

JETRO

**2015 年度日本企業の海外事業展開  
に関するアンケート調査**  
～ジェトロ海外ビジネス調査～

2016 年 3 月

独立行政法人 日本貿易振興機構  
海外調査部 国際経済課

**【禁無断転載】**

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）  
海外調査部国際経済課  
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32  
TEL： 03-3582-5177  
E-mail：ORI@jetro.go.jp

本報告書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、本報告書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。

## はじめに

---

近年、日本企業にとって海外市場の重要性は一段と高まりつつあります。本調査ではこうした事情に鑑み、貿易への取り組み、海外進出への取り組み・今後の国内事業展開、自由貿易協定(F T A)の活用、新興国のビジネス環境、海外拠点の経営の現地化、外国人材の活用、CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針といった日本企業の海外事業展開に関する動向について分析しました。

本調査はジェトロ・メンバーズ（ジェトロの会員制度への加入企業）を対象に 2002 年度に開始し、今年度で 14 回目となります。2011 年度からジェトロのサービスをこれまでご利用いただいたことがある、会員以外の企業の皆様にもご協力をお願いしています。今年度は 2015 年 11 月に、日本企業 9,893 社（うち、ジェトロ・メンバーズ 3,587 社、メンバーズ以外でジェトロのサービスを利用頂いたことのある企業 6,306 社）に調査票を送付し、計 3,005 社(有効回答率 30.4%)から回答を頂きました。

本調査にご協力頂いた企業の方々には、この場を借りて厚くお礼申し上げます。本報告書が日本企業の海外事業展開に関する戦略立案の参考となれば幸いです。

なお本調査は、Transbird 株式会社に作業の一部を委託しました。

2016 年 3 月

独立行政法人 日本貿易振興機構

海外調査部 国際経済課

TEL : 03-3582-5177

FAX : 03-3582-5309

## 目 次

---

調査実施概要	1
<b>I. 回答企業のプロフィール</b>	<b>2</b>
1. 事業内容	2
2. 輸出の有無	4
3. 海外拠点の有無	7
4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）	8
5. 海外ビジネスの課題	12
<b>II. 貿易への取り組み</b>	<b>14</b>
1. 今後の輸出事業方針	14
2. 輸出ビジネスを拡大する理由	16
3. 中国向け輸出の伸び悩みの理由	18
<b>III. 海外進出への取り組み</b>	<b>20</b>
1. 今後の海外進出方針	20
2. 海外進出を拡大する理由	24
3. 今後の国内事業展開	25
4. 国内事業を拡大する理由	30
5. 海外で拡大を図る機能	31
6. 国内で拡大を図る機能	39
7. 海外拠点の撤退	41
8. 撤退に際して生じた課題	44
<b>IV. 自由貿易協定(FTA)の活用</b>	<b>45</b>
1. 日本のFTA(EPA)の利用状況	45
2. TPP活用の検討	48
<b>V. 新興国のビジネス環境</b>	<b>50</b>
1. 新興国のビジネス環境上の課題	50
2. 今後の中国でのビジネス展開	55
<b>VI. 海外拠点の経営の現地化</b>	<b>58</b>
1. 経営の現地化に対する認識	58
2. 経営の現地化を進める理由	60
3. 経営の現地化を進めるための取り組み	61
4. 経営の現地化を進める上での課題	62

5. 地域統括拠点 .....	63
6. 今後の地域統括機能の方向性 .....	68
<b>VII. 外国人材の活用 .....</b>	<b>70</b>
1. 外国人社員の雇用状況 .....	70
2. 従業員数に占める外国人の比率 .....	72
3. 外国人材の定着を図るための取り組み .....	74
4. 外国人社員の採用 .....	75
5. 外国人材のニーズ（国・地域） .....	77
6. 外国人社員採用・雇用におけるメリット .....	79
7. 外国人社員採用・雇用における課題 .....	81
8. 言葉の壁への対処方針 .....	82
9. 社内の英語公用語化への取り組み .....	83
<b>VIII. CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針 .....</b>	<b>85</b>
1. CSRに関する方針の有無 .....	85
2. CSR方針に明示されている事項 .....	87
3. 取引先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無 .....	88
4. 方針準拠を求めている取引先 .....	90
5. 労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠 .....	91
6. 方針への準拠を求められた顧客先 .....	92
<b>調査票 .....</b>	<b>93</b>

## 調査実施概要

---

### 1. 調査目的

本調査は、日本企業の貿易への取り組み、海外進出への取り組み、自由貿易協定(F T A)の活用、新興国のビジネス環境、海外拠点の経営の現地化、外国人材の活用、CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針について、その動向を分析するものである。

### 2. 調査対象

#### (1) 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業 9,893 社

#### (2) 調査方法

調査票（巻末に添付）を郵送し、本調査への協力を依頼した。

#### (3) 調査期間

調査票発送 2015 年 11 月 25 日

回収締切 2016 年 1 月 6 日

#### (4) 回収状況

発送総数	有効回収数	有効回答率
9,893 社	3,005 社	30.4%

\*ジェトロ・メンバーズへの発送数、有効回収数はそれぞれ 3,587 社、1,292 社であった。

### 3. 調査項目

- (1) 回答企業のプロフィール
- (2) 貿易への取り組み
- (3) 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開
- (4) 自由貿易協定(F T A)の活用
- (5) 新興国のビジネス環境
- (6) 海外拠点の経営の現地化
- (7) 外国人材の活用
- (8) CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針

[注]①本報告書における図表等の比率については四捨五入して表記したため、必ずしも合計が 100%にならない。

②本報告書内の「先進国」、「新興国」に含まれる国・地域は以下の通り。

- ・先進国：香港、台湾、韓国、シンガポール、オーストラリア、米国、カナダ、西欧（ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、クロアチア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国を除く欧州各国）
- ・新興国：それ以外の国・地域

## I. 回答企業のプロフィール

### 1. 事業内容

調査の回答企業は 3,005 社で、そのうち「製造業」は 54.3% (1,633 社)、「非製造業」は 45.7% (1,372 社) となっている。業種別では、「商社・卸売」が 22.9% (687 社) で最も多く、次いで「飲食料品」が 12.0% (361 社)、「その他非製造業」が 6.5% (196 社) と続く。

資本金と従業員数より中小企業基本法に基づいた要件で大企業と中小企業に分類すると、「大企業」は 21.2% (638 社)、「中小企業」は 78.8% (2,367 社) であった。

図表 I-1 回答企業の業種別・企業規模別内訳

	企業数	構成比 (%)
回答企業全体	3,005	100.0
製造業	1,633	54.3
飲食料品	361	12.0
繊維・織物／アパレル	84	2.8
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	2.1
化学	102	3.4
医療品・化粧品	57	1.9
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	86	2.9
窯業・土石	27	0.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	179	6.0
一般機械	170	5.7
電気機械	103	3.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	52	1.7
自動車／自動車部品／その他輸送機器	102	3.4
精密機器	67	2.2
その他の製造業	181	6.0
非製造業	1,372	45.7
商社・卸売	687	22.9
小売	99	3.3
建設	78	2.6
運輸	74	2.5
金融・保険	86	2.9
通信・情報・ソフトウェア	78	2.6
専門サービス	74	2.5
その他の非製造業	196	6.5
大企業	638	21.2
大企業(中堅企業を除く)	163	5.4
中堅企業	475	15.8
中小企業	2,367	78.8
中小企業(小規模企業者を除く)	1,037	34.5
小規模企業者	1,330	44.3

〔注〕大項目の「大企業」と「中小企業」の定義は中小企業基本法に基づく（中小企業の定義 <http://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html>）。「小規模企業者」は中小企業庁の定義を参照した。詳細は次頁の表を参照。

	製造業・その他	卸売業	小売業	サービス業
大企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業
大企業 (中堅企業を除く)	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業
中堅企業	3億円超、10億円未満 又は300人超、3000人以下	1億円超、3億円以下 又は100人超、1000人以下	5千万円超、3億円以下 又は50人超、1000人以下	5千万円超、3億円以下 又は100人超、1000人以下
中小企業	3億円以下又は300人以下	1億円以下又は100人以下	5千万円以下又は50人以下	5千万円以下又は100人以下
中小企業 (小規模企業者を除く)	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業
小規模企業者	5千万円以下又は20人以下	1千万円以下又は5人以下	1千万円以下又は5人以下	1千万円以下又は5人以下

回答企業を資本金、従業員規模別に見ると、資本金では「1千万円超～5千万円以下」の企業が31.8% (956社)、従業員数では「101～300人」の企業が19.5% (586社) で最も多い。

図表 I-2 業種別、資本金・従業員規模分類

	社数	資本金							従業員規模								
		1千万円以下	1千万円超～5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超～10億円以下	10億円超	無回答	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001～3,000人	3,001人以上	無回答
総計	3,005	20.7	31.8	17.1	6.4	7.2	16.7	0.1	9.7	17.4	16.0	13.8	19.5	12.2	6.5	4.8	0.0
製造業	1,633	16.1	33.6	19.8	6.8	6.7	17.0	-	3.6	15.9	17.2	15.9	22.9	14.0	5.5	5.0	-
飲食料品	361	26.0	40.4	17.7	6.1	3.9	5.8	-	3.6	24.4	25.2	15.5	15.8	12.2	2.5	0.8	-
繊維・織物／アパレル	84	27.4	50.0	10.7	-	2.4	9.5	-	14.3	32.1	17.9	13.1	14.3	4.8	-	3.6	-
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	12.9	51.6	16.1	3.2	1.6	14.5	-	3.2	25.8	21.0	12.9	16.1	12.9	6.5	1.6	-
化学	102	5.9	22.5	21.6	6.9	11.8	31.4	-	2.0	6.9	11.8	17.6	32.4	14.7	7.8	6.9	-
医薬品・化粧品	57	17.5	29.8	22.8	10.5	5.3	14.0	-	7.0	8.8	14.0	21.1	24.6	12.3	5.3	7.0	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	86	11.6	36.0	17.4	10.5	12.8	11.6	-	4.7	14.0	9.3	16.3	36.0	15.1	2.3	2.3	-
窯業・土石	27	14.8	14.8	25.9	14.8	7.4	22.2	-	-	11.1	14.8	11.1	40.7	11.1	7.4	3.7	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	179	14.5	34.6	24.6	3.9	6.1	16.2	-	1.7	10.6	19.6	17.9	26.8	15.6	4.5	3.4	-
一般機械	170	6.5	28.8	25.9	8.8	5.3	24.7	-	1.2	8.2	14.1	20.6	25.3	17.1	8.2	5.3	-
電気機械	103	10.7	23.3	21.4	8.7	5.8	30.1	-	1.9	8.7	13.6	15.5	22.3	14.6	10.7	12.6	-
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	52	5.8	28.8	11.5	7.7	11.5	34.6	-	-	13.5	13.5	19.2	15.4	13.5	13.5	11.5	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	102	8.8	23.5	11.8	5.9	15.7	34.3	-	-	6.9	9.8	10.8	19.6	21.6	11.8	19.6	-
精密機器	67	9.0	31.3	19.4	6.0	16.4	17.9	-	4.5	16.4	7.5	11.9	31.3	17.9	6.0	4.5	-
その他の製造業	181	23.2	32.0	23.2	8.8	3.3	9.4	-	6.6	18.8	19.3	13.8	23.8	12.2	3.3	2.2	-
非製造業	1,372	26.2	29.7	13.8	5.9	7.7	16.4	0.1	16.9	19.3	14.6	11.4	15.5	10.1	7.7	4.4	0.1
商社・卸売	687	27.5	35.8	15.3	5.5	8.4	7.4	-	19.8	23.9	16.7	14.6	14.6	7.4	2.0	0.9	0.1
小売	99	42.4	25.3	12.1	2.0	4.0	14.1	-	24.2	20.2	9.1	10.1	16.2	6.1	7.1	7.1	-
建設	78	11.5	26.9	10.3	11.5	9.0	30.8	-	3.8	17.9	9.0	9.0	20.5	11.5	21.8	6.4	-
運輸	74	16.2	21.6	12.2	12.2	12.2	25.7	-	6.8	4.1	17.6	6.8	29.7	20.3	8.1	6.8	-
金融・保険	86	1.2	-	1.2	1.2	7.0	88.4	1.2	1.2	-	3.5	4.7	2.3	24.4	45.3	18.6	-
通信・情報・ソフトウェア	78	19.2	29.5	23.1	12.8	9.0	6.4	-	7.7	19.2	17.9	11.5	21.8	12.8	5.1	3.8	-
専門サービス	74	45.9	24.3	14.9	4.1	6.8	4.1	-	33.8	23.0	12.2	6.8	10.8	6.8	5.4	1.4	-
その他の非製造業	196	29.6	30.1	13.3	4.6	5.1	16.8	0.5	16.3	16.3	15.3	8.2	15.8	11.2	7.7	9.2	-

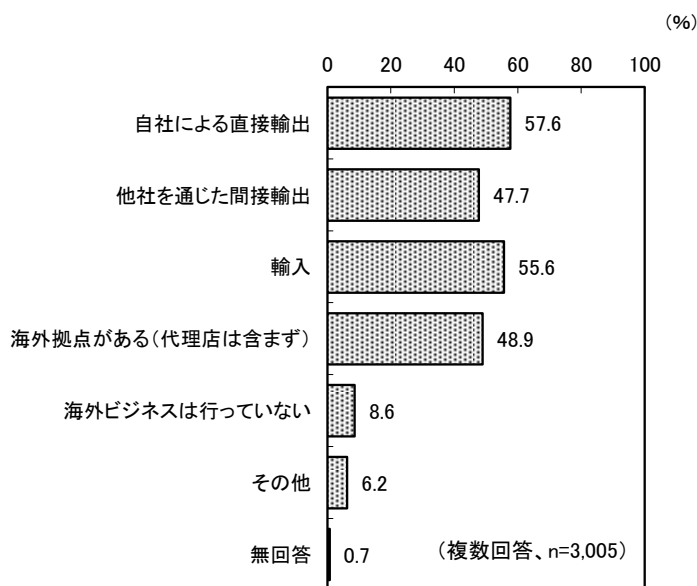


## 2. 輸出の有無

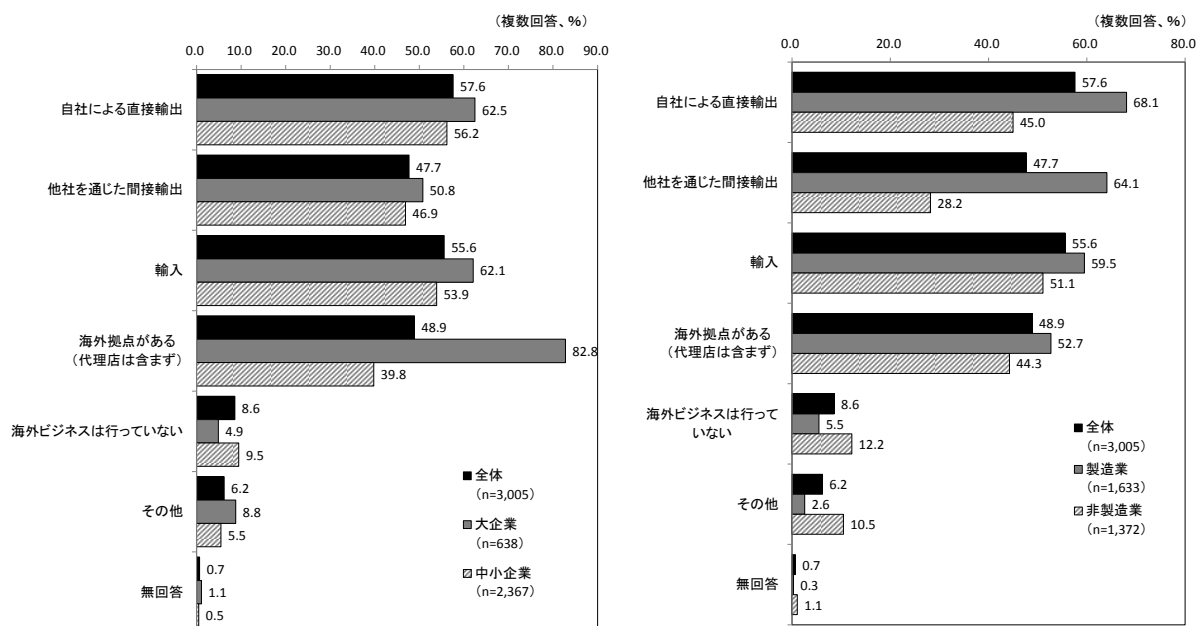
回答企業 3,005 社のうち、「日本から輸出を行っている」企業は 72.7% (2,186 社) となっている。そのうち自社から「直接輸出」している企業は 57.6% (1,730 社)、「間接輸出」の企業は 47.7% (1,434 社) となっている。

企業における輸出の有無を企業規模別で見ると、「輸出を行っている」企業の割合は「大企業」で 69.1% (441 社)、「中小企業」で 73.7% (1,745 社)、業種別に「輸出を行っている」企業の割合を見ると「製造業」で 86.8% (1,417 社)、「非製造業」で 56.0% (769 社) となっている。

図表 I-3 現在行っている海外ビジネス（全体）



図表 I-4 現在行っている海外ビジネス（企業規模別・業種別）



図表 I-5 輸出の有無（企業規模別・業種別）

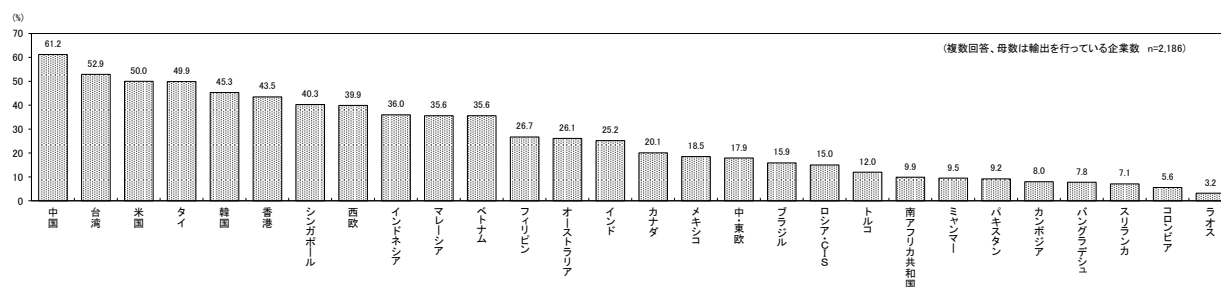
(%)

	現在、輸出を行っている		現在、輸出は行っていない	無回答
		輸出のみを行っている		
回答企業全体 (n=3,005)	72.7	25.6	26.6	0.7
製造業 (n=1,633)	86.8	32.4	12.9	0.3
飲食料品 (n=361)	82.5	58.2	16.6	0.8
繊維・織物／アパレル (n=84)	78.6	19.0	21.4	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=62)	75.8	19.4	24.2	0.0
化学 (n=102)	91.2	15.7	8.8	0.0
医療品・化粧品 (n=57)	91.2	19.3	8.8	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=86)	93.0	27.9	7.0	0.0
窯業・土石 (n=27)	88.9	29.6	11.1	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=179)	82.1	29.6	17.9	0.0
一般機械 (n=170)	95.3	26.5	4.7	0.0
電気機械 (n=103)	90.3	27.2	8.7	1.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=52)	96.2	13.5	3.8	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=102)	85.3	23.5	14.7	0.0
精密機器 (n=67)	94.0	29.9	6.0	0.0
その他の製造業 (n=181)	85.6	30.4	13.8	0.6
非製造業 (n=1,372)	56.0	17.4	42.9	1.1
商社・卸売 (n=687)	78.9	18.3	20.8	0.3
小売 (n=99)	56.6	28.3	42.4	1.0
建設 (n=78)	38.5	15.4	61.5	0.0
運輸 (n=74)	28.4	8.1	70.3	1.4
金融・保険 (n=86)	0.0	0.0	94.2	5.8
通信・情報・ソフトウェア (n=78)	33.3	20.5	66.7	0.0
専門サービス (n=74)	29.7	16.2	68.9	1.4
その他の非製造業 (n=196)	36.7	19.9	60.7	2.6
大企業 (n=638)	69.1	10.0	29.8	1.1
大企業 (中堅企業を除く) (n=163)	68.1	4.9	31.9	0.0
中堅企業 (n=475)	69.5	11.8	29.1	1.5
中小企業 (n=2,367)	73.7	29.7	25.7	0.5
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=1,037)	76.7	22.3	22.9	0.5
小規模企業者 (n=1,330)	71.4	35.6	28.0	0.6

[注] ①「輸出のみを行っている」は輸出を行っている企業のうち輸入を行っていない企業を指す。  
 ②「現在、輸出は行っていない」は輸出を行っている企業と現在行っている海外ビジネスにつき無回答の企業を母数から除いた企業数。

輸出を行っている企業 2,186 社の輸出先は、「中国」が 61.2% (1,337 社) で最も高く、以下「台湾」が 52.9% (1,157 社)、「米国」が 50.0% (1,093 社) と続く。

図表 I-6 輸出先の所在（全体）



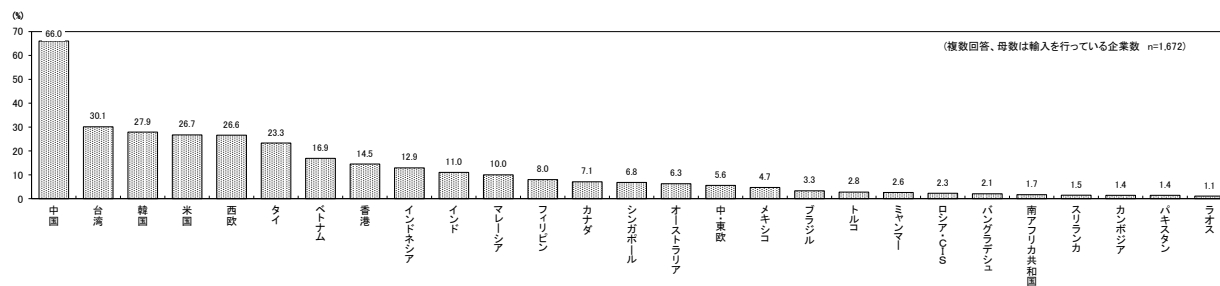
図表 I-7 地域別輸出先の所在（全体・企業規模別）

	全体 (n=2,186)	大企業 (n=441)	大企業(中堅企業を除く) (n=111)		中小企業 (n=1,745)	中小企業 (小規模企業者を除く) (n=795)	小規模 企業者 (n=950)
			大企業(中堅企業を除く) (n=111)	中堅企業 (n=330)			
先進国	82.5	90.9	93.7	90.0	80.3	84.0	77.3
新興国	83.4	93.0	93.7	92.7	81.0	86.9	76.1
アジア大洋州	91.7	95.0	95.5	94.8	90.9	94.0	88.3
中国	61.2	82.5	85.6	81.5	55.8	63.5	49.3
香港	43.5	55.8	66.7	52.1	40.3	45.4	36.1
台湾	52.9	71.4	75.7	70.0	48.3	57.1	40.8
ASEAN	71.4	87.1	90.1	86.1	67.4	74.7	61.4
北米・中南米	53.5	77.1	78.4	76.7	47.6	53.5	42.6
米国	50.0	74.1	77.5	73.0	43.9	49.1	39.6
欧州・ロシア	44.6	64.2	73.0	61.2	39.6	45.9	34.3
西欧	39.9	61.0	70.3	57.9	34.6	39.6	30.3
中東・アフリカ	18.0	33.8	47.7	29.1	14.0	19.0	9.9
その他	0.2	0.2	-	0.3	0.2	0.3	0.1

〔注〕母数は、現在輸出を行っている企業。

輸入を行っている企業 1,672 社の輸入元の所在地は、「中国」が 66.0% (1,103 社) で最も高く、以下「台湾」が 30.1% (503 社)、「韓国」が 27.9% (466 社) と続く。

図表 I-8 輸入先の所在（全体）



### 3. 海外拠点の有無

回答企業 3,005 社のうち、海外に拠点がある企業は 48.9% (1,469 社) となっている。

企業規模別に見ると、海外に拠点を持つ企業は「大企業」では 82.8% (528 社)、「中小企業」では 39.8% (941 社) となっている。業種別に見ると、海外に拠点を持つ企業は「製造業」で 52.7% (861 社)、「非製造業」で 44.3% (608 社) となっている。

海外拠点の有無を業種別に見ると、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」102 社の内 76.5% (78 社) が海外に拠点を有している。以下、海外に拠点を有している割合が高い業種は、「化学」が 70.6% (72 社)、「窯業・土石」が 70.4% (19 社) となっている。

図表 I-9 海外拠点の有無（全体・企業規模別）

	(%)		
	海外拠点あり	海外拠点なし	無回答
回答企業全体 (n=3,005)	48.9	50.4	0.7
製造業 (n=1,633)	52.7	47.0	0.3
飲食料品 (n=361)	23.8	75.3	0.8
繊維・織物／アパレル (n=84)	57.1	42.9	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=62)	45.2	54.8	0.0
化学 (n=102)	70.6	29.4	0.0
医療品・化粧品 (n=57)	47.4	52.6	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=86)	69.8	30.2	0.0
窯業・土石 (n=27)	70.4	29.6	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=179)	62.6	37.4	0.0
一般機械 (n=170)	62.9	37.1	0.0
電気機械 (n=103)	69.9	29.1	1.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=52)	63.5	36.5	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=102)	76.5	23.5	0.0
精密機器 (n=67)	56.7	43.3	0.0
その他の製造業 (n=181)	44.8	54.7	0.6
非製造業 (n=1,372)	44.3	54.6	1.1
商社・卸売 (n=687)	45.1	54.6	0.3
小売 (n=99)	26.3	72.7	1.0
建設 (n=78)	53.8	46.2	0.0
運輸 (n=74)	59.5	39.2	1.4
金融・保険 (n=86)	50.0	44.2	5.8
通信・情報・ソフトウェア (n=78)	30.8	69.2	0.0
専門サービス (n=74)	43.2	55.4	1.4
その他の非製造業 (n=196)	44.4	53.1	2.6
大企業 (n=638)	82.8	16.1	1.1
大企業 (中堅企業を除く) (n=163)	93.3	6.7	0.0
中堅企業 (n=475)	79.2	19.4	1.5
中小企業 (n=2,367)	39.8	59.7	0.5
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=1,037)	52.9	46.6	0.5
小規模企業者 (n=1,330)	29.5	69.9	0.6

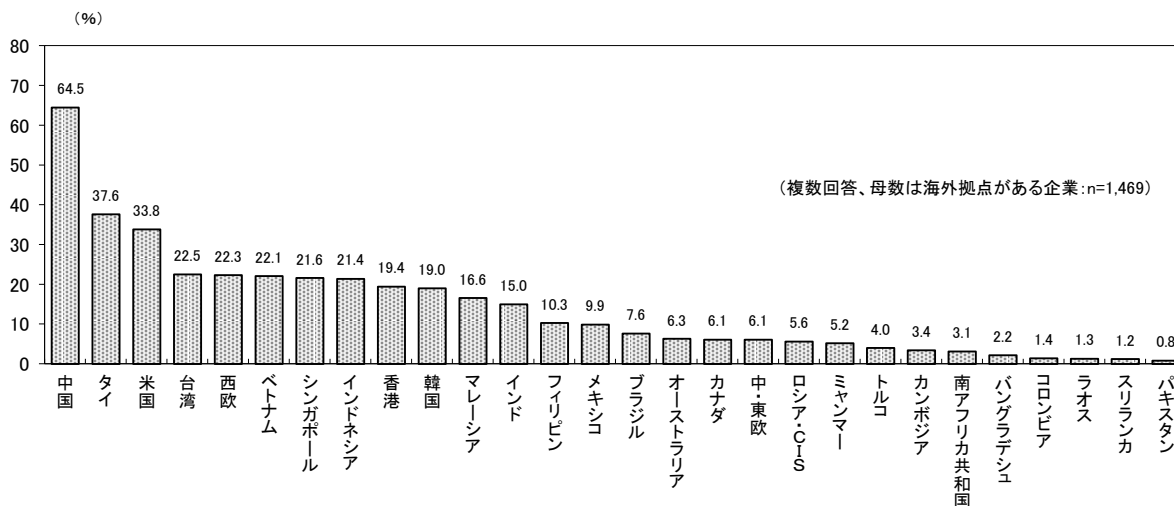
[注] 代理店は海外拠点に含まず。

#### 4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）

海外に拠点を持つ企業 1,469 社の拠点の所在地は、中国が 64.5%（948 社）で最も多く、以下タイ 37.6%（552 社）、米国 33.8%（497 社）と続く。（同一国に複数の拠点があっても拠点数は 1 つとカウント。）

また、海外に何らかの拠点を所有している企業（1,469 社）の拠点を機能別に見ると「販売拠点」が 66.5%（977 社）と最も割合が高い。次いで「生産拠点」が 52.3%（769 社）となっている。

図表 I-10 海外拠点の所在（全体）

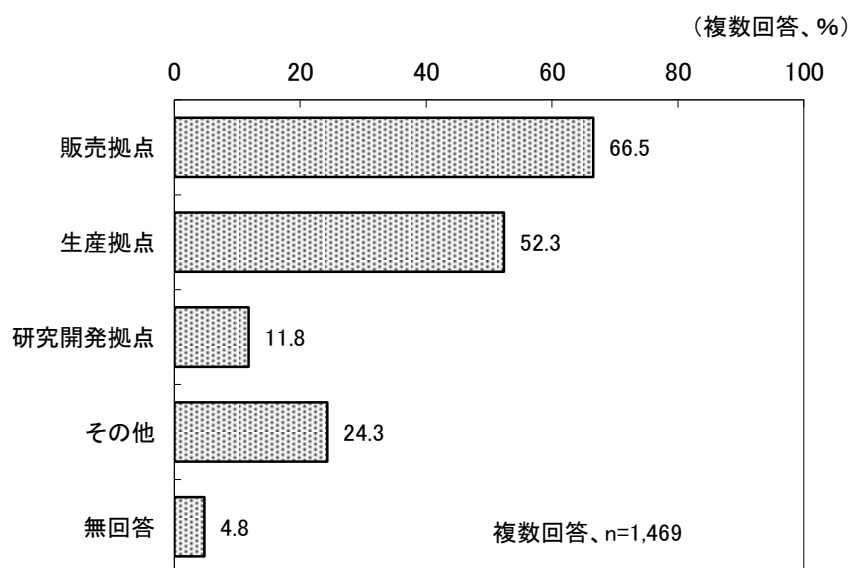


図表 I-11 地域別海外拠点の所在（全体・企業規模別）

	全体 (n=1,469)	大企業 (n=528)	大企業 (n=152)		中小企業 (n=941)	中小企業 (n=549)	小規模 企業者 (n=392)
			大企業 (n=152)	中堅企業 (n=376)			
先進国	57.9	79.0	94.1	72.9	46.1	49.5	41.3
新興国	86.9	93.6	95.4	92.8	83.2	83.4	82.9
アジア大洋州	92.6	96.6	98.7	95.7	90.3	90.5	90.1
中国	64.5	80.5	89.5	76.9	55.6	58.8	51.0
香港	22.5	36.9	55.9	29.3	14.5	15.8	12.5
台湾	19.4	32.8	52.6	24.7	11.9	13.7	9.4
ASEAN	63.2	80.1	90.1	76.1	53.8	56.3	50.3
北米・中南米	35.7	58.7	79.6	50.3	22.7	25.9	18.4
米国	33.8	57.2	77.6	48.9	20.7	23.9	16.3
欧州・ロシア	24.5	43.0	64.5	34.3	14.1	15.7	12.0
西欧	22.3	40.3	62.5	31.4	12.1	13.5	10.2
中東・アフリカ	6.2	13.4	29.6	6.9	2.1	2.0	2.3
その他	1.0	0.6	1.3	0.3	1.2	1.5	0.8

〔注〕母数は、現在海外拠点がある企業。

図表 I-12 海外拠点の機能（全体）



[注] 母数は、現在海外拠点がある企業。

図表 I-13 海外拠点の所在と機能（企業規模別・業種別）

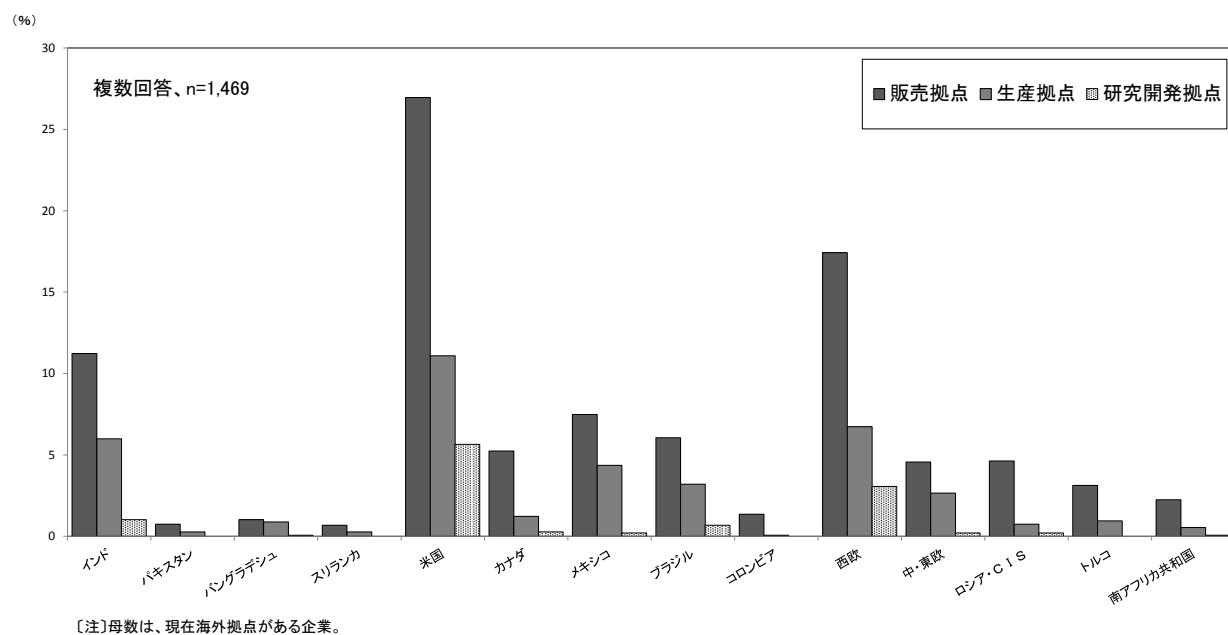
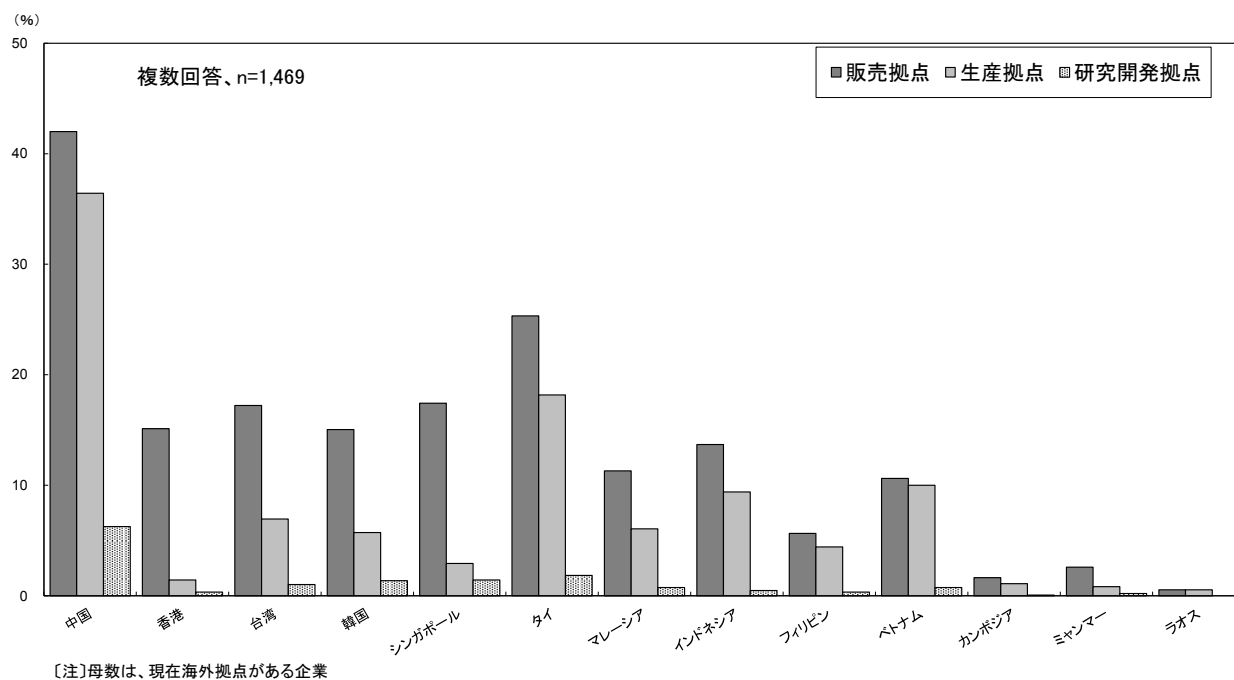
(複数回答、%)

	販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	その他
海外拠点を有する企業数全体 (n=1,469)	66.5	52.3	11.8	24.3
製造業 (n=861)	72.2	71.9	16.8	15.7
飲食料品 (n=86)	74.4	57.0	16.3	8.1
繊維・織物／アパレル (n=48)	54.2	70.8	16.7	10.4
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=28)	64.3	67.9	10.7	14.3
化学 (n=72)	83.3	76.4	20.8	18.1
医薬品・化粧品 (n=27)	85.2	40.7	25.9	14.8
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=60)	75.0	78.3	8.3	11.7
窯業・土石 (n=19)	63.2	73.7	5.3	15.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=112)	58.9	79.5	4.5	11.6
一般機械 (n=107)	77.6	74.8	14.0	17.8
電気機械 (n=72)	79.2	72.2	30.6	23.6
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=33)	72.7	81.8	39.4	27.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=78)	69.2	88.5	29.5	17.9
精密機器 (n=38)	92.1	60.5	10.5	15.8
その他の製造業 (n=81)	67.9	61.7	12.3	17.3
非製造業 (n=608)	58.4	24.7	4.6	36.5
商社・卸売 (n=310)	75.2	34.5	4.2	17.1
小売 (n=26)	80.8	38.5	3.8	15.4
建設 (n=42)	47.6	33.3	2.4	54.8
運輸 (n=44)	20.5	2.3	2.3	72.7
金融・保険 (n=43)	11.6	0.0	0.0	90.7
通信・情報・ソフトウェア (n=24)	58.3	8.3	16.7	37.5
専門サービス (n=32)	25.0	3.1	6.3	75.0
その他の非製造業 (n=87)	51.7	17.2	6.9	43.7
大企業 (n=528)	75.0	57.6	20.5	34.7
大企業 (中堅企業を除く) (n=152)	79.6	60.5	38.8	44.1
中堅企業 (n=376)	73.1	56.4	13.0	30.9
中小企業 (n=941)	61.7	49.4	6.9	18.5
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=549)	64.7	48.6	7.1	19.9
小規模企業者 (n=392)	57.7	50.5	6.6	16.6

[注] 母数は、現在海外拠点がある企業。

国・地域別では、中国には海外に拠点を所有している企業(1,469社)の42.0%(617社)が「販売拠点」を所有し、36.4%(535社)が「生産拠点」を所有している。米国には27.0%(396社)が「販売拠点」を所有し、11.1%(163社)が「生産拠点」を所有している。「販売拠点」の所在国は、中国、米国、タイの順に多く、「生産拠点」の所在国は、中国、タイ、米国の順となっている。「研究開発拠点」の所在国は中国が6.3%(92社)と最も多い。

図表 I-14 海外拠点の所在と機能(国・地域別)



図表 I-15 海外拠点の所在（国・地域別、機能別）

（複数回答、％）

	全体				
	販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	その他	
総計	100.0	66.5	52.3	11.8	24.3
中国	64.5	42.0	36.4	6.3	10.6
香港	19.4	15.1	1.4	0.3	4.3
台湾	22.5	17.2	6.9	1.0	3.3
韓国	19.0	15.0	5.7	1.4	2.5
シンガポール	21.6	17.4	2.9	1.4	4.2
タイ	37.6	25.3	18.2	1.8	6.7
マレーシア	16.6	11.3	6.1	0.7	2.7
インドネシア	21.4	13.7	9.4	0.5	4.2
フィリピン	10.3	5.7	4.4	0.3	2.1
ベトナム	22.1	10.6	10.0	0.7	6.2
カンボジア	3.4	1.6	1.1	0.1	1.1
ミャンマー	5.2	2.6	0.8	0.2	2.1
ラオス	1.3	0.5	0.5	0.0	0.4
インド	15.0	11.2	6.0	1.0	2.4
パキスタン	0.8	0.7	0.3	0.0	0.0
バングラデシュ	2.2	1.0	0.9	0.1	0.6
スリランカ	1.2	0.7	0.3	0.0	0.2
オーストラリア	6.3	5.7	1.2	0.4	0.3
米国	33.8	27.0	11.1	5.7	4.2
カナダ	6.1	5.2	1.2	0.3	0.6
メキシコ	9.9	7.5	4.4	0.2	1.0
ブラジル	7.6	6.1	3.2	0.7	0.8
コロンビア	1.4	1.4	0.1	0.0	0.1
西欧	22.3	17.4	6.7	3.1	3.1
中・東欧	6.1	4.6	2.7	0.2	0.8
ロシア・CIS	5.6	4.6	0.7	0.2	1.1
トルコ	4.0	3.1	1.0	0.0	0.8
南アフリカ共和国	3.1	2.2	0.5	0.1	0.7

〔注〕母数は、現在海外拠点がある企業。

図表 I-16 海外拠点の所在（機能別ランキング）

（社）

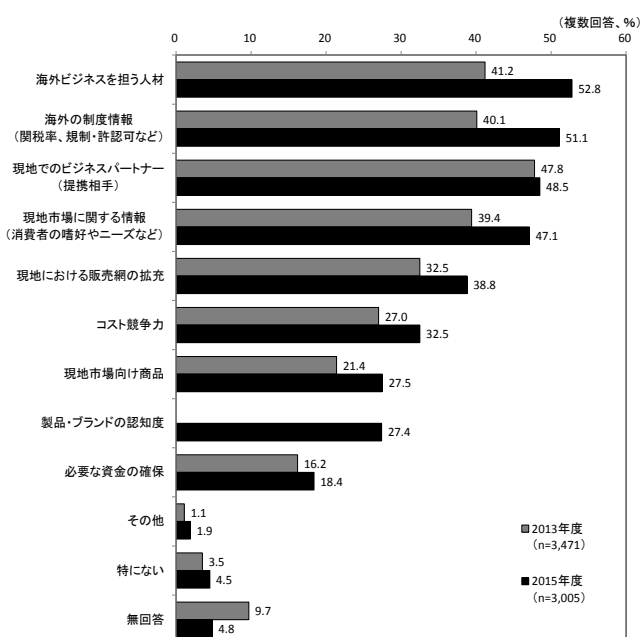
販売			生産			研究開発			その他		
1	中国	617	1	中国	535	1	中国	92	1	中国	155
2	米国	396	2	タイ	267	2	米国	83	2	タイ	99
3	タイ	372	3	米国	163	3	西欧	45	3	ベトナム	91
4	シンガポール	256	4	ベトナム	147	4	タイ	27	4	香港	63
4	西欧	256	5	インドネシア	138	5	シンガポール	21	5	米国	61
6	台湾	253	6	台湾	102	6	韓国	20	5	シンガポール	61
7	香港	222	7	西欧	99	7	台湾	15	5	インドネシア	61
8	韓国	221	8	マレーシア	89	7	インド	15	8	台湾	48
9	インドネシア	201	9	インド	88	9	ベトナム	11	9	西欧	46
10	マレーシア	166	10	韓国	84	10	マレーシア		10	マレーシア	40



## 5. 海外ビジネスの課題

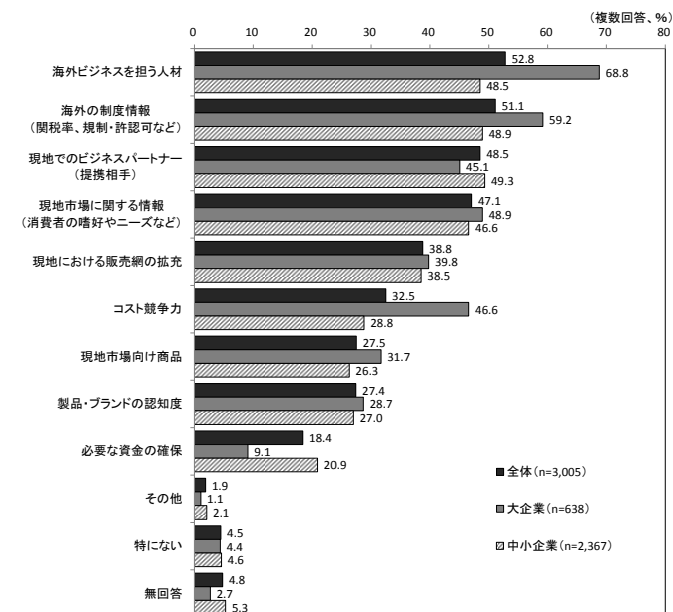
海外ビジネスの課題を尋ねたところ、「海外ビジネスを担う人材」(52.8%)と回答した企業の割合が最も多く、「海外の制度情報」(51.1%)、「現地でのビジネスパートナー」(48.5%)が続く。過去(2013年度)の調査と比較すると、人材や海外の制度情報を課題に挙げる割合が大きく上昇した。中小企業では「現地でのビジネスパートナーの確保」を課題に挙げる割合が49.3%と最も高かった。自動車/自動車部品/その他輸送機器では「海外ビジネスを担う人材」(71.6%)を課題に挙げる割合が7割を越えており、他の業種に比べて特に高い。また小売では、「海外の制度情報」(52.5%)、飲食料品では「現地でのビジネスパートナー」(59.3%)が最も多い。

図表 I-17 海外ビジネスの課題(時系列)



[注] 母数は、本調査の回答企業総数。

図表 I-18 海外ビジネスの課題(企業規模別)



[注] 母数は、本調査の回答企業総数。

図表 I-19 海外ビジネスの課題（業種別）

(複数回答、%)

	社数	現地市場に関する情報 (消費者の嗜好やニーズなど)	現地市場向け商品	海外の制度 情報(関税率、規制 許認可など)	必要な資金 の確保	現地でのビ ジネスパー トナー(提携 相手)	現地におけ る販売網の 拡充	海外ビジネ スを担う人 材	コスト競争 力	製品・ブラン ドの認知度	特にな	その他	無回答
総計	3,005	47.1	27.5	51.1	18.4	48.5	38.8	52.8	32.5	27.4	4.5	1.9	4.8
製造業	1,633	51.6	32.5	54.8	18.5	49.7	46.5	57.3	40.4	35.9	2.7	1.9	2.8
飲食料品	361	57.6	38.8	55.1	21.1	59.3	49.6	54.3	26.6	40.7	1.7	3.9	3.0
繊維・織物/アパレル	84	50.0	27.4	48.8	16.7	51.2	42.9	42.9	28.6	34.5	4.8	2.4	2.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	56.5	32.3	54.8	27.4	43.5	45.2	48.4	38.7	38.7	1.6	0.0	3.2
化学	102	61.8	36.3	59.8	9.8	48.0	45.1	65.7	42.2	28.4	1.0	1.0	1.0
医薬品・化粧品	57	50.9	33.3	59.6	10.5	56.1	40.4	43.9	45.6	57.9	1.8	0.0	1.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	86	52.3	32.6	53.5	20.9	46.5	50.0	54.7	46.5	39.5	1.2	0.0	3.5
窯業・土石	27	48.1	11.1	40.7	14.8	44.4	51.9	59.3	51.9	33.3	0.0	0.0	7.4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	179	47.5	26.3	46.9	21.2	44.7	42.5	59.2	43.0	27.9	5.0	1.1	2.8
一般機械	170	46.5	32.9	54.1	18.2	48.8	53.5	64.7	52.9	34.1	1.8	0.6	2.4
電気機械	103	49.5	46.6	61.2	16.5	49.5	50.5	62.1	53.4	45.6	1.9	1.9	2.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	52	51.9	32.7	61.5	13.5	51.9	46.2	55.8	48.1	32.7	7.7	0.0	1.9
自動車/自動車部品/その他輸送機器	102	37.3	15.7	63.7	16.7	31.4	37.3	71.6	51.0	20.6	2.9	2.9	2.0
精密機器	67	43.3	28.4	56.7	10.4	44.8	41.8	56.7	41.8	37.3	4.5	1.5	0.0
その他の製造業	181	54.1	32.0	52.5	22.1	50.3	45.3	54.7	35.9	34.8	3.3	2.8	5.0
非製造業	1,372	41.8	21.4	46.6	18.2	47.0	29.6	47.4	23.3	17.2	6.7	1.8	7.1
商社・卸売	687	45.9	27.4	45.7	16.2	46.9	37.0	45.6	26.9	17.9	5.7	1.6	4.9
小売	99	39.4	25.3	52.5	19.2	49.5	30.3	44.4	19.2	20.2	5.1	2.0	11.1
建設	78	41.0	15.4	53.8	17.9	52.6	28.2	67.9	42.3	16.7	3.8	2.6	10.3
運輸	74	27.0	9.5	36.5	16.2	37.8	16.2	40.5	27.0	6.8	8.1	1.4	10.8
金融・保険	86	27.9	5.8	46.5	3.5	26.7	7.0	45.3	3.5	3.5	17.4	2.3	15.1
通信・情報・ソフトウェア	78	46.2	20.5	50.0	26.9	55.1	32.1	52.6	19.2	32.1	6.4	1.3	7.7
専門サービス	74	36.5	8.1	44.6	17.6	56.8	23.0	47.3	13.5	14.9	9.5	2.7	2.7
その他の非製造業	196	40.8	17.9	47.4	29.1	49.5	20.4	48.5	17.3	18.4	6.1	2.0	7.7

