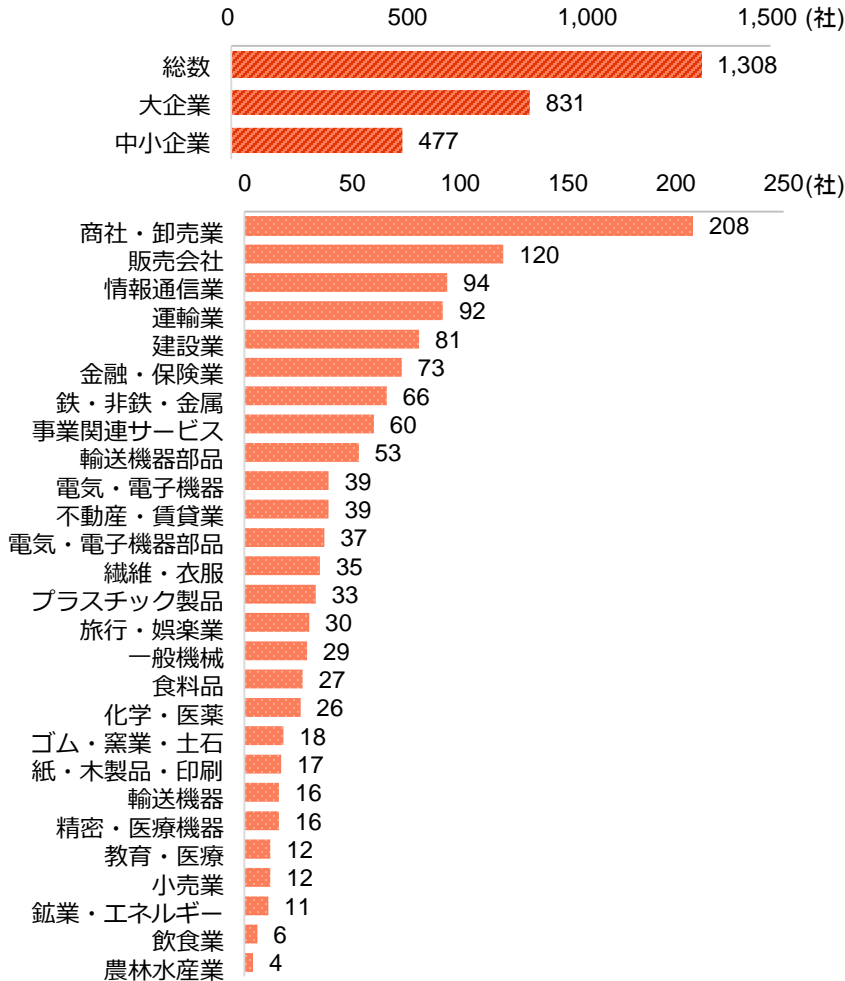
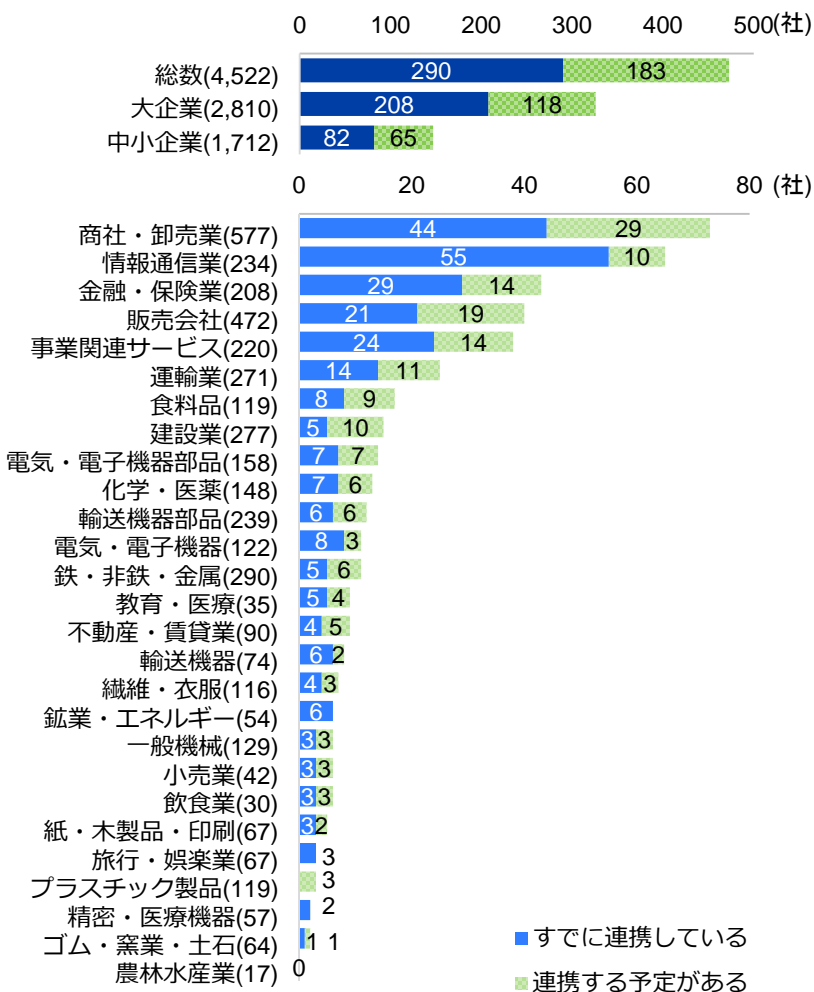
# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(2)

## 現地スタートアップとの連携

(注) 右図の有効回答数は左図に同じ。

連携している、連携する予定の企業（企業規模・業種別）

連携していないが、連携への意思・関心がある企業（企業規模・業種別）

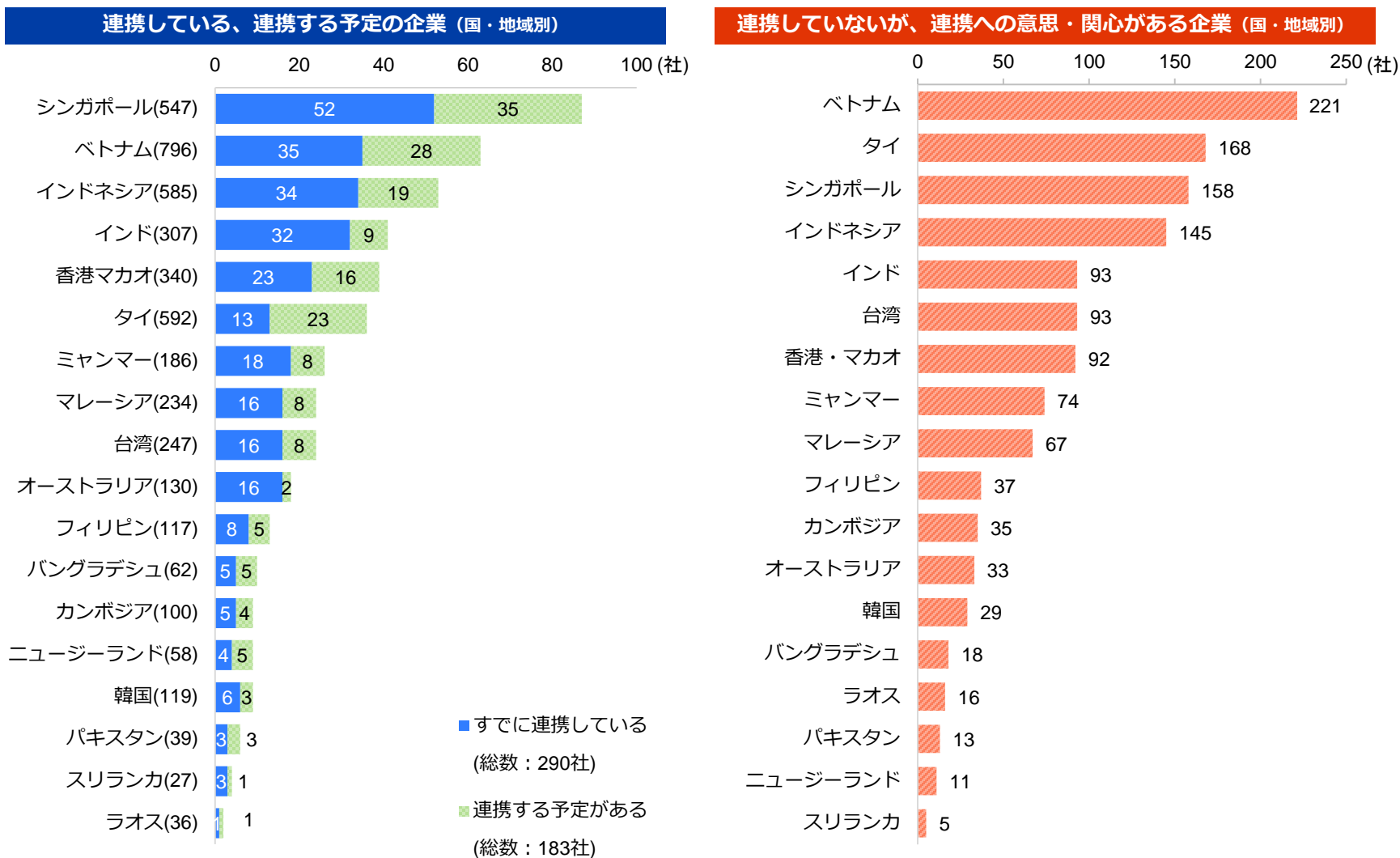




# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(3)

## 現地スタートアップとの連携

(注) 右図の有効回答数は左図に同じ。

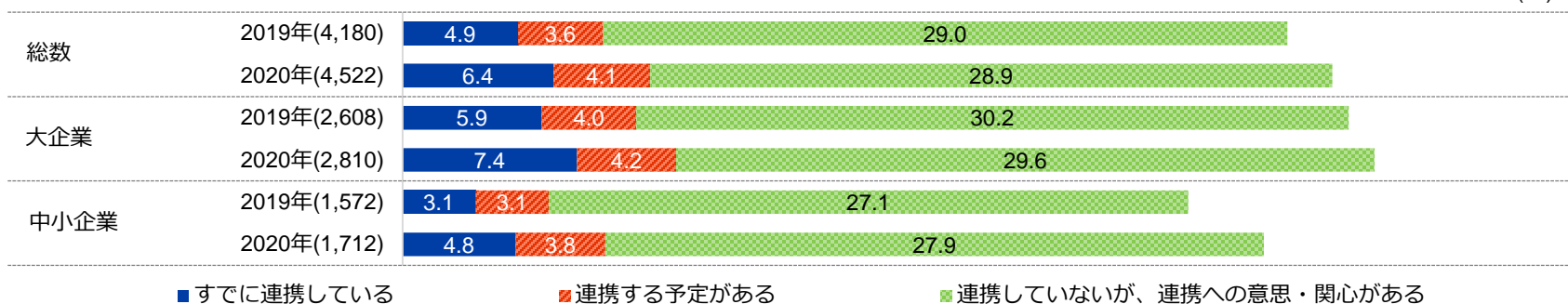


# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(4)

## 現地スタートアップとの連携

連携している、連携する予定の企業および連携していないが、連携への意思・関心がある企業の割合（前年比）

(%)

