

2020年度 海外進出日系企業実態調査

(北米編)

—新型コロナで業績は大幅に悪化。
ビザ制限の影響も広がる—

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

2020年12月22日

目次

本調査の概要	p.3		
調査結果のポイント	p.4-9		
<米国編>		<カナダ編>	
本年度調査の実施概要	p.11	本年度調査の実施概要	p.58
回答企業の所在州	p.12	回答企業および主要工場の内訳、設立年、	
回答企業の設立年、拠点数、工場数	p.13	拠点数、工場数	p.59
従業員数・日本からの派遣者数	p.14	従業員数・日本からの派遣者数	p.60
1.2020年営業利益見込み、景況感DI	p.15-19	1.2020年営業利益見込み、景況感DI	p.61-64
2.現地従業員数の変化	p.20-21	2.日本からの派遣者数の変化	p.65
2.賃金（基本給月額、年間賞与、年間実負担額）	p.22-24	2.現地従業員数数の変化	p.66
2.設備投資の変化	p.25-26	2.賃金（基本給月額、年間賞与、年間実負担額）	p.67-69
3.今後の事業展開	p.27-28	2.設備投資の変化	p.70-71
3.調達先・生産地・販売先の見直し	p.29-36	3.今後の事業展開	p.72
3.調達・生産・販売比率（国・地域別）	p.37-41	3.調達先・生産地・販売先の見直し	p.73-75
3.貿易協定等の活用状況	p.42	3.調達・販売比率（国・地域別）	p.76-77
4.新型コロナによる影響、事業戦略見直し	p.43-44	3. FTA/EPAの活用状況	p.78
5.経営上の課題と対応策	p.45-46	4.新型コロナによる影響、事業戦略見直し	p.79-80
5.ビザ取得環境の変化	p.47	5.経営上の課題と対応策	p.81-82
5.日本からの派遣者数の変化	p.48-49	6.通商環境の変化の影響と対応策	p.83-85
6.通商環境の変化の影響と対応策	p.50-52	6.CUSMAの影響と対応策	p.86
6.USMCAの影響と対応策	p.53-54	6.CUSMAの3カ国での影響と対応策	p.87-88
6.USMCAの3カ国での影響と対応策	p.55-56		

本調査の概要:

調査方法:	ジェトロは2020年9月、米国・カナダの日系企業（日本側出資比率が10%以上の現地法人）1,757社（米国1,580社、カナダ177社）を対象に、オンライン配布・回収によるアンケートを実施。1,108社（米国961社、カナダ147社）より有効回答を得た（有効回答率63.1%）。
本年度の特徴:	本調査は、原則年1回、ビジネスの最前線にいる進出日系企業の活動実態を把握するために実施しているもので、米国は第39回、カナダは第31回調査になる。また、本年度より米国で非製造業を調査対象に加えた。
設問項目:	1. 営業利益見通し、2. 今後の事業展開、3. 新型コロナウイルス感染拡大による影響 4. 経営上の課題、5. 通商環境の変化、6. 原材料の調達先、製品の生産体制および販売先、7. FTA/EPAの活用・影響

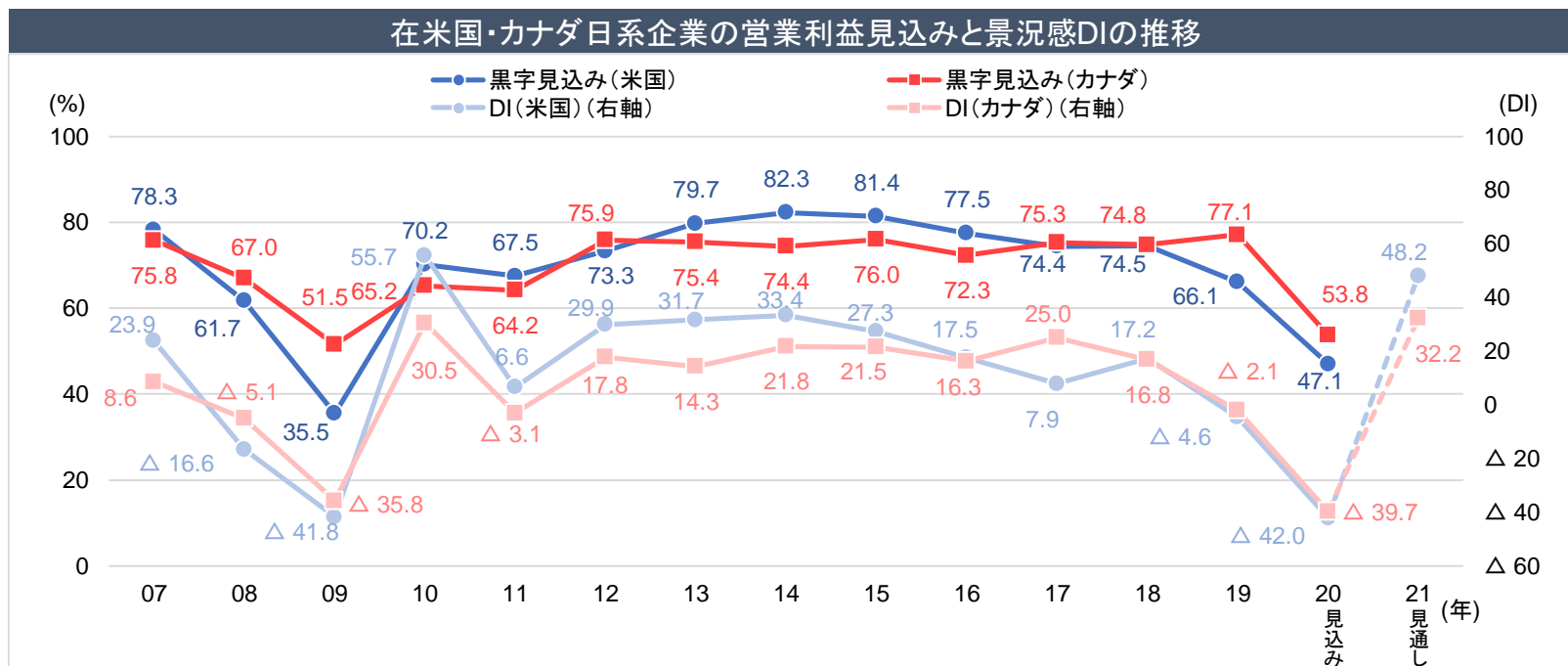
※営業利益見通しやビジネス正常化時期については、概要を12月4日の「[2020年度海外進出日系企業実態調査-全世界編-](#)」にて公表しました。

調査結果ダイジェスト

- 日系企業の業績は新型コロナ感染拡大で大幅に悪化。2020年に黒字を見込む企業は米国・カナダとも5割前後と前年から大きく減少したが、リーマンショック直後（2009年）ほどの落ち込みではなかった。現地販売の減少が主因。活動制限が続き、新規顧客開拓がままならない中、各社はバーチャル展示会やEコマースの活用など営業・販売のデジタル化に取り組む。
- 他方で、懸念された新型コロナのサプライチェーンへの影響は限定的で、調達先などを見直す企業は両国とも1割前後。その理由も新型コロナより追加関税やコスト高などが目立った。
- 在米日系企業の最大懸念の一つ、米国のビザ発給制限には5割近くの日系企業が影響を受けていることが明らかに。今年6月末に実施の調査（回答企業958社）で35%が影響ありと答えていたのに比べ、さらに影響が拡大している。

調査結果のポイント1. 営業利益見込み

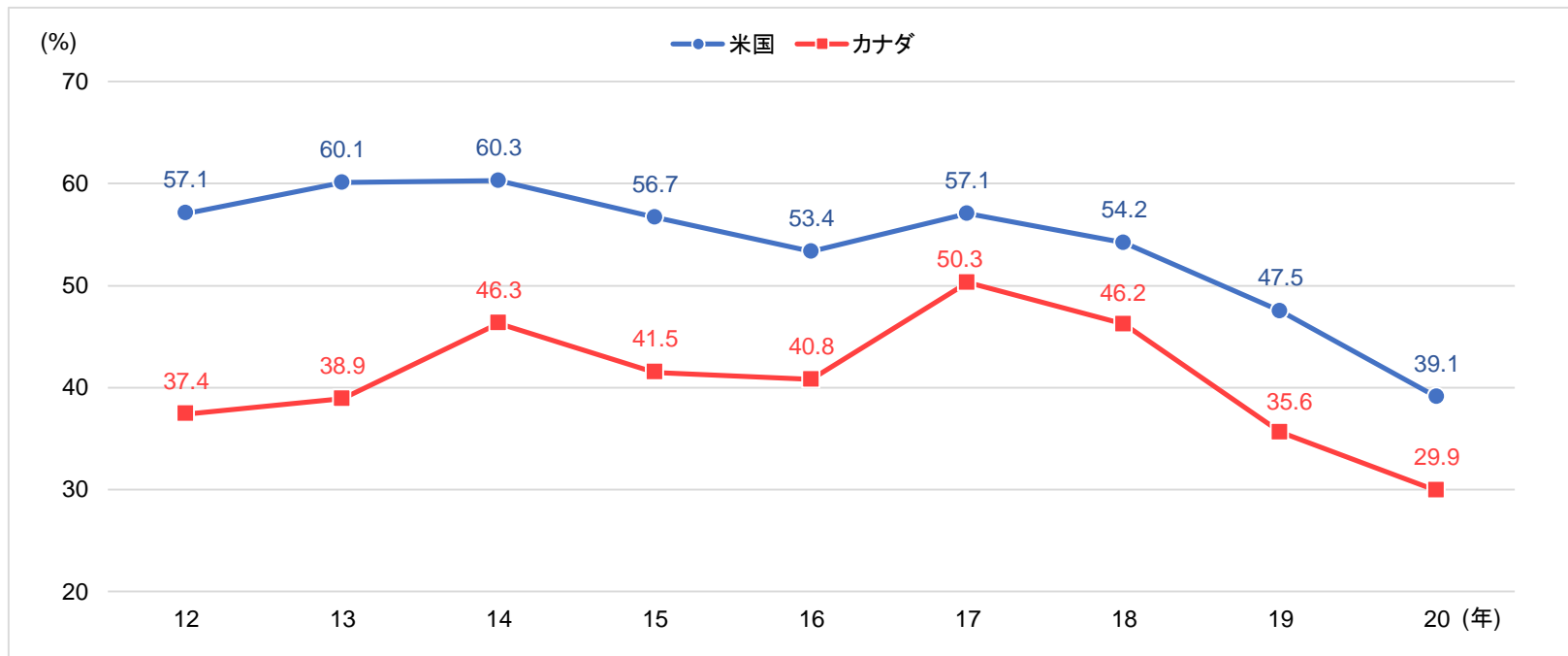
- 2020年に黒字を見込む日系企業の割合は米国で47%となり、前年の66%から19ポイント低下した。米国で黒字見込みが5割を割ったのは、リーマンショック直後の2009年(36%)以来となる。カナダでも黒字見込みは54%と低調で、前年の77%から23ポイント低下した。カナダで黒字見込みが6割を割ったのは、2009年(52%)以来となる【15ページ(米国)、61ページ(カナダ)】。
- 営業利益が前年比で悪化する企業は米国で59%となり、前年の36%から23ポイント上昇した。特に旅行・娯楽業(94%)や自動車等(88%)で悪化の割合が突出して高かった。カナダで営業利益が悪化する企業は54%となり、前年の34%から20ポイント上昇した。営業利益の前年比増減幅をみると、米国、カナダとも「1~5割減」が約3割を占めた。景況感を示すDI値は米国は△42、カナダは△40となり、両国とも過去最低値を更新した【17~19ページ(米国)、63~64ページ(カナダ)】。
- 一方で、米国、カナダともに食料品や情報通信業などでは前年比で悪化の割合が3割前後にとどまり、改善が2~4割に達するなど、業種により明暗が分かれた【19ページ(米国)、64ページ(カナダ)】。



調査結果のポイント2. 今後の事業展開

- 今後1～2年で事業の「拡大」を検討する企業は米国で39%、カナダでは30%にとどまり、両国とも過去最低水準だった。そんな中でも、米国では食料品(68%)や化学・医薬(54%)で「拡大」を検討する企業は5割を超えた【[27ページ](#)(米国)、[72ページ](#)(カナダ)】。

今後1～2年で事業の「拡大」を検討する企業の割合

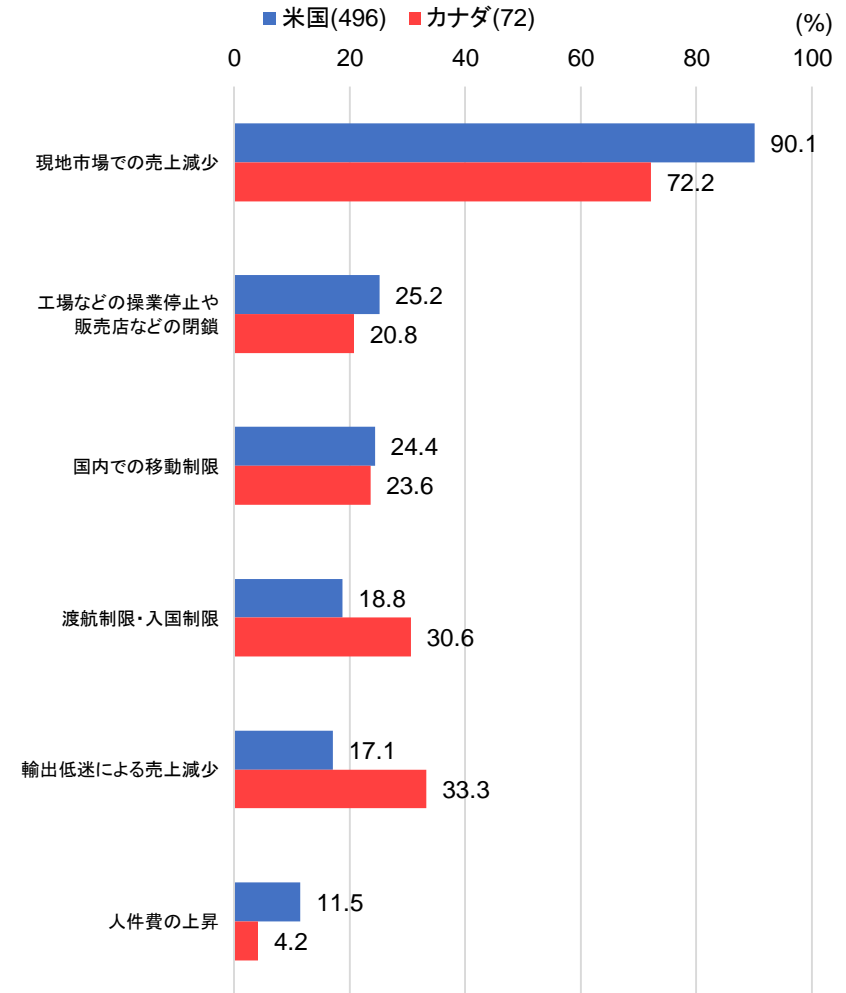


- サプライチェーン(調達先、生産地、販売先)の見直しを予定している企業は、米国、カナダとも1割前後にとどまった。調達先を見直す理由として、「通商環境の変化」を挙げた企業が過半数を占め、在米日系企業では、調達先を中国から米国やASEAN諸国に変更するとの回答が多くみられた。生産地の見直しについては、米国からメキシコ、日本などに変更するとの声が目立ち、理由としては米国でのコスト高や人材確保難などが挙げた【[29～36ページ](#)(米国)、[73～75ページ](#)(カナダ)】。

調査結果のポイント3. 感染拡大の影響とビジネス見直しの状況

- 新型コロナ感染拡大が営業利益に与えたマイナスの影響として、「現地市場の売上減少」を挙げた企業が米国で9割、カナダでは7割に達した【43ページ（米国）、79ページ（カナダ）】。**
- ビジネス正常化の時期は、2021年の前半、後半の見込みが両国ともそれぞれ3割前後を占めた。ビジネス活動正常化後の需要環境について、「新型コロナ前に戻る」とみる企業は両国とも5割を切り、「やや減少」が全体の3分の1を占めた。**
 一方で、需要増を見込む企業は両国とも約1割で、中でも米国の精密・医療機器（36%）やゴム・窯業・土石（24%）で高かった【43ページ（米国）、79ページ（カナダ）】。
- 新型コロナを受けた事業戦略やビジネスモデルの見直し内容として、在宅勤務やテレワークの活用拡大が両国で8割前後を占め、バーチャル展示会・オンライン商談会の活用が4～5割、人員削減による合理化が4割弱と続いた【44ページ（米国）、80ページ（カナダ）】。**

新型コロナ感染拡大が営業利益に与えたマイナスの影響（複数回答）

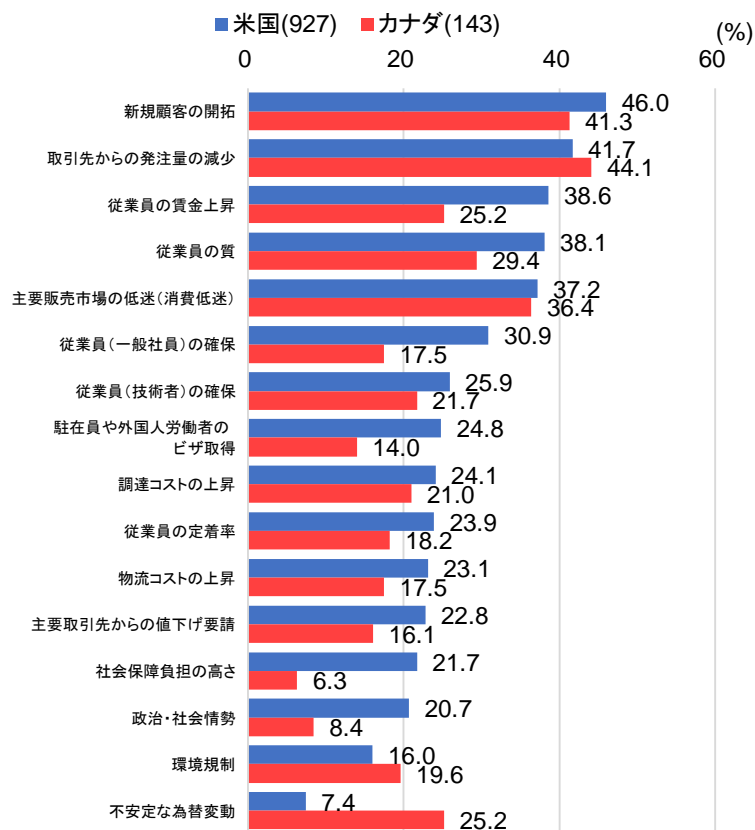


(注) 1企業につき最大3つまで回答可。
上位項目のみ掲載。

調査結果のポイント4. 経営上の課題(1)

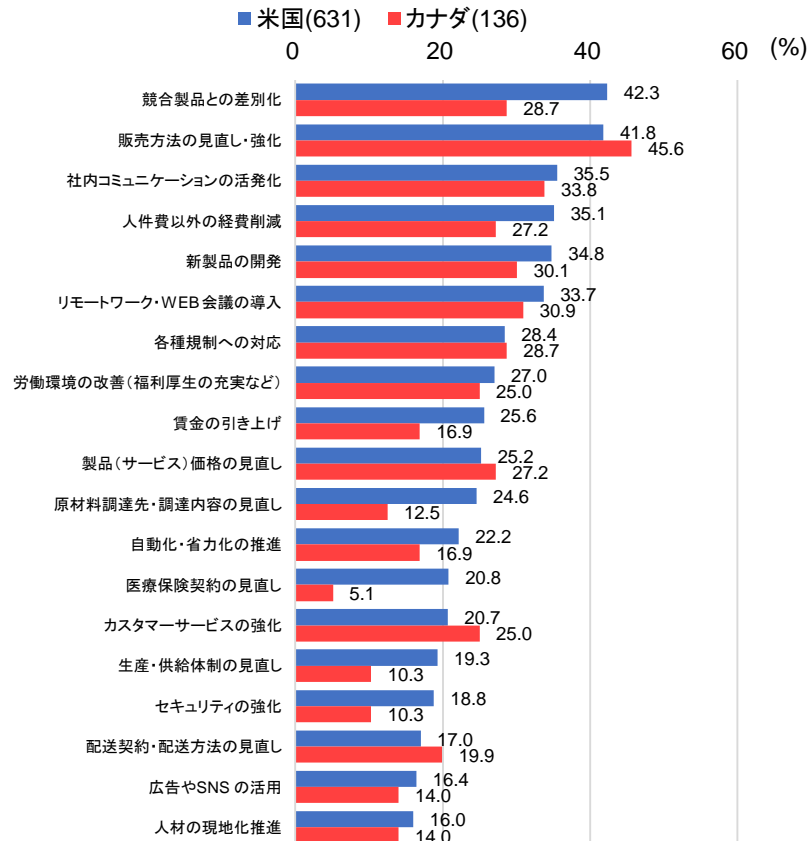
- 経営上の課題**として、販売・営業面の課題が上位に挙がり、「**新規顧客の開拓**」「**取引先からの発注量の減少**」が米国、カナダとも**4割強**を占めた。新型コロナによる出張・外出・面談などの制限や操業制限が響いたとみられる。また、**米国では「従業員の賃金上昇」や「従業員の質」といった雇用・労務面での課題が4割弱**で続いた【[45ページ](#)(米国)、[81ページ](#)(カナダ)】。
- 経営上の課題への対応策としては、**米国では高付加価値品の開発など「競合製品との差別化」、ECビジネス拡大など「販売方法の見直し・強化」が4割強**となった。カナダでは「**販売方法の見直し・強化**」「**社内コミュニケーションの活発化**」が上位に挙げられた【[46ページ](#)(米国)、[82ページ](#)(カナダ)】。

経営上の課題(複数回答)



(注) 上位項目のみ掲載。

経営上の課題への対応策(複数回答)

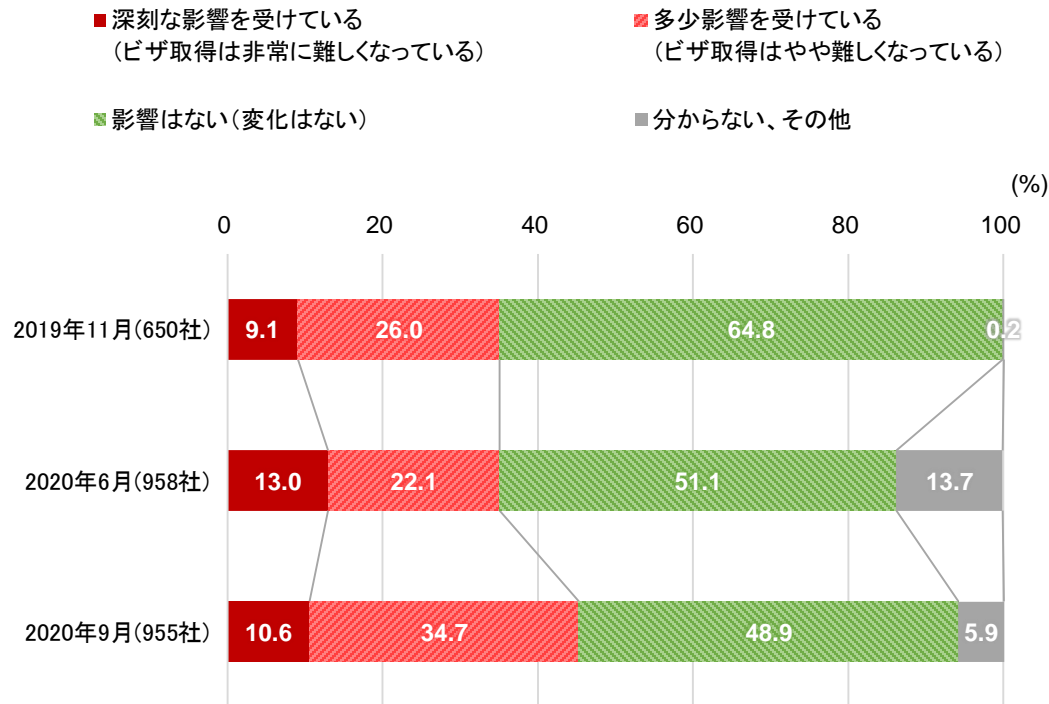


(注) 上位項目のみ掲載。

調査結果のポイント4. 経営上の課題(2)

- 新型コロナを受けてトランプ政権は一部のビザの発給を制限しており、ビザ発給停止・遅延・却下により「多少の影響」を受ける在米日系企業は35%、「深刻な影響」を受ける企業は約1割となっている。影響を受けている企業の割合は、前年度調査(35.1%)や2020年6月に実施した新型コロナ対策に関する緊急・クイックアンケート調査(35.1%)から10.2ポイント増加している。具体的な影響として、「人事異動・配置・転換を進められない」企業が6割超に上り、対応に苦慮する様子が浮かび上がった。影響を受けているビザの種類として、L-1(企業内転勤者用)ビザが約6割、E-2(投資駐在員用)ビザが約3割を占めた【[47ページ](#)】。

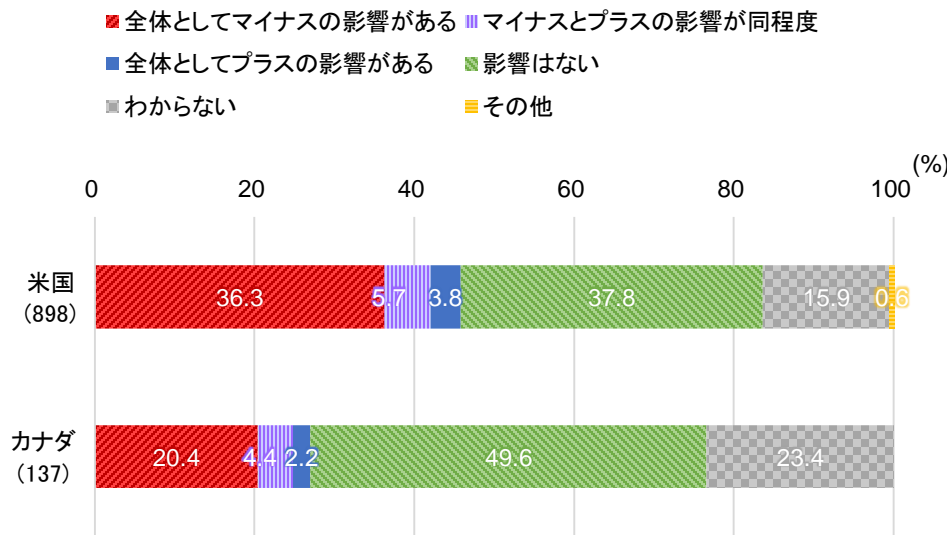
米国ビザの発給停止・遅延・却下の影響



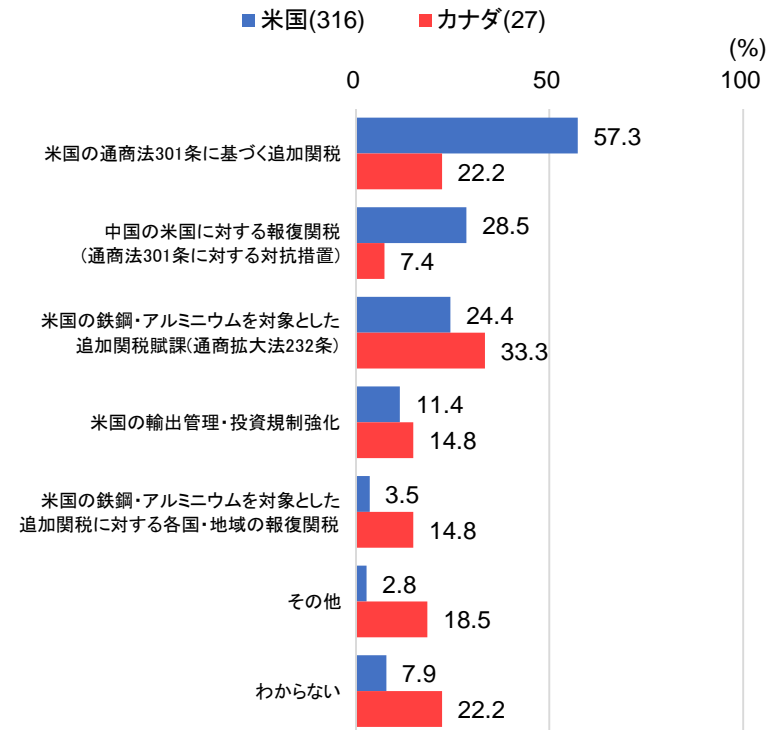
調査結果のポイント5. 通商環境の変化が業績に与える影響

- 通商環境の変化が2020年の業績に与える影響について、米国では「影響はない」は38%だった。「全体としてマイナス」が36%となり、「マイナスとプラスの影響が同程度」(6%)を合わせると42%がマイナスの影響を受けている。カナダでは「影響はない」が50%、「わからない」が23%で、「全体としてマイナス」は20%にとどまった【[50ページ](#)(米国)、[83ページ](#)(カナダ)】。
- マイナスの影響を受ける具体政策を聞くと、米国では「通商法301条に基づく追加関税」が57%、カナダでは「米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税」が33%を占めた【[51ページ](#)(米国)、[84ページ](#)(カナダ)】。
- 通商環境の変化への対応策としては、米国、カナダともに「情報収集体制の強化」と「生産性向上・効率化によるコスト吸収努力」が上位に挙げられた【[52ページ](#)(米国)、[85ページ](#)(カナダ)】。

通商環境の変化が2020年の業績に与える影響



マイナスの影響が及ぶ具体的な政策(複数回答)



JETRO

Japan External Trade Organization

— 米 国 編 —
(第 39 回 調 査)

本年度調査の実施概要

調査目的

米国に進出する日系企業の経営状況、現地でのビジネス環境の変化などについて把握し、日本企業の海外事業戦略立案や関係機関の施策立案に資することを目的とする。

実施時期

2020年9月10～30日

有効回答率

60.8%

(回答企業数 961社／1,580社)

調査対象

在米日系企業（製造業・非製造業）のうち、直接出資および間接出資を含めて、日本の親会社の出資比率が10%以上の企業が対象。

備考

本調査は1981年より実施しており、今回は39回目となる（2004年は実施せず）。今回より非製造業を調査対象に追加。

(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(注2) アンケートに回答した企業が、各設問すべてに回答したわけではない。回答比率は、各設問の回答者数を基数として算出した。

(注3) 次ページ以降の図表中、特に記載のない場合、()内数値は回答企業数を示す。

(注4) 各選択肢の回答企業数の分母が一定数に満たない業種や選択肢は対象から外した。

回答企業数の業種別・地域別内訳

(単位:社、%)

		企業数	構成比		
全業種		961	100		
業種別					
製造業	企業数	構成比	非製造業	企業数	構成比
	578	60.1		383	39.9
自動車等部品	109	11.3	販売会社	120	12.5
化学・医薬	76	7.9	商社・卸売業	75	7.8
一般機械	63	6.6	運輸業	31	3.2
鉄・非鉄・金属	58	6.0	情報通信業	29	3.0
電気・電子機器	40	4.2	事業関連サービス	26	2.7
食料品	39	4.1	金融・保険業	23	2.4
プラスチック製品	33	3.4	旅行・娯楽業	17	1.8
電気・電子機器部品	26	2.7	建設業	14	1.5
精密・医療機器	22	2.3	不動産・賃貸業	11	1.1
ゴム・窯業・土石	17	1.8	鉱業・エネルギー	8	0.8
自動車等	17	1.8	教育・医療	7	0.7
鉄道・運搬車両等部品	10	1.0	小売業	7	0.7
鉄道・運搬車両等	9	0.9	飲食業	6	0.6
繊維・衣服	8	0.8	農林水産業	2	0.2
紙・木製品・印刷	6	0.6	その他非製造業	7	0.7
その他製造業	45	4.7			
地域別(製造業)			地域別(非製造業)		
中西部	211	22.0	中西部	81	8.4
南部	201	20.9	南部	93	9.7
西部	106	11.0	西部	109	11.3
北東部	60	6.2	北東部	100	10.4

回答企業の所在州

回答企業および主要工場の所在州内訳

(単位:社)

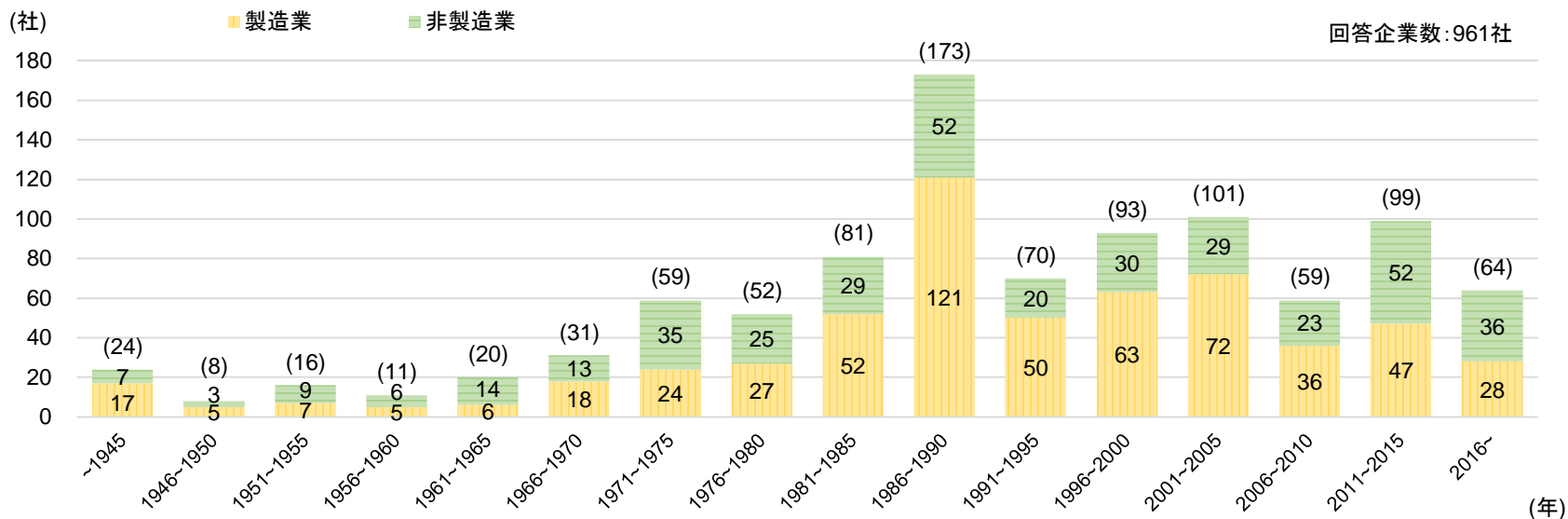
回答企業数	回答企業の所在州			主要工場の所在州
	製造業	非製造業	全業種	全業種
	961			420
北東部	60	100	160	57
CT コネチカット	2	3	5	4
ME メーン	0	1	1	1
MA マサチューセッツ	6	6	12	8
NH ニューハンプシャー	2	1	3	4
NJ ニュージャージー	15	12	27	9
NY ニューヨーク	20	75	95	9
PA ペンシルベニア	13	1	14	20
RI ロードアイランド	2	1	3	2
VT バーモント	0	0	0	0
中西部	211	81	292	217
IL イリノイ	63	54	117	38
IN インディアナ	35	0	35	57
IA アイオワ	1	0	1	3
KS カンザス	2	0	2	3
MI ミシガン	37	21	58	30
MN ミネソタ	5	0	5	9
MO ミズーリ	3	0	3	5
NE ネブラスカ	2	0	2	2
ND ノースダコタ	1	0	1	1
OH オハイオ	59	6	65	65
SD サウスダコタ	0	0	0	0
WI ウィスコンシン	3	0	3	4

(注)主要工場は1企業につき最大4カ所までの回答を集計。

	回答企業の所在州			主要工場の所在州
	製造業	非製造業	全業種	
南部	201	93	294	292
AL アラバマ	7	0	7	18
AR アーカンソー	2	0	2	7
DE デラウェア	0	0	0	0
FL フロリダ	2	6	8	2
GA ジョージア	40	18	58	49
KY ケンタッキー	32	11	43	57
LA ルイジアナ	2	1	3	6
MD メリーランド	4	3	7	2
MS ミシシッピ	6	0	6	15
NC ノースカロライナ	10	3	13	18
OK オクラホマ	3	0	3	4
SC サウスカロライナ	9	2	11	12
TN テネシー	29	2	31	39
TX テキサス	44	45	89	45
VA バージニア	7	1	8	13
WV ウェストバージニア	3	0	3	5
DC ワシントンDC	1	1	2	0
西部	106	109	215	104
AK アラスカ	0	0	0	1
AZ アリゾナ	9	0	9	9
CA カリフォルニア	82	100	182	63
CO コロラド	0	2	2	0
HI ハワイ	2	5	7	4
ID アイダホ	0	0	0	1
MT モンタナ	0	0	0	1
NV ネバダ	3	1	4	5
NM ニューメキシコ	0	0	0	2
OR オレゴン	3	0	3	9
UT ユタ	1	0	1	0
WA ワシントン	6	1	7	8
WY ワイオミング	0	0	0	1
計	578	383	961	670

回答企業の設立年、拠点数、工場数

回答企業の設立年



(注) ()は全業種(製造業と非製造業を合わせた)回答企業数を示す。

回答企業の拠点数の内訳

回答企業数	805			拠点数
	企業数(社)			
拠点数	製造業	非製造業	全業種	総計
拠点なし	1	7	8	0
1~5	455	242	697	1,284
6~10	36	22	58	448
11~15	13	5	18	231
16~20	4	7	11	202
21~25	1	2	3	69
26~30	1	2	3	86
30以上	3	4	7	929
計	514	291	805	3,249

回答企業の工場数の内訳

回答企業数	675			工場数
	企業数(社)			
工場数	製造業	非製造業	全業種	総計
工場なし	84	181	265	0
1~5	368	21	389	592
6~10	13	1	14	105
11以上	5	2	7	96
計	470	205	675	793

従業員数・日本からの派遣者数:それぞれ1社あたりの中央値は60人、3人

回答企業961社の総従業員数は74万5,812人で、1社あたり従業員数の平均値は776人、中央値は60人となった。産業別でみると、製造業では「11～50人」が20.2%（117社）で最も多く、中央値は110人だった。非製造業では「10人以下」が37.3%（143社）で最も多く、中央値は20人だった。回答企業953社の日本からの総派遣者（駐在員）数は1万1,628人で、平均値は12人、中央値は3人となった。産業別でみると、製造業では「1～2人」の割合が30.3%（173社）で最も多く、中央値は4人だった。非製造業も「1～2人」が41.4%（158社）で最も多く、中央値は3人だった。

従業員数の平均値と中央値

(単位:人)

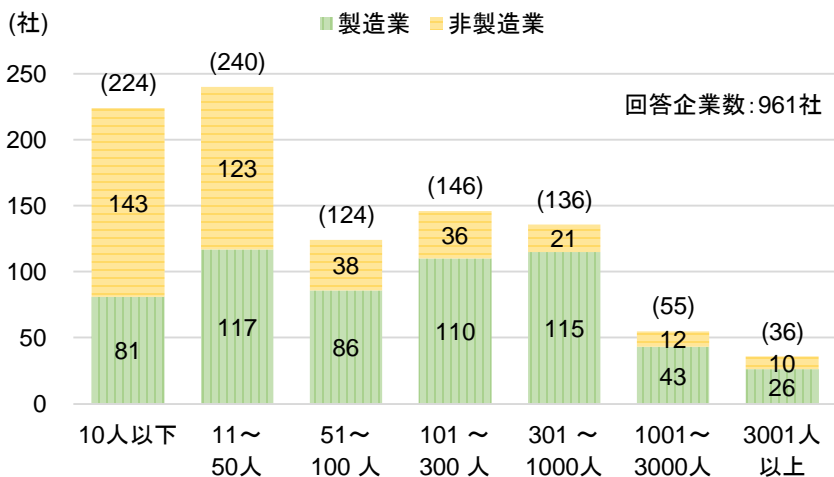
	総従業員数	平均値	中央値
全業種(961)	745,812	776	60
製造業(578)	460,203	796	110
非製造業(383)	285,609	746	20

日本からの派遣者数の平均値と中央値

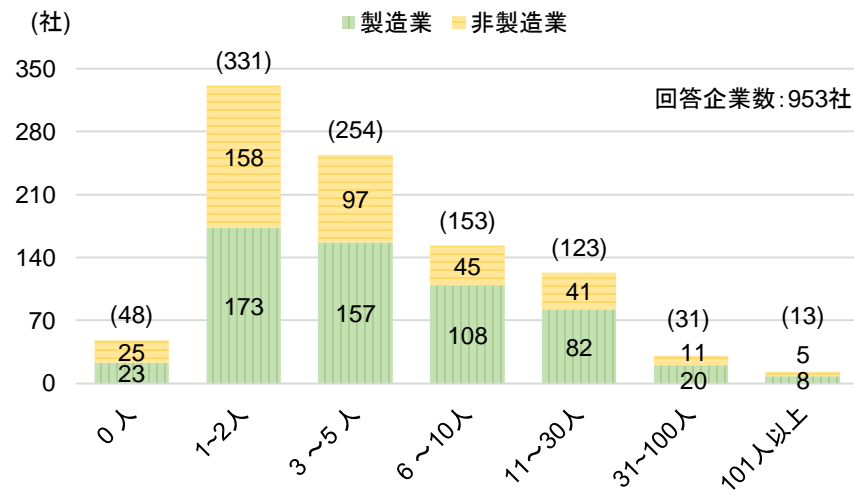
(単位:人)

	総派遣者数	平均値	中央値
全業種(953)	11,628	12	3
製造業(571)	8,397	15	4
非製造業(382)	3,231	8	3

産業別の従業員数内訳



産業別の日本からの派遣者数内訳

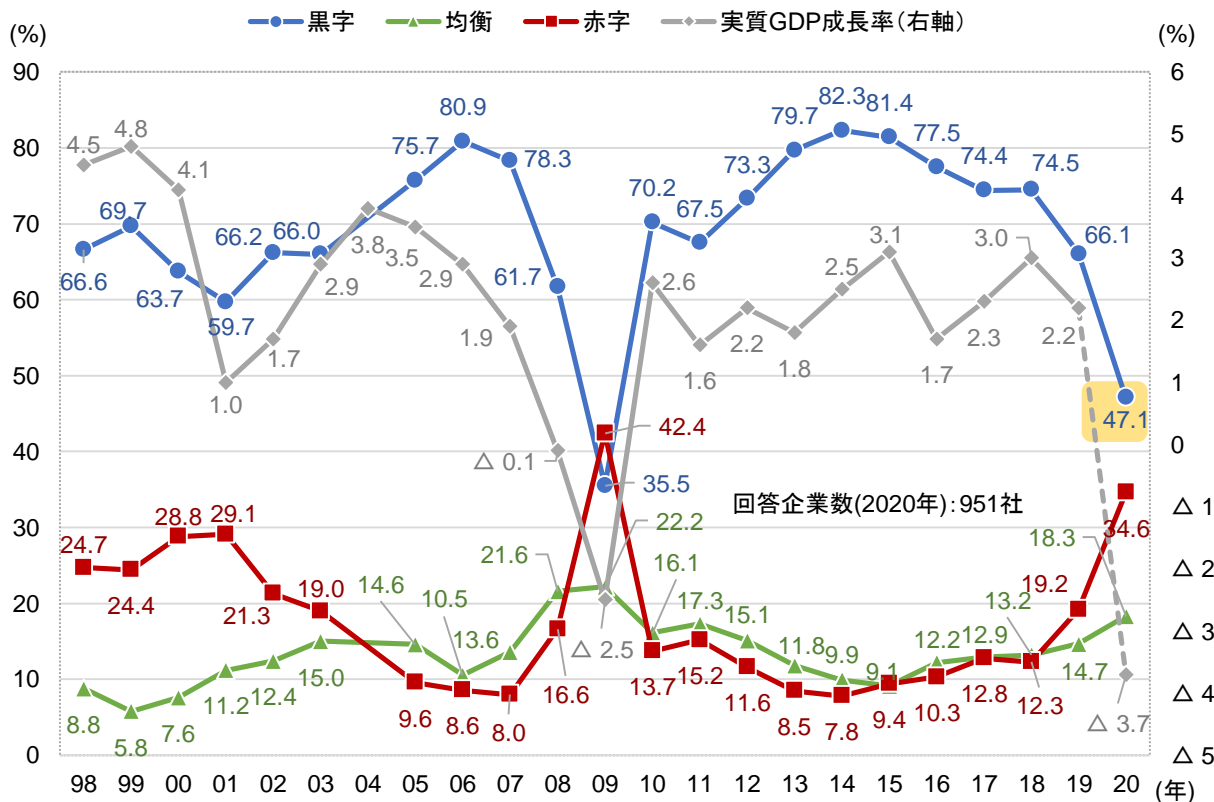


(注) ()は全業種(製造業と非製造業を合わせた)回答企業数を示す。

1. 2020年営業利益見込み：黒字見込みは47.1%、11年ぶりに5割切る

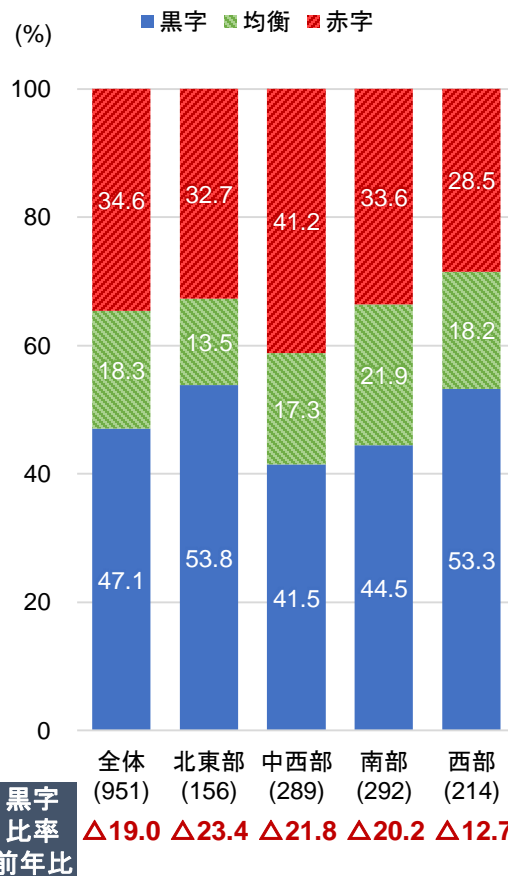
2020年に営業利益の黒字を見込む企業は47.1%で、前年(66.1%)から19.0ポイント低下した。黒字見込みが5割を割ったのは、リーマンショック直後の2009年(35.5%)以来11年ぶりとなる。地域別では、北東部(53.8%)と西部(53.3%)は黒字比率が5割を超えたが、中西部は41.5%、南部は44.5%だった。

営業利益見込みと米国の実質GDP成長率



(注) 2020年の実質GDP成長率はFOMCによる予測値(2020年9月)。2004年は調査を実施せず。

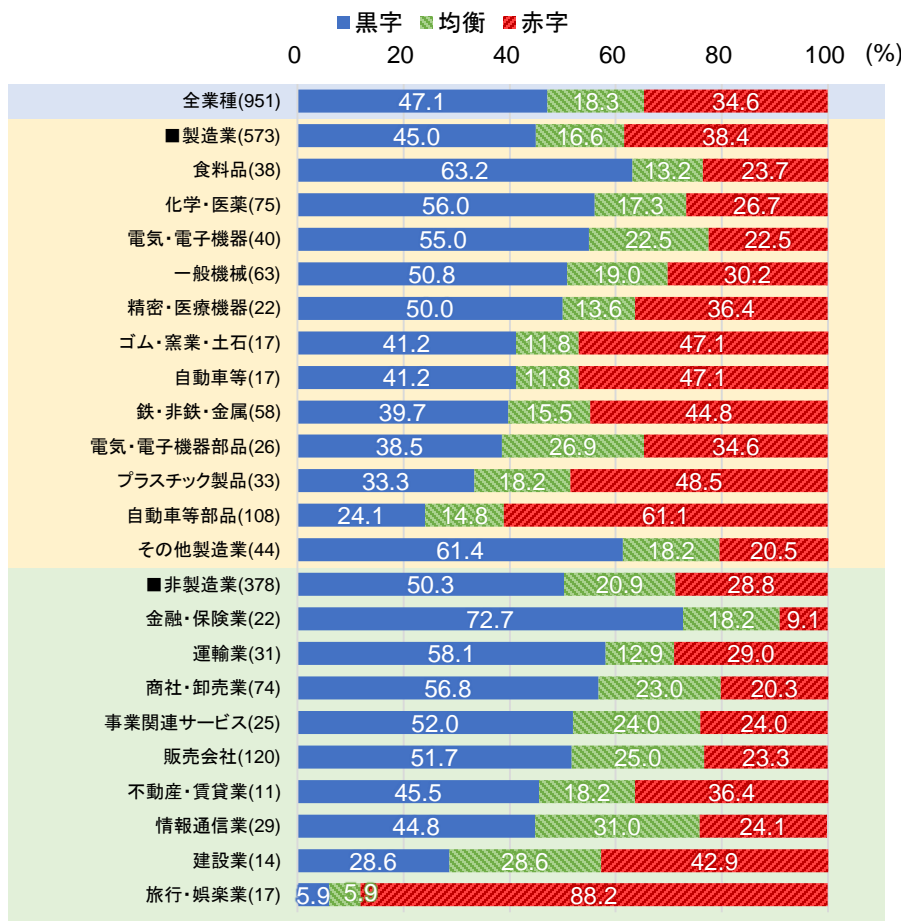
2020年の営業利益見込み(地域別)



1. 2020年営業利益見込み(業種別): 旅行・娯楽業、小売、飲食が低調

2020年の営業利益見込みを業種別でみると、製造業では、紙・木製品・印刷(100%)や食料品(63.2%)などは好調だったが、鉄道・運搬車両等部品(22.2%)や自動車等部品(24.1%)は2割台前半にとどまった。非製造業では金融・保険業(72.7%)は7割を超えたが、旅行・娯楽業は5.9%、小売は14.3%、飲食は20.0%と低調だった。

2020年の営業利益見込み(業種別)



(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

営業利益見込みに影響した要因(自由記述)

