

JETRO

2022年度

海外進出日系企業実態調査 | アジア・オセアニア編

— ASEAN、南西アジアで業績回復続く、中国はゼロコロナ政策により停滞 —

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

2022年12月15日



目次

調査結果のポイント	2
本年度調査の概要	3
Ⅰ. 営業利益見通し	6
Ⅱ. 今後の事業展開	15
Ⅲ. 経営上の問題点	31
Ⅳ. 原材料・部品の調達（製造業のみ）	41
Ⅴ. 輸出入の状況	45
Ⅵ. 環境問題への対応	48
Ⅶ. サプライチェーンにおける人権に関する方針	53
Ⅷ. 賃金実態	60

調査結果のポイント

1. 黒字企業の割合が65.6%に上昇、新型コロナ禍前の水準に

- ❖ 2022年の営業利益を黒字と見込む企業の割合は上昇し、新型コロナ前の2019年度調査と同水準に。ASEANは6割を超え、インドは新型コロナの反動を中心とした内需拡大で7割を超えた。一方、中国はゼロコロナ政策の影響で黒字企業の割合が減少。
- ❖ 今後1~2年の事業展開の方向性について、ASEANは「拡大」の意向が上昇し、5割に迫る水準となった。一方、中国の「拡大」意向は3割となり、2007年度調査以降最低の水準に。また、ミャンマー、スリランカは3割程の企業が「縮小」と回答。

2. 経営上の問題点、賃金や調達コストの上昇が負担に

- ❖ 経営上の問題点として、製造業では「調達コストの上昇」が8割近い水準となった。また、「従業員の賃金上昇」が全地域・業種共通で挙げられた。

3. 脱炭素への取り組みを行う企業は予定含め7割超、前年から大幅上昇

- ❖ 脱炭素への取り組みを経営課題として認識する企業の割合は約7割に。脱炭素への取り組みを行っている企業は4割弱、今後行う予定も含むと7割を超え、2021年度調査から大幅に上昇。他方、コスト増への顧客の理解やインセンティブ不足が課題として挙げられた。

4. サプライチェーンにおける人権問題、6割が内容理解に課題

- ❖ サプライチェーンにおける人権問題を経営課題として認識する企業の割合は6割弱、2021年度調査より上昇。他方、人権デューデリジェンス（DD）実施企業は25%、実施予定も含むと4割弱にとどまった。人権DD実施の課題として6割が「人権に関する内容理解」と回答。

2022年度調査の概要（1）

(社、%)

調査目的

- アジア・オセアニアにおける日系企業活動の実態を把握し、その結果を広く提供することを目的とする。

調査対象

- 北東アジア5カ国・地域、ASEAN9カ国、南西アジア4カ国、オセアニア2カ国の計20カ国・地域に進出する日系企業（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）。

調査時期

- 2022年（令和4年）8月22日～9月21日

回収状況

- 1万4,290社に回答を依頼し、4,392社より有効回答を得た。国・地域別の内訳は右表の通り（有効回答率30.7%）。

備考

- 調査は1987年より実施し、本年度は第36回目。
- 2007年度調査より非製造業も調査対象に追加。
- 各スライドのカッコ内の数値は有効回答企業数を示す。
- 図表の数値は四捨五入しているため、合計が必ずしも100%とはならない。
- 台湾での調査については、公益財団法人日本台湾交流協会の協力を得て実施した。

	調査対象 企業数	調査企業数		内訳		有効 回答率
		有効回答	構成比	製造業	非製造業	
総数	14,290	4,392	100.0	1,962	2,430	30.7
北東アジア	2,693	1,323	30.1	569	754	49.1
中国	1,539	720	16.4	410	310	46.8
香港・マカオ	468	286	6.5	52	234	61.1
台湾	542	232	5.3	76	156	42.8
韓国	144	85	1.9	31	54	59.0
ASEAN	9,841	2,486	56.6	1,154	1,332	25.3
ベトナム	1,816	603	13.7	309	294	33.2
タイ	2,853	538	12.2	300	238	18.9
シンガポール	1,084	404	9.2	91	313	37.3
インドネシア	1,788	368	8.4	196	172	20.6
マレーシア	943	224	5.1	120	104	23.8
フィリピン	515	153	3.5	85	68	29.7
ミャンマー	470	95	2.2	15	80	20.2
カンボジア	290	77	1.8	26	51	26.6
ラオス	82	24	0.5	12	12	29.3
南西アジア	1,322	408	9.3	195	213	30.9
インド	982	273	6.2	136	137	27.8
バングラデシュ	214	74	1.7	29	45	34.6
パキスタン	66	40	0.9	22	18	60.6
スリランカ	60	21	0.5	8	13	35.0
オセアニア	434	175	4.0	44	131	40.3
オーストラリア	298	128	2.9	29	99	43.0
ニュージーランド	136	47	1.1	15	32	34.6

2022年度調査の概要（2）

業種別割合（製造業）

(社、%)

	有効回答	構成比
製造業 計	1,962	44.7
輸送機器部品	280	6.4
鉄・非鉄・金属	265	6.0
電気・電子機器部品	189	4.3
化学・医薬	168	3.8
一般機械	153	3.5
電気・電子機器	123	2.8
食料品	120	2.7
プラスチック製品	119	2.7
繊維・衣服	114	2.6
ゴム・窯業・土石	83	1.9
紙・木製品・印刷	74	1.7
輸送機器	70	1.6
精密・医療機器	66	1.5
その他製造業	138	3.1

業種別割合（非製造業）

(社、%)

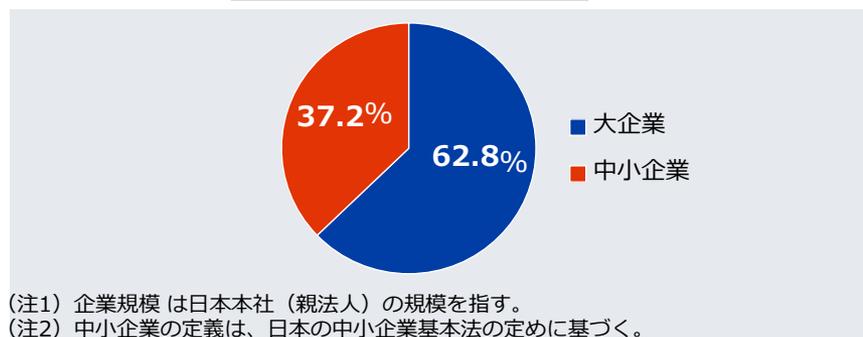
	有効回答	構成比
非製造業 計	2,430	55.3
商社・卸売業	534	12.2
販売会社	419	9.5
運輸業	272	6.2
建設業	235	5.4
情報通信業	222	5.1
事業関連サービス	186	4.2
金融・保険業	181	4.1
不動産・賃貸業	79	1.8
鉱業・エネルギー	50	1.1
旅行・娯楽業	49	1.1
小売業	45	1.0
飲食業	27	0.6
教育・医療	26	0.6
農林水産業	12	0.3
その他非製造業	93	2.1

国・地域別企業数

(社)

	大企業	中小企業
総数	2,758	1,634
北東アジア	902	421
中国	451	269
香港・マカオ	202	84
台湾	182	50
韓国	67	18
ASEAN	1,406	1,080
ベトナム	312	291
タイ	212	326
シンガポール	297	107
インドネシア	246	122
マレーシア	143	81
フィリピン	85	68
ミャンマー	60	35
カンボジア	37	40
ラオス	14	10
南西アジア	311	97
インド	219	54
バングラデシュ	44	30
パキスタン	36	4
スリランカ	12	9
オセアニア	139	36
オーストラリア	111	17
ニュージーランド	28	19

大企業・中小企業の割合



2022年度調査の概要 (3)

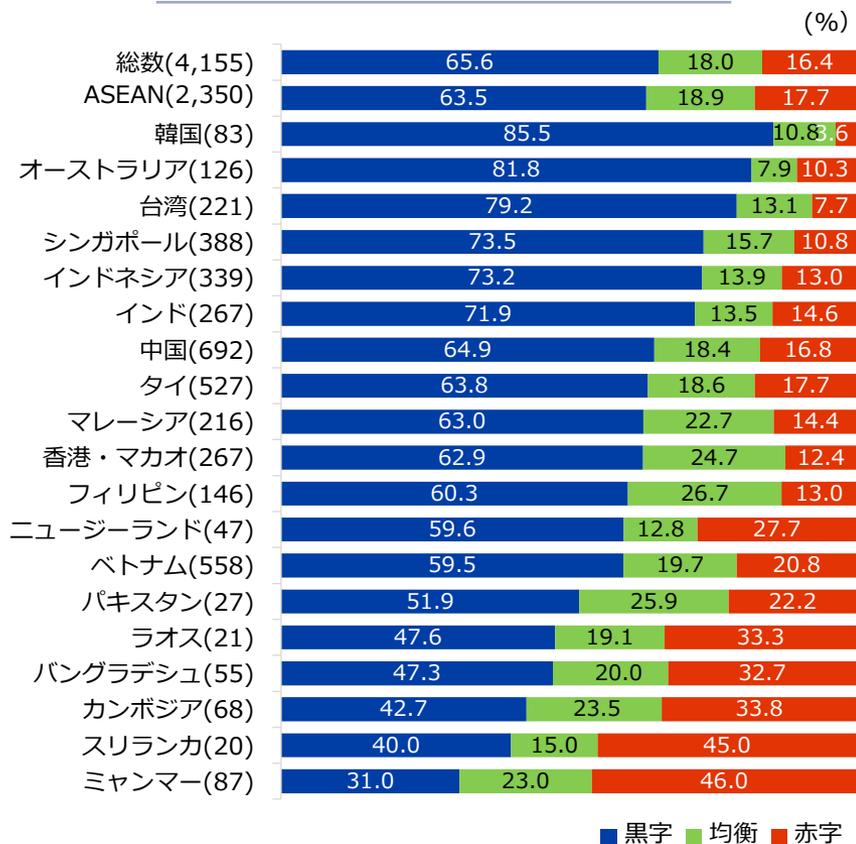
(注) 前ページの業種分類の内訳は以下のとおり。

No.	中分類	小分類	No.	中分類	小分類
1	食料品	食品／農水産加工品	16	鉱業・エネルギー	鉱業 電気／ガス／熱供給／水道
2	繊維・衣服	繊維（紡績／織物／化学繊維） 衣服／繊維製品（履物、手袋、皮革製品、縫製品を含む）	17	建設業	建設／プラント／エンジニアリング
3	紙・木製品・印刷	木材／木製品 家具／インテリア製品／装備品 紙／パルプ 印刷／出版	18	運輸業	運輸／倉庫
4	化学・医薬	化学品／石油製品 医薬品	19	情報通信業	通信／IT／ソフトウェア／情報システム／デジタルサービス BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング） メディア／マスコミ／コンテンツ 広告／マーケティング／調査
5	プラスチック製品	プラスチック製品	20	商社・卸売業	商社 卸売
6	ゴム・窯業・土石	ゴム製品 窯業／土石	21	小売業	小売
7	鉄・非鉄・金属	鉄鋼（鋳鍛造品を含む） 非鉄金属 金属製品（メッキ加工を含む）	22	販売会社	販売会社
8	一般機械	一般機械（はん用・生産用・工作機械／農機・建機／金型・機械工具を含む）	23	金融・保険業	銀行 ノンバンク（保険、証券、クレジットカード、リースなど）
9	電気・電子機器	電気・電子機器 情報通信機器／事務機器	24	不動産・賃貸業	不動産 ビル・施設管理／空調／警備／清掃 レンタル
10	電気・電子機器部品	電気・電子機器部品	25	事業関連サービス	コンサルティング 法務・会計・税務等専門サービス 持株・統括会社 デザイン／設計 修理／保守／検査・分析 人材紹介／人材派遣
11	精密・医療機器	精密機器（分析機器、光学機器など） 医療機器	26	旅行・娯楽業	ホテル／旅行 娯楽／生活関連サービス（イベント、スポーツ施設、理美容を含む）
12	輸送機器	輸送用機器（自動車／二輪車） 輸送用機器（鉄道車両／船舶／航空／運搬車両）	27	飲食業	飲食
13	輸送機器部品	輸送用機器部品（自動車／二輪車） 輸送用機器部品（鉄道車両／船舶／航空／運搬車両）	28	教育・医療	教育・研究機関 医療／福祉／ヘルスケア
14	その他製造業	日用品／文具／雑貨 その他製造業	29	その他非製造業	その他
15	農林水産業	農林水産業			

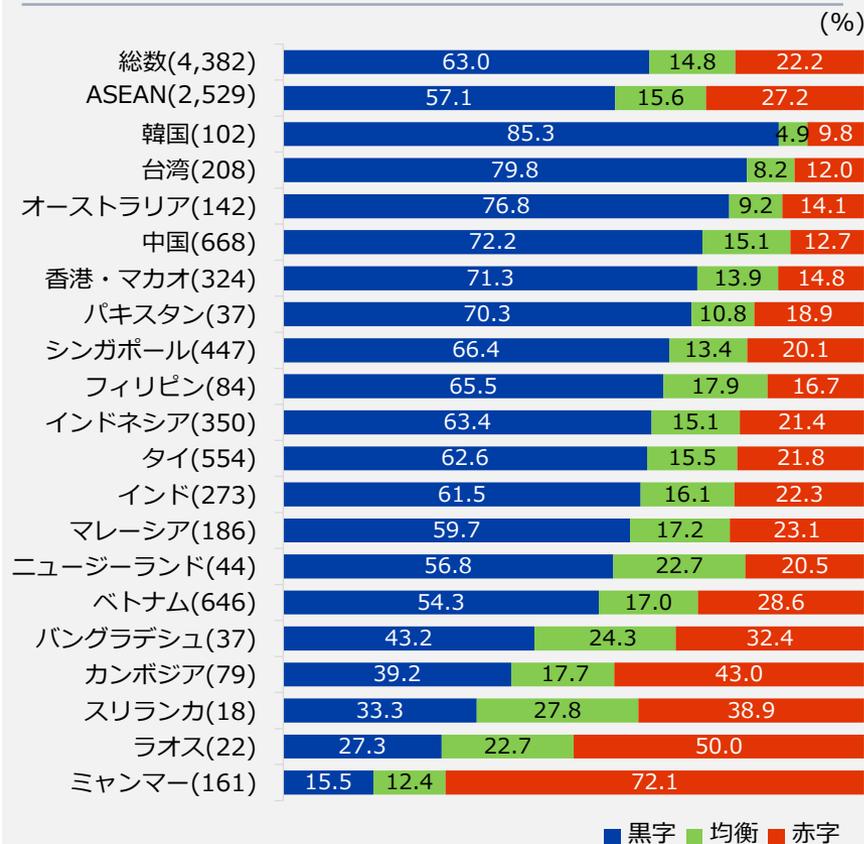
2022年営業利益見込み： 1 黒字割合が上昇、中国やパキстанは低下

- 2022年の営業利益見込みを「黒字」とした企業は65.6%で、2021年度調査（63.0%）から2.6ポイント上昇した。「赤字」は16.4%で、2021年度調査（22.2%）から5.8ポイント低下した。
- 国・地域別にみると、ASEANの黒字割合は2021年度調査より6.4ポイント上昇。インドは10.4ポイント上昇した。一方、中国とパキстанは黒字割合が減少するとともに、赤字割合が増えた。

2022年の営業利益見込み(国・地域別)



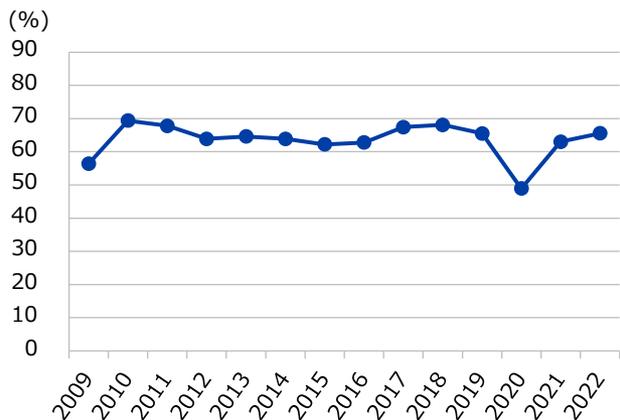
(参考) 前年調査：2021年の営業利益見込み(国・地域別)



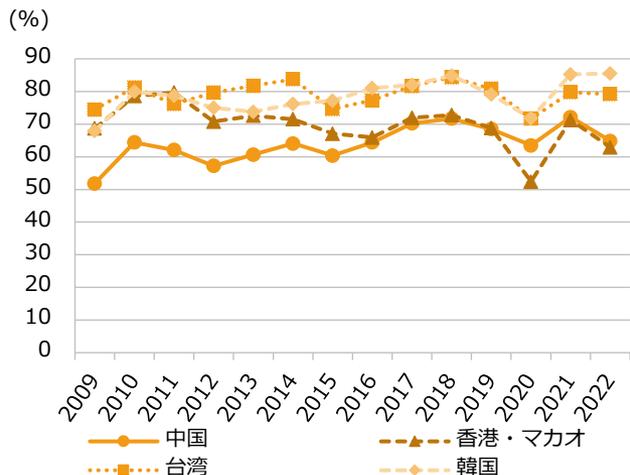
2 | 2022年営業利益見込み（地域別推移）： 黒字割合は新型コロナ流行前の水準に回復

黒字企業の割合の推移 - 2009～22年(国・地域別)