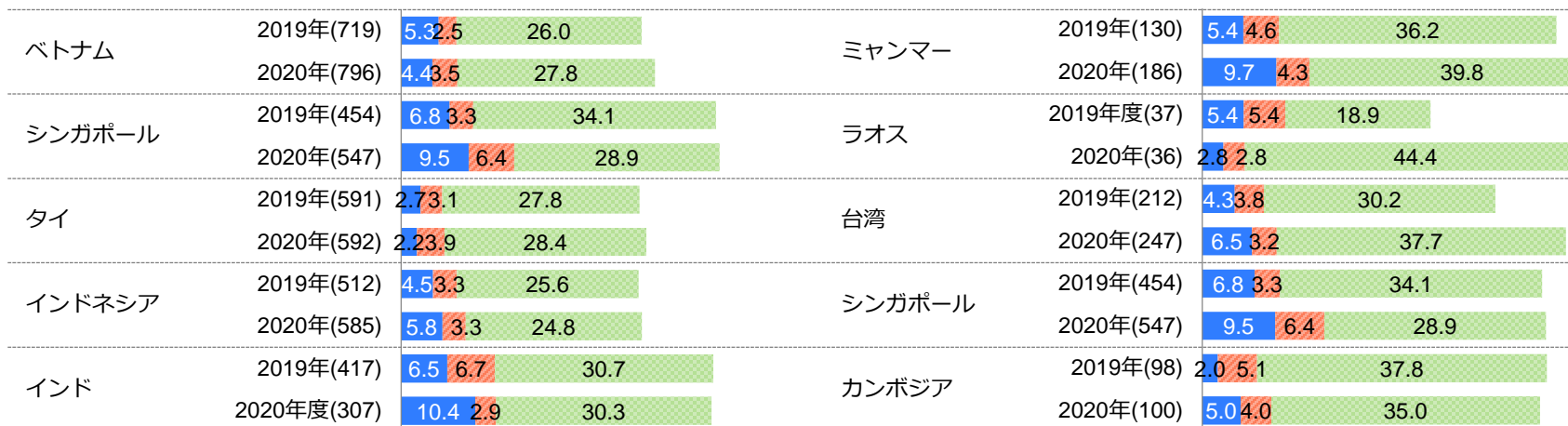


### 社数上位5カ国

(%)

### 割合上位5カ国

(%)



## 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(5)

現地スタートアップとの連携で、ターゲットとする市場（国・地域別、複数回答）

（単位：社）

所在国・地域	有効回答数	現地	ASEAN	日本	中国	韓国 ・台湾 ・香港	インド	米国	欧州	オセアニア	南アジア (除インド)	中東	アフリカ
総数	1,682	969	752	548	197	152	132	123	91	79	64	40	39
ASEAN	1,182	676	613	371	75	91	96	70	56	38	36	18	17
東アジア	262	142	86	99	105	44	23	26	15	11	7	5	5
南西アジア	168	113	38	65	12	13	8	25	18	2	21	16	16
オセアニア	70	38	15	13	5	4	5	2	2	28	0	1	1
ベトナム	275	180	115	115	16	19	8	23	19	6	3	2	2
シンガポール	230	101	172	78	19	33	45	18	11	18	16	10	7
タイ	197	116	100	66	12	13	14	6	6	2	2	1	1
インドネシア	191	113	88	37	10	9	11	6	5	6	9	2	4
香港・マカオ	123	49	37	42	73	27	9	10	6	5	2	2	2
インド	116	87	25	46	3	8	0	18	9	1	11	11	12
台湾	105	66	41	43	26	14	11	10	7	5	3	1	2
ミャンマー	92	59	39	17	2	6	3	2	3	2	2	0	1
マレーシア	88	46	45	20	3	2	7	9	6	4	4	3	1
オーストラリア	50	25	12	7	4	4	5	1	2	21	0	1	1
フィリピン	49	28	19	21	6	1	5	4	2	0	0	0	0
カンボジア	42	25	22	10	5	7	2	2	3	0	0	0	0
韓国	34	27	8	14	6	3	3	6	2	1	2	2	1
バングラデシュ	27	11	8	12	8	5	7	5	8	1	6	4	2
ニュージーランド	20	13	3	6	1	0	0	1	0	7	0	0	0
ラオス	18	8	13	7	2	1	1	0	1	0	0	0	1
パキスタン	16	10	3	5	0	0	1	1	0	0	3	1	2
スリランカ	9	5	2	2	1	0	0	1	1	0	1	0	0

（注）有効回答社数100社以上の市場を赤、50社以上の市場をオレンジ色、10社以上の市場を緑色でハイライトしている。

# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(6)

## 現在、電子商取引（EC）サイトでの販売をしているか

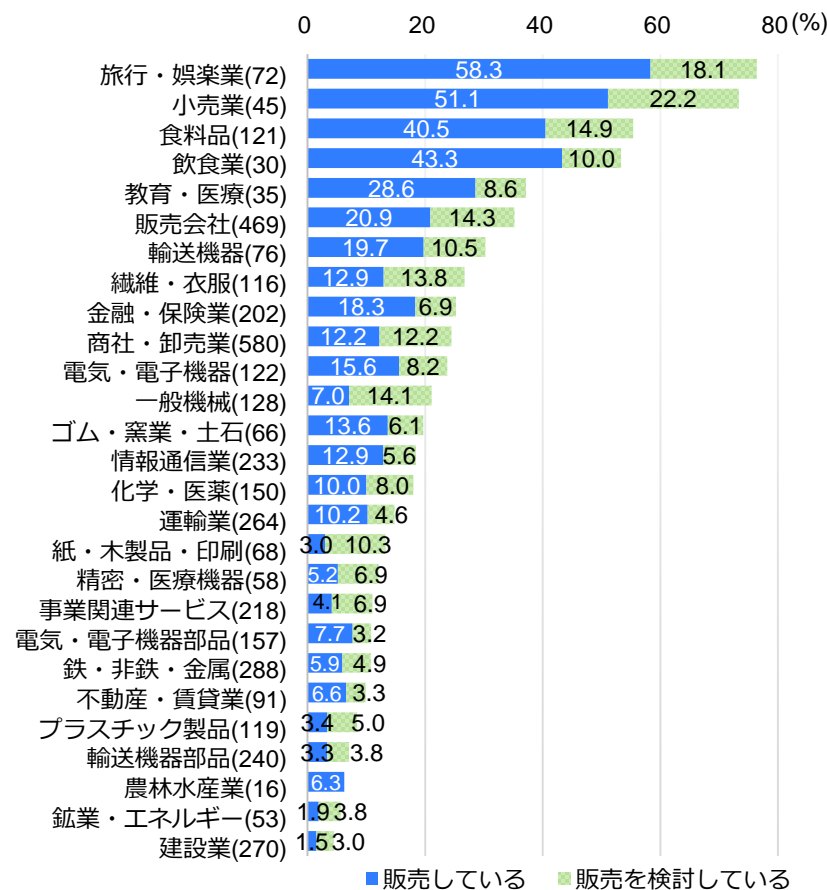
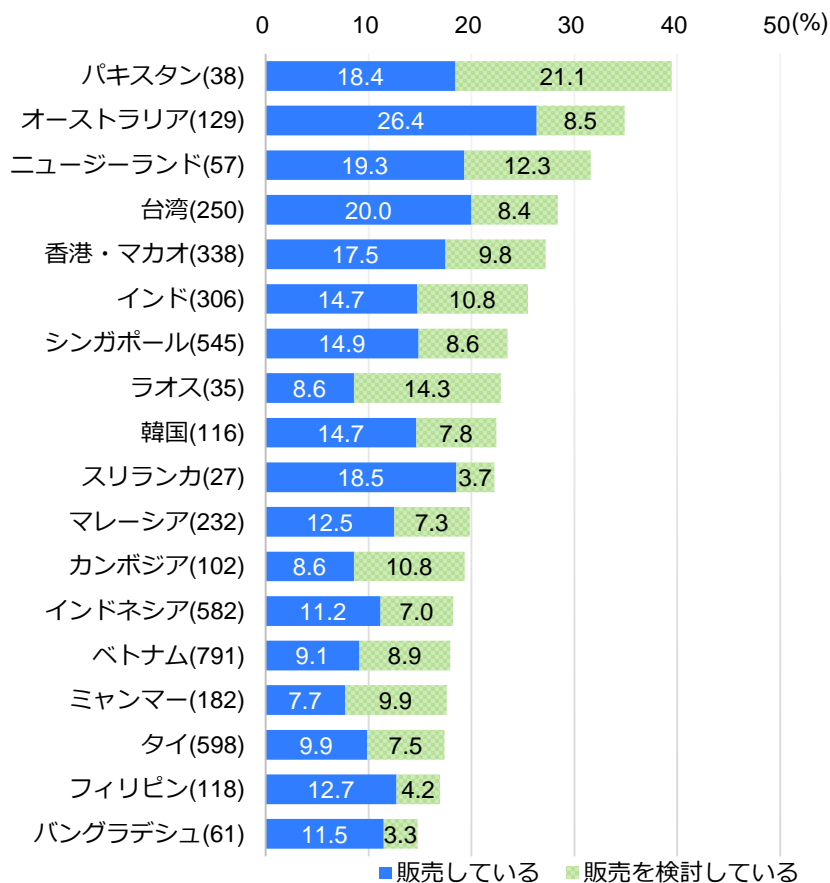
(%)



■ 販売している    ■ 販売を検討している    ■ 販売していない

### 国・地域別

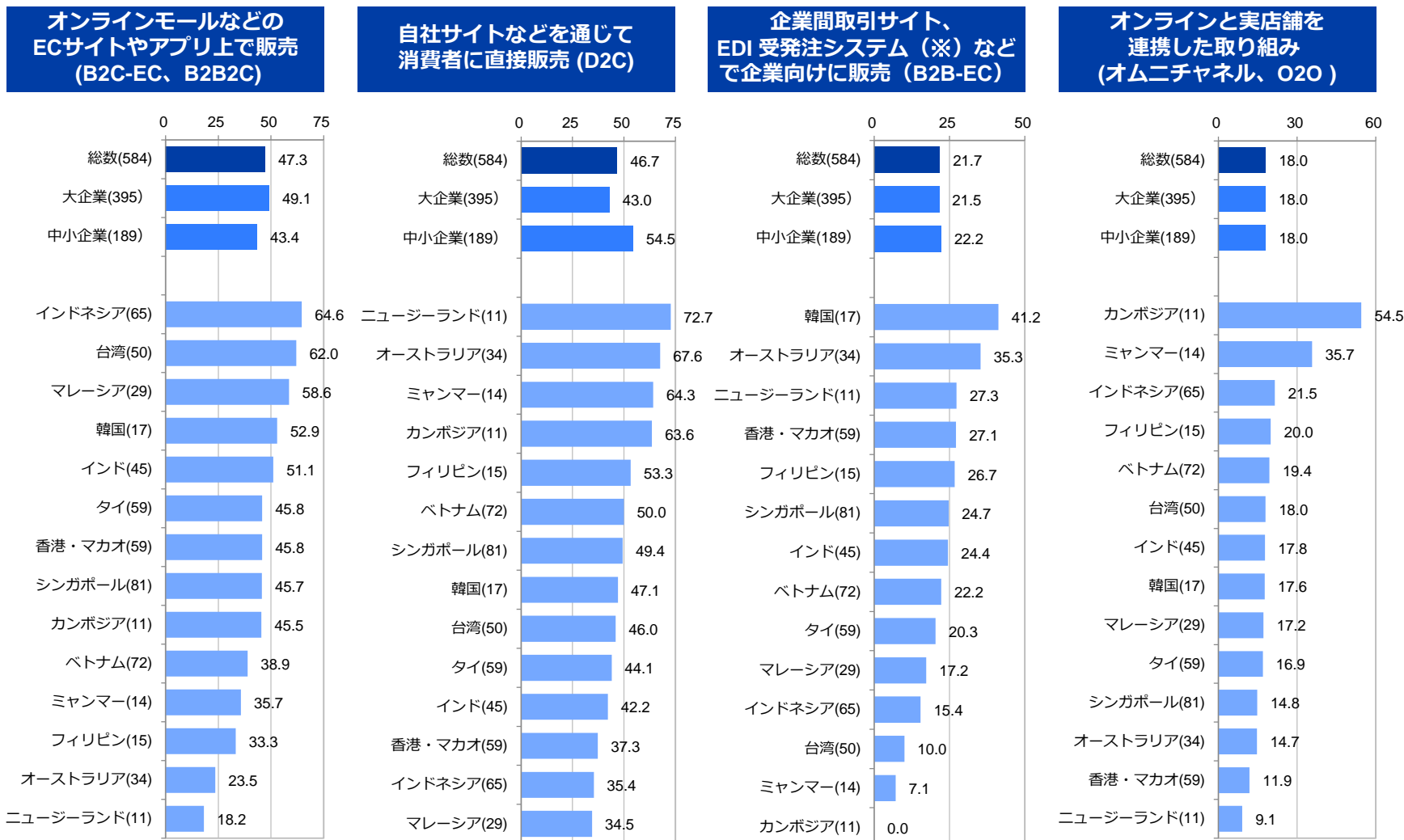
### 業種別



# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(7)

## 電子商取引（EC）サイトで販売を行っている企業の販売ツール

(%)