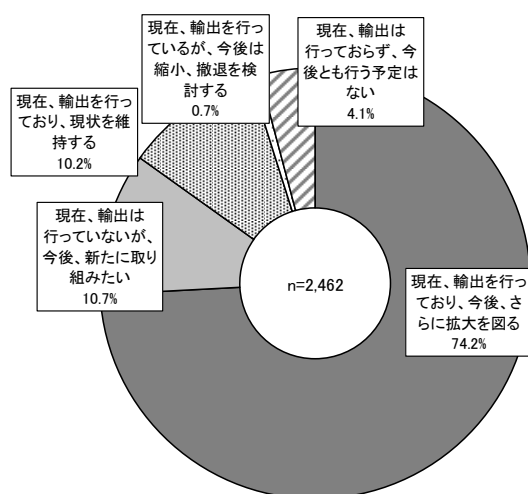
[注] 網掛けは、各業種で回答比率が最大の項目。

## II. 貿易への取り組み

### 1. 今後の輸出事業方針

今後（3年程度）の輸出方針について、「輸出の拡大をさらに図る」企業が前年の66.2%から74.2%と過去5年間で最も高い比率に上昇、「新たに取り組みたい」（10.7%）企業と合わせると84.9%の企業が輸出拡大に積極的な姿勢を示した。企業規模別では、大企業で81.8%の企業が輸出の拡大を図ると回答、中小企業でも72.5%に達した。業種別では、医療品・化粧品の88.9%を筆頭に情報通信機械器具／電子部品・デバイス（86.0%）、化学（85.6%）などで輸出拡大意欲が高い。

図表 II-1 今後（2015年度も含め3カ年程度）の輸出に関する方針（全体）



〔注〕図表 II-1~4 とも、母数(n)は「輸出を行う業種ではない」「無回答」と回答した企業を除いた企業数。

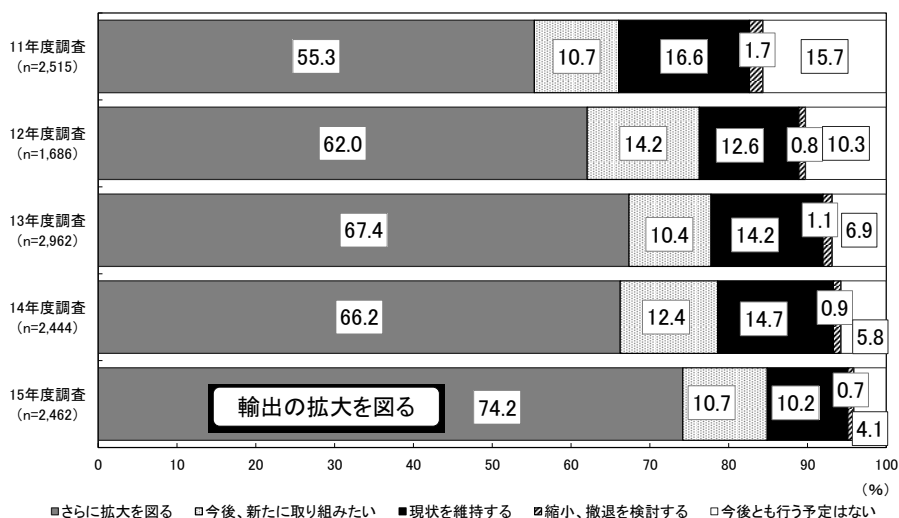
図表 II-2 今後（2015年度も含め3カ年程度）の輸出に関する方針（業種別）

	社数	現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る	現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい	現在、輸出を行っており、現状を維持する	現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する	現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない
総計	2,462	74.2	10.7	10.2	0.7	4.1
製造業	1,516	77.0	7.6	12.0	0.7	2.7
飲食品	341	77.4	11.7	7.3	0.0	3.5
繊維・織物／アパレル	80	67.5	16.3	11.3	1.3	3.8
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	52	67.3	9.6	15.4	1.9	5.8
化学	97	85.6	6.2	6.2	0.0	2.1
医療品・化粧品	54	88.9	5.6	5.6	0.0	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	78	71.8	2.6	23.1	1.3	1.3
窯業・土石	24	83.3	0.0	12.5	0.0	4.2
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	163	68.1	9.2	17.2	0.6	4.9
一般機械	161	83.2	1.9	13.7	0.6	0.6
電気機械	96	82.3	5.2	9.4	0.0	3.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	50	86.0	2.0	8.0	4.0	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	87	62.1	6.9	26.4	1.1	3.4
精密機器	65	80.0	4.6	13.8	0.0	1.5
その他の製造業	168	80.4	7.7	8.9	1.2	1.8
非製造業	946	69.6	15.8	7.4	0.8	6.4
商社・卸売	631	74.6	11.6	7.6	1.1	5.1
小売	78	57.7	26.9	7.7	0.0	7.7
建設	38	60.5	15.8	13.2	0.0	10.5
運輸	23	60.9	8.7	26.1	0.0	4.3
通信・情報・ソフトウェア	46	45.7	37.0	2.2	0.0	15.2
専門サービス	29	69.0	24.1	0.0	3.4	3.4
その他の非製造業	98	65.3	4.1	23.5	0.0	7.1

〔注〕網掛けは回答率が80%以上の項目。回答社数が5社以上の業種のみ。

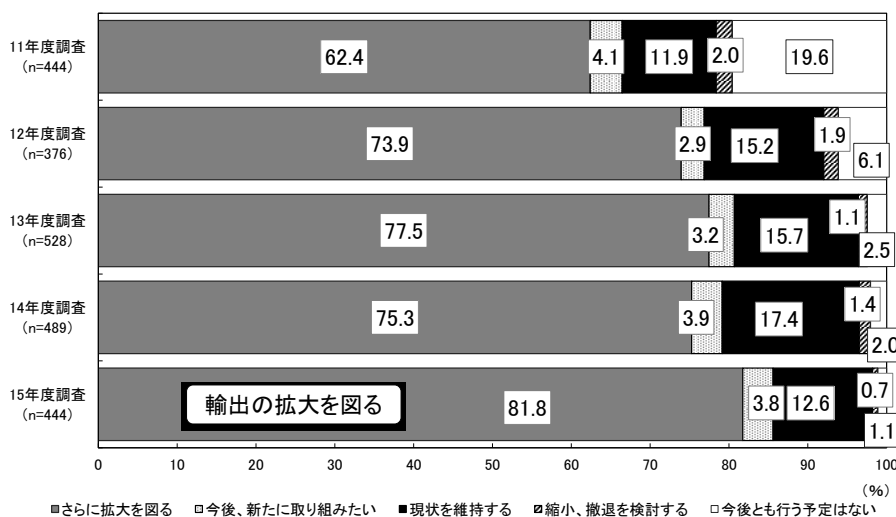
図表Ⅱ-3 今後(2015年度も含め3カ年程度)の輸出に関する方針(時系列・全体)

【全体】

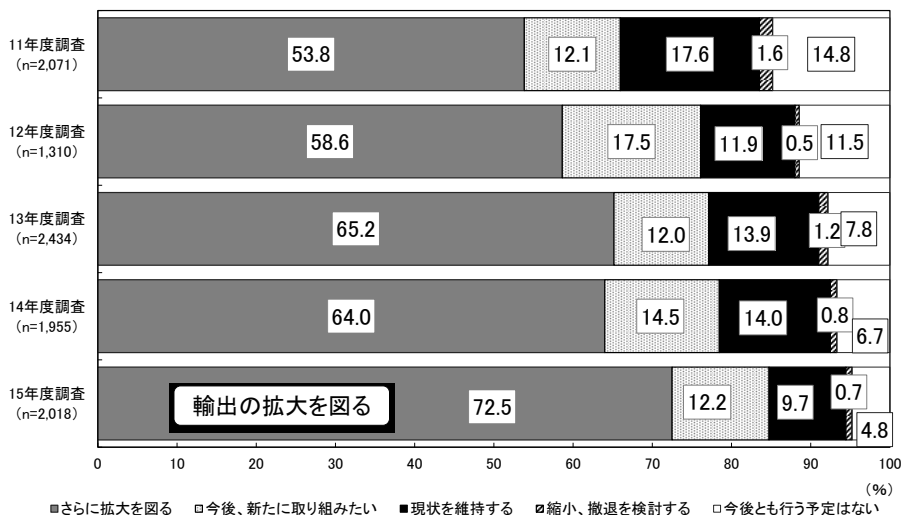


図表Ⅱ-4 今後(2015年度も含め3カ年程度)の輸出に関する方針(時系列・企業規模別)

【大企業】



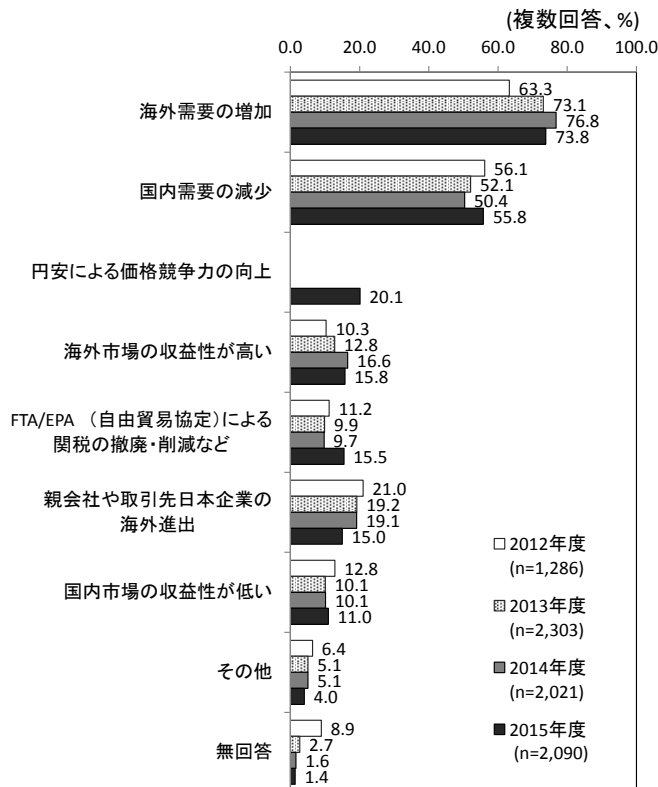
【中小企業】



## 2. 輸出ビジネスを拡大する理由

「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」と回答した企業に輸出ビジネスを拡大する理由を尋ねたところ、「海外需要の増加」(73.8%)が引き続き最大であった。続いて「国内需要の減少」(55.8%)、「円安による価格競争力の向上」(20.1%)となった。輸出拡大理由に「FTA/EPAによる関税の撤廃・削減」を挙げる企業の割合も前年の9.7%から15.5%へと上昇を遂げた。「円安による価格競争力の向上」は大企業よりも中小企業でより強い輸出意欲増加の要因となっている。大企業では「親会社や取引先日本企業の海外進出」、「FTA/EPAによる関税の撤廃・削減など」の比率も高かった。

図表Ⅱ-5 輸出ビジネスを拡大する理由（時系列・全体）



[注] 「円安による価格競争力の向上」は2015年度に新設。

図表Ⅱ-6 輸出ビジネスを拡大する理由（企業規模別）

（複数回答、％）

	全体 (n=2,090)	企業規模別		業種別	
		大企業 (n=380)	中小企業 (n=1,710)	製造業 (n=1,283)	非製造業 (n=807)
海外需要の増加	73.8	82.4	71.9	75.1	71.7
国内需要の減少	55.8	59.5	55.0	61.6	46.6
円安による価格競争力の向上	20.1	18.2	20.6	19.6	20.9
海外市場の収益性が高い	15.8	15.0	16.0	13.6	19.3
FTA/EPA（自由貿易協定）による関税の撤廃・削減など	15.5	19.7	14.6	15.0	16.2
親会社や取引先日本企業の海外進出	15.0	29.2	11.9	15.0	15.1
国内市場の収益性が低い	11.0	8.9	11.4	9.4	13.4
その他	4.0	2.9	4.3	3.5	4.8
無回答	1.4	0.5	1.6	0.9	2.1

図表Ⅱ-7 輸出ビジネスを拡大する理由（業種別）

（複数回答、％）

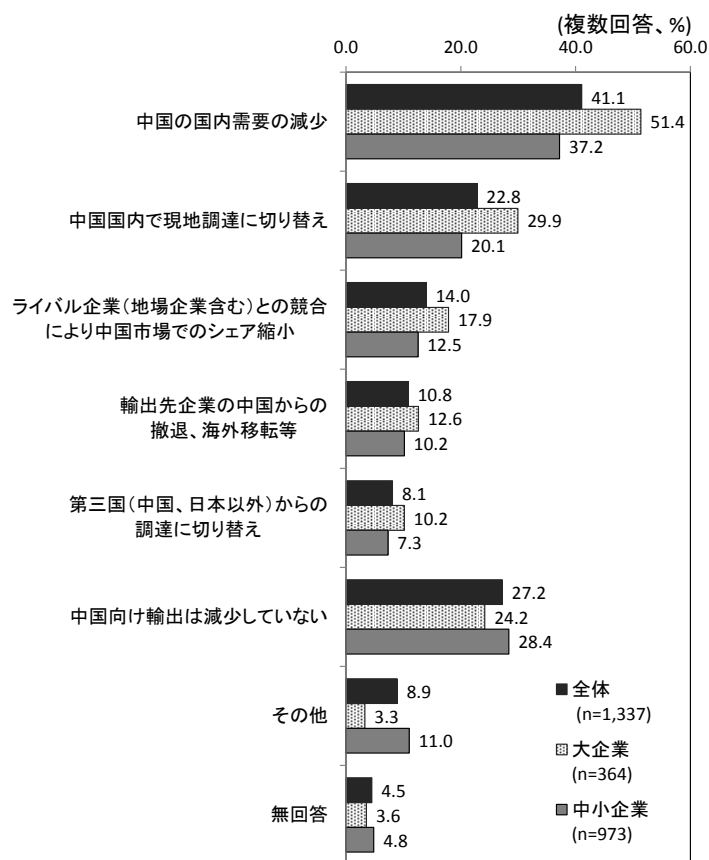
	社数	海外需要の増加	国内需要の減少	円安による価格競争力の向上	海外市場の収益性が高い	FTA/EPA（自由貿易協定）による関税の撤廃・削減など	親会社や取引先日本企業の海外進出	国内市場の収益性が低い	その他	無回答
総計	2,090	73.8	55.8	20.1	15.8	15.5	15.0	11.0	4.0	1.4
製造業	1,283	75.1	61.6	19.6	13.6	15.0	15.0	9.4	3.5	0.9
食料品	304	78.9	65.1	13.5	15.5	15.5	4.9	11.2	3.9	1.0
繊維・織物／アパレル	67	46.3	67.2	19.4	13.4	22.4	6.0	9.0	9.0	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	40	67.5	70.0	30.0	12.5	15.0	5.0	17.5	0.0	0.0
化学	89	79.8	61.8	20.2	6.7	12.4	31.5	3.4	2.2	1.1
医薬品・化粧品	51	74.5	52.9	19.6	13.7	15.7	3.9	3.9	2.0	3.9
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	58	77.6	63.8	25.9	19.0	27.6	19.0	13.8	0.0	0.0
窯業・土石	20	60.0	60.0	15.0	10.0	5.0	25.0	10.0	5.0	5.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	126	62.7	67.5	27.8	11.1	11.1	17.5	15.9	3.2	0.8
一般機械	137	84.7	63.5	21.9	10.9	11.7	20.4	5.1	2.2	0.7
電気機械	84	71.4	47.6	20.2	14.3	11.9	21.4	4.8	3.6	1.2
情報通信機器／電子部品・デバイス	44	75.0	52.3	18.2	15.9	11.4	18.2	11.4	6.8	2.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	60	76.7	55.0	26.7	15.0	23.3	40.0	10.0	1.7	0.0
精密機器	55	87.3	56.4	20.0	16.4	14.5	12.7	7.3	0.0	0.0
その他の製造業	148	79.7	60.1	15.5	14.2	14.9	12.2	8.8	6.1	0.7
非製造業	807	71.7	46.6	20.9	19.3	16.2	15.1	13.4	4.8	2.1
商社・卸売	544	71.3	50.2	25.7	19.9	17.6	16.2	14.3	5.0	1.8
小売	66	74.2	42.4	15.2	16.7	21.2	4.5	19.7	3.0	1.5
建設	29	72.4	48.3	6.9	6.9	6.9	24.1	13.8	3.4	3.4
運輸	16	93.8	50.0	18.8	12.5	31.3	37.5	6.3	0.0	6.3
通信・情報・ソフトウェア	38	52.6	31.6	5.3	23.7	7.9	13.2	2.6	10.5	2.6
専門サービス	27	77.8	22.2	7.4	22.2	7.4	18.5	0.0	14.8	3.7
その他の非製造業	87	74.7	40.2	11.5	20.7	10.3	9.2	12.6	1.1	2.3

〔注〕①網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。回答社数が5社以上の業種のみ掲載。②図表Ⅱ-5～7とも、母数(n)は「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに組みたい」と回答した企業。

### 3. 中国向け輸出の伸び悩みの理由

2015年に入り日本の中国向け輸出は伸び悩みが見られる。このため中国向け輸出について、伸び悩む理由を聞いたところ、「中国の国内需要の減少」を指摘する企業が41.1%と最大であった。特に一般機械（53.4%）、鉄鋼/非鉄金属/金属製品（53.3%）、自動車/自動車部品/その他輸送機器（53.3%）などの業種で同比率が高い。一方、「中国向け輸出は減少していない」も27.2%に及び、医療品・化粧品（54.1%）、飲食料品（38.6%）など消費財分野で同回答が多い。その他、「中国国内での現地調達に切り替え」（22.8%）、「ライバル企業との競合により中国市場でのシェア縮小」（14.0%）を伸び悩み理由に挙げる企業も多い。

図表Ⅱ-8 中国向け輸出の伸び悩みの理由（全体）



[注] 図表Ⅱ-8～10とも、母数(n)は母数は現在、中国に輸出をしている企業

図表Ⅱ-9 中国向け輸出の伸び悩みの理由（企業規模別）

（複数回答、%）

	全体 (n=1,337)	大企業 (n=364)	中堅企業 (n=269)		中小企業 (n=973)	中小企業 (n=505)	小規模 企業者 (n=468)
			大企業 (n=95)	中堅企業 (n=269)			
中国の国内需要の減少	41.1	51.4	50.5	51.7	37.2	39.6	34.6
中国国内で現地調達に切り替え	22.8	29.9	25.3	31.6	20.1	23.0	17.1
ライバル企業（地場企業含む）との競合により中国市場でのシェア縮小	14.0	17.9	17.9	17.8	12.5	15.4	9.4
輸出先企業の中国からの撤退、海外移転等	10.8	12.6	11.6	13.0	10.2	10.3	10.0
第三国（中国、日本以外）からの調達に切り替え	8.1	10.2	13.7	8.9	7.3	7.5	7.1
中国向け輸出は減少していない	27.2	24.2	26.3	23.4	28.4	28.1	28.6
その他	8.9	3.3	5.3	2.6	11.0	8.9	13.2
無回答	4.5	3.6	5.3	3.0	4.8	3.8	6.0

〔注〕 小括弧内の大企業は中堅企業を除く大企業、小括弧内の中小企業は小規模事業者を除く中小企業。

図表Ⅱ-10 中国向け輸出の伸び悩みの理由（業種別）

（複数回答、%）

	社数	少中国の国内需要の減少	中国国内で現地調達に切り替え	ライバル企業（地場企業含む）との競合により中国市場でのシェア縮小	輸出先企業の中国からの撤退、海外移転等	第三国（中国、日本以外）からの調達に切り替え	中国向け輸出は減少していない	その他	無回答
総計	1,337	41.1	22.8	14.0	10.8	8.1	27.2	8.9	4.5
製造業	924	41.5	22.4	15.2	9.6	6.7	26.6	9.8	4.1
飲食料品	127	25.2	7.1	9.4	2.4	5.5	38.6	17.3	7.9
繊維・織物／アパレル	36	22.2	33.3	13.9	16.7	13.9	22.2	11.1	2.8
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	23	39.1	30.4	13.0	8.7	8.7	34.8	0.0	4.3
化学	83	43.4	33.7	19.3	13.3	7.2	28.9	4.8	2.4
医薬品・化粧品	37	18.9	2.7	16.2	0.0	2.7	54.1	13.5	2.7
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	54	50.0	31.5	20.4	20.4	9.3	11.1	11.1	0.0
窯業・土石	19	52.6	15.8	5.3	10.5	0.0	31.6	10.5	5.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	90	53.3	32.2	6.7	12.2	5.6	18.9	6.7	4.4
一般機械	133	53.4	23.3	19.5	7.5	4.5	15.0	6.8	5.3
電気機械	71	42.3	26.8	15.5	9.9	9.9	28.2	9.9	1.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	37	35.1	16.2	21.6	16.2	8.1	32.4	5.4	5.4
自動車／自動車部品／その他輸送機器	60	53.3	38.3	20.0	6.7	6.7	18.3	3.3	3.3
精密機器	50	46.0	20.0	20.0	8.0	8.0	28.0	8.0	2.0
その他の製造業	104	35.6	11.5	12.5	11.5	6.7	29.8	17.3	4.8
非製造業	413	40.2	23.7	11.4	13.6	11.1	28.6	6.8	5.3
商社・卸売	318	43.4	25.5	13.2	14.5	11.6	25.8	6.6	3.8
小売	20	30.0	10.0	5.0	0.0	5.0	35.0	25.0	5.0
建設	9	33.3	55.6	11.1	11.1	33.3	22.2	0.0	11.1
運輸	17	52.9	35.3	11.8	35.3	17.6	17.6	0.0	0.0
通信・情報・ソフトウェア	11	27.3	0.0	0.0	9.1	0.0	63.6	9.1	0.0
専門サービス	10	30.0	20.0	0.0	20.0	10.0	20.0	0.0	30.0
その他の非製造業	28	14.3	7.1	3.6	0.0	3.6	53.6	3.6	17.9

〔注〕 網掛けは各業種で回答比率が35%以上の項目。回答社数が5社以上の業種のみ掲載。

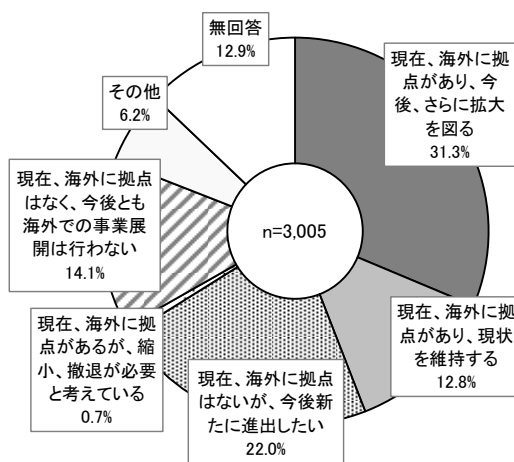


### Ⅲ. 海外進出への取り組み

#### 1. 今後の海外進出方針

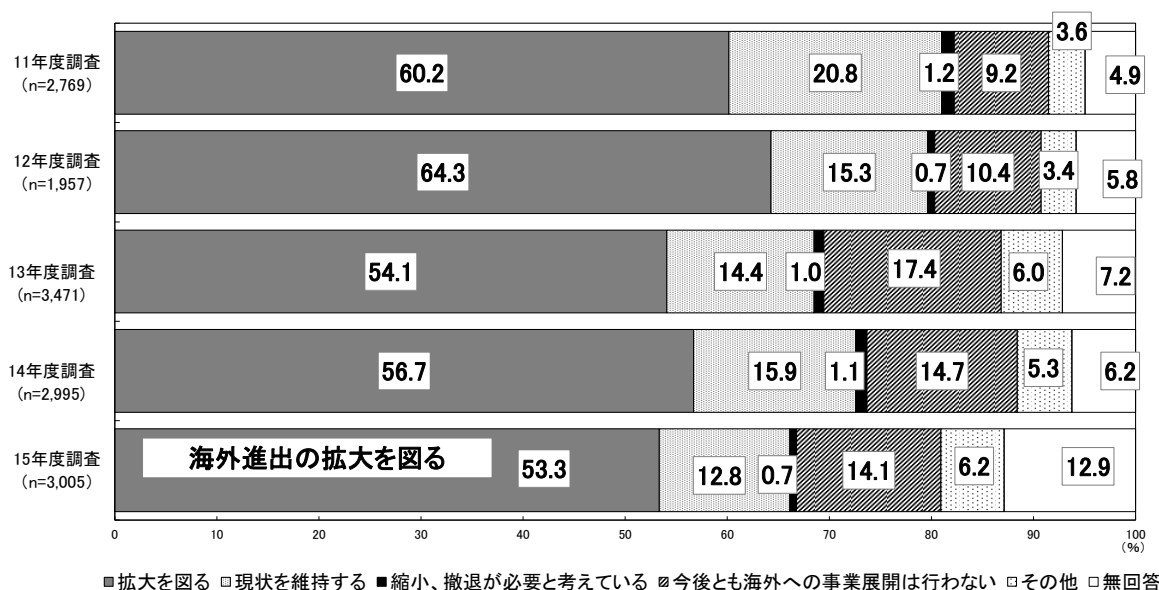
今後（3年程度）の海外進出方針では、「拡大を図る」（「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」および「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計）企業の割合が53.3%と過半を超えたものの、前年（56.7%）から低下した。大企業では、63.8%が「拡大を図る」と回答したものの、2011年度以降、拡大意欲は鈍化傾向にある。中小企業でも、「拡大を図る」と回答した企業は、前年の54.3%から50.5%に低下した。

図表Ⅲ-1 今後（2015年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（全体）



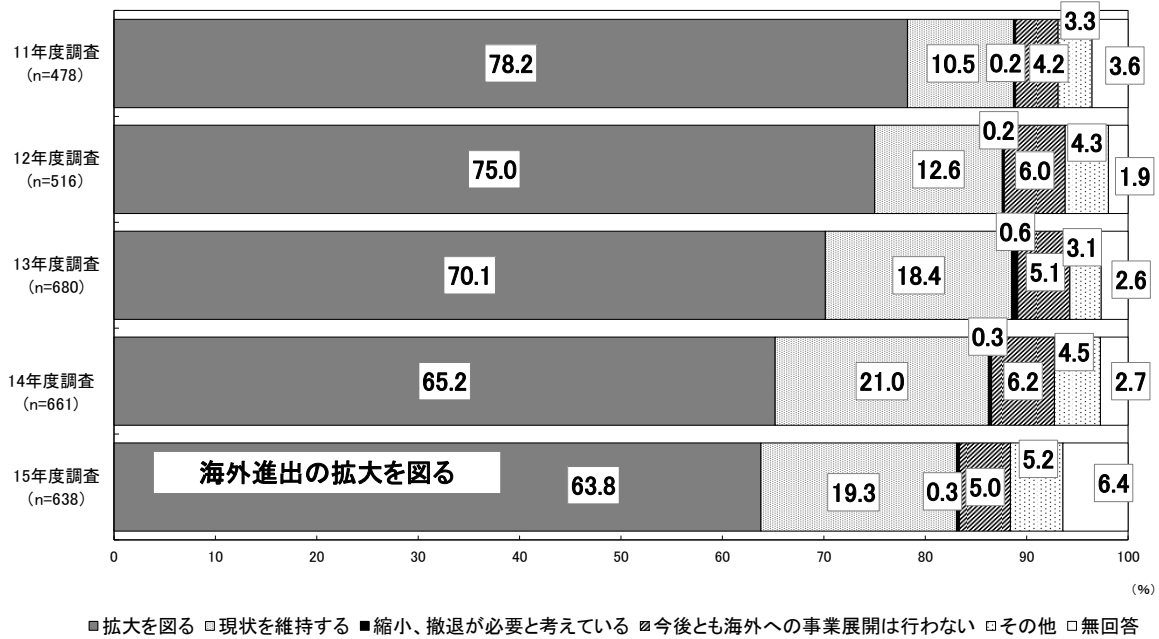
図表Ⅲ-2 今後（2015年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（時系列）

【全体】

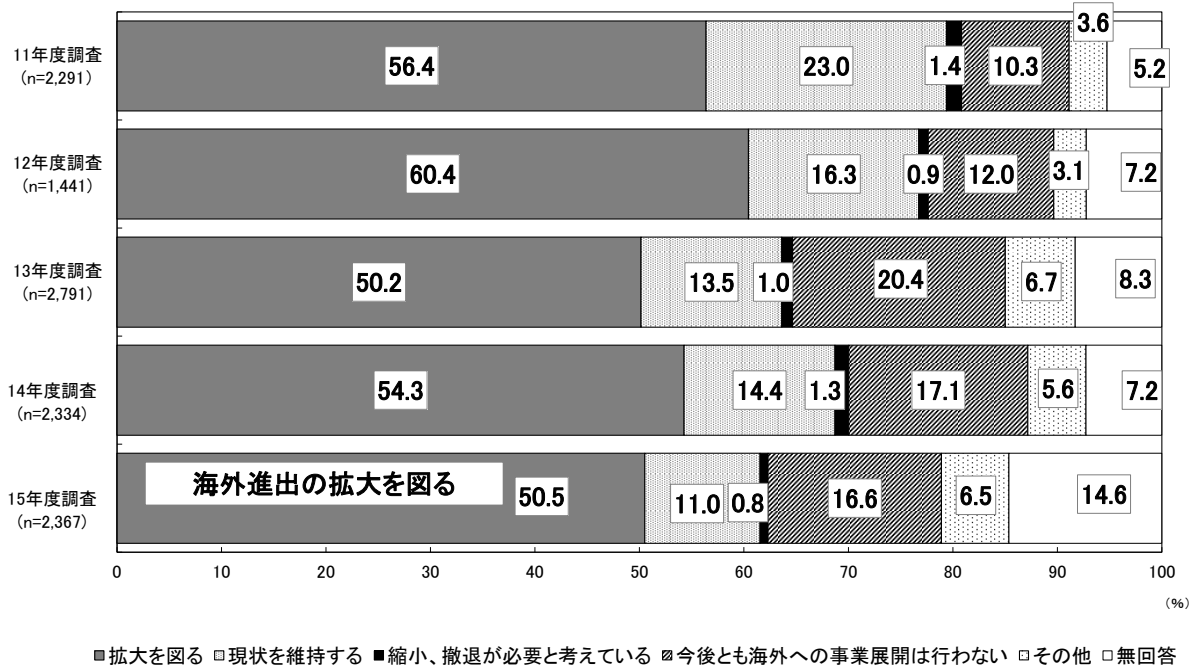


[注] 2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

### 【大企業】



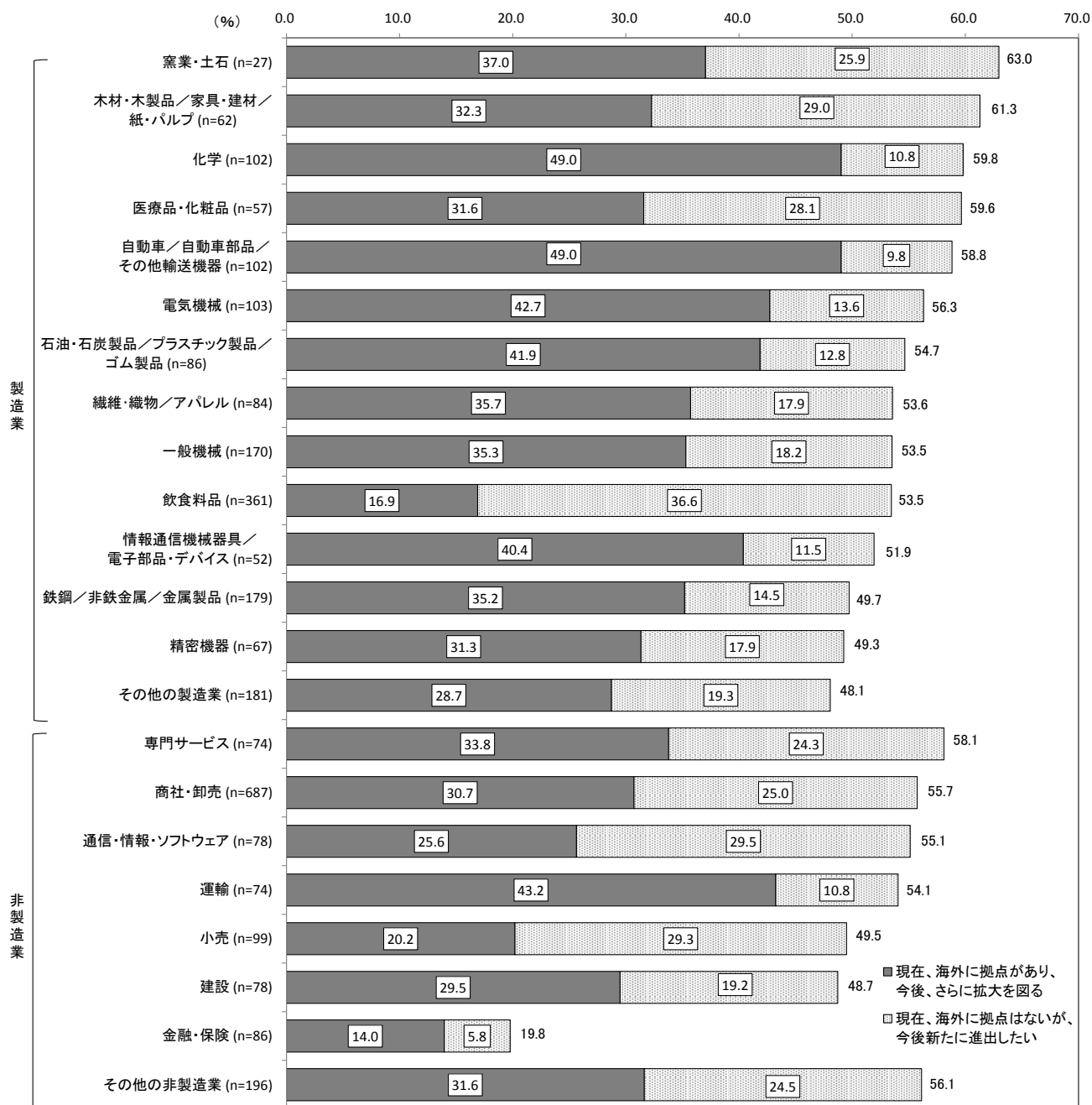
### 【中小企業】



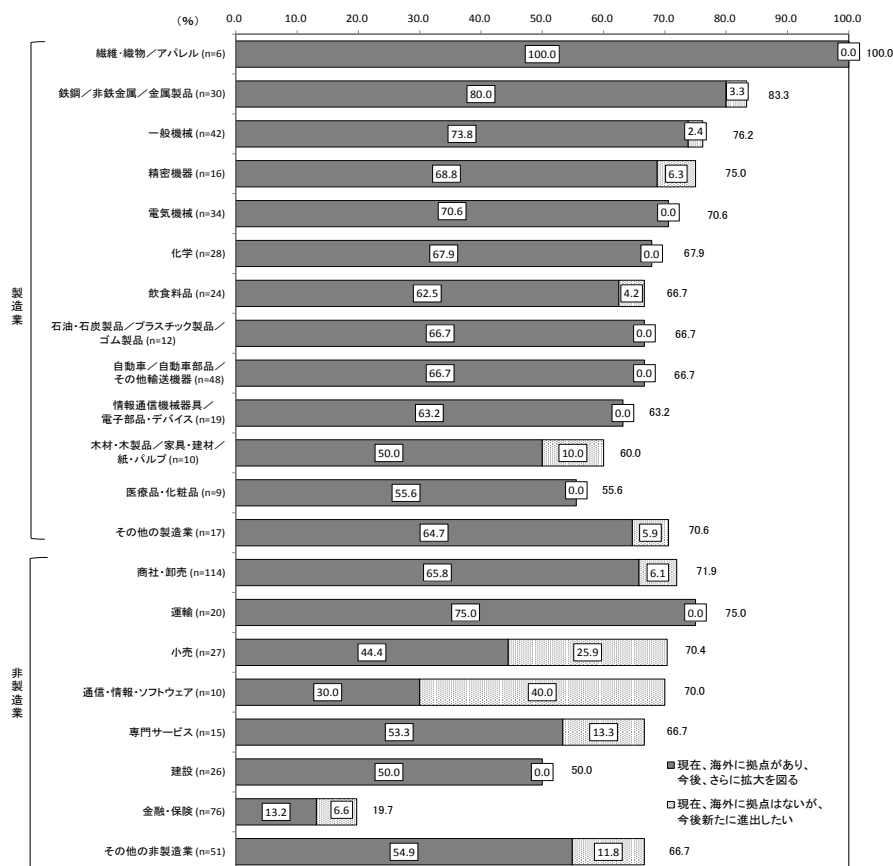
[注] 2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点は無いが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

図表Ⅲ-3 今後（2015年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（業種別）

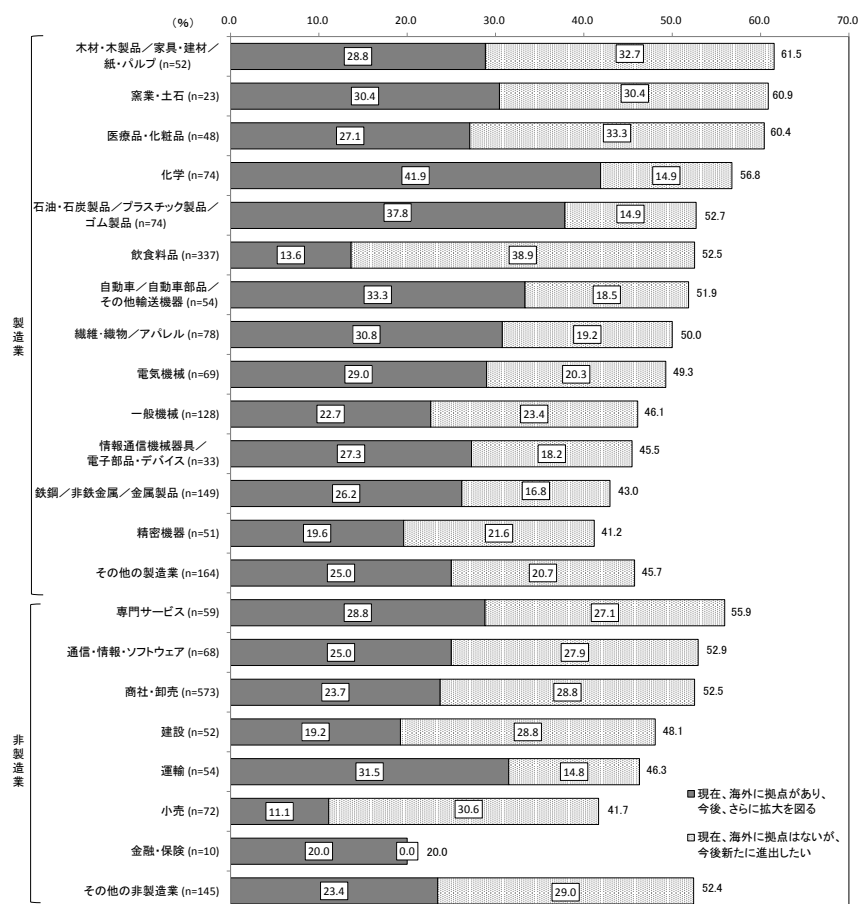
【全体】



## 【大企業】



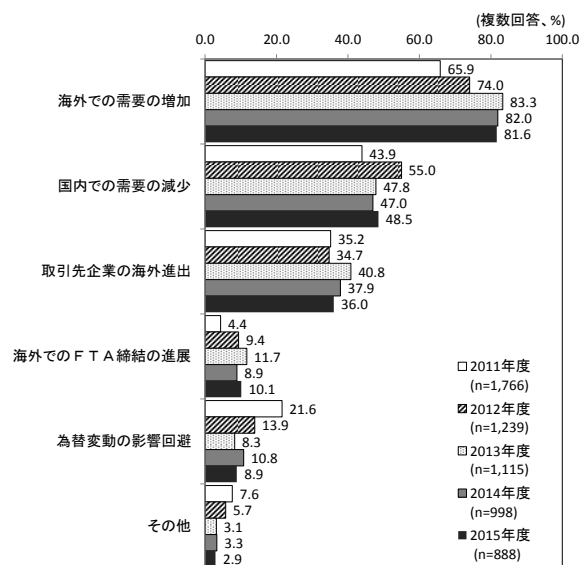
## 【中小企業】



## 2. 海外進出を拡大する理由

海外進出拡大理由には3年連続で8割超の企業が「海外での需要の増加」(81.6%)を指摘。企業規模別では大企業(86.3%)、業種別では製造業(83.8%)で同比率が高い。次いで「国内での需要の減少」(48.5%)、「取引先企業の海外進出」(36.0%)が続いている。

図表Ⅲ-4 海外進出を拡大する理由(全体)



図表Ⅲ-5 海外進出を拡大する理由(企業規模別・業種別)

	全体 (n=888)	企業規模別		業種別	
		大企業 (n=366)	中小企業 (n=522)	製造業 (n=513)	非製造業 (n=375)
海外での需要の増加	81.6	86.3	78.4	83.8	78.7
国内での需要の減少	48.5	50.0	47.5	52.8	42.7
取引先企業の海外進出	36.0	43.7	30.7	33.1	40.0
海外市場の収益性が高い	15.7	14.5	16.5	15.4	16.0
海外でのFTA締結の進展	10.1	10.7	9.8	9.2	11.5
人件費、税負担など国内コスト要因	9.1	9.3	9.0	10.3	7.5
為替変動の影響回避	8.9	7.7	9.8	10.1	7.2
その他	2.9	2.7	3.1	3.1	2.7

[注] ①2011年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。2013年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。

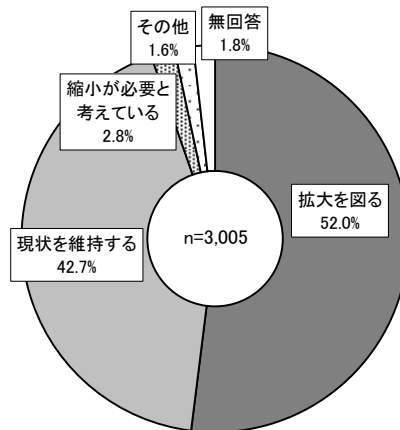
②経年比較するために、2011年度、2012年度調査における「円高の影響」の回答結果を「為替変動の影響回避」として記載。

③「海外市場の収益性が高い」は2015年度から、「人件費、税負担など国内コスト要因」は2013年度以降の新規項目。

### 3. 今後の国内事業展開

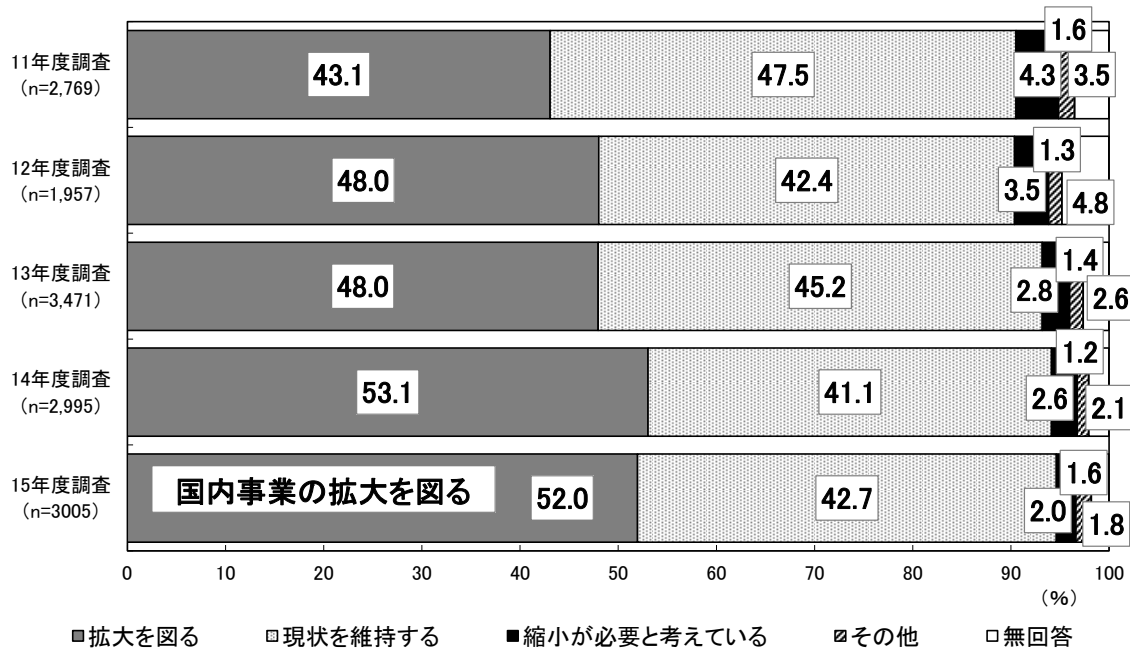
今後（3年程度）の国内事業展開方針では、「拡大を図る」企業が52.0%と、前年（53.1%）に続き2年連続で過半数を超えた。大企業では「拡大を図る」が44.8%と前年（47.0%）から低下した一方、中小企業では前年の54.8%から53.9%へとほぼ横ばいに推移した。業種別では、非製造業で「拡大を図る」企業が前年（56.1%）から53.1%に低下した。これに対し、製造業は前年（50.8%）並みの51.0%となった。