<黒字企業>

- ・ コロナ需要、Eコマースでの販売増【紙・木製品・印刷】
- ・ 新商品開発とコスト管理の徹底【食料品】
- ・ アウトドア・レジャー市場が想定よりも良くなったため【その他製造業】
- ・ COVID-19の影響は軽微で、医薬品の需要は引き続き堅調であることに加えて、コロナワクチンの特需がある【化学・医薬】
- ・ 半導体業界の好調【電気・電子機器】
- ・ コロナにより自動車業界向け販売は若干減少したが、半導体業界向け販売は急増【一般機械】
- ・ オルタナティブ投資アドバイスへのニーズ拡大【金融・保険業】
- ・ コロナ禍前の業績の好調とコロナ禍での経費削減【運輸業】
- ・ 堅調な半導体製造装置市場のニーズ【商社・卸売業】

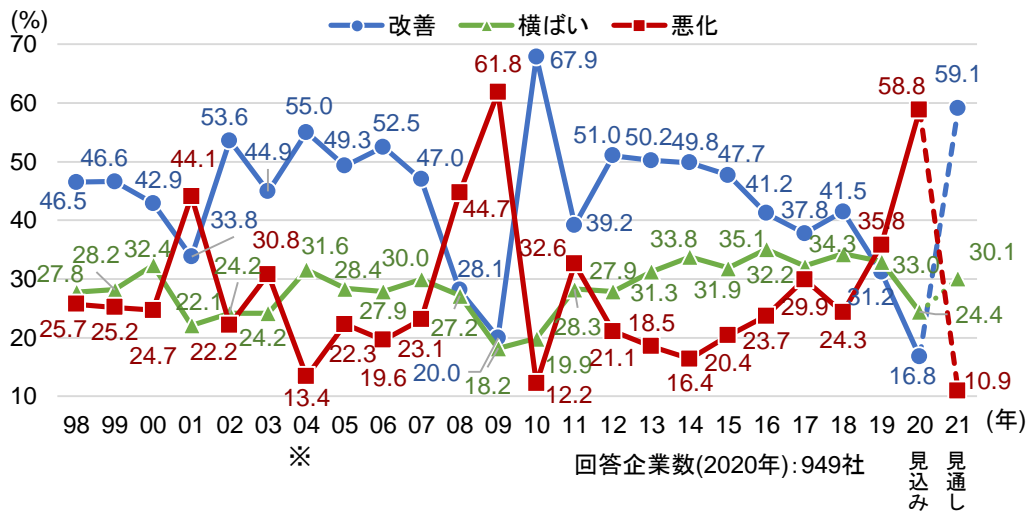
<赤字企業>

- ・ 3月下旬から6月上旬までシャットダウン・稼働時間短縮【鉄道・運搬車両等部品】
- ・ コロナウイルスの影響による自動車メーカーの操業停止。中国製輸入品に対する追加関税【自動車等部品】
- ・ メインとなる製品のモデルチェンジに対応するため【プラスチック製品】
- ・ COVID-19の影響で4月以降日本からの海外旅行受け入れがゼロになったため【旅行・娯楽業】
- ・ コロナウイルスでのロックダウンと経済再開の遅延と規制【小売】
- ・ コロナにより、4月から9月現在まで2店舗を閉じているため【飲食】

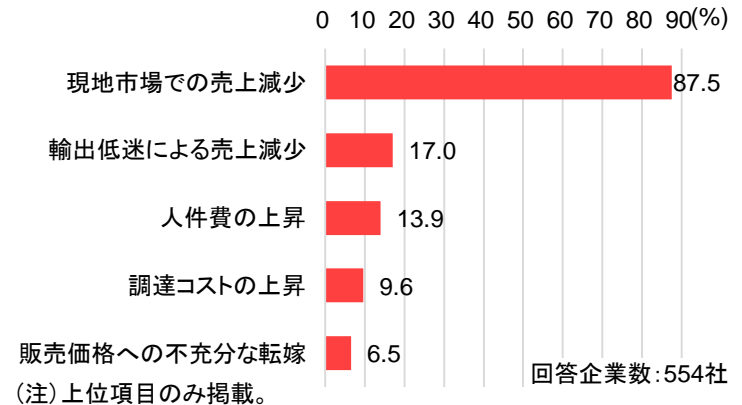
1. 景況感DI: 前年から大幅に悪化、2021年の見通しは上向き

2020年の景況感を示すDI(改善－悪化)は△42.0となり、前年(△4.6)から37.4ポイント悪化した。2020年の営業利益見込みが「悪化する」と回答した割合は58.8%で前年(35.8%)から23.0ポイント増加し、「改善する」と回答した割合は16.8%で前年(31.2%)から14.4ポイント減少した。悪化の主因は、「現地市場での売上減少」が79.1%を占めた。2021年の景況感を占うDIは48.2となり、「改善」を見込む企業の割合は59.1%と上向き。地域別では南部(51.0%)、中西部(50.7%)、西部(48.8%)は平均を上回ったが、北東部は37.4%にとどまった。

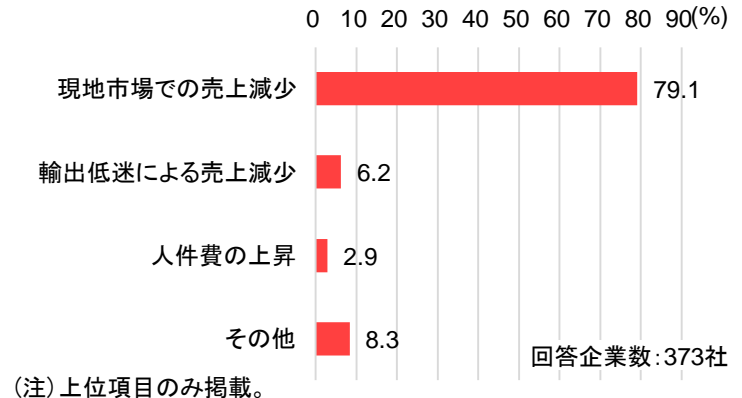
前年と比較した営業利益の変化



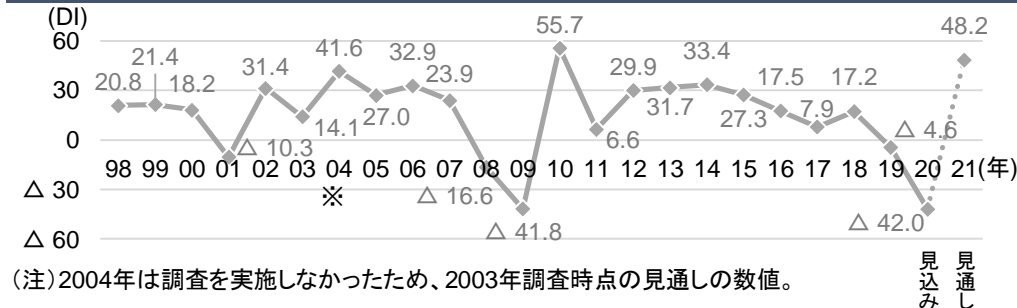
2020年の営業利益見込みが悪化する理由(複数回答)



2020年の営業利益見込みが悪化する理由(主因)



景況感DIの推移

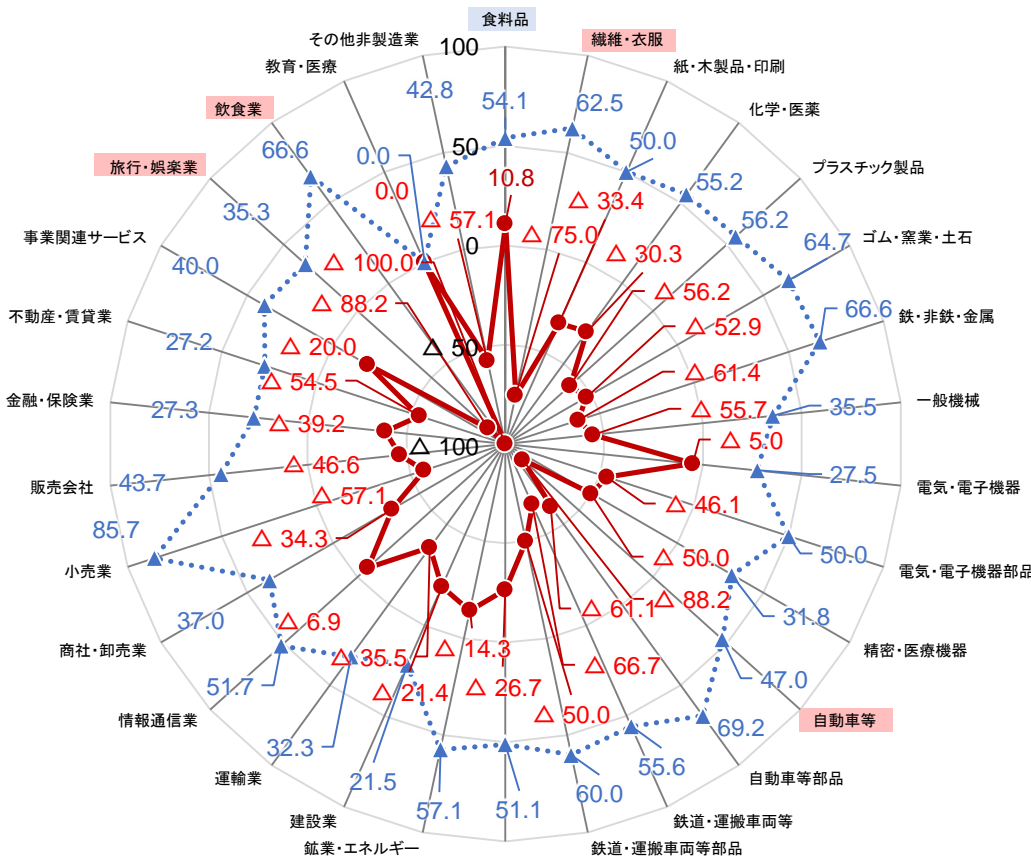


1. 業種別景況感DI:コロナ禍によりほとんどの業種で大きくマイナス

2020年の業種別景況感DIは、食料品(10.8)のみプラスで、他業種は全てマイナスだった。特にコロナ禍で飲食業(△100.0)、旅行・娯楽業(△88.2)、自動車等(△88.2)、繊維・衣服(△75.0)などでは大きくマイナスとなった。2021年は全業種でプラスとなり、小売業(85.7)、自動車等部品(69.2)、飲食業(66.6)などは大幅な改善を見込んでいる。

2020年と2021年の主な業種別の景況感DI

●●●●● 2020年景況感DI ●●●●● 2021年景況感DI



(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

コロナ禍の影響(自由記述)

<需要増>

- 日系自動車メーカーからの注文は激減したが、米系医療関係の注文が激増【一般機械】
- 医療機器、消毒機器業界向けの販売実績が上昇。中国産競合製品の供給遅延による米国内シェア上昇【販売会社】
- ロックダウンにより外出しなくなり、メールオーダーサービスの需要が増加【精密・医療機器】
- 外食が大幅に減少し内食需要が増え、冷凍食品需要が高まった【食料品】
- 通販部門が大幅な売り上げ増になった【販売会社】

<需要減>

- コロナ禍による新規投資減退により、今期発注・受注・消化案件が減少し、当初見込みより落ち込み【建設業】
- 顧客の工場シャットダウンによる販売額減少【商社・卸売業】
- コロナ禍による顧客の予算凍結やプロジェクト遅延のため、利益が縮小【情報通信業】

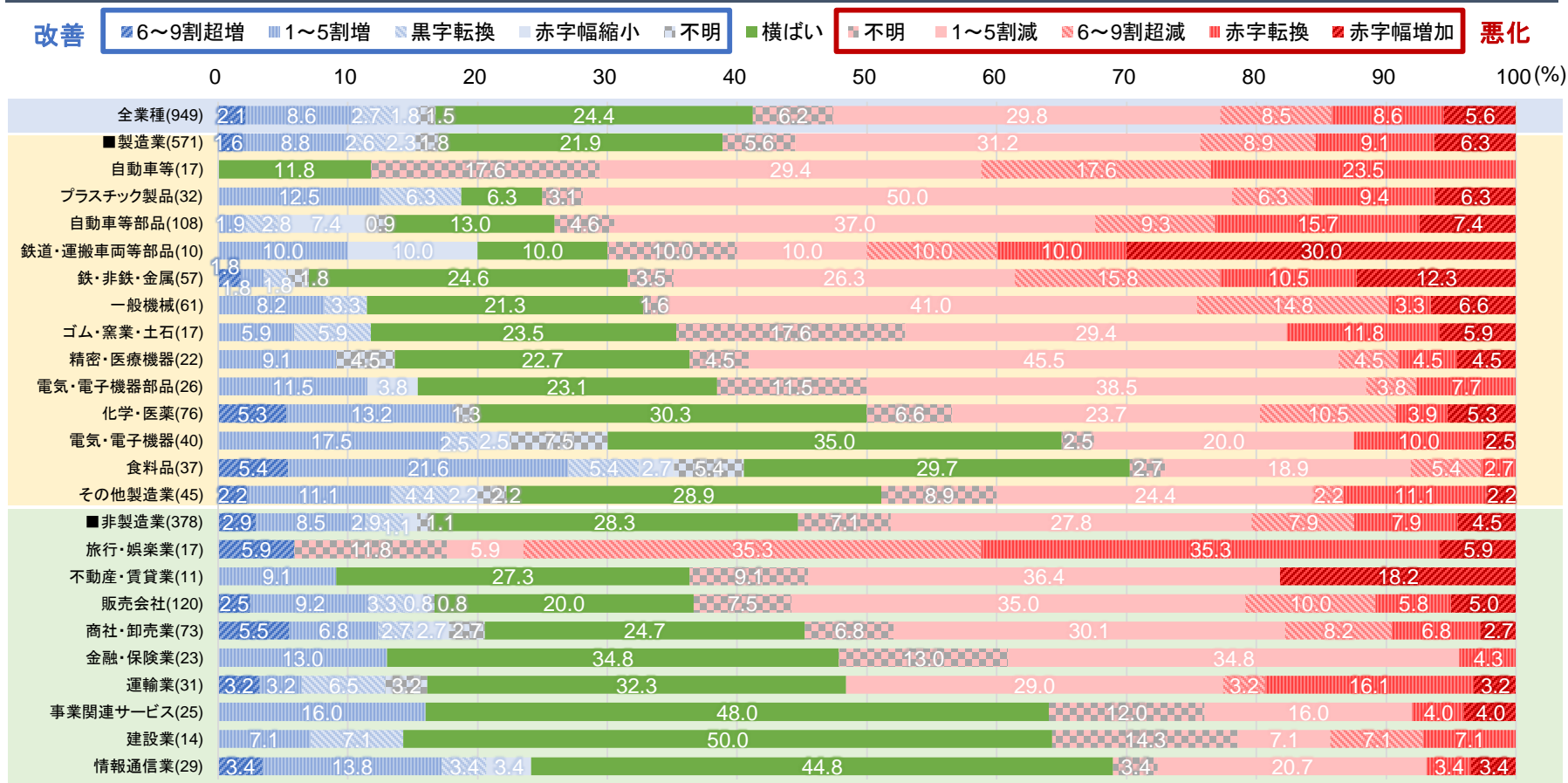
<その他>

- 全米拠点の一時閉鎖を余儀なくされたことで売り上げは減少したものの、人件費、営業経費の削減により、今期は減収増益の黒字は確保予定【販売会社】
- コロナ禍によりテイクアウトしかできない状況においても、お客様の来店が途切れていない【飲食業】
- 一時的に工場従業員の時給上昇などによりコストが増加したが、調達コストの削減や生産性効率の改善により、前年より改善を見込む【食料品】
- 食品加工メーカーに商品を納めている割合が高いため、エッセンシャル・ビジネスとして操業停止の対象とならなかった【商社・卸売業】

1. 2020年営業利益見込み：前年比増減幅は「1～5割減」が全体の3割に

2020年の営業利益見込みの前年比増減幅は、「1～5割減」(29.8%)が全体の3割を占め、「横ばい」が24.4%、「1～5割増」「赤字転換」がそれぞれ8.6%だった。主要業種別でみると、製造業では、自動車等は営業利益見込み「悪化」の割合が88.2%に上り、増減幅は「1～5割減」が29.4%、「赤字転換」が23.5%だった。一方、食料品は営業利益見込み「改善」が40.5%と業種別で最大だった。非製造業では、旅行・娯楽業は営業利益見込み「悪化」の割合が94.1%と突出して高く、増減幅は「6～9割超減」「赤字転換」がそれぞれ35.3%となった。

2020年の営業利益見込みの前年比増減幅(業種別)

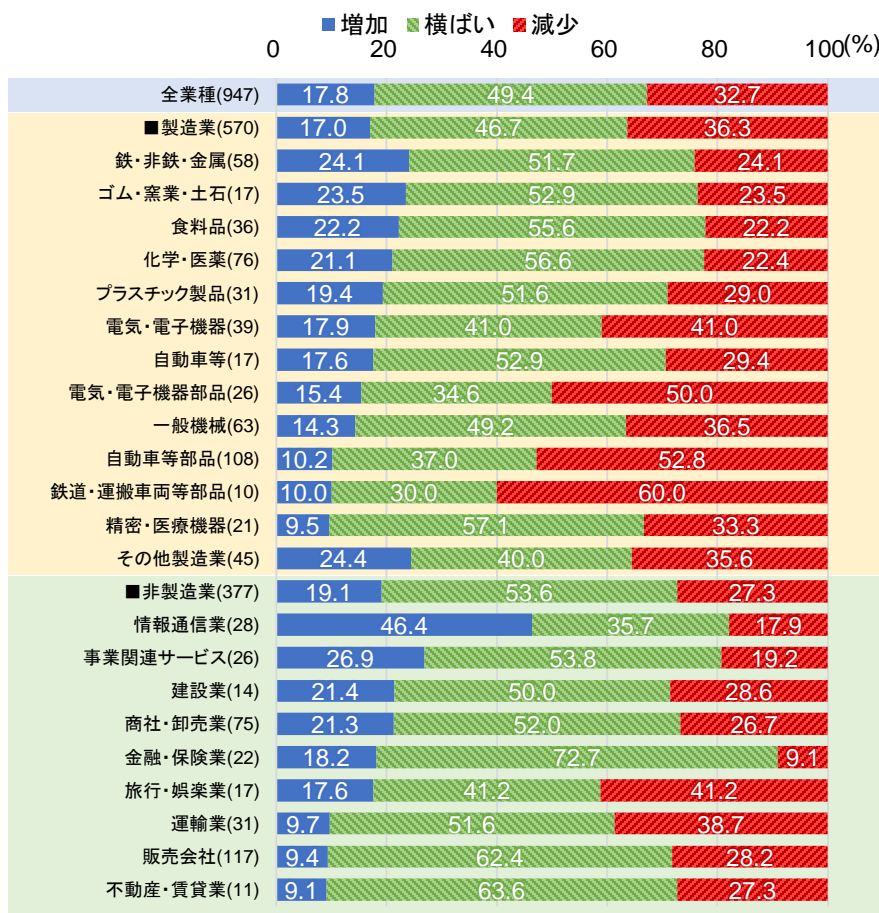


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2. 現地従業員数の変化(過去1年間の変化):「横ばい」は半数近くに達する

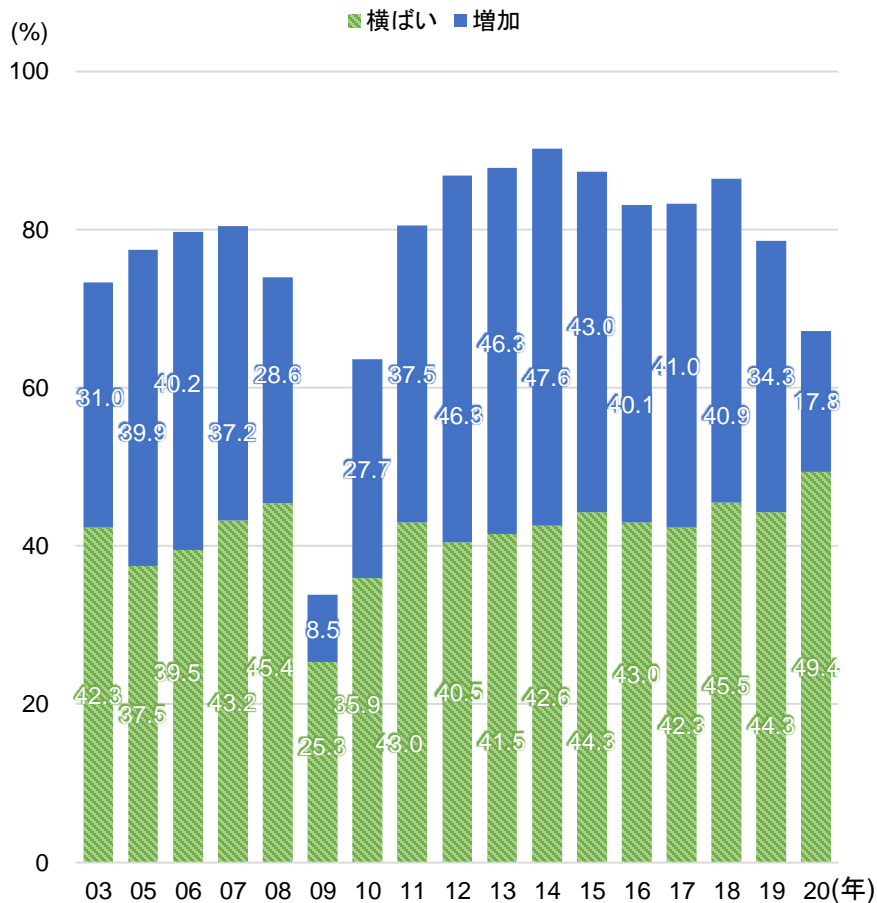
過去1年間に現地従業員を「増加」と回答した企業は17.8%で、2009年度調査(8.5%)に次ぐ低さとなったが、半数近くの企業が「横ばい」と雇用を維持した。業種別でみると、情報通信業では46.4%が現地従業員数を「増加」したが、不動産・賃貸業(9.1%)や販売会社(9.4%)などでは「増加」した企業は1割未満にとどまった。

現地従業員数の変化(過去1年の変化、業種別)



(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

現地従業員数の過去1年の変化の推移

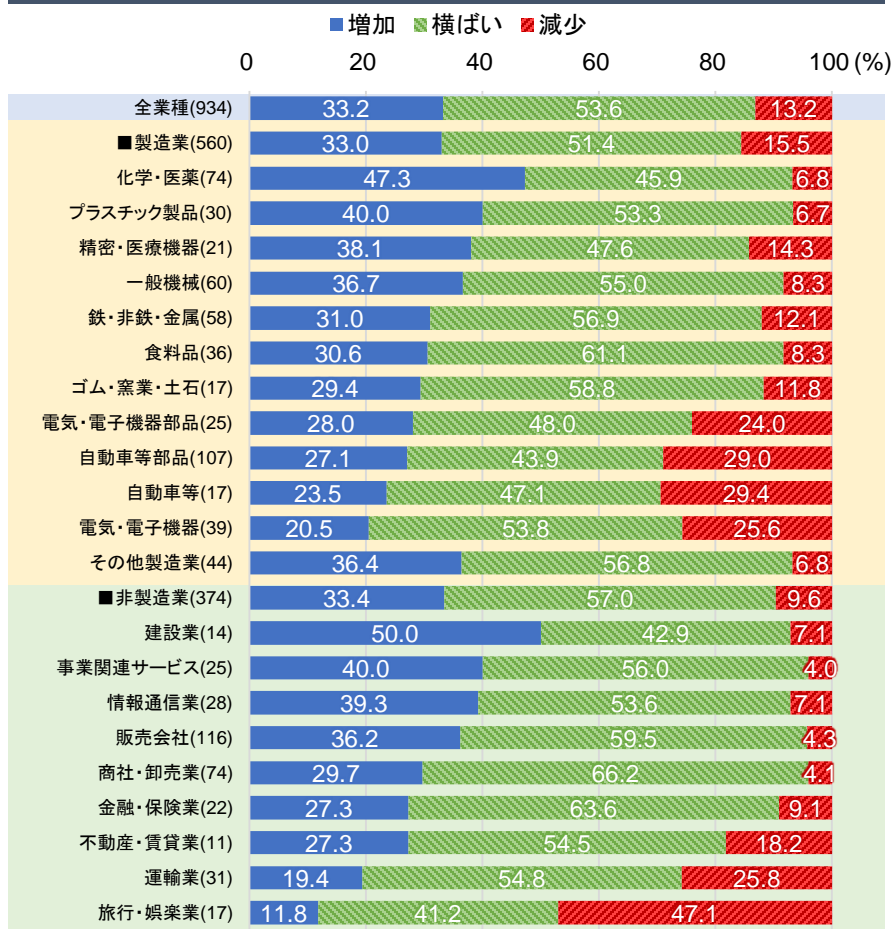


(注)2004年は調査実施なし。

2. 現地従業員数の変化(今後の予定):「増加」は33.2%

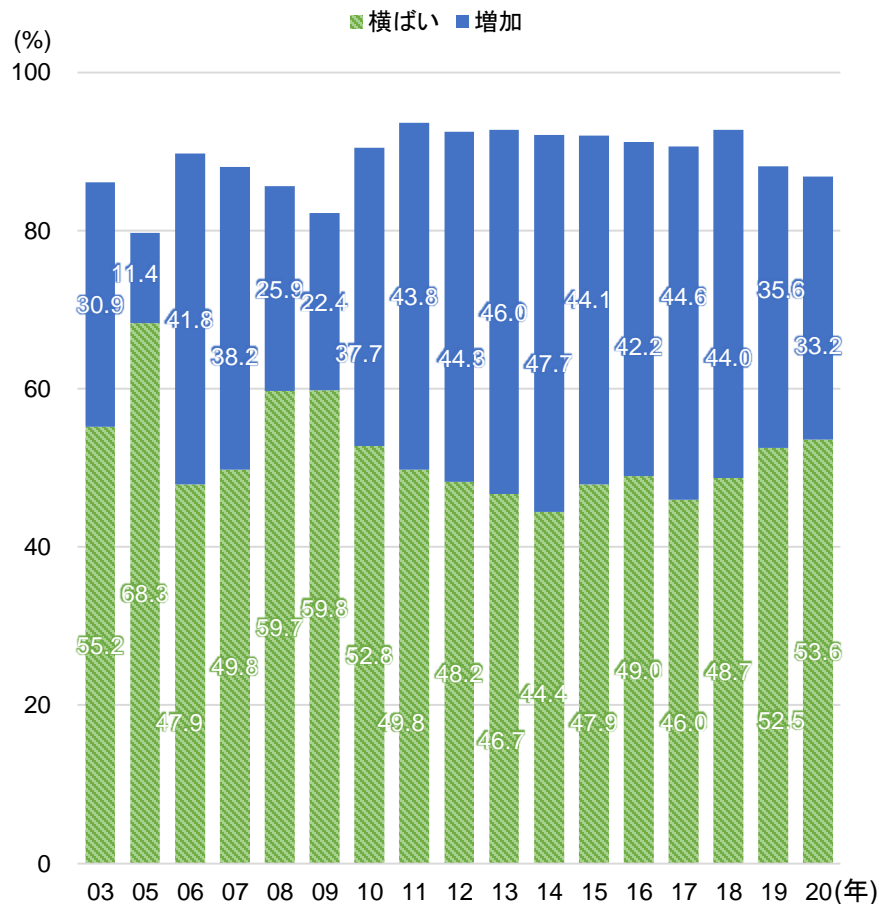
今後の予定について、現地従業員を「増加」と回答した企業は33.2%と3割を超えている。業種別でみると、建設業(50.0%)や化学・医薬(47.3%)では約半数の企業が現地従業員数の「増加」を予定している。一方、新型コロナの影響が大きい旅行・娯楽業(11.8%)や運輸業(19.4%)では「増加」の予定は2割未満となっている。

現地従業員数の変化(今後の予定、業種別)



(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

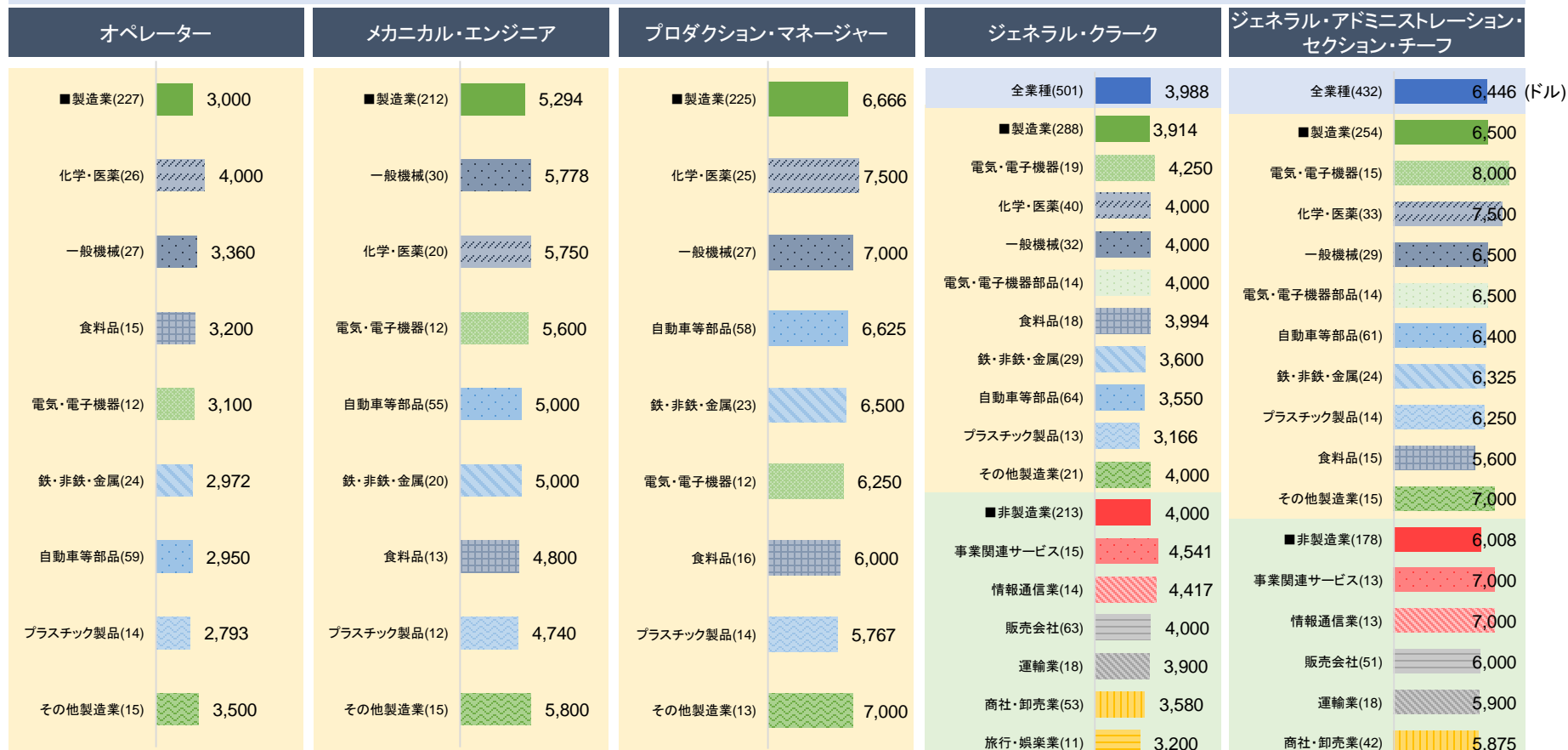
現地従業員数の今後の見通しの推移



(注)2004年は調査実施なし。

2. 賃金(基本給月額):職種別中央値は3,000~6,666ドル

工場などの職種別の基本給月額の中央値は、オペレーターが3,000ドル、メカニカル・エンジニアは5,294ドル、プロダクション・マネージャーは6,666ドルと、いずれも前年とほぼ同水準だった。事務職の職種別の月額の中央値は、ジェネラル・クラークが3,988ドル、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフは6,446ドルだった。2020年度の昇給率の中央値(名目)は2.4%で前年度(3.0%)から0.6ポイント低下。2021年度は2.0%を見込む。

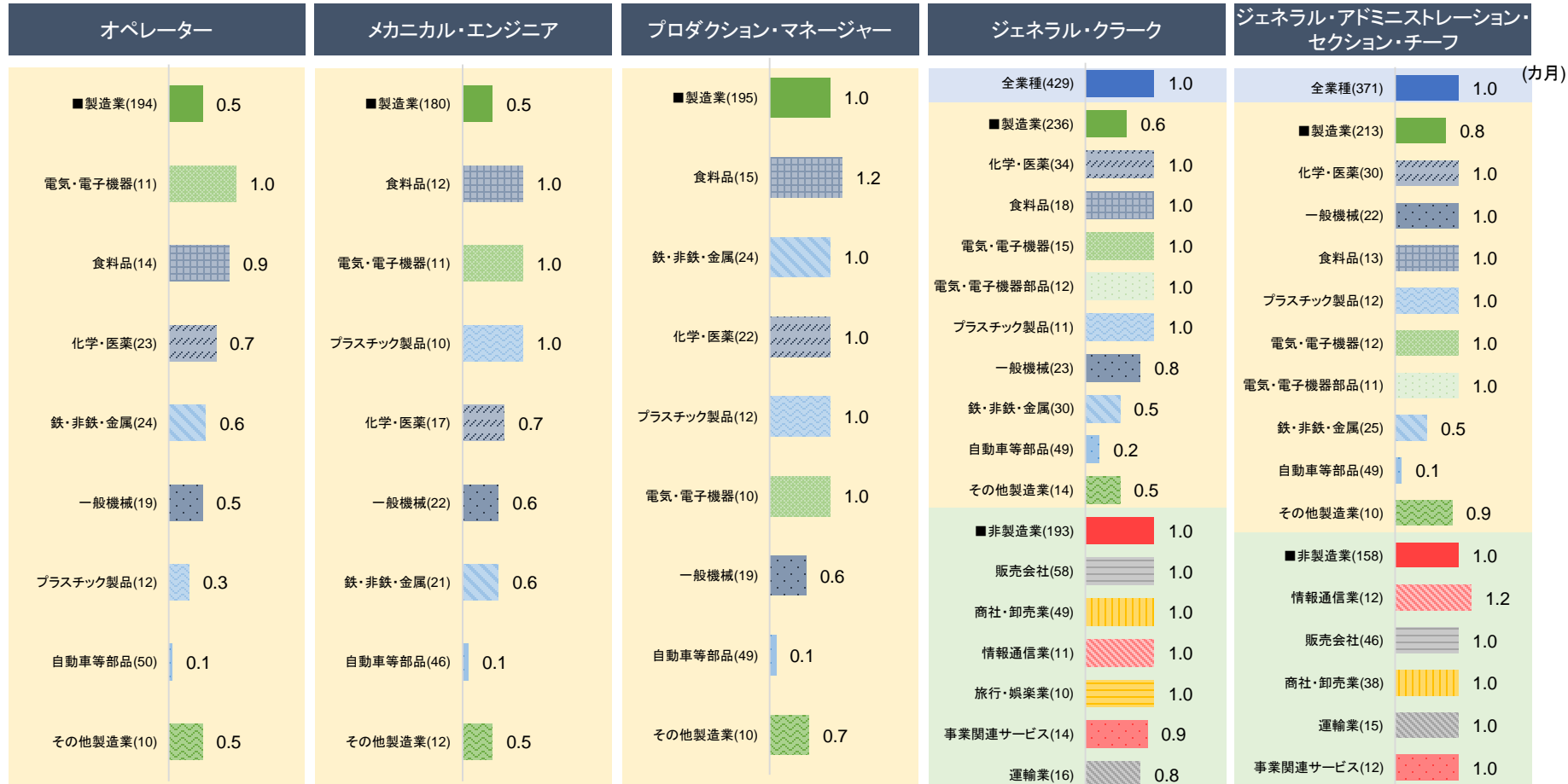


(注1) 製造業の企業はオペレーター(製造工程における機械の操作に従事する職種)、メカニカル・エンジニア(機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職)、プロダクション・マネージャー(生産管理部門の課長クラス)、ジェネラル・クラーク(一般事務職)、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ(総務部門の課長クラス)の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。

(注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2. 賃金(年間賞与): 職種別中央値は0.5~1.0カ月

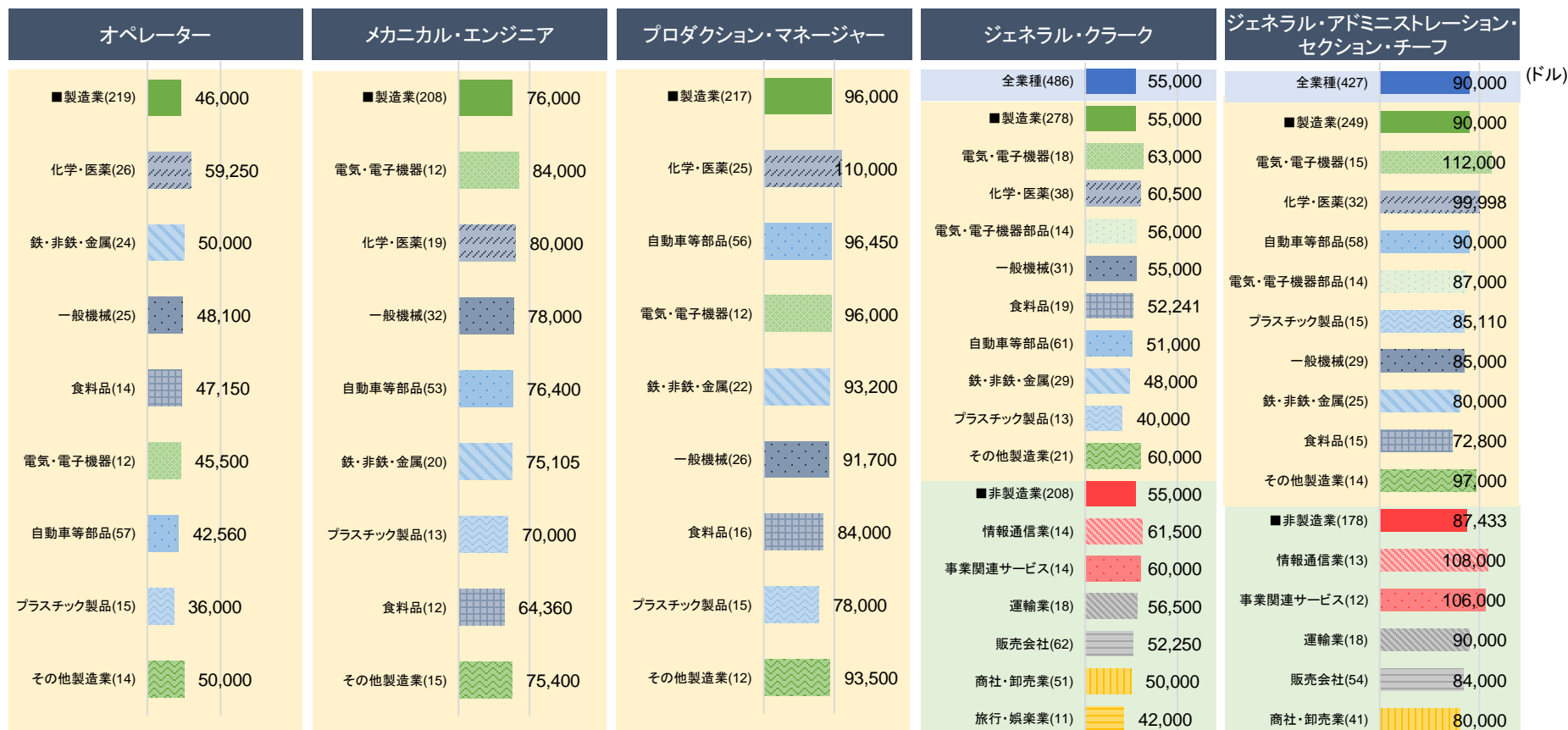
工場などの職種別の年間賞与の中央値は、オペレーター、メカニカル・エンジニアとも0.5カ月で、プロダクション・マネージャーは1.0カ月と前年(0.8カ月)から僅かに増加した。事務職の職種別の年間賞与の中央値は、ジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフとも1.0カ月だった。



(注1) 製造業の企業はオペレーター(製造工程における機械の操作に従事する職種)、メカニカル・エンジニア(機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職)、プロダクション・マネージャー(生産管理部門の課長クラス)、ジェネラル・クラーク(一般事務職)、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ(総務部門の課長クラス)の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。
 (注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2. 賃金(年間実負担額): 職種別中央値は4万6,000~9万6,000ドル

工場などの職種別の年間実負担額の中央値は、オペレーターが4万6,000ドルで、メカニカル・エンジニアは7万6,000ドル、プロダクション・マネージャーは9万6,000ドルと、いずれも前年(4万5,000ドル、7万2,800ドル、9万3,000ドル)から増加した。事務職の職種別の年間実負担額の中央値は、ジェネラル・クラークが5万5,000ドルで、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフは9万ドルだった。

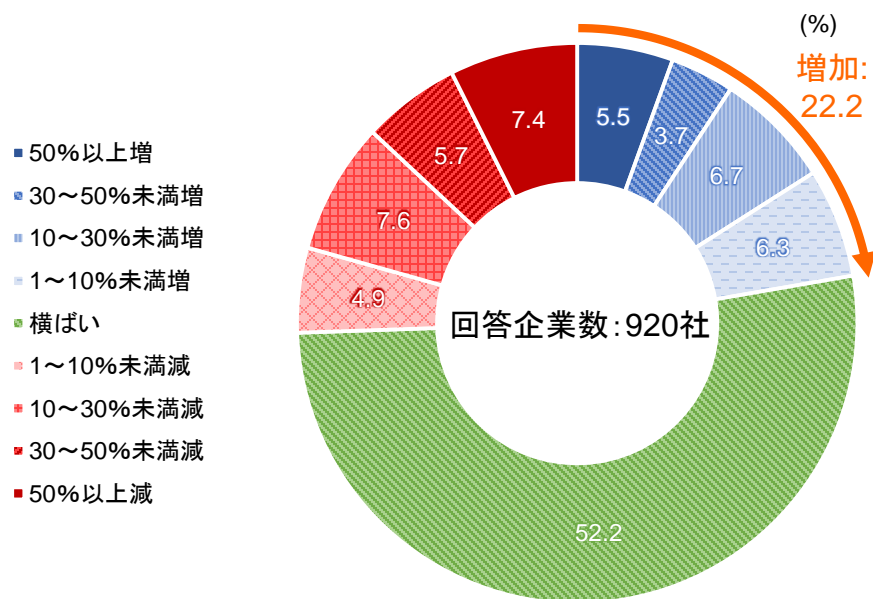


(注1) 製造業の企業はオペレーター(製造工程における機械の操作に従事する職種)、メカニカル・エンジニア(機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職)、プロダクション・マネージャー(生産管理部門の課長クラス)、ジェネラル・クラーク(一般事務職)、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ(総務部門の課長クラス)の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。
 (注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

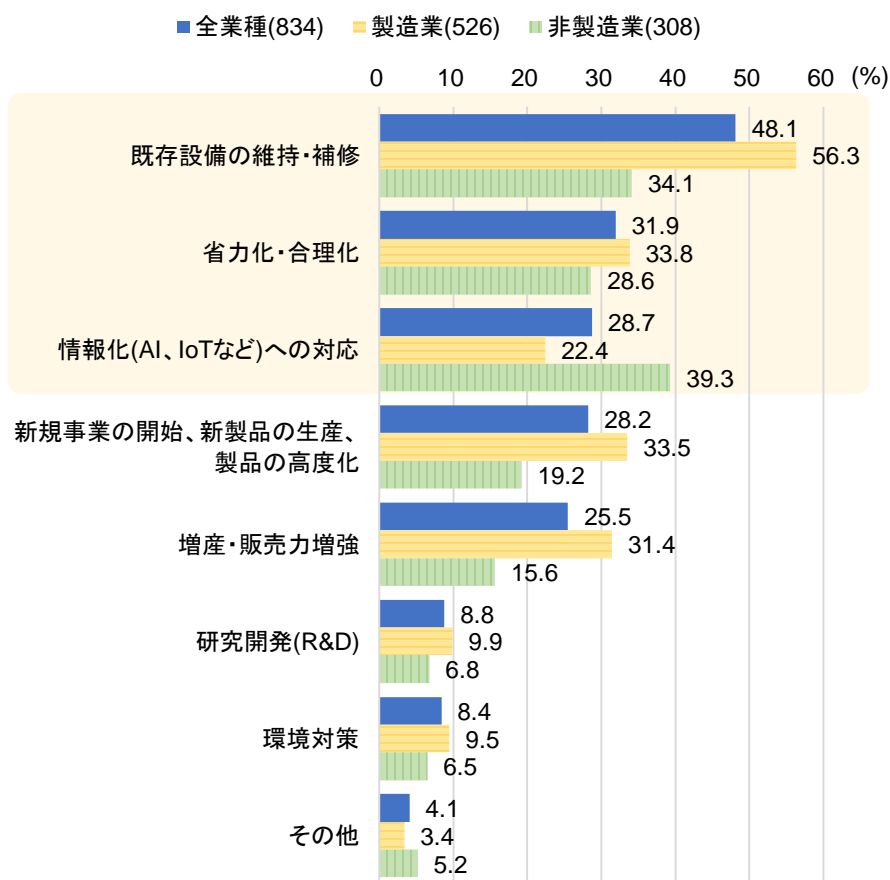
2. 設備投資の変化:「既存設備の維持・補修」や「省力化・合理化」が上位

2020年の設備投資は、金額ベースで前年を上回る企業は22.2%で、前回調査(37.9%)から15.7ポイント減少した。前年を下回る企業は前回(12.3%)から13.3ポイント増の25.6%と、2009年以来11年ぶりに2割を超えた。設備投資の目的は、「既存設備の維持・補修」(48.1%)や「省力化・合理化」(31.9%)、「情報化(AI、IoTなど)への対応」(28.7%)が上位を占めた。

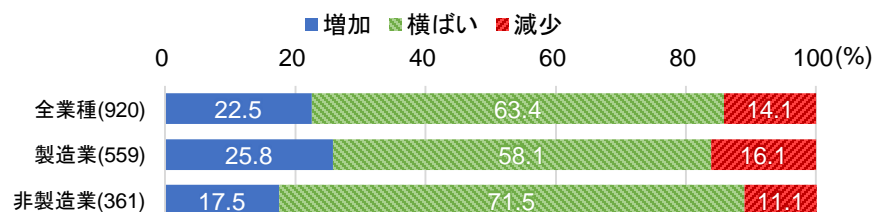
2020年の設備投資の変化



設備投資の目的(複数回答)



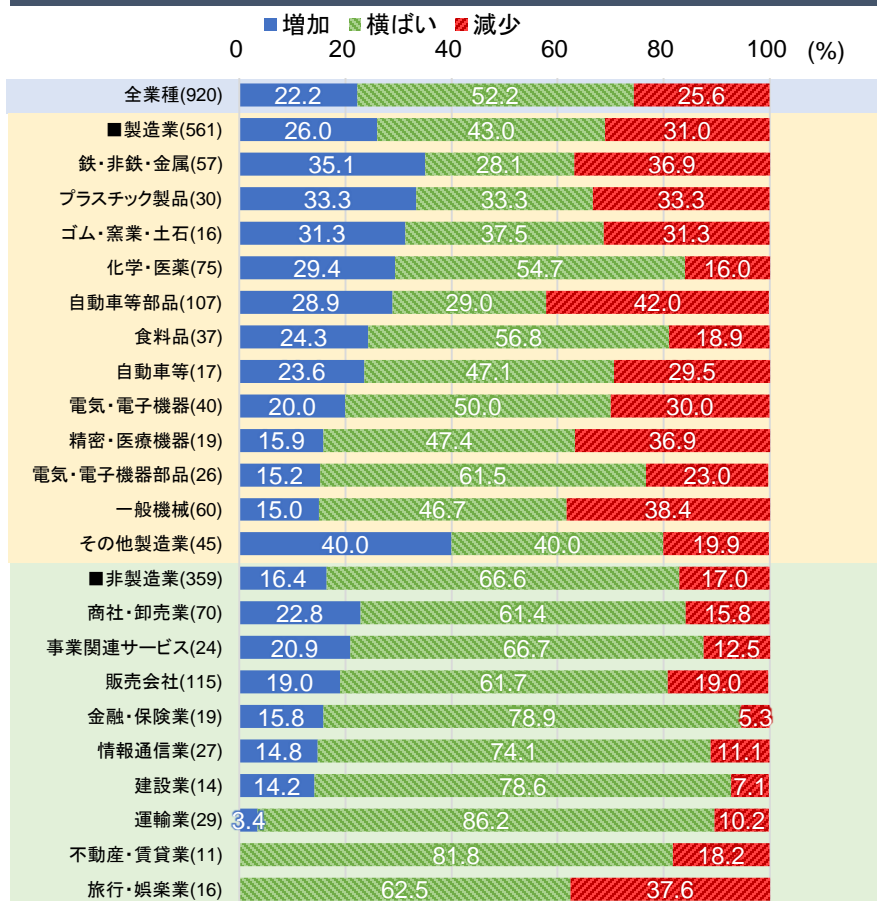
2021年以降の設備投資計画の見込み(産業別)



2. 設備投資の変化(業種別):「増加」の割合はその他製造業で4割

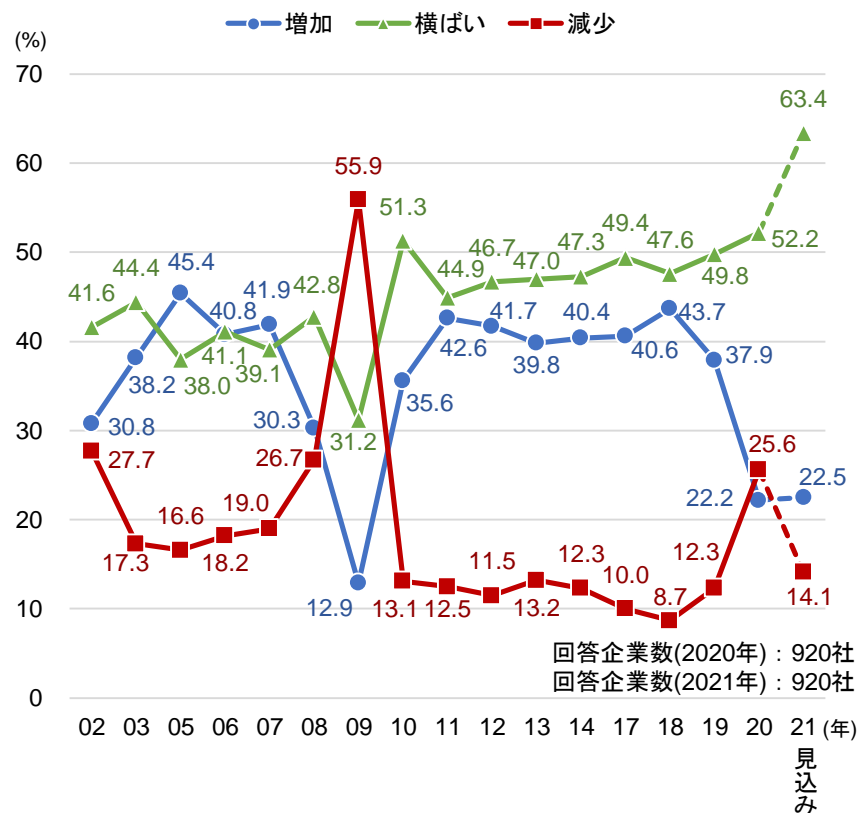
2020年の設備投資の変化を業種別で比較すると、その他製造業で前年から設備投資を「増加」した割合が4割に達し、鉄・非鉄・金属(35.1%)、プラスチック製品(33.3%)、ゴム・窯業・土石(31.3%)で3割を超えた。設備投資を「増加」したと回答する企業の割合は2010年以降3割以上を維持していたが、2020年は22.2%、2021年の見込みでは22.5%にとどまっている。