全体

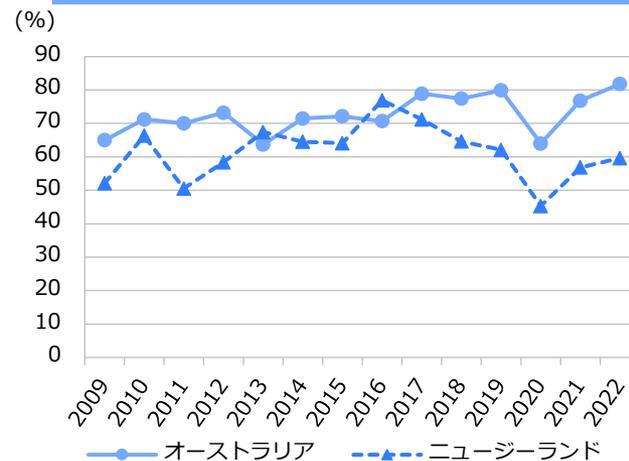


北東アジア

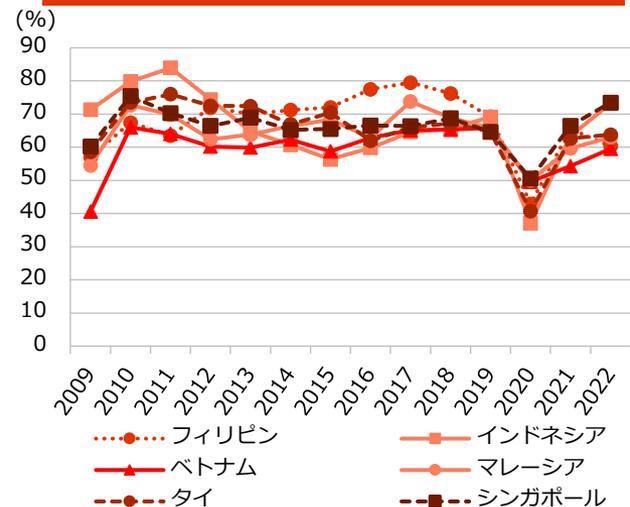


(注) 2009～2010年の香港・マカオは、マカオを含まない。

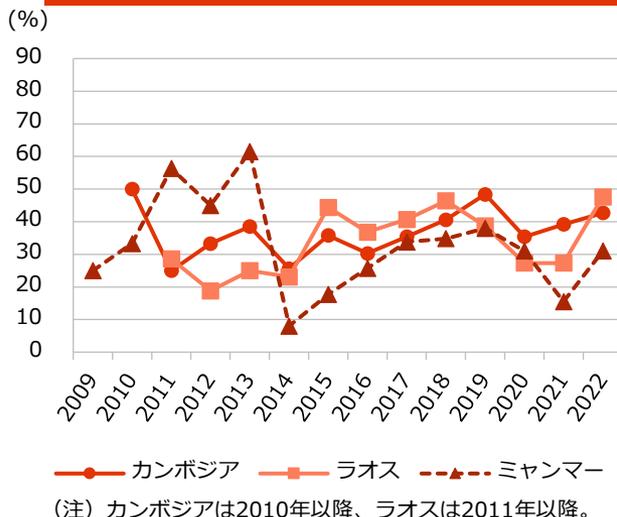
オセアニア



ASEAN6

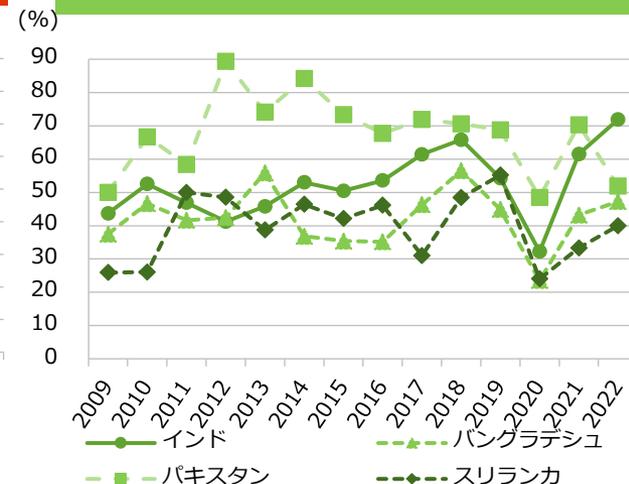


ASEAN (CLM)



(注) カンボジアは2010年以降、ラオスは2011年以降。

南西アジア

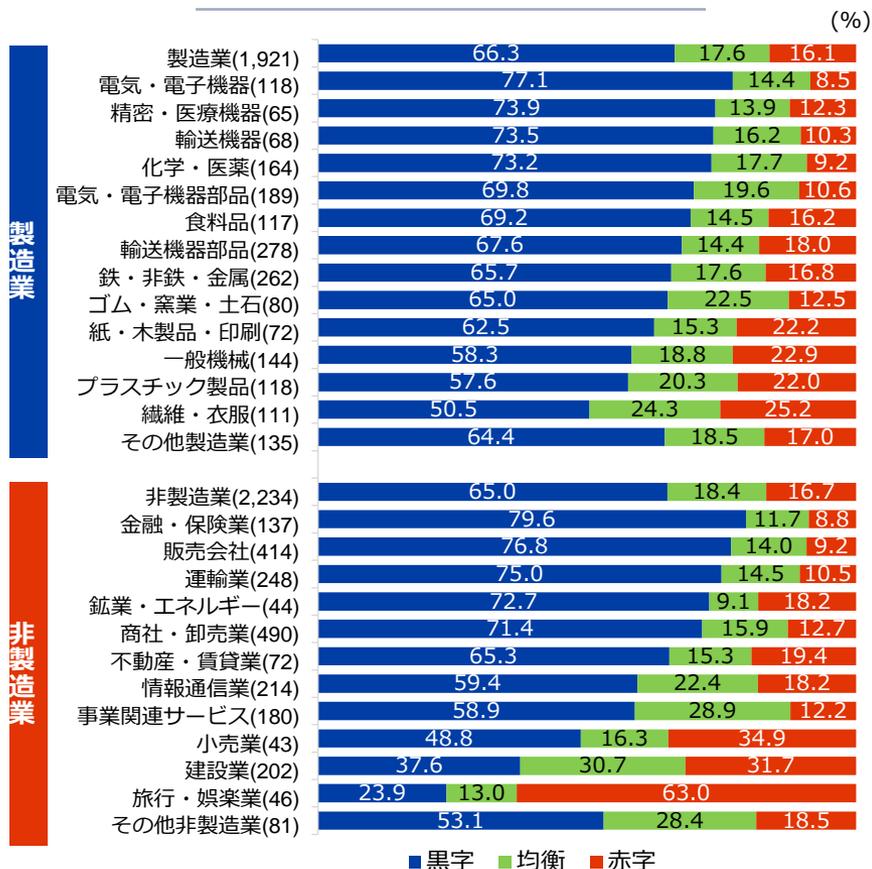


2022年営業利益見込み（業種別）：

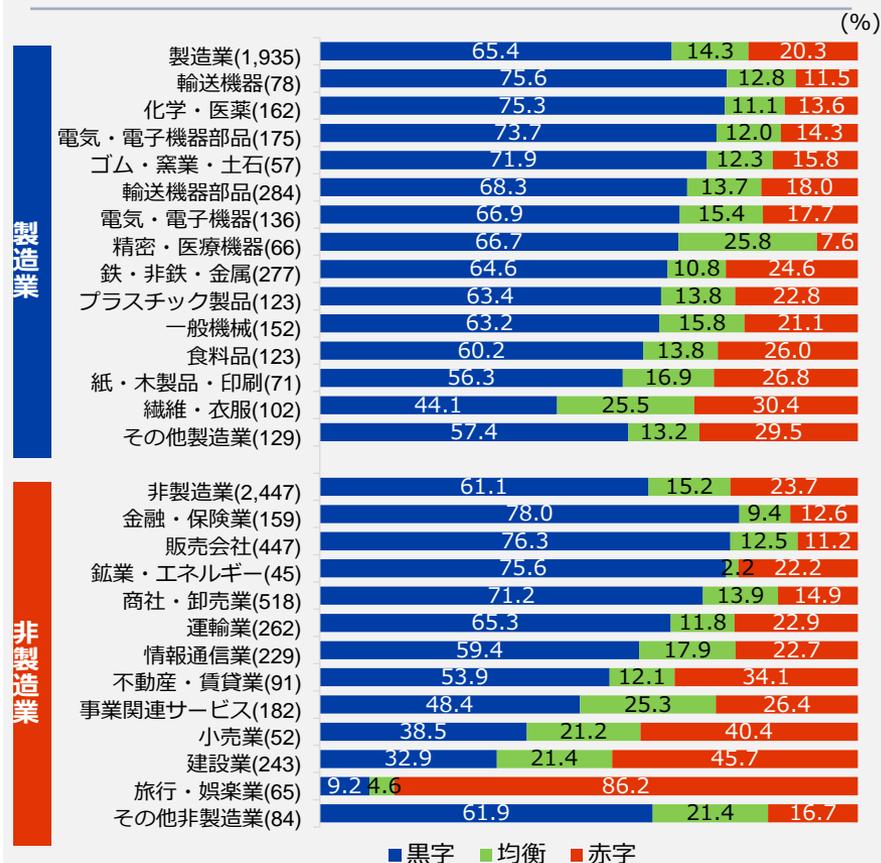
3 製造業・非製造業ともに黒字割合が上昇、赤字が低下

- 2022年の営業利益見込みを業種別にみると、黒字割合は製造業が66.3%、非製造業が65.0%となった。2021年度調査と比べると、それぞれ0.9ポイント、3.9ポイント上昇した。赤字割合は製造業が16.1%、非製造業が16.7%となり、それぞれ4.2ポイント、7.0ポイント低下した。
- 製造業では、食料品の黒字割合が2021年度調査と比べて9.0ポイント上昇。非製造業では、旅行業、不動産賃貸業、事業関連サービス、小売業の黒字割合が10ポイント超の上昇となった。

2022年の営業利益見込み(業種別)



(参考) 前年調査：2021年の営業利益見込み(業種別)

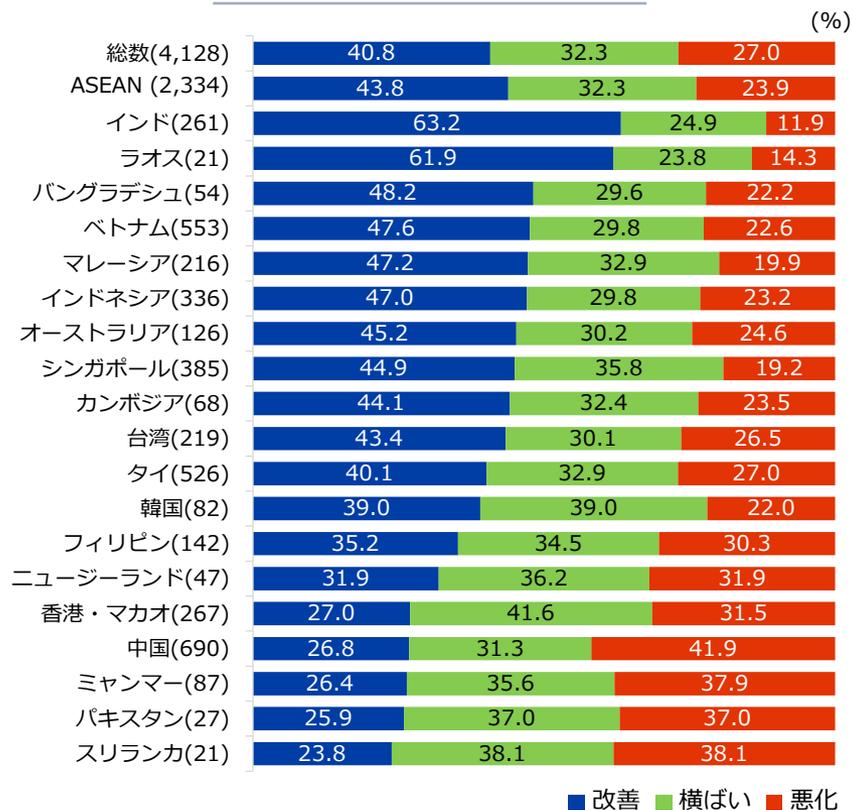


(注) 有効回答数35社以上の業種。

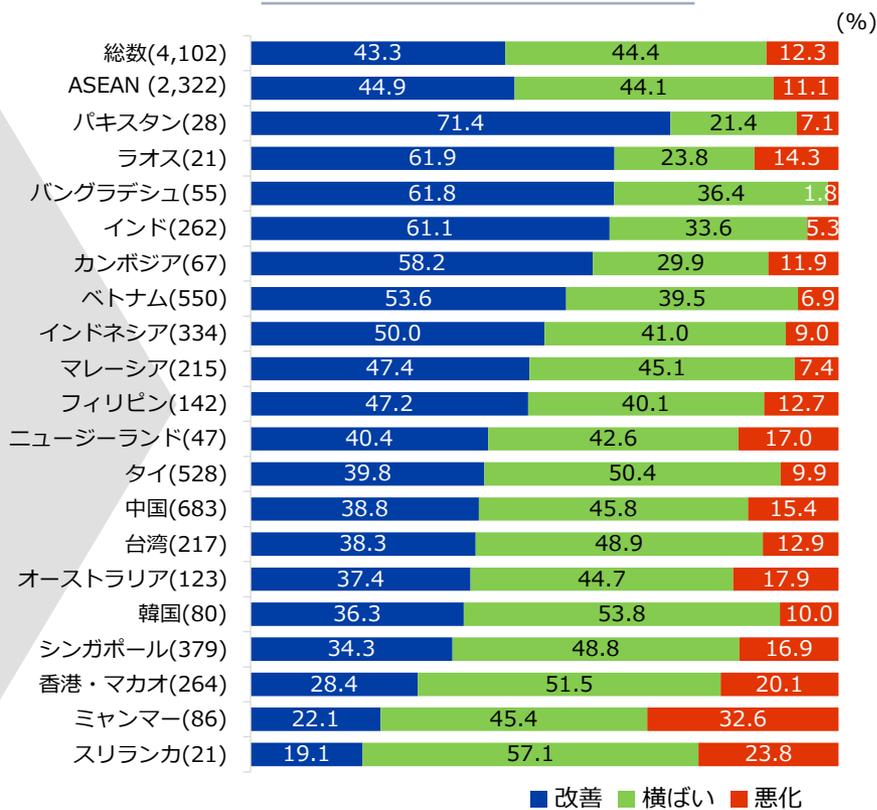
4 営業利益見通し（改善・悪化、国・地域別）： 改善は4割超えも、21年調査よりも減速見込み

- 2022年の営業利益見込み（2021年比）が「改善」すると回答した企業は40.8%と、2021年度調査（43.7%）から2.9ポイント低下した。「悪化」は27.0%と2021年度調査（23.9%）から3.1ポイント上昇した。国・地域別にみると、ASEANは「改善」が上昇した。
- 2023年の営業利益見通しは、「改善」が43.3%で、2021年度調査（47.6%）から4.3ポイント低下、「悪化」は12.3%で、2021年度調査（10.1%）から2.2ポイント上昇した。