図表Ⅲ-6 国内での今後（2015年度も含め3カ年度程度）の事業展開（全体）

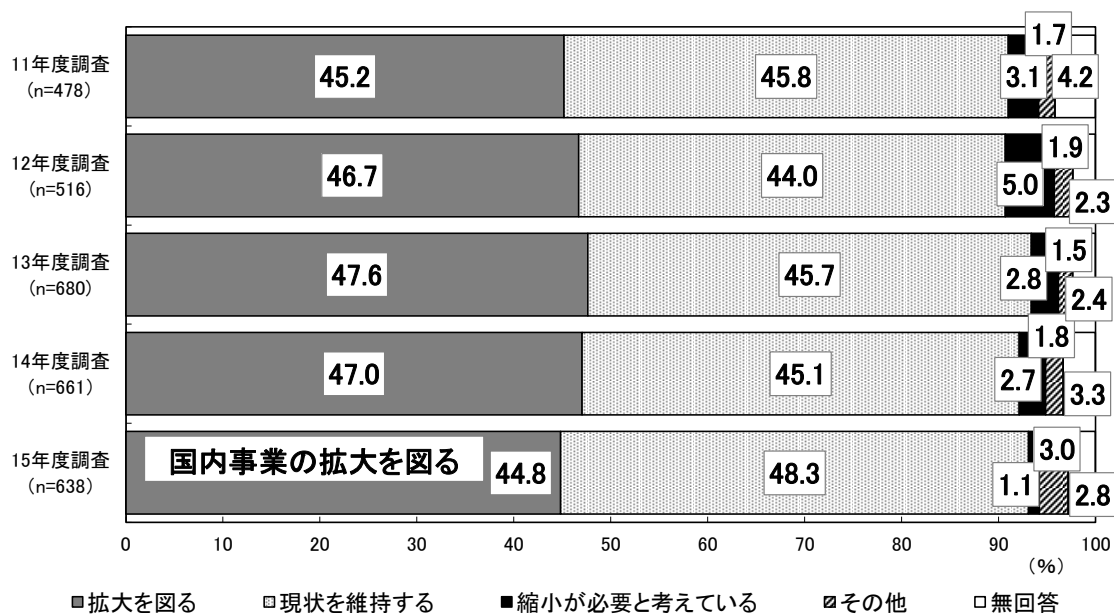


図表Ⅲ-7 国内での今後（2015年度も含め3カ年度程度）の事業展開（時系列）

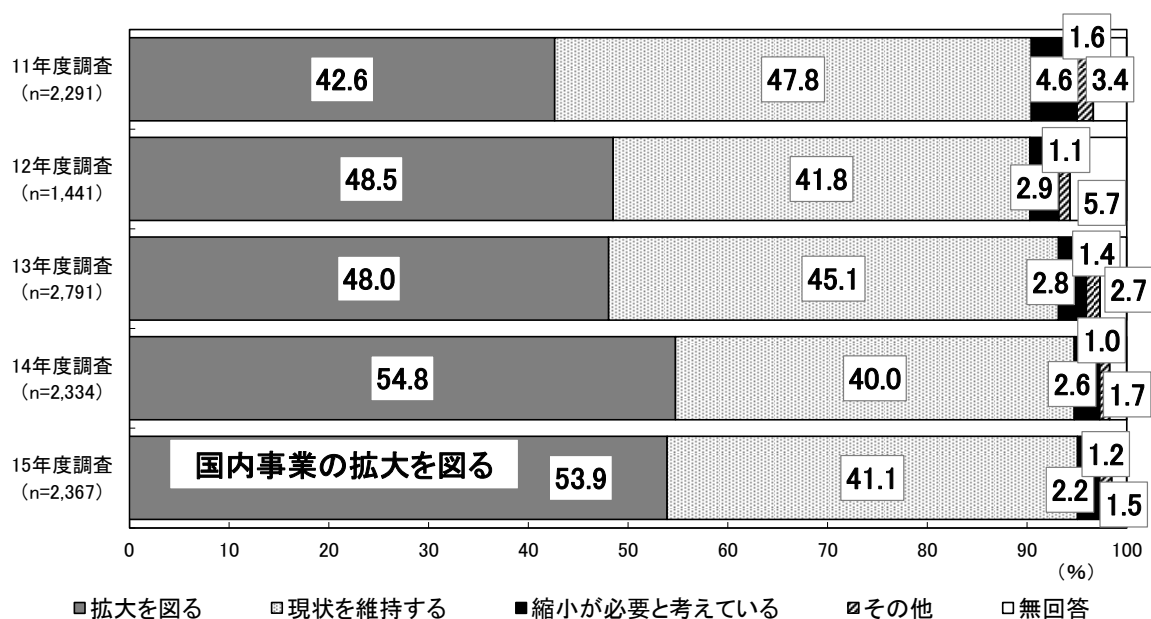
#### 【全体】



### 【大企業】

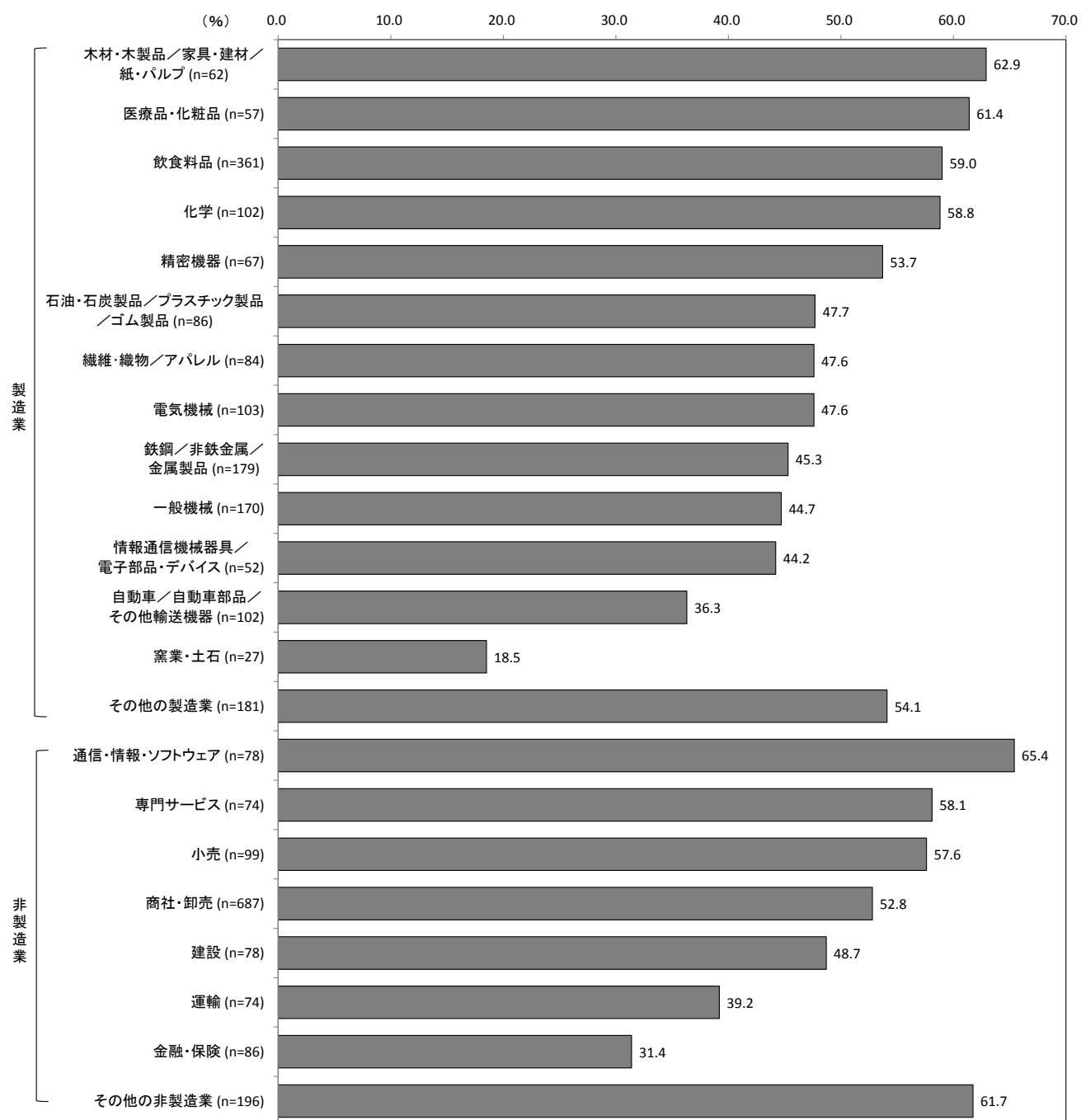


### 【中小企業】



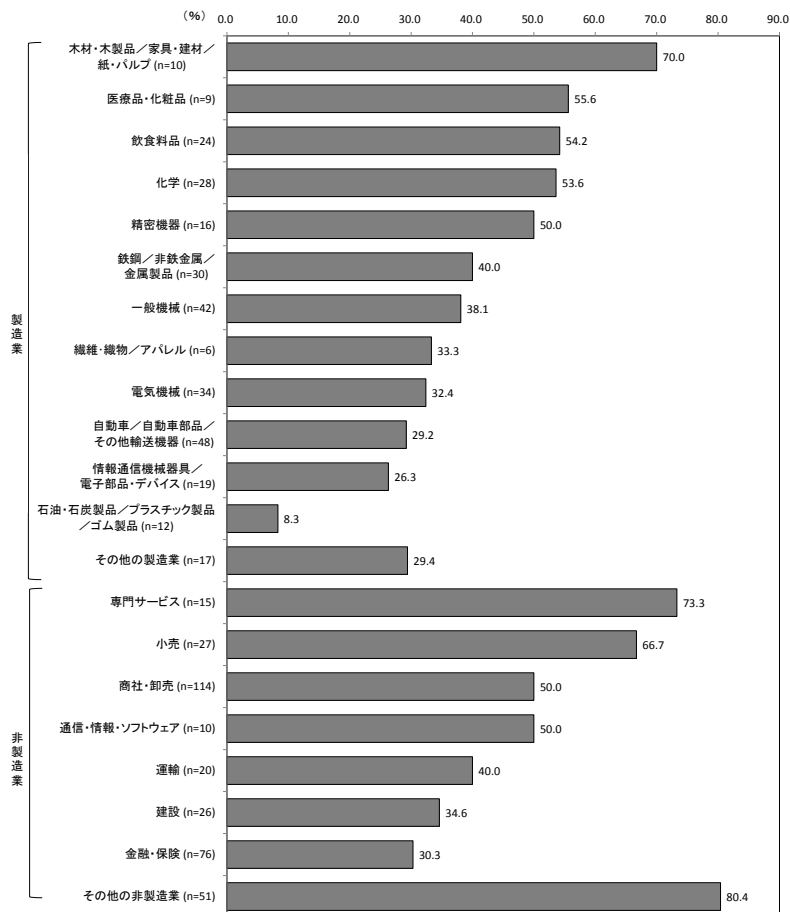
図表Ⅲ-8 国内での今後（2015年度も含め3カ年度程度）の事業展開（業種別）

【全体】

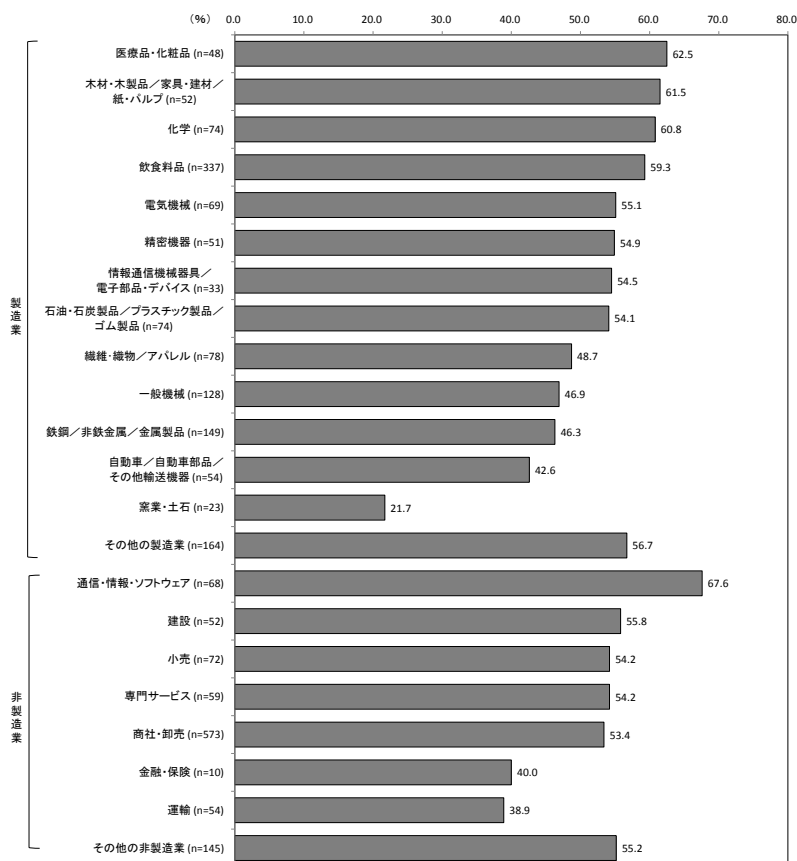




## 【大企業】

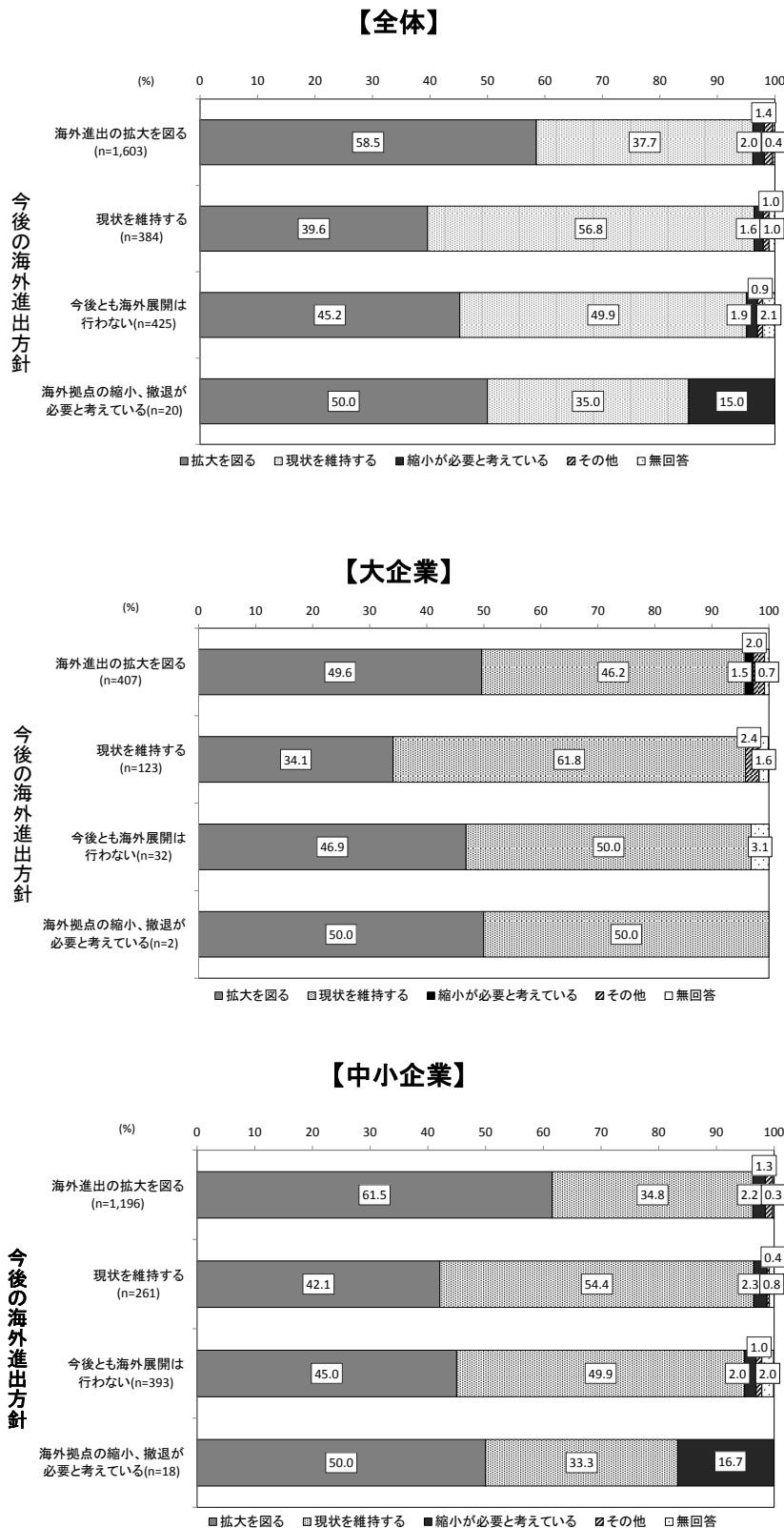


## 【中小企業】



海外進出拡大方針を有する企業の 58.5%は、国内事業も拡大すると回答し、海外進出を拡大する企業は国内事業も拡大する傾向がみられた。大企業では、海外進出拡大方針を有する企業の 49.6%、中小企業では同 61.5%の企業が国内事業を拡大すると回答。一方、「海外拠点の縮小、撤退が必要と考えている」企業では、「国内事業の縮小が必要と考えている」と回答した企業の比率も多い。

図表Ⅲ-9 海外進出の方針別にみた国内事業の今後の方向性



#### 4. 国内事業を拡大する理由

国内事業を拡大する理由としては、「国内での需要の増加」（55.5%）が最多で、「国内市場の収益性が高い」（27.1%）が続いた。他方、「取引先企業の国内回帰」（9.4%）や「為替変動の影響回避」（6.8%）などを理由に挙げる企業は1割未満に留まった。

図表Ⅲ-10 国内事業を拡大する理由（企業規模別・業種別）

（複数回答、%）

	全体 (n=1,520)	企業規模別		業種別	
		大企業 (n=280)	中小企業 (n=1,240)	製造業 (n=814)	非製造業 (n=706)
国内での需要の増加	55.5	51.4	56.4	53.7	57.5
国内市場の収益性が高い	27.1	27.9	26.9	31.3	22.2
取引先企業の国内回帰	9.4	9.3	9.4	9.6	9.2
為替変動の影響回避	6.8	5.7	7.0	7.1	6.4
日本におけるFTA締結の進展	4.2	5.4	4.0	4.3	4.1
人件費、税負担など海外コスト要因	3.9	2.5	4.2	4.7	3.0
海外での需要の減少	2.2	1.8	2.3	2.6	1.8
その他	20.2	23.6	19.4	20.4	20.0

〔注〕母数は「拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。

## 5. 海外で拡大を図る機能

今後（3年程度）の海外事業拡大方針を有する企業のうち、拡大を図る国・地域については、中国（前年 56.5%→53.7%）、タイ（同 44.0%→41.7%）が1位、2位を占めたものの、前年からはそれぞれ減少した。一方、米国（同 31.3%→33.7%、3位）、ベトナム（28.7%→32.4%、4位）、西欧（同 18.1%→20.6%、7位）、インド（同 16.1%→20.1%、8位）などで事業拡大方針を有する企業の比率が上昇した。

アジア地域で拡大を図る国・地域としては、ASEAN6（73.2%）が中国（53.7%）を4年連続で上回った。ASEAN6の中では、タイとともにインドネシア（前年 34.4%→31.8%、5位）、シンガポール（同 19.3%→16.1%、10位）が減少する一方、ベトナムとともにマレーシア（同 14.8%→15.5%、11位）、フィリピン（同 10.8%→11.3%、14位）が増加している。また、ミャンマー（同 10.1%→11.5%、13位）、カンボジア（同 5.3%→6.0%、17位）での事業拡大意欲も上昇した。

その他の新興国では、メキシコ（同 10.1%→10.9%、15位）、トルコ（同 3.1%→3.4%、21位）で事業拡大方針を持つ企業が増加、特に製造業でその傾向がみられる。一方で、ブラジル（同 6.9%→5.1%、18位）、ロシア・CIS（同 6.2%→4.1%、20位）では減少した。

図表Ⅲ-11 海外で拡大する国・地域

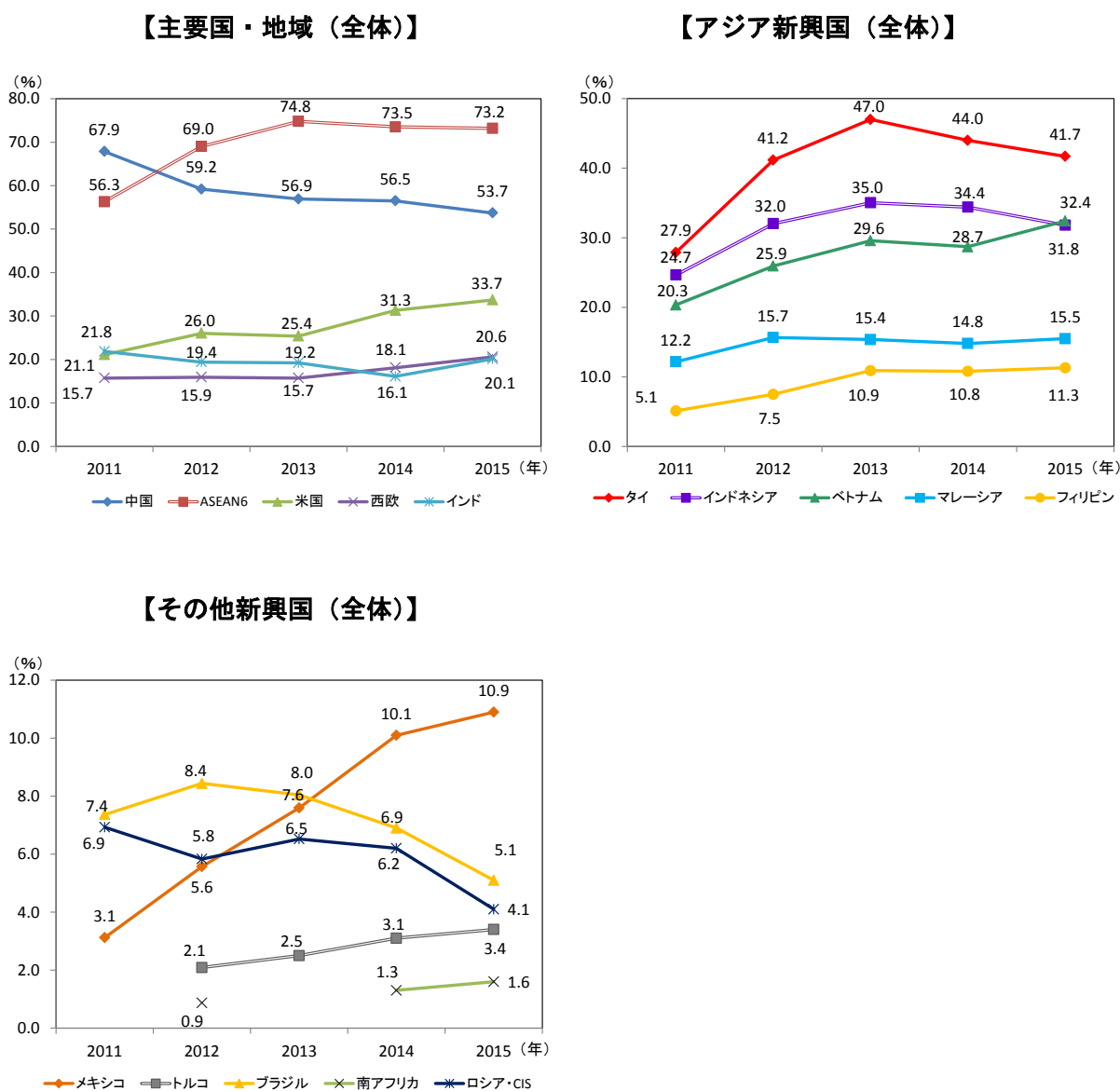
国・地域名	(複数回答、%)										
	2015年度		2014年度		2013年度	2012年度	2011年度	前回調査からの増減			
	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位	(n=1,119)	(n=1,149)	(n=1,602)	2015年度	2014年度	2013年度	2012年度
中国	53.7	(1)	56.5	(1)	56.9	59.2	67.9	△2.8	△0.4	△2.3	△8.7
タイ	41.7	(2)	44.0	(2)	47.0	41.2	27.9	△2.3	△3.0	+ 5.8	+ 13.3
米国	33.7	(3)	31.3	(4)	25.4	26.0	21.1	+ 2.4	+ 5.9	△0.6	+ 4.9
ベトナム	32.4	(4)	28.7	(5)	29.6	25.9	20.3	+ 3.7	△0.9	+ 3.6	+ 5.6
インドネシア	31.8	(5)	34.4	(3)	35.0	32.0	24.7	△2.6	△0.6	+ 3.0	+ 7.4
台湾	21.6	(6)	21.0	(6)	20.0	21.8	18.5	+ 0.6	+ 1.0	△1.8	+ 3.3
西欧	20.6	(7)	18.1	(8)	15.7	15.9	15.7	+ 2.5	+ 2.4	△0.2	+ 0.2
インド	20.1	(8)	16.1	(9)	19.2	19.4	21.8	+ 4.0	△3.1	△0.2	△2.4
韓国	16.5	(9)	15.9	(11)	17.2	18.8	18.8	+ 0.6	△1.3	△1.6	+ 0.0
シンガポール	16.1	(10)	19.3	(7)	18.3	17.8	14.0	△3.2	+ 1.0	+ 0.5	+ 3.8
マレーシア	15.5	(11)	14.8	(12)	15.4	15.7	12.2	+ 0.7	△0.6	△0.3	+ 3.5
香港	14.2	(12)	16.1	(9)	15.4	15.8	14.2	△1.9	+ 0.7	△0.5	+ 1.6
ミャンマー	11.5	(13)	10.1	(14)	10.9	-	-	+ 1.4	△0.8	-	-
フィリピン	11.3	(14)	10.8	(13)	10.9	7.5	5.1	+ 0.5	△0.1	+ 3.4	+ 2.4
メキシコ	10.9	(15)	10.1	(14)	7.6	5.6	3.1	+ 0.8	+ 2.5	+ 2.0	+ 2.4
中・東欧	7.0	(16)	6.1	(18)	3.3	4.2	4.7	+ 0.9	+ 2.8	△0.9	△0.5
カンボジア	6.0	(17)	5.3	(19)	5.4	-	-	+ 0.7	△0.1	-	-
ブラジル	5.1	(18)	6.9	(16)	8.0	8.4	7.4	△1.8	△1.1	△0.4	+ 1.1
オーストラリア	4.6	(19)	2.8	(21)	3.3	3.7	4.0	+ 1.8	△0.5	△0.3	△0.3
ロシア・CIS	4.1	(20)	6.2	(17)	6.5	5.8	6.9	△2.1	△0.3	+ 0.7	△1.1
ASEAN6	73.2		73.5		74.8	69.0	56.3	△0.3	△1.3	+ 5.8	+ 12.7

[注] ①母数は各年度調査とも、今後3年程度で海外進出を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。「海外進出を拡大する企業」とは、2011年度、2012年度は「海外事業規模を拡大する」と回答した企業、2013年度以降については「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」と回答した企業。

②「西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。ミャンマー、カンボジアは2013年度調査以降のみ。

③ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。

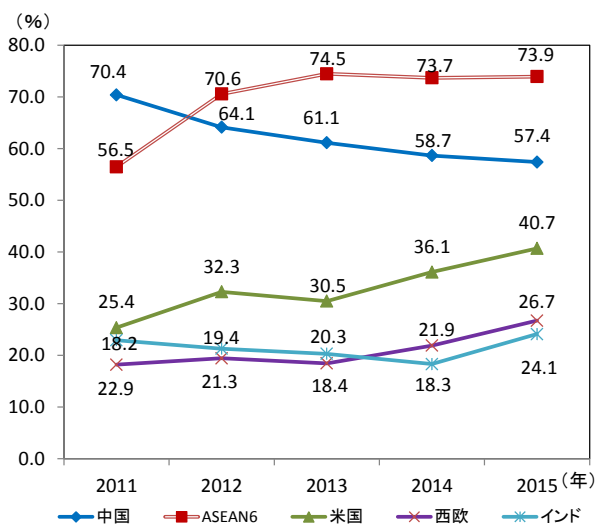
図表Ⅲ-12 海外で拡大する機能（全体、時系列）



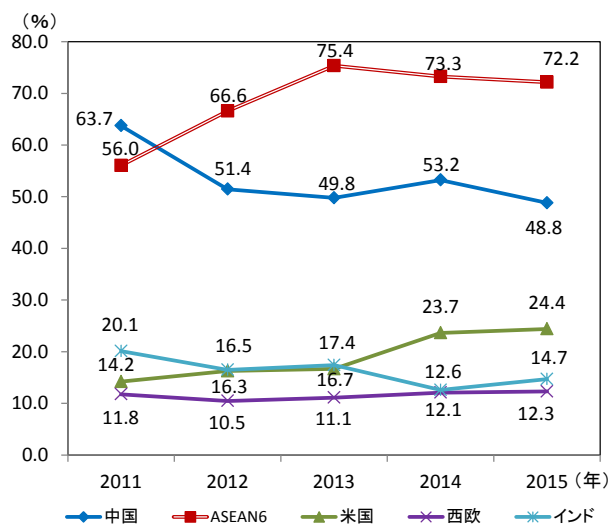
[注] 図表Ⅲ-12、図表Ⅲ-13ともに①母数は各年度調査とも、今後3年程度で海外進出を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。「海外進出を拡大する企業」とは、2011年度、2012年度は「海外事業規模を拡大する」と回答した企業、2013年度以降については「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」と回答した企業。②ASEAN6は、比較可能なシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。③「全体」は、各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。

図表Ⅲ-13 海外で拡大する機能（全体、時系列、製造業／非製造業）

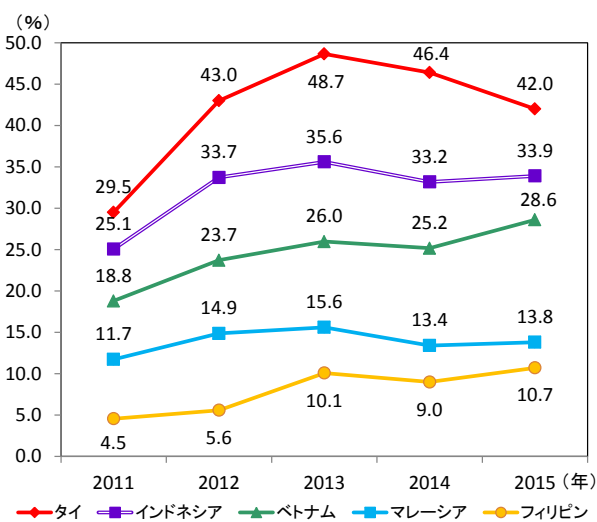
【主要国・地域（製造業）】



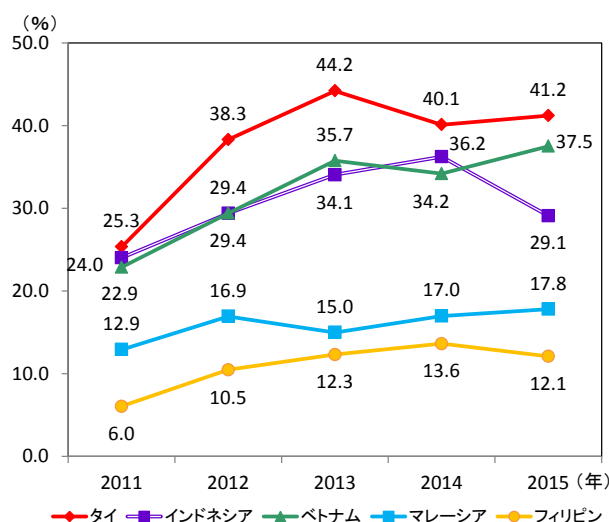
【主要国・地域（非製造業）】



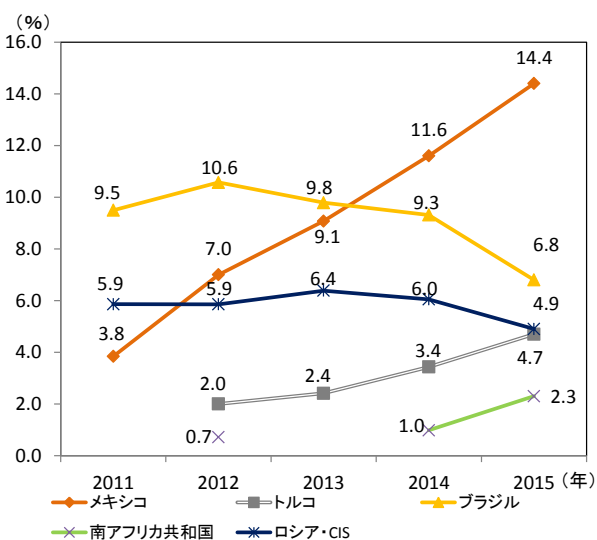
【アジア新興国（製造業）】



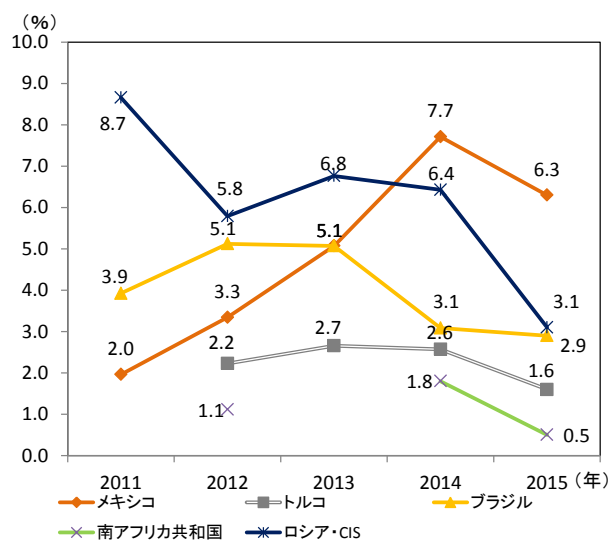
【アジア新興国（非製造業）】



【その他新興国（製造業）】

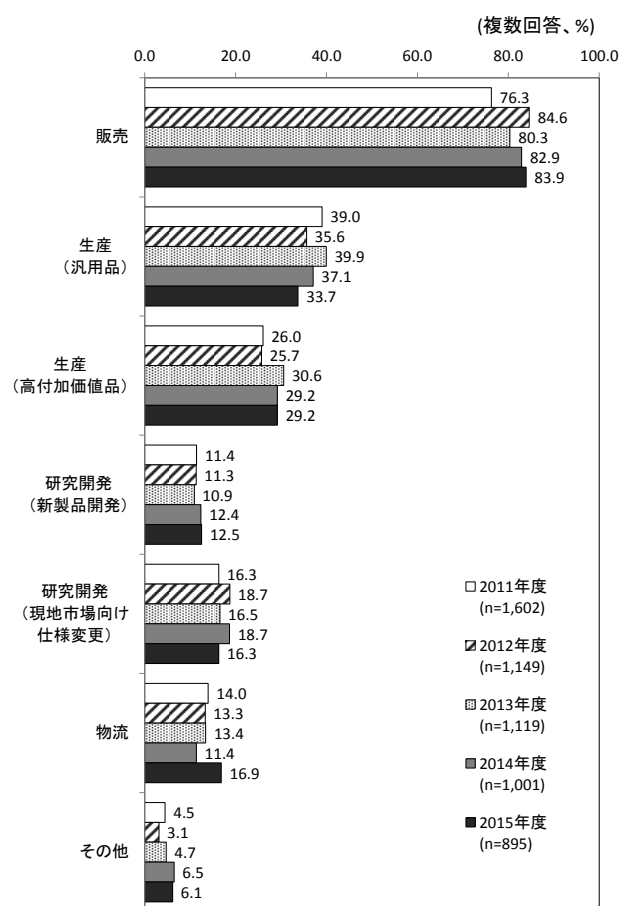


【その他新興国（非製造業）】



海外で拡大を図る機能としては、販売機能の強化を図る方針の企業が 83.9%と前年（82.9%）と同じく高水準、物流機能の強化を図る企業は 16.9%と前年（11.4%）から増加した。販売機能を拡大する国・地域としては、米国（前年 24.9%→29.6%）をはじめ、ベトナム（同 18.4%→22.2%）、西欧（同 13.7%→17.8%）、インド（同 13.1%→17.3%）などが上昇した。物流は、米国（同 2.0%→3.7%）、ベトナム（同 1.9%→3.4%）、シンガポール（同 0.9%→2.8%）など多くの国で上昇した。ベトナムは、新製品開発でも同 1.2%から 2.3%へと上昇した。

図表Ⅲ-14 海外で拡大する機能（全体・企業規模別）



[注] 母数は各年度調査とも、今後3年程度で海外進出を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。「海外進出を拡大する企業」とは、2011年度、2012年度は「海外事業規模を拡大する」と回答した企業、2013年度以降については「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」と回答した企業。母数は「今後3年程度で海外事業を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数。」

図表Ⅲ-15 海外で拡大する機能（企業規模別）

（複数回答、%）

	全体 (n=895)	大企業 (n=346)		中堅企業 (n=235)		中小企業 (n=549)		小規模企業者 (n=221)
		大企業 (n=111)		中堅企業 (n=235)		中小企業 (n=328)		
販売	83.9	82.9	85.6	81.7	84.5	84.8	84.2	
生産(汎用品)	33.7	39.0	49.5	34.0	30.4	28.7	33.0	
生産(高付加価値品)	29.2	32.9	36.9	31.1	26.8	27.1	26.2	
研究開発(新製品開発)	12.5	14.2	24.3	9.4	11.5	11.6	11.3	
研究開発(現地市場向け仕様変更)	16.3	18.8	27.9	14.5	14.8	15.5	13.6	
物流	16.9	21.4	22.5	20.9	14.0	14.0	14.0	
その他	6.1	6.9	8.1	6.4	5.6	5.2	6.3	

[注] ①小括弧内の大企業は中堅企業を除く大企業、小括弧内の中小企業は小規模事業者を除く中小企業。  
②網掛けは回答率が30%以上の項目。

図表Ⅲ-16 海外で拡大する機能（国・地域ランキング）

（複数回答、%）

販売			生産				研究開発				物流			
汎用品			高付加価値品				新製品開発		現地市場向け仕様変更					
順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%
1	中国	44.0	1	中国	15.8	1	中国	13.5	1	中国	5.9	1	中国	8.8
2	タイ	33.1	2	タイ	10.6	2	タイ	9.1	2	米国	4.4	2	タイ	4.6
3	米国	29.6	3	ベトナム	9.1	3	米国	6.0	3	ベトナム	2.3	3	タイ	3.8
4	インドネシア	25.9	4	インドネシア	6.7	4	ベトナム	5.4	4	西欧	2.2	4	インドネシア	2.7
5	ベトナム	22.2	5	インド	3.9	5	インドネシア	4.6	5	タイ	1.8	5	インド	2.5
6	台湾	18.7	6	米国	3.1	6	インド	3.8	6	インドネシア	1.3	6	ベトナム	2.2
7	西欧	17.8	7	メキシコ	2.8	7	西欧	3.2	6	台湾	1.3	6	西欧	2.2
8	インド	17.3	8	台湾	2.7	8	メキシコ	3.0	8	インド	1.1	8	台湾	1.9
9	韓国	14.5	9	ミャンマー	2.2	8	台湾	3.0	9	シンガポール	1.0	9	シンガポール	1.8
10	マレーシア	12.7	10	フィリピン	2.1	10	韓国	1.8	9	香港	1.0	9	マレーシア	1.8
11	シンガポール	12.2	11	マレーシア	1.9	10	シンガポール	1.8	11	韓国	0.8	11	香港	1.3
12	香港	11.8	12	カンボジア	1.7	12	マレーシア	1.5	11	マレーシア	0.8	12	韓国	1.2
13	フィリピン	8.8	13	西欧	1.6	13	香港	1.3	13	ミャンマー	0.7	13	ミャンマー	0.6
14	メキシコ	8.3	14	韓国	1.3	14	ミャンマー	1.2	14	カンボジア	0.6	13	フィリピン	0.6
15	ミャンマー	7.8	15	中・東欧	0.9	14	フィリピン	1.2	15	メキシコ	0.4	15	ブラジル	0.4
16	中・東欧	5.5	15	Bangladesh	0.9	14	ブラジル	1.2	15	フィリピン	0.4	16	メキシコ	0.3
17	オーストラリア	3.9	17	ブラジル	0.7	17	中・東欧	1.1	15	ブラジル	0.4	16	中・東欧	0.3
18	ブラジル	3.8	18	香港	0.4	18	カンボジア	0.8	18	中・東欧、ロシア・CIS、カナダ、 Bangladesh	0.3	18	カンボジア、ロシア・CIS、カナダ、オーストラリア	0.2
19	カンボジア	3.6	19	オーストラリア、トルコ、ラオス	0.3	19	オーストラリア	0.6						
20	ロシア・CIS	3.5				19	ロシア・CIS	0.6	19	ロシア・CIS	0.6	18	ブラジル、ロシア・CIS、トルコ	0.4
	ASEAN6	57.4	ASEAN6	21.5	ASEAN6	16.8	ASEAN6	5.3	ASEAN6	8.0	ASEAN6	9.7		
	先進国	54.0	先進国	7.2	先進国	10.7	先進国	6.9	先進国	7.7	先進国	9.2		
	新興国	76.0	新興国	30.5	新興国	25.3	新興国	8.8	新興国	13.1	新興国	12.3		
	販売計	83.9	汎用品計	33.7	高付加価値品計	29.2	新製品開発計	12.5	現地市場向け仕様変更計	16.3	物流計	16.9		

[注] ①母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数（895社）。  
②西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。  
③ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。  
④網掛けは回答率が10%以上の項目。



図表Ⅲ-17 海外で拡大する機能（国・地域別）

(複数回答、%)

	全 体							
	販売	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	物流	その他	
総計	100.0	83.9	33.7	29.2	12.5	16.3	16.9	6.1
先進国	62.8	54.0	7.2	10.7	6.9	7.7	9.2	2.6
新興国	92.4	76.0	30.5	25.3	8.8	13.1	12.3	5.4
アジア大洋州	92.0	75.6	30.3	25.8	9.7	14.2	13.3	5.4
ASEAN9	76.3	59.6	22.2	17.4	5.6	8.5	10.2	4.8
ASEAN6	73.2	57.4	21.5	16.8	5.3	8.0	9.7	4.1
中国	53.7	44.0	15.8	13.5	5.9	8.8	5.8	1.7
タイ	41.7	33.1	10.6	9.1	1.8	3.8	4.6	2.0
ベトナム	32.4	22.2	9.1	5.4	2.3	2.2	3.4	2.6
インドネシア	31.8	25.9	6.7	4.6	1.3	2.7	1.7	2.0
台湾	21.6	18.7	2.7	3.0	1.3	1.9	2.0	1.2
インド	20.1	17.3	3.9	3.8	1.1	2.5	1.7	0.6
韓国	16.5	14.5	1.3	1.8	0.8	1.2	1.1	0.2
シンガポール	16.1	12.2	0.2	1.8	1.0	1.8	2.8	1.2
マレーシア	15.5	12.7	1.9	1.5	0.8	1.8	1.1	1.1
香港	14.2	11.8	0.4	1.3	1.0	1.3	2.2	0.4
ミャンマー	11.5	7.8	2.2	1.2	0.7	0.6	0.9	1.2
フィリピン	11.3	8.8	2.1	1.2	0.4	0.6	1.0	1.0
カンボジア	6.0	3.6	1.7	0.8	0.6	0.2	1.1	0.9
オーストラリア	4.6	3.9	0.3	0.6	0.2	0.2	0.3	0.2
バングラデシュ	2.6	1.6	0.9	0.1	0.3	0.1	0.1	0.6
ラオス	1.5	0.9	0.3	0.4	0.2	0.1	0.3	0.6
スリランカ	1.3	1.2	0.2	0.2	0.1	0.0	0.1	0.1
パキスタン	0.9	0.8	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0	0.2
アジア大洋州その他	0.4	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.2
北米・中南米	41.6	35.8	5.7	8.5	4.8	4.9	4.7	1.3
米国	33.7	29.6	3.1	6.0	4.4	4.4	3.7	0.8
メキシコ	10.9	8.3	2.8	3.0	0.4	0.3	0.9	0.6
ブラジル	5.1	3.8	0.7	1.2	0.4	0.4	0.4	0.3
カナダ	3.4	3.1	0.1	0.4	0.3	0.2	0.1	0.1
コロンビア	0.6	0.6	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1
北米・中南米その他	0.4	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1
欧州・ロシア	25.4	22.1	2.1	4.1	2.3	2.5	3.1	0.7
西欧	20.6	17.8	1.6	3.2	2.2	2.2	2.3	0.7
中・東欧	7.0	5.5	0.9	1.1	0.3	0.3	0.8	0.2
ロシア・CIS	4.1	3.5	0.1	0.6	0.3	0.2	0.4	0.1
欧州・ロシアその他	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中東・アフリカ	5.7	5.1	0.6	0.8	0.3	0.2	1.1	0.3
トルコ	3.4	3.2	0.3	0.4	0.1	0.1	0.4	0.2
南アフリカ共和国	1.6	1.3	0.1	0.3	0.2	0.1	0.2	0.1
中東その他	1.3	1.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.3	0.0
アフリカその他	0.6	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
その他	0.9	0.7	0.1	0.2	0.0	0.1	0.1	0.0

- [注] ①母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数(895社)。  
 ②「全体」は、各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。  
 ③ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計(重複する企業は除く)。  
 ④ASEAN9は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、カンボジア、ミャンマー、ラオスの9カ国の合計(重複する企業は除く)。④網掛けは回答率が10%以上の項目。

図表Ⅲ-18 海外で拡大する機能（機能別、時系列ランキング）

【販売】

（複数回答、％）

国・地域名	2015年度		2014年度		2013年度	2012年度	2011年度
	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	44.0	(1)	46.1	(1)	45.7	49.3	51.5
タイ	33.1	(2)	33.5	(2)	33.9	33.2	18.3
米国	29.6	(3)	24.9	(4)	20.6	21.9	15.7
インドネシア	25.9	(4)	26.5	(3)	26.5	26.7	17.0
ベトナム	22.2	(5)	18.4	(5)	18.9	18.5	12.4
台湾	18.7	(6)	18.2	(6)	17.0	18.7	15.0
西欧	17.8	(7)	13.7	(10)	13.1	12.8	11.5
インド	17.3	(8)	13.1	(11)	14.2	15.8	16.9
韓国	14.5	(9)	14.1	(8)	14.7	15.8	14.8
マレーシア	12.7	(10)	12.0	(12)	11.7	13.1	8.7
ASEAN6	57.4		56.6		53.9	56.0	38.2
販売 計	83.9		82.9		80.3	84.6	76.3

【生産（汎用品）】

（複数回答、％）

国・地域名	2015年度		2014年度		2013年度	2012年度	2011年度
	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	15.8	(1)	18.0	(1)	18.3	19.7	24.8
タイ	10.6	(2)	13.5	(2)	13.9	10.8	9.7
ベトナム	9.1	(3)	9.0	(3)	8.7	7.9	6.9
インドネシア	6.7	(4)	7.9	(4)	9.2	7.3	6.9
インド	3.9	(5)	4.7	(5)	5.2	4.2	5.2
米国	3.1	(6)	4.0	(6)	4.1	3.7	2.4
メキシコ	2.8	(7)	2.3	(9)	2.2	1.7	0.9
台湾	2.7	(8)	2.6	(8)	2.9	2.5	2.6
ミャンマー	2.2	(9)	2.9	(7)	2.2	-	-
フィリピン	2.1	(10)	2.1	(11)	2.1	1.3	1.4
ASEAN6	21.5		24.2		25.0	21.3	20.1
汎用品 計	33.7		37.1		39.9	35.6	39.0

【生産（高付加価値品）】

（複数回答、％）

国・地域名	2015年度		2014年度		2013年度	2012年度	2011年度
	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	13.5	(1)	13.4	(1)	14.8	13.9	14.7
タイ	9.1	(2)	8.7	(2)	11.1	7.0	5.4
米国	6.0	(3)	5.8	(3)	4.3	4.3	4.6
ベトナム	5.4	(4)	4.8	(4)	5.5	3.7	3.4
インドネシア	4.6	(5)	4.2	(5)	5.3	3.3	3.3
インド	3.8	(6)	3.1	(6)	2.4	2.4	1.7
西欧	3.2	(7)	2.7	(7)	1.5	1.7	2.6
メキシコ	3.0	(8)	1.6	(11)	1.0	1.1	0.3
台湾	3.0	(8)	2.7	(7)	3.1	3.4	2.4
韓国	1.8	(10)	2.2	(9)	2.1	2.5	1.9
シンガポール	1.8	(10)	1.4	(12)	2.0	1.8	1.4
ASEAN6	16.8		15.8		18.1	12.6	10.2
高付加価値品 計	29.2		29.2		30.6	25.7	26.0

### 【研究開発（新製品開発）】

(複数回答、%)

国・地域名	2015年度		2014年度		2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	5.9	(1)	5.4	(1)	5.3	5.7	6.4
米国	4.4	(2)	4.9	(2)	2.1	3.2	2.6
ベトナム	2.3	(3)	1.2	(6)	1.3	0.8	1.1
西欧	2.2	(4)	2.3	(4)	1.3	1.4	1.8
タイ	1.8	(5)	2.8	(3)	2.1	2.1	1.6
インドネシア	1.3	(6)	1.2	(6)	1.4	1.5	1.2
台湾	1.3	(6)	1.7	(5)	1.4	1.7	1.2
インド	1.1	(8)	0.8	(10)	0.4	0.4	0.9
シンガポール	1.0	(9)	1.1	(9)	1.3	1.0	0.5
香港	1.0	(9)	0.6	(11)	0.7	0.5	0.7
ASEAN6	5.3		5.6		4.6	4.2	3.4
新製品 計	12.5		12.4		10.9	11.3	11.4

### 【研究開発（現地市場向け仕様変更）】

(複数回答、%)

国・地域名	2015年度		2014年度		2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	8.8	(1)	11.2	(1)	9.7	10.3	9.6
米国	4.4	(2)	4.4	(3)	3.1	4.2	2.4
タイ	3.8	(3)	5.0	(2)	4.8	5.7	3.4
インドネシア	2.7	(4)	3.5	(4)	2.7	3.6	2.4
インド	2.5	(5)	2.2	(6)	1.9	2.0	2.1
ベトナム	2.2	(6)	1.9	(8)	1.4	2.0	1.6
西欧	2.2	(6)	2.1	(7)	1.5	1.7	2.1
台湾	1.9	(8)	2.6	(5)	1.9	2.4	2.1
シンガポール	1.8	(9)	1.5	(9)	2.1	1.6	1.1
マレーシア	1.8	(9)	1.1	(11)	1.6	1.9	1.2
ASEAN6	8.0		8.9		8.3	9.6	6.4
現地市場向け仕様変更 計	16.3		18.7		16.5	18.7	16.3

### 【物流】

(複数回答、%)

国・地域名	2015年度		2014年度		2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	5.8	(1)	5.0	(1)	4.9	6.4	8.5
タイ	4.6	(2)	4.0	(2)	3.6	3.7	3.1
米国	3.7	(3)	2.0	(3)	1.2	1.8	0.6
ベトナム	3.4	(4)	1.9	(4)	2.7	2.3	1.7
シンガポール	2.8	(5)	0.9	(11)	2.0	2.0	1.9
西欧	2.3	(6)	1.1	(9)	0.4	0.4	0.9
香港	2.2	(7)	1.2	(7)	1.4	1.8	2.2
台湾	2.0	(8)	0.5	(13)	0.8	1.3	1.5
インドネシア	1.7	(9)	1.6	(6)	2.9	2.6	2.4
インド	1.7	(9)	1.7	(5)	2.1	1.2	2.0
ASEAN6	9.7		6.2		7.7	6.8	6.2
物流 計	16.9		11.4		13.4	13.3	14.0

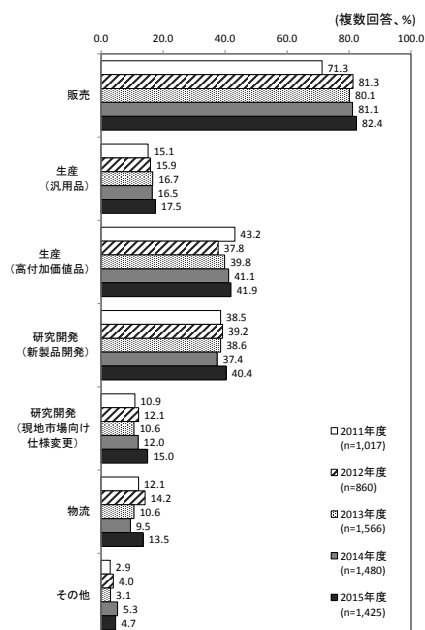
〔注〕 図表Ⅲ-12 と同じ。

## 6. 国内で拡大を図る機能

日本国内で事業規模の拡大を図ると回答した企業の82.4%が販売機能の拡大を図ると回答。次いで生産（高付加価値品）で41.9%、研究開発（新製品開発）で40.4%の企業が拡大を図ると回答した。

海外および国内で拡大を図る機能を比べると、生産（高付加価値品）、研究開発（新製品開発）では国内事業の拡大方針が海外を上回った。特に中小企業でその傾向が強い。

図表Ⅲ-19 国内で拡大する機能（全体・企業規模別）



〔注〕母数は「今後3年程度で国内事業を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数。」

図表Ⅲ-20 国内で拡大する機能（企業規模別、業種別）

	全体 (n=1,425)	企業規模別		業種別	
		大企業 (n=241)	中小企業 (n=1,184)	製造業 (n=772)	非製造業 (n=653)
販売	82.4	73.4	84.2	84.3	80.1
生産(汎用品)	17.5	18.3	17.4	24.6	9.2
生産(高付加価値品)	41.9	38.2	42.7	57.5	23.4
研究開発(新製品開発)	40.4	36.1	41.2	54.7	23.4
研究開発(現地市場向け仕様変更)	15.0	10.8	15.9	22.0	6.7
物流	13.5	15.8	13.1	12.0	15.3
その他	4.7	10.0	3.6	1.3	8.7

