



JETRO

[速報版]

2023年度 | ジェトロ海外ビジネス調査
日本企業の海外事業展開に関する
アンケート調査

—海外事業の拡大意欲、上向く。対中国は様子見姿勢へ—

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部

2024年2月14日



1 | 調査実施概要

1. 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業（本社）	: 9,384社
（内訳）ジェトロ会員企業（ジェトロ・メンバーズ）	: 3,316社
ジェトロのサービスの利用企業	: 6,068社

※本調査はジェトロ・メンバーズを対象に2002年度に開始、今回で22回目。2011年度より、調査対象企業を拡大。2020～2021年度はオンライン形式のみ。

2. 調査項目

- (1) 貴社の概要
- (2) 海外ビジネスの状況
- (3) 貿易への取り組み
- (4) 調達状況
- (5) 海外進出への取り組み
- (6) 人権、環境等への取り組み
- (7) DX・ECの取り組み

3. 調査方法

オンライン・郵送形式でアンケートを実施。

4. 調査期間

2023年11月14日～2023年12月18日

5. 回収状況

有効回収数：3,196社（うちジェトロ・メンバーズ：1,107社）

有効回答率：34.1%

回答企業の概要（全体、業種別、企業規模別）

全体・業種・規模	企業数	構成比(%)
全体	3,196	100.0
製造業	1,834	57.4
飲食料品	521	16.3
繊維・織物／アパレル	103	3.2
木材・木製品／家具・建材／紙パルプ	71	2.2
化学	81	2.5
医療品・化粧品	66	2.1
石油・プラスチック・ゴム製品	88	2.8
窯業・土石	28	0.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	206	6.4
一般機械	161	5.0
電気機械	113	3.5
情報通信機械／電子部品・デバイス	53	1.7
自動車・同部品／その他輸送機器	85	2.7
精密機器	74	2.3
その他の製造業	184	5.8
非製造業	1,362	42.6
商社・卸売	721	22.6
小売	110	3.4
建設	95	3.0
運輸	71	2.2
金融・保険	55	1.7
通信・情報・ソフトウェア	84	2.6
専門サービス	68	2.1
その他の非製造業	158	4.9
大企業	484	15.1
大企業（中堅企業を除く）	113	3.5
中堅企業	371	11.6
中小企業	2,712	84.9
中小企業（小規模企業者を除く）	1,079	33.8
小規模企業者	1,633	51.1

調査結果のポイント

1 海外ビジネスの見通し

- 企業が今後3年で**最も重視する輸出先は、米国が首位。中国を初めて上回る**。台湾やインドを選ぶ企業の割合も大幅に増加。ターゲット市場の分散、多角化を図る動きが背景に。
- **海外拠点の事業拡大意欲は前年から上向く**。今後の事業拡大先では、前年に続き米国が首位。大企業では、インドが首位となった。
- 中国で既存ビジネスの拡充や新規ビジネスを検討する企業は、全体の3分の1で過去最低に。一方、**中国進出企業や中国へ輸出を行う企業では、半数以上が既存ビジネスの拡充を見込む**。

2 サプライチェーンの見直し

- 2023年以降、**約7割の企業が、販売・調達・生産戦略において何らかの見直しを実施**。
- コスト増を理由に調達先の分散が進展。今後注力・注目する海外調達先は「中国」との回答が最多。
- 円安の進行は43%の企業にマイナスの影響。17%にプラスの影響。望ましい為替レートは120～124円との回答が最多。**長期化する円安へ徐々に対応が進む**。

3 時代や社会の要請に応じたビジネス変革

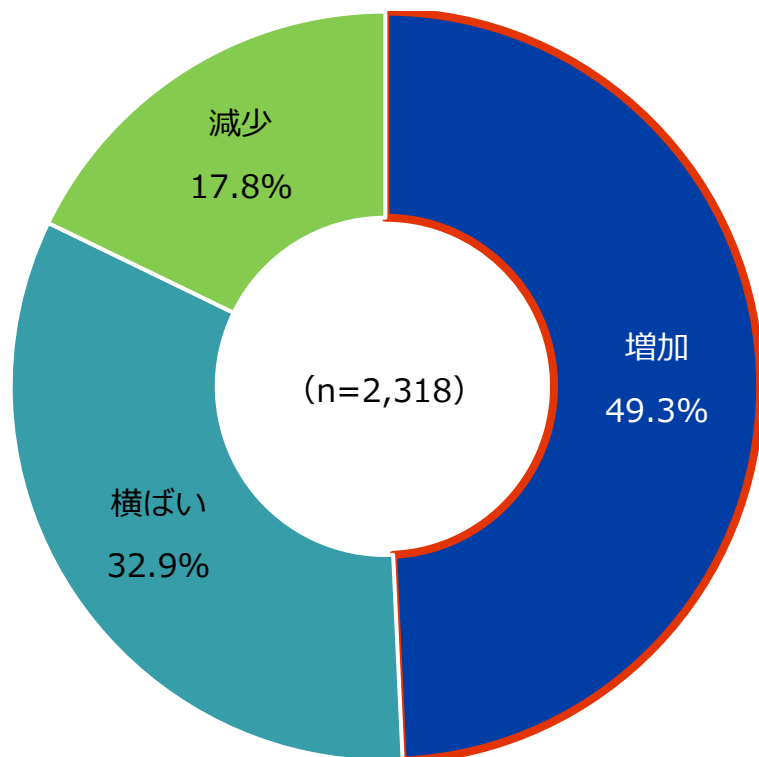
- **DXに取り組む企業は2年連続で拡大**。現場の作業効率化やデータ活用による市場開拓を狙う。
- 人権尊重の取り組みは大企業が牽引。半面、中小企業の取り組みは進まず。
- **脱炭素化への取り組みは、前年から進展見られず**。大企業では、脱炭素化に取り組む企業が8割近くに達するも、中小企業では同4割を下回る。

I. 海外ビジネスの見通し

1 | 輸出を増やす企業は5割を維持、地政学の影響も

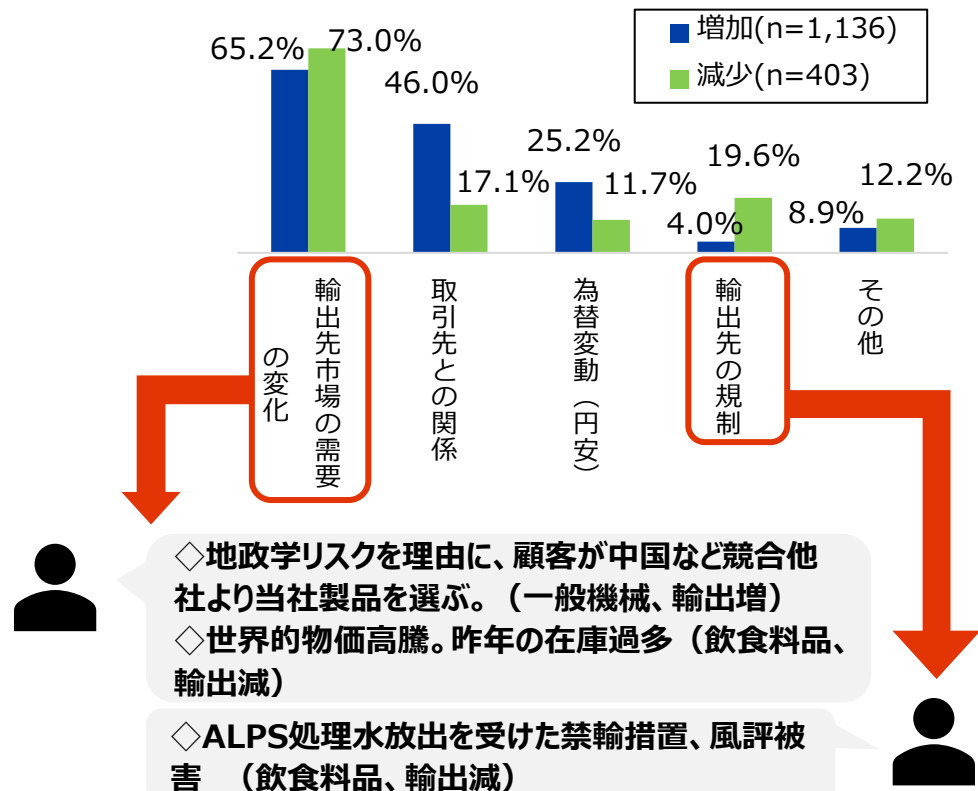
- 2023年の輸出見通しについて、**約5割の輸出企業が前年比で輸出数量が「増加」と回答**。一方、「減少」との回答は2割を下回る。「増加」、「減少」の回答割合は、いずれも前年からほぼ横ばい。
- 現地市場の需要には、地政学リスクやインフレなど複数の要因が影響。また、中国による輸入制限措置を受けて、輸出が減少する見通しの企業もみられる。

2023年の輸出見通し（前年比、数量ベース）



(注) nは本調査の全回答企業のうち、自社による直接輸出または他社を通じた間接輸出を行っている企業であって、無回答を除いた企業数。

輸出見通しの要因（見通し別〔増加・減少〕、複数回答）

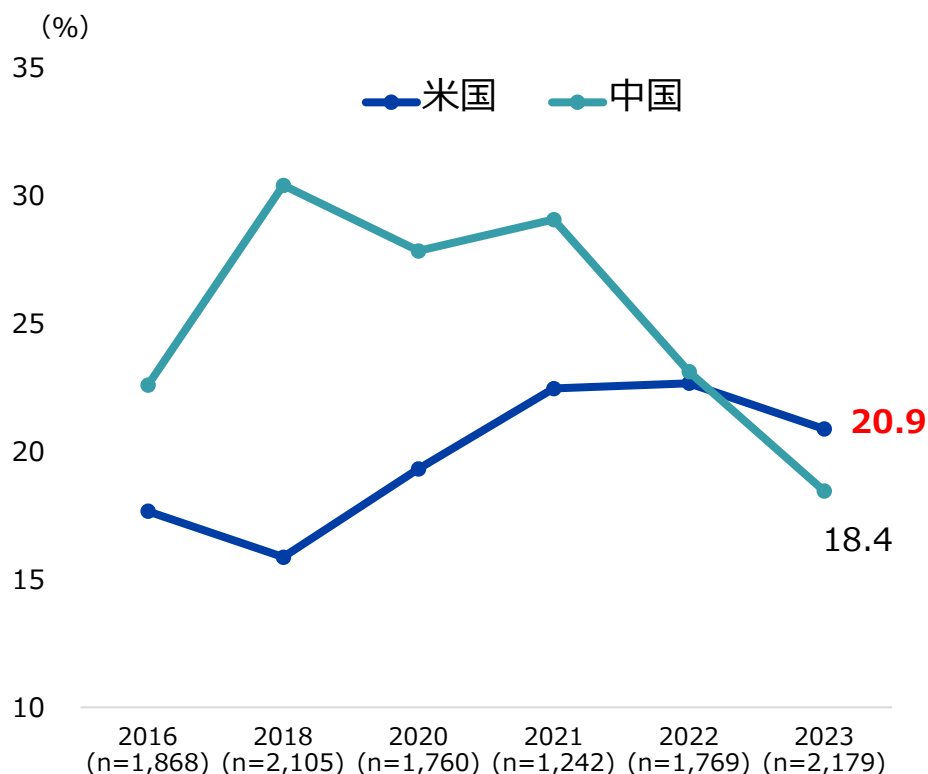


(注) nは輸出見通しを「増加」「減少」と答えた企業のうち、無回答を除いた企業数。

2 | 最も重視する輸出先は米国がトップ、中国を上回る

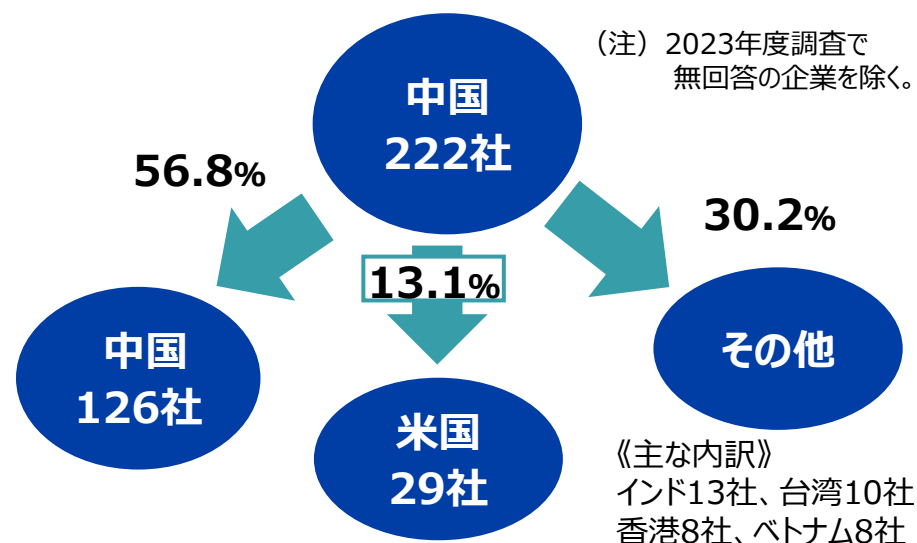
- **最重要な輸出先では「米国」との回答が2割超で最大。比較可能な2016年以降で、中国が初めて首位を譲る。**
- 前年調査で「中国」を選択した企業のうち、4割強が中国以外の輸出先を選択。米国やインド、台湾など第3国・地域を選ぶ動きが増加。飲食料品、商社・卸売、機械などの業種で、最重要市場を中国以外に変更する企業が目立つ。

