



2017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

2018年3月7日  
日本貿易振興機構(ジェトロ)  
海外調査部

# 目次

1. 貿易・海外進出への取り組み	9
～事業拡大意欲は輸出で高水準続くも一服感、国内は初の6割超え～	
2. 海外進出への取り組み(国・地域別)	16
～ベトナムでの事業拡大意欲が3年連続で増加、中国に次ぐ2位に上昇～	
3. 中国でのビジネス展開	22
～大企業では中国ビジネス拡大の兆し～	
4. 各国のビジネス環境	26
～英国のEU離脱は欧州域内リスク、米新政権の政策は様々な国でリスク要因に～	
5. デジタル技術の活用	30
～最も影響大のデジタル技術は大企業がIoT、中小企業が電子商取引(EC)、 海外ビジネスでの活用はECが中心～	
6. 自由貿易協定(FTA)の活用	39
～EU向け輸出を行う企業の52.1%が日EU・EPAの利用を検討中～	
7. 外国人材の活用	44
～約半数の企業が外国人社員を雇用、中長期的には幹部人材ニーズも高まる見通し～	
8. 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	49
～企業規模によって対応に大きな差～	

# 調査概要

## 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) : 9,981社  
 (内訳)ジェトロ会員企業(ジェトロ・メンバーズ) : 3,437社  
 ジェトロのサービスの利用企業 : 6,544社

※本調査はジェトロ・メンバーズを対象に2002年度に開始、今回で16回目。2011年度より、調査対象企業を拡充。

### 2. 調査項目

- I. 貴社の概要
- II. 貿易・海外進出への取り組み
- III. 各国のビジネス環境
- IV. 自由貿易協定(FTA)の活用
- V. 外国人材の活用
- VI. デジタル技術の活用
- VII. 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

### 3. 調査期間

2017年11月17日 ~ 2018年1月5日

### 4. 回収状況

有効回収数 : 3,195社 (うちジェトロ・メンバーズ : 1,256社)

有効回答率 : 32.0%

### 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。その他はジェトロによる定義。

## 回答企業のプロフィール

	企業数	構成比(%)
全体	3,195	100.0
製造業	1,748	54.7
飲食料品	446	14.0
繊維・織物／アパレル	105	3.3
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	57	1.8
化学	95	3.0
医療品・化粧品	70	2.2
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	93	2.9
窯業・土石	35	1.1
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	176	5.5
一般機械	158	4.9
電気機械	89	2.8
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	63	2.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	98	3.1
精密機器	61	1.9
その他の製造業	202	6.3
非製造業	1,447	45.3
商社・卸売	681	21.3
小売	123	3.8
建設	110	3.4
運輸	76	2.4
金融・保険	72	2.3
通信・情報・ソフトウェア	97	3.0
専門サービス	81	2.5
その他の非製造業	207	6.5
大企業	604	18.9
大企業(中堅企業を除く)	140	4.4
中堅企業	464	14.5
中小企業	2,591	81.1
中小企業(小規模企業者を除く)	1,046	32.7
小規模企業者	1,545	48.4
輸出企業	2,310	72.3
海外進出企業	1,501	47.0
国内企業	329	10.3

〔注〕国内企業は海外ビジネスを行っていない企業。

# 現在の輸出状況

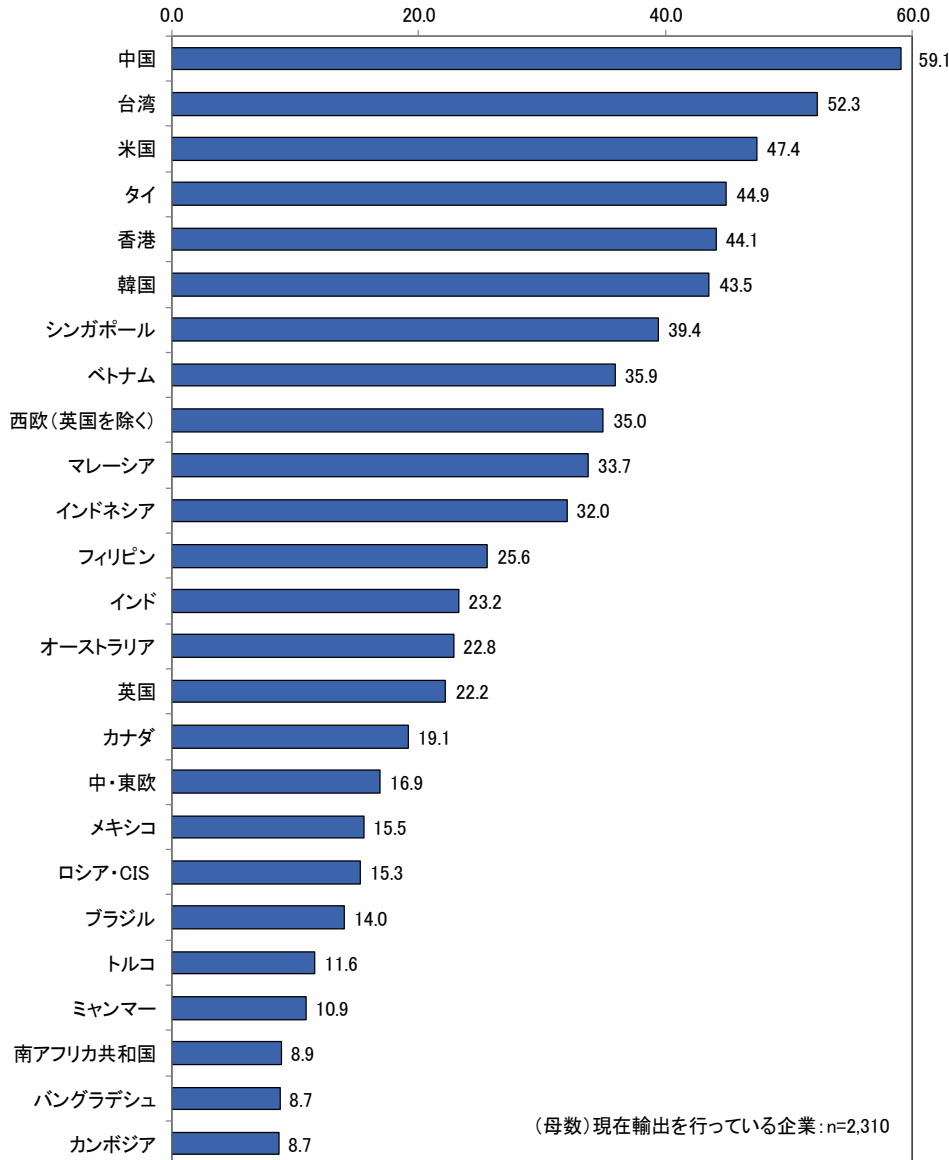
輸出の有無(全体、業種別、企業規模別)

	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 み行っている			
全体 (n=3,195)	72.3	26.4	27.2	0.5
製造業 (n=1,748)	84.8	32.0	14.8	0.3
飲食料品 (n=446)	85.4	59.4	14.1	0.4
繊維・織物／アパレル (n=105)	77.1	28.6	22.9	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=57)	77.2	24.6	21.1	1.8
化学 (n=95)	89.5	14.7	9.5	1.1
医薬品・化粧品 (n=70)	91.4	31.4	8.6	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=93)	81.7	17.2	17.2	1.1
窯業・土石 (n=35)	94.3	42.9	5.7	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=176)	75.6	21.0	24.4	0.0
一般機械 (n=158)	94.9	25.9	4.4	0.6
電気機械 (n=89)	88.8	18.0	11.2	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=63)	81.0	14.3	19.0	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=98)	83.7	19.4	16.3	0.0
精密機器 (n=61)	91.8	18.0	8.2	0.0
その他の製造業 (n=202)	83.2	24.8	16.8	0.0
非製造業 (n=1,447)	57.2	19.7	42.1	0.8
商社・卸売 (n=681)	79.9	21.0	19.8	0.3
小売 (n=123)	59.3	30.1	38.2	2.4
建設 (n=110)	44.5	20.0	54.5	0.9
運輸 (n=76)	30.3	9.2	68.4	1.3
金融・保険 (n=72)	0.0	0.0	100.0	0.0
通信・情報・ソフトウェア (n=97)	34.0	20.6	64.9	1.0
専門サービス (n=81)	30.9	13.6	69.1	0.0
その他の非製造業 (n=207)	38.6	21.7	59.9	1.4
大企業 (n=604)	69.0	10.8	30.8	0.2
大企業 (中堅企業を除く) (n=140)	70.7	9.3	28.6	0.7
中堅企業 (n=464)	68.5	11.2	31.5	0.0
中小企業 (n=2,591)	73.1	30.1	26.3	0.6
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=1,046)	74.0	20.1	25.6	0.4
小規模企業者 (n=1,545)	72.4	36.8	26.8	0.8

〔注〕①他社を通じた間接輸出を含む。②「輸出のみを行っている」企業は、輸出を行っている企業から、輸入を行っていない企業を除いた数。③「現在輸出は行っていない」企業は、母数から、輸出を行っている企業と無回答の企業を除いた数。

輸出企業の主な輸出先

(複数回答、%)



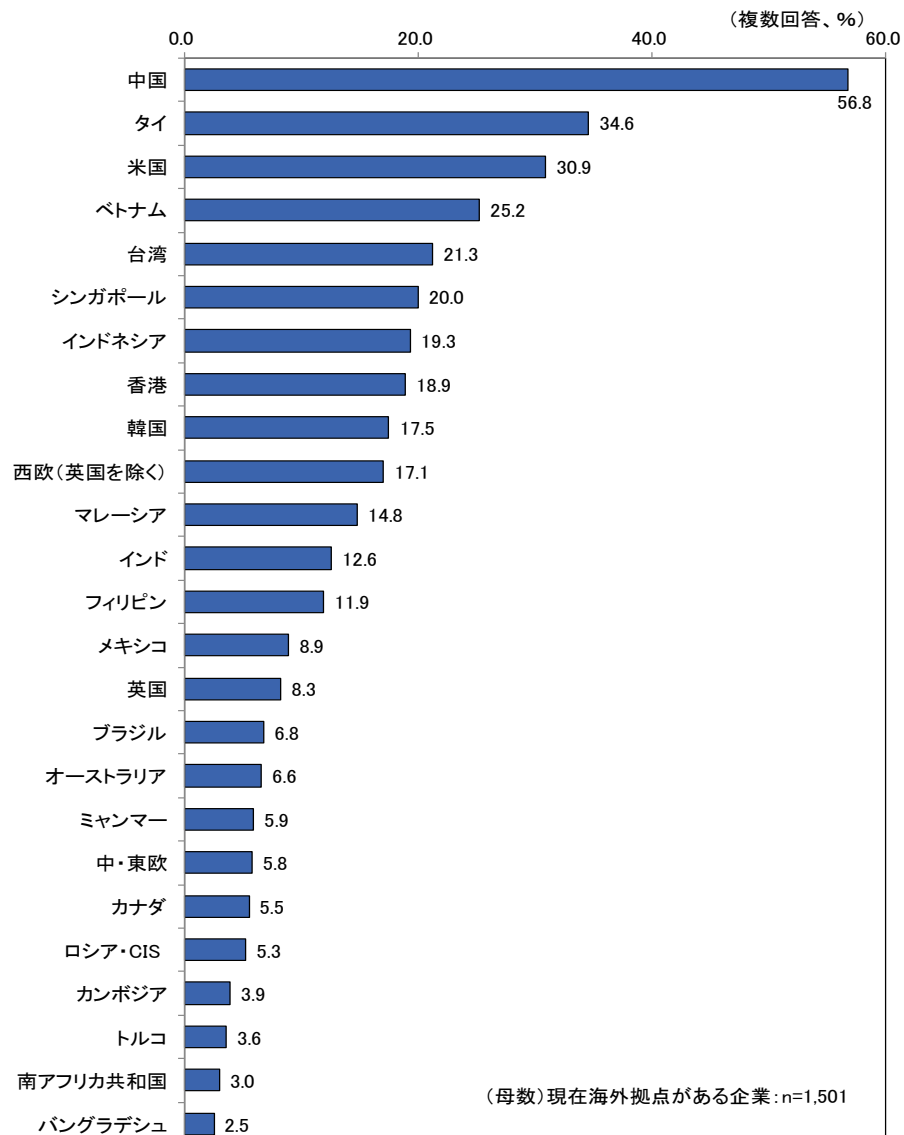
# 現在の海外進出状況

海外拠点の有無(全体、業種別、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=3,195)	47.0	52.5	0.5
製造業(n=1,748)	49.0	50.6	0.3
飲食料品(n=446)	21.5	78.0	0.4
繊維・織物／アパレル(n=105)	48.6	51.4	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ(n=57)	35.1	63.2	1.8
化学(n=95)	64.2	34.7	1.1
医療品・化粧品(n=70)	51.4	48.6	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品(n=93)	61.3	37.6	1.1
窯業・土石(n=35)	54.3	45.7	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=176)	58.0	42.0	0.0
一般機械(n=158)	58.9	40.5	0.6
電気機械(n=89)	60.7	39.3	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス(n=63)	66.7	33.3	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器(n=98)	77.6	22.4	0.0
精密機器(n=61)	73.8	26.2	0.0
その他の製造業(n=202)	52.0	48.0	0.0
非製造業(n=1,447)	44.5	54.7	0.8
商社・卸売(n=681)	45.4	54.3	0.3
小売(n=123)	32.5	65.0	2.4
建設(n=110)	56.4	42.7	0.9
運輸(n=76)	55.3	43.4	1.3
金融・保険(n=72)	52.8	47.2	0.0
通信・情報・ソフトウェア(n=97)	39.2	59.8	1.0
専門サービス(n=81)	45.7	54.3	0.0
その他の非製造業(n=207)	37.7	60.9	1.4
大企業(n=604)	81.3	18.5	0.2
大企業(中堅企業を除く)(n=140)	92.9	6.4	0.7
中堅企業(n=464)	77.8	22.2	0.0
中小企業(n=2,591)	39.0	60.4	0.6
中小企業(小規模企業者を除く)(n=1,046)	50.9	48.8	0.4
小規模企業者(n=1,545)	30.9	68.3	0.8

[注]代理店は海外拠点に含まない。

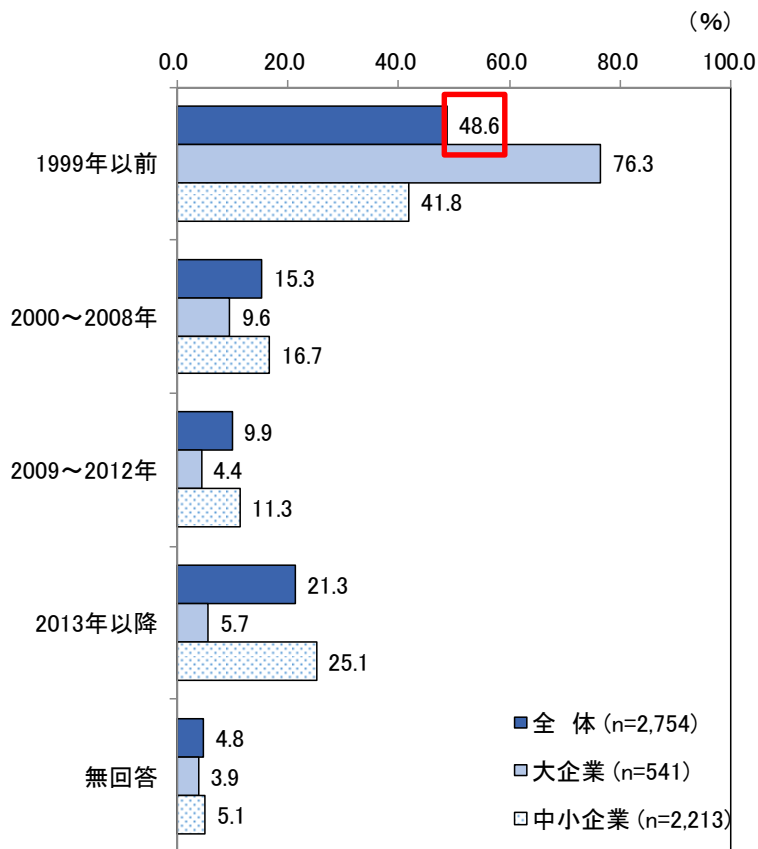
海外拠点の所在国・地域



## 海外ビジネスを始めた時期

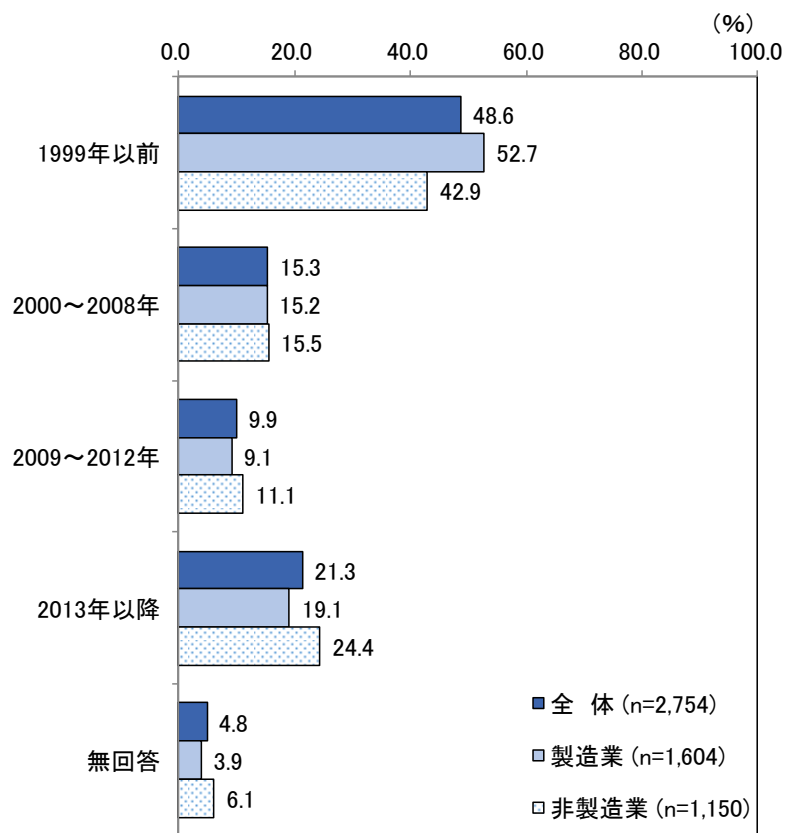
「1999年以前」に海外ビジネス(輸出、輸入、海外進出)を始めたと回答した企業が最も多く、約半数(48.6%)を占めた。企業規模別にみると、大企業は「1999年以前」が76.3%を占めた一方で、中小企業は「1999年以前」(41.8%)、「2013年以降」(25.1%)、「2000～2008年」(16.7%)と海外ビジネスの開始時期が分かれた。

海外ビジネスを始めた時期  
(全体、企業規模別)



[注]母数は回答企業総数のうち、輸出、輸入、海外進出(海外拠点を有する)のいずれかを行っている企業。

海外ビジネスを始めた時期  
(全体、業種別)



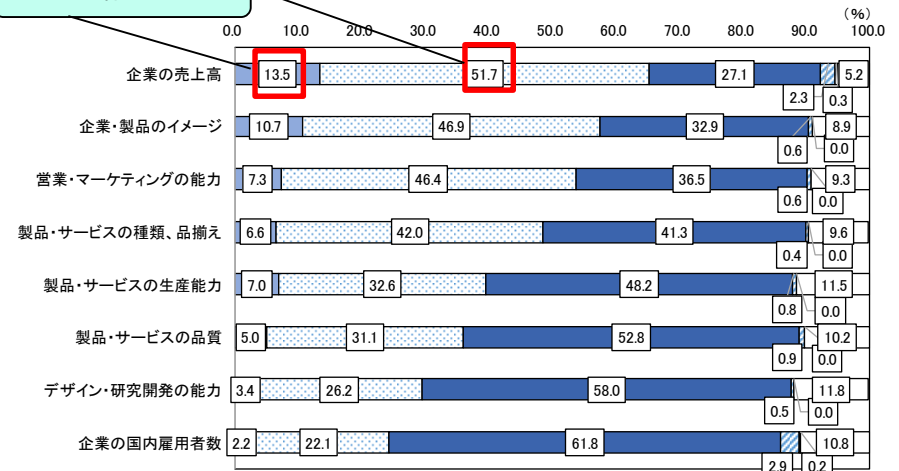
[注]母数は回答企業総数のうち、輸出、輸入、海外進出(海外拠点を有する)のいずれかを行っている企業。

# 6割以上が売上への好影響を実感

海外ビジネス(輸出、海外進出に限る)による経営への影響を尋ねたところ、「売上高」において「かなり向上/増加した」および「向上/増加した」と回答した企業の比率は65.2%に及んだ。売上高への好影響を指摘する企業の比率は企業規模を問わず最多となった(大企業:75.7%、中小企業:62.4%)。一方で、「変わらない」との回答が最も多かったのは「国内雇用者数」(61.8%)であった。

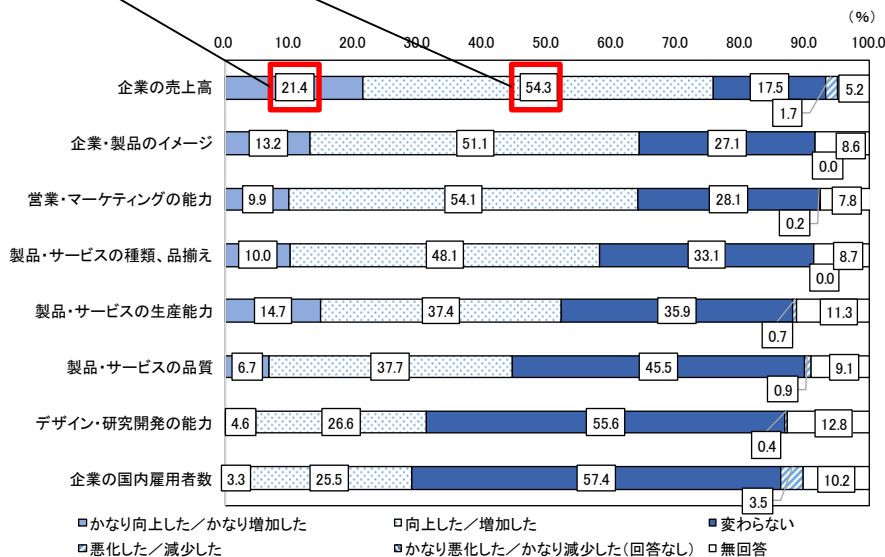
向上/増加:65.2%

海外ビジネスの影響(全体:n = 2,617)



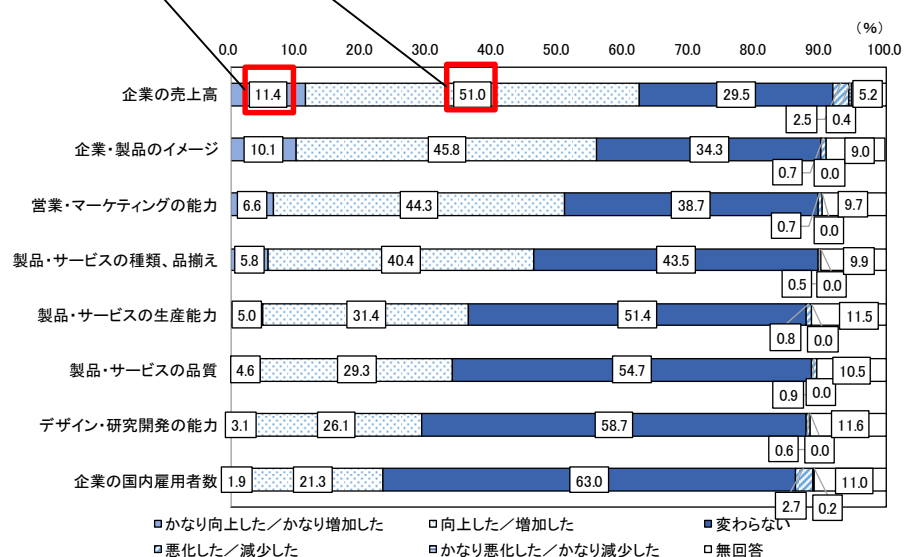
向上/増加:75.7%

海外ビジネスの影響(大企業:n = 538)



向上/増加:62.4%

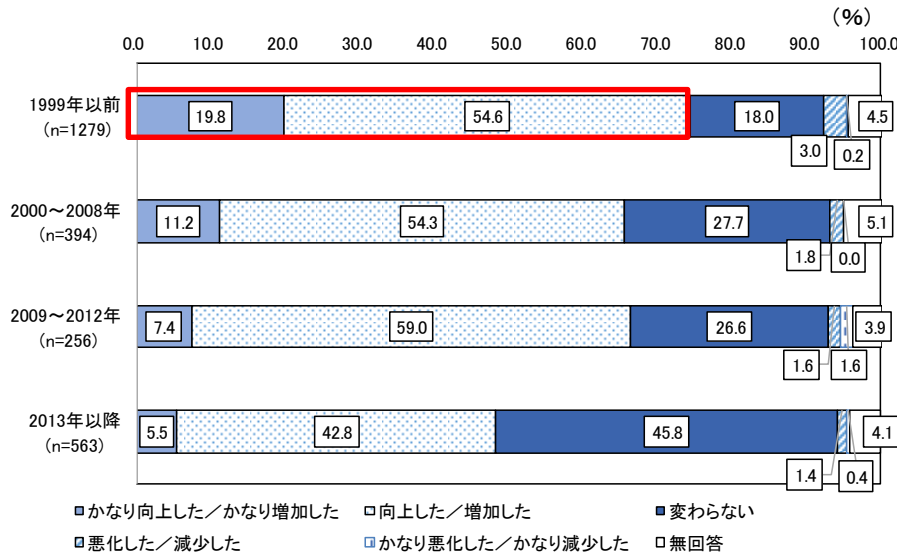
海外ビジネスの影響(中小企業:n = 2,079)