2022年の営業利益見込み （国・地域別、21年との比較）

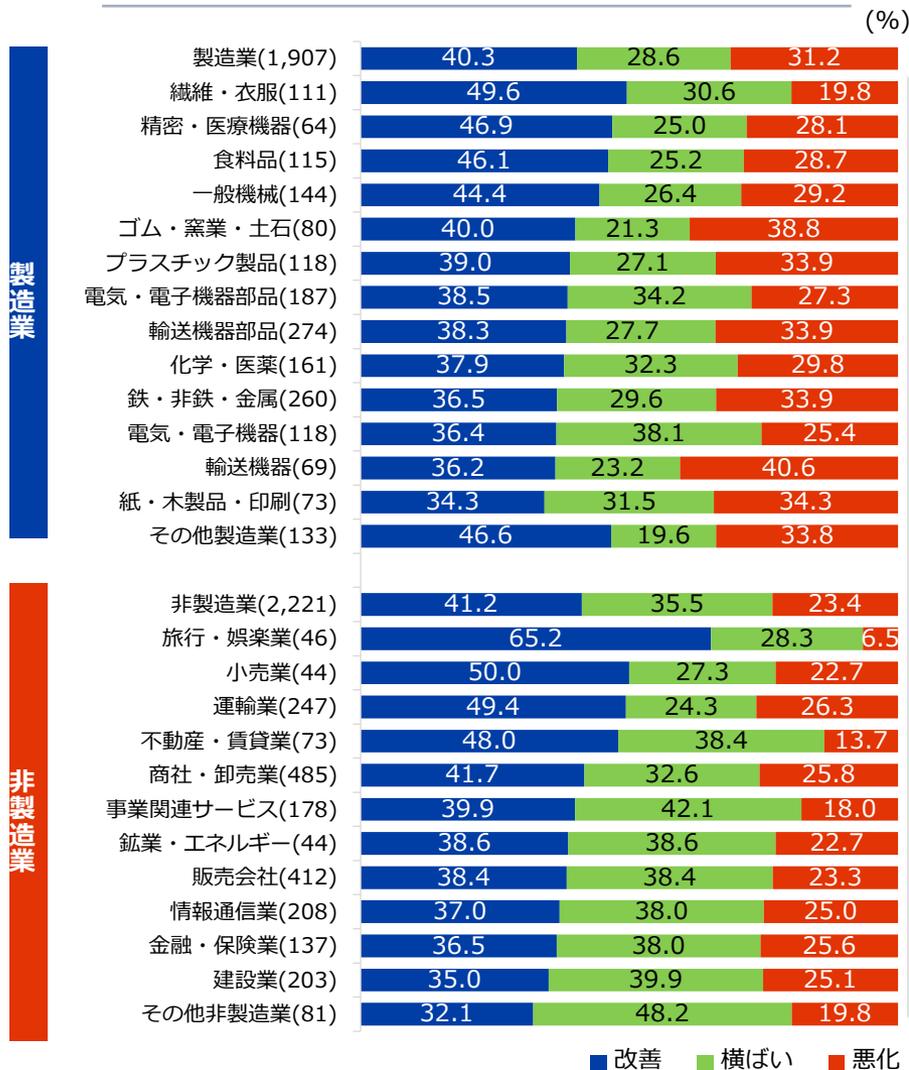


2023年の営業利益見通し （国・地域別、22年との比較）

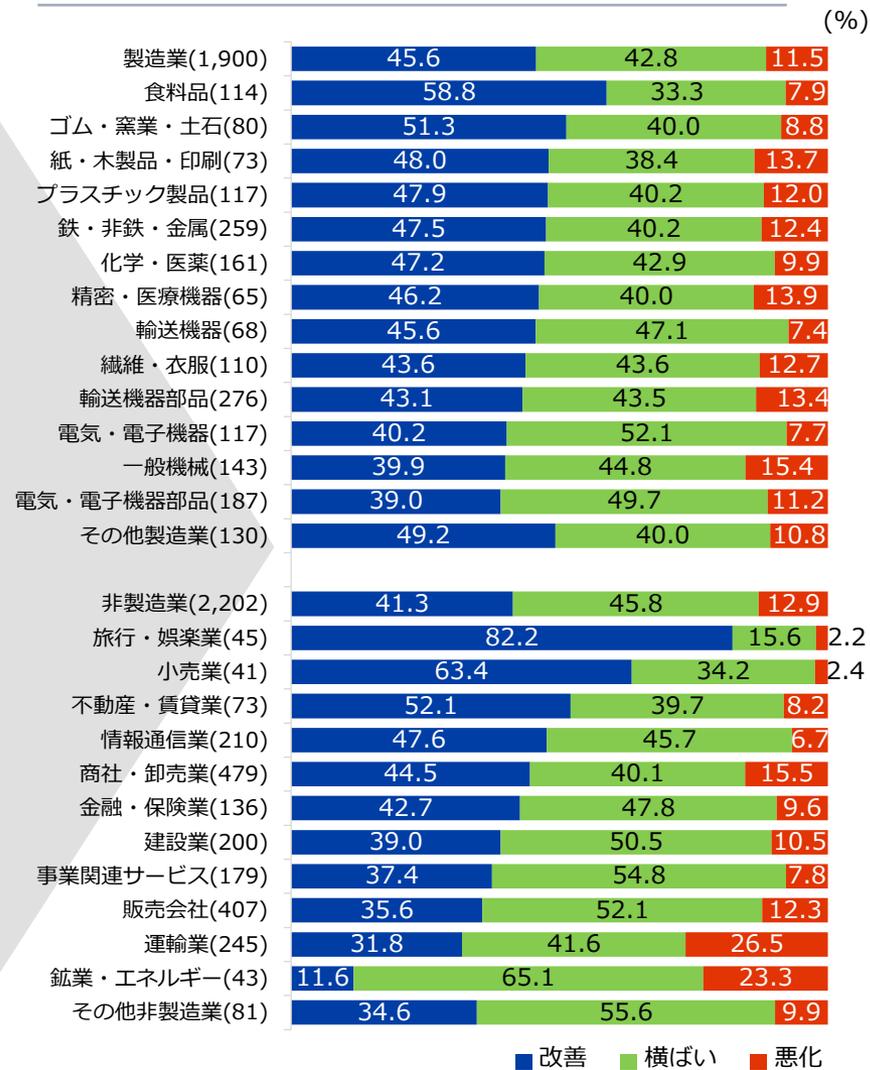


5 | 営業利益見通し（改善・悪化、業種別）： 旅行・娯楽業、小売業の「改善」が上昇

2022年の営業利益見込み(21年との比較、業種別)



2023年の営業利益見通し(22年との比較、業種別)

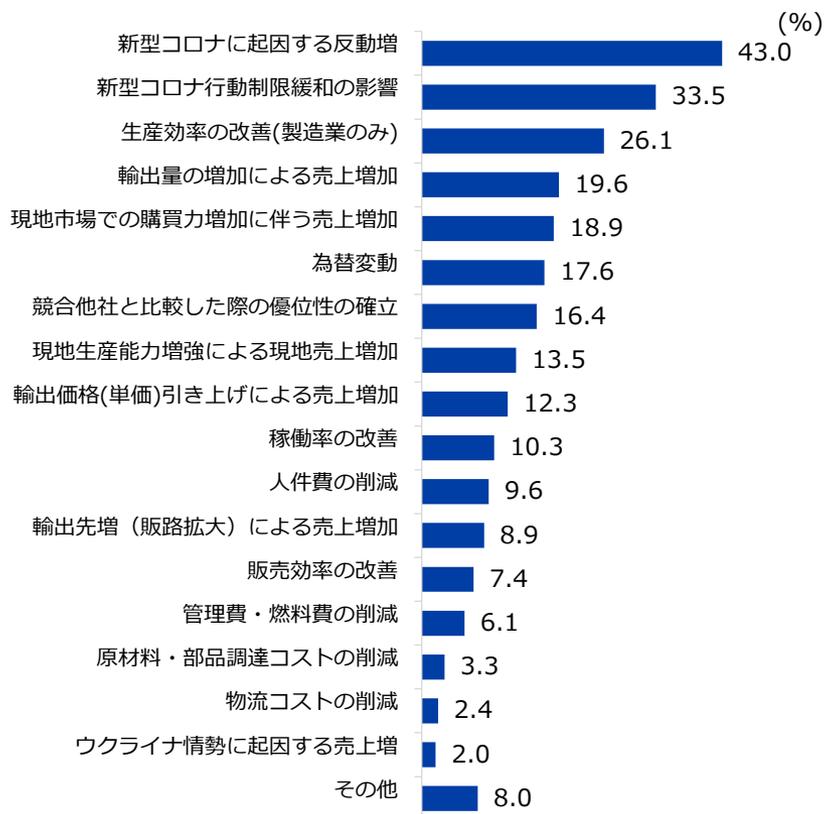


(注) 有効回答30社以上の業種。

6 営業利益改善・悪化理由（2022年）： 各種コストの上昇が依然として負担に

- 2022年営業利益見込みの改善理由は「新型コロナに起因する反動増」が43.0%、「新型コロナ行動制限緩和の影響」が33.5%と、新型コロナの影響からの回復が業績改善の理由の1位と2位になった。
- 悪化の理由として、コスト上昇に係る項目が上位を占めた。特に、「原材料・部品調達コストの上昇」は業績が悪化したと回答した企業の約半数に迫る46.8%となった。

2022年営業利益見込み改善理由（複数回答）



2022年営業利益見込み悪化理由（複数回答）



(注) 「2022年営業利益見込み改善理由」の回答企業数は1,663社、うち製造業は760社。「2022年営業利益見込み悪化理由」の回答企業数は1,102社。
有効回答30社以上の項目。

7 営業利益改善・悪化理由（2023年）： コロナ禍からの回復を期待も、コスト上昇は継続

- 2023年営業利益見込みの改善理由は、2022年に続き新型コロナに関連する項目が上位を占めた。
- 営業利益見込みの悪化理由は、2022年に続きコスト上昇に関連する項目が上位を占めた。「原材料・部品」「人件費」「物流コスト」「管理費・燃料費」が続き、依然としてコスト上昇による業績負荷がみられるかたちとなった。

2023年営業利益見込み改善理由（複数回答）



2023年営業利益見込み悪化理由（複数回答）

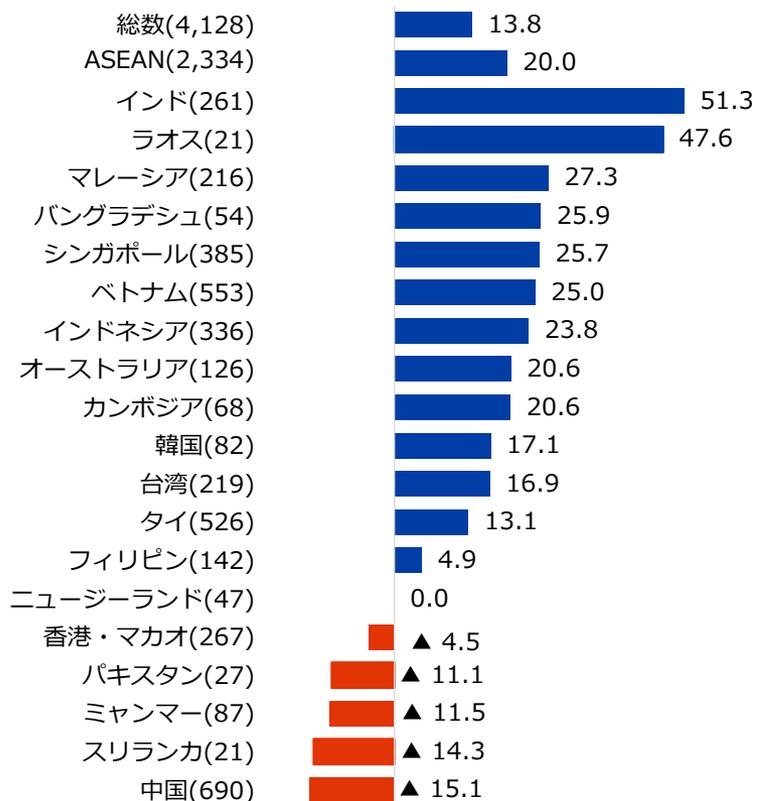


(注) 「2023年営業利益見込み改善理由」の回答企業数は1,752社、うち製造業は859社。「2023年営業利益見込み悪化理由」の回答企業数は498社。有効回答30社以上の項目。

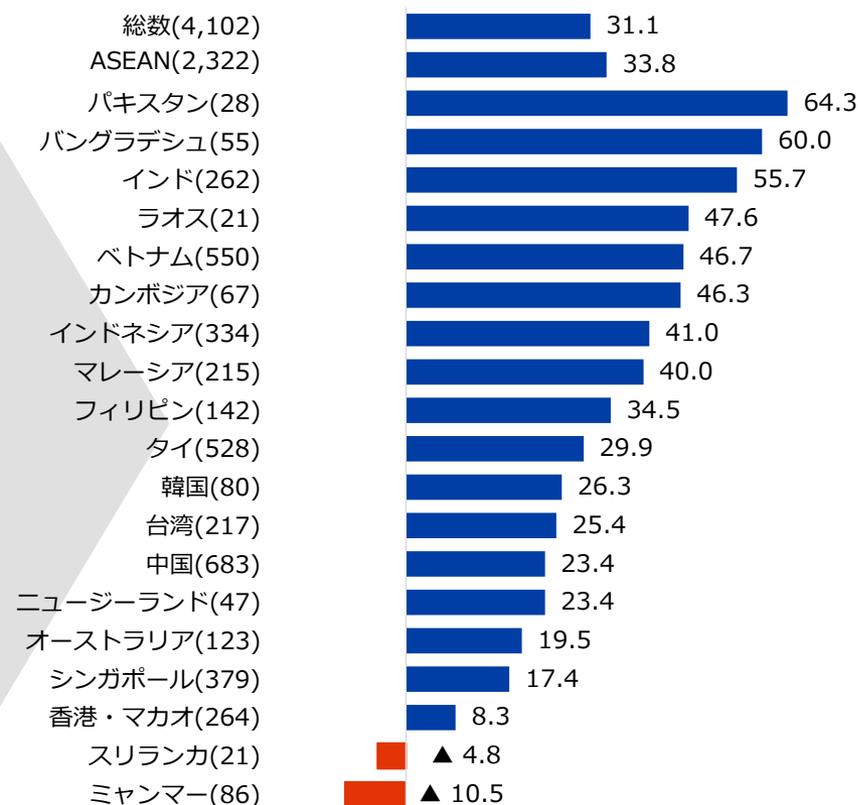
景況感DI : 8 ASEANを中心に「改善」の見通し上昇

- 2022年の景況感を示すDI値（注）は13.8ポイントとなり、2021年度調査（19.8ポイント）を下回った。ASEANは20.0ポイントで2021年度調査から6.0ポイント上昇。中国はマイナス15.1ポイントで、29.8ポイント低下。南西アジアはインドとバングラデシュが上昇したが、スリランカとパキстанは低下した。
- 2023年のDI値は31.1ポイントとなった。パキстан、バングラデシュ、インドが上位。スリランカ、ミャンマーは2022年に続いてマイナスの見通しとなった。

2022年のDI値（国・地域別）（ポイント）



2023年のDI値（国・地域別）（ポイント）



（注）DI値とは、Diffusion Indexの略で、「改善」と回答した企業の割合から「悪化」と回答した企業の割合を差し引いた数値。景況感がどのように変化していくかを数値で示す指標。

9 | 景況感DI (地域別推移) : V字回復後失速も、23年の見通しは「改善」が上昇

DI値の推移 - 2009~23年 (国・地域別)

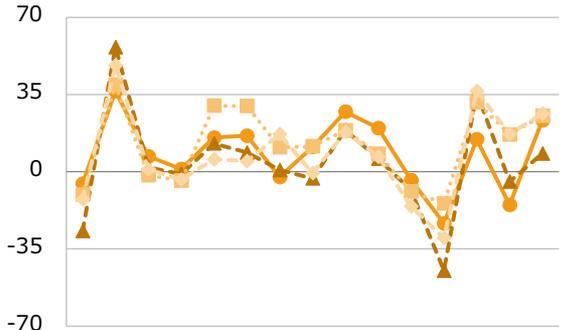
(ポイント)

全体



2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

北東アジア

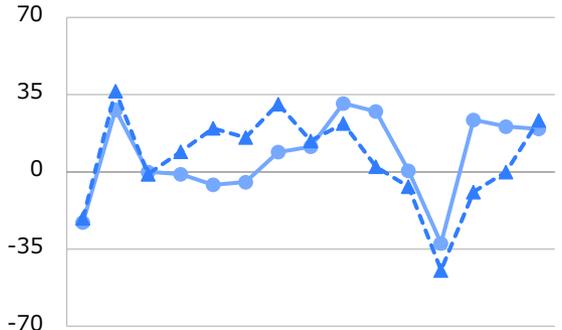


2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

—●— 中国 - - -▲- 香港・マカオ
 ...■... 台湾 - · -◇- 韓国

(注) 2009~10年の香港・マカオは、マカオを含まない。

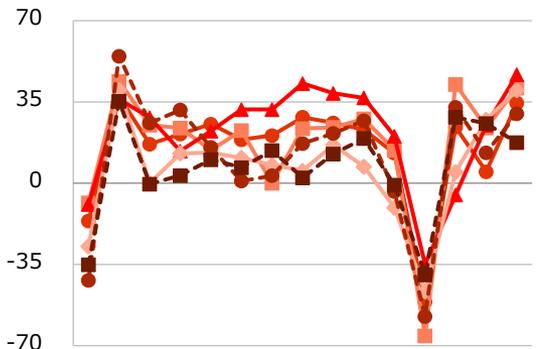
オセアニア



2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

—●— オーストラリア - - -▲- ニューゼーランド

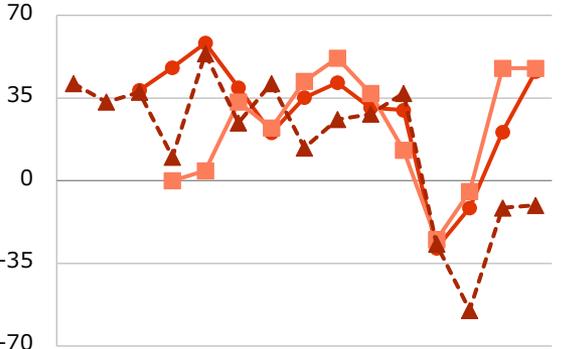
ASEAN6



2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

—●— フィリピン - - -■- インドネシア
 —▲— ベトナム ...◇... マレーシア
 - · -◇- タイ - - -■- シンガポール

ASEAN (CLM)