(注) 有効回答数10社以上の国・地域

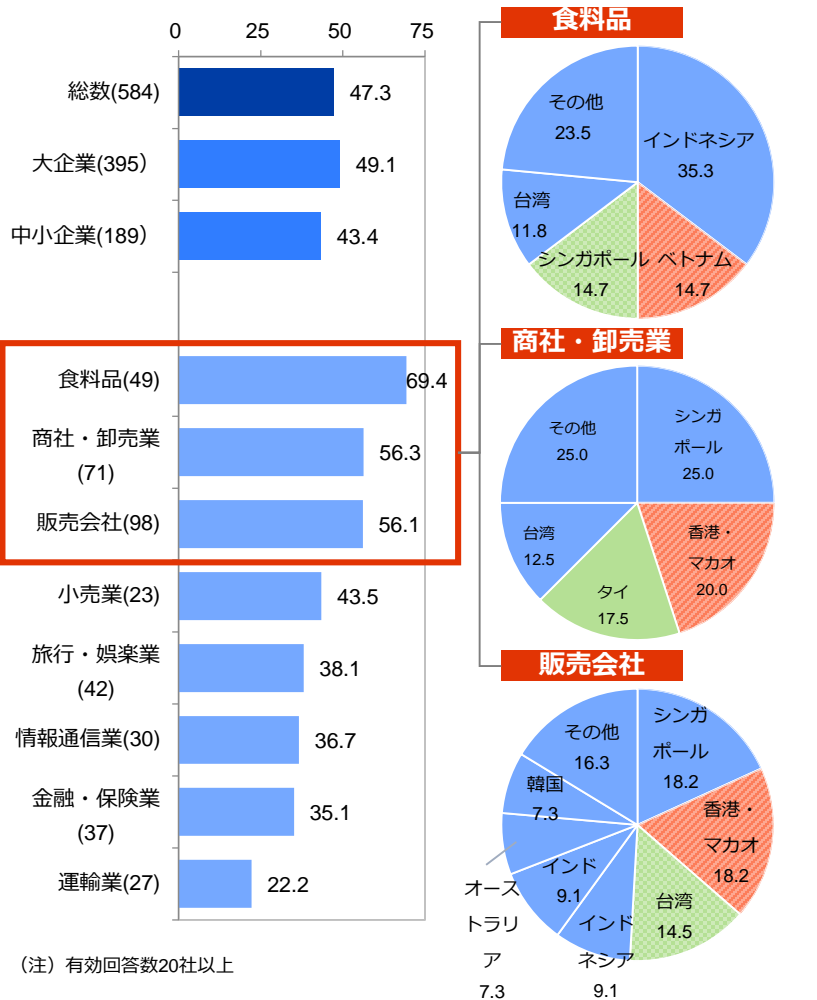
(※) EDIとは、Electronic Data Interchange (電子データ交換) の略。

# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(8)

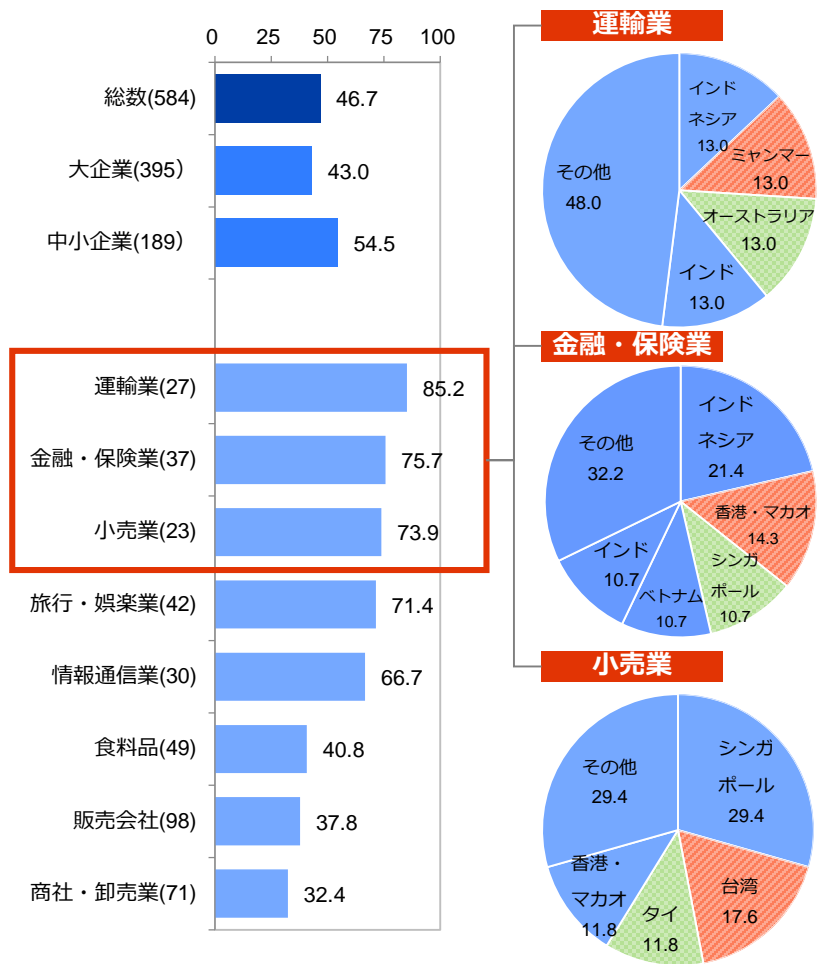
## 電子商取引（EC）サイトで販売を行っている企業の販売ツール

(%)

### オンラインモールなどのECサイトやアプリ上で販売（B2C-EC、B2B2C）

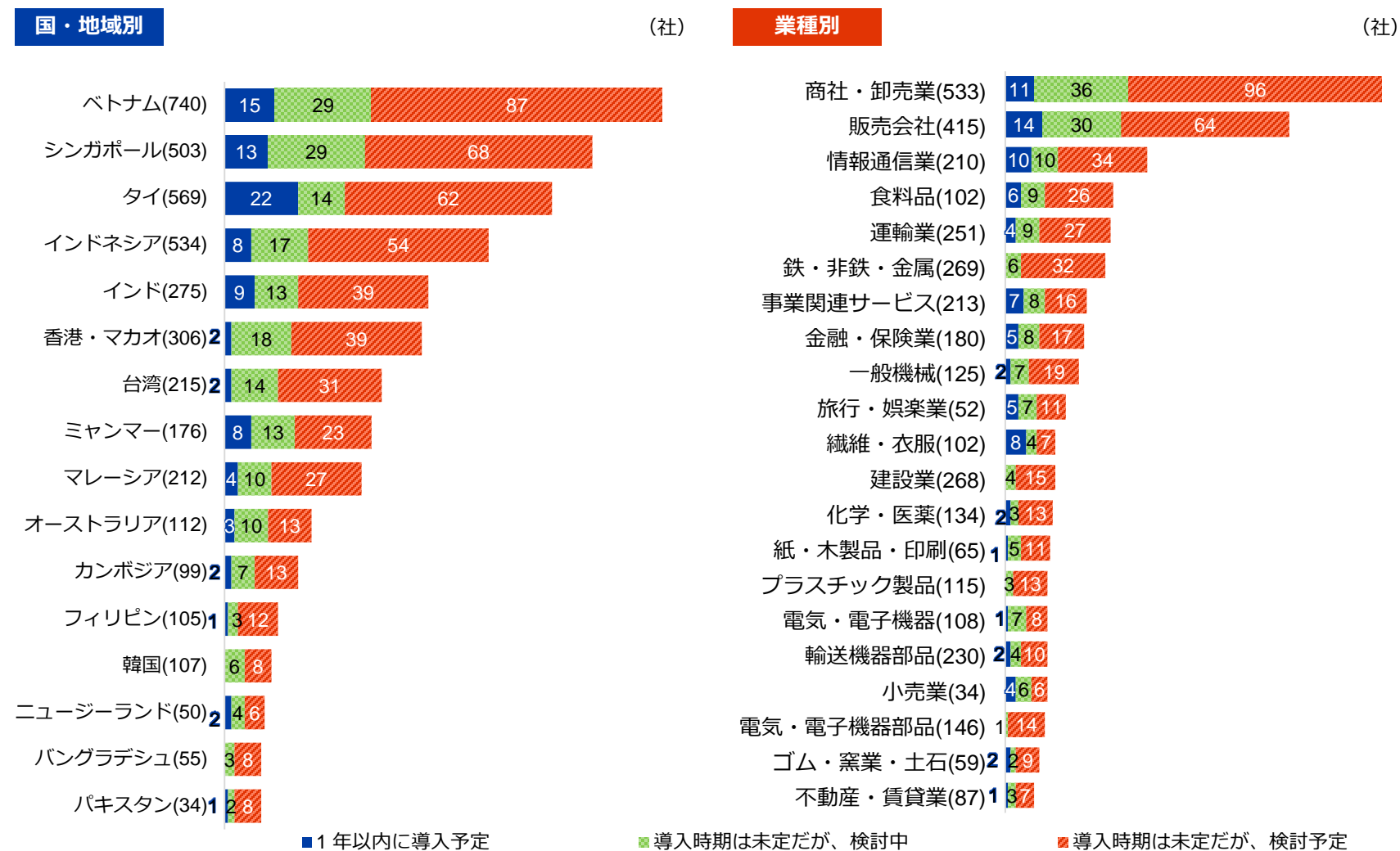


### 自社サイトなどを通じて消費者に直接販売（D2C）



# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(9)

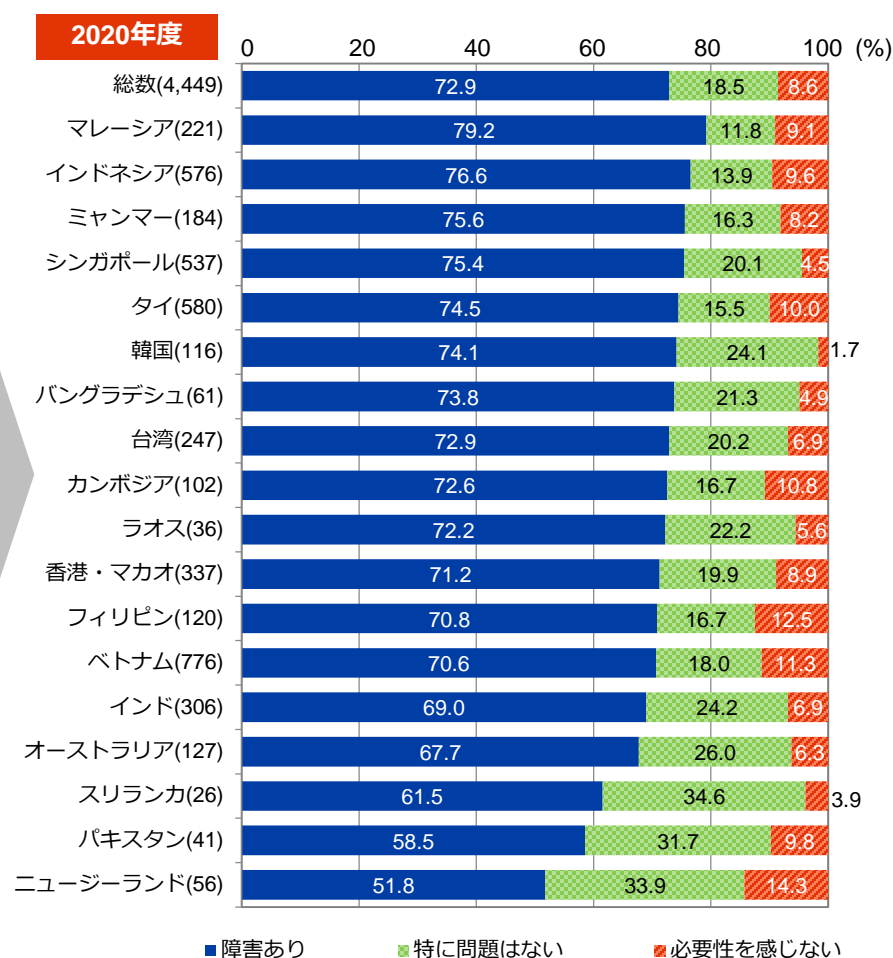
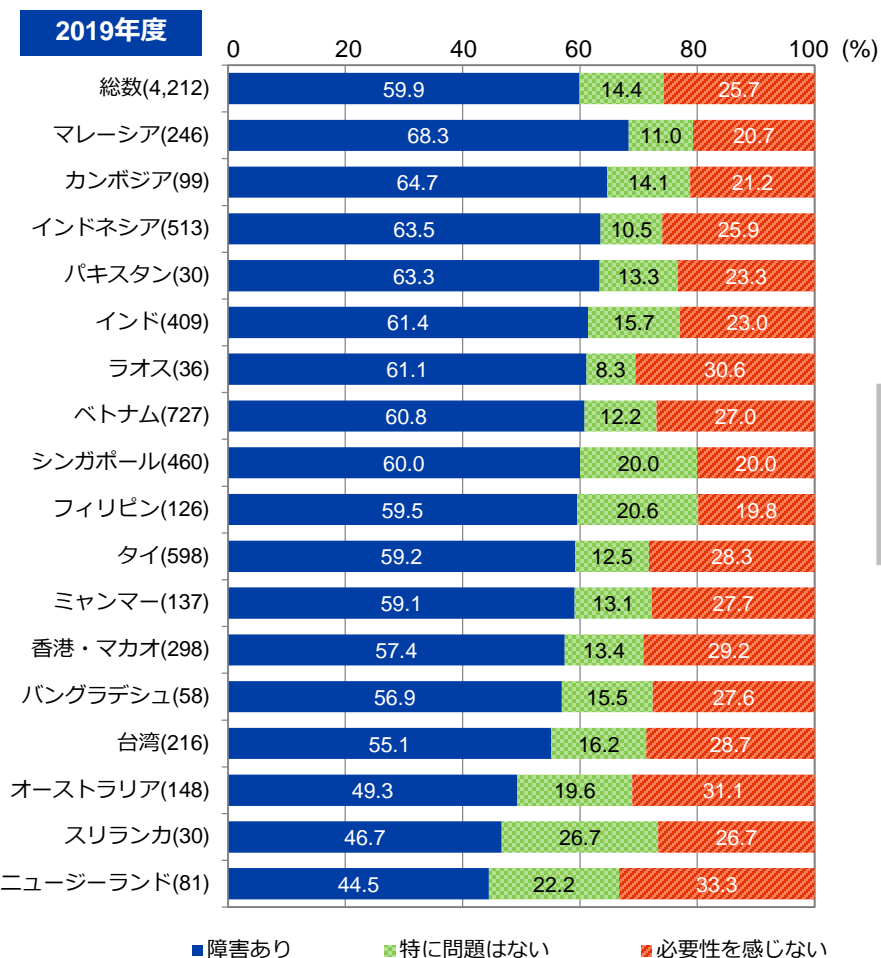
## BtoB取引にECを導入する予定



