

# JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)

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)  
結果概要

2016年3月3日

日本貿易振興機構(ジェトロ)

海外調査部

# 目次

1. 貿易への取り組み	6
～輸出拡大意欲が過去5年で最大に～	
2. 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開	10
～海外進出拡大意欲は高水準ながらも一服感、国内事業は拡大方針が2年連続で過半超え～	
3. 海外進出への取り組み(国・地域別、機能別)	16
～米国、ベトナム、西欧、インドなどで事業拡大意欲が増加～	
4. 日本企業の中国ビジネス	23
～対中国輸出伸び悩みの主因は内需減、消費財分野は堅調～	
5. 自由貿易協定(FTA)の活用	26
～TPPでは米越間など第三国間取引での活用も検討～	
6. 海外拠点の経営の現地化	29
～約半数の企業が海外拠点の経営の現地化の必要性を認識～	
7. 外国人材の活用	35
～4割の企業が外国人社員を雇用～	
8. CSRに関する方針	42
～大企業の7割がCSR方針を策定～	

# 調査概要・回答企業のプロフィール

## 調査概要

### 1. 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業(本社) : 9,893社  
 (内訳)ジェットロ会員企業(ジェットロ・メンバーズ) : 3,587社  
 ジェットロのサービスの利用企業 : 6,306社

※本調査はジェットロ・メンバーズを対象に2002年度に開始、今回で14回目。2011年度より、調査対象企業を拡充。

### 2. 調査項目

- (1) 貿易への取り組み
- (2) 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開
- (3) 自由貿易協定(FTA)の活用
- (4) 新興国のビジネス環境
- (5) 海外拠点の経営の現地化
- (6) 外国人材の活用
- (7) CSRに関する方針

### 3. 調査期間

2015年11月25日 ~ 2016年1月6日

### 4. 回収状況

有効回収数 : 3,005社 (うちジェットロ・メンバーズ : 1,292社)  
 有効回答率 : 30.4%

## 大企業・中小企業等の定義

	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

※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。「小規模企業者」は中小企業庁の定義を元にジェットロにて定義。

## 回答企業のプロフィール

	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

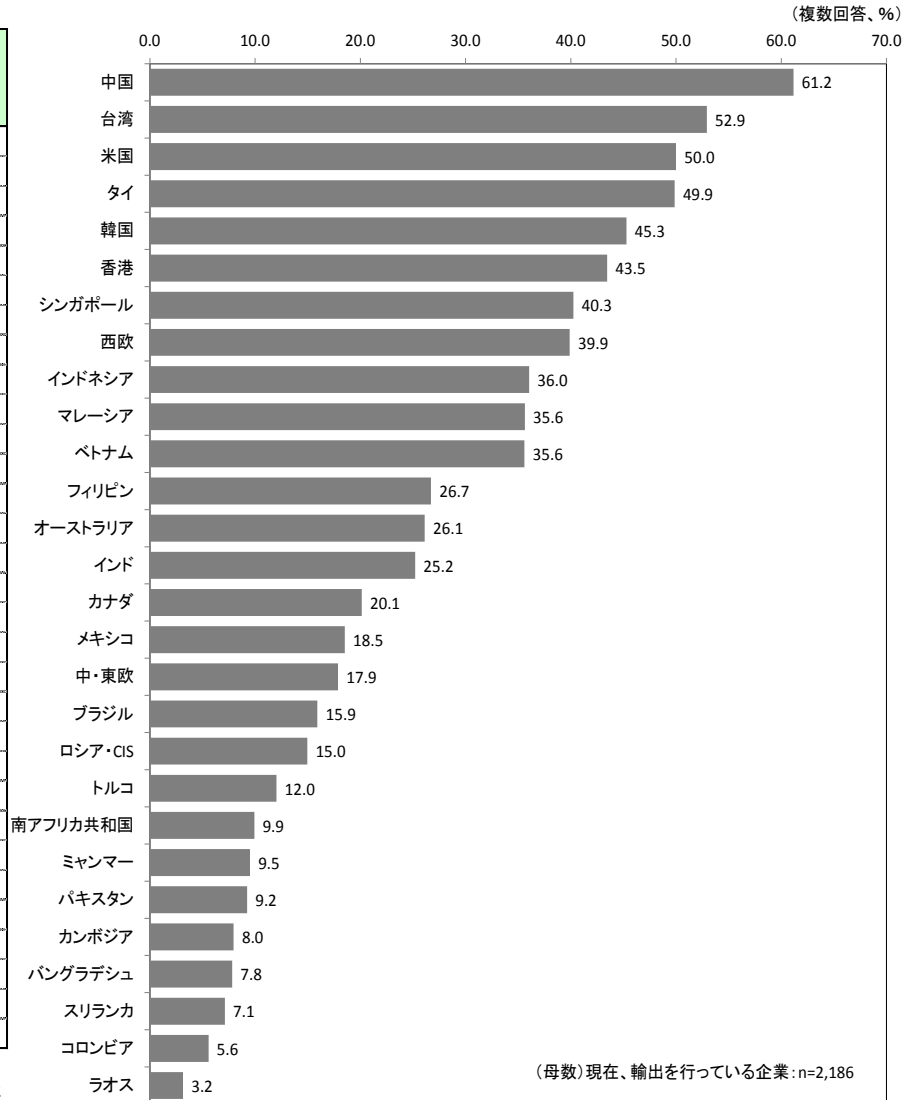
# 回答企業プロフィール(現在の輸出状況)

## 輸出の有無(業種・企業規模別)

	(%)			
	現在、輸出を行っている 輸出のみを行っている	現在、輸出は 行っていない	無回答	
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。

## 輸出企業の主な輸出先(国・地域別)



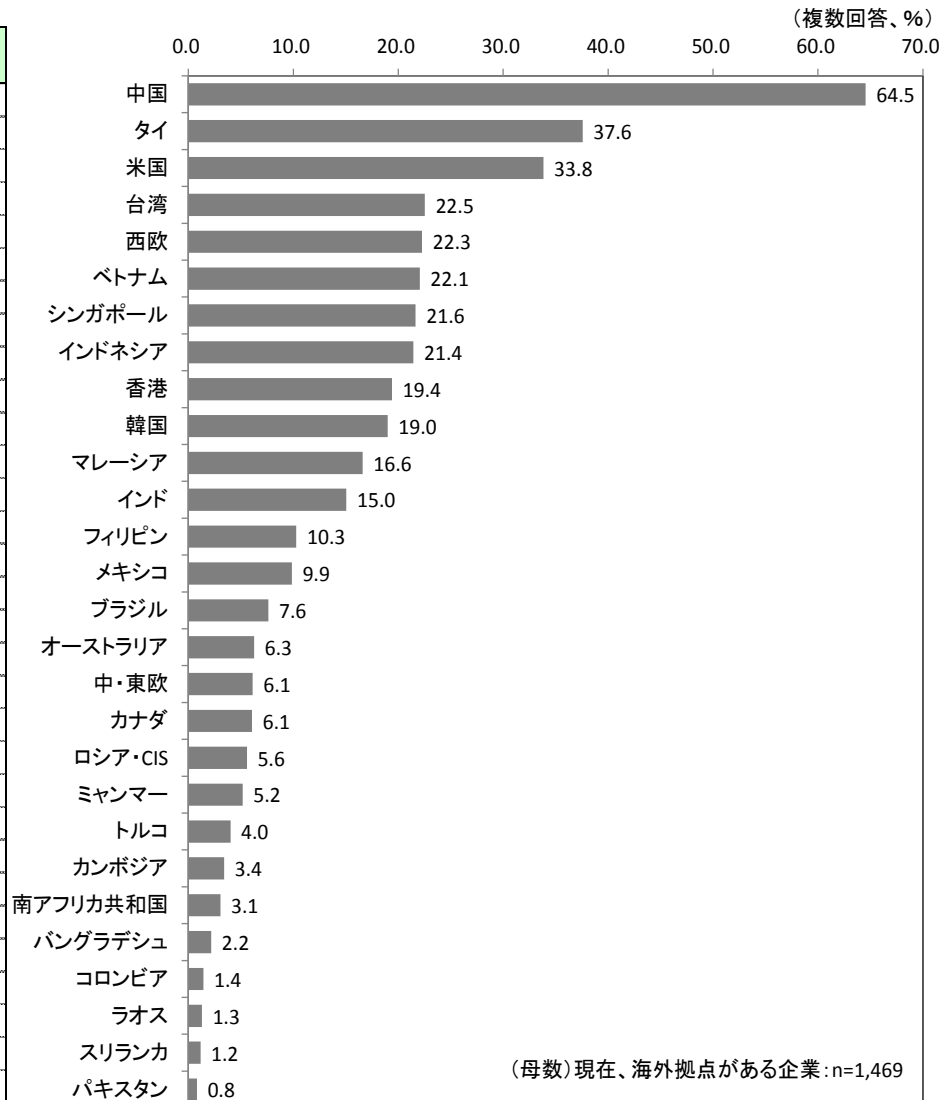
# 回答企業プロフィール(現在の海外進出状況)

## 海外拠点の有無(業種・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
医薬品・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。

## 海外拠点の所在国・地域



# 1. 貿易への取り組み

～輸出拡大意欲が過去5年で最大に～

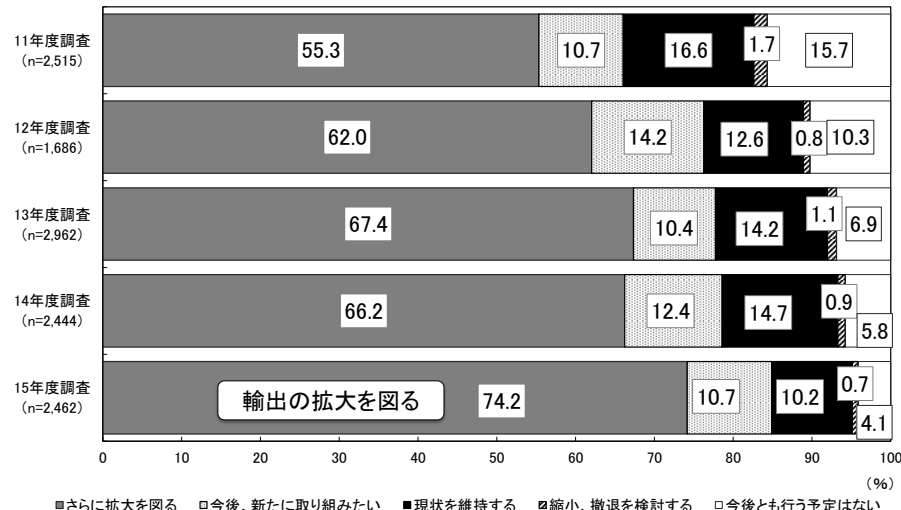
# 貿易への取り組み: 今後の輸出方針

## 輸出拡大意欲は大幅に増加

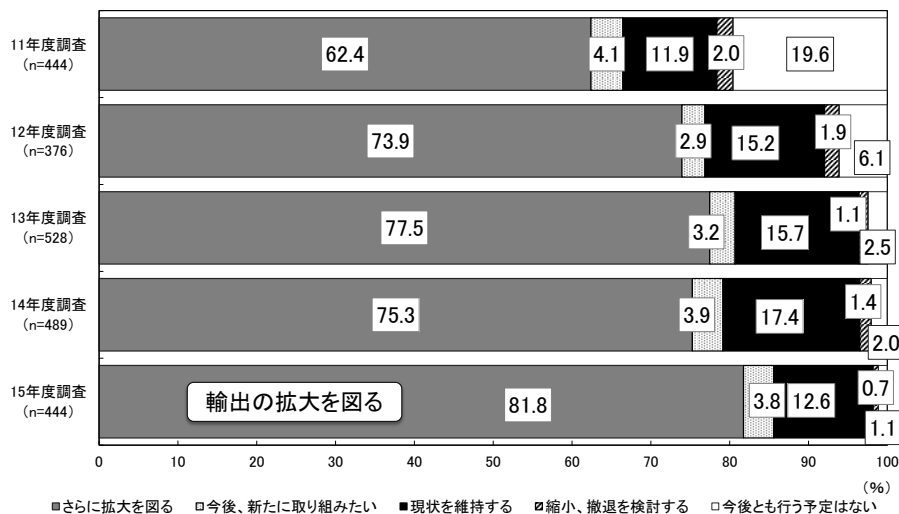
今後(3年程度)の輸出方針について、「輸出の拡大をさらに図る」企業が前年の66.2%から74.2%と過去5年間で最も高い比率に上昇、「新たに取り組みたい」(10.7%)企業と合わせると84.9%の企業が輸出拡大に積極的な姿勢を示した。