前年と比較した2020年の設備投資の変化(業種別)



(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

前年と比較した設備投資の変化の推移(2002~2021年見込み)



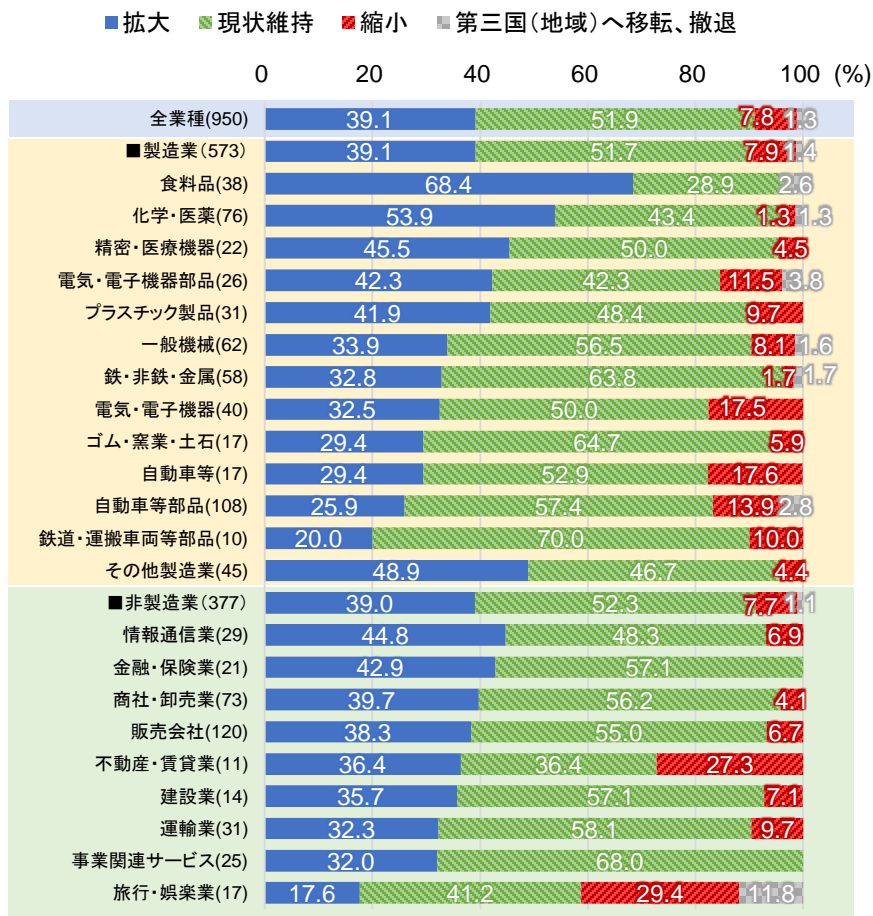
回答企業数(2020年): 920社
回答企業数(2021年): 920社

(注)2004年は調査を実施せず。2015年および2016年は設問に含まれず。

3. 今後の事業展開：事業拡大は4割を切る

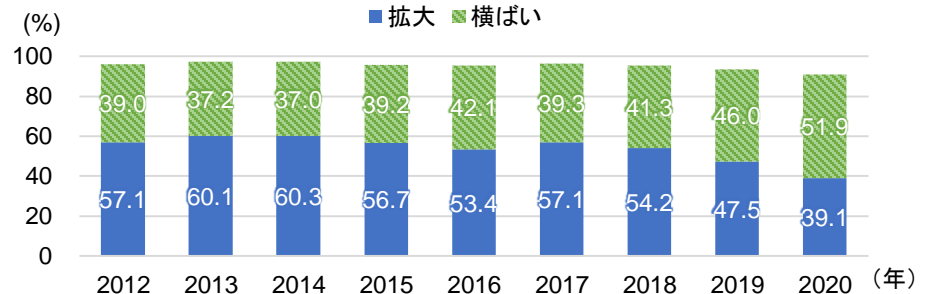
今後1～2年の事業拡大を検討する企業は2012年度の設問開始以降初めて4割を切った。そんな中でも、製造業では食料品(68.4%)や化学・医薬(53.9%)、精密・医療機器(45.5%)で、非製造業では情報通信業(44.8%)で「拡大」の比率が高い。拡大する機能には、製造業では販売(52.5%)、生産(高付加価値品、52.0%)が、非製造業では販売(77.2%)、物流機能(23.4%)が上位に挙がる。

今後1～2年の事業展開の方向性(業種別)

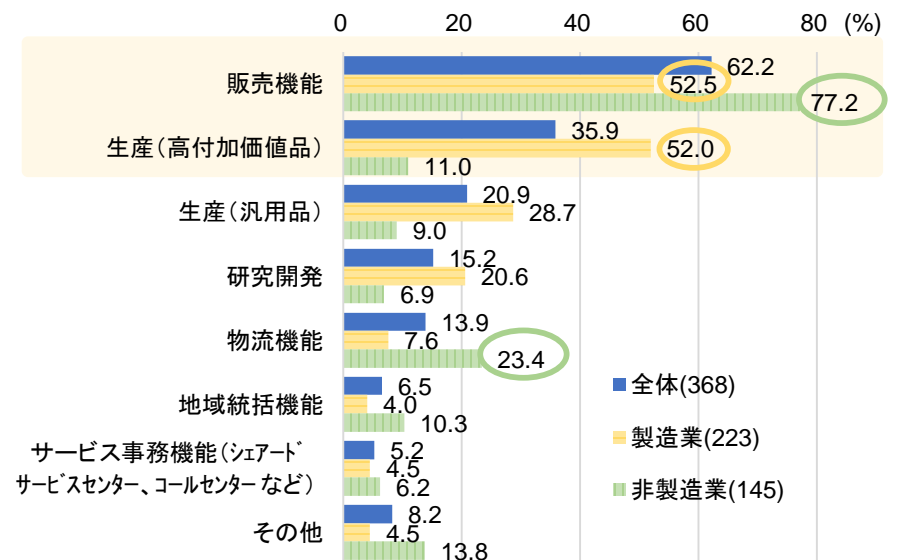


(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

今後1～2年の事業展開の推移



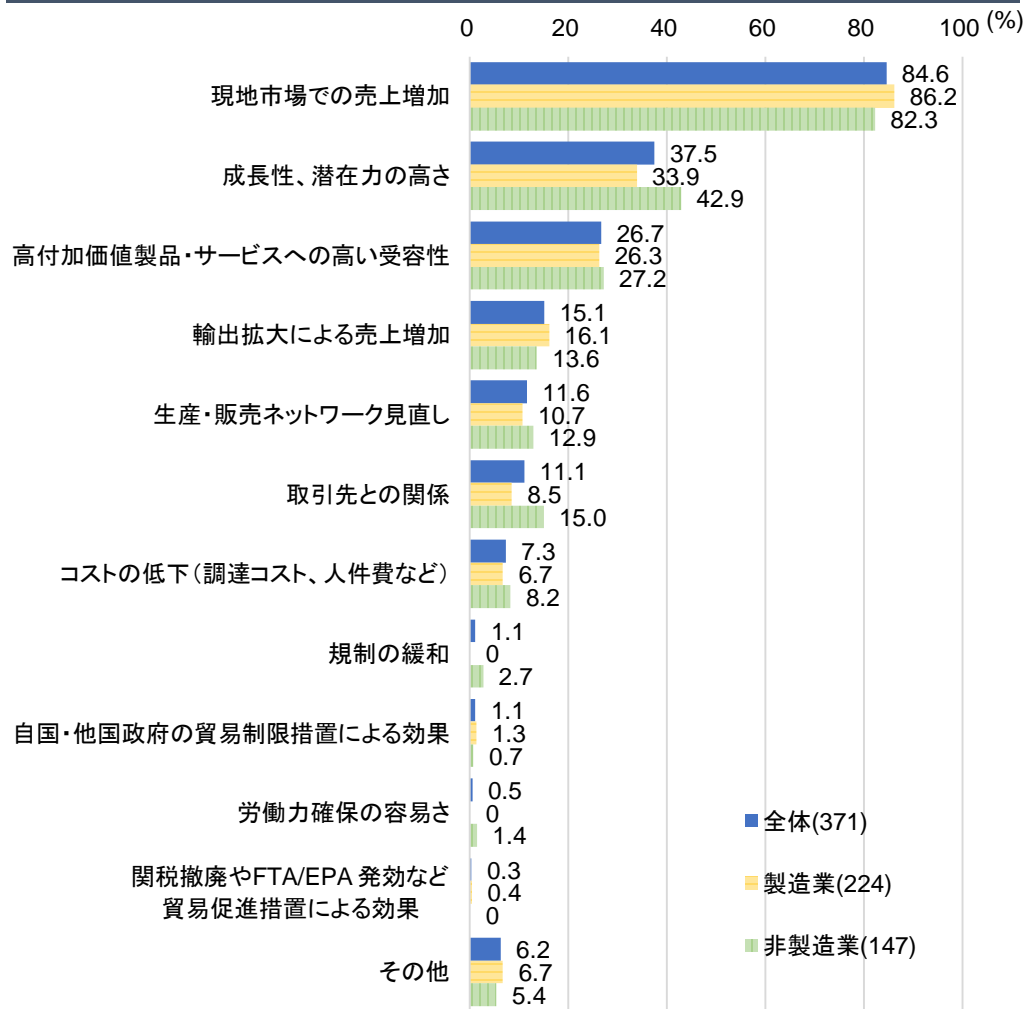
具体的にどのような機能を拡大するのか(複数回答)



3. 事業拡大の理由：現地市場の売上増加が8割超

今後1～2年の事業拡大の主な理由は、現地市場での売上増加が8割を超え、最も多い。これに、成長性・潜在力の高さ、高付加価値製品・サービスへの受容性が続く。

事業拡大の理由（複数回答）



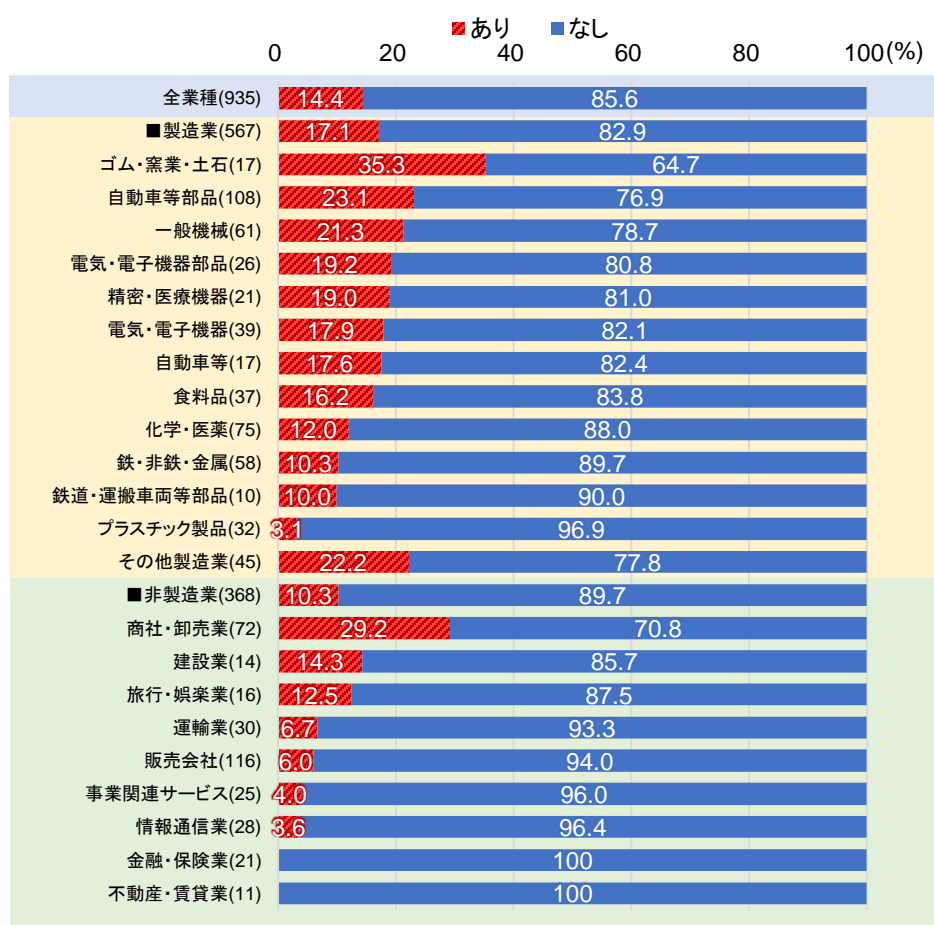
具体的理由（自由記述）

- 新型コロナウイルスの影響からの現地需要の回復を狙う【化学・医薬】
- 厳しい市場下だが積極的なマーケット拡大、受注、投資活動を企図【建設業】
- 新規顧客・新規プロジェクトの追加【商社・卸売業】
- 顧客の現地調達促進【販売会社】
- 現地生産化による売上増を狙う【化学・医薬】
- 新製品の開発【化学・医薬】
- 製品開発業務を拡大【自動車等】
- 米国の保護主義加速を見越し、北米での生産能力拡大を狙う【電気・電子機器】
- USMCAの発効【鉄・非鉄・金属】
- 米国拠点を地域統括拠点として、メキシコや中南米諸国など未進出の地域へ進出する【その他製造業】
- 関税を避けるため【電気・電子機器】
- Eコマースの伸長により、顧客からの梱包形態や材料を含めた要望が増えたと同時に、最終消費者への直接の出荷要望もあり、物流機能を強化。また、営業テリトリーを増加するため物流機能の強化が必須【販売会社】
- 関連企業の買収により物流ネットワークが拡大。納期短縮による顧客満足度の向上とコスト競争力向上に向けて、ITを駆使した“スマート物流”のような形態を志向するため物流機能を強化【商社・卸売業】
- 現地企業の買収で、販売拠点だけでなく、製造、開発、物流機能の拡大を考えている【食料品】
- 工場増設により、従来日本から輸入していた中間原料を米国で生産。これに合わせ日本品と同等品を作り上げる意味で研究開発費用を拡大【化学・医薬】

3. 調達先の見直し: 見直さない企業が大半、見直す企業は14.4%

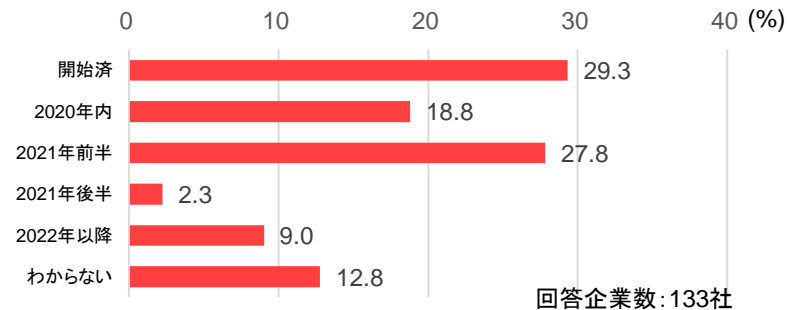
調達先については見直さない企業が大半(85.6%)で、見直すのは14.4%。ゴム・窯業・土石では35.3%、自動車等部品(23.1%)と一般機械(21.3%)で2割超の企業が見直すと回答。調達先の変更は、既に開始済みも含め2021年前半までとした企業が4分の3を占める。調達先の変更規模としては30%未満が8割近く。変更期間としては、中期的(88.4%)とする企業が9割近くであった。

調達先の見直し

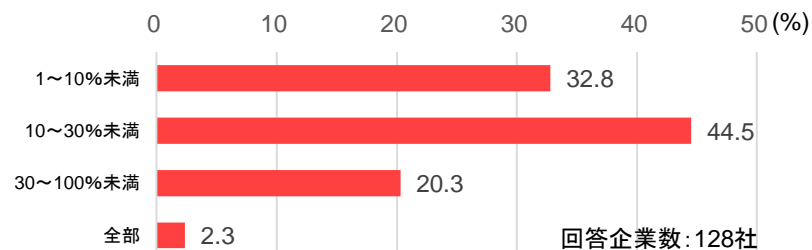


(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

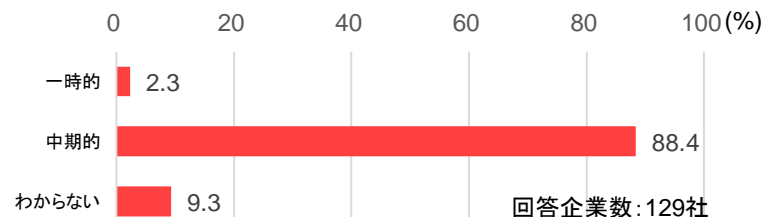
調達先の変更開始時期



調達先の変更規模



調達先の変更期間



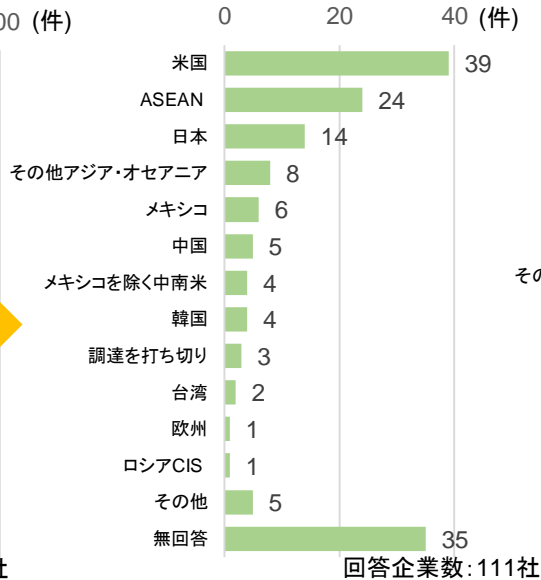
3. 調達先の見直し:中国、米国からの見直しが主

調達先を見直す企業の主な見直し対象は中国と米国。変更先としては、米国、ASEAN、日本が上位に挙がる。中国からの主な変更先は米国とASEAN。米国からの変更先は、日本、ASEAN、メキシコなど。

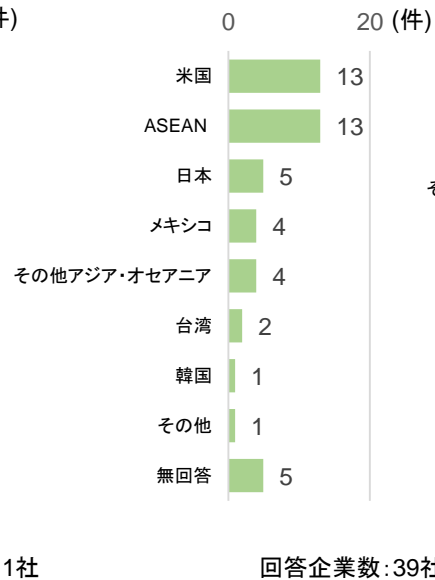
変更対象の調達先(複数回答)



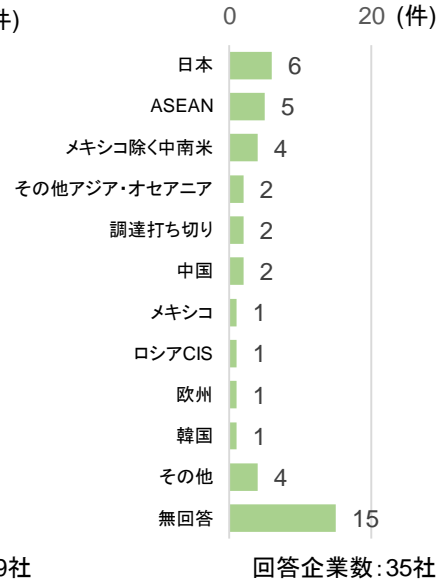
変更後の調達先(複数回答)



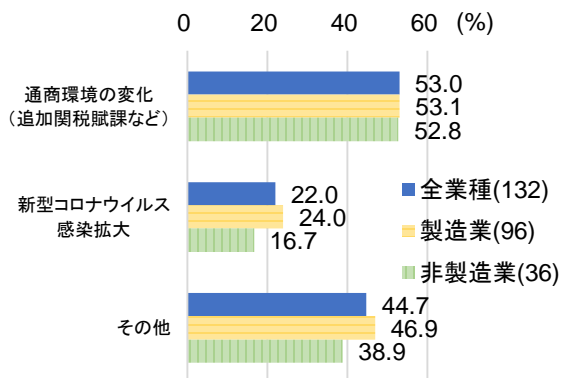
中国からの変更先(複数回答)



米国からの変更先(複数回答)



見直しの理由(全体、複数回答)



見直し理由を「その他」とした企業の具体的な理由(自由記述)

<中国⇒米国>

- ・ 納期短縮【自動車等部品】
- ・ 新カテゴリ製品用【電気・電子機器】
- ・ 現地調達の推進【自動車等部品など】

<中国⇒ASEAN>

- ・ コスト削減【一般機械、輸送用機器部品など】

<中国⇒インド>

- ・ 安価なインドからの部品調達を増やす【一般機械】

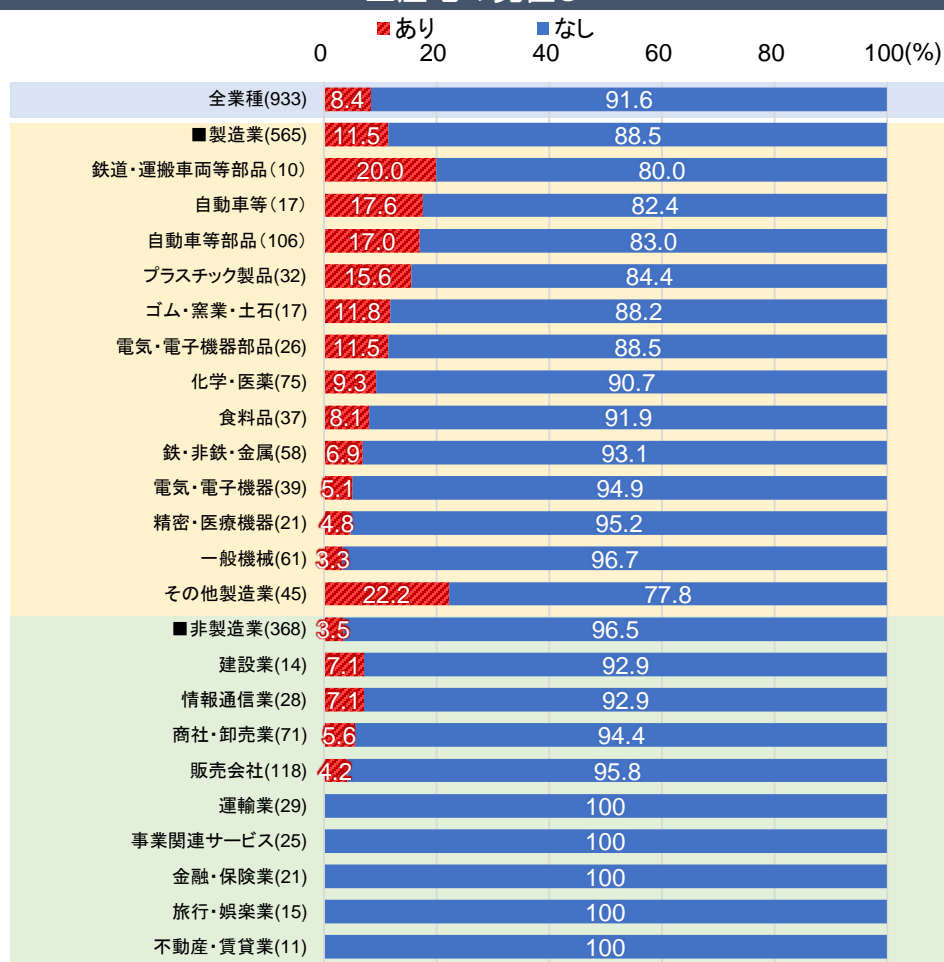
<米国での調達を見直す企業>

- ・ コスト削減【電気・電子機器部品など】
- ・ 顧客からの価格低減要求への対応【自動車等部品】
- ・ 複数ソース化【鉄・非鉄・金属】
- ・ 新型コロナの影響で米国内サプライヤーからの納期遅れや部品単価引き上げを受け、タイや日本からの調達に切り替えることを検討中【一般機械】
- ・ コロナ前は米国で製造し米国で販売していたが、コロナによる受注大幅減少により財政面で非常に厳しい状況に陥り、中国拠点からの製品調達に切り替えた【一般機械】
- ・ 追加関税により輸入原材料が値上がり製品価格が高騰。競争力が維持できないのでASEANに調達先を切り替えた【商社・卸売業】

3.生産地の見直し:見直さない企業が大半、見直す企業は8.4%

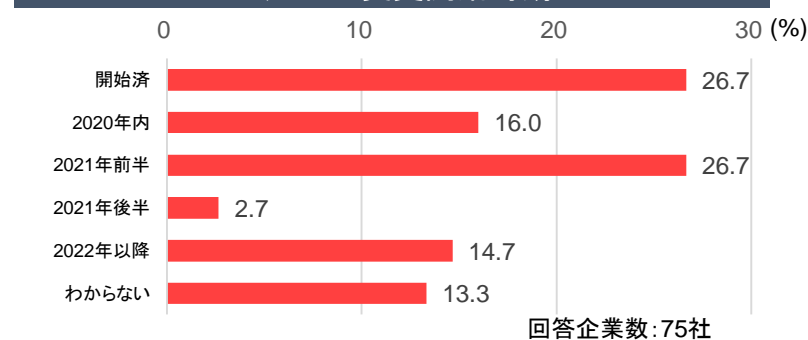
生産地を見直す企業は8.4%にとどまる。ただし、その他製造業(22.2%)、鉄道・運搬車両等部品(20.0%)、自動車等(17.6%)、自動車等部品(17.0%)は2割前後の企業が見直す回答。生産地変更開始時期は2021年前半までが7割近くだが、既に開始済みも3割近くに上る。変更規模は30%未満が5割以上だが、30%以上の変更も3割を超えた。

生産地の見直し

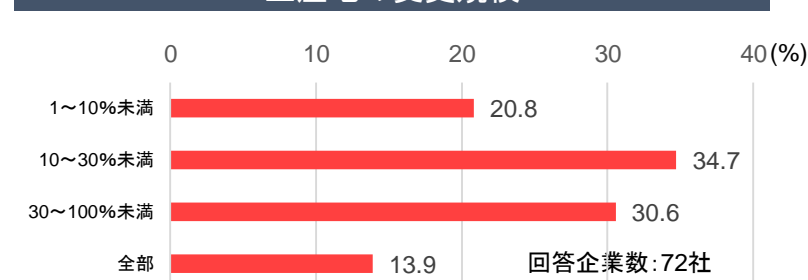


(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

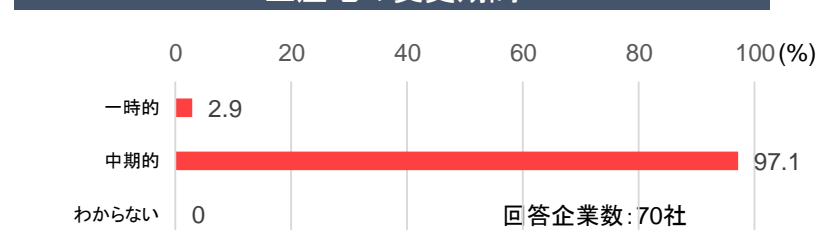
生産地の変更開始時期



生産地の変更規模



生産地の変更期間



3. 生産地の見直し: 見直し後の生産地にメキシコ、ASEANが浮上

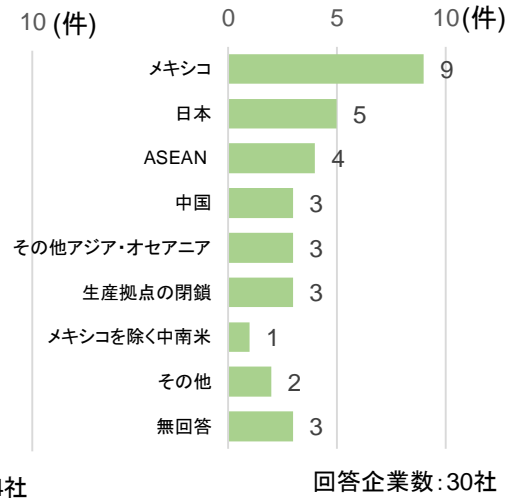
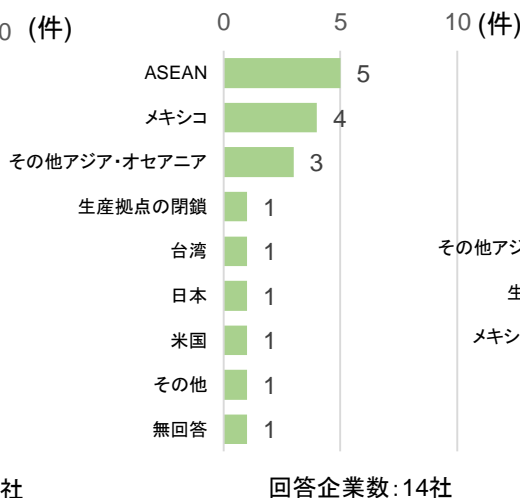
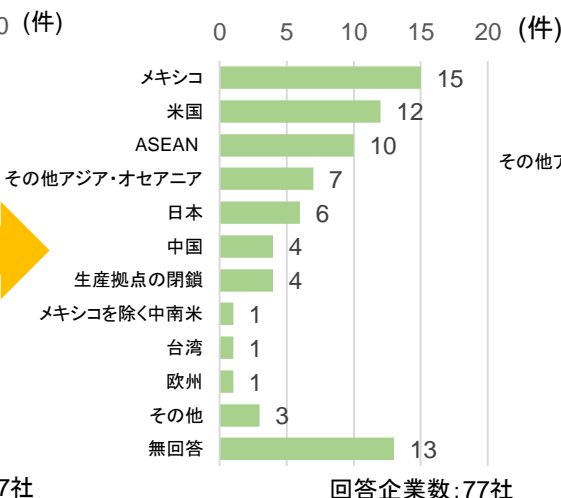
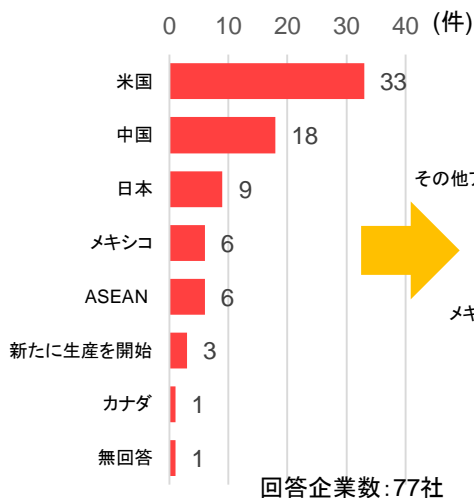
見直し対象とする生産地は、米国、中国など。見直し後の生産地はメキシコ、米国、ASEANが上位に挙がる。米国からの変更先は、メキシコや日本が、中国からの変更先はASEANやメキシコ。生産地見直しの理由は、「通商環境の変化」が35.6%、「新型コロナウイルス感染拡大の影響」が20.5%となり、「その他」が5割を超えた。「その他」理由の具体的中身は、コスト高や人材確保困難など。

変更対象の生産地(複数回答)

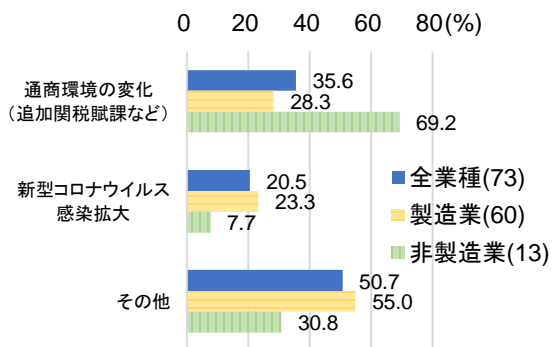
変更後の生産地(複数回答)

中国からの変更先(複数回答)

米国からの変更先(複数回答)



見直しの理由(全体)(複数回答)



見直し理由を「その他」とした企業の具体的理由(自由記述)

<米国⇒メキシコ>

- 米国での高コスト【自動車等部品】
- 米国での最低賃金上昇【プラスチック製品】
- コスト削減【電気・電子機器、自動車等部品、プラスチック製品など】
- 人材確保難【プラスチック】

<米国⇒日本>

- 米国では人材確保が困難【自動車等部品】

<米国⇒ASEAN>

- コモディティ化した製品の低コスト国へのシフト【自動車等部品】
- コストダウン【自動車等】

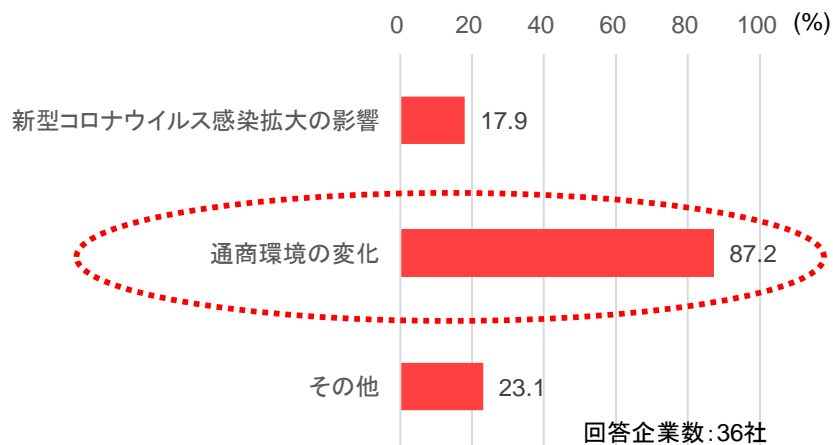
<日本⇒米国>

- 原価低減【自動車等部品】
- 延期中の米国現地生産計画の再開【建設業】

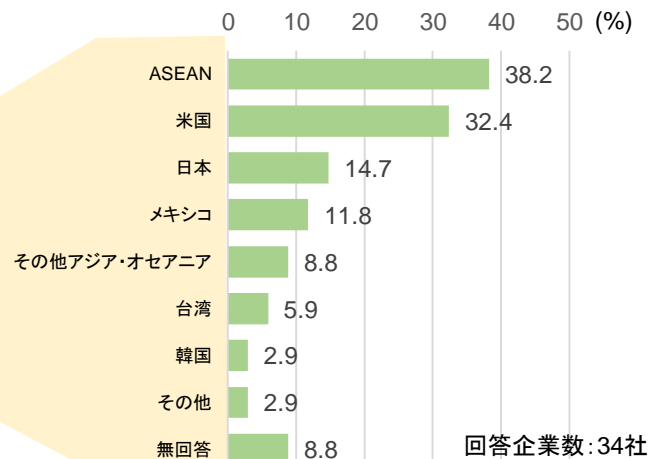
3. 中国での調達・生産見直し: 主な理由は「通商環境の変化」

調達・生産ともに中国を見直し対象とする企業の主な理由は、米中摩擦などの「通商環境の変化」。「通商環境の変化」を理由とする企業の変更先をみると、調達、生産ともにASEANが4割前後を占める。2位はいずれも米国で、調達先では3割を超えた。

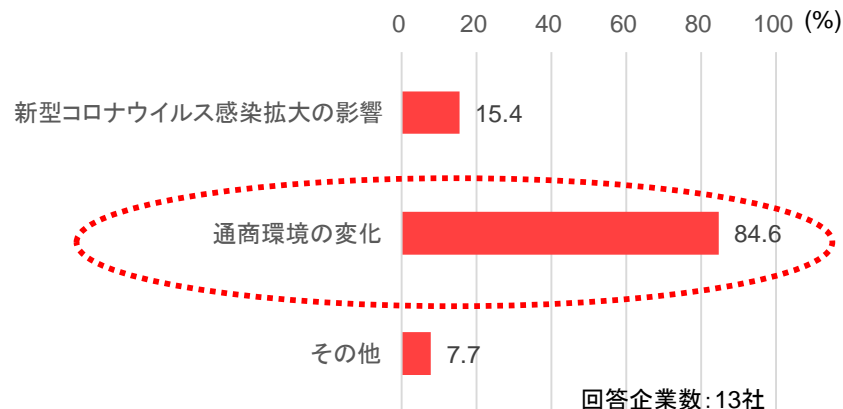
中国からの調達見直し理由(複数回答)



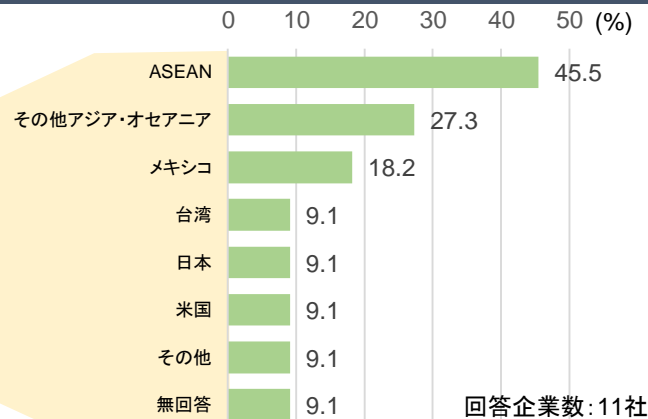
通商環境の変化を理由とする中国からの調達変更先(複数回答)



中国での生産見直し理由(複数回答)



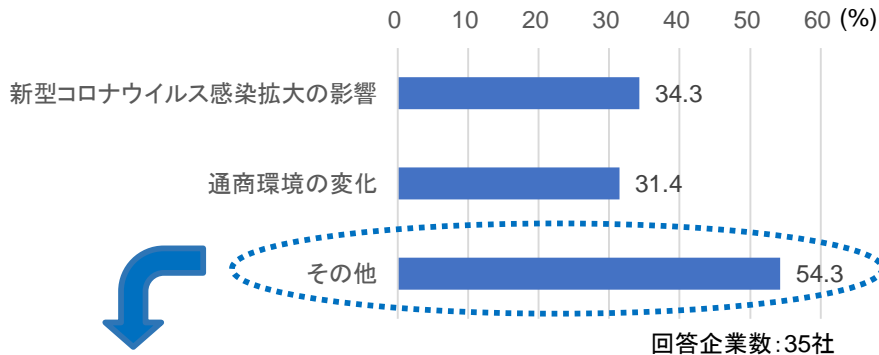
通商環境の変化を理由とする中国からの生産変更先(複数回答)



3. 米国での調達・生産見直し: 主な理由はコスト高

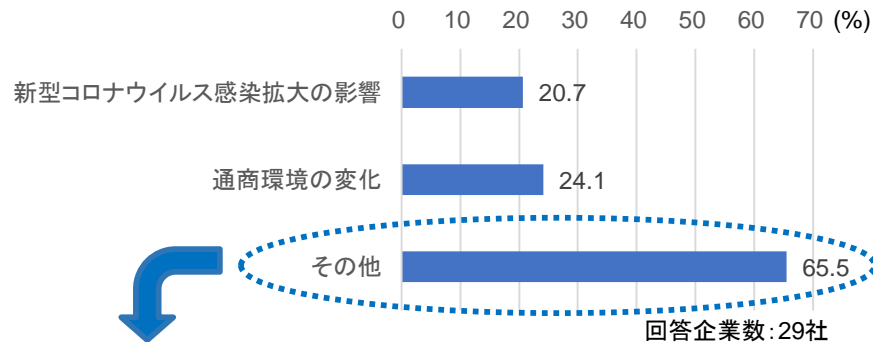
米国での調達や生産を見直す企業の主な理由は、「その他」が5割を超える。具体的には、米国での人件費などのコスト上昇を挙げる企業が多い。コスト上昇などを理由とする米国からの生産移管先は、メキシコとの回答が約4割に上る。

米国からの調達見直し理由(複数回答)



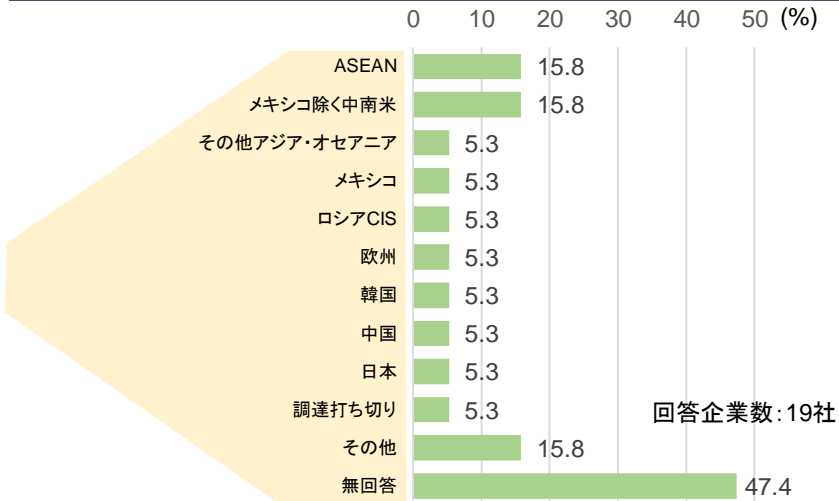
うち47.3%(9社)が、「米国の高コスト体質」「顧客からの価格低減要求に応えるため」「コストダウン」など、**コスト削減**を理由に挙げた。

米国での生産見直し理由(複数回答)

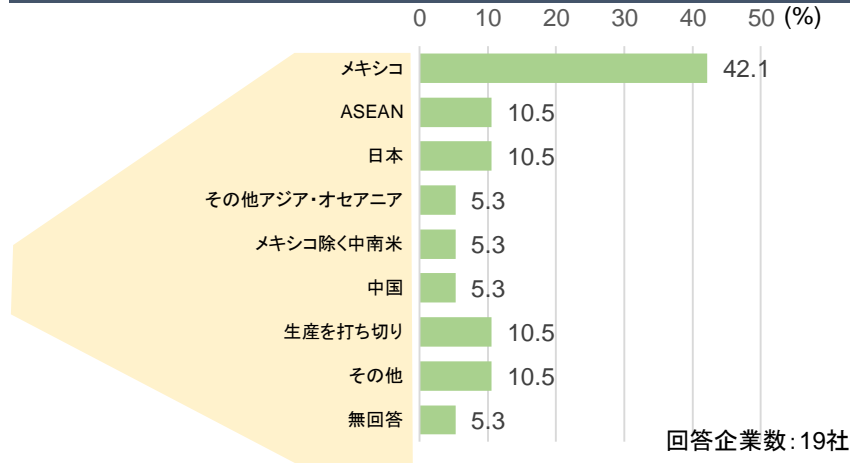


うち68.4%(13社)の企業が「米国での経費上昇と人材不足」「最低賃金の上昇」「製造コスト削減」「製品コストと人材コストおよび確保難」など**米国でのコスト上昇**を理由に挙げた。

その他の理由による米国からの調達変更先(複数回答)



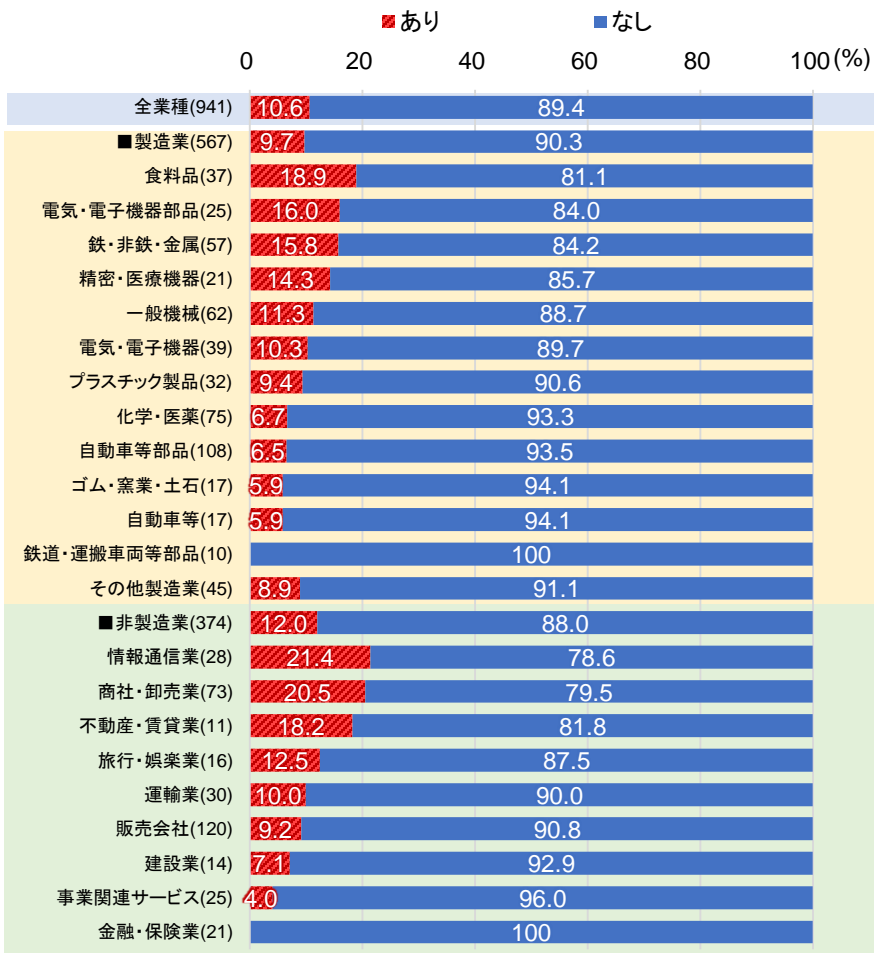
その他の理由による米国からの生産変更先(複数回答)



3. 販売先の見直し: 見直す企業は約1割、新型コロナウイルスが主因

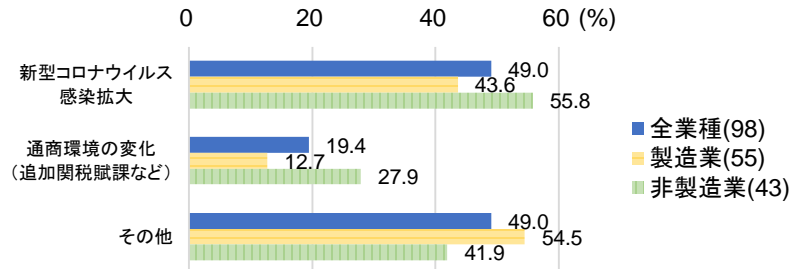
販売先の見直しを検討する企業は10.6%。見直しの理由としては、新型コロナウイルス感染拡大を挙げる企業が5割近くに上る。既に約4割が販売先の変更を開始、2021年前半までに開始する企業は8割を超える。変更の規模は30%未満が約7割。

販売先の見直し予定

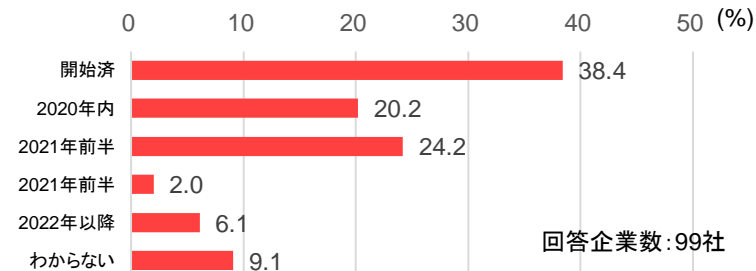


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

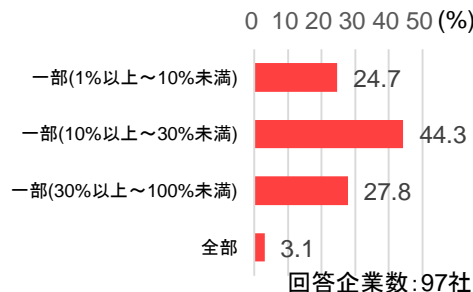
見直しの理由(複数回答)



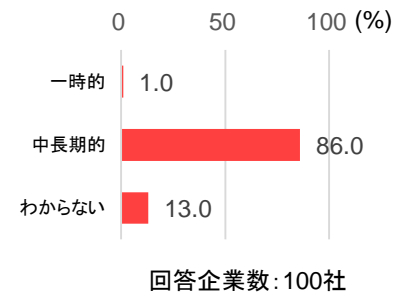
販売先の変更開始時期



販売先の変更規模

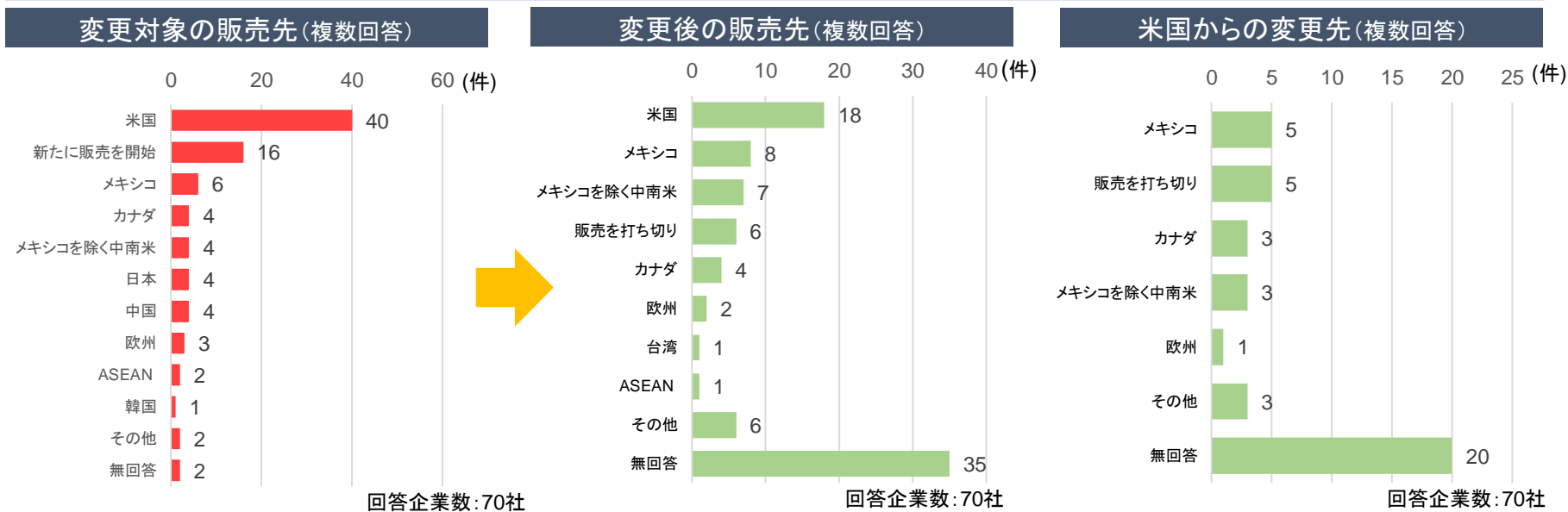


販売先の変更期間



3. 販売先の見直し対象：米国が40件で最多

販売先の見直し対象としては米国が40件と最も多かった。見直し内容としては、メキシコなど他の市場への展開やオンラインへの移行、新規顧客開拓などが挙げられた。



見直しの具体的理由 (自由記述)