(注) 各項目の回答社の合計が10社以上の国・地域、業種

# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(10)

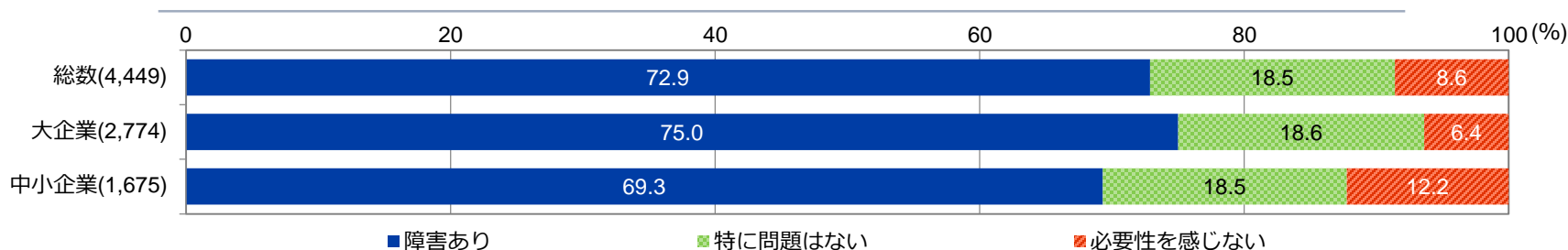
## デジタル技術導入における障害の有無(国・地域別)



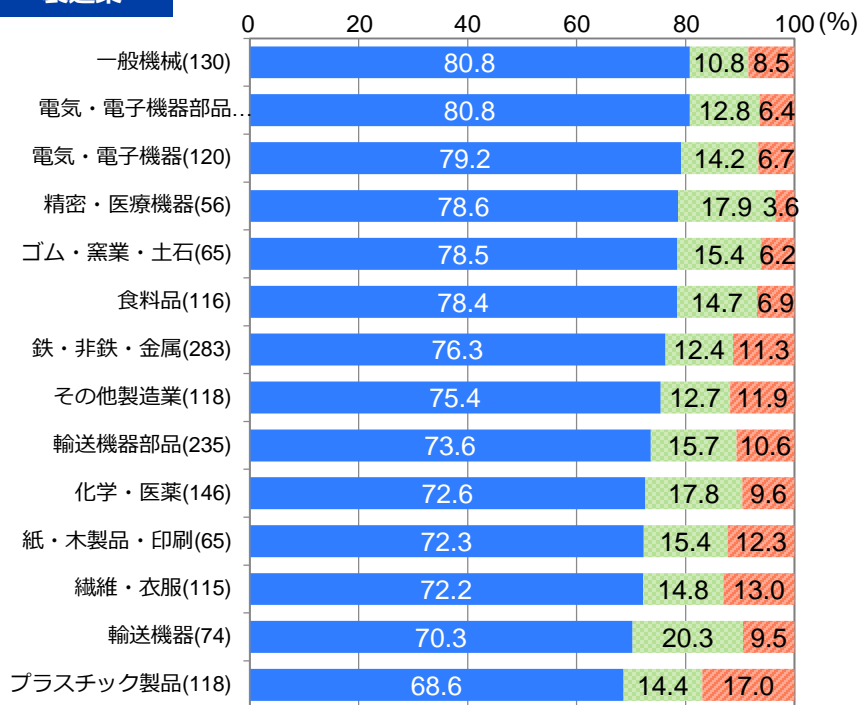


# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(11)

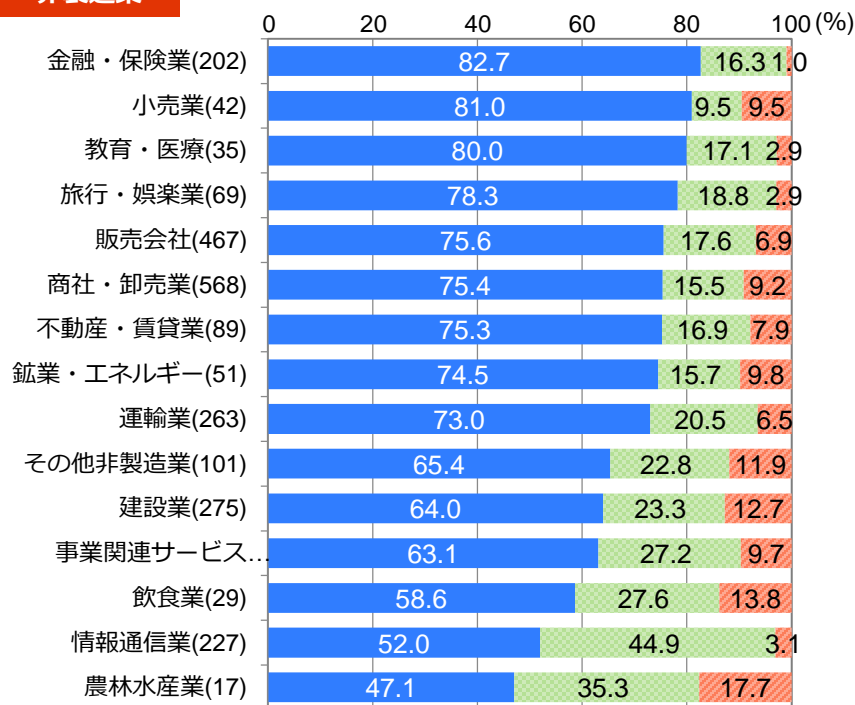
## デジタル技術導入における障害の有無（業種別）



### 製造業



### 非製造業



■ 障害あり ■ 特に問題はない ■ 必要性を感じない

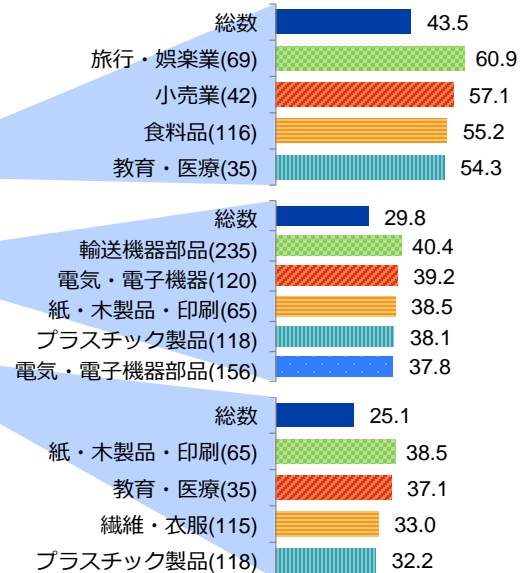
■ 障害あり ■ 特に問題はない ■ 必要性を感じない

# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(12)

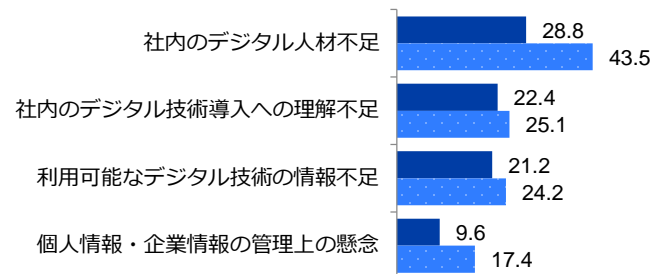
## デジタル技術導入にあたっての障害（複数回答）

回答項目 (上位10項目)	総数 (%) (4,449)	企業規模別	
		大企業 (2,774)	中小企業 (1,675)
1位 社内でデジタル技術に詳しい人材が不足している	43.5	43.3	43.9
2位 導入コストが高額である	29.8	30.9	28.1
3位 社内スタッフのデジタル技術導入に関する理解が不足している	25.1	25.9	23.6
4位 利用可能なデジタル技術に関する情報が不足している	24.2	23.9	24.8
5位 個人情報・企業情報の管理上懸念がある	17.4	19.3	14.2
6位 情報通信関連のインフラが不足している（インターネットなど）	16.3	16.2	16.4
7位 これまでの業界における商慣習を変えることが難しい	14.5	15.9	12.2
8位 既存の社内情報インフラとの統合が困難	8.8	10.4	6.0
9位 本社・地域統括会社から指示がない	7.9	8.7	6.5
10位 オリジナルへの署名義務など、デジタル技術導入を阻害する制度がある	7.6	8.9	5.3