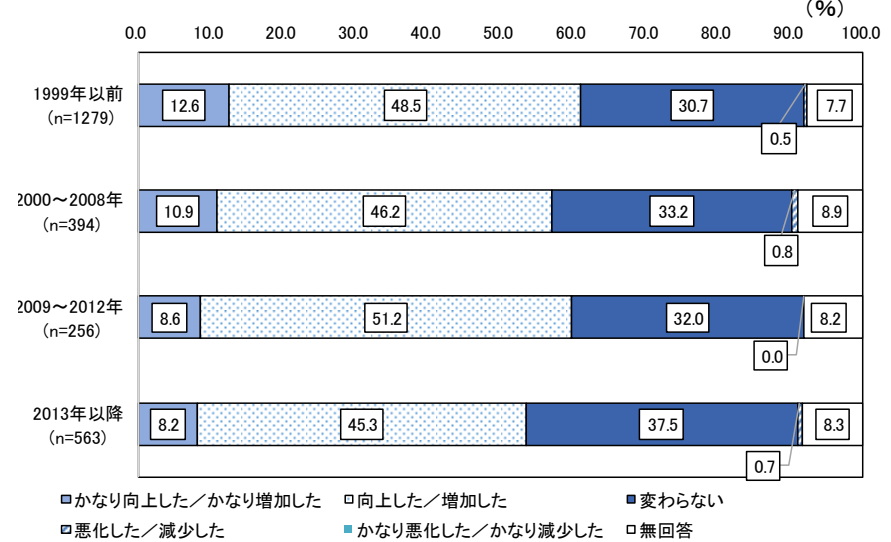
[注]母数は、輸出、海外進出(海外拠点を有する)のいずれかを行っている企業。

# 開始時期が早い企業ほど売上高に好影響

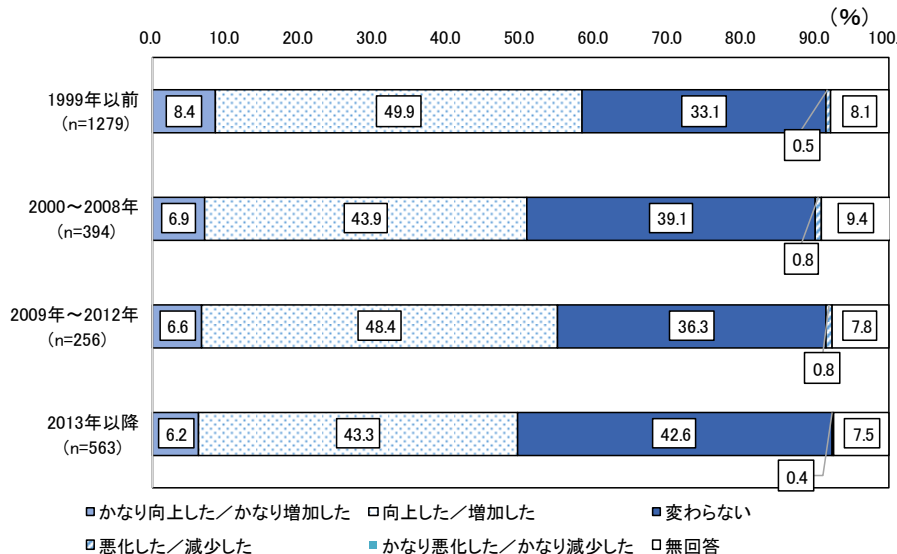
海外ビジネスの影響：売上高(全体)



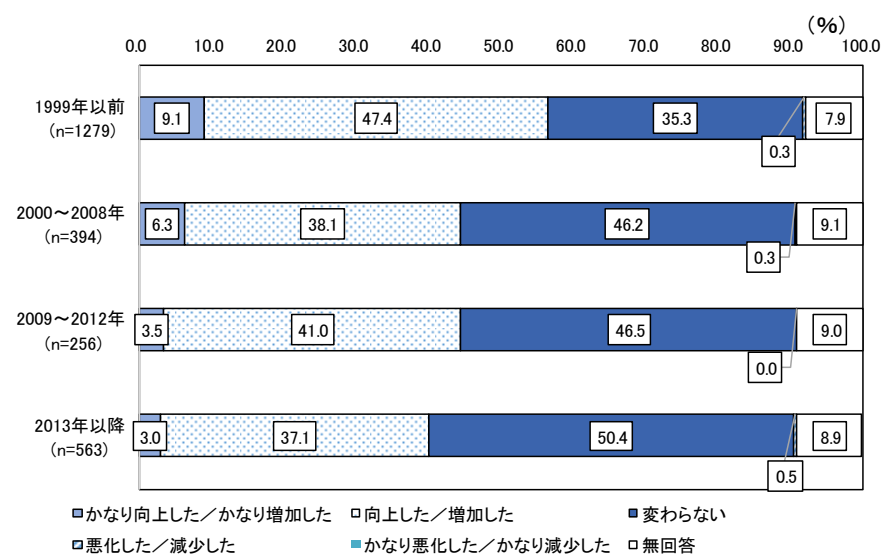
海外ビジネスの影響：企業・製品のイメージ(全体)



海外ビジネスの影響：営業・マーケティング能力(全体)



海外ビジネスの影響：製品・サービスの種類、品揃え(全体)



[注]「企業・製品のイメージ」、「営業・マーケティング能力」、「製品・サービスの種類、品揃え」については、「かなり悪化した/かなり減少した」の回答なし。



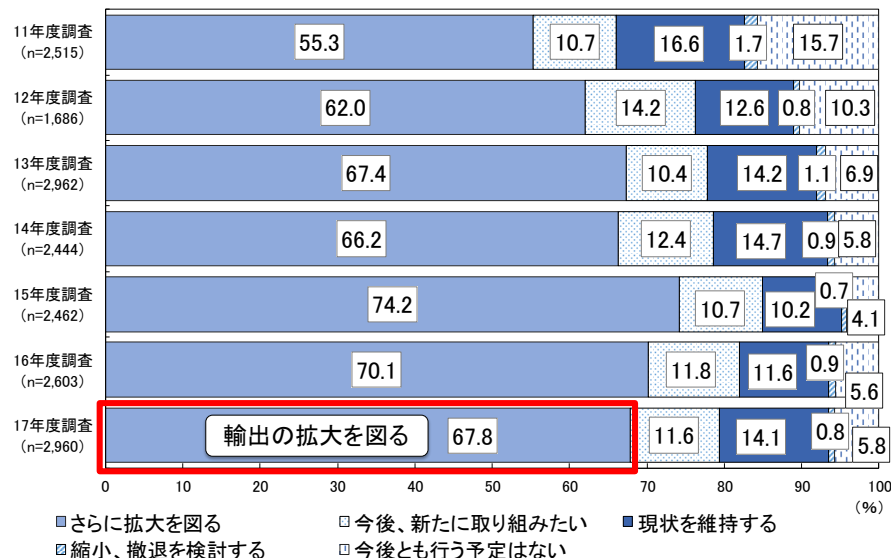
# 1. 貿易・海外進出への取り組み

～事業拡大意欲は輸出で高水準続くも一服感、国内は初の6割超え～

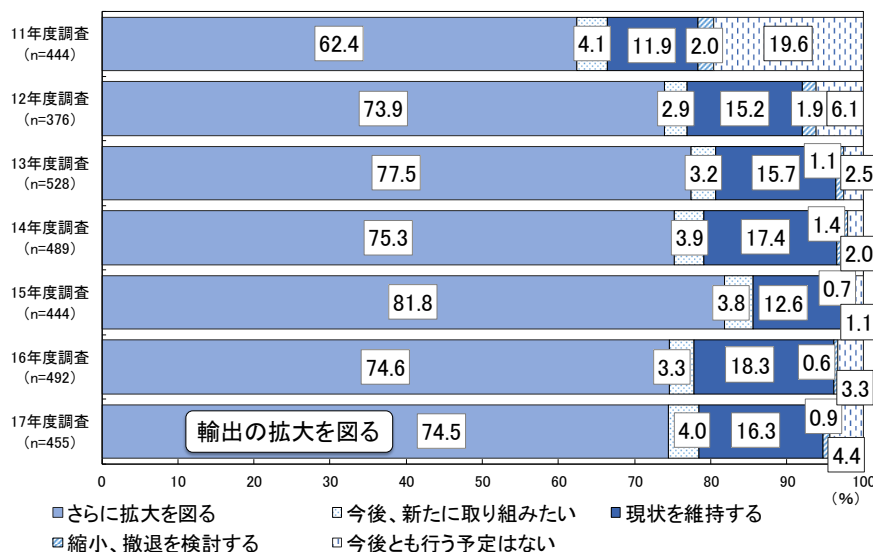
# 7割がさらなる輸出拡大に意欲を示すも一服感

今後(3年程度)の輸出方針については、「さらに拡大を図る」企業が67.8%と高水準が続くものの2年連続で減少し一服感がみられる。人材不足などで輸出拡大余力に乏しい中小企業を中心に現状を維持する企業が増加した。企業規模別では、輸出の拡大を図る企業は大企業で74.5%と前年から横ばい、中小企業では66.4%とやや縮小した。

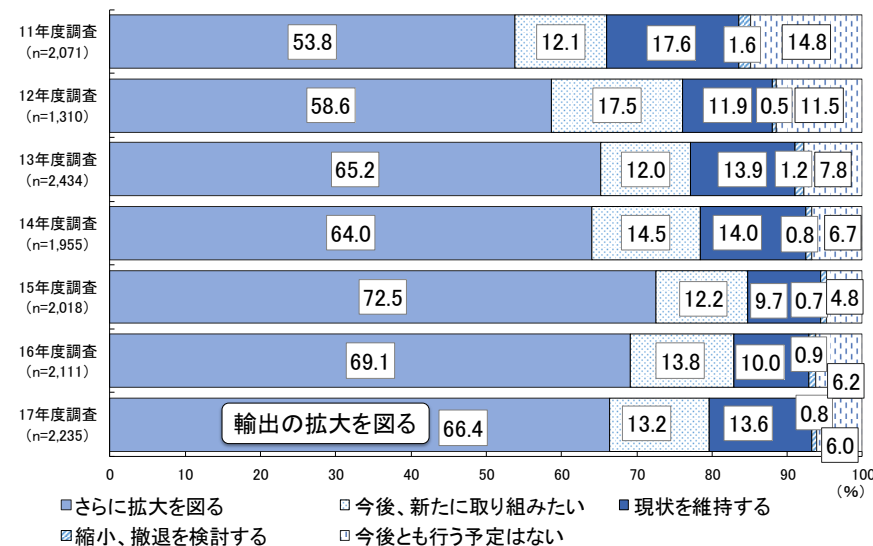
### 今後の輸出に関する方針(全体)



### 今後の輸出に関する方針(大企業)



### 今後の輸出に関する方針(中小企業)



[注]母数は「輸出を行う業種ではない」(2012年度に新設)、「無回答」を除いた企業数。

# 非製造業中心に輸出は現状を維持

小売、一般機械など輸出拡大意欲が増加した業種もあるが、商社・卸売などの非製造業を中心に、輸出は現状を維持する企業の比率が増加した。

## 今後の輸出に関する方針(業種別)

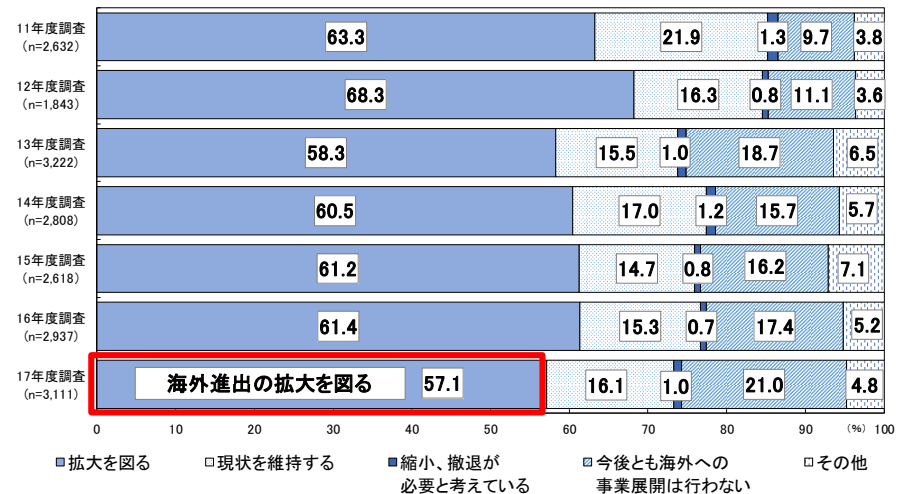
	社数	(%)											
		現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る		現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい		現在、輸出を行っており、現状を維持する		現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する		現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない			
		FY16→FY17	FY16→FY17	FY16→FY17	FY16→FY17	FY16→FY17	FY16→FY17	FY16→FY17	FY16→FY17				
全体	2,690	67.8	△2.3	11.6	△0.2	14.1	+ 2.5	0.8	△0.1	5.8	+ 0.2		
製造業	1,664	72.5	△0.8	8.4	△0.4	13.8	+ 0.6	0.6	△0.2	4.8	+ 0.8		
飲食料品	428	75.5	△0.6	9.8	△4.0	10.5	+ 4.5	0.5	△0.1	3.7	+ 0.1		
繊維・織物／アパレル	99	64.6	+ 0.8	16.2	+ 0.2	12.1	+ 1.5	0.0	△2.1	7.1	△0.4		
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	54	63.0	△13.7	16.7	+ 6.7	13.0	+ 6.3	1.9	+ 0.2	5.6	+ 0.6		
化学	91	80.2	+ 1.6	2.2	△1.2	12.1	△5.9	2.2	+ 2.2	3.3	+ 3.3		
医療品・化粧品	68	89.7	+ 3.3	7.4	+ 5.7	2.9	△5.5	0.0	+ 0.0	0.0	△3.4		
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	88	60.2	+ 0.2	11.4	+ 4.7	20.5	△6.2	1.1	+ 0.0	6.8	+ 1.3		
窯業・土石	32	75.0	△9.0	0.0	△4.0	21.9	+ 13.9	0.0	+ 0.0	3.1	△0.9		
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	163	62.0	△1.6	8.6	△1.3	17.2	△2.0	0.6	△0.6	11.7	+ 5.5		
一般機械	153	83.0	+ 6.0	2.6	△2.4	13.7	+ 1.5	0.0	△2.2	0.7	△2.9		
電気機械	85	76.5	△5.4	4.7	△0.6	14.1	+ 2.4	0.0	+ 0.0	4.7	+ 3.6		
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	59	61.0	△15.5	11.9	+ 9.9	20.3	+ 6.6	1.7	+ 1.7	5.1	△2.8		
自動車／自動車部品／その他輸送機器	95	60.0	+ 1.9	6.3	+ 2.5	27.4	△6.9	0.0	△1.9	6.3	+ 4.4		
精密機器	59	81.4	+ 3.1	3.4	△2.4	13.6	△0.9	0.0	+ 0.0	1.7	+ 0.2		
その他の製造業	190	73.7	△2.5	9.5	△0.3	10.5	+ 1.9	1.1	+ 1.1	5.3	△0.1		
非製造業	1,026	60.2	△4.9	16.9	+ 0.1	14.5	+ 5.6	1.1	+ 0.1	7.3	△0.8		
商社・卸売	616	70.0	△6.1	10.4	+ 1.2	13.6	+ 6.2	0.6	△0.3	5.4	△0.9		
小売	101	56.4	+ 10.7	20.8	△10.6	12.9	+ 4.3	3.0	△1.3	6.9	△3.1		
建設	75	40.0	+ 0.0	25.3	+ 7.2	22.7	+ 6.3	1.3	△0.5	10.7	△13.0		
運輸	20	55.0	△18.1	10.0	△1.5	25.0	+ 13.5	5.0	+ 5.0	5.0	+ 1.2		
通信・情報・ソフトウェア	56	41.1	+ 0.1	39.3	+ 4.9	8.9	△4.2	0.0	+ 0.0	10.7	△0.8		
専門サービス	34	41.2	△13.7	23.5	△2.3	29.4	+ 19.7	0.0	+ 0.0	5.9	△3.8		
その他の非製造業	120	43.3	△4.4	30.8	△4.6	12.5	+ 1.7	1.7	+ 1.7	11.7	+ 5.5		

[注]①黄色の網掛け・太字のセルは16年度から5%ポイント以上増加、青色の網掛け・斜字体のセルは5%ポイント以上減少した業種。②回答社数が10社以上の業種のみ掲載。

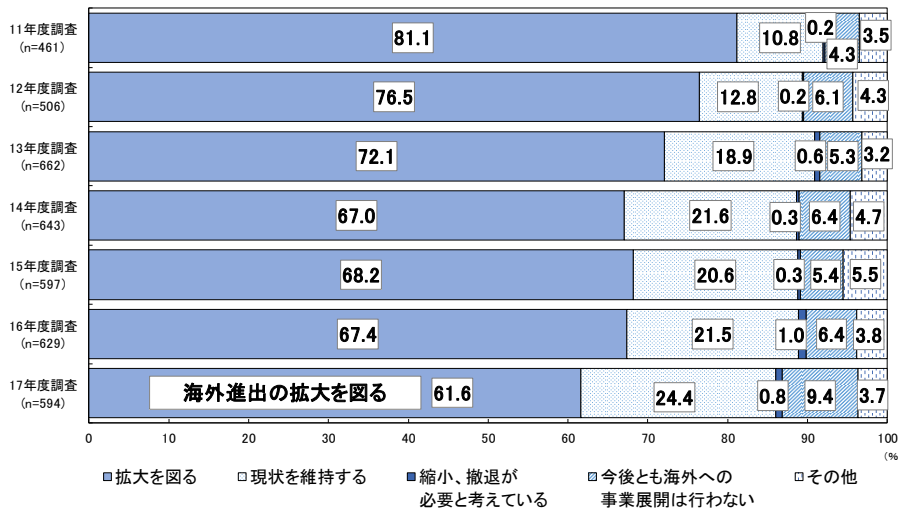
# 過半の企業が海外進出に意欲

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57.1%と依然として過半を超えるが、前年(61.4%)から減少した。進出先における賃金・生産コストの上昇や労働力不足などが進出拡大に向けた課題として指摘されている。企業規模別では、大企業で61.6%、中小企業では56.1%が「拡大を図る」と回答した。業種別では、医療品・化粧品(75.0%)、窯業・土石(73.5%)、繊維・織物／アパレル(72.5%)、化学(66.3%)などで海外進出拡大意欲が高かった。

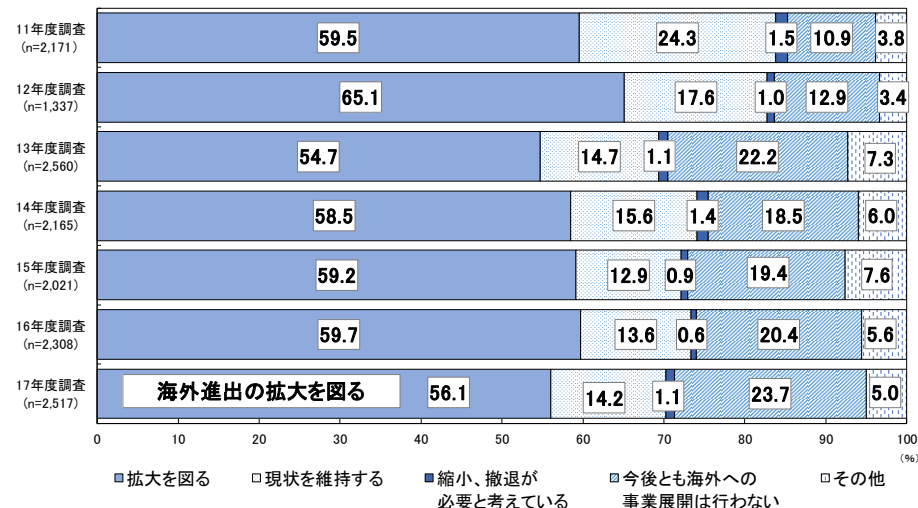
### 今後の海外進出方針(全体)



### 今後の海外進出方針(大企業)



### 今後の海外進出方針(中小企業)

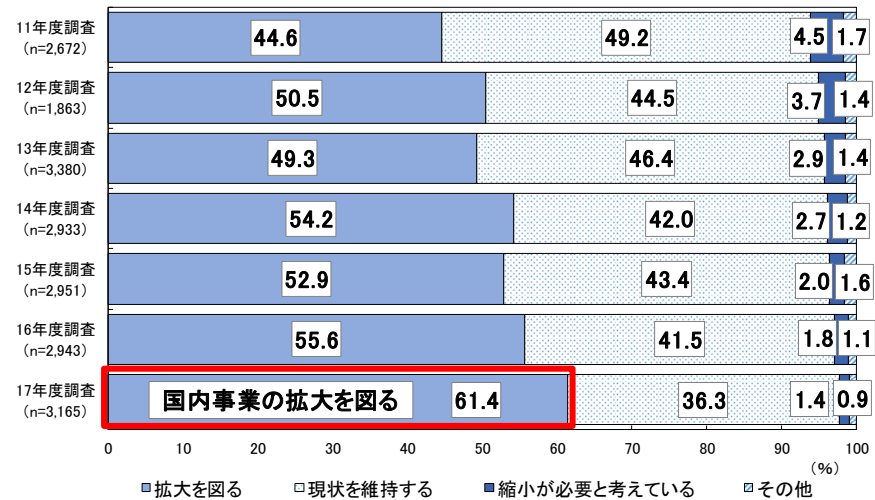


[注]①母数は「無回答」を除く企業数。②2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。③2017年度に「今後とも海外への事業展開は行わない」の比率が拡大した要因としては、本調査回答企業に占める海外進出企業(海外拠点を有する企業)の比率が低下(2016年度52.5%→2017年度47.0%)したことなどが考えられる。

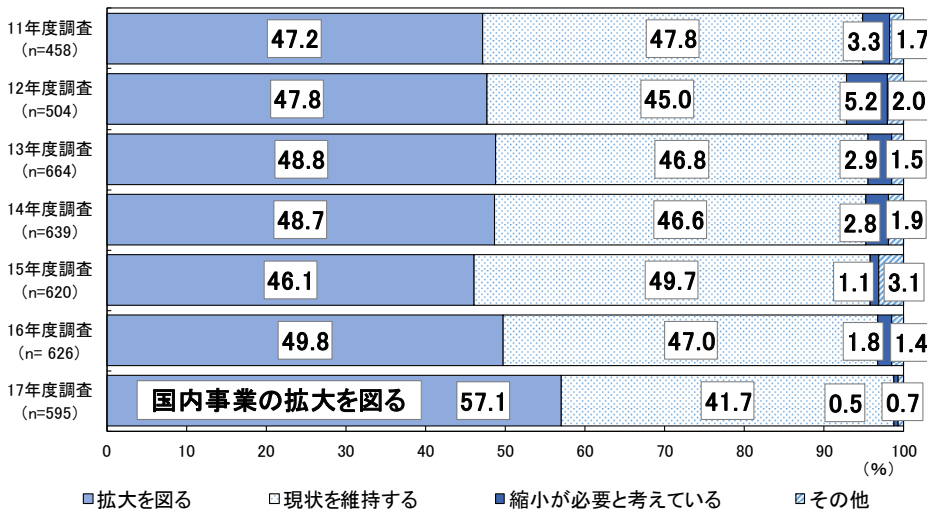
# 国内事業拡大の割合が初めて6割を超える

今後(3年程度)の国内事業展開方針では、「拡大を図る」企業の割合が61.4%と、比較可能な2011年度以降で初めて6割を超えた。企業規模別では、大企業(57.1%)、中小企業(62.4%)ともに「拡大を図る」企業が前年から増加し、中小企業では6割を超えた。業種別では、通信・情報・ソフトウェア(77.1%)、木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(72.7%)、電気機械(71.9%)、医療品・化粧品(71.4%)などで国内事業拡大意欲が高い。

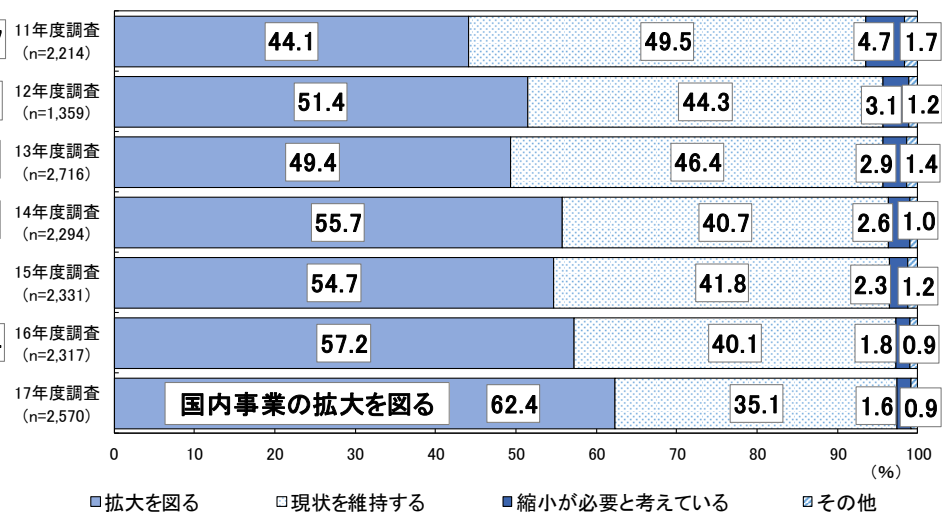
今後の国内事業展開(全体)



今後の国内事業展開(大企業)



今後の国内事業展開(中小企業)