今後最重要と考える輸出先（米国、中国、時系列）



(注) 2017年、2019年は同じ設問で調査を実施せず。無回答の企業を除く。

最重要輸出先の変更（連続回答企業）
（2022年〔中国〕→2023年〔主な回答〕）



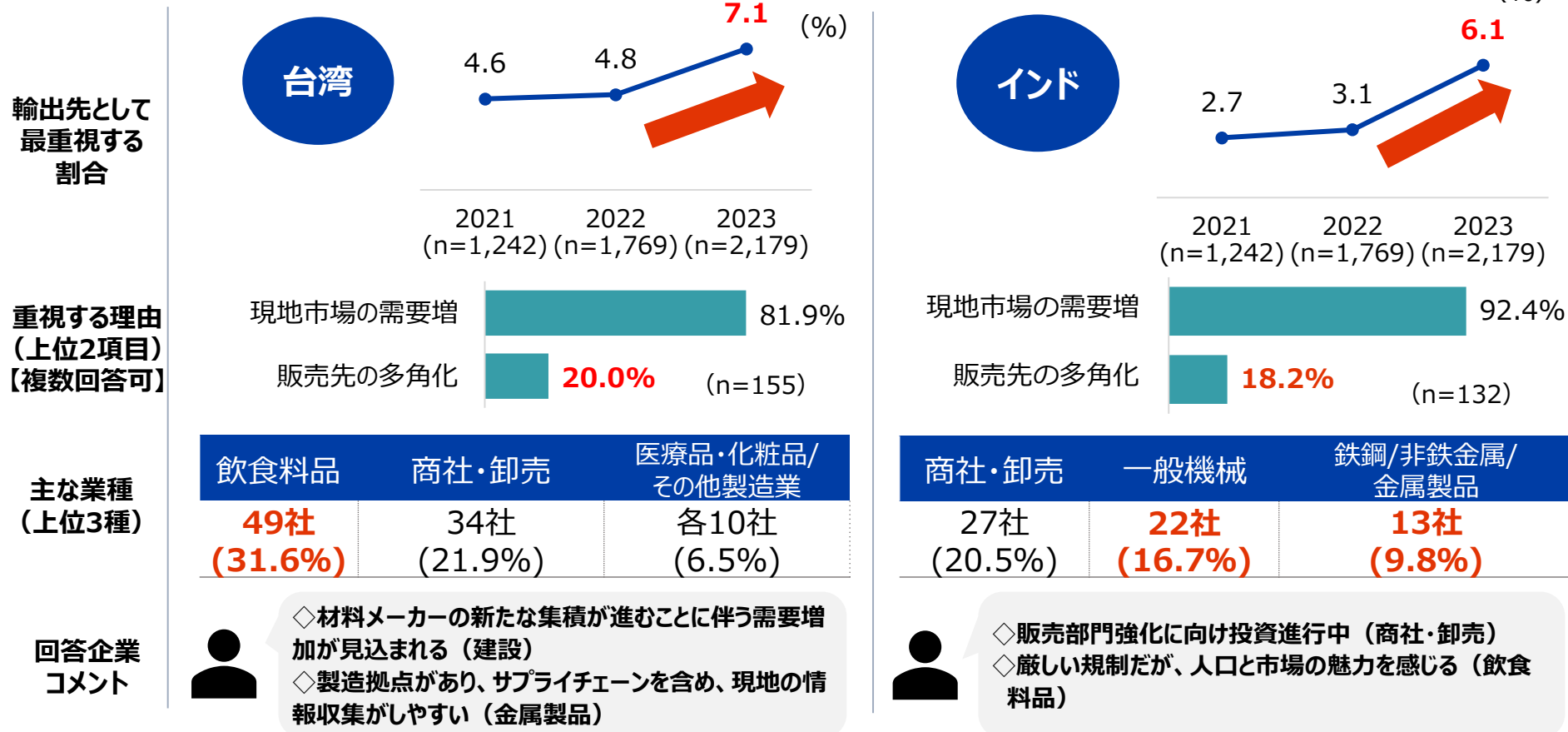
主な業種（2022年〔中国〕→2023年〔中国以外〕）

業種	企業数	主な変更先
飲食料品	26社	米国（11社）、台湾（3社）
商社・卸売	20社	インド（4社）、台湾・タイ（各3社）
一般機械/ 電気機械	15社	インド（5社）ほか

3 | 輸出市場の多角化で、台湾やインドに熱視線

- 輸出先として**最も重視する国・地域のうち、過去3年間で、インドと台湾を選択する企業の割合が増加。**
- それぞれの市場での需要増のほか、販路を拡大する中で、輸出市場の**多角化を目指す動機**が目立つ。台湾は飲食料品など消費市場向けの業種で、インドは製造業関連で、それぞれ重視する企業の割合が高い。

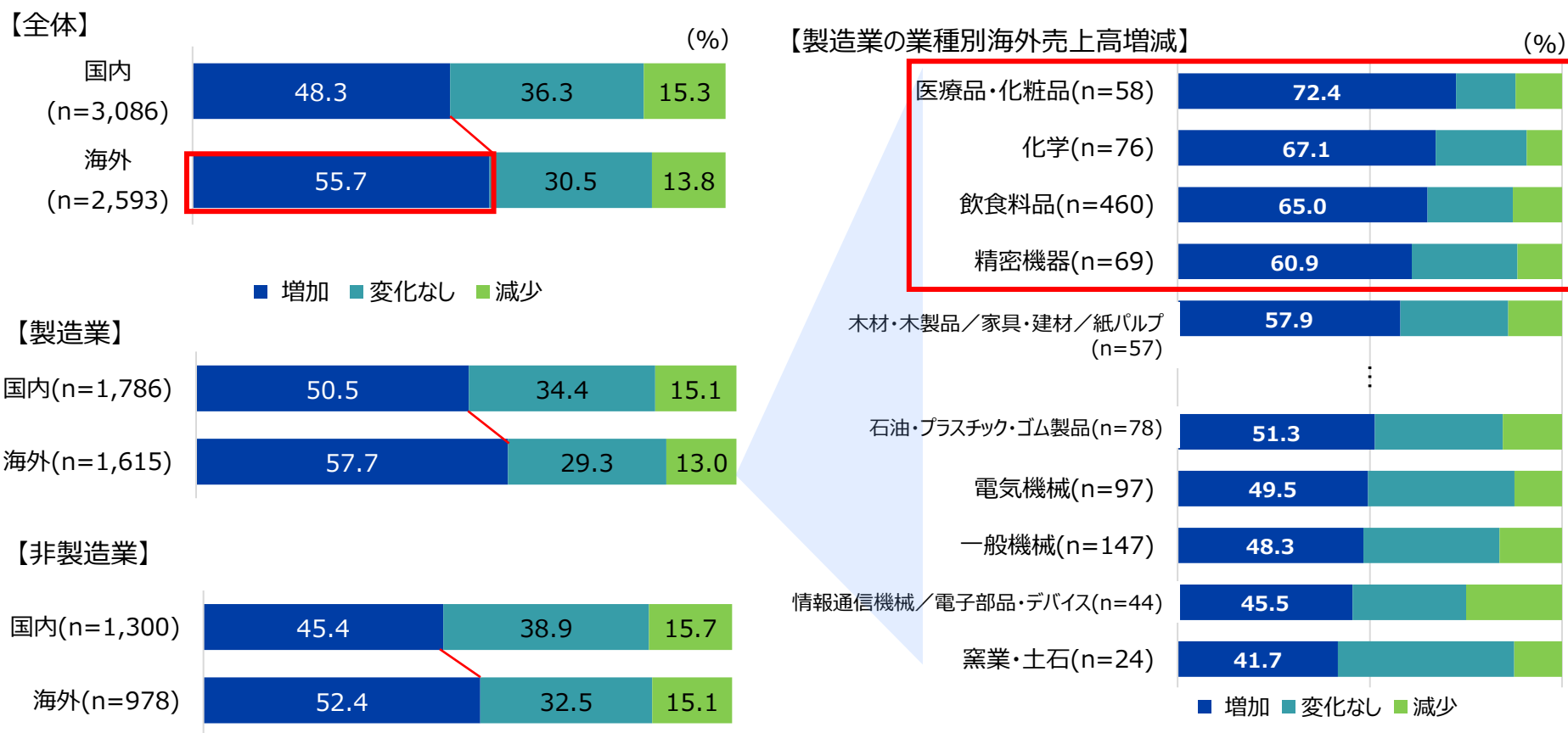
今後最重要と考える輸出先（台湾・インド）



4 | 2024年度の海外売上高、5割超の企業が増加を見込む

- 2024年度の海外売上高について、前年比で「増加」を見込む企業の割合は全体の55.7%。国内で売上高増加の見込む企業の割合を7.3ポイント上回った。特に製造業で、海外売上高の増加を見込む割合が高い。
- 医療品・化粧品、化学、飲食料品、精密機器では、6割以上が増加を見込む。

2024年度の国内・海外売上高増減（対2023年度）



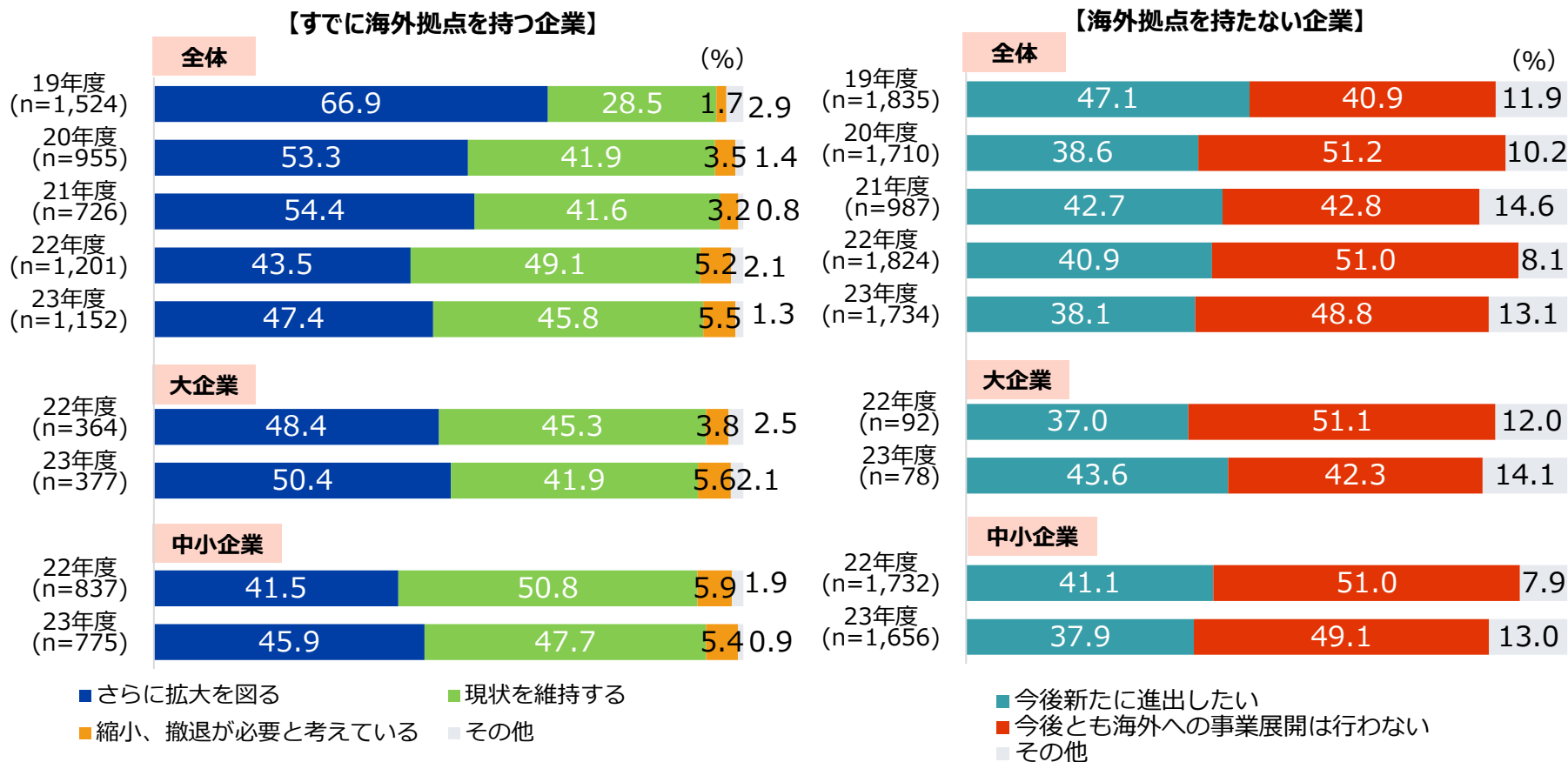
(注) nは無回答を除いた企業数。海外のnは輸出、または海外進出を行っている企業数。

(注) 増加割合が多い順に上位5業種、下位5業種を掲載。

5 海外拠点のビジネス拡大意欲、やや上向く

- 今後3年程度の海外進出方針は、すでに海外拠点を持つ企業の47.4%が「さらに拡大を図る」と回答、前年（43.5%）からやや上向く。
- 海外拠点を持たない企業では、「新たに進出したい」とする企業が約4割と横ばい。中小企業でより強い慎重姿勢。

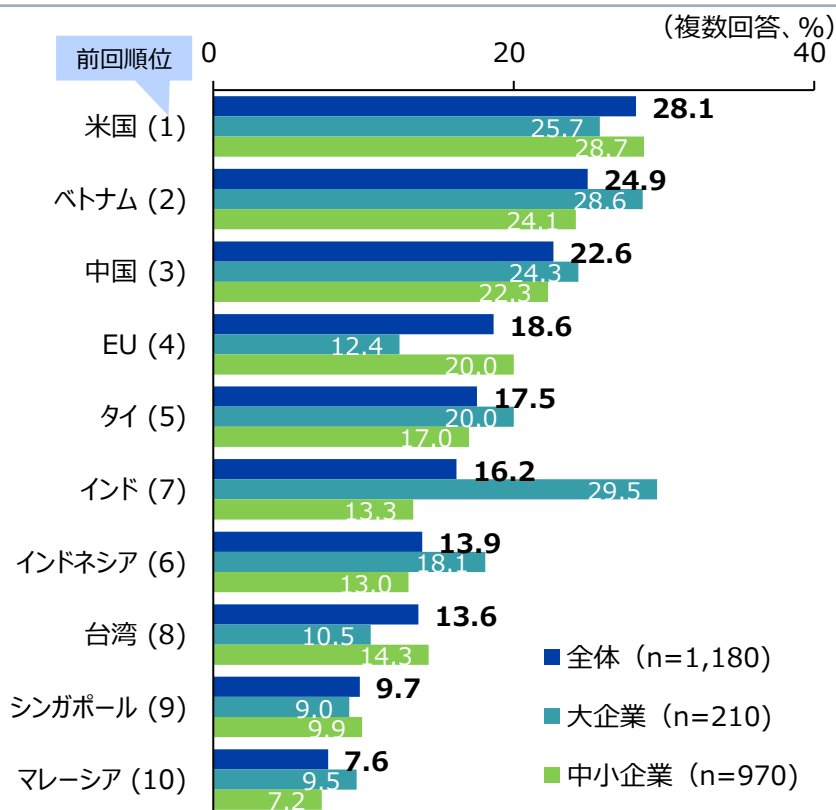
今後の海外進出方針



6 | 今後の事業拡大先、米国がトップ、ベトナムが続く

- 今後、海外で事業拡大を図る国・地域では、米国（28.1%）の回答比率が最も高く、ベトナム、中国が続く。大企業ではインド（29.5%）の回答比率がベトナム（28.6%）、米国（25.7%）を上回り首位に。
- 業種別では、電気機械、自動車・同部品/その他輸送機器、建設でインドでの事業拡大意欲が最大。

今後の事業拡大先（上位10カ国・地域）



今後の事業拡大先（業種別）

(複数回答、%)