### 平均に比べ差が大きい回答率がみられた業種



### 昨年からの回答率の変化

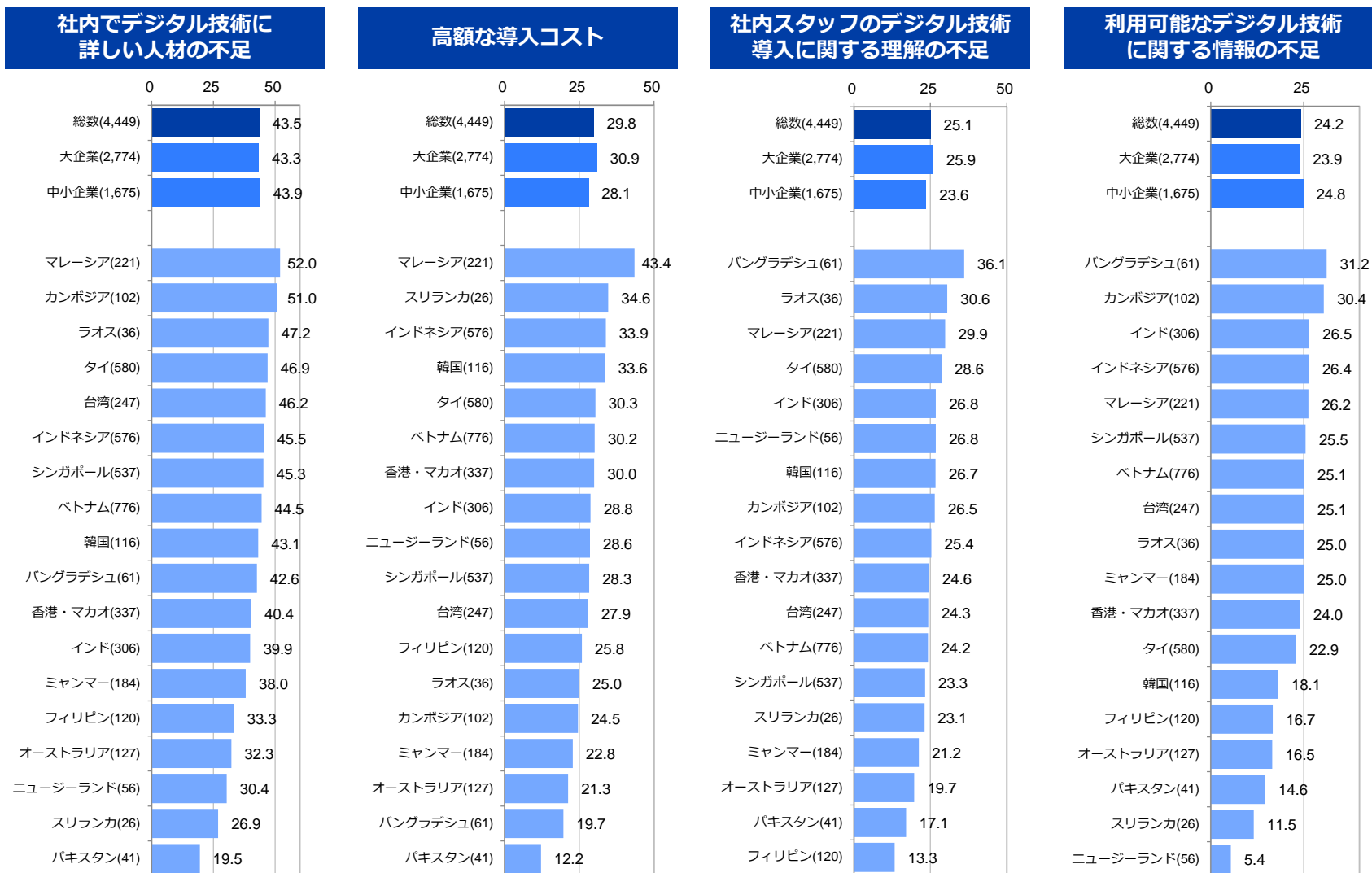


■ 2019年のデジタル技術導入の障害  
■ 2020年のデジタル技術導入の障害

# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(13)

## デジタル技術導入にあたっての障害（国・地域別、複数回答）

(%)

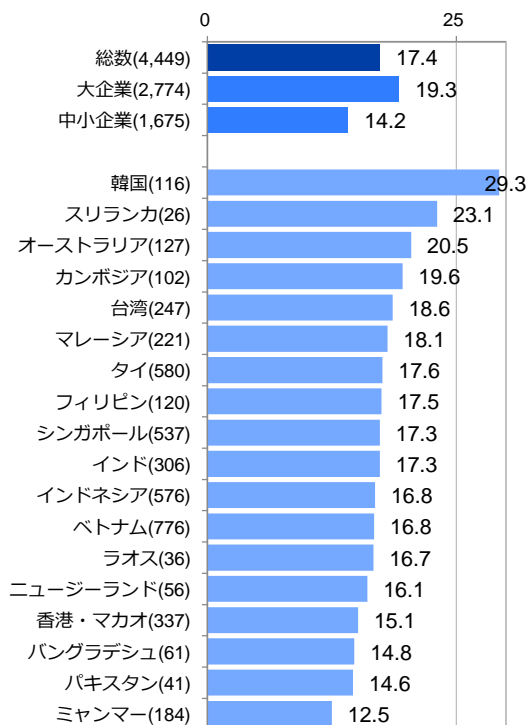


# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(14)

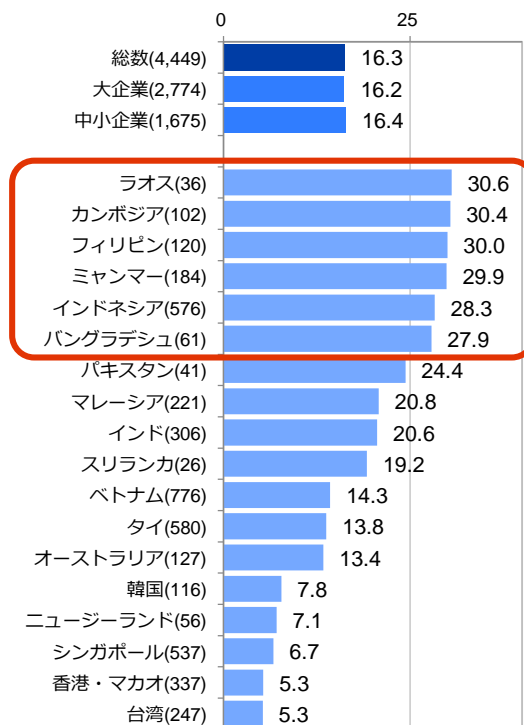
デジタル技術導入にあたっての障害（国・地域別、複数回答）

(%)