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。

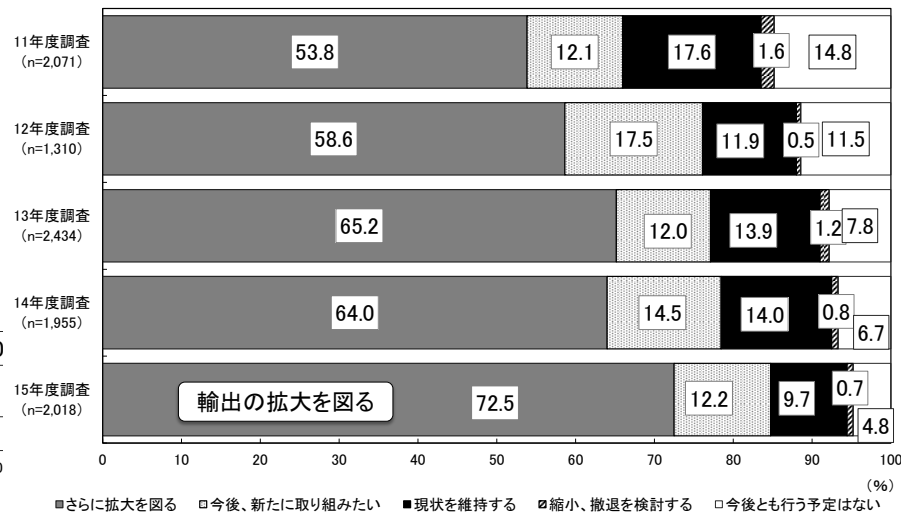
## 今後(2015年度も含めて3カ年程度)の輸出に関する方針



## 大企業



## 中小企業



[注]いずれも母数は「輸出を行う業種ではない」「無回答」を除いた企業数。

# 貿易への取り組み: 今後の輸出方針

今後(2015年度も含めて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、輸出を行っていないが、今後は縮小、撤退を検討する	現在、輸出は行っていないが、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
飲食料品	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10社以上の業種のみ掲載。

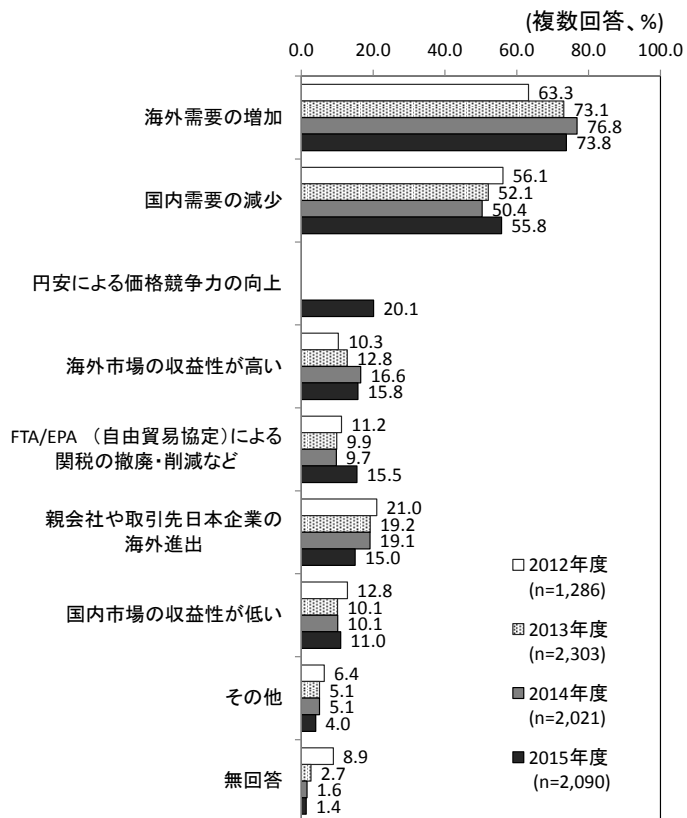


# 貿易への取り組み：輸出ビジネスを拡大する理由

## 海外需要の増加が輸出ビジネス拡大の最大の理由

「輸出ビジネスを拡大する理由」では、「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。

### 輸出ビジネスを拡大する理由(全体)



### 輸出ビジネスを拡大する理由(企業規模別、業種別)

	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

【注】①母数は今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。②「円安による価格競争力の向上」は2015年度に新設。

## 2. 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開

～海外進出拡大意欲は高水準ながらも一服感、  
国内事業は拡大方針が2年連続で過半超え～

# 海外進出への取り組み: 今後の海外進出方針

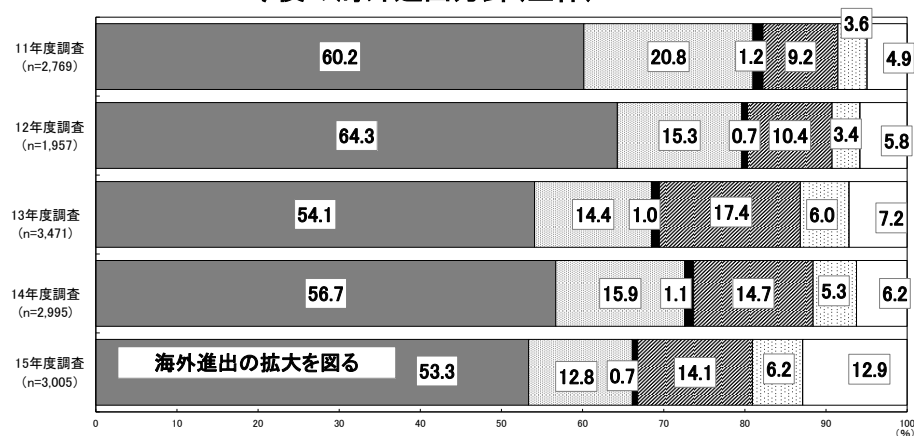
## 海外進出拡大意欲は高水準ながらも一服感

今後(3年程度)の海外進出方針では、「拡大を図る」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。

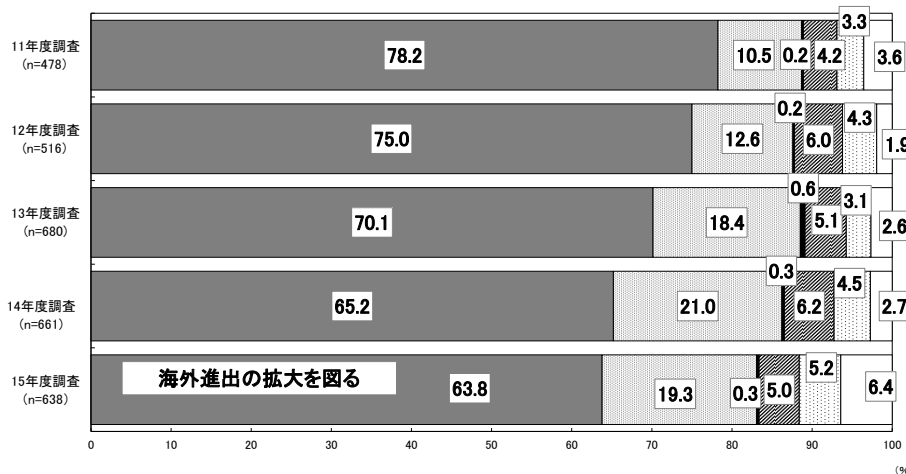
### 今後の海外進出方針(全体)



■ 拡大を図る □ 現状を維持する ■ 縮小、撤退が必要と考えている ▨ 今後とも海外への事業展開は行わない □ その他 □ 無回答

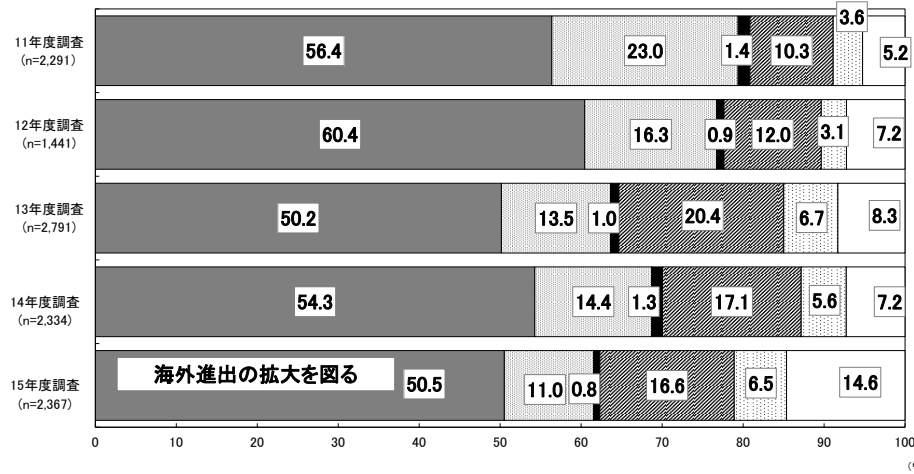
[注]2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

### 大企業



■ 拡大を図る □ 現状を維持する ■ 縮小、撤退が必要と考えている ▨ 今後とも海外への事業展開は行わない □ その他 □ 無回答

### 中小企業



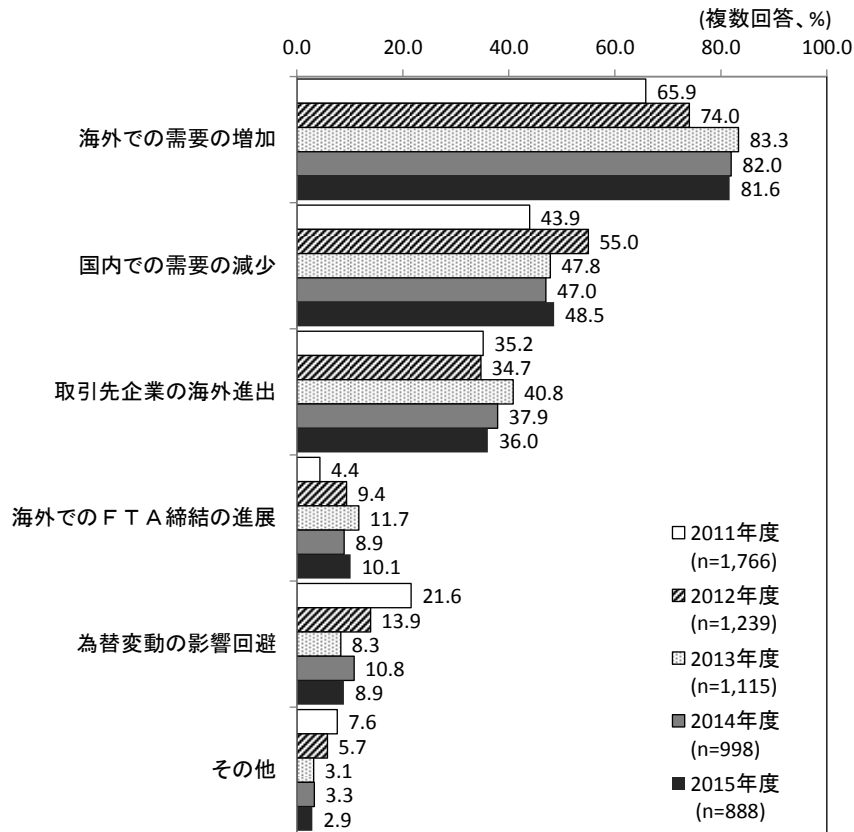
■ 拡大を図る □ 現状を維持する ■ 縮小、撤退が必要と考えている ▨ 今後とも海外への事業展開は行わない □ その他 □ 無回答

# 海外進出を拡大する理由

## 需要変動への対応が最大の理由

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。

海外進出を拡大する理由(全体)



海外進出を拡大する理由(全体、企業規模別、業種別)

理由	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。

# 国内事業の取り組み: 今後の国内事業展開

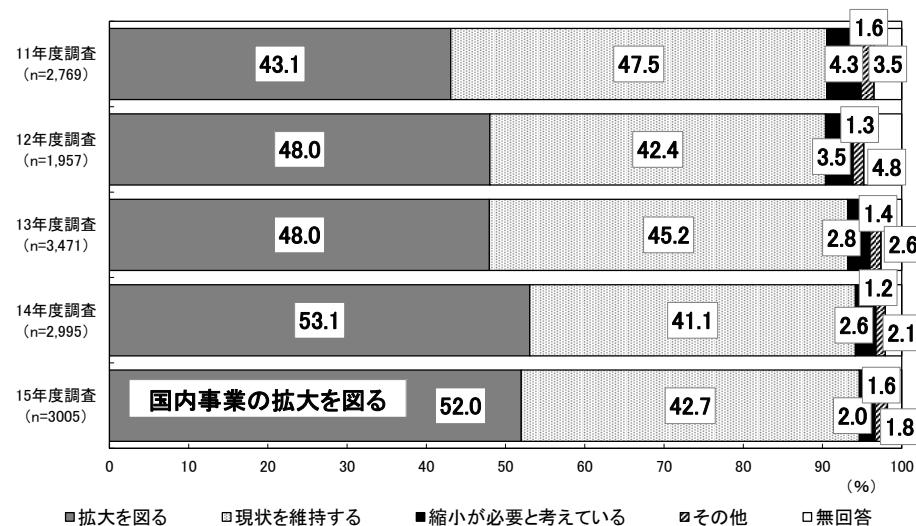
## 国内事業は拡大方針が2年連続で過半数超え

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。

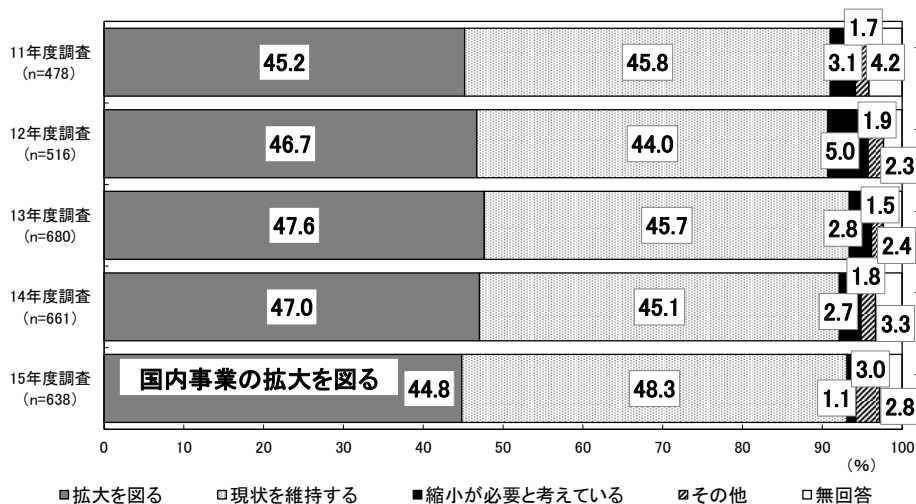
大企業では「拡大を図る」が44.8%と前年(47.0%)から低下した一方、中小企業では前年の54.8%から53.9%へとほぼ横ばいに推移した。

