

# 2020年度 海外進出日系企業実態調査

(韓国編)

日本貿易振興機構（ジェトロ）

ソウル事務所

2021年3月

## はじめに

- ジェトロでは、アジア・オセアニア各国に進出している日系企業の皆様の活動実態を把握し、その結果を広く提供することを目的として、毎年、「海外進出日系企業実態調査」を実施しています。
- 本資料は、2020年度と同調査を基に韓国に進出している日系企業の皆様のアンケート集計結果を中心に再構成したもので、ジェトロ・ソウルにて個票データを独自集計した結果も含まれています。同調査の全対象国のアンケート集計結果など、調査結果全体については、以下をご参照下さい。
- アンケート集計結果（概要版）：

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_Reports/01/b5dea9948c30e474/20200017.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/b5dea9948c30e474/20200017.pdf)

※本資料は、ジェトロで実施した「2020年度海外進出日系企業実態調査（アジア・オセアニア編）」を基に作成したものです。ご多忙の中、私どものアンケート調査にご協力頂きました日系企業の皆様に改めて深く感謝申し上げます。また、今後とも皆様のご協力を賜りたく何卒お願い申し上げます。

# ジェトロ「海外進出日系企業調査」とは？

## 1. 調査対象・方法

- 対象は、アジア・オセアニアの20カ国・地域に進出している日系企業（日本側による直接、間接の出資比率が10%以上の企業および日本企業の支店・駐在員事務所）。以下「アジア進出企業」という）。
- 設問内容は、一部の項目を除き、各国共通。
- **ソウルジャパンクラブ、釜山日本人会、平澤・安城地区懇話会、仁川会**に協力を得、多くの日系企業・グループに照会。調査協力を承諾いただいた企業（以下「韓国進出企業」という）に対してアンケートを正式に依頼。なお、アンケートはジェトロから調査項目画面を掲載したURLを通知し、各社が直接回答を入力。

## 2. 調査期間

- 2020年8月24日～9月25日

## 3. 韓国進出企業の発送・回答数

- アンケート票発送（URL通知）企業数166社。うち、回答企業数127社（内訳は製造業53社、非製造業74社）。

## 4. 備考

- 「製造業」とは韓国で生産活動を行っている企業。日本の親会社が製造業でも韓国で販売のみ行っている企業は「非製造業」に分類。
- 文中、図表の「n」は有効回答数を示す。
- 出所名の記載のない図表は、ジェトロ「2020年度海外進出日系企業実態調査（アジア・オセアニア編）」による。

# 目次

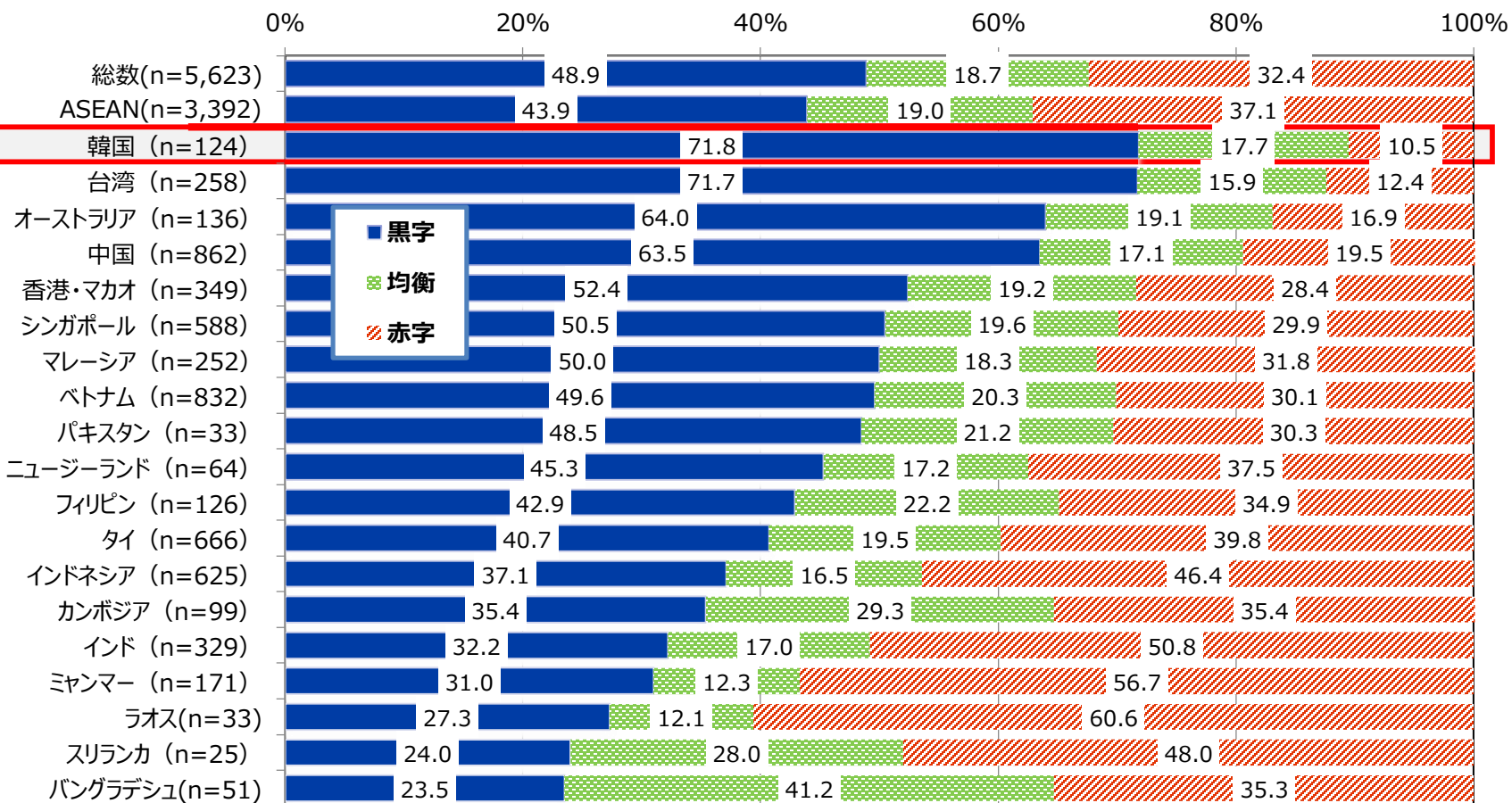
(ページ)

I. 2020年の業績と推移	5	～	10
II. 今後1～2年間の事業展開	11	～	14
III. 経営上の問題	15	～	16
IV. 知的財産の被害、日韓関係の影響	17	～	18
V. 賃金	19	～	21
参考 外国人投資企業件数（18～20年）	22		
VI. 新型コロナウイルス感染拡大の影響	23	～	25
VII. 生産性・イノベーション・デジタル	26	～	27

# 1 | 2020年の韓国進出企業の業績は、71.8%が黒字

- 2020年の韓国進出企業の黒字企業の割合は71.8%（営業利益ベース）と、調査対象国・地域の中でもっとも高いレベルにあるが、前年度（79.1%）に比べると低下している。

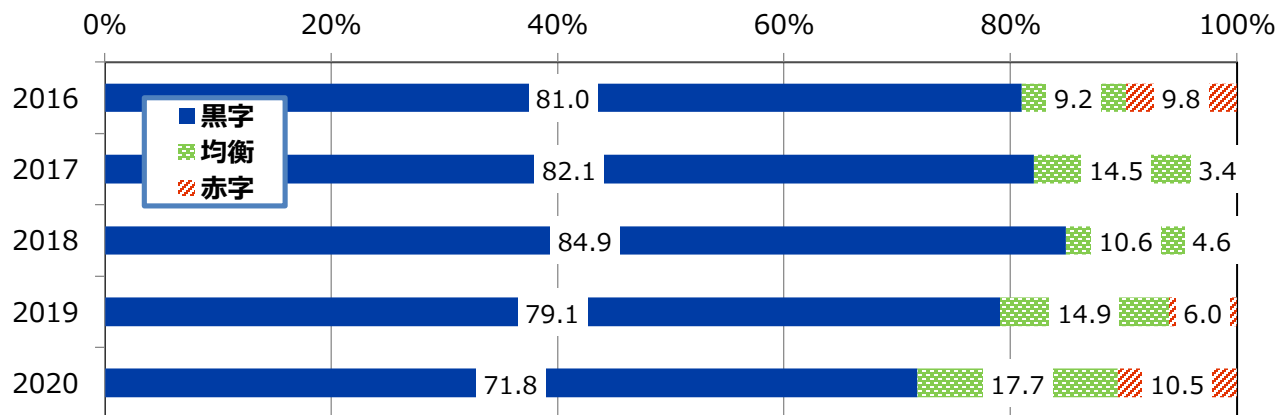
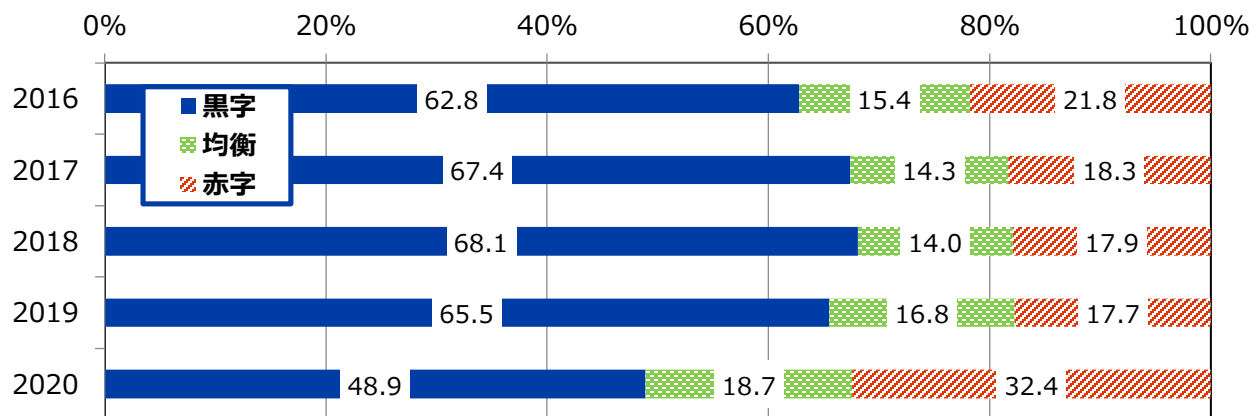
図 2020年の営業利益見込み(国・地域別)