## 個人情報・企業情報の 管理上の懸念あり

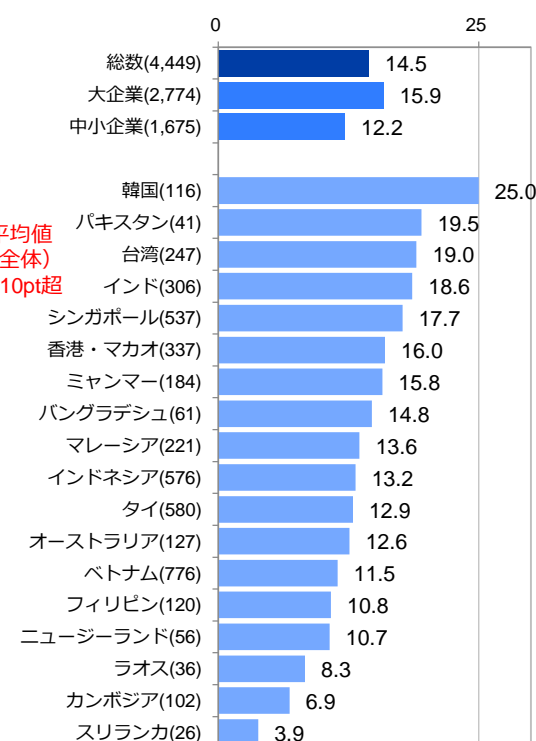


## 情報通信関連のインフラの 不足（インターネット等）



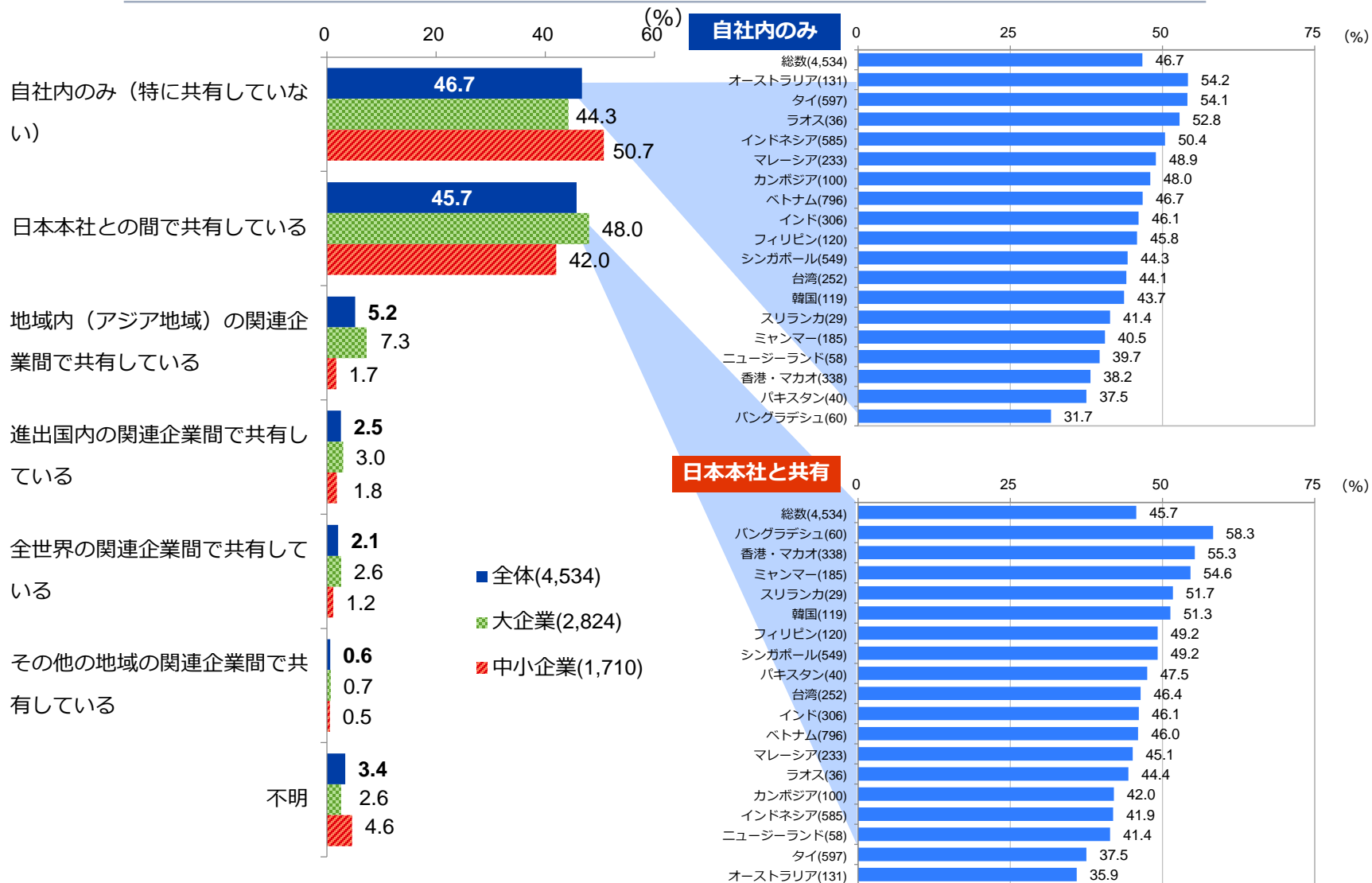
平均値  
(全体)  
の10pt超

## これまでの業界における 商慣習を変えることが難しい



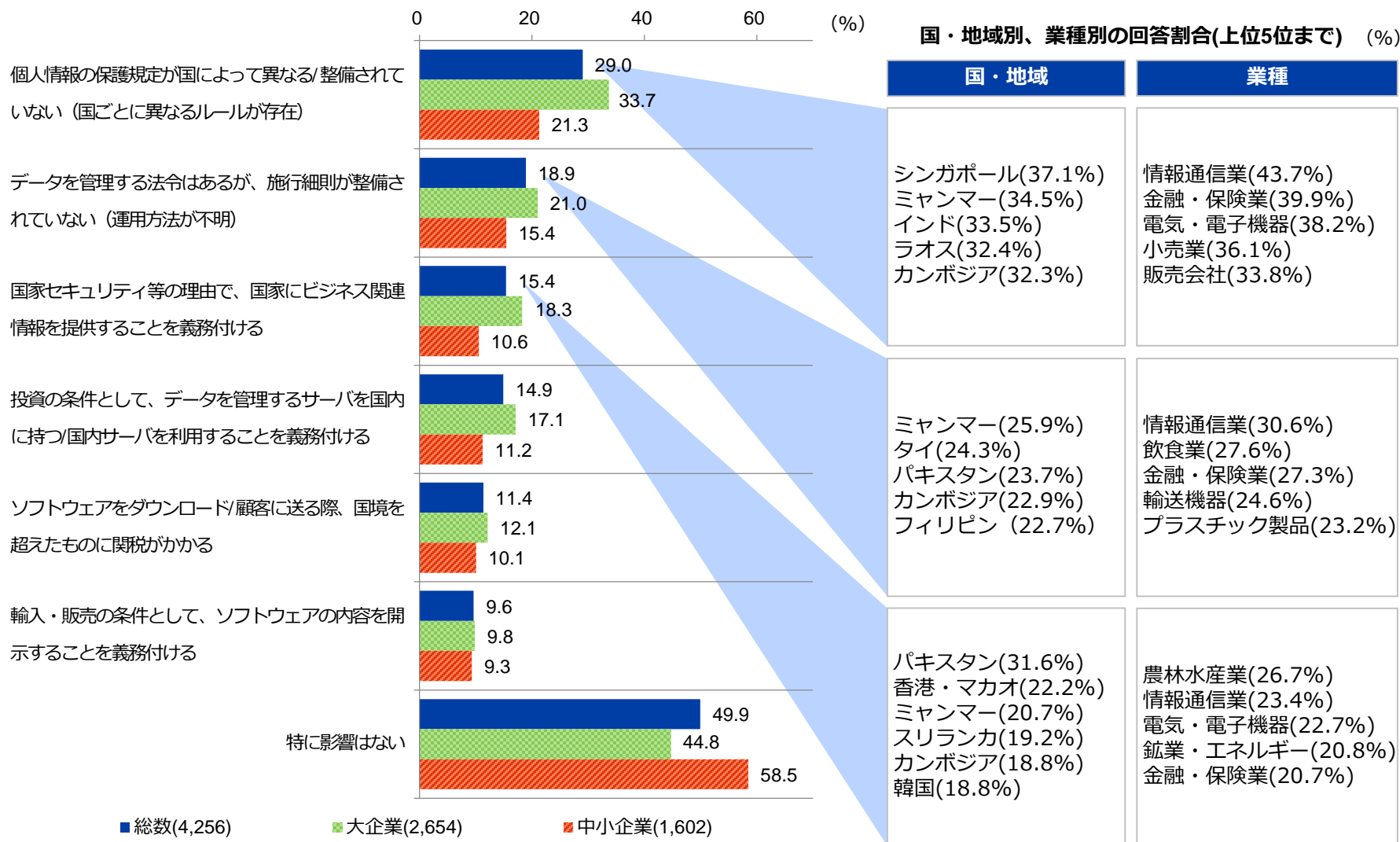
# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(15)

自社が有する個人情報（顧客情報、従業員の給与情報）の共有割合（複数回答）



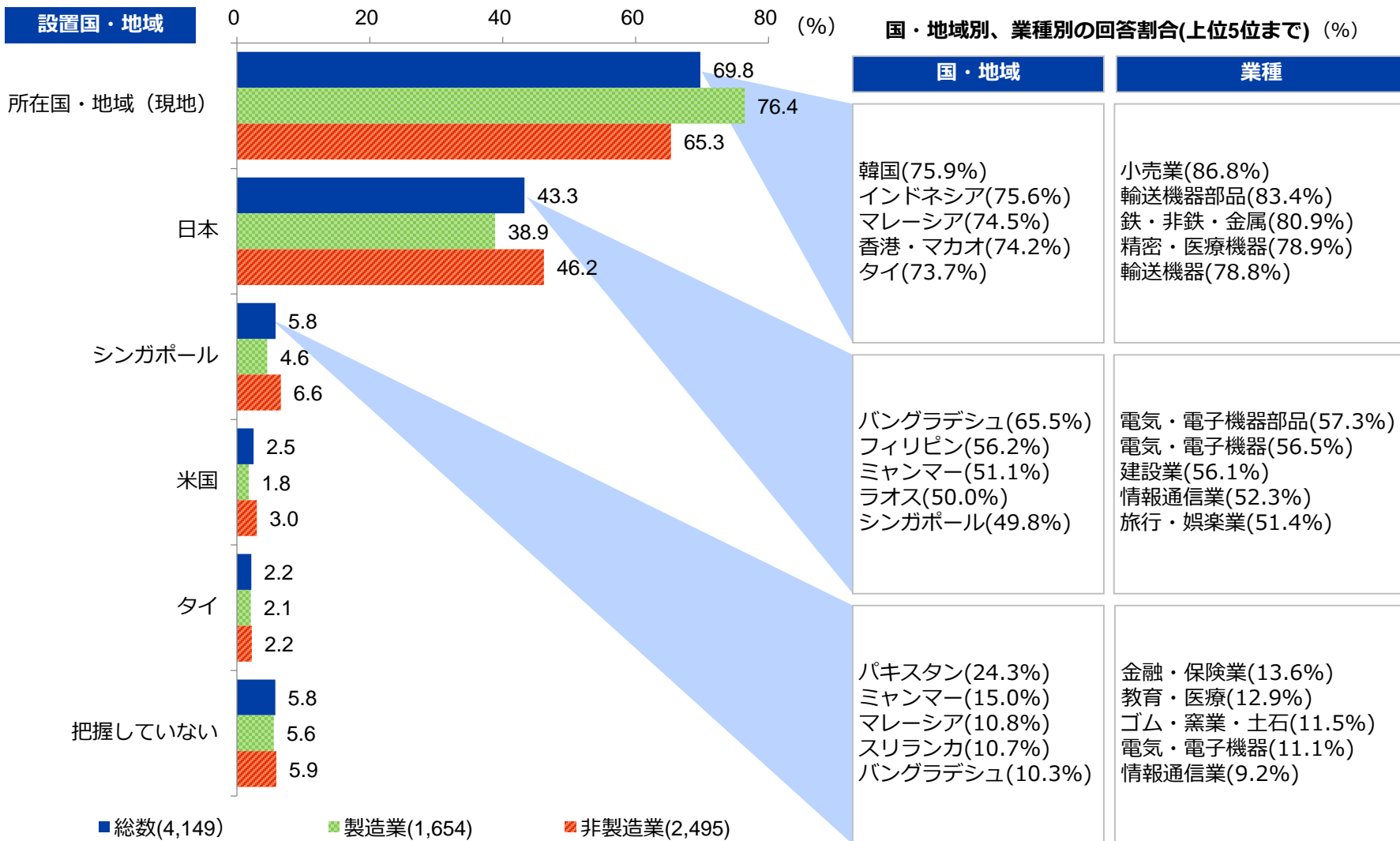
# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(16)

個人・企業情報を取り扱う上で、影響が大きい施策（複数回答）



# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(17)

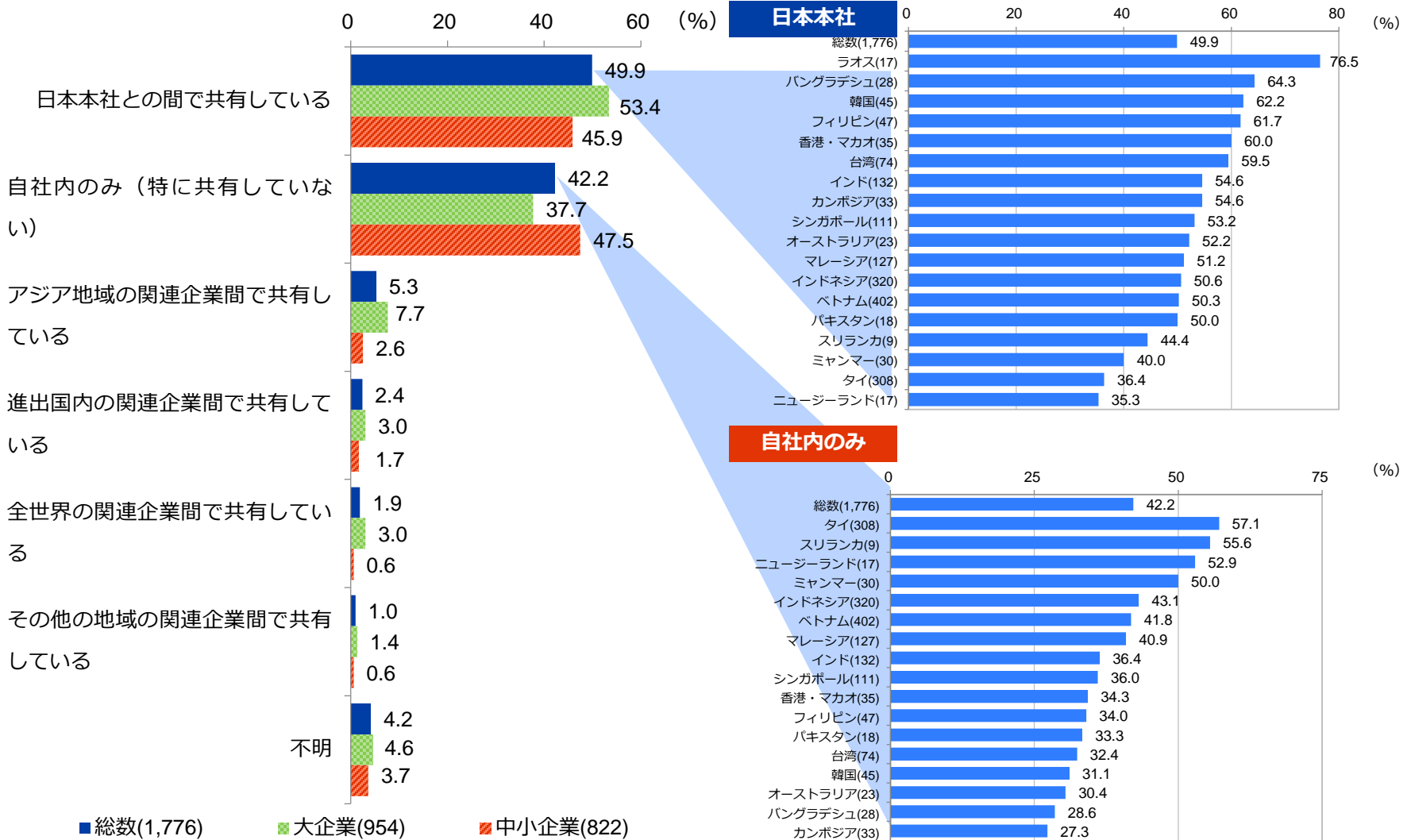
顧客情報を管理するサーバの設置国（複数回答）



# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(18)

製造業のみ

製造関連データの共有先（複数回答）（調達・在庫・製造ライン等の情報）





# 8 | 生産性・イノベーション・デジタル(19)

製造関連データ（調達・在庫・製造ライン等の情報）の共有先（業種別、複数回答）

(%)



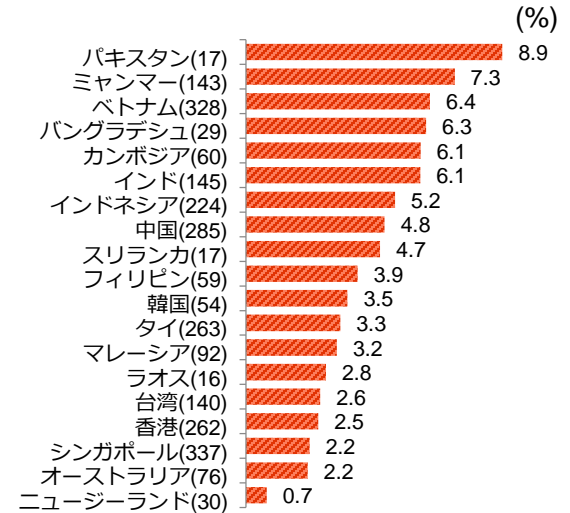
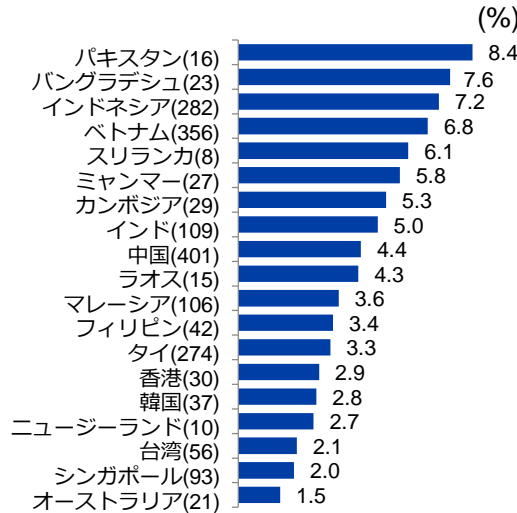
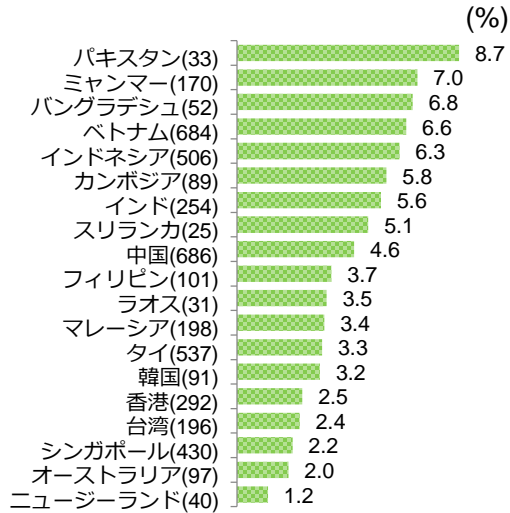
# 9 | 賃金(1) 前年比昇給率