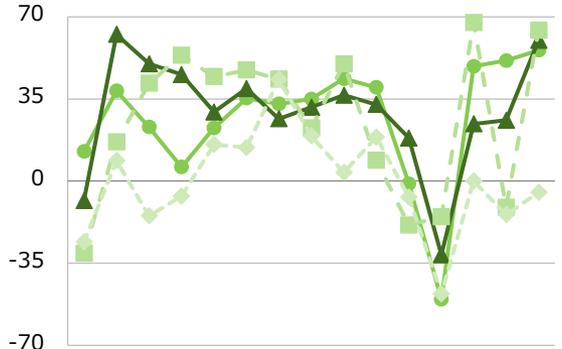


2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

—●— カンボジア - - -■- ラオス
 - - -▲- ミャンマー

(注) カンボジアは2011年以降、ラオスは2012年以降。

南西アジア



2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

—●— インド —▲— バングラデシュ
 - - -■- パキスタン - - -◇- スリランカ

(注) 2009~2022年は、調査当年が前年に比べてどのように変化したかを表すDI値。

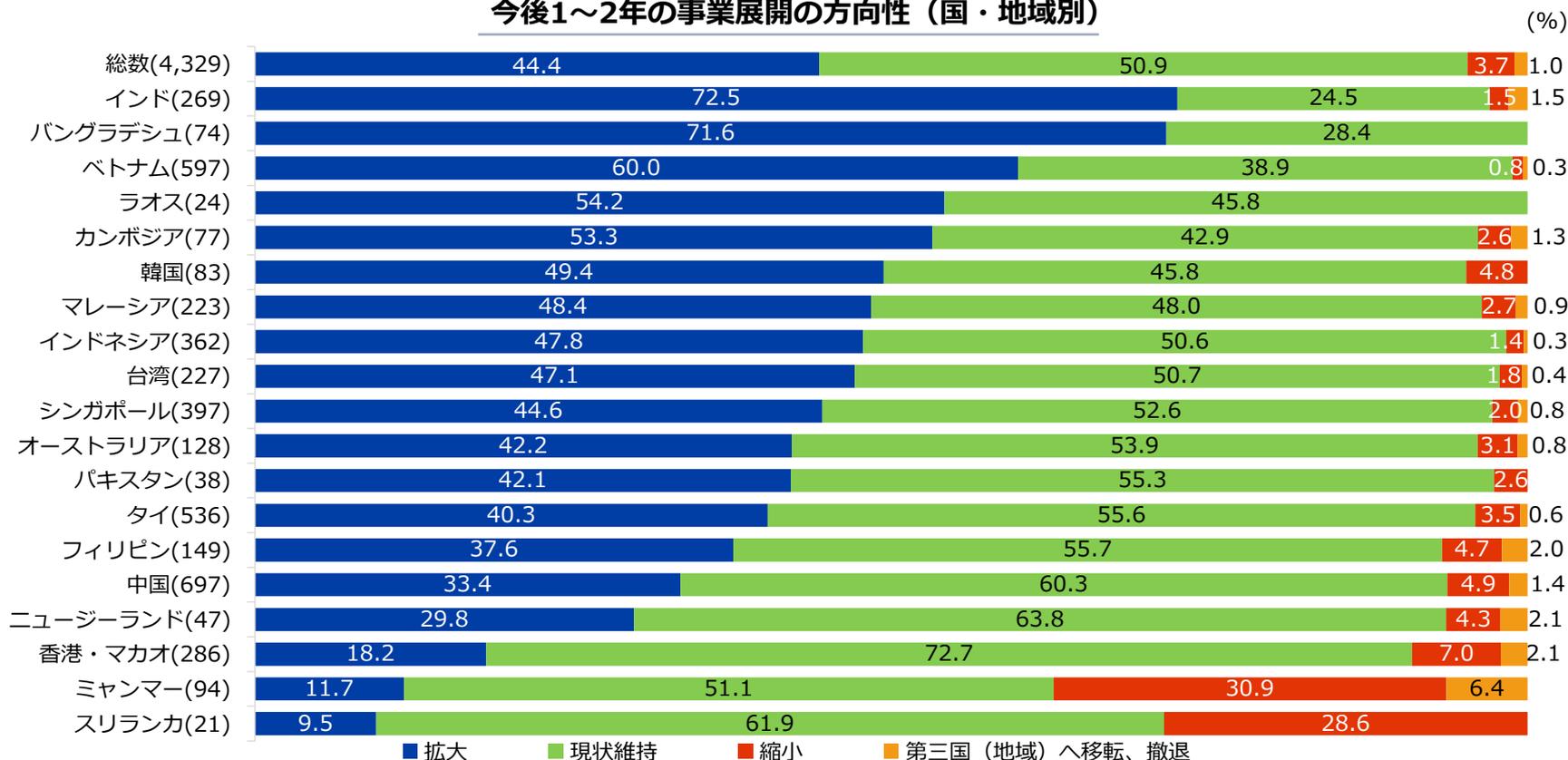
2023年は、2022年調査にて2023年は2022年と比べてどのような見通しを描いているかを表すDI値。

今後の事業展開：

1 事業拡大意向は小幅に上昇、中国では過去最低に

- 今後1～2年の事業展開の方向性について、「拡大」と回答した企業の割合は44.4%と、2021年度調査（43.6%）から0.8ポイント上昇した。また、「縮小」「第三国（地域）へ移転・撤退」の割合は4.7%と、2021年度調査（5.6%）から0.9ポイント低下した。
- 国・地域別では、インド、バングラデシュ、ベトナム、ラオス、カンボジアで5割を超える企業が「拡大」と回答し、いずれも2021年度調査から上昇した。中国で「拡大」と回答した企業は33.4%と、（非製造業を含めて実施した2007年度調査以降で）過去最低の水準となった。

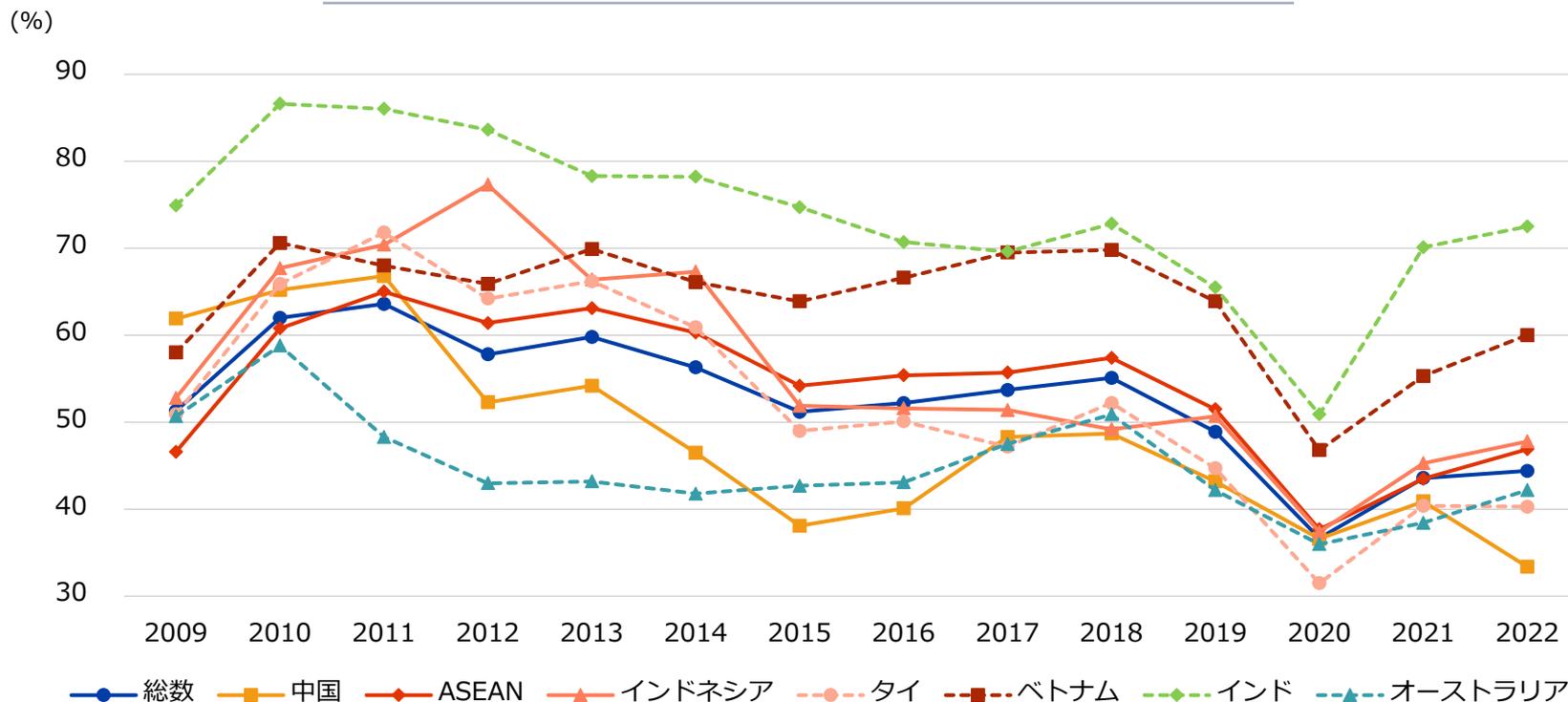
今後1～2年の事業展開の方向性（国・地域別）



2 | 今後の事業展開： 各国・地域で拡大意向がさらに回復、中国では再び低下

- 「拡大」と回答した企業の割合は、ASEAN、インドネシア、ベトナム、インド、オーストラリアで2021年度調査から上昇。新型コロナの影響を大きく受けた2020年度調査から2年連続で回復を続けた。一方、中国は再び低下に転じ、過去最低（注1）となり、2020年度調査（36.6%）を下回った。
- 中国とASEANを2009年度調査からの推移で比較すると、2012年にASEANが中国を上回り、2014～16年度調査にその差は10ポイント超にまで拡大した。2020年度調査（1.1ポイント）および2021年度調査（2.6ポイント）では僅差に縮小したが、2022年度調査（13.5ポイント）では再び差が開いた。

今後1～2年で事業を「拡大」とする比率の推移（2009～2022年）



(注1) 非製造業を含めて実施した2007年度調査以降。

(注2) ASEANはブルネイを除く9カ国の合計から算出した割合。

(注3) カンボジア、ラオスはそれぞれ、2010年、2011年以降からASEANの平均値に含む。

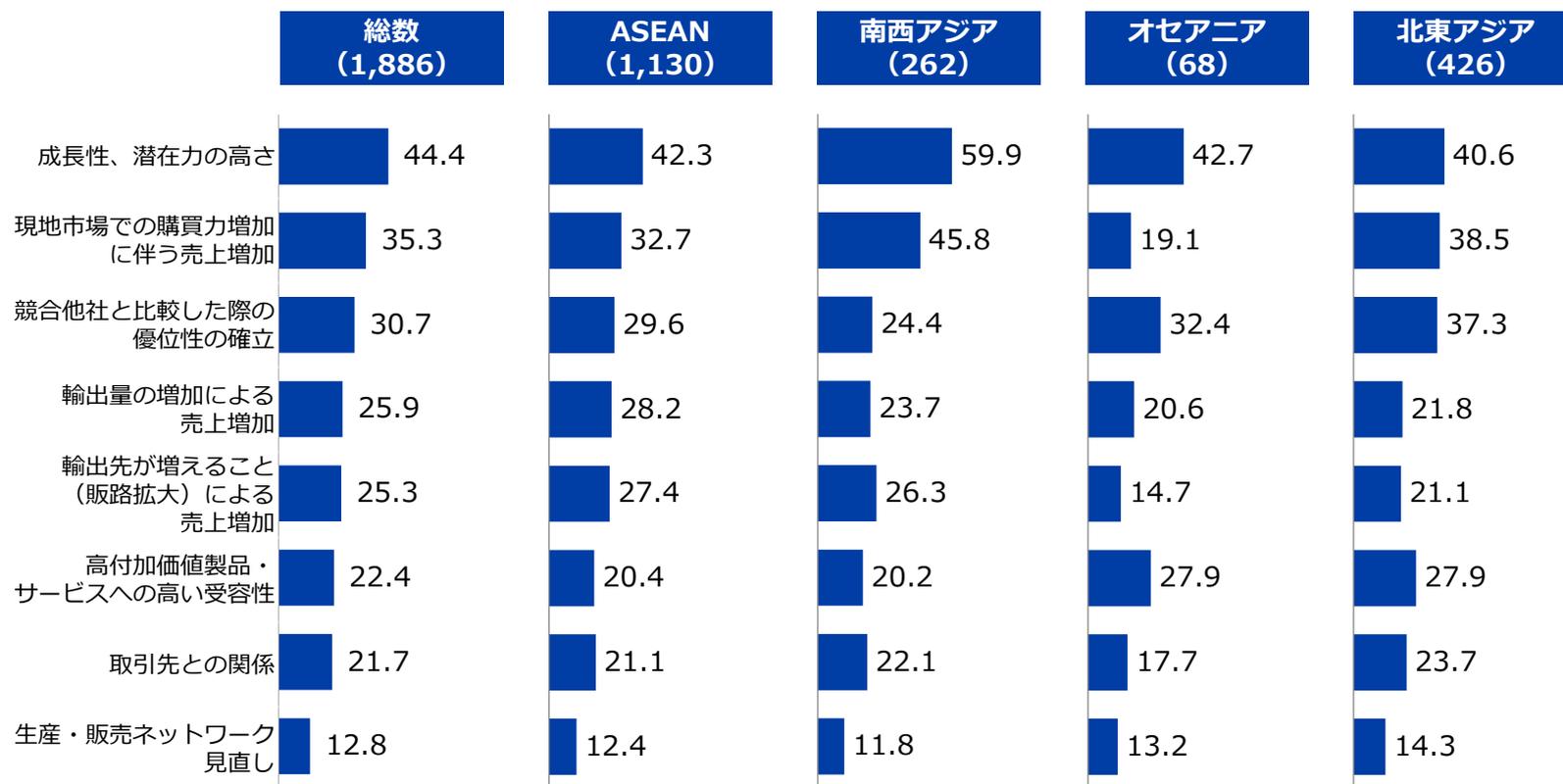
事業を拡大する理由：

3 「成長性と潜在力の高さ」が事業拡大の最大理由に

- 今後1～2年で事業を「拡大」する理由について、全地域で「成長性、潜在力の高さ」と回答した割合が最も高く、2021年度調査で回答割合が最大だった「現地市場での購買力増加に伴う売上増加」を上回った。
- 「現地市場での購買力増加に伴う売上増加」は、南西アジアで45.8%と相対的に高く、「競合他社と比較した際の優位性の確立」は、北東アジアで37.3%と相対的に高かった。

今後1～2年で事業を「拡大」する理由（複数回答）

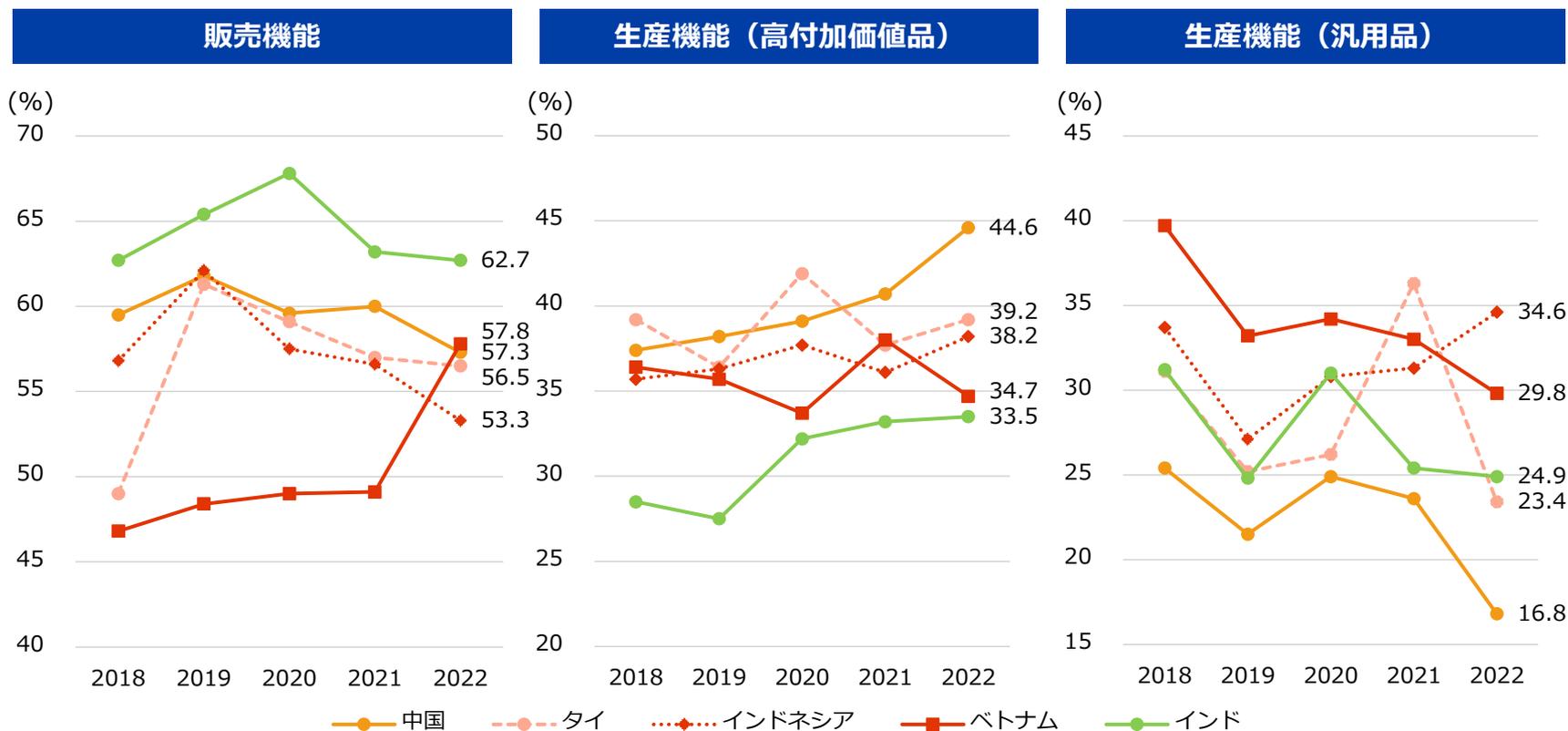
（%）



5 | 拡大する機能の国別推移： ベトナムで販売機能の拡大意向が急上昇

- 「販売機能」を拡大する企業の割合は、ベトナムが57.8%と2021年度調査（49.1%）から大幅に上昇。
- タイと中国では、「生産機能（汎用品）」を拡大する企業の割合が2021年度調査から大幅に低下（それぞれ12.9ポイント低下、6.8ポイント低下）。一方で、「生産機能（高付加価値品）」を拡大するとの回答は両国とも2021年度調査から上昇した。