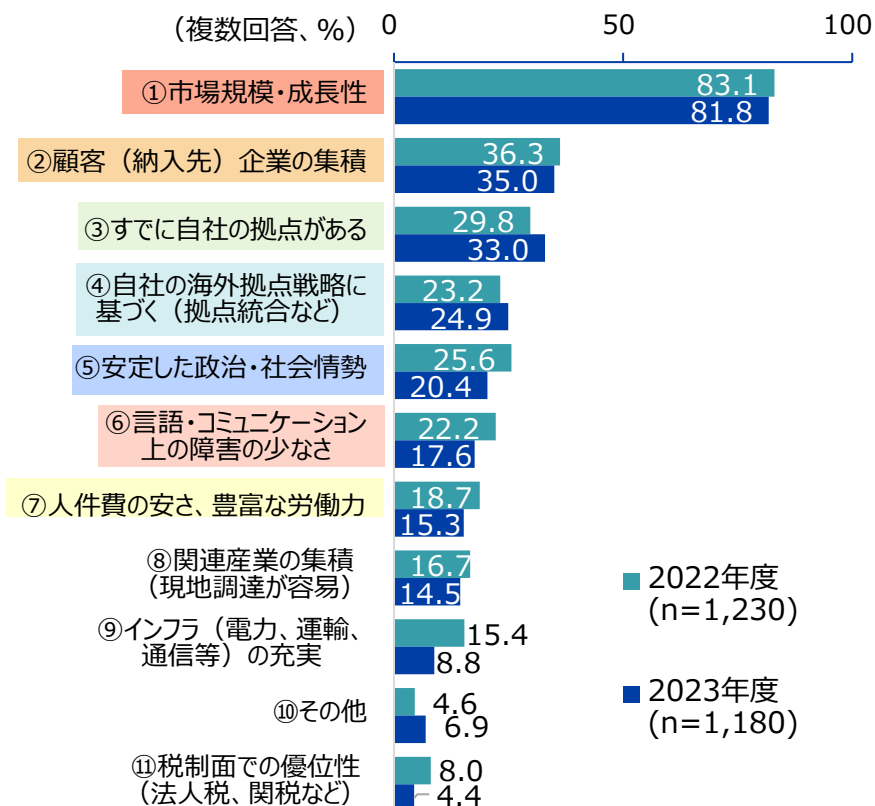
業種	回答比率首位	比率 (%)
飲食料品 (n=174)	米国	42.5
繊維・織物/アパレル (n=42)	EU	35.7
木材・木製品/家具・建材/紙パルプ (n=29)	米国	34.5
化学 (n=42)	米国	38.1
医療品・化粧品 (n=32)	中国/台湾/タイ	25.0
石油・プラスチック・ゴム製品 (n=35)	米国	34.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=79)	ベトナム	35.4
一般機械 (n=56)	米国	42.9
電気機械 (n=50)	インド	32.0
情報通信機械/電子部品・デバイス (n=20)	米国	40.0
自動車・同部品/その他輸送機器 (n=32)	インド	34.4
精密機器 (n=26)	中国	34.6
商社・卸売 (n=275)	ベトナム	28.0
小売 (n=47)	米国/中国	23.4
建設 (n=27)	インド	25.9
運輸 (n=26)	ベトナム	30.8
通信・情報・ソフトウェア (n=32)	ベトナム	37.5

(注) ① nは「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」、「現在、海外に拠点は無いが、今後新たに進出したい」と回答し、かつ事業拡大先（最大3つ）につき回答した企業数。② 国・地域別の比率は、選択理由と共に回答した企業数の比率。国・地域名の括弧内は2022年度調査の順位。③ (右表) 業種ごとの n に対する比率。20社未満除く。

7 | 事業拡大先の選択理由は「市場規模・成長性」が最大

- 今後の事業拡大先の選択理由は、81.8%が「市場規模・成長性」と最大。インドでは9割超の企業が期待。
- ベトナム、中国では「すでに自社の拠点がある」が続く。ベトナムは「人件費の安さ、豊富な労働力」（27.6%）も主な選択理由に。

事業拡大先の選択理由（全体）



事業拡大先（上位10カ国・地域）別の選択理由

(複数回答、%)

	米国 (n=332)	ベトナム (n=294)	中国 (n=267)	EU (n=220)	タイ (n=207)
①	86.1	76.9	81.3	75.5	66.2
②	30.4	31.6	38.6	28.6	33.8
③	23.8	27.6	27.0	18.6	31.9
④	19.3	22.8	24.0	15.5	23.2
⑤	19.0	20.1	13.9	14.1	15.5
⑥	19.3	22.8	24.0	15.5	23.2
⑦	19.9	18.3	14.9	14.8	20.0
⑧	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9
⑨	19.9	18.3	14.9	14.8	20.0
⑩	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9
⑪	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9

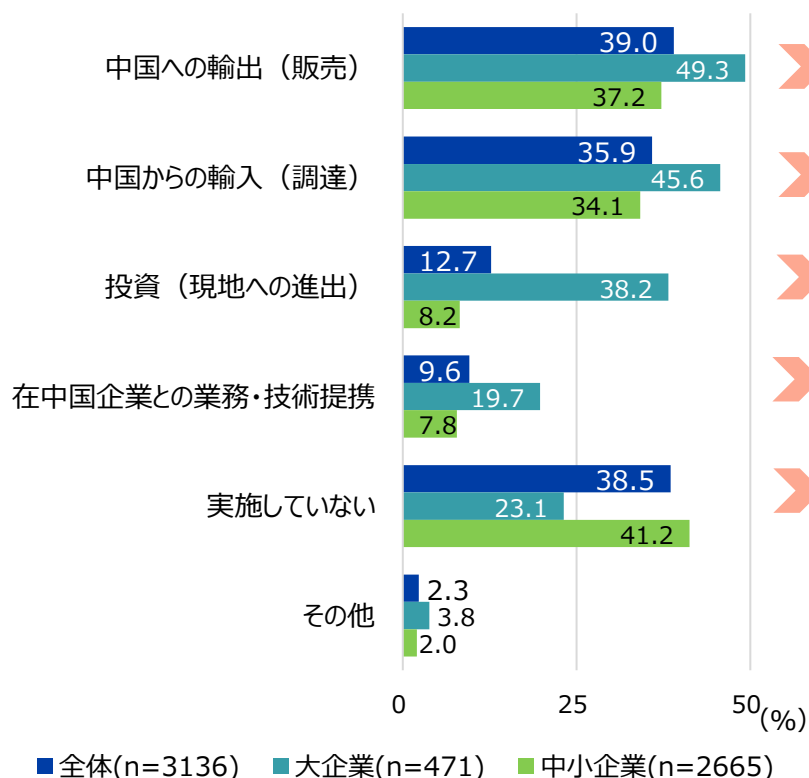
	インド (n=191)	インドネシア (n=164)	台湾 (n=161)	シンガポール (n=115)	マレーシア (n=90)
①	93.7	82.9	66.5	59.1	66.7
②	25.7	25.0	29.2	32.2	28.9
③	25.7	19.5	15.5	20.0	25.6
④	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9
⑤	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9
⑥	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9
⑦	19.9	18.3	14.9	14.8	20.0
⑧	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9
⑨	19.9	18.3	14.9	14.8	20.0
⑩	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9
⑪	19.4	14.6	13.7	14.8	18.9

(注) ① nは「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」、「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」と回答し、かつ事業拡大先（最大3つ）につき回答した企業数。②（右表）国・地域ごとの回答企業数に対する比率（選択理由と合わせて国・地域を回答した企業のみ）。太字は20%以上、赤字は80%以上。

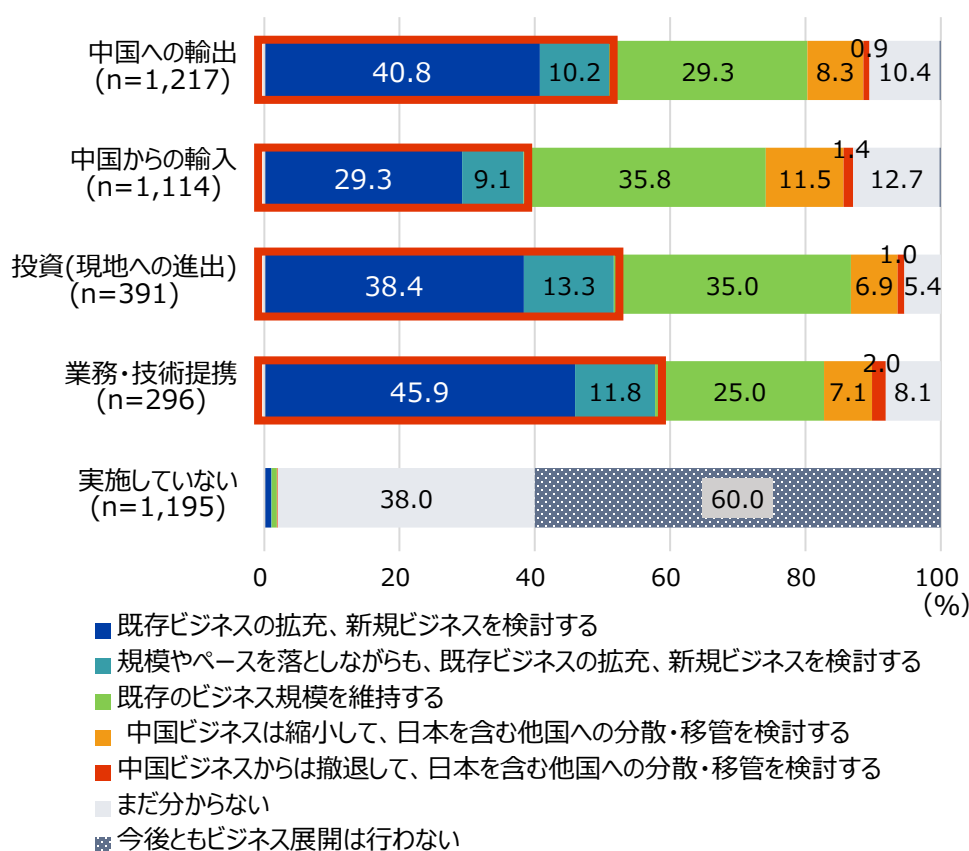
8 | 今後の対中国ビジネス展開の方針、大きく分かれる

- 中国との間で、輸出入、投資、技術提携など、**何らかのビジネスを行っている企業の割合は61.5%**。大企業では約4割（38.2%）が中国に進出済み。他方、中小企業の同割合は8.2%にとどまる。
- 現状で**中国向け輸出、投資、業務・技術提携を行っている企業は、いずれも5割以上が、現状の中国ビジネスを拡充する方針**を示す。既存の対中ビジネスがない企業の6割は、今後もビジネス展開を行わない意向。

既存の中国ビジネスの状況（全体）



今後の中国ビジネス展開の方針（既存のビジネス形態別）



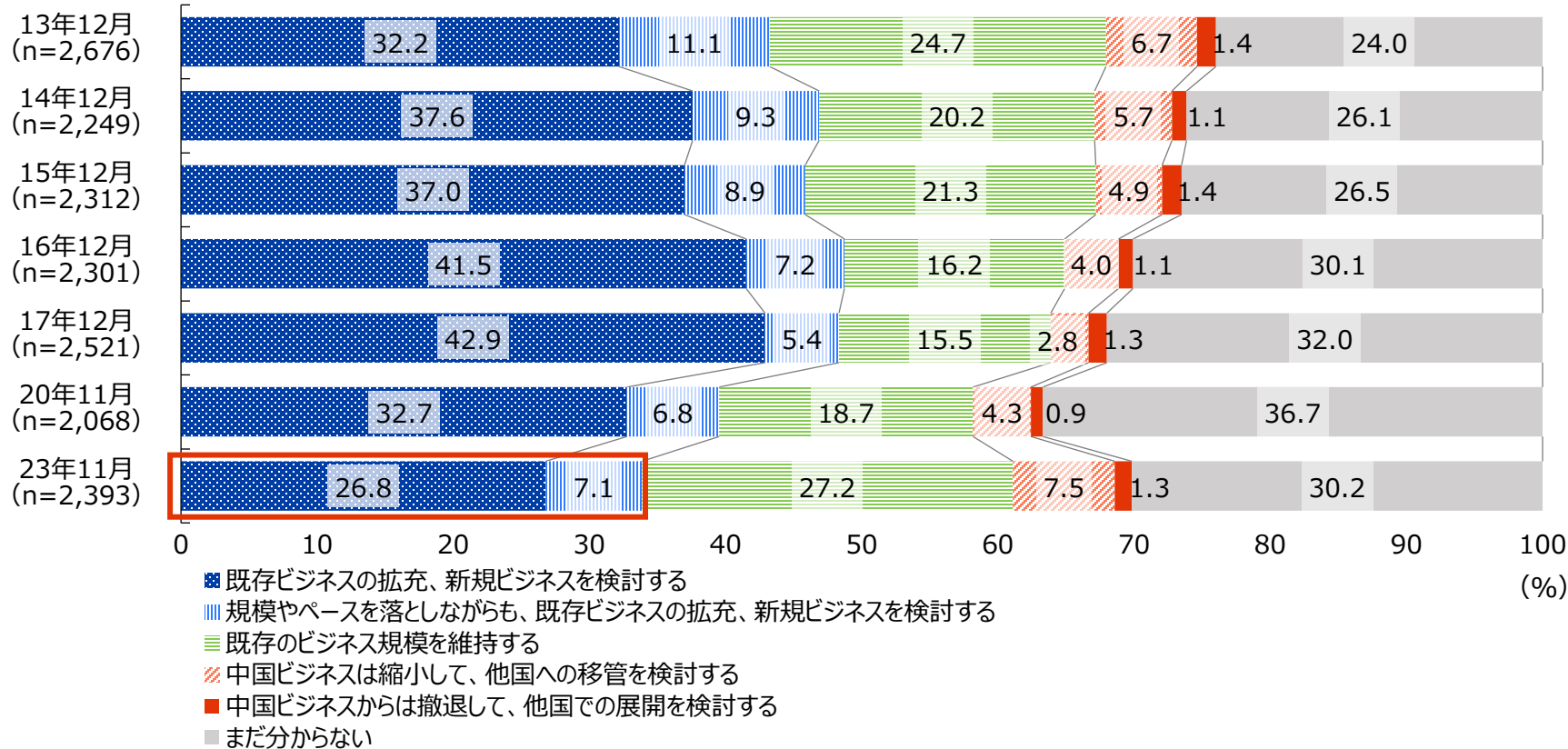
(注) 左図は「実施していない」を除き、複数回答。無回答は集計対象から除く（左図、右図とも）。

9 | 中国ビジネスに対する意欲、過去10年で最低

- 中国で既存ビジネスの拡充や新規ビジネスを検討する企業の割合は33.9%。**同条件で比較可能な2013年12月以降で最小**となる一方、既存のビジネス規模を維持する企業の割合（27.2%）は同最大。
- 中国ビジネスの縮小や撤退を検討する企業の割合は全体の1割未満。**撤退の検討はわずか1.3%**にとどまる。