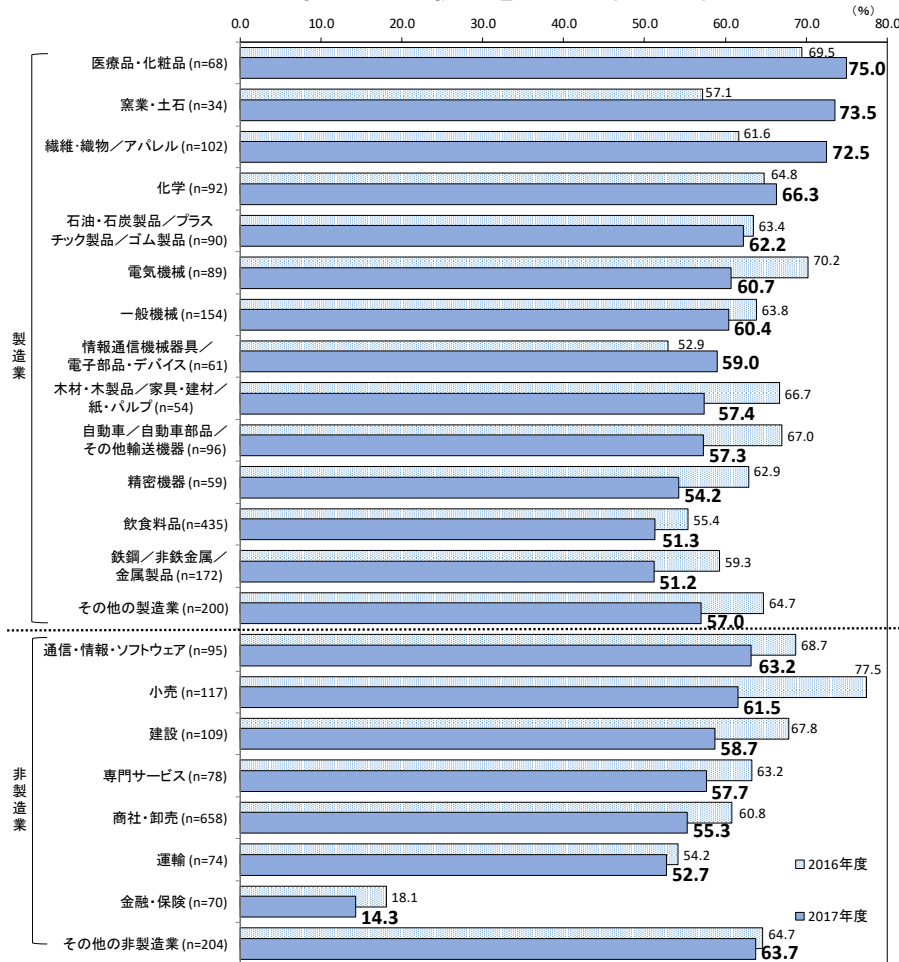


[注]母数は、「無回答」を除いた企業数。

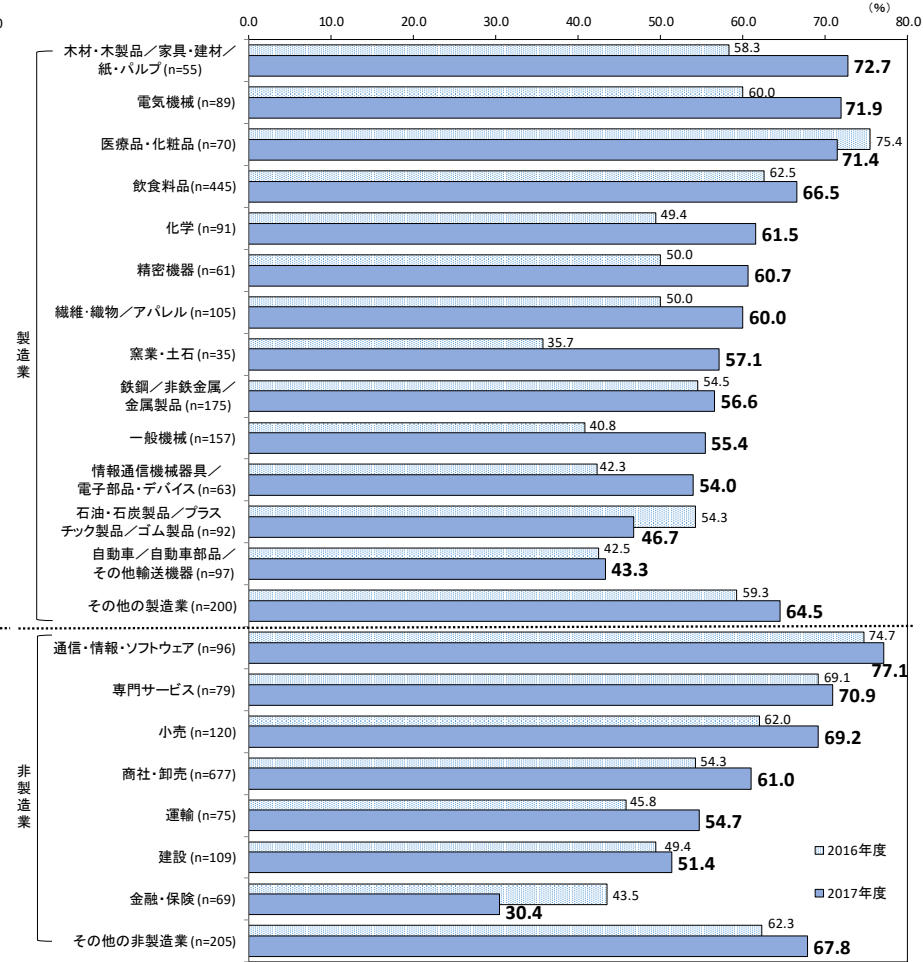
# 国内事業では多くの業種で拡大意欲が増加

国内事業については製造業、非製造業とも多くの業種で拡大意欲が増加した。海外進出では拡大意欲が縮小する業種が多い中、医療品・化粧品、窯業・土石、繊維・織物／アパレルなどは拡大意欲が増加した。

### 海外進出の拡大を図る企業の比率



### 国内事業の拡大を図る企業の比率

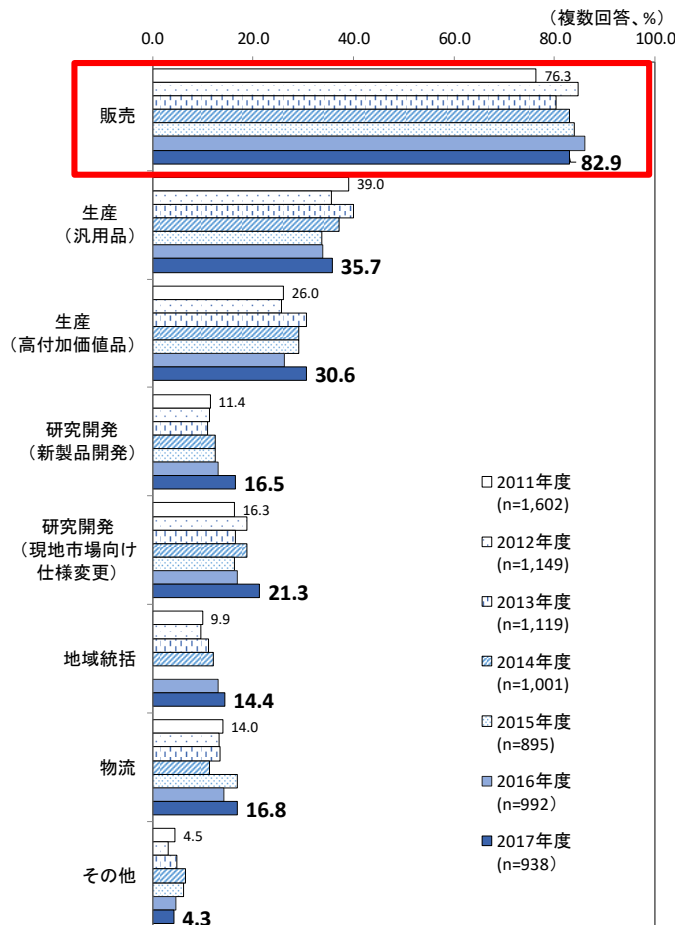


〔注〕①各業種の母数は無回答を除く企業数(2017年度のみ記載)。②「海外進出の拡大を図る」企業は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計。

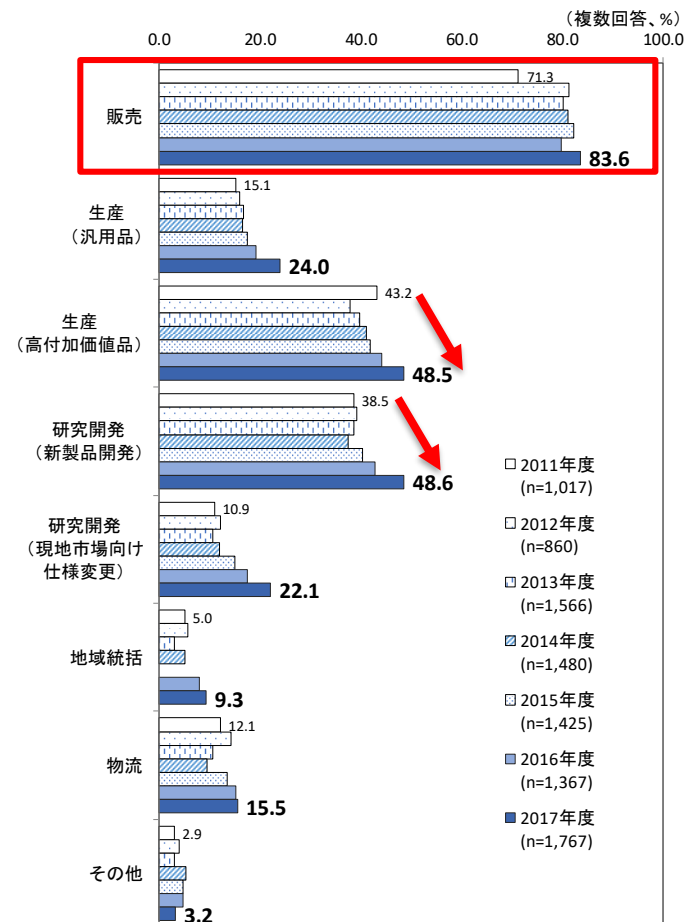
# 海外、国内ともに販売機能を強化

海外進出、国内事業ともに8割超の企業が販売機能の拡大を図ると回答。海外進出では販売に次いで汎用品の生産(35.7%)、国内事業では新製品開発(48.6%)、高付加価値品の生産(48.5%)が続いた。

## 海外で拡大を図る機能(全体)



## 国内で拡大を図る機能(全体)



〔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、拡大する機能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、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。②2015年度は「地域統括」は選択肢なし。

〔注〕①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。②2015年度は「地域統括」は選択肢なし。

## 2. 海外進出への取り組み(国・地域別)

～ベトナムでの事業拡大意欲が3年連続で増加、  
中国に次ぐ2位に上昇～



# ベトナムでの事業拡大意欲が3年連続で増加、2位に上昇

「現在、海外に拠点があり、今後さらに海外進出の拡大を図る」と回答した企業のうち、拡大を図る国・地域については、ベトナムの比率（前年34.1%→37.5%）が3年連続で増加して2位に上昇した。中国（同52.3%→49.4%）は引き続き首位を維持した。

海外で拡大を図る国・地域（上位20カ国・地域）

（複数回答、%）

国・地域名	2017年度		2016年度		2015年度		2014年度	2013年度	2012年度	2011年度
	(n=938)	順位	(n=992)	順位	(n=895)	順位	(n=1,001)	(n=1,119)	(n=1,149)	(n=1,602)
中国	49.4	(1)	52.3	(1)	53.7	(1)	56.5	56.9	59.2	67.9
ベトナム	37.5	(2)	34.1	(3)	32.4	(4)	28.7	29.6	25.9	20.3
タイ	36.7	(3)	38.6	(2)	41.7	(2)	44.0	47.0	41.2	27.9
米国	29.0	(4)	33.5	(4)	33.7	(3)	31.3	25.4	26.0	21.1
インドネシア	24.8	(5)	26.8	(5)	31.8	(5)	34.4	35.0	32.0	24.7
西欧	21.5	(6)	19.7	(7)	20.6	(7)	18.1	15.7	15.9	15.7
台湾	20.0	(7)	20.6	(6)	21.6	(6)	21.0	20.0	21.8	18.5
インド	18.2	(8)	18.5	(8)	20.1	(8)	16.1	19.2	19.4	21.8
シンガポール	17.1	(9)	17.7	(9)	16.1	(10)	19.3	18.3	17.8	14.0
マレーシア	14.0	(10)	14.7	(11)	15.5	(11)	14.8	15.4	15.7	12.2
香港	13.6	(11)	14.1	(12)	14.2	(12)	16.1	15.4	15.8	14.2
フィリピン	13.1	(12)	13.4	(13)	11.3	(14)	10.8	10.9	7.5	5.1
韓国	12.6	(13)	15.0	(10)	16.5	(9)	15.9	17.2	18.8	18.8
ミャンマー	10.2	(14)	12.7	(14)	11.5	(13)	10.1	10.9	-	-
メキシコ	6.9	(15)	8.5	(15)	10.9	(15)	10.1	7.6	5.6	3.1
中・東欧	5.2	(16)	5.9	(16)	7.0	(16)	6.1	3.3	4.2	4.7
カンボジア	4.8	(17)	5.2	(17)	6.0	(17)	5.3	5.4	-	-
オーストラリア	4.3	(18)	4.6	(19)	4.6	(19)	2.8	3.3	3.7	4.0
ロシア・CIS	4.1	(19)	4.9	(18)	4.1	(20)	6.2	6.5	5.8	6.9
ブラジル	4.1	(19)	3.4	(21)	5.1	(18)	6.9	8.0	8.4	7.4
ASEAN6	69.2		70.5		73.2		73.5	74.8	69.0	56.3

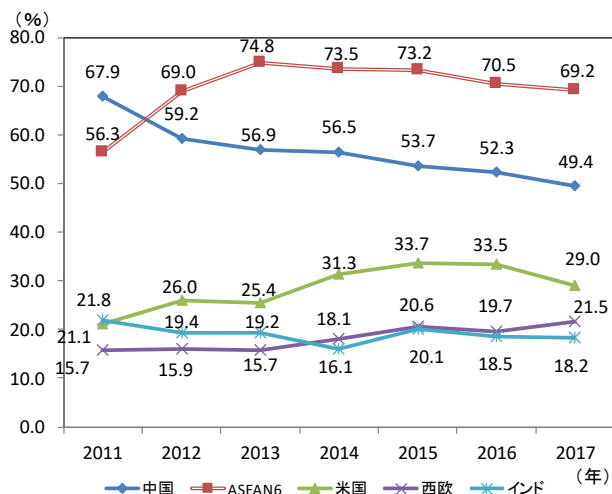
〔注〕①2011年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。2013年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。②ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。ミャンマー、カンボジアは2013年度調査以降のみ。2017年度の西欧は、英国、西欧（英国以外）のいずれかを選択した企業。③各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数の比率。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。

# ASEAN内での事業拡大意欲に温度差も

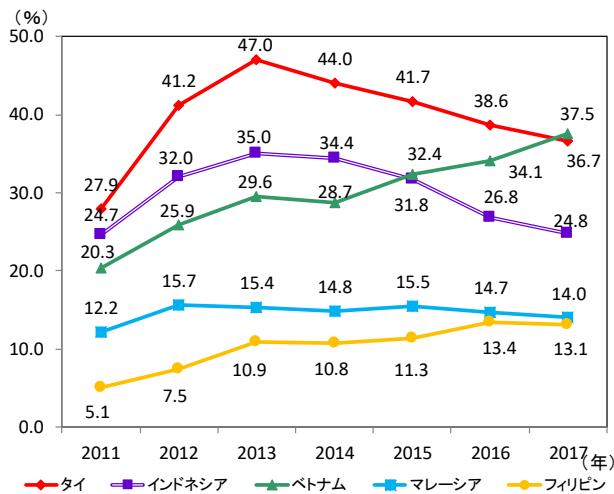
主要国・地域で拡大を図る国・地域としては、ASEAN6(69.2%)が中国(49.4%)を6年連続で上回った。ASEAN6の中では、ベトナムは非製造業、フィリピンは製造業の事業拡大意欲の増加が目立つ一方、タイやインドネシアでは事業拡大意欲の鈍化が続いた。米国は製造業の事業拡大意欲が縮小した。メキシコは特に製造業の事業拡大意欲低下が続いた。

## 海外で拡大を図る国・地域

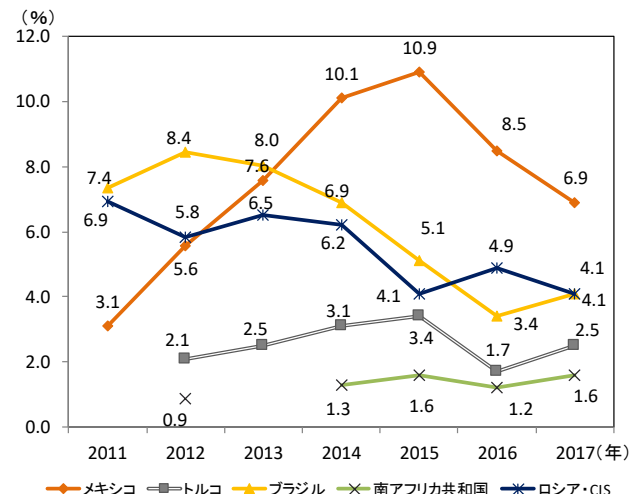
### 主要国・地域(全体)



### アジア新興国(全体)



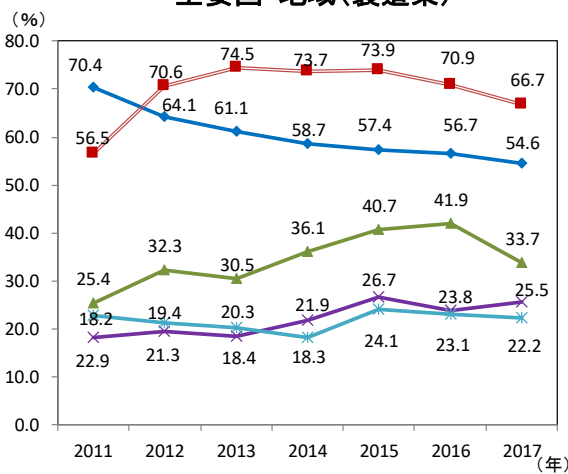
### その他新興国(全体)



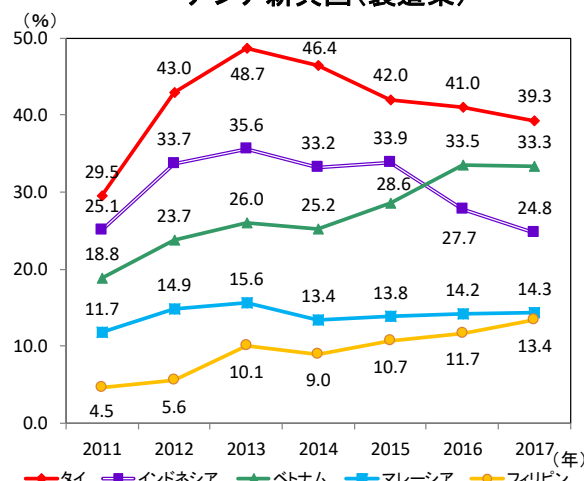
[注]①2011年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。2013年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。②ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計(重複する企業は除く)。2017年度の西欧は、英国、西欧(英国以外)のいずれかを選択した企業。南アフリカ共和国は2013年度は選択肢がない。③各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数の比率。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。

# 海外で拡大を図る国・地域（業種別）

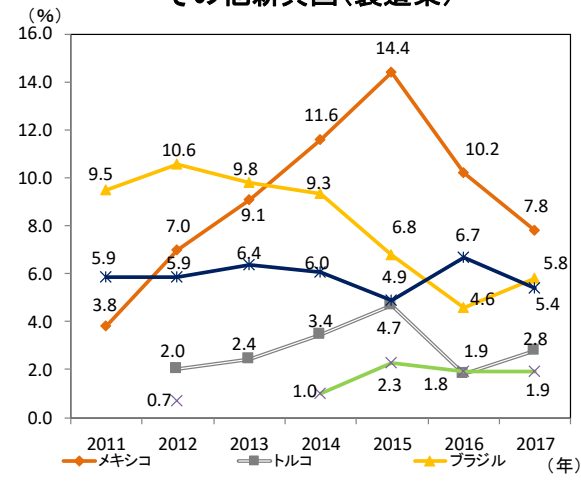
主要国・地域（製造業）



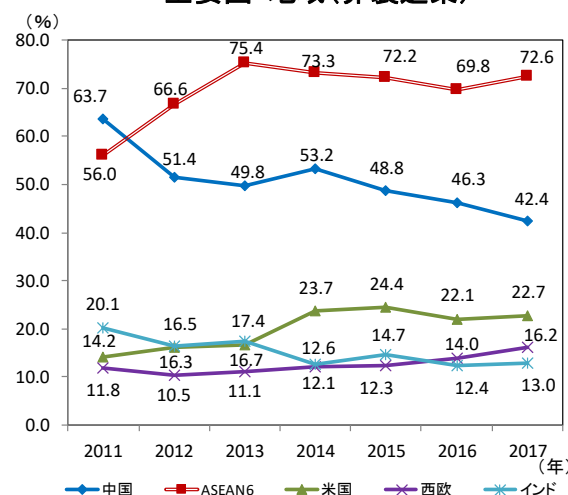
アジア新興国（製造業）



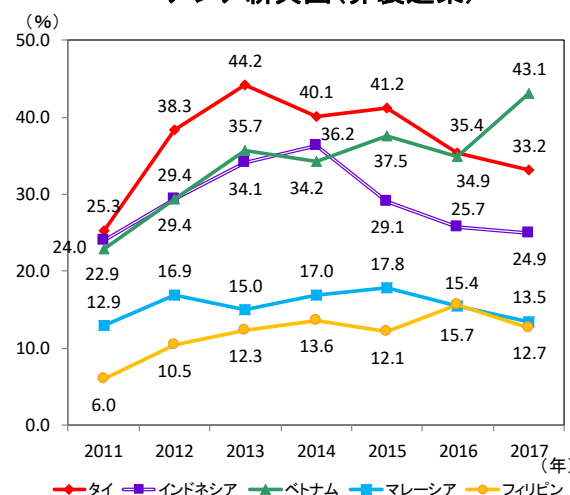
その他新興国（製造業）



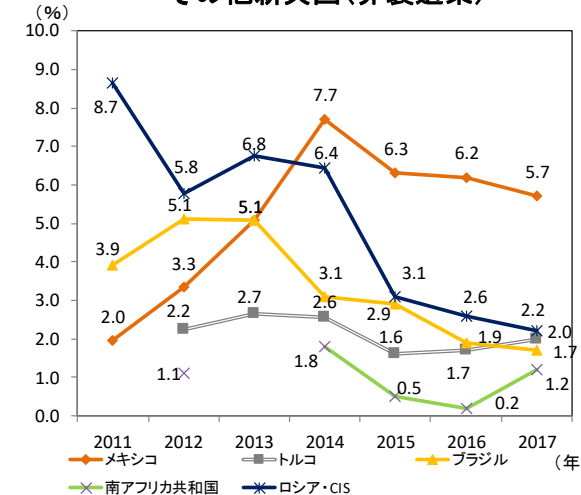
主要国・地域（非製造業）



アジア新興国（非製造業）



その他新興国（非製造業）



〔注〕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、拡大する機能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、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。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）。2017年度の西欧は、英国、西欧（英国以外）のいずれかを選択した企業。南アフリカ共和国は2013年度は選択肢がない。③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。

# 販売や生産で機能強化が図られるベトナム

海外で拡大を図る機能としては、販売機能の拡大先でベトナムが2年連続で順位を上げた(前々年5位→前年4位→3位)。汎用品の生産(前年3位→2位)、新製品開発(同5位→3位)でも順位を上げた。