## 2 | 過去5年間の営業利益の推移

- 韓国進出企業の黒字企業の割合は、アジア進出企業に比べて非常に高い。

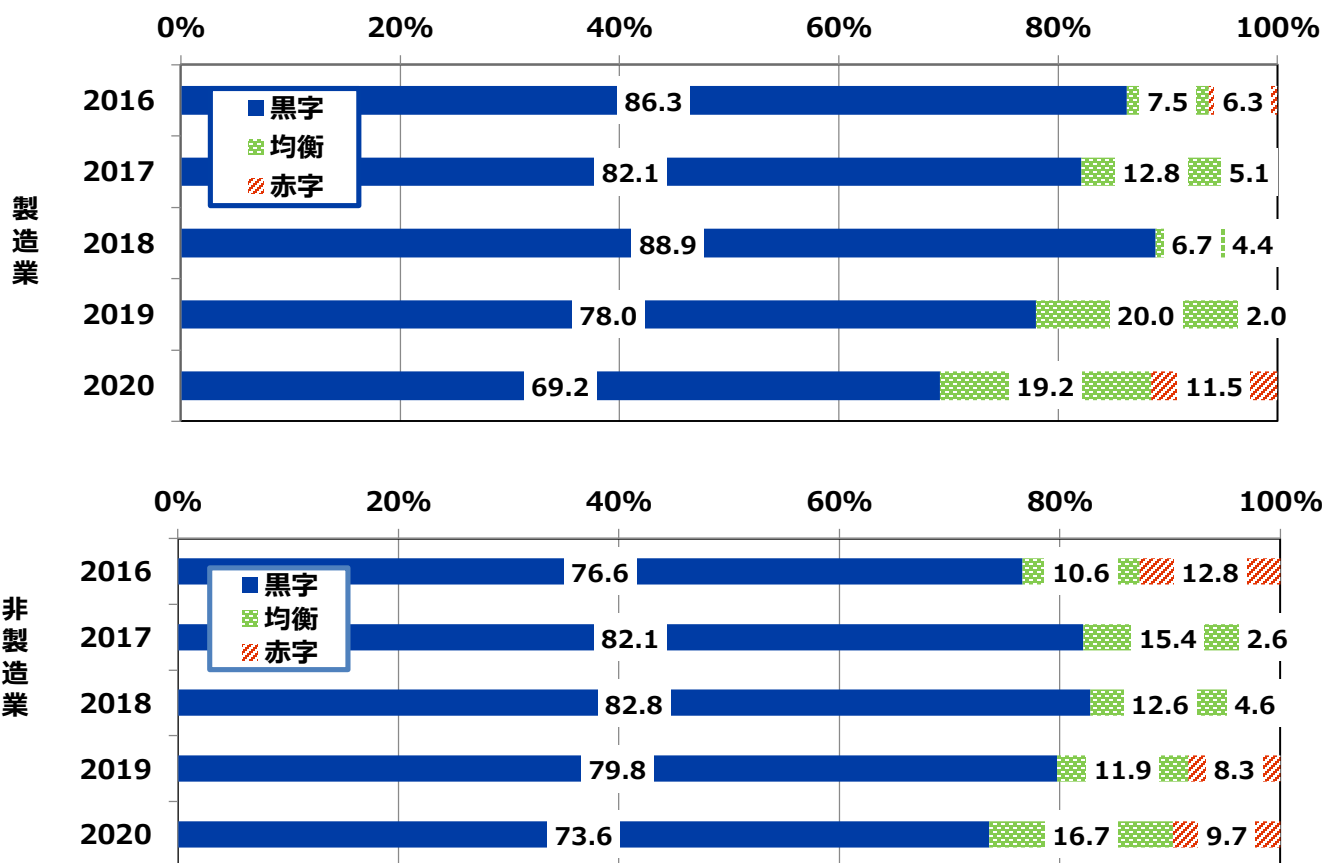
図 アジア進出企業（製造業＋非製造業）の営業利益の推移



### 3 | 2020年、製造業・非製造業の黒字割合は3年連続下落

- 2020年の黒字企業の割合は製造業、非製造業ともに70%程度。
- 製造業の赤字企業の割合は前年比9.5ポイント増の11.5%。

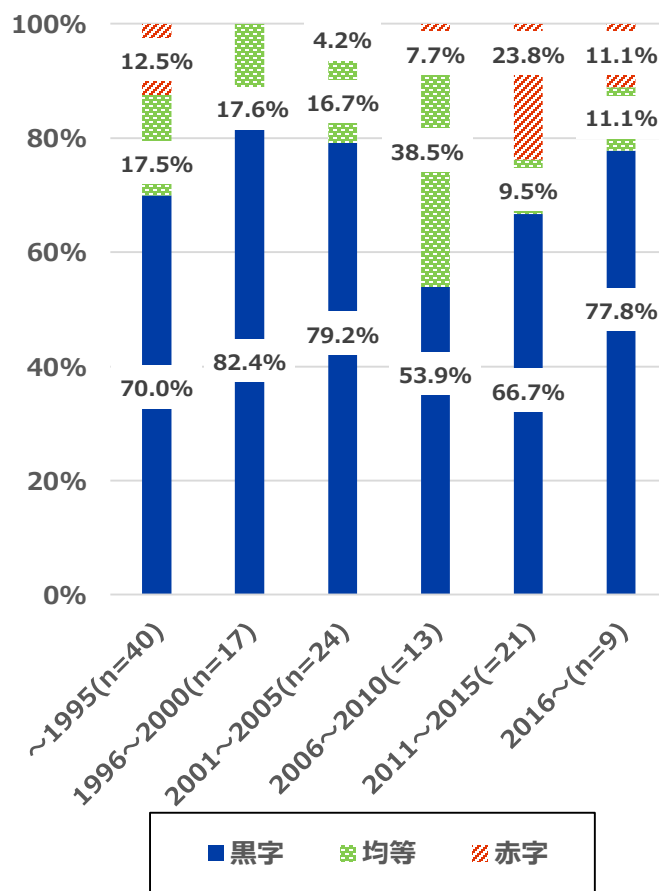
図 韓国進出企業の営業利益の推移（製造業、非製造業別）



## 4 | 設立年度と営業利益は大きな関係なし

- 進出して間もない企業（2016年以降設立）の営業利益も比較的に良好。

図 設立年別営業利益





# 5 | 2020年の営業利益（見込み）は、前年比「悪化」との回答が半分

- 韓国進出企業の2020年の営業利益（見込み）を前年同調査と比較すると、「悪化」との回答が前年（37.3%）より大幅（9.9ポイント）増加し47.2%。
- 製造業が非製造業より「改善」との回答が11.0ポイント高い。