今後の中国ビジネス展開の方針（全体）

調査時期



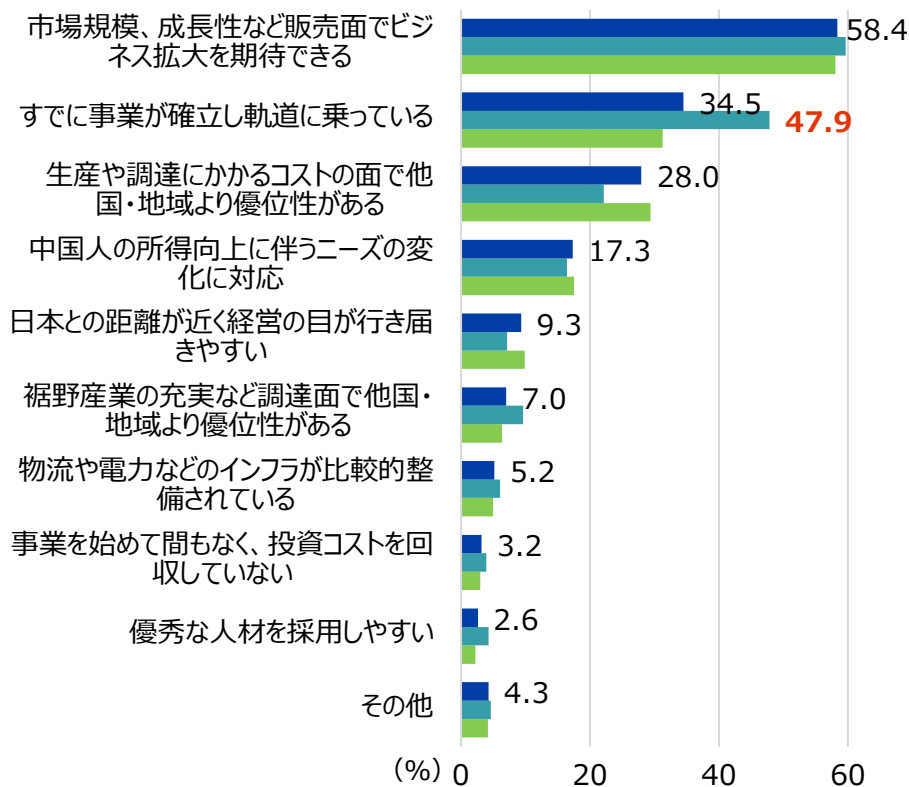
(注) ①集計対象 (n) は全回答企業ベース（既存で中国ビジネスを実施していない企業も含む）から「今後ともビジネス展開は行わない」と無回答は集計対象から除く。

②18年度、19年度、21年度、22年度は本設問を設けていない。

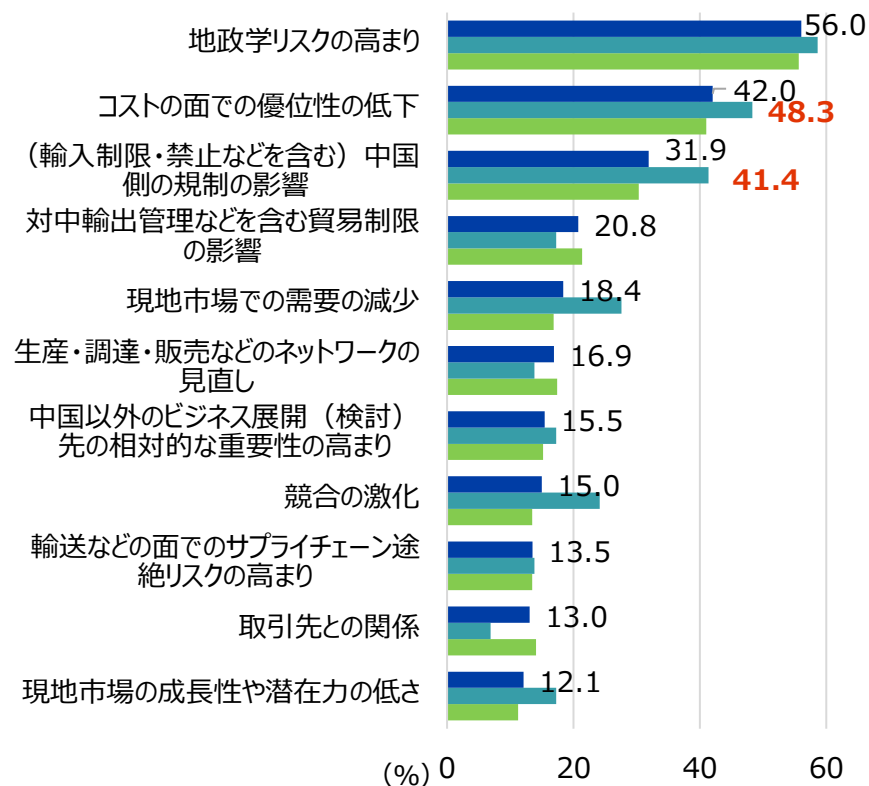
10 | 対中ビジネスを縮小する企業、地政学リスクの高まりを懸念

- 中国ビジネスを拡充・維持する理由（有効回答1,444社）として、**市場規模・成長性を挙げる企業は約6割**（58.4%）で最大。また大企業ではすでに事業が軌道に乗っていることを理由とする企業が約5割。
- 一方、**縮小・撤退の理由（有効回答207社）では「地政学リスクの高まり」が56.0%**で最も高い。

中国ビジネスを拡充・維持する理由（複数回答）



中国ビジネスを縮小・撤退する理由（複数回答）



■ 全体(n=1,444) ■ 大企業(n=280) ■ 中小企業(n=1,164)

■ 全体(n=207) ■ 大企業(n=29) ■ 中小企業(n=178)

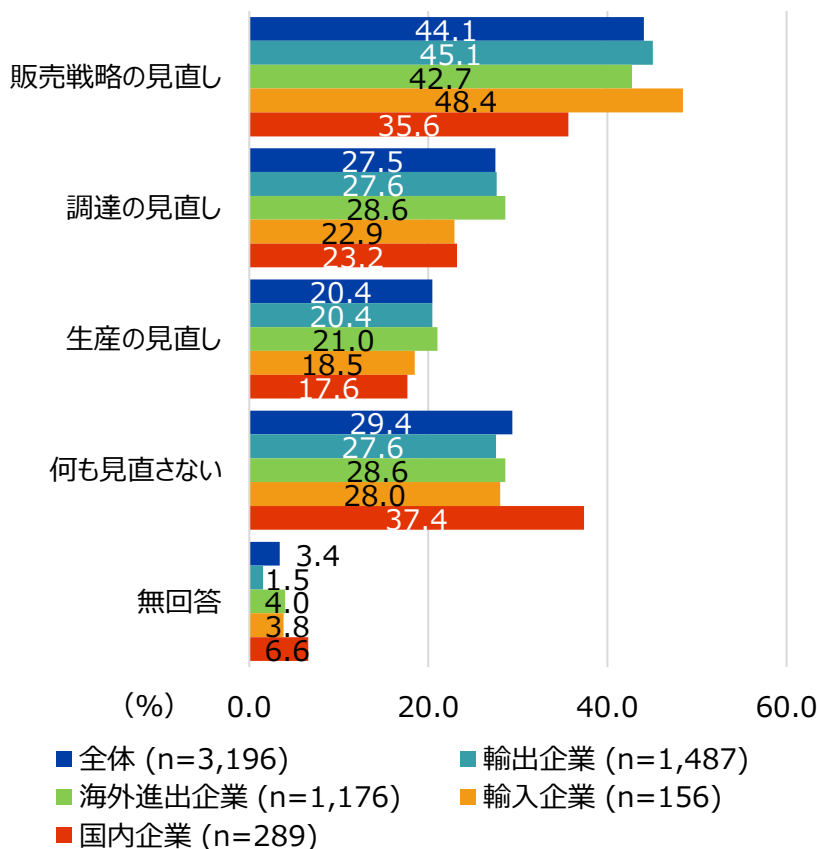
（注）左図のnは中国ビジネス展開の方針で、拡充、新規ビジネスの検討、既存のビジネス規模を維持すると回答した企業。右図のnは、中国ビジネスを縮小して他国への移管を検討する企業、撤退して他国での展開を検討する企業。無回答は集計対象から除く（左図、右図とも）。

Ⅱ. サプライチェーンの見直し

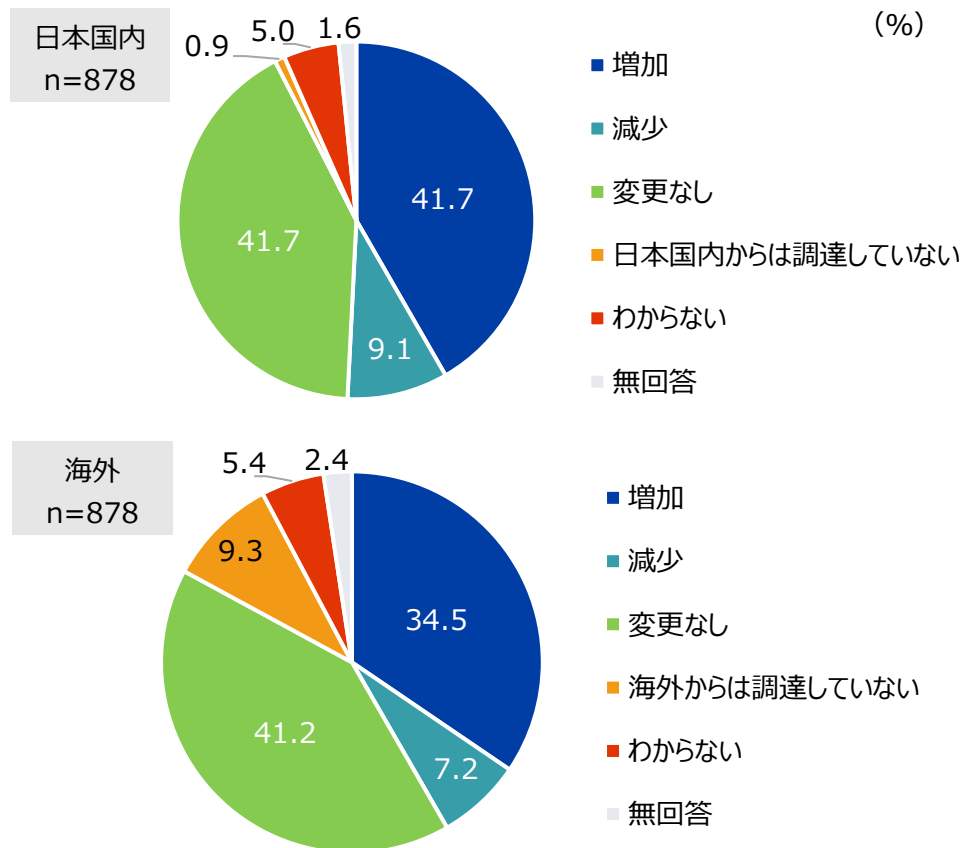
1 | 約3割の企業が調達方針を見直し

- **約7割の企業が**、2023年以降に販売戦略、調達、生産の**何らかの方針の見直しを行った**と回答。
- 「調達の見直し」を行ったと回答した企業は**約3割**。うち、日本国内および海外の取引先（調達先）の数の変更について聞いたところ、日本国内の調達は約5割、海外からの調達は約4割に増減が発生した。

2023年以降に何らかの方針の見直しを行った企業
(進行中および今後1年以内の着手予定含む)



主要な原材料・部品／製品について、
取引先（調達先）数の変更を行った企業

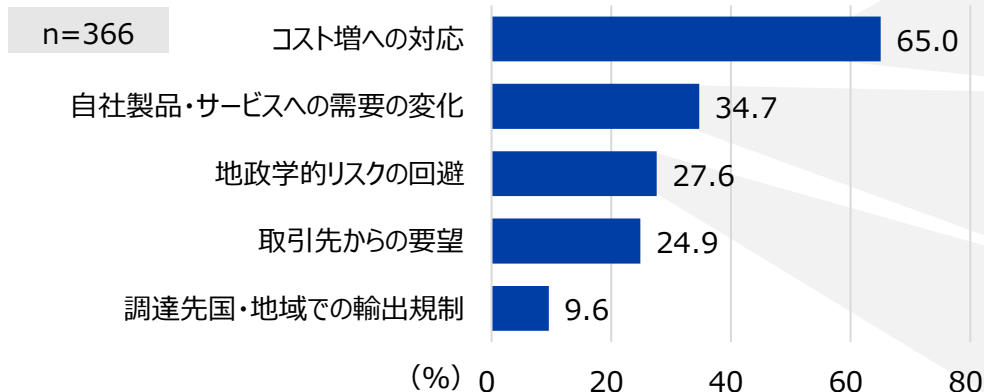


(注)nは「調達の見直し」を行うと回答した878社。

2 | コスト増への対応が取引先数増加の主要因

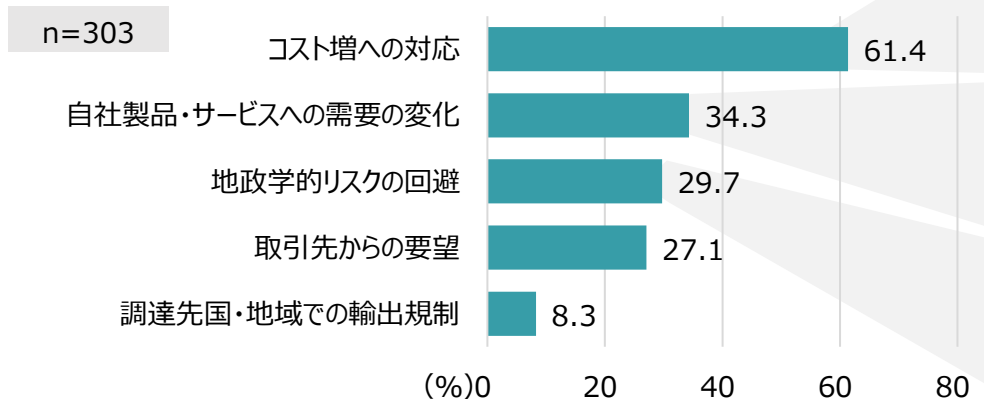
- 取引先数を「増加させる」理由は、日本国内の取引先、海外の取引先ともに「コスト増への対応」が最も高い。
- 特に、「コスト増への対応」は製造業の回答割合が高く、日本国内では71.6%、海外では68.4%と、非製造業に比べてそれぞれ16.9ポイント、19.3ポイント高かった。

日本国内の取引先の数を増加させる理由（上位5項目）



自動車・同部品／その他輸送機器 (n=11)	81.8%
電気機械 (n=16)	81.3%
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=32)	78.1%
石油・プラスチック・ゴム製品 (n=10)	50.0%
商社・卸売 (n=100)	46.0%
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=32)	37.5%
自動車・同部品／その他輸送機器 (n=11)	63.6%
精密機械 (n=12)	58.3%
化学 (n=12)	36.4%