## 総数

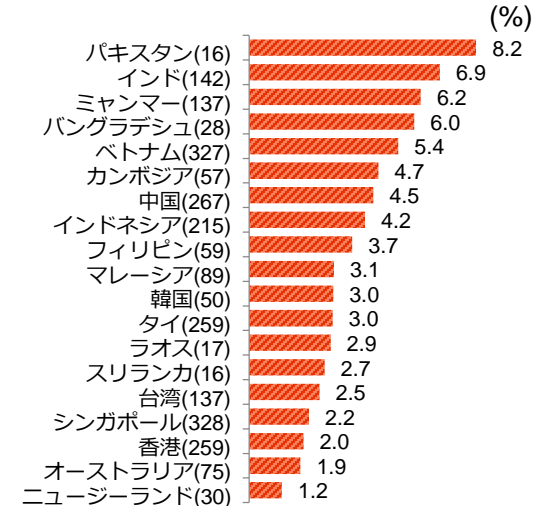
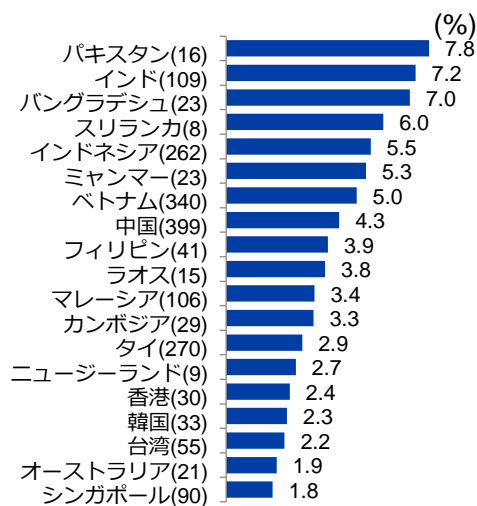
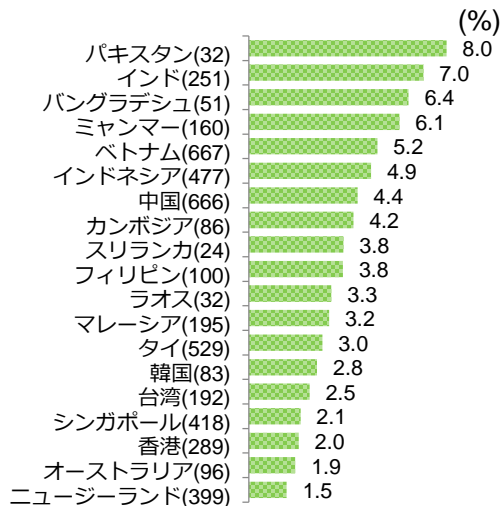
## 製造業

## 非製造業

2020年 ← 2019年

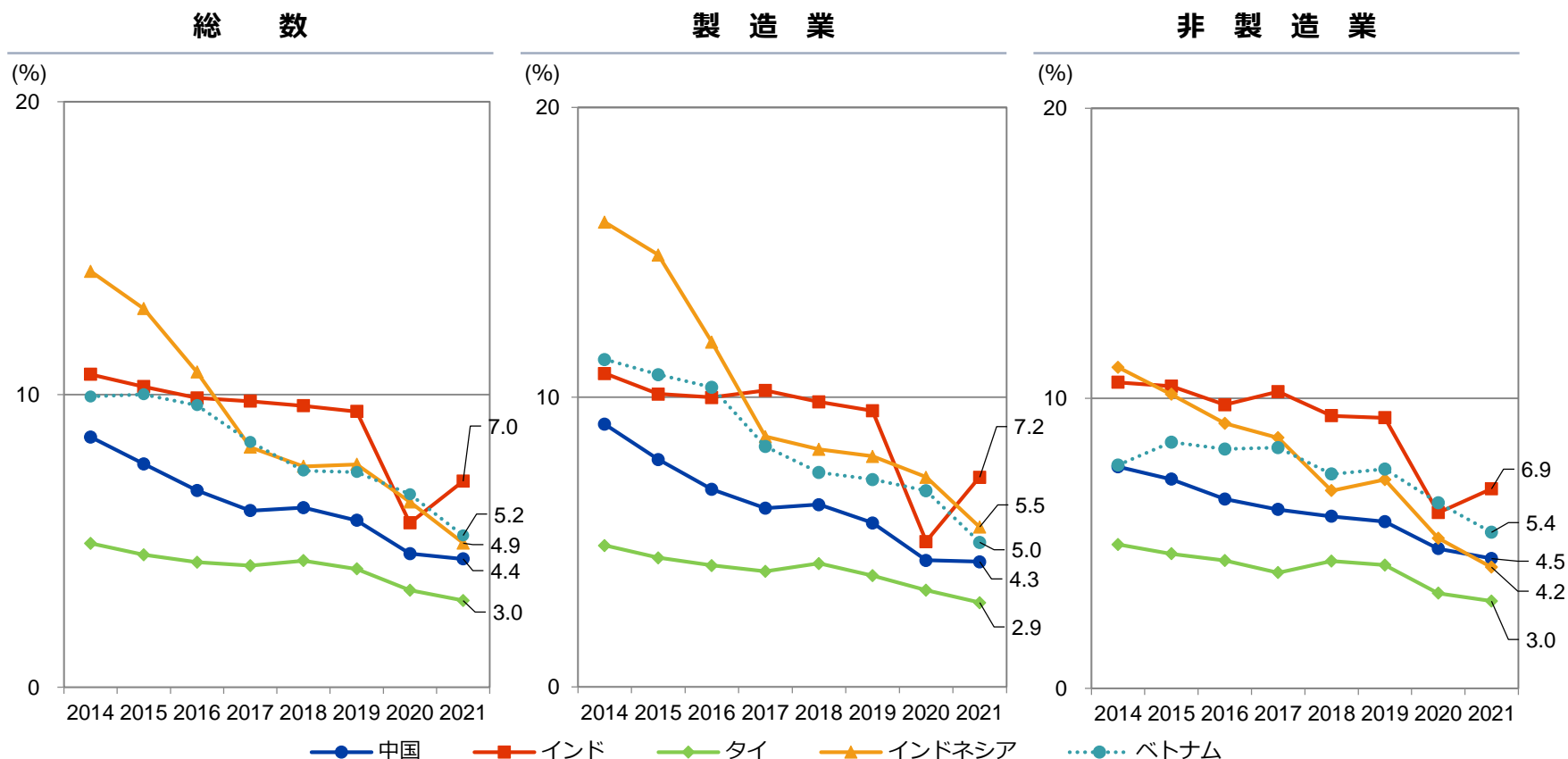


2021年 ← 2020年



## 9 | 賃金(2) 前年比昇給率(中国および主要国推移)

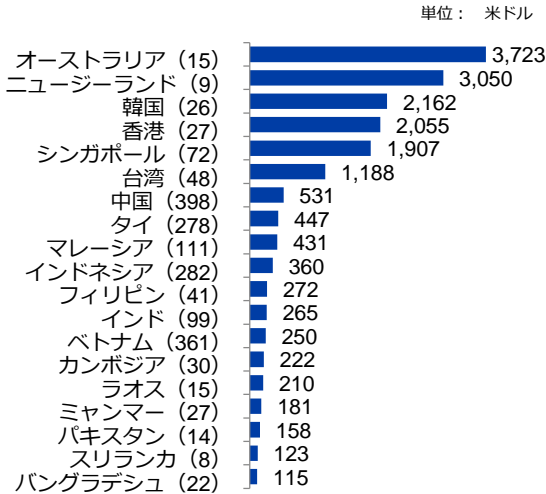
- 2020年の昇給率（総数、以下同じ）は中国および主要国で減少し、インドでは3.8ポイント減少した。他の中国、タイ、インドネシア、ベトナムでは、それぞれ1.1ポイント、0.7ポイント、1.3ポイント、0.8ポイント減少した。
- 中国の昇給率は、2011年の12.9%をピークに年々低下し、2020年は4.6%、2021年（見込み）は4.4%と鈍化傾向が続く。
- インドネシアの昇給率は2013年の24.7%をピークに年々低下し、2020年は6.3%、2021年（見込み）は4.9%と鈍化傾向が続く。
- 2021年（見込み）の昇給率は、中国、タイ、インドネシア、ベトナムで緩やかな低下を見込み、インドのみ1.4ポイント上昇予測。