## 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、%)

販売			生産				研究開発				地域統括			物流						
順位	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		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	順位	国・地域名										
1	中国	40.4	1	中国	15.6	1	中国	14.6	1	中国	9.1	1	中国	3.7	1	中国	6.3			
2	タイ	27.9	2	ベトナム	11.2	2	タイ	7.8	2	米国	3.9	2	タイ	5.4	2	シンガポール	3.5	2	タイ	4.4
3	ベトナム	26.8	3	タイ	9.8	3	ベトナム	7.2	3	ベトナム	3.7	3	タイ	5.1	3	タイ	3.1	3	ベトナム	3.7
4	米国	25.3	4	インドネシア	5.0	4	米国	5.3	4	タイ	3.1	4	ベトナム	4.4	3	米国	3.1	4	米国	3.6
5	インドネシア	20.9	5	インド	4.3	5	インドネシア	4.2	5	西欧(英国除く)	2.3	5	西欧(英国除く)	3.0	5	西欧(英国除く)	2.3	5	西欧(英国除く)	2.0
6	台湾	17.1	6	米国	3.6	6	西欧(英国除く)	3.3	6	インド	2.0	6	インドネシア	2.9	6	ベトナム	2.1	6	シンガポール	1.6
7	西欧(英国除く)	16.3	7	台湾	2.8	7	韓国	2.8	7	台湾	1.5	7	インド	2.8	7	香港	1.3	7	インドネシア	1.5
8	インド	16.0	8	ミャンマー	2.6	7	インド	2.8	7	韓国	1.5	8	台湾	2.7	8	マレーシア	0.6	8	香港	1.4
9	シンガポール	13.1	9	マレーシア	2.3	9	台湾	2.6	9	マレーシア	1.3	9	マレーシア	2.1	8	インドネシア	0.6	8	インド	1.4
10	マレーシア	11.6	10	西欧(英国除く)	2.2	10	マレーシア	2.2	9	インドネシア	1.3	10	韓国	1.5	10	台湾	0.5	10	ミャンマー	1.3
11	香港	11.3	11	フィリピン	1.9	11	フィリピン	1.9	11	香港	1.2	10	シンガポール	1.5	10	フィリピン	0.5	11	台湾	1.1
12	フィリピン	10.8	12	韓国	1.6	12	シンガポール	1.6	12	シンガポール	0.9	12	香港	1.4	10	ミャンマー	0.5	11	メキシコ	1.1
13	韓国	9.8	12	メキシコ	1.6	13	香港	1.2	12	フィリピン	0.9	13	フィリピン	0.9	10	インド	0.5	13	韓国	0.9
14	ミャンマー	6.8	14	バングラデシュ	1.3	13	ミャンマー	1.2	14	ミャンマー	0.6	14	ミャンマー	0.7	14	英国	0.4	13	マレーシア	0.9
15	メキシコ	5.1	15	カンボジア	0.9	13	メキシコ	1.2	15	ブラジル	0.5	15	英国	0.5	15	メキシコ	0.3	13	フィリピン	0.9
16	英国	4.2	15	オーストラリア	0.9	16	オーストラリア	0.5	16	英国	0.4	16	ブラジル	0.4	15	中・東欧	0.3	16	オーストラリア	0.6
17	中・東欧	3.9	17	ブラジル	0.7	16	英国	0.5	17	バングラデシュ	0.3	17	メキシコ	0.3	17	韓国	0.2	16	英国	0.6
18	オーストラリア	3.7	17	中・東欧	0.7	16	ロシア・CIS	0.5	17	メキシコ	0.3	17	ロシア・CIS	0.3	17	カンボジア	0.2	18	カンボジア	0.4
18	ロシア・CIS	3.7	19	シンガポール	0.6	19	ブラジル	0.4	19	カンボジア	0.2	19	カンボジア、バングラデシュ、オーストラリア、中・東欧	0.2	17	バングラデシュ	0.2	18	中・東欧	0.4
20	ブラジル	3.5	20	香港	0.5	20	バングラデシュ	0.3	19	オーストラリア	0.2	17	ブラジル	0.2	17	ブラジル	0.2	20	トルコ	0.3
	ASEAN6	52.9		ASEAN6	20.5		ASEAN6	15.8		ASEAN6	7.8		ASEAN6	10.6		ASEAN6	8.1		ASEAN6	7.9
	(参考) 西欧	17.8		(参考) 西欧	2.2		(参考) 西欧	3.4		(参考) 西欧	2.6		(参考) 西欧	3.2		(参考) 西欧	2.6		(参考) 西欧	2.2
	販売 計	82.9		汎用品 計	35.7		高付加価値品 計	30.6		新製品開発 計	16.5		現地市場向け仕様変更 計	21.3		地域統括 計	14.4		物流 計	16.8

[注]①母数は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」企業(970社)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(938社)。

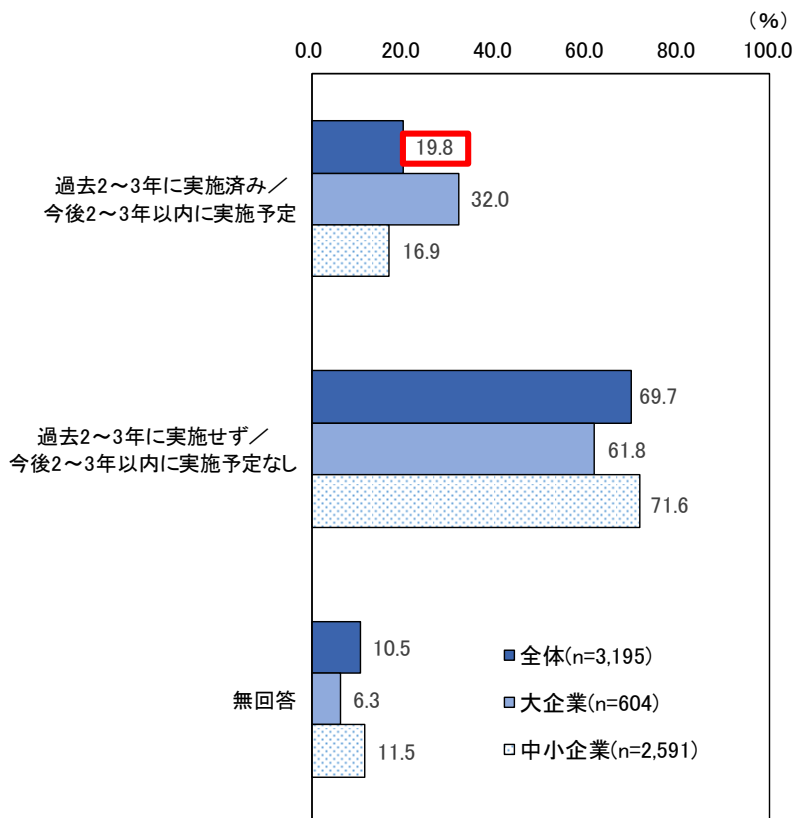
②西欧(英国を除く)、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。なお、下段の西欧は英国、西欧(英国以外)のいずれかを選択した企業。

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。

# 日本、中国、ASEANが再編の軸

国内および海外拠点・機能の再編を過去2～3年に実施／今後2～3年以内に実施予定の企業は19.8%であった。再編件数全体(690件)のうち、最も件数が多かったのが日本からベトナムへの拠点・機能の再編(46件)で、次いで中国の国内拠点間(43件)、日本から中国(42件)、日本からタイ(30件)など、日本、中国、ASEANが再編の軸となっている。

### 国内および海外拠点・機能の再編の有無



### 主な拠点・機能の再編パターン

移管元		移管先	件数	比率
再編件数 全体			690	100.0
1	日本	ベトナム	46	6.7
2	中国	中国	43	6.2
3	日本	中国	42	6.1
4	日本	タイ	30	4.3
5	中国	日本	29	4.2
6	日本	米国	28	4.1
7	中国	ベトナム	27	3.9
8	中国	移管先なし	14	2.0
8	日本	台湾	14	2.0
10	日本	シンガポール	10	1.4
10	日本	インドネシア	10	1.4
12	日本	マレーシア	9	1.3
12	日本	インド	9	1.3
14	中国	タイ	8	1.2
14	日本	西欧(英国除く)	8	1.2
16	中国	中国	7	1.0
16	ベトナム	ベトナム	7	1.0
16	日本	メキシコ	7	1.0
19	日本	フィリピン	6	0.9
20	中国	香港	5	0.7
20	中国	フィリピン	5	0.7
20	タイ	タイ	5	0.7
20	シンガポール	タイ	5	0.7
20	ベトナム	移管先なし	5	0.7
20	日本	韓国	5	0.7
20	日本	香港	5	0.7

[注]①再編件数全体は、拠点・機能の再編を過去2～3年に実施／今後2～3年以内に実施予定の案件数の合計。比率は再編件数全体に対する比率。再編パターンが5件以上のみ。②「西欧(英国を除く)」の国別内訳は選択肢の設定が無い。③「移管先なし」は拠点機能を移管せずに撤退・廃止。

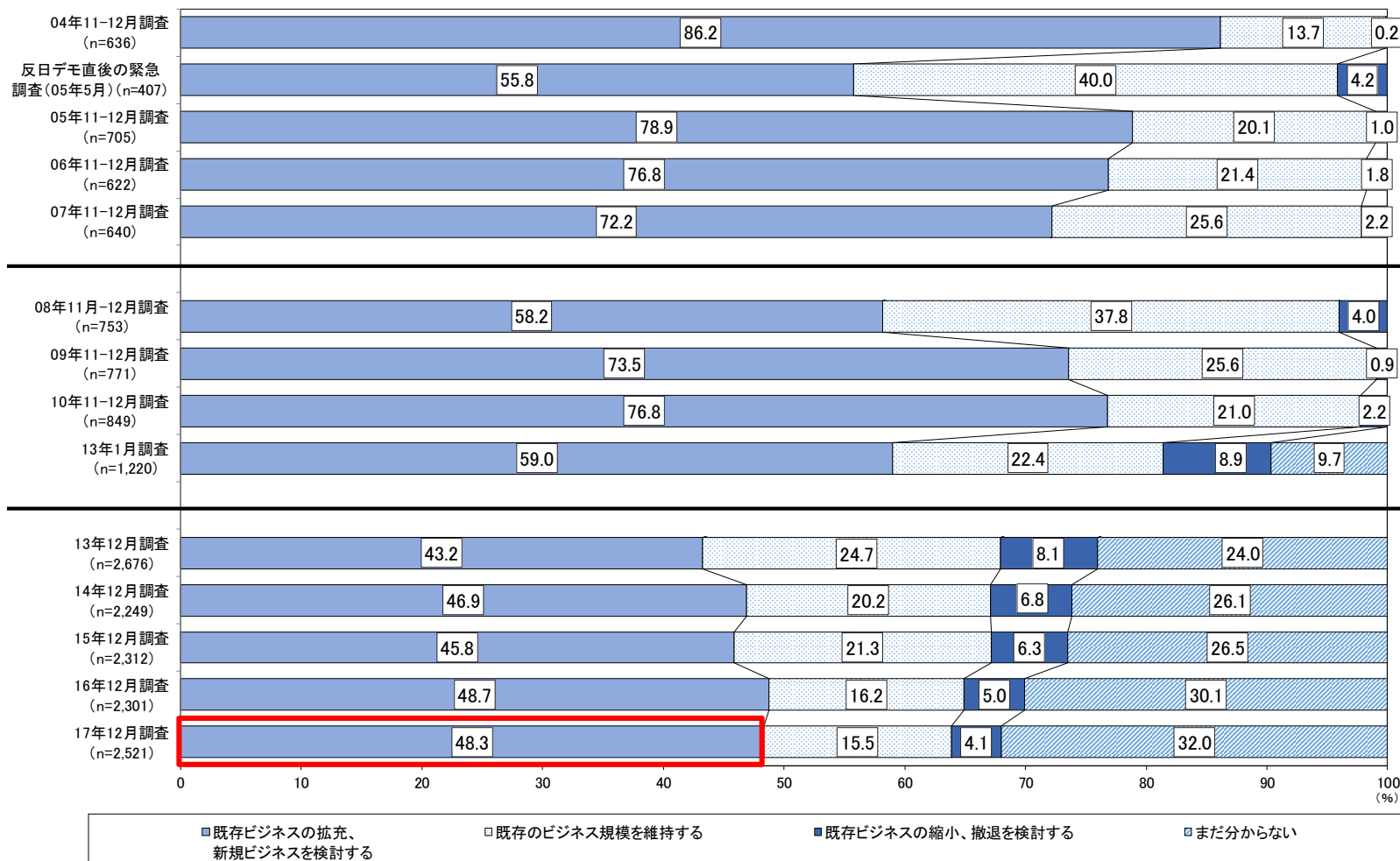
### 3. 中国でのビジネス展開

～大企業では中国ビジネス拡大の兆し～

# 約半数が拡大の一方、様子見も続く

今後(3年程度)、既存の中国ビジネス(注)を拡充、新規ビジネスを検討すると回答した企業は48.3%と前年並み(48.7%)が続く一方、32.0%の企業が「まだ分からない」と回答した。(注)中国ビジネス:貿易、業務委託、技術提携、直接投資

## 今後の中国でのビジネス展開(全体)

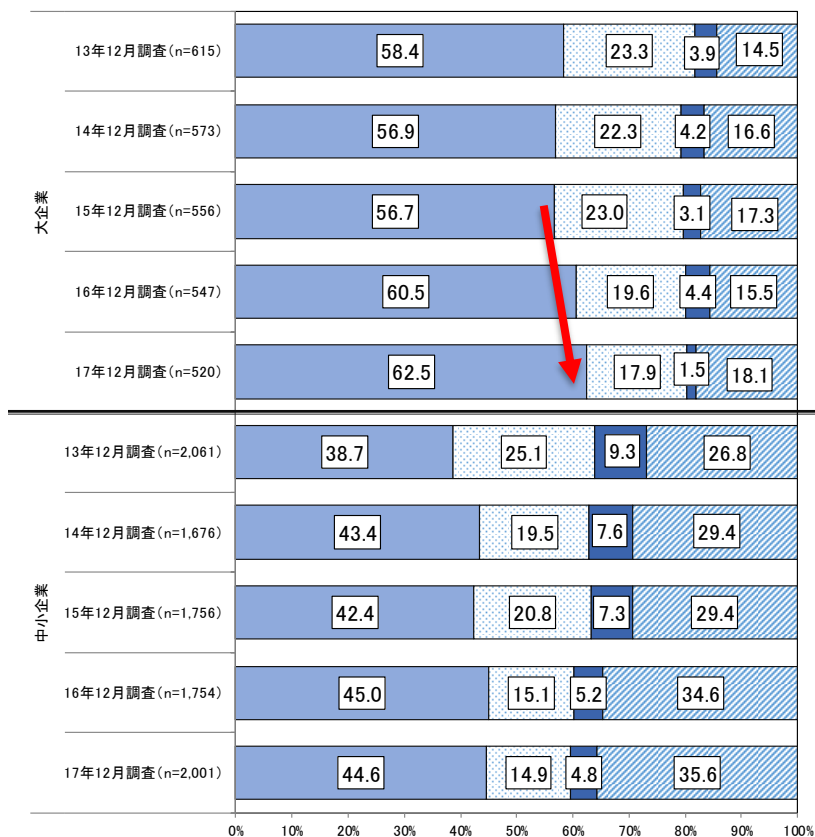


[注]①母数は「今後も中国でビジネス展開は行わない」、「無回答」を除く。なお2010年度以前の回答企業はジェットロ・メンバーズのみ。②2007年度以前は製造業・商社・卸売・小売業のみ。③調査年度により異なる設問項目を一部調整の上で集計。「まだ分からない」の選択肢は2013年1月調査以降のみ。④2011年度は今後のビジネス展開に関する設問を設けていない。

# 大企業では中国ビジネス拡大の兆し

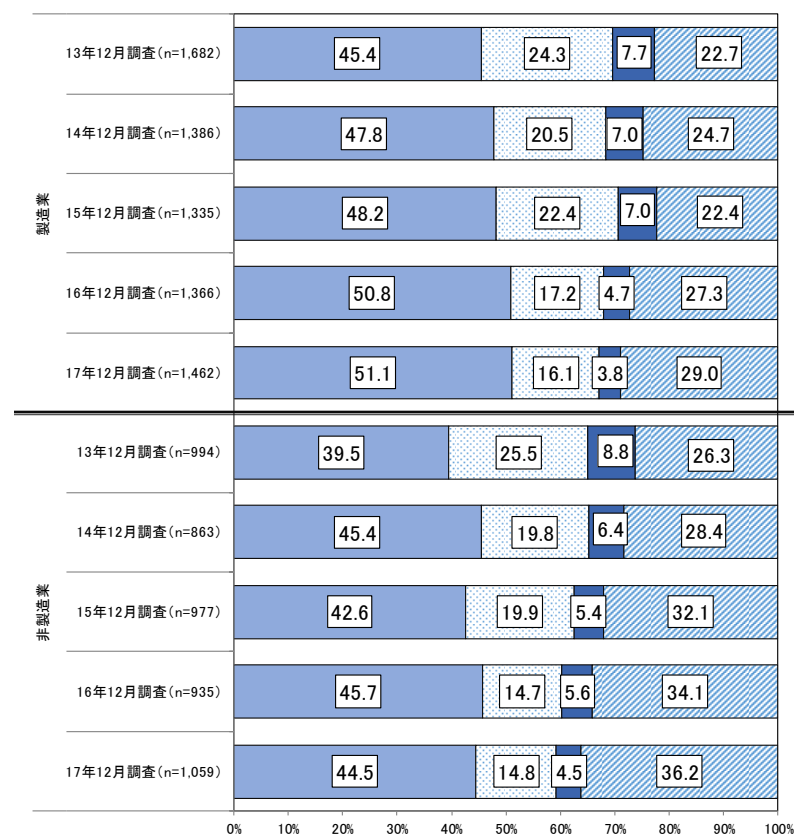
既存の中国ビジネスを拡充、新規ビジネスを検討する企業の比率は、企業規模別では大企業が62.5%と2年連続で増加、ビジネスの縮小、撤廃を検討する企業の比率は前年の4.4%から1.5%に縮小した。一方、中小企業では中国ビジネスを拡充、新規ビジネスを検討する企業の比率は横ばい(前年45.0%→44.6%)となった。

## 中国での今後のビジネス展開(企業規模別)



■ 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 □ まだ分からない

## 中国での今後のビジネス展開(業種別)



■ 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 □ まだ分からない

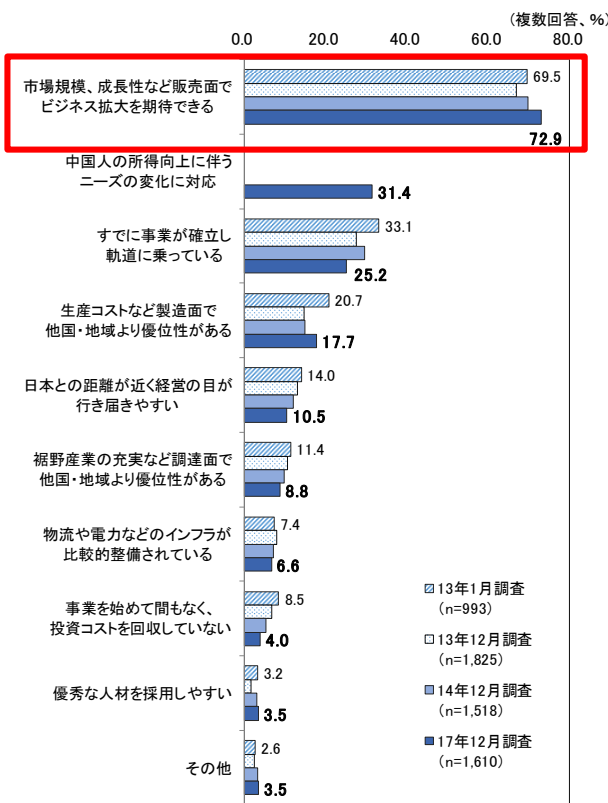
[注]母数は「今後も中国でビジネス展開は行わない」、「無回答」を除く。



# 中国ビジネスへの期待は市場規模と成長性

中国ビジネスを拡大・維持する理由は、「中国の市場規模、成長性」(72.9%)が引き続き最大で、「中国人の所得向上に伴うニーズの変化」(31.4%)、「事業が確立し軌道に乗っている」(25.2%)が続いた。業種別では、石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品、繊維・織物／アパレル、精密機器では「生産コストなど製造面での優位性」、通信・情報・ソフトウェアでは「優秀な人材を採用しやすい」を挙げる企業の比率も高かった。

中国ビジネスを拡大・維持する理由



中国ビジネスを拡大・維持する理由(業種別)

業種	社数	市場規模、成長性など販売面でビジネス拡大を期待できる	中国人の所得向上に伴うニーズの変化に対応	すでに事業が確立し軌道に乗っている	生産コストなど製造面で他国・地域より優位性がある	日本との距離が近く経営の目が行き届きやすい	裾野産業の充実など調達面で他国・地域より優位性がある	物流や電力などのインフラが比較的整備されている	事業を始めて間もなく、投資コストを回収していない	優秀な人材を採用しやすい
全体	1,610	72.9	31.4	25.2	17.7	10.5	8.8	6.6	4.0	3.5
製造業	982	75.8	31.1	23.8	16.8	9.8	7.6	6.1	3.8	2.4
飲食料品	183	78.1	44.8	15.3	7.1	7.7	2.7	4.4	3.8	1.1
繊維・織物／アパレル	58	53.4	44.8	20.7	25.9	20.7	17.2	12.1	1.7	3.4
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	19	78.9	31.6	36.8	21.1	21.1	10.5	5.3	5.3	0.0
化学	70	87.1	30.0	41.4	15.7	5.7	5.7	5.7	5.7	7.1
医薬品・化粧品	51	92.2	54.9	29.4	5.9	5.9	5.9	3.9	5.9	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	58	67.2	27.6	27.6	27.6	15.5	13.8	5.2	6.9	3.4
窯業・土石	23	78.3	21.7	8.7	8.7	17.4	4.3	4.3	0.0	4.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	95	65.3	32.6	23.2	20.0	9.5	8.4	7.4	5.3	3.2
一般機械	107	77.6	18.7	24.3	19.6	7.5	3.7	4.7	1.9	1.9
電気機械	54	74.1	25.9	20.4	11.1	13.0	9.3	3.7	0.0	3.7
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	41	80.5	14.6	31.7	14.6	9.8	12.2	9.8	4.9	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	60	83.3	16.7	31.7	13.3	8.3	10.0	3.3	6.7	1.7
精密機器	42	71.4	19.0	23.8	23.8	9.5	11.9	11.9	2.4	2.4
その他の製造業	121	76.0	26.4	19.8	25.6	7.4	7.4	7.4	2.5	2.5
非製造業	628	68.5	32.0	27.2	19.1	11.6	10.7	7.5	4.3	5.1
商社・卸売	387	68.7	34.4	28.2	24.8	13.2	11.4	8.8	3.6	3.6
小売	47	76.6	36.2	23.4	21.3	10.6	14.9	4.3	6.4	2.1
建設	23	60.9	0.0	39.1	17.4	4.3	13.0	0.0	4.3	8.7
運輸	32	71.9	21.9	46.9	3.1	9.4	0.0	12.5	9.4	9.4
金融・保険	24	54.2	29.2	33.3	4.2	4.2	12.5	4.2	0.0	4.2
通信・情報・ソフトウェア	30	70.0	33.3	16.7	10.0	20.0	16.7	13.3	10.0	26.7
専門サービス	24	70.8	25.0	20.8	0.0	0.0	8.3	4.2	4.2	12.5
その他の非製造業	61	65.6	34.4	14.8	8.2	9.8	4.9	1.6	3.3	0.0

[注]①母数は「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」と回答した企業。②「中国人の所得向上に伴うニーズの変化に対応」は2017年度に新設。

[注]①母数は「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」と回答した企業。②網掛けは、各業種について回答比率の高い上位3項目。

## 4. 各国のビジネス環境

～英国のEU離脱は欧州域内リスク、  
米新政権の政策は様々な国でリスク要因に～

# ベトナムの市場規模、納入先集積の魅力が上昇

調査対象の11カ国とも「市場規模・成長性(市場規模)」がビジネスを行う上での魅力・長所の第1位。ASEANは今回新設した「親日感情」が2-3位に入る。前回調査(2013年度)と比べ、ベトナムやフィリピンの「市場規模」、ベトナム、ミャンマーの「納入先集積」、インドの「人材の質」、メキシコの「人件費・労働力」、「コミュニケーション」の回答率上昇が顕著。今回、新設した「技術力」については、米国、英国に続き、インド、中国が高評価となった。

各国の魅力・長所(国別、上位10項目)

		(複数回答、%)										
順位	中国(n=1,879)	タイ(n=1,299)	マレーシア(n=732)	インドネシア(n=914)	フィリピン(n=607)	ベトナム(n=1,261)						
1	市場規模	89.8	市場規模	69.2	市場規模	66.1	市場規模	84.1	市場規模	72.7	市場規模	82.2
2	納入先集積	27.4	親日感情	52.1	親日感情	28.6	親日感情	28.3	人件費・労働力	29.7	親日感情	42.8
3	現地調達容易	21.8	納入先集積	35.5	納入先集積	19.7	人件費・労働力	26.0	親日感情	26.4	人件費・労働力	41.9
4	人件費・労働力	13.6	生活環境	20.2	政治・社会安定	16.8	納入先集積	25.9	コミュニケーション	20.6	人材の質	20.2
5	インフラ	12.8	現地調達容易	19.6	コミュニケーション	13.0	土地・事務所	8.5	納入先集積	18.1	納入先集積	19.8
6	コミュニケーション	10.1	人件費・労働力	17.7	人件費・労働力	12.0	現地調達容易	6.6	土地・事務所	7.7	政治・社会安定	17.8
7	人材の質	9.0	インフラ	13.9	生活環境	10.4	政治・社会安定	5.1	人材の質	6.8	土地・事務所	12.3
8	技術力	6.1	政治・社会安定	11.2	インフラ	10.0	人材の質	4.9	現地調達容易	6.3	現地調達容易	8.7
9	生活環境	4.2	人材の質	10.9	現地調達容易	8.7	コミュニケーション、	3.9	政治・社会安定	5.6	従業員定着率	7.0
10	政治・社会安定	3.9	土地・事務所	6.7	人材の質	7.5	生活環境	3.9	生活環境	3.5	生活環境	6.9

順位	ミャンマー(n=480)	インド(n=679)	米国(n=1,136)	メキシコ(n=287)	英国(n=379)					
1	市場規模	75.4	市場規模	92.5	市場規模	82.6	市場規模	75.6	市場規模	53.3
2	人件費・労働力	40.4	人件費・労働力	24.9	コミュニケーション	32.8	納入先集積	34.5	コミュニケーション	39.8
3	親日感情	29.2	納入先集積	18.7	政治・社会安定	30.2	人件費・労働力	23.7	政治・社会安定	31.4
4	土地・事務所	11.5	親日感情	12.1	納入先集積	28.3	親日感情	12.9	インフラ	20.6
5	納入先集積	8.8	コミュニケーション	11.2	インフラ	22.5	現地調達容易	12.5	生活環境	19.3
6	人材の質	5.4	人材の質	10.2	生活環境	18.0	コミュニケーション	6.6	納入先集積	16.4
7	従業員定着率	2.9	技術力	9.3	現地調達容易	14.4	インフラ	6.3	人材の質	14.0
8	現地調達容易	2.5	現地調達容易	8.5	技術力	13.8	政治・社会安定	5.9	技術力	13.5
9	税制	2.5	土地・事務所	6.9	人材の質	11.4	税制	4.9	親日感情	11.6
10	投資奨励制度、 コミュニケーション	2.3 2.3	政治・社会安定	5.6	親日感情	11.0	土地・事務所	4.5	現地調達容易	7.4

[注]①母数(n)は、国ごとの魅力・長所に回答した企業の総数(現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答)。