海外の取引先の数を増加させる理由（上位5項目）



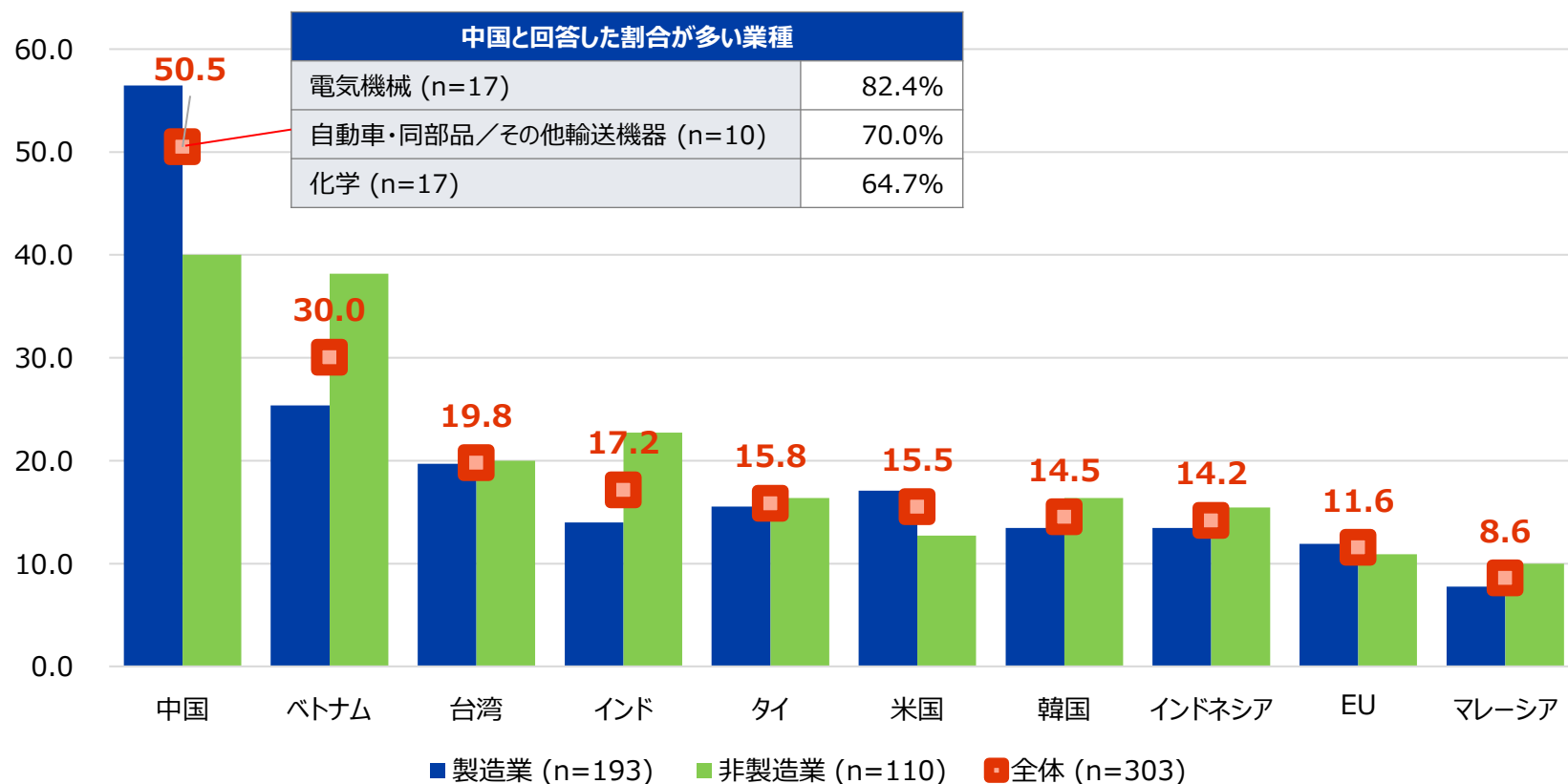
石油・プラスチック・ゴム製品 (n=11)	90.9%
自動車・同部品／その他輸送機器 (n=10)	90.0%
一般機械 (n=22)	86.4%
情報通信機械／電子部品・デバイス (n=11)	54.5%
電気機械 (n=17)	52.9%
商社・卸売 (n=84)	44.0%
自動車・同部品／その他輸送機器 (n=10)	60.0%
化学 (n=17)	47.1%
飲食料品 (n=35)	34.3%

(注) 右表のnは各項目の上位3業種 (n≥10のみ)。その他製造業、その他非製造業を除く。

3 海外調達を増やす企業は中国を重視

- 海外からの取引先数を「増加」と答えた企業のうち、**今後調達先として注力・注目している国・地域として50.5%が「中国」と回答**。中でも、「電気機械」が82.4%と最も高かった（n=10以上の業種中）。
- 非製造業では、ベトナム（38.2%）、インド（22.7%）が製造業に比べて高い比率となった。

調達先として、特に注力する／注目している国・地域（上位10カ国・地域）

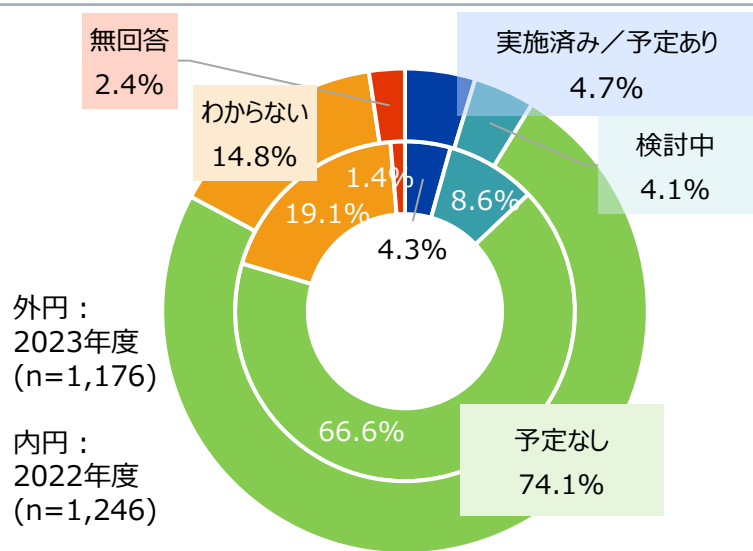


(注) ① nは海外からの取引先数の変化について、「増加」と答えた303社。②中国と回答した割合が多い業種はn≥10の業種のみ。

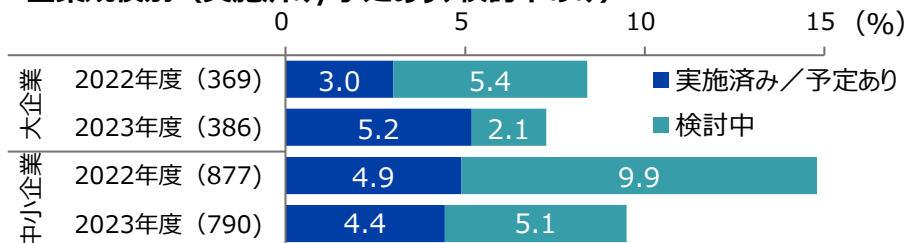
4 | 海外ビジネスの国内移管を実施、予定あり企業は前年並み

- 海外ビジネス（一部含む）の国内拠点への移管を「実施済み／予定あり」とする企業は4.7%と前年（4.3%）並み。大企業では5.2%と前年（3.0%）からやや上昇。
- 国内移管の最大の背景は、「進出先のビジネスコストの増加」（55.3%）。大企業では「進出先のビジネス環境の変化」が続く。中小企業では「地政学的リスクの回避」も契機に。