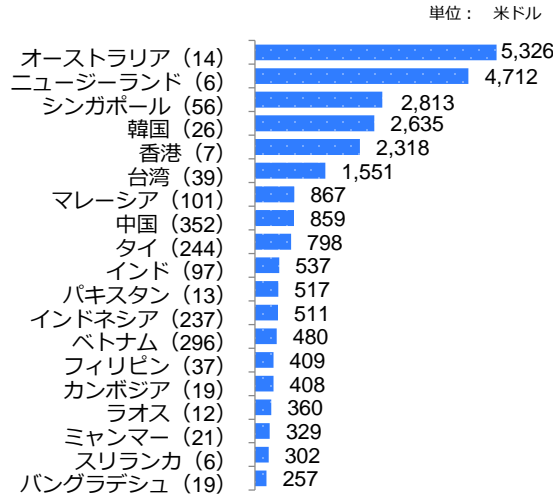
(注)2021年は見込み。

# 9 | 賃金(3) 基本給・月額

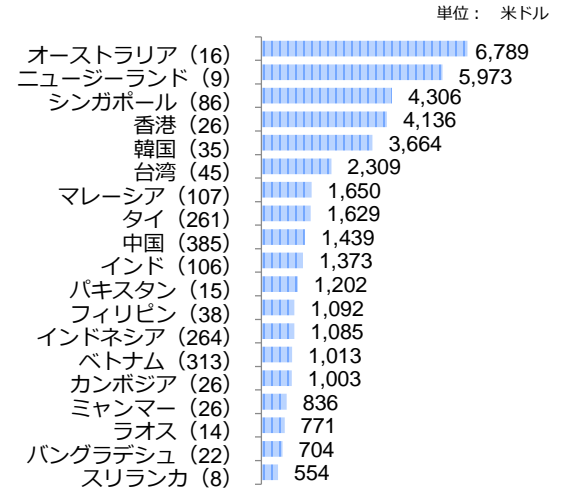
## 製造業・作業員



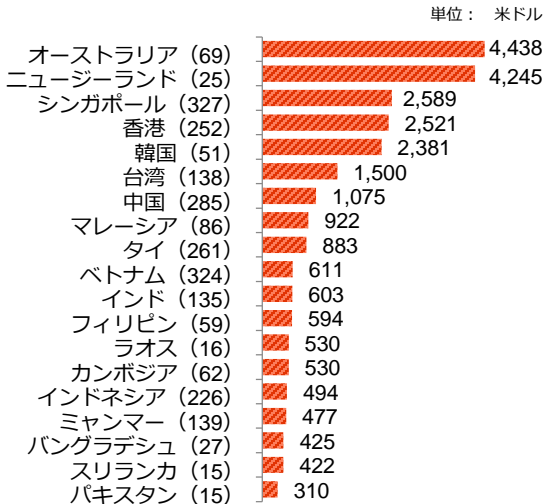
## 製造業・エンジニア



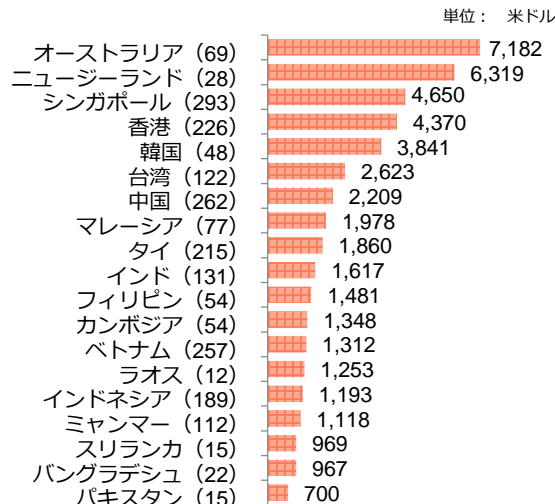
## 製造業・マネージャー



## 非製造業・スタッフ



## 非製造業・マネージャー



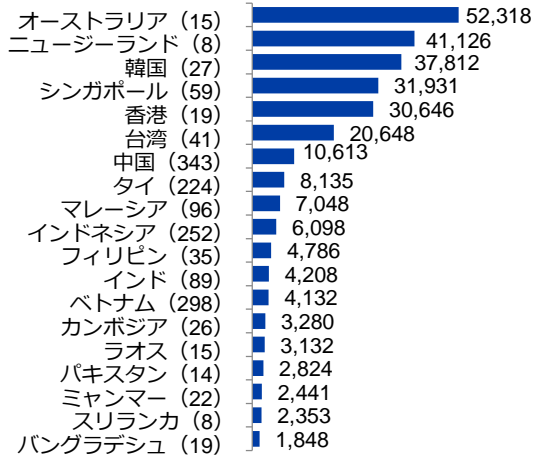
- 基本給：諸手当を除いた給与、2020年8月時点。
- 作業員：正規雇用の一般職種で実務経験3年程度の場合。ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く。
- エンジニア：正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合。
- マネージャー（製造業）：正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合。
- スタッフ：正規雇用の一般職種で実務経験3年程度の場合。ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く。
- マネージャー（非製造業）：正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合。

注：カンボジア以外の国・地域については、回答は自国・地域通貨建て（ただし、ミャンマーは自国通貨建て、米ドル建ての選択式）。各職種の自国・地域通貨建て賃金の平均値を、2020年8月の平均為替レート（各国・地域中央銀行発表、中国は外貨管理局発表）で米ドルに換算。ミャンマーは、回答企業によって通貨が異なる（自国通貨建てまたは米ドル建て）ため、自国通貨建ての企業の回答を米ドルに換算した上で平均をとった。

# 9 | 賃金(4) 年間実負担額

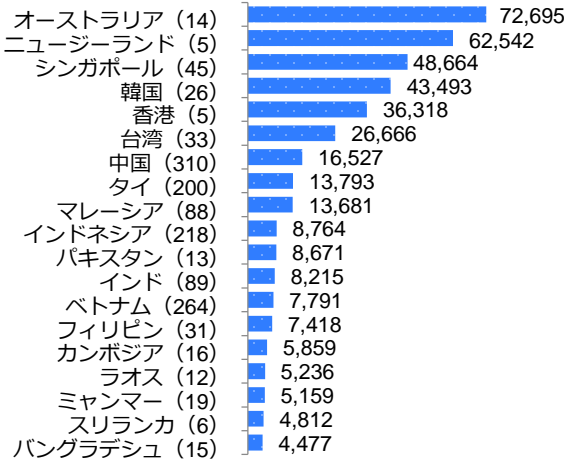
## 製造業・作業員

単位：米ドル



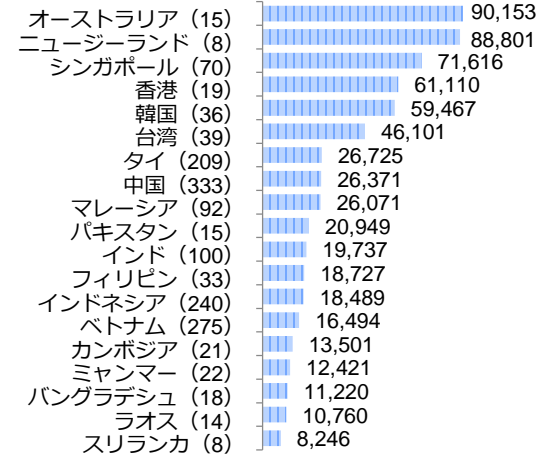
## 製造業・エンジニア

単位：米ドル



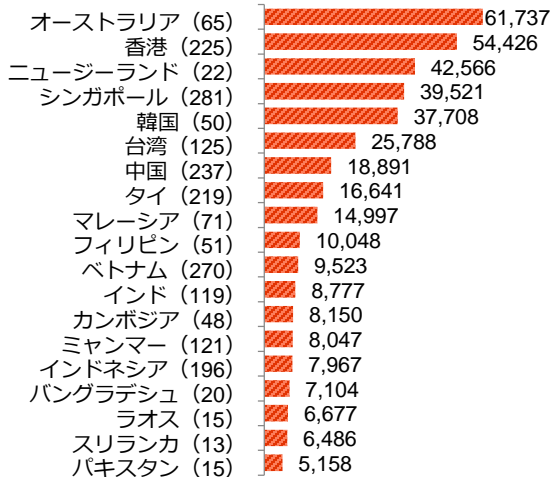
## 製造業・マネージャー

単位：米ドル



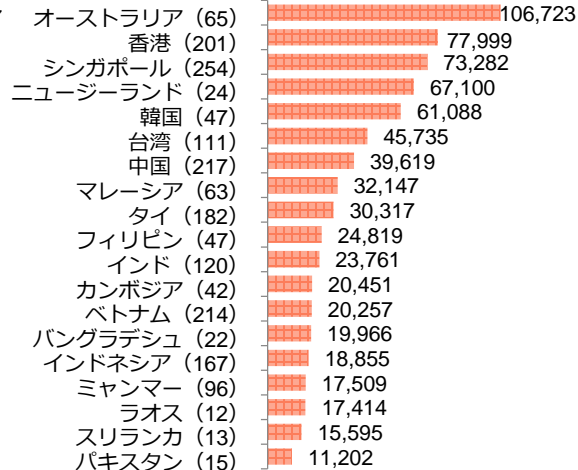
## 非製造業・スタッフ

単位：米ドル



## 非製造業・マネージャー

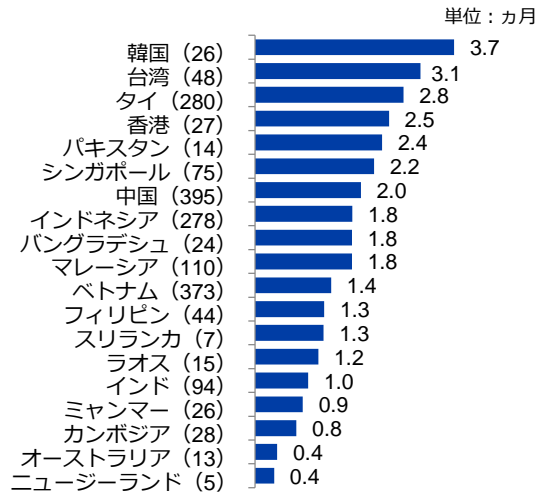
単位：米ドル



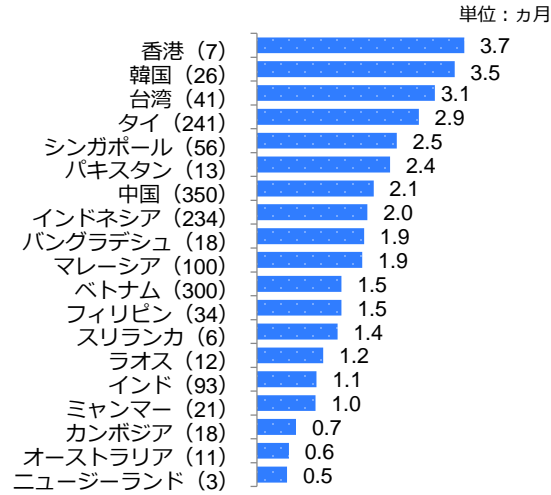
- 年間実負担額：一人あたり社員に対する負担総額(基本給、諸手当、社会保障、残業、賞与などの年間合計。退職金は除く。2020年(度)時点。
- 作業員、エンジニア、マネージャー(製造業)、スタッフ、マネージャー(非製造業)：前頁を参照。
- 注：カンボジア以外の国・地域については、回答は自国・地域通貨建て(ただし、ミャンマーは自国通貨建て、米ドル建ての選択式)。各職種の自国・地域通貨建て年間実負担額の平均値を、2020年8月の平均為替レート(各国・地域中央銀行発表、中国は外貨管理局発表)で米ドルに換算。ミャンマーは、回答企業によって通貨が異なる(自国通貨建てまたは米ドル建て)ため、自国通貨建ての企業の回答を米ドルに換算した上で平均をとった。

# 9 | 賃金(5) 賞与

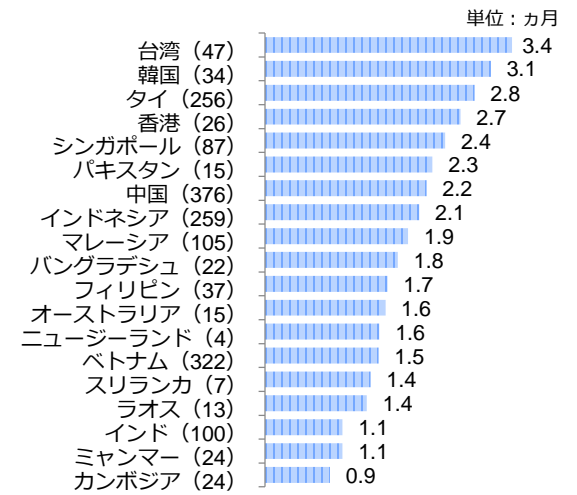
## 製造業・作業員



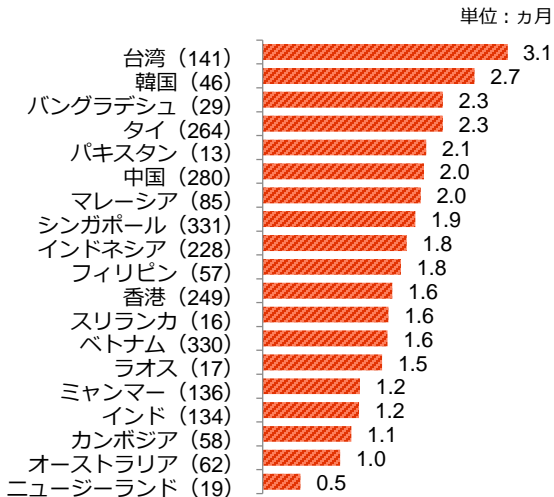
## 製造業・エンジニア



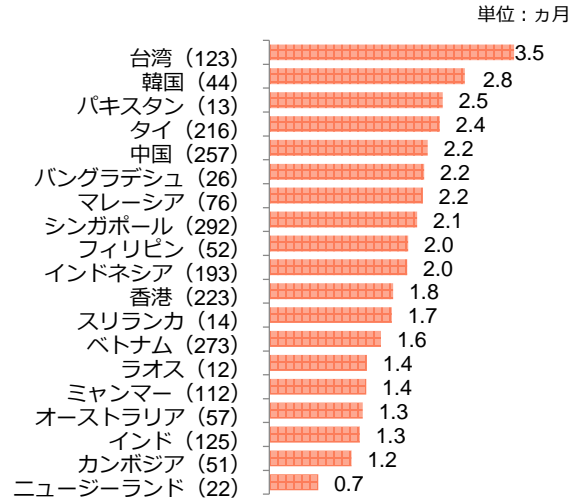
## 製造業・マネージャー



## 非製造業・スタッフ



## 非製造業・マネージャー



本レポートに関する問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

アジア大洋州課、中国北アジア課



03-3582-5179（アジア大洋州課）  
03-3582-5181（中国北アジア課）



ORF@jetro.go.jp（アジア大洋州課）  
ORG@jetro.go.jp（中国北アジア課）



〒107-6006  
東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

## ■ 免責条項

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

禁無断転載