<米国⇒メキシコ>

- 米国内の他の市場やラテンアメリカに市場を広げたい【小売】
- 親会社変更による新規市場開拓【プラスチック製品】 ・他社客先展開【商社・卸売業】

<米国での販売打ち切り>

- コロナ感染収束後に伸びる業界へビジネスを展開【一般機械】
- 低収益な取引の縮小【商社・卸売業】

<米国における販売先見直し>

- オンラインへのシフト【電気・電子機器】
- 店頭販売からEコマースへの移行【ゴム・窯業・土石】
- 現在は業務卸問屋への販売が主だが小売り卸問屋の比率を2割から4割に上げる。また、新規販路としてEコマース関連業者への販売を来年から開始予定【食料品】
- 高付加価値商品への特化・拡販【自動車等部品】
- 日系顧客への販売シェアを維持しつつ米系顧客への売上拡大【自動車等部品】
- 主要顧客は衣料関連だが非衣料顧客開拓を進めている。コロナ下で注目しているのが医療・衛生用品向け需要開拓【鉄・非鉄・金属】

<新たに米国で販売>

- 新規事業へ進出【鉱業・エネルギー】
- 販売先の多角化【鉄・非鉄・金属】
- 常に高値販売先を模索【その他製造業】
- 新規商品の市場への投入【一般機械】
- 新規顧客開拓【電気・電子機器】

<メキシコ⇒米国>

- EV化拡大を見据えた販売戦略と販売業種の見直し【商社・卸売業】

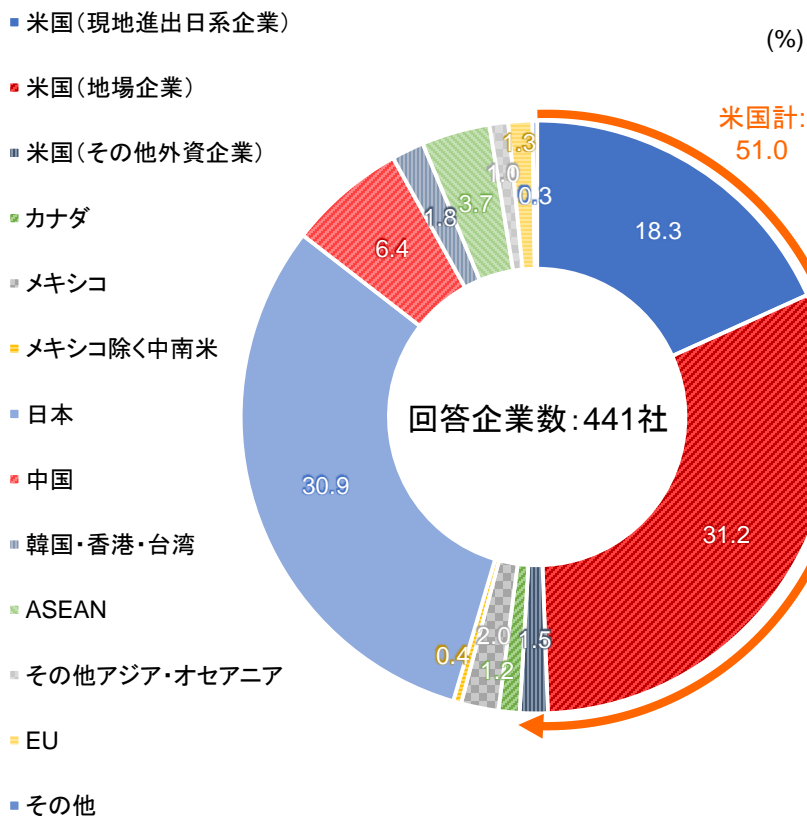
<中国⇒米国>

- 中国での通関停滞リスク【化学・医薬】

3. 調達(製造業): 米国内からの原材料・部品の調達比率は5割

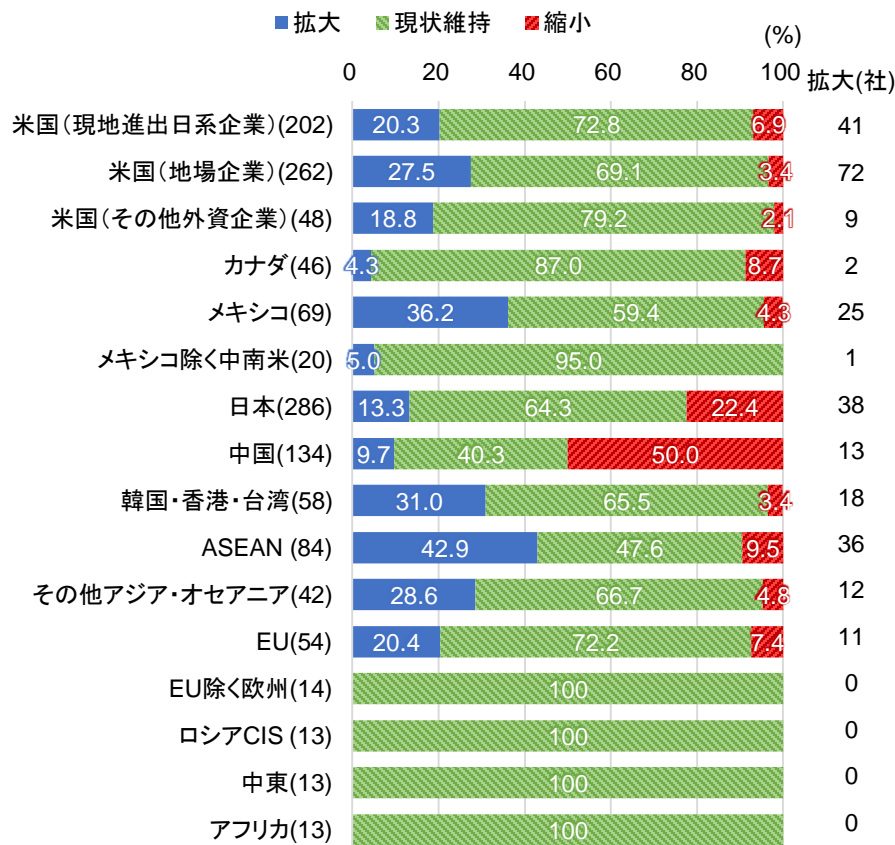
製造業の原材料・部品の調達先については、米国内からの調達比率は51.0%(現地日系企業18.3%、地場企業31.2%、その他外資企業1.5%)で、日本が30.9%で続き、中国からは6.4%だった。業種別にみると、米国内での調達比率は食料品(71.4%)、鉄・非鉄・金属(67.9%)、自動車等(65.5%)で高かった。今後の調達方針については、米国地場企業や米国日系企業からの調達拡大を検討する企業が多かった。一方、中国や日本からの調達については、縮小を検討する企業の割合が高かった。

原材料・部品の調達先(国・地域別)



(注)各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

原材料・部品の調達先についての今後の方針

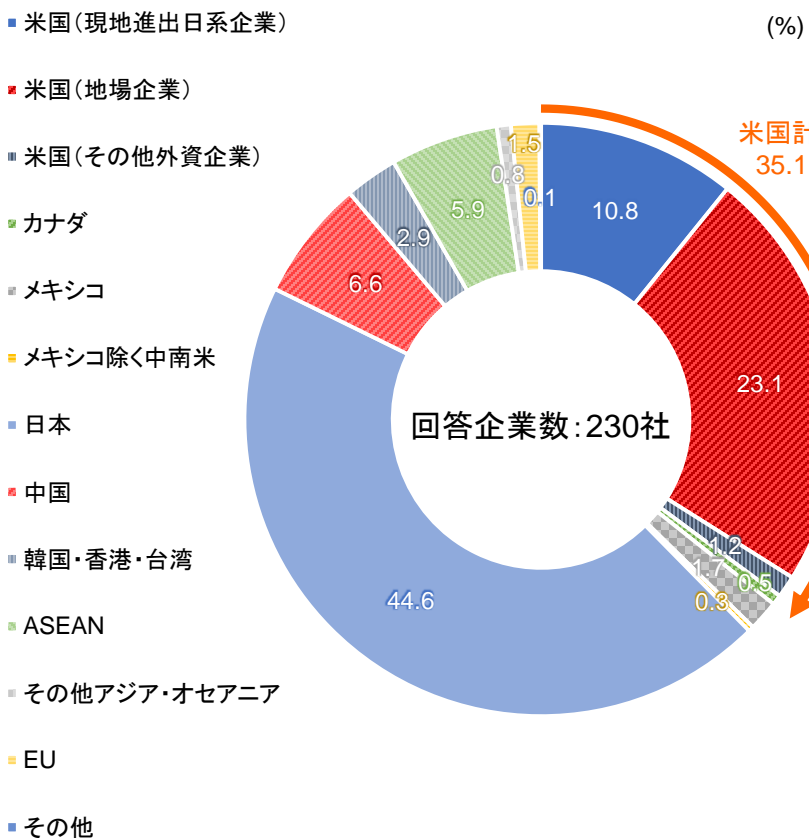


(注)有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

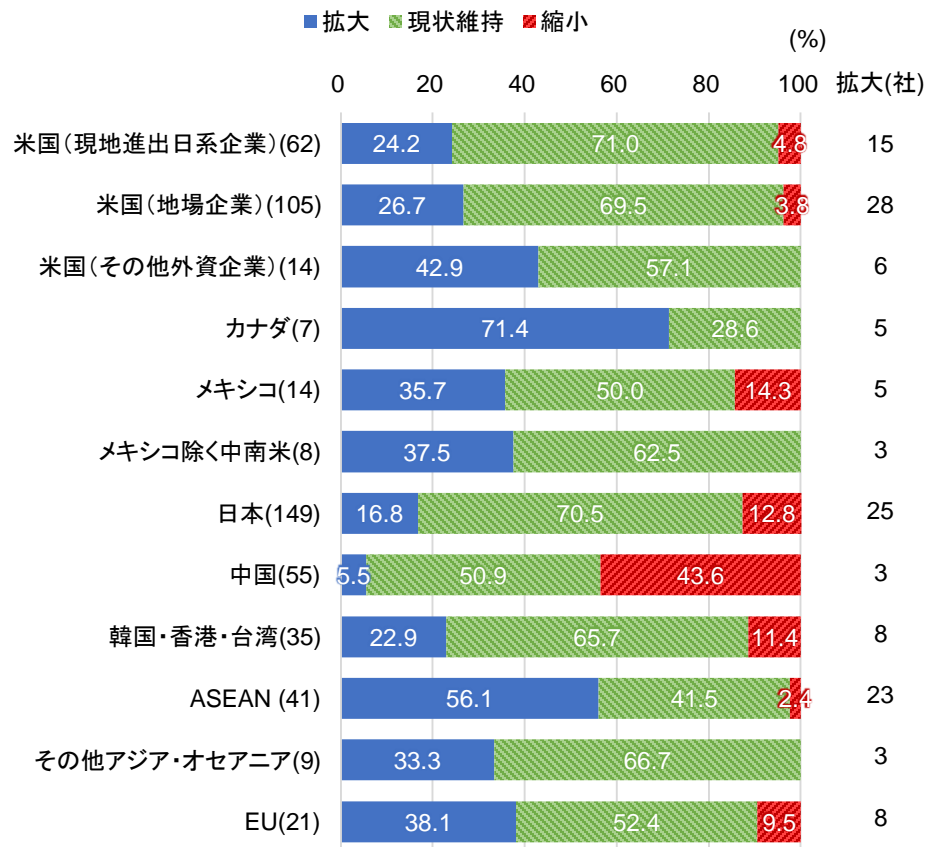
3. 調達(非製造業): 日本からの原材料・部品の調達比率が4割超

非製造業の調達先は日本からが44.6%で最大となり、米国内からは35.1%だった。業種別でみると、日本からの調達比率が高いのは、販売会社(63.2%)、商社・卸売業(45.6%)だった。米国内からの調達比率が高いのは、旅行・娯楽業(87.9%)、その他非製造業(77.8%)だった。今後の調達方針については、米国地場企業や日本からの調達拡大を検討する企業が多かった。一方、中国からの調達については、縮小を検討する企業の割合が43.6%(24社)と高かった。

原材料・部品の調達先(国・地域別)



原材料・部品の調達先についての今後の方針



(注)各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

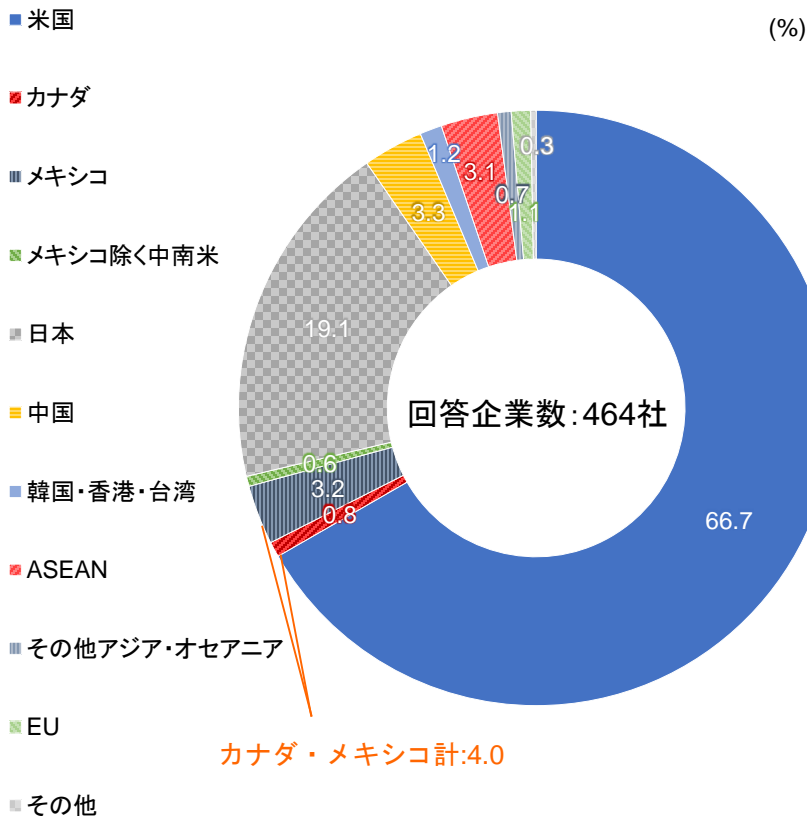
(注)有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

3. 生産：生産体制は引き続き米国中心

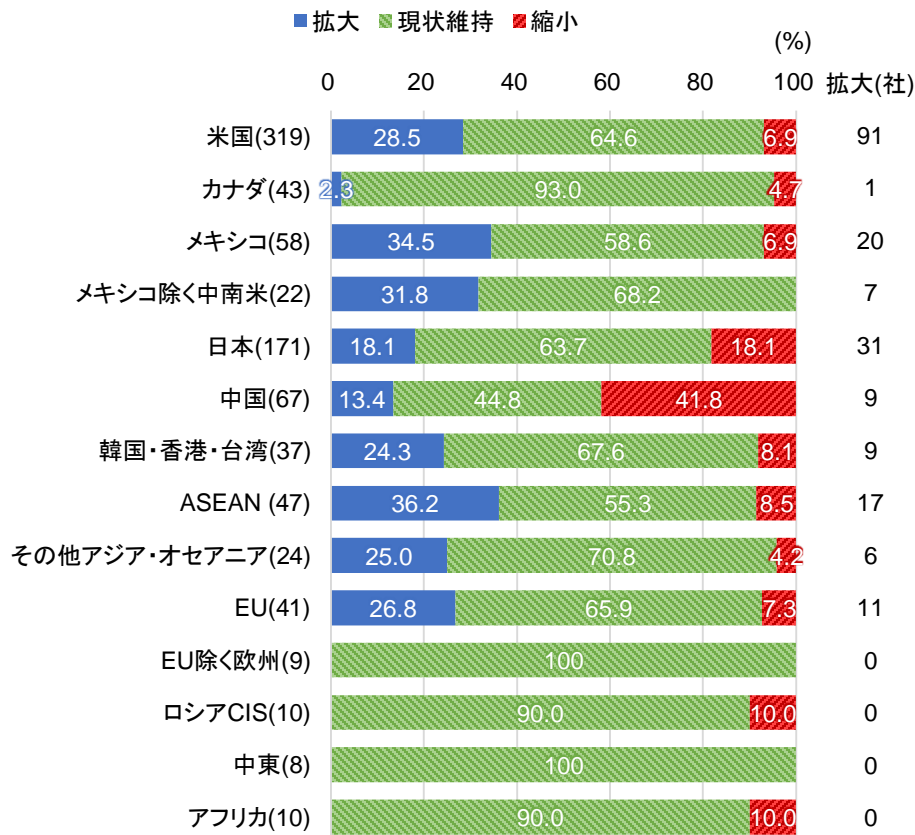
米国市場向け製品の生産地については、米国の割合は前回(76.4%)から9.7ポイント減の66.7%となり、日本の割合は前回(11.3%)から7.8ポイント増の19.1%となった。業種別でみると、米国での生産割合は鉄道・運搬車両等部品(84.3%)、自動車等(83.7%)、自動車等部品(82.2%)で8割を超えた。日本の割合は、精密・医療機器(54.8%)、一般機械(40.8%)などで高かった。今後の米国市場向け製品の生産地の方針については、米国やメキシコ、ASEANでは生産拡大を検討している企業の割合が高かった。一方、中国については縮小を検討する企業の割合が41.8%(28社)と高かった。日本については、「拡大」「縮小」ともに18.1%(31社)だった。

米国市場向け製品の生産地(国・地域別)

米国市場向け製品の生産地の今後の方針



(注)各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

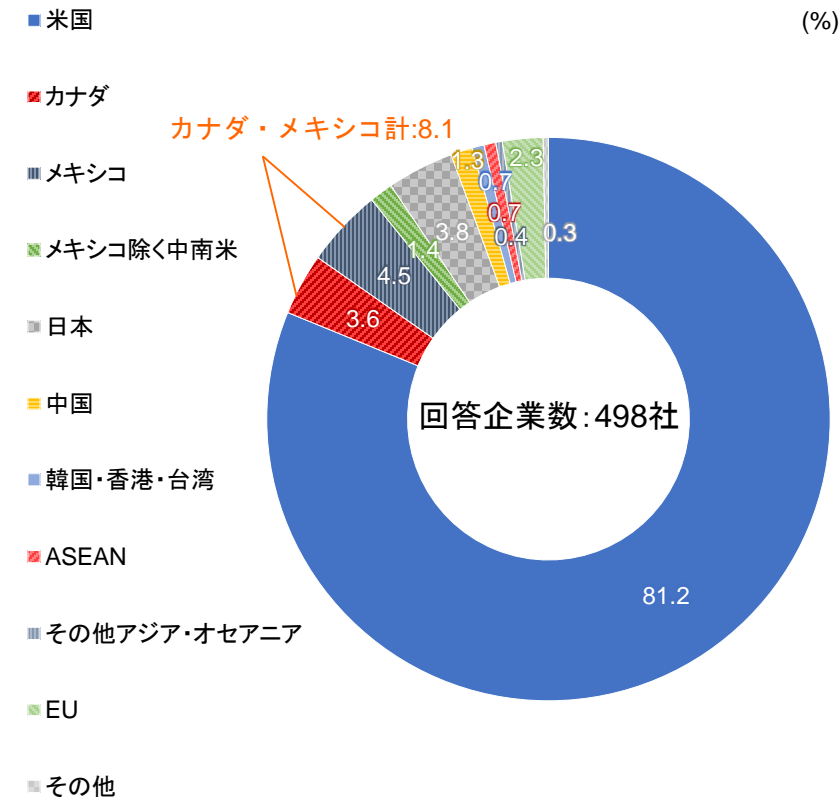


(注)有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

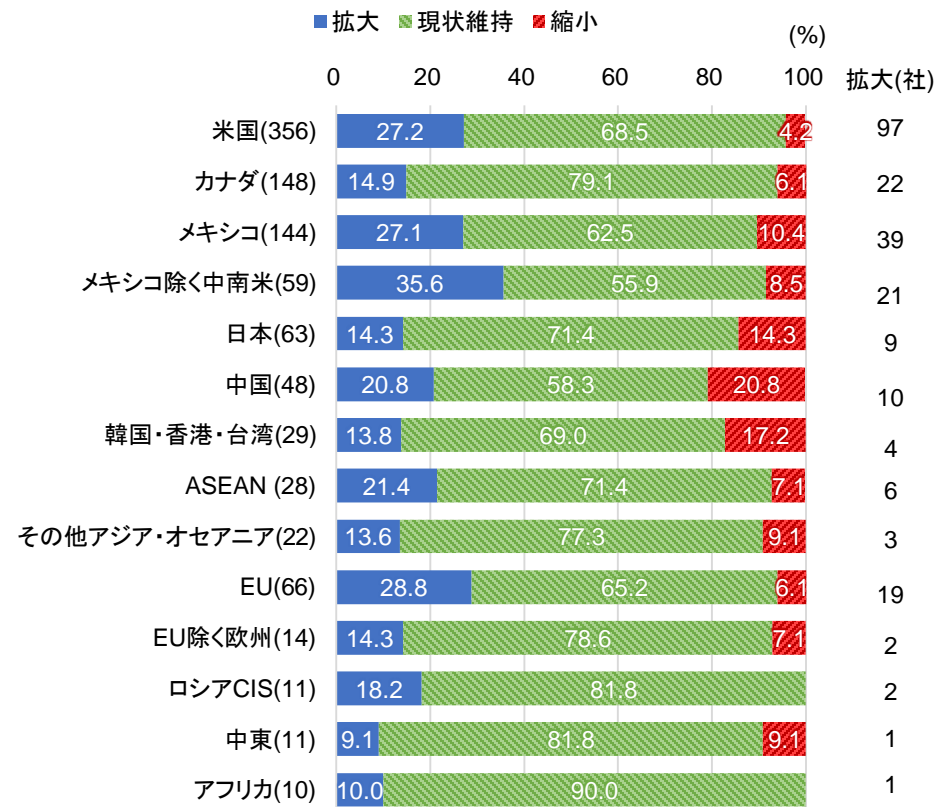
3. 販売(製造業) : USMCA向けは89.3%、日本向けは3.8%

製造業の販売先は米国内が81.2%で、カナダとメキシコを加えたUSMCA市場向けが89.3%、日本は3.8%だった。今後販売を拡大する先としては、米国(97社)、メキシコ(39社)、カナダ(22社)が多かった。業種別で見ると、米国内向けは自動車等部品(88.6%)で、メキシコ向けは繊維・衣服(10.8%)で、カナダ向けは紙・木製品・印刷(15.3%)で、日本向けは鉄道・運搬車両等(12.5%)でそれぞれ高かった。今後の販売先の方針としては、米国やメキシコをはじめとする米州での販売拡大を検討している企業が多かった。

製品の販売先(国・地域別)



製品の販売先についての今後の方針



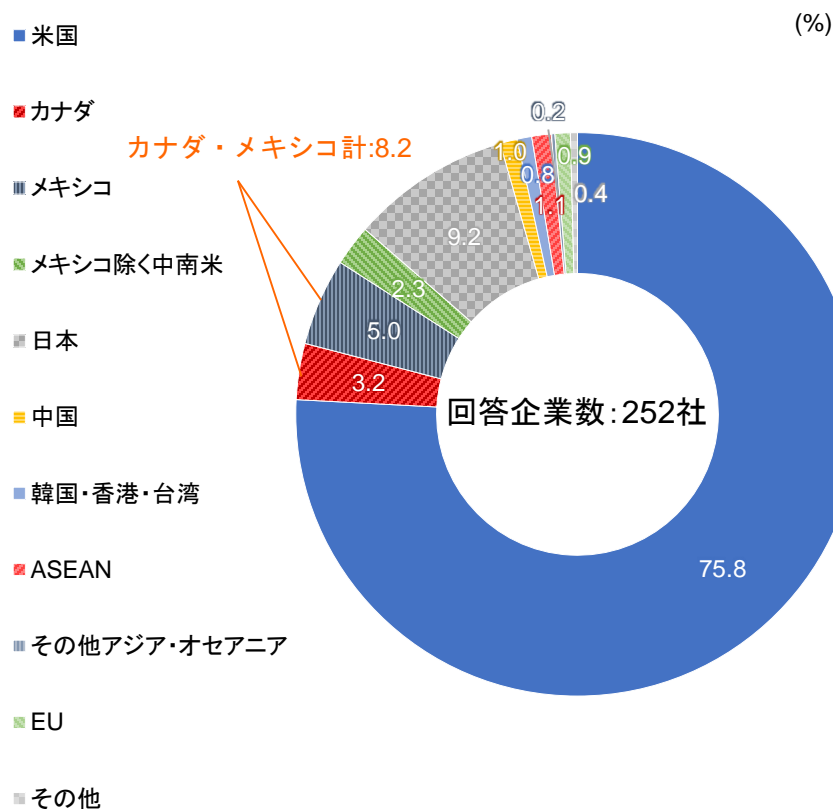
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

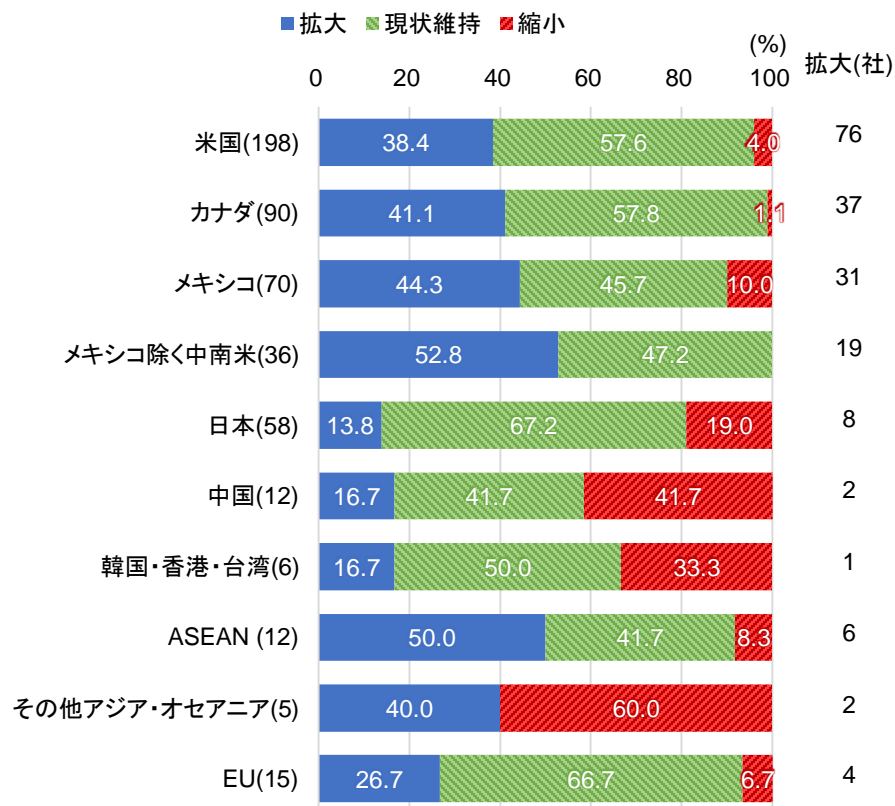
3. 販売(非製造業) : USMCA向けは84.0%、日本向けは9.2%

非製造業の販売先は米国内が75.8%で、カナダとメキシコを加えたUSMCA市場向けは84.0%となり、日本は9.2%を占めた。今後販売を拡大する先としては、米国(76社)、カナダ(37社)、メキシコ(31社)が多かった。主要業種別でみると、米国内向けは小売業(88.3%)で、メキシコ向けは商社・卸売業(7.4%)で、カナダ向けは販売会社(5.0%)で、日本向けは不動産・賃貸業(33.4%)でそれぞれ高かった。今後の販売先の方針としては、米国やカナダ、メキシコでの販売拡大を検討している企業が多かった。

製品の販売先(国・地域別)



製品の販売先についての今後の方針



(注)各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注)有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

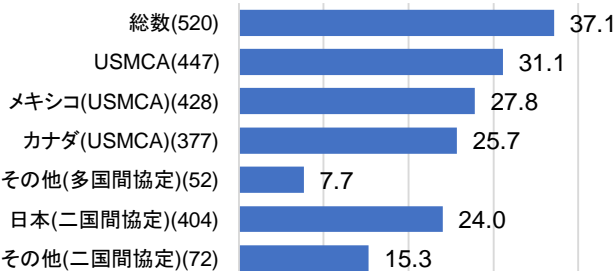
3. 貿易協定等の活用状況：4割弱が利用、USMCAは約3割が利用

回答企業の二国間・多国間貿易協定の利用率は37.1%だった。USMCAを利用している企業は31.1%で、日米貿易協定を利用している企業は24.0%だった。輸出または輸入を行っている企業でみると、いずれかの協定を利用している割合は42.1%で、USMCAは42.8%、日米貿易協定は29.0%だった。業種別でみると、USMCAを利用している企業は自動車等(55.6%)や電気・電子機器部品(52.9%)で5割を超えた。

貿易協定等の活用状況について(回答企業)

貿易協定等利用率

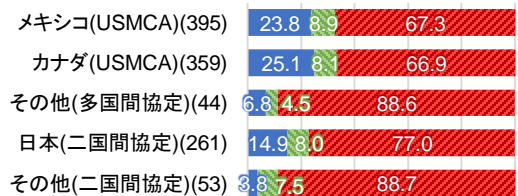
0 10 20 30 40 (%)



米国からの輸出における貿易協定等利用率

■ 利用している ■ 利用を検討中 ■ 利用していない (予定なし)

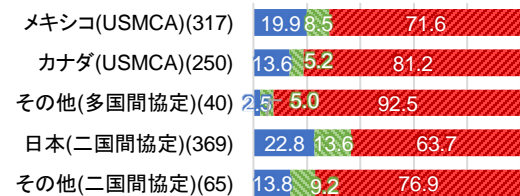
0 20 40 60 80 100 (%)



米国への輸入における貿易協定等利用率

■ 利用している ■ 利用を検討中 ■ 利用していない (予定なし)

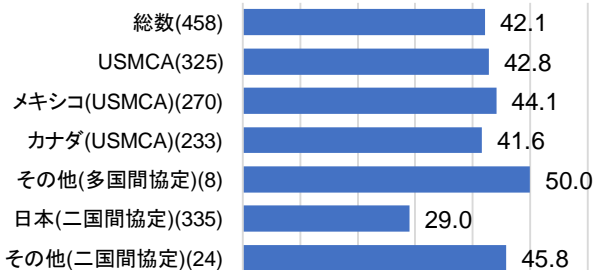
0 20 40 60 80 100 (%)



貿易協定等の活用状況について(輸出または輸入を行っている企業)

貿易協定等利用率

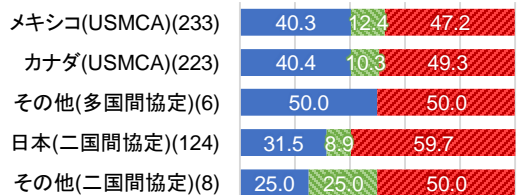
0 10 20 30 40 50 60 (%)



米国からの輸出における貿易協定等利用率

■ 利用している ■ 利用を検討中 ■ 利用していない (予定なし)

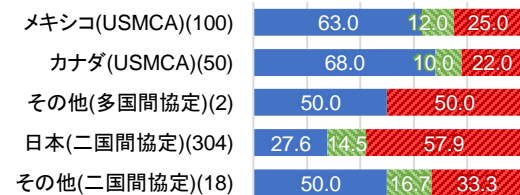
0 20 40 60 80 100 (%)



米国への輸入における貿易協定等利用率

■ 利用している ■ 利用を検討中 ■ 利用していない (予定なし)

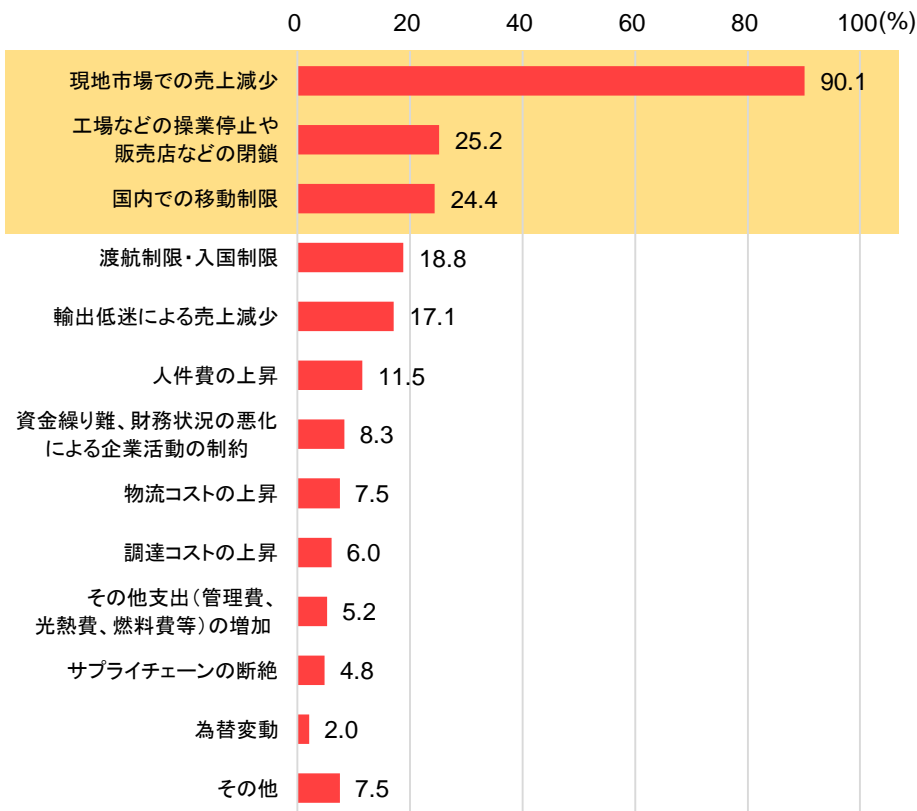
0 20 40 60 80 100 (%)



4. 新型コロナによるマイナスの影響：現地市場での売上減少が9割

新型コロナ感染拡大が営業利益に与えたマイナスの影響を聞いたところ、「現地市場での売上減少」が90.1%を占め、「工場などの操業停止や販売店などの閉鎖」が25.2%、「国内での移動制限」が24.4%だった。ビジネス活動が正常化する時期について、「2021年前半」と答えた企業は32.2%、「2021年後半」が30.1%で続いた。正常化後の需要環境については、「コロナ前に戻る」と答えた企業は45.6%と半数以下にとどまり、「やや減少」が35.1%だった。一方、「需要の増加」を見込む企業は11.7%で、精密・医療機器（36.4%）やゴム・窯業・土石（23.5%）で高かった。

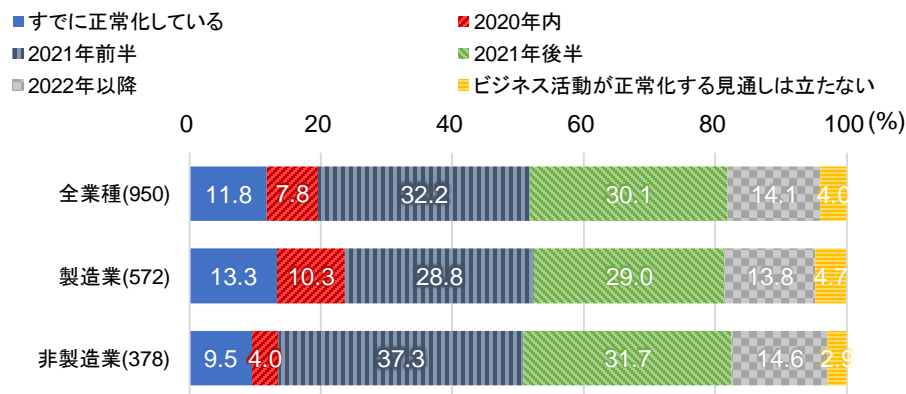
新型コロナ感染拡大が営業利益に与えたマイナスの影響（複数回答）



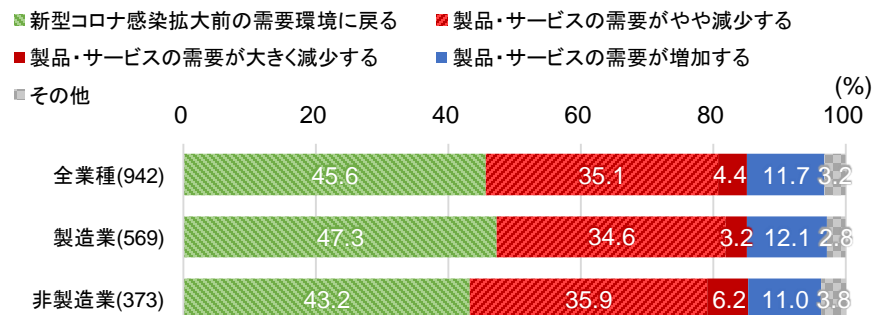
(注) 1企業につき最大3つまで回答可。上位項目のみ掲載。

回答企業数：496社

ビジネス活動が正常化する時期



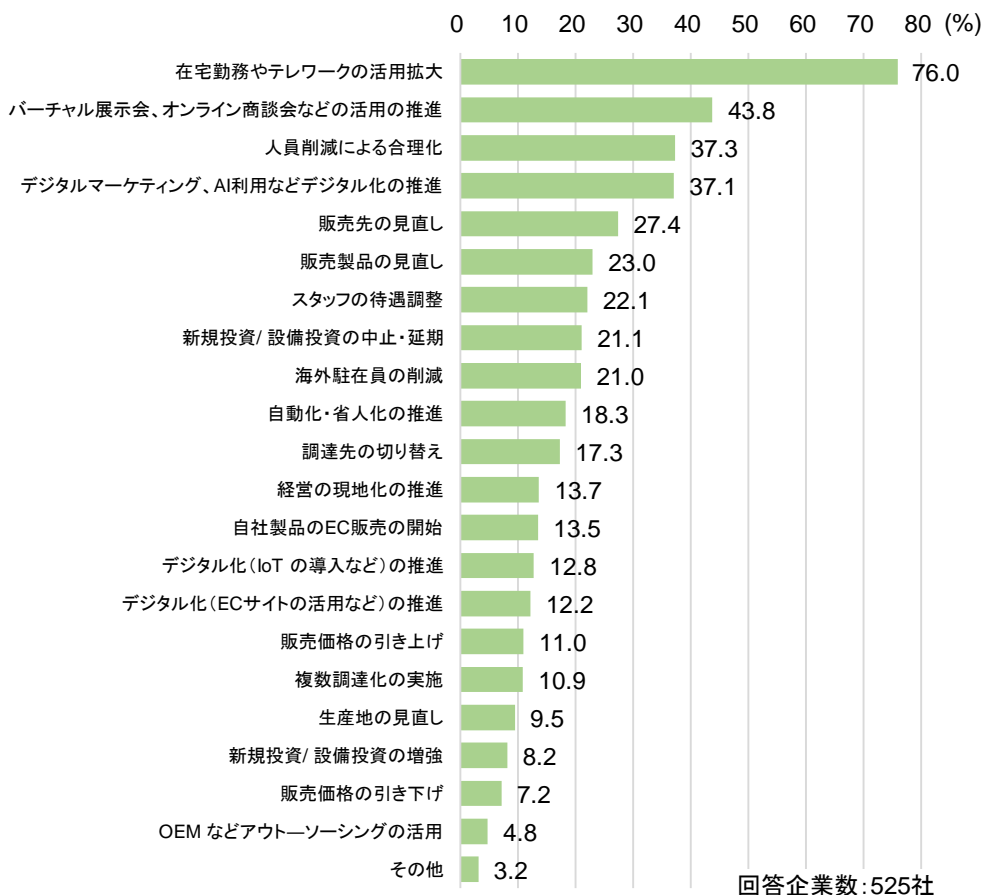
正常化後の需要環境見込み



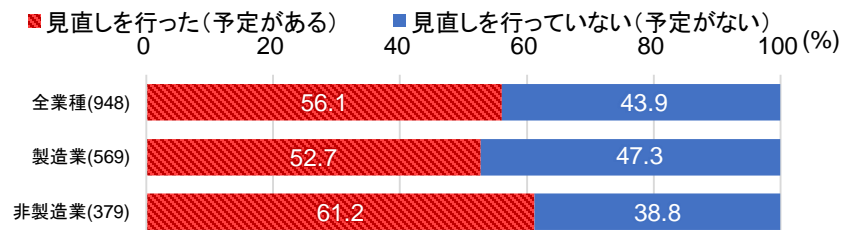
4. 新型コロナによる事業戦略見直し: 在宅勤務やテレワークの活用拡大が約8割

新型コロナ感染拡大を受けて、事業戦略やビジネスモデルを見直した(予定を含む)企業は56.1%を占めた。業種別でみると、見直しを行った企業の割合は非製造業の方が高く、旅行・娯楽業で87.5%、情報通信業で75.9%だった。見直し内容としては、「在宅勤務やテレワークの活用拡大」が76.0%で、「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」(43.8%)、「人員削減による合理化」(37.3%)、「デジタルマーケティング、AI利用などデジタル化の推進」(37.1%)が続いた。

新型コロナを受けた事業戦略やビジネスモデル見直し内容(複数回答)



新型コロナを受けた事業見直し



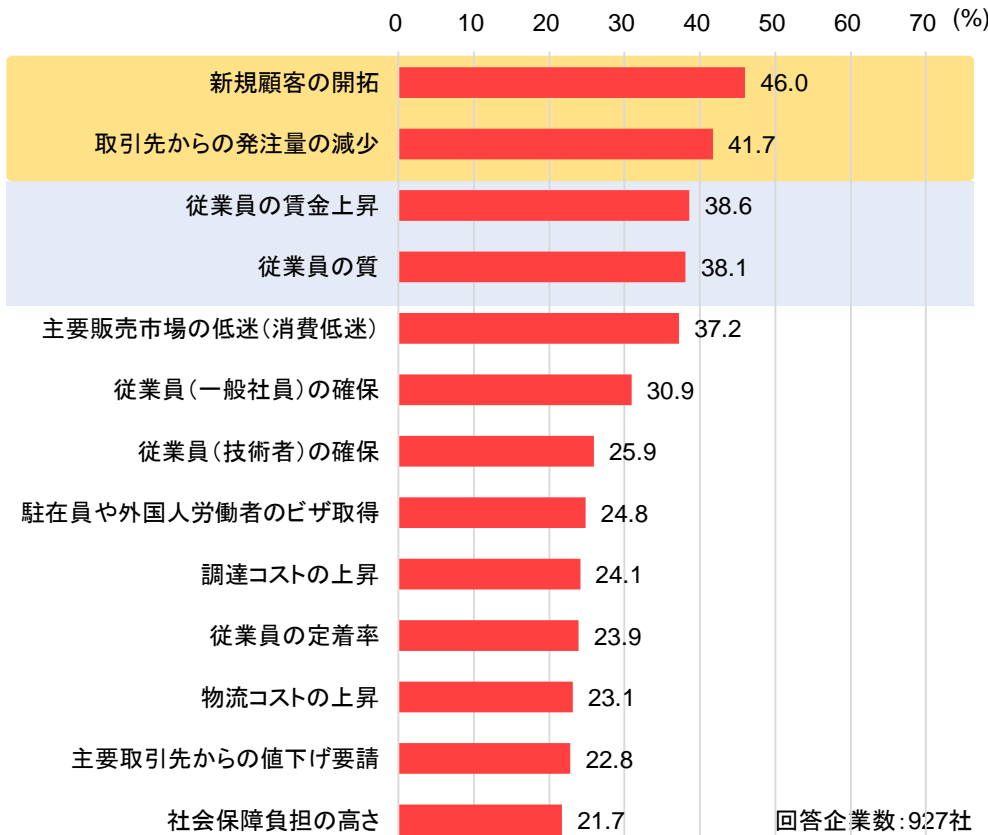
具体的な対応策(自由記述)

- ほぼ全ての業務を在宅化。オンライン会議システムの強化【金融・保険業】
- バーチャルショールームをウェブサイトを設置。Zoom等を利用し、製品研修会や商談に利用【販売会社】
- 当社ウェブサイト、Google, linkedIn等を通してのデジタルマーケティングを強化【一般機械】
- Eコマース顧客への注力【販売会社】
- 殺菌、滅菌、医療用途での顧客開拓【電気・電子機器部品】
- リモートワーク、タッチレス操作ニーズなどの顧客ニーズの変化に応じた製品やサービスラインナップ強化に取り組み中【電気・電子機器】
- 優秀な人材の確保を目的とした待遇改善【化学・医薬】
- 会社付保険の充実、新休暇の創設【鉱業・エネルギー】
- オフィススペースの削減によるコスト削減を検討中【電気・電子機器】
- 自動走行ロボットを利用したごみの除去と資材の配達【電気・電子機器】
- 主力部材の調達先の脱中国化【その他製造業】
- 将来の幹部を育てるプログラムを推進【一般機械】
- オンライン・ディストリビューターの活用【電気・電子機器部品】
- プロセスやトラフィック分析にIoT活用【電気・電子機器】
- 販売価格の3~5%引き上げの検討【一般機械】
- 中国に加えて、東南アジアやインドから調達【商社・卸売業】
- ソーシングの洗い出し、能力チェック、比率の変更など【自動車等部品】
- 一部工程の生産地移管【自動車等部品】
- 本社製造に切替【化学・医薬】

5. 経営上の課題：「新規顧客の開拓」「取引先からの発注量の減少」が上位

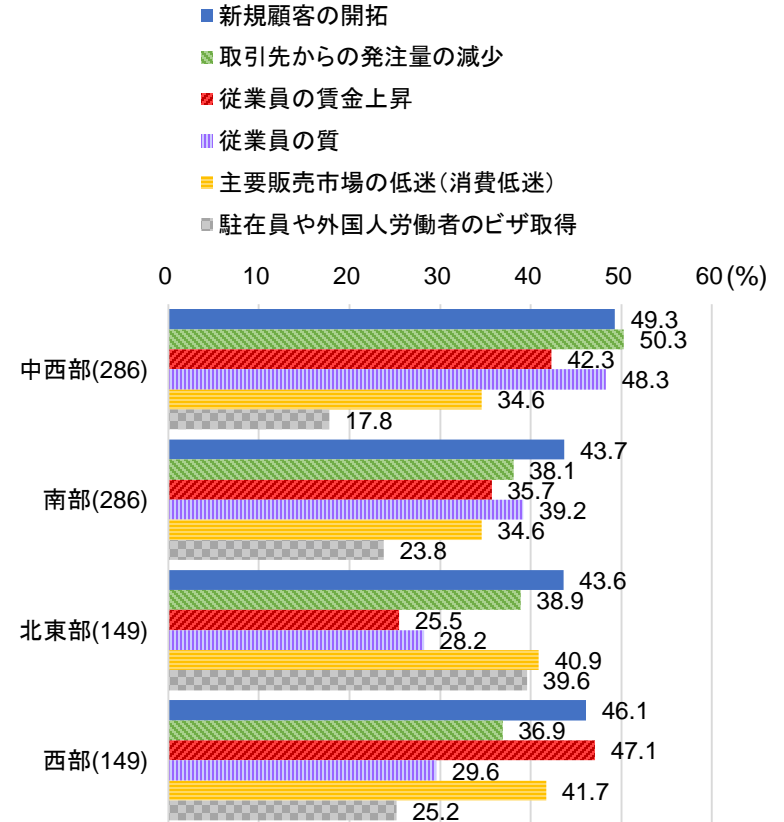
経営上の課題としては、「新規顧客の開拓」(46.0%)や「取引先からの発注量の減少」(41.7%)といった販売・営業面の課題が上位に挙がり、「従業員の賃金上昇」(38.6%)や「従業員の質」(38.1%)といった雇用・労務面での課題が続いた。地域別でみると、「新規顧客の開拓」や「取引先からの発注量の減少」は中西部で5割に達し、「従業員の賃金上昇」は西部(47.1%)で高かった。業種別でみると、「新規顧客の開拓」は建設業(71.4%)や運輸業(67.7%)、商社・卸売業(66.7%)などの非製造業で高く、「従業員の賃金上昇」は自動車等(60.0%)、鉄道・運搬車両等部品(60.0%)、プラスチック製品(58.6%)、食料品(55.6%)などの製造業で5割を超えた。

経営上の課題(複数回答)