図 2020年営業利益（見込み）の前年との比較

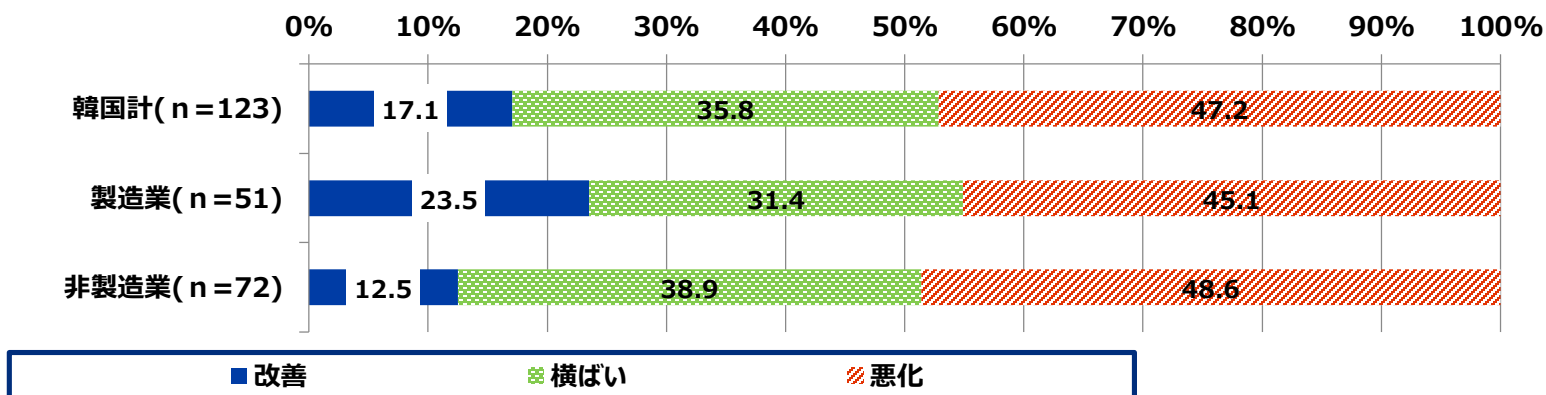


図 営業利益改善の理由（複数回答）

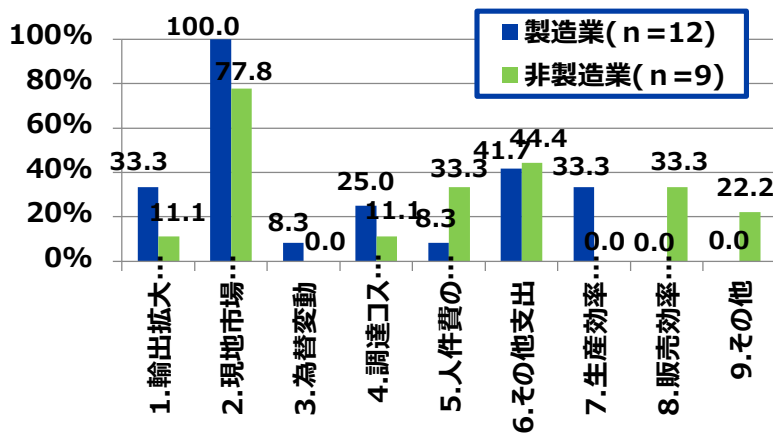
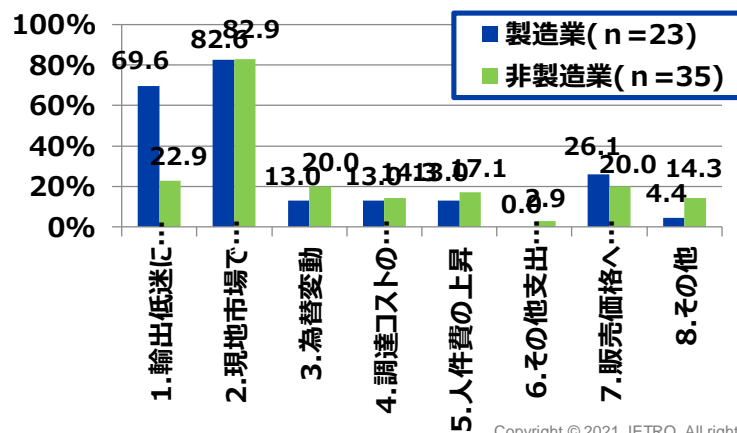


図 営業利益悪化の理由（複数回答）



# 6 | 2021年の営業利益（見通し）は、5割弱が「改善」を予想

- 2021年の営業利益（見通し）について、韓国進出企業の5割弱が前年比「改善」を見通す（製造業は49.0%、非製造業は43.1%）。

図 2021年営業利益見通し（前年比）

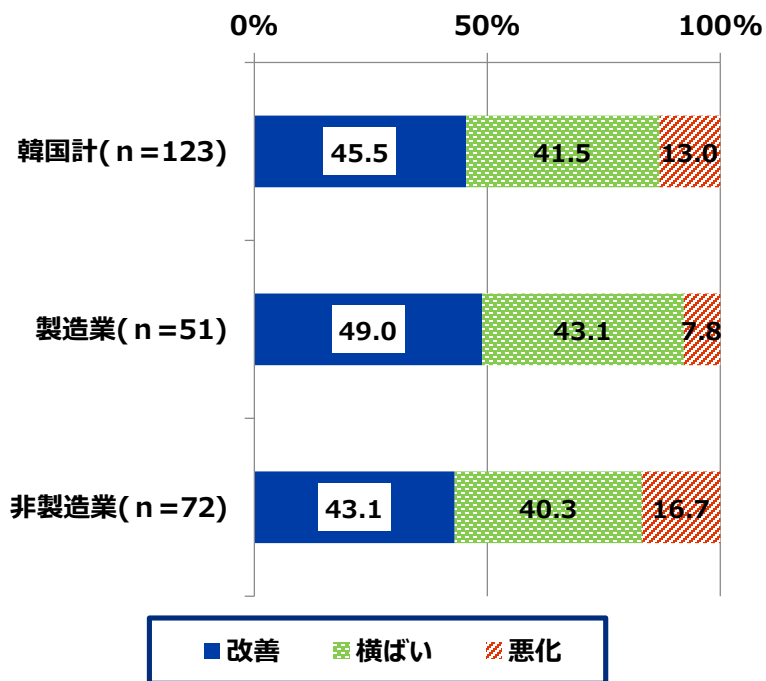


図 営業利益見通し改善の理由（複数回答）

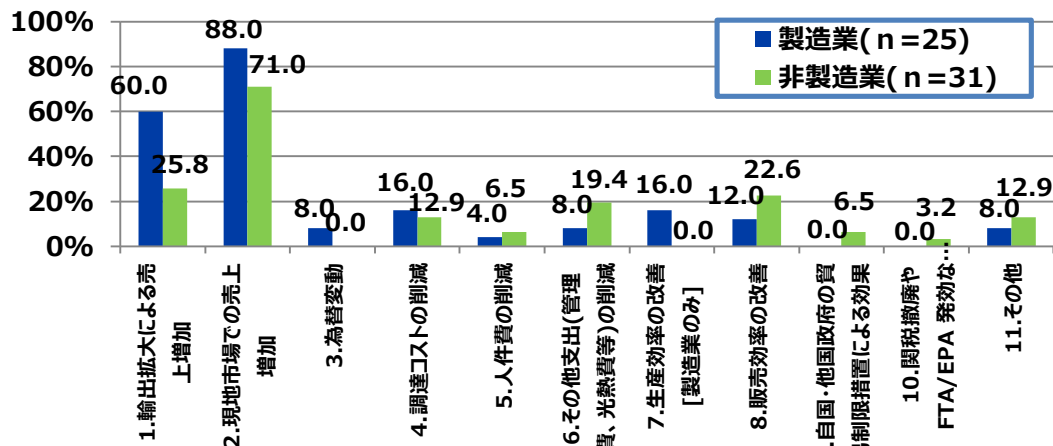
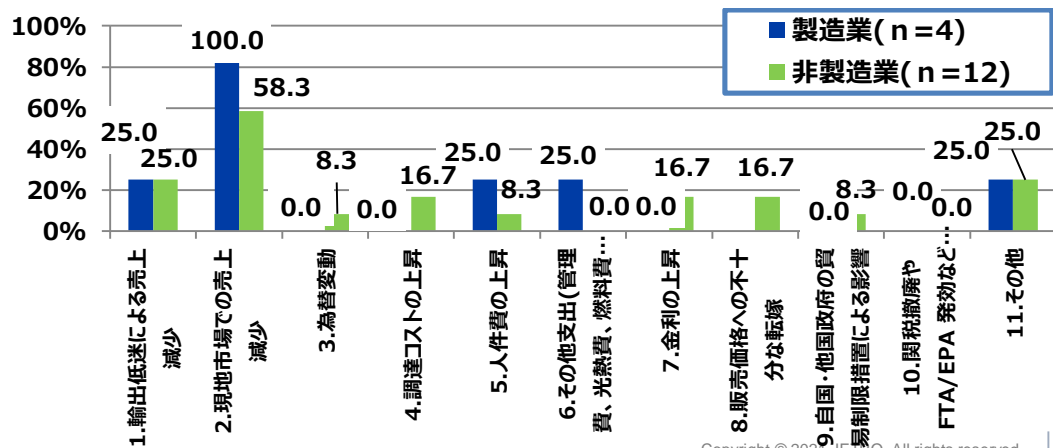


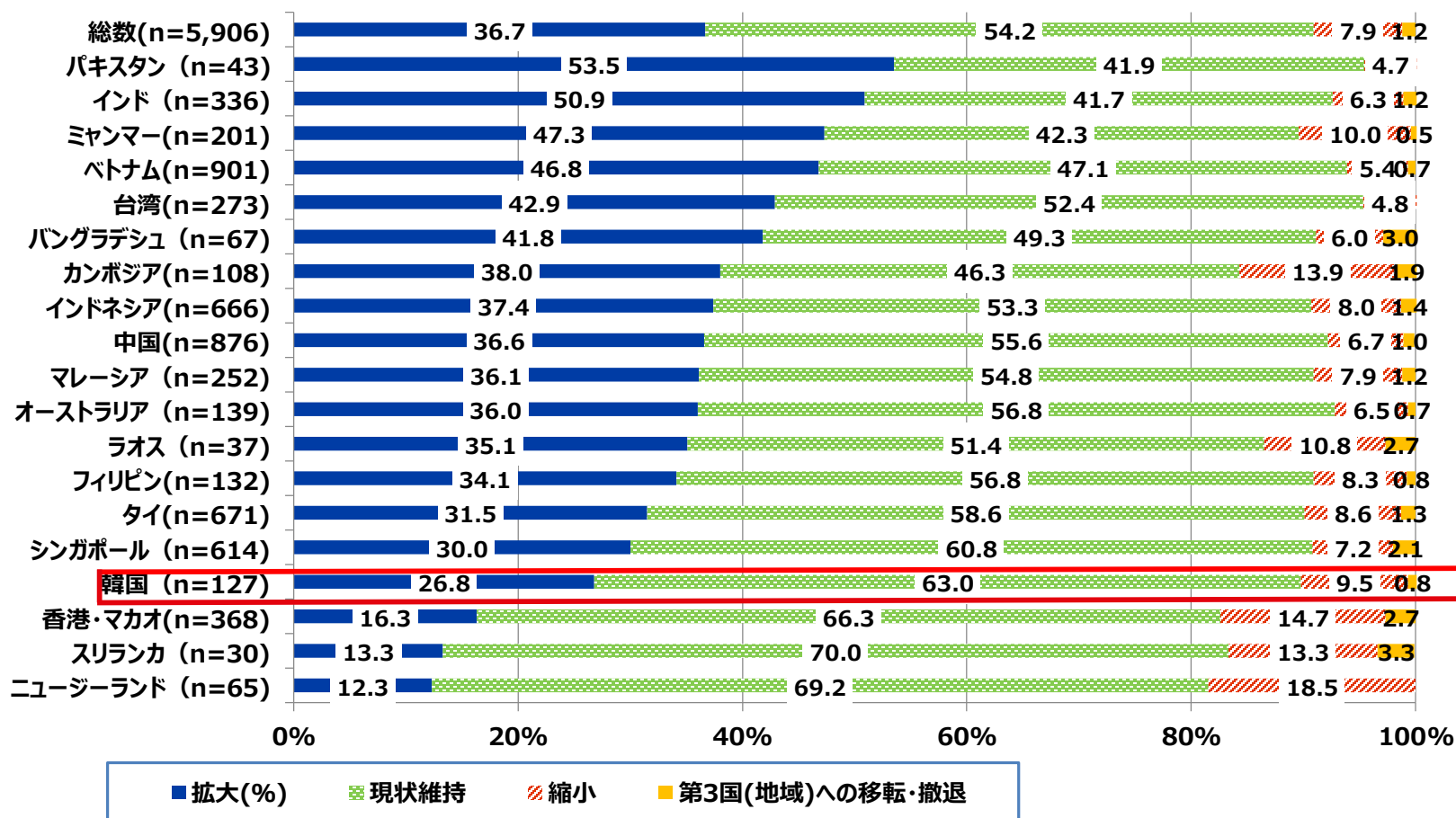
図 営業利益見通し悪化の理由（複数回答）



# 1 | 韓国進出企業の約半数は現状維持志向（1）

- 今後1～2年間の事業展開については、「現状維持」との回答が63.0%で、「拡大」との回答は、26.8%に留まる（前年も「現状維持」との回答が63.4%と大きな変動はない）。