〔注〕網掛けは回答率が30%以上の項目。

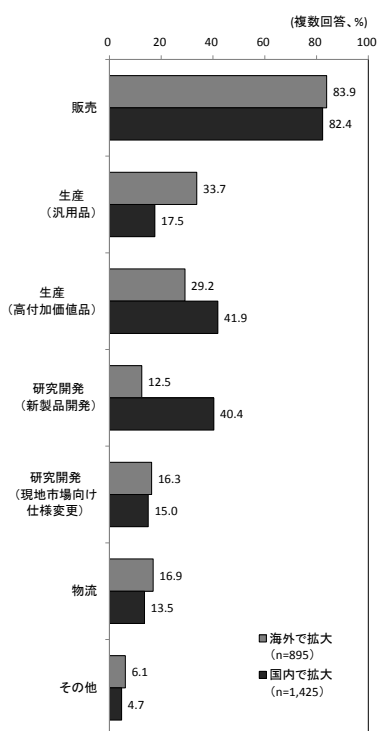
図表Ⅲ-21 国内で拡大する機能（業種別）

	(複数回答、%)								
	社数	販売	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	物流	その他	
総計	1,425	82.4	17.5	41.9	40.4	15.0	13.5	4.7	
製造業	772	84.3	24.6	57.5	54.7	22.0	12.0	1.3	
飲料食品	199	88.9	22.6	56.3	47.7	19.6	10.6	0.5	
繊維・織物/アパレル	36	80.6	8.3	47.2	44.4	11.1	11.1	0.000	
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	37	91.9	13.5	48.6	45.9	21.6	10.8	0.0	
化学	55	81.8	29.1	67.3	70.9	29.1	16.4	0.0	
医薬品・化粧品	33	87.9	18.2	57.6	60.6	24.2	12.1	3.0	
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	38	89.5	26.3	60.5	60.5	15.8	7.9	0.0	
窯業・土石	5	60.0	40.0	60.0	80.0	20.0	20.0	0.0	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	76	82.9	30.3	69.7	50.0	18.4	10.5	2.6	
一般機械	71	80.3	33.8	56.3	54.9	29.6	9.9	4.2	
電気機械	45	77.8	17.8	62.2	60.0	26.7	17.8	0.0	
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	19	73.7	36.8	57.9	57.9	31.6	15.8	0.0	
自動車/自動車部品/その他輸送機器	34	73.5	35.3	73.5	52.9	23.5	14.7	0.0	
精密機器	33	90.9	24.2	45.5	66.7	27.3	3.0	0.0	
その他の製造業	91	83.5	23.1	47.3	58.2	19.8	16.5	3.3	
非製造業	653	80.1	9.2	23.4	23.4	6.7	15.3	8.7	
商社・卸売	332	92.8	9.6	25.0	25.0	7.5	16.0	0.9	
小売	51	94.1	9.8	33.3	19.6	3.9	15.7	0.0	
建設	35	62.9	14.3	37.1	25.7	11.4	8.6	22.9	
運輸	24	20.8	4.2	4.2	0.0	0.0	91.7	0.0	
金融・保険	15	46.7	0.0	0.0	6.7	0.0	6.7	46.7	
通信・情報ソフトウェア	47	70.2	6.4	23.4	55.3	12.8	4.3	12.8	
専門サービス	40	57.5	0.0	17.5	22.5	7.5	2.5	37.5	
その他の非製造業	109	68.8	11.0	19.3	13.8	3.7	9.2	14.7	

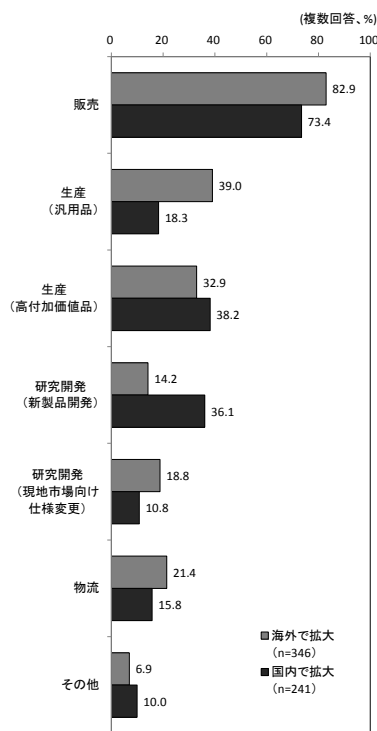
[注] 網掛けは回答率が30%以上の項目。

図表Ⅲ-22 国内と海外で拡大する機能（企業規模別）

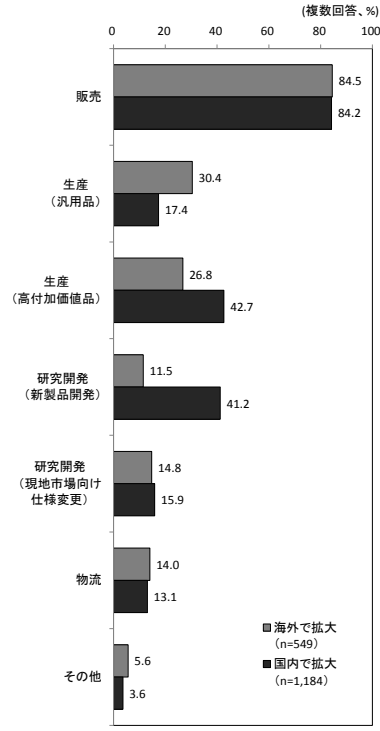
【全体】



【大企業】



【中小企業】

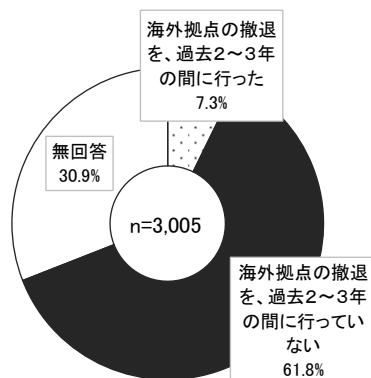


## 7. 海外拠点の撤退

海外拠点の撤退を過去2～3年の間に行ったかどうかについて尋ねたところ、回答企業の7.3% (218社) (内訳は中小企業123社、大企業95社)が「行った」と回答している。

業種別では、「商社・卸売」(55社)、「飲食料品」(18社)、「一般機械」(18社)などで海外拠点の撤退を「行った」と回答する件数が多かった。

図表Ⅲ-23 海外拠点の撤退（全体）



図表Ⅲ-24 海外拠点の撤退（業種別）

	社数
総計	218
製造業	117
飲食料品	18
繊維・織物／アパレル	5
化学	12
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	6
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	12
一般機械	18
電気機械	10
自動車／自動車部品／その他輸送機器	10
精密機器	6
その他非製造業	7
非製造業	101
商社・卸売	55
建設	5
運輸	9
通信・情報・ソフトウェア	6
その他の非製造業	18

[注] 件数は、「海外拠点の撤退を過去2～3年の間に行った」と回答した企業数。回答社数が5社以上の業種のみ。

撤退国・地域は「中国」が最多（84社）で、次いで「米国」（19社）、「西欧」（18社）と続く。

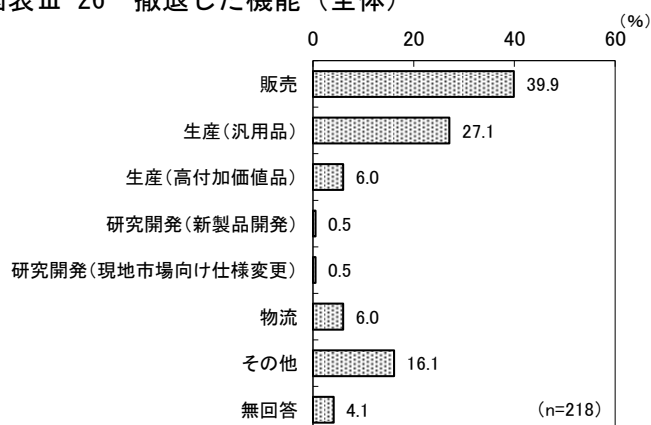
図表Ⅲ-25 撤退した国・地域（業種別）

	件数	先進国	新興国	アジア大洋州	地域																	その他	無回答									
					中国	香港	台湾	韓国	中北その他	A S E A N	ポイン	シンガ	タイ	マレー	インド	シドネ	フィリ	ベトナム	アカン	インド	スリラン			リオン	オース	オセア	北米・中	米国	カナ	ブラジ	他中	中米
総計	218	79	134	161	84	14	7	8	1	40	10	10	7	5	1	5	2	3	1	2	1	27	19	1	5	2	24	18	3	3	1	5
製造業	117	41	73	82	49	8	2	2	0	20	6	5	4	2	0	3	0	0	0	1	0	15	8	1	5	1	17	13	3	1	0	3
非製造業	101	38	61	79	35	6	5	6	1	20	4	5	3	3	1	2	2	3	1	1	1	12	11	0	0	1	7	5	0	2	1	2

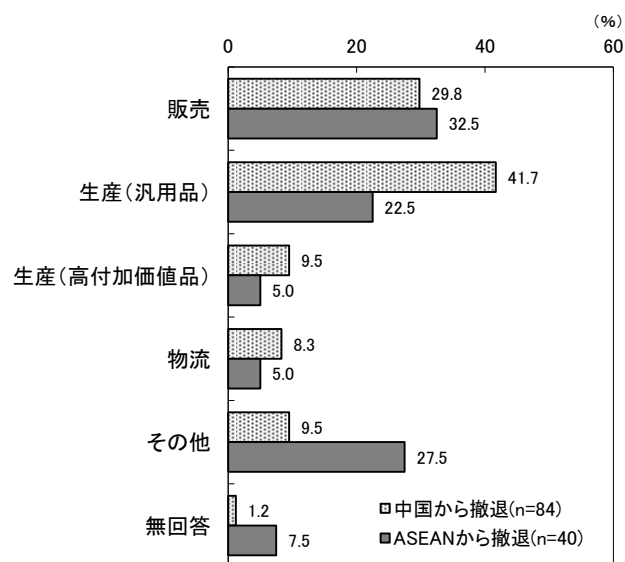
[注] 回答実績がある国・地域のみ掲載。

撤退した機能は「販売」が39.9%（87社）で最も多く、次いで「生産（汎用品）」が27.1%（59社）。撤退した国・地域別に見ると、「生産（汎用品）」は中国からの撤退が41.7%と割合が高い。

図表Ⅲ-26 撤退した機能（全体）

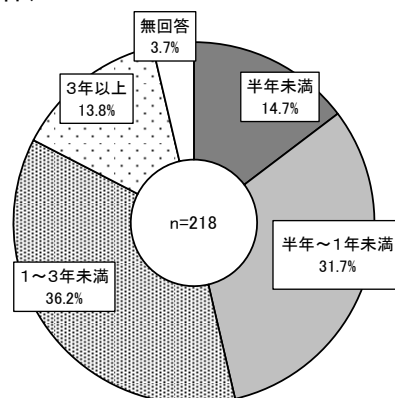


図表Ⅲ-27 撤退した機能（中国・ASEAN）



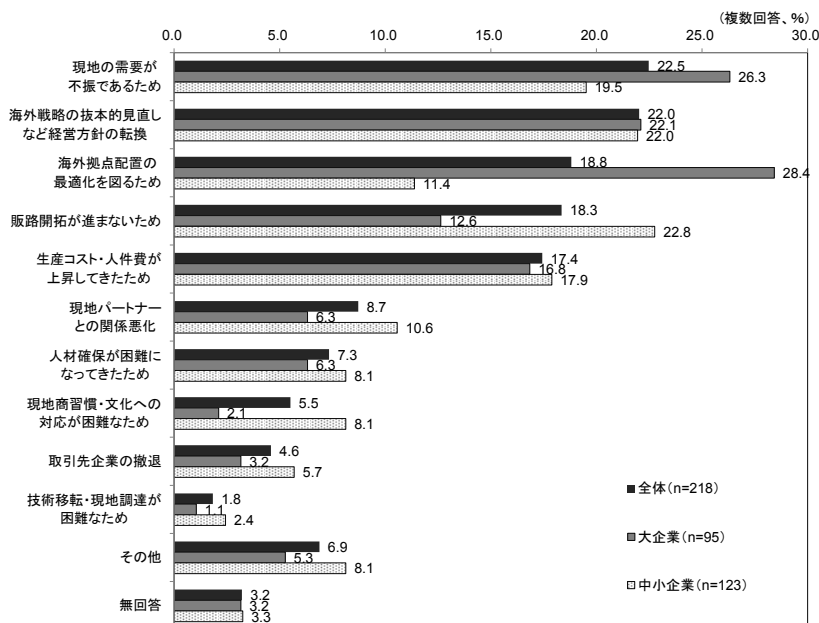
撤退に要した期間は「1～3年未満」が36.2%（79社）で最も多く、次いで「半年～1年未満」が31.7%（69社）となっている。「3年以上」要したケースは13.8%（30社）であった。

図表Ⅲ-28 撤退に要した期間（全体）



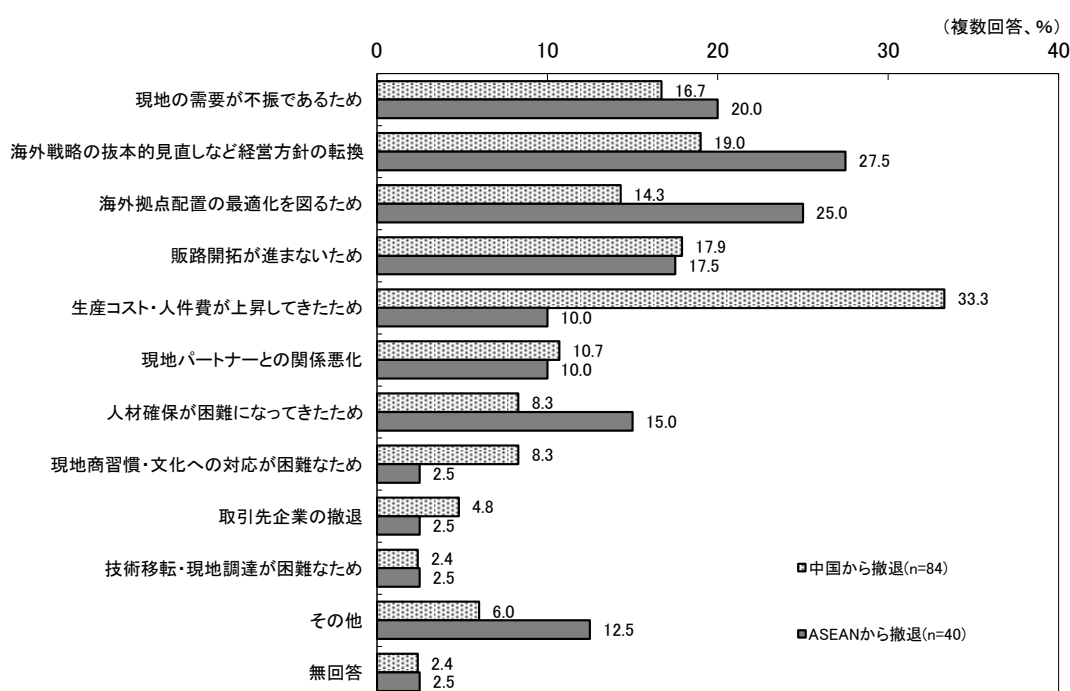
撤退する理由は「現地の需要が不振であるため」が22.5%（49件）で最も多く、次いで「海外戦略の抜本的見直しなど経営方針の転換」が22.0%（48件）、「海外拠点配置の最適化を図るため」が18.8%（41件）となった。

図表Ⅲ-29 撤退理由（全体・企業規模別）



撤退した国・地域別に見ると、「生産コスト・人件費が上昇してきたため」との理由は中国からの撤退企業で33.3%と高い割合となった。また ASEAN からの撤退では、「海外戦略の抜本的見直しなど経営方針の転換」が27.5%、「海外拠点配置の最適化を図るため」との理由が25.0%と多い。

図表Ⅲ-30 撤退理由（中国・ASEAN）

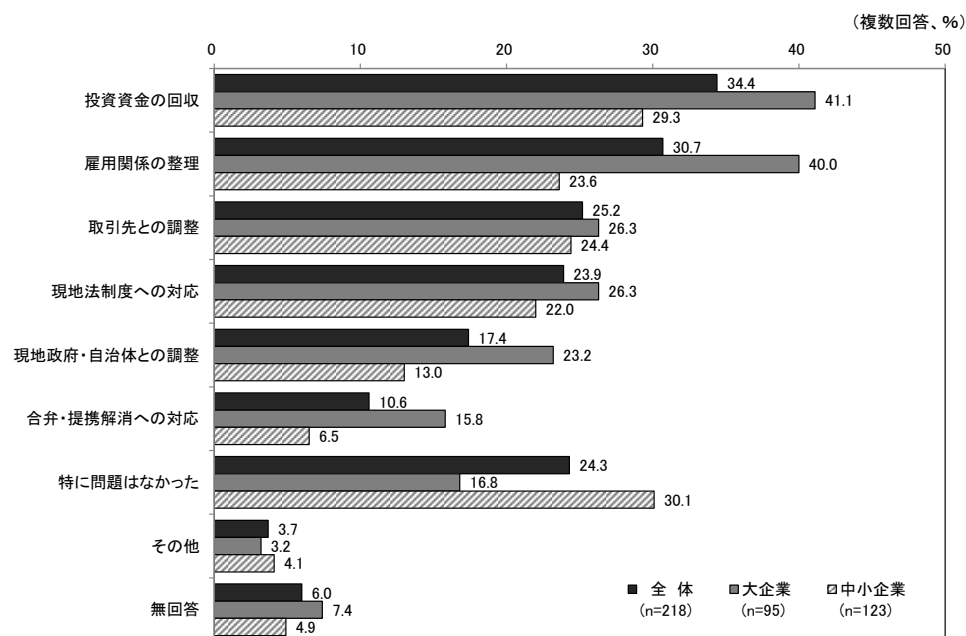




## 8. 撤退に際して生じた課題

撤退に際して生じた課題について、「投資資金の回収」(34.4%)が最も多く、「雇用関係の整理」(30.7%)、「取引先との調整」(25.2%)が続いている。大企業では「投資資金の回収」(41.1%)、「雇用関係の整理」(40.0%)、中小企業では「投資資金の回収」(29.3%)と「取引先との調整」(24.4%)が高い割合となっていた。

図表Ⅲ-31 撤退に際して生じた課題（全体・企業規模別）



図表Ⅲ-32 撤退に際して生じた課題（業種別）

(複数回答、%)

	社数	投資資金の回収	雇用関係の整理	現地法制度への対応	現地政府・自治体との調整	合併・提携解消への対応	取引先との調整	特に問題はなかった	その他	無回答
回答企業全体	218	34.4	30.7	23.9	17.4	10.6	25.2	24.3	3.7	6.0
製造業	117	38.5	32.5	25.6	20.5	12.0	25.6	22.2	5.1	6.0
非製造業	101	29.7	28.7	21.8	13.9	8.9	24.8	26.7	2.0	5.9

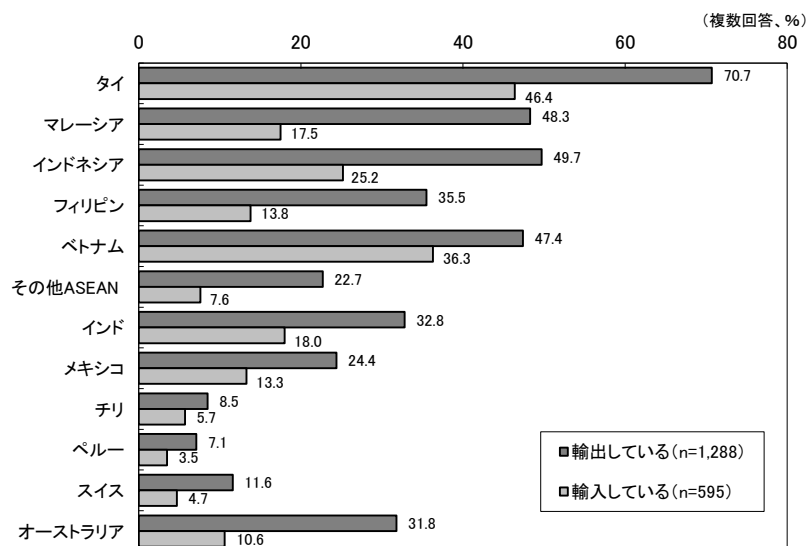
## IV. 自由貿易協定 (FTA) の活用

### 1. 日本の FTA (EPA) の利用状況

日本との間で FTA (日本では一般に EPA と呼ばれる) が発効済みである主要国・地域 (タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、メキシコ、チリ、ペルー、スイス、オーストラリア、ASEAN) について、貿易や優遇税率利用の有無を尋ねた。

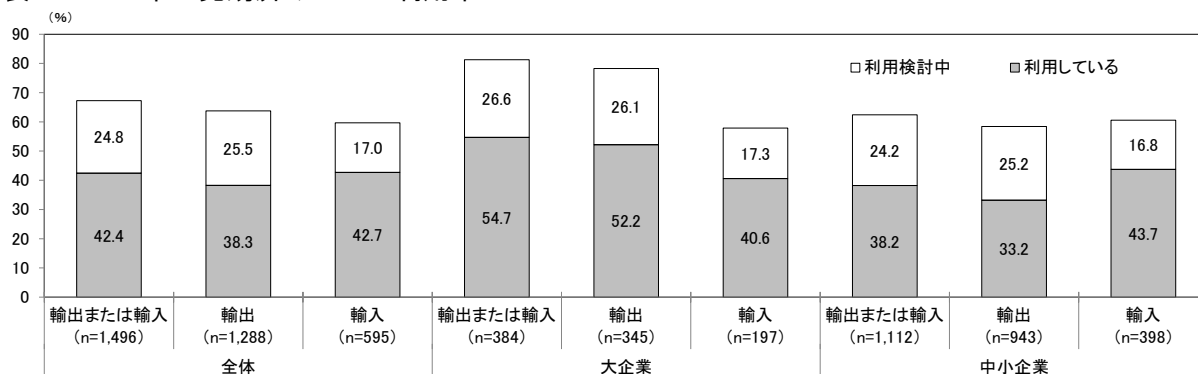
上記国・地域へ輸出を行っている企業のうち、「輸出を行っている」と回答した企業が多い国は「タイ」が 70.7% (910 社)、次いで「インドネシア」が 49.7% (640 社)、「マレーシア」が 48.3% (622 社) と続く。また、FTA 発効国・地域から輸入を行っている企業のうち、「輸入を行っている」と回答した企業が多い国は「タイ」が 46.4% (276 社)、次いで「ベトナム」が 36.3% (216 社)、「インドネシア」が 25.2% (150 社) と続く。

図表IV-1 主要 FTA 既発効国・地域との輸出入状況 (全体)



日本との FTA が発効している国・地域と貿易を行っている企業のうち、当該 FTA を利用している比率は 42.4% (635 社) である。利用検討中の企業も合わせると、この割合は 7 割近くに上る。特に大企業の利用率は 54.7% (210 社) と高い。

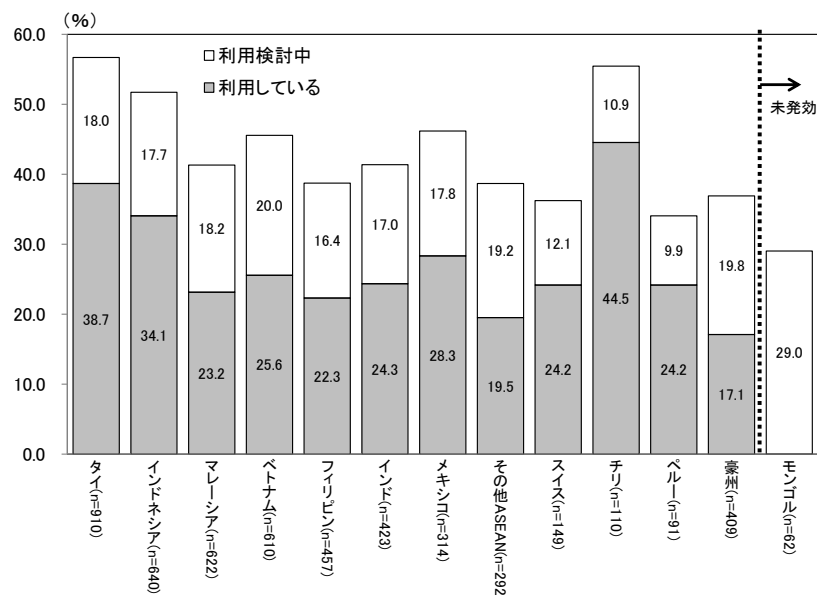
図表IV-2 日本の発効済み FTA の利用率



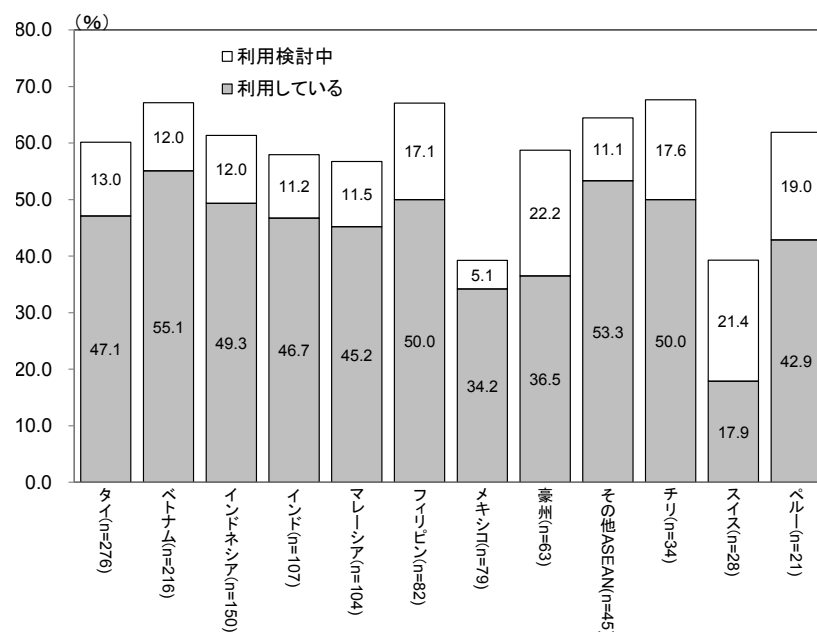
[注] 括弧内の数字は、対象国・地域 (マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、その他 ASEAN、インド、メキシコ、チリ、ペルー、スイス、オーストラリア) のいずれか一つ以上と、それぞれ輸出または輸入を行っている企業数。シンガポール、ブルネイとも二国間 FTA があるが、「その他 ASEAN」に含める。母数には無回答企業も含む。FTA を利用していない」と回答した企業には、そもそも輸出先の関税が無税のため FTA を利用する必要がない企業や、FTA 以外の関税減免制度を利用している企業も含まれる。

輸出において FTA の利用企業が最も多いのがタイ（352 社、利用率 38.7%）である。他にもインドネシア（同 218 社、34.1%）、マレーシア（144 社、23.2%）、ベトナム（156 社、25.6%）と、ASEAN 諸国との FTA がよく使われている。なお、FTA が未発効のモンゴルには 62 社の企業が輸出を行っているが、うち 18 社（29.0%）が FTA の利用を検討中であると回答した。輸入でも ASEAN 各国との FTA 利用が多い。

図表Ⅳ-3 輸出における相手国別 FTA 利用率



図表Ⅳ-4 輸入における相手国別 FTA 利用率



[注] ①括弧内の数字は当該国と輸出入を行っている企業数（対象企業数）。母数には無回答も含む。  
②モンゴルは未発効。モンゴルの輸入（n=4）は、全ての回答が「不明」だったため掲載していない。

業種別のFTA利用状況（輸出）では、全FTAを通して最も利用社数が多い業種は商社・卸売（118社、38.3%）であるが、利用率が高いのは繊維・織物/アパレル（14社、60.9%）である。国別に見ると、タイやベトナムで繊維・織物/アパレル、マレーシア、インドネシア、フィリピンなどで自動車/自動車部品、オーストラリアでは窯業・土石の利用率が高いなど、輸出先により利用業種に違いがある。

図表IV-5 輸出入における各FTAの利用率（業種別）

	全FTA/EPA計(n=1,288)			日本-タイ(n=910)			日本-マレーシア(n=622)			
	順位		%	順位		%	順位		%	
輸	1	繊維・織物/アパレル(23)	60.9	1	繊維・織物/アパレル(14)	71.4	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(21)	57.1	
	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(51)	60.8	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(37)	56.8	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(23)	52.2	
	3	窯業・土石(15)	53.3	3	化学(60)	55.0	3	化学(41)	46.3	
	4	自動車/自動車部品/その他輸送機器(64)	50.0	4	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(13)	53.8	4	窯業・土石(6)	33.3	
	5	化学(80)	48.8	5	自動車/自動車部品/その他輸送機器(48)	50.0	4	小売(6)	33.3	
	出	日本-インドネシア(n=640)			日本-フィリピン(n=457)			日本-ベトナム(n=610)		
		1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(37)	67.6	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(16)	68.8	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(4)	75.0
		2	繊維・織物/アパレル(11)	54.5	2	建設(5)	60.0	2	繊維・織物/アパレル(11)	63.6
		3	化学(48)	50.0	3	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(6)	50.0	3	窯業・土石(6)	50.0
		4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(27)	44.4	4	繊維・織物/アパレル(7)	42.9	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(34)	41.2
		5	窯業・土石(10)	40.0	5	化学(29)	41.4	5	化学(41)	36.6
		日本-その他ASEAN(n=292)			日本-インド(n=423)			日本-メキシコ(n=314)		
		1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(13)	46.2	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(23)	43.5	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(3)	66.7
		2	化学(18)	38.9	2	繊維・織物/アパレル(7)	42.9	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(8)	50.0
		3	繊維・織物/アパレル(6)	33.3	2	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(7)	42.9	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(30)	46.7
3		石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(9)	33.3	4	化学(36)	36.1	4	その他の製造業(26)	42.3	
3		小売(6)	33.3	5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(30)	33.3	5	繊維・織物/アパレル(5)	40.0	
日本-チリ(n=110)			日本-ペルー(n=91)			日本-スイス(n=149)				
1		自動車/自動車部品/その他輸送機器(6)	100.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(6)	66.7	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(3)	66.7	
2		繊維・織物/アパレル(3)	66.7	2	その他の製造業(12)	50.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(6)	66.7	
3	化学(8)	62.5	3	化学(6)	33.3	3	その他の製造業(11)	36.4		
4	一般機械(15)	53.3	4	一般機械(15)	26.7	4	商社・卸売(23)	34.8		
5	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(4)	50.0	5	商社・卸売(10)	20.0	5	情報通信機械器具/電子部品・デバイス(6)	33.3		
日本-オーストラリア(n=409)										
1	窯業・土石(3)	66.7								
2	化学(25)	40.0								
3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(13)	38.5								
4	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(8)	25.0								
5	その他の製造業(45)	22.2								
入	全FTA/EPA計(n=595)			日本-タイ(n=276)			日本-マレーシア(n=104)			
	1	小売(17)	76.5	1	小売(11)	81.8	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(5)	100.0	
	2	繊維・織物/アパレル(30)	66.7	2	医薬品・化粧品(5)	80.0	1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(3)	100.0	
	3	化学(30)	56.7	3	繊維・織物/アパレル(14)	78.6	3	飲食料品(3)	66.7	
	4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(23)	56.5	4	窯業・土石(3)	66.7	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(5)	60.0	
	5	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(15)	53.3	5	商社・卸売(99)	57.6	5	商社・卸売(45)	51.1	
	日本-インドネシア(n=150)			日本-フィリピン(n=82)			日本-ベトナム(n=216)			
	1	小売(5)	80.0	1	小売(3)	100.0	1	小売(10)	80.0	
	2	商社・卸売(53)	69.8	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(4)	75.0	2	繊維・織物/アパレル(18)	77.8	
	3	化学(9)	66.7	3	化学(6)	66.7	3	商社・卸売(83)	69.9	
	4	繊維・織物/アパレル(11)	63.6	3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(6)	66.7	4	その他の製造業(6)	66.7	
	5	飲食料品(8)	62.5	3	一般機械(3)	66.7	5	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(9)	55.6	
	日本-インド(n=107)			日本-メキシコ(n=79)			日本-オーストラリア(n=63)			
	1	小売(7)	71.4	1	小売(4)	75.0	1	小売(3)	100.0	
	2	繊維・織物/アパレル(5)	60.0	2	飲食料品(6)	66.7	2	飲食料品(13)	46.2	
3	商社・卸売(59)	55.9	3	商社・卸売(33)	42.4	3	商社・卸売(26)	34.6		
4	化学(6)	50.0	4	自動車/自動車部品/その他輸送機器(7)	28.6	-	-	-		
-	-	-	-	-	-	-	-	-		

[注] nは輸出企業または輸入企業数。nが50社以上のFTAのみ掲載。( )内の数字は各業種別の対象企業数。各国・地域との貿易を行っている企業数が3社以上かつ、FTA利用企業数が2社以上の業種に限って集計した。

## 2. TPP活用の検討

環太平洋パートナーシップ (TPP) 協定参加国のうち、日本との FTA が未発効の国 (米国、カナダ、ニュージーランド) との貿易で TPP の利用検討状況を聞いたところ、日本からの輸出では、米国 (275 社)、カナダ (101 社)、ニュージーランド (58 社) の順に TPP の利用を検討中との回答が多かった。

図表IV-6 TPPにより新規に日本とのFTAが発効する3カ国とのFTA利用検討状況

輸出 (社)		輸入 (社)	
国名	TPPの利用を検討する企業数	国名	TPPの利用を検討する企業数
米国(n=701)	275	米国(n=244)	100
カナダ(n=286)	101	カナダ(n=65)	35
ニュージーランド(n=179)	58	ニュージーランド(n=36)	23

[注] n は、当該国と輸出入を行っている と回答した企業の数。

この n には、一般関税が無税のため FTA を利用する必要がないケースなどが含まれる。

業種別では、商社・卸売、飲食料品、一般機械、鉄鋼/非鉄金属/金属製品など幅広い業種の企業が TPP の利用を検討中である。

なお、輸入では、米国で 100 社、カナダで 35 社、ニュージーランドで 23 社が利用を検討中であると回答した。

図表IV-7 日本から米国、カナダ、ニュージーランド向けの輸出でFTA利用を検討する業種

(社)			(社)			(社)		
順位	日本-米国	企業数	順位	日本-カナダ	企業数	順位	日本-NZ	企業数
1	商社・卸売(n=130)	50	1	商社・卸売(n=53)	20	1	商社・卸売(n=28)	11
2	飲食料品(n=102)	44	2	飲食料品(n=43)	16	2	一般機械(n=24)	10
3	一般機械(n=69)	27	3	一般機械(n=31)	11	3	飲食料品(n=30)	9
4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=52)	21	4	繊維・織物/アパレル(n=10)	6	4	精密機器(n=12)	3
5	化学(n=38)	18	4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(n=16)	6	5	-	-
			4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=18)	6			

[注] ①n は当該国へ輸出を行っている と回答した企業の数。②「企業数」は「利用を検討中」と回答した企業の数。n が 10 社以上ある業種を多い順に並べた。

日本を除く 11 カ国間の貿易で TPP の利用を検討する企業に対し、想定する輸出元・輸出先の組み合わせを聞いたところ、回答が得られた 395 件のうち、最多に挙げられた組み合わせが、ベトナムから米国向けの輸出（82 件）であり、商社・卸売（21 件）や繊維・織物/アパレル（11 件）などで利用が検討されている。次いで、マレーシアから米国向け輸出（26 件）が多く、現在 FTA が存在しないベトナム、マレーシアと米国間で新規に FTA 利用を検討する企業が多い。

図表IV-8 第三国間で想定する TPP 活用の流れ

(複数回答、件)

輸出先	米国	カナダ	メキシコ	チリ	ペルー	シンガポール	マレーシア	ベトナム	豪州	NZ	合計
輸出元											
米国		11	17	1	1	8	6	10	4	1	60
カナダ	3		-	-	-	5	3	1	2	-	14
メキシコ	15	2		-	-	-	-	1	-	-	18
チリ	6	-	-		-	1	1	1	-	-	9
ペルー	1	1	-	-		1	1	-	-	1	5
シンガポール	10	4	-	-	-		6	6	2	2	31
マレーシア	26	4	3	2	2	5		8	5	2	57
ベトナム	82	15	8	2	1	22	15		12	4	161
豪州	9	4	-	-	-	5	3	5		1	27
NZ	3	2	1	-	-	3	2	-	2		13
合計	155	43	29	5	4	50	37	32	27	11	395

[注] 日本を除く 11 カ国間で TPP の利用を検討している企業が、想定する輸出元・輸出先の組み合わせを回答した件数。ブルネイは件数が少ないため非表示。

図表IV-9 第三国間取引を想定している業種

順位	全体 (n=395)	件数	順位	ベトナム-米国 (n=82)	件数	順位	マレーシア-米国 (n=26)	件数
1	商社・卸売	116	1	商社・卸売	21	1	商社・卸売	12
2	飲食料品	59	2	繊維・織物/アパレル	11	2	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	2
3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	31	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	9	2	化学	2
4	繊維・織物/アパレル	26	4	飲食料品	7	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	2
5	化学	18	5	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	4			
			5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	4			
			5	電気機械	4			

[注] n は、日本を除く 11 カ国間で TPP の利用を検討している企業が、想定する輸出元・輸出先の組み合わせを回答した件数。

## V. 新興国のビジネス環境

### 1. 新興国のビジネス環境上の課題

ビジネスを行っている、または新規にビジネスを検討している新興国（19カ国）のビジネス環境上の課題について尋ねたところ、「人件費が高い、上昇している」と回答した企業の割合は、中国（50.7%）、タイ（27.2%）で、「労働力の不足・人材採用難」の割合もタイ（18.6%）と中国（13.9%）で相対的に高く、中国やタイで労務関係の課題を認識する企業が前年に続き多い。ベトナム、インドなどでは、「インフラの未整備」や「関連産業が集積していない」とする割合は依然高いものの、過去の調査と比較すると、緩やかに低下している。ブラジル、中国、ロシア、インドネシアなどでは、「為替リスクが高い」と回答する割合が前年に比べて上昇した。またトルコでは、「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」と回答する割合が前年に比べて上昇した。

図表 V-1 新興国のビジネス環境上の課題

	社数	(複数回答、%)														
		為替リスクが高い	インフラが未整備	法制度が未整備、運用に問題あり	関連産業が集積・発展していない	知的財産権の保護に問題あり	人件費が高い、上昇している	労働力の不足・人材採用難	労務上の問題あり	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	税制・税務手続きの煩雑さ	行政手続きの煩雑さ(許認可など)	代金回収上のリスク・問題あり	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	特段のリスク・問題を認識していない
中国	1,942	23.4	10.9	39.8	3.2	49.0	50.7	13.9	20.9	11.7	24.0	35.1	41.8	45.8	22.9	6.2
タイ	1,267	12.7	10.6	10.1	3.6	5.4	27.2	18.6	7.1	5.4	9.4	13.3	9.2	37.4	16.9	25.9
マレーシア	838	12.4	9.8	7.9	6.1	4.1	12.4	7.2	4.2	3.5	7.8	10.6	10.5	7.8	2.9	48.8
インドネシア	997	21.6	34.0	27.0	10.8	6.6	14.7	5.4	11.3	5.7	16.9	24.9	12.7	23.6	9.1	25.6
フィリピン	730	7.8	24.0	14.2	12.5	5.9	4.2	2.9	6.0	2.3	8.6	12.2	13.8	26.6	13.7	37.9
ベトナム	1,042	10.2	34.4	26.4	16.4	8.6	13.5	6.0	6.4	3.9	17.9	24.9	16.4	10.7	4.3	28.5
ミャンマー	663	10.4	53.2	34.2	25.3	8.6	3.5	4.2	5.9	10.3	12.1	18.6	17.9	32.9	5.1	26.2
カンボジア	514	8.0	42.4	22.6	22.0	6.6	5.1	4.3	5.4	2.5	8.9	11.9	14.6	17.5	4.1	38.9
ラオス	429	7.5	37.8	18.6	18.9	6.1	2.8	3.0	5.1	1.6	7.0	10.7	12.8	15.2	4.2	45.5
インド	774	11.0	44.4	24.7	10.9	9.0	6.5	5.3	10.3	2.7	26.4	24.0	23.8	18.6	11.6	26.5
パキスタン	425	8.5	24.5	12.0	9.2	5.4	2.4	1.2	4.7	0.9	6.4	8.0	15.3	33.9	5.2	45.2
バングラデシュ	444	6.8	33.3	15.3	12.6	5.9	1.6	1.4	5.0	1.4	7.4	10.4	17.8	27.7	9.7	43.2
スリランカ	408	5.6	22.8	9.8	11.5	4.7	2.0	2.2	3.9	0.7	6.4	8.1	13.5	14.5	4.4	54.4
メキシコ	538	11.7	11.3	9.5	7.1	4.1	8.2	8.4	6.7	2.6	12.1	10.8	12.3	29.4	3.2	45.7
ブラジル	504	23.6	11.7	13.1	6.3	4.0	7.7	3.0	6.3	2.0	20.4	15.7	17.1	29.6	3.4	42.9
コロンビア	366	9.0	13.4	8.2	6.8	4.4	2.5	1.6	4.1	1.9	4.4	6.6	12.6	26.2	2.2	59.8
ロシア	523	23.1	8.8	15.5	6.7	7.1	3.6	2.9	5.0	2.3	12.8	19.9	19.5	36.9	4.0	38.0
トルコ	465	10.1	9.0	6.5	4.3	3.2	3.2	1.7	3.9	1.9	4.5	7.1	11.6	33.8	3.4	50.8
南アフリカ共和国	424	10.8	13.7	6.8	5.9	3.5	2.6	2.6	4.7	0.9	3.3	6.6	11.6	27.1	2.4	57.1

[注] ①母数 (n) は、国ごとのリスク・問題点に回答した企業の総数（現在ビジネスがある、または新規ビジネスを検討している国のみ回答）。

②各欄の値は、母数 (n) に占めるリスク項目ごとの回答率（リスクごとの回答数/母数 (n)）。

③網掛けは回答率 20%が以上の項目。

図表V-2 新興国のビジネス環境上の課題（課題項目別）

(複数回答、%)

	人件費が高い、上昇している				労務上の問題あり				労働力の不足・人材採用難				インフラが未整備						
	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度			
中国	50.7	48.8	50.8	49.5	中国	20.9	22.7	22.3	34.1	タイ	18.6	18.6	19.6	-	ミャンマー	53.2	53.9	70.5	60.4
タイ	27.2	29.1	29.3	30.1	インドネシア	11.3	12.6	13.9	22.1	中国	13.9	14.4	14.3	-	インド	44.4	44.8	55.7	56.8
インドネシア	14.7	21.2	19.9	21.0	インド	10.3	13.2	13.4	23.7	メキシコ	8.4	5.4	6.5	-	カンボジア	42.4	44.9	-	-
ベトナム	13.5	12.8	12.6	18.1	タイ	7.1	6.4	5.4	12.7	マレーシア	7.2	7.6	9.5	-	ラオス	37.8	38.7	-	-
マレーシア	12.4	16.2	17.8	15.9	メキシコ	6.7	7.8	7.2	12.8	ベトナム	6.0	6.6	6.3	-	ベトナム	34.4	38.0	48.7	43.6
メキシコ	8.2	4.8	5.8	6.0	ベトナム	6.4	6.8	6.5	11.9	インドネシア	5.4	6.6	6.2	-	インドネシア	34.0	36.2	41.5	36.4
ブラジル	7.7	9.7	16.4	14.5	ブラジル	6.3	8.1	9.9	13.5	インド	5.3	4.0	3.9	-	バングラデシュ	33.3	36.7	-	-
インド	6.5	7.3	7.7	7.9	フィリピン	6.0	5.1	3.8	8.8	カンボジア	4.3	5.0	-	-	バキスタン	24.5	26.3	-	-
カンボジア	5.1	3.7	-	-	ミャンマー	5.9	4.7	3.6	9.6	ミャンマー	4.2	4.3	3.8	-	フィリピン	24.0	26.8	31.4	28.6
フィリピン	4.2	4.8	5.2	7.3	カンボジア	5.4	4.8	-	-	ラオス	3.0	3.1	-	-	スリランカ	22.8	23.2	-	-
ロシア	3.6	5.2	8.3	10.2	ラオス	5.1	3.8	-	-	ブラジル	3.0	2.8	5.2	-	南アフリカ共和国	13.7	10.7	18.6	20.1
ミャンマー	3.5	3.7	2.6	3.3	ロシア	5.0	5.2	6.1	9.2	フィリピン	2.9	2.6	3.2	-	コロンビア	13.4	-	-	-
トルコ	3.2	4.4	6.4	6.2	バングラデシュ	5.0	4.9	-	-	ロシア	2.9	3.2	3.2	-	ブラジル	11.7	13.1	14.2	15.5
ラオス	2.8	1.3	-	-	南アフリカ共和国	4.7	4.0	6.7	11.5	南アフリカ共和国	2.6	2.7	4.3	-	メキシコ	11.3	12.0	14.9	15.6
南アフリカ共和国	2.6	3.0	5.7	6.2	バキスタン	4.7	4.6	-	-	スリランカ	2.2	1.3	-	-	中国	10.9	9.5	9.9	11.6
コロンビア	2.5	-	-	-	マレーシア	4.2	4.7	5.3	9.3	トルコ	1.7	1.2	2.7	-	タイ	10.6	8.3	9.1	10.5
バキスタン	2.4	1.5	-	-	コロンビア	4.1	-	-	-	コロンビア	1.6	-	-	-	マレーシア	9.8	9.0	11.7	10.0
スリランカ	2.0	2.4	-	-	スリランカ	3.9	3.2	-	-	バングラデシュ	1.4	3.0	-	-	トルコ	9.0	7.9	7.3	10.7
バングラデシュ	1.6	1.6	-	-	トルコ	3.9	3.0	1.8	4.9	バキスタン	1.2	1.3	-	-	ロシア	8.8	11.0	11.8	18.7
	行政手続きの煩雑さ				知的財産権の保護に問題あり				為替リスクが高い				関連産業が集積・発展していない						
	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度			
中国	35.1	34.6	-	-	中国	49.0	52.6	51.3	53.1	ブラジル	23.6	17.5	31.2	21.9	ミャンマー	25.3	23.3	28.0	32.2
インドネシア	24.9	21.3	-	-	インド	9.0	11.1	8.3	6.9	中国	23.4	20.5	20.5	12.3	カンボジア	22.0	18.1	-	-
ベトナム	24.9	22.0	-	-	ベトナム	8.6	9.5	8.0	8.7	ロシア	23.1	22.4	17.6	13.7	ラオス	18.9	16.9	-	-
インド	24.0	26.6	-	-	ミャンマー	8.6	10.0	8.1	8.7	インドネシア	21.6	16.2	21.8	12.4	ベトナム	16.4	18.2	17.9	23.0
ロシア	19.9	20.6	-	-	ロシア	7.1	6.2	5.8	7.4	タイ	12.7	11.1	13.1	10.4	バングラデシュ	12.6	15.1	-	-
ミャンマー	18.6	17.1	-	-	インドネシア	6.6	7.0	6.4	6.5	マレーシア	12.4	7.2	11.8	9.7	フィリピン	12.5	13.7	11.6	15.2
ブラジル	15.7	17.7	-	-	カンボジア	6.6	8.2	-	-	メキシコ	11.7	9.0	17.0	14.4	スリランカ	11.5	10.8	-	-
タイ	13.3	10.8	-	-	ラオス	6.1	7.4	-	-	インド	11.0	12.8	21.5	13.8	インド	10.9	12.3	11.4	18.5
フィリピン	12.2	9.8	-	-	フィリピン	5.9	6.4	5.2	6.4	南アフリカ共和国	10.8	8.9	15.7	13.9	インドネシア	10.8	9.2	9.4	11.1
カンボジア	11.9	10.4	-	-	バングラデシュ	5.9	7.2	-	-	ミャンマー	10.4	8.8	12.0	8.7	バキスタン	9.2	11.9	-	-
メキシコ	10.8	7.6	-	-	タイ	5.4	5.1	4.5	4.8	ベトナム	10.2	11.5	15.7	14.2	メキシコ	7.1	6.0	7.6	9.6
ラオス	10.7	8.7	-	-	バキスタン	5.4	8.1	-	-	トルコ	10.1	8.4	15.9	9.3	コロンビア	6.8	-	-	-
マレーシア	10.6	8.1	-	-	スリランカ	4.7	5.8	-	-	コロンビア	9.0	-	-	-	ロシア	6.7	7.8	10.9	12.0
バングラデシュ	10.4	9.5	-	-	コロンビア	4.4	-	-	-	バキスタン	8.5	6.6	-	-	ブラジル	6.3	6.0	5.6	7.1
スリランカ	8.1	6.1	-	-	メキシコ	4.1	4.4	4.0	3.6	カンボジア	8.0	6.9	-	-	マレーシア	6.1	6.1	7.1	10.0
バキスタン	8.0	6.8	-	-	マレーシア	4.1	3.9	4.9	3.4	フィリピン	7.8	8.3	11.6	8.8	南アフリカ共和国	5.9	7.2	12.4	14.4
トルコ	7.1	7.1	-	-	ブラジル	4.0	5.4	4.6	6.1	ラオス	7.5	5.9	-	-	トルコ	4.3	6.2	9.1	10.2
南アフリカ共和国	6.6	4.0	-	-	南アフリカ共和国	3.5	3.2	4.3	3.8	バングラデシュ	6.8	6.0	-	-	タイ	3.6	3.5	2.1	5.5
コロンビア	6.6	-	-	-	トルコ	3.2	4.7	3.6	3.1	スリランカ	5.6	5.8	-	-	中国	3.2	3.0	1.9	3.3



(複数回答、%)