拡大する機能の国別推移（2018～2022年）

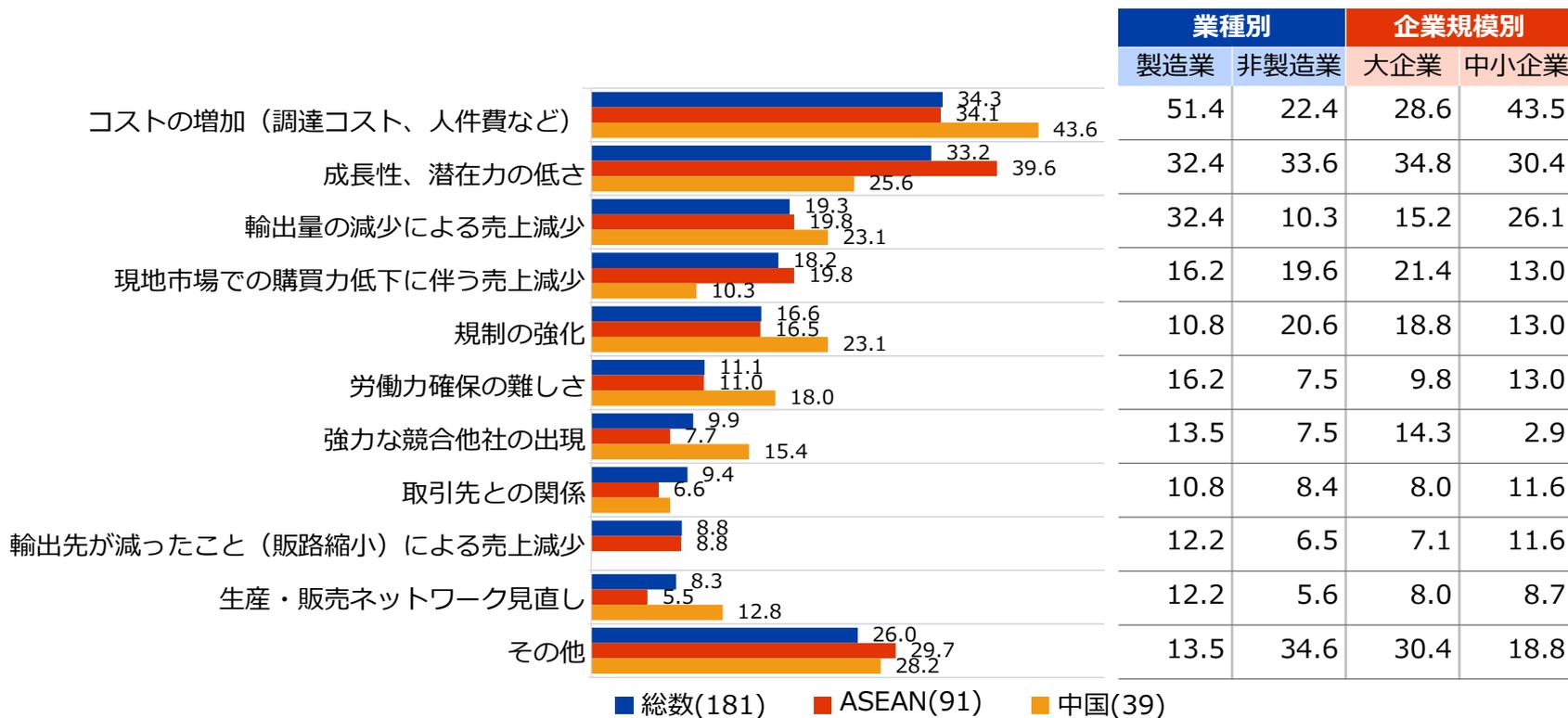


6 | 事業縮小、移転・撤退の理由： 「コストの増加」が最多

- 事業の「縮小」「移転・撤退」の理由では、「コストの増加」(34.3%)と回答した割合が最も高く、「成長性、潜在力の低さ」(33.2%)、「輸出量の減少による売上減少」(19.3%)が続いた。
- ASEANと中国を比較すると、「コストの増加」を挙げた企業の割合は中国がASEANを9.5ポイント上回った。一方、「成長性、潜在力の低さ」「現地市場での購買力低下に伴う売上減少」を挙げた企業の割合は、ASEANが中国をそれぞれ14.0ポイント、9.5ポイント上回った。

事業縮小もしくは移転・撤退の理由（複数回答）

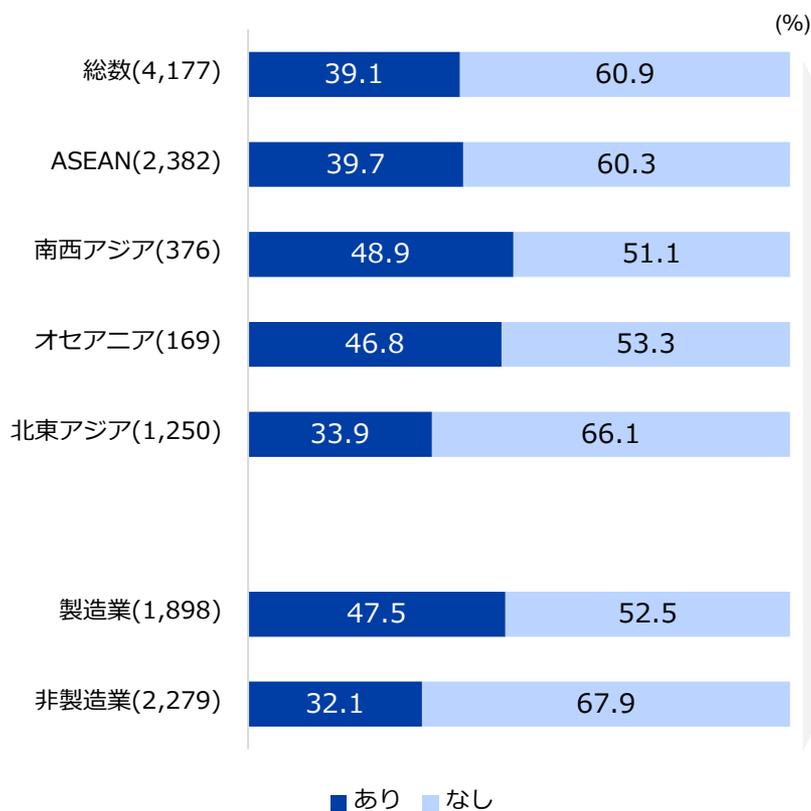
(%)



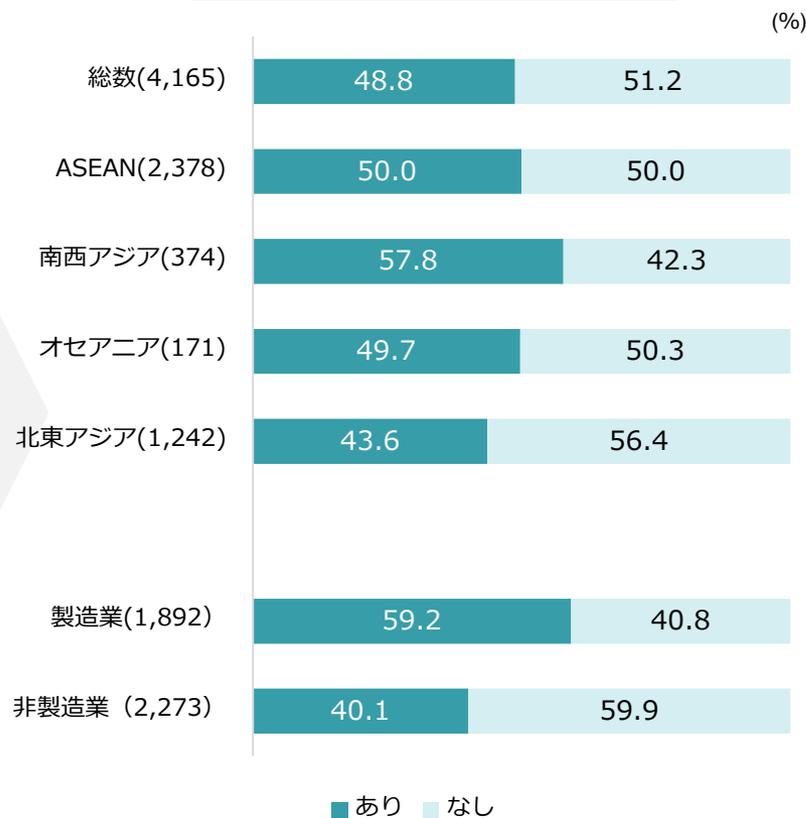
7 サプライチェーンの見直し： 約半数の企業がサプライチェーンの見直しを検討

- 新型コロナ禍以降、2022年後半の調査時点に至るまでに何らかのサプライチェーン（SC：生産・販売・調達）の見直しを行った企業の割合は39.1%、今後見直すと回答した企業は約半数（48.8%）に上った。
- 製造業では、今後SCの見直しを行うと回答した企業が約6割。非製造業よりも11.7ポイント高かった。

2020年～現在までのサプライチェーン
（販売・調達・生産）見直しの有無



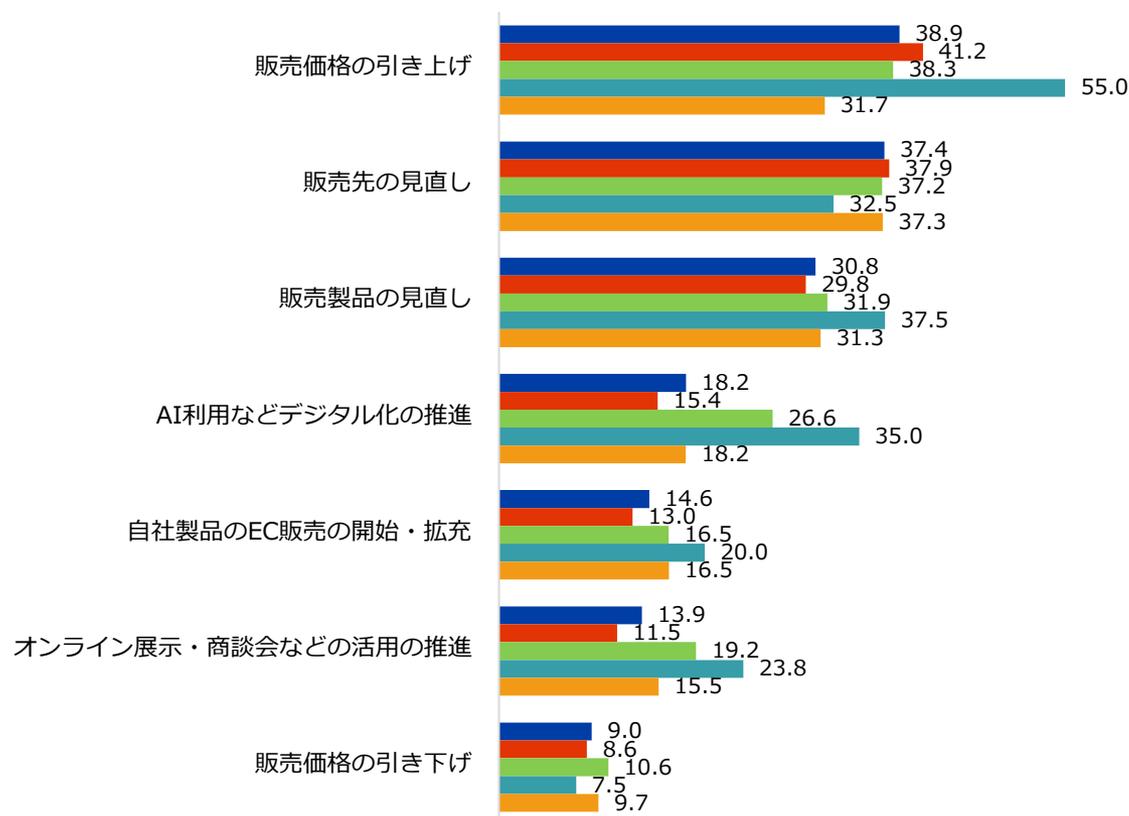
今後のサプライチェーン
（販売・調達・生産）見直しの有無



8 販売の見直し：「販売価格」を引き上げる企業は約4割に

- SCを見直す予定と回答した企業に対し、具体的な販売戦略の見直し内容を尋ねたところ、「販売価格の引き上げ」が約4割（38.9%）と最多だった。地域別ではオセアニアが55.0%と特に高い割合となった。
- 今後販売を見直す理由としては、「新型コロナ感染の収束」が最多（44.7%）だった。

今後の販売見直し内容（複数回答） (%)



■ 総数 (1,827) ■ ASEAN(1,063) ■ 南西アジア(188) ■ オセアニア(80) ■ 北東アジア(496)

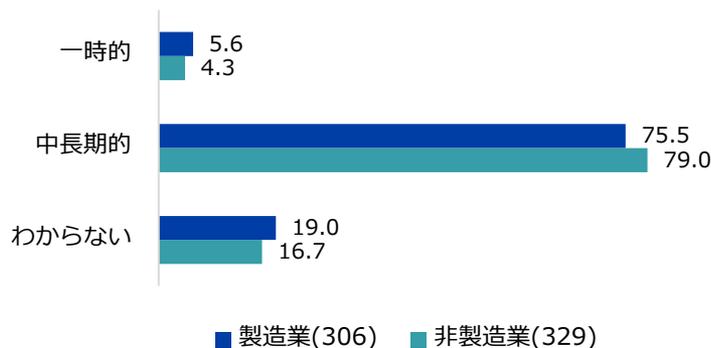
今後販売を見直す理由（複数回答）
(1,180)

新型コロナ感染の収束	44.7%
消費者行動・市場の変化	39.3%
物流費の高騰	38.6%
原材料費の高騰	34.0%
人件費の高騰	30.2%

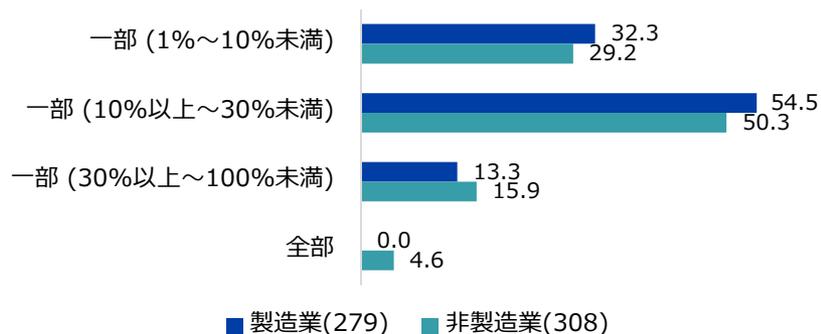
9 販売先の見直し： 多くの地域で現地市場向けの販売を強化

- 販売先の見直しを検討していると回答した企業のうち、見直し期間は「中長期的」が7割以上、見直しの規模は「一部（10%以上～30%未満）」が半数以上だった。
- 具体的な販売先の見直しパターンでは、北東アジア・ASEAN・南西アジアとともに現地市場向けの販売強化がみられた。

販売先見直しの期間 (%)



販売先見直しの規模 (%)



販売先見直しの主なパターン（上位順）

北東アジア	製造業 (n=57)	非製造業 (n=69)
所在国・地域→所在国・地域	24社(42.1%)	20社(29.0%)
所在国・地域→打ち切り	6社(10.5%)	7社(10.1%)
日本→所在国・地域	4社(7.0%)	4社(5.8%)

ASEAN	製造業 (n=160)	非製造業 (n=144)
所在国・地域→所在国・地域	20社(12.5%)	40社(27.8%)
所在国・地域→打ち切り	11社(6.9%)	8社(5.6%)
日本→所在国・地域	12社(7.5%)	4社(2.8%)

南西アジア	製造業 (n=20)	非製造業 (n=22)
所在国・地域→所在国・地域	6社(30.0%)	9社(40.9%)