(注) 上位項目のみ掲載。

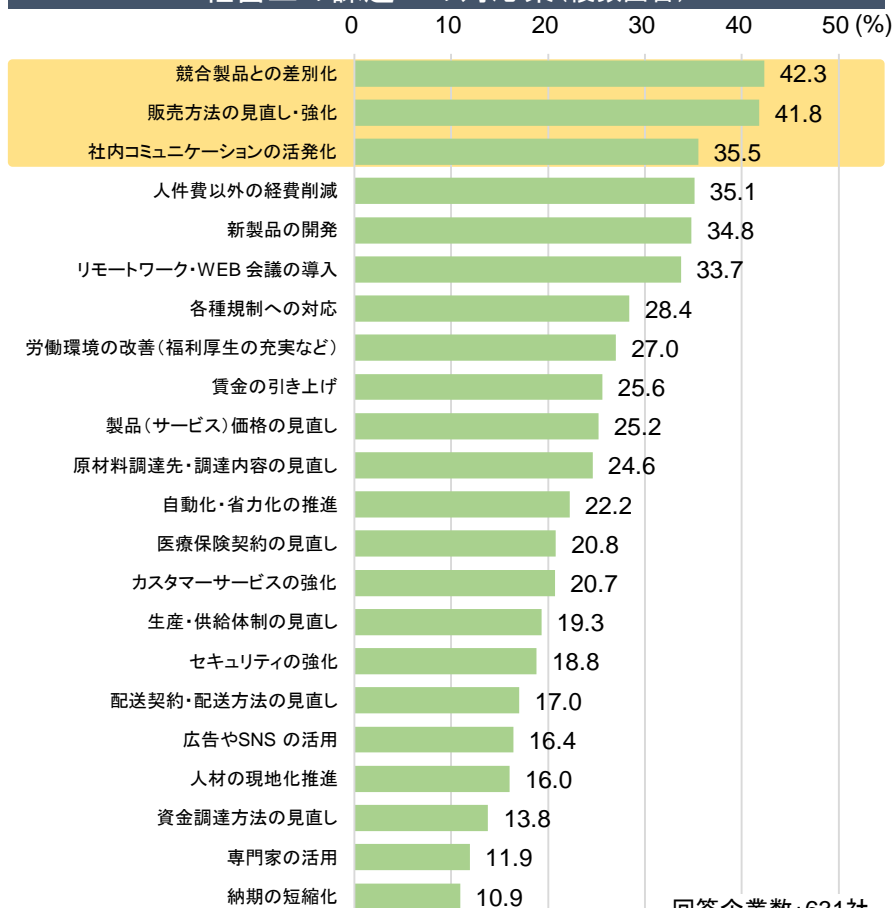
経営上の課題(地域別、複数回答)



5. 経営上の課題への対応策:「競合製品との差別化」が上位

対応策については「競合製品との差別化」(42.3%)や「販売方法の見直し・強化」(41.8%)、「社内コミュニケーションの活発化」(35.5%)が上位に挙げられた。業種別にみると、「競合製品との差別化」は食料品(55.6%)や精密・医療機器(54.5%)、「販売方法の見直し・強化」は旅行・娯楽業(56.3%)や電気・電子機器部品(56.0%)で高かった。「社内コミュニケーションの活発化」はゴム・窯業・土石(53.3%)や鉄・非鉄・金属(52.8%)で高かった。

経営上の課題への対応策(複数回答)



回答企業数: 631社

(注) 上位項目のみ掲載。

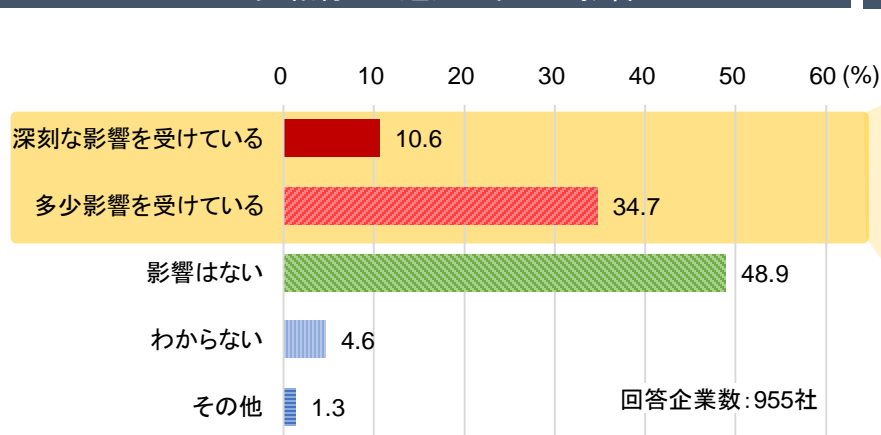
具体的な対応策(自由記述)

- SNS、ウェブを活用した顧客関係強化と需要喚起活動や、競合他社との差異化啓蒙活動【販売会社】
- 差別化技術の確立と新規市場の開拓【電気・電子機器】
- 顧客別に仕様を精査して、ライバル企業との差別化を図る【電気・電子機器部品】
- 研究開発活動による商品の高品質化【化学・医薬】
- 競合製品との差別化を図るため、付加価値が高い商品の開発に注力している【商社・卸売業】
- コストパフォーマンスの満足度を上げるべく、ハイレベル品質(接客も含む)の提供【その他非製造業】
- 急速に進んだネット販売の進展を受け、ECビジネス拡大のための施策を検討している。特に自社ECサイトでの販売拡大をいかにスピーディに進めていくかを重視している【その他製造業】
- 営業経験者の採用【一般機械】
- 販売強化のため、米国現地ディーラーを活用し広くPRをかけている【販売会社】
- 航空機/自動車産業以外への販売検討【鉄・非鉄・金属】
- 現地販売代理店を通じて販売強化、新規顧客開拓【商社・卸売業】
- 新規販売先を開拓して一部顧客への依存を抑える【化学・医薬】
- 営業再開後の既存顧客の販売増と新規顧客の獲得【食料品】
- 訴求力の高いコンテンツを用いたデジタルマーケティングを行い顧客層の拡大に取り組んでいる【不動産・賃貸業】
- 技術者が常に出張に出ている状況のためコミュニケーションを取るよう心掛けている【販売会社】
- リモートワーク導入によるコミュニケーション方法、労働時間の見直し【情報通信業】
- 自動化・デジタル化による効率化・コスト削減【自動車等部品】
- 生産効率改善によるコスト削減、一般管理費の圧縮【紙・木製品・印刷】

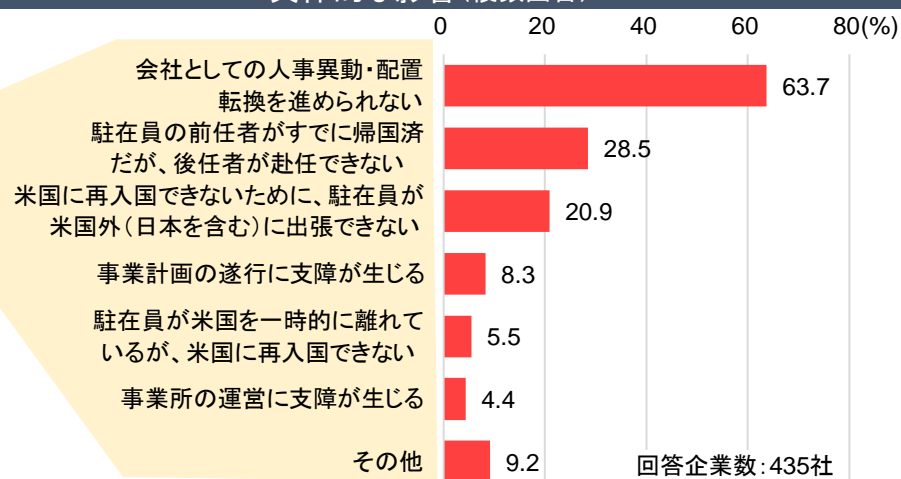
5. ビザ取得環境の変化:「L-1ビザ」や「E-2ビザ」の取得に影響

米国ビザの発給停止・遅延・却下の影響について、「多少影響」は34.7%、「深刻な影響」は10.6%となり、合わせて45.3%の企業が影響を受けている。具体的な影響としては、人事異動や配置転換を進められない企業が63.7%に達した。影響を受けているビザは「L-1(企業内転勤者用)ビザ」が60.8%だった。

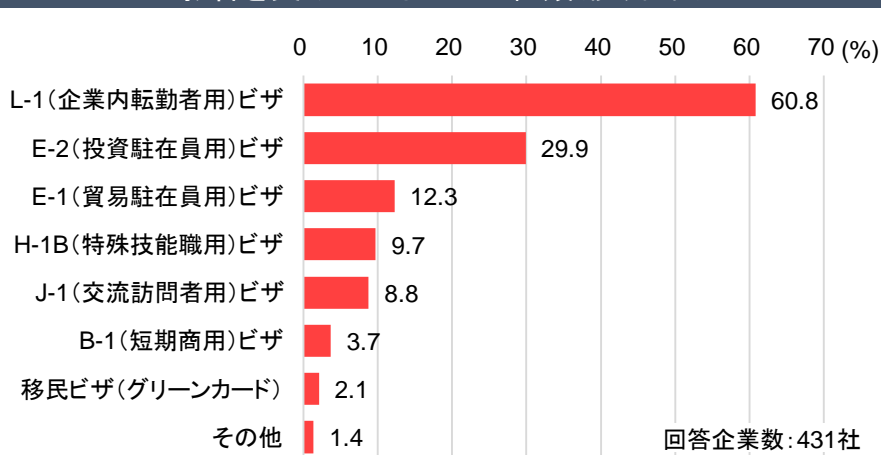
ビザの発給停止・遅延・却下の影響



具体的な影響(複数回答)



影響を受けているビザの種類(複数回答)



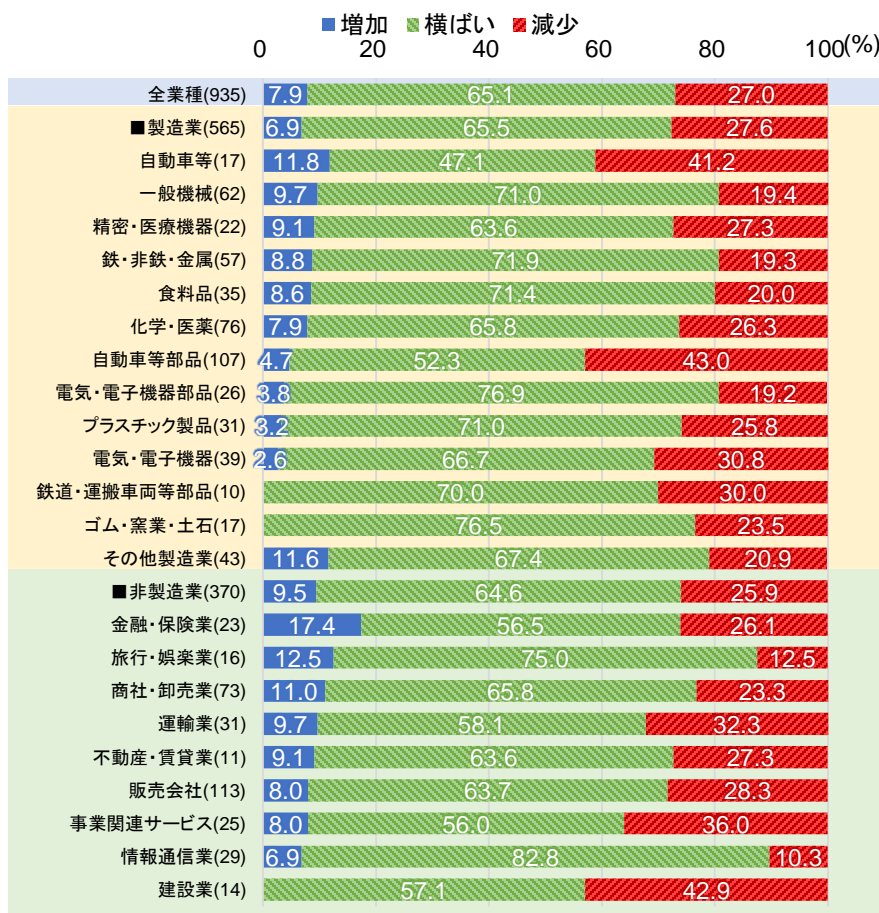
具体的な対応策(自由記述)

- 駐在員の派遣期間延長【自動車等部品】
- I-94の延長申請【販売会社】
- 移民局へのI-129Sの延長申請【自動車等部品】
- 緊急面接申請によるビザ延長対応【電気・電子機器】
- エッセンシャル・ビジネスとして申請【建設業】
- これまではLビザとEビザの併用だったが、Eビザに一本化する【化学・医薬】
- L-1ビザの取得を予定していた駐在予定者についてビザ取得の目途が立たないため、E-2ビザへの切替を検討中【自動車等】
- LビザからEビザ、テンポラリー・デューティー・ビザへの転向など【電気・電子機器】
- 弁護士と話をしながらL-1ビザの更新を進めている【販売会社】
- 当面、J-1ビザでの人材交流は中止【自動車等部品】
- 人事の延期、駐在員の廃止【化学・医薬】
- 日本人出向者計画の見直し、現地化の推進【自動車等部品】
- 現地採用化、しかし100%の対策は不可能【鉄・非鉄・金属】

5. 日本からの派遣者数の変化(過去1年間の変化) : 「減少」は3割弱

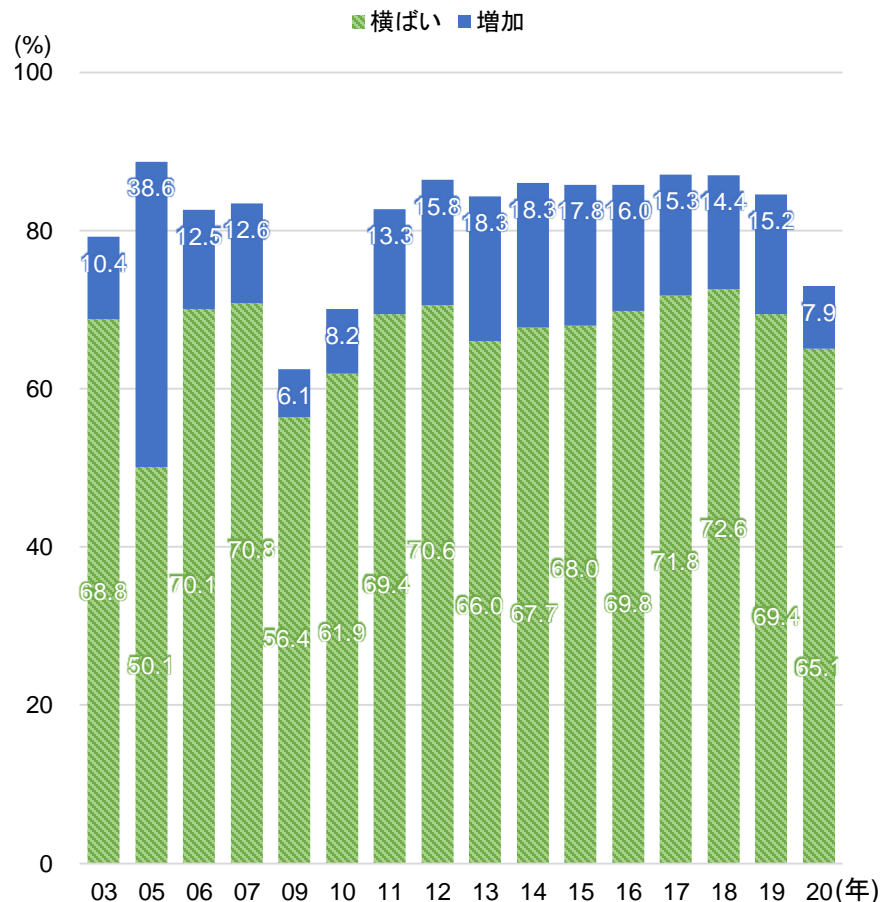
過去1年間の日本からの派遣者数の変化について、「横ばい」と回答した企業は65.1%で、「減少」した企業は27.0%に達した。業種別でみると、日本からの派遣者数を「減少」した企業の割合は、自動車等部品(43.0%)や建設業(42.9%)、自動車等(41.2%)で4割を超えた。

日本からの派遣者数の変化(過去1年の変化、業種別)



(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

日本からの派遣者数の過去1年の変化の推移

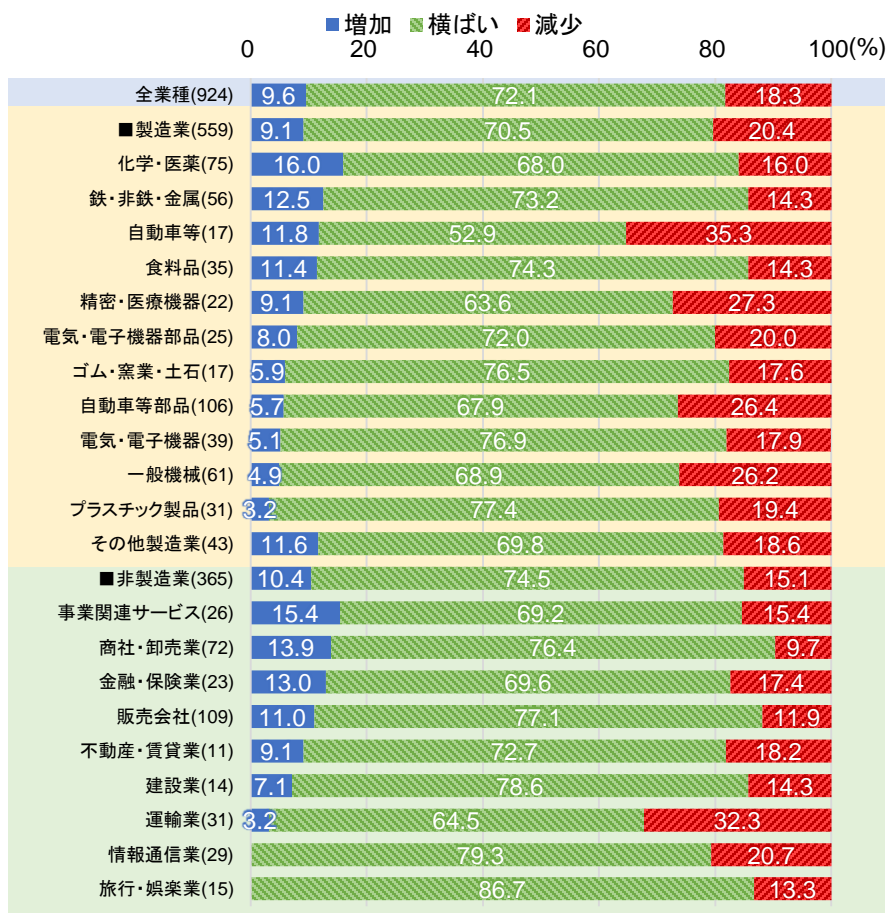


(注)2004年は調査実施なし。2008年は設問なし。

5. 日本からの派遣者数の変化(今後の予定):「横ばい」は72.1%

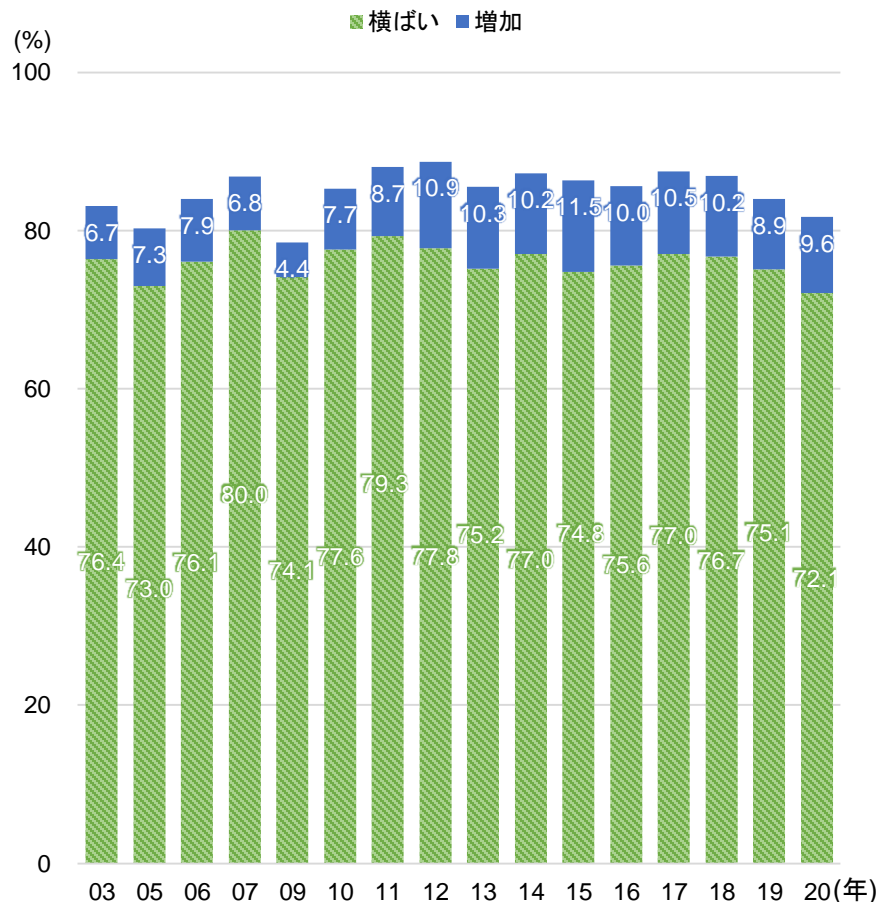
今後の予定について、日本からの派遣者数の変化は「横ばい」と回答した企業は72.1%を占め、「減少」が18.3%で続いた。業種別でみると、日本からの派遣者の「減少」を予定している企業の割合は、自動車等(35.3%)や運輸業(32.3%)で3割を超えた。

日本からの派遣者数の変化(今後の予定、業種別)



(注)有効回答10社以上の業種のみ掲載。

日本からの派遣者数の今後の見通しの推移



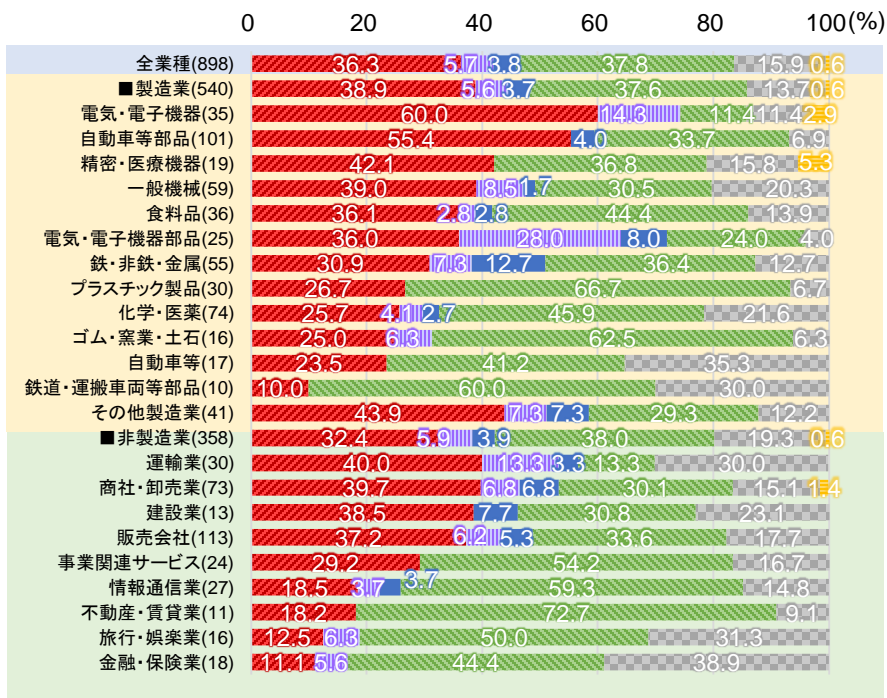
(注)2004年は調査実施なし。

6. 通商環境の変化の影響：マイナスの影響を受ける企業は42%

通商環境の変化が2020年の業績に与える影響について、「全体としてマイナスの影響がある」が36.3%（前回40.8%）、「マイナスとプラスの影響が同程度」が5.7%（前回9.7%）となり、合わせると42.0%（前回50.5%）の企業が何らかのマイナスの影響を受けている。「影響はない」は37.8%で前回（21.0%）から16.8ポイント増加した。業種別にみると、「全体としてマイナスの影響がある」と回答した企業の割合は電気・電子機器（60.0%）や自動車等部品（55.4%）で5割を超えた。通商環境の変化が今後2～3年の業績に与える影響については、「全体としてマイナスの影響がある」と「影響はない」がそれぞれ30.7%で最も多く、「わからない」が29.1%で続いた。

通商環境の変化が2020年の業績に与える影響

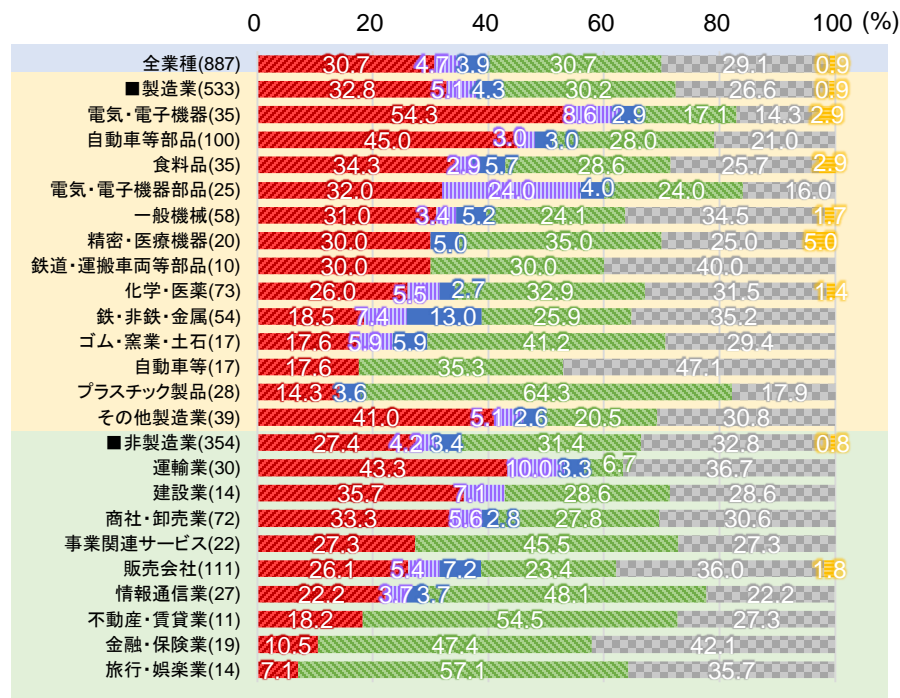
- 全体としてマイナスの影響がある
- マイナスとプラスの影響が同程度
- 全体としてプラスの影響がある
- 影響はない
- わからない
- その他



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

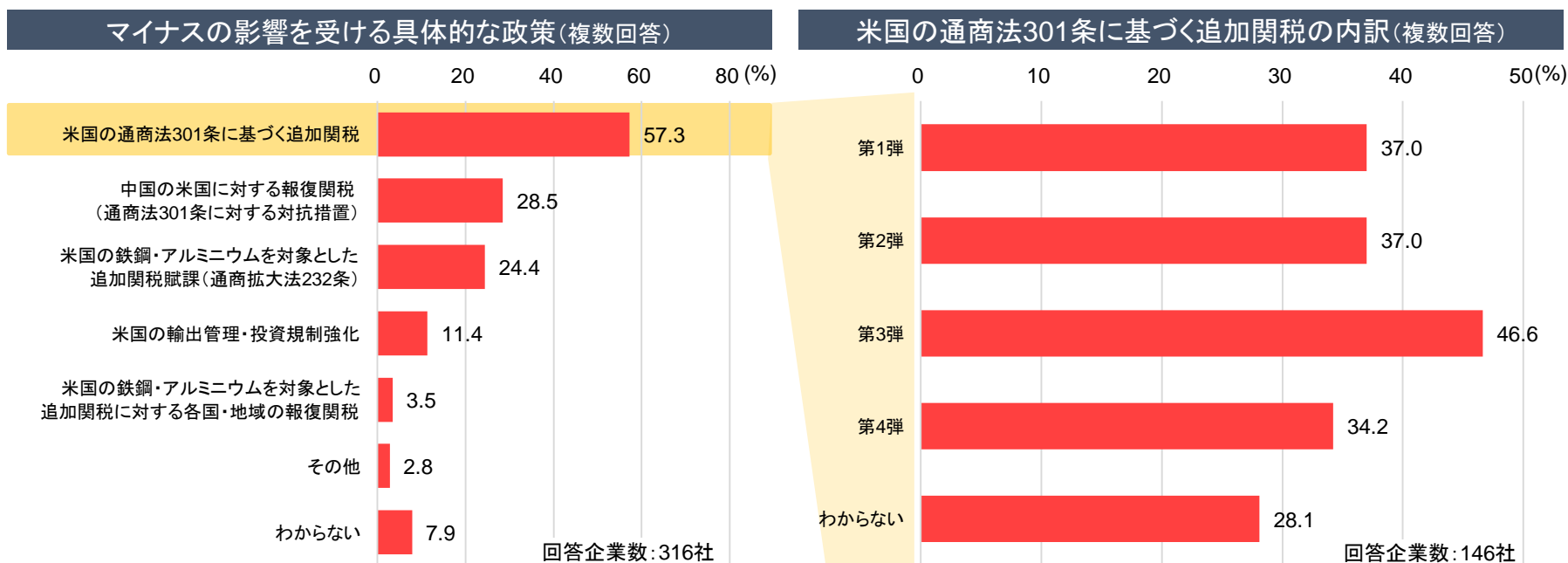
通商環境の変化が今後2～3年の業績に与える影響

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



6. 政策別の影響:「米国の通商法301条に基づく追加関税」が過半に

「全体としてマイナスの影響がある」と回答した企業のうち、具体的に影響を受ける政策として「米国の通商法301条に基づく追加関税」と回答した企業は57.3%(前回52.3%)で、「中国の米国に対する報復関税」は28.5%(前回23.9%)、「米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課」は24.4%(前回42.4%)だった。「米国の通商法301条に基づく追加関税」を弾別にみると、第3弾が46.6%で最も高く、第1弾と第2弾がそれぞれ37.0%、第4弾は34.2%だった。業種別でみると、「通商法301条に基づく追加関税」を挙げる企業の割合は、運輸業(75.0%)や自動車等部品(67.9%)、商社・卸売業(66.7%)などで高かった。



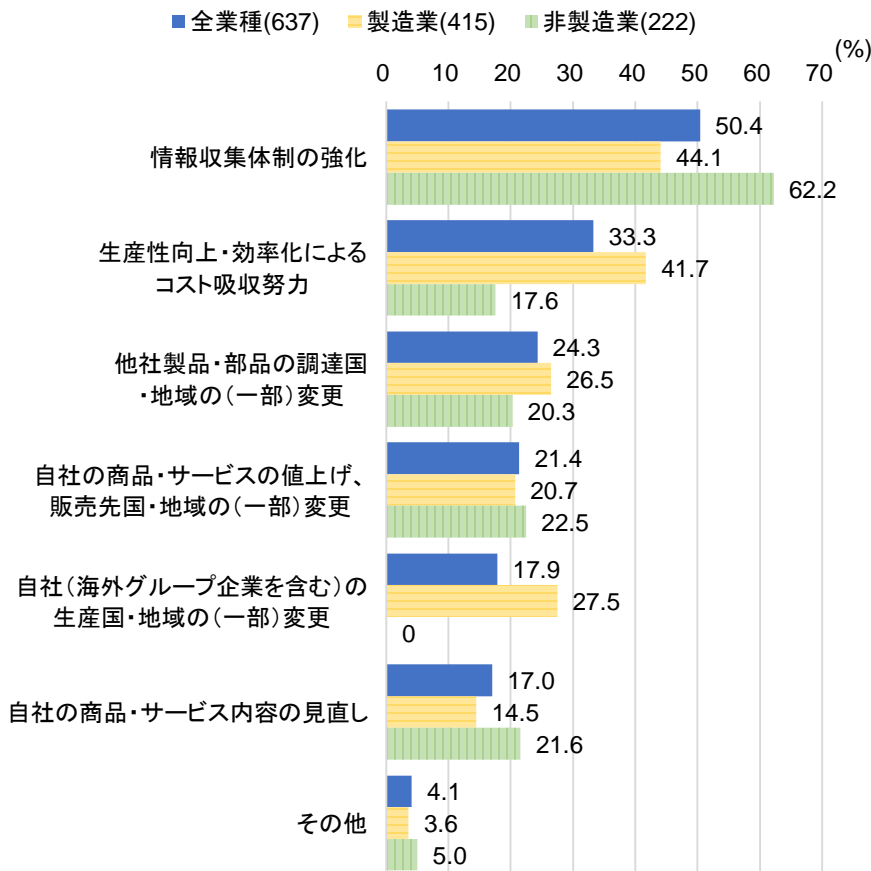
マイナスの影響(自由記述)

- 中国の工場からの輸入品に最大25%の関税が掛けられている【販売会社】
- 中国からの輸入部品の関税上昇とそれに伴う国内材の価格上昇【自動車等】
- 高関税に伴い調達先の米国内一極化が進む【鉄・非鉄・金属】
- 中国からの部品輸入を予定していたが、急遽取りやめた【自動車等部品】
- 関税により調達原価が悪化、収益の悪化につながっている【自動車等部品】
- 中国製品の仕入れ価格25%上昇によって、北米での販売機会大幅減【販売会社】
- 中国からの輸入関税、北米調達化への切り替えコスト【自動車等部品】
- 中国等からの調達に対して輸送時間がかかり、入荷予定がはっきりしなくなった【鉄・非鉄・金属】
- 通商拡大法232条により輸入鋼材・半製品のコスト悪化【事業関連サービス】
- 中国企業5社の製品を利用する企業からの政府調達禁止、対中輸出管理規制による自社製品販売、調達への影響【電気・電子機器】
- 商品原価の高騰および輸入業務の煩雑化【販売会社】
- GSPからインドが外れ関税負担大幅増【その他製造業】

6. 通商環境の変化を受けた対応策：5割が情報収集体制を強化

通商環境の変化を受けて検討・実施された対応策としては、「情報収集体制の強化」が製造業(44.1%)、非製造業(62.2%)とも最も高かった。製造業では「生産性向上・効率化によるコスト吸収努力」(41.7%)、「自社(海外グループ企業を含む)の生産国・地域の(一部)変更」(27.5%)が続く。非製造業では「自社の商品・サービスの値上げ、販売先国・地域の(一部)変更」(22.5%)、「自社商品・サービス内容の見直し」(21.6%)が続いた。

通商環境の変化を受けた対応策(複数回答)



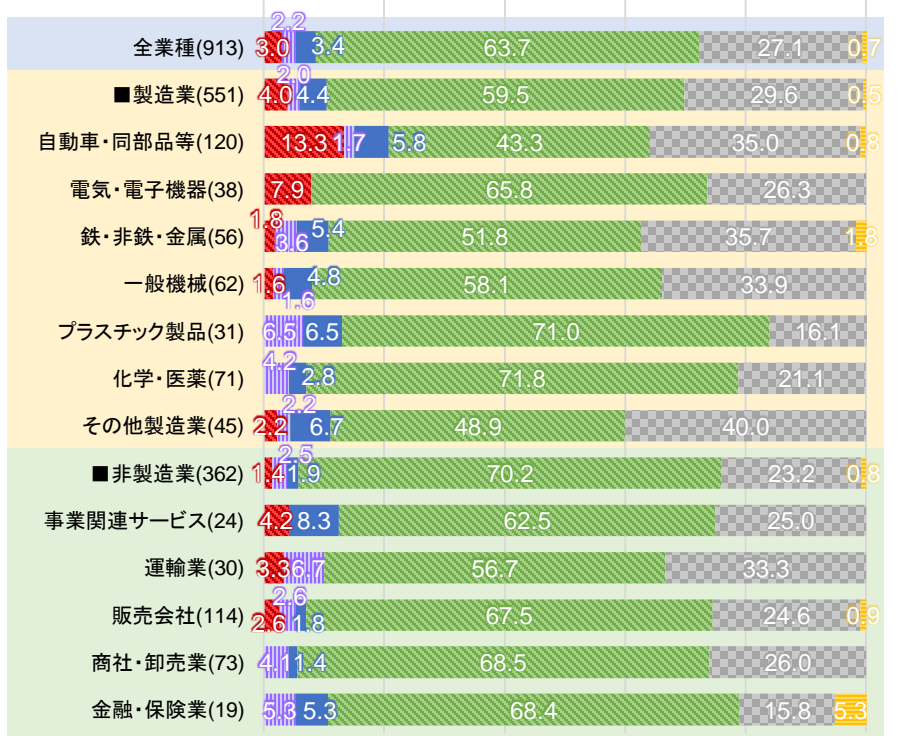
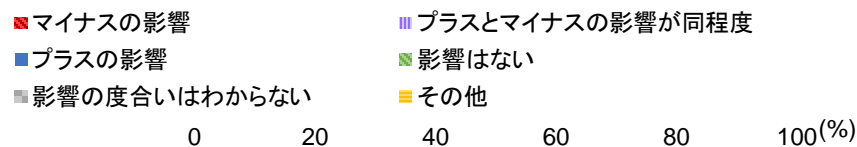
具体的な対応策(自由記述)

- ・ 関連会社間の情報共有の強化【商社・卸売業】
- ・ 外部弁護士も活用してプロジェクトチーム構築【情報通信業】
- ・ 顧客の生産拠点移転に関する情報収集【精密・医療機器】
- ・ 輸出管理のコンサルタントを活用【教育・医療】
- ・ 日本のモノづくり技術を取り入れる【化学・医薬】
- ・ ロボットによる自動化による省人化など【鉄・非鉄・金属】
- ・ 自動化、省力化、サイクル改善【プラスチック製品】
- ・ 調達プロセスの改善【一般機械】
- ・ 川下工程への進出【鉄・非鉄・金属】
- ・ ERPシステムの導入【一般機械】
- ・ 生産能力最大化のための設備改良【化学・医薬】
- ・ 中国以外からの調達の加速【一般機械】
- ・ ASEANからの調達検討【自動車等部品】
- ・ 中国から台湾へ調達先変更【商社・卸売業】
- ・ 中国、材料・設備の現地調達シフト【自動車等部品】
- ・ 中国産品から日本産品の購入へ切り替え【商社・卸売業】
- ・ 調達先を中国からタイと日本に変更【電気・電子機器】
- ・ 一部原材料の中国からインドへのシフト【化学・医薬】
- ・ 地産地消のサプライチェーン・マネジメントを強化【商社・卸売業】
- ・ 仕入先を中国からメキシコへ切り替え【自動車等部品】
- ・ 米国内で調達できる部品について情報収集【一般機械】
- ・ 関税増額分を販売価格に上乗せ【自動車等部品】
- ・ メキシコなど他国への展開と高付加価値品の投入【販売会社】
- ・ 中南米諸国やアジア向け顧客開拓【農林水産業】
- ・ 中国からタイ、ルーマニアへの一部生産移転【電気・電子機器】
- ・ メキシコ、ベトナム、日本工場からの供給に変更【自動車等部品】
- ・ アセアン諸国のグループ会社での生産による製造原価の低減【自動車等部品】
- ・ インド・ベトナム拠点の立ち上げ【鉄・非鉄・金属】
- ・ アフターサービス網の充実【販売会社】
- ・ 米国政府や議会に対する働きかけ強化【商社・卸売業】
- ・ 「ファーストセール」スキームの検討【化学・医薬】

6. USMCAの影響：輸送用機器（自動車等）ではマイナスの影響を懸念

米国・メキシコ・カナダ協定（USMCA）の影響について、「影響はない」と回答した割合は前回から6.3ポイント増の63.7%で、「分からない」が3.6ポイント減の27.1%となった。「マイナスの影響がある」と回答した割合は前年より0.9ポイント減少し、3.0%にとどまったものの、自動車・同部品等では13.3%と他業種と比べて高かった。

USMCA発効による影響



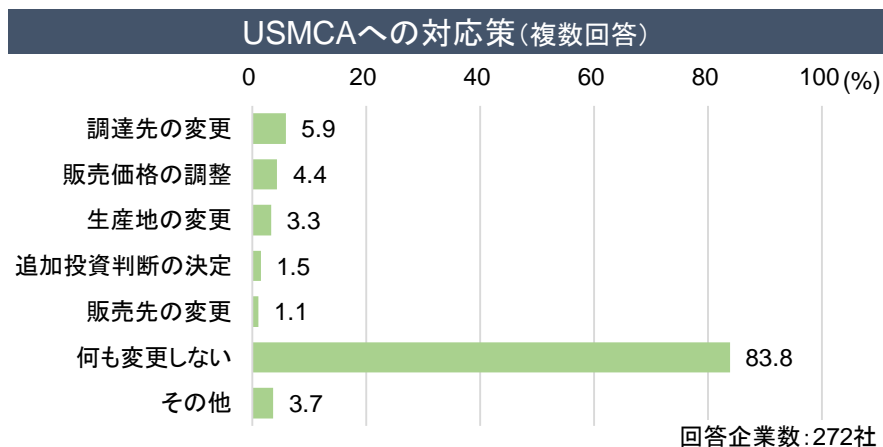
(注) 有効回答10社以上およびマイナスの影響がある業種のみ掲載。

具体的な影響（自由記述）

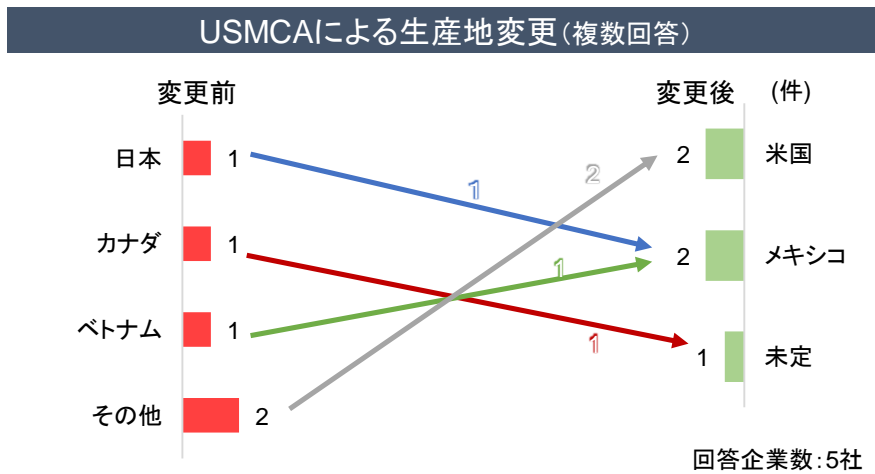
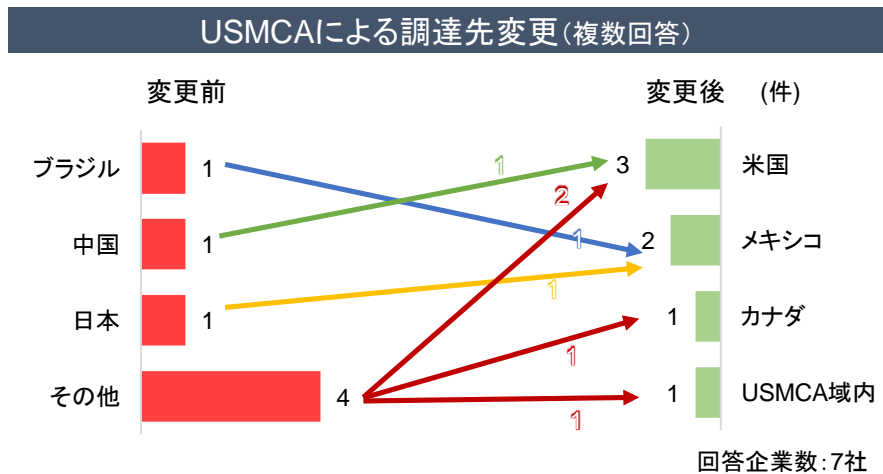
- メキシコ組立工場への販売が増加する【自動車等部品】
- 米国生産を望む客先が増えることにより、受注増が期待できる【自動車等部品】
- メキシコの労働賃金上昇による自動化引き合い案件の増加【一般機械】
- メキシコからの輸入品に関する関税増加【自動車等部品】
- メキシコの客先において生産コストの増大が見込まれるため、その生産コストを下げるために当社製品に対する値下げ要請が予想される【自動車等部品】
- 自動車関連での適用除外基準をクリアできない可能性あり【電気・電子機器】
- 客先の調達先変更（現地生産品への切り替え）による失注の可能性【販売会社】
- 現在北米内での生産がないため、北米内調達が進めば、販売への影響が大きく懸念される【その他製造業】
- 域内生産品の拡大で、日本からの輸出品が影響を受ける【事業関連サービス】
- 自動車一次メーカーの生産地変動が起こると影響が出る可能性あり【鉄・非鉄・金属】
- LVCへの対応をどの程度客先から要求されるのかにより、労務費に影響が出る可能性あり【自動車等部品】
- メキシコで生産している自動車メーカー、顧客の米国への生産回帰があるかどうか現時点では分からない【自動車等部品】
- コロナの影響もあり、協定後の主に生産系施設の設備投資動向がまだ見えない【建設業】
- OEM側での調達戦略や部品レベルまでの割合方針は不透明【その他非製造業】

6. USMCAへの対応策：何も変更しないが大きく増加

USMCAへの対応策は「何も変更しない」が前回から41.4ポイント増加の83.8%で大半を占めた。USMCAに対する具体的な対策としては、「調達先の変更」が5.9%で最も高く、次いで「販売価格の調整」が4.4%、「生産地の変更」が3.3%と続いたが、総じて前回調査から減少した。7月にUSMCAが発効し、原産地規則の統一規則の詳細が明らかになったことにより、何も変更する必要がないと判断した企業が増えたと考えられる。北米域内市場での地産地消が進む中、調達先や生産地を域外国から北米域内へ変更すると回答した企業が一定程度見られた。



- ### 具体的な対応策 (自由記述)
- 客先との関税分転嫁の交渉【一般機械】
 - メキシコからの輸入部品費価格上昇分の転嫁【自動車等部品】
 - 販路拡大による新規工場設立を検討【鉄・非鉄・金属】
 - 米国での設備投資を保留【運輸業】
 - 生産拠点変更で販売価格を下げる【一般機械】
 - 原産地規則達成のために一部素材や部品の供給国を変更【自動車等】
 - 顧客がUSMCA域内に生産を移管することを期待しており、それに伴いUSMCA原産品となる米国生産の増加を検討【化学・医薬】
 - 鉄鋼製品の原産地規則を念頭に、リスクを回避するため調達先をメキシコから米国に変更する想定【商社・卸売】
 - 現在の生産・調達体制で一部品目においてRVC75%を満たせない可能性があるため、メキシコでの現地生産・調達を進める【自動車等部品】



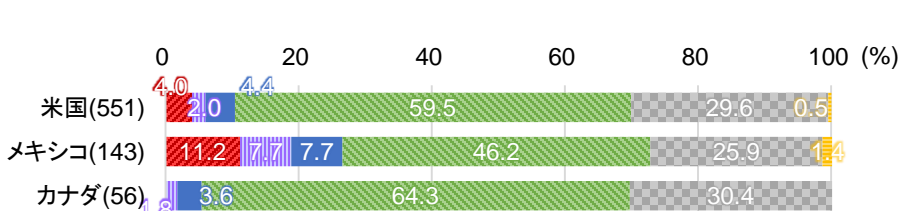
6. USMCAの3カ国での影響:「マイナスの影響」はメキシコが11.2%で最大

USMCAの影響について、別途行ったメキシコ、カナダの調査結果と比較したところ、「マイナスの影響」の割合を製造業でみると、メキシコが11.2%が高かったが、米国は4.0%、カナダは0%だった。3カ国とも前年度よりマイナスの影響を受ける企業は減少し、「影響はない」とする企業が増加した。業種別でマイナスの影響を受ける企業の割合をみると、自動車・同部品等ではメキシコ(14.3%)と米国(13.3%)が高かった。また、メキシコでは鉄・非鉄・金属でマイナスの影響は21.4%、プラスチック製品で15.4%と高かった。

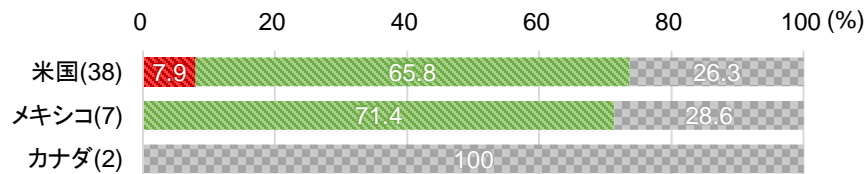
USMCA発効による影響の度合い(米国、メキシコ、カナダ)