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。

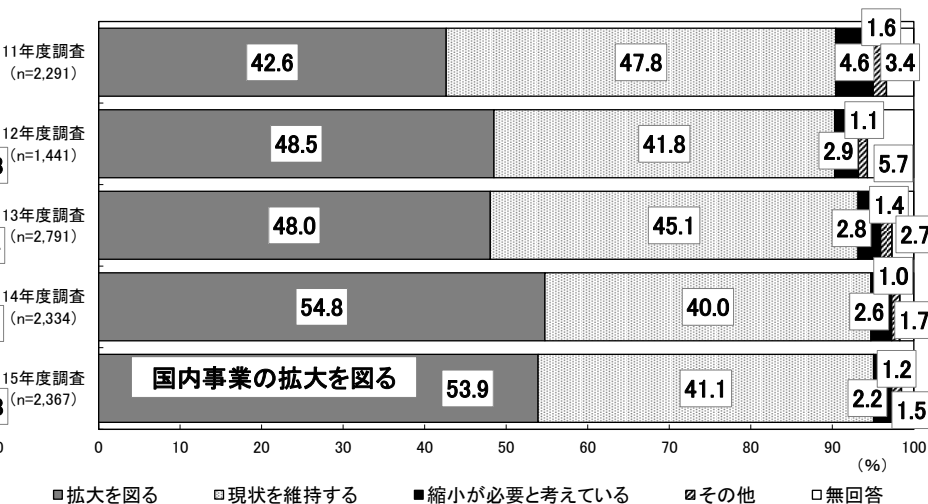
今後の国内事業展開(全体)



大企業



中小企業



# 国内事業を拡大する理由

## 国内需要の増加が最大の理由

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。

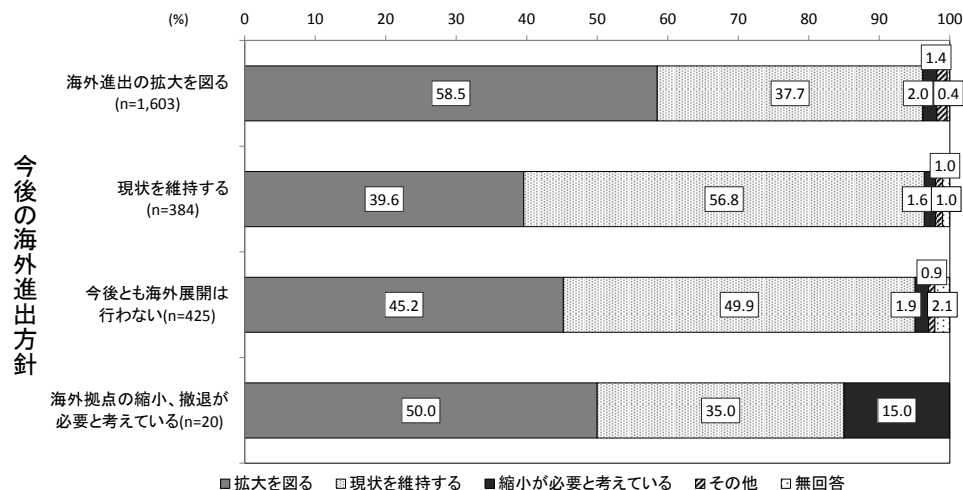
また、海外進出拡大方針を有する企業の58.5%は、国内事業も拡大すると回答し、海外進出を拡大する企業は国内事業も拡大する傾向がみられた。

## 国内事業を拡大する理由(全体、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

## 海外進出の方針別にみた国内事業の今後の方向性(全体)



今後の海外進出方針

今後の国内事業展開

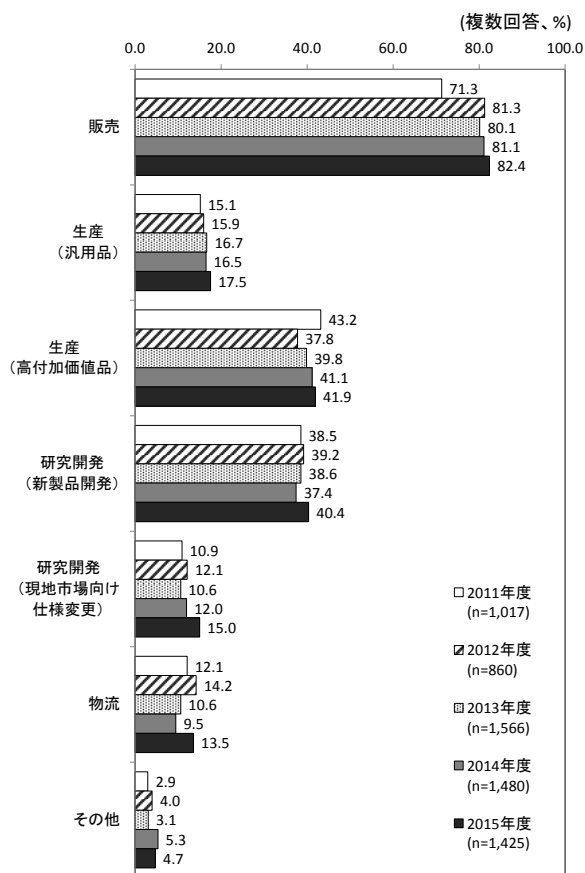
[注]母数は「拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。

# 国内で拡大を図る機能

## 国内では販売機能のほか、高付加価値品の生産、新製品開発を重視

日本国内で事業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。

国内で拡大を図る機能(全体)



国内で拡大を図る機能(企業規模別、業種別)

(複数回答、%)

	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]母数は「今後3年程度で国内事業の拡大を図る」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。

### 3. 海外進出への取り組み(国・地域別、機能別)

～米国、ベトナム、西欧、インドなどで事業拡大意欲が増加～



# 海外で拡大を図る国・地域(時系列)

## ■ 米国、ベトナム、西欧、インドなどで事業拡大意欲が増加

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。

### 海外で拡大を図る国・地域

(複数回答、%)

国・地域名	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
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)。

# 海外で拡大を図る国・地域（時系列）

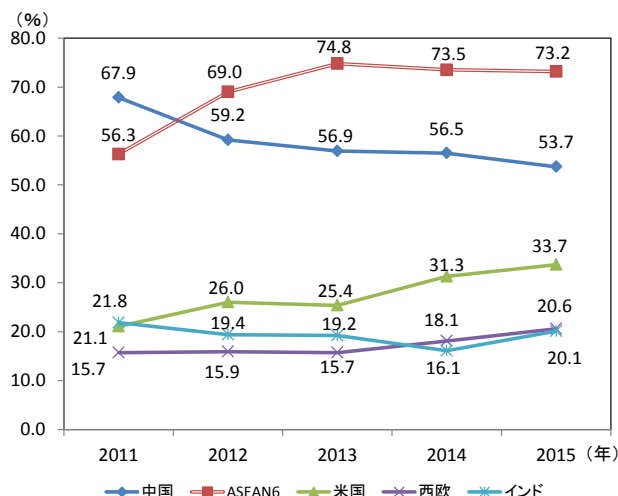
## ASEAN6が4年連続で中国を上回る

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。

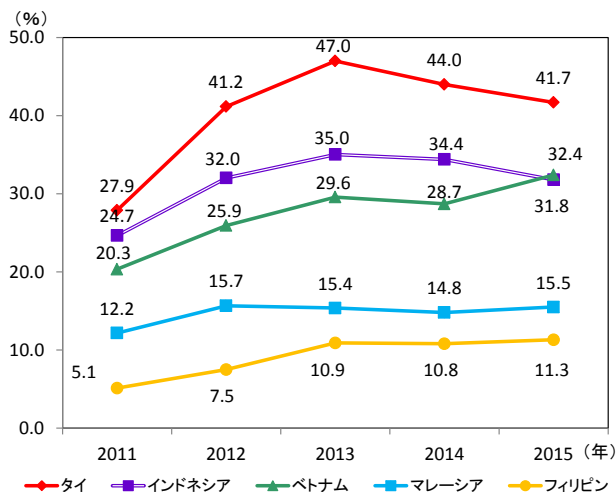
## メキシコ、トルコは事業拡大方針の企業が増加傾向

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。

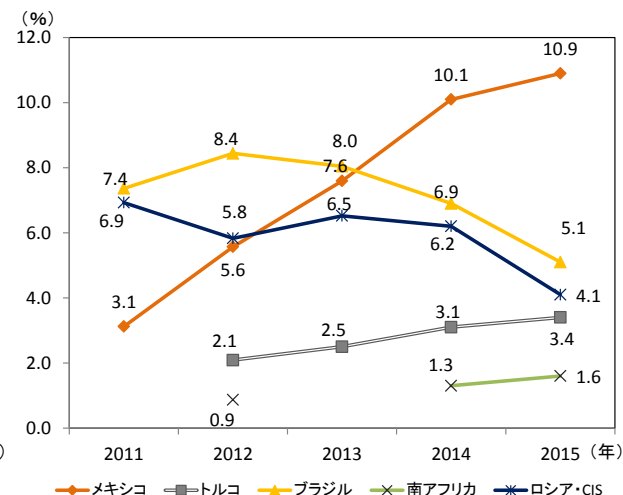
主要国・地域（全体）



アジア新興国（全体）



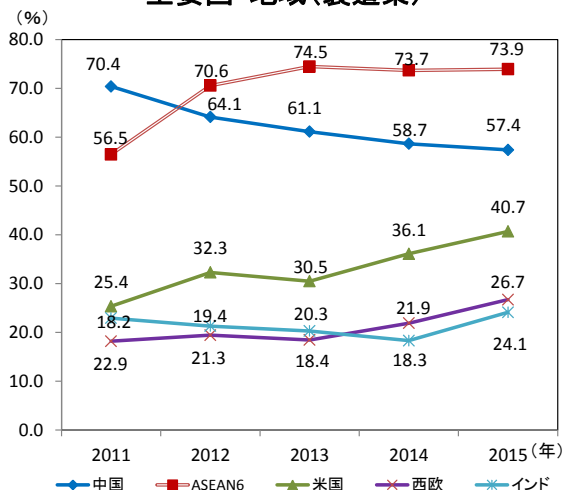
その他新興国（全体）



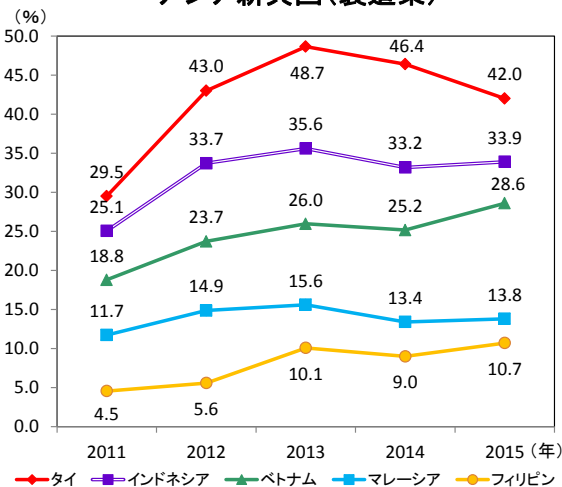
〔注〕①母数は各年度調査とも、今後3年程度で海外進出を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。「海外進出を拡大する企業」とは、2011年度、2012年度は「海外事業規模を拡大する」と回答した企業、2013年度以降については「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」と回答した企業。②ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。③「全体」は、各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数の比率。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。

# 海外で拡大を図る国・地域(時系列)

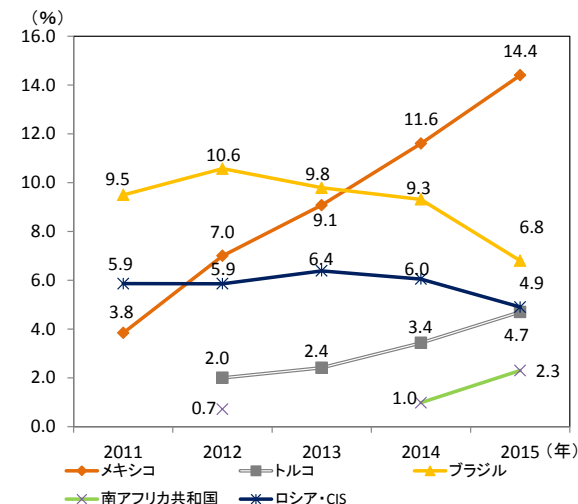
## 主要国・地域(製造業)