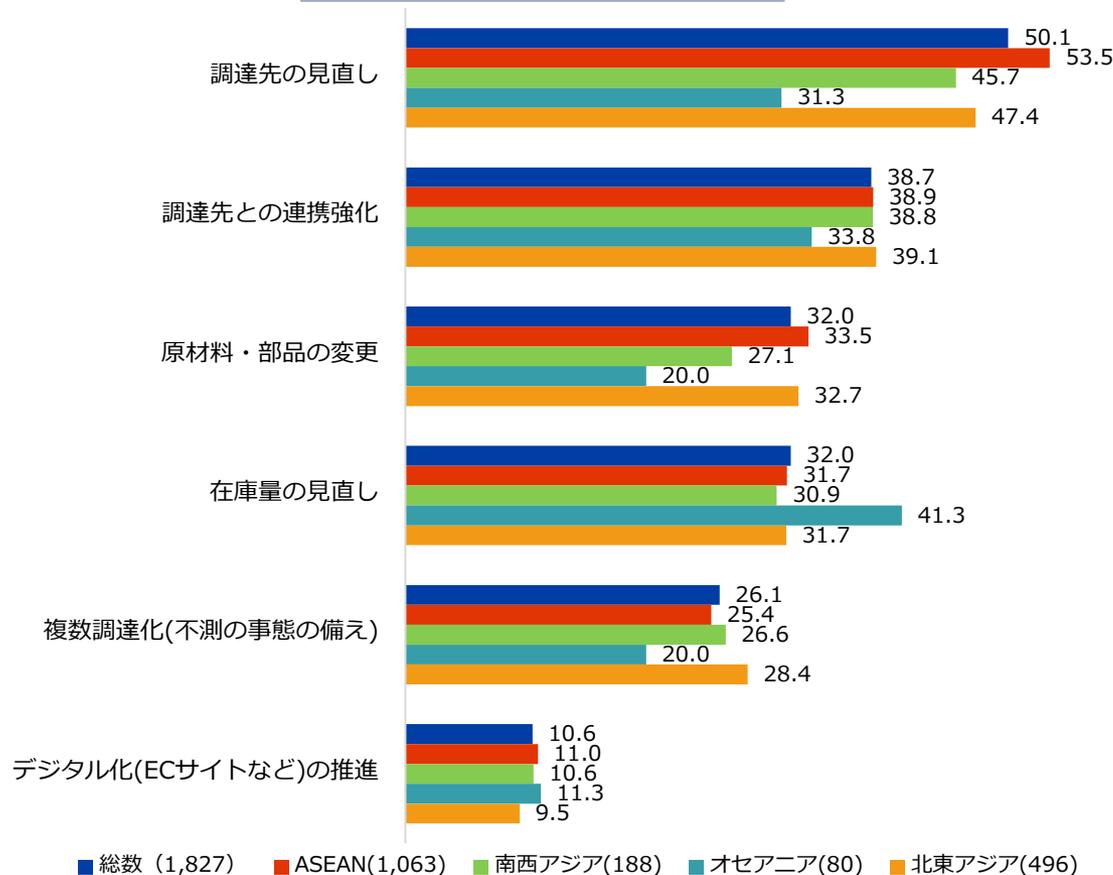
(注1) 具体的な販売先の見直し先を回答した企業が対象。

(注2) nは見直しのパターンの件数。1社あたり最大3件の見直しパターンを回答している。

10 | 調達の見直し：約半数の企業が調達先の見直しを検討

- SCを見直す予定と回答した企業に対し、具体的な調達の見直しを尋ねたところ、約半数（50.1%）の企業が今後調達先を見直す予定があると回答した。
- 今後調達を見直す理由として最も多いのは「原材料費の高騰」で55.3%だった。次に、「販売・調達先の停止・閉鎖に伴うサプライチェーン途絶リスクへの対応」が48.5%と続いた。

今後の調達見直し内容（複数回答） (%)



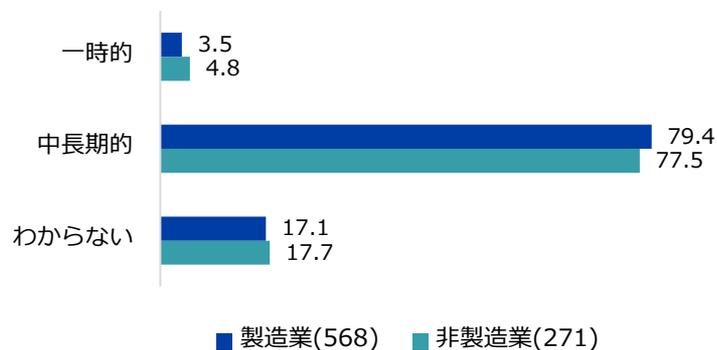
今後調達を見直す理由（複数回答） (1,305)

原材料費の高騰	55.3%
販売・調達先の稼働停止・閉鎖に伴う今後のサプライチェーン途絶リスクへの対応	48.5%
現地調達化の推進	46.9%
物流の混乱に伴う今後のサプライチェーン途絶リスクへの対応	45.6%
物流費の高騰	42.8%

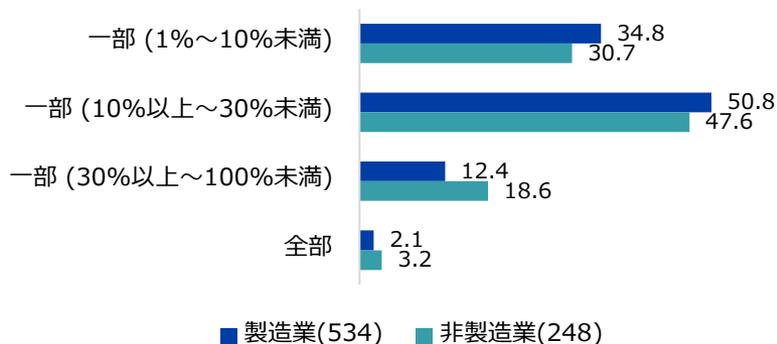
11 調達先の見直し： 調達先は現地調達にシフトする傾向

- 調達先の見直し規模については、製造業も非製造業も「一部（10%以上～30%未満）」が約半数だった。
- 具現的な調達先の見直しパターンをみると、現地調達化の推進が目立つ。ASEANや南西アジアの製造業においては、日本からの調達を現地調達にシフトする動きがみられる。一方、北東アジアの製造業は現地内で調達先を見直すと回答した企業が最も多かった。

調達先見直しの期間 (%)



調達先見直しの規模 (%)



調達先見直しの主なパターン（上位順）

北東アジア	製造業 (n=130)	非製造業 (n=58)
所在国・地域→所在国・地域	28社(21.5%)	11社(19.0%)
日本→所在国・地域	31社(23.8%)	6社(10.3%)
所在国・地域→打ち切り	7社(5.4%)	2社(3.4%)

ASEAN	製造業 (n=363)	非製造業 (n=139)
所在国→所在国・地域	31社(8.5%)	25社(18.0%)
日本→所在国・地域	47社(12.9%)	8社(5.8%)
中国→所在国・地域	33社(9.1%)	4社(2.9%)

南西アジア	製造業 (n=58)	非製造業 (n=21)
日本→所在国・地域	9社(15.5%)	4社(19.0%)
中国→所在国・地域	8社(13.8%)	3社(14.3%)

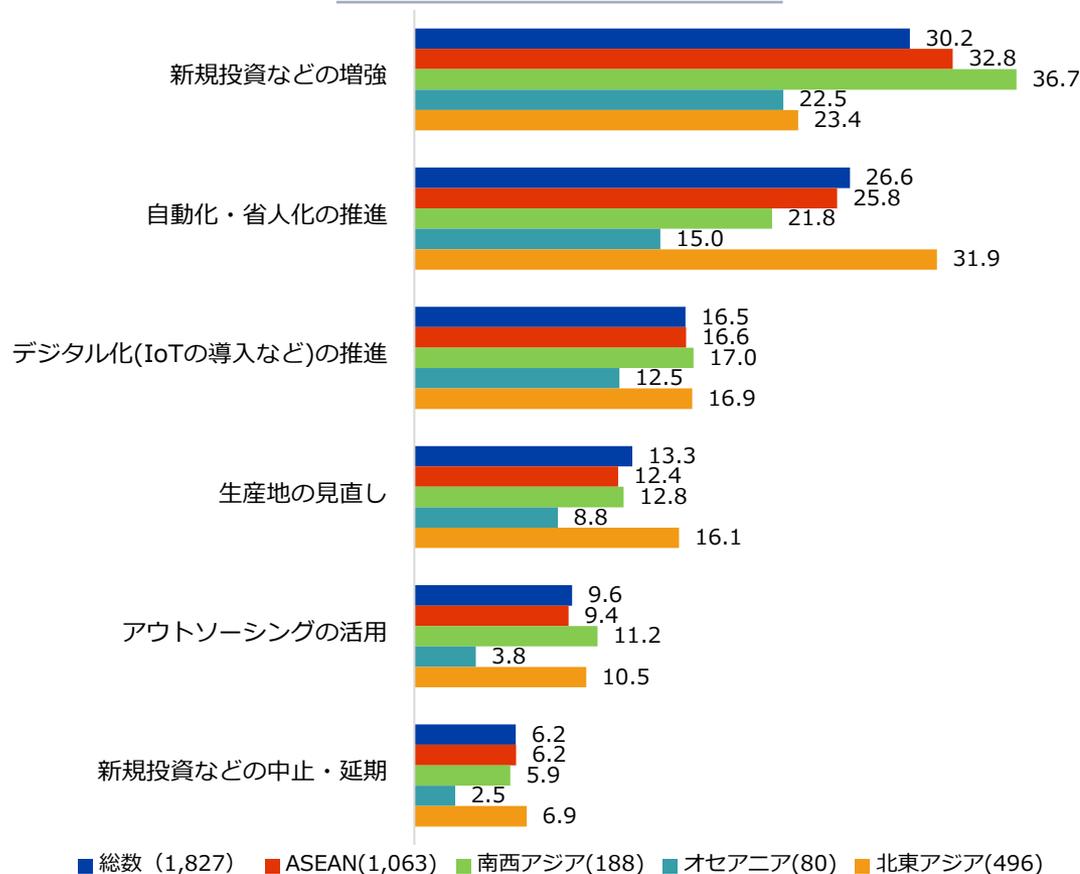
(注1) 具体的な調達の見直し先を回答した企業が対象。

(注2) nは見直しのパターンの件数。1社あたり最大3件の見直しパターンを回答している。

生産の見直し： 12 「投資の増強」と「自動化の推進」に関心

- SCを見直す予定と回答した企業に対し、生産の具体的な見直し内容について尋ねたところ、「新規投資の増強」を行うと回答した企業が最も多かった。一方、北東アジアにおいては、「自動化の推進」が31.9%と「新規投資の増強」（23.4%）を上回った。
- 生産を見直す理由としては「生産コストの適正化」（58.0%）が最も多かった。

今後の生産見直し内容(複数回答) (%)



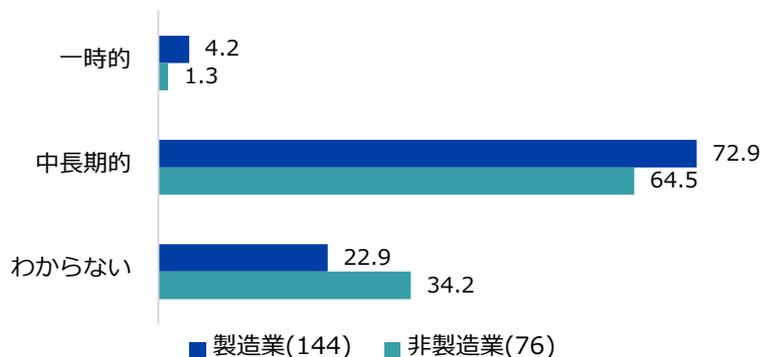
今後生産を見直す理由 (複数回答) (819)

生産コストの適正化	58.0%
人件費の高騰	51.8%
原材料費の高騰	36.9%
新型コロナウイルス感染の収束	31.5%
環境規制の強化	29.9%

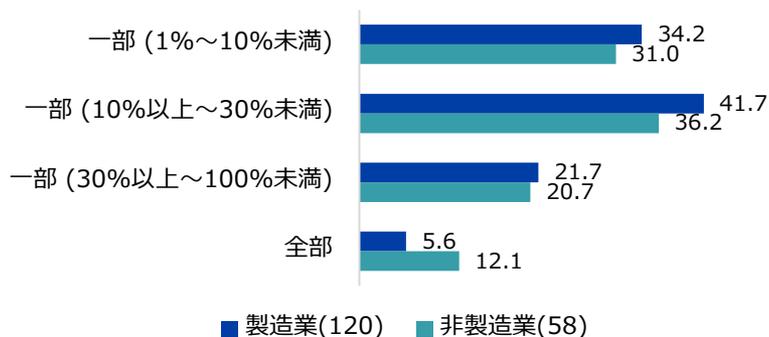
13 生産地の見直し： 生産拠点は現地内での見直しが主流

- 生産地の見直しを検討している企業に、見直し対象の生産地と変更後の見直し先のパターンを尋ねたところ、北東アジアとASEANともに、現地内で生産拠点を見直す傾向がみられた。
- 製造業における生産地の見直し期間については「中長期的」が72.9%で最も多かった。

生産地見直しの期間 (%)



生産地見直しの規模 (%)



生産地見直しの主なパターン(上位順)

北東アジア	製造業(n=28)のみ
所在国・地域→所在国・地域	11社(39.3%)
中国→ベトナム	4社(14.3%)

ASEAN	製造業(n=53)のみ
所在国・地域→所在国・地域	7社(13.2%)
日本→所在国・地域	5社(9.4%)
中国→打ち切り	4社(7.5%)
所在国・地域→ベトナム	3社(5.7%)

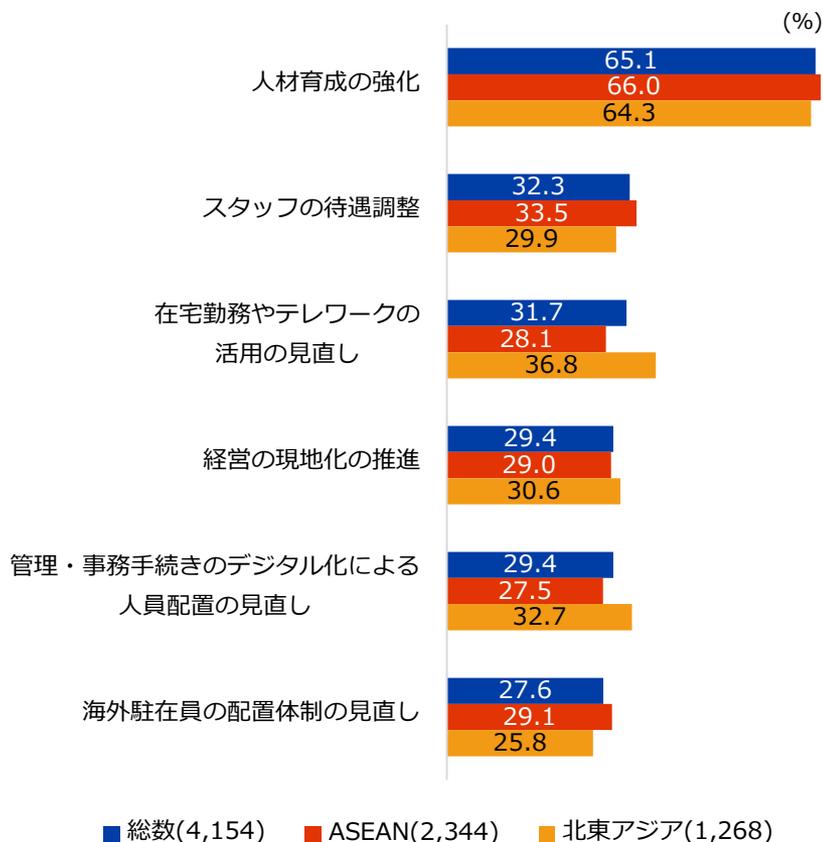
南西アジア	製造業(n=13)のみ
日本→所在国・地域	3社(23.1%)
所在国・地域→所在国・地域	2社(15.4%)

- (注1) 具体的な生産地の見直し先を回答した企業が対象。
 (注2) nは見直しのパターンの件数。1社あたり最大3件の見直しパターンを回答している。
 (注3) 海外グループ会社の工場で製造している（最終）製品や、OEMなどで他社が製造している（最終）製品について、調達元の国・地域を変更した場合も含む。

管理・経営体制の見直しと出社比率： 14 | 出社比率90%以上が6割超え、今後も拡大する傾向に

- 管理・経営体制の見直しにおいて、約6割の企業が今後「人材育成の強化」を見直すと回答した。北東アジアにおいては、「在宅勤務やテレワークの活用の見直し」（36.8%）が相対的に高い。
- 出社比率が90%以上と回答した企業は2021～22年にかけて大幅に上昇し、2023年以降も続くと回答。