海外ビジネスの国内拠点への移管

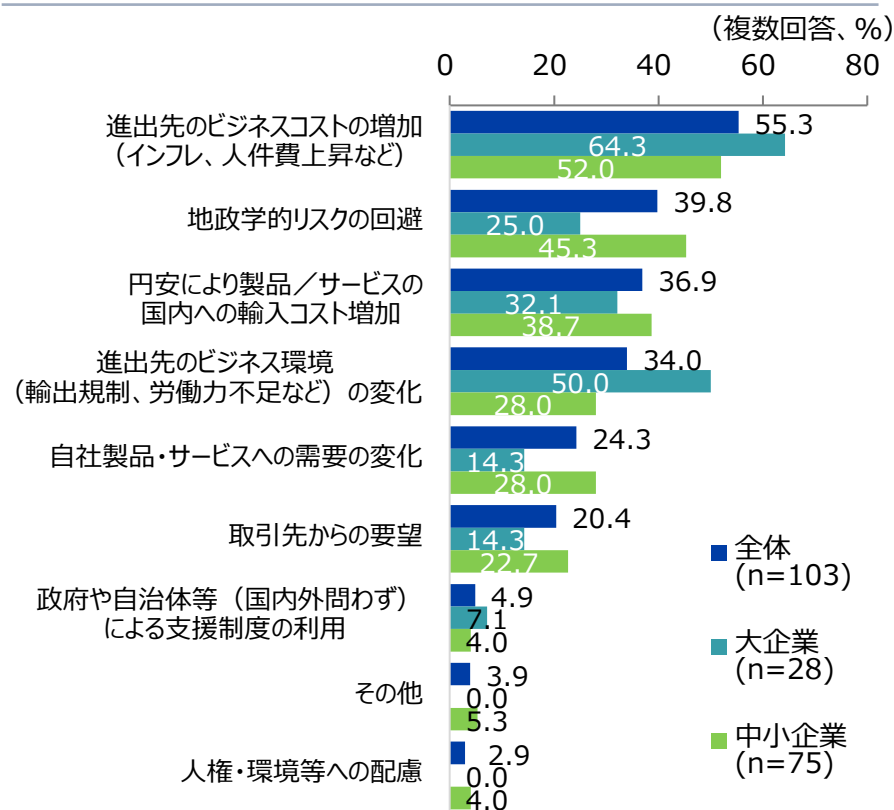


企業規模別（実施済み／予定あり、検討中のみ）



(注) いずれもn（※下図は括弧内）は現在、海外に拠点がある企業。

国内拠点への移管の背景

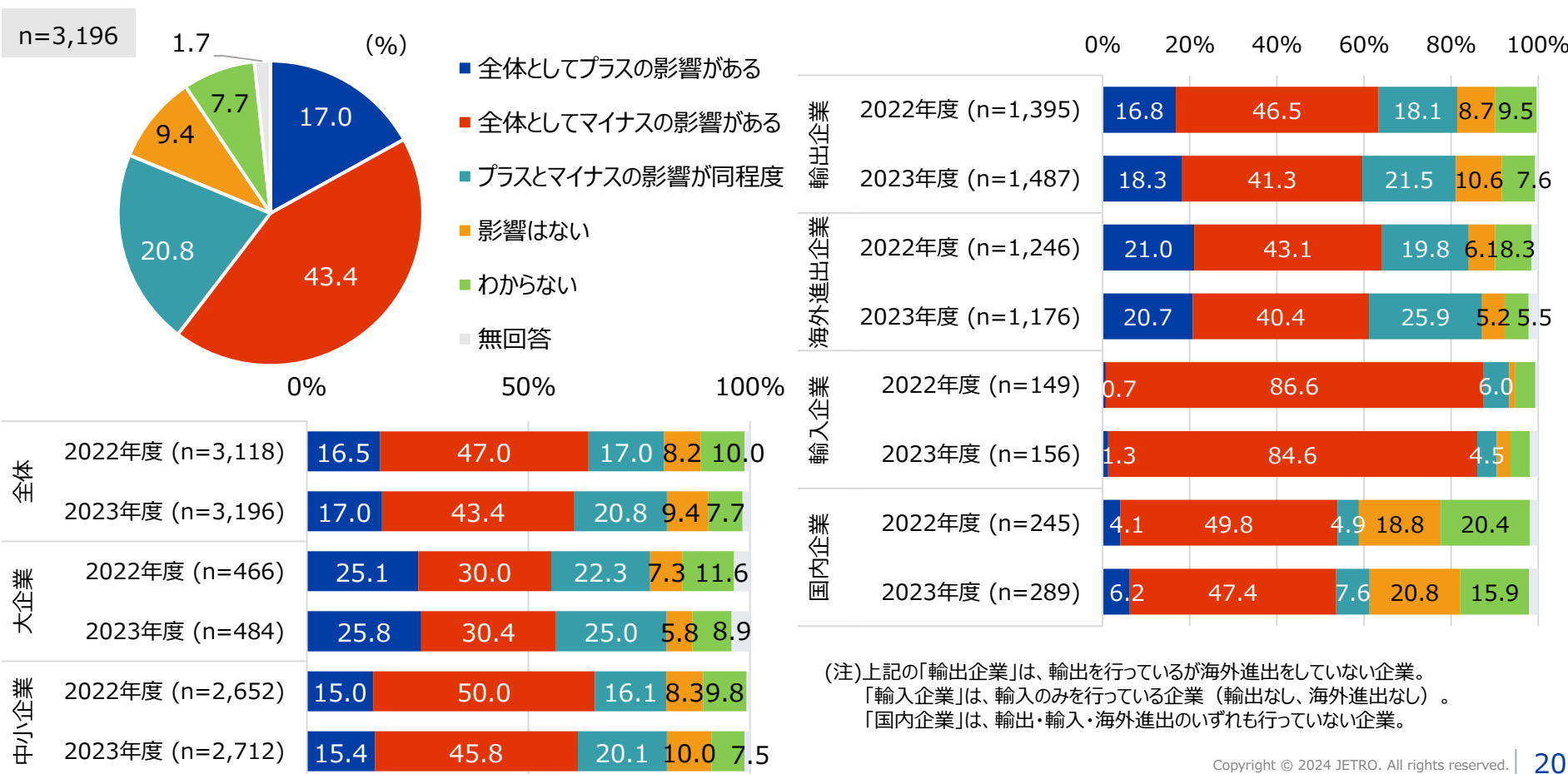


(注) nは海外ビジネスの国内拠点への移管を「実施済み／予定あり」、「検討中」と回答した企業。

5 | 円安による業績へのマイナス影響、やや和らぐ

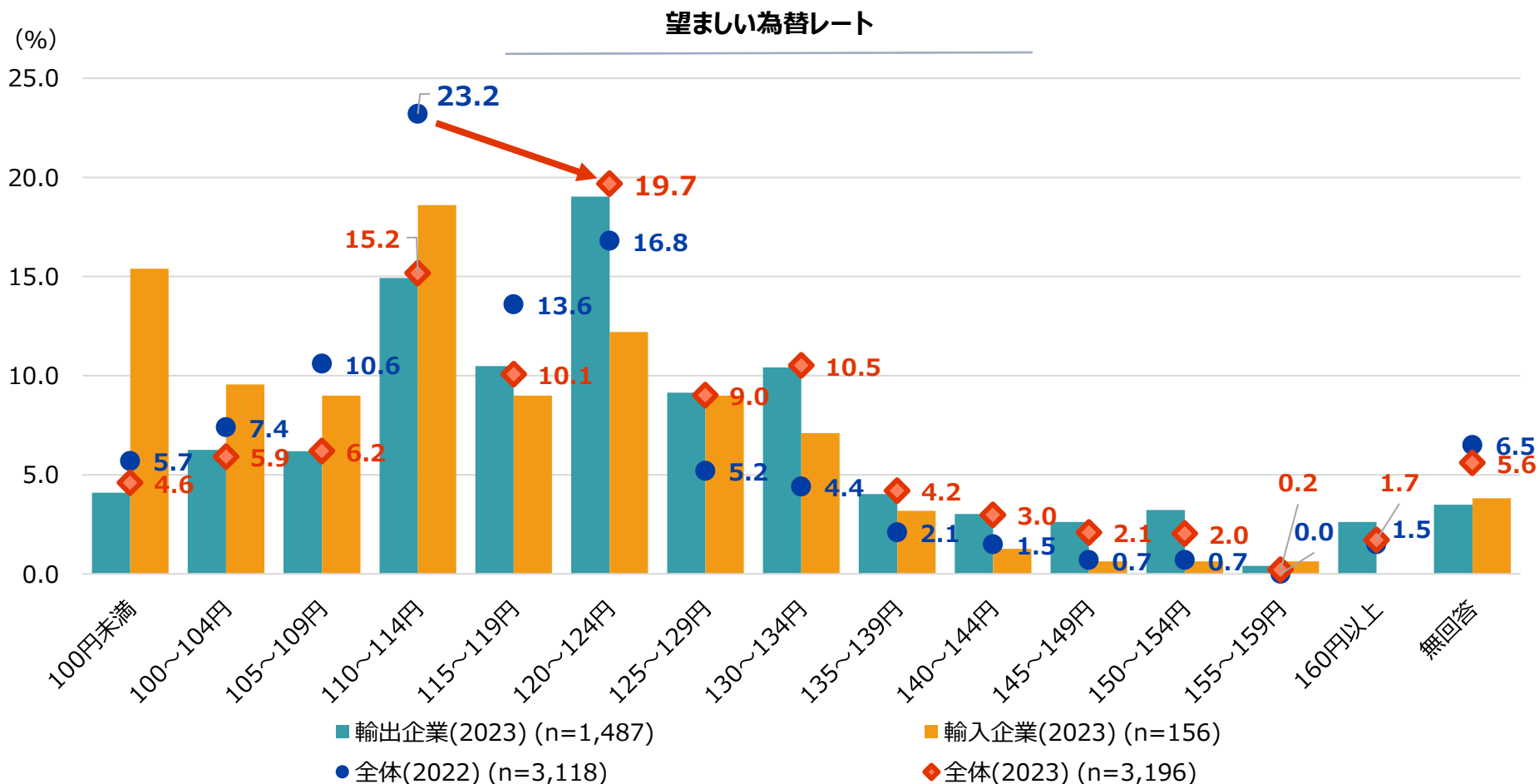
- **円安の進行が2023年の業績に与える影響について、「全体としてマイナスの影響がある」と答えた企業は43.4%**と、前年調査（47.0%）から3.6ポイント減少。「プラスとマイナスの影響が同程度」が3.8ポイント増。
- 業態別では、輸出企業のマイナス影響が5.2ポイント減少し、プラスの影響への移行がみられる。

円安の進行が2023年の業績に与える影響



6 | 望ましい為替レートは120～124円が最多、円安傾向へ

- **望ましい為替レートは120～124円**が全体の19.7%と最も多く、前年調査（16.8%）から2.9ポイント増加した。130～134円は前年から6.1ポイント増と最も増加幅が大きかった。
- 前年調査と比較すると、望ましい為替レートは円安傾向へシフトしている。長期化する円安への対応と推測できる。

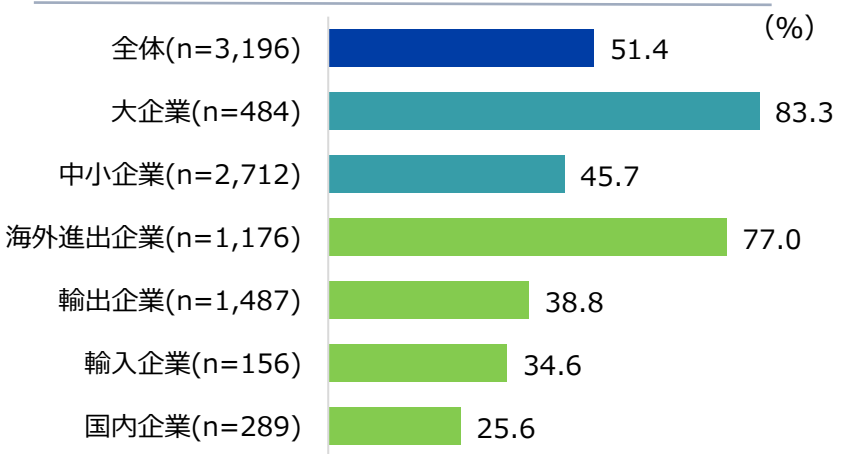


Ⅲ.時代や社会の要請に応じたビジネス変革

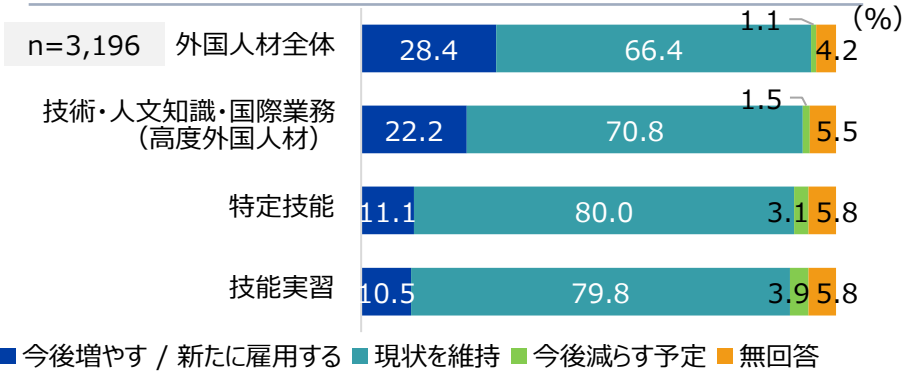
1 | 3割弱の企業が今後外国人材を増やす・新たに雇用する予定

- **外国人材を雇用する企業の割合は51.4%と、前年（51.5%）から横ばい。** 常時雇用従業員数に占める外国人材の割合は、大企業に比べ、中小企業のほうが高い。
- 今後2～3年の外国人材の雇用方針では、「今後増やす/新たに雇用する」が全体で28.4%。今後、**新たに海外進出や海外ビジネスの拡大を目指す企業は、外国人材の雇用にも意欲的。**

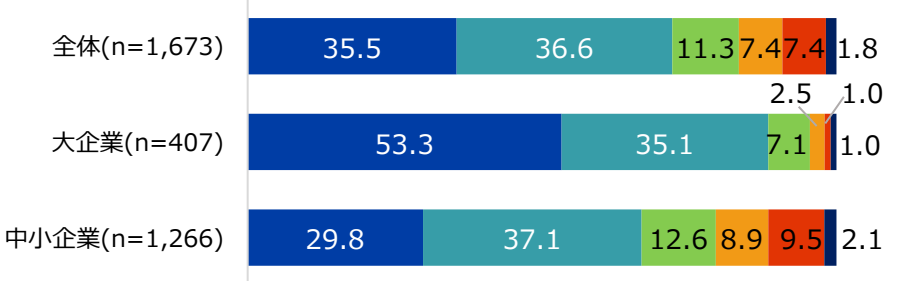
外国人材を雇用する企業の割合



外国人材雇用の今後（2～3年）の予定



外国人社員の割合



今後の海外進出方針と外国人材雇用の予定

外国人材（全体）を「今後増やす/新たに雇用する」と回答した割合 (%)

海外拠点を持つ企業	今後の海外進出方針	割合 (%)
海外拠点を持つ企業	さらに拡大を図る (n=536)	49.6
	現状を維持する (n=518)	26.6
海外拠点を持たない企業	今後新たに進出したい (n=627)	35.9
	今後とも海外での事業展開は行わない (n=807)	17.0

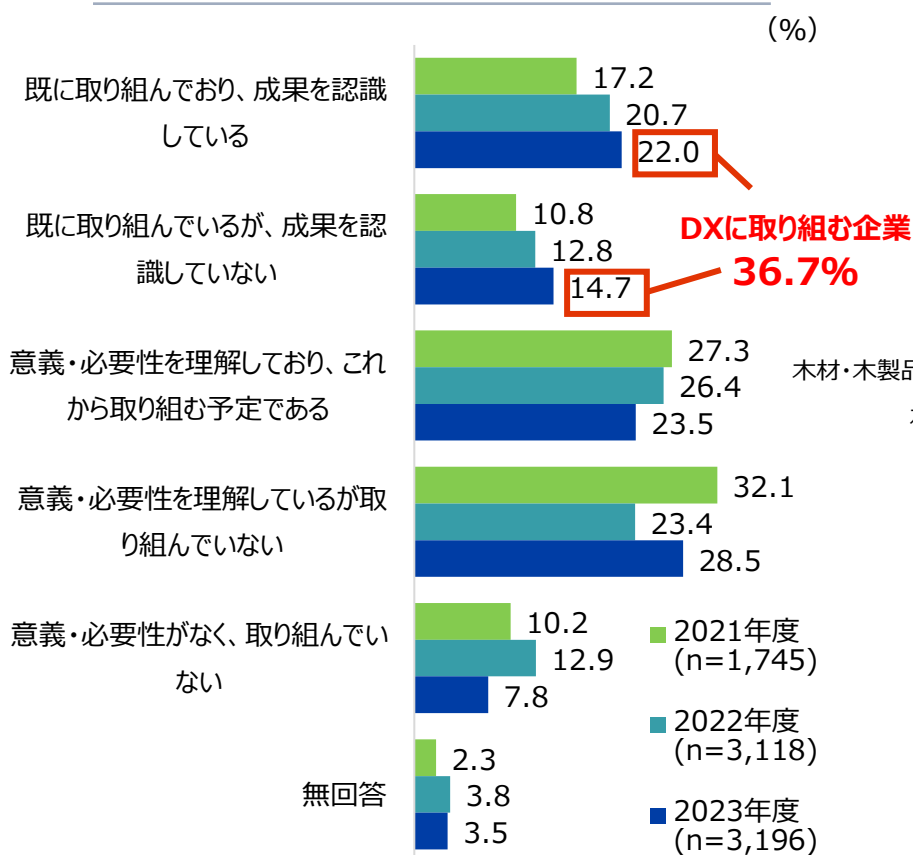
(注) nは外国人材雇用の方針が無回答の企業を除く。

(注) nは全体から「雇用していない」を引いた企業数。

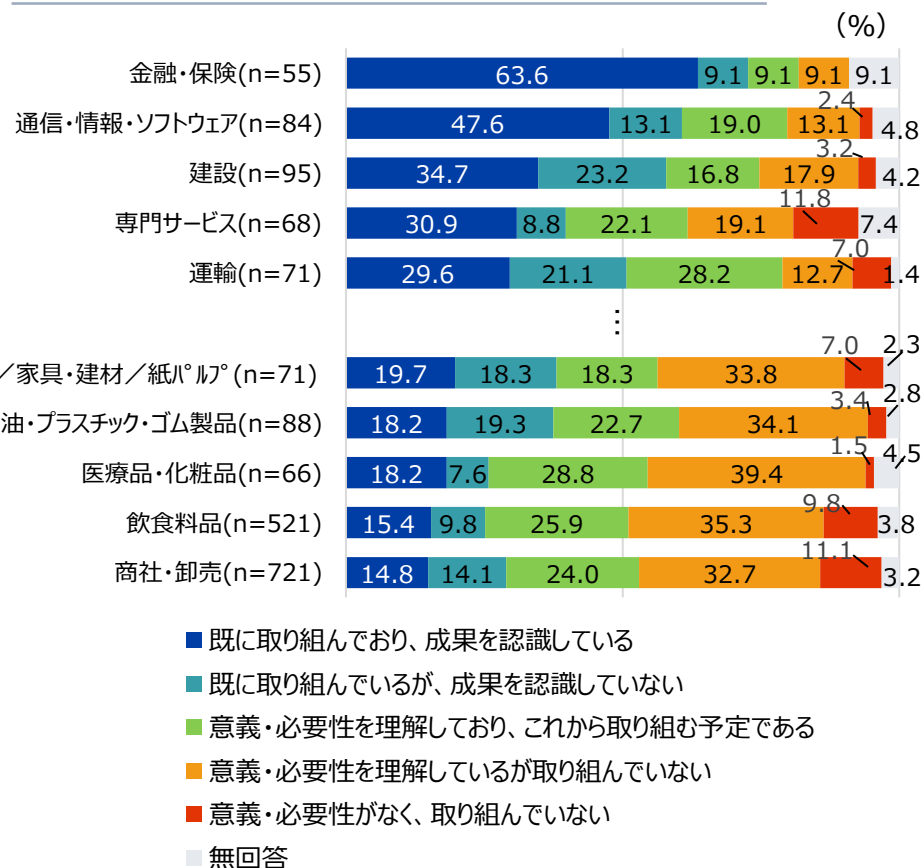
2 | DXに取り組む企業、2年連続で拡大

- DXに取り組んでいる企業は**前回の33.5%から36.7%に拡大**した。うち成果まで認識している企業は、22.0%、成果の認識に至らない企業が14.7%。また、取り組んでいない企業の8割以上は、意義や必要性を認識している。
- 業種別にみると、金融・保険、通信・情報・ソフトウェアなど非製造業で成果を認識している業種が多い。医薬品・化粧品、飲食料品では意義・必要性を理解しつつも取り組んでいない企業の割合が最も多かった。