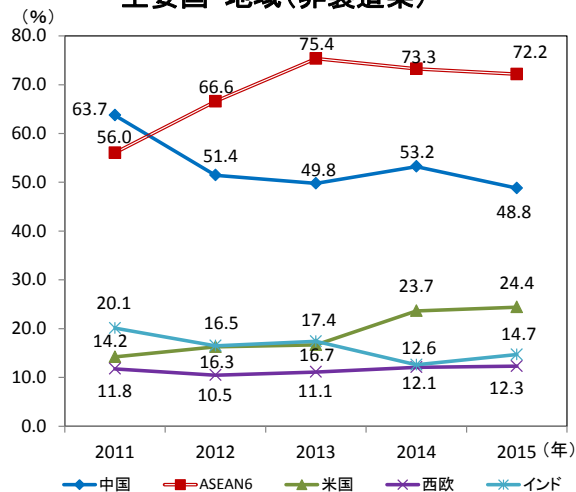
## アジア新興国(製造業)



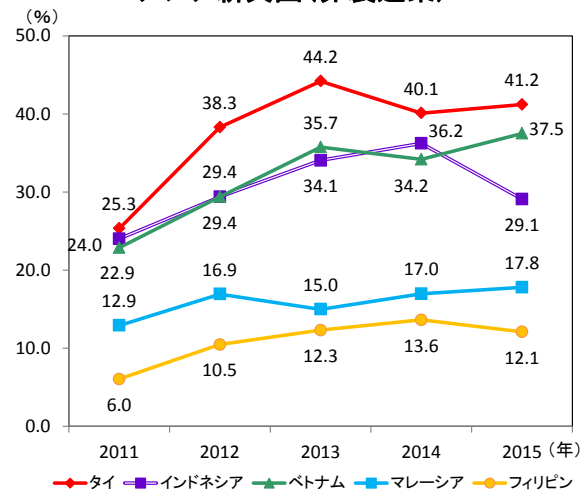
## その他新興国(製造業)



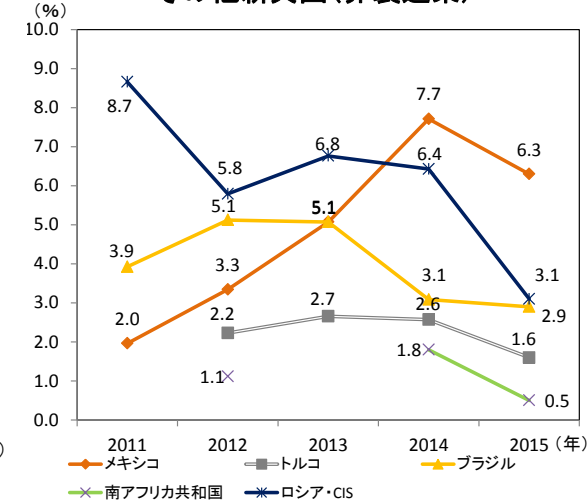
## 主要国・地域(非製造業)



## アジア新興国(非製造業)



## その他新興国(非製造業)



[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。②ASEAN6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)。

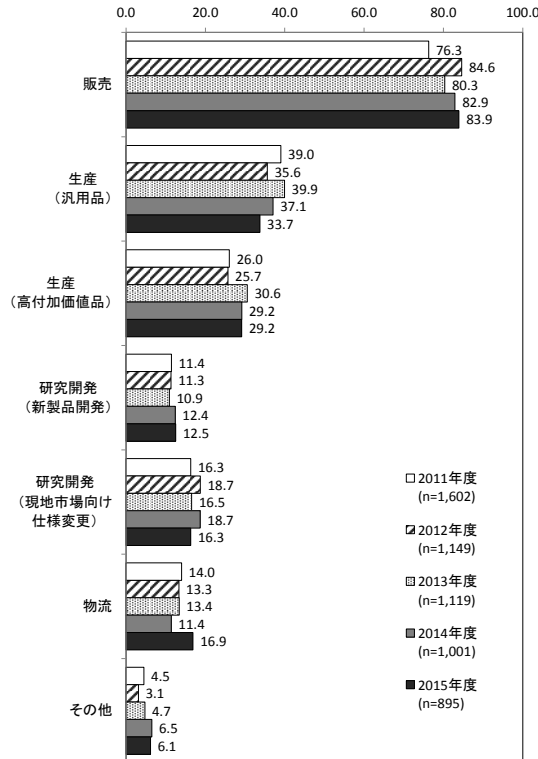
# 海外で拡大を図る機能

## 販売機能、物流機能の強化を図る

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。

### 海外で拡大を図る機能(全体)

(複数回答、%)



### 海外で拡大を図る機能 機能別国・地域ランキング

(複数回答、%)

順位	販売		生産				研究開発				物流						
	国・地域名	%	汎用品		高付加価値品		新製品開発		現地市場向け仕様変更		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	1	中国	5.8
2	タイ	33.1	2	タイ	10.6	2	タイ	9.1	2	米国	4.4	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	3	米国	3.7
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	4	ベトナム	3.4
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	5	シンガポール	2.8
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	6	西欧	2.3
7	西欧	17.8	7	メキシコ	2.8	7	西欧	3.2	7	台湾	1.3	7	西欧	2.2	7	香港	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	8	台湾	2.0
9	韓国	14.5	9	ミャンマー	2.2	9	台湾	3.0	9	シンガポール	1.0	9	シンガポール	1.8	9	インドネシア	1.7
10	マレーシア	12.7	10	フィリピン	2.1	10	韓国	1.8	10	香港	1.0	10	マレーシア	1.8	10	インド	1.7
11	シンガポール	12.2	11	マレーシア	1.9	11	シンガポール	1.8	11	韓国	0.8	11	香港	1.3	11	マレーシア	1.1
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	11	韓国	1.1
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	11	カンボジア	1.1
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	14	フィリピン	1.0
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	15	ミャンマー	0.9
16	中・東欧	5.5	15	バングラデシュ	0.9	14	ブラジル	1.2	15	フィリピン	0.4	16	メキシコ	0.3	15	メキシコ	0.9
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	17	中・東欧	0.8
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、バングラデシュ	0.3	18	カンボジア、ロシア、CIS、カナダ、オーストラリア	0.2	18	ブラジル、ロシア、CIS、トルコ	0.4
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	19	ロシア・CIS	0.6						
20	ロシア・CIS	3.5															
	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

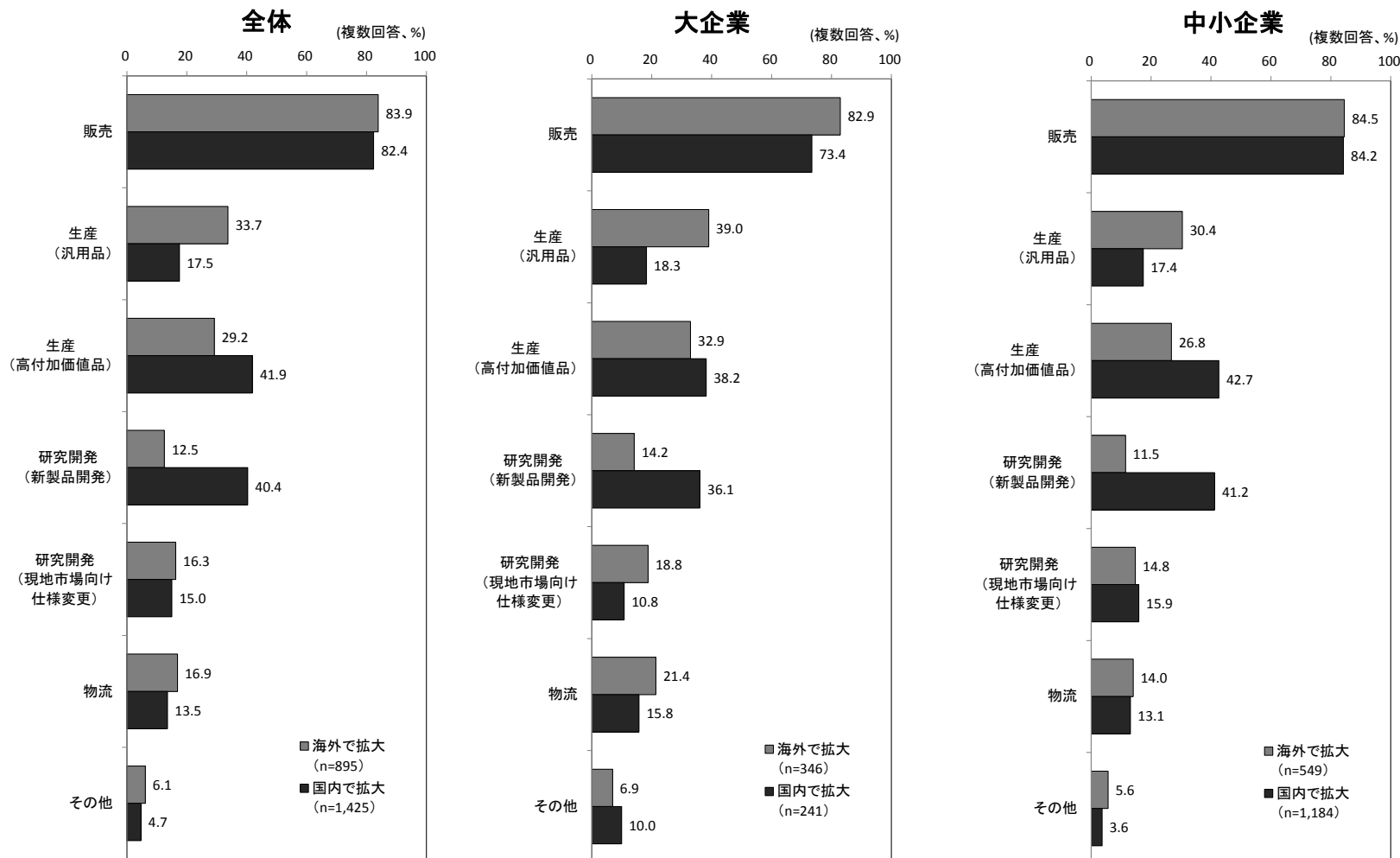
[注]①母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数(895社)。  
 ②西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。  
 ③ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計(重複する企業は除く)。  
 ④網掛けは回答率が10%以上の項目。

[注]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。

# 国内・海外で拡大を図る機能比較

■ 生産(高付加価値品)、研究開発(新製品開発)では海外よりも国内で機能を拡充

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)では国内での拡大意欲が海外を上回った。特に中小企業でその傾向が強い。



# 新興国のビジネス環境上の課題(課題項目別)

## 中国、タイで労務問題を課題と認識する企業が多い

「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、インドではインフラや関連産業集積を課題に挙げる割合が低下傾向

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。

## 新興国のビジネス環境上の課題(課題項目別上位10カ国)

(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				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	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	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
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	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	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	-	-	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
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	-	-	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
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	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
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	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
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	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
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	-	-	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	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	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	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	-	-	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	-	-
	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				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	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	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	-	-	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
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	-	-	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
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	ミャンマー	17.9	16.8	14.5	21.0	インド	11.6	8.3	9.3	5.3	バキスタン	33.9	30.1	-	-
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	-	-	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	31.1	20.5	9.8
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	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
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	-	-	ベトナム	16.4	14.2	14.2	15.7	バキスタン	5.2	4.6	-	-	ブラジル	29.6	25.0	27.5	6.7
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	バキスタン	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
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	14.6	12.7	-	-	スリランカ	4.4	3.4	-	-	バングラデシュ	27.7	18.8	-	-
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	-	-	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

[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、バキスタン: 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、バキスタン: 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]

[n(12年度) = 中国: 1,304、タイ: 750、マレーシア: 472、インドネシア: 615、フィリピン: 409、ベトナム: 612、ミャンマー: 366、インド: 507、メキシコ: 250、ブラジル: 297、ロシア: 284、トルコ: 225、南ア: 209]