土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇					法制度が未整備、運用に問題あり				税制・税務手続きの煩雑さ					
	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度		
中国	11.7	10.6	9.5	-	中国	39.8	41.9	44.5	45.1	インド	26.4	26.4	13.9	15.0
ミャンマー	10.3	10.8	9.0	-	ミャンマー	34.2	32.6	42.5	39.3	中国	24.0	25.0	18.9	23.2
インドネシア	5.7	7.1	6.3	-	インドネシア	27.0	26.9	24.5	27.2	ブラジル	20.4	17.9	19.4	19.5
タイ	5.4	5.0	5.4	-	ベトナム	26.4	28.1	31.9	27.8	ベトナム	17.9	17.0	7.9	9.8
ベトナム	3.9	3.7	4.3	-	インド	24.7	27.9	28.7	29.6	インドネシア	16.9	16.2	11.1	13.7
マレーシア	3.5	2.9	2.1	-	カンボジア	22.6	23.5	-	-	ロシア	12.8	11.8	12.8	16.9
インド	2.7	3.8	3.4	-	ラオス	18.6	17.4	-	-	メキシコ	12.1	10.2	6.5	7.6
メキシコ	2.6	3.4	1.8	-	ロシア	15.5	17.4	30.7	32.7	ミャンマー	12.1	12.0	5.8	9.3
カンボジア	2.5	2.6	-	-	バングラデシュ	15.3	16.5	-	-	タイ	9.4	9.7	4.4	5.6
フィリピン	2.3	1.7	1.6	-	フィリピン	14.2	14.0	12.2	15.6	カンボジア	8.9	9.1	-	-
ロシア	2.3	4.4	2.6	-	ブラジル	13.1	14.1	16.0	16.5	フィリピン	8.6	7.6	4.4	8.3
ブラジル	2.0	4.4	3.7	-	パキスタン	12.0	13.9	-	-	マレーシア	7.8	4.8	2.5	4.9
トルコ	1.9	1.7	0.5	-	タイ	10.1	9.3	7.1	6.5	バングラデシュ	7.4	6.0	-	-
コロンビア	1.9	-	-	-	スリランカ	9.8	7.1	-	-	ラオス	7.0	7.9	-	-
ラオス	1.6	2.1	-	-	メキシコ	9.5	10.2	7.2	11.2	スリランカ	6.4	4.5	-	-
バングラデシュ	1.4	3.2	-	-	コロンビア	8.2	-	-	-	パキスタン	6.4	5.3	-	-
南アフリカ共和国	0.9	1.0	1.0	-	マレーシア	7.9	5.9	7.1	6.8	トルコ	4.5	5.4	3.6	5.3
パキスタン	0.9	2.0	-	-	南アフリカ共和国	6.8	6.2	11.9	11.5	コロンビア	4.4	-	-	-
スリランカ	0.7	1.6	-	-	トルコ	6.5	6.7	6.8	7.1	南アフリカ共和国	3.3	3.5	2.9	4.8
代金回収上のリスク・問題あり					自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり				政情リスクや社会情勢・治安に問題あり					
	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度	15年度	14年度	13年度	12年度		
中国	41.8	41.4	40.3	45.6	中国	22.9	21.1	27.2	4.8	中国	45.8	49.8	59.8	64.6
インド	23.8	23.7	23.5	23.1	タイ	16.9	21.4	28.8	41.6	タイ	37.4	37.3	46.4	15.3
ロシア	19.5	22.0	27.5	25.0	フィリピン	13.7	18.9	23.6	14.4	ロシア	36.9	34.4	27.5	22.2
ミャンマー	17.9	16.8	14.5	21.0	インド	11.6	8.3	9.3	5.3	パキスタン	33.9	30.1	-	-
バングラデシュ	17.8	14.6	-	-	バングラデシュ	9.7	8.4	-	-	トルコ	33.8	13.1	20.5	9.8
ブラジル	17.1	14.9	17.3	18.2	インドネシア	9.1	12.3	12.8	18.5	ミャンマー	32.9	21.8	32.7	35.8
ベトナム	16.4	14.2	14.2	15.7	パキスタン	5.2	4.6	-	-	ブラジル	29.6	25.0	27.5	6.7
パキスタン	15.3	15.4	-	-	ミャンマー	5.1	4.7	4.7	5.2	メキシコ	29.4	28.9	32.2	12.4
カンボジア	14.6	12.7	-	-	スリランカ	4.4	3.4	-	-	バングラデシュ	27.7	18.8	-	-
フィリピン	13.8	12.2	11.4	15.4	ベトナム	4.3	3.8	4.3	3.4	南アフリカ共和国	27.1	24.6	34.8	18.7
スリランカ	13.5	12.1	-	-	ラオス	4.2	2.8	-	-	フィリピン	26.6	26.5	23.2	15.4
ラオス	12.8	11.8	-	-	カンボジア	4.1	3.9	-	-	コロンビア	26.2	-	-	-
インドネシア	12.7	11.2	12.9	15.8	ロシア	4.0	4.0	2.6	3.2	インドネシア	23.6	21.5	22.6	14.3
コロンビア	12.6	-	-	-	トルコ	3.4	2.5	2.3	5.3	インド	18.6	15.9	17.9	8.9
メキシコ	12.3	12.5	14.1	14.0	ブラジル	3.4	3.4	1.2	2.4	カンボジア	17.5	16.2	-	-
トルコ	11.6	7.9	14.1	10.2	メキシコ	3.2	3.0	1.4	4.0	ラオス	15.2	11.8	-	-
南アフリカ共和国	11.6	9.7	17.1	12.9	マレーシア	2.9	2.3	3.4	3.8	スリランカ	14.5	12.1	-	-
マレーシア	10.5	8.7	9.9	11.9	南アフリカ共和国	2.4	3.2	2.4	2.9	ベトナム	10.7	8.8	8.2	7.2
タイ	9.2	7.3	7.1	9.9	コロンビア	2.2	-	-	-	マレーシア	7.8	5.6	5.7	2.1

図表V-3 新興国のビジネス環境上の課題（国別）

（複数回答、%）

順位	中国				順位	タイ					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	人件費が高い、上昇している	50.7	48.8	50.8	49.5	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	37.4	37.3	46.4	15.3
2	知的財産権の保護に問題あり	49.0	52.6	51.3	53.1	2	人件費が高い、上昇している	27.2	29.1	29.3	30.1
3	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	45.8	49.8	59.8	64.6	3	労働力の不足・人材採用難	18.6	18.6	19.6	-
4	代金回収上のリスク・問題あり	41.8	41.4	40.3	45.6	4	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	16.9	21.4	28.8	41.6
5	法制度が未整備、運用に問題あり	39.8	41.9	44.5	45.1	5	行政手続きの煩雑さ	13.3	10.8	-	-

順位	フィリピン				順位	ベトナム					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	26.6	26.5	23.2	15.4	1	インフラが未整備	34.4	38.0	48.7	43.6
2	インフラが未整備	24.0	26.8	31.4	28.6	2	法制度が未整備、運用に問題あり	26.4	28.1	31.9	27.8
3	法制度が未整備、運用に問題あり	14.2	14.0	12.2	15.6	3	行政手続きの煩雑さ	24.9	22.0	-	-
4	代金回収上のリスク・問題あり	13.8	12.2	11.4	15.4	4	税制・税務手続きの煩雑さ	17.9	17.0	7.9	9.8
5	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	13.7	18.9	23.6	14.4	5	代金回収上のリスク・問題あり	16.4	14.2	14.2	15.7
						5	関連産業が集積・発展していない	16.4	18.2	17.9	23.0

順位	ラオス				順位	インド					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	インフラが未整備	37.8	38.7	-	-	1	インフラが未整備	44.4	44.8	55.7	56.8
2	関連産業が集積・発展していない	18.9	16.9	-	-	2	税制・税務手続きの煩雑さ	26.4	26.4	13.9	15.0
3	法制度が未整備、運用に問題あり	18.6	17.4	-	-	3	法制度が未整備、運用に問題あり	24.7	27.9	28.7	29.6
4	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	15.2	11.8	-	-	4	行政手続きの煩雑さ	24.0	26.6	-	-
5	代金回収上のリスク・問題あり	12.8	11.8	-	-	5	代金回収上のリスク・問題あり	23.8	23.7	23.5	23.1

順位	スリランカ				順位	メキシコ					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	インフラが未整備	22.8	23.2	-	-	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	29.4	28.9	32.2	12.4
2	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	14.5	12.1	-	-	2	代金回収上のリスク・問題あり	12.3	12.5	14.1	14.0
3	代金回収上のリスク・問題あり	13.5	12.1	-	-	3	税制・税務手続きの煩雑さ	12.1	10.2	6.5	7.6
4	関連産業が集積・発展していない	11.5	10.8	-	-	4	為替リスクが高い	11.7	9.0	17.0	14.4
5	法制度が未整備、運用に問題あり	9.8	7.1	-	-	5	インフラが未整備	11.3	12.0	14.9	15.6

順位	ロシア				順位	トルコ					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	36.9	34.4	27.5	22.2	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	33.8	13.1	20.5	9.8
2	為替リスクが高い	23.1	22.4	17.6	13.7	2	代金回収上のリスク・問題あり	11.6	7.9	14.1	10.2
3	行政手続きの煩雑さ	19.9	20.6	-	-	3	為替リスクが高い	10.1	8.4	15.9	9.3
4	代金回収上のリスク・問題あり	19.5	22.0	27.5	25.0	4	インフラが未整備	9.0	7.9	7.3	10.7
5	法制度が未整備、運用に問題あり	15.5	17.4	30.7	32.7	5	行政手続きの煩雑さ	7.1	7.1	-	-

(複数回答、%)

順位	マレーシア				順位	インドネシア					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	人件費が高い、上昇している	12.4	16.2	17.8	15.9	1	インフラが未整備	34.0	36.2	41.5	36.4
1	為替リスクが高い	12.4	7.2	11.8	9.7	2	法制度が未整備、運用に問題あり	27.0	26.9	24.5	27.2
3	行政手続きの煩雑さ	10.6	8.1	-	-	3	行政手続きの煩雑さ	24.9	21.3	-	-
4	代金回収上のリスク・問題あり	10.5	8.7	9.9	11.9	4	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	23.6	21.5	22.6	14.3
5	インフラが未整備	9.8	9.0	11.7	10.0	5	為替リスクが高い	21.6	16.2	21.8	12.4

順位	ミャンマー				順位	カンボジア					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	インフラが未整備	53.2	53.9	70.5	60.4	1	インフラが未整備	42.4	44.9	-	-
2	法制度が未整備、運用に問題あり	34.2	32.6	42.5	39.3	2	法制度が未整備、運用に問題あり	22.6	23.5	-	-
3	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	32.9	21.8	32.7	35.8	3	関連産業が集積・発展していない	22.0	18.1	-	-
4	関連産業が集積・発展していない	25.3	23.3	28.0	32.2	4	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	17.5	16.2	-	-
5	行政手続きの煩雑さ	18.6	17.1	-	-	5	代金回収上のリスク・問題あり	14.6	12.7	-	-

順位	パキスタン				順位	バングラデシュ					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	33.9	30.1	-	-	1	インフラが未整備	33.3	36.7	-	-
2	インフラが未整備	24.5	26.3	-	-	2	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	27.7	18.8	-	-
3	代金回収上のリスク・問題あり	15.3	15.4	-	-	3	代金回収上のリスク・問題あり	17.8	14.6	-	-
4	法制度が未整備、運用に問題あり	12.0	13.9	-	-	4	法制度が未整備、運用に問題あり	15.3	16.5	-	-
5	関連産業が集積・発展していない	9.2	11.9	-	-	5	関連産業が集積・発展していない	12.6	15.1	-	-

順位	ブラジル				順位	コロンビア					
	15年度	14年度	13年度	12年度		15年度	14年度	13年度	12年度		
1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	29.6	25.0	27.5	6.7	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	26.2	-	-	-
2	為替リスクが高い	23.6	17.5	31.2	21.9	2	インフラが未整備	13.4	-	-	-
3	税制・税務手続きの煩雑さ	20.4	17.9	19.4	19.5	3	代金回収上のリスク・問題あり	12.6	-	-	-
4	代金回収上のリスク・問題あり	17.1	14.9	17.3	18.2	4	為替リスクが高い	9.0	-	-	-
5	行政手続きの煩雑さ	15.7	17.7	-	-	5	法制度が未整備、運用に問題あり	8.2	-	-	-

順位	南アフリカ				
	15年度	14年度	13年度	12年度	
1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	27.1	24.6	34.8	18.7
2	インフラが未整備	13.7	10.7	18.6	20.1
3	代金回収上のリスク・問題あり	11.6	9.7	17.1	12.9
4	為替リスクが高い	10.8	8.9	15.7	13.9
5	法制度が未整備、運用に問題あり	6.8	6.2	11.9	11.5

※図表V-2 およびV-3 共通。

[n(15年度) = 中国:1,942、タイ:1,267、マレーシア:838、インドネシア:997、フィリピン:730、ベトナム:1,042、ミャンマー:663、カンボジア:514、ラオス:429、インド:774、パキスタン:425、バングラデシュ:444、スリランカ:408、メキシコ:538、ブラジル:504、コロンビア:366、ロシア:523、トルコ:465、南ア:424]

[n(14年度) = 中国:1,946、タイ:1,288、マレーシア:767、インドネシア:1,003、フィリピン:687、ベトナム:996、ミャンマー:601、カンボジア:463、ラオス:390、インド:755、パキスタン:395、バングラデシュ:431、スリランカ:379、メキシコ:502、ブラジル:504、ロシア:500、トルコ:406、南ア:403]

[n(13年度) = 中国:2,018、タイ:1,217、マレーシア:566、インドネシア:886、フィリピン:500、ベトナム:878、ミャンマー:468、インド:648、メキシコ:276、ブラジル:324、ロシア:313、トルコ:220、南ア:210]

[注] ①母数 (n) は、現在ビジネスがある、または新規ビジネスを検討している企業の国ごとの総数。

②「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」の項目の2012年度は「政情リスクに問題あり」。

③「税制・税務手続きの煩雑さ」の項目の2012年度・13年度は、「税務上のリスク・問題あり」。

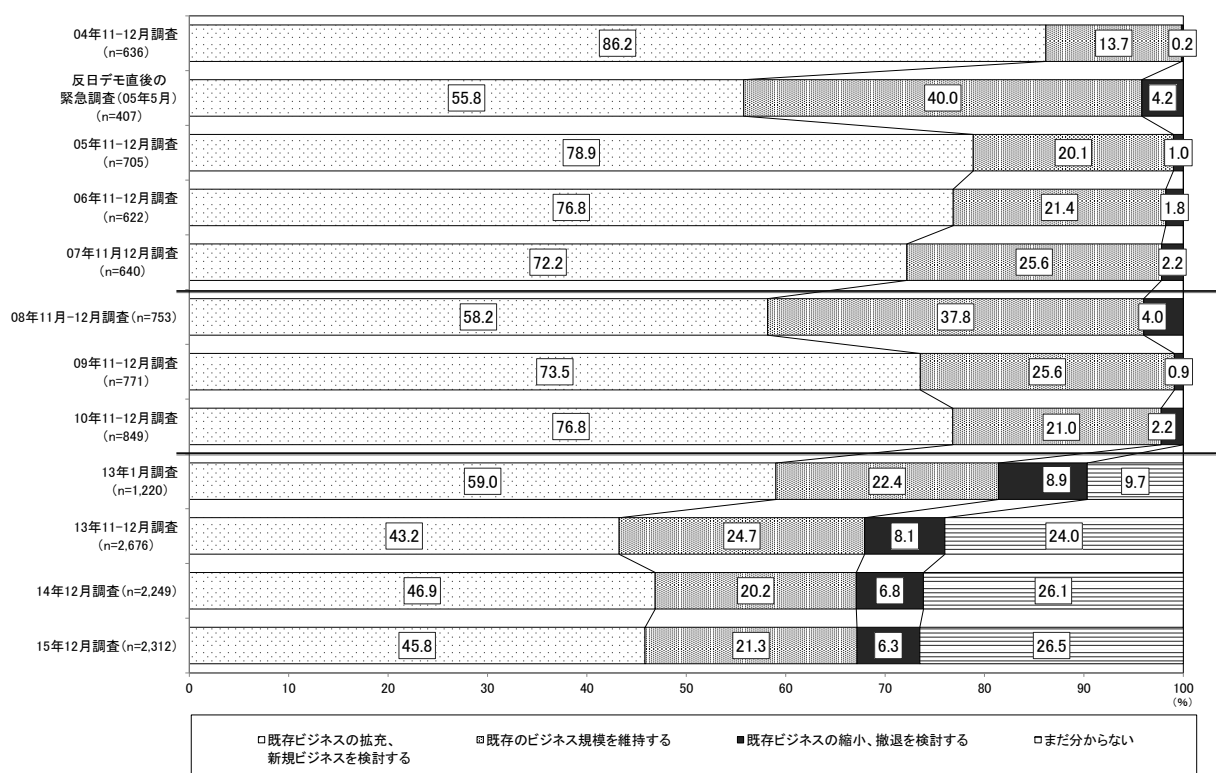
④「自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり」の2012年度は「自然災害リスクに問題あり」。

## 2. 今後の中国でのビジネス展開

中国に対する今後（3年程度）のビジネス展開（貿易、業務委託、技術提携、直接投資）について尋ねたところ、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」と回答した企業は45.8%と前年（46.9%）から横ばいであった。また「既存ビジネス規模を維持」（21.3%）、「まだ分からない」（26.5%）と回答した企業の比率も横ばいが続き、日本企業の中国ビジネスへの姿勢に大きな変化は見られない。

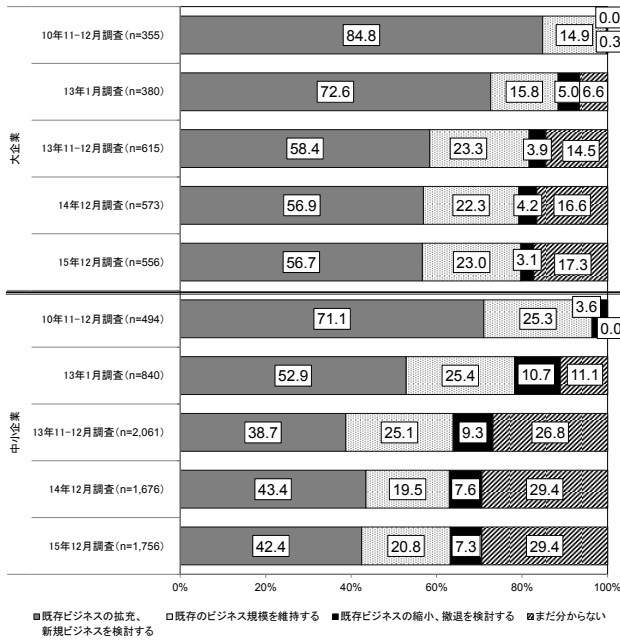
「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討」する割合は、企業規模別では大企業、中小企業ともにほぼ横ばいであった。業種別では医療品・化粧品（71.1%）、化学（65.3%）、精密機器（61.0%）で拡大意欲が高かった。

図表V-4 今後の中国でのビジネス展開（時系列）

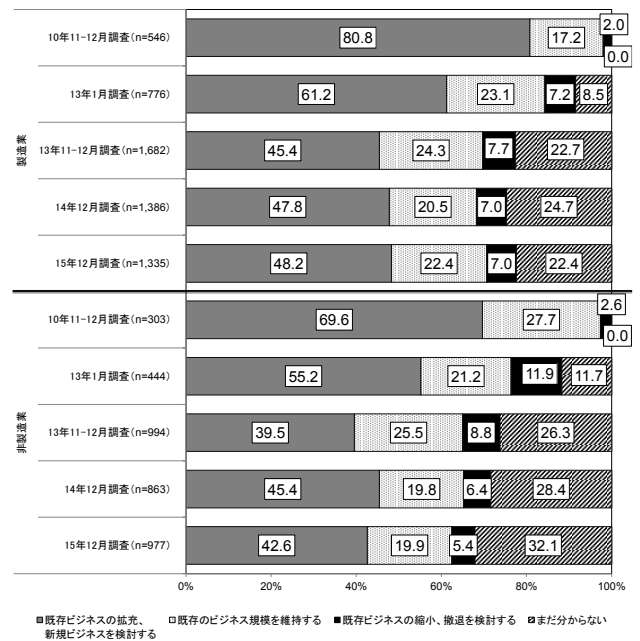


- [注] ①2013年1月調査、2013年11-12月調査、2014年12月調査、2015年12月調査は全回答企業ベース、それ以外は回答企業のうちジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計  
 ②2007年以前は製造業・商社・卸売・小売業に限定  
 ③年により異なる設問項目を一部調整の上集計。④11年度は、今後のビジネス展開に関する設問を設けていない。

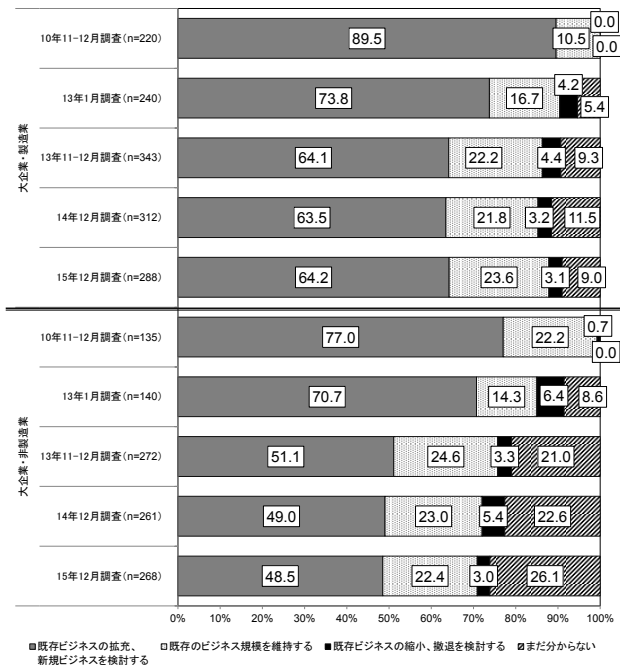
図表V-5 今後の中国でのビジネス展開  
(企業規模別・時系列)



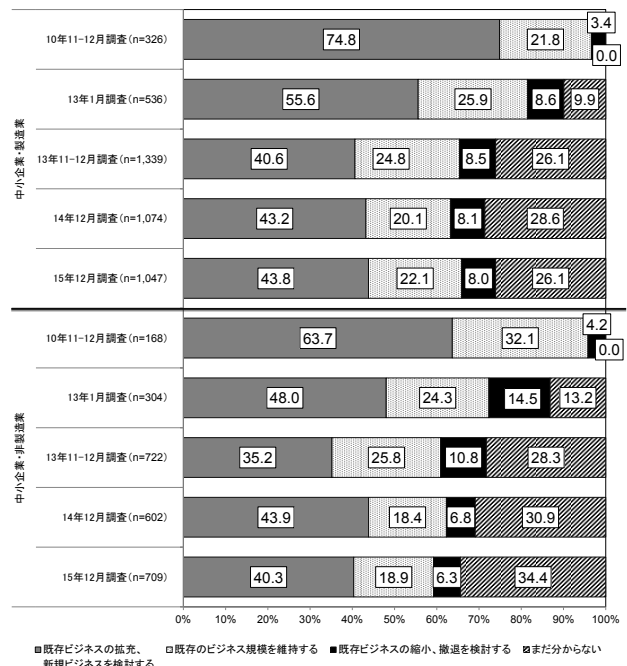
図表V-6 今後の中国でのビジネス展開  
(業種別・時系列)



図表V-7 今後の中国でのビジネス展開  
(大企業・業種別・時系列)



図表V-8 今後の中国でのビジネス展開  
(中小企業・業種別・時系列)



[注] いずれも2010年11-12月は、ジェトロ・メンバーズからの回答に限定。

図表V-9 今後の中国でのビジネス展開（業種別）

(複数回答、%)

	社数	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する	規模やベースを薄としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する	既存のビジネス規模を維持する	既存ビジネスの縮小、撤退を検討する	中国ビジネスは縮小して、他国への移管を検討する	中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討する	まだ、分からない
総計	2,312	45.8	37.0	8.9	21.3	6.3	4.9	1.4	26.5
製造業	1,335	48.2	39.1	9.1	22.4	7.0	5.5	1.4	22.4
飲食料品	269	47.2	43.5	3.7	11.9	4.8	3.7	1.1	36.1
繊維・織物／アパレル	72	33.3	26.4	6.9	19.4	18.1	15.3	2.8	29.2
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	48	39.6	33.3	6.3	35.4	4.2	2.1	2.1	20.8
化学	95	65.3	49.5	15.8	20.0	2.1	2.1	0.0	12.6
医療品・化粧品	45	71.1	64.4	6.7	13.3	2.2	2.2	0.0	13.3
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	69	43.5	30.4	13.0	23.2	20.3	14.5	5.8	13.0
窯業・土石	22	40.9	27.3	13.6	31.8	4.5	4.5	0.0	22.7
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	142	41.5	28.9	12.7	30.3	8.5	6.3	2.1	19.7
一般機械	149	47.0	34.9	12.1	28.9	5.4	5.4	0.0	18.8
電気機械	86	45.3	43.0	2.3	29.1	8.1	7.0	1.2	17.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	48	54.2	47.9	6.3	18.8	12.5	12.5	0.0	14.6
自動車／自動車部品／その他輸送機器	80	50.0	32.5	17.5	25.0	5.0	3.8	1.3	20.0
精密機器	59	61.0	45.8	15.3	25.4	0.0	0.0	0.0	13.6
その他の製造業	151	47.0	40.4	6.6	21.9	6.6	4.0	2.6	24.5
非製造業	977	42.6	34.1	8.5	19.9	5.4	4.0	1.4	32.1
商社・卸売	553	47.6	38.2	9.4	21.2	7.1	6.1	0.9	24.2
小売	69	40.6	30.4	10.1	13.0	1.4	1.4	0.0	44.9
建設	41	19.5	17.1	2.4	39.0	7.3	0.0	7.3	34.1
運輸	50	54.0	40.0	14.0	22.0	2.0	0.0	2.0	22.0
金融・保険	53	20.8	18.9	1.9	32.1	1.9	0.0	1.9	45.3
通信・情報・ソフトウェア	49	20.4	16.3	4.1	14.3	4.1	2.0	2.0	61.2
専門サービス	45	46.7	35.6	11.1	8.9	0.0	0.0	0.0	44.4
その他の非製造業	117	41.0	34.2	6.8	11.1	5.1	2.6	2.6	42.7

[注] ①網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

②図表V-1～9とも母数(n)は「今後ともビジネス展開は行わない」「無回答」と回答した企業を除いて集計。

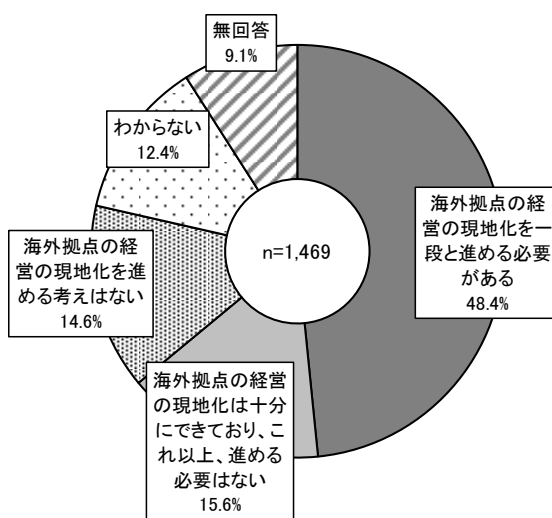
## VI. 海外拠点の経営の現地化

### 1. 経営の現地化に対する認識

海外に拠点がある企業（1,469社）に海外拠点の経営の現地化（権限の委譲や現地人材の登用等）について尋ねたところ、「海外拠点の経営の現地化を一段と進める必要がある」が48.4%、「海外拠点の経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はない」は15.6%となった。企業規模別に見ると、大企業では「海外拠点の経営の現地化を一段と進める必要がある」が60.0%と中小企業と比較して高い割合となっている。

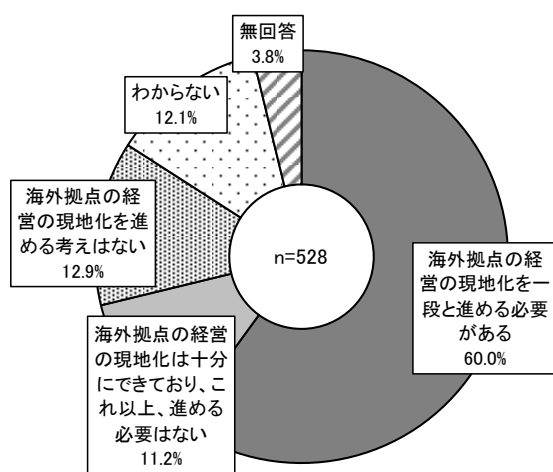
業種別では、「海外拠点の経営の現地化を一段と進める必要がある」は自動車／自動車部品／その他輸送機器（73.1%）、建設（64.3%）などで高い割合となった。

図表VI-1 経営の現地化に対する認識（全体）

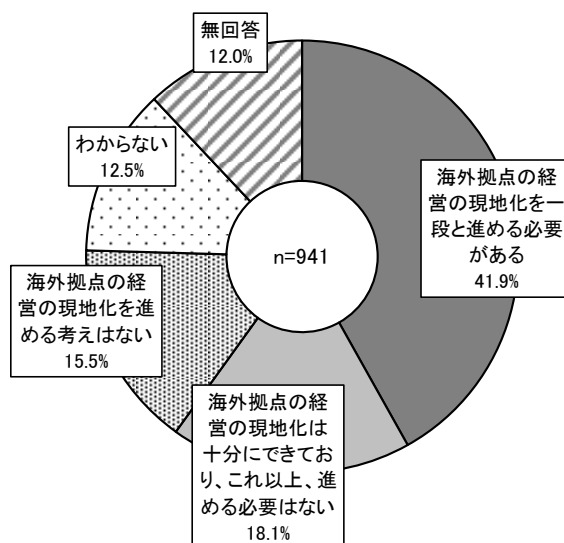


図表VI-2 経営の現地化に対する認識（企業規模別）

【大企業】



【中小企業】



〔注〕母数は海外に拠点を有する企業数

図表VI-3 経営の現地化に対する認識（業種別）

(%)

	社数	海外拠点の経営の現地化を一段と進める必要がある	海外拠点の経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はない	海外拠点の経営の現地化を進める考えはない	わからない	無回答
総計	1,469	48.4	15.6	14.6	12.4	9.1
製造業	861	50.4	17.2	13.6	11.8	7.0
飲食料品	86	36.0	26.7	4.7	18.6	14.0
繊維・織物/アパレル	48	47.9	16.7	14.6	8.3	12.5
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	28	46.4	14.3	17.9	14.3	7.1
化学	72	48.6	13.9	18.1	13.9	5.6
医療品・化粧品	27	55.6	18.5	14.8	7.4	3.7
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	60	50.0	16.7	18.3	10.0	5.0
窯業・土石	19	47.4	21.1	10.5	15.8	5.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	112	47.3	21.4	17.9	8.0	5.4
一般機械	107	51.4	18.7	16.8	9.3	3.7
電気機械	72	55.6	19.4	11.1	12.5	1.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	33	51.5	15.2	12.1	18.2	3.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	78	73.1	6.4	10.3	5.1	5.1
精密機器	38	44.7	15.8	13.2	13.2	13.2
その他の製造業	81	48.1	12.3	9.9	17.3	12.3
非製造業	608	45.6	13.3	16.0	13.2	12.0
商社・卸売	310	42.6	17.1	17.4	11.0	11.9
小売	26	50.0	11.5	15.4	11.5	11.5
建設	42	64.3	11.9	9.5	7.1	7.1
運輸	44	59.1	2.3	13.6	18.2	6.8
金融・保険	43	18.6	7.0	37.2	18.6	18.6
通信・情報・ソフトウェア	24	41.7	12.5	12.5	25.0	8.3
専門サービス	32	50.0	12.5	9.4	9.4	18.8
その他の非製造業	87	51.7	10.3	8.0	17.2	12.6

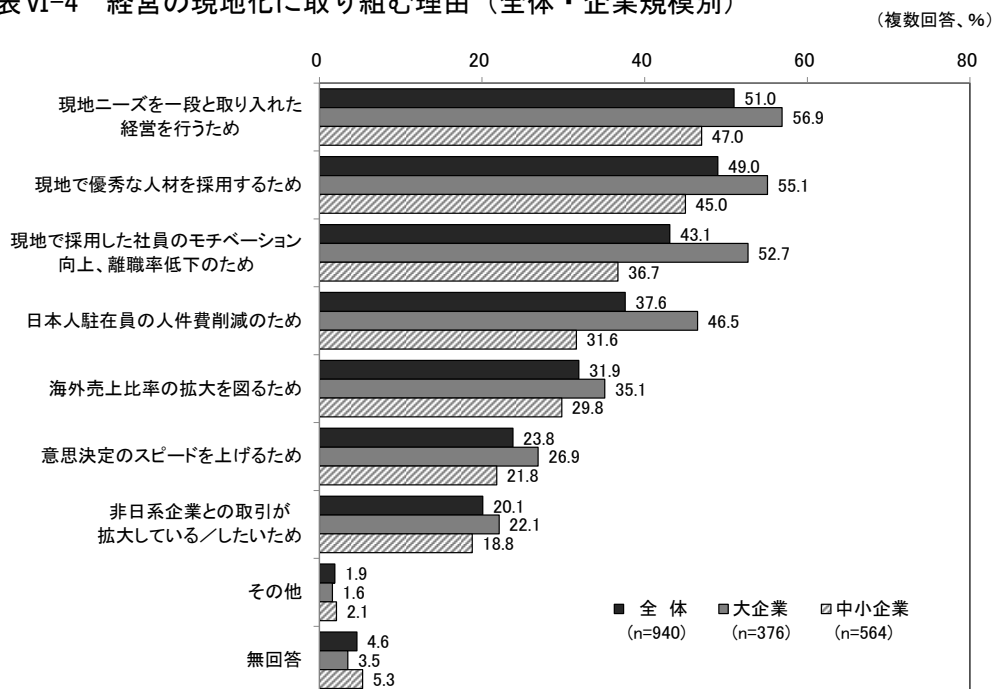
[注] 網掛けは回答率が50%以上の項目。



## 2. 経営の現地化に取り組む理由

経営の現地化に取り組む理由としては、「現地ニーズを一段と取り入れた経営を行うため」（現地化を既に進めている企業の 51.0%）が最も多く、「現地で優秀な人材を採用するため」（同 49.0%）、「現地で採用した社員のモチベーション向上、離職率低下のため」（同 43.1%）が続いた。業種別に見ると「現地ニーズを一段と取り入れた経営を行うため」は通信・情報・ソフトウェア（同 69.2%）、電気機械（同 66.7%）で高い割合となっている。

図表VI-4 経営の現地化に取り組む理由（全体・企業規模別）



[注] 母数は「経営の現地化を一段と進める必要がある」とおよび「経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はない」と回答した企業数。

図表VI-5 経営の現地化に取り組む理由（業種別）

	社数	日本人駐在員の人件費削減のため	現地で採用した社員のモチベーション向上、離職率低下のため	現地で優秀な人材を採用するため	現地ニーズを一段と取り入れた経営を行うため	海外売上比率の拡大を図るため	非日系企業との取引が拡大している/したいため	意思決定のスピードを上げるため	その他	無回答
回答企業全体	940	37.6	43.1	49.0	51.0	31.9	20.1	23.8	1.9	4.6
製造業	582	38.8	44.7	48.5	51.0	33.2	19.4	24.2	1.7	4.1
飲食料品	54	25.9	35.2	53.7	48.1	42.6	18.5	22.2	1.9	7.4
繊維・織物/アパレル	31	41.9	45.2	54.8	32.3	35.5	16.1	19.4	-	9.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	17	41.2	64.7	41.2	41.2	47.1	17.6	17.6	-	5.9
化学	45	33.3	42.2	48.9	55.6	40.0	31.1	26.7	-	4.4
医薬品・化粧品	20	10.0	45.0	55.0	60.0	30.0	5.0	10.0	-	15.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	40	32.5	52.5	42.5	45.0	30.0	17.5	22.5	-	2.5
窯業・土石	13	30.8	38.5	23.1	30.8	38.5	7.7	7.7	7.7	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	77	49.4	44.2	45.5	48.1	20.8	24.7	31.2	2.6	2.6
一般機械	75	50.7	49.3	48.0	46.7	22.7	26.7	18.7	2.7	4.0
電気機械	54	33.3	38.9	53.7	66.7	55.6	9.3	31.5	1.9	1.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	22	31.8	54.5	36.4	54.5	50.0	22.7	31.8	4.5	4.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	62	54.8	50.0	54.8	50.0	17.7	11.3	25.8	3.2	-
精密機器	23	39.1	39.1	47.8	65.2	39.1	21.7	30.4	-	-
その他の製造業	49	28.6	36.7	46.9	59.2	32.7	22.4	22.4	-	6.1
非製造業	358	35.5	40.5	50.0	50.8	29.9	21.2	23.2	2.2	5.3
商社・卸売	185	31.9	42.2	46.5	47.6	33.0	23.8	24.3	1.6	5.4
小売	16	43.8	62.5	68.8	56.3	37.5	18.8	31.3	-	-
建設	32	56.3	50.0	43.8	50.0	25.0	12.5	15.6	-	3.1
運輸	27	37.0	33.3	51.9	55.6	25.9	29.6	14.8	-	11.1
金融・保険	11	45.5	54.5	36.4	36.4	-	18.2	18.2	-	18.2
通信・情報・ソフトウェア	13	15.4	30.8	69.2	69.2	30.8	15.4	23.1	7.7	-
専門サービス	20	15.0	10.0	60.0	65.0	35.0	5.0	20.0	5.0	-
その他の非製造業	54	42.6	37.0	53.7	51.9	25.9	22.2	27.8	5.6	5.6

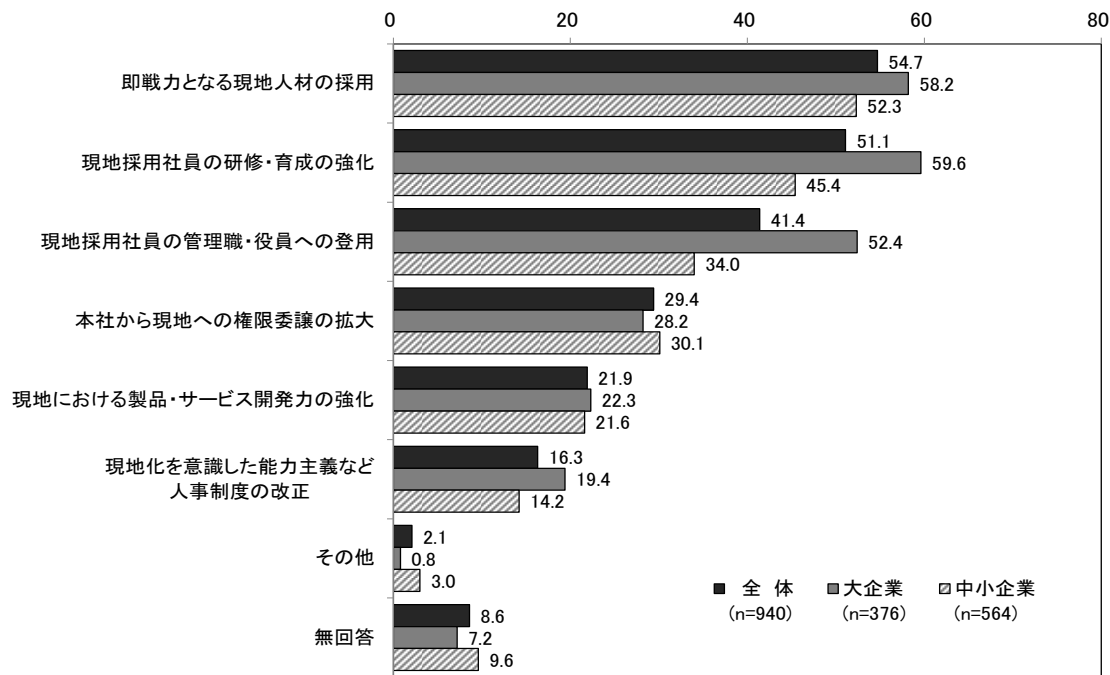
[注] 網掛けは回答率が50%以上の項目。

### 3. 経営の現地化に向けた取り組み

海外拠点の経営の現地化を進めるための取り組みについて、「即戦力となる現地人材の採用」（現地化を既に進めている企業の 54.7%）が最も多く、「現地採用社員の研修・育成の強化」（同 51.1%）、「現地採用社員の管理職・役員への登用」（同 41.4%）が続いた。企業規模別に見ると、大企業では「現地採用社員の研修・育成の強化」が 59.6%、「現地採用社員の管理職・役員への登用」が同 52.4%と中小企業と比較して高い割合となっている。

図表VI-6 経営の現地化に向けた取り組み（全体・企業規模別）

（複数回答、%）



〔注〕母数は「経営の現地化を一段と進める必要がある」とおよび「経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はない」と回答した企業数。

図表VI-7 経営の現地化に向けた取り組み（業種別）

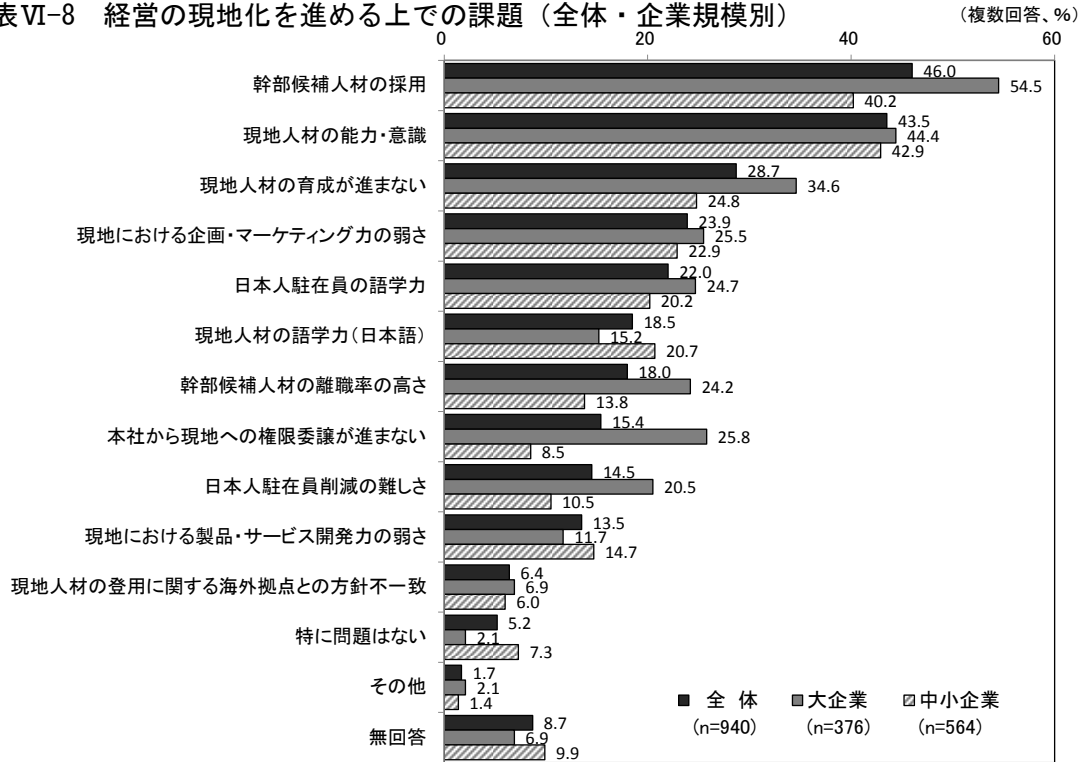
	社数	本社から現地への権限委譲の拡大	現地採用社員の研修・育成の強化	即戦力となる現地人材の採用	現地採用社員の管理職・役員への登用	現地化を意識した能力主義など人事制度の改正	現地における製品・サービス開発力の強化	その他	無回答
回答企業全体	940	29.4	51.1	54.7	41.4	16.3	21.9	2.1	8.6
製造業	582	29.6	52.9	54.6	45.0	16.3	23.9	2.2	7.6
飲食料	54	35.2	42.6	63.0	44.4	9.3	24.1	-	9.3
繊維・織物/アパレル	31	35.5	38.7	32.3	32.3	19.4	19.4	-	19.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	17	29.4	47.1	35.3	52.9	29.4	35.3	-	-
化学	45	35.6	53.3	66.7	48.9	22.2	24.4	-	6.7
医薬品・化粧品	20	30.0	40.0	40.0	40.0	5.0	20.0	5.0	30.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	40	32.5	62.5	60.0	37.5	17.5	20.0	5.0	2.5
窯業・土石	13	30.8	53.8	23.1	23.1	-	15.4	-	7.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	77	24.7	48.1	48.1	46.8	14.3	23.4	3.9	5.2
一般機械	75	20.0	64.0	58.7	46.7	9.3	24.0	1.3	6.7
電気機械	54	33.3	53.7	55.6	48.1	16.7	29.6	7.4	5.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	22	27.3	59.1	54.5	59.1	40.9	27.3	-	9.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	62	29.0	62.9	62.9	48.4	21.0	14.5	-	6.5
精密機器	23	26.1	65.2	60.9	60.9	26.1	17.4	-	4.3
その他の製造業	49	32.7	40.8	55.1	34.7	12.2	36.7	4.1	6.1
非製造業	358	29.1	48.0	54.7	35.5	16.2	18.7	2.0	10.3
商社・卸売	185	34.6	43.8	51.9	31.9	15.7	21.6	1.1	10.3
小売	16	37.5	93.8	68.8	68.8	37.5	18.8	-	-
建設	32	25.0	50.0	56.3	46.9	12.5	6.3	-	15.6
運輸	27	22.2	44.4	55.6	29.6	14.8	25.9	-	11.1
金融・保険	11	18.2	36.4	63.6	9.1	9.1	-	-	18.2
通信・情報・ソフトウェア	13	15.4	30.8	38.5	23.1	15.4	23.1	15.4	-
専門サービス	20	20.0	45.0	60.0	15.0	5.0	5.0	10.0	5.0
その他の非製造業	54	22.2	57.4	59.3	50.0	20.4	20.4	1.9	13.0

〔注〕網掛けは回答率が50%以上の項目。

#### 4. 経営の現地化を進める上での課題

海外拠点の経営の現地化を進める上での課題としては、「幹部候補人材の採用」（現地化を既に進めている企業の46.0%）を筆頭に、「現地人材の能力・意識」（同43.5%）、「現地人材の育成が進まない」（同28.7%）が続き、現地人材の採用、育成に課題を抱える。中小企業では、「現地人材の語学力（日本語）」（同20.7%）、「現地における製品・サービス開発力の弱さ」（同14.7%）で、大企業を上回った。

図表VI-8 経営の現地化を進める上での課題（全体・企業規模別）



[注] 母数は「経営の現地化を一段と進める必要がある」とおよび「経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はない」と回答した企業数。

図表VI-9 経営の現地化を進める上での課題（業種別）

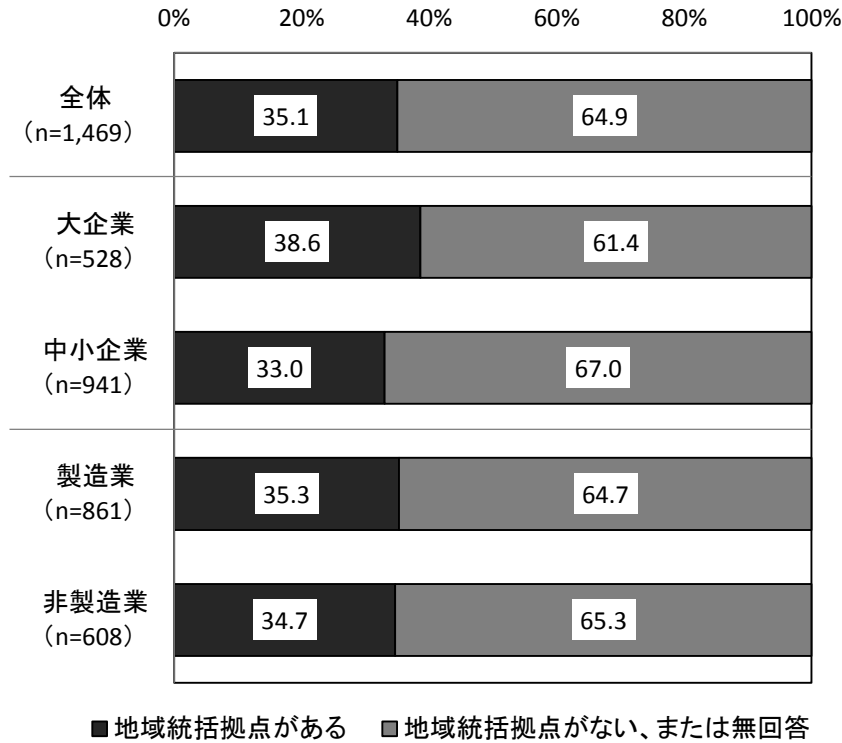
	社数	幹部候補人材の採用	幹部候補人材の離職率の高さ	現地人材の登用に関する海外拠点との方針不一致	現地人材の語学力(日本語)	現地人材の能力・意識	現地人材の育成が進まない	本社から現地への権限委譲が進まない	現地における企画・マーケティング力の弱さ	現地における製品・サービス開発力の弱さ	日本人駐在員削減の難しさ	日本人駐在員の語学力	特に問題はない	その他	無回答
回答企業全体	940	46.0	18.0	6.4	18.5	43.5	28.7	15.4	13.5	23.9	14.5	22.0	5.2	1.7	8.7
製造業	582	49.1	19.2	7.0	18.6	44.7	29.7	16.5	13.2	23.4	14.8	24.1	4.6	1.7	8.1
飲食料品	54	40.7	20.4	9.3	13.0	35.2	33.3	16.7	11.1	27.8	5.6	20.4	7.4	1.9	14.8
繊維・織物/アパレル	31	35.5	22.6	-	12.9	38.7	9.7	12.9	-	12.9	9.7	12.9	9.7	3.2	19.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	17	58.8	23.5	5.9	11.8	47.1	29.4	11.8	5.9	11.8	5.9	23.5	-	-	11.8
化学	45	48.9	17.8	2.2	20.0	37.8	24.4	20.0	22.2	37.8	20.0	24.4	2.2	2.2	6.7
医療品・化粧品	20	40.0	15.0	5.0	10.0	25.0	-	5.0	10.0	25.0	10.0	10.0	10.0	-	25.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	40	45.0	22.5	7.5	30.0	60.0	35.0	12.5	17.5	17.5	10.0	20.0	5.0	-	5.0
窯業・土石	13	30.8	-	7.7	15.4	38.5	30.8	38.5	-	30.8	-	30.8	-	-	15.4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	77	46.8	15.6	6.5	27.3	41.6	26.0	16.9	14.3	20.8	11.7	28.6	6.5	2.6	3.9
一般機械	75	58.7	21.3	9.3	18.7	50.7	34.7	12.0	13.3	21.3	14.7	30.7	5.3	1.3	5.3
電気機械	54	50.0	20.4	5.6	11.1	55.6	40.7	13.0	22.2	35.2	14.8	20.4	-	1.9	5.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	22	54.5	22.7	-	9.1	45.5	27.3	31.8	13.6	18.2	13.6	13.6	4.5	-	4.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	62	45.2	29.0	9.7	21.0	45.2	41.9	29.0	9.7	19.4	33.9	38.7	3.2	1.6	6.5
精密機器	23	65.2	17.4	13.0	8.7	39.1	21.7	4.3	13.0	26.1	17.4	8.7	4.3	-	8.7
その他の製造業	49	59.2	8.2	10.2	24.5	46.9	26.5	12.2	12.2	18.4	16.3	22.4	4.1	4.1	4.1
非製造業	358	40.8	15.9	5.3	18.4	41.6	27.1	13.7	14.0	24.9	14.0	18.7	6.1	1.7	9.8
商社・卸売	185	38.4	16.2	3.8	15.7	42.7	27.6	12.4	15.7	24.3	12.4	17.3	7.6	-	10.8
小売	16	62.5	18.8	12.5	12.5	68.8	25.0	18.8	18.8	50.0	12.5	37.5	-	-	-
建設	32	37.5	21.9	15.6	18.8	46.9	21.9	15.6	9.4	18.8	28.1	15.6	6.3	3.1	12.5
運輸	27	55.6	7.4	3.7	14.8	33.3	48.1	11.1	11.1	37.0	14.8	11.1	-	3.7	3.7
金融・保険	11	27.3	9.1	-	18.2	27.3	9.1	36.4	-	9.1	-	27.3	9.1	-	9.1
通信・情報・ソフトウェア	13	38.5	-	-	15.4	-	15.4	30.8	15.4	15.4	-	23.1	7.7	15.4	15.4
専門サービス	20	35.0	-	5.0	25.0	30.0	15.0	5.0	5.0	-	10.0	5.0	5.0	5.0	5.0
その他の非製造業	54	42.6	25.9	5.6	29.6	48.1	29.6	11.1	16.7	31.5	18.5	25.9	5.6	1.9	11.1