DXの取り組み状況



DXの取り組み状況（業種別）

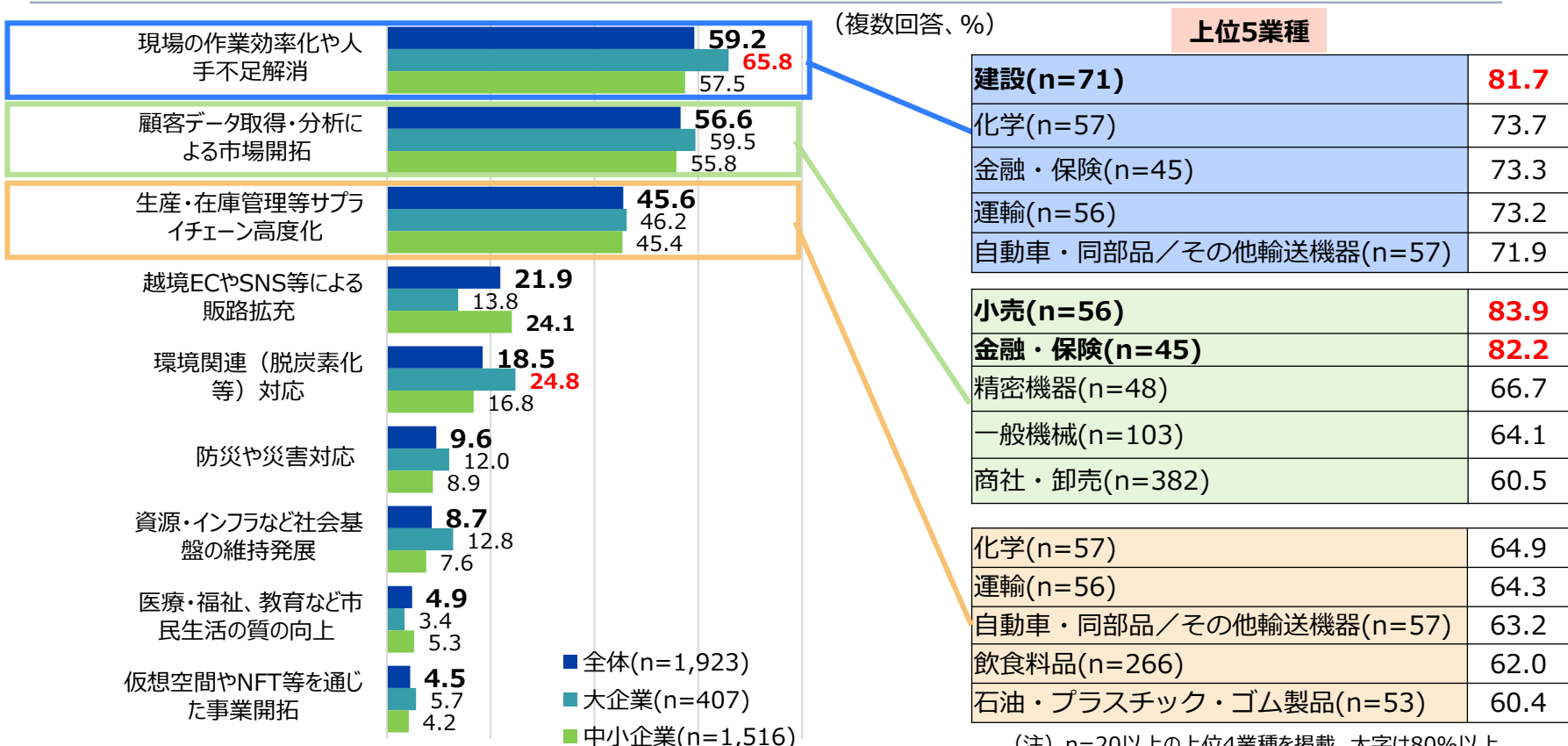


(注) n=50以上の上位、下位5業種を掲載。

3 | DX推進の狙いは、作業効率化や新規市場開拓

- DXの狙いについては、6割の企業が「現場の作業効率化や人手不足の解消に貢献する技術やサービス等の開発・提供」、「顧客データの取得・分析などを通じた新たな市場やビジネス領域の開拓」と回答。
- 大企業では「現場の作業効率化や人手不足の解消」（65.8%）のほか、「環境関連（脱炭素化など）のデジタル技術・サービスの開発・提供」（24.8%）の回答割合が中小企業と比べて高い。

DX推進の狙い



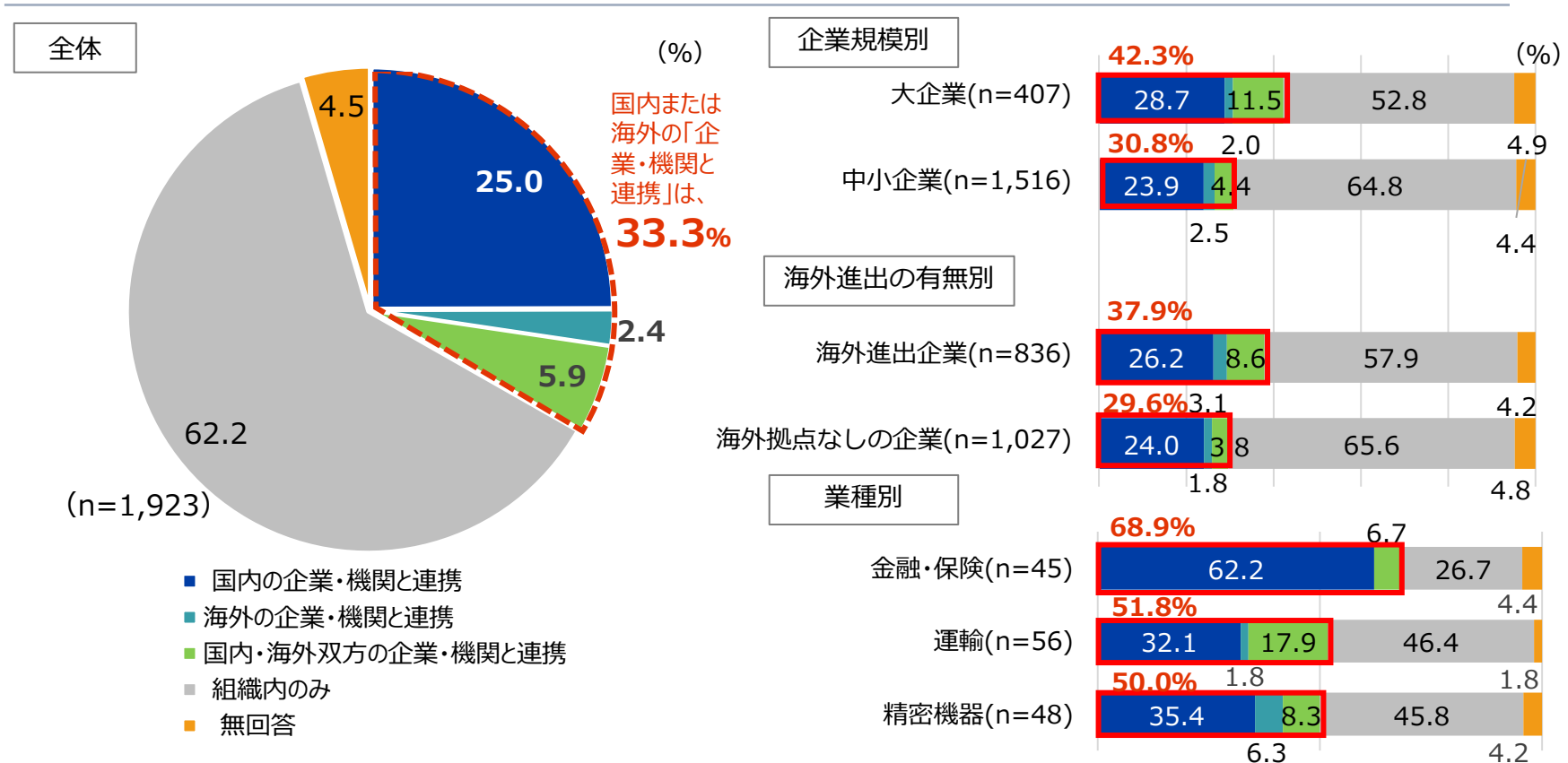
(注) n=20以上の上位4業種を掲載。太字は80%以上。

(注) ① nはDXについて「既に取り組みしており、成果を認識している」「既に取り組み中だが、成果を認識していない」「意義・必要性を理解しており、これから取り組む予定である」のいずれかを回答した企業数。② 「その他」と無回答を除く。

4 | DX推進に向け、国内外企業との連携が進む

- DX推進の手段として国内外企業・機関との協業・連携状況を聞いたところ、**全体の3分の1の企業が国内外の企業・機関と連携している**と回答。6割の企業は、組織内のみで推進している。
- 大企業および海外進出企業では4割前後の企業が、国内外の企業・機関と連携していると回答。業種別では、金融・保険、運輸、精密機器では同割合が5割以上と突出して高い。

DX推進のための国内外企業との協業・連携状況

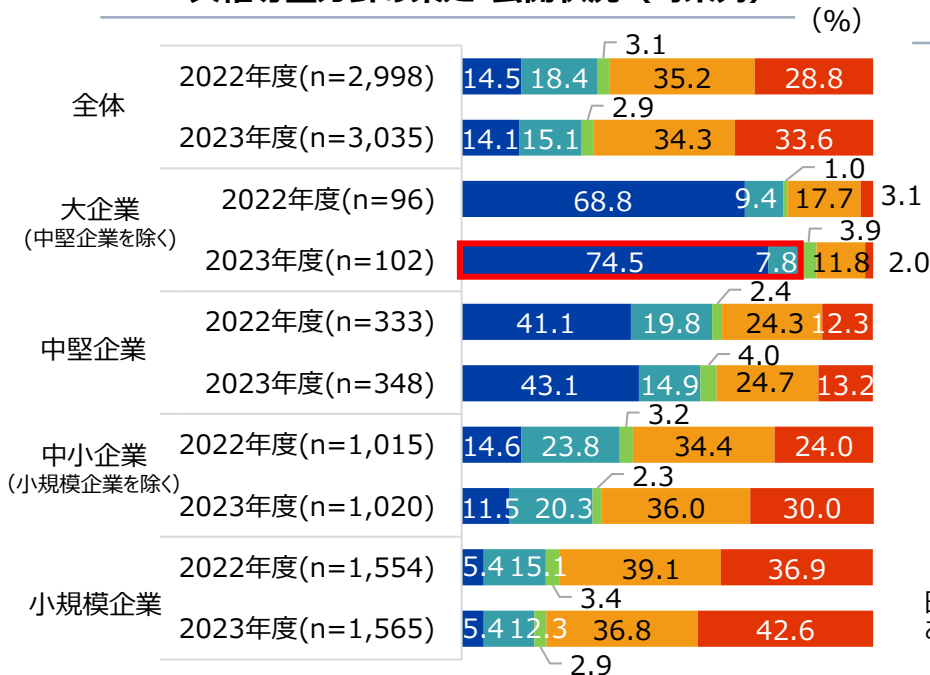


(注) nはDXについて「既に取り組んでおり、成果を認識している」「既に取り組んでいるが、成果を認識していない」「意義・必要性を理解しており、これから取り組む予定である」のいずれかを回答した企業数。業種別は上位3業種のみ。

5 | 大企業で人権方針策定・公表が前進も、企業規模で差開く

- 自社の人権方針を策定している割合は、**大企業（中堅企業を除く）で82.4%**。方針の策定・公開状況は企業規模による差が広がっている。
- ビジネスと人権を認識した（認識を強化した）きっかけについて、大企業では「サステナビリティ経営の重要性の理解」（45.7%）、中小企業では「メディアなどで見聞きすることが増えた」（28.9%）が最上位。

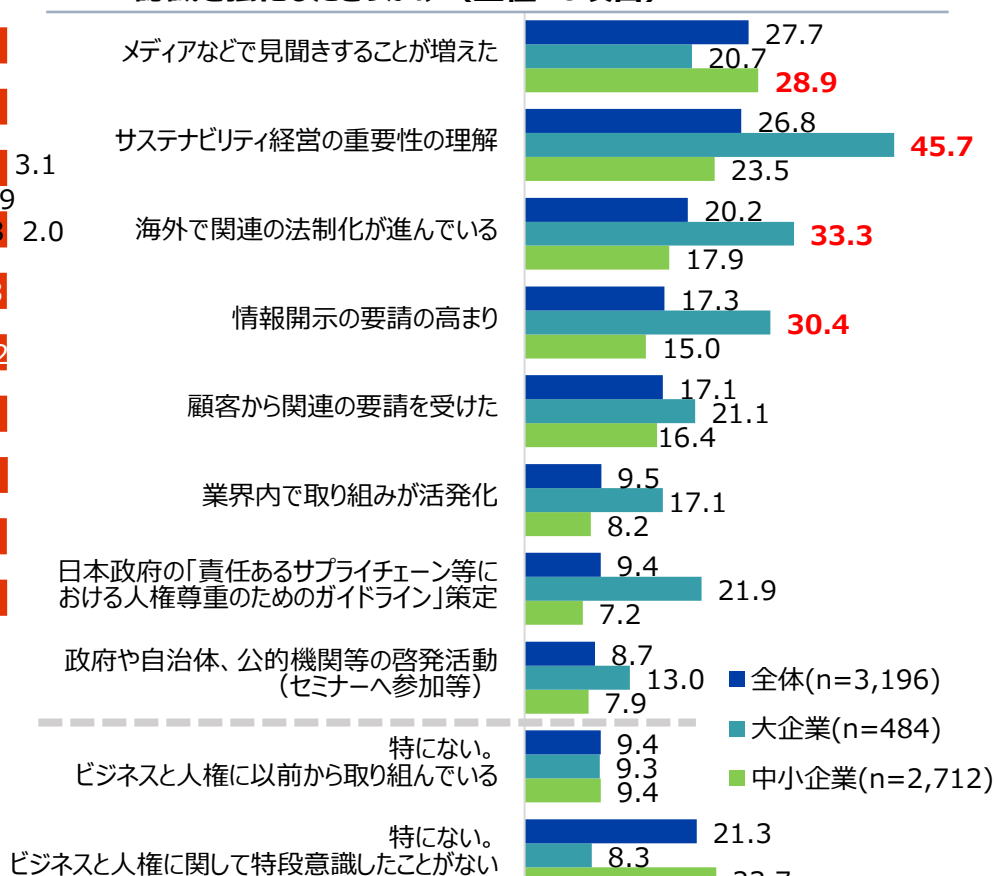
人権尊重方針の策定・公開状況（時系列）



- 方針を策定し、外部向けに公開している
- 方針を策定しているが、外部向けには公開していない
- 方針を策定していないが、1年以内に策定予定
- 方針を策定していないが、将来的に（数年以内に）策定することを検討中
- 今後も方針を策定する予定はない