[注]①母数(n)は、各国において現在ビジネスを行っている、または新規ビジネスを検討している企業の総数。

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」。

## 4. 日本企業の中国ビジネス

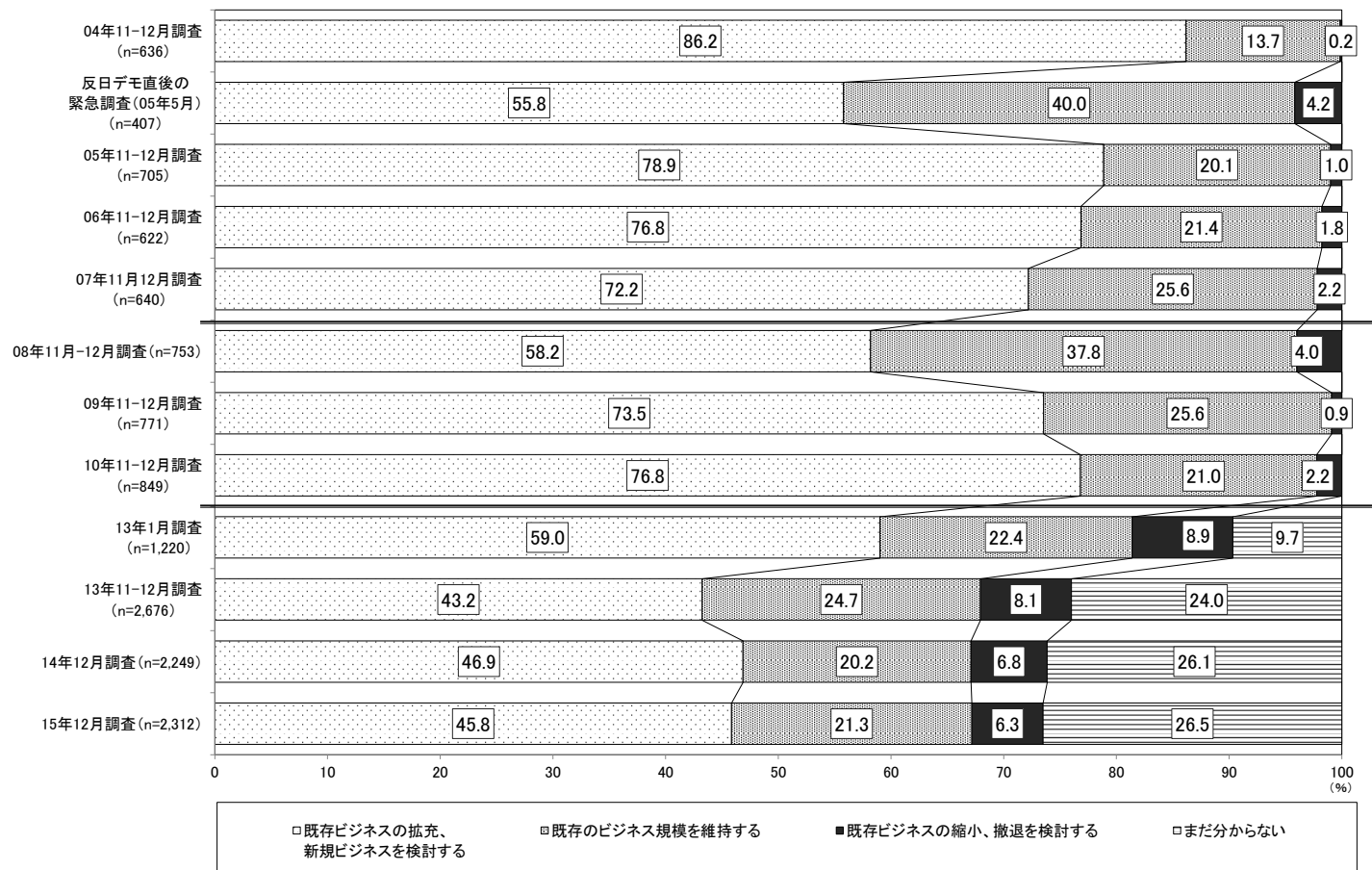
～対中国輸出伸び悩みの主因は内需減、  
消費財分野は堅調～

# 今後の中国でのビジネス展開

## ■ 今後の中国ビジネスへの姿勢に大きな変化は見られず

中国で「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「既存の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。

中国での今後の海外ビジネス展開(全体・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。いずれも「今後もビジネス展開は行わない」「無回答」除く。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。

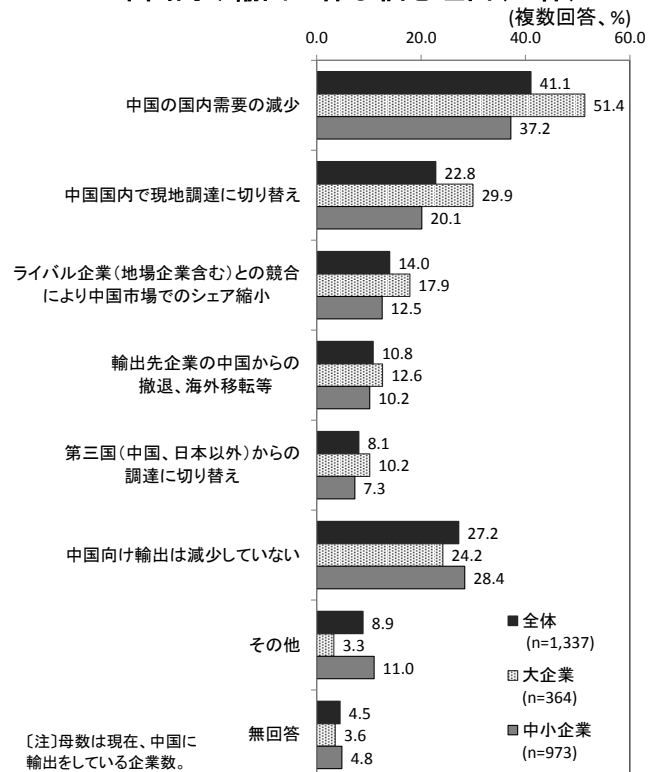


# 貿易への取り組み：中国向け輸出

## ■ 对中国輸出伸び悩みの主因は内需減、消費財分野は堅調

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%)が続いている。

中国向け輸出が伸び悩む理由(全体)



中国向け輸出が伸び悩む理由(業種別)

	社数	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
医療品・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
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	0.0	7.1	3.6	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10社以上の業種のみ。

## 5. 自由貿易協定(FTA)の活用

～TPPでは米越間など第三国間取引での活用も検討～

# 自由貿易協定(FTA)の活用:日本の貿易におけるTPP利用検討状況

## ■ 幅広い業種で日本からの輸出で利用を検討

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。

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。

## 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。

## 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)

順位	日本-米国	企業数
1	商社・卸売(n=130)	50
2	飲食料品(n=102)	44
3	一般機械(n=69)	27
4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=52)	21
5	化学(n=38)	18

順位	日本-カナダ	企業数
1	商社・卸売(n=53)	20
2	飲食料品(n=43)	16
3	一般機械(n=31)	11
4	繊維・織物/アパレル(n=10)	6
4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(n=16)	6
4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=18)	6

順位	日本-NZ	企業数
1	商社・卸売(n=28)	11
2	一般機械(n=24)	10
3	飲食料品(n=30)	9
4	精密機器(n=12)	3
5	-	-

[注]①nは当該国へ輸出を行っているとして回答した企業の数。②「企業数」は「利用を検討中」と回答した企業の数。nが10件以上ある業種を多い順に並べた。 27

# 自由貿易協定(FTA)の活用: 第三国間貿易におけるTPP利用検討状況

## 米越間など第三国間貿易での活用も検討

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。

### 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。プルネイは件数が少ないため非表示。

### 第三国間取引を想定している業種

順位	全体(n=395)	件数
1	商社・卸売	116
2	飲食料品	59
3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	31
4	繊維・織物/アパレル	26
5	化学	18

順位	ベトナム-米国(n=82)	件数
1	商社・卸売	21
2	繊維・織物/アパレル	11
3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	9
4	飲食料品	7
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

順位	マレーシア-米国(n=26)	件数
1	商社・卸売	12
2	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	2
2	化学	2
2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	2

[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。

## 6. 海外拠点の経営の現地化

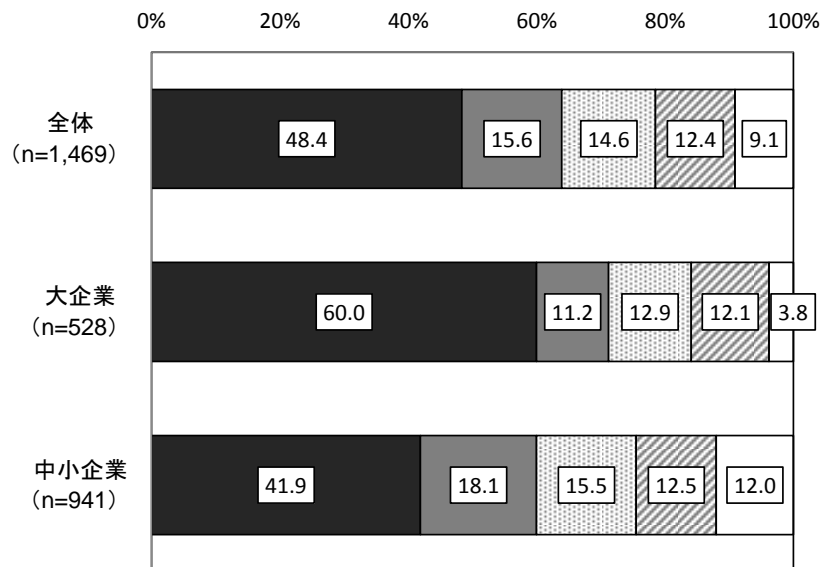
～約半数の企業が海外拠点の経営の現地化の必要性を認識～

# 海外拠点の経営の現地化：現地化に対する認識

## ■ 約半数の企業が、より一層の経営の現地化の必要性を認識

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）については、海外拠点を有する企業の48.4%が「現地化を一段と進める必要がある」と回答した。業種では、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」（同73.1%）の比率が特に高い。大企業では60.0%の企業が必要性を認識している。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%）、「現地で優秀な人材を採用するため」（同49.0%）が上位を占めた。

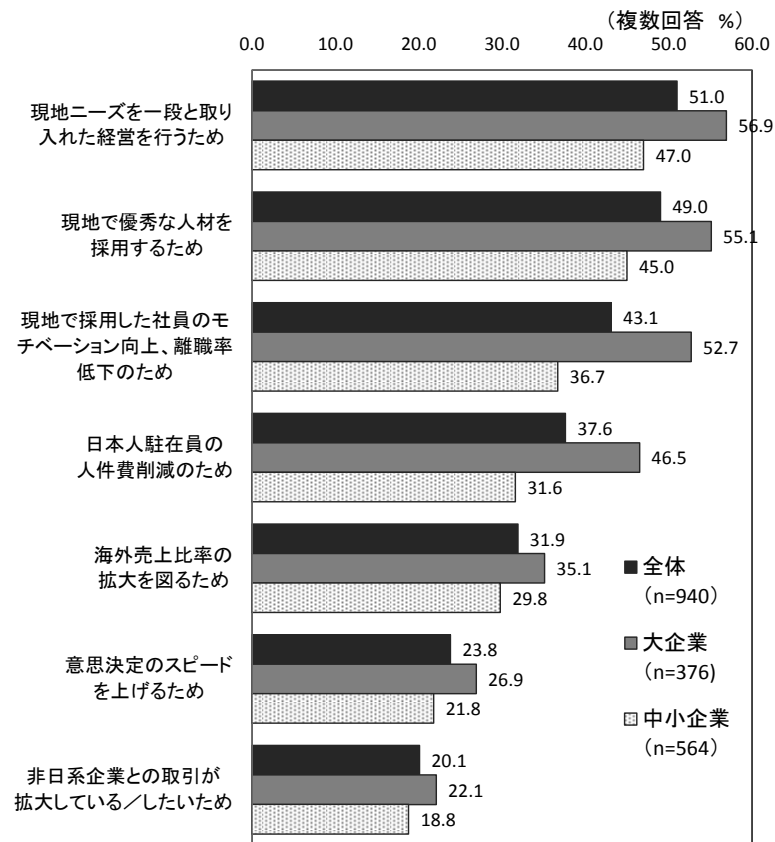
現地化に対する認識



- 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

[注]母数は海外に拠点を有する企業数

現地化に取り組む理由(上位項目)



[注]母数は「経営の現地化を一段と進める必要がある」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

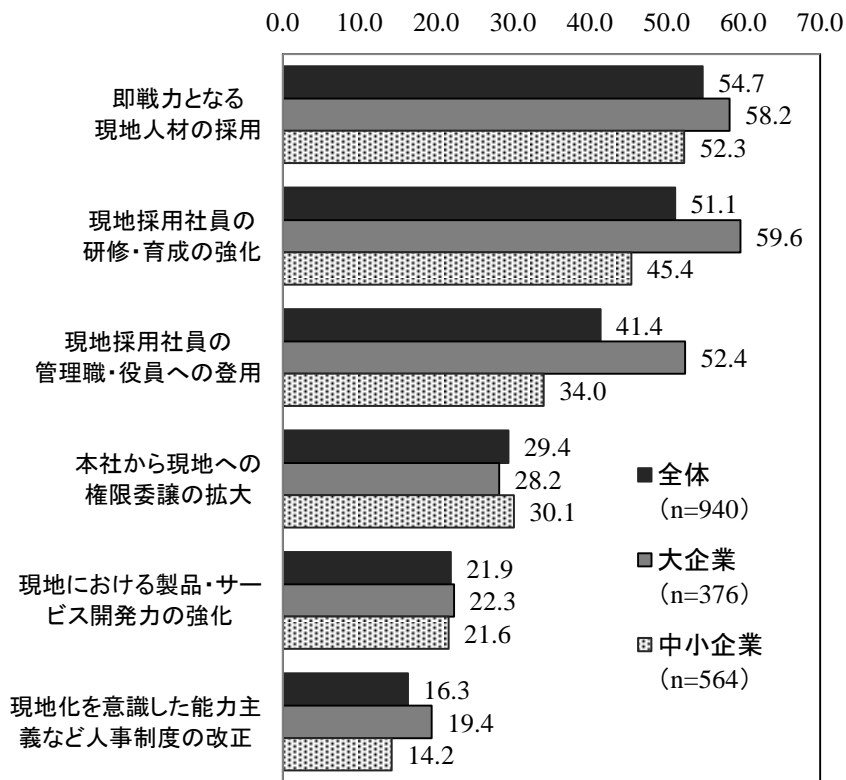
# 海外拠点の経営の現地化：現地化に向けた取り組みと課題

## ■ 半数超の企業が現地人材の採用・育成に取り組む

現地化に向けた取り組みとしては、「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%)、「現地採用社員の研修・育成の強化」(同51.1%)が上位を占めた。一方、課題としては、「幹部候補人材の採用」(同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。