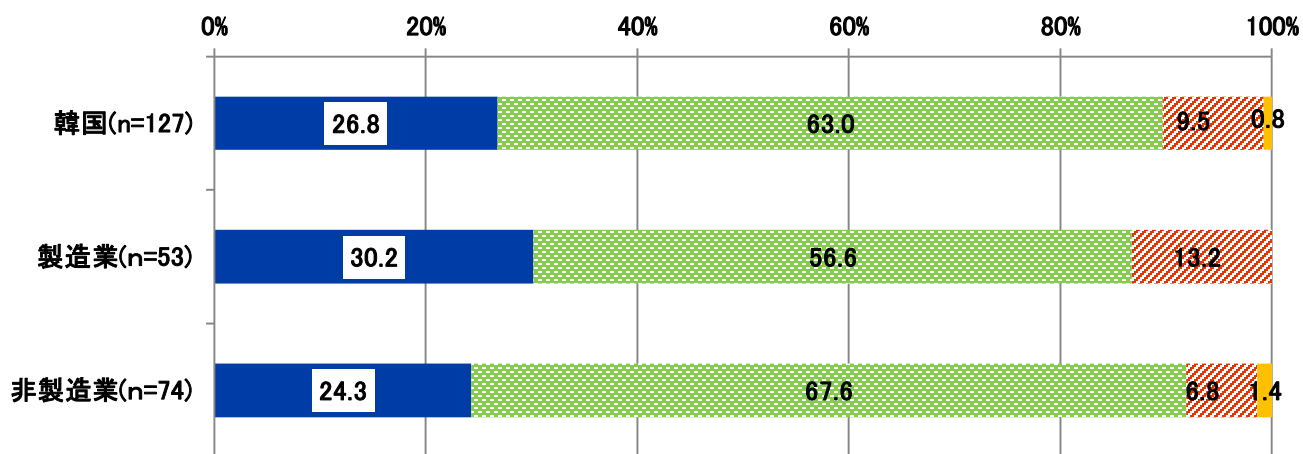
図 今後1～2年の事業展開の方向性（国・地域別）



## 2 | 韓国進出企業の約半数は現状維持志向（2）

- 全体では、拡大志向より、「現状維持」と回答する企業が過半数。
- 製造業より非製造業で「現状維持」の意思が強く見られる。

図 今後1～2年間の事業展開



■ 拡大 ■ 現状維持 ■ 縮小 ■ 第3国(地域)への移転・撤退

区分	1.販売機能	2.生産(汎用品)	3.生産 (高付加価値品)	4.研究開発	5.地域統括機能	6.物流機能	7.サービス事務機能(シェアードサービス、コールセンターなど)	8.その他
合計(n=34)	91.2	5.9	20.6	14.7	2.9	20.6	5.9	11.8
製造業(n=16)	87.5	12.5	37.5	25.0	6.3	18.8	0.0	6.3
非製造業(n=18)	94.4	0.0	5.6	5.6	0.0	22.2	11.1	16.7

### 3 | 現地従業員と日本人駐在者の変化と今後の予定

- 韓国進出企業の大半は、**現地従業員を増加**または**現状維持**したい意向。
- **非製造業の減少**が今後は**改善**。
- 製造業、非製造業ともに、**日本人駐在者を現状維持**したい意向。

図 過去1年間の変化（現地従業員）

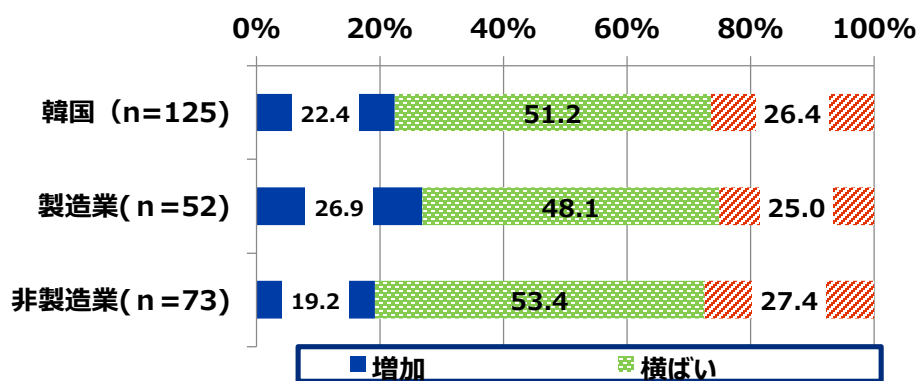


図 今後の予定（現地従業員）

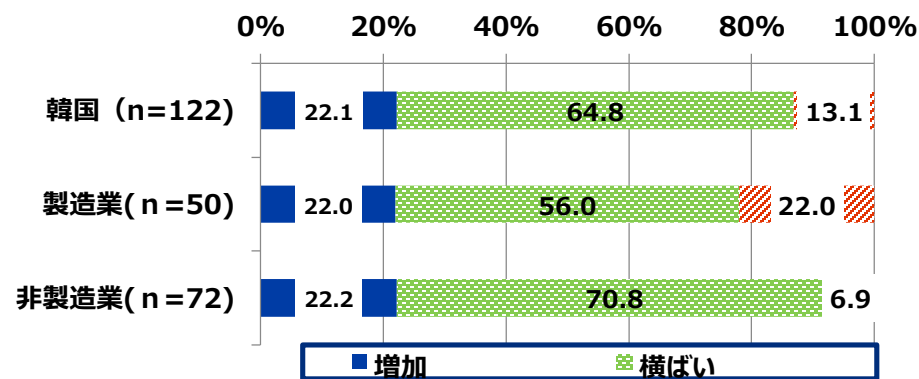


図 過去1年間の変化（日本人駐在者）

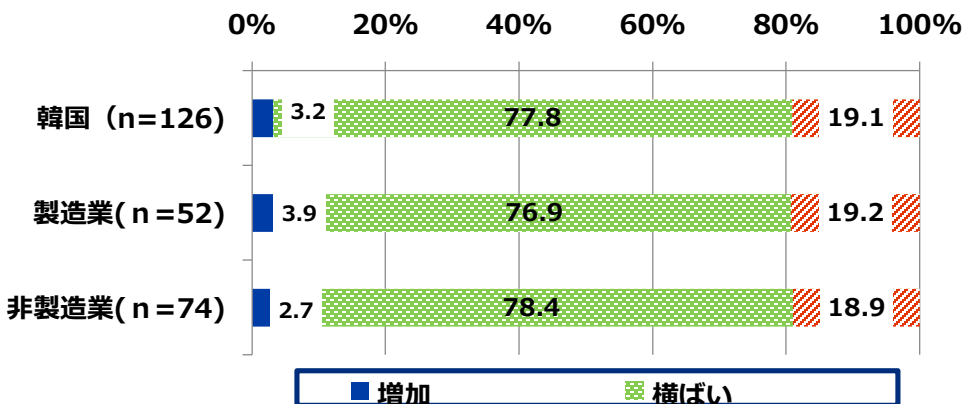
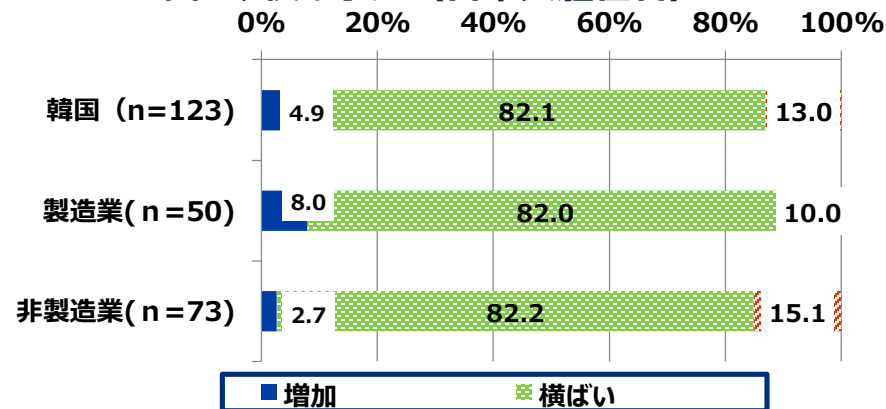


図 今後の予定（日本人駐在者）



## 4 韓国進出企業の主要FTAの利用状況

- 韓国進出企業は、韓国の主要FTA（自由貿易協定）発効国・地域のうち、**中国**、**米国**、**ASEAN**との貿易実績が多い。
- FTA利用が多い相手国は、輸出・輸入ともに**中国**、**EU**、**ASEAN**である。