②各セルの値は、各国の母数(n)に占める項目ごとの回答率(魅力・長所ごとの回答数/母数)。

③網掛けは前回調査(2013年度)から回答率が上昇したセル。うち橙色の網掛けかつ斜体のセルは5%ポイント以上上昇したセル。太字のセルは同様に5%ポイント以上回答率が低下したセル。ただし、米国、英国の2カ国および「技術力」「親日感情」の2項目は、前回調査の対象外のため、時系列比較はできない。

④魅力・長所の正式名称については、参考資料(p.53)参照。

⑤「技術力」「親日感情」は2017年度に新設。「顧客(納入先)企業の集積」の2013年度は「取引先(納入先)企業の集積」。

「従業員の質の高さ、優秀な人材が豊富」の2013年度は「従業員の質の高さ」。「税制面での優位性(法人税、関税など)」の2013年度は「税制面でのインセンティブ(法人税、関税など)」。

# 2015年度調査から全項目で中国の課題指摘率が低下

中国の課題指摘率は他国と比べて依然高いものの、前回調査(2015年度)と比べて全項目で低下した。また、全ての国でインフラの課題指摘率が減少。一方、課題指摘率が5%ポイント以上増加した国・課題としては、フィリピンやミャンマーの「政情・社会情勢・治安」やインドの「自然災害・環境汚染」が挙げられる。また、「特段の問題なし」の比率が、フィリピン、ミャンマー、インド、メキシコで5%ポイント以上低下した。

## 各国のビジネス環境の課題(国別、上位10項目)

(複数回答、%)

順位	中国(n=1,853)		タイ(n=1,048)		マレーシア(n=588)		インドネシア(n=779)		フィリピン(n=581)		ベトナム(n=952)	
1	人件費高・上昇	46.6	人件費高・上昇	25.3	特段問題なし	44.4	行政手続き	26.1	政情・社会情勢・治安	33.9	特段問題なし	24.8
2	知財保護	40.5	特段問題なし	24.9	人件費高・上昇	13.6	政情・社会情勢・治安	25.4	特段問題なし	25.6	行政手続き	24.5
3	政情・社会情勢・治安	36.8	政情・社会情勢・治安	24.6	為替リスク	12.6	法制度・運用	24.6	インフラ	19.4	法制度・運用	21.1
4	代金回収	35.8	労働力不足・採用難	13.3	代金回収、	8.8	インフラ	21.6	代金回収	16.4	インフラ	20.0
5	行政手続き	29.7	行政手続き	12.9	行政手続き	8.8	特段問題なし	21.1	法制度・運用	15.0	人件費高・上昇	16.5
6	法制度・運用	22.0	自然災害・環境汚染	12.0	政情・社会情勢・治安	7.7	為替リスク、	17.8	行政手続き	14.6	代金回収	16.1
7	税制・税務手続き	19.6	為替リスク	11.5	関連産業集積	7.3	税制・税務手続き	17.8	関連産業集積、	12.0	税制・税務手続き	14.0
8	自然災害・環境汚染	18.4	代金回収	10.2	労働力不足・採用難	7.1	代金回収	17.2	自然災害・環境汚染	12.0	関連産業集積	13.3
9	為替リスク	15.8	法制度・運用	7.6	法制度・運用	6.0	人件費高・上昇	14.9	為替リスク	10.7	為替リスク	12.6
10	米新政権の政策	13.8	税制・税務手続き	7.3	税制・税務手続き	5.3	自然災害・環境汚染	9.9	税制・税務手続き	8.4	知財保護	10.1

順位	ミャンマー(n=516)		インド(n=601)		米国(n=1,026)		メキシコ(n=388)		英国(n=523)	
1	インフラ	40.7	インフラ	33.3	米新政権の政策	58.6	米新政権の政策	52.8	英EU離脱リスク	65.0
2	政情・社会情勢・治安	39.7	代金回収	27.3	特段問題なし	21.6	政情・社会情勢・治安	27.6	特段問題なし	23.3
3	法制度・運用	32.6	行政手続き	25.1	為替リスク	20.1	特段問題なし	24.5	為替リスク	15.7
4	関連産業集積	24.8	税制・税務手続き	23.6	人件費高・上昇	19.5	為替リスク	15.2	人件費高・上昇	12.2
5	特段問題なし	19.4	法制度・運用	22.0	行政手続き	7.9	代金回収	10.3	米新政権の政策	5.0
6	行政手続き	18.6	自然災害・環境汚染	20.7	労働力不足・採用難	5.6	労働力不足・採用難	7.2	土地・事務所	4.6
7	代金回収	18.0	特段問題なし	19.5	政情・社会情勢・治安	4.9	人件費高・上昇	6.4	行政手続き	4.0
8	税制・税務手続き	13.6	政情・社会情勢・治安	18.3	土地・事務所	4.8	行政手続き	5.9	労働力不足・採用難	3.6
9	為替リスク	11.8	為替リスク	12.1	労務問題	3.4	法制度・運用、	5.2	政情・社会情勢・治安	2.5
10	知財保護	10.7	関連産業集積	11.5	税制・税務手続き	3.1	税制・税務手続き	5.2	代金回収	1.9

[注]①母数(n)は、国ごとの課題に回答した企業の総数(現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答)。

②各セルの値は、各国の母数(n)に占める項目ごとの回答率(課題ごとの回答数/母数)。

③網掛けは前回調査(2015年度)から回答率が上昇したセル。うち橙色の網掛けかつ斜体のセルは5%ポイント以上上昇したセル。太字のセルは同様に5%ポイント以上回答率が低下したセル。ただし、米国、英国の2カ国および「米新政権の政策」「英EU離脱リスク」の2項目は、前回調査の対象外のため、時系列比較はできない。

④課題の正式名称については、参考資料(p.54)参照。

⑤「米新政権の政策」「英EU離脱リスク」は2017年度に新設。「労働力の不足・適切な人材の採用難」の2015年度は「労働力の不足・人材採用難」。

「インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備」の2015年度は「インフラが未整備」。

# 英EU離脱は欧州域内リスク、米新政権は様々な国でリスク要因

「英国のEU離脱リスク」は英国および欧州で、ビジネスを行う上での最大の課題とされているが、その他地域ではほとんど課題として認識されていない。一方、「米新政権の政策」は、特に米国、メキシコ、ロシアで回答率5割を超えるビジネス上の最大課題として認識されている他、アラブ首長国連邦、カナダ、韓国、中東、中南米でも回答率が2割を超えた。

「英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり」の回答率

(複数回答、%、(社))

質問国・地域の回答率(n)		その他の国・地域(自由回答)の回答率(n)	
英国	65.0 (523)	ドイツ	36.4 (11)
米国	2.5 (1,026)	フランス	36.4 (11)
インド	1.3 (601)	台湾	2.0 (49)
中国	1.2 (1,853)	シンガポール	0.0 (28)
メキシコ	1.0 (388)	韓国	0.0 (14)
マレーシア	0.7 (588)	ロシア	0.0 (12)
ミャンマー	0.6 (516)	香港	0.0 (10)
ベトナム	0.4 (952)	カンボジア	0.0 (9)
インドネシア	0.4 (779)	スリランカ	0.0 (9)
フィリピン	0.3 (581)	アラブ首長国連邦	0.0 (7)
タイ	0.3 (1,048)	カナダ	0.0 (7)
		バングラデシュ	0.0 (7)
		トルコ	0.0 (6)
		オーストラリア	0.0 (5)
		ブラジル	0.0 (5)
		欧州計	38.6 (57)
		アジア計	0.7 (140)
		中東計	0.0 (30)
		アフリカ計	0.0 (18)
		中南米計	0.0 (15)
		大洋州計	0.0 (12)

「米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり」の回答率

(複数回答、%、(社))

質問国・地域の回答率(n)		その他の国・地域(自由回答)の回答率(n)	
米国	58.6 (1,026)	ロシア	50.0 (12)
メキシコ	52.8 (388)	アラブ首長国連邦	28.6 (7)
中国	13.8 (1,853)	カナダ	28.6 (7)
フィリピン	6.2 (581)	韓国	21.4 (14)
英国	5.0 (523)	トルコ	16.7 (6)
ベトナム	4.2 (952)	台湾	6.1 (49)
ミャンマー	4.1 (516)	シンガポール	0.0 (28)
インド	3.7 (601)	ドイツ	0.0 (11)
インドネシア	3.6 (779)	フランス	0.0 (11)
マレーシア	3.4 (588)	香港	0.0 (10)
タイ	3.0 (1,048)	カンボジア	0.0 (9)
		スリランカ	0.0 (9)
		バングラデシュ	0.0 (7)
		オーストラリア	0.0 (5)
		ブラジル	0.0 (5)
		中東計	36.7 (30)
		中南米計	20.0 (15)
		アジア計	4.3 (140)
		欧州計	3.5 (57)
		アフリカ計	0.0 (18)
		大洋州計	0.0 (12)

[注]①括弧内は母数(n) = 国・地域ごとの課題に回答した企業の総数(現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答)。

②各セルの値は、各国・地域の母数(n)に占める項目ごとの回答率(課題ごとの回答数/母数)。

③網掛けセルは回答率20%以上の課題。数字が太字のセルは各国・地域について、回答率が最大の課題。数字がイタリックのセルは同様に、回答率が2番目に高い課題。

④その他(自由回答欄)の国・地域は回答社数が5社以上の国・地域のみ掲載。各地域計はその他(自由回答欄)に挙げられた、当該地域に含まれる全ての国・地域を足しあげたもの。

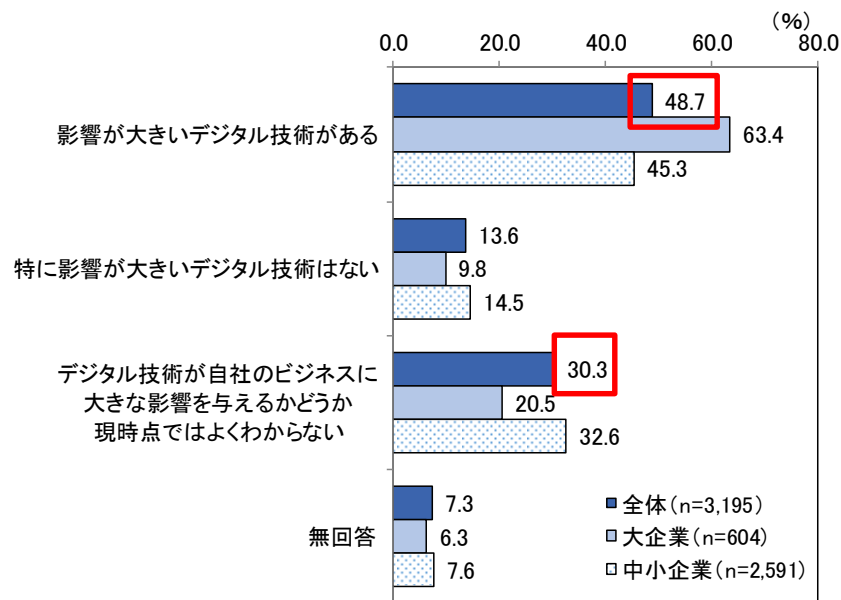
## 5. デジタル技術の活用

～最も影響大のデジタル技術は大企業がIoT、  
中小企業が電子商取引(EC)、海外ビジネスでの活用はECが中心～

# 約半数が影響大のデジタル技術あり、3割は影響不明

48.7%の企業が、今後中長期的(5~10年程度)に、自社のビジネスに「影響が大きいデジタル技術がある」と回答。一方、影響について「よくわからない」と回答した企業も30.3%存在。「特に影響が大きいデジタル技術はない」とした企業は13.6%にとどまる。業種別では「通信・情報・ソフトウェア」、「金融・保険」、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」、「電気機械」、「精密機器」で特に、「影響が大きいデジタル技術がある」の回答率が高い。

### デジタル技術に対する見方(全体、企業規模別)



[注]母数は本調査の回答企業総数。

※本調査におけるデジタル技術は、「既存のビジネスのあり方を変えるような、新しいデジタル技術や同技術を利用したビジネス手法」を指し、具体的には電子商取引(EC)、ロボット、3Dプリンター、IoT(モノのインターネット)、ビッグデータ、人工知能(AI)、フィンテック等を含む。

### デジタル技術に対する見方(業種別)

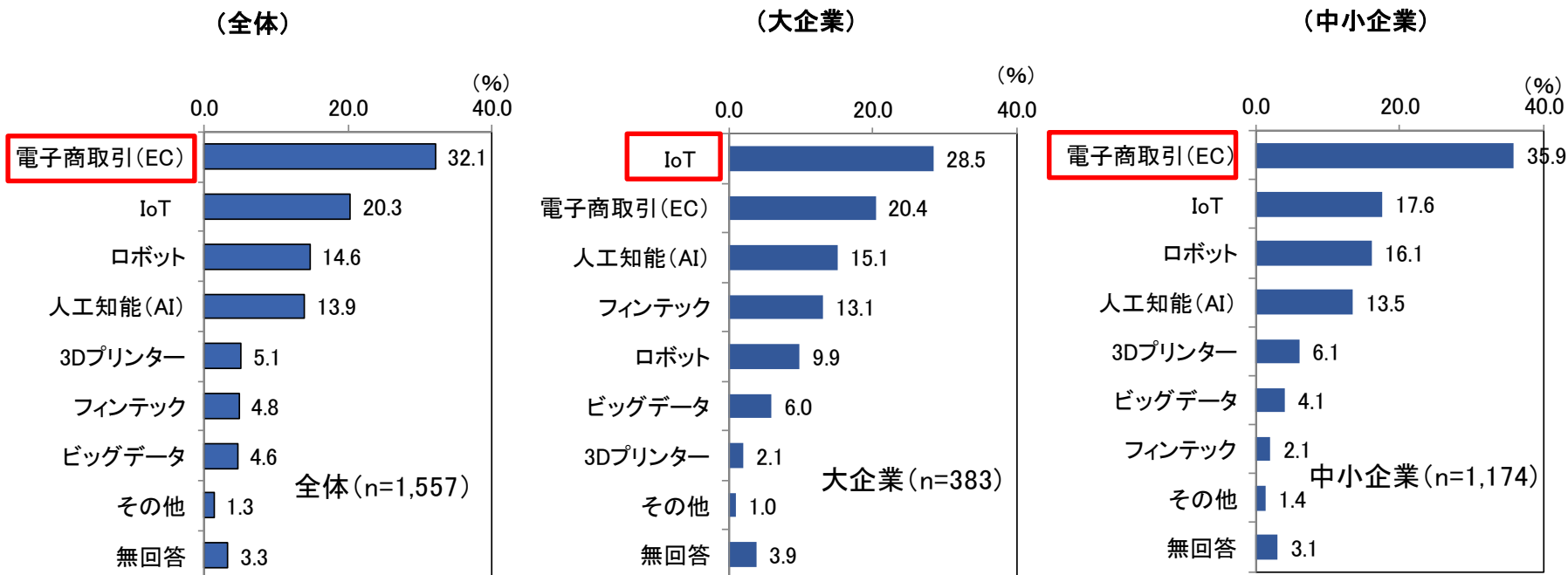
	社数	影響が大きいデジタル技術がある	特に影響が大きいデジタル技術はない	デジタル技術が自社のビジネスに大きな影響を与えるかどうか現時点ではよくわからない	無回答
全体	3,195	48.7	13.6	30.3	7.3
製造業	1,748	48.6	14.0	30.4	7.0
飲食料品	446	38.8	11.9	37.7	11.7
繊維・織物／アパレル	105	53.3	10.5	27.6	8.6
木材・木製品／家具・建材／紙・ハルブ <sup>②</sup>	57	29.8	22.8	38.6	8.8
化学	95	45.3	12.6	36.8	5.3
医療品・化粧品	70	51.4	15.7	25.7	7.1
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	93	43.0	16.1	37.6	3.2
窯業・土石	35	48.6	17.1	25.7	8.6
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	176	51.1	17.6	27.8	3.4
一般機械	158	58.9	9.5	25.9	5.7
電気機械	89	62.9	23.6	12.4	1.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	63	65.1	15.9	15.9	3.2
自動車／自動車部品／その他輸送機器	98	55.1	11.2	26.5	7.1
精密機器	61	60.7	6.6	26.2	6.6
その他の製造業	202	47.5	15.8	30.7	5.9
非製造業	1,447	48.9	13.1	30.3	7.7
商社・卸売	681	42.3	14.8	35.7	7.2
小売	123	43.9	11.4	31.7	13.0
建設	110	40.9	16.4	34.5	8.2
運輸	76	47.4	11.8	38.2	2.6
金融・保険	72	70.8	6.9	11.1	11.1
通信・情報・ソフトウェア	97	83.5	3.1	9.3	4.1
専門サービス	81	56.8	18.5	17.3	7.4
その他の非製造業	207	51.7	12.1	28.0	8.2

[注]①母数は、本調査の回答企業総数。②網掛けは、各項目の回答比率上位5業種。太字は各業種最大の回答率項目。

# 最も影響大のデジタル技術: 大企業はIoT、中小企業はEC

自社のビジネスに最も影響が大きいデジタル技術を尋ねたところ、電子商取引(EC、32.1%)、IoT(20.3%)、ロボット(14.6%)、人工知能(AI、13.9%)の順となった。企業規模によって傾向が異なり、大企業では、IoT(28.5%)、EC(20.4%)、AI(15.1%)、フィンテック(13.1%)の順。中小企業では、EC(35.9%)が圧倒的で、次にIoT(17.6%)、ロボット(16.1%)、AI(13.5%)が続く。

## 最も影響が大きいデジタル技術



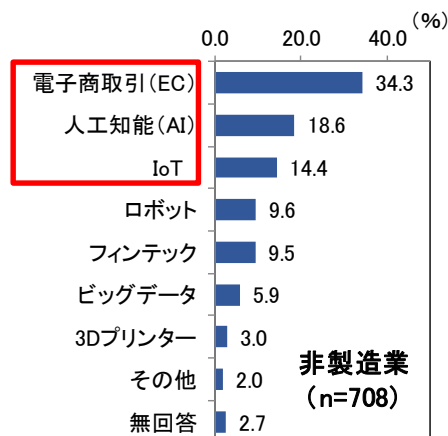
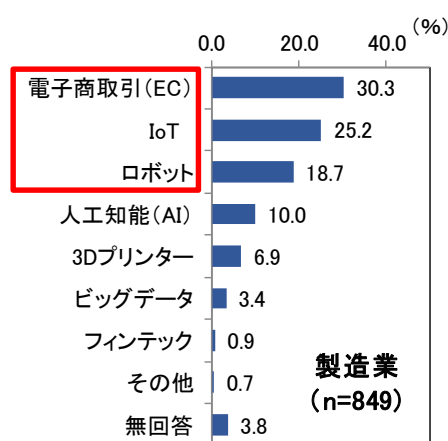
[注]母数は「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した企業。



# 製造業はEC、IoT、ロボット、非製造業はEC、AI、IoTが影響大

「最も影響が大きいデジタル技術」の回答を業種別に見ると、製造業はEC、IoT、ロボット、AIの順に回答率が高い。一方、非製造業はAIの順位が上がって、EC、AI、IoT、ロボットの順となる。回答率の高い主な業種を見ると、ECは非耐久消費財(医療品・化粧品、飲食料品、繊維・織物／アパレル)や流通業、IoTは機械機器や輸送機器の製造、ロボットは、木材・木製品等、鉄鋼・金属、輸送機器、運輸、AIは通信・情報・ソフトウェア、専門サービスとなる。

最も影響が大きい技術(業種別)



	社数	EC	ロボット	3Dプリンター	IoT	ビッグデータ	AI	フィンテック	その他	無回答
全体	1,557	32.1	14.6	5.1	20.3	4.6	13.9	4.8	1.3	3.3
製造業	849	30.3	18.7	6.9	25.2	3.4	10.0	0.9	0.7	3.8
飲食料品	173	52.0	22.5	0.6	9.2	1.2	8.1	2.3	0.0	4.0
繊維・織物／アパレル	56	50.0	5.4	12.5	10.7	0.0	5.4	1.8	1.8	12.5
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	17	29.4	41.2	0.0	11.8	5.9	11.8	0.0	0.0	0.0
化学	43	25.6	18.6	4.7	23.3	7.0	11.6	2.3	0.0	7.0
医療品・化粧品	36	63.9	2.8	5.6	5.6	2.8	16.7	0.0	0.0	2.8
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	40	42.5	12.5	10.0	27.5	0.0	5.0	0.0	0.0	2.5
窯業・土石	17	29.4	17.6	29.4	11.8	0.0	5.9	0.0	0.0	5.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	90	21.1	27.8	10.0	27.8	3.3	7.8	0.0	0.0	2.2
一般機械	93	5.4	23.7	4.3	44.1	5.4	10.8	0.0	2.2	4.3
電気機械	56	8.9	8.9	3.6	53.6	7.1	16.1	0.0	0.0	1.8
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	41	7.3	9.8	4.9	48.8	7.3	14.6	2.4	2.4	2.4
自動車／自動車部品／その他輸送機器	54	7.4	25.9	9.3	40.7	3.7	7.4	1.9	1.9	1.9
精密機器	37	18.9	18.9	5.4	29.7	0.0	24.3	0.0	0.0	2.7
その他の製造業	96	36.5	16.7	14.6	16.7	5.2	7.3	0.0	1.0	2.1
非製造業	708	34.3	9.6	3.0	14.4	5.9	18.6	9.5	2.0	2.7
商社・卸売	288	51.4	7.3	5.6	14.6	4.2	8.3	4.2	1.4	3.1
小売	54	59.3	7.4	1.9	11.1	3.7	13.0	0.0	0.0	3.7
建設	45	8.9	17.8	2.2	24.4	8.9	24.4	0.0	6.7	6.7
運輸	36	30.6	25.0	0.0	5.6	5.6	22.2	0.0	8.3	2.8
金融・保険	51	0.0	3.9	0.0	0.0	0.0	3.9	90.2	0.0	2.0
通信・情報・ソフトウェア	81	14.8	6.2	0.0	21.0	8.6	42.0	3.7	2.5	1.2
専門サービス	46	21.7	4.3	2.2	13.0	13.0	39.1	2.2	0.0	4.3
その他の非製造業	107	24.3	15.9	1.9	16.8	8.4	26.2	4.7	1.9	0.0

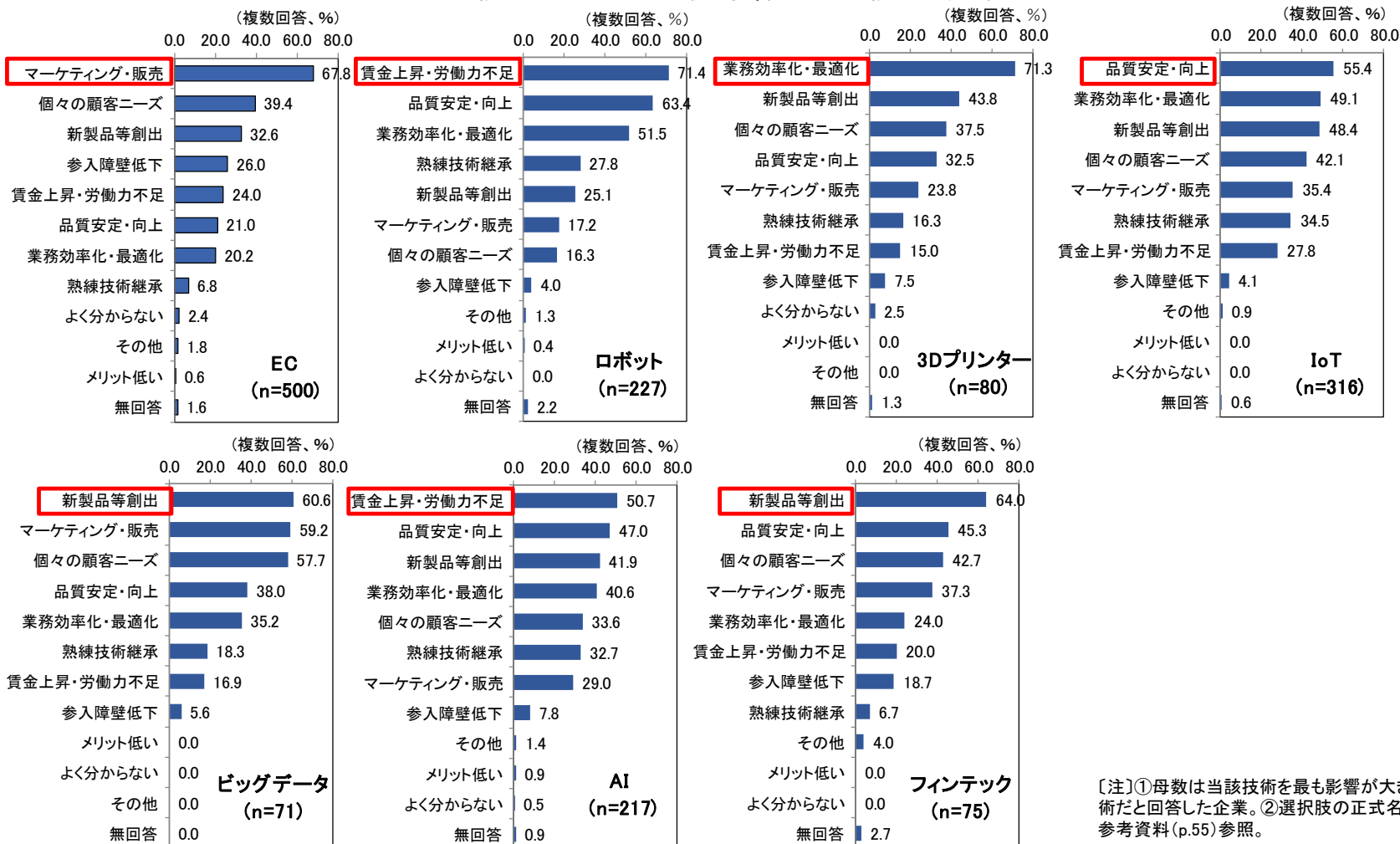
[注]母数は「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した企業。