■ マイナスの影響 ■ プラスとマイナスの影響が同程度 ■ プラスの影響 ■ 影響はない ■ 影響の度合いはわからない ■ その他

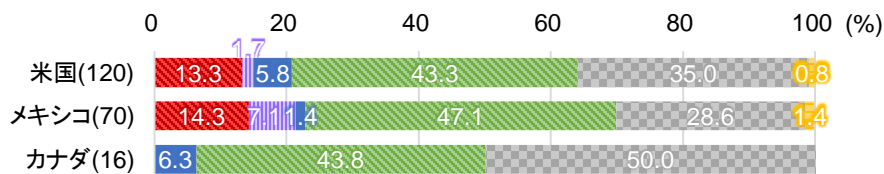
製造業



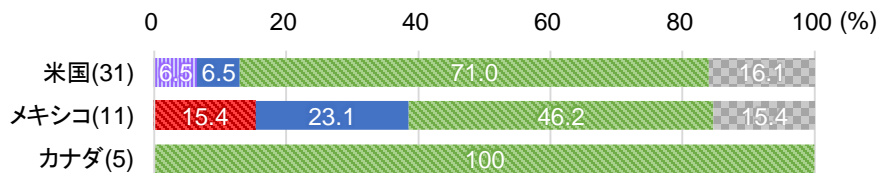
電気・電子機器



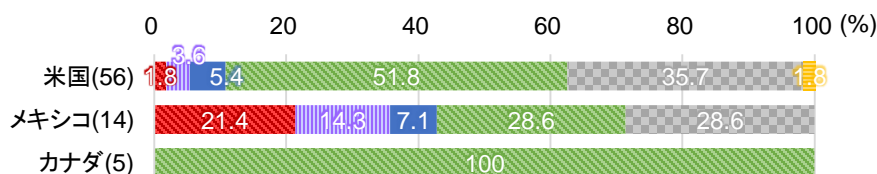
自動車・同部品等



プラスチック製品



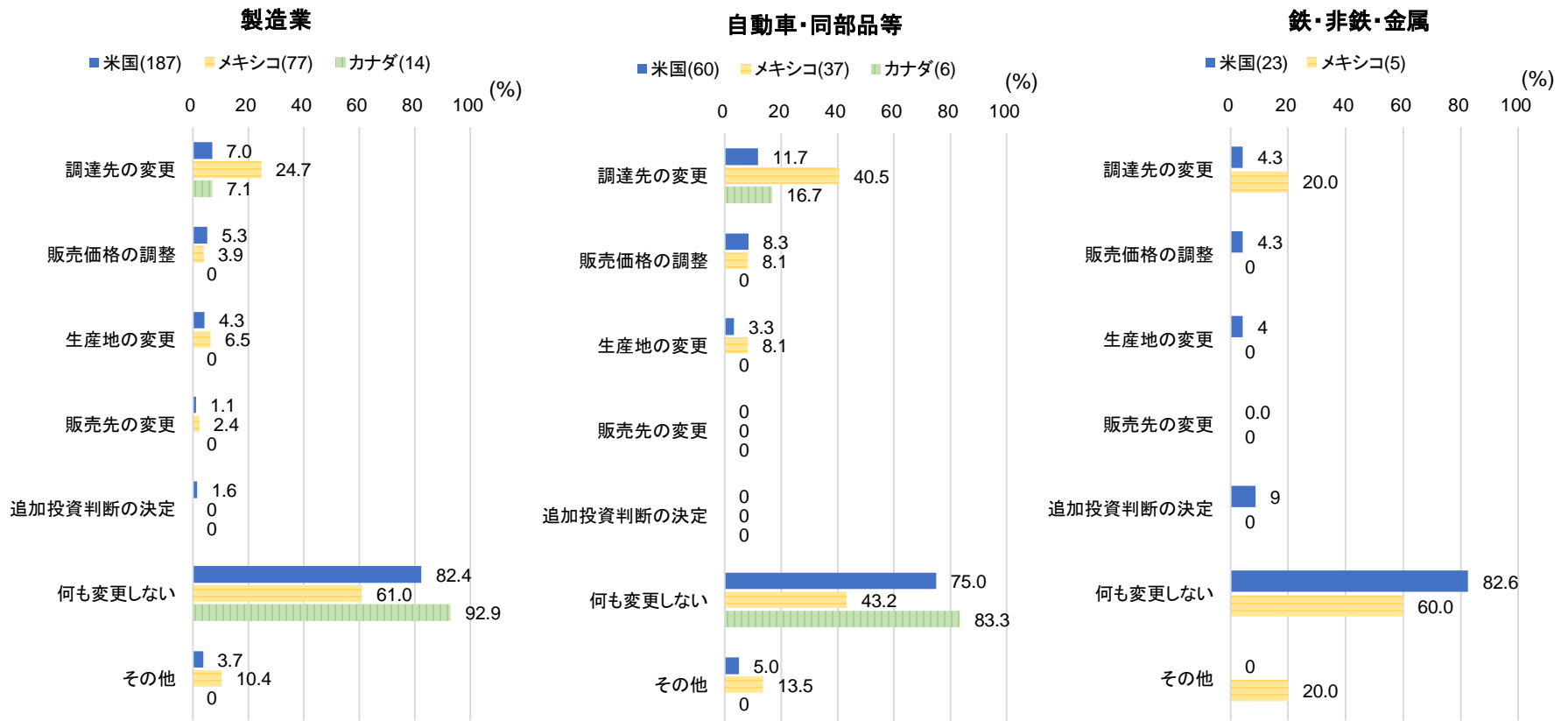
鉄・非鉄・金属



6. USMCAの3カ国での対応策：調達先の変更はメキシコで24.7%

USMCAへの対応策について、メキシコ、カナダの調査結果と比較したところ、製造業では「何も変更しない」（カナダ92.9%、米国82.4%、メキシコ61.0%）が約6～9割を占めるが、「調達先の変更」はメキシコ（24.7%）が高く、「生産地の変更」はメキシコ（6.5%）と米国（4.3%）が高かった。業種別でみると、調達先の変更はメキシコの自動車・同部品等（40.5%）や鉄・非鉄・金属（20.0%）が高く、「販売価格の調整」は米国の自動車・同部品等（8.3%）、メキシコの自動車・同部品等（8.1%）が高かった。

USMCAへの対応策（米国、メキシコ、カナダ、複数回答）



JETRO

Japan External Trade Organization

—カナダ編—
(第31回調査)

本年度調査の実施概要

調査目的

カナダに進出する日系企業の経営状況、現地でのビジネス環境の変化などについて把握し、日本企業の海外事業戦略立案や関係機関の施策立案に資することを目的とする。

実施時期

2020年9月10～30日

有効回答率

83.1%
(回答企業数 147社/177社)

調査対象

在カナダ日系企業（製造業・非製造業）のうち、直接出資および間接出資を含めて、日本の親会社の出資比率が10%以上の企業が対象。

備考

本調査は1989年より実施しており、今回は31回目となる（2004年は実施せず）。

回答企業数の業種別・地域別内訳

(単位:社、%)

		企業数	構成比		
全業種		147	100		
業種別					
製造業	企業数	構成比	非製造業	企業数	構成比
自動車等部品	14	9.5	商社・卸売業	22	15.0
食料品	7	4.8	販売会社	19	12.9
一般機械	6	4.1	情報通信業	11	7.5
鉄・非鉄・金属	6	4.1	鉱業・エネルギー	9	6.1
プラスチック製品	5	3.4	旅行・娯楽業	8	5.4
精密・医療機器	3	2.0	運輸業	4	2.7
ゴム・窯業・土石	2	1.4	金融・保険業	2	1.4
化学・医薬	2	1.4	事業関連サービス	2	1.4
電気・電子機器	2	1.4	小売業	2	1.4
自動車等	2	1.4	不動産・賃貸業	2	1.4
鉄道・運搬車両等	1	0.7	教育・医療	1	0.7
鉄道・運搬車両等部品	1	0.7	建設業	1	0.7
その他製造業	8	5.4	その他非製造業	5	3.4
計	59	40.1	計	88	59.9

(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(注2) アンケートに回答した企業が、各設問すべてに回答したわけではない。回答比率は、各設問の回答者数を基数として算出した。

(注3) 次ページ以降の図表中、特に記載のない場合、()内数値は回答企業数を示す。

(注4) 各選択肢の回答企業数の分母が一定数に満たない業種や選択肢は対象から外した。

回答企業および主要工場の内訳、設立年、拠点数、工場数

回答企業および主要工場の所在州内訳

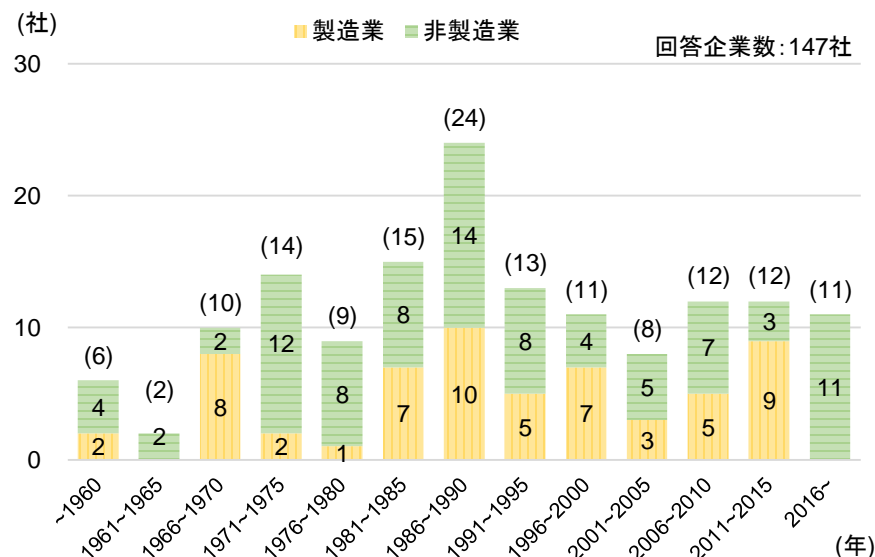
回答企業数	回答企業の所在州			主要工場の所在州
	製造業	非製造業	全業種	全業種
回答企業数	147			51
州	製造業	非製造業	全業種	全業種
オンタリオ	46	43	89	42
ブリティッシュ・コロンビア	6	29	35	11
アルバータ	2	9	11	4
ケベック	3	6	9	8
マニトバ	1	0	1	0
サスカチュワン	1	0	1	3
ノバスコシア	0	1	1	0
計	59	88	147	68

(注) 主要工場は1企業につき最大4カ所までの回答を集計。

回答企業の拠点数の内訳

回答企業数	109			拠点数
	企業数(社)			
拠点数	製造業	非製造業	全業種	総計
拠点なし	0	2	2	0
1	30	30	60	60
2	15	7	22	44
3	3	12	15	45
4	1	0	1	4
5	0	2	2	10
6~10	0	3	3	22
11以上	0	4	4	85
計	49	60	109	270

回答企業の設立年



(注) () は全業種(製造業と非製造業を合わせた)回答企業数を示す。

回答企業の工場数の内訳

回答企業数	78			工場数
	企業数(社)			
工場数	製造業	非製造業	全業種	総計
工場なし	6	29	35	0
1	31	3	34	34
2	6	1	7	14
3以上	1	1	2	10
計	44	34	78	58

従業員数・日本からの派遣者数:それぞれ1社あたりの中央値は56人、1人

回答企業147社の総従業員数は3万2,307人で、1社あたり従業員数の平均値は220人、中央値は56人となった。産業別でみると、製造業では「51～100人」が27.1%(16社)を占め、中央値は75人だった。非製造業では「10人以下」が29.5%(26社)で最も高く、中央値は33人だった。回答企業143社の日本からの派遣者(駐在員)総数は332人で、1社あたり平均値は2人、中央値は1人となった。産業別でみると、製造業では「1人」が23.7%(11社)を占め、中央値は2人だった。非製造業は「1人」が35.2%(31社)で最も多く、中央値は1人だった。

従業員数の平均値と中央値

(単位:人)

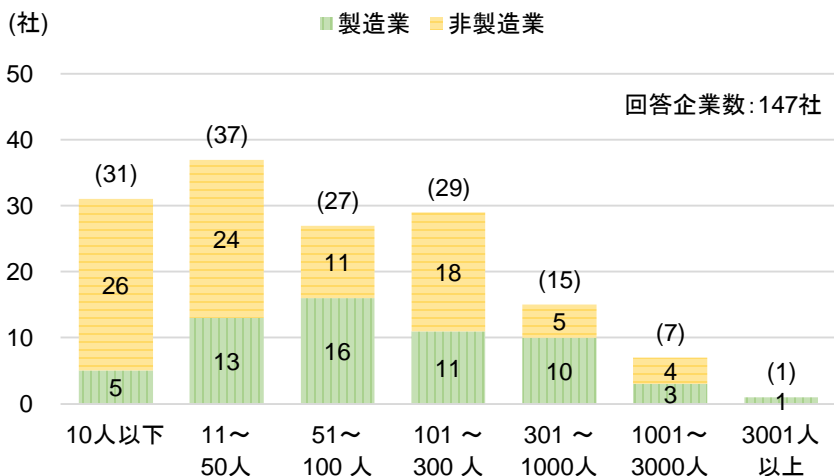
	総従業員数	平均値	中央値
全業種(147)	32,307	220	56
製造業(59)	16,992	288	75
非製造業(88)	15,315	174	33

日本からの派遣者数の平均値と中央値

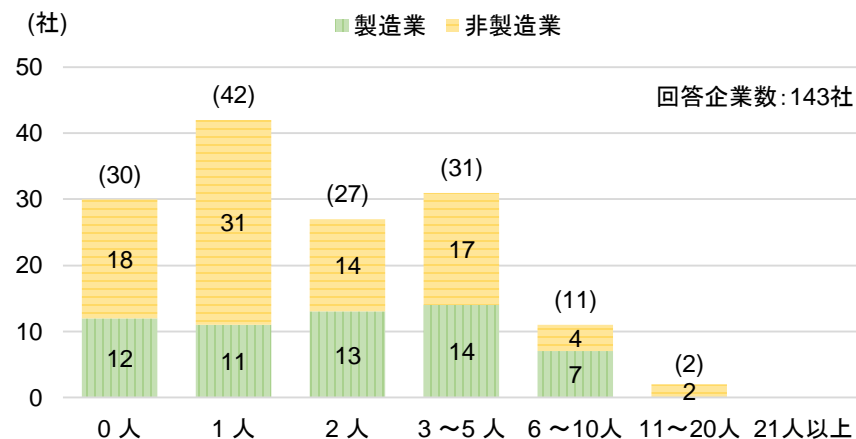
(単位:人)

	総派遣者数	平均値	中央値
全業種(143)	332	2	1
製造業(57)	143	3	2
非製造業(86)	189	2	1

産業別の従業員数内訳



産業別の日本からの派遣者数内訳

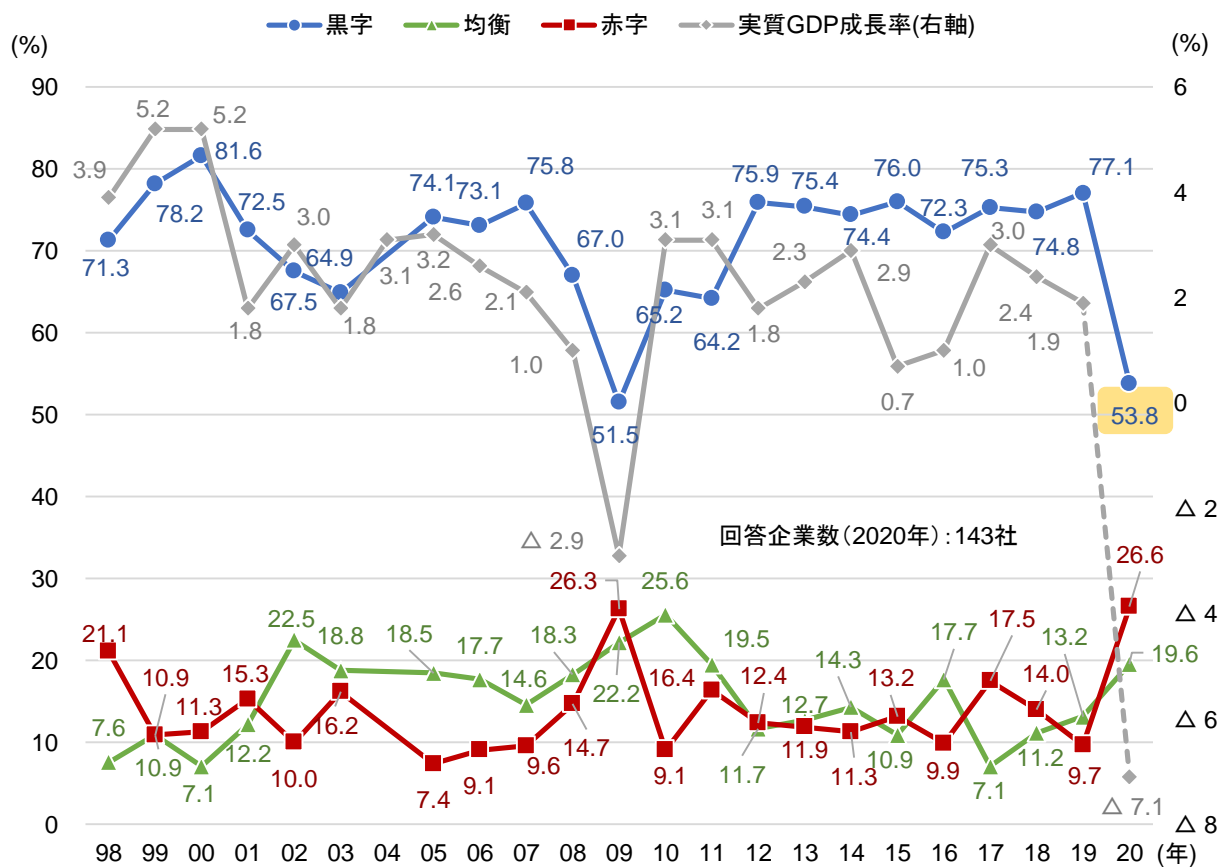


(注) ()は全業種(製造業と非製造業を合わせた)回答企業数を示す。

1. 2020年営業利益見込み：黒字見込みは53.8%、11年ぶりに6割切る

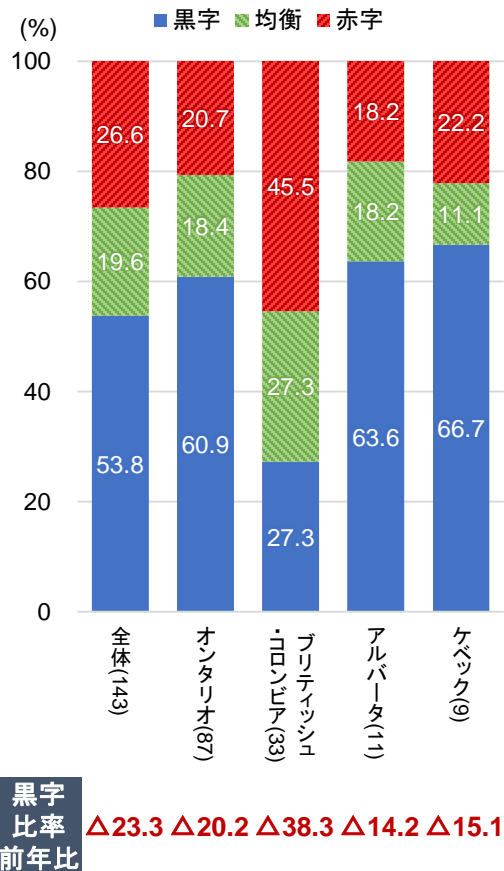
2020年は回答企業の53.8%が営業利益の黒字を見込む。前年(77.1%)から23.3ポイント減少し、大幅に悪化。黒字見込みが6割を切るのは、2009年度調査(51.5%)以来11年ぶりとなる。産業別では製造業が61.4%、非製造業が48.8%となった。地域別ではケベック州の黒字見込みは66.7%と7割近いが、旅行・娯楽業や鉱業・エネルギー業が集積するブリティッシュ・コロンビア州の黒字見込みは27.3%にとどまった。

営業利益見込みとカナダの実質GDP成長率



(注) 2020年の実質GDP成長率はIMFの予測(2020年10月発表)。2004年は調査を実施せず。

2020年の営業利益見込み(地域別)



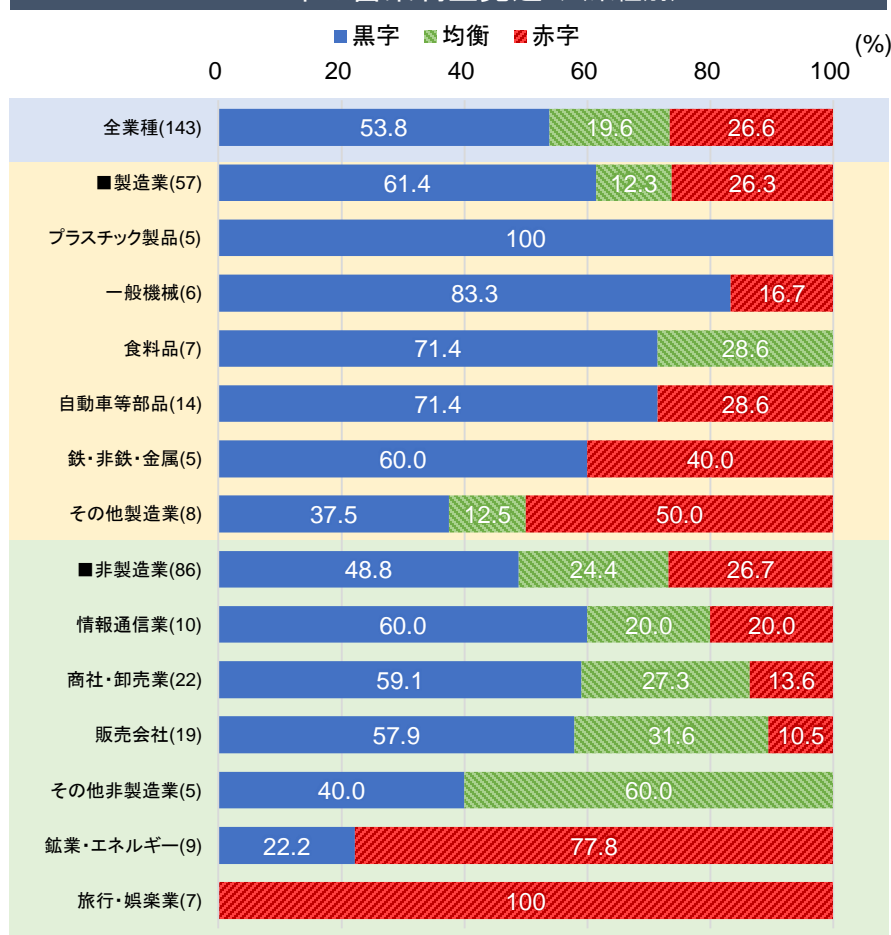
黒字比率前年比

△23.3 △20.2 △38.3 △14.2 △15.1

1. 2020年営業利益見込み(業種別): 旅行・娯楽業、鉱業・エネルギーが低調

2020年の営業利益見込みを業種別でみると、製造業では、プラスチック製品(100%)や一般機械(83.3%)などで黒字の回答比率が高く好調だった。非製造業では情報通信業(60.0%)や商社・卸売業(59.1%)では6割となったが、旅行・娯楽業は0%、鉱業・エネルギー業は22.2%と低調だった。

2020年の営業利益見込み(業種別)



(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

営業利益見込みに影響した要因(自由記述)

<黒字企業>

- ・ 新型コロナによる工場閉鎖のため、大幅に生産が減少したが、工場再開後、生産台数が増加したため、ある程度のロスはカバーした【自動車等部品】
- ・ 昨年受注、今年出荷の未納残が豊富にあった事。新型コロナで人員削減など、生産に支障をきたしたが、エッセンシャルビジネスとして最低限の操業を維持できたこと【鉄・非鉄・金属】
- ・ 新型コロナに起因するステイケーションによりロックダウン後のアウトドア需要で販売は急伸した【運搬車両等】
- ・ 新型コロナ下においても安定した教育ビジネス市場【情報通信業】
- ・ 安価な電力代、原料価格の安定等【商社・卸売業】
- ・ カナダ緊急貸金助成制度(CEWS)の受給【販売会社】
- ・ PPE、プロジェクト貨物等輸送の増加、新型コロナによる出張旅費、交際接待費(間接原価・直接原価)の大幅な減少等【運輸業】

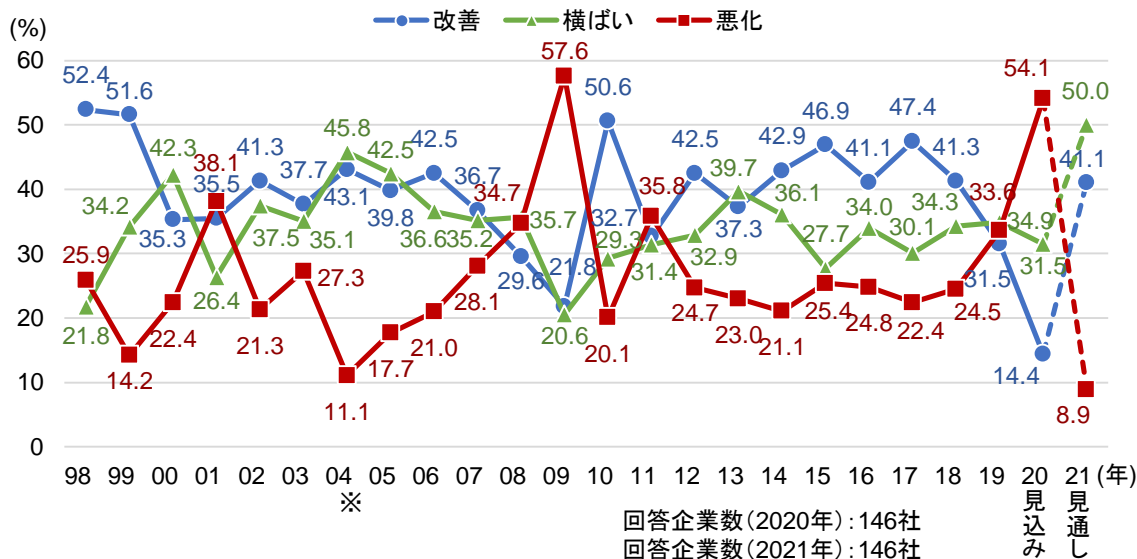
<赤字企業>

- ・ 新型コロナによる工場の生産停止期間、および事業再編に伴う生産量の低下【自動車等部品】
- ・ 木材市況価格高騰【その他製造業】
- ・ 石炭の価格低下、新型コロナの影響で予定通りの販売量が確保できていないため【その他製造業】
- ・ 新型コロナにおけるカナダ、日本両国の渡航規制および自己隔離措置【旅行・娯楽業】
- ・ 油価下落【鉱業・エネルギー】
- ・ 北米マーケット内における日本向け価格の競争力低下。日本国内での北米産製品・原木需要の減退【商社・卸売業】
- ・ 新型コロナによる店舗休業と客数減少【販売会社】
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大により、日本からの駐在員、研究者、医師等の渡航、着任が大幅に遅延していること【不動産・賃貸業】

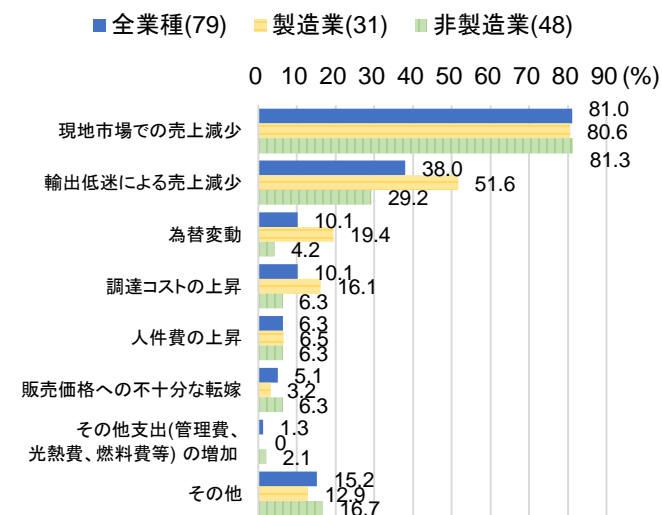
1. 景況感DI: $\Delta 39.7$ と前年から大幅に悪化、2021年の見通しは上向き

2020年の景況感を示すDI(改善－悪化)は $\Delta 39.7$ となり、前年から37.6ポイント悪化した。2020年の営業利益見込みが「悪化する」と回答した割合は54.1%で前年(33.6%)から20.5ポイント上昇し、「改善する」との回答は14.4%で前年(31.5%)から17.1ポイント減少した。悪化の主因は、「現地市場での売上減少」が59.6%を占めた。2021年の景況感を占うDIは32.2で、営業利益の「悪化」を見込む企業は8.9%に減少している。

前年と比較した営業利益の変化

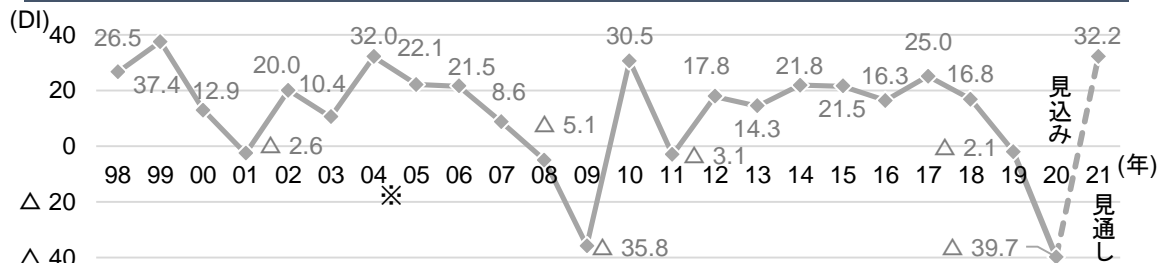


2020年の営業利益が悪化する理由(複数回答)



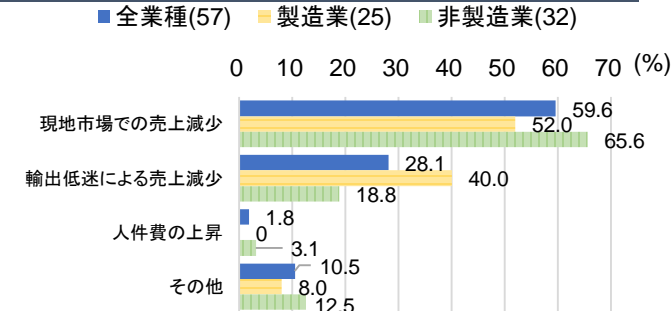
(注) 上位項目のみ掲載。

景況感DIの推移



※2004年は調査を実施しなかったため、2003年調査時点の見通しの数値。

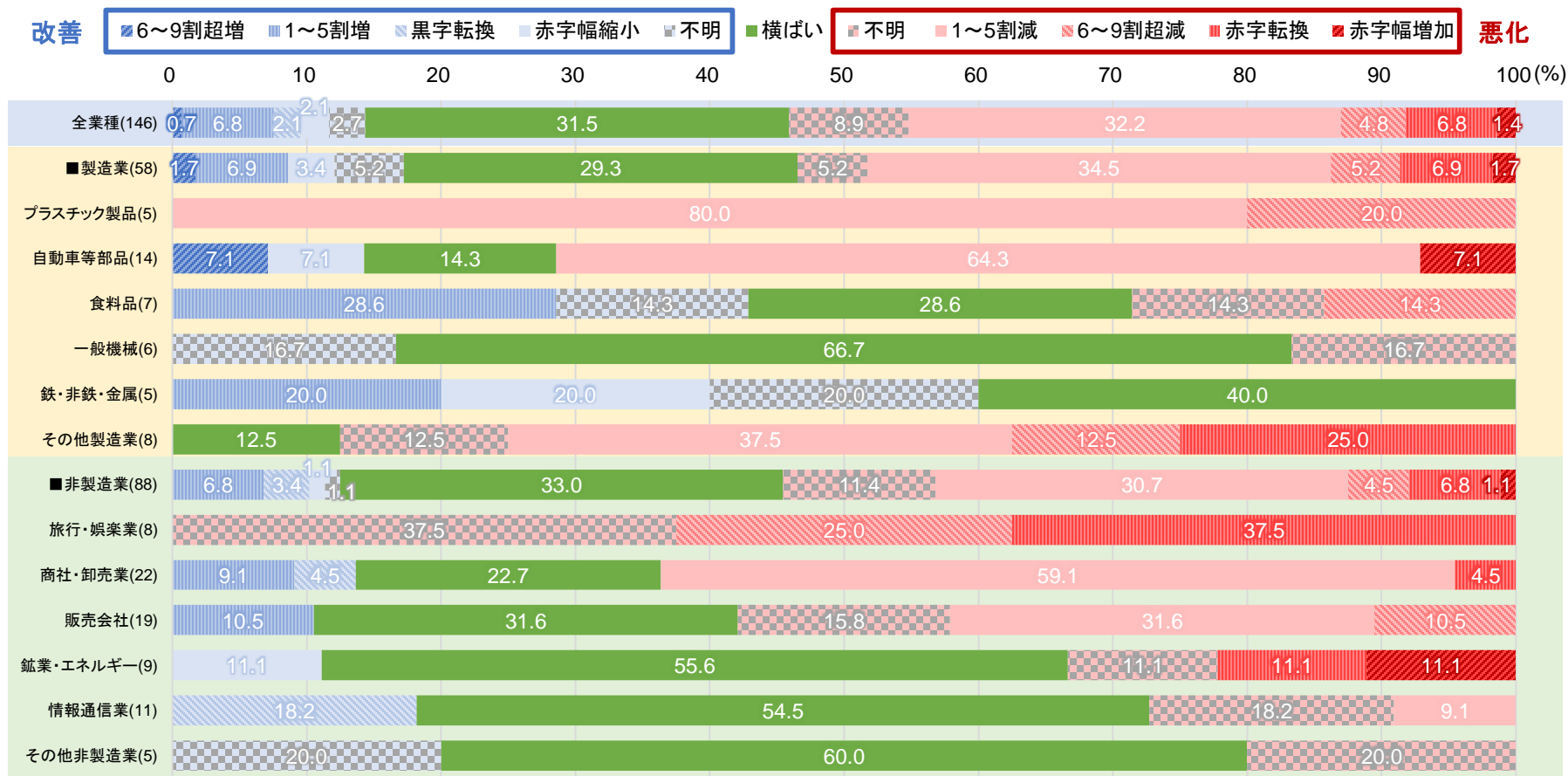
2020年の営業利益が悪化する理由(主因)



1. 2020年営業利益見込み：前年比増減幅は「1～5割減」が全体の約3割

2020年の営業利益見込みの前年比増減幅は、「1～5割減」が32.2%を占め、横ばいが31.5%と続いた。業種別でみると、製造業では、プラスチック製品は全企業が営業利益見込み「悪化」となり、増減幅は「1～5割減」が80.0%、「6～9割超減」が20.0%だった。非製造業でも、旅行・娯楽業は全企業が営業利益見込み「悪化」となり、増減幅は「赤字転換」が37.5%、「6～9割超減」が25.0%を占めた。

2020年の営業利益見込みの前年比増減幅(業種別)

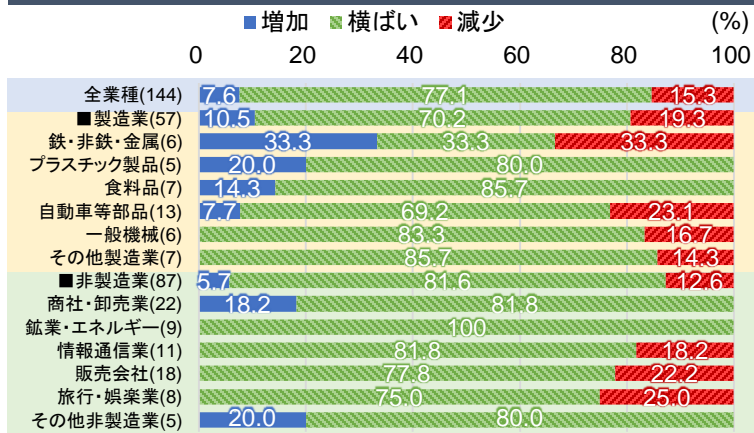


(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

2. 日本からの派遣者数の変化:「横ばい」は過去1年間、今後の予定ともに8割弱

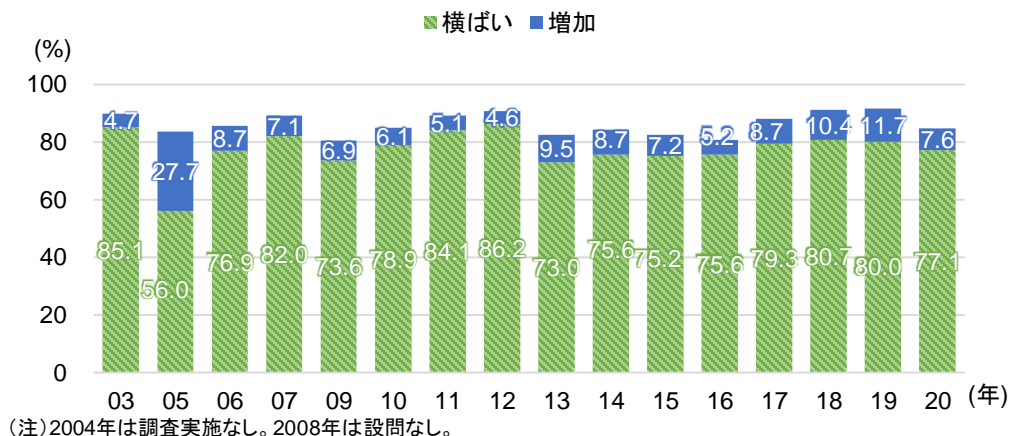
過去1年間の日本からの派遣者(駐在員)数の変化は、「横ばい」と回答した企業は77.1%を占め、「減少」した企業は15.3%に達した。業種別でみると、鉄・非鉄・金属は駐在員数の「増加」「横ばい」「減少」ともに33.3%だった。今後の予定についても、「横ばい」の割合は全業種で77.3%を占め、「減少」は14.9%となった。

日本からの派遣者数の変化(過去1年間の変化)



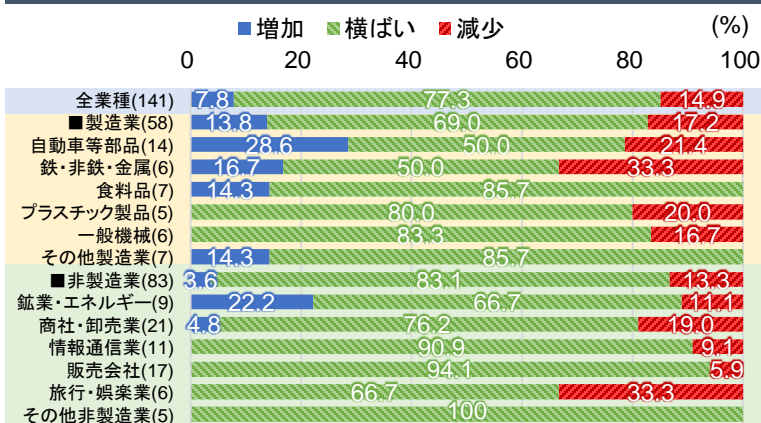
(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

日本からの派遣者数の変化の推移(過去1年間の変化)



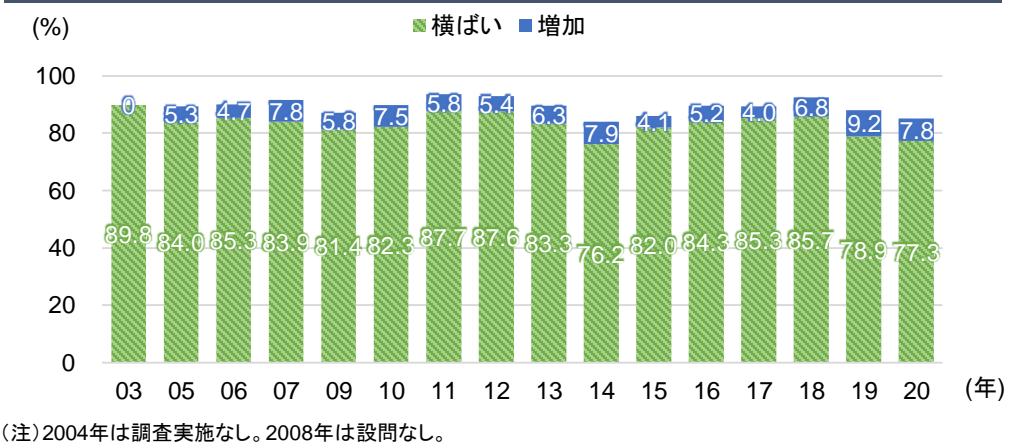
(注)2004年は調査実施なし。2008年は設問なし。

日本からの派遣者数の変化(今後の予定)



(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

日本からの派遣者数の変化の推移(今後の予定)

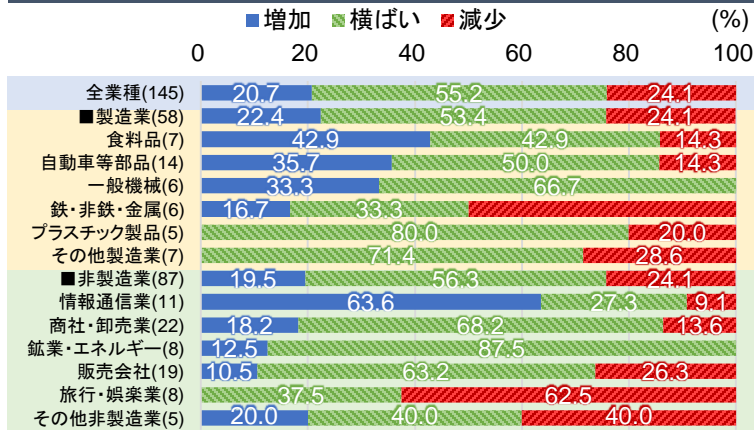


(注)2004年は調査実施なし。2008年は設問なし。

2. 現地従業員数の変化：過去1年間に「増加」は2割にとどまる

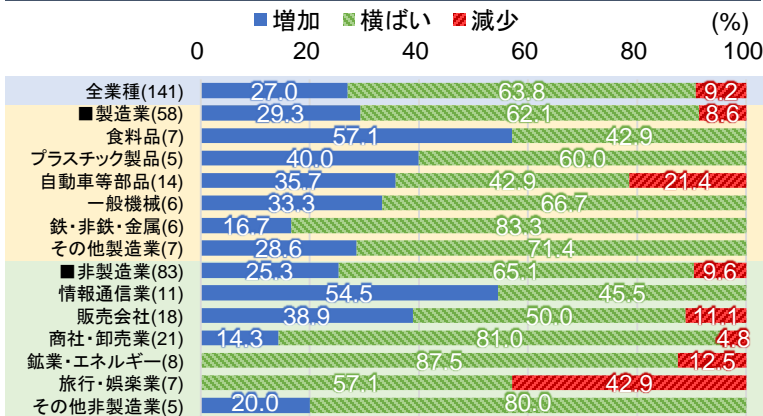
過去1年間に現地従業員数を「増加」した割合は20.7%と前年(28.8%)より8.1ポイント減少した。産業別にみると、「増加」した割合は製造業で22.4%、非製造業は19.5%だった。今後の予定については、「増加」するとした割合は27.0%と前年(31.5%)から4.5ポイント減少した。

現地従業員数の変化(過去1年間の変化)



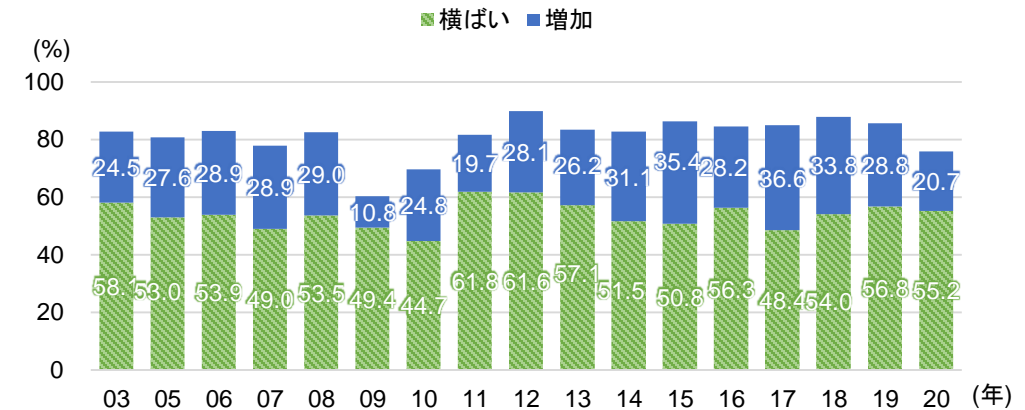
(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

現地従業員数の変化(今後の予定)



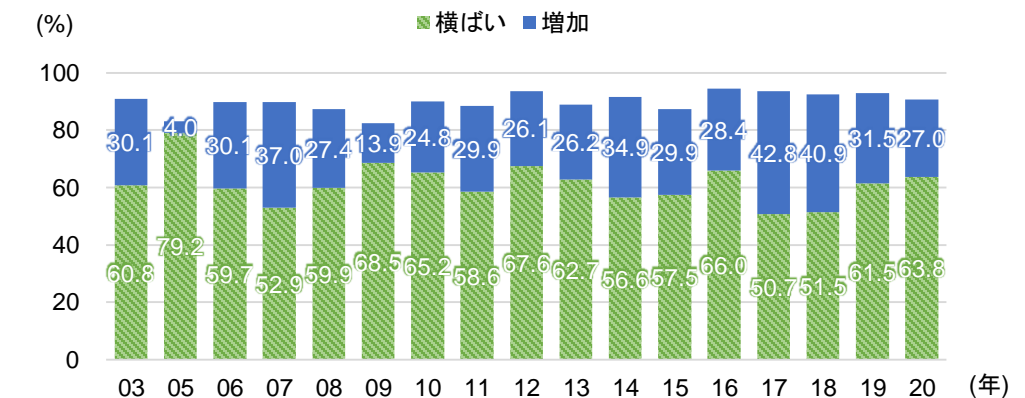
(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

現地従業員数の変化の推移(過去1年間の変化)



(注)2004年は調査実施なし。

現地従業員数の変化の推移(今後の予定)

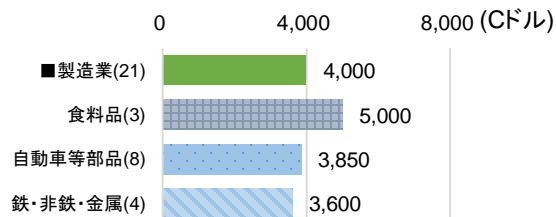


(注)2004年は調査実施なし。

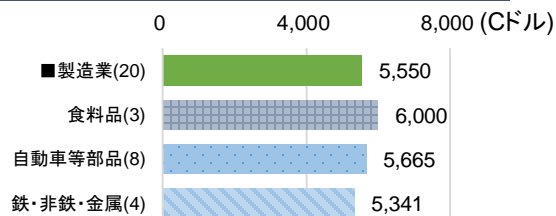
2. 賃金(基本給月額):職種別中央値は4,000~7,500カナダ・ドル

工場などの職種別の基本給月額の中央値は、オペレーター4,000カナダ・ドル(Cドル)、メカニカル・エンジニア5,550Cドル、プロダクション・マネージャー7,500Cドルだった。事務職はジェネラル・クラーク4,119Cドル、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ6,700Cドルだった。オペレーターを除く全ての職種で前年を上回った。2020年度の昇給率の中央値(名目)は2.0%で、前年度(2.5%)から0.5ポイント低下した。2021年度も2.0%を見込む。

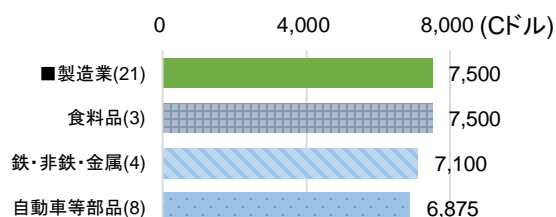
オペレーター



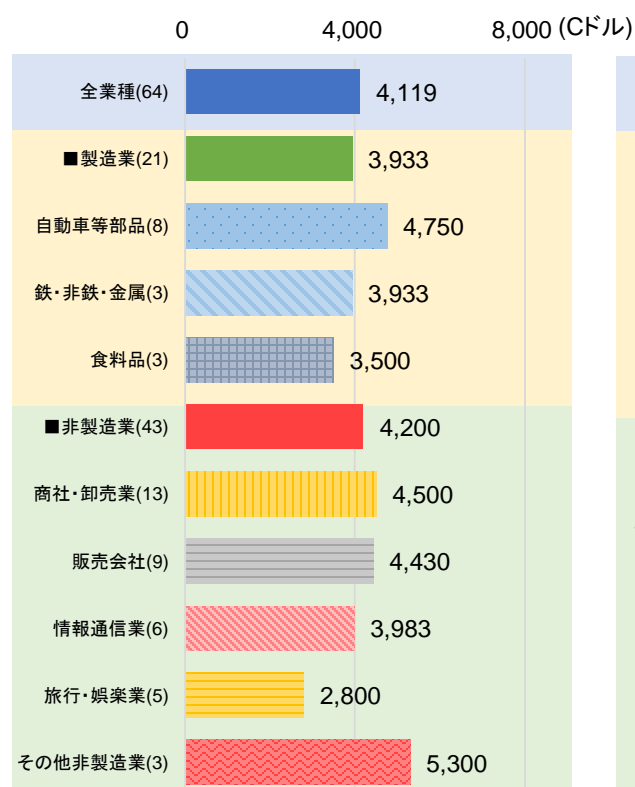
メカニカル・エンジニア



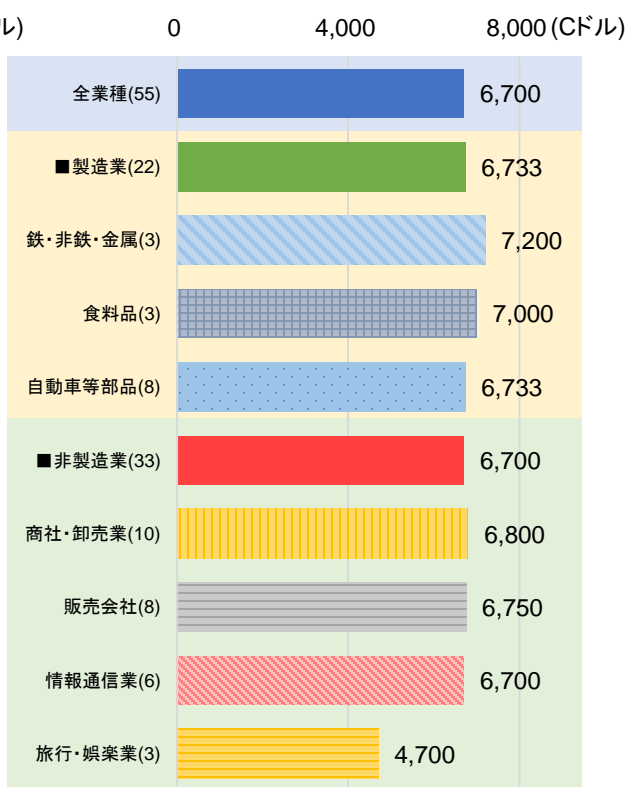
プロダクション・マネージャー



ジェネラル・クラーク



ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ



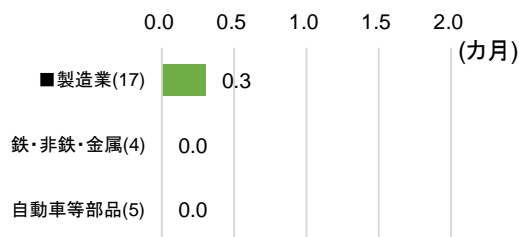
(注1) 製造業の企業はオペレーター(製造工程における機械の操作に従事する職種)、メカニカル・エンジニア(機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職)、プロダクション・マネージャー(生産管理部門の課長クラス)、ジェネラル・クラーク(一般事務職)、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ(総務部門の課長クラス)の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。

(注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載。

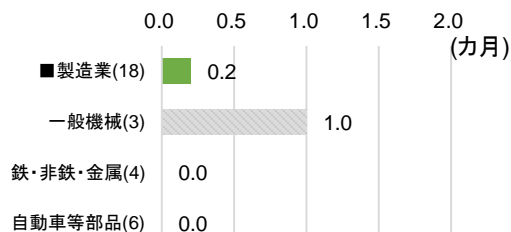
2. 賃金(年間賞与): 職種別中央値は0.2~1.0カ月

工場などの職種別の年間賞与の中央値は、オペレーターが0.3カ月で、メカニカル・エンジニアは0.2カ月、プロダクション・マネージャーは1.0カ月と、いずれも前年とほぼ同水準だった。事務職は、ジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフともに1.0カ月だった。