今後の管理・経営体制の見直し内容（複数回答）



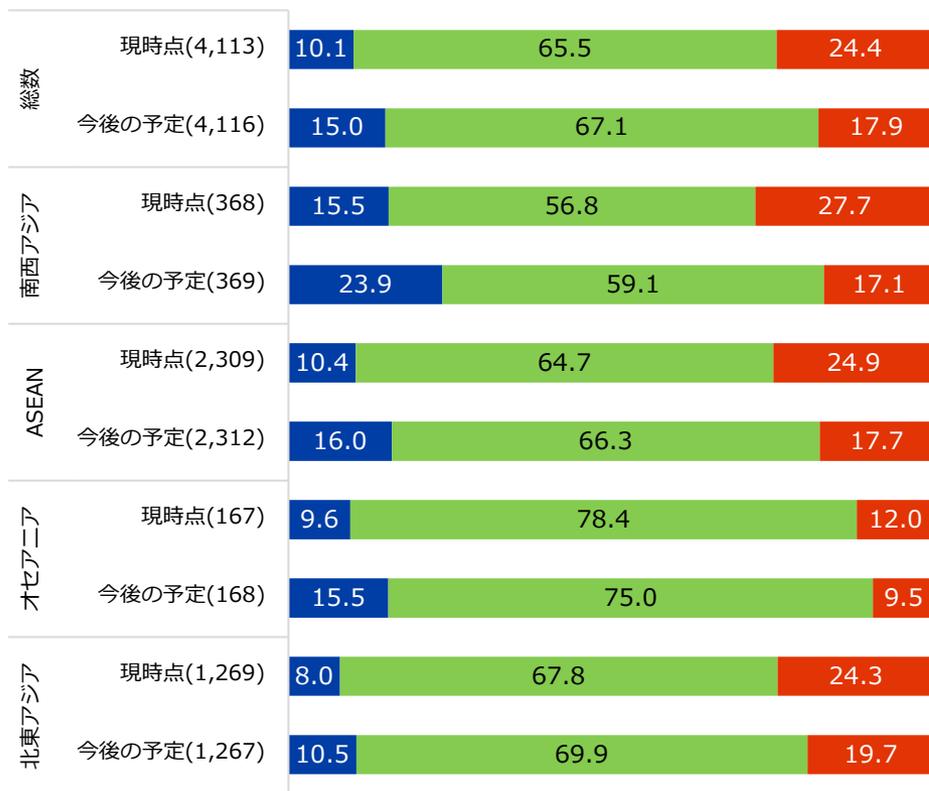
2021年以降の出社比率の変化

	2021年 (4,013)	2022年 (4,060)	2023年 1月以降 (3,952)
原則として全従業員が事業所に出社 (出社比率：90%以上)	39.9	62.4	66.5
主に事業所に出社とし、リモートワークも一部実施 (出社比率：55%以上90%未満)	20.7	19.0	18.3
リモートワークと事業所への出社を同じ程度の頻度や割合で実施 (出社比率：45%以上55%未満)	13.4	6.1	4.5
主にリモートワークとし、事業所への出社も一部実施 (出社比率：10%以上45%未満)	12.5	4.7	3.0
原則として全従業員がリモート勤務 (出社比率：10%未満)	7.3	1.7	1.4
リモートワークが可能な職種がない	6.2	6.2	6.4

15 | 海外駐在員数の変化： 海外駐在員数削減の理由は「現地化推進」が最多

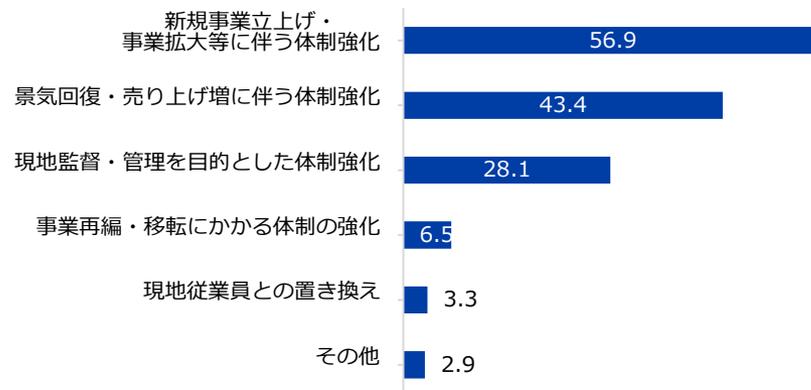
- 2022年後半の調査時点の海外駐在員数について、新型コロナ前の水準と比べて変化なしと回答した企業は約6割だった。一方、減少したと回答した企業は24.4%だった。
- 海外駐在員を減らす理由として、「現地化推進に伴う体制の縮小」（59.8%）が最も多かった。

コロナ前の水準と比べた、海外駐在員数の変化 (%)

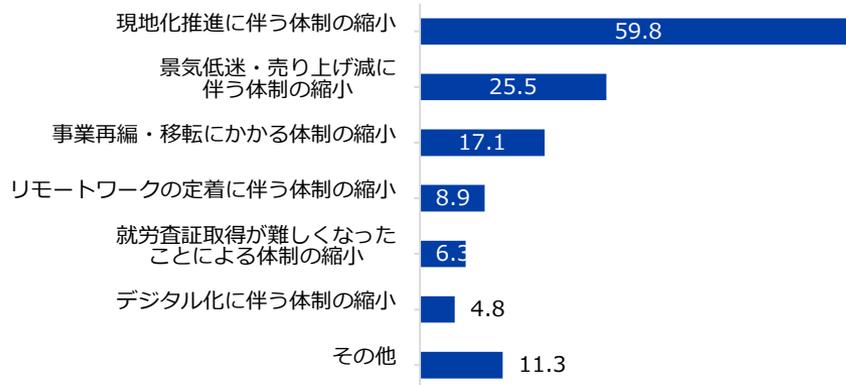


■ 増加 ■ 変化なし (コロナ前の水準と同じ) ■ 減少

増加の理由(複数回答、615) (%)



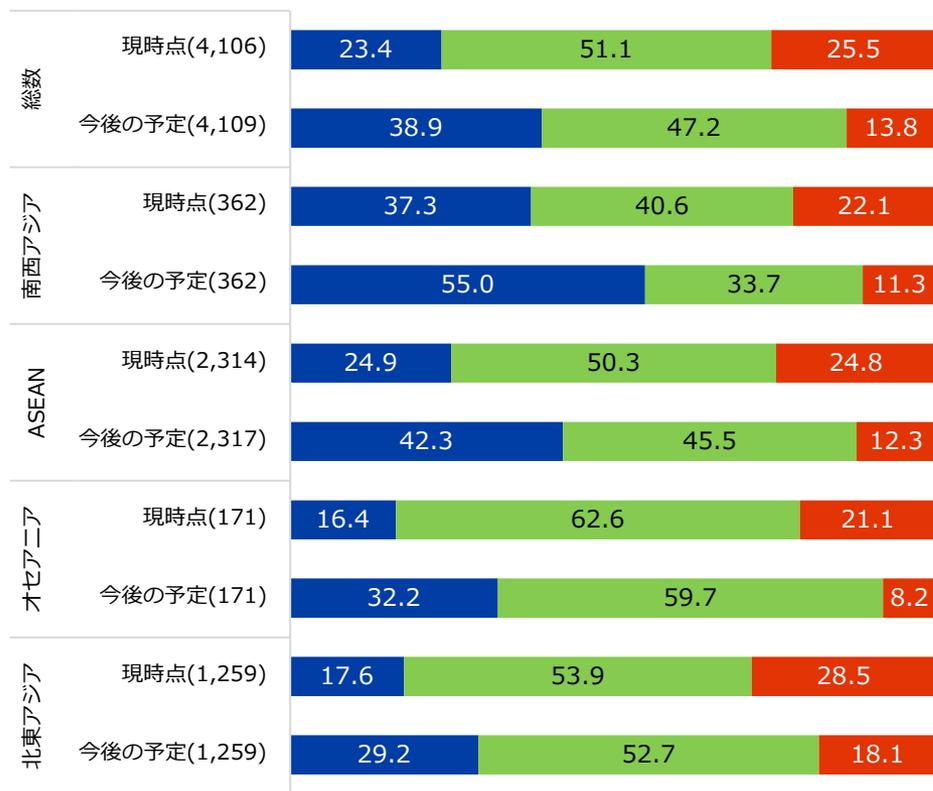
減少の理由(複数回答、733) (%)



16 | 現地従業員数の変化： 今後現地従業員を増加する企業が約4割に

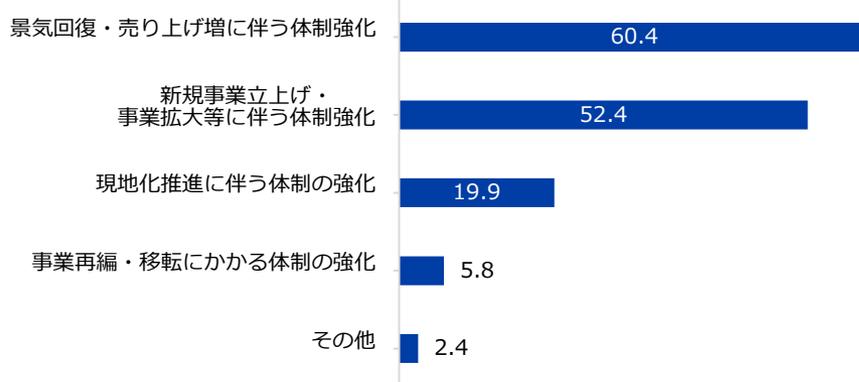
- 新型コロナ前の水準と比べ、今後1～2年で現地従業員数が増加予定と回答した企業は約4割（38.9%）と、現時点と比較して15.5ポイント高かった。一方、減少予定と回答した企業は現時点と比べて11.7ポイント低かった。
- 地域別でみると、増加予定と回答した企業は、南西アジアで55.0%と相対的に高い割合となった。

コロナ前の水準と比べた、現地従業員数の変化 (%)

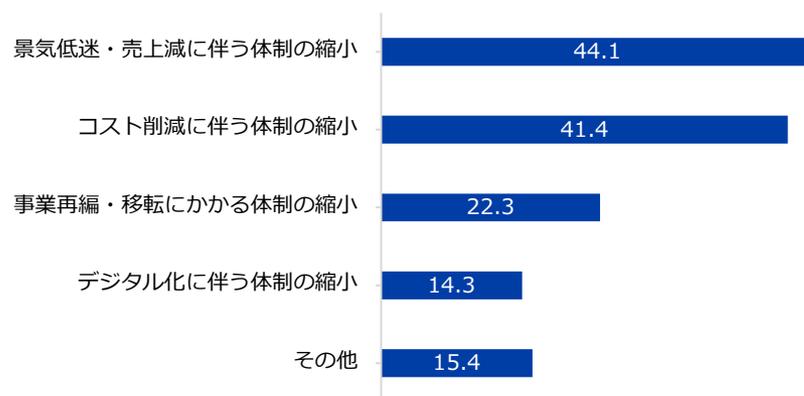


■ 増加 ■ 変化なし (コロナ前の水準と同じ) ■ 減少

増加の理由(複数回答、1,596) (%)



減少の理由(複数回答、565) (%)



1 | 経営上の問題点： 賃金や調達コストの上昇、為替変動が負担に

- 全地域・業種共通の経営上の問題点は「従業員の賃金上昇」と回答した企業が最も多く（70.9%）、「調達コストの上昇」（69.0%）、「為替変動」（66.9%）と続いた。
- 製造業では「調達コストの上昇」（78.3%）の回答率が首位となり、非製造業と比べて19.8ポイント高かった。

全地域・業種共通の問題点(上位10項目、複数回答)

回答項目		(%)	業種別 (%)		企業規模別 (%)	
			製造業	非製造業	大企業	中小企業
1位	従業員の賃金上昇	70.9	74.7	67.8	70.7	71.1
2位	調達コストの上昇	69.0	78.3	58.5	69.4	68.5
3位	為替変動	66.9	67.5	66.3	67.0	66.6
4位	競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	51.7	54.5	49.3	55.3	45.8
5位	通関等諸手続きが煩雑	50.3	53.5	47.1	50.3	50.3
6位	新規顧客の開拓が進まない	44.0	37.7	49.4	41.7	47.7
7位	従業員の質	39.8	41.5	38.5	38.2	42.6
8位	税務（法人税、移転価格課税など）の負担	37.8	41.3	34.9	40.3	33.6
9位	通達・規則内容の周知徹底が不十分	37.2	36.0	38.3	37.4	36.7
10位	取引先からの値下げ要請	36.7	42.9	31.3	35.3	38.9

(注) 経営上の問題点に係る各項目に記載の回答率は、分野ごとに分かれた「販売・営業面」「財務・金融・為替面」「雇用・労務面」「貿易制度面」「生産・調達面」の各設問内における回答の割合を指す。

2 | 経営上の問題点： ASEAN主要国では賃金上昇の問題が上位

国・地域別の問題点（上位5項目、複数回答）

シンガポール		(%)
1	従業員の賃金上昇	81.5
2	調達コストの上昇	70.8
3	為替変動	70.0
4	競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	53.3
5	新規顧客の開拓が進まない	45.8

マレーシア		(%)
1	従業員の賃金上昇	78.7
2	為替変動	73.3
3	調達コストの上昇	72.3
4	従業員の定着率	52.8
5	競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	50.9

タイ		(%)
1	調達コストの上昇	78.9
2	従業員の賃金上昇	71.4
3	為替変動	68.9
4	競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	53.6
5	通関等諸手続きが煩雑	49.7

インドネシア		(%)
1	従業員の賃金上昇	82.8
2	調達コストの上昇	80.9
3	税務（法人税、移転価格課税など）の負担	73.9
4	為替変動	64.2
5	通関等諸手続きが煩雑	57.9

ベトナム		(%)
1	従業員の賃金上昇	75.2
2	調達コストの上昇	66.1
3	為替変動	62.8
4	通関等諸手続きが煩雑	57.6
5	税務（法人税、移転価格課税など）の負担	49.8

フィリピン		(%)
1	為替変動	65.6
2	税務（法人税、移転価格課税など）の負担	61.3
3	従業員の賃金上昇	61.1
4	調達コストの上昇	60.4
5	通関等諸手続きが煩雑	57.3

(注1) 回答率上位5項目。薄ピンクのハイライトは、Ⅲ.1の全調査対象地域総数の上位10項目に入っていない項目。

(注2) 経営上の問題点に係る各項目に記載の回答率は、分野ごとに分かれた各設問「販売・営業面」「財務・金融・為替面」「雇用・労務面」「貿易制度面」「生産・調達面」内での回答割合を指す。

3 経営上の問題点：新興国は3力国で為替変動が首位、電力不足も問題に

国・地域別の問題点（上位5項目、複数回答）

カンボジア		(%)
1	従業員の賃金上昇	61.9
2	通関等諸手続きが煩雑	55.8
3	競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	55.8
4	税務（法人税、移転価格課税など）の負担	53.2
5	従業員の質	50.8

ラオス		(%)
1	為替変動	70.6
2	通達・規則内容の周知徹底が不十分	68.8
3	調達コストの上昇	66.7
4	原材料・部品の現地調達の難しさ	66.7
5	従業員の賃金上昇	47.4

ミャンマー		(%)
1	為替変動	89.3
2	資金決済に関わる規制	69.3
3	通関等諸手続きが煩雑	62.7
4	電力不足・停電	60.3
5	発注量の減少	54.1

インド		(%)
1	従業員の賃金上昇	77.2
2	調達コストの上昇	76.1
3	通関等諸手続きが煩雑	63.0
4	競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	59.2
5	税務（法人税、移転価格課税など）の負担	58.6

パキスタン		(%)
1	為替変動	84.9
2	調達コストの上昇	79.0
3	輸入関税が高い	75.0
4	電力不足・停電	68.4
5	従業員の賃金上昇	61.3

スリランカ		(%)
1	電力不足・停電	73.3
2	従業員の賃金上昇	71.4
3	通関等諸手続きが煩雑	70.0
4	原材料・部品の現地調達の難しさ	66.7
5	発注量の減少	57.1

バングラデシュ		(%)
1	通関等諸手続きが煩雑	73.2
2	為替変動	72.6
3	原材料・部品の現地調達の難しさ	67.4
4	電力不足・停電	65.2
5	調達コストの上昇	63.0

(注1) 回答率上位5項目。薄ピンクのハイライトは、Ⅲ.1の全調査対象地域総数の上位10項目に入っていない項目。

(注2) 経営上の問題点に係る各項目に記載の回答率は、分野ごとに分かれた各設問「販売・営業面」「財務・金融・為替面」「雇用・労務面」「貿易制度面」「生産・調達面」内での回答割合を指す。

4 経営上の問題点： 北東アジアやオセアニア諸国でも賃金上昇が課題

国・地域別の問題点（上位5項目、複数回答）

中国	(%)
1 従業員の賃金上昇	67.6
2 為替変動	64.1
3 調達コストの上昇	64.0
4 競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	59.2
5 新規顧客の開拓が進まない	47.0

香港・マカオ	(%)
1 調達コストの上昇	68.2
2 為替変動	66.7
3 従業員の賃金上昇	61.8
4 物流の混乱	53.7
5 新規顧客の開拓が進まない	49.4

台湾	(%)
1 為替変動	83.9
2 調達コストの上昇	65.8
3 競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	58.6
4 従業員の賃金上昇	53.9
5 人材（一般スタッフ・事務員・一般ワーカー）の採用難	46.1

韓国	(%)
1 従業員の賃金上昇	81.8
2 為替変動	68.8
3 調達コストの上昇	65.1
4 競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	59.5
5 取引先からの値下げ要請	48.1

オーストラリア	(%)
1 従業員の賃金上昇	75.0
2 調達コストの上昇	64.8
3 為替変動	60.2
4 競合相手の台頭（コスト・価格面で競合）	47.3
5 物流の混乱	44.0

ニュージーランド	(%)
1 従業員の賃金上昇	85.4
2 為替変動	73.0
3 調達コストの上昇	70.3
4 人材（一般スタッフ・事務員・一般ワーカー）の採用難	63.4
5 物流の混乱	54.1