現地化に向けた取り組み(上位項目)

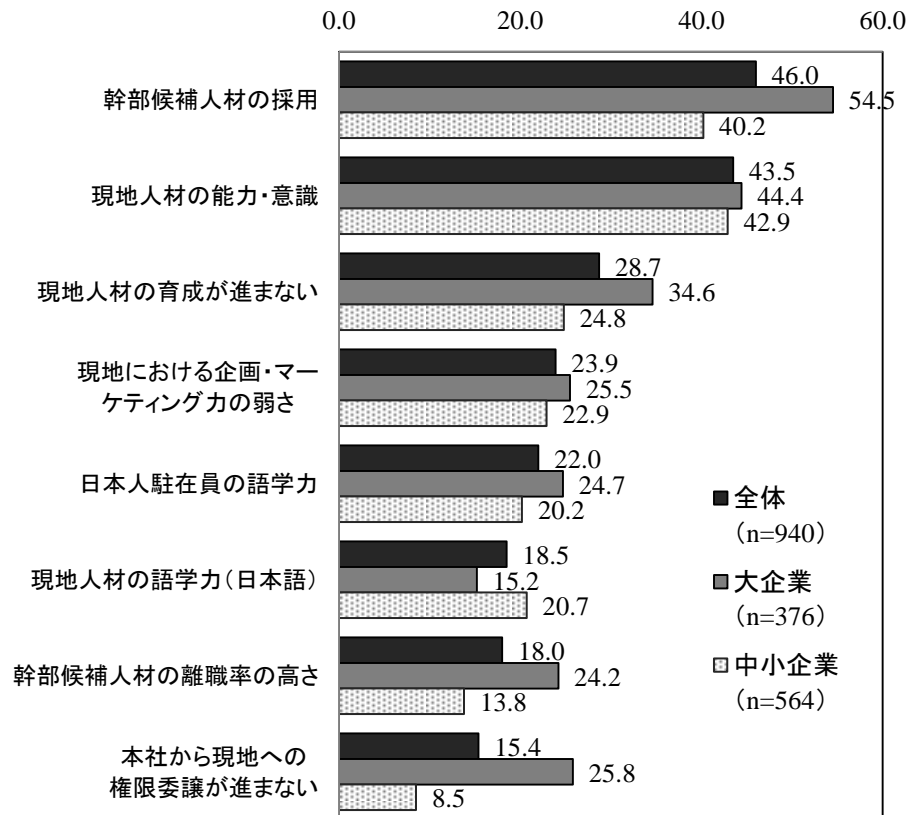
(複数回答、%)



[注]母数は「経営の現地化を一段と進める必要がある」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

現地化を進める上での課題(上位項目)

(複数回答、%)



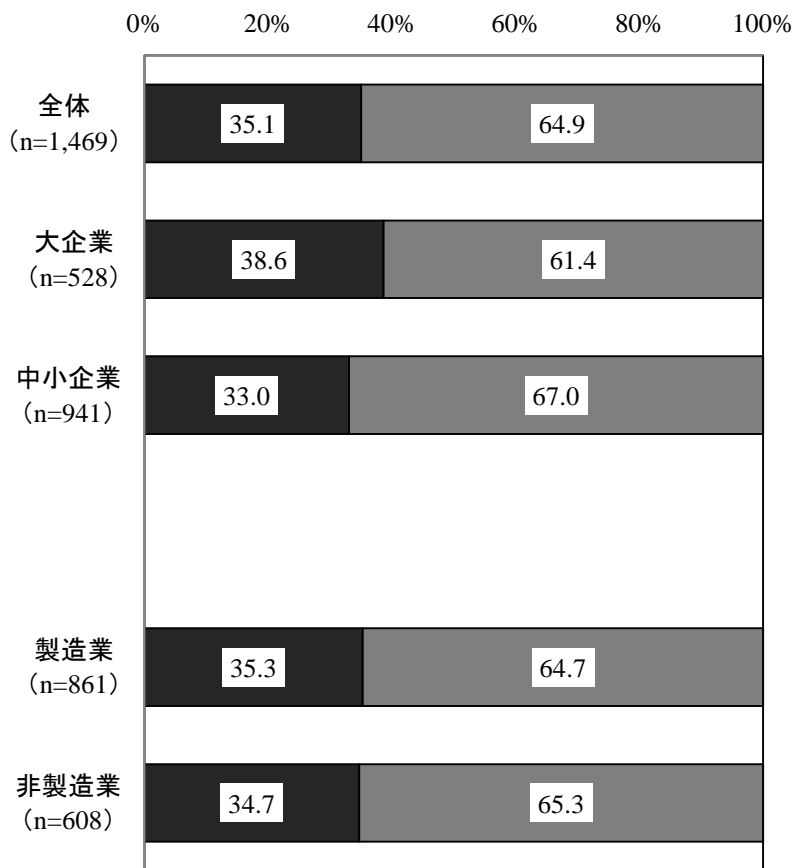
[注]母数は「経営の現地化を一段と進める必要がある」および「経営の現地化は十分にできており、これ以上、進める必要はない」と回答した企業数

# 海外拠点の経営の現地化：地域統括拠点

## 海外拠点を有する企業の3分の1超が地域統括拠点を設置、国別では中国が最多

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。

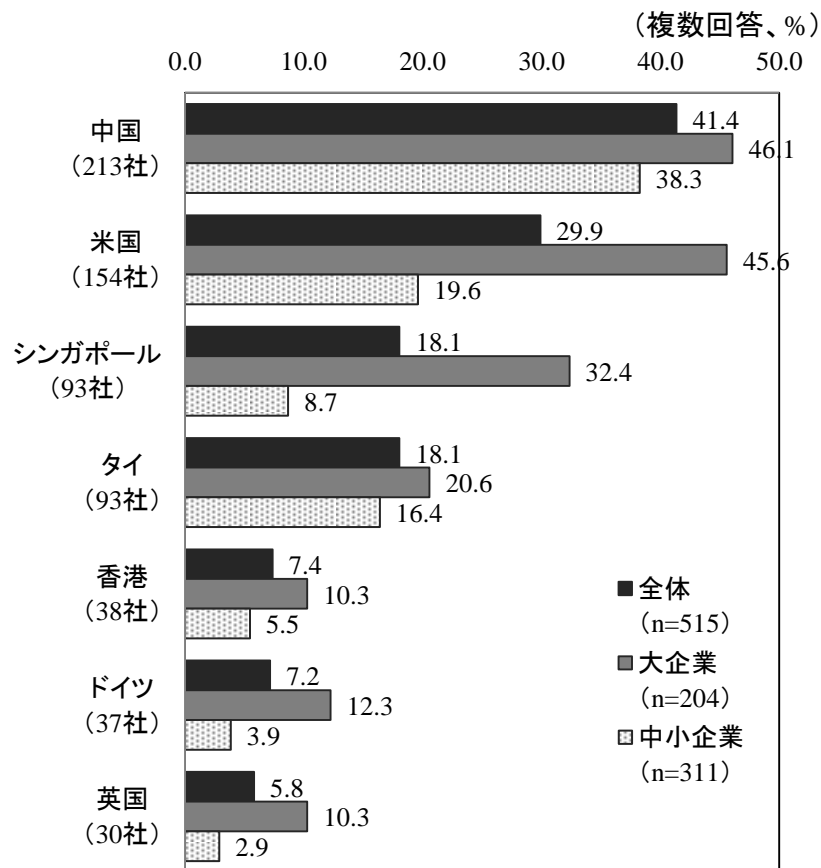
地域統括拠点の有無



■ 地域統括拠点がある ■ 地域統括拠点がない、または無回答

[注]母数は海外に拠点を有する企業数

地域統括拠点の所在国(上位項目)(企業数・保有比率)



[注]母数は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。

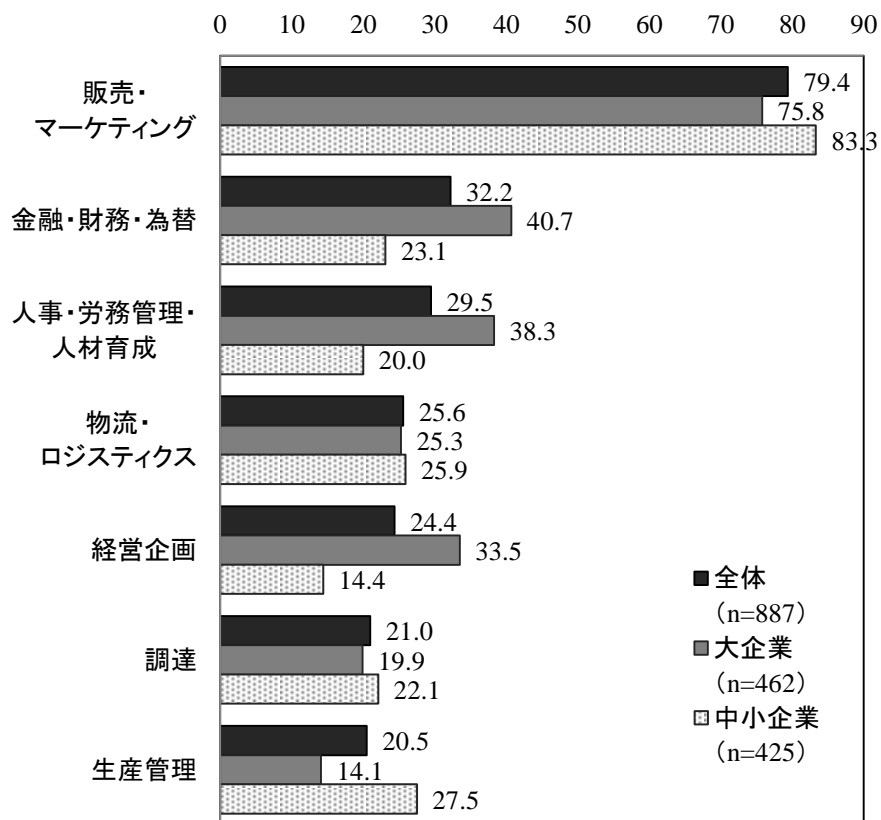


# 海外拠点の経営の現地化：地域統括拠点

## 4割以上の企業が地域統括機能をさらに強化

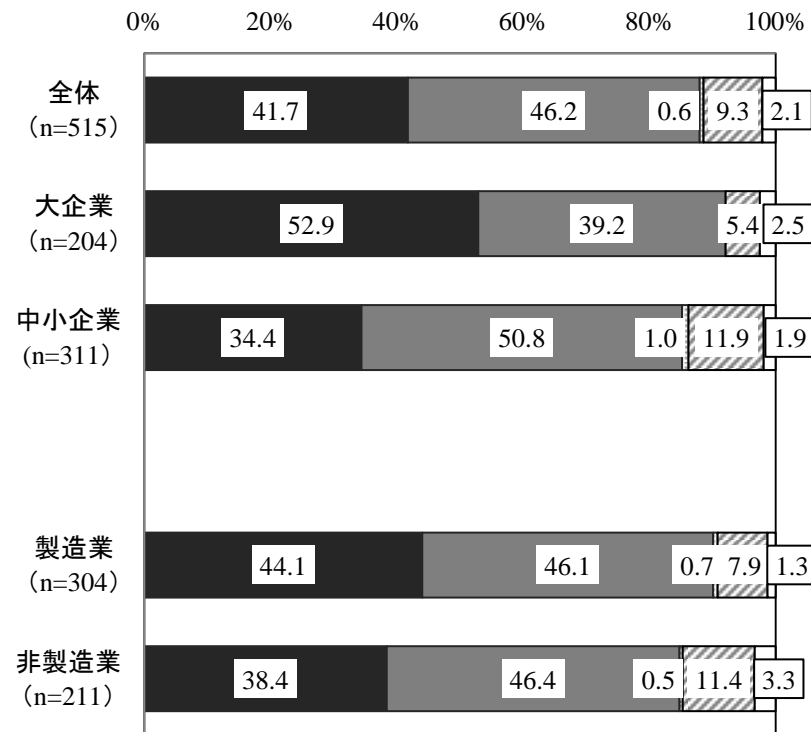
地域統括拠点の業務内容(機能)をみると、「販売・マーケティング」(地域統括拠点総数の79.4%)が圧倒的に多く、「金融・財務・為替」(同32.2%)、「人事・労務管理・人材育成」(同29.5%)が続いた。今後の方向性として、「地域統括機能を強化する」と回答した企業は地域統括拠点を有する企業の41.7%だった。「現状を維持する」と回答した企業(同46.2%)を加えると、地域統括機能を維持、または強化する企業は9割近い。

地域統括拠点の機能(上位項目) (複数回答、%)



[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。

地域統括拠点の今後の方向性



■ 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  
 □ 不明

[注]母数は地域統括拠点を有する企業数。

# 海外拠点の経営の現地化：地域統括拠点

## 主な地域統括拠点の統括業務内容と管轄地域

(複数回答、%)