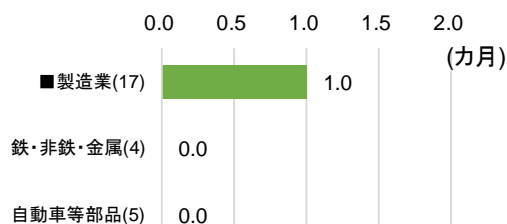
オペレーター



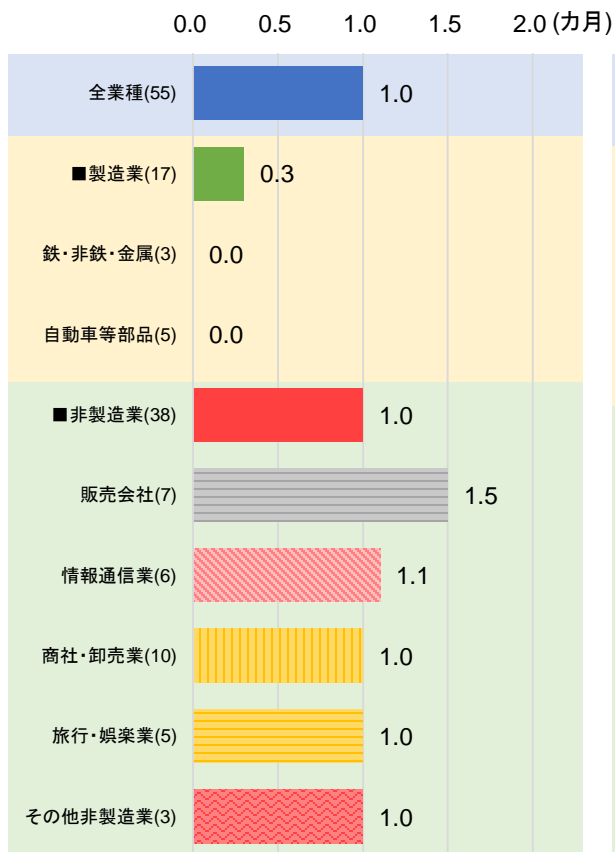
メカニカル・エンジニア



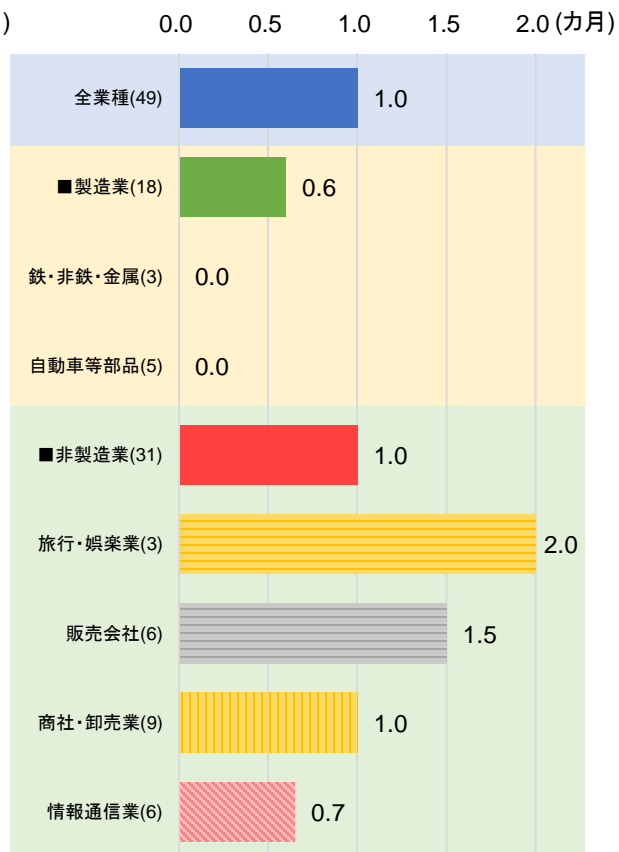
プロダクション・マネージャー



ジェネラル・クラーク



ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ



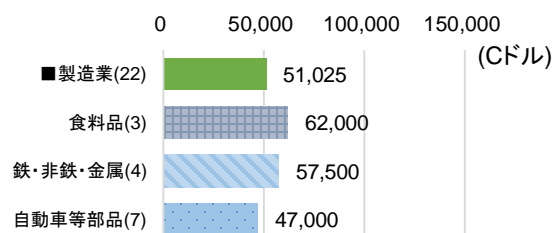
(注1) 製造業の企業はオペレーター(製造工程における機械の操作に従事する職種)、メカニカル・エンジニア(機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職)、プロダクション・マネージャー(生産管理部門の課長クラス)、ジェネラル・クラーク(一般事務職)、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ(総務部門の課長クラス)の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。

(注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載。

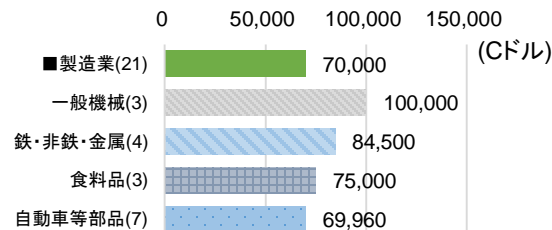
2. 賃金(年間実負担額): 職種別中央値は5万1,025~9万3,400ドル

工場などの職種別の年間実負担額の中央値は、オペレーターが5万1,025ドルと前年から増加したが、メカニカル・エンジニアは7万ドル、プロダクション・マネージャーは9万ドルといずれも減少した。事務職は、ジェネラル・クラークが5万6,850ドルで、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフは9万3,400ドルだった。

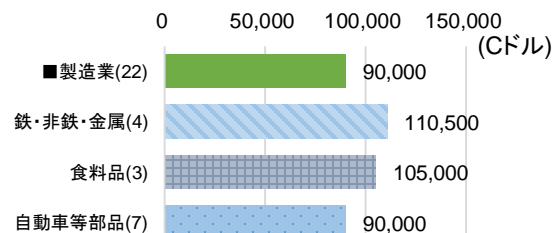
オペレーター



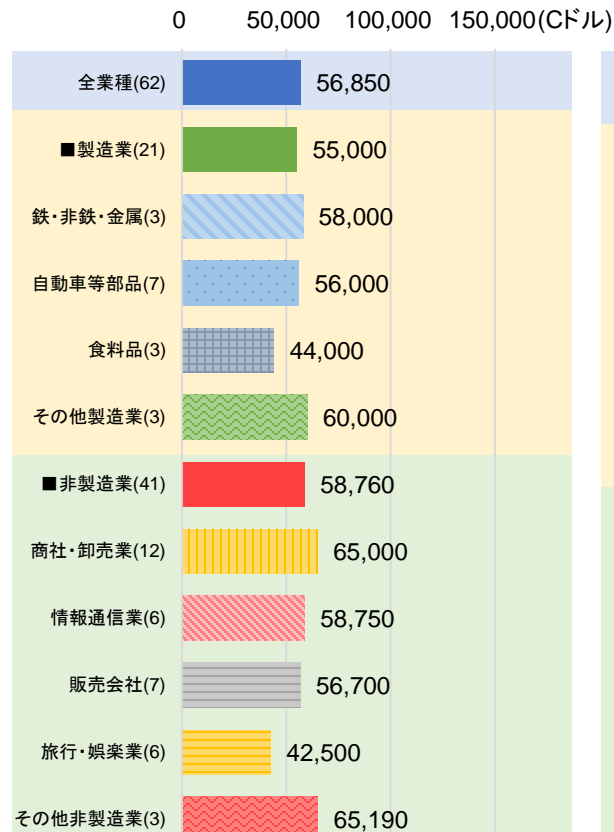
メカニカル・エンジニア



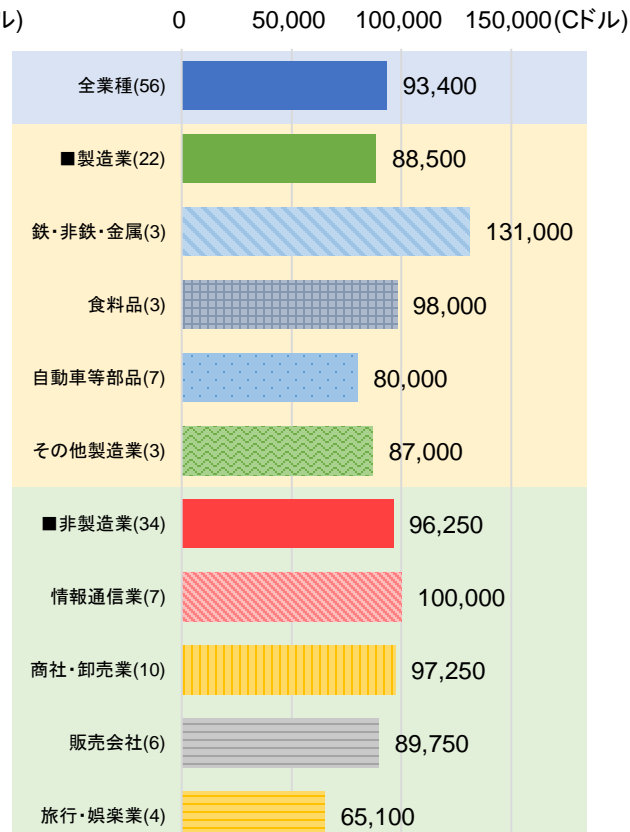
プロダクション・マネージャー



ジェネラル・クラーク



ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ



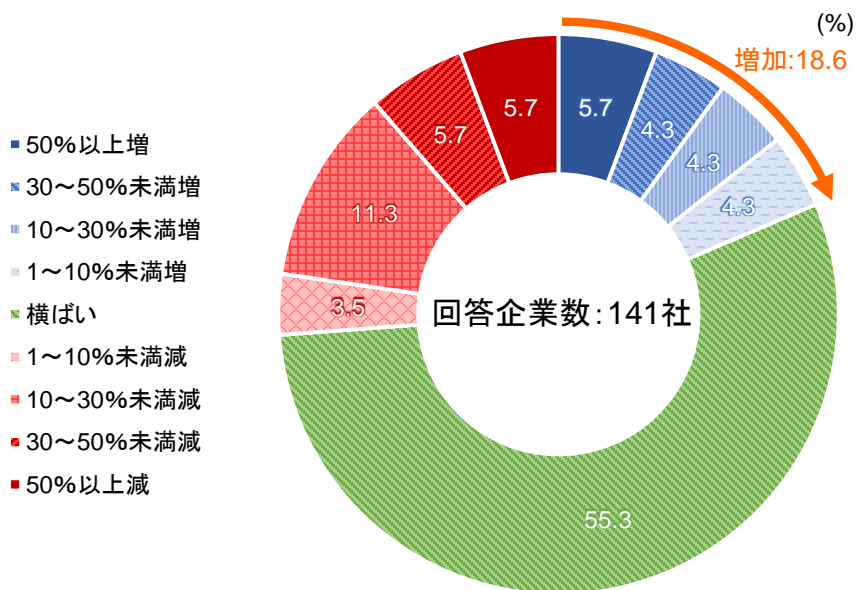
(注1) 製造業の企業はオペレーター(製造工程における機械の操作に従事する職種)、メカニカル・エンジニア(機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職)、プロダクション・マネージャー(生産管理部門の課長クラス)、ジェネラル・クラーク(一般事務職)、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ(総務部門の課長クラス)の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。

(注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載。

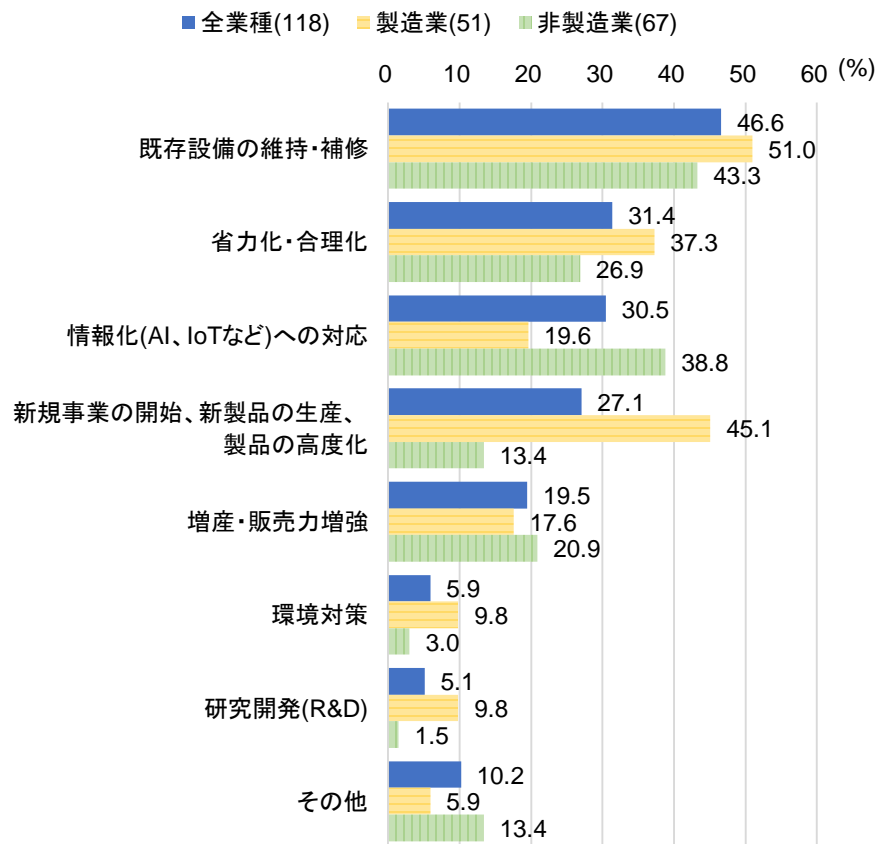
2. 設備投資：金額ベースで前年を上回る企業は約2割

2020年の設備投資は、金額ベースで前年を上回る企業は18.6%で前回調査(39.8%)から21.2ポイント減少した。設備投資の目的は、「既存設備の維持・補修」が46.6%を占めたほか、「省力化・合理化」が31.4%と前回(25.4%)から6.0ポイント増となった。産業別でみると、製造業では「新規事業の開始、新製品の生産、製品の高度化」が45.1%を占め、非製造業では「情報化(AI、IoTなど)への対応」が38.8%と高かった。2021年の設備投資を「増加」する見込みの割合は25.4%と投資増加を示唆している。

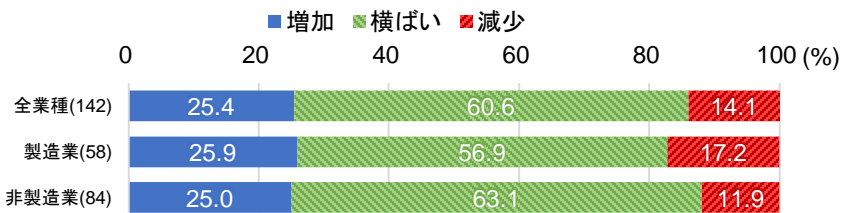
設備投資の変化



設備投資の目的(複数回答)



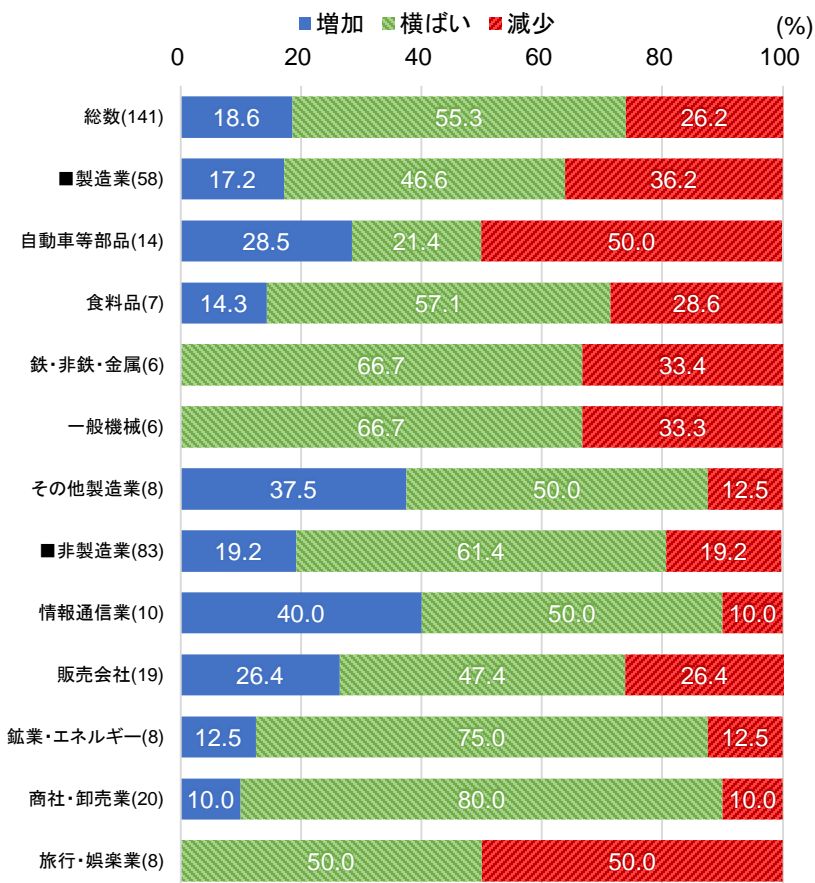
2021年以降の設備投資計画の見込み



2. 設備投資の変化(業種別):「増加」の割合は情報通信業で4割

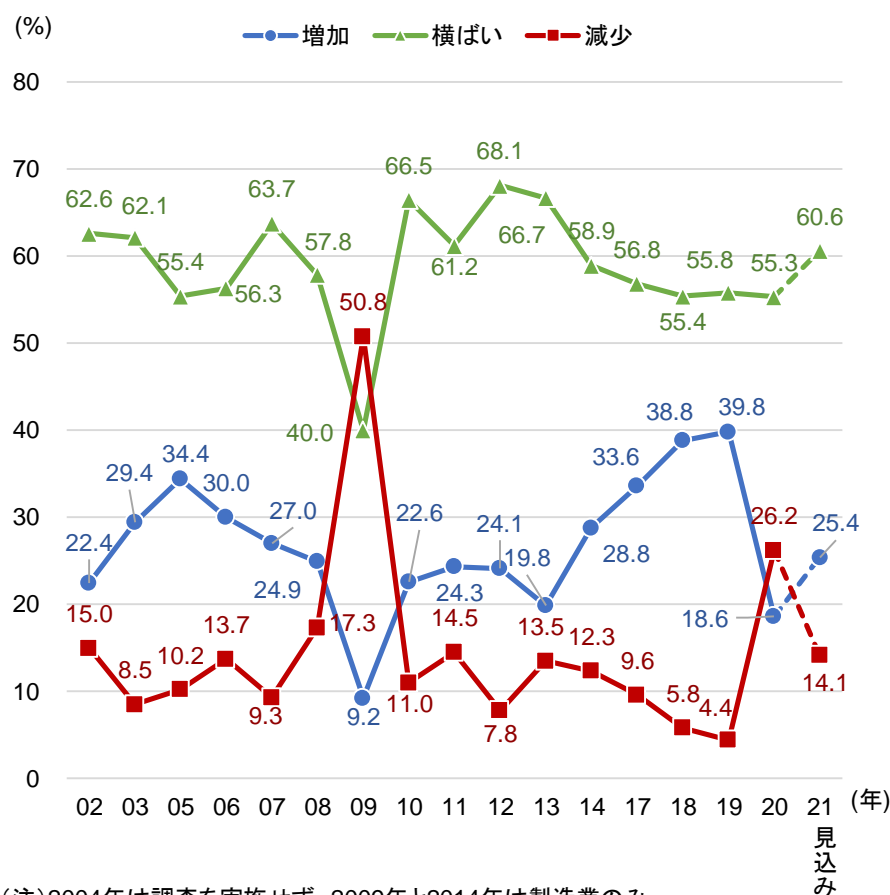
2020年の設備投資の変化を業種別で比較すると、情報通信業で前年から設備投資を「増加」した割合が4割に達し、その他製造業(37.5%)、自動車等部品(28.5%)などで高かった。設備投資を「増加」した企業の割合は、2017年以降、3割超で推移し、2019年は39.8%と2005年以来の高水準となったが、2020年は18.6%と大幅に減少した。

前年と比較した2020年の設備投資の変化(業種別)



(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

前年と比較した設備投資の変化の推移(2002~2021年見込み)

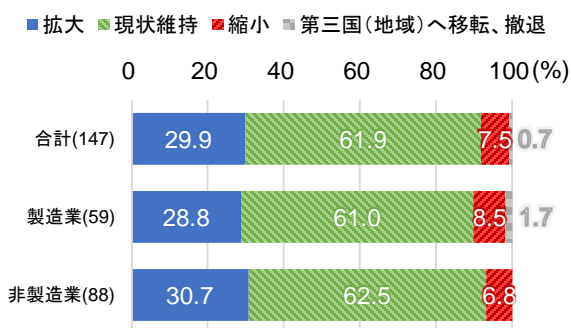


(注)2004年は調査を実施せず。2009年と2014年は製造業のみ。2015年および2016年は設問に含まれず。

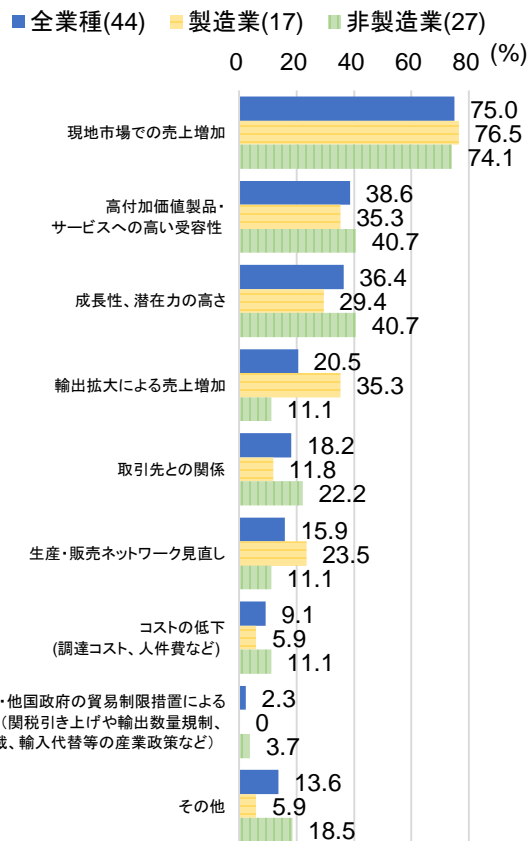
3. 今後の事業展開: 事業拡大は29.9%

今後1~2年の事業拡大を視野に入れる企業は29.9%で、前回(35.6%)から5.7ポイント減少した。産業別で見ると、製造業は28.8%と前回(36.2%)から7.4ポイント減少し、非製造業は30.7%で前回(35.1%)から4.4ポイント減少した。「拡大」の理由として「現地市場での売上増加」(75.0%)、「高付加価値製品・サービスへの高い受容性」(38.6%)、「成長性、潜在力の高さ」(36.4%)、具体的に拡大する機能として「販売機能」(56.8%)、「生産(高付加価値品)」(20.5%)が上位に挙げられた。

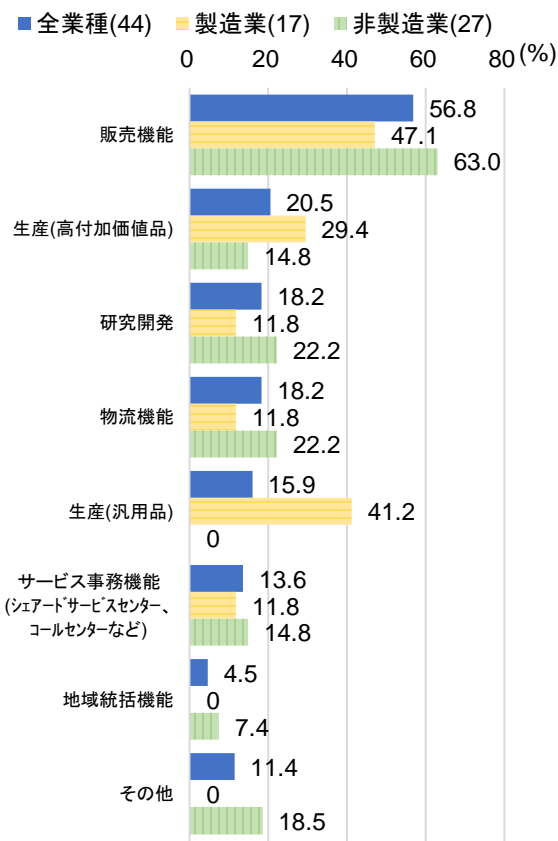
今後1~2年の事業展開の方向性



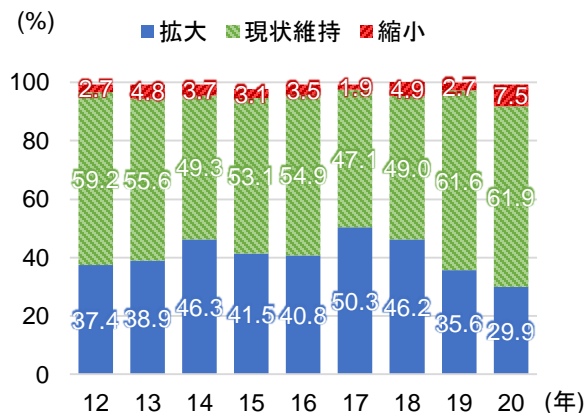
拡大する理由(複数回答)



具体的にどのような機能を拡大するか(複数回答)



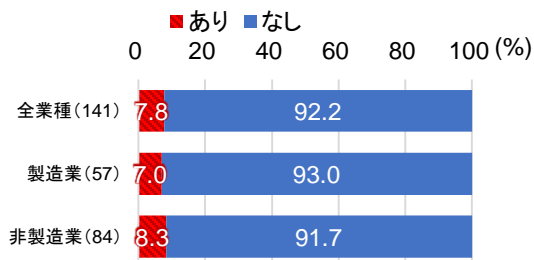
今後1~2年の事業展開の推移



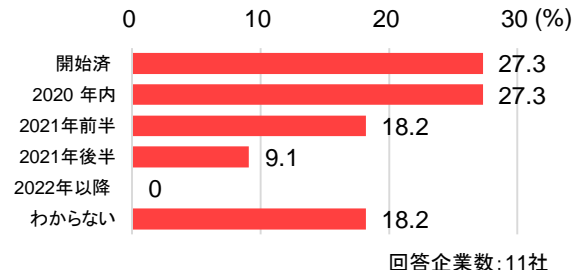
3. 調達先の見直し: 見直し予定ありは7.8%

調達先の見直しは「予定あり」が7.8%で、見直しの理由として「通商環境の変化」が54.5%、「新型コロナウイルス感染拡大」「その他」がそれぞれ36.4%となった。変更時期は、「開始済」「2020年内」が各27.3%、「2021年前半」、「2021年後半」、「わからない」が各18.2%と続いた。変更対象の調達先としては、中国、日本が上位に挙がり、変更後の調達先としてはカナダ、ASEAN、メキシコ、メキシコを除く中南米が挙げられた。

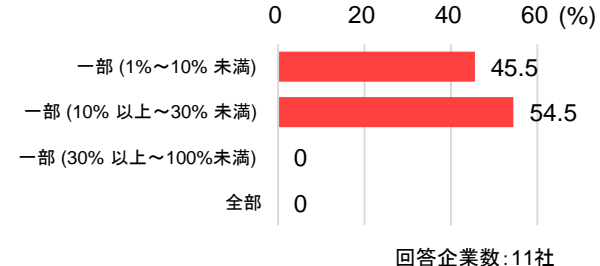
調達先見直しの有無



変更開始時期

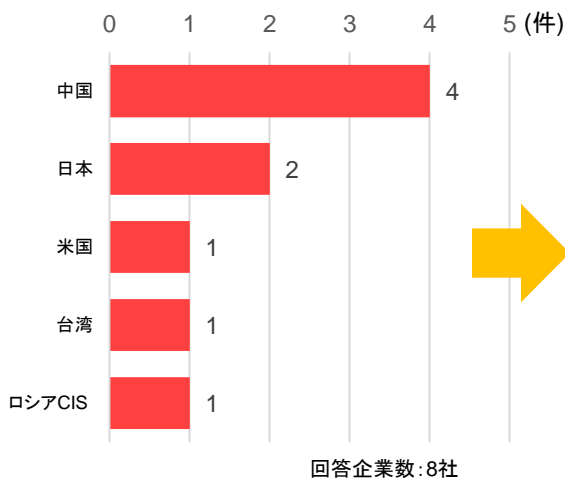


調達先見直しの規模

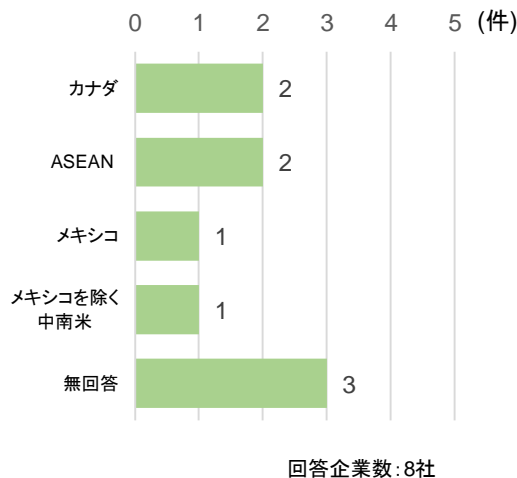


調達先の主な変化

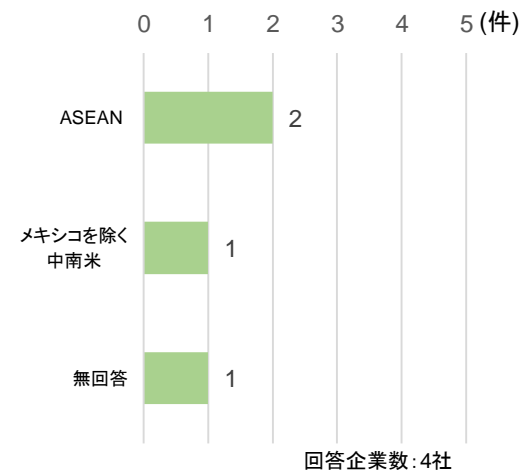
変更対象の調達先 (複数回答)



変更後の調達先 (複数回答)



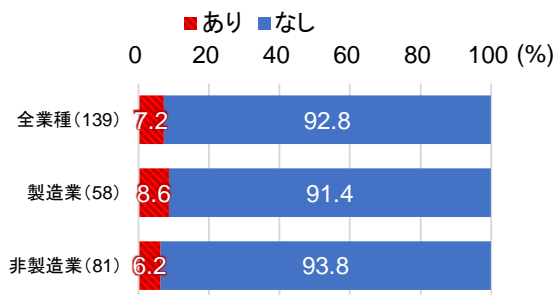
変更対象の調達先に中国を選んだ企業の変更後の調達先 (複数回答)



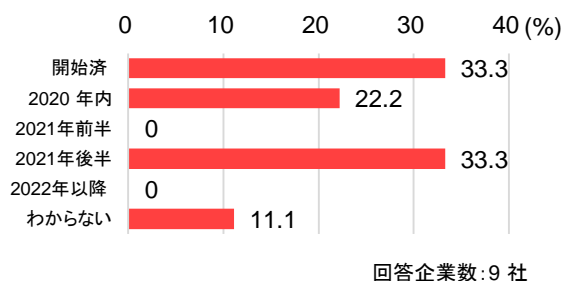
3. 生産地の見直し: 見直し予定ありは7.2%

生産地の見直しは「予定あり」が7.2%で、見直し理由として「通商環境の変化」が60.0%、次いで「新型コロナウイルス感染拡大」が50.0%となった。変更時期は「開始済」と「2021年後半」がそれぞれ33.3%だった。変更対象の生産地としては中国が多く、変更後の生産地はカナダ、メキシコ、ASEANが挙げられた。また、カナダの生産拠点閉鎖が1件となった。

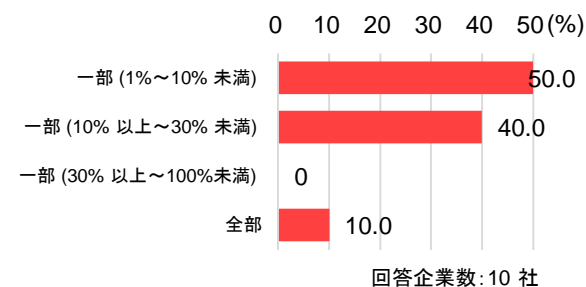
生産地見直しの有無



変更開始時期

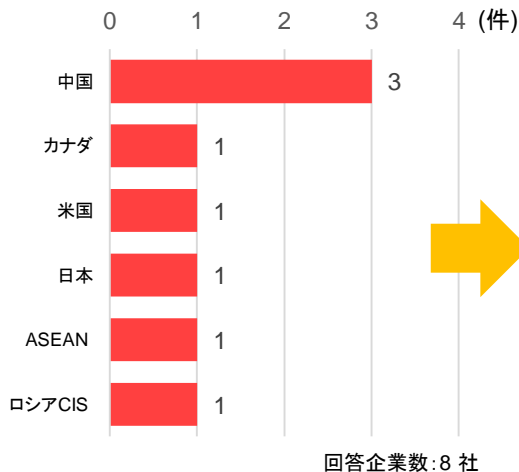


生産地見直しの規模

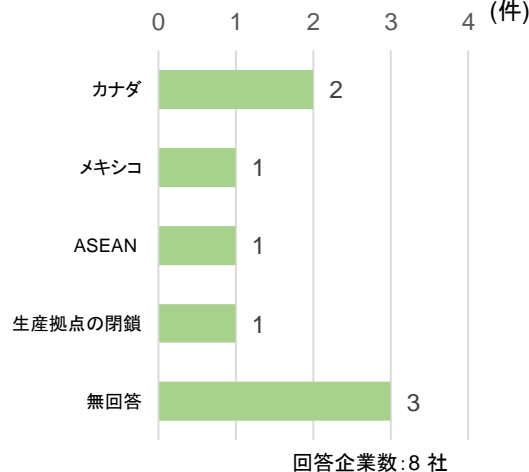


生産地の主な変化

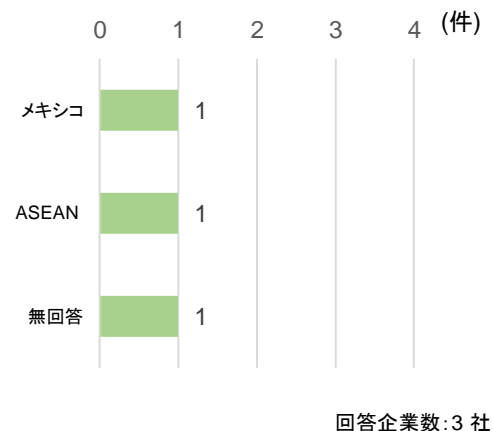
変更対象の生産地 (複数回答)



変更後の生産地 (複数回答)



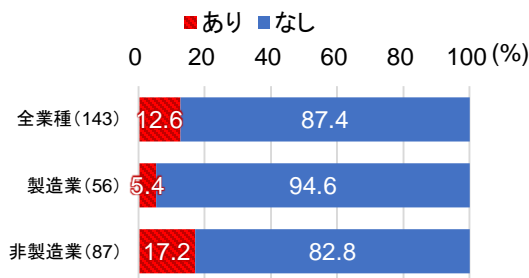
変更対象の生産地に中国を選んだ企業の変更後の生産地 (複数回答)



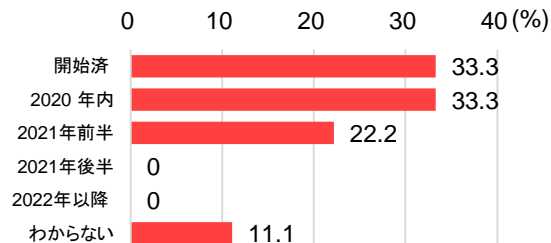
3. 販売先の見直し: 見直し予定ありは12.6%

販売先の見直しの「予定あり」は12.6%で、見直しの理由としては、「新型コロナウイルス感染拡大」が55.6%、「その他」が50.0%となった。変更時期については、「開始済」および「2020年内」がともに33.3%だった。変更対象の販売先としては、カナダ、日本、米国が上位に挙がり、変更後の販売先としては、カナダ、米国、その他が挙げられた。販売先をカナダに変更した6件のうち、4件は新たに販売を開始した。

販売先見直しの有無

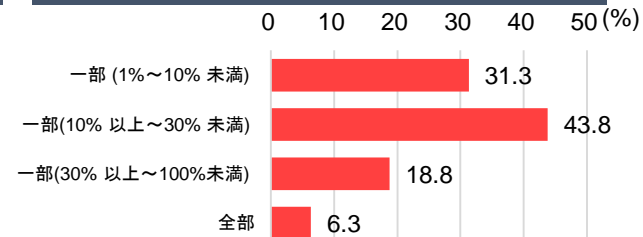


変更開始時期



回答企業数: 18社

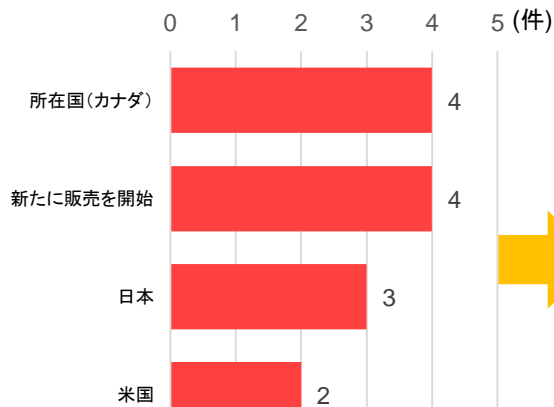
販売先見直しの規模



回答企業数: 16社

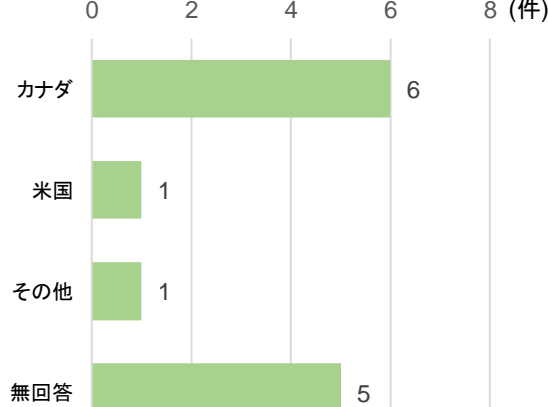
販売先の主な変化

変更対象の販売先 (複数回答)



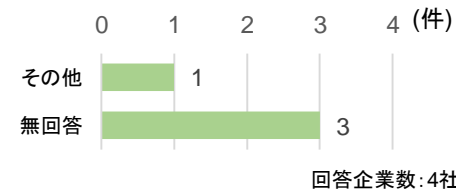
回答企業数: 8社

変更後の販売先 (複数回答)



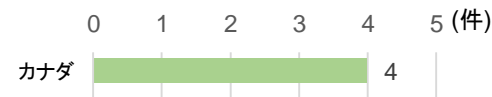
回答企業数: 8社

変更対象の販売先にカナダを選んだ企業の変更後の販売先 (複数回答)



回答企業数: 4社

新たに販売を開始を選んだ企業の変更後の販売先 (複数回答)

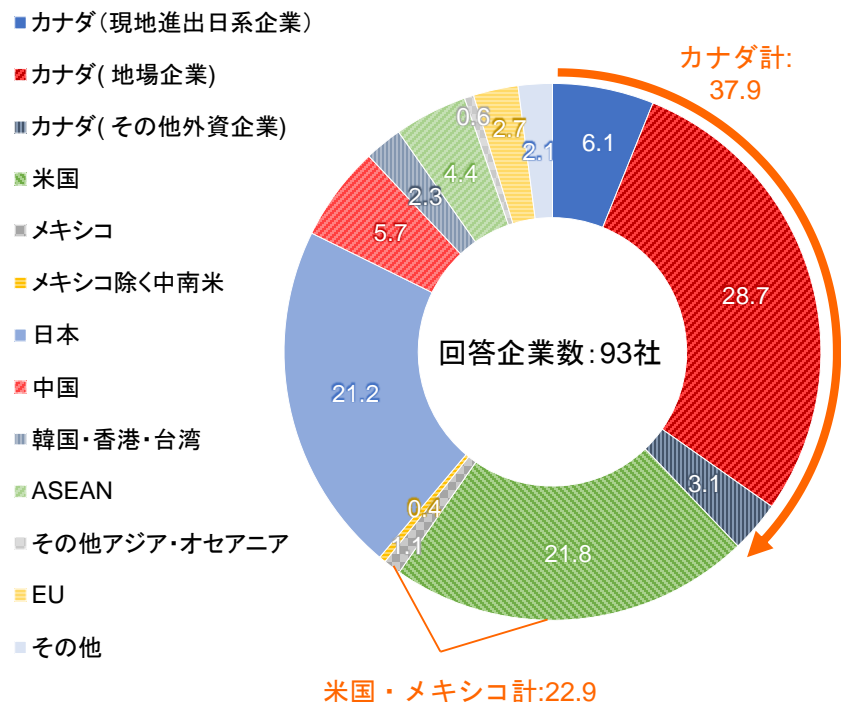


回答企業数: 2社

3. 調達：CUSMA(USMCA)域内の調達比率が増加、日本は減少

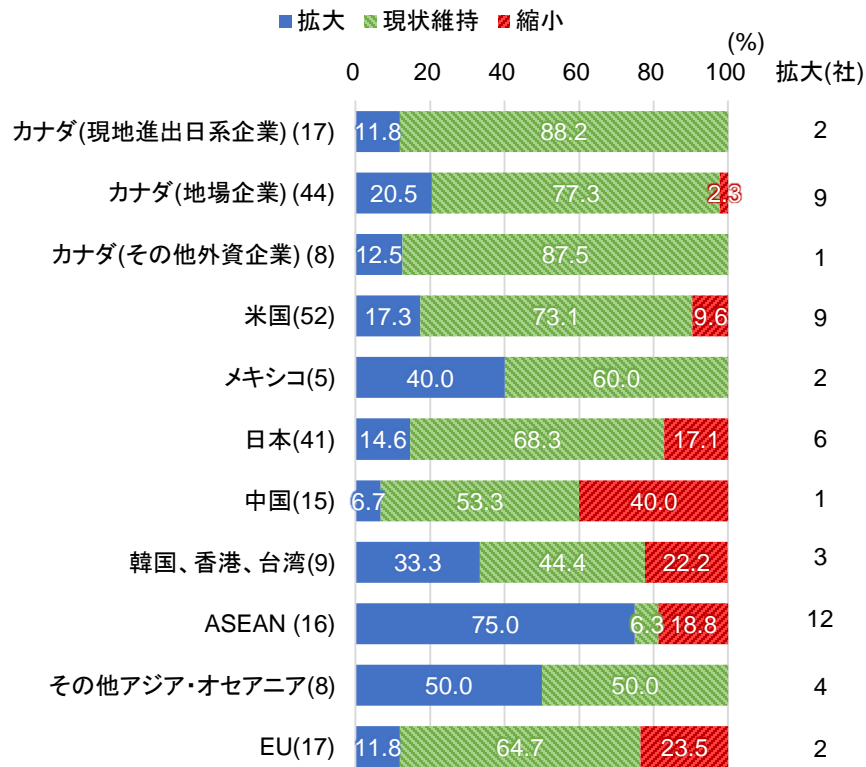
カナダ国内での調達比率は37.9%で前年(31.5%)から6.4ポイント上昇し、米国(21.8%)とメキシコ(1.1%)を合わせたCUSMA(USMCA)域内の調達比率は60.8%と、前年(56.1%)から4.7ポイント増加した。日本からは21.2%で前年(22.6%)から1.4ポイント減少し、中国は5.7%(前年8.2%)、ASEANは4.4%(同4.4%)、韓国・香港・台湾は2.3%(同4.3%)となった。今後の調達方針については、全体的に現状維持の傾向があるが、拡大する先としては、ASEANからの調達拡大を検討する企業が多かった。一方、中国やEU、韓国・香港・台湾からの調達については、縮小を検討する企業の割合が高かった。

原材料・部品の調達先(国・地域別)



(注)各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

原材料・部品の調達先についての今後の方針

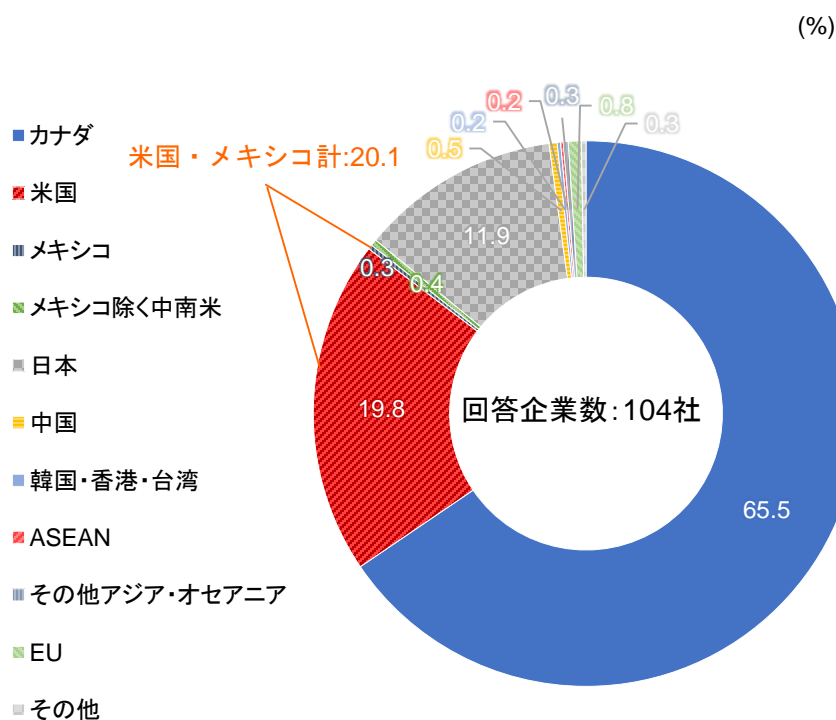


(注)有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

3. 販売：CUSMA向けは85.6%、日本向けは11.9%

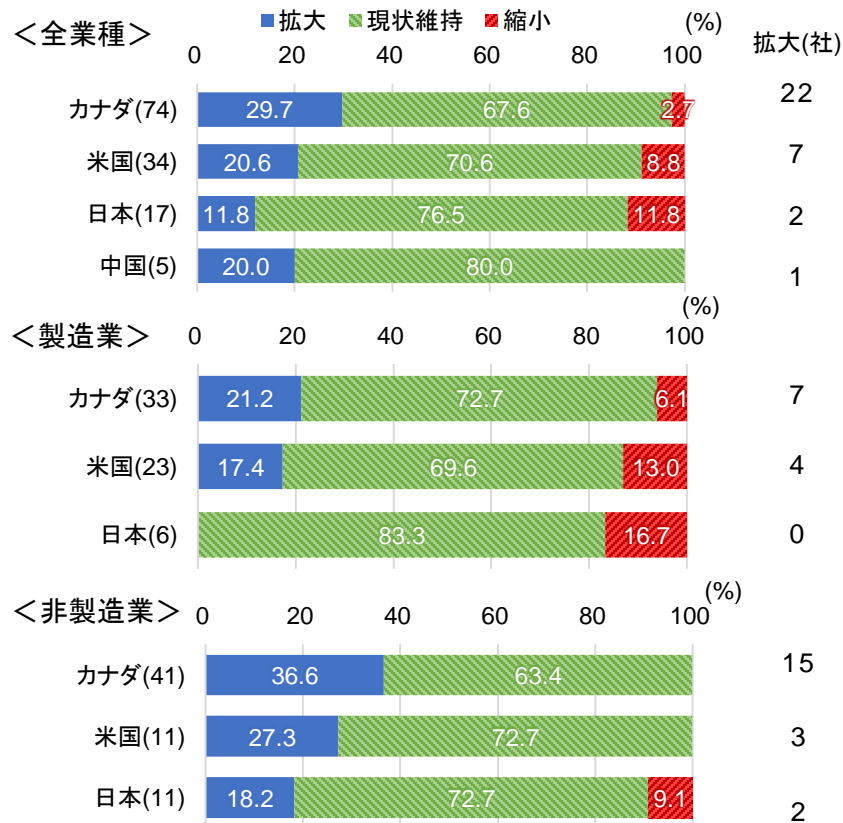
販売先は、カナダ国内向けが65.5%（前年64.0%）で、米国とメキシコを合わせたCUSMA向けは85.6%（同82.2%）、日本向けは11.9%（同14.3%）となった。業種別でみると、カナダでの販売比率が高かったのは販売会社（95.3%）や商社・卸売業（75.6%）で、日本向けは旅行・娯楽業（58.0%）や鉄・非鉄・金属（21.8%）が高かった。今後の販売方針については、カナダや米国での販売拡大を検討している企業の割合が高かった。

製品の販売先（国・地域別）



（注）各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

製品の販売先についての今後の方針



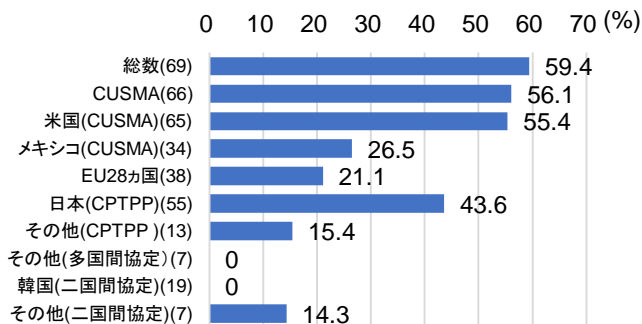
（注）有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

3. FTA/EPAの活用状況：約6割が利用、CUSMAは56.1%が利用

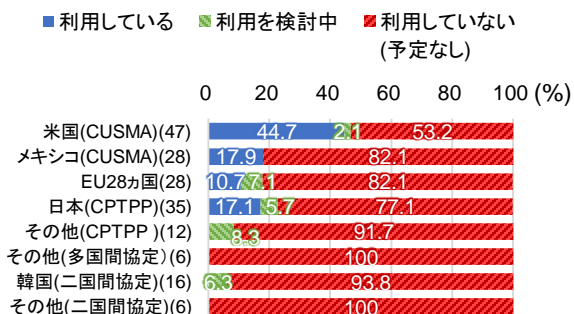
回答企業のFTA/EPAの利用率は59.4%だった。CUSMAを利用している企業は56.1%で、日本との貿易でCPTPPを利用している企業は43.6%だった。輸出または輸入を行っている企業でみると、いずれかの協定を利用している割合は61.2%で、CUSMAは60.7%、日本とのCPTPPは48.0%だった。