表 韓国進出企業の主要 F T A 利用状況

輸出入先	輸出入実績のある企業数			輸出の際のFTA優遇税率の利用状況				輸入の際のFTA優遇税率の利用状況			
	輸出している	輸入している	有効回答数	利用している	利用を検討中	利用していない (予定なし)	合計	利用している	利用を検討中	利用していない (予定なし)	合計
中国	47	44	64	19	12	11	42	27	6	7	40
米国	28	19	35	13	5	3	21	8	4	3	15
ASEAN	27	24	45	14	4	5	23	17	1	4	22
EU	27	20	38	16	5	3	24	12	3	2	17
ベトナム	19	11	25	8	3	2	13	6	2	1	9
シンガポール	17	7	20	6	4	4	14	2	2	2	6
インド	12	2	12	3	3	2	8	1	0	0	1
オーストラリア	7	4	10	4	2	0	6	2	0	0	2
ニュージーランド	2	0	2	1	1	0	2	0	0	0	0

# 1 「販売・営業」「雇用・労働」分野で約9割が問題ありと回答

- 韓国進出企業の過半数は、「販売・営業」、「雇用・労働」、「生産」などの分野で、「何らかの経営上の問題がある」と指摘する。
- 「販売・営業」と「雇用・労働」分野は、**製造業、非製造業ともに9割前後で「問題あり」と回答。**
- 「生産」、「貿易制度」分野の問題を指摘する韓国進出企業は、**他の調査国・地域に比べ少ない。**

表 分野別に見た経営上の問題の有無（%）

分野	韓国進出企業(製造業)		韓国進出企業(非製造業)		韓国進出企業(合計)		調査対象20カ国・地域	
	何らかの問題がある	特に問題はない	何らかの問題がある	特に問題はない	何らかの問題がある	特に問題はない	何らかの問題がある	特に問題はない
販売・営業	92.2	7.8	94.4	5.6	93.5	6.5	94.2	5.8
雇用・労働	90.2	9.8	86.1	13.9	87.8	12.2	88.3	11.7
生産	73.3	26.7	-	-	73.3	26.7	88.8	11.2
財務・金融・為替	58.8	41.2	61.4	38.6	60.3	39.7	64.2	35.8
貿易制度	38.8	61.2	43.3	56.7	41.4	58.6	53.7	46.3

注1：「何らかの問題がある」は全体（100%）から「特に問題はない」と回答した企業の割合を控除した値

注2：サンプル数は各項目ごとに異なるため省略

## 2 「主要販売市場の低迷（消費低迷）」が増加

- 前年同調査に引き続き、「従業員の賃金上昇」を課題とあげる企業が最も多い。特に、製造業の70.6%が同問題を課題として指摘。
- 「主要販売市場の低迷（消費低迷）（52.9%）」を課題にあげる企業が昨年度調査に続き、増えつつある。

表 韓国進出企業が抱える経営上の問題（複数回答、%）

順位	韓国進出企業			調査対象20カ国・地域		参考：在中国日系企業	
	項目	合計	製造業	項目	合計	項目	合計
			非製造業				
1	従業員の賃金上昇	66.7	70.6	従業員の賃金上昇	56.4	従業員の賃金上昇	63.3
			63.9				
2	主要販売市場の低迷(消費低迷)	52.9	43.1	取引先からの発注量の減少	48.2	環境規制の厳格化	46.7
			59.7				
3	取引先からの発注量の減少	48.0	51.0	主要販売市場の低迷(消費低迷)	42.7	限界に近づきつつあるコスト削減	46.1
			45.8				
4	新規顧客の開拓が進まない	44.7	37.3	新規顧客の開拓が進まない	41.9	競合相手の台頭（コスト面で競合）	44.8
			50.0				
5	競合相手の台頭(コスト面で競合)	43.1	41.2	従業員の質	40.4	新規顧客の開拓が進まない	42.0
			44.4				



順位	韓国進出企業（2019年度調査）		
	項目	合計	製造業 非製造業
1	従業員の賃金上昇	65.4	59.2
			69.1
2	競合相手の台頭(コスト面で競合)	55.6	61.2
			52.4
3	現地通貨の対円為替レートの変動	52.6	50.0
			54.1
4	主要販売市場の低迷(消費低迷)	51.1	44.9
			54.8
5	主要取引先からの値下げ要請	44.4	51.0
			40.5

注1：各分野において、企業が問題点があると思う項目を複数選択した後、最も多かった項目を分野別に整列  
 注2：サンプル数は各項目ごとに異なるため省略



# 1 | 知的財産に関する被害動向（韓国特別設問1）

- 製造業の6.1%、非製造業の9.9%が過去1年以内に知的財産関連の被害に遭ったと回答。

図 知的財産に関する被害やトラブルの経験有無

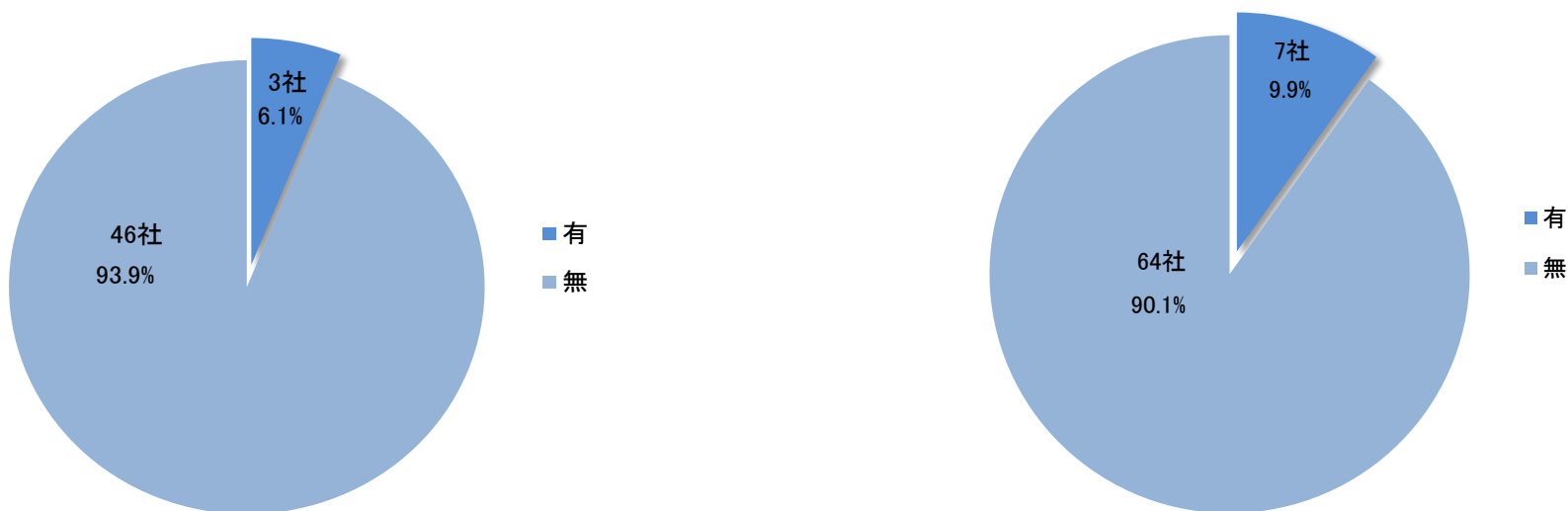


表 知的財産に関する被害内容（複数応答、社）

区分	模倣品の発生	営業秘密流出	冒認商標の発生	特許侵害等の訴訟を提起された	職務発明等にかかわるトラブル	その他
製造業(n=3)	1	0	0	0	2	1
非製造業(n=7)	7	6	1	0	0	0