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	83.9	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	金融・財務・為替	39.8	2	生産管理	33.3	2	金融・財務・為替	34.2	2	経営企画	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	35.5	3	調達	24.7	3	調達	31.6	3	物流・ロジスティクス	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	28.0	4	人事・労務管理・人材育成	22.6	4	物流・ロジスティクス	28.9	4	金融・財務・為替	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	18.4	5	人事・労務管理・人材育成	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	18.4	6	研究・開発(R&D)	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	18.4	7	情報システム	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	15.8	7	調達	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	15.8	9	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	10.5	10	生産管理、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	%	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	ASEAN	93.5	1	北東アジア	76.3	1	欧州	100.0
2	ASEAN	7.5	2	南米	31.2	2	南西アジア	17.2	2	オセアニア	6.5	2	ASEAN	47.4	2	ロシア・CIS	18.9
3	南西アジア、ロシア・CIS、欧州	0.9	3	中米	28.6	3	オセアニア	14.0	3	南西アジア	5.4	3	南西アジア	15.8	3	アフリカ	8.1

## 7. 外国人材の活用

～4割の企業が外国人社員を雇用～

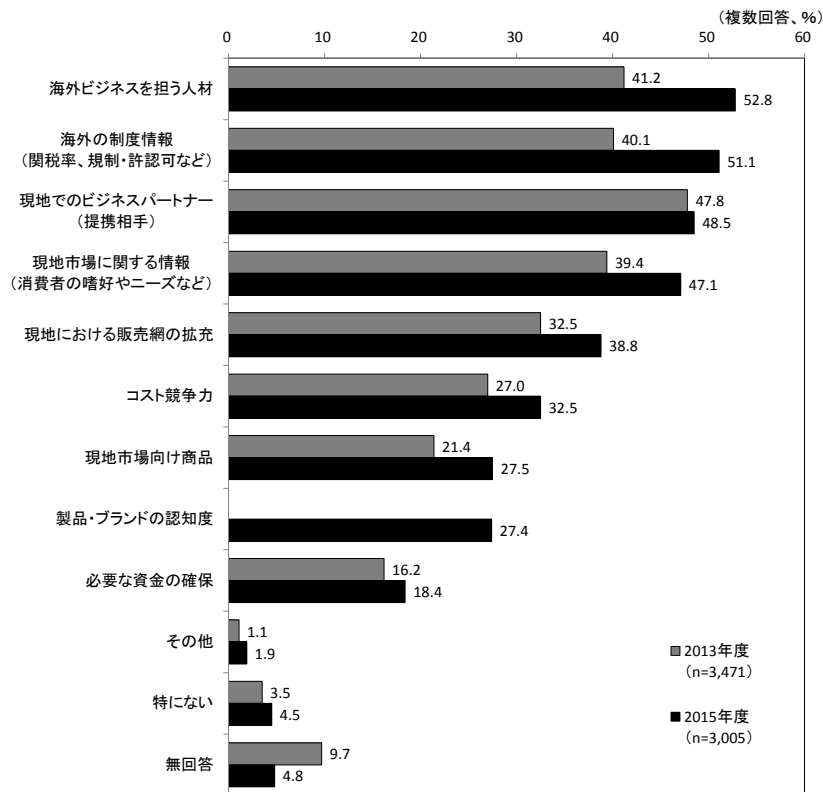
# 海外ビジネスの課題

## 海外ビジネスを担う人材の確保が最大の課題

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」を課題に挙げる割合が49.3%と最も高かった。

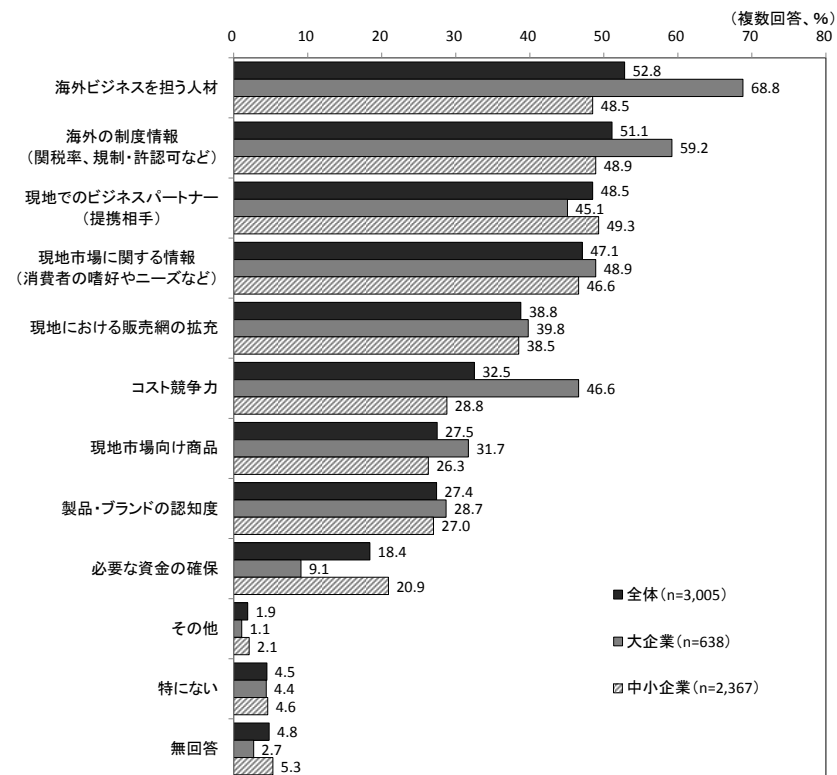
自動車/自動車部品/その他輸送機器では「海外ビジネスを担う人材」(71.6%)を課題に挙げる割合が7割を越えており、他の業種に比べて特に高い。また小売では、「海外の制度情報」(52.5%)、飲食料品では「現地でのビジネスパートナー」(59.3%)が最も多い。

### 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。

### 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。

# 海外ビジネスの課題

## 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	特にない	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。

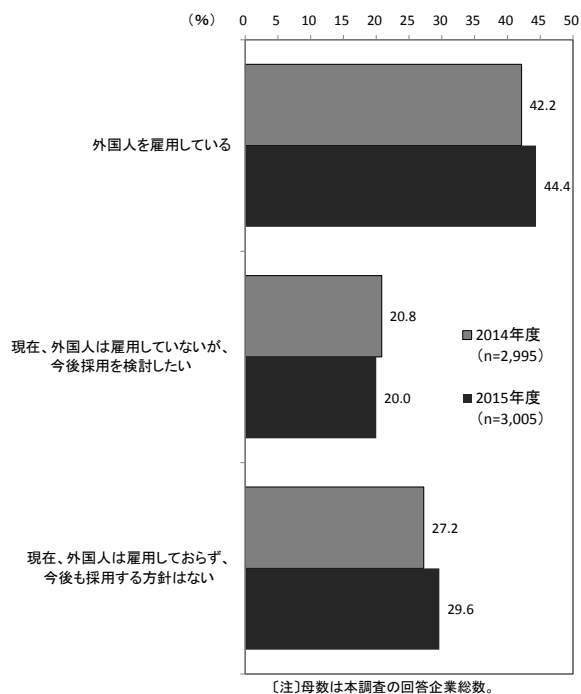
# 外国人社員の雇用状況

## 4割の企業が外国人社員を雇用

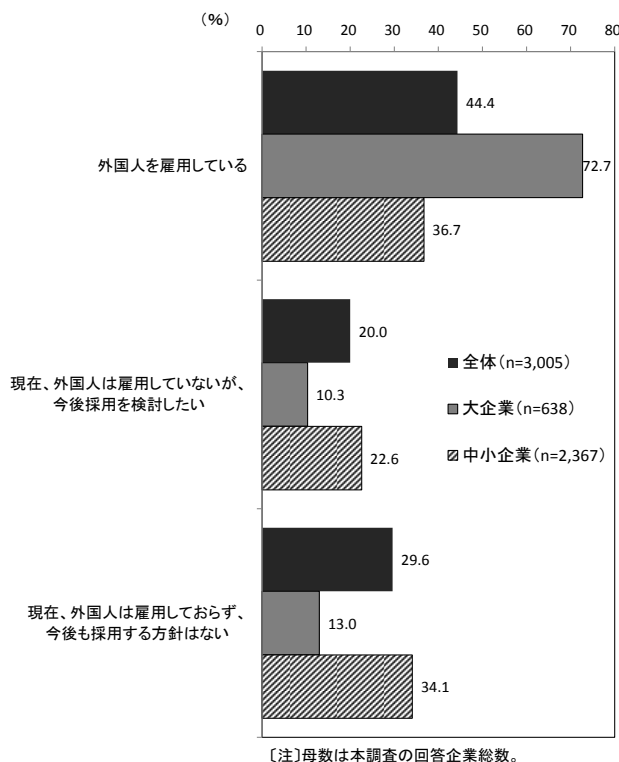
「外国人社員を雇用している」と回答した企業は44.4%であった。特に自動車／自動車部品／その他輸送機器(74.5%)、精密機器(64.2%)など製造業で比率が高い。「外国人社員を雇用している」割合は、大企業では72.7%に及ぶ。一方、中小企業は36.7%に留まるが、「今後外国人の採用を検討したい」と回答した中小企業は22.6%と、外国人社員採用への関心は高い。

「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。

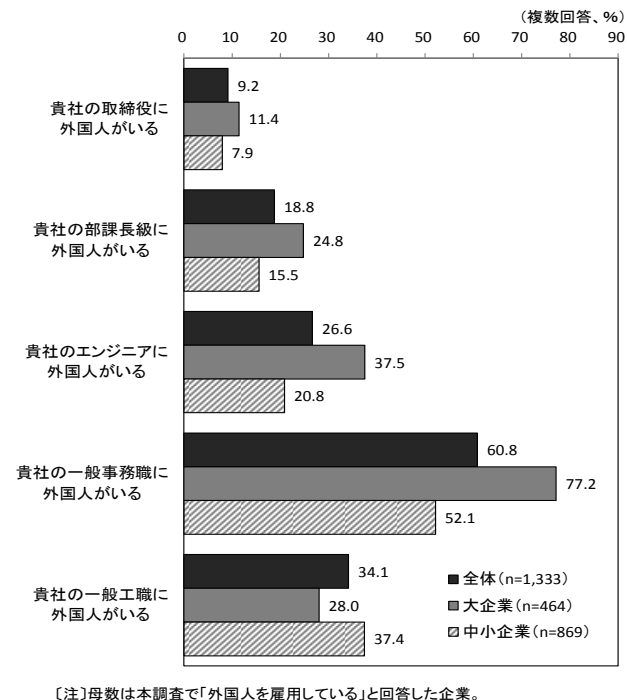
外国人社員雇用の有無(前年との比較)



外国人社員雇用の有無(全体、企業規模別)



外国人社員の雇用状況(全体、企業規模別)

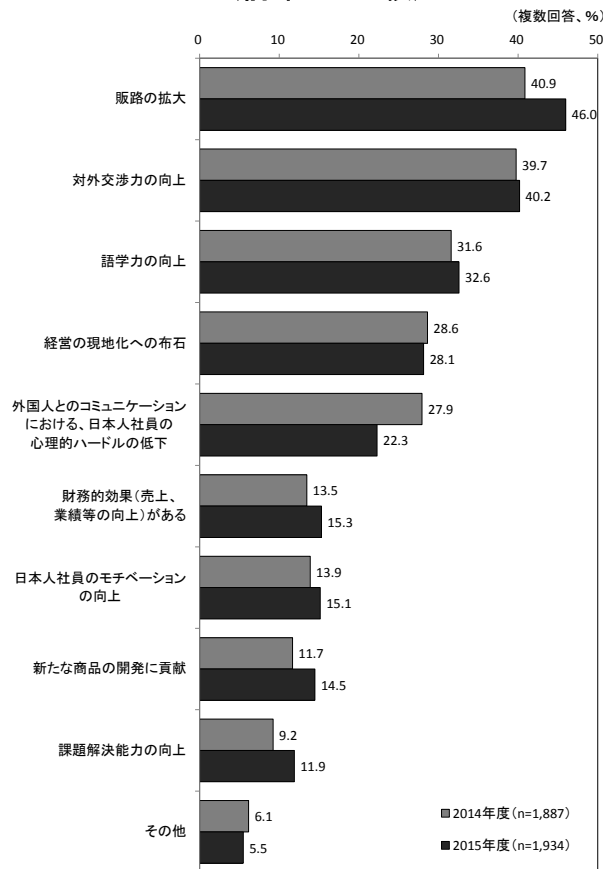


# 外国人社員を採用・雇用するメリット・人材ニーズ

## 外国人材活用メリットに販路拡大を挙げる企業が拡大

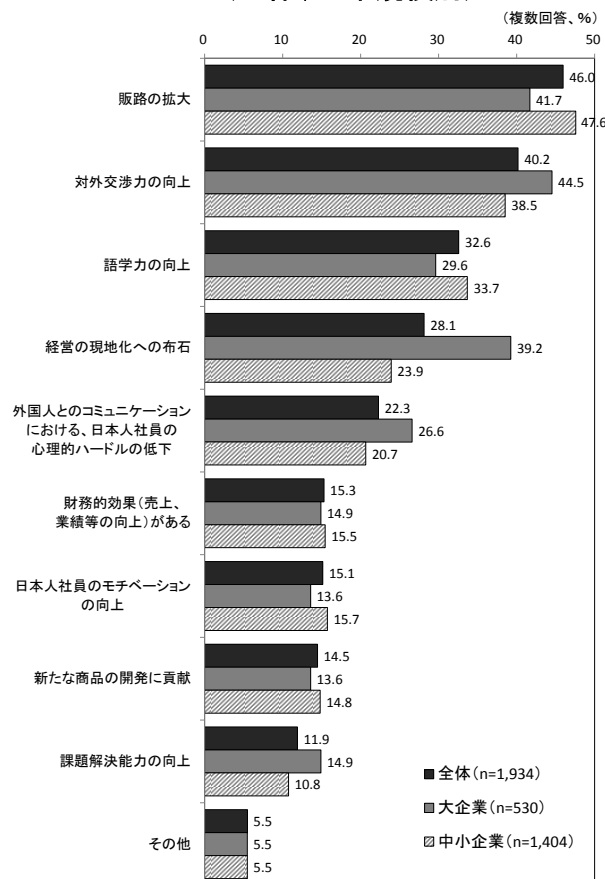
外国人社員を採用・雇用するメリットには、「販路の拡大」を挙げる企業が外国人社員を雇用・採用を検討する企業の46.0%と前年（同40.9%）から増加した。企業規模別にみると、大企業では「対外交渉力の向上」（同44.5%）、中小企業では「販路の拡大」（同47.6%）の回答割合が高い。また、外国人材へのニーズについては、国内の外国人留学生を採用した（もしくは採用を検討している）企業が同47.9%と最も多く、大企業では58.7%に及ぶ。