貿易の活用状況について(回答企業)

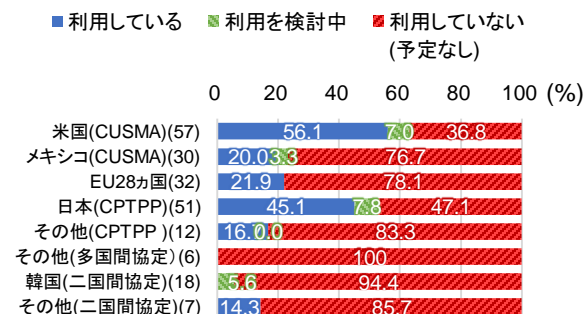
FTA/EPA利用率



カナダからの輸出におけるFTA/EPA利用率

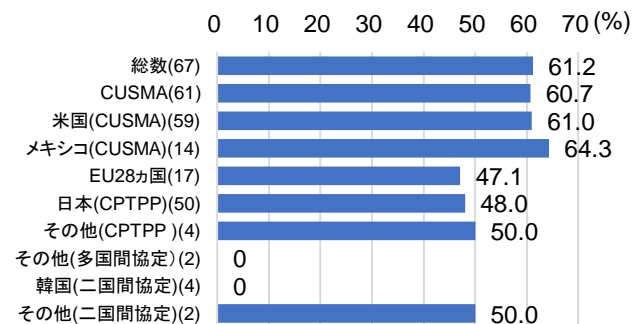


カナダへの輸入におけるFTA/EPA利用率

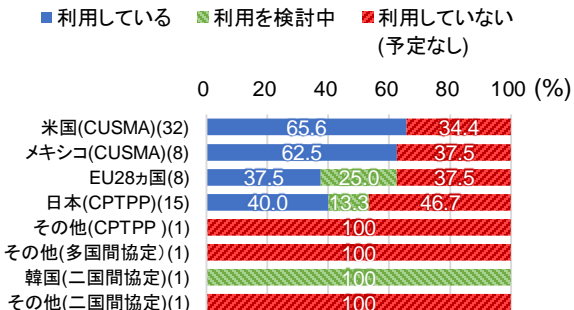


FTA/EPAの活用状況について(輸出または輸入を行っている企業)

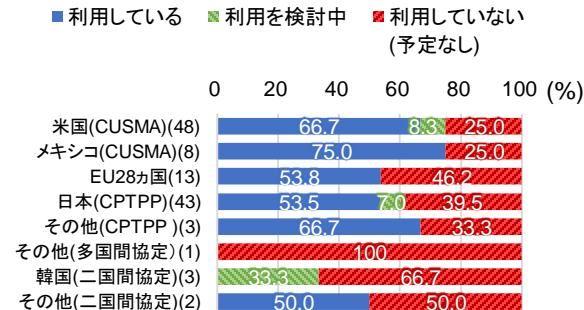
FTA/EPA利用率



カナダからの輸出におけるFTA/EPA利用率



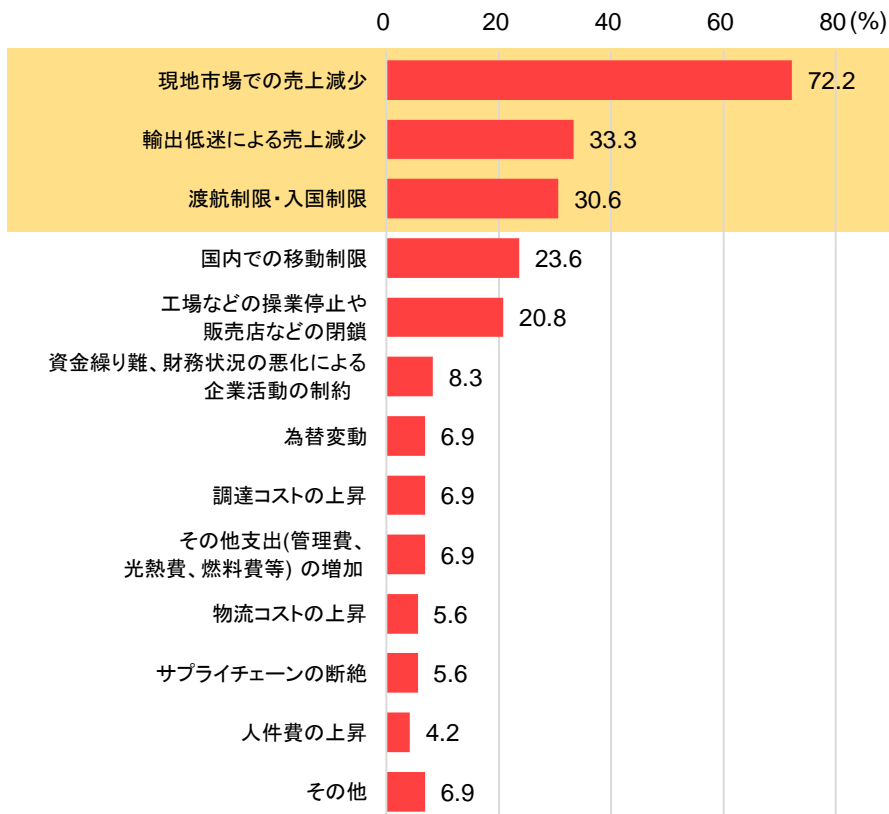
カナダへの輸入におけるFTA/EPA利用率



4. 新型コロナによるマイナスの影響:「現地市場での売上減少」が72.2%

新型コロナ感染拡大が営業利益に与えたマイナスの影響を聞いたところ、「現地市場での売上減少」が72.2%を占め、「輸出低迷による売上減少」が33.3%、「渡航制限・入国制限」が30.6%となった。ビジネス活動が正常化する時期について、「2021年後半」が31.3%、「2021年前半」が26.5%と2021年中を見込んでいる企業が半数を超えた。正常化後の需要環境については、「コロナ前に戻る」と答えた企業は45.8%と半数以下にとどまり、「やや減少」が33.3%だった。

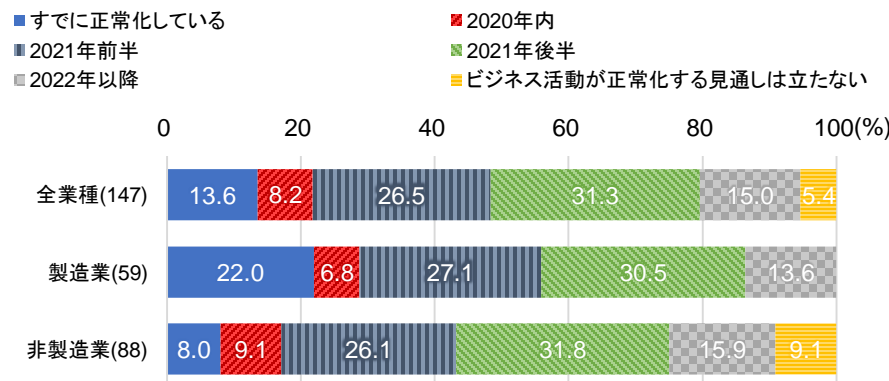
新型コロナ感染拡大が営業利益に与えたマイナスの影響(複数回答)



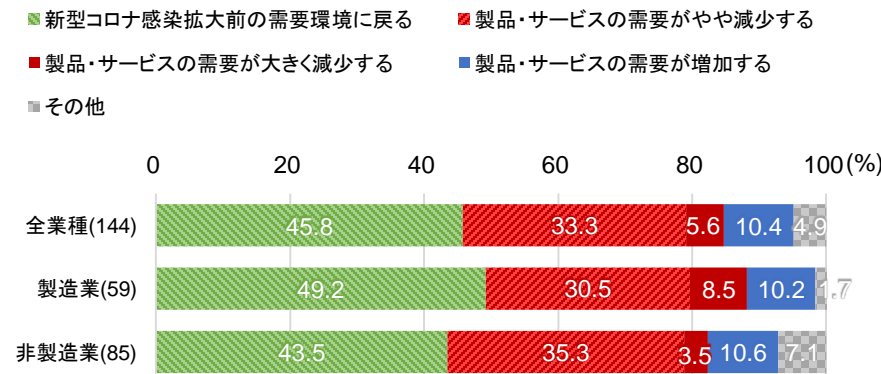
(注)1企業につき最大3つまで回答可。
上位項目のみ掲載。

回答企業数:72社

ビジネス活動が正常化する時期



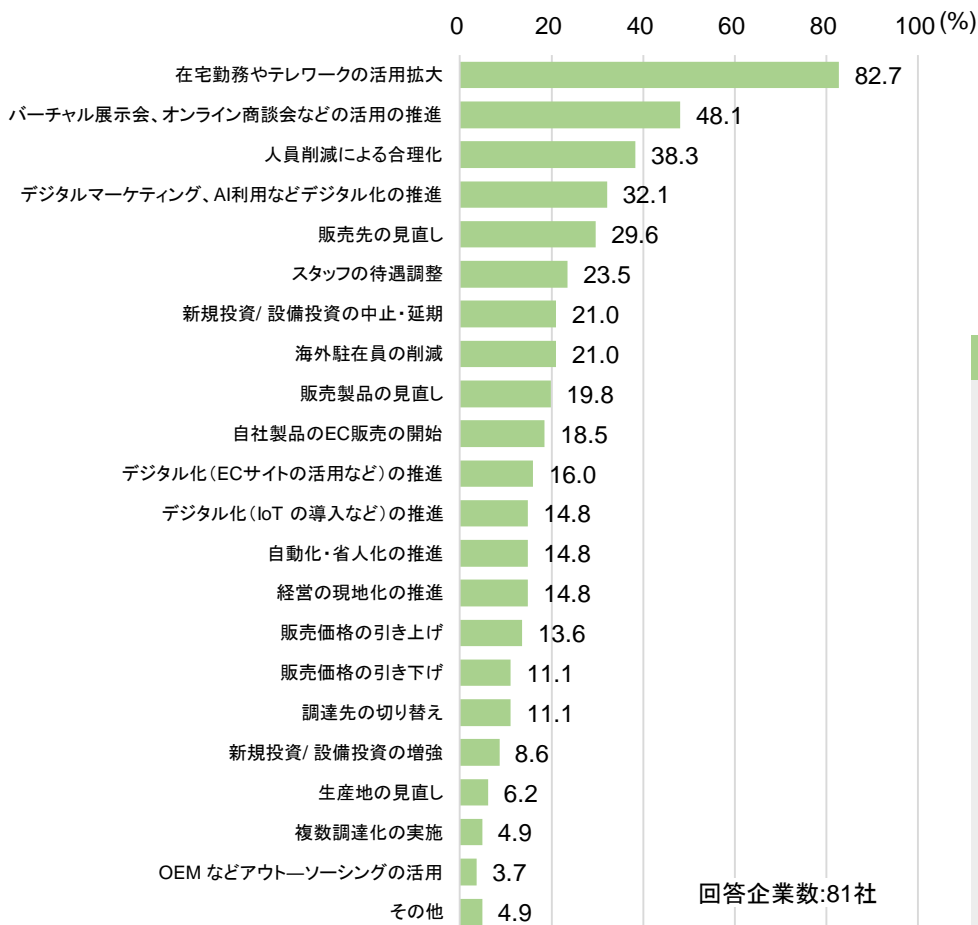
正常化後の需要環境見込み



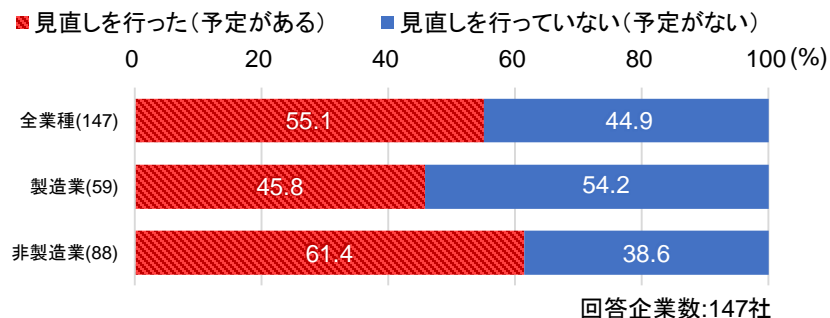
4. 新型コロナによる事業戦略の見直し: 在宅勤務やテレワークの活用拡大が8割

新型コロナ感染拡大を受けて、事業戦略やビジネスモデルの見直しを行った(予定を含む)企業は55.1%となった。業種別でみると、見直した企業の割合は旅行・娯楽業で87.5%、販売会社で73.7%と高かった。見直し内容としては、「在宅勤務やテレワークの活用拡大」が82.7%と最も多く、「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」(48.1%)、「人員削減による合理化」(38.3%)が続いた。

新型コロナを受けた事業戦略やビジネスモデル見直し内容(複数回答)



新型コロナを受けた事業見直し



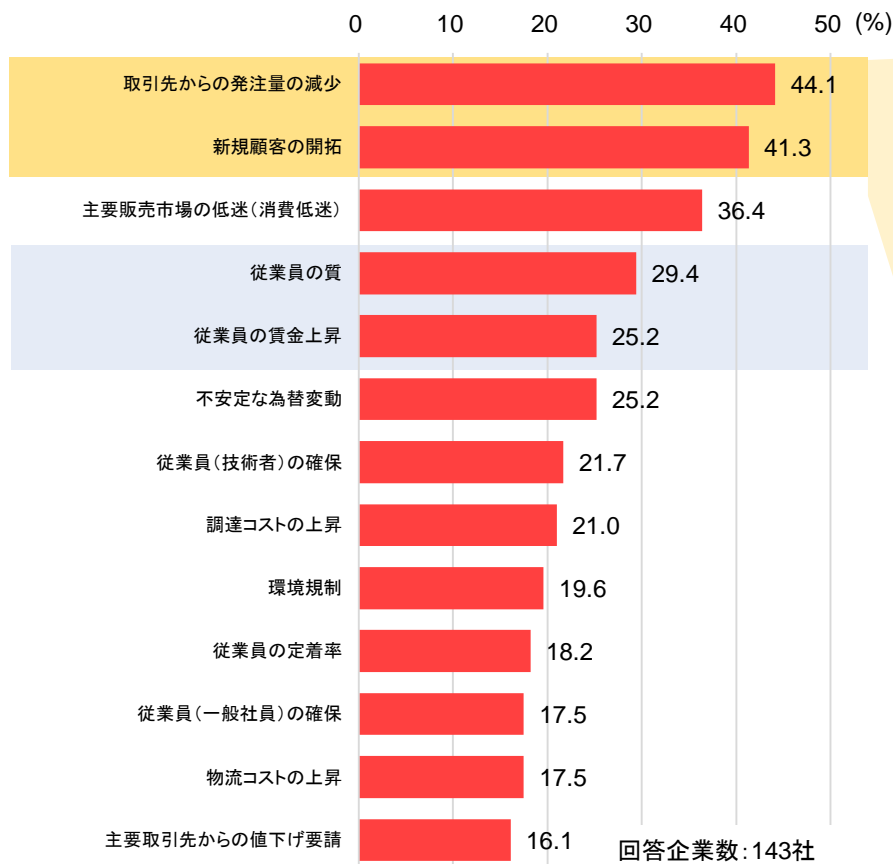
具体的な対応策(自由記述)

- 全従業員にノートパソコンを支給し、VPNとバーチャルデスクトップアプリケーションを使用して、どこからでも安全にアクセスできるようにし、どこからでも仕事ができるようにする【情報通信業】
- 注文に結び付けるために、サンプルや商品紹介のリーフレットを各顧客に送付して、各種データやプロモーションビデオなどを用意するようになっている【販売会社】
- 取扱店に対して新商品発表をオンラインで実施し、その後受注活動を行った【その他製造業】
- オンライン旅行プログラムの販売【旅行・娯楽業】
- 顧客へのウェビナーを開催【情報通信業】
- 社内外会議のオンラインの活用【商社・卸売業】
- 自社ウェブ購入サイトへのアクセス誘導、SNSの追加、Teamsなどのツールの最大活用【電気・電子機器】
- 全社的なペーパーレス化の導入、HP上掲載情報の向上【販売会社】
- SNSを活用したデジタルマーケティングを積極展開。商品ランディングページからディーラーロケーションまで誘導する仕組みを活用【その他製造業】

5. 経営上の課題:「取引先からの発注量の減少」「新規顧客の開拓」が上位に

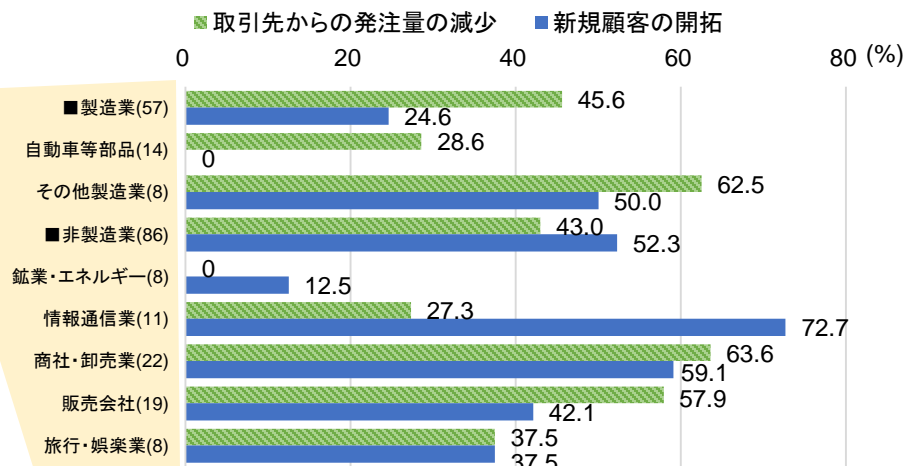
経営上の課題として上位に挙げたのは、販売・営業面の課題で、「取引先からの発注量の減少」(44.1%)、「新規顧客の開拓」(41.3%)が高かった。業種別にみると、「取引先からの発注量の減少」は、商社・卸売業(63.6%)やその他製造業(62.5%)で高く、「新規顧客の開拓」は情報通信業(72.7%)や商社・卸売業(59.1%)で高かった。また、雇用・労務面の課題で「従業員の質」(29.4%)や「従業員の賃金上昇」(25.2%)が目立った。

経営上の課題(複数回答)



(注) 上位項目のみ掲載。

販売・営業面の主要課題(業種別)



(注) 有効回答8社以上の業種のみ掲載。

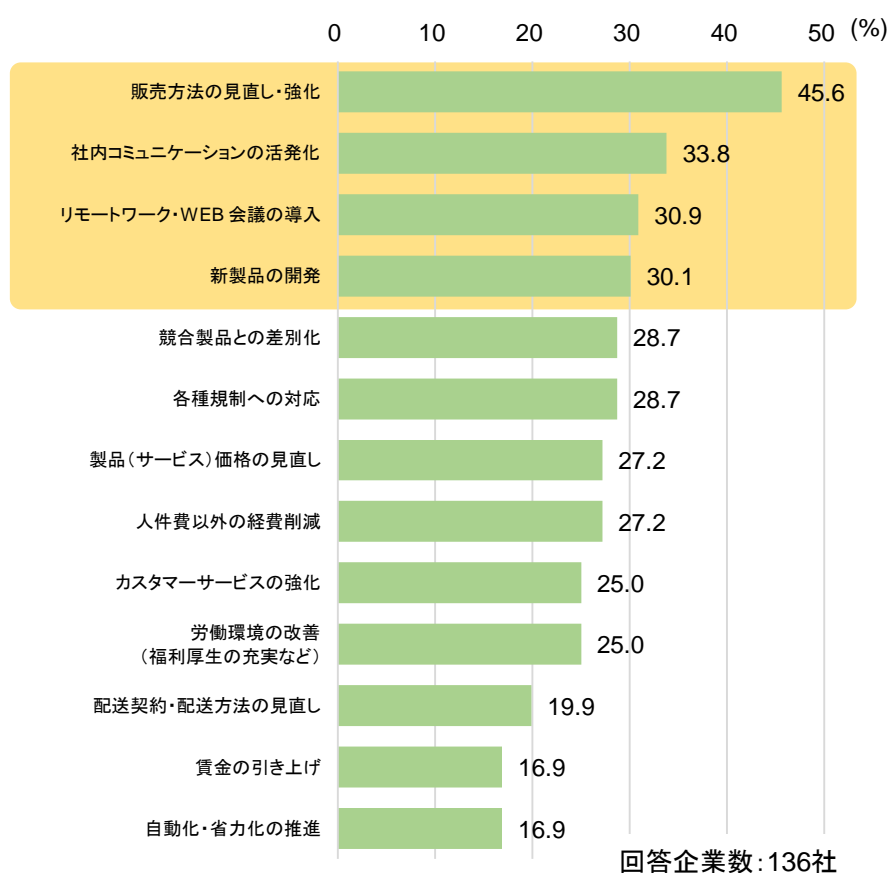
具体的な課題(自由記述)

- ・ 施工が必要とされる商品(セキュリティカメラや高輝度プロジェクターなど)で発注量が減少【電気・電子機器】
- ・ 新型コロナの影響も大きいですが、それ以前にカナダ経済が減速していて、取引先の発注量は半減【商社・卸売業】
- ・ 学校関連や企業向けの納品問屋もリモートワークが増えている影響で文具の売上の落ち込みが激しく、前年比で2割減【販売会社】
- ・ 営業戦略に沿った新規顧客の明確化、アポ取り、受注取り【販売会社】
- ・ バックオフィス人材の雇用年数長期化によるデジタル対応力の低下、在宅勤務によるコミュニケーション力と頻度の低下【その他製造業】
- ・ オンタリオ州もブリティッシュ・コロンビア州も最低賃金が上がるので、全体を上げる必要があること【旅行・娯楽業】

5. 経営上の課題への対応策:「販売方法の見直し・強化」が上位に

経営上の課題への対応策として、「販売方法の見直し・強化」(45.6%)、「社内コミュニケーションの活発化」(33.8%)、「リモートワーク・WEB会議の導入」(30.9%)、「新製品の開発」(30.1%)が上位に挙げられた。業種別でみると、「販売方法の見直し・強化」はその他製造業で75.0%、販売会社で68.4%、商社・卸売業で54.5%と高かった。「社内コミュニケーションの活発化」はプラスチック製品で60.0%、商社・卸売業で50.0%と高かった。

経営上の課題への対応策(複数回答)



(注) 上位項目のみ掲載。

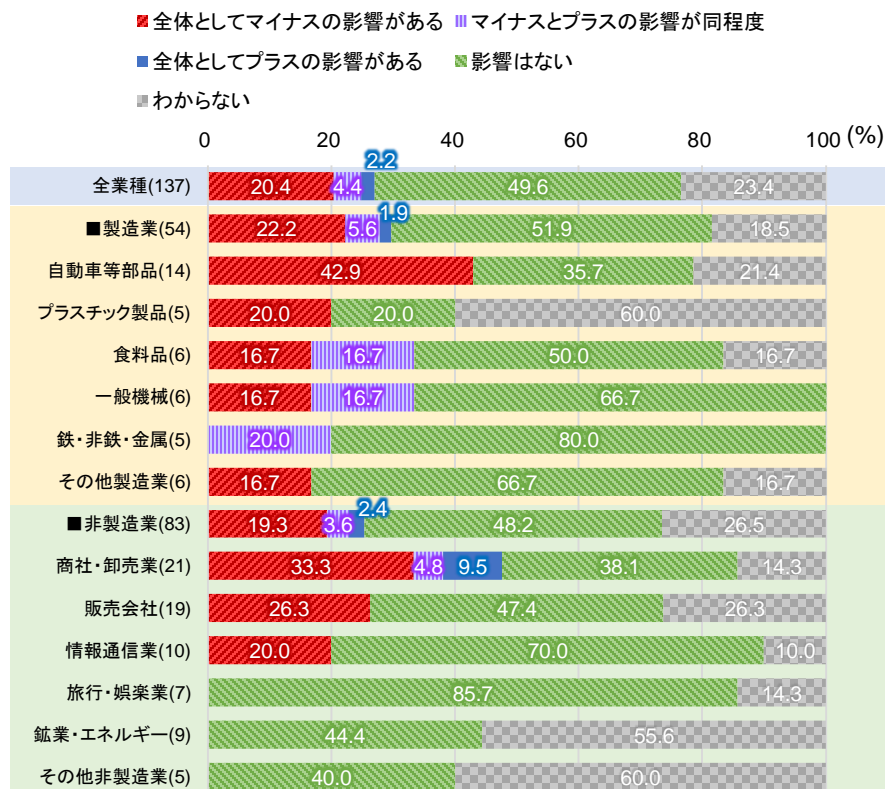
具体的な対応策(自由記述)

- 取扱量の100%を日本の親会社に販売しているが、日本の購買力が落ちている現状を打破するために、北米内での販売先・扱い商品を開拓目標として勉強中【商社・卸売業】
- 付加価値をより高めた当社独自のサービス体制の構築【商社・卸売業】
- 販売力の強化、IT化、外部委託。特にコロナ下では、在宅によるITセキュリティも懸念が多く、IT化による人間が行う作業の削減。最終的には、IT化による従業員削減も視野に入れている。また、専門分野外(マーケティングや環境規制関連)は、外部委託を推進している【販売会社】
- 優秀な社員の定着のための職場雰囲気改善【自動車等部品】
- ITコミュニケーションツールの有効活用を通じて、情報共有の機会を増やしている【鉱物・エネルギー】
- 低価格への対応として、低価格原料を使用した商品開発を推進している【食料品】
- バンクーバーからトロントへの自動車部品の輸送に鉄道を利用し始めているが、その比率を上昇させ、物流費を低減【自動車等部品】
- 部品調達において、品質はもちろん価格面で、安価な仕入先を探すこと【自動車等部品】
- 顧客サポートをより充実するために、専門家へ研修【販売会社】
- コロナ禍での取引先からの年間契約の値下げ要求などは、できるだけ柔軟に対応して痛みを分かち合い、信頼関係の強化につなげている【電気・電子機器】
- 技術者の確保について、契約形態の柔軟化、現地人材の採用を含めて幅広く検討中【情報通信業】
- コロナ禍によるリモートワーク継続により、自動化・省力化の推進をするために、全工程の見直しを実施中【運輸業】
- 設備投資によって異物混入を防ぐ設備に変更【食料品】

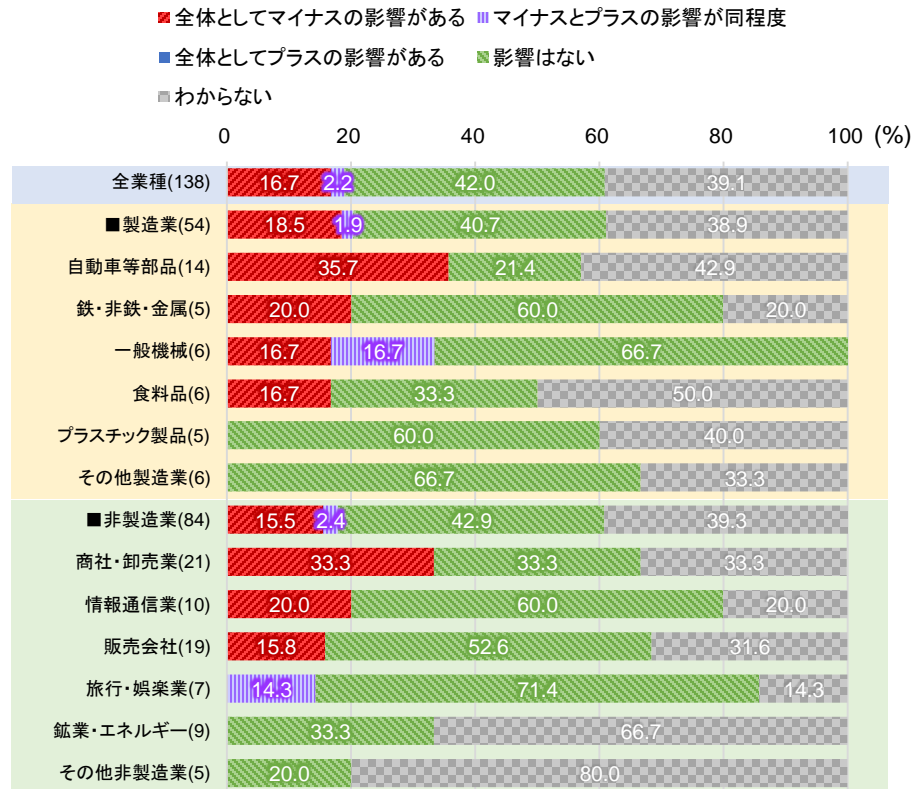
6. 通商環境の変化の影響：マイナスの影響がある企業は24.8%

通商環境の変化が与える現時点の影響について、「全体としてマイナスの影響がある」が20.4%（28社）で、「マイナスとプラスの影響が同程度」は4.4%（6社）だった。業種別にみると、「全体としてマイナスの影響がある」と回答した割合は自動車等部品（42.9%）、商社・卸売業（33.3%）、販売会社（26.3%）で高かった。今後2～3年の影響については、「全体としてマイナスの影響がある」が16.7%（23社）で、「マイナスとプラスの影響が同程度」は2.2%（3社）だった。

通商環境の変化が与える現時点の影響



通商環境の変化が与える今後2～3年の影響

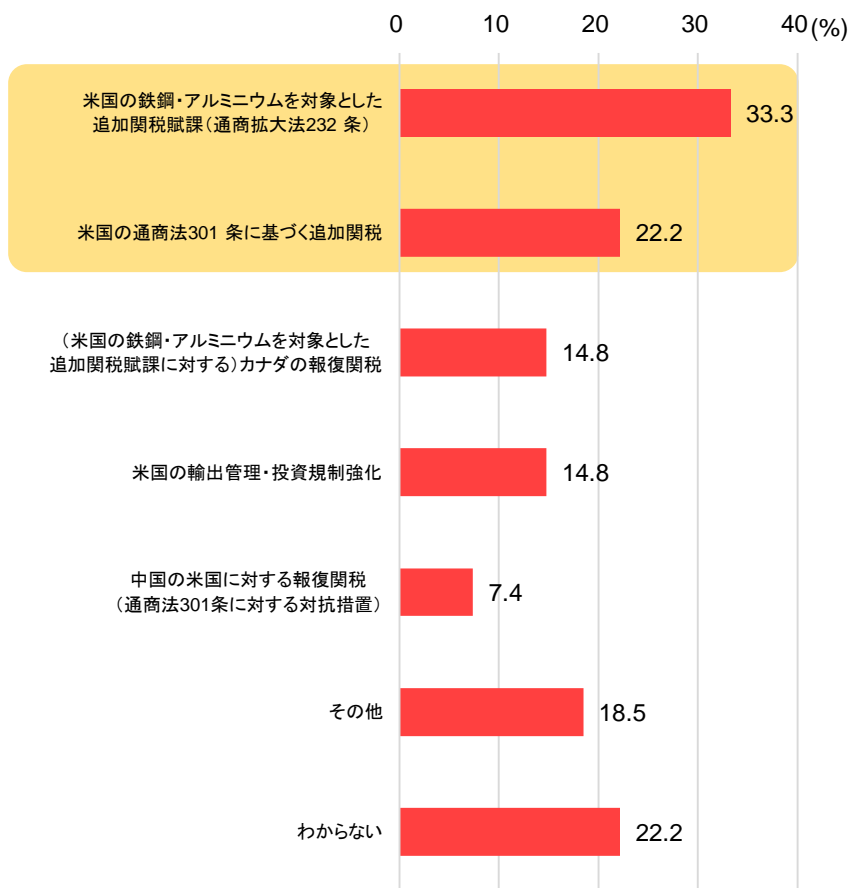


(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

6. 政策別の影響：「米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課」が最多

「全体としてマイナスの影響がある」と回答した企業のうち、具体的に影響を受ける政策としては「米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課」が33.3%（9社）で最も多く、次いで「米国の通商法301条に基づく追加関税」が22.2%（6社）だった。影響を受ける取扱品目としては、鉄鋼製品やアルミ材、自動車・同部品、石炭、木材に加え、中国製の監視カメラやAV機器などが挙げられた。

マイナスの影響が及ぶ具体的な政策（複数回答）



回答企業数：27社

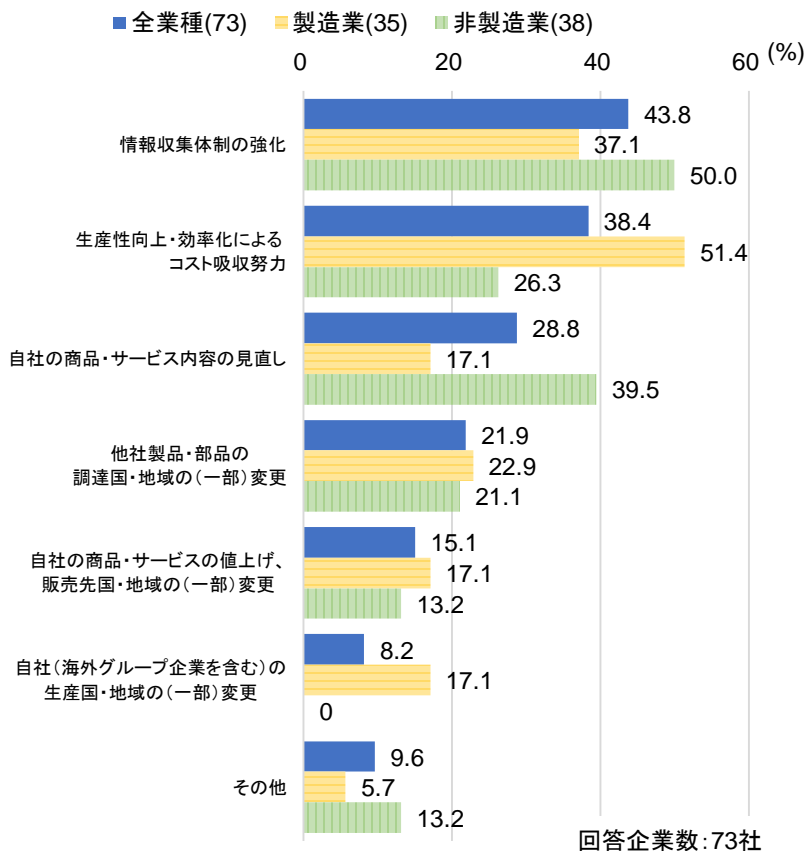
通商環境の変化が与える具体的な影響（自由記述）

- 米国から追い出された商品による隣国へのダンピング【販売会社】
- 当社販売製品の多くに対する輸入制限強化【商社・卸売業】
- 鉄鋼、アルミに対する関税による需給の変化により当社全体としてマイナスになる【商社・卸売業】
- 中国から調達している金型への追加課税支払い【プラスチック製品】
- 米国NDAA法に起因し、中国製チップセットを使った監視カメラなどの顧客からの懸念【電気・電子機器】
- 中国工場の製品を米国に輸入後、カナダに再出荷した場合、間接的に税金分の負担が増える。また、米国と品番が同一の中国工場製品の一律の原価向上による、カナダ向け製品の間接的な値上げ【電気・電子機器】
- 一部中国産原料のカナダ加工品への対中関税適用があり、米国向け製造を取りやめる決断をした。また、中国内の競合先が米国の対中関税により発生した不良在庫をカナダ市場に振り向けることで、市場が荒れるケースが発生した【食料品】
- 針葉樹に対する関税の影響【その他製造業】
- 米中摩擦による追加関税の影響でサプライヤーの中国向け輸出量が大きく減少し、その結果、サプライヤー側の採算環境が悪化した。採算環境悪化を受けてコスト高や出材低迷等の影響がある【商社・卸売業】
- 中国関連の貿易が全般的に減少するリスク【運輸業】

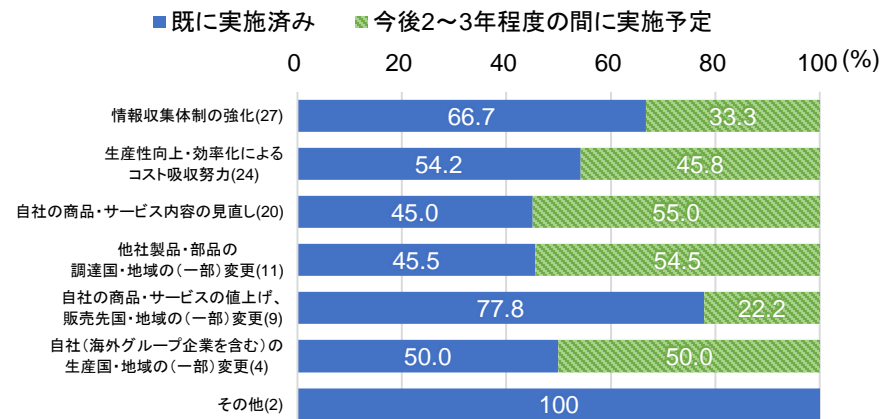
6. 通商環境の変化への対応:「情報収集体制の強化」が最多

通商環境の変化に対する対応策について、「情報収集体制の強化」が43.8% (32社)と最も多く、「生産性向上・効率化によるコスト吸収努力」が38.4% (28社)で続いた。産業別にみると、製造業では「生産性向上・効率化によるコスト吸収努力」が51.4%、非製造業では「情報収集体制の強化」が50.0%と上位に挙げられた。実施時期は「既に実施済み」が「情報収集体制の強化」で66.7% (18社)、「生産性向上・効率化によるコスト吸収努力」では54.2% (13社)だった。

通商環境の変化への対応策 (複数回答)



実施時期



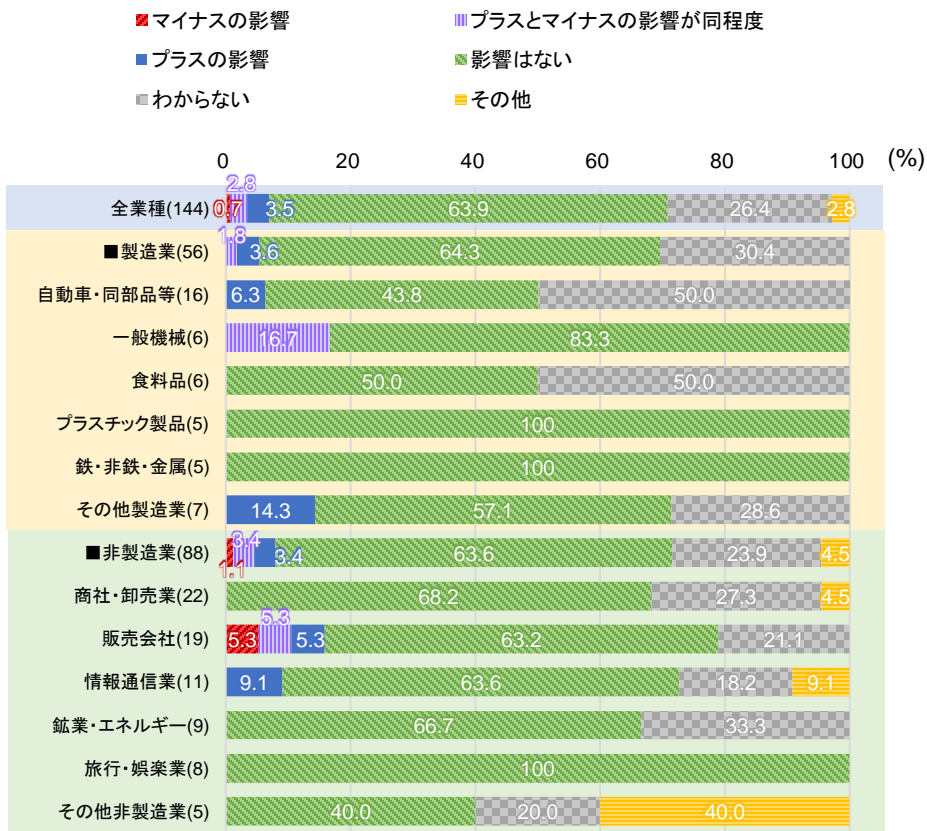
具体的な取り組み (自由記述)

- 業界団体への参加【食料品】
- 各国のグループ会社との情報共有等【精密・医療機器】
- 安価な部品調達、賃金上昇抑制【自動車等部品】
- 社内業務の自動化、デジタル化を推進している【商社・卸売業】
- 生産ラインの統合、歩留まり改善【ゴム・窯業・土石】
- 価格動向注視しながら適切な処置を施す【販売会社】
- 新たな収益源を見つけるための市場動向の研究【事業関連サービス】

6. CUSMAの在カナダ日系企業への影響・対応策:「影響はない」が63.9%

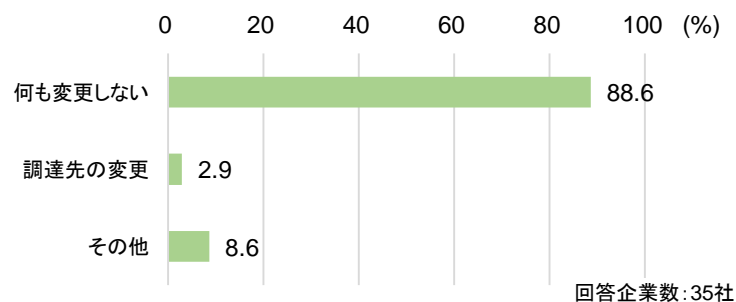
カナダ・米国・メキシコ協定(CUSMA)の在カナダ日系企業への影響について、「影響はない」と回答した割合は前回(54.0%)から9.9ポイント増の63.9%で、「わからない」が0.9ポイント減の26.4%、「プラスの影響がある」が3.5%で続いた。「マイナスの影響がある」と回答した割合は0.7%(前回5.0%)にとどまったが、業種別でみると販売会社(5.3%)で僅かに高かった。CUSMAへの対応策は「何も変更しない」が前回(44.7%)から43.9ポイント増加の88.6%と大半を占めた。

CUSMA発効による影響



(注)有効回答5社以上の業種のみ掲載。

対応策(複数回答)



CUSMAにより調達先を変更する企業の例

業種	変更前		変更後
自動車等部品	中国	→	メキシコ

具体的な影響(自由記述)

- 現地化を進める中、仕入先がメキシコからの部品調達を検討中【自動車等部品】
- 三国間での貿易の活性化【運輸業】
- 米国経由で仕入れているメキシコ製品を関税なしで仕入れており、これが継続できプラスになる【販売会社】
- 具体的な影響の度合いはまだわからない【複数の業種】

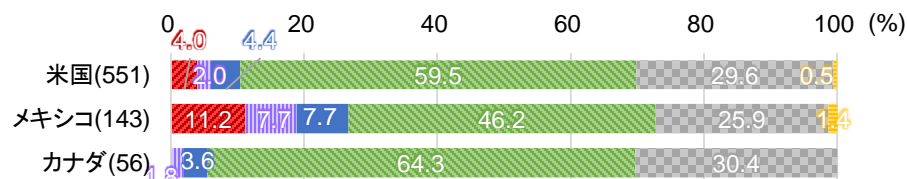
6. CUSMAの3カ国での影響:「マイナスの影響」はメキシコが11.2%で最大

CUSMAの影響について、別途行った米国、メキシコの調査結果と比較したところ、「マイナスの影響」の割合を製造業でみると、メキシコが11.2%で高かったが、米国は4.0%、カナダは0%だった。3カ国とも前年度よりマイナスの影響を受ける企業は減少し、「影響はない」とする企業が増加した。業種別でマイナスの影響を受ける企業の割合をみると、自動車・同部品等ではメキシコ(14.3%)と米国(13.3%)が高かった。また、メキシコでは鉄・非鉄・金属でマイナスの影響は21.4%、プラスチック製品で15.4%と高かった。

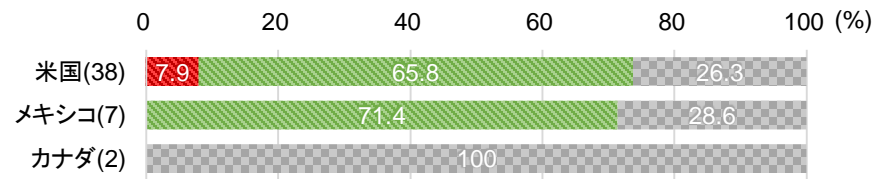
CUSMA発効による影響の度合い(米国、メキシコ、カナダ)

■ マイナスの影響 ■ プラスとマイナスの影響が同程度 ■ プラスの影響 ■ 影響はない ■ 影響の度合いはわからない ■ その他

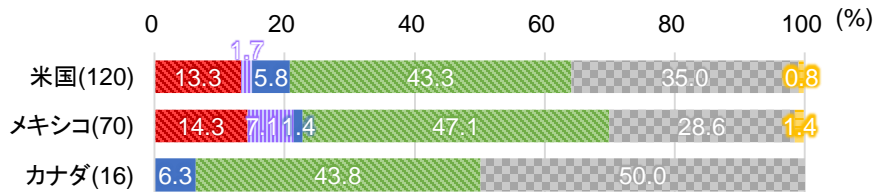
製造業



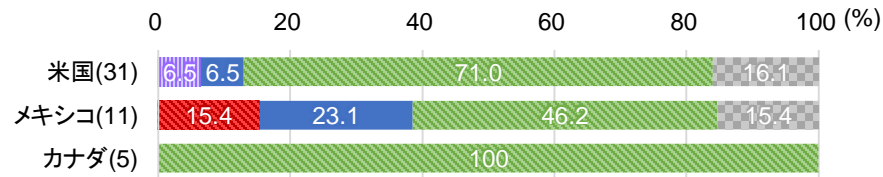
電気・電子機器



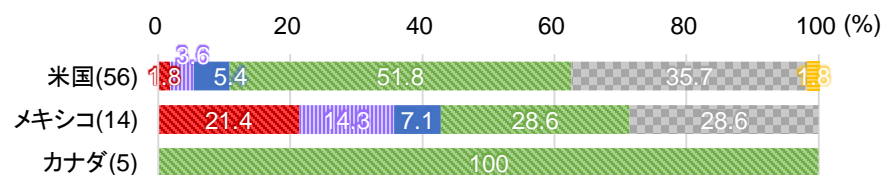
自動車・同部品等



プラスチック製品



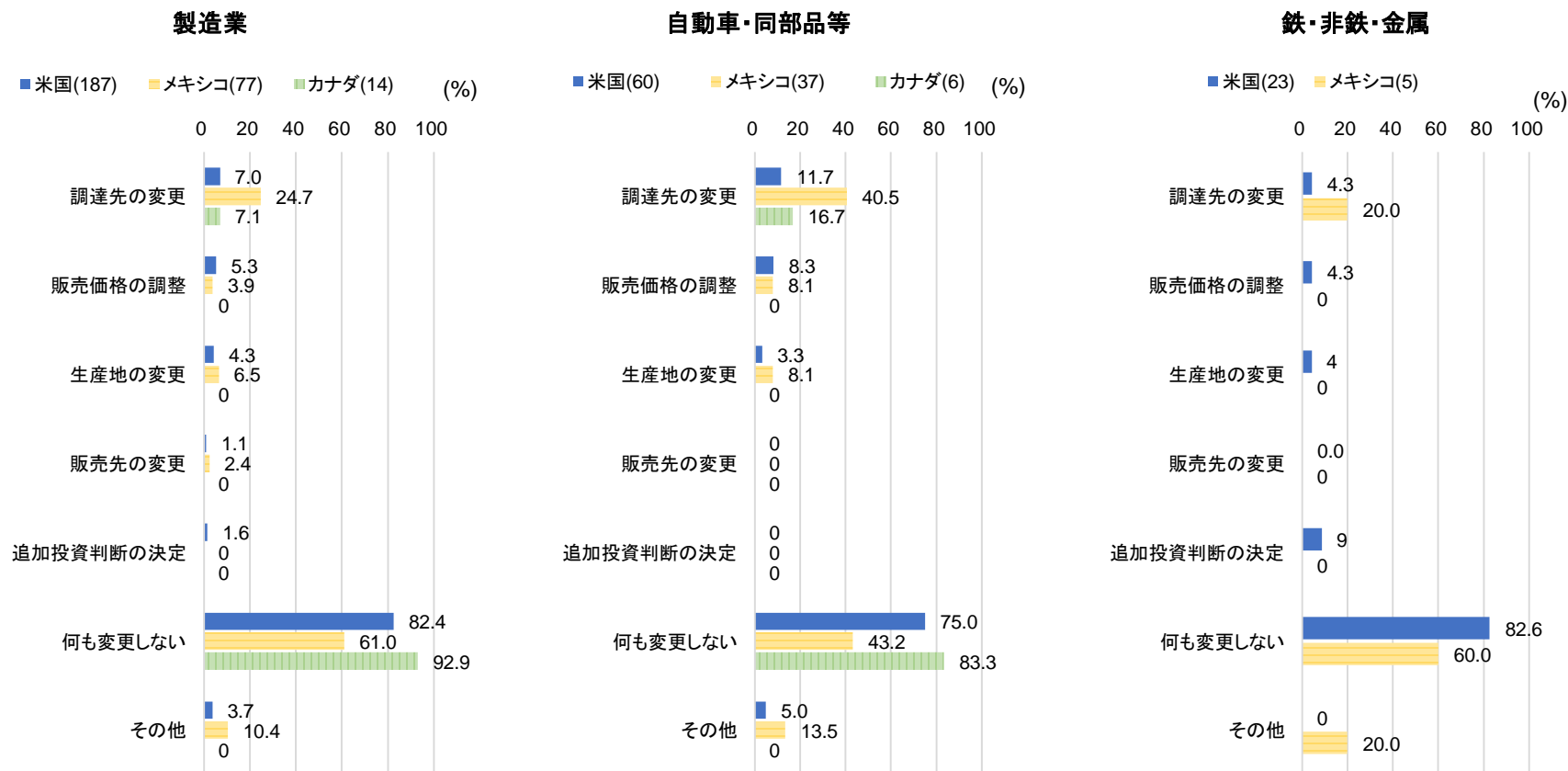
鉄・非鉄・金属



6. CUSMAの3カ国での対応策：調達先の変更はメキシコで24.7%

CUSMAへの対応策について、米国、メキシコの調査結果と比較したところ、製造業では「何も変更しない」（カナダ92.9%、米国82.4%、メキシコ61.0%）が約6～9割を占めるが、「調達先の変更」はメキシコ（24.7%）が高く、「生産地の変更」はメキシコ（6.5%）と米国（4.3%）で高かった。業種別でみると、調達先の変更はメキシコの自動車・同部品等（40.5%）や鉄・非鉄・金属（20.0%）で高く、「販売価格の調整」は米国の自動車・同部品等（8.3%）、メキシコの自動車・同部品等（8.1%）で高かった。

CUSMAへの対応策（米国、メキシコ、カナダ、複数回答）



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

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20200018>



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 米州課
TEL:03-3582-5545
E-mail:ORB@jetro.go.jp

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。