## 2 | 日韓関係の悪化による影響の有無（韓国特別設問2）

- 製造業の34.7%、非製造業の67.6%が日韓関係の悪化により「マイナスの影響がある」と回答（プラスの影響との回答は全体で0.8%）。

図 日韓関係の悪化による影響の有無

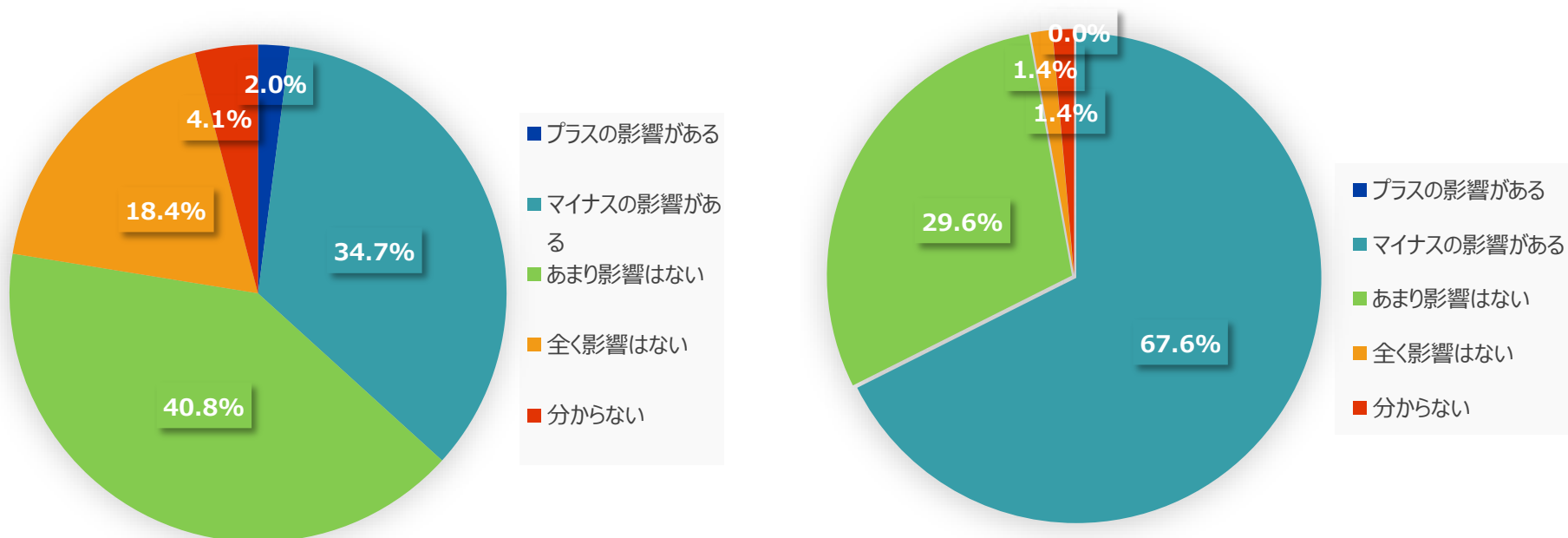


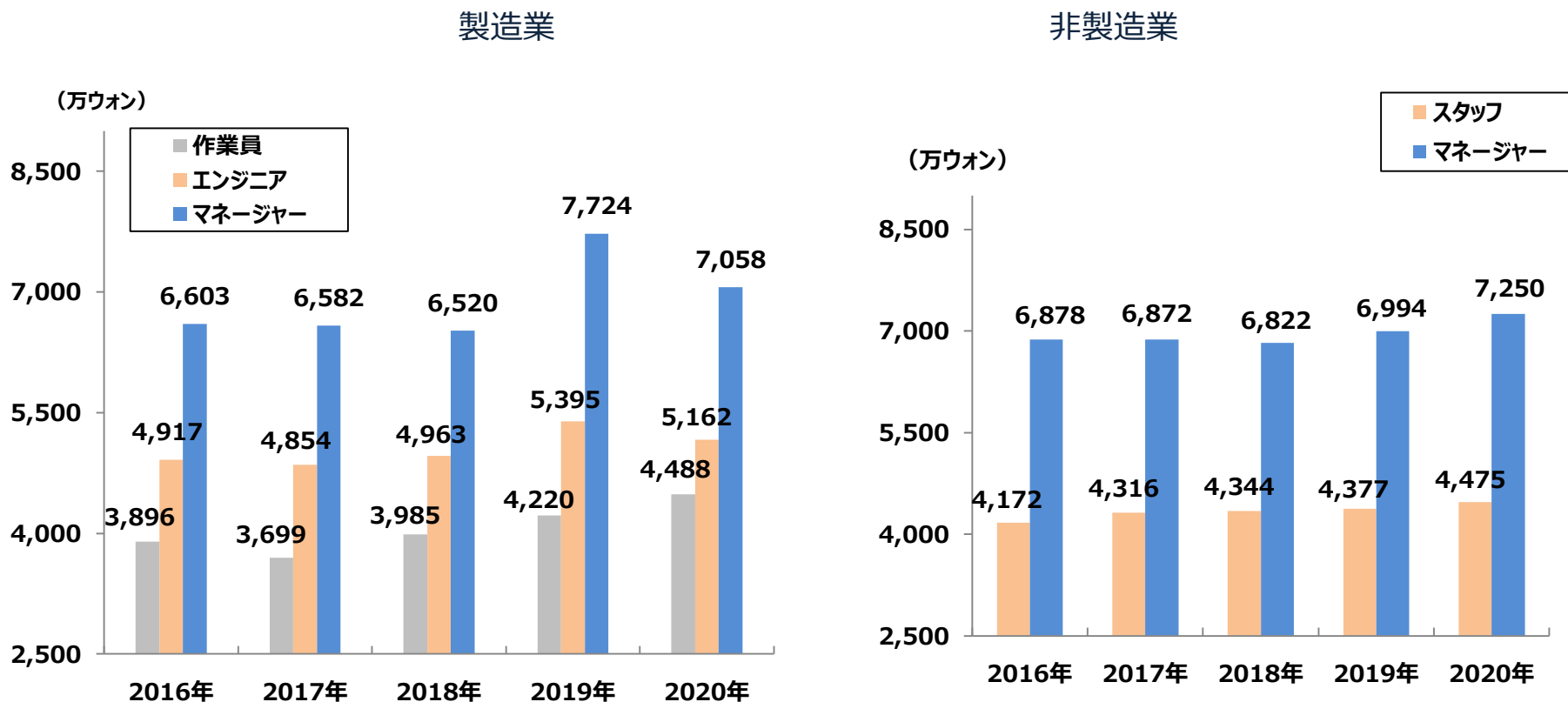
表 日韓関係の悪化による被害内容（複数応答、社）

区分	国内売上 (現地市場での売上)	調達・輸入コスト	生産コスト	海外売上 (輸出での売上)	その他
製造業(n=17)	12	1	1	1	4
非製造業(n=46)	38	3	0	1	10

# 1 過去5年間の韓国進出企業の賃金水準推移

- 韓国進出企業の賃金水準の推移は、製造業と非製造業で異なる。
- **非製造業**は前年同調査と比較して**上昇**したが、**製造業**は**エンジニアとマネージャーの賃金が下落**。

図 韓国進出企業の賃金水準推移（年間実負担額）



注1：年間実負担額は、「社員1人に対する年間負担総額（基本給、諸手当、社会保障、残業、賞与などの合計）」

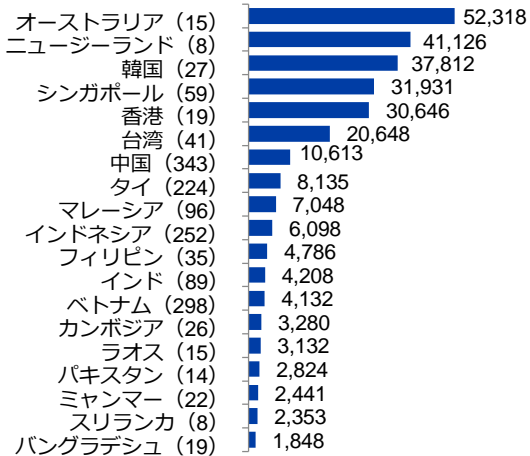
注2：製造業の**作業員**は「正規雇用の一般職種で**実務経験3年程度**」、**エンジニア**は「正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ**実務経験5年程度**」、**マネージャー**は「正規雇用の営業担当課長クラス大卒以上、かつ**実務経験10年程度**」

注3：非製造業の**スタッフ**は「正規雇用の一般職種で、**実務経験3年程度**」、**マネージャー**は「正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ**実務経験10年程度**」