[注] 網掛けは回答率が40%以上の項目。

## 5. 地域統括拠点

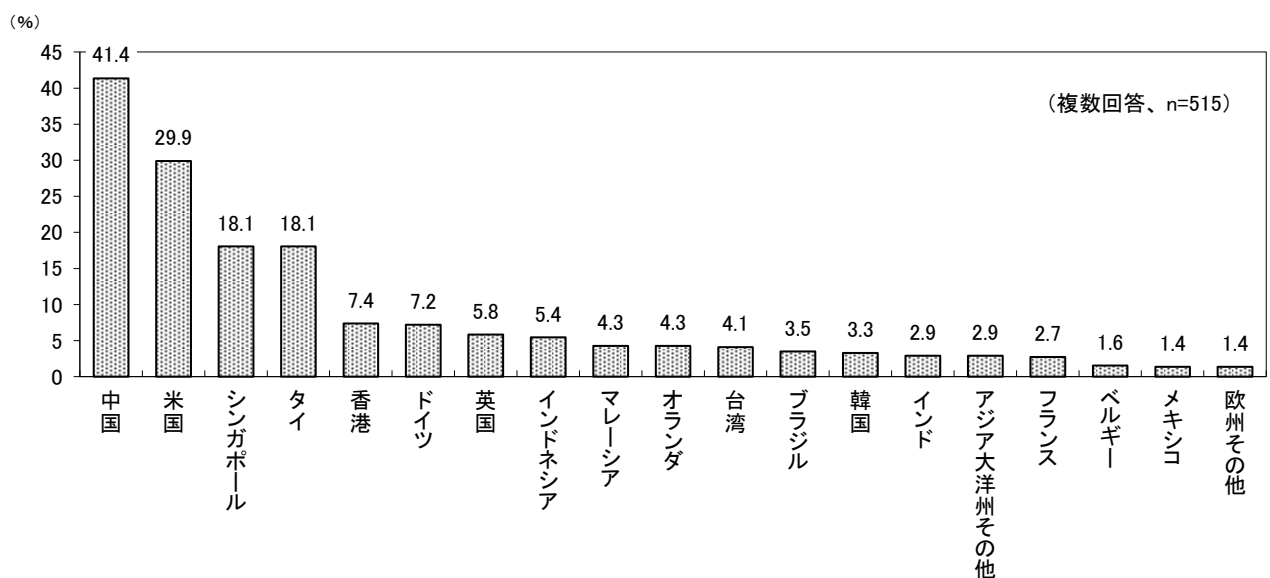
海外拠点のある企業の内、いずれかの地域に地域統括拠点を有する企業は35.1%であった。地域統括拠点の所在国としては、中国（213社）、米国（154社）、シンガポール（93社）、タイ（93社）が上位を占めた。中国には、地域統括拠点を有する企業の4割以上が拠点を設置している。

図表 VI-10 地域統括拠点の有無



[注] 母数 (n=1,469) は、海外に拠点を有する回答企業数。

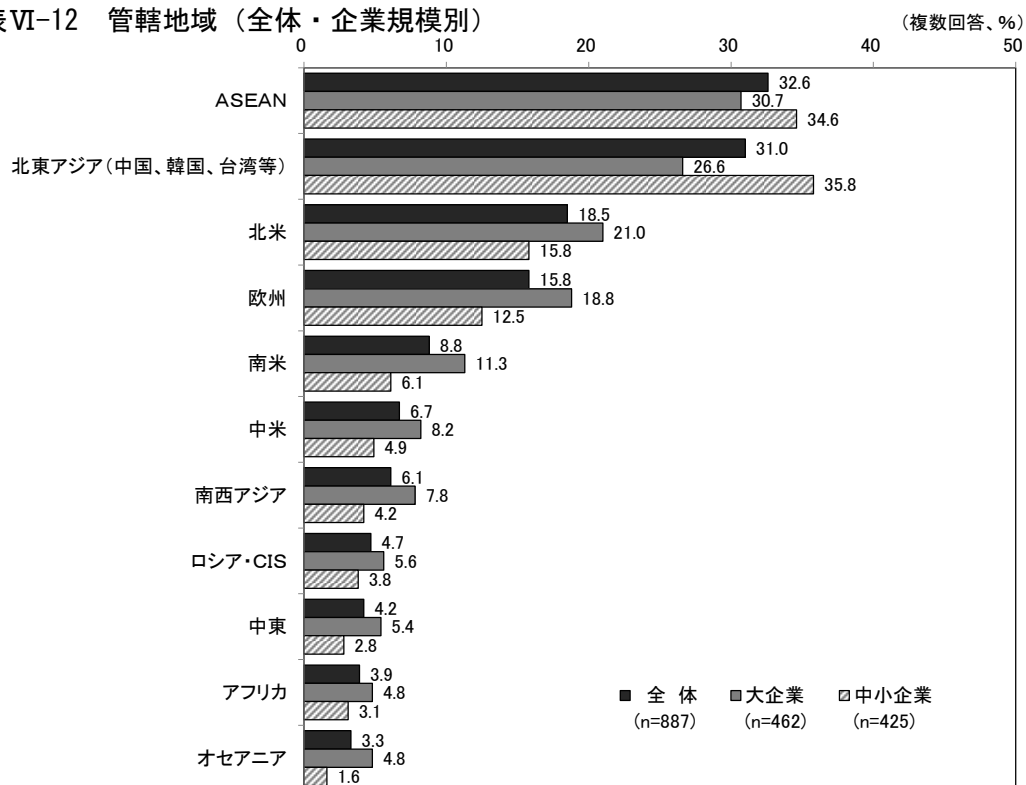
図表 VI-11 地域統括拠点の所在（全体）



[注] 母数 (n=515) は、海外で地域統括拠点を有する企業数。1社が複数国に地域統括拠点を有する場合は、国・地域毎にそれぞれカウント。

地域拠点が管轄する地域については、「ASEAN」（地域統括拠点総数の 32.6%）が最も多く、「北東アジア（中国、韓国、台湾等）」（同 31.0%）、「北米」（同 18.5%）が続いた。

図表 VI-12 管轄地域（全体・企業規模別）



〔注〕母数は地域統括拠点を有する企業が設置する地域統括拠点の総数。

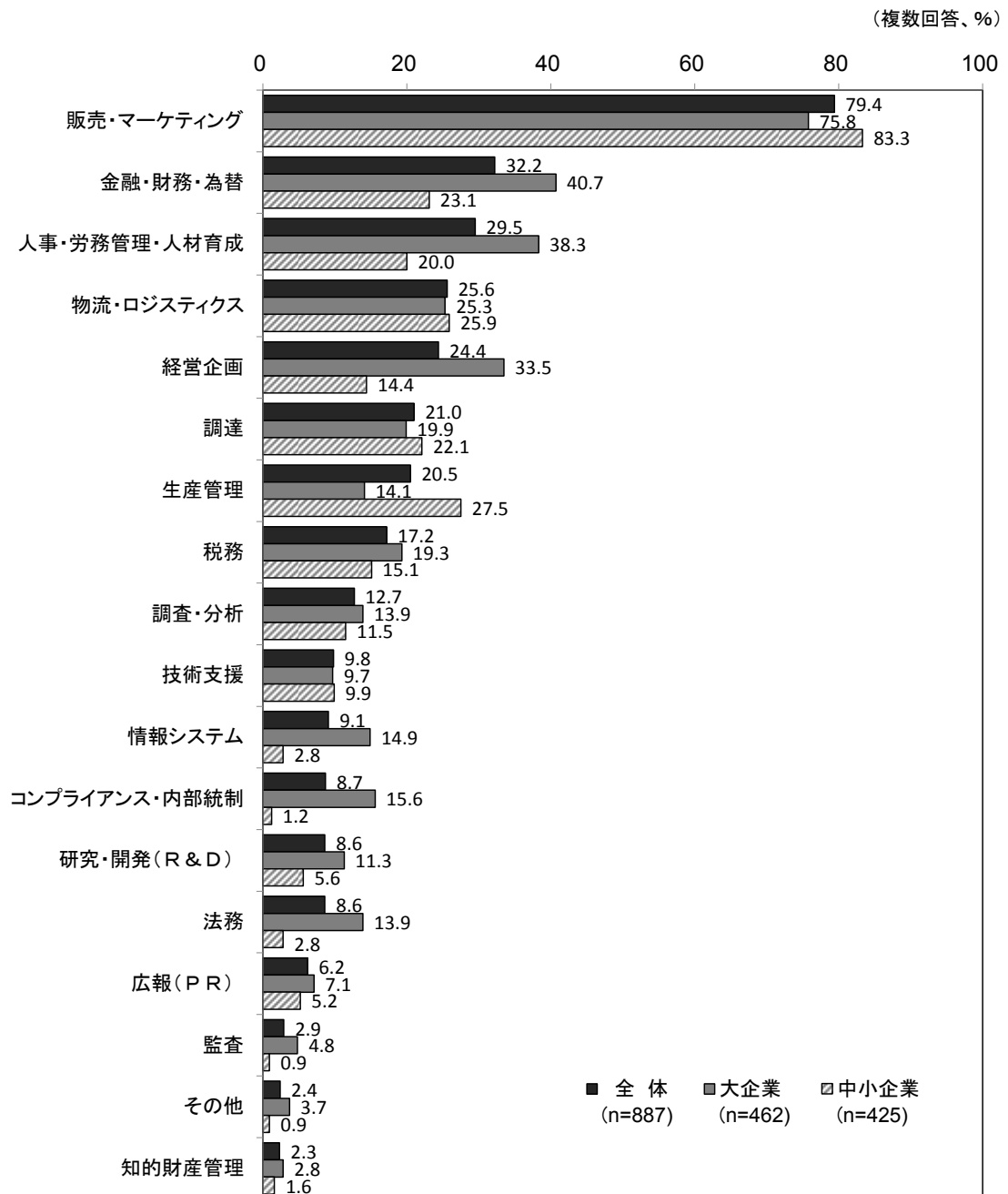
図表 VI-13 管轄地域（業種別）

	社数	北東アジア (中国、韓国、台湾等)	ASEAN	南西アジア	オセアニア	北米	中米	南米	欧州	ロシア・CIS	中東	アフリカ
回答企業全体	887	31.0	32.6	6.1	3.3	18.5	6.7	8.8	15.8	4.7	4.2	3.9
製造業	559	28.8	30.8	6.8	2.7	21.3	7.9	10.6	19.0	5.4	5.2	4.5
飲食料品	50	36.0	20.0	-	4.0	20.0	4.0	6.0	26.0	6.0	-	2.0
繊維・織物/アパレル	35	45.7	31.4	2.9	-	11.4	5.7	2.9	11.4	2.9	5.7	2.9
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	10	20.0	40.0	10.0	-	30.0	-	-	20.0	-	-	-
化学	35	31.4	42.9	11.4	-	11.4	2.9	2.9	11.4	2.9	5.7	5.7
医薬品・化粧品	18	22.2	27.8	11.1	5.6	22.2	5.6	22.2	33.3	16.7	5.6	5.6
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	34	47.1	38.2	8.8	2.9	14.7	5.9	11.8	20.6	2.9	2.9	2.9
窯業・土石	11	18.2	45.5	9.1	-	9.1	-	9.1	18.2	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	41	26.8	46.3	2.4	2.4	19.5	2.4	2.4	9.8	2.4	-	-
一般機械	69	24.6	29.0	11.6	1.4	20.3	10.1	8.7	17.4	1.4	2.9	4.3
電気機械	73	21.9	34.2	6.8	5.5	21.9	12.3	17.8	20.5	8.2	8.2	8.2
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	23	43.5	26.1	8.7	4.3	21.7	17.4	17.4	17.4	13.0	13.0	13.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	64	21.9	28.1	6.3	4.7	28.1	7.8	7.8	15.6	3.1	6.3	1.6
精密機器	32	34.4	21.9	3.1	-	21.9	6.3	12.5	15.6	-	6.3	-
その他の製造業	64	20.3	21.9	7.8	1.6	31.3	12.5	18.8	28.1	12.5	9.4	9.4
非製造業	328	34.8	35.7	4.9	4.3	13.7	4.6	5.8	10.4	3.7	2.4	3.0
商社・卸売	188	37.8	31.9	4.8	3.7	14.9	4.3	5.3	9.6	2.7	1.6	1.6
小売	19	36.8	42.1	5.3	-	10.5	-	-	5.3	5.3	5.3	-
建設	13	15.4	53.8	15.4	7.7	7.7	-	7.7	7.7	-	-	-
運輸	34	41.2	38.2	5.9	5.9	8.8	8.8	8.8	14.7	11.8	5.9	5.9
金融・保険	14	28.6	42.9	-	-	14.3	-	-	14.3	-	-	-
通信・情報・ソフトウェア	9	22.2	44.4	-	-	22.2	-	-	22.2	-	-	-
専門サービス	13	15.4	38.5	-	-	15.4	15.4	23.1	7.7	7.7	-	15.4
その他の非製造業	38	31.6	36.8	5.3	10.5	13.2	5.3	5.3	10.5	2.6	5.3	7.9

各地域統括拠点における統括業務内容（統括機能）については、「販売・マーケティング」（地域統括拠点総数の79.4%）が圧倒的に多く、「金融・財務・為替」（同32.2%）、「人事・労務管理・人材育成」（同29.5%）が続いている。中小企業では、相対的に「生産管理」（同27.5%）の高さが目立つ。

業種別で見ると、医療品・化粧品においては統括拠点全てで「販売・マーケティング」の統括機能を有している。

図表VI-14 業務内容（全体・企業規模別）



[注] 母数は地域統括拠点を有する企業が設置する地域統括拠点の総数。

図表VI-15 業務内容（業種別）

	社数	販売・マーケティング	経営企画	金融・財務・為替	税務	生産管理	物流・ロジスティクス	調達	開発（R&D）	技術支援	人事・労務管理・人材育成	情報システム	法務	知的財産管理	コンプライアンス・内部統制	監査	広報（PR）	調査・分析	その他
回答企業全体	887	79.4	24.4	32.2	17.2	20.5	25.6	21.0	8.6	9.8	29.5	9.1	8.6	2.3	8.7	2.9	6.2	12.7	2.4
製造業	559	83.7	27.0	35.1	17.5	26.3	25.0	22.7	11.3	13.1	31.3	11.3	8.2	3.0	8.9	3.2	7.0	10.9	2.3
飲食料品	50	76.0	24.0	28.0	14.0	44.0	22.0	10.0	4.0	14.0	14.0	4.0	4.0	8.0	-	-	12.0	6.0	-
繊維・織物/アパレル	35	80.0	25.7	45.7	40.0	48.6	25.7	17.1	5.7	17.1	40.0	5.7	8.6	2.9	11.4	-	-	20.0	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	10	70.0	-	50.0	-	20.0	-	-	-	-	40.0	-	-	-	-	-	-	10.0	-
化学	35	85.7	25.7	37.1	17.1	22.9	34.3	8.6	5.7	11.4	34.3	20.0	25.7	2.9	11.4	-	-	8.6	-
医療品・化粧品	18	100.0	11.1	22.2	22.2	27.8	38.9	16.7	44.4	5.6	38.9	-	-	-	11.1	-	5.6	27.8	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	34	82.4	35.3	38.2	20.6	26.5	26.5	26.5	-	14.7	29.4	17.6	-	-	2.9	-	-	5.9	-
窯業・土石	11	81.8	36.4	9.1	9.1	45.5	27.3	9.1	18.2	18.2	18.2	-	-	-	-	9.1	9.1	45.5	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	41	73.2	7.3	41.5	12.2	22.0	14.6	24.4	-	14.6	39.0	2.4	7.3	-	7.3	2.4	12.2	7.3	4.9
一般機械	69	87.0	18.8	27.5	23.2	20.3	14.5	30.4	5.8	10.1	27.5	2.9	1.4	-	4.3	2.9	-	7.2	4.3
電気機械	73	89.0	38.4	45.2	24.7	15.1	31.5	15.1	8.2	5.5	42.5	26.0	8.2	8.2	20.5	5.5	15.1	16.4	-
情報通信機器/電子部品・デバイス	23	87.0	21.7	17.4	4.3	13.0	17.4	47.8	13.0	4.3	30.4	8.7	34.8	-	30.4	17.4	8.7	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	64	78.1	34.4	51.6	17.2	43.8	28.1	45.3	37.5	21.9	31.3	26.6	15.6	7.8	12.5	7.8	7.8	15.6	9.4
精密機器	32	87.5	15.6	21.9	-	12.5	18.8	18.8	3.1	12.5	25.0	9.4	6.3	-	3.1	-	6.3	-	-
その他の製造業	64	89.1	42.2	26.6	12.5	15.6	34.4	18.8	14.1	18.8	28.1	3.1	3.1	-	3.1	1.6	9.4	7.8	3.1
非製造業	328	72.0	19.8	27.4	16.8	10.7	26.5	18.0	4.0	4.3	26.5	5.5	9.1	0.9	8.2	2.4	4.9	15.9	2.4
商社・卸売	188	78.2	15.4	23.9	12.8	11.7	28.7	19.7	4.8	3.7	26.6	4.8	9.6	0.5	5.9	2.7	4.3	15.4	0.5
小売	19	63.2	15.8	15.8	-	26.3	21.1	47.4	-	-	10.5	5.3	5.3	-	5.3	-	-	10.5	-
建設	13	53.8	15.4	15.4	7.7	15.4	-	7.7	7.7	38.5	23.1	-	-	-	7.7	7.7	-	7.7	7.7
運輸	34	61.8	32.4	50.0	26.5	2.9	61.8	11.8	-	-	26.5	23.5	11.8	-	29.4	2.9	-	2.9	-
金融・保険	14	35.7	21.4	42.9	7.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7.1	57.1	7.1
通信・情報・ソフトウェア	9	77.8	11.1	11.1	-	-	22.2	-	-	11.1	-	-	-	-	-	-	22.2	33.3	-
専門サービス	13	61.5	7.7	15.4	53.8	7.7	7.7	15.4	-	-	46.2	-	15.4	-	-	-	-	30.8	30.8
その他の非製造業	38	76.3	39.5	36.8	34.2	10.5	13.2	15.8	7.9	2.6	44.7	-	13.2	5.3	10.5	2.6	13.2	10.5	2.6

〔注〕 網掛けは回答率が50%以上の項目。

図表VI-16 主な地域統括拠点の統括業務内容

中国 (n=213)			米国 (n=154)			シンガポール (n=93)			タイ (n=93)			香港 (n=38)			ドイツ (n=37)		
順位	統括業務内容	%	順位	統括業務内容	%	順位	統括業務内容	%	順位	統括業務内容	%	順位	統括業務内容	%	順位	統括業務内容	%
1	販売・マーケティング	73.2	1	販売・マーケティング	84.4	1	販売・マーケティング	76.3	1	販売・マーケティング	73.7	1	販売・マーケティング	89.2			
2	生産管理	31.5	2	金融・財務・為替	37.7	2	生産管理	33.3	2	金融・財務・為替	34.2	2	金融・財務・為替	32.4			
3	金融・財務・為替	30.0	3	経営企画	32.5	3	人事・労務管理・人材育成	24.7	3	調達	24.7	3	調達	27.0			
4	人事・労務管理・人材育成	28.2	4	人事・労務管理・人材育成	31.8	4	経営企画	28.6	4	人事・労務管理・人材育成	22.6	4	物流・ロジスティクス	24.3			
5	調達	27.7	5	物流・ロジスティクス	27.3	5	物流・ロジスティクス	21.5	5	金融・財務・為替	20.4	5	税務	21.6			
6	物流・ロジスティクス	26.3	6	調達	22.1	6	税務	19.4	5	物流・ロジスティクス	20.4	5	生産管理	18.9			
7	経営企画	18.3	7	税務	20.1	7	調査・分析	16.1	7	経営企画	17.2	5	人事・労務管理・人材育成	18.9			
7	税務	18.3	8	調査・分析	14.9	8	コンプライアンス・内部統制	15.1	8	技術支援	15.1	8	経営企画	16.2			
9	調査・分析	10.8	9	生産管理	14.3	9	情報システム	14.0	9	税務	9.7	8	調査・分析	13.5			
10	技術支援	9.4	9	法務	14.3	10	調達	11.8	10	調査・分析	8.6	10	技術支援	10.8			

順位	管轄地域	%	順位	管轄地域	%	順位	管轄地域	%	順位	管轄地域	%
1	北東アジア	92.5	1	北米	96.8	1	ASEAN	94.6	1	北東アジア	76.3
2	ASEAN	7.5	2	南米	31.2	2	南西アジア	17.2	2	オセアニア	47.4
3	南西アジア	0.9	3	中米	28.6	3	オセアニア	14.0	3	南西アジア	15.8

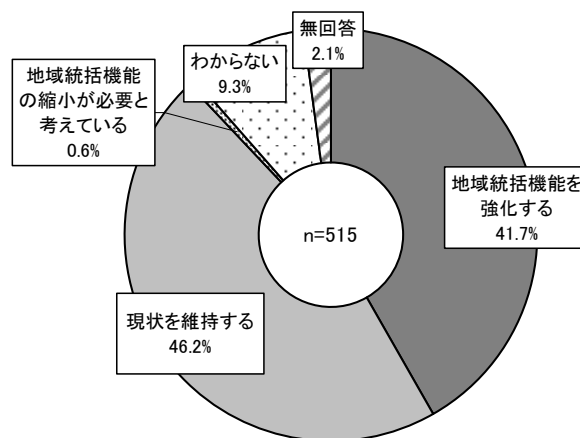


## 6. 今後の地域統括機能の方向性

今後（3年程度）の地域統括機能の方向性については、「現状を維持する」企業が地域統括拠点有企業の46.2%と最も多く、「地域統括機能を強化する」企業は同41.7%だった。地域統括機能を維持、または強化する企業の合計は9割近い。企業規模別に見ると、大企業では「地域統括機能を強化する」との回答が同52.9%と半数を超える一方、中小企業では「現状を維持する」が同50.8%となった。

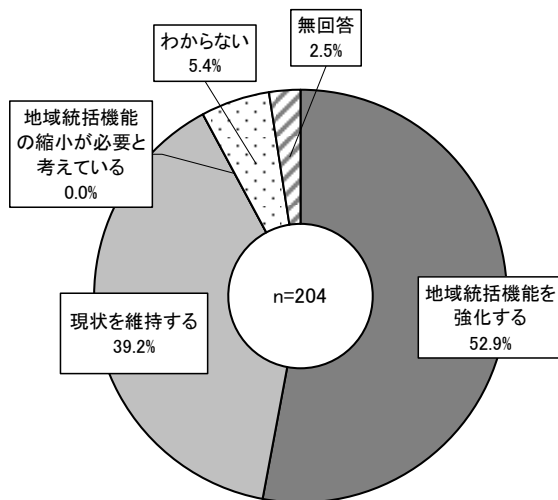
業種別では、「地域統括機能を強化する」は運輸（同65.0%）、窯業・土石（同62.5%）、専門サービス（同57.1%）などで高い。「現状を維持する」は木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ（同66.7%）、飲食料品（同60.0%）、鉄鋼／非鉄金属／金属製品（同60.0%）などで高い。

図表VI-17 今後の地域統括機能の方向性（全体）

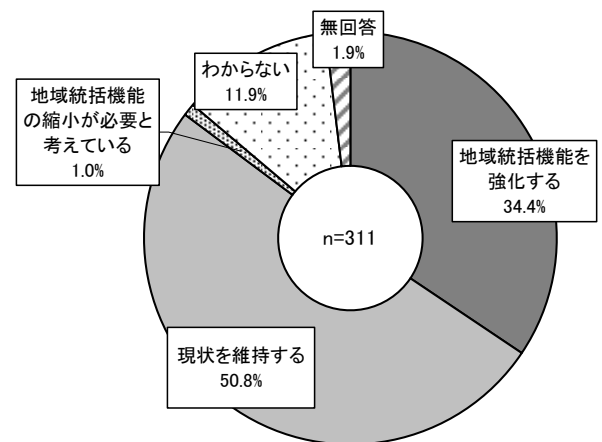


図表VI-18 地域統括機能の方向性（企業規模別）

【大企業】



【中小企業】



〔注〕母数は地域統括拠点を有する企業数。

図表VI-19 今後の地域統括機能の方向性（業種別）

(%)

	社数	地域統括機能を強化する	現状を維持する	地域統括機能の縮小が必要と考えている	わからない	無回答
総計	515	41.7	46.2	0.6	9.3	2.1
製造業	304	44.1	46.1	0.7	7.9	1.3
飲食料品	30	26.7	60.0	-	13.3	-
繊維・織物/アパレル	22	54.5	27.3	-	18.2	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	6	33.3	66.7	-	-	-
化学	23	52.2	39.1	-	4.3	4.3
医薬品・化粧品	14	50.0	35.7	-	-	14.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	20	45.0	45.0	-	10.0	-
窯業・土石	8	62.5	25.0	12.5	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	25	32.0	60.0	4.0	4.0	-
一般機械	36	38.9	50.0	-	8.3	2.8
電気機械	34	55.9	38.2	-	5.9	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	45.5	54.5	-	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	26	42.3	46.2	-	11.5	-
精密機器	17	47.1	47.1	-	5.9	-
その他の製造業	32	43.8	46.9	-	9.4	-
非製造業	211	38.4	46.4	0.5	11.4	3.3
商社・卸売	119	30.3	55.5	0.8	9.2	4.2
小売	12	50.0	41.7	-	8.3	-
建設	12	50.0	50.0	-	-	-
運輸	20	65.0	20.0	-	15.0	-
金融・保険	8	37.5	37.5	-	25.0	-
通信・情報・ソフトウェア	7	28.6	14.3	-	57.1	-
専門サービス	7	57.1	28.6	-	-	14.3
その他の非製造業	26	42.3	42.3	-	11.5	3.8

[注] 網掛けは回答率が50%以上の項目。

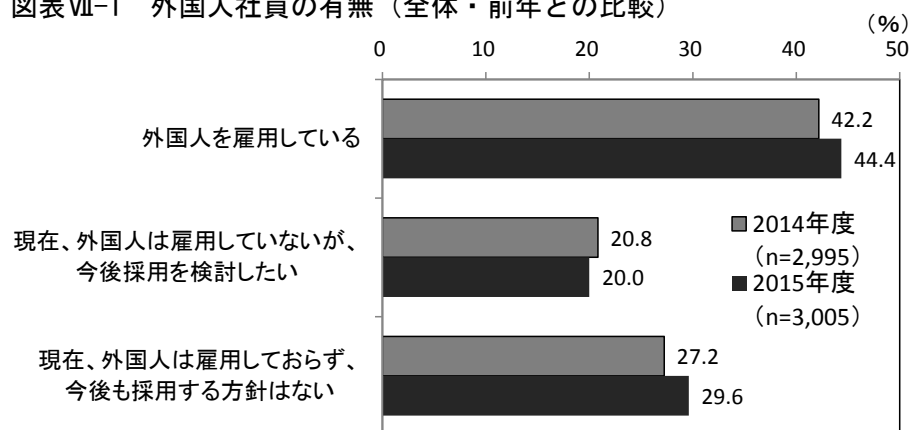
## VII. 外国人材の活用

### 1. 外国人社員の雇用状況

「外国人社員を雇用している」と回答した企業は 44.4%であった。特に自動車／自動車部品／その他輸送機器（74.5%）、精密機器（64.2%）など製造業で比率が高い。「外国人社員を雇用している」割合は、大企業では 72.7%に及ぶ。一方、中小企業は 36.7%に留まるが、「今後外国人の採用を検討したい」と回答した中小企業は 22.6%と、外国人社員採用への関心は高い。

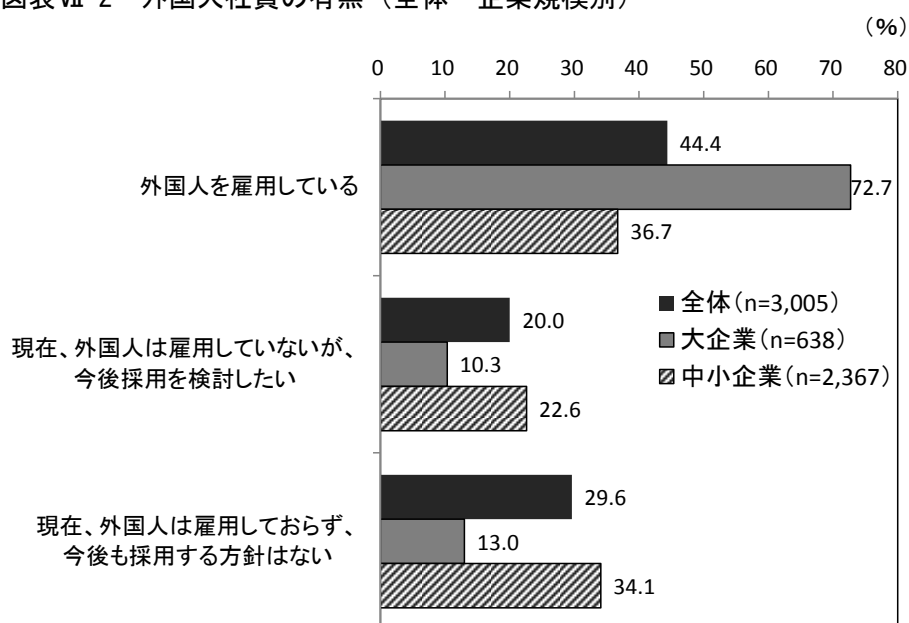
「外国人社員を雇用している」と回答した企業における役職別の雇用状況では、「一般事務職（国際業務など）に外国人がいる」と回答した企業が 60.8%と最も多い。次いで一般工職（34.1%）、エンジニア（26.6%）が続いている。

図表VII-1 外国人社員の有無（全体・前年との比較）



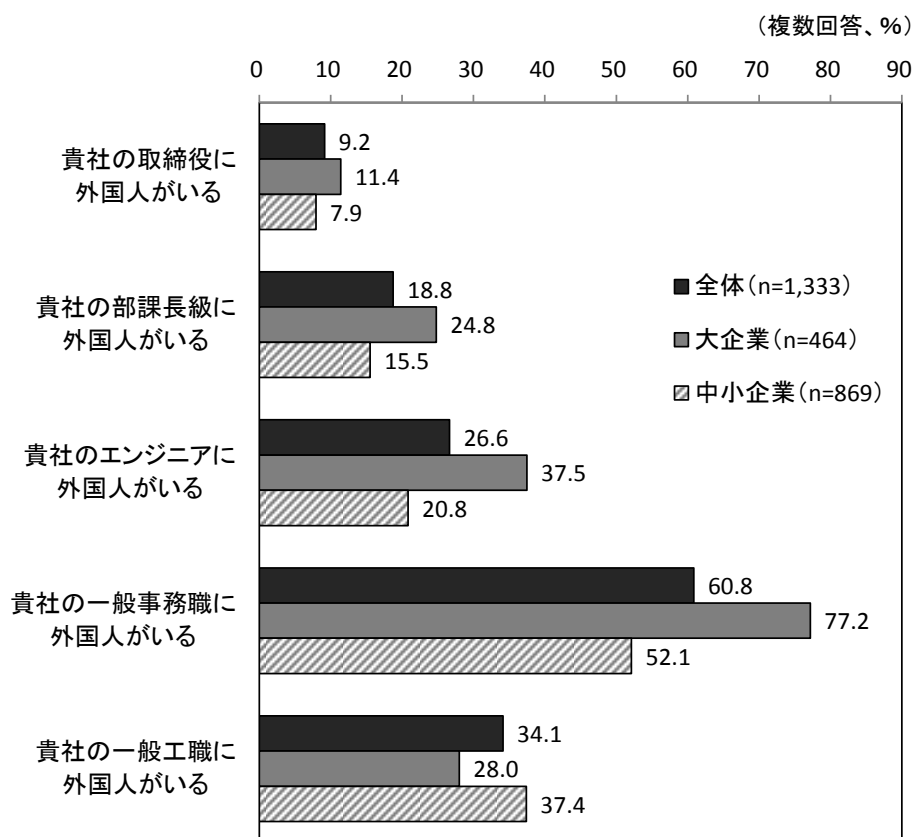
〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

図表VII-2 外国人社員の有無（全体・企業規模別）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

図表VII-3 外国人社員の雇用状況（役職別）

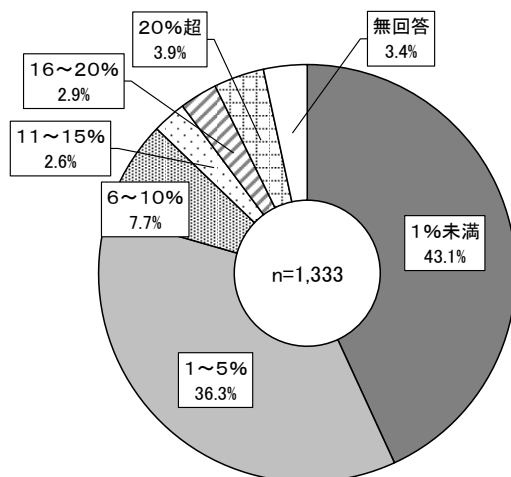


〔注〕 母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。

## 2. 従業員数に占める外国人の比率

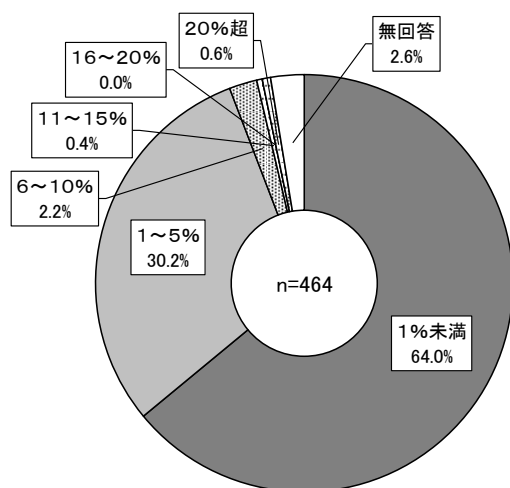
常時雇用従業員数に占める外国人の比率について、「1%未満」の企業が43.1%、「1～5%」の企業(36.3%)を含めると、5%以下の企業が79.4%とほぼ8割に達する。企業規模別では、大企業で94.2%、中小企業で71.6%の企業が外国人比率5%以下と回答している。

図表Ⅶ-4 従業員数に占める外国人の比率（全体）

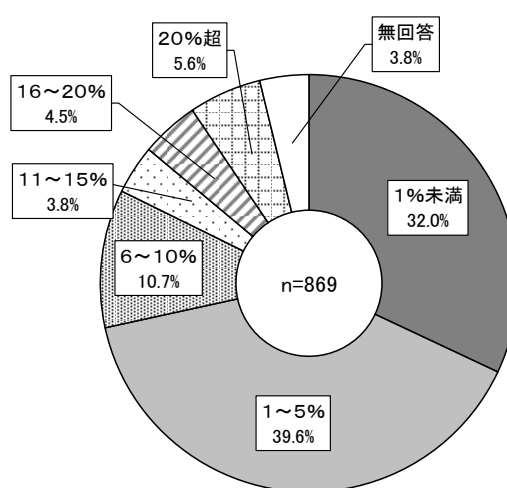


図表Ⅶ-5 従業員数に占める外国人の比率（企業規模別）

【大企業】



【中小企業】



〔注〕母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。

図表VII-6 従業員数に占める外国人の比率（業種別）

(%)

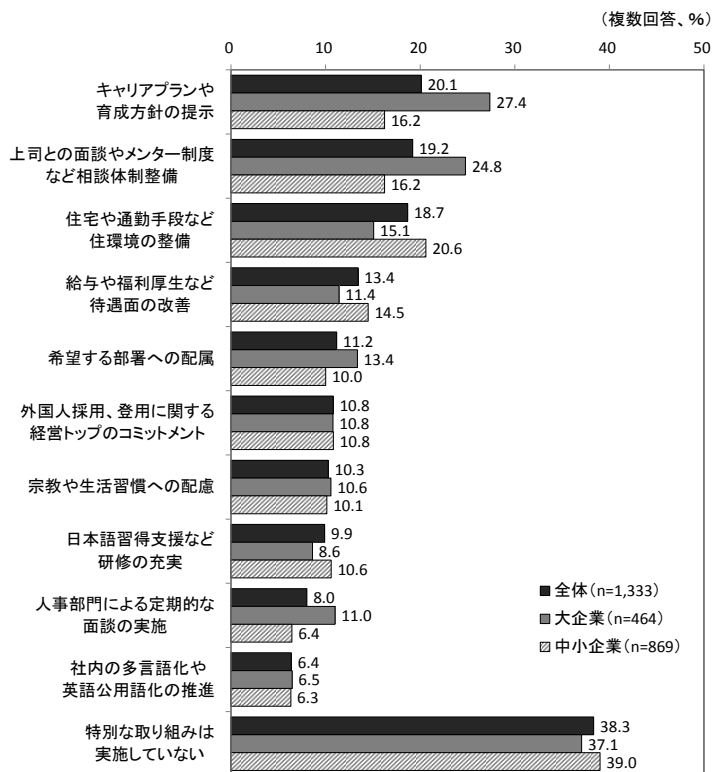
	社数	1%未満	1~5%	6~10%	11~15%	16~20%	20%超	無回答
総計	1,333	43.1	36.3	7.7	2.6	2.9	3.9	3.4
製造業	783	42.9	39.3	7.9	2.0	2.2	2.0	3.6
飲食品	109	37.6	42.2	7.3	2.8	6.4	0.9	2.8
繊維・織物/アパレル	37	24.3	35.1	29.7	2.7	2.7	5.4	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	21	42.9	33.3	4.8	4.8	-	4.8	9.5
化学	50	52.0	40.0	2.0	-	-	2.0	4.0
医療品・化粧品	28	57.1	35.7	7.1	-	-	-	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	44	52.3	29.5	2.3	-	2.3	6.8	6.8
窯業・土石	11	63.6	36.4	-	-	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	94	37.2	39.4	11.7	4.3	-	2.1	5.3
一般機械	99	52.5	37.4	5.1	1.0	1.0	2.0	1.0
電気機械	62	43.5	41.9	6.5	1.6	1.6	-	4.8
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	32	40.6	31.3	12.5	3.1	3.1	3.1	6.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	76	35.5	42.1	6.6	3.9	2.6	3.9	5.3
精密機器	43	46.5	34.9	11.6	-	2.3	-	4.7
その他の製造業	77	40.3	49.4	5.2	1.3	2.6	-	1.3
非製造業	550	43.5	32.0	7.5	3.5	4.0	6.5	3.1
商社・卸売	262	35.9	35.9	9.2	4.2	5.0	7.6	2.3
小売	32	62.5	18.8	9.4	3.1	-	3.1	3.1
建設	32	56.3	28.1	3.1	6.3	3.1	-	3.1
運輸	37	64.9	18.9	-	-	8.1	5.4	2.7
金融・保険	35	88.6	8.6	-	-	-	2.9	-
通信・情報・ソフトウェア	44	31.8	50.0	11.4	2.3	2.3	-	2.3
専門サービス	29	20.7	37.9	10.3	6.9	3.4	10.3	10.3
その他の非製造業	79	40.5	30.4	6.3	2.5	3.8	11.4	5.1

[注] ①母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。②網掛けは回答率が40%以上の項目。

### 3. 外国人材の定着を図るための取り組み

外国人材の定着に向けた取り組みでは、「特別な取り組みは実施していない」と回答した企業が外国人を雇用している企業の38.3%に及ぶが、次いで「キャリアプランや育成方針の提示」（同20.1%）、「相談体制整備」（同19.2%）を挙げる企業が多い。特に大企業でこれらの取り組みを挙げる比率が高い。

図表VII-7 外国人材の定着を図るための取り組み（全体・企業規模別）



〔注〕①母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。②回答の多かった上位10項目。

図表VII-8 外国人材の定着を図るための取り組み（業種別）

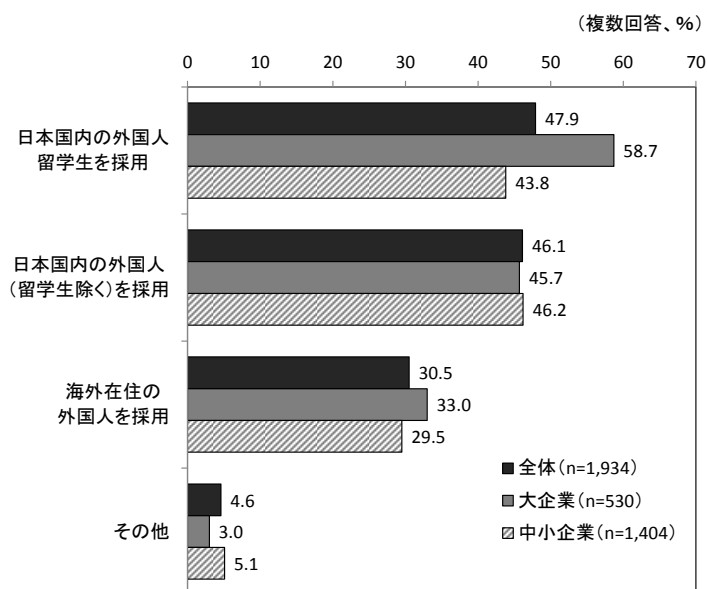
業種	社数	取り組み											その他	無回答
		キャリアプランや育成方針の提示	希望する部署への配属	上司との面談やメンター制度など相談体制整備	日本語習得支援など研修の充実	住宅や通勤手段など住環境の整備	給与や福利厚生など待遇面の改善	人事部門による定期的な面談の実施	外国人採用、登用に関する経営トップのコミットメント	社内の多言語化や英語公用語化の推進	宗教や生活習慣への配慮	特別な取り組みは実施していない		
総計	1,333	20.1	11.2	19.2	9.9	18.7	13.4	8.0	10.8	6.4	10.3	38.3	1.7	4.9
製造業	783	18.6	10.1	18.3	11.7	21.2	12.5	8.7	9.8	6.1	11.1	38.4	1.9	4.9
飲食料品	109	12.8	10.1	15.6	10.1	24.8	12.8	7.3	7.3	3.7	11.9	38.5	2.8	2.8
繊維・織物/アパレル	37	21.6	8.1	16.2	8.1	35.1	18.9	8.1	8.1	5.4	8.1	24.3	2.7	8.1
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	21	9.5	9.5	23.8	14.3	28.6	19.0	19.0	19.0	-	19.0	38.1	-	4.8
化学	50	14.0	8.0	18.0	6.0	10.0	6.0	8.0	4.0	6.0	12.0	50.0	-	4.0
医薬品・化粧品	28	35.7	10.7	25.0	7.1	10.7	14.3	10.7	14.3	7.1	10.7	28.6	-	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	44	20.5	6.8	13.6	13.6	27.3	18.2	13.6	6.8	6.8	11.4	34.1	-	6.8
窯業・土石	11	18.2	-	9.1	-	9.1	18.2	-	-	-	9.1	72.7	-	9.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	94	20.2	6.4	16.0	22.3	23.4	20.2	10.6	11.7	4.3	10.6	29.8	3.2	6.4
一般機械	99	16.2	13.1	15.2	14.1	19.2	9.1	8.1	5.1	8.1	13.1	41.4	2.0	1.0
電気機械	62	29.0	14.5	27.4	14.5	22.6	12.9	6.5	19.4	9.7	12.9	32.3	1.6	6.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	32	25.0	6.3	25.0	3.1	12.5	15.6	9.4	3.1	9.4	6.3	59.4	-	3.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	76	19.7	7.9	18.4	17.1	25.0	6.6	10.5	6.6	7.9	11.8	42.1	-	7.9
精密機器	43	16.3	9.3	25.6	4.7	11.6	9.3	2.3	14.0	-	7.0	44.2	2.3	7.0
その他の製造業	77	14.3	16.9	15.6	5.2	20.8	7.8	7.8	16.9	9.1	9.1	35.1	5.2	5.2
非製造業	550	22.2	12.7	20.5	7.3	15.1	14.7	7.1	12.2	6.7	9.1	38.2	1.3	4.9
商社・卸売	262	16.0	9.5	16.0	6.9	13.0	14.1	5.0	9.5	8.0	9.2	43.5	1.5	5.7
小売	32	28.1	18.8	9.4	6.3	15.6	15.6	9.4	15.6	3.1	3.1	37.5	3.1	-
建設	32	31.3	18.8	18.8	9.4	28.1	12.5	9.4	15.6	6.3	18.8	31.3	-	6.3
運輸	37	16.2	16.2	16.2	2.7	5.4	13.5	5.4	5.4	5.4	8.1	37.8	-	10.8
金融・保険	35	17.1	22.9	20.0	2.9	-	11.4	11.4	5.7	-	2.9	45.7	-	5.7
通信・情報・ソフトウェア	44	25.0	13.6	29.5	9.1	31.8	13.6	6.8	25.0	4.5	6.8	29.5	2.3	-
専門サービス	29	44.8	17.2	34.5	13.8	13.8	24.1	13.8	13.8	17.2	17.2	17.2	3.4	3.4
その他の非製造業	79	31.6	10.1	32.9	8.9	19.0	16.5	8.9	16.5	5.1	8.9	32.9	-	3.8

〔注〕①母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。②網掛けは回答率が30%以上の項目。

#### 4. 外国人社員の採用

外国人社員の採用については、外国人社員を雇用・採用を検討する企業のうち、国内の外国人留学生を採用した（もしくは採用を検討している）企業が47.9%と最も多く、大企業では58.7%に及ぶ。

図表VII-9 外国人社員の採用（全体・企業規模別）



[注] 母数は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

図表VII-10 外国人社員の採用（業種別）

(複数回答、%)

	社数	日本国内の外国人留学生を採用	日本国内の外国人(留学生除く)を採用	海外在住の外国人を採用	その他	無回答
総計	1,934	47.9	46.1	30.5	4.6	9.4
製造業	1,098	46.9	46.6	31.2	4.9	8.0
飲食品	204	41.2	43.6	27.5	7.8	10.3
繊維・織物/アパレル	47	40.4	42.6	36.2	10.6	8.5
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	32	31.3	46.9	37.5	9.4	6.3
化学	69	43.5	59.4	31.9	-	5.8
医療品・化粧品	43	55.8	41.9	23.3	2.3	9.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	51	43.1	33.3	41.2	11.8	5.9
窯業・土石	19	36.8	52.6	31.6	-	5.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	124	41.1	44.4	37.9	7.3	6.5
一般機械	131	60.3	46.6	28.2	2.3	4.6
電気機械	81	59.3	54.3	30.9	6.2	6.2
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	38	52.6	47.4	31.6	-	10.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	88	53.4	43.2	36.4	1.1	8.0
精密機器	51	43.1	47.1	27.5	3.9	9.8
その他の製造業	120	43.3	51.7	26.7	2.5	11.7
非製造業	836	49.2	45.3	29.4	4.1	11.1
商社・卸売	390	46.2	44.4	30.3	3.3	10.8
小売	58	53.4	56.9	20.7	1.7	10.3
建設	51	66.7	49.0	47.1	3.9	3.9
運輸	53	41.5	41.5	30.2	3.8	18.9
金融・保険	44	65.9	27.3	22.7	-	9.1
通信・情報・ソフトウェア	64	48.4	46.9	26.6	4.7	9.4
専門サービス	49	46.9	46.9	26.5	8.2	16.3
その他の非製造業	127	48.0	48.0	28.3	7.1	11.8

[注] ①母数は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

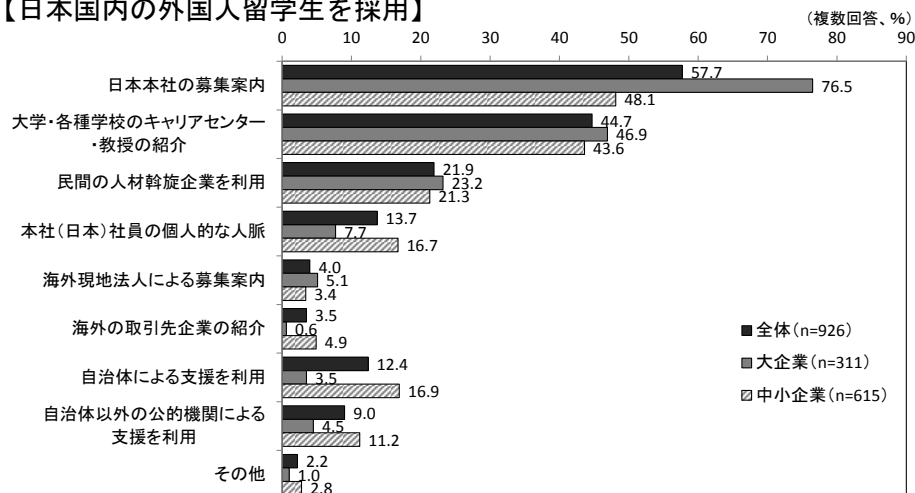
②網掛けは回答率50%以上の項目。



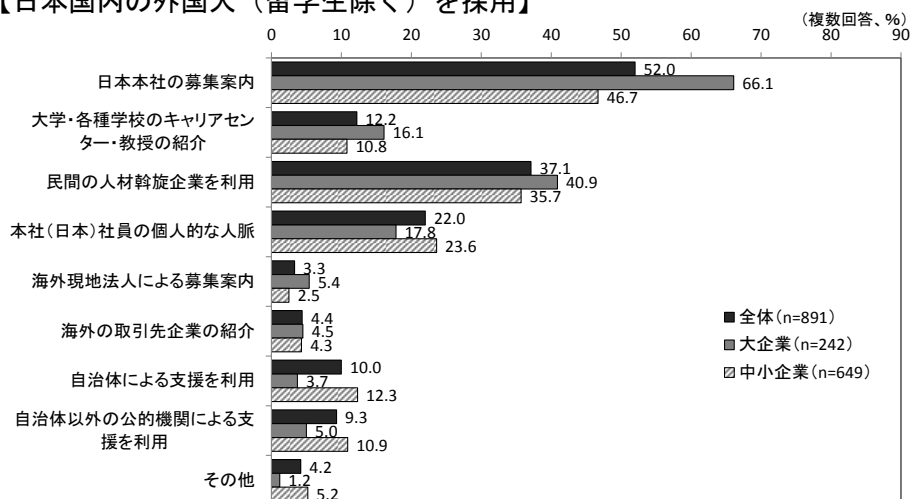
外国人社員の採用方法については、日本国内の外国人留学生を採用する場合、大企業、中小企業ともに「日本本社の募集案内」が最も多い。中小企業では、大企業に比べ、社員の個人的な人脈、自治体やその他の公的機関による支援を利用する企業の比率が高くなっている。