[注]①母数は、「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した企業。②網掛けは各業種、回答率が最大の技術。太字は、各技術について全体平均を上回る回答率の業種。

# デジタル技術によって異なる活用メリット

最も影響が大きいデジタル技術についてその活用メリットを尋ねたところ、ECは「マーケティング・販売」、IoTは「品質安定・向上」、ロボットとAIは「賃金上昇・労働力不足に対処」、3Dプリンターは「業務効率化・最適化」、ビッグデータとフィンテックは「新製品等創出」が最大のメリットとなり、技術によって異なるメリットが認識されている。

## デジタル技術活用のメリット(最も影響が大きい技術別、全体)

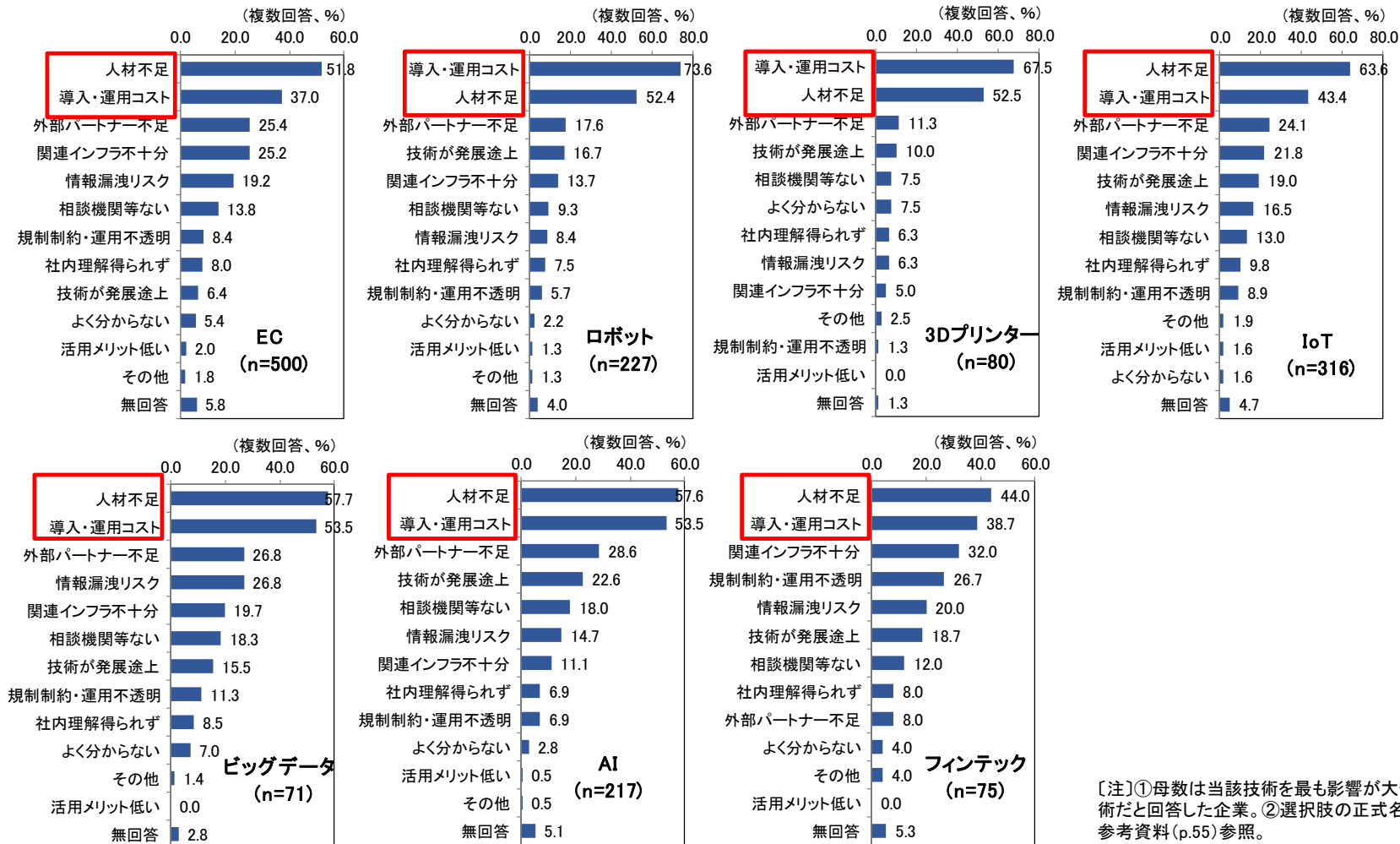


[注]①母数は当該技術を最も影響が大きい技術だと回答した企業。②選択肢の正式名称は参考資料(p.55)参照。

# デジタル技術活用の課題は「人材不足」と「導入・運用コスト」

最も影響が大きいデジタル技術についてその活用課題を尋ねたところ、全ての技術において「人材不足」および「導入・運用コスト」の2つが他の課題を圧倒した。「外部パートナー不足」もフィンテック以外の技術で第3の課題となった。企業規模別、製造業・非製造業の別でも、同様の傾向となった。

デジタル技術活用の課題(最も影響が大きい技術別、全体)

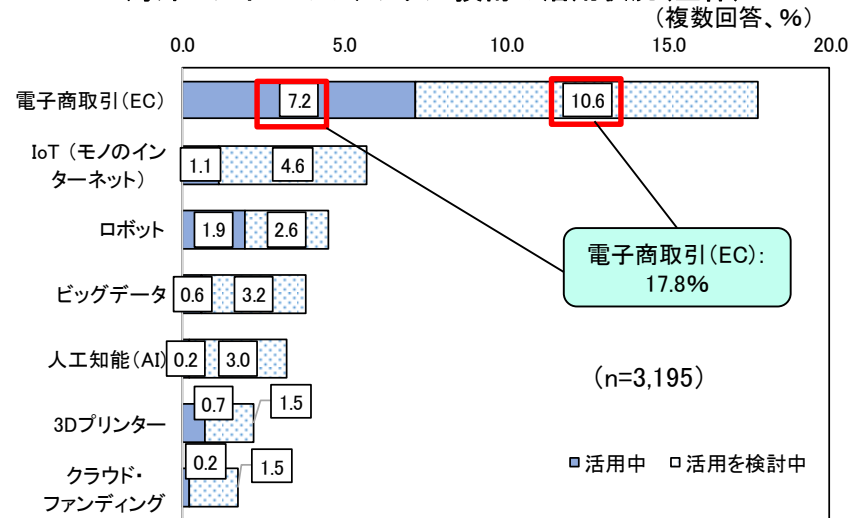


[注]①母数は当該技術を最も影響が大きい技術だと回答した企業。②選択肢の正式名称は参考資料(p.55)参照。

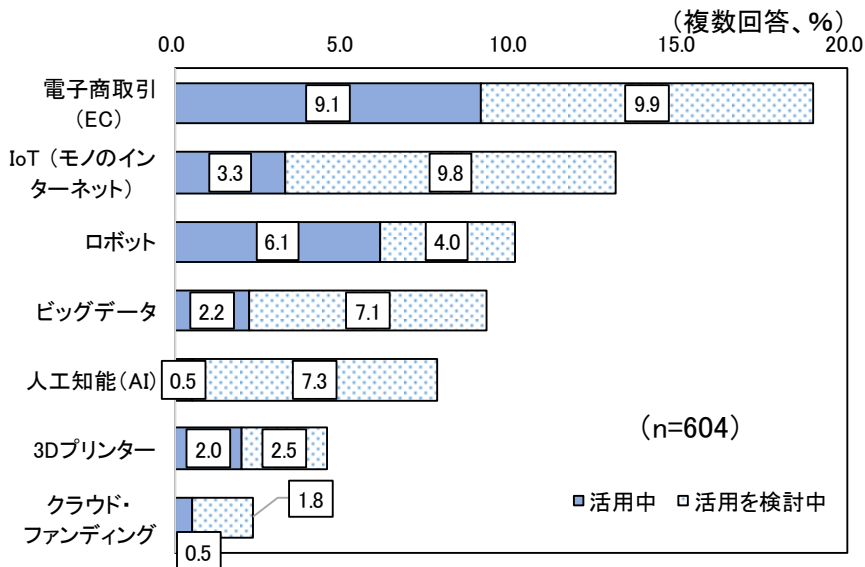
# 海外ビジネスでのデジタル技術活用はECが中心

海外ビジネスにおいてデジタル技術を「活用中」および「活用を検討中」と回答した企業の比率をみると、「電子商取引(EC)」が最多(17.8%)で、次いでIoT(5.7%)、ロボット(4.5%)と続いた。企業規模別に見ると、特にIoT、ロボット、AI、ビッグデータでは、大企業と中小企業で同比率に5%ポイント以上の差が開いた。

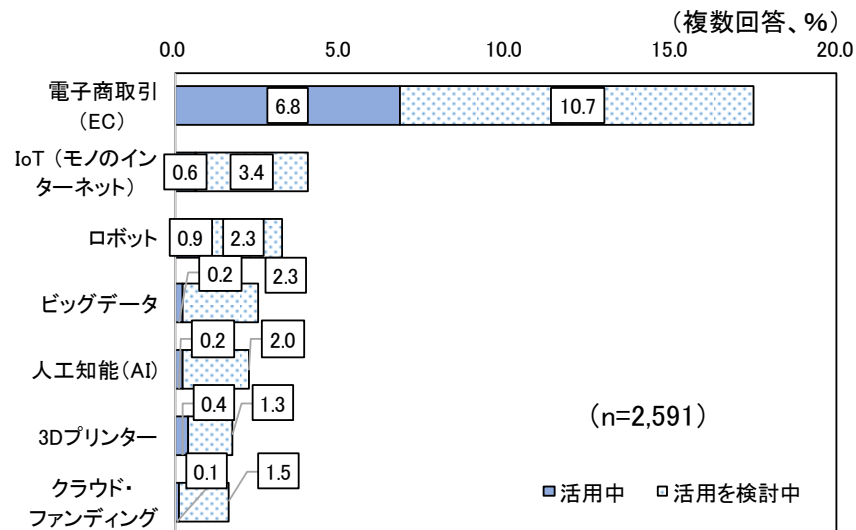
海外ビジネスでのデジタル技術の活用状況(全体)



海外ビジネスでのデジタル技術の活用状況(大企業)



海外ビジネスでのデジタル技術の活用状況(中小企業)

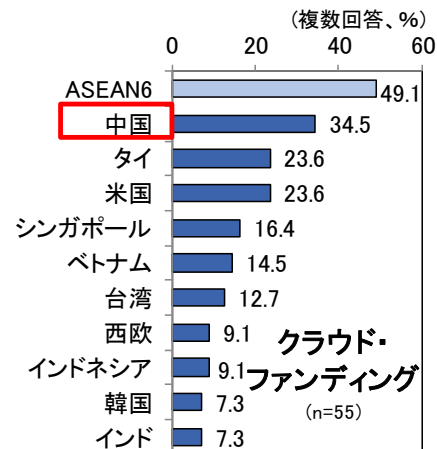
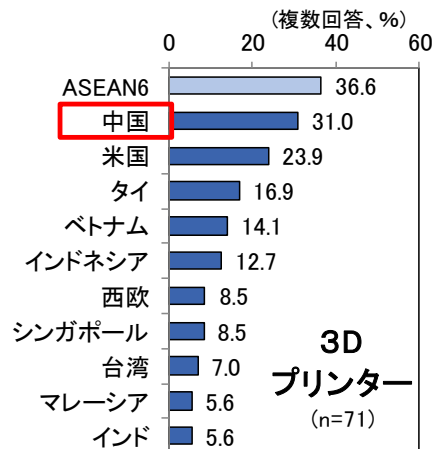
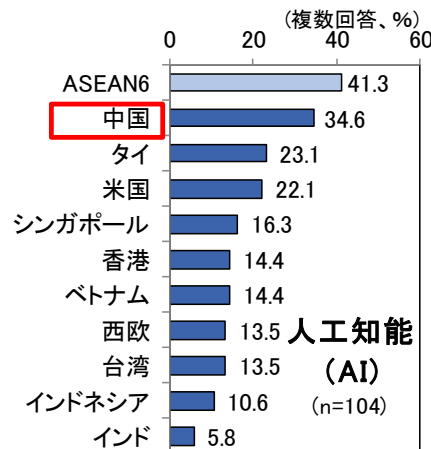
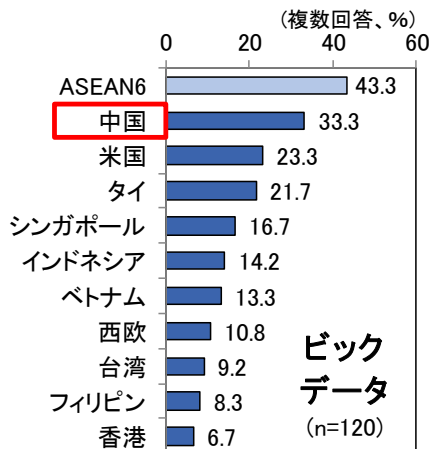
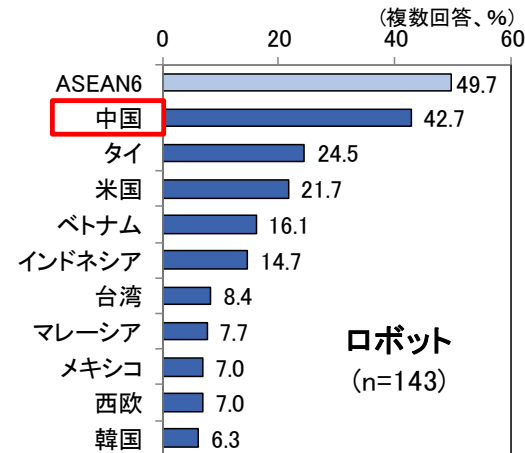
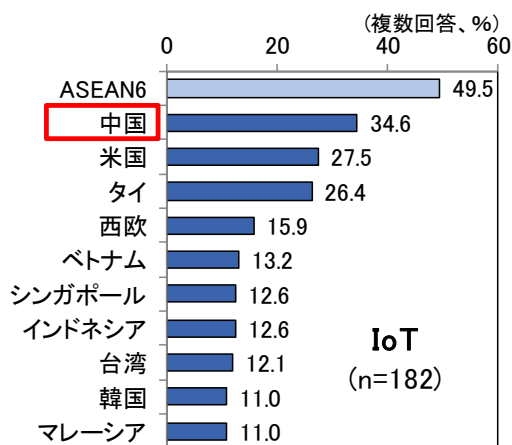
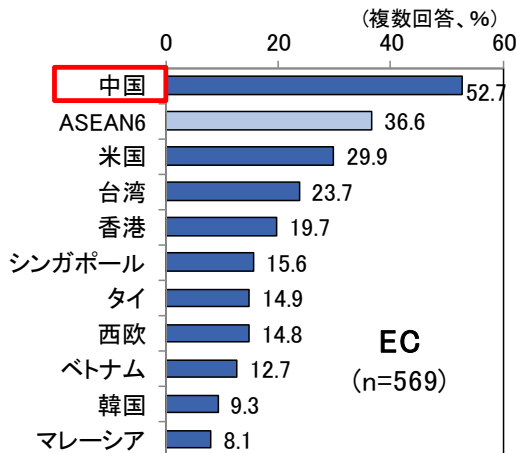


[注]①「海外ビジネス」とは、当該技術の海外拠点での活用のほか、越境EC、海外データの収集・解析、海外事業目的の資金調達を含む。②母数は、本調査の回答企業総数。このため、「活用中」、「活用を検討中」以外の企業には、本設問への無回答企業も含まれる。③「活用中」、「活用を検討中」の両方を回答した企業は「活用中」に分類している。④フィンテックは多岐にわたるため、本設問ではフィンテックの一例としてクラウド・ファンディングについて尋ねた。

# ECをはじめ全技術で活用対象国は中国が首位

海外ビジネスにおけるデジタル技術の活用対象国・地域をみると、電子商取引(EC)では中国を挙げる企業が最多となった一方、他の技術ではASEAN6が最多となった。国別では、中国が全ての技術で首位となった。

デジタル技術の活用対象国・地域(全体)



[注]①母数は、各技術を海外ビジネスで「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業。②上位10カ国・地域およびASEAN6を掲載。

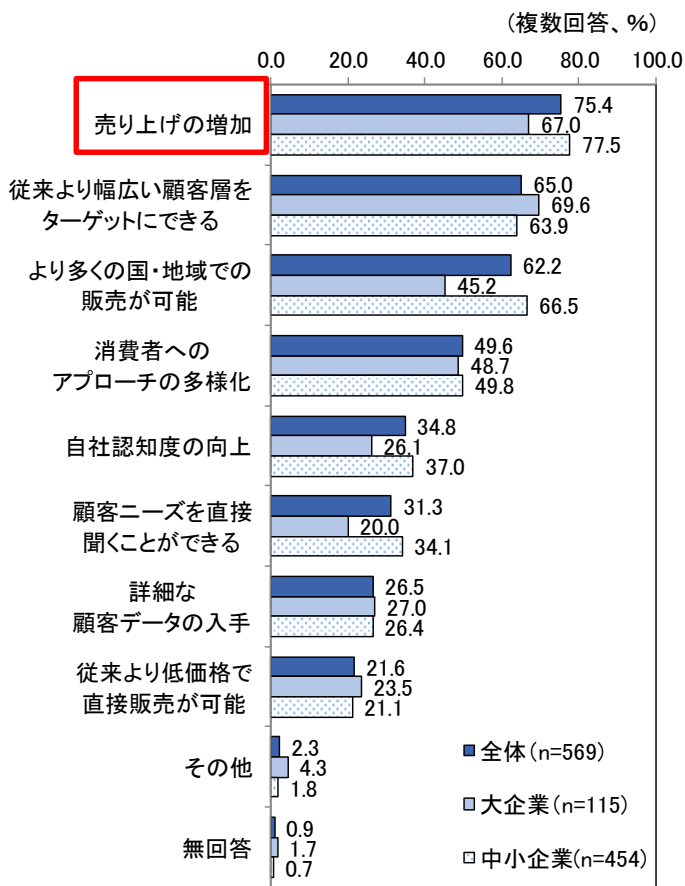
③ASEAN6はシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計(重複する企業は除く)。

④回答率が同一の国・地域は同順位。

# 海外ビジネスでのEC活用は中小企業の販売にメリット

海外ビジネスでECを「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業にEC活用のメリットを尋ねたところ、「売上げの増加」(75.4%)が最多で、次いで「従来より幅広い顧客層をターゲットにできる」(65.0%)、「より多くの国・地域での販売が可能」(62.2%)が多かった。企業規模別にみると、「売上げの増加」など5項目で中小企業の回答比率が大企業を上回った。

ECを利用した販売メリット(全体、企業規模別)



ECを利用した販売メリット(全体、業種別)

(複数回答、%)

	社数	売上増	幅広い顧客層	多くの国・地域での販売	アプローチ多様化	認知度向上	顧客ニーズを聞く	顧客データの入手	低価格・直接販売
全体	569	75.4	65.0	62.2	49.6	34.8	31.3	26.5	21.6
製造業	327	78.6	64.5	61.2	48.6	33.6	32.1	26.9	21.7
飲食料品	76	85.5	67.1	64.5	51.3	39.5	36.8	26.3	21.1
繊維・織物/アパレル	33	87.9	72.7	63.6	60.6	45.5	42.4	24.2	18.2
化学	10	80.0	80.0	70.0	70.0	20.0	50.0	40.0	40.0
医療品・化粧品	29	96.6	75.9	72.4	69.0	51.7	24.1	27.6	10.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	25	92.0	68.0	68.0	40.0	24.0	16.0	12.0	28.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	26	80.8	53.8	57.7	50.0	38.5	34.6	26.9	26.9
一般機械	14	64.3	50.0	28.6	28.6	21.4	28.6	21.4	50.0
電気機械	16	56.3	62.5	50.0	31.3	12.5	18.8	31.3	25.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	72.7	54.5	45.5	27.3	18.2	18.2	36.4	18.2
自動車/自動車部品/その他輸送機器	23	43.5	47.8	60.9	34.8	17.4	26.1	34.8	26.1
精密機器	11	81.8	63.6	45.5	18.2	27.3	27.3	63.6	27.3
その他の製造業	41	70.7	63.4	58.5	58.5	36.6	41.5	19.5	9.8
非製造業	242	71.1	65.7	63.6	50.8	36.4	30.2	26.0	21.5
商社・卸売	136	71.3	66.9	61.8	51.5	35.3	31.6	22.8	14.7
小売	42	73.8	69.0	76.2	52.4	40.5	26.2	26.2	26.2
運輸	11	72.7	36.4	54.5	27.3	18.2	18.2	27.3	27.3
通信・情報・ソフトウェア	20	85.0	75.0	75.0	40.0	25.0	35.0	30.0	40.0
その他の非製造業	20	60.0	65.0	50.0	70.0	55.0	35.0	30.0	30.0

[注]母数は、海外ビジネスで電子商取引(EC)を「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業。

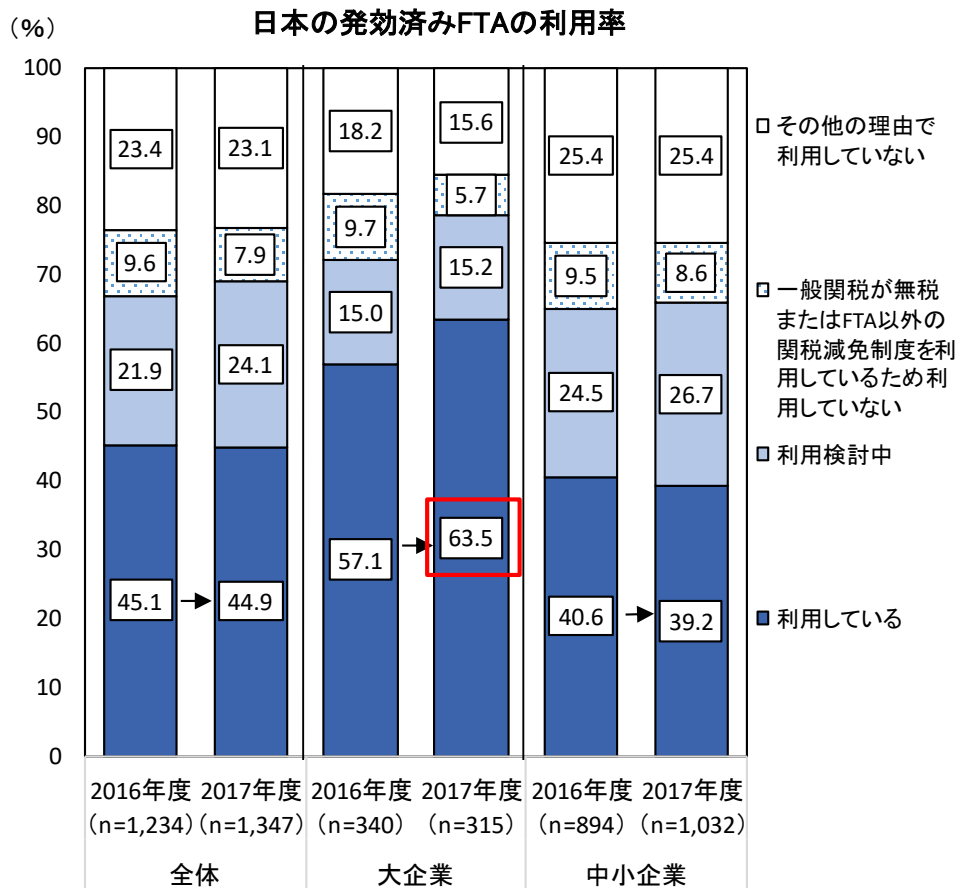
[注]①母数は、海外ビジネスで電子商取引(EC)を「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業。②網掛は回答率が60%以上の項目。③社数が10社以上の業種のみ掲載。

## 6. 自由貿易協定(FTA)の活用

～EU向け輸出を行う企業の52.1%が日EU・EPAの利用を検討中～

# 大企業のFTA利用率が63.5%に上昇

日本のFTA締結国へ輸出を行う企業のうち、1カ国以上でFTAを利用している企業の比率は44.9%で、ほぼ前年並みであった。大企業の利用率は63.5%で、前年比6.4%ポイント上昇した。業種別では、自動車/自動車部品/その他輸送機器が73.4%と最も高かった。



## 業種別のFTA利用状況 (全FTA合計)

業種	企業数	利用または利用を検討している (%)			利用していない (%)	
		利用している	利用を検討している	利用している	一般関税が無税またはFTA以外の関税減免制度を利用	
全体	1,347	69.0	44.9	24.1	31.0	7.9
大企業	315	78.7	63.5	15.2	21.3	5.7
中小企業	1,032	66.0	39.2	26.7	34.0	8.6
製造業	910	71.9	48.5	23.4	28.1	6.9
飲食料品	172	68.6	47.7	20.9	31.4	6.4
繊維・織物/アパレル	35	74.3	37.1	37.1	25.7	2.9
化学	67	70.1	52.2	17.9	29.9	10.4
医療品・化粧品	46	76.1	45.7	30.4	23.9	2.2
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	49	87.8	67.3	20.4	12.2	4.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	87	79.3	54.0	25.3	20.7	5.7
一般機械	112	66.1	44.6	21.4	33.9	8.9
電気機械	54	68.5	50.0	18.5	31.5	5.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	32	46.9	34.4	12.5	53.1	21.9
自動車/自動車部品/その他輸送機器	64	85.9	73.4	12.5	14.1	3.1
精密機器	43	65.1	37.2	27.9	34.9	14.0
その他の製造業	108	75.0	43.5	31.5	25.0	4.6
非製造業	437	62.9	37.5	25.4	37.1	10.1
商社・卸売	307	67.1	45.0	22.1	32.9	10.7
建設	32	68.8	28.1	40.6	31.3	9.4
その他の非製造業	36	52.8	22.2	30.6	47.2	11.1