## 2 | アジア進出日系企業の賃金水準の比較 (年間実質負担額)

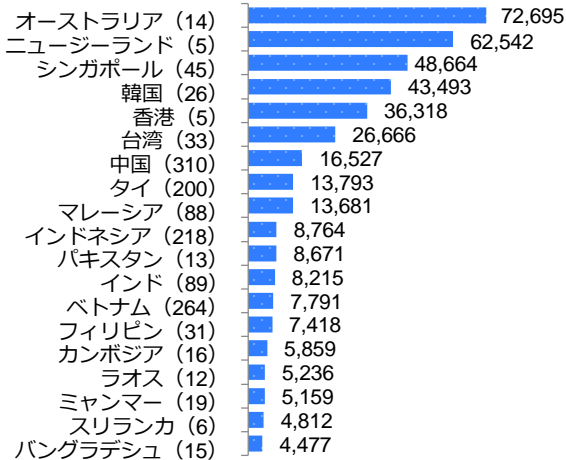
### 製造業・作業員

単位：米ドル



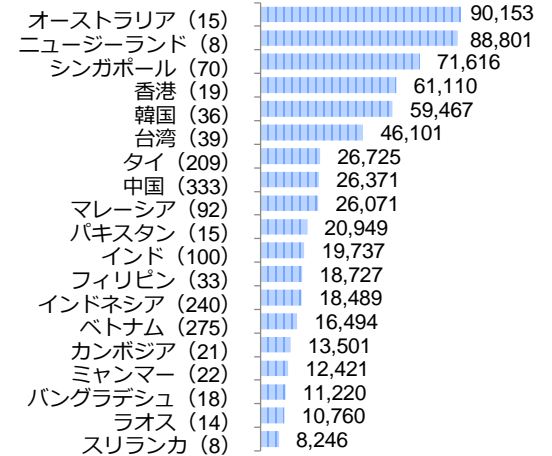
### 製造業・エンジニア

単位：米ドル



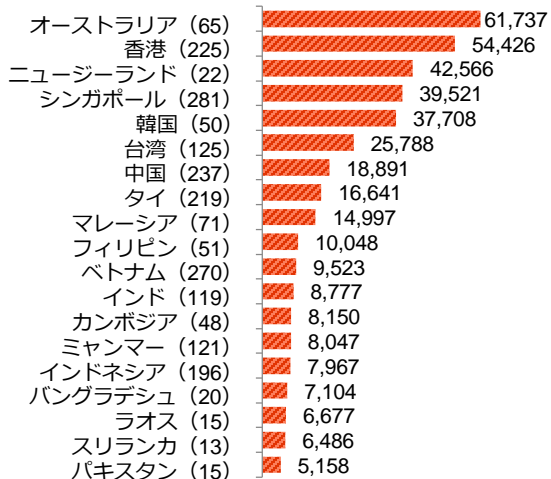
### 製造業・マネージャー

単位：米ドル



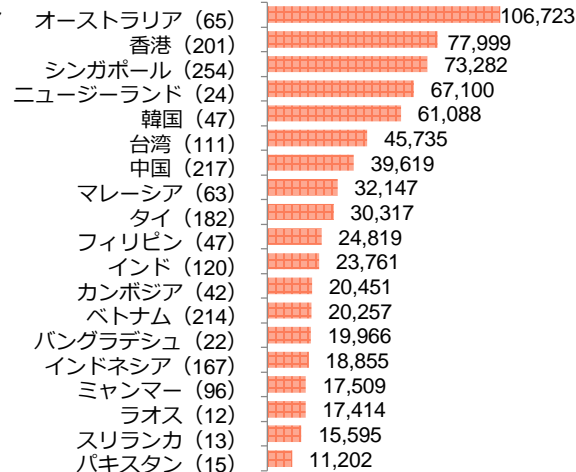
### 非製造業・スタッフ

単位：米ドル



### 非製造業・マネージャー

単位：米ドル

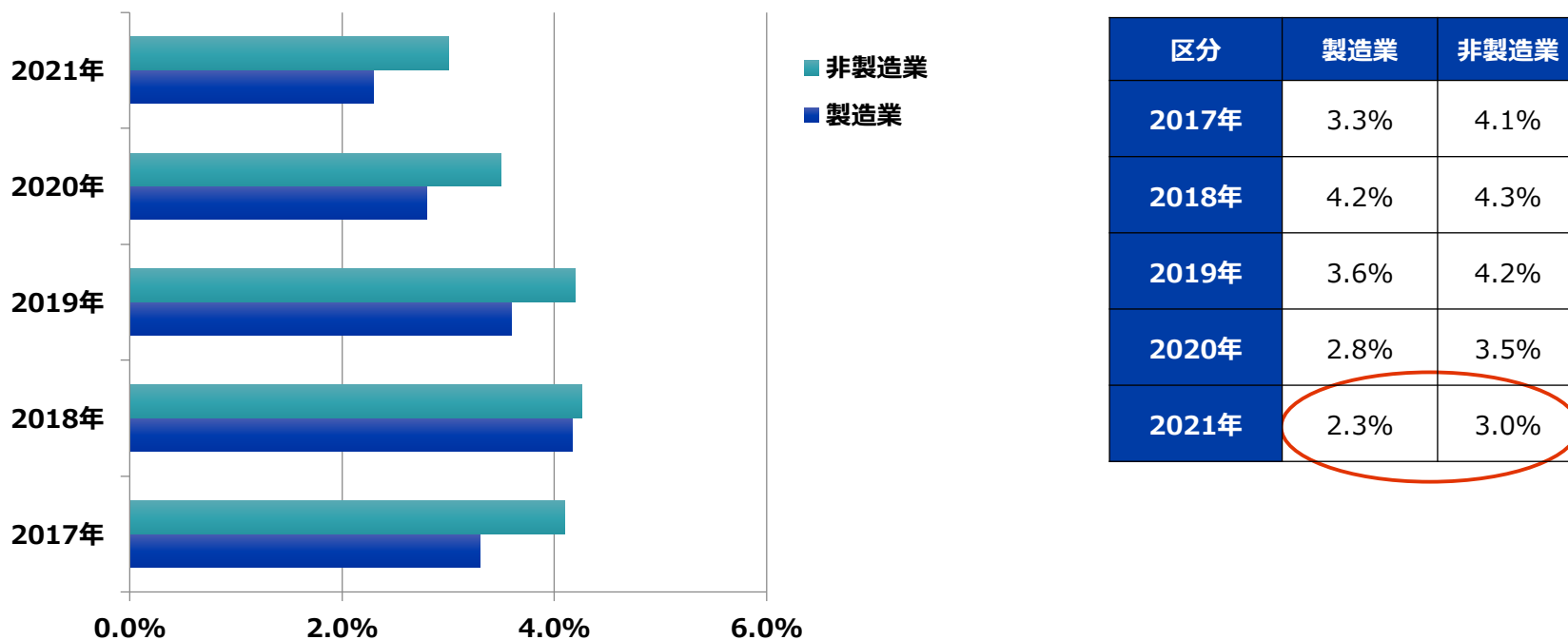


- 年間実負担額：一人あたり社員に対する負担総額(基本給、諸手当、社会保障、残業、賞与などの年間合計。退職金は除く。2020年(度)時点。
- 作業員、エンジニア、マネージャー(製造業)、スタッフ、マネージャー(非製造業)：前頁を参照。
- 注：カンボジア以外の国・地域については、回答は自国・地域通貨建て(ただし、ミャンマーは自国通貨建て、米ドル建ての選択式)。各職種の自国・地域通貨建て年間実負担額の平均値を、2020年8月の平均為替レート(各国・地域中央銀行発表、中国は外貨管理局発表)で米ドルに換算。ミャンマーは、回答企業によって通貨が異なる(自国通貨建てまたは米ドル建て)ため、自国通貨建てでの企業の回答を米ドルに換算した上で平均をとった。

### 3 | 2021年の賃金ベースアップ率（見込み）

- 2021年の韓国進出企業の賃金ベースアップ率（見込み）は、4年連続で製造業、非製造業ともに減少。
- アジア進出企業平均より低い（製造業4.3%、非製造業3.8%）。

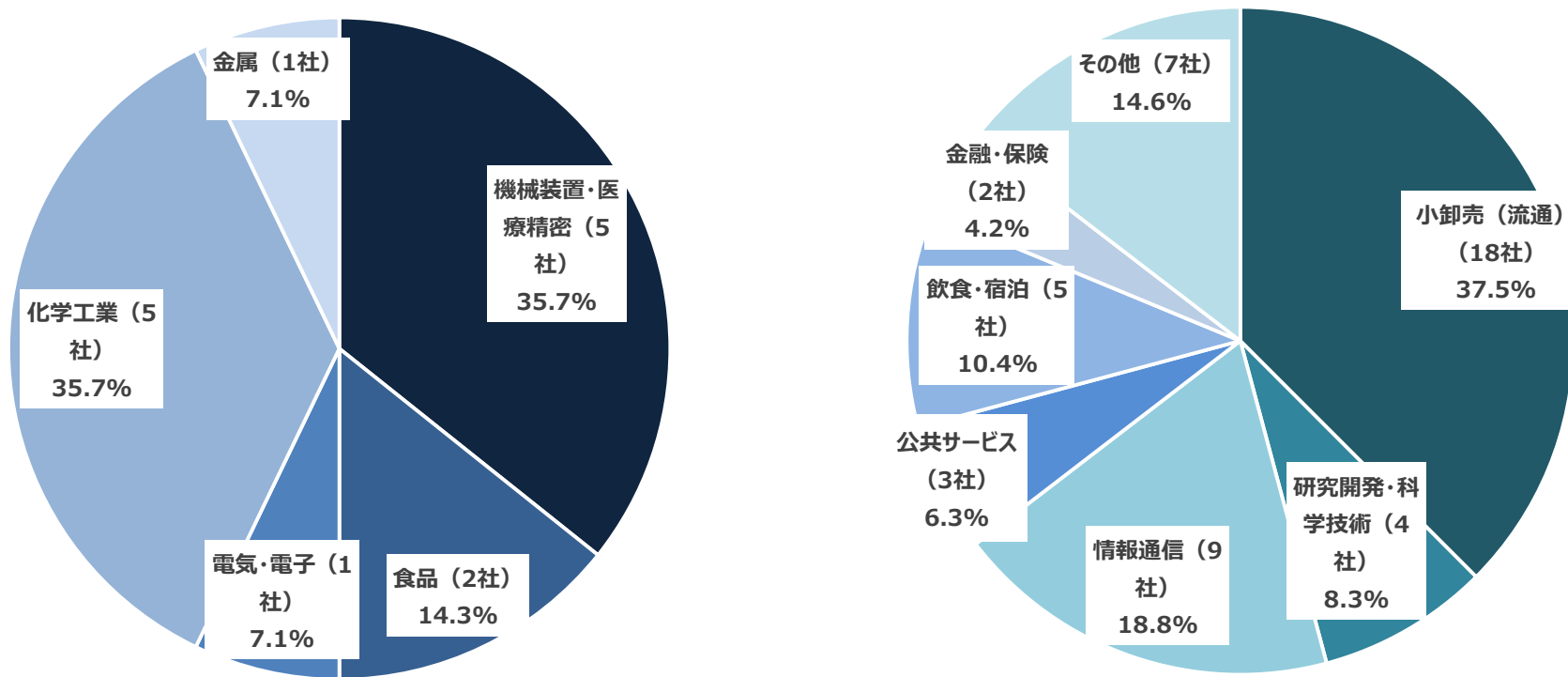
図 2021年韓国進出企業の前年比ベースアップ率（見込み）



## 参考：日系企業の新規進出が大幅減

- 産業通商資源部の「外国人投資企業情報」を整理すると、2020年に韓国に新規進出した日系企業は2018年の139社から2年連続（2019年は93社）で大幅に減少し、62社（製造業：14社、非製造業：48社）に留まった。