図表Ⅶ-11 外国人社員の採用方法（属性別・企業規模別）

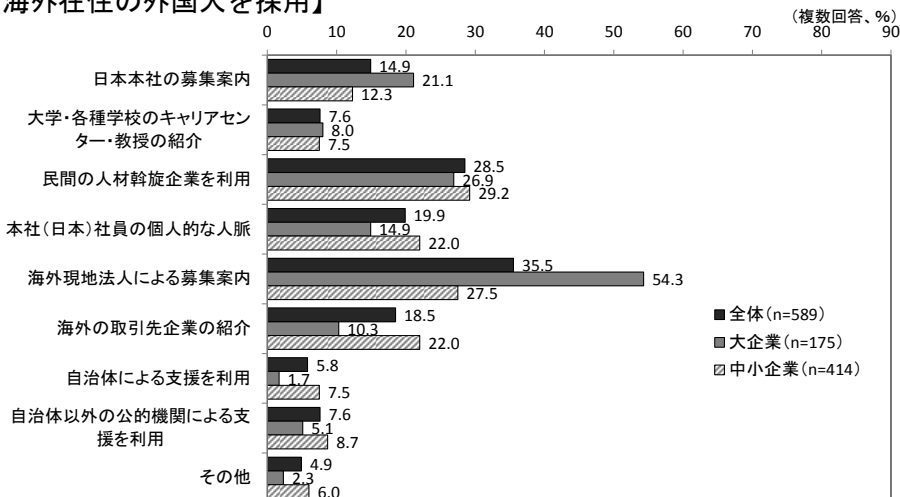
【日本国内の外国人留学生を採用】



【日本国内の外国人（留学生除く）を採用】



【海外在住の外国人を採用】

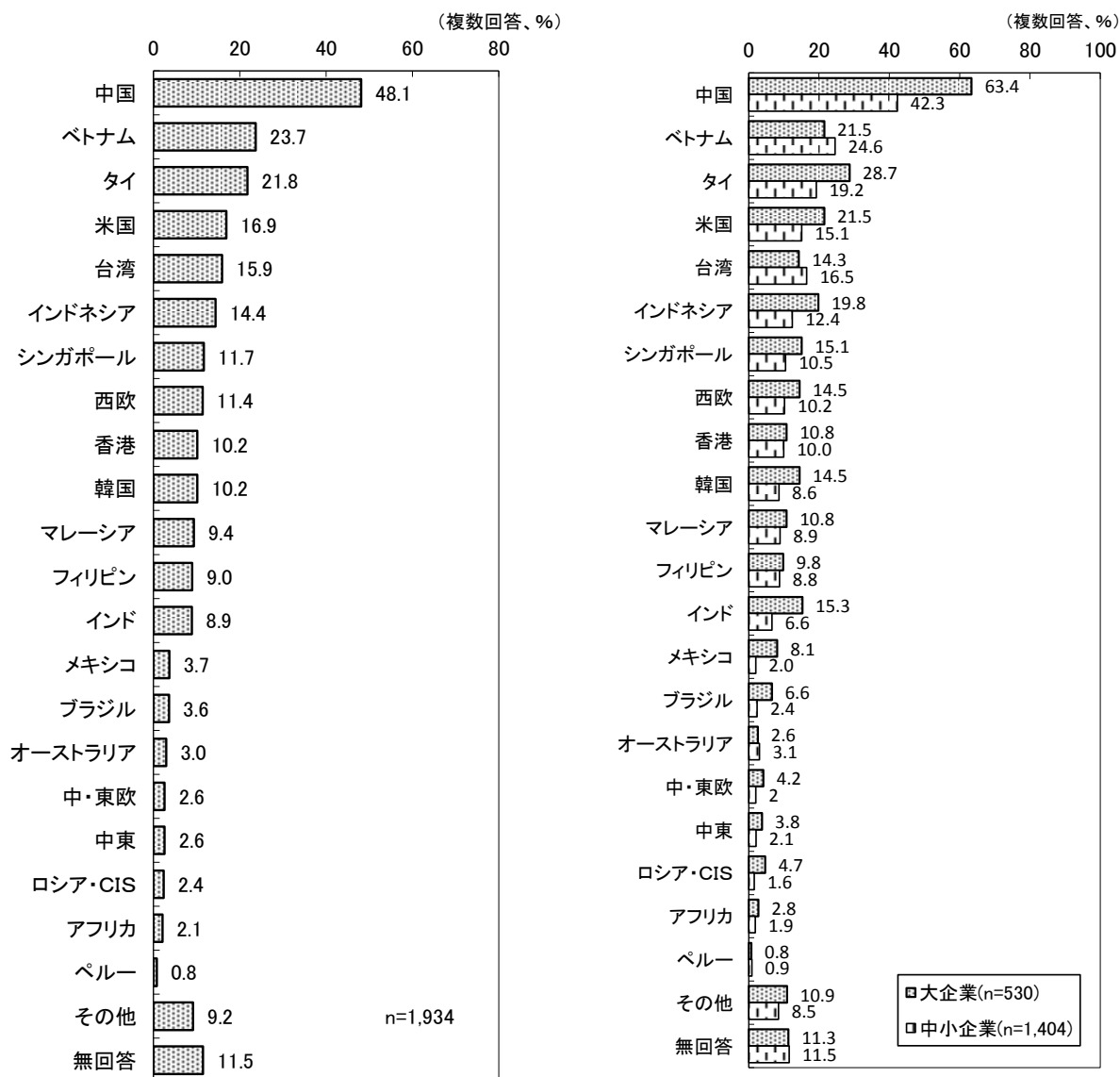


〔注〕母数は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

## 5. 外国人材のニーズ（国・地域）

国・地域別の外国人材ニーズについては、今後、「中国」に詳しい人材の採用を検討する企業が48.1%と最も多い。特に大企業では63.4%が採用を考えており、他の国・地域を大きく上回る。中国以外では、「ベトナム」(23.7%)、「タイ」(21.8%) に詳しい人材を求める割合が高い。

図表Ⅶ-12 外国人材のニーズ（国・地域）（全体・企業規模別）



[注] 母数は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

図表VII-13 外国人材のニーズ（上位10カ国・地域、業種別）

(%)

	社数	中国	ベトナム	タイ	米国	台湾	インドネシア	シンガポール	西欧	香港	韓国
回答企業全体	1,934	48.1	23.7	21.8	16.9	15.9	14.4	11.7	11.4	10.2	10.2
製造業	1,098	49.5	22.8	21.7	19.3	14.8	14.2	10.1	13.4	9.3	10.8
飲食料品	204	40.2	26.5	20.1	21.1	23.0	12.7	19.1	14.2	20.1	8.3
繊維・織物/アパレル	47	59.6	19.1	10.6	21.3	10.6	8.5	6.4	17.0	6.4	8.5
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	32	59.4	37.5	15.6	15.6	12.5	9.4	12.5	9.4	15.6	12.5
化学	69	63.8	14.5	18.8	18.8	15.9	14.5	10.1	8.7	2.9	8.7
医療品・化粧品	43	51.2	14.0	20.9	11.6	20.9	9.3	23.3	14.0	11.6	18.6
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	51	45.1	17.6	11.8	13.7	9.8	23.5	7.8	15.7	7.8	9.8
窯業・土石	19	31.6	10.5	-	15.8	5.3	10.5	-	15.8	5.3	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	124	47.6	26.6	30.6	20.2	9.7	12.9	5.6	8.9	4.8	8.1
一般機械	131	55.7	26.7	24.4	16.8	7.6	15.3	3.8	12.2	2.3	15.3
電気機械	81	53.1	21.0	28.4	19.8	12.3	19.8	14.8	17.3	8.6	8.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	38	63.2	13.2	18.4	26.3	18.4	7.9	10.5	18.4	18.4	15.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	88	44.3	26.1	29.5	20.5	10.2	22.7	4.5	14.8	2.3	10.2
精密機器	51	51.0	11.8	17.6	21.6	13.7	7.8	5.9	9.8	3.9	13.7
その他の製造業	120	46.7	24.2	20.0	20.0	21.7	13.3	7.5	15.0	11.7	13.3
非製造業	836	46.2	25.0	22.0	13.6	17.2	14.7	13.9	8.7	11.5	9.4
商社・卸売	390	52.1	23.1	20.5	11.8	15.4	13.1	11.5	9.5	10.5	7.9
小売	58	43.1	29.3	20.7	24.1	24.1	12.1	15.5	6.9	10.3	8.6
建設	51	19.6	45.1	31.4	7.8	17.6	33.3	17.6	3.9	5.9	13.7
運輸	53	58.5	24.5	26.4	9.4	15.1	13.2	11.3	5.7	15.1	17.0
金融・保険	44	63.6	18.2	38.6	13.6	20.5	9.1	13.6	4.5	22.7	6.8
通信・情報・ソフトウェア	64	29.7	25.0	12.5	17.2	17.2	7.8	17.2	9.4	9.4	10.9
専門サービス	49	44.9	30.6	18.4	20.4	20.4	14.3	20.4	18.4	20.4	10.2
その他の非製造業	127	37.8	21.3	22.0	14.2	18.1	19.7	15.7	7.9	9.4	9.4

[注] ①母数は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

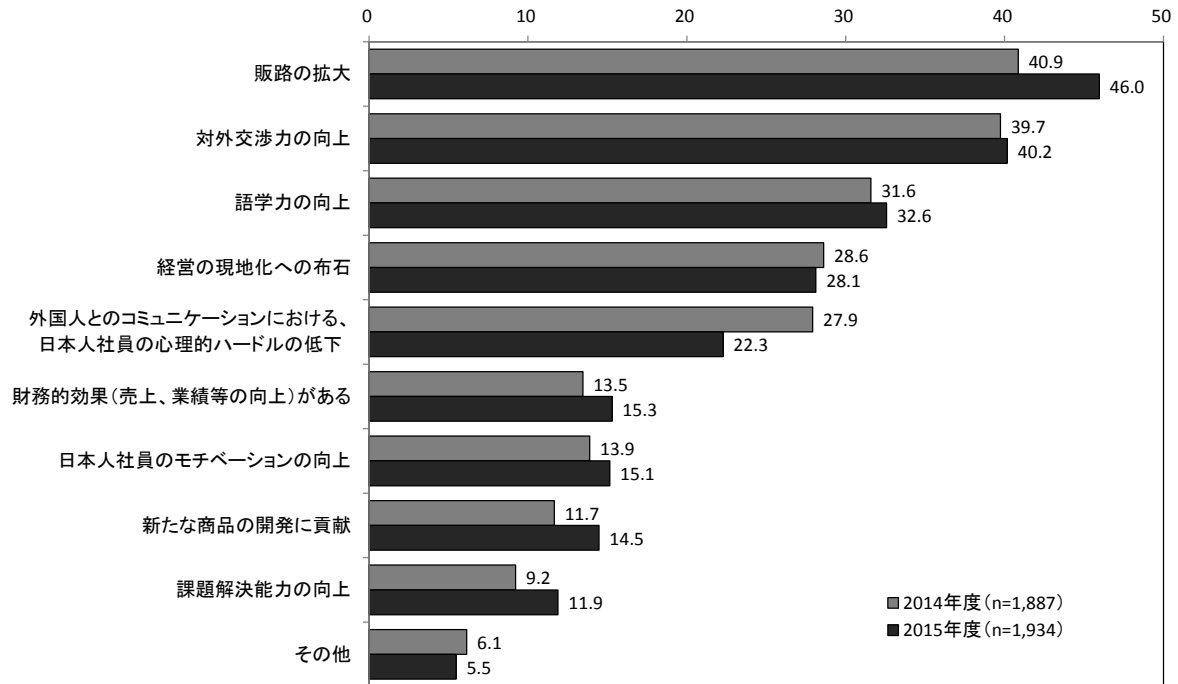
②網掛けは回答率30%以上の項目。

## 6. 外国人社員採用・雇用におけるメリット

外国人社員を採用・雇用するメリットには、「販路の拡大」を挙げる企業が外国人社員を雇用・採用を検討する企業の46.0%と前年（同40.9%）から増加した。企業規模別にみると、大企業では「対外交渉力の向上」（同44.5%）、中小企業では「販路の拡大」（同47.6%）の回答割合が高い。

図表Ⅶ-14 外国人社員採用・雇用におけるメリット（全体・前年との比較）

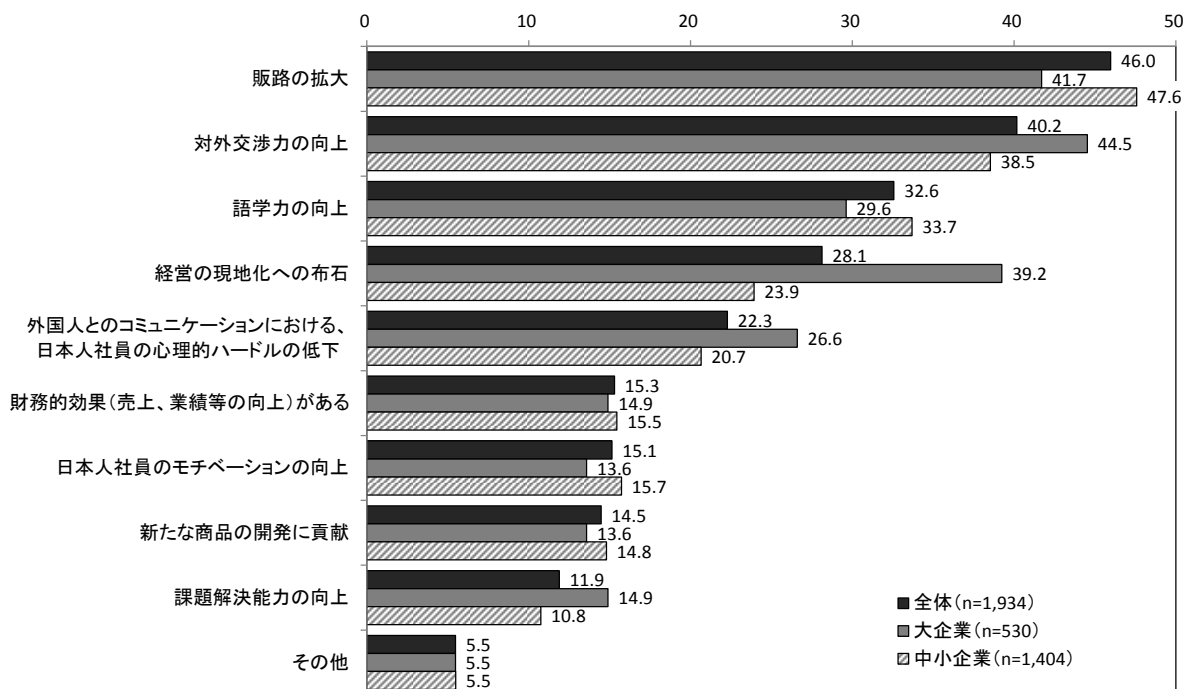
（複数回答、%）



〔注〕母数は、本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

図表Ⅶ-15 外国人社員採用・雇用におけるメリット（全体・企業規模別）

（複数回答、%）



〔注〕母数は、本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

図表VII-16 外国人社員採用・雇用におけるメリット（業種別）

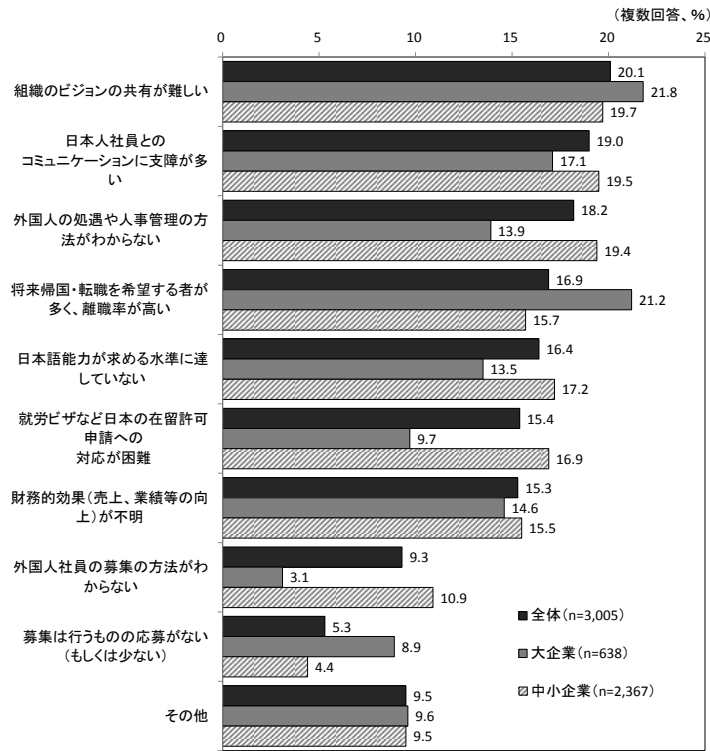
	社数	財務的効果（売上、業績等の向上）がある	販路の拡大	新たな商品の開発に貢献	経営の現地化への布石	語学力の向上	日本人社員のモチベーションの向上	課題解決能力の向上	対交渉力の向上	(複数回答、%)		
										外国人とのコミュニケーションにおける、日本人社員の心理的ハードルの低下	その他	無回答
総計	1,934	15.3	46.0	14.5	28.1	32.6	15.1	11.9	40.2	22.3	5.5	6.9
製造業	1,098	15.2	45.9	14.8	29.4	32.1	14.9	9.7	39.1	22.9	6.6	6.8
飲食料品	204	18.1	40.7	18.6	18.6	31.9	16.7	9.8	30.9	16.7	11.3	9.8
繊維・織物/アパレル	47	21.3	48.9	25.5	27.7	29.8	10.6	6.4	36.2	17.0	8.5	10.6
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	32	12.5	53.1	21.9	25.0	28.1	9.4	12.5	53.1	21.9	9.4	6.3
化学	69	17.4	52.2	20.3	27.5	36.2	11.6	10.1	47.8	26.1	1.4	7.2
医療品・化粧品	43	11.6	67.4	18.6	20.9	41.9	14.0	18.6	51.2	25.6	-	4.7
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	51	17.6	33.3	7.8	33.3	21.6	13.7	3.9	37.3	15.7	9.8	9.8
窯業・土石	19	26.3	36.8	10.5	26.3	31.6	15.8	5.3	31.6	10.5	10.5	10.5
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	124	12.9	42.7	10.5	35.5	37.1	18.5	6.5	30.6	24.2	4.0	6.5
一般機械	131	14.5	52.7	8.4	38.9	29.8	10.7	10.7	38.9	32.1	5.3	3.8
電気機械	81	12.3	53.1	17.3	38.3	23.5	17.3	12.3	29.6	25.9	4.9	7.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	38	23.7	42.1	15.8	39.5	26.3	15.8	15.8	50.0	21.1	2.6	2.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	88	12.5	27.3	11.4	35.2	31.8	15.9	6.8	43.2	27.3	9.1	6.8
精密機器	51	13.7	43.1	7.8	21.6	29.4	11.8	9.8	45.1	15.7	7.8	5.9
その他の製造業	120	10.8	54.2	16.7	25.8	40.0	17.5	10.8	49.2	25.0	5.0	4.2
非製造業	836	15.4	46.1	14.0	26.4	33.1	15.4	14.7	41.6	21.5	3.9	6.9
商社・卸売	390	16.2	54.6	14.6	22.3	32.1	14.1	13.6	43.6	19.5	2.6	7.7
小売	58	19.0	48.3	20.7	25.9	43.1	15.5	17.2	36.2	17.2	1.7	10.3
建設	51	17.6	29.4	3.9	45.1	41.2	19.6	7.8	35.3	33.3	7.8	3.9
運輸	53	11.3	32.1	3.8	22.6	39.6	15.1	11.3	47.2	22.6	5.7	7.5
金融・保険	44	4.5	13.6	2.3	11.4	34.1	15.9	34.1	40.9	22.7	11.4	6.8
通信・情報・ソフトウェア	64	10.9	46.9	14.1	28.1	32.8	17.2	9.4	28.1	26.6	6.3	6.3
専門サービス	49	18.4	42.9	18.4	38.8	30.6	12.2	24.5	40.8	24.5	-	2.0
その他の非製造業	127	17.3	43.3	19.7	33.1	26.8	18.1	13.4	45.7	20.5	4.7	6.3

[注] ①母数は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。  
 ②網掛けは回答率40%以上の項目。

## 7. 外国人社員採用・雇用における課題

外国人社員の採用・雇用における課題としては、「組織のビジョンの共有が難しい」（回答企業総数の20.1%）、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」（同19.0%）などを挙げる企業が多かった。企業規模別では、大企業は「将来帰国・転職を希望する者が多く、離職率が高い」（同21.2%）が中小企業と比較して多く、中小企業は「外国人社員の募集方法がわからない」（同10.9%）が大企業と比べて多い。

図表VII-17 外国人社員採用・雇用における課題（全体・企業規模別）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

図表VII-18 外国人社員採用・雇用における課題（業種別）

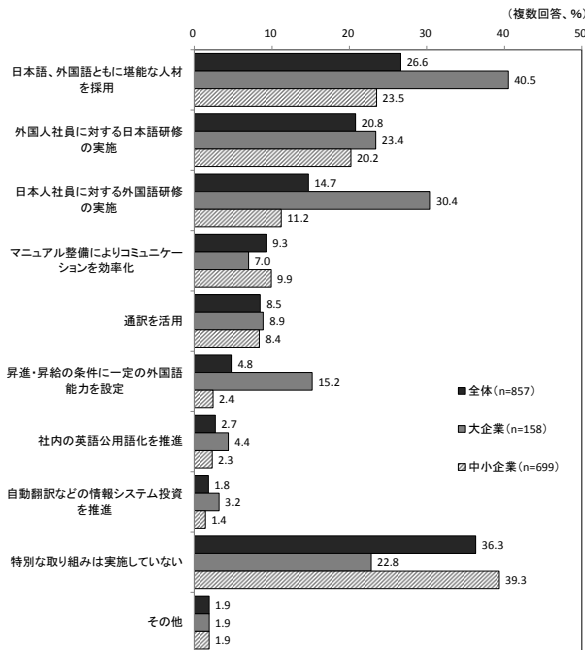
	社数	財務的効果(売上、業績等の向上)が不明	募集は行うものの応募がない(もしくは少ない)	外国人社員の募集の方法がわからない	将来帰国・転職を希望する者が多く、離職率が高い	外国人の処遇や人事管理の方法がわからない	日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い	日本語能力が求める水準に達していない	組織のビジョンの共有が難しい	就労ビザなど日本の在留許可申請への対応が困難	その他	無回答
総計	3,005	15.3	5.3	9.3	16.9	18.2	19.0	16.4	20.1	15.4	9.5	22.4
製造業	1,633	15.4	5.4	9.7	18.5	20.0	21.6	17.2	20.5	14.9	8.3	21.3
飲食料品	361	18.6	4.2	16.3	14.7	24.7	18.6	16.3	20.2	17.5	8.0	19.9
繊維・織物/アパレル	84	11.9	3.6	10.7	11.9	17.9	21.4	14.3	17.9	17.9	10.7	28.6
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	21.0	4.8	11.3	21.0	11.3	12.9	21.0	21.0	14.5	8.1	27.4
化学	102	8.8	3.9	6.9	14.7	23.5	18.6	10.8	20.6	10.8	12.7	24.5
医薬品・化粧品	57	17.5	5.3	5.3	15.8	24.6	29.8	10.5	17.5	12.3	7.0	22.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	86	17.4	7.0	8.1	10.5	18.6	18.6	11.6	22.1	14.0	8.1	23.3
窯業・土石	27	22.2	7.4	7.4	22.2	25.9	11.1	11.1	29.6	18.5	0.0	14.8
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	179	15.1	2.8	8.9	21.2	19.0	30.2	22.9	20.1	16.2	7.3	17.3
一般機械	170	14.1	8.2	10.6	30.6	21.2	22.9	18.2	20.6	14.1	7.1	16.5
電気機械	103	13.6	9.7	4.9	28.2	14.6	24.3	14.6	19.4	9.7	7.8	18.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	52	15.4	3.8	0.0	11.5	11.5	15.4	13.5	13.5	7.7	9.6	38.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	102	9.8	6.9	2.0	21.6	19.6	26.5	21.6	23.5	11.8	5.9	20.6
精密機器	67	14.9	4.5	7.5	16.4	14.9	20.9	26.9	32.8	17.9	9.0	19.4
その他の製造業	181	15.5	6.1	10.5	16.0	18.8	21.0	18.2	17.7	16.0	9.9	22.7
非製造業	1,372	15.3	5.2	8.7	14.9	16.1	15.9	15.5	19.7	16.0	10.9	23.6
商社・卸売	687	17.8	3.8	7.7	14.8	15.7	14.8	12.7	20.1	12.5	11.1	24.2
小売	99	16.2	8.1	11.1	14.1	19.2	11.1	14.1	14.1	19.2	11.1	27.3
建設	78	14.1	11.5	12.8	25.6	19.2	28.2	17.9	34.6	23.1	7.7	10.3
運輸	74	9.5	1.4	9.5	16.2	13.5	16.2	14.9	20.3	17.6	5.4	23.0
金融・保険	86	18.6	3.5	0.0	7.0	11.6	5.8	4.7	19.4	4.7	15.1	34.9
通信・情報・ソフトウェア	78	11.5	11.5	10.3	12.8	16.7	23.1	29.5	15.4	17.9	14.1	21.8
専門サービス	74	9.5	8.1	9.5	13.5	12.2	16.2	20.3	16.2	14.9	17.6	24.3
その他の非製造業	196	11.2	5.1	11.7	15.8	18.9	18.4	22.4	17.9	28.1	8.2	20.9

〔注〕網掛けは、各業種で回答比率が25%以上の項目。

## 8. 言葉の壁への対処方針

外国人社員採用・雇用における課題において、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」または「日本語能力が求める水準に達していない」と回答した企業を対象に、母語の違いによる外国人社員との「言葉の壁」への対処方針について尋ねたところ、「日本語、外国語ともに堪能な人材を採用」(26.6%)、「外国人社員に対する日本語研修の実施」(20.8%)を挙げる企業が多かった。一方、「特別な取り組みは実施していない」と回答した割合も36.3%と高く、特に中小企業では39.3%に上った。

図表VII-19 言葉の壁への対処方針（全体・企業規模別）



[注] 母数は、外国人社員の採用・雇用の課題について、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」、「日本語能力が求める水準に達していない」と回答した企業。

図表VII-20 言葉の壁への対処方針（業種別）

	社数	外国人社員に対する日本語研修の実施	日本人社員に対する外国語研修の実施	社内の英語公用語化を推進	日本語、外国語ともに堪能な人材を採用	通訳を活用	昇進・昇給の条件に一定の外国語能力を設定	マニュアル整備によりコミュニケーションを効率化	自動翻訳などの情報システム投資を推進	特別な取り組みは実施していない	その他	無回答
総計	857	20.8	14.7	2.7	26.6	8.5	4.8	9.3	1.8	36.3	1.9	9.2
製造業	511	22.1	16.0	3.3	25.8	11.2	6.1	10.8	1.8	33.9	2.0	7.8
飲食料品	100	26.0	9.0	2.0	18.0	13.0	3.0	8.0	1.0	39.0	0.0	11.0
繊維・織物/アパレル	23	13.0	21.7	8.7	26.1	13.0	8.7	8.7	4.3	39.1	0.0	8.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	17	23.5	5.9	5.9	11.8	5.9	5.9	5.9	0.0	52.9	5.9	5.9
化学	27	22.2	33.3	3.7	29.6	3.7	11.1	0.0	0.0	25.9	0.0	7.4
医薬品・化粧品	20	10.0	5.0	10.0	30.0	0.0	10.0	25.0	5.0	45.0	0.0	5.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	22	36.4	22.7	9.1	13.6	18.2	9.1	22.7	0.0	18.2	0.0	4.5
窯業・土石	6	33.3	16.7	0.0	16.7	33.3	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0	16.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	75	26.7	20.0	1.3	29.3	16.0	6.7	14.7	0.0	28.0	4.0	6.7
一般機械	55	23.6	10.9	1.8	34.5	10.9	3.6	1.8	1.8	40.0	1.8	5.5
電気機械	32	18.8	18.8	3.1	40.6	3.1	12.5	6.3	3.1	34.4	0.0	3.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	13	7.7	15.4	7.7	15.4	7.7	7.7	0.0	0.0	46.2	0.0	15.4
自動車/自動車部品/その他輸送機器	38	23.7	28.9	5.3	31.6	15.8	10.5	15.8	7.9	18.4	2.6	5.3
精密機器	23	17.4	13.0	0.0	26.1	4.3	4.3	4.3	0.0	43.5	0.0	13.0
その他の製造業	60	15.0	13.3	1.7	23.3	10.0	0.0	18.3	1.7	30.0	6.7	8.3
非製造業	346	18.8	12.7	1.7	27.7	4.6	2.9	7.2	1.7	39.9	1.7	11.3
商社・卸売	152	14.5	14.5	2.0	27.0	3.3	2.6	6.6	1.3	47.4	1.3	10.5
小売	20	20.0	10.0	0.0	25.0	5.0	0.0	5.0	0.0	30.0	5.0	15.0
建設	29	31.0	13.8	0.0	13.8	3.4	3.4	6.9	6.9	37.9	3.4	10.3
運輸	21	19.0	23.8	0.0	38.1	0.0	4.8	4.8	0.0	38.1	0.0	4.8
金融・保険	8	0.0	12.5	0.0	50.0	12.5	12.5	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0
通信・情報・ソフトウェア	31	9.7	6.5	0.0	29.0	6.5	3.2	3.2	0.0	32.3	0.0	22.6
専門サービス	22	45.5	18.2	4.5	36.4	4.5	0.0	9.1	4.5	27.3	4.5	4.5
その他の非製造業	63	20.6	6.3	3.2	27.0	7.9	3.2	12.7	1.6	36.5	1.6	9.5

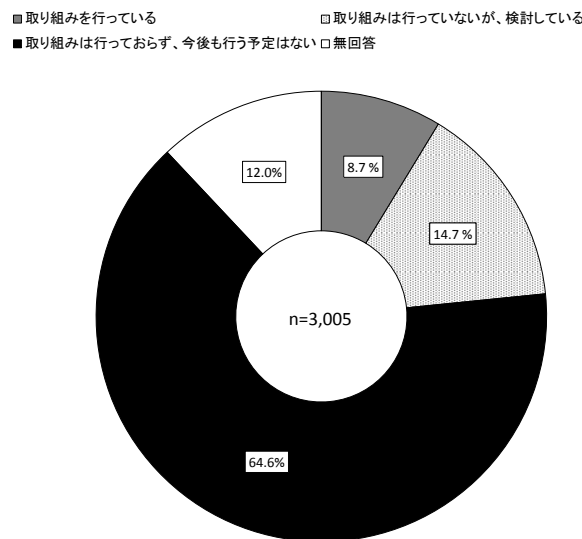
[注] ①母数は、外国人社員の採用・雇用の課題について、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」、「日本語能力が求める水準に達していない」と回答した企業。

②網掛けは回答比率が20%を超える取り組み項目。

## 9. 社内の英語公用語化への取り組み

英語公用語化の取り組みについては、64.6%の企業が「取り組みは行っておらず、今後行う予定はない」と回答した。何らかの取り組みを行っている企業の割合は8.7%であった。取り組み内容としては、「海外拠点との日常業務連絡に英語使用をルール化」(2.5%)や「組織のビジョンや社内規程を英文化」(2.5%)が多かった。また、14.7%の企業が「取り組みは行っていないが、検討している」と回答した。企業規模別では、英語公用語化の取り組みを行っている企業の割合は大企業が17.9%に対し、中小企業は6.1%にとどまる。業種別に見ると、自動車/自動車部品/その他輸送機器(23.5%)や電気機械(20.4%)などで、取り組みを行っている企業の割合が高い。

図表VII-21 社内の英語公用語化への取り組み（全体）



〔注〕母数は回答企業総数。

図表VII-22 社内の英語公用語化への取り組み（企業規模別）

	（複数回答、%）		
	全体 (n=3,005)	大企業 (n=638)	中小企業 (n=2,367)
取り組みを行っている	8.7	17.9	6.1
海外拠点との日常業務連絡に英語使用をルール化	2.5	4.4	2.0
組織のビジョンや社内規程を英文化	2.5	8.6	0.9
入社採用試験を英語で実施	1.2	1.7	1.0
社内の公式連絡文書を英語で作成	1.1	2.7	0.7
取締役会以外の社内会議を英語で開催	0.8	2.5	0.3
経理、人事等の管理業務システムを英語で構築	0.7	2.4	0.3
取締役会を英語で開催	0.6	1.4	0.4
社内の決裁文書を英語で作成	0.5	1.1	0.3
その他	3.3	6.1	2.5
取り組みは行っていないが、検討している	14.7	17.6	13.9
取り組みは行っておらず、今後行う予定はない	64.6	54.9	67.3
無回答	12.0	9.6	12.7

〔注〕母数は回答企業総数。



図表VII-23 社内の英語公用語化への取り組み（業種別）

														(複数回答、%)		
	社数	取り組みを行っている	取締役会を英語で開催	取締役会以外の社内会議を英語で開催	社内の決裁文書を英語で作成	社内の公式連絡文書を英語で作成	海外拠点との日常業務連絡に英語使用をルール化	経理、人事等の管理業務システムを英語で構築	組織のビジョンや社内規程を英文化	入社採用試験を英語で実施	その他	取り組みは行っていないが、検討している	取り組みは行っておらず、今後行う予定はない	無回答		
統計	3,005	8.7	0.6	0.8	0.5	1.1	2.5	0.7	2.5	1.2	3.3	14.7	64.6	12.0		
製造業	1,633	8.7	0.7	1.2	0.7	1.3	2.4	0.7	3.1	0.9	2.9	15.6	64.2	11.5		
飲食料品	361	3.3	0.3	0.3	-	-	1.1	-	0.3	-	2.2	14.7	68.7	13.3		
繊維・織物/アパレル	84	5.9	-	1.2	-	-	2.4	-	1.2	-	2.4	14.3	61.9	17.9		
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	1.5	-	-	-	-	-	-	1.6	-	-	8.1	71.0	19.4		
化学	102	9.9	-	1.0	1.0	2.9	1.0	1.0	2.0	-	4.9	18.6	63.7	7.8		
医薬品・化粧品	57	15.8	1.8	1.8	1.8	5.3	3.5	1.8	5.3	1.8	3.5	15.8	59.6	8.8		
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	86	4.6	2.3	1.2	-	-	1.2	-	1.2	-	2.3	16.3	66.3	12.8		
窯業・土石	27	3.7	-	-	-	-	3.7	-	-	-	-	22.2	51.9	22.2		
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	179	7.3	-	-	-	-	1.7	-	1.1	1.7	2.8	14.0	72.6	6.1		
一般機械	170	7.1	-	0.6	0.6	0.6	2.4	-	2.4	-	2.9	13.5	69.4	10.0		
電気機械	103	20.4	1.9	1.0	1.0	2.9	6.8	2.9	15.5	3.9	3.9	15.5	53.4	10.7		
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	52	15.4	1.9	5.8	1.9	5.8	3.8	-	1.9	5.8	3.8	23.1	51.9	9.6		
自動車/自動車部品/その他輸送機器	102	23.5	2.0	4.9	2.9	4.9	2.0	3.9	11.8	2.9	4.9	11.8	52.9	11.8		
精密機器	67	14.9	-	3.0	-	3.0	6.0	1.5	3.0	-	6.0	19.4	58.2	7.5		
その他の製造業	181	6.0	1.1	1.1	1.7	1.1	3.3	1.1	2.2	0.6	1.7	19.9	61.9	12.2		
非製造業	1,372	8.6	0.5	0.3	0.3	0.8	2.7	0.7	1.9	1.5	3.7	13.6	65.1	12.7		
商社・卸売	687	9.3	0.3	0.1	0.1	0.7	3.3	0.6	1.7	1.7	3.8	12.5	65.1	13.1		
小売	99	3.0	-	-	-	-	1.0	-	-	-	2.0	15.2	62.6	19.2		
建設	78	7.7	-	-	-	-	2.6	-	2.6	1.3	2.6	21.8	66.7	3.8		
運輸	74	2.7	-	1.4	1.4	-	1.4	-	1.4	1.4	-	16.2	66.2	14.9		
金融・保険	86	10.5	1.2	1.2	-	-	1.2	-	1.2	-	8.1	5.8	68.6	15.1		
通信・情報・ソフトウェア	78	10.2	-	-	-	1.3	2.6	-	1.3	1.3	3.8	10.3	65.4	14.1		
専門サービス	74	14.9	2.7	1.4	2.7	4.1	4.1	4.1	6.8	4.1	5.4	16.2	58.1	10.8		
その他の非製造業	196	7.7	1.0	-	-	1.0	2.0	1.0	2.0	1.0	3.6	16.3	66.3	9.7		

[注] 母数は回答企業総数。

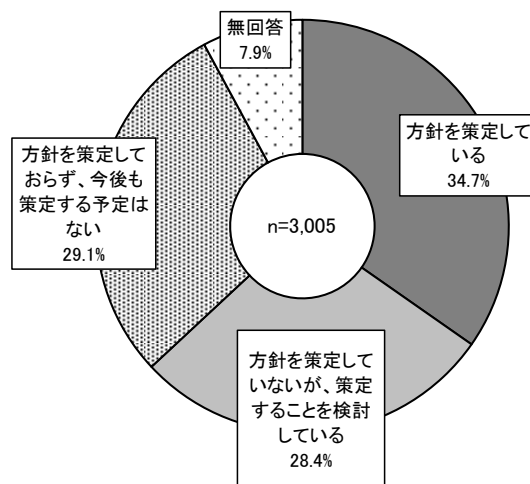
## Ⅷ. CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針

### 1. CSRに関する方針の有無

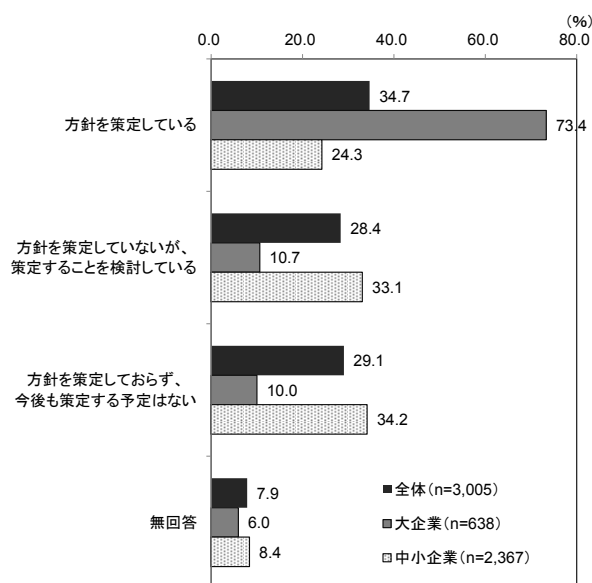
CSRに関する方針の策定について、「方針を策定している」企業が34.7%、「方針を策定していないが、策定することを検討している」(28.4%)を含めると、方針を策定または検討している企業は63.1%に上る。企業規模別に見ると、大企業は73.4%の企業が「方針を策定している」と回答。中小企業では同24.3%であった。

業種別では、「方針を策定している」企業は金融・保険(66.3%)、運輸(56.8%)、化学(54.9%)などで高い。「方針を策定していないが、策定することを検討している」とする企業では、医療品・化粧品(43.9%)、飲食料品(38.8%)、専門サービス(36.5%)などで同回答比率が高い。

図表Ⅷ-1 CSRに関する方針の有無（全体）



図表Ⅷ-2 CSRに関する方針の有無（企業規模別）



図表Ⅷ-3 CSRに関する方針の有無（業種別）

(%)

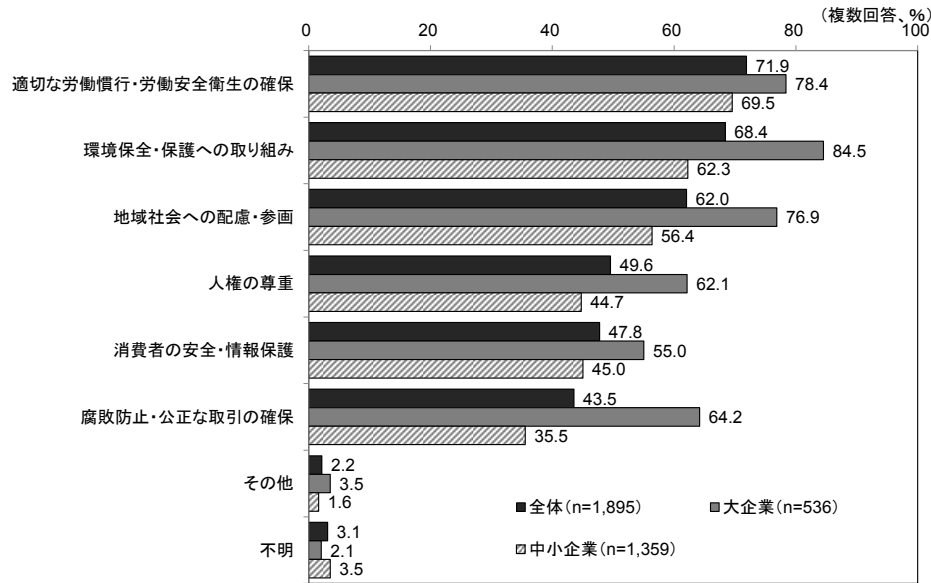
	社数	方針を策定している	方針を策定していないが、策定することを検討している	方針を策定しておらず、今後も策定する予定はない	無回答
総計	3,005	34.7	28.4	29.1	7.9
製造業	1,633	37.7	29.8	25.5	7.0
飲食料品	361	29.1	38.8	24.7	7.5
繊維・織物/アパレル	84	19.0	32.1	38.1	10.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	30.6	24.2	27.4	17.7
化学	102	54.9	22.5	20.6	2.0
医療品・化粧品	57	35.1	43.9	12.3	8.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	86	38.4	30.2	22.1	9.3
窯業・土石	27	51.9	7.4	37.0	3.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	179	31.8	35.8	26.8	5.6
一般機械	170	40.6	28.2	27.6	3.5
電気機械	103	52.4	15.5	25.2	6.8
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	52	53.8	13.5	26.9	5.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	102	53.9	22.5	19.6	3.9
精密機器	67	34.3	32.8	28.4	4.5
その他の製造業	181	36.5	26.5	26.5	10.5
非製造業	1,372	31.2	26.7	33.2	8.9
商社・卸売	687	25.3	28.5	37.3	8.9
小売	99	23.2	22.2	42.4	12.1
建設	78	51.3	20.5	23.1	5.1
運輸	74	56.8	12.2	23.0	8.1
金融・保険	86	66.3	2.3	16.3	15.1
通信・情報・ソフトウェア	78	29.5	33.3	30.8	6.4
専門サービス	74	21.6	36.5	33.8	8.1
その他の非製造業	196	27.0	34.7	30.6	7.7

[注] 網掛けは回答率40%以上の項目。

## 2. CSR方針に明示されている事項

方針を策定している（または策定を検討している）企業に、CSR方針として明示されている事項について尋ねたところ、「適切な労働慣行・労働安全衛生の確保」（71.9%）が最も多く、「環境保全・保護への取り組み」（68.4%）、「地域社会への配慮・参画」（62.0%）が続く。機械機器関連の製造業や建設業が環境保全を最大の項目として定める一方、繊維・織物/アパレルでは「人権の尊重」、小売では「消費者の安全・情報保護」、金融・保険では「地域社会への配慮・参画」で回答率が最大となるなど、業種別に違いが見られた。

図表Ⅷ-4 CSR方針に明示されている事項（全体・企業規模別）



図表Ⅷ-5 CSR方針に明示されている事項（業種別）

業種	社数	（複数回答、%）							
		適切な労働安全衛生の確保	人権の尊重	環境保全・保護への取り組み	地域社会への配慮・参画	消費者の安全・情報保護	腐敗防止・公正な取引の確保	その他	無回答
総計	1,895	71.9	49.6	68.4	62.0	47.8	43.5	2.2	3.1
製造業	1,101	74.5	51.0	72.6	63.6	51.7	43.0	1.7	3.2
飲食料品	245	73.5	40.0	56.7	59.2	67.3	32.2	1.2	2.4
繊維・織物/アパレル	43	72.1	74.4	55.8	65.1	48.8	44.2	4.7	0.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	34	88.2	67.6	70.6	73.5	58.8	50.0	0.0	2.9
化学	79	83.5	62.0	89.9	69.6	58.2	58.2	2.5	1.3
医療品・化粧品	45	60.0	42.2	64.4	55.6	57.8	37.8	6.7	4.4
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	59	84.7	61.0	81.4	62.7	37.3	44.1	0.0	1.7
窯業・土石	16	81.3	50.0	100.0	68.8	31.3	62.5	0.0	0.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	121	75.2	45.5	76.0	62.8	30.6	35.5	0.8	5.0
一般機械	117	69.2	54.7	77.8	70.1	45.3	47.0	3.4	3.4
電気機械	70	73.6	48.6	81.9	59.7	54.2	50.0	0.0	5.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	35	80.0	77.1	91.4	74.3	60.0	62.9	2.9	5.7
自動車/自動車部品/その他輸送機器	78	80.8	52.6	80.8	73.1	47.4	50.0	1.3	1.3
精密機器	45	75.6	46.7	71.1	62.2	51.1	53.3	0.0	0.0
その他の製造業	114	65.8	47.4	71.1	56.1	48.2	36.0	1.8	6.1
非製造業	794	68.2	47.6	62.6	59.8	42.3	44.3	2.8	3.0
商社・卸売	370	69.2	47.3	61.9	54.3	43.5	42.2	1.9	3.0
小売	45	64.4	42.2	60.0	62.2	73.3	51.1	2.2	6.7
建設	56	69.6	51.8	85.7	71.4	37.5	55.4	1.8	0.0
運輸	51	80.4	51.0	72.5	62.7	27.5	54.9	5.9	2.0
金融・保険	59	50.8	42.4	76.3	89.8	37.3	37.3	6.8	3.4
通信・情報・ソフトウェア	49	72.0	56.0	54.0	44.0	30.0	44.0	4.0	6.0
専門サービス	43	62.8	51.2	46.5	60.5	32.6	44.2	2.3	4.7
その他の非製造業	121	69.7	45.1	53.3	60.7	46.7	42.6	2.5	1.6

[注] ①母数は「CSRに関する方針を策定、または策定を検討中」と回答した企業数。

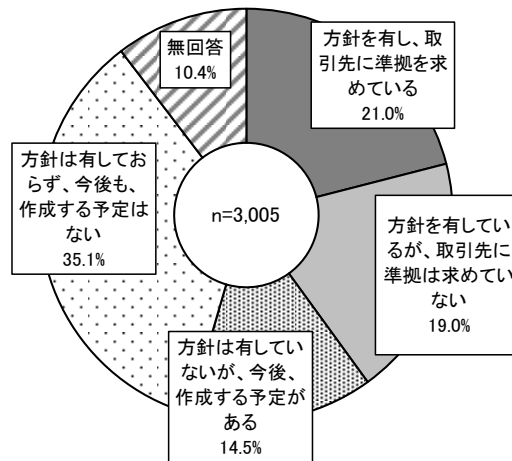
②網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

### 3. 取引先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無

取引先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無について、「方針を有し、取引先に準拠を求めている」企業が21.0%、「今後、作成する予定がある」(14.5%)を含めると、35.5%となった。企業規模別に見ると、大企業は39.5%の企業が「方針を有し、取引先に準拠を求めている」と回答。中小企業では同16.0%であった。

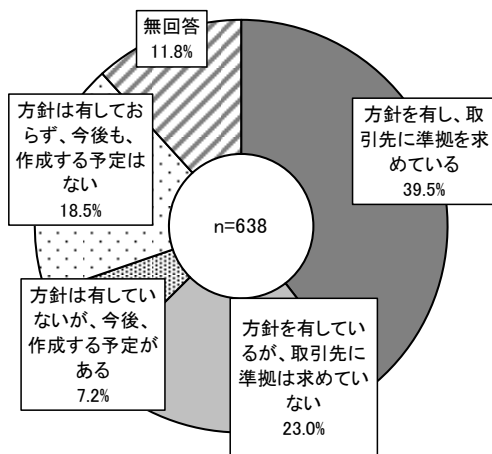
業種別では、「方針を有し、取引先に準拠を求めている」企業は建設(51.3%)、電気機械(39.8%)、運輸(33.8%)などで高い。

図表Ⅷ-6 取引先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無(全体)

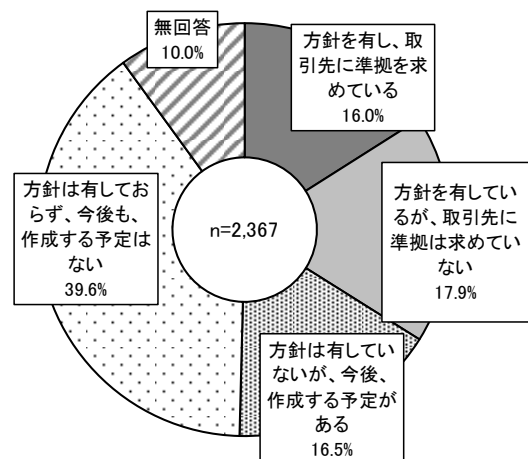


図表Ⅷ-7 取引先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無(企業規模別)