(注) nは「無回答」を除く企業数。

この2~3年でビジネスと人権について認識した／認識を強化したきっかけ（上位10項目）（複数回答、%）



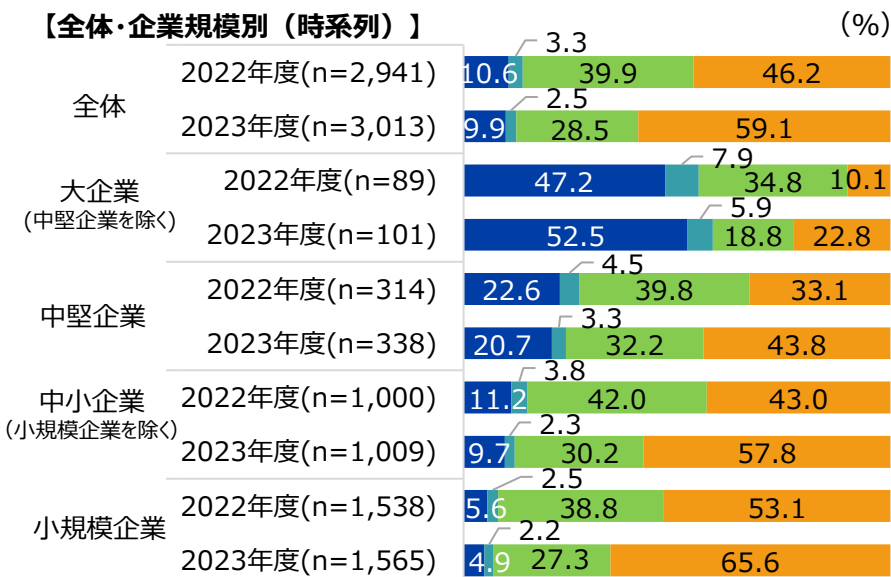
(注) 上位10項目を掲載。

6 | 大企業で人権DD実施増も、浸透には課題

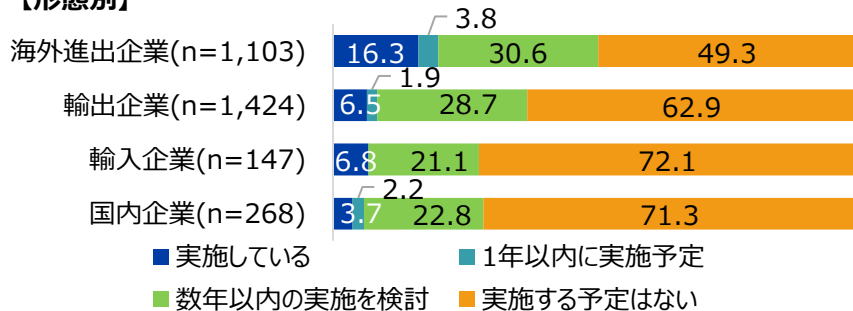
- 人権デューデリジェンス（DD）を実施している企業は全体の約1割。**中堅企業を除く大企業では前年比5.3ポイント増の52.5%**となるも、全体として「実施する予定はない」の割合が上がっており、DDの浸透には課題。
- DDを実施している企業では、自社方針への準拠要請や調査・監査等を通して取引先に対しても取り組みを展開している。

人権DDの実施状況

【全体・企業規模別（時系列）】



【形態別】



(注) nはいずれも「無回答」を除く企業数。

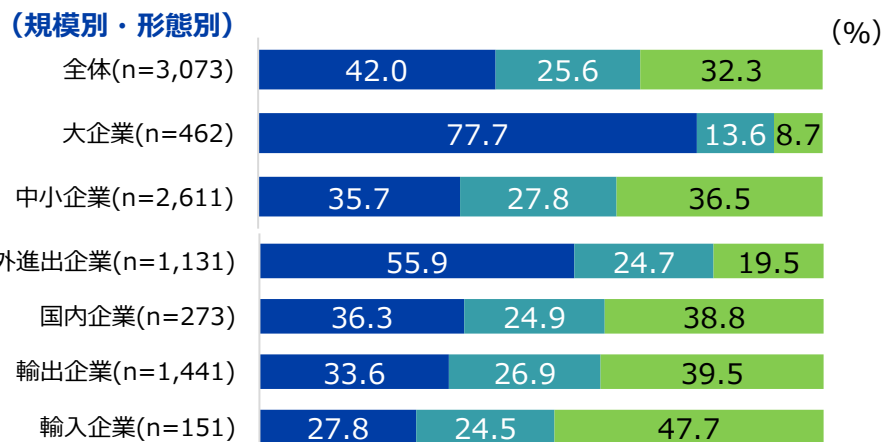
取引先との関係において行っている人権DDの取り組み（一部抜粋）

- **自社の人権・調達方針等への遵守を求める／取引先の方針を遵守**
 - ・ CSR調達方針を説明し、同意書を得ている
 - ・ 取引先に対し、人権尊重に関する項目を含む購買ガイドラインを示し、人権への配慮を求めている
 - ・ 自社・パートナー会社ともに、ハンドブックで「人権基本方針」を意識させている
- **取引先の人権リスクや人権への対応状況を把握**
 - ・ サプライヤーアンケートを実施し、人権関係の取り組み状況等について確認
 - ・ 定期的な取引先調査、視察の実施
 - ・ 生産拠点での労働環境の監査や質問書の提出
- **取引・契約関係への反映**
 - ・ 契約書内へ人権尊重に対する条項を盛り込み締結
 - ・ 見積依頼書の取引条件の項目に、自社人権方針への賛同を前提とする旨記載
 - ・ フェアトレード等の精神に反しない生産環境を確立・実践している企業との取引に限定
- **その他**
 - ・ 人権等に関する啓蒙、情報伝達／定期的な相互確認
 - ・ ビジネスパートナーと相互理解に基づく対等な関係を築く／タテヨコの関係ではなく、常にパートナーとして取引
 - ・ 適正な作業人員の確保／時間外労働の厳格化／短納期等の要請を行わない

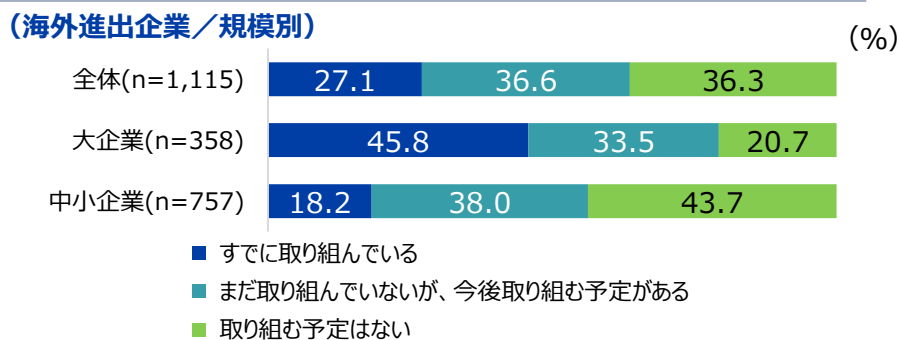
7 | 脱炭素化への取り組み、前年から進展見られず

- 国内では、全体の4割の企業が脱炭素化に「すでに取り組んでいる」と回答。前年からの進捗は見られなかった。大企業では「取り組む予定がない」とする企業の割合が1割未満となる半面、中小企業では同割合が2年連続で増加。
- 海外進出企業の海外における取り組みは、前年比でほぼ横ばい。**「今後取り組む予定がある」企業を合わせると全体の6割**を超え、今後、海外での取り組みも国内の水準に近づく可能性がある。

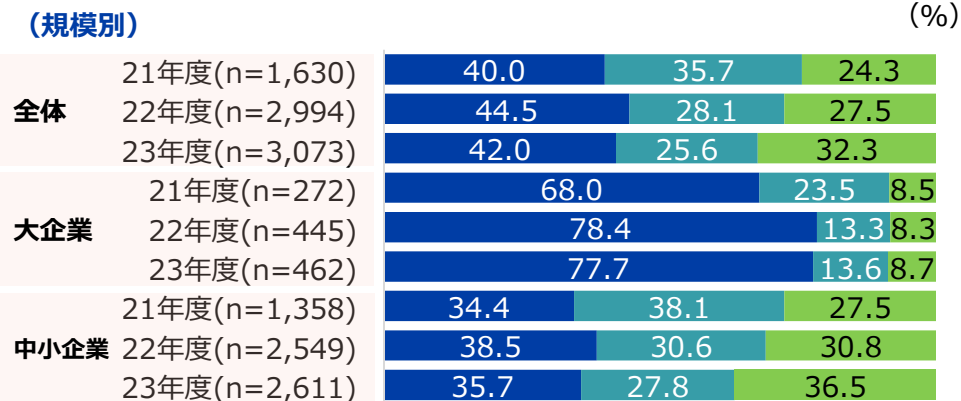
国内における脱炭素化への取り組み状況



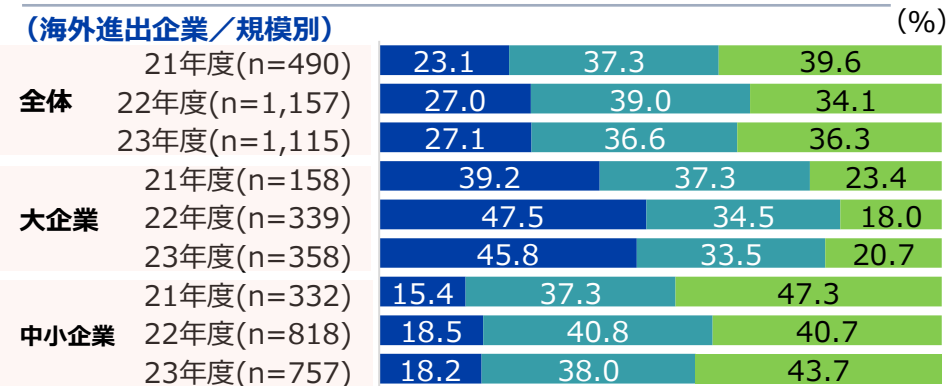
海外における脱炭素化への取り組み状況



国内における取り組み状況の比較



海外における取り組み状況の比較

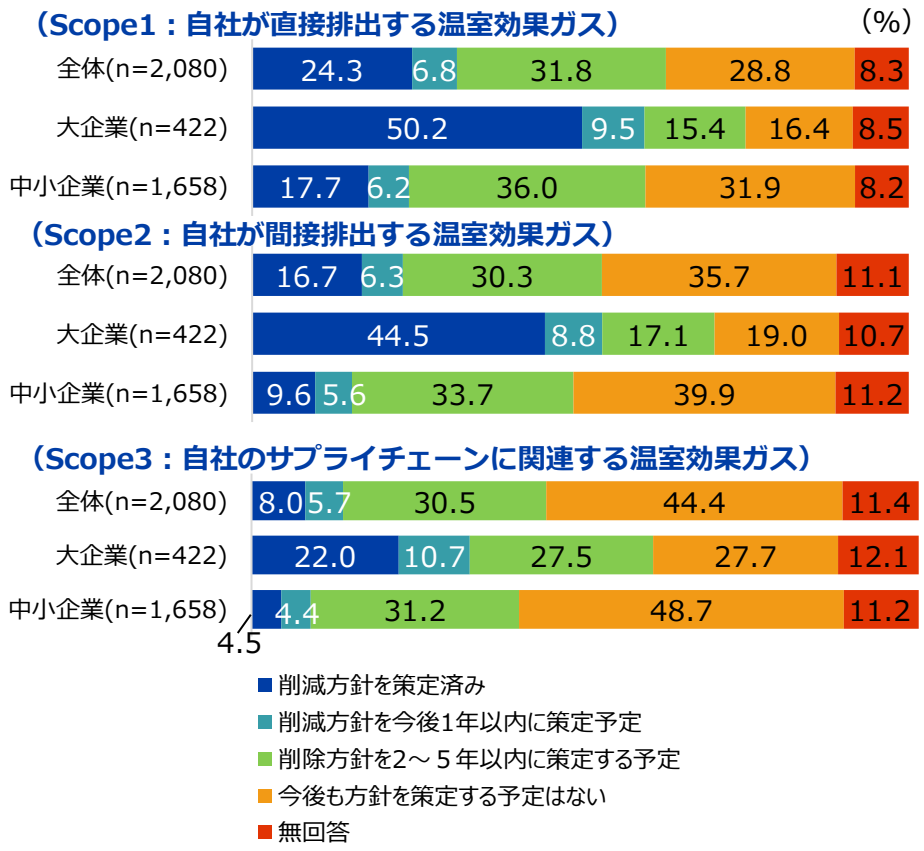


(注)国内：nは回答企業数から「無回答」を除いた企業数、海外：nは海外進出企業の回答企業数から「無回答」を除いた企業数。 Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.

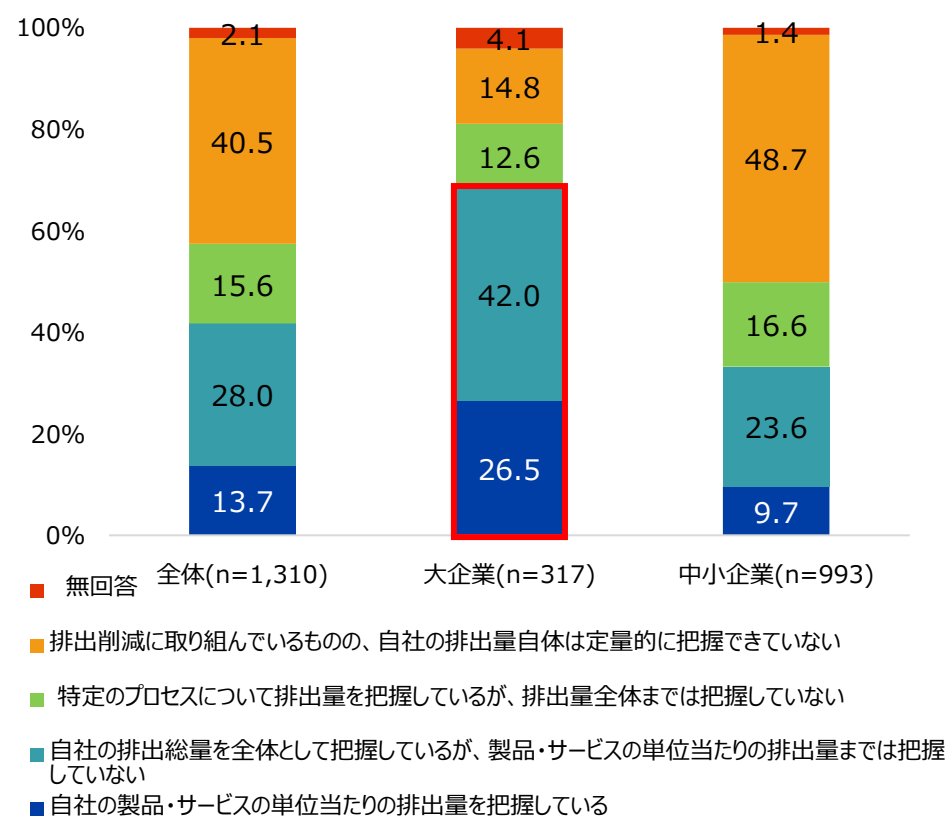
8 | Scope 2、Scope 3 の削減取り組みが進捗

- 脱炭素化に取り組む（または取り組む予定）企業の中で、Scope 2、Scope 3 の削減方針を策定済みの企業は前年比でそれぞれ2.8ポイント、1.3ポイント増加。**大企業の伸びが牽引。**
- Scope1の排出量削減方針を策定済み、策定予定の企業のうち、**大企業では全体の7割近くが自社の温室効果ガスの総排出量を把握。**半面、**中小企業では排出量の把握ができていない企業が約半数。**

温室効果ガス排出削減方針の策定（国内）



自社の温室効果ガス排出の把握状況



(注)nは、脱炭素化に「すでに取り組んでいる」または「まだ取り組んでいないが今後取り組む予定がある」と回答した企業数。

まとめ

- 1** 輸出や投資の拡大意欲に回復の兆し。市場の分散・多角化を狙う動きも
- 2** コスト対応、需要の変化、地政学リスクがサプライチェーン再編を加速
- 3** 目下に山積するビジネス課題。中小企業による人権DDや脱炭素化の取り組みは足踏み

[速報版] 2023年度 | 海外ビジネス調査
日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部 国際経済課



03-3582-5177



ori@jetro.go.jp



〒107-6006

東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

■ **ご注意**

【注】単位未満を含むため、末尾が合わない場合がある。

【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】