図 2020年日系企業の韓国への新規進出件数

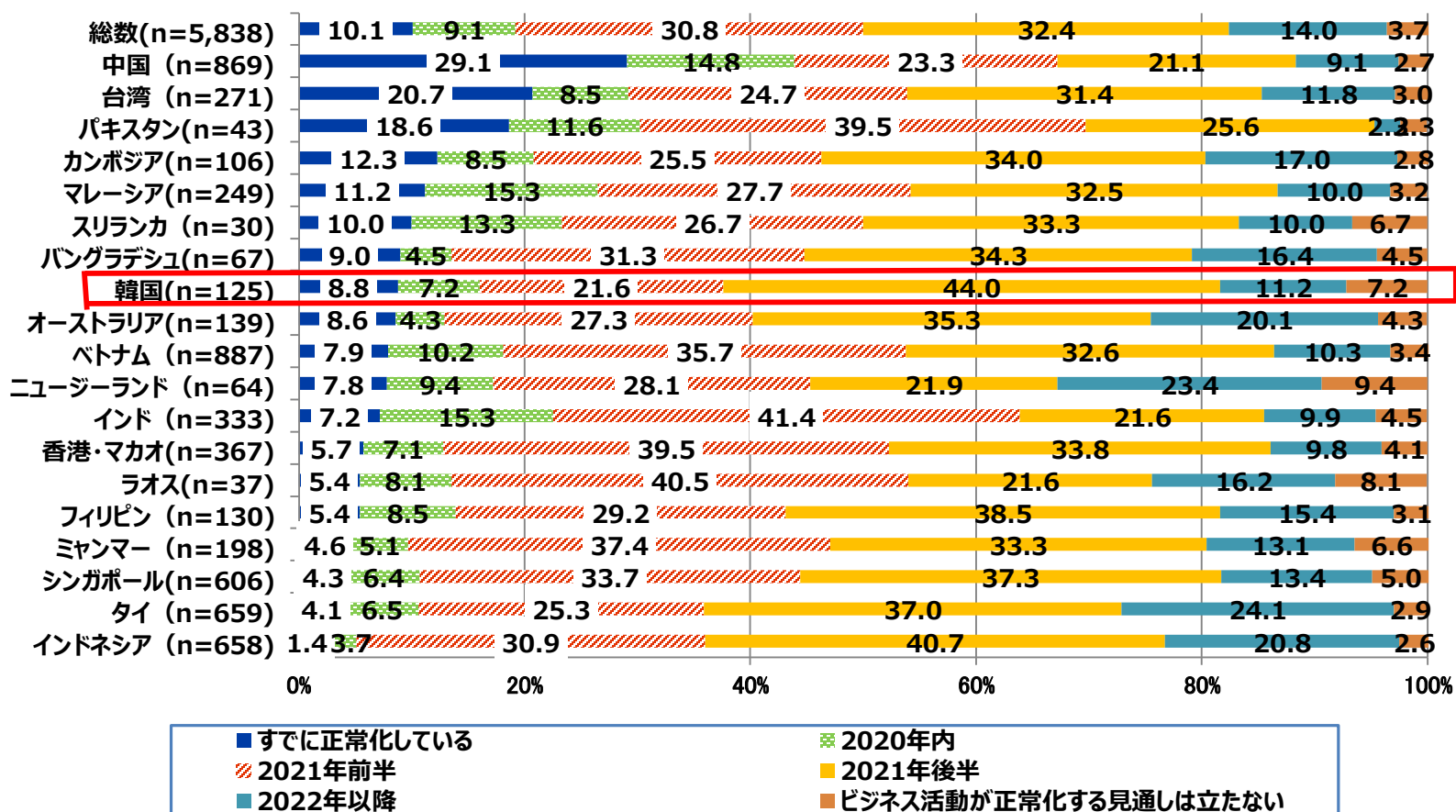


注：韓国の外国人投資促進法では、出資比率が10%以上が外国人である場合などを外国人投資企業。

# 1 | ビジネス活動が正常化する時期

- 新型コロナウイルス感染拡大後ビジネス活動が正常化する時期について、6割を超える韓国進出企業が「2021年後半以降」、または「ビジネス活動が正常化する見通しは立たない」と回答。

図 新型コロナウイルス感染拡大後ビジネス活動が正常化する時期



## 2 | 正常化後の需要見込み

- 新型コロナウイルス感染拡大後ビジネス活動が正常化する時期について、2021年後半までに正常化すると回答した企業は**非製造業（48.0%）が製造業（38.5%）を上回る**。
- 正常化後の需要環境については、製造業は「**新型コロナ感染拡大前の需要環境に戻る**」が約5割を占めた半面、非製造業は「**製品・サービスの需要がやや減少する**」が約5割を占めた。

表 新型コロナウイルス感染拡大後ビジネス活動が正常化する時期

区分	すでに正常化している	2020年内	2021年前半	2021年後半	2022年以降	ビジネス活動が正常化する見通しは立たない
製造業(n=52)	6	5	10	20	7	4
%	11.5	9.6	19.2	38.5	13.5	7.7
非製造業(n=73)	5	4	17	35	7	5
%	6.9	5.5	23.3	48.0	9.6	6.9

表 正常化後の需要環境見込み

区分	新型コロナ感染拡大前の需要環境に戻る	正常化後に新型コロナ感染拡大前に比べて製品・サービスの需要がやや減少する	正常化後に新型コロナ感染拡大前に比べて製品・サービスの需要が大きく減少する	正常化後に新型コロナ感染拡大前に比べて製品・サービスの需要が増加する	その他
製造業(n=52)	30	14	0	6	2
%	57.7	26.9	0.0	11.5	3.9
非製造業(n=72)	21	35	0	11	5
%	29.2	48.6	0.0	15.3	6.9



### 3 | 事業戦略などの見直しと時期

- 8割を超える韓国進出企業は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、2020年にも「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」、「在宅勤務やテレワークの活用拡大」の方向に速やかに動いた。

表 見直し時期を「今年中に着手予定」「感染拡大後着手」と回答した企業割合 (%)

区分	販売戦略の見直し				調達/生産戦略の見直し				管理/経営体制の見直し				
	販売先の見直し	販売製品の見直し	バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進	デジタルマーケティング、AI利用などデジタル化の推進	調達先の切り替え	(不足の事態に備えるための)複数調達化(マルチプル・ソーシングの実態)	新規投資/設備投資の中止・延期	自動化・省人化の推進	在宅勤務やテレワークの活用拡大	経営の現地化の推進	人員削減による合理化	海外駐在員の削減	スタッフの待遇調整
全体	60.2	62.9	83.5	53.0	53.6	50.2	72.9	32.7	85.6	34.2	60.4	49.9	67.8
カンボジア	64.0	78.6	58.3	37.5	53.3	50.0	-	27.3	88.9	57.1	87.5	57.1	75.0
インドネシア	61.9	62.8	81.0	55.9	48.1	48.5	71.7	31.8	91.0	42.9	61.0	52.9	73.0
マレーシア	63.0	58.1	89.3	46.2	55.2	67.9	64.7	35.7	89.5	25.0	45.8	37.1	65.5
ミャンマー	71.4	64.7	86.4	31.6	75.0	46.2	66.7	58.3	71.9	25.0	69.6	55.6	72.4
フィリピン	50.0	72.7	85.7	54.5	60.0	-	50.0	36.4	88.9	23.1	81.3	56.3	75.0
シンガポール	60.5	66.7	79.7	55.9	55.9	53.7	83.9	48.0	85.7	23.5	53.6	46.4	64.7
タイ	53.4	52.4	68.8	49.2	50.0	48.9	66.2	23.5	85.9	41.3	63.6	48.2	75.0
ベトナム	60.6	69.0	89.4	57.1	55.6	51.5	71.2	28.6	85.5	31.7	69.5	50.8	61.7
インド	61.1	68.8	86.6	57.9	57.7	61.0	77.8	41.7	83.1	30.6	76.0	73.9	85.7
オーストラリア	76.9	68.4	87.1	47.4	70.0	-	88.9	14.4	85.3	-	76.7	43.8	85.0
ニュージーランド	70.6	70.0	85.7	63.6	-	-	80.0	-	87.5	-	75.0	-	77.8
中国	64.0	60.4	83.1	44.3	53.9	50.0	83.3	30.7	89.9	38.0	43.9	43.7	55.3
香港・マカオ	50.7	56.3	91.5	66.7	50.0	45.7	63.6	45.8	83.0	41.9	52.5	29.3	63.2
台湾	63.8	60.5	82.9	56.1	55.6	35.3	83.3	20.0	81.6	14.3	60.0	35.3	31.3
韓国	56.0	58.8	90.9	58.1	25.0	28.6	-	-	83.3	25.0	50.0	-	46.7

注1:400社以上から回答があった項目を掲載している。

注2:主要国の欄の「-」は回答社数が10社未満を意味する。各項目の回答社数が少ないラオス、バングラデシュ、パキスタン、スリランカは未掲載。

注3:複数回答

# 1 | 現地スタートアップとの連携

- 約2割の韓国進出企業は、現地スタートアップとの連携について「意思・関心がある」と回答。
- 韓国進出企業は、現地スタートアップ企業連携におけるターゲット市場を「現地（79.4%）」と回答し、その次に「日本（41.2%）」を挙げる。

表 現地スタートアップとの連携状況（%）

区分	すでに連携している	連携する予定がある	連携していないが、連携への意思・関心がある	連携する予定はない
全体(n=119)	5.0	2.5	24.4	68.1
製造業(n=49)	4.1	0.0	22.5	73.5
非製造業(n=70)	5.7	4.3	25.7	64.3

表 現地スタートアップ企業連携におけるターゲット市場（%）

区分	現地	日本	中国	ASEAN	米国	その他
全体(n=34)	79.4	41.2	17.7	23.5	17.7	47.1
製造業(n=12)	91.7	50.0	25.0	16.7	25.0	33.3
非製造業(n=22)	72.7	36.4	13.6	27.3	13.6	54.5

## 2 | ECの活用

- 約2割の韓国進出企業は、「電子商取引（EC）サイトなどを通じてオンラインで販売している」と回答し、約1割はオンライン販売を検討している。
- 8割を超える韓国進出企業は、「BtoB取引にECを導入する予定はない」と回答。

表 電子商取引（EC）サイトなどを通じたオンライン販売の実施状況（%）

区分	オンラインで販売している					オンラインで販売していない		
	オンラインモールなどのECサイトやアプリ上で販売している（B2C-EC、B2B2C）	自社サイトなどを通じて消費者に直接販売している（D2C）	企業間取引サイト、EDI受発注システム（注）などで、企業向けに販売している（B2B-EC）	オンラインと実店舗を連携した取り組みをしている（オムニチャネル、O2O）	合計	オンライン販売は行っていないが、検討中である	オンライン販売は行っていない	合計
全体（n=116）	7.8	6.9	6.0	2.6	<b>23.3</b>	7.8	77.6	<b>85.4</b>
製造業（n=47）	10.6	6.4	10.6	2.1	<b>29.8</b>	6.4	72.3	<b>78.7</b>
非製造業（n=69）	5.8	7.3	2.9	2.9	<b>18.9</b>	8.7	81.2	<b>89.9</b>

表 BtoB 取引にECを導入する予定（%）

区分	1年以内に導入予定	導入時期は未定だが、検討中	導入時期は未定だが、検討予定	導入の予定はない
全体(n=107)	0.0	5.6	7.5	<b>86.9</b>
製造業(n=39)	0.0	7.7	7.7	<b>84.6</b>
非製造業(n=68)	0.0	4.4	7.4	<b>88.2</b>

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/ora2/20200046>



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 中国北アジア課



03-3582-5181



ORG@jetro.go.jp



〒107-6006

東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

## ■ 免責条項

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

禁無断転載