### 外国人社員を採用・雇用するメリット （前年との比較）



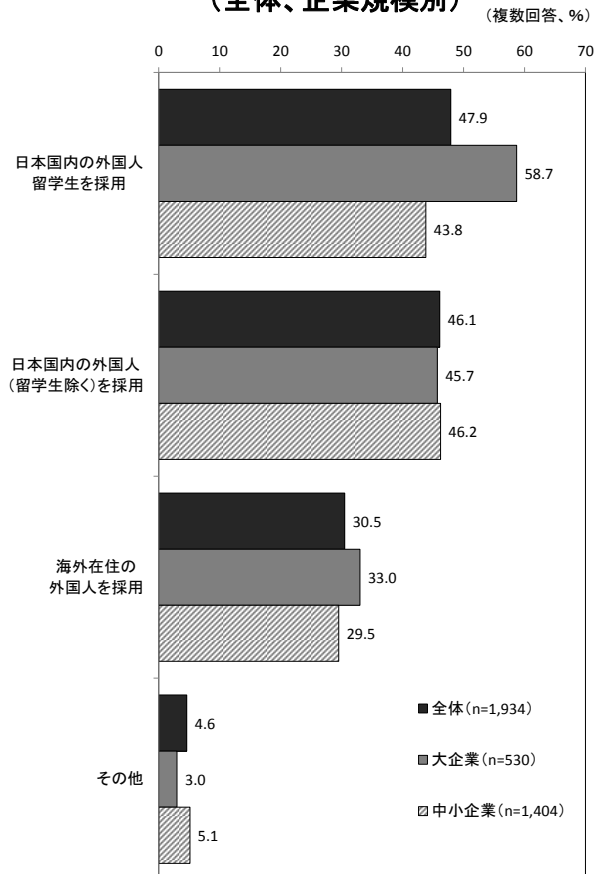
〔注〕母数は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

### 外国人社員を採用・雇用するメリット （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。

### 外国人材へのニーズ （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。

# 外国人材定着への取り組み/採用・雇用する課題

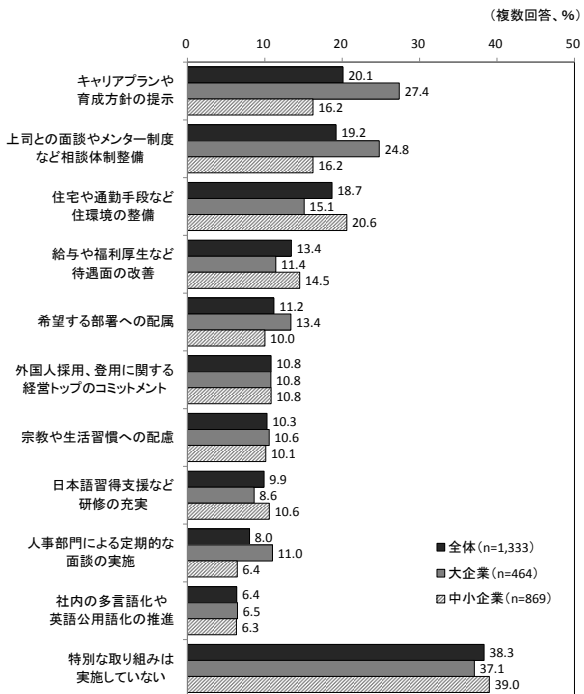
## ■ キャリアプラン・育成方針の提示、相談体制整備などに取り組み

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。

## ■ 組織ビジョンの共有や日本人社員とのコミュニケーションなどが課題に

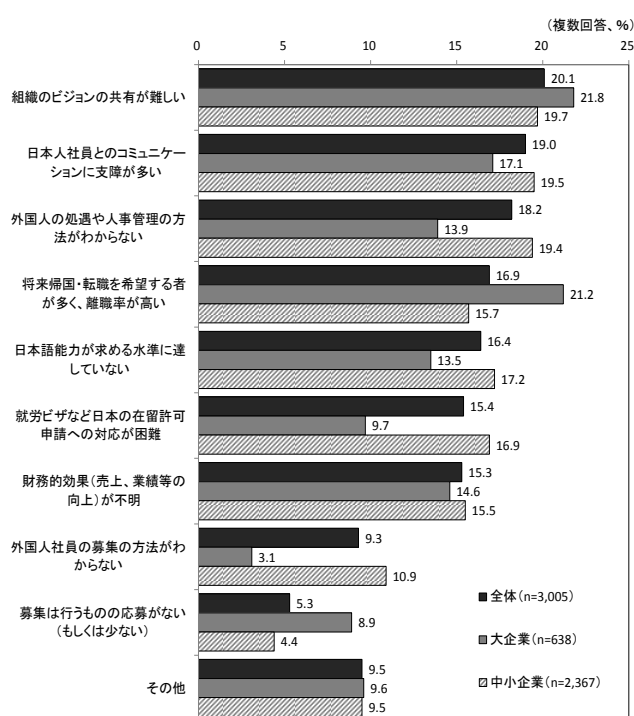
外国人社員の採用・雇用における課題としては、「組織のビジョンの共有が難しい」(回答企業総数の20.1%)、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」(同19.0%)などを挙げる企業が多かった。また、外国人社員との「言葉の壁」への対処方針について尋ねたところ、「日本語、外国語ともに堪能な人材を採用」(言葉の壁を認識する企業の26.6%)、「外国人社員に対する日本語研修の実施」(同20.8%)を挙げる企業が多かった。一方、「特別な取り組みは実施していない」と回答した割合も同36.3%と高く、特に中小企業では同39.3%に上った。

外国人材定着への取り組み(企業規模別)



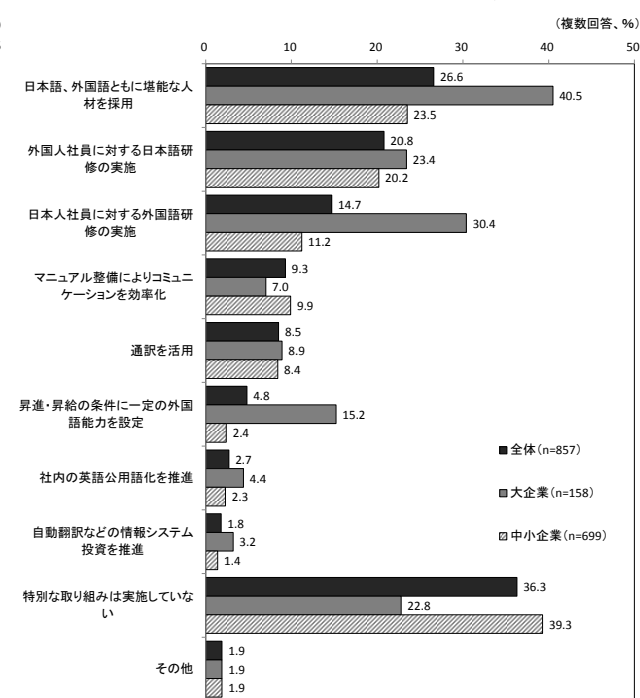
[注]①母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。②回答の多かった上位10項目。

外国人社員を採用・雇用する課題(企業規模別)



[注]母数は本調査の回答企業総数。

「言葉の壁」への対処方針(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。



# 社内の英語公用語化

## ■ 英語公用語化の取り組みを行う企業は8.7%

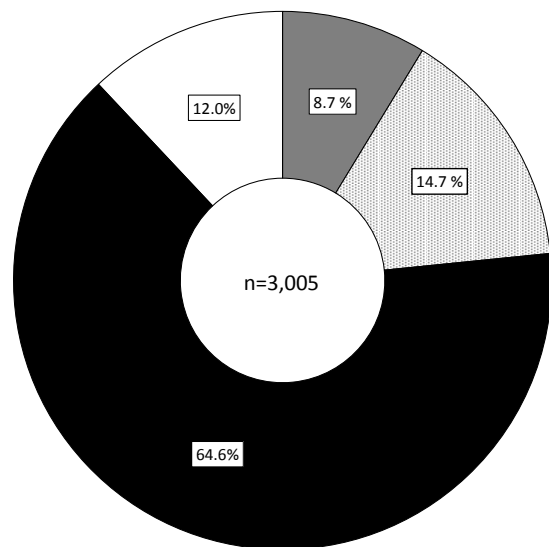
英語公用語化の取り組みについては、64.6%の企業が「取り組みは行っておらず、今後行う予定はない」と回答した。何らかの取り組みを行っている企業の割合は8.7%であった。取り組み内容としては、「海外拠点との日常業務連絡に英語使用をルール化」(2.5%)や「組織のビジョンや社内規程を英文化」(2.5%)が多かった。また、14.7%の企業が「取り組みは行っていないが、検討している」と回答した。

## ■ 輸送機器や電気機械などで英語公用語化の取り組み比率が高い

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。

英語公用語化の取り組み状況

- 取り組みを行っている
- ▨ 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



[注]母数は回答企業総数。

英語公用語化の取り組み状況(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。□

## 8. CSRに関する方針

～大企業の7割がCSR方針を策定～

# CSRに関する企業の方針

## ■ 大企業の7割がCSR方針を策定

CSR(企業の社会的責任)に関する方針を策定している企業は34.7%であった。今後策定を検討している企業(28.4%)も合わせると、その割合は63.1%に上る。大企業の73.4%はCSR方針を策定している。

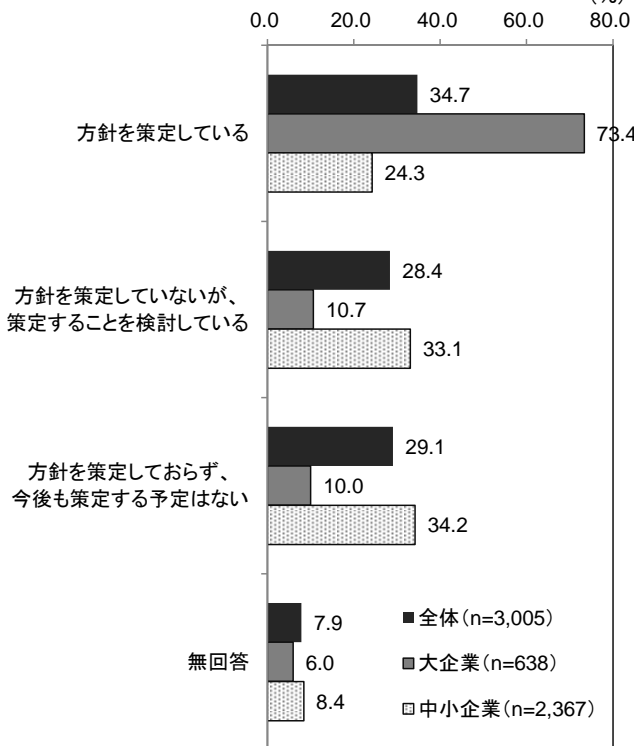
## ■ 労働慣行・労働安全衛生の確保、環境保全・保護への取組みを盛り込む企業が多数

CSR方針に明示されている、もしくは策定を検討している事項としては、「適切な労働慣行・労働安全衛生の確保」(CSR方針を策定している、策定を検討している企業の71.9%)が最多で、「環境保全・保護への取組み」(同68.4%)、「地域社会への配慮・参画」(同62.0%)と続く。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る。

CSRに関する方針の有無(全体、企業規模別)

CSR方針に明示されている事項(業種別)

(複数回答、%)



[注]母数は本調査の回答企業総数。

	社数	生行適 の確 保 ・ 労 働 安 全 衛 生	人 権 の 尊 重	環 境 保 全 ・ 保 護 へ の 取 組 み	地 域 社 会 へ の 配 慮 ・ 参 画	消 費 者 の 安 全 ・ 情 報 保 護	廣 取 引 の 確 保 ・ 公 正	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]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。網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

## 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(海外ビジネス調査)結果概要

---

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

---

【注】単位未満を含むため、末尾が合わない場合がある。

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

【禁無断転載】