[注]①母数が30社以上の業種のみ表示。

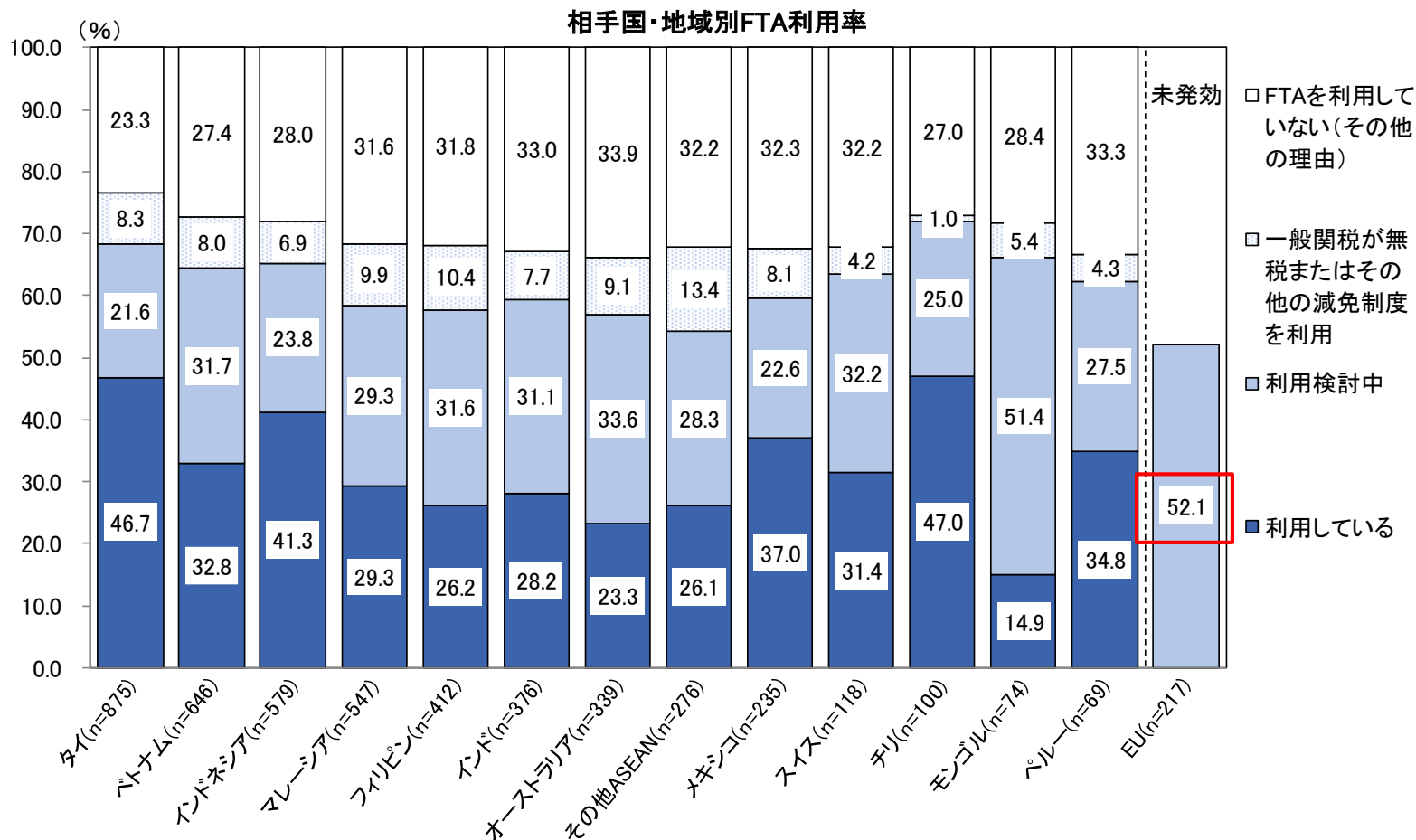
②網掛けは、各項目で割合の高かった上位5業種。

[注]母数は、対象国・地域のいずれか一つ以上に輸出を行っている企業数。



# EUに輸出する企業の5割強が日EU・EPAの利用を検討

輸出においてFTA利用企業が最も多い相手国はタイ(409社、利用率46.7%)で、インドネシア(239社、41.3%)、ベトナム(212社、32.8%)、マレーシア(160社、29.3%)と、ASEAN各国が続いた。前年から傾向に大きな変化はない。2017年12月に交渉妥結した日EU・EPAの利用を検討中と回答した企業は、52.1%(113社)と5割を超えた。

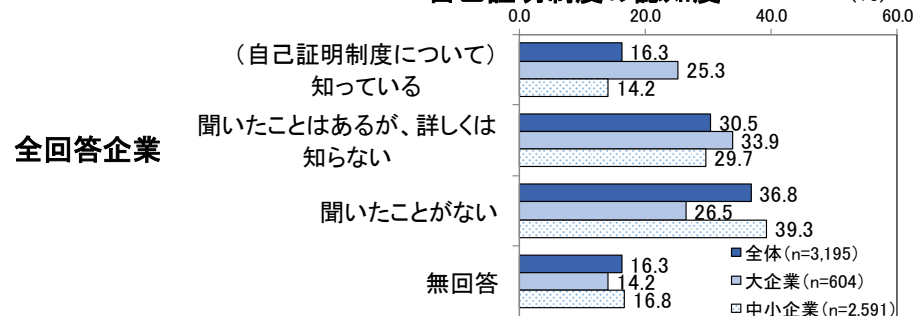


[注]①母数は、それぞれの対象国・地域に輸出を行っている企業数。②左から、当該国・地域への輸出を行っている企業が多い順(未発効のEUを除く)。

# 自己証明制度の認知度、FTA利用企業では5割

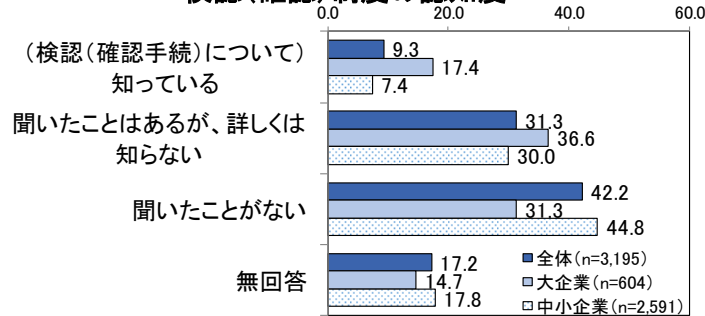
日EU・EPAやTPPの原産地証明制度に採用された「自己証明制度」を「知っている」企業は、FTA利用企業の約5割。輸入国税関がFTA利用の適正性を確認する「検認制度」は、FTA利用企業でも約3割が「聞いたことがない」と回答。

自己証明制度の認知度 (%)



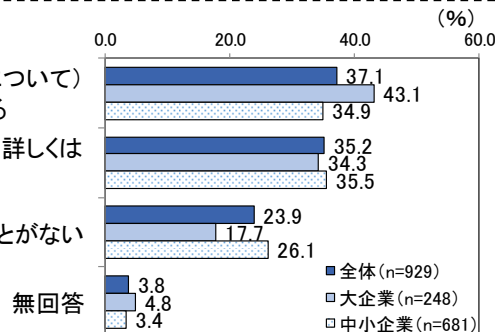
[注]母数は、本調査の回答企業総数。

検認(確認)制度の認知度 (%)

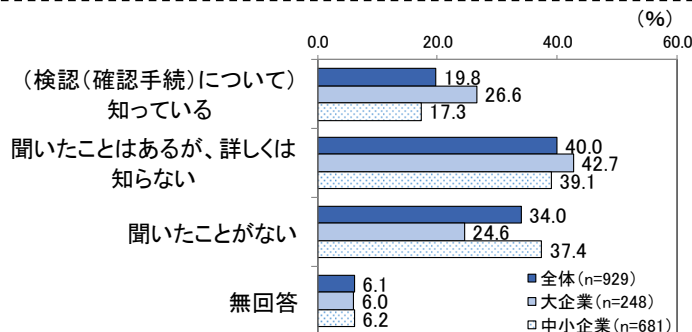


[注]母数は、本調査の回答企業総数。

FTAを利用または検討している企業

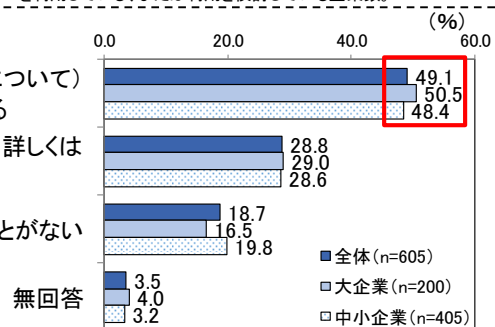


[注]母数は、輸出においてFTAを利用している、または利用を検討している企業数。

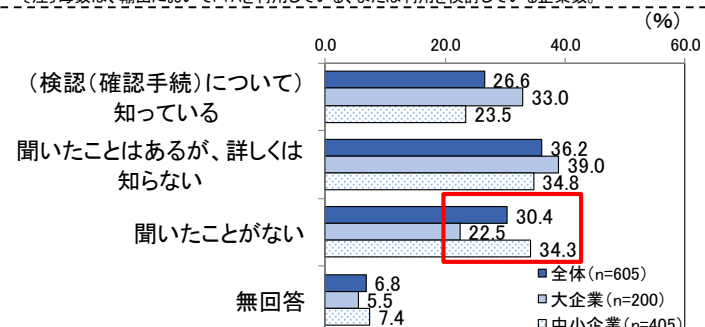


[注]母数は、輸出においてFTAを利用している、または利用を検討している企業数。

FTAを利用している企業



[注]母数は、輸出においてFTAを利用している企業数。



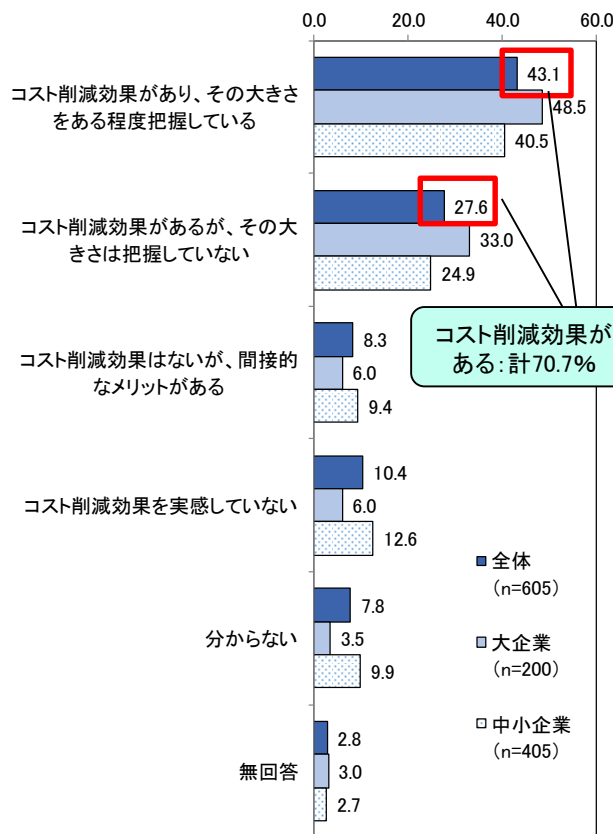
[注]母数は、輸出においてFTAを利用している企業数。

# 輸出におけるFTA利用では7割がコスト削減効果を実感

輸出でFTAを利用している企業に、利用によるコスト削減効果(注)があるかを尋ねたところ、43.1%が「コスト削減効果があり、その大きさのある程度把握している」、27.6%が「コスト削減効果があるが、その大きさは把握していない」と回答した。他方、10.4%が「コスト削減効果を実感していない」と回答しており、その割合は中小企業で高かった。(注)関税撤廃による輸出競争力の向上効果、および関税撤廃による調達コストの低減効果を指す。

FTAによるコスト削減効果(企業規模別)

(複数回答、%)



FTAによるコスト削減効果(業種別)

(%)

	企業数	コスト削減効果がある			コスト削減効果はないが、間接的なメリットがある	コスト削減効果を実感していない	分からない	無回答
		コスト削減効果があり、その大きさのある程度把握している	コスト削減効果があるが、その大きさは把握していない	コスト削減効果はないが、間接的なメリットがある				
全体	605	70.7	43.1	27.6	8.3	10.4	7.8	2.8
大企業	200	81.5	48.5	33.0	6.0	6.0	3.5	3.0
中小企業	405	65.4	40.5	24.9	9.4	12.6	9.9	2.7
製造業	441	71.9	43.1	28.8	7.5	10.4	7.7	2.5
飲食料品	82	68.3	39.0	29.3	9.8	12.2	9.8	0.0
繊維・織物/アパレル	13	77.0	46.2	30.8	15.4	0.0	0.0	7.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	8	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
化学	35	77.1	45.7	31.4	8.6	8.6	2.9	2.9
医療品・化粧品	21	80.9	23.8	57.1	9.5	9.5	0.0	0.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	33	69.7	42.4	27.3	6.1	15.2	6.1	3.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	63.9	36.2	27.7	4.3	10.6	14.9	6.4
一般機械	50	54.0	26.0	28.0	8.0	20.0	12.0	6.0
電気機械	27	74.0	48.1	25.9	18.5	7.4	0.0	0.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	72.8	45.5	27.3	9.1	0.0	18.2	0.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	47	89.4	66.0	23.4	2.1	6.4	2.1	0.0
精密機器	16	68.8	43.8	25.0	6.3	12.5	12.5	0.0
その他の製造業	47	74.4	48.9	25.5	4.3	8.5	8.5	4.3
非製造業	164	67.7	43.3	24.4	10.4	10.4	7.9	3.7
商社・卸売	138	70.3	44.9	25.4	11.6	6.5	7.2	4.3
小売	5	40.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0
建設	9	66.6	44.4	22.2	0.0	33.3	0.0	0.0
その他の非製造業	8	50.0	25.0	25.0	0.0	37.5	12.5	0.0

[注]①母数は、輸出においてFTAを利用している企業。母数が5社以上の業種のみ表示。

②網掛けは、各項目で割合の高い上位5業種。

[注]母数は輸出でFTAを利用している企業。

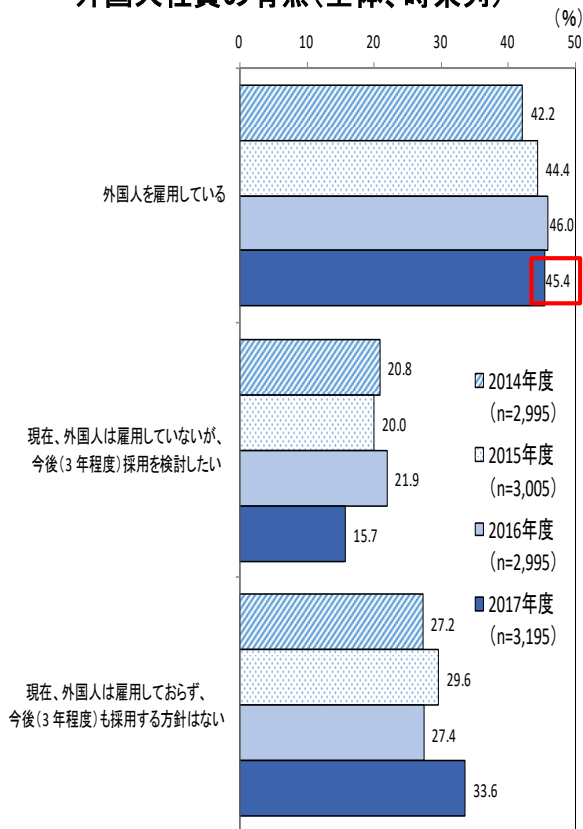
## 7. 外国人材の活用

～約半数の企業が外国人社員を雇用、  
中長期的には幹部人材ニーズも高まる見通し～

# 約半数の企業が外国人社員を雇用

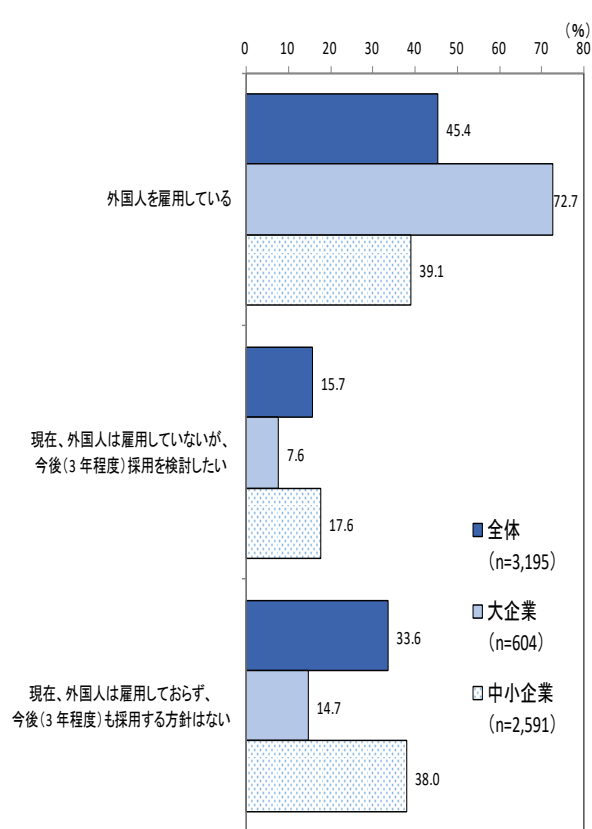
国内拠点で「外国人を雇用している」企業の割合は45.4%と、前年並みの水準を維持した。企業規模別では大企業の72.7%が外国人社員を雇用する一方、中小企業は39.1%に留まる。外国人社員を雇用する企業においては、「一般事務職に外国人がいる」企業が50.3%と最も多く、次いで一般工職(40.0%)、エンジニア(24.1%)と続いた。

外国人社員の有無(全体、時系列)



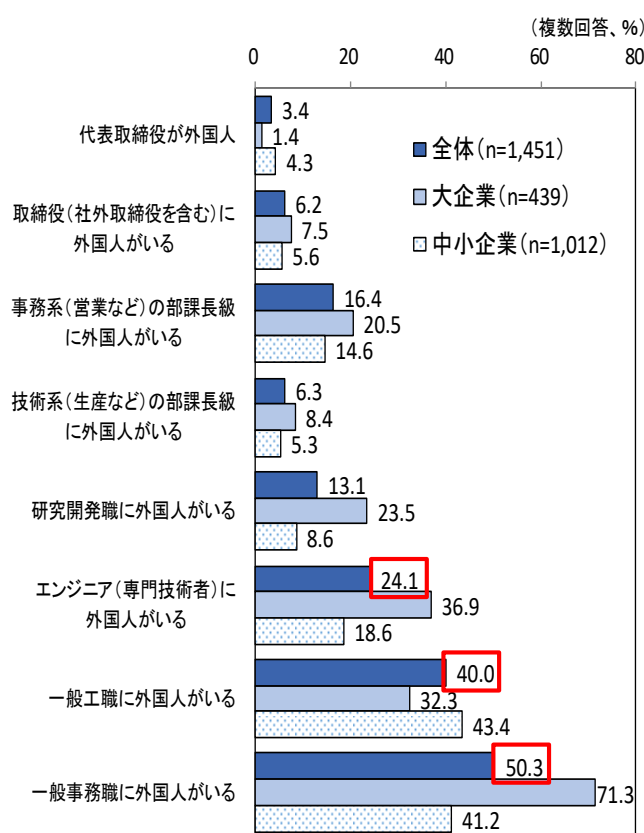
[注]母数は本調査の回答企業総数。

外国人社員の有無(全体、規模別)



[注]母数は本調査の回答企業総数。

外国人社員の雇用状況(全体、規模別)

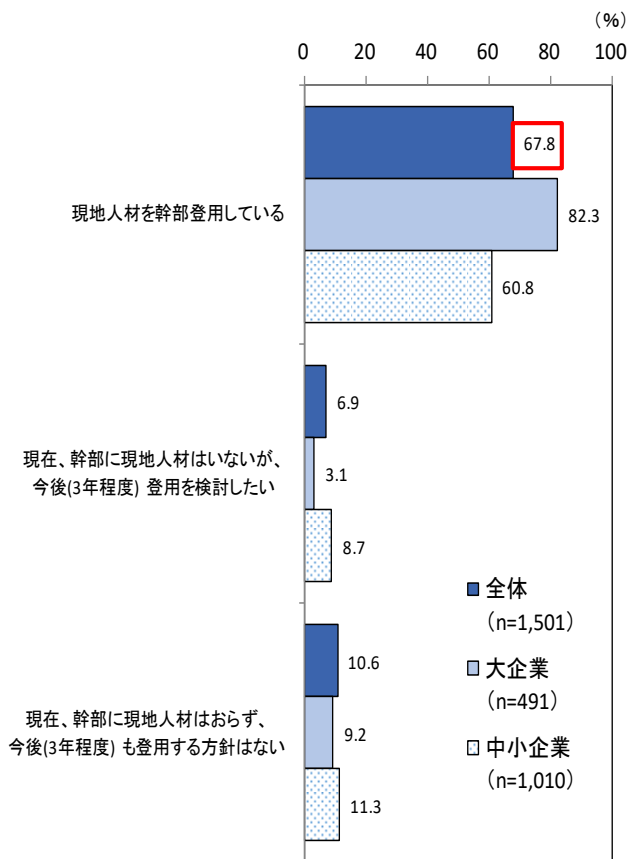


[注]母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。

# 海外拠点を有する企業の7割が現地人材を登用

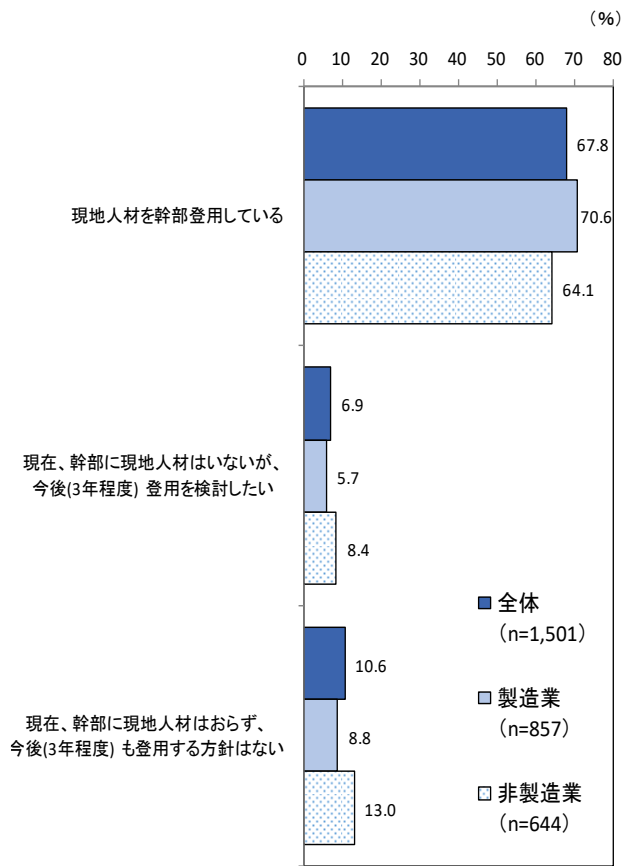
海外拠点を有する企業のうち、約7割(67.8%)が現地人材の幹部(代表取締役、取締役、部課長級、研究開発職)登用を行う。今後登用を検討する企業とあわせると、74.7%が現地人材登用の意向を有する。海外拠点で幹部登用している企業では「事務系(営業など)の部課長級」に登用する割合(79.0%)が最も高い。

海外拠点における現地人材登用の有無 (全体、規模別)



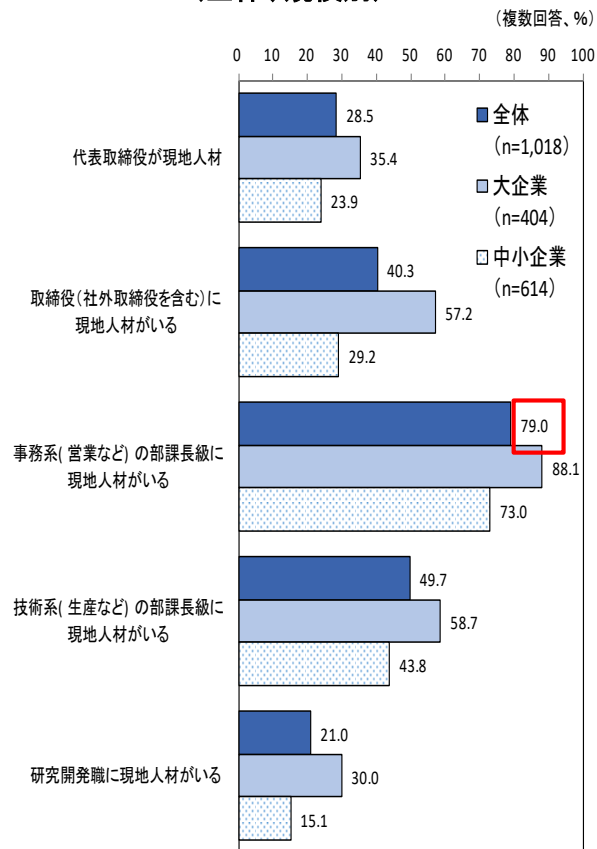
[注]母数は、海外拠点を有する企業。

海外拠点における現地人材登用の有無 (全体、業種別)



[注]母数は、海外拠点を有する企業。

海外拠点における現地人材登用状況 (全体、規模別)