#### 【大企業】



#### 【中小企業】



図表Ⅷ-8 取引先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無（業種別）

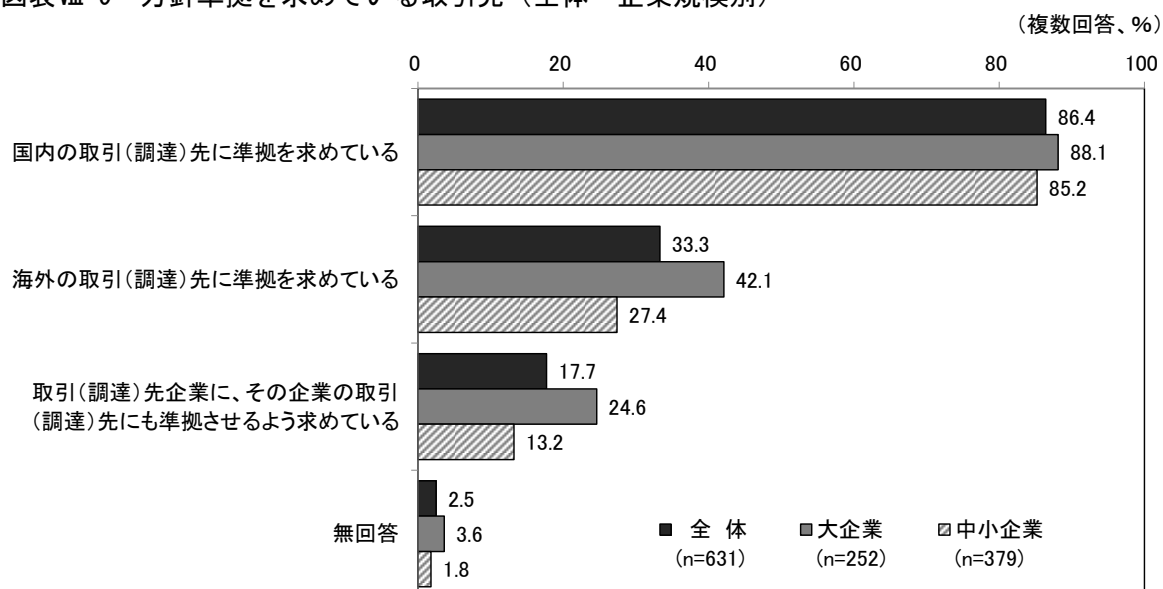
(%)

	社数	方針を有し、取引先に準拠を求めている	方針を有しているが、取引先に準拠は求めている	方針は有していないが、今後、作成する予定がある	方針は有しておらず、今後も、作成する予定はない	無回答
総計	3,005	21.0	19.0	14.5	35.1	10.4
製造業	1,633	24.2	22.2	14.4	30.4	8.8
飲食料品	361	20.5	21.3	16.9	32.1	9.1
繊維・織物/アパレル	84	17.9	10.7	17.9	34.5	19.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	19.4	11.3	19.4	33.9	16.1
化学	102	23.5	25.5	14.7	29.4	6.9
医療品・化粧品	57	24.6	17.5	19.3	22.8	15.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	86	25.6	23.3	10.5	31.4	9.3
窯業・土石	27	11.1	33.3	7.4	37.0	11.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	179	22.3	28.5	12.3	32.4	4.5
一般機械	170	25.3	24.1	9.4	34.7	6.5
電気機械	103	39.8	23.3	7.8	24.3	4.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	52	32.7	21.2	21.2	21.2	3.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	102	33.3	27.5	6.9	25.5	6.9
精密機器	67	28.4	16.4	14.9	34.3	6.0
その他の製造業	181	20.4	21.5	19.9	26.5	11.6
非製造業	1,372	17.2	15.2	14.7	40.7	12.2
商社・卸売	687	14.3	16.2	14.7	44.1	10.8
小売	99	19.2	6.1	14.1	45.5	15.2
建設	78	51.3	11.5	14.1	17.9	5.1
運輸	74	33.8	23.0	9.5	23.0	10.8
金融・保険	86	4.7	15.1	1.2	46.5	32.6
通信・情報・ソフトウェア	78	11.5	14.1	20.5	43.6	10.3
専門サービス	74	10.8	14.9	21.6	41.9	10.8
その他の非製造業	196	16.8	15.3	17.9	38.3	11.7

#### 4. 方針準拠を求めている取引先

方針への準拠を求めていると回答した企業に対しその取引先について尋ねたところ、「国内の取引（調達）先に準拠を求めている」（86.4%）が最も多い。企業規模別に見ると、「海外の取引（調達）先に準拠を求めている」は大企業で42.1%と中小企業と比較して高い割合となっている。業種別では、「海外の取引（調達）先に準拠を求めている」企業は繊維・織物/アパレル（80.0%）、医療品・化粧品（57.1%）、電気機械（53.7%）が多い。

図表Ⅷ-9 方針準拠を求めている取引先（全体・企業規模別）



図表Ⅷ-10 方針準拠を求めている取引先（業種別）

(%)

	社数	国内の取引(調達)先に準拠を求めている	海外の取引(調達)先に準拠を求めている	取引(調達)先企業に、その企業の取引(調達)先にも準拠させるよう求めている	無回答
回答企業全体	631	86.4	33.3	17.7	2.5
製造業	395	89.9	33.2	16.7	2.5
飲食料品	74	91.9	31.1	16.2	2.7
繊維・織物/アパレル	15	73.3	80.0	13.3	0.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	12	66.7	16.7	25.0	8.3
化学	24	91.7	33.3	20.8	0.0
医療品・化粧品	14	92.9	57.1	14.3	0.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	22	90.9	13.6	4.5	0.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	40	90.0	20.0	10.0	5.0
一般機械	43	86.0	18.6	18.6	2.3
電気機械	41	95.1	53.7	29.3	0.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	17	94.1	29.4	17.6	5.9
自動車/自動車部品/その他輸送機器	34	91.2	38.2	20.6	2.9
精密機器	19	84.2	36.8	10.5	10.5
その他の製造業	37	94.6	29.7	10.8	0.0
非製造業	236	80.5	33.5	19.5	2.5
商社・卸売	98	74.5	38.8	20.4	2.0
小売	19	84.2	26.3	26.3	0.0
建設	40	87.5	30.0	12.5	2.5
運輸	25	92.0	28.0	8.0	0.0
通信・情報・ソフトウェア	9	77.8	33.3	33.3	0.0
専門サービス	8	50.0	50.0	12.5	25.0
その他の非製造業	33	84.8	27.3	27.3	3.0

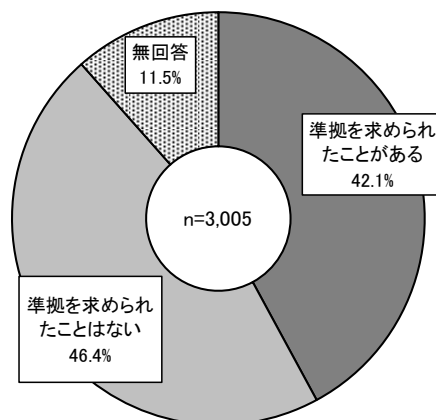
[注] ①母数は、「方針を有し、取引先に準拠を求めている」と回答した企業。②回答社数が5社以上の業種のみ。

## 5. 労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠

労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠について、「準拠を求められたことがある」企業が42.1%、「準拠を求められたことがない」企業が46.4%となっている。

業種別では、「準拠を求められたことがある」企業は化学（60.8%）、自動車／自動車部品／その他輸送機器（60.8%）、電気機械（60.2%）などで高い。

図表Ⅷ-11 労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠（全体）



図表Ⅷ-12 労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠（業種別）

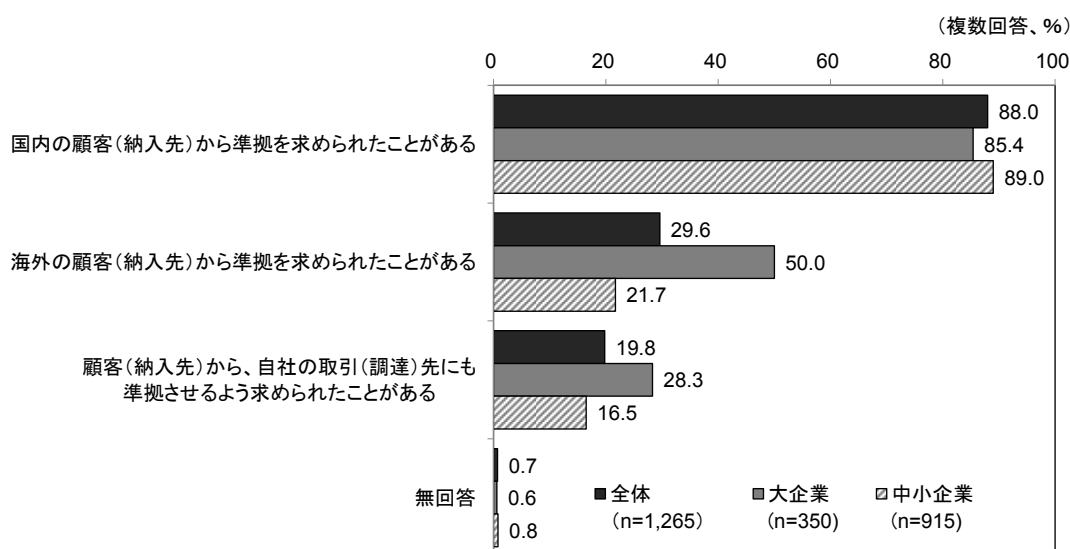
	社数	準拠を求められたことがある	準拠を求められたことはない	無回答
総計	3,005	42.1	46.4	11.5
製造業	1,633	51.1	39.3	9.6
飲食料品	361	48.2	42.1	9.7
繊維・織物/アパレル	84	33.3	48.8	17.9
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	41.9	40.3	17.7
化学	102	60.8	31.4	7.8
医療品・化粧品	57	42.1	45.6	12.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	86	58.1	31.4	10.5
窯業・土石	27	51.9	48.1	0.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	179	55.9	39.7	4.5
一般機械	170	50.6	41.2	8.2
電気機械	103	60.2	32.0	7.8
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	52	57.7	30.8	11.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	102	60.8	31.4	7.8
精密機器	67	49.3	38.8	11.9
その他の製造業	181	45.9	43.1	11.0
非製造業	1,372	31.4	54.7	13.8
商社・卸売	687	35.2	53.0	11.8
小売	99	14.1	67.7	18.2
建設	78	48.7	39.7	11.5
運輸	74	45.9	37.8	16.2
金融・保険	86	5.8	59.3	34.9
通信・情報・ソフトウェア	78	35.9	56.4	7.7
専門サービス	74	25.7	55.4	18.9
その他の非製造業	196	26.0	63.8	10.2



## 6. 方針への準拠を求められた顧客（納入先）

方針への準拠を求められたと回答した企業に対しその顧客について尋ねたところ、「国内の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある」（88.0%）が最も多い。企業規模別に見ると、「海外の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある」は大企業で50.0%と中小企業と比較して高い割合となっている。業種別では、「海外の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある」企業は情報通信機械器具/電子部品・デバイス（53.3%）、医療品・化粧品（50.0%）が多い。

図表Ⅷ-13 方針への準拠を求められた顧客先（全体・企業規模別）



図表Ⅷ-14 方針への準拠を求められた顧客先（業種別）

	社数	国内の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある	海外の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある	顧客（納入先）から、自社の取引（調達）先にも準拠させるよう求められたことがある	無回答
回答企業全体	1,265	88.0	29.6	19.8	0.7
製造業	834	89.0	31.4	18.9	0.7
飲食料品	174	92.0	25.3	15.5	1.1
繊維・織物/アパレル	28	82.1	32.1	21.4	3.6
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	26	80.8	11.5	23.1	0.0
化学	62	85.5	37.1	19.4	1.6
医療品・化粧品	24	75.0	50.0	12.5	0.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	50	92.0	26.0	16.0	0.0
窯業・土石	14	92.9	14.3	14.3	0.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	100	90.0	24.0	18.0	1.0
一般機械	86	89.5	36.0	16.3	0.0
電気機械	62	87.1	41.9	25.8	1.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	30	93.3	53.3	33.3	0.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	62	90.3	41.9	30.6	0.0
精密機器	33	90.9	30.3	18.2	0.0
その他の製造業	83	88.0	27.7	13.3	0.0
非製造業	431	86.1	26.0	21.3	0.7
商社・卸売	242	83.5	28.9	25.6	0.4
小売	14	71.4	21.4	14.3	0.0
建設	38	94.7	23.7	23.7	0.0
運輸	34	100.0	23.5	11.8	0.0
金融・保険	5	100.0	-	-	-
通信・情報・ソフトウェア	28	92.9	14.3	7.1	0.0
専門サービス	19	84.2	26.3	10.5	0.0
その他の非製造業	51	82.4	25.5	21.6	3.9

〔注〕母数は、顧客から「方針への準拠を求められたことがある」と回答した企業。

日本企業の海外事業展開に関するアンケート  
～ジェトロ海外ビジネス調査～

本調査は、日本企業を対象とした、海外ビジネスへの取り組みに関するアンケート調査です。ご多忙の折とは存じますが、可能な範囲でのご協力を何卒宜しくお願い申し上げます。貴社のご事情により回答が困難なもの、または不明なものがございましたら、省略いただいても結構です。

【ご回答者】

会社名			
部 課 名		役 職	
氏 名		会 社 電話番号	
会社住所	〒		

ご協力いただいた企業様には、上記にご記入の住所に、本調査結果をまとめた報告書をお送りいたします。お手数ではございますが、**2015年12月24日(木)**までに同封の返信用封筒によりご返送ください。

《お問い合わせ先》： 独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ) 海外調査部 国際経済課 担当:石橋、米山  
〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階  
TEL: 03-3582-5177 FAX: 03-3582-5309 E-mail: ORI@jetro.go.jp

■ 個人情報保護について

ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針(<http://www.jetro.go.jp/privacy/>)に基づき、適正に管理運用させていただきます。回答内容は、統計的に処理しますので、個別の回答内容が外部に漏れることはありません。ご回答頂いた調査票は、本件のとりまとめ業務を委託しております Transbird 株式会社が集計を行います。

I 貴社の概要

問1 貴社の業種に該当する項目を一つチェックしてください。複数の業種にまたがる方は、売上高(連結ベース)のなかで最も大きな割合を占める業種を選択してください。

製造業	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 飲食物品	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 繊維・織物	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub> アパレル	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 木材・木製品(家具を除く)
	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 家具・建材	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 紙・パルプ	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 化学	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub> 医療品・化粧品
	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub> 石油・石炭製品	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub> プラスチック製品	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub> ゴム製品	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub> 窯業・土石
	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub> 鉄鋼	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub> 非鉄金属	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub> 金属製品	<input type="checkbox"/> <sub>16</sub> 一般機械
	<input type="checkbox"/> <sub>17</sub> 電気機械	<input type="checkbox"/> <sub>18</sub> 情報通信機械器具	<input type="checkbox"/> <sub>19</sub> 電子部品・デバイス	<input type="checkbox"/> <sub>20</sub> 自動車
	<input type="checkbox"/> <sub>21</sub> 自動車部品	<input type="checkbox"/> <sub>22</sub> その他輸送機器	<input type="checkbox"/> <sub>23</sub> 精密機器	<input type="checkbox"/> <sub>24</sub> その他( )
非製造業	<input type="checkbox"/> <sub>25</sub> 商社・卸売	<input type="checkbox"/> <sub>26</sub> 小売	<input type="checkbox"/> <sub>27</sub> 鉱業	<input type="checkbox"/> <sub>28</sub> 建設
	<input type="checkbox"/> <sub>29</sub> 電気・ガス・水道	<input type="checkbox"/> <sub>30</sub> 運輸	<input type="checkbox"/> <sub>31</sub> 金融・保険	<input type="checkbox"/> <sub>32</sub> 農業・林業・水産業
	<input type="checkbox"/> <sub>33</sub> 印刷・同関連	<input type="checkbox"/> <sub>34</sub> 通信	<input type="checkbox"/> <sub>35</sub> 不動産	<input type="checkbox"/> <sub>36</sub> 情報・ソフトウェア
	<input type="checkbox"/> <sub>37</sub> 飲食店・宿泊施設	<input type="checkbox"/> <sub>38</sub> 医療・福祉	<input type="checkbox"/> <sub>39</sub> 専門サービス(コンサルティング・法務等)	
	<input type="checkbox"/> <sub>40</sub> その他サービス(旅行、娯楽等)		<input type="checkbox"/> <sub>41</sub> その他( )	

問2 貴社の資本金に該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 1千万円以下      <sub>2</sub> 1千万円超～5千万円以下      <sub>3</sub> 5千万円超～1億円以下  
<sub>4</sub> 1億円超～3億円以下      <sub>5</sub> 3億円超～10億円未満      <sub>6</sub> 10億円以上

問3 貴社の常時雇用従業員数に該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 5人以下      <sub>2</sub> 6～20人      <sub>3</sub> 21～50人      <sub>4</sub> 51～100人  
<sub>5</sub> 101～300人      <sub>6</sub> 301～1,000人      <sub>7</sub> 1,001～3,000人      <sub>8</sub> 3,001人以上

問4 貴社が行っている海外ビジネスを全てチェックしてください。(「海外拠点」には販売・生産・研究開発・地域統括・物流の各拠点や駐在員事務所などを含みますが、代理店は含めません。「その他」にはライセンス契約などを含みます。)

- <sub>1</sub> 自社による直接輸出      <sub>2</sub> 他社を通じた間接輸出      <sub>3</sub> 輸入  
<sub>4</sub> 海外拠点がある(代理店は含まず)      <sub>5</sub> 海外ビジネスは行っていない      <sub>6</sub> その他( )

問5 **現在の海外ビジネス状況（輸出・海外進出）**

輸出・輸入先の国・地域、および海外拠点の主な機能について、該当箇所を全てチェックしてください。「海外拠点」の「その他」は、物流拠点や駐在員事務所などが該当しますが、代理店は含めません。

		輸出先	輸入先	海外拠点			
				販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	その他( )
アジア大 洋州	中国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	香港	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	台湾	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	韓国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	シンガポール	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	タイ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	マレーシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	インドネシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	フィリピン	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	ベトナム	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	カンボジア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	ミャンマー	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	ラオス	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	インド	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	パキスタン	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
バングラデシュ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	
スリランカ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	
オーストラリア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	
北米・ 中南米	米国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	カナダ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	メキシコ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	ブラジル	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	コロンビア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
欧州・ ロシア	西欧	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	中・東欧	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
	ロシア・CIS	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
中東	トルコ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
アフリカ	南アフリカ共和国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>
その他( )		<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>

(注1) 中・東欧: ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、クロアチア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国。

問6 **海外ビジネスの課題**

貴社が輸出・海外進出を行う上での課題・不足している点について、該当する項目を全てチェックしてください。

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 現地市場に関する情報(消費者の嗜好やニーズなど) | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 現地市場向け商品     |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 海外の制度情報(関税率、規制・許認可など)    | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 必要な資金の確保     |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 現地でのビジネスパートナー(提携相手)      | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 現地における販売網の拡充 |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 海外ビジネスを担う人材              | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> コスト競争力       |
| <input type="checkbox"/> <sub>9</sub> 製品・ブランドの認知度              | <input type="checkbox"/> <sub>10</sub> 特にない        |
| <input type="checkbox"/> <sub>11</sub> その他( )                  |  |

II **貿易への取り組み**

問7 **今後の輸出事業方針**

貴社の現在の輸出(商社などを通じた間接輸出を含む)への取り組みと、今後(2015年度も含め3か年度)の方針について該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る。
- <sub>2</sub> 現在、輸出を行っており、現状を維持する。
- <sub>3</sub> 現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい。
- <sub>4</sub> 現在、輸出を行っているが、後は縮小、撤退を検討する。
- <sub>5</sub> 現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない。
- <sub>6</sub> 輸出を行う業種ではない。

問8 **輸出ビジネスを拡大する理由**【問7で□<sub>1</sub>現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る、□<sub>3</sub>現在、輸出は行っていないが、今後、新たに組みたいのいずれかに回答された方へ】

その理由に該当する項目を全てチェックしてください。

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 海外需要の増加。          | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 海外市場の収益性が高い。                  |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 国内需要の減少。          | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 国内市場の収益性が低い。                  |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 親会社や取引先日本企業の海外進出。 | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> FTA/EPA(自由貿易協定)による関税の撤廃・削減など。 |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 円安による価格競争力の向上。    | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> その他 ( )                       |

問9 **中国向け輸出**【問5で中国を輸出先と回答された方へ】

2015年に入り、日本の中国向け輸出は伸び悩みがみられます(2015年1~9月の輸出数量は前年同期比4.5%減)。その理由について、貴社で該当する項目を全てチェックしてください。

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 中国の国内需要の減少。                       |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 輸出先企業の中国からの撤退、海外移転等。              |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 中国国内で現地調達に切り替え。                   |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 第三国(中国、日本以外)からの調達に切り替え。           |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> ライバル企業(地場企業含む)との競合により中国市場でのシェア縮小。 |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 中国向け輸出は減少していない。                   |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> その他( )                            |  |

### III 海外進出への取り組み

問10 **今後の海外進出方針**

貴社は今後(2015年度も含め3カ年度程度)の**海外進出**(新規または既存拠点の拡充)方針について、どのようにお考えですか。該当する項目を一つチェックしてください。

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る。       |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 現在、海外に拠点があり、現状を維持する。           |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい。       |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている。   |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 現在、海外に拠点はなく、今後とも海外での事業展開は行わない。 |  |
| <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> その他( )                         |  |

問11 **海外進出を拡大する理由**【問10で海外での事業について、□<sub>1</sub> 拡大を図ると回答された方へ】

海外進出拡大を図る理由は何ですか？該当する項目を全てチェックしてください。

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 海外での需要の増加    | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 国内での需要の減少        | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 取引先企業の海外進出  |
| <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 為替変動の影響回避    | <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 人件費、税負担など国内コスト要因 | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 海外市場の収益性が高い |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 海外でのFTA締結の進展 | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> その他( )           |   |

問12 **今後の国内事業展開**

貴社は今後(2015年度も含め3カ年度程度)の**日本国内での事業**(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。該当する項目を一つチェックしてください。

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 拡大を図る。       | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 現状を維持する。 |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 縮小が必要と考えている。 | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> その他( )   |

問13 **国内事業を拡大する理由**【問12で国内事業について、□<sub>1</sub> 拡大を図ると回答された方へ】

日本国内で事業の拡大を図る理由は何ですか。該当する項目を全てチェックしてください。

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 国内での需要の増加      | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 海外での需要の減少        | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 取引先企業の国内回帰  |
| <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 為替変動の影響回避      | <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 人件費、税負担など海外コスト要因 | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 国内市場の収益性が高い |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 日本におけるFTA締結の進展 | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> その他( )           |   |

問14 **海外および国内で拡大を図る機能** 【問10または問12で、 拡大を図ると回答された方へ】

海外または日本国内で事業の拡大を図る際、どのような機能を拡大しますか。海外と日本で拡大する機能について、それぞれ該当する項目を全てチェックしてください。なお、海外については、対象となる国・地域を以下の選択肢から選び、**国・地域の番号を記入**してください。

拡大する機能	日本	海外	対象国・地域 (選択肢から、国・地域名の横の番号をご記入ください)					
販売	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>						
生産(汎用品)	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>						
生産(高付加価値品)	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>						
研究開発(新製品開発)	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
研究開発(現地市場向け仕様変更)	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>						
地域統括	地域統括拠点の状況については、問21でお伺いします。							
物流	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>						
その他 ( )	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>						

<選択肢>

1. 中国	2. 香港	3. 台湾	4. 韓国	5. シンガポール	6. タイ
7. マレーシア	8. インドネシア	9. フィリピン	10. ベトナム	11. カンボジア	12. ミャンマー
13. ラオス	14. インド	15. パキスタン	16. バングラデシュ	17. スリランカ	18. オーストラリア
19. 米国	20. カナダ	21. メキシコ	22. ブラジル	23. コロンビア	24. 西欧
25. 中・東欧	26. ロシア・CIS	27. トルコ	28. 南アフリカ共和国	29. その他 ( )	

問15 **海外拠点の撤退**

\*本設問における「撤退」とは、販売、生産、研究開発、物流機能の移転(閉鎖も含む)を指します。

貴社は、海外拠点の撤退を過去2～3年の間に行いましたか？撤退の有無について、該当する項目にチェックしてください。撤退がある場合は、その国・地域と撤退する機能、および撤退に要した期間(撤退手続きの着手から完了まで)に該当する番号をそれぞれ一つ記入し、また撤退理由を全て選択して番号を記入してください。複数の撤退実績がある場合は、それぞれ最も重要度の高いものについてお答え下さい。

下記 <input type="checkbox"/> 1～2の該当項目にチェックしてください。					
例: 中国の生産機能(汎用品)を生産コスト上昇を理由に半年間で撤退した場合	→	1	2	2	1
<input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 海外拠点の撤退を、過去2～3年の間に行った。	→				
<input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 海外拠点の撤退を、過去2～3年の間に行っていない。					

<選択肢:国・地域>

1. 中国	2. 香港	3. 台湾	4. 韓国	5. シンガポール	6. タイ
7. マレーシア	8. インドネシア	9. フィリピン	10. ベトナム	11. カンボジア	12. ミャンマー
13. ラオス	14. インド	15. パキスタン	16. バングラデシュ	17. スリランカ	18. オーストラリア
19. 米国	20. カナダ	21. メキシコ	22. ブラジル	23. チリ	24. 西欧
25. 中・東欧	26. ロシア・CIS	27. トルコ	28. 南アフリカ共和国	29. その他( )	

<選択肢:機能>

1. 販売	2. 生産(汎用品)	3. 生産(高付加価値品)	4. 研究開発(新製品開発)
5. 研究開発(現地市場向け仕様変更)	6. 物流	7. その他( )	

<選択肢:所要期間>

1. 半年未満	2. 半年～1年未満	3. 1～3年未満	4. 3年以上
---------	------------	-----------	---------

<選択肢:理由>

- 生産コスト・人件費が上昇してきたため。
- 現地の需要が不振であるため。
- 販路開拓が進まないため。
- 現地商習慣・文化への対応が困難なため。
- 現地パートナーとの関係悪化。
- 海外戦略の抜本的見直しなど経営方針の転換。
- 海外拠点配置の最適化を図るため。
- 取引先企業の撤退。
- 人材確保が困難になってきたため。

10. 技術移転・現地調達が困難なため。

11. その他( )

**付問 15-1 【問 15 で□, 海外拠点の撤退を、過去 2~3 年の間に行ったと回答された方へ】**

撤退に際して生じた課題について、該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 投資資金の回収。
- <sub>2</sub> 雇用関係の整理。
- <sub>3</sub> 現地法制度への対応。
- <sub>4</sub> 現地政府・自治体との調整。
- <sub>5</sub> 合弁・提携解消への対応。
- <sub>6</sub> 取引先との調整。
- <sub>7</sub> 特に問題はなかった。
- <sub>8</sub> その他( )

**IV 自由貿易協定(FTA)の活用**

**問 16 日本 の FTA (EPA) の 利用 状況**

日本との貿易における FTA の利用状況についてお伺いします。現在、日本との間で 14 カ国・地域〔注 1〕との FTA (日本では一般に EPA と呼ばれています) が発効または署名済みです。また、【米国、カナダ、ニュージーランド(NZ)】とは、2015 年 10 月に大筋合意された TPP が発効すれば初めて FTA が利用できるようになります。

⇒いずれかの国と、貿易を行っている企業の方は、FTA に基づく優遇税率を利用しているか、または利用を検討しているか、以下で該当する項目を全てチェックしてください。

⇒いずれの国・地域とも貿易(商品の輸出または輸入)を行っていない場合は、問 17 へお進み下さい。

	【輸出】					【輸入】				
	左記の国へ輸出している場合はチェック	日本との間で発効している FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。			左記の国から輸入している場合はチェック	日本との間で発効している FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。				
利用している		利用を検討中〔注 3〕	利用していない〔注 3〕	利用している		利用を検討中〔注 3〕	利用していない〔注 3〕			
タイ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
マレーシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
インドネシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
フィリピン	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
ベトナム	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
その他 ASEAN〔注 2〕	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
インド	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
メキシコ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
チリ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
ペルー	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
スイス	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
オーストラリア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>
モンゴル(未発効)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→		<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>		<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→		<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	
米国(未発効)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→		<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>		<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→		<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	
カナダ(未発効)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→		<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>		<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→		<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	
NZ(未発効)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	→		<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>		<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	→		<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	

〔注 1〕それぞれの FTA の発効年月は次のとおりです。日本-シンガポール(02 年 11 月)、日本-メキシコ(05 年 4 月)、日本-マレーシア(06 年 7 月)、日本-チリ(07 年 9 月)、日本-タイ(07 年 11 月)、日本-インドネシア(08 年 7 月)、日本-ブルネイ(08 年 7 月)、日本-フィリピン(08 年 12 月)、日本-ASEAN(08 年 12 月)、日本-スイス(09 年 9 月)、日本-ベトナム(09 年 10 月)、日本-インド(11 年 8 月)、日本-ペルー(12 年 3 月)。日本-オーストラリア(15 年 1 月)。日本-モンゴル(15 年 2 月に署名)および TPP(15 年 10 月大筋合意)は未発効。

〔注 2〕日本はシンガポール、ブルネイとも FTA/EPA を締結していますが、両国は「その他 ASEAN」に含めました。つまり、「その他 ASEAN」は、カンボジア、ラオス、ミャンマー、ブルネイ、シンガポールの 5 カ国をさします。

〔注 3〕「利用を検討中」…現在利用していないが、利用を検討中。「利用していない」…現在利用しておらず、今後も利用する予定がない。

**問17 TPPへの期待**

2015年10月に大筋合意した環太平洋パートナーシップ(TPP)によって、物品・サービス貿易、投資の自由化などが期待されています。TPPに含まれる下記の事項のうち、貴社が期待する項目を全てチェックしてください。

《参考：内閣官房ウェブサイト(TPP協定の概要) [http://www.cas.go.jp/jp/tpp/pdf/2015/10/151005\\_tpp\\_gaiyou\\_koushin.pdf](http://www.cas.go.jp/jp/tpp/pdf/2015/10/151005_tpp_gaiyou_koushin.pdf)》

- <sub>1</sub> 物品市場アクセス。 <sub>2</sub> 原産地規則(複数締約国の付加価値・工程足し上げを可能とする「累積ルール」等)。  
<sub>3</sub> 税関当局および貿易円滑化。 <sub>4</sub> SPS(衛生植物検疫)。  
<sub>5</sub> TBT(貿易の技術的障害)。 <sub>6</sub> 政府調達。  
<sub>7</sub> 知的財産。 <sub>8</sub> 競争政策・国有企業。  
<sub>9</sub> サービス(越境サービス、金融サービス、電気通信サービス)。 <sub>10</sub> ビジネス関係者の一時的な入国。  
<sub>11</sub> 電子商取引。 <sub>12</sub> 投資(投資家間の無差別原則、投資に関する紛争解決手続等)。  
<sub>13</sub> その他( )

付問 17-1 2015年10月に大筋合意された TPP について、日本を除く 11 参加国間における物品貿易で TPP 活用を検討しますか？(11カ国ともに最終的には 99~100%の品目の関税が撤廃されます) 検討される場合、輸出元・輸出先の組み合わせを以下の国番号を用いてご記入下さい(最大 5 つ)。

1. 米国 2. カナダ 3. メキシコ 4. チリ 5. ペルー 6. シンガポール 7. マレーシア  
 8. ベトナム 9. ブルネイ 10. オーストラリア 11. ニュージーランド

輸出元	輸出先
例:8(ベトナム)	1(米国)

**V 新興国のビジネス環境**

**問 18 新興国のビジネス環境上の課題**

貴社が海外ビジネスを行っている、または貴社が新規に海外ビジネスを検討している新興国について、ビジネスを行う上での課題をどのように評価していますか。該当する全ての国について、課題があると思われる項目を全てチェックしてください。特段の課題がない場合は<sub>15</sub> をチェックしてください。

	為替リスクが高い	インフラが未整備	運用に問題あり	法制度が未整備、展していない	関連産業が集積・発展していない	知的財産権の保護に問題あり	人件費が高い、上昇している	労働力の不足・人材採用難	労務上の問題あり	昇	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	煩雑さ	税制・税務手続きの煩雑さ	行政手続きの煩雑さ(許認可など)	代金回収上のリスク・問題あり	政治リスクや社会情勢・治安に問題あり	あり	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	特段のリスク・問題を認識していない
中国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
タイ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
マレーシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
インドネシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
フィリピン	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
ベトナム	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
ミャンマー	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
カンボジア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
ラオス	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
インド	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
パキスタン	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
バングラデシュ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
スリランカ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
メキシコ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
ブラジル	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
コロンビア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
ロシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
トルコ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				
南アフリカ共和国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub>				

## 問 19 今後の中国でのビジネス展開

貴社は中国に対する今後(3年程度)のビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)についてどのようにお考えですか。該当する項目を二つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する。
- <sub>2</sub> 規模やペースを落としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する。
- <sub>3</sub> 既存のビジネス規模を維持する。
- <sub>4</sub> 中国ビジネスは縮小して、他国への移管を検討する。
- <sub>5</sub> 中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討する。
- <sub>6</sub> まだ、分からない。
- <sub>7</sub> 今後ともビジネス展開は行わない。

## VI 海外拠点の経営の現地化

### 問 20 現地化に対する認識【問 4 で、<sub>4</sub> 海外拠点がある(代理店は含まず)と回答された方へ】

海外拠点の経営の現地化(権限の委譲や現地人材の登用等)に対する貴社の認識についてお伺いします。該当する項目を二つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 海外拠点の経営の現地化を一段と進める必要がある。
- <sub>2</sub> 海外拠点の経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はない。
- <sub>3</sub> 海外拠点の経営の現地化を進める考えはない。
- <sub>4</sub> わからない。

### 付問 20-1 【問 20 で、<sub>1</sub> 海外拠点の経営の現地化を一段と進める必要がある、もしくは<sub>2</sub> 海外拠点の経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はないと回答された方へ】

海外拠点の経営の現地化を、なぜ進める必要がある(あった)と感じますか? 該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 日本人駐在員の人件費削減のため。
- <sub>2</sub> 現地で採用した社員のモチベーション向上、離職率低下のため。
- <sub>3</sub> 現地で優秀な人材を採用するため。
- <sub>4</sub> 現地ニーズを一段と取り入れた経営を行うため。
- <sub>5</sub> 海外売上比率の拡大を図るため。
- <sub>6</sub> 非日系企業との取引が拡大している/したいため。
- <sub>7</sub> 意思決定のスピードを上げるため。
- <sub>8</sub> その他( )

### 付問 20-2 【問 20 で、<sub>1</sub> 海外拠点の経営の現地化を一段と進める必要がある、もしくは<sub>2</sub> 海外拠点の経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はないと回答された方へ】

海外拠点の経営の現地化を進めるにあたり、どのような取り組みをしていますか(しましたか)。該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 本社から現地への権限委譲の拡大
- <sub>2</sub> 現地採用社員の研修・育成の強化
- <sub>3</sub> 即戦力となる現地人材の採用
- <sub>4</sub> 現地採用社員の管理職・役員への登用
- <sub>5</sub> 現地化を意識した能力主義など人事制度の改正
- <sub>6</sub> 現地における製品・サービス開発力の強化
- <sub>7</sub> その他( )

### 付問 20-3 【問 20 で、<sub>1</sub> 海外拠点の経営の現地化を一段と進める必要がある、もしくは<sub>2</sub> 海外拠点の経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はないと回答された方へ】

海外拠点の経営の現地化を進めるに当たっての問題点は何ですか(何でしたか)。該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 幹部候補人材の採用
- <sub>2</sub> 幹部候補人材の離職率の高さ
- <sub>3</sub> 現地人材の登用に関する海外拠点との方針不一致
- <sub>4</sub> 現地人材の語学力(日本語)
- <sub>5</sub> 現地人材の能力・意識
- <sub>6</sub> 現地人材の育成が進まない
- <sub>7</sub> 本社から現地への権限委譲が進まない
- <sub>8</sub> 現地における製品・サービス開発力の弱さ
- <sub>9</sub> 現地における企画・マーケティング力の弱さ
- <sub>10</sub> 日本人駐在員削減の難しさ
- <sub>11</sub> 日本人駐在員の語学力
- <sub>12</sub> 特に問題はない
- <sub>13</sub> その他( )



**問 21 地域統括拠点【問 4 で、□<sub>4</sub> 海外拠点がある(代理店は含まず)と回答された方へ】**

\*本設問における地域統括機能とは、地域内のグループ企業に対して、持株機能、金融面での統括機能、販売・生産・物流・調達・研究開発・人事・法務などの各種の事業統括/経営支援(シェアードサービスの提供)を行う機能とします。

貴社では海外に地域統括拠点を設置していますか? 地域統括拠点を有する場合は、その所在国・地域の番号を一つ、および同拠点が管轄する地域の番号を全て記入して下さい。また、各拠点における統括業務内容の番号を全てご記入下さい。

地域統括拠点 所在国・地域	管轄地域	統括業務内容					
例: 5(シンガポール)	2(ASEAN)	1(販売・マーケティング)	3(金融・財務・為替)	10(人事・労務管理・人材育成)			
<b>&lt;選択肢: 地域統括拠点所在国・地域&gt;</b>							
1. 中国		2. 香港		3. 台湾		4. 韓国	
5. シンガポール		6. タイ		7. マレーシア		8. インドネシア	
9. フィリピン		10. インド		11. オーストラリア		12. 米国	
13. カナダ		14. メキシコ		15. パナマ		16. ブラジル	
17. チリ		18. 英国		19. フランス		20. オランダ	
21. ベルギー		22. ドイツ		23. トルコ		24. アラブ首長国連邦	
25. エジプト		26. ケニア		27. 南アフリカ共和国		28. その他( )	
<b>&lt;選択肢: 管轄地域&gt;</b>							
1. 北東アジア (中国、韓国、台湾等)		2. ASEAN		3. 南西アジア		4. オセアニア	
5. 北米		6. 中米		7. 南米		8. 欧州	
9. ロシア・CIS		10. 中東		11. アフリカ			
<b>&lt;選択肢: 統括業務内容&gt;</b>							
1. 販売・マーケティング		2. 経営企画		3. 金融・財務・為替		4. 税務	
5. 生産管理		6. 物流・ロジスティクス		7. 調達		8. 研究・開発(R&D)	
9. 技術支援		10. 人事・労務管理・人材育成		11. 情報システム		12. 法務	
13. 知的財産管理		14. コンプライアンス・内部統制		15. 監査		16. 広報(PR)	
17. 調査・分析		18. その他( )					

**付問 21-1 【問 21 を回答された方へ】**

今後(3 年程度)の貴社の地域統括機能の方向性についてどのようにお考えですか? 該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 地域統括機能を強化する。
 <sub>2</sub> 現状を維持する。
 <sub>3</sub> 地域統括機能の縮小が必要と考えている。
 <sub>4</sub> わからない。

**VII 外国人材の活用**

**問 22 外国人社員の雇用状況**

貴社(本社および国内工場)における外国人の雇用状況についてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 貴社の取締役役に外国人がいる。
 <sub>2</sub> 貴社の部課長級に外国人がいる。
 <sub>3</sub> 貴社のエンジニアに外国人がいる。
 <sub>4</sub> 貴社の一般事務職(国際業務など)に外国人がいる。
 <sub>5</sub> 貴社の一般工職に外国人がいる。
 <sub>6</sub> 現在、外国人は雇用していないが、今後採用を検討したい。
 <sub>7</sub> 現在、外国人は雇用しておらず、今後も採用する方針はない。

⇒<sub>6</sub> を選択した方は、問23へお進みください

⇒<sub>7</sub> を選択した方は、問26へお進みください

付問22-1 貴社(本社および国内工場)における常時雇用従業員数に占める外国人の比率について、該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 1%未満
 <sub>2</sub> 1~5%
 <sub>3</sub> 6~10%
 <sub>4</sub> 11~15%
 <sub>5</sub> 16~20%
 <sub>6</sub> 20%超

付問 22-2 【問 22 で、□<sub>1</sub>～□<sub>5</sub> 外国人社員を雇用していると回答された方へ】

外国人材の定着を図るために貴社で取り組んでいる項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> キャリアプランや育成方針の提示。
- <sub>2</sub> 希望する部署への配属。
- <sub>3</sub> 上司との面談やメンター制度など相談体制整備。
- <sub>4</sub> 日本語習得支援など研修の充実。
- <sub>5</sub> 住宅や通勤手段など住環境の整備。
- <sub>6</sub> 給与や福利厚生など待遇面の改善。
- <sub>7</sub> 人事部門による定期的な面談の実施。
- <sub>8</sub> 外国人採用、登用に関する経営トップのコミットメント。
- <sub>9</sub> 社内の多言語化や英語公用語化の推進。
- <sub>10</sub> 宗教や生活習慣への配慮。
- <sub>11</sub> 特別な取り組みは実施していない。
- <sub>12</sub> その他( )

問 23 **外国人社員の採用方法**【問 22 で、□<sub>1</sub>～□<sub>6</sub> 外国人社員を雇用している、あるいは今後採用を検討したいと回答された方へ】

貴社の外国人社員の採用方法についてお伺いします。下記①で該当する項目を全てチェックした上で、②の中から該当する項目を全てチェックしてください。

①	②	日本国内の募集案内	大学・各種学校のキャリアセンター・教授の紹介	民間の人材斡旋企業を利用	本社（日本）社員の個人的な人脈	海外現地法人による募集案内	海外の取引先企業の紹介	自治体による支援を利用	自治体以外の公的機関による支援を利用	その他
□ <sub>1</sub> 日本国内の外国人留学生を採用。	□ <sub>1</sub>	□ <sub>2</sub>	□ <sub>3</sub>	□ <sub>4</sub>	□ <sub>5</sub>	□ <sub>6</sub>	□ <sub>7</sub>	□ <sub>8</sub>	□ <sub>9</sub>	□ <sub>9</sub>
□ <sub>2</sub> 日本国内の外国人（留学生除く）を採用。	□ <sub>1</sub>	□ <sub>2</sub>	□ <sub>3</sub>	□ <sub>4</sub>	□ <sub>5</sub>	□ <sub>6</sub>	□ <sub>7</sub>	□ <sub>8</sub>	□ <sub>9</sub>	□ <sub>9</sub>
□ <sub>3</sub> 海外在住の外国人を採用。	□ <sub>1</sub>	□ <sub>2</sub>	□ <sub>3</sub>	□ <sub>4</sub>	□ <sub>5</sub>	□ <sub>6</sub>	□ <sub>7</sub>	□ <sub>8</sub>	□ <sub>9</sub>	□ <sub>9</sub>
□ <sub>4</sub> その他( )	□ <sub>1</sub>	□ <sub>2</sub>	□ <sub>3</sub>	□ <sub>4</sub>	□ <sub>5</sub>	□ <sub>6</sub>	□ <sub>7</sub>	□ <sub>8</sub>	□ <sub>9</sub>	□ <sub>9</sub>

問 24 **外国人社員の国籍**【問 22 で、□<sub>1</sub>～□<sub>6</sub> 外国人社員を雇用している、あるいは今後採用を検討したいと回答された方へ】

今後、外国人を採用する際に、どの国・地域に詳しい人材の採用を考えていますか？ 該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 中国
- <sub>2</sub> 香港
- <sub>3</sub> 台湾
- <sub>4</sub> 韓国
- <sub>5</sub> シンガポール
- <sub>6</sub> タイ
- <sub>7</sub> マレーシア
- <sub>8</sub> インドネシア
- <sub>9</sub> フィリピン
- <sub>10</sub> ベトナム
- <sub>11</sub> インド
- <sub>12</sub> オーストラリア
- <sub>13</sub> 米国
- <sub>14</sub> メキシコ
- <sub>15</sub> ブラジル
- <sub>16</sub> ペルー
- <sub>17</sub> 西欧
- <sub>18</sub> 中・東欧
- <sub>19</sub> ロシア・CIS
- <sub>20</sub> 中東
- <sub>21</sub> アフリカ
- <sub>22</sub> その他( )

問 25 **外国人社員採用・雇用のメリット**【問 22 で、□<sub>1</sub>～□<sub>6</sub> 外国人社員を雇用している、あるいは今後採用を検討したいと回答された方へ】

外国人社員を採用・雇用するメリットについてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 財務的効果（売上、業績等の向上）がある。
- <sub>2</sub> 販路の拡大。
- <sub>3</sub> 新たな商品の開発に貢献。
- <sub>4</sub> 経営の現地化への布石。
- <sub>5</sub> 語学力の向上。
- <sub>6</sub> 日本人社員のモチベーションの向上。
- <sub>7</sub> 課題解決能力の向上。
- <sub>8</sub> 対外交渉力の向上。
- <sub>9</sub> 外国人とのコミュニケーションにおける、日本人社員の心理的ハードルの低下。
- <sub>10</sub> その他( )

問 26 **外国人社員採用・雇用の課題**

外国人社員の採用・雇用における課題についてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 財務的効果（売上、業績等の向上）が不明。
- <sub>2</sub> 募集は行うものの応募がない（もしくは少ない）。
- <sub>3</sub> 外国人社員の募集の方法がわからない。
- <sub>4</sub> 将来帰国・転職を希望する者が多く、離職率が高い。
- <sub>5</sub> 外国人の処遇や人事管理の方法がわからない。
- <sub>6</sub> 日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い。
- <sub>7</sub> 日本語能力が求める水準に達していない。
- <sub>8</sub> 組織のビジョンの共有が難しい。
- <sub>9</sub> 就労ビザなど日本の在留許可申請への対応が困難。
- <sub>10</sub> その他( )

付問 26-1【問 26 で、<sub>6</sub> 日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い、もしくは<sub>7</sub> 日本語能力が求める水準に達していないと回答された方へ】

母語の違いによる「言葉の壁」への貴社の対処方針として、該当する項目を全てチェックしてください。

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 外国人社員に対する日本語研修の実施。       | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 日本人社員に対する外国語研修の実施。    |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 社内の英語公用語化を推進。            | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 日本語、外国語ともに堪能な人材を採用。   |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 通訳を活用。                   | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 昇進・昇給の条件に一定の外国語能力を設定。 |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> マニュアル整備によりコミュニケーションを効率化。 | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> 自動翻訳などの情報システム投資を推進。   |
| <input type="checkbox"/> <sub>9</sub> 特別な取り組みは実施していない。         | <input type="checkbox"/> <sub>10</sub> その他( )               |

### 問 27 **社内の英語公用語化**

貴社における英語公用語化の取り組みについてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 取締役会を英語で開催。             | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 取締役会以外の社内会議を英語で開催。       |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 社内の決裁文書を英語で作成。          | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 社内の公式連絡文書を英語で作成。         |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 海外拠点との日常業務連絡に英語使用をルール化。 | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 経理、人事等の管理業務システムを英語で構築。   |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 組織のビジョンや社内規程を英文化。       | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> 入社採用試験を英語で実施。            |
| <input type="checkbox"/> <sub>9</sub> 取り組みは行っていないが、検討している。    | <input type="checkbox"/> <sub>10</sub> 取り組みは行っておらず、今後も行う予定はない。 |
| <input type="checkbox"/> <sub>11</sub> その他( )                 |  |

## VIII **CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針**

### 問 28 **CSRに関する方針の有無**

貴社(本社)ではCSR(企業の社会的責任)に関する方針を策定されていますか? 該当する項目を一つチェックしてください。

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 方針を策定している。               | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 方針を策定していないが、策定することを検討している。 |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 方針を策定しておらず、今後も策定する予定はない。 |  |

付問 28-1【問 28 で、<sub>1</sub> ~<sub>2</sub> 方針を策定している、策定することを検討していると回答された方へ】

CSR方針に明示されている(策定を検討している)事項について、該当する項目を全てチェックしてください。

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 適切な労働慣行・労働安全衛生の確保 | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 人権の尊重       | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 環境保全・保護への取り組み |
| <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 地域社会への配慮・参画       | <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 消費者の安全・情報保護 |   |
| <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 腐敗防止・公正な取引の確保     | <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> その他( )      |   |

### 問 29 **取引先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無**

貴社(本社)では、取引(調達)先の工場や職場の労働・安全衛生・環境への取り組みに関する方針を有し、取引先にその準拠を求めていますか? 該当する項目を一つチェックしてください。

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 方針を有し、取引先に準拠を求めている。      |
| <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 方針を有しているが、取引先に準拠は求めている。  |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 方針は有していないが、今後、作成する予定がある。 |
| <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 方針は有しておらず、今後も、作成する予定はない。 |

付問 29-1【問 29 で、<sub>1</sub> 準拠を求めていると回答された方へ】

貴社方針への準拠を求めている取引(調達)先について、該当する項目を全てチェックしてください。

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 国内の取引(調達)先に準拠を求めている。                   | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 海外の取引(調達)先に準拠を求めている。 |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 取引(調達)先企業に、その企業の取引(調達)先にも準拠させるよう求めている。 |  |

### 問 30 **労働・安全衛生・環境に関する顧客の方針への準拠**

貴社(本社)では、顧客(納入先)から、工場や職場の労働・安全衛生・環境への取り組みに関する当該顧客(納入先)の方針への準拠を求められたことがありますか? 該当する項目を一つチェックしてください。

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 準拠を求められたことがある。 | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 準拠を求められたことはない。 |
|--|--|

付問 30-1【問 30 で、<sub>1</sub> 準拠を求められたことがあると回答された方へ】

貴社が方針への準拠を求められた顧客(納入先)について、該当する項目を全てチェックしてください。

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 国内の顧客(納入先)から準拠を求められたことがある。               | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 海外の顧客(納入先)から準拠を求められたことがある。 |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 顧客(納入先)から、自社の取引(調達)先にも準拠させるよう求められたことがある。 |  |

アンケートはこれにて終了です。  
ご多忙のところ、ご協力いただき誠にありがとうございました。

レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20150165>

2015年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

～ジェトロ海外ビジネス調査～

2016年3月作成

---

作成者 日本貿易振興機構（ジェトロ） 海外調査部 国際経済課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL:03-3582-5177

FAX:03-3582-5309

---