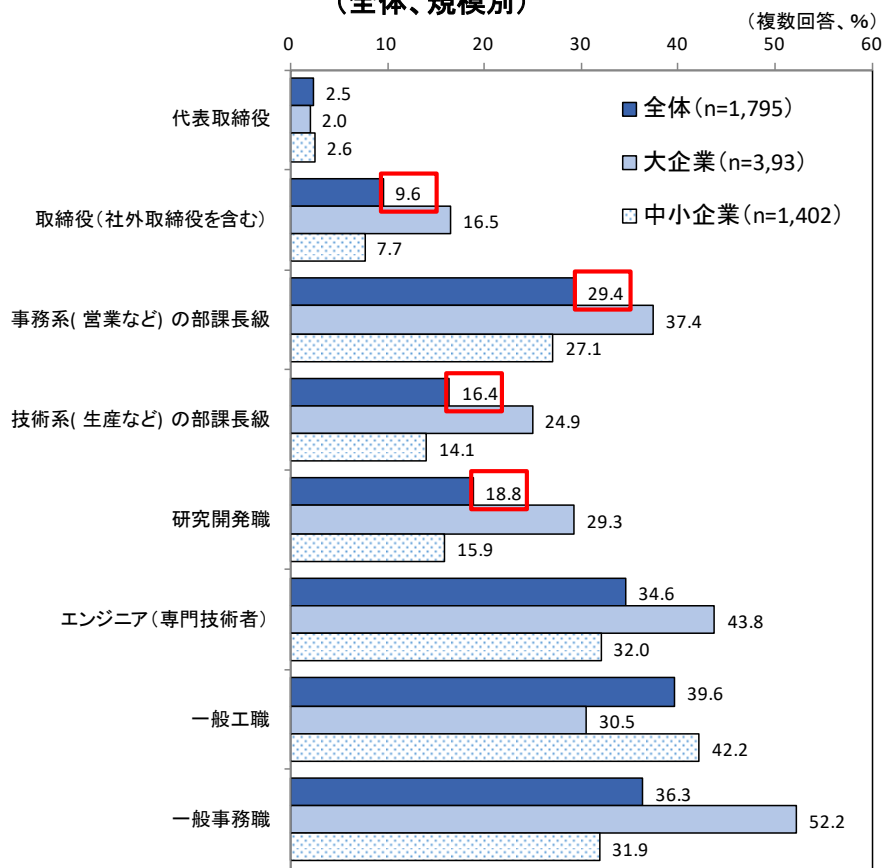


[注]母数は海外拠点で現地人材を幹部登用している企業。

# 中長期的には幹部人材ニーズも高まる見通し

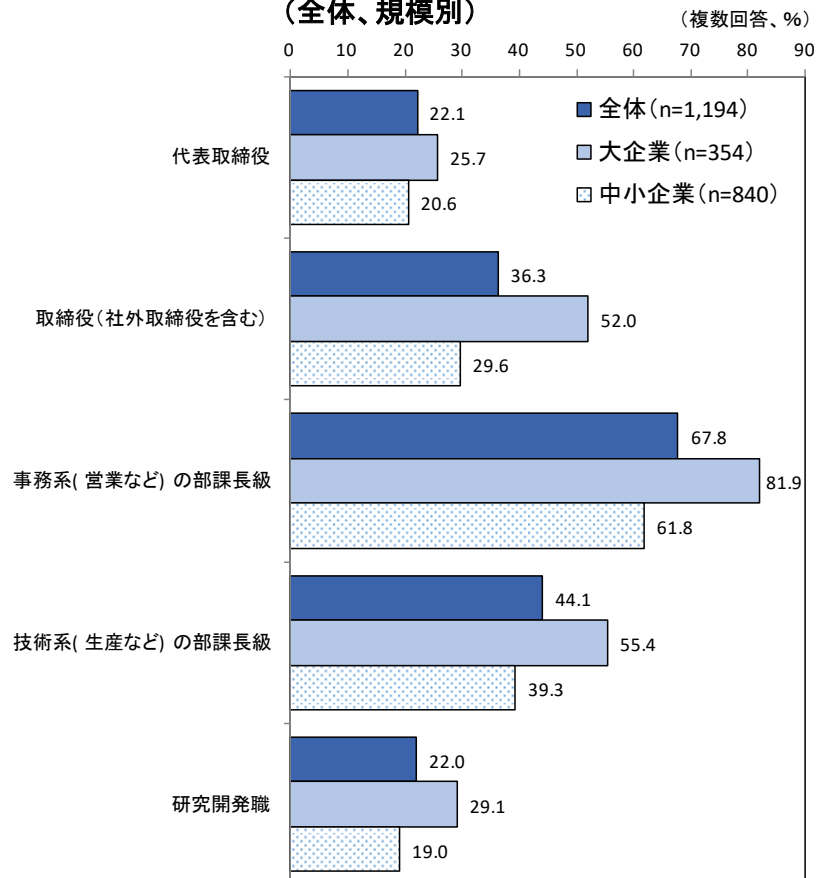
国内拠点では今後、幹部職層への人材ニーズも大企業を中心に高まる見通し。中長期的(5~10年程度)に外国人材ニーズが高まると見込まれる職種を尋ねたところ、幹部人材では「事務系の部課長級」が29.4%で最も多く、「研究開発職」(18.8%)、「技術系の部課長級」(16.4%)、「取締役(社外取締役を含む)」(9.6%)と続いた。

中長期的に外国人材ニーズの高い職種(国内拠点)  
(全体、規模別)



[注]母数は何らかの職種で中長期的に外国人材活用の必要性が現在よりも増すと回答した企業。

中長期的に現地人材登用ニーズの高い職種(海外拠点)  
(全体、規模別)

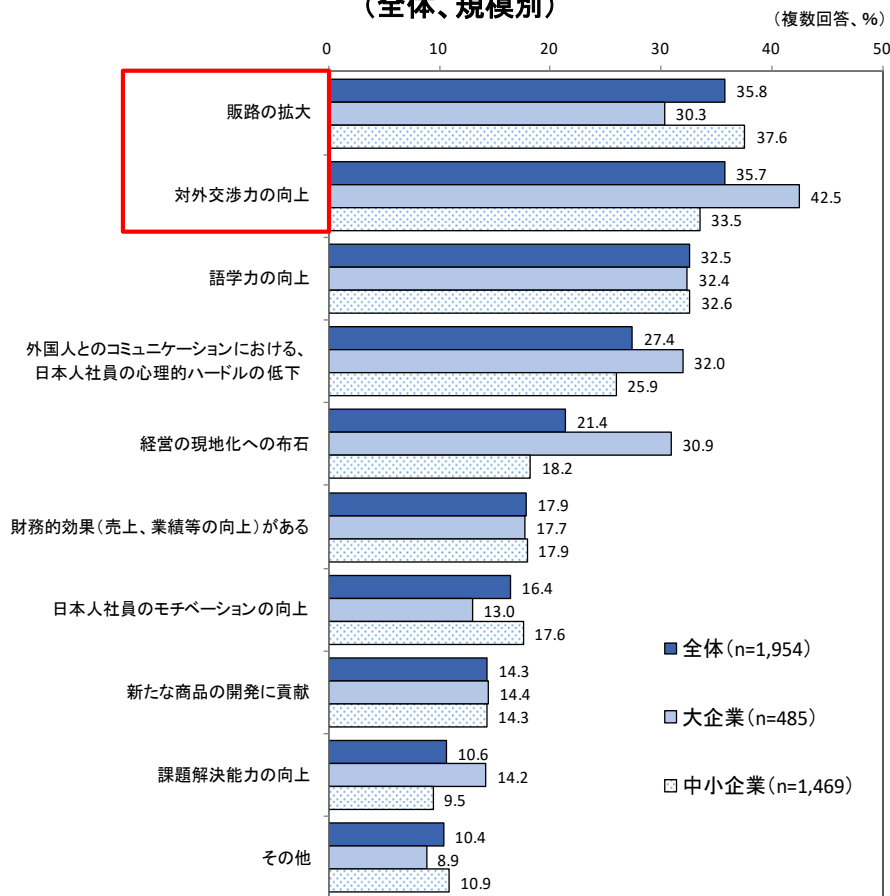


[注]母数は何らかの職種で中長期的に現地人材登用の必要性が現在よりも増すと回答した企業。

# 外国人材活用の主なメリットは販路拡大、対外交渉力向上

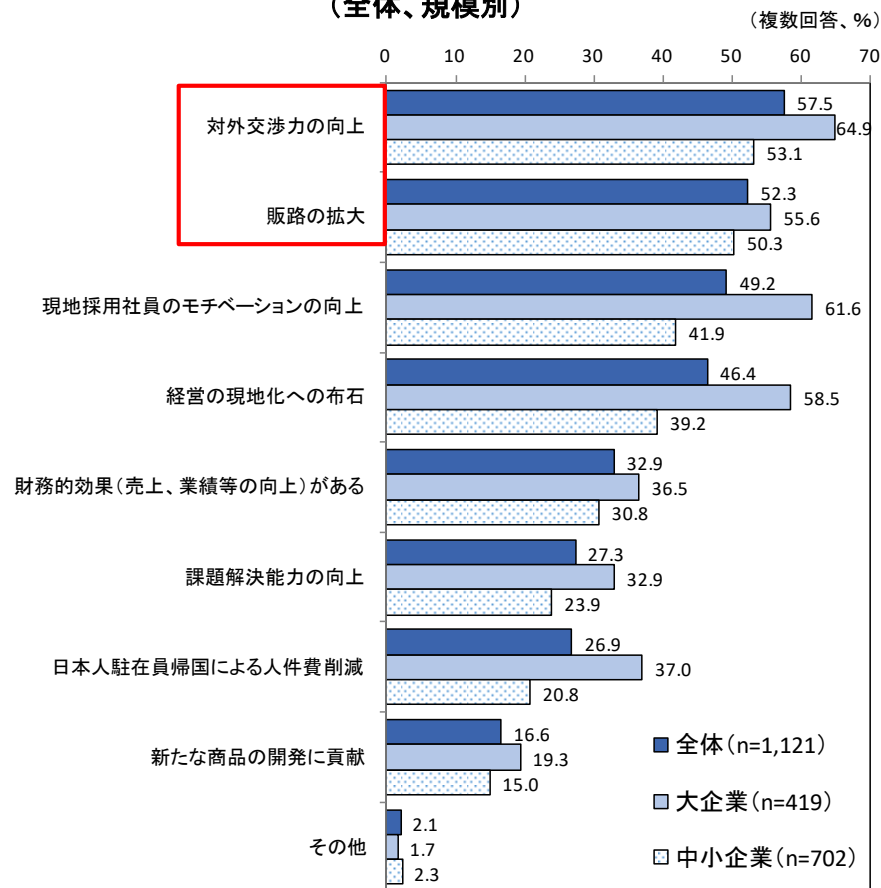
国内拠点で外国人を雇用している、もしくは外国人の採用を検討する企業は「販路拡大」(35.8%)、「対外交渉力向上」(35.7%)などを外国人材活用のメリットとして指摘。一方、海外拠点で現地人材を幹部登用している、もしくは登用を検討している企業では、「対外交渉力向上」(57.5%)を登用のメリットに挙げる企業が最多であった。

外国人材採用・雇用におけるメリット(国内拠点)  
(全体、規模別)



[注]母数は国内拠点で「外国人社員を雇用している」「今後採用を検討したい」と回答した企業。

現地人材登用のメリット(海外拠点)  
(全体、規模別)



[注]母数は海外拠点で「現地人材を幹部登用している」「今後登用を検討したい」と回答した企業。



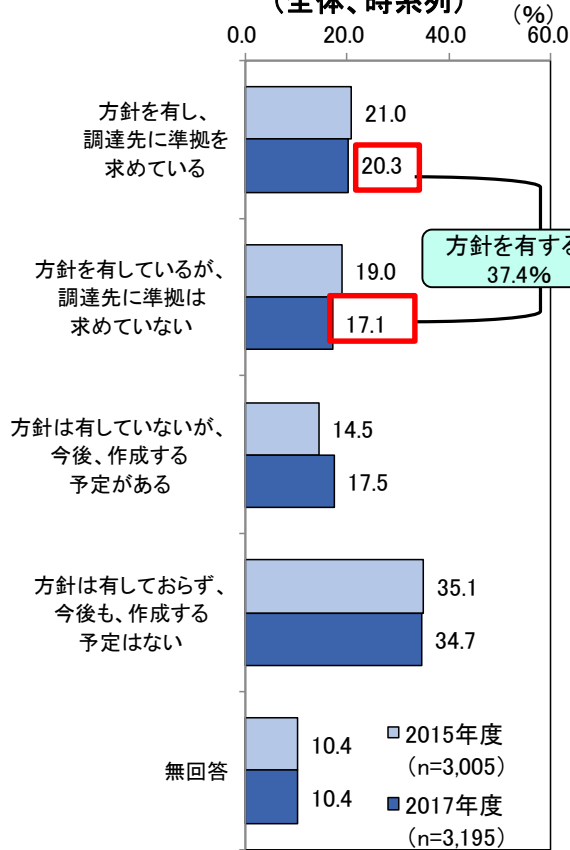
## 8. サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針

～企業規模によって対応に大きな差～

# 約4割の企業が方針を有するも、準拠を求める企業は2割

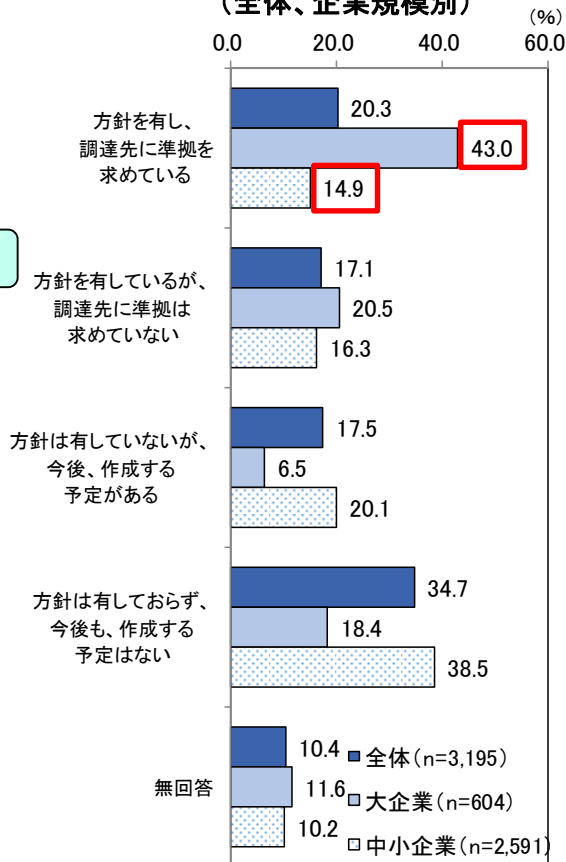
調達先企業の労働・安全衛生・環境への取り組みに関する方針を策定していると回答した企業は37.4%と、前回調査から2.6%ポイント低下した。調達先に自社の方針への準拠を調達先に求める企業は20.3%だった。企業規模別にみると、大企業では43.0%が調達先に準拠を求めると回答した一方で、中小企業では14.9%に留まった。

調達先に対する労働・安全衛生・環境に関する方針の有無 (全体、時系列) (%)



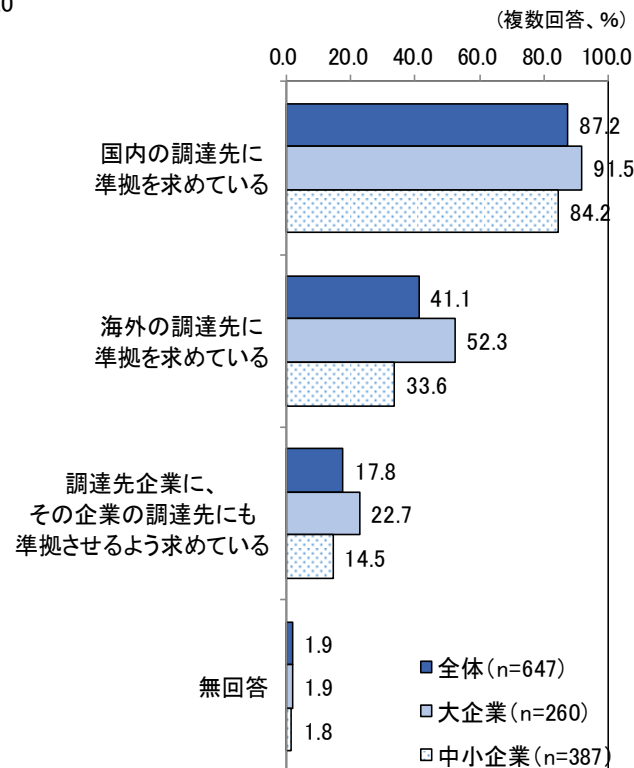
[注]母数は、本調査の回答企業総数。

調達先に対する労働・安全衛生・環境に関する方針の有無 (全体、企業規模別) (%)



[注]母数は、本調査の回答企業総数。

方針準拠を求めている調達先 (全体、企業規模別)

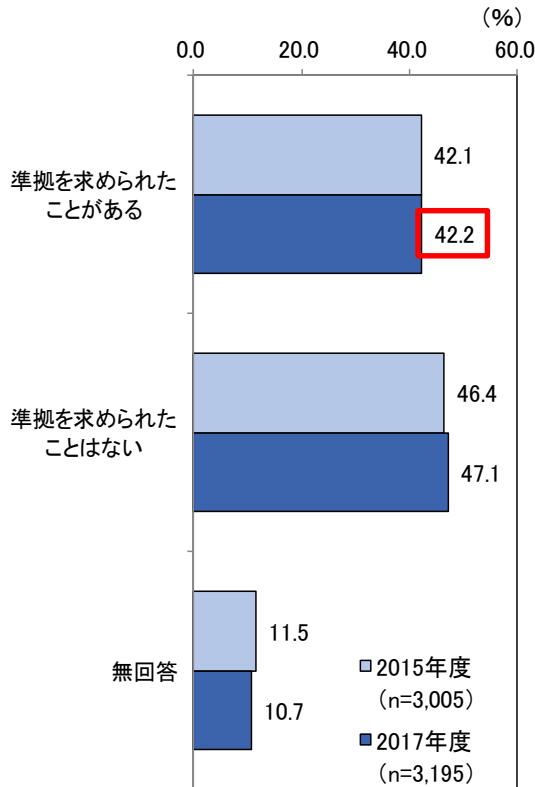


[注]母数は、調達先に対する労働・安全衛生・環境に関する「方針を有し、調達先に準拠を求めている」と回答した企業。

# 大企業では半数超が顧客の方針に準拠

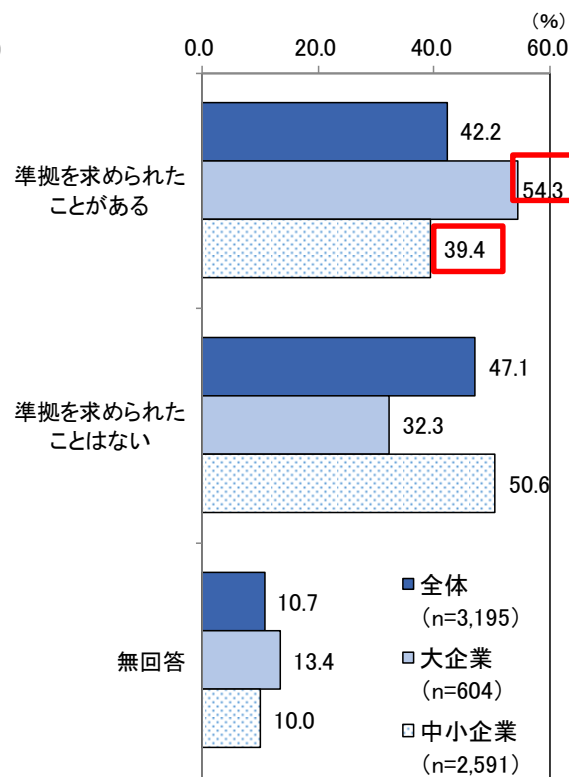
顧客(納入先)から、工場や職場の労働・安全衛生・環境への取り組みに関する当該顧客(納入先)の方針への「準拠を求められたことがある」企業は42.2%と、前回調査(2015年度)から横ばいとなった。企業規模別にみると、大企業では54.3%と半数を上回ったのに対し、中小企業では39.4%に留まった。

顧客(納入先)の労働・安全衛生・環境に関する方針への準拠  
(全体、時系列)



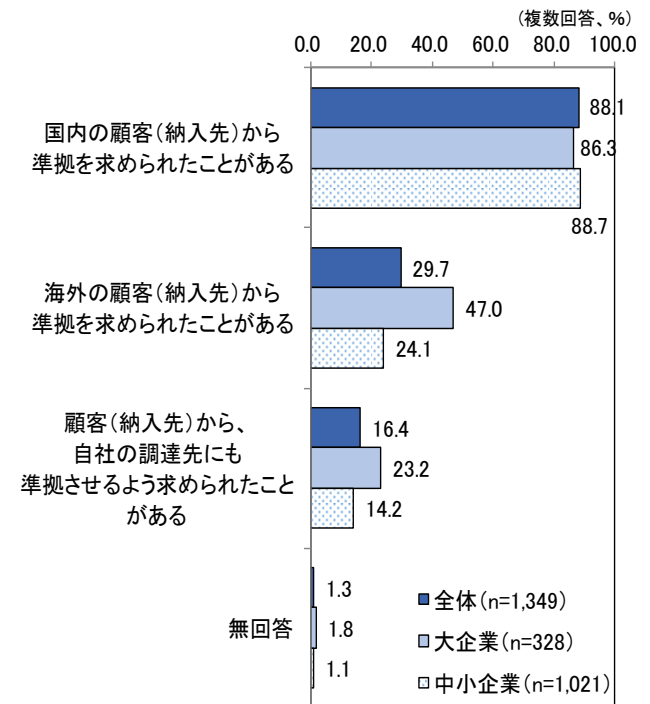
[注]母数は、本調査の回答企業総数。

顧客(納入先)の労働・安全衛生・環境に関する方針への準拠  
(全体、企業規模別)



[注]母数は、本調査の回答企業総数。

方針への準拠を求められた顧客先  
(全体、企業規模別)



[注]母数は、顧客(納入先)から、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る」と回答した企業。

## 參考資料

## (参考) 各国の魅力・長所の項目の正式名称

魅力・長所の項目の略称と元の設問項目(正式名称)の対照表

分類	魅力・長所(略称)	魅力・長所(正式名称)
市場	市場規模	市場規模・成長性
企業等の集積	現地調達容易	関連産業の集積(現地調達が容易)
	納入先集積	顧客(納入先)企業の集積
	技術力	現地企業・大学等の高い技術力
労働力	人件費・労働力	人件費の安さ、豊富な労働力
	従業員定着率	従業員の定着率の高さ
	人材の質	従業員の質の高さ、優秀な人材が豊富
インフラ	インフラ	インフラ(電力、運輸、通信等)の充実
	土地・事務所	土地・事務所スペースが豊富、地価・賃料の安さ
手続き・制度	手続き迅速	各種手続き等が迅速
	税制	税制面での優位性(法人税、関税など)
	投資奨励制度	投資奨励制度の充実
政治・社会他	政治・社会安定	安定した政治・社会情勢
	コミュニケーション	言語・コミュニケーション上の障害の少なさ
	生活環境	駐在員の生活環境が優れている
	親日感情	親日的な国民感情
	その他	その他(自由回答)

# (参考) 各国のビジネス環境の課題の項目の正式名称

課題の項目の略称と元の設問項目(正式名称)の対照表

分類	課題(略称)	課題(正式名称)
時事問題	米新政権の政策	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり
	英EU離脱リスク	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり
為替	為替リスク	為替リスクが高い
取引相手	関連産業集積	関連産業が集積・発展していない
	代金回収	代金回収上のリスク・問題あり
労働力	人件費高・上昇	人件費が高い、上昇している
	労働力不足・採用難	労働力の不足・適切な人材の採用難
	労務問題	労務上の問題あり
インフラ	インフラ	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備
	土地・事務所	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇
手続き・制度	法制度・運用	法制度が未整備、運用に問題あり
	知財保護	知的財産権の保護に問題あり
	税制・税務手続き	税制・税務手続きの煩雑さ
	行政手続き	行政手続きの煩雑さ(許認可など)
政治・社会他	政情・社会情勢・治安	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり
	自然災害・環境汚染	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり
	その他	その他(自由回答)
なし	特段問題なし	特段のリスク・問題を認識していない

# (参考) デジタル技術活用のメリット・課題の項目の正式名称

デジタル技術活用のメリット・課題の略称と元の設問項目(正式名称)の対照表

	略称	正式名称
メリット	賃金上昇・労働力不足	賃金上昇や労働力不足に対処できる
	熟練技術継承	熟練技術の「見える化」・継承が可能
	品質安定・向上	製品・サービスの品質が安定・向上
	マーケティング・販売	マーケティングの強化・販売先の拡大
	業務効率化・最適化	開発・生産工程や業務の効率化・最適化(期間短縮、コスト削減等)が可能
	個々の顧客ニーズ	個々の顧客ニーズに応じた製品・サービスの提供が実現
	参入障壁低下	ビジネスへの参入障壁が低下する
	新製品等創出	新しい製品・サービス・ビジネスモデルを創出できる
	メリット低い	デジタル技術活用のメリットは低い
	よく分からない	メリットについてよく分からない
	その他	その他(自由回答)
課題	導入・運用コスト	導入や運用のコストが高い
	社内理解得られず	活用について社内の理解が得られない
	人材不足	デジタル技術を扱える技術者等人材が不足
	外部パートナー不足	適切な外部パートナーが不足
	相談機関等ない	デジタル技術の活用方法について相談できる機関等がない
	関連インフラ不十分	関連インフラ(通信環境、物流網、決済システムなど)が不十分
	規制制約・運用不透明	規制の制約がある(データ関連規制など)・運用が不透明
	情報漏洩リスク	情報漏洩のリスクがある
	技術が発展途上	技術が発展途上または複数の規格があり、どの技術を活用すべきか不明
	活用メリット低い	デジタル技術活用のメリットが低い・活用の必要性を感じていない
	よく分からない	課題についてよく分からない
	その他	その他(自由回答)

## 2017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】