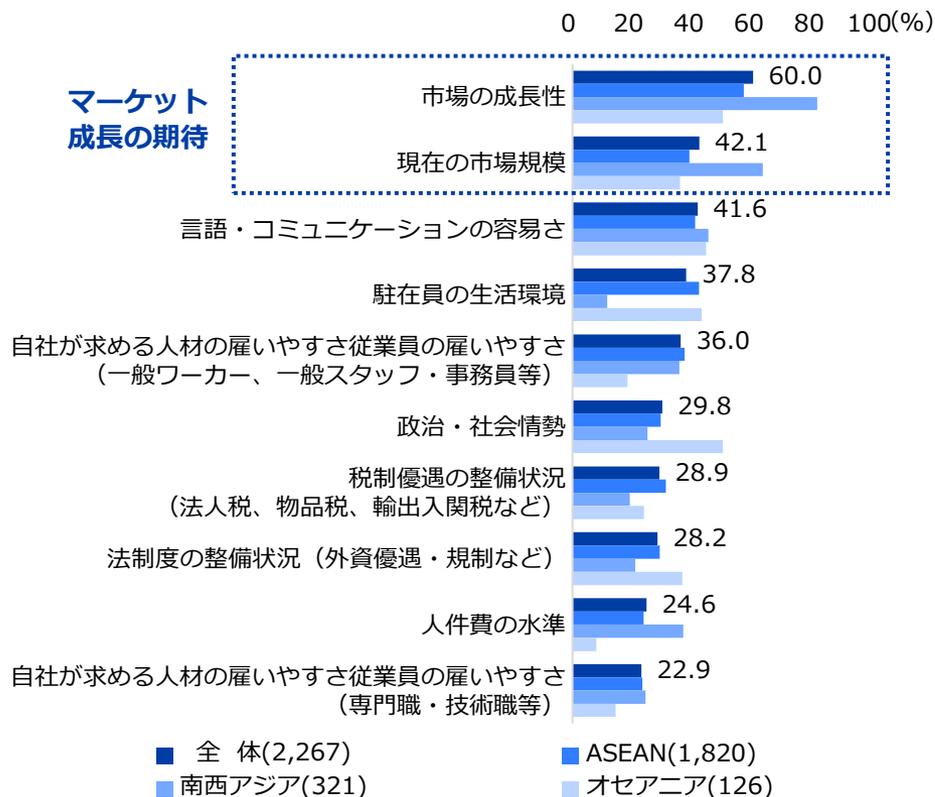
(注1) 回答率上位5項目。薄ピンクのハイライトは、Ⅲ.1の全調査対象地域総数の上位10項目に入っていない項目。

(注2) 経営上の問題点に係る各項目に記載の回答率は、分野ごとに分かれた各設問「販売・営業面」「財務・金融・為替面」「雇用・労務面」「貿易制度面」「生産・調達面」内での回答割合を指す。

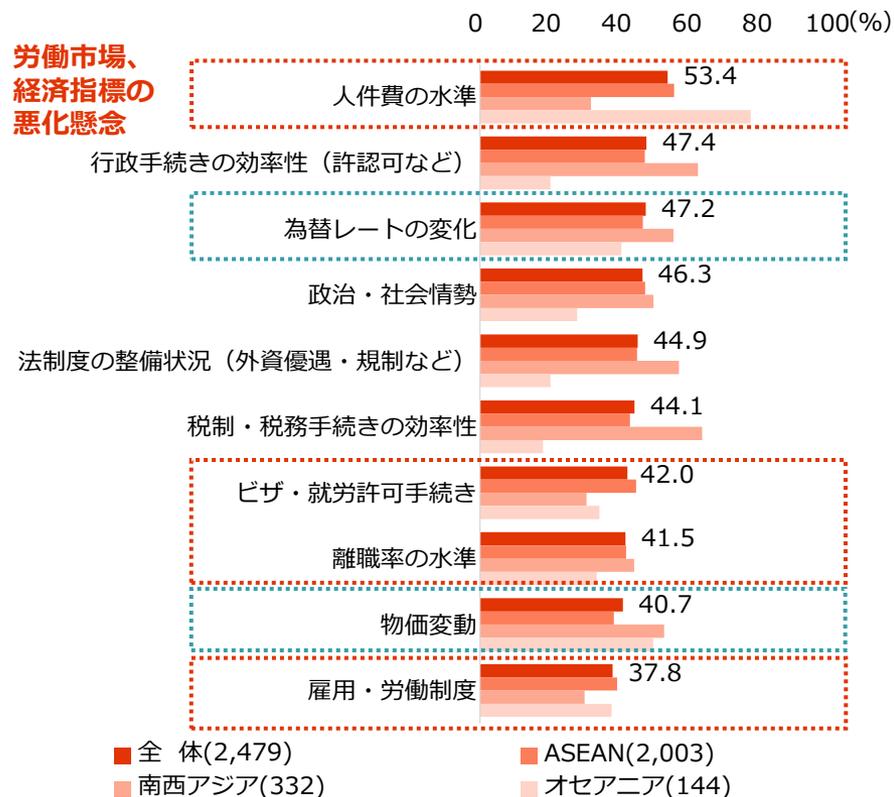
5 | 経営への影響（ASEAN、南西アジア、オセアニアのみ） 人材、為替など9項目が4割超の経営リスクに

- 所在国・地域のビジネス環境に関しては、経済指標の悪化（為替レート、物価変動）、労働市場の変化（人件費、外国人就労制度、離職率など）や法令・手続きの効率性（許認可、外資優遇、税制）が主なビジネスリスクとして挙げられた。他方、特に南西アジアで市場の成長に強い期待がみてとれる。

経営に良い影響がある（メリット）
（上位10項目）



経営に悪い影響がある（リスク）
（上位10項目）

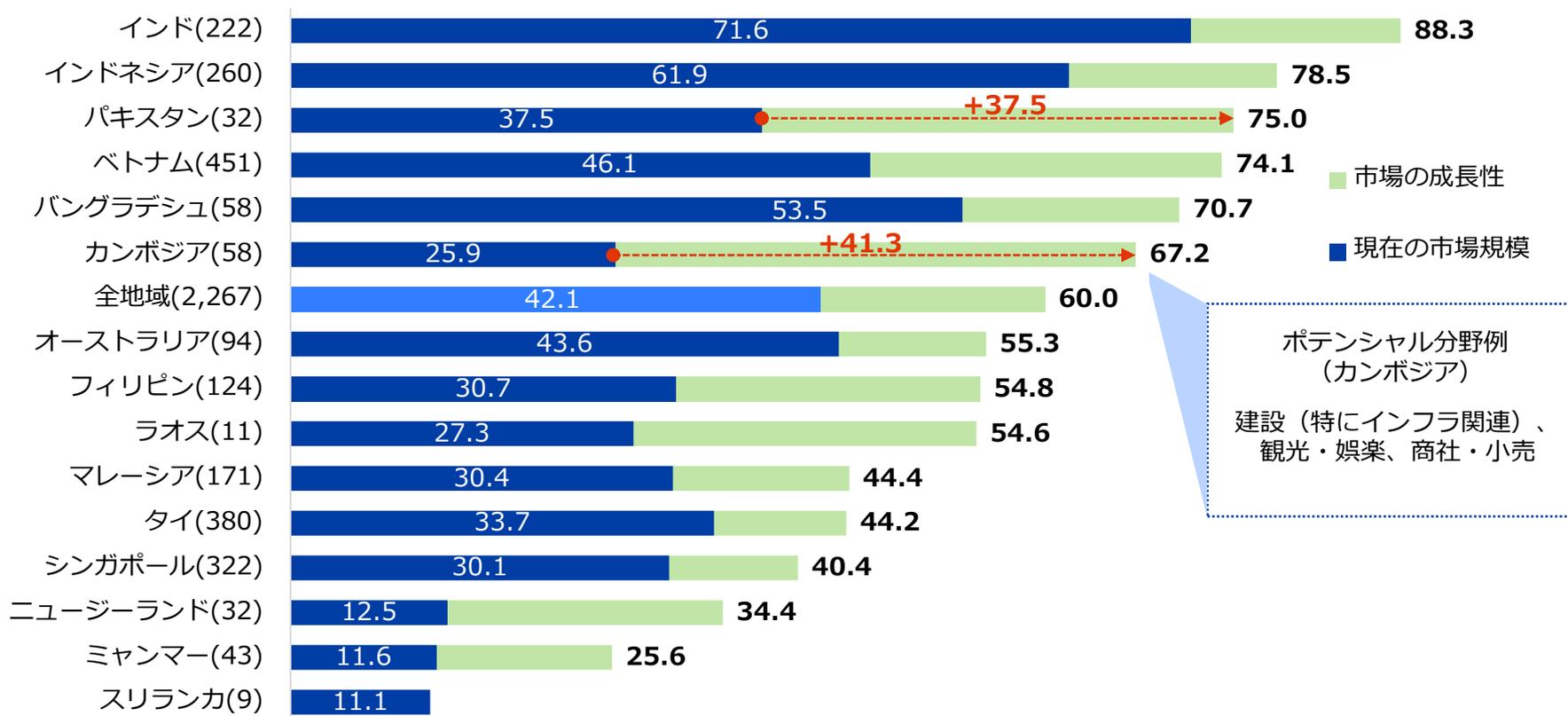


6 | マーケット成長への期待 (ASEAN、南西アジア、オセアニアのみ) 成長するインド、ポテンシャルではカンボジアも

- 市場規模・成長性は、在インド企業が最も広く評価した。在インドネシア・バングラデシュ・ベトナム企業も成長期待が高かった。在オーストラリア企業は輸出含めた市場成長への期待感がみられた。
- 在カンボジア、在パキスタン企業は、現在の市場規模に比べた今後の成長への期待が最も高かった。

現在の市場規模と市場の成長性 (メリット、所在国別)

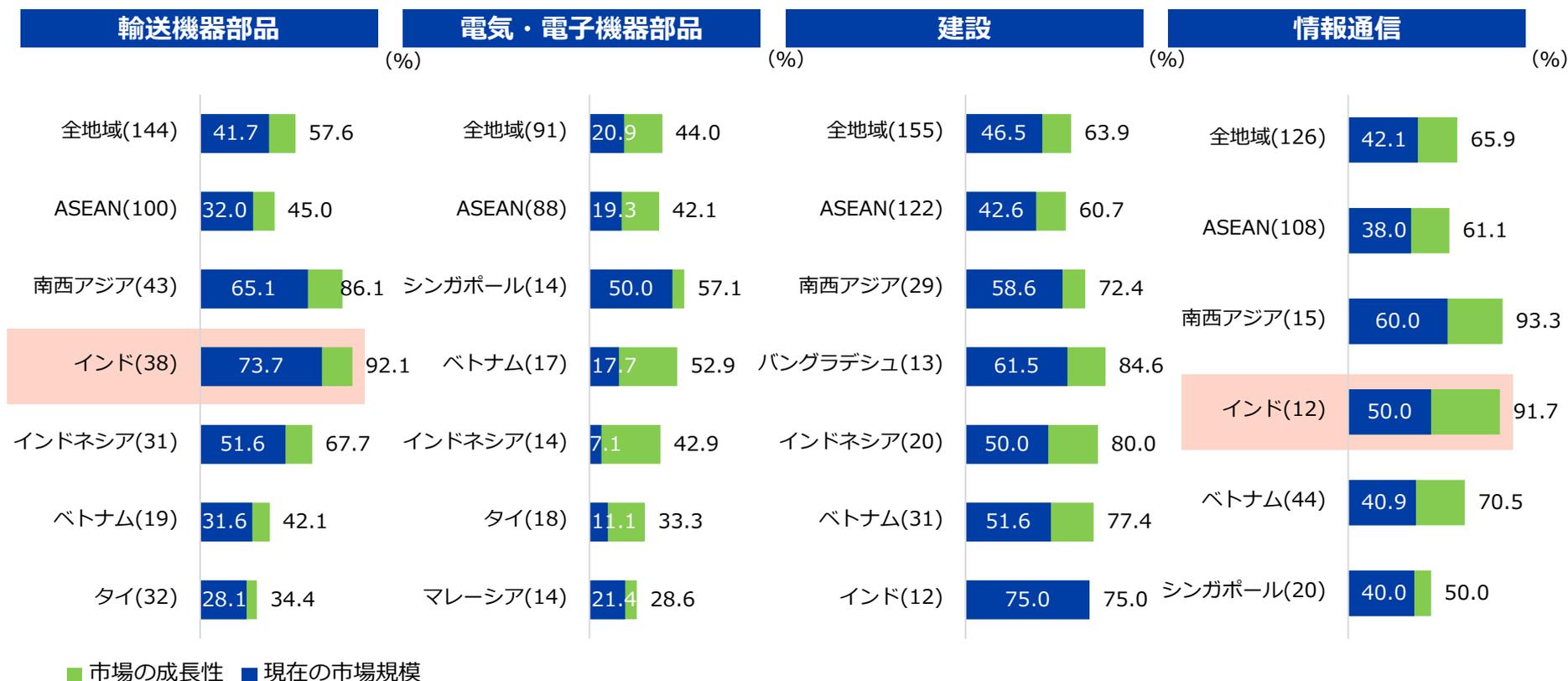
(%)



7 | マーケット成長への期待（ASEAN、南西アジア、オセアニアのみ） 輸送機器部品や情報通信でインドに高い成長期待

- 輸送機器部品ではインドの現在の市場規模と成長性がともに高かった。電子・電子機器部品ではシンガポール、ベトナムに対する期待感が見られた。建設は幅広い国で期待感がみられた中、特にバングラデシュ、インドネシアの成長性への期待が高かった。情報通信はインドで成長への期待感が高かった。

現在の市場規模と市場の成長性によるメリット（主要業種）



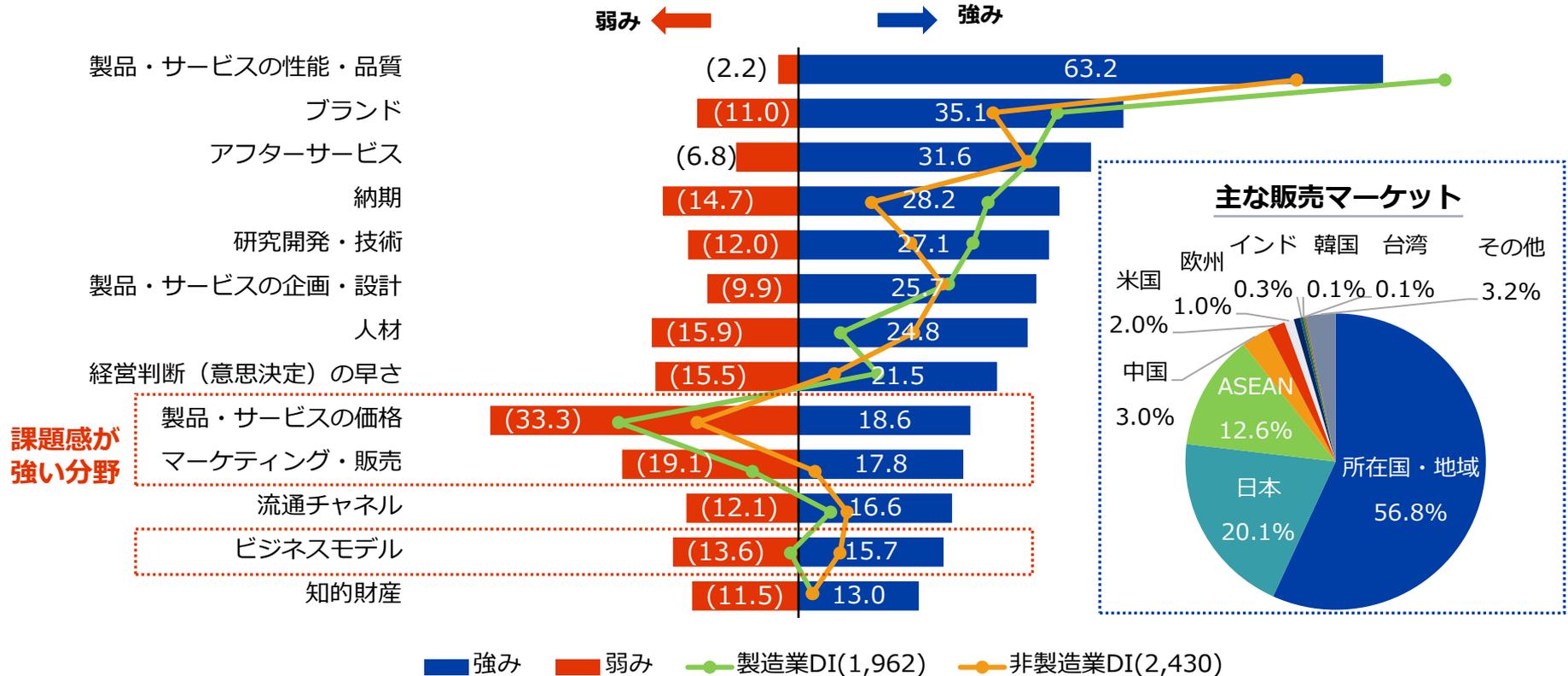
(注) 有効回答数10社以上の国・地域。

8 日系企業の強み・弱み プロダクト偏重の強み、価格・販売促進に課題

- Productに対する「強み」認識が顕著だった（性能・品質、ブランド、アフターサービス）。
- Price（価格）やPromotion（マーケティング・販売など）を「弱み」と認識する企業の方が多かった。Place（流通）では製造業で納期に強み。製造業ではビジネスモデルにも課題感がみられた。

ターゲットとする市場における強みと弱み（全地域）

(%、ポイント)



(注) DI値は「強みがある」割合から「弱みがある」割合を差し引きして算出。

日系企業の強み・弱み

9 | 北東アジアの製造業、販売競争力の維持に苦戦も

- 競争が激化する北東アジアの製造業は、4項目（価格、マーケティング、ビジネスモデル、人材）で競争に劣後しつつある企業が出ているとみられる。ASEANでは他地域と比べてブランド力が低い。オセアニアの非製造業は唯一、価格でも競争力があるとみなす企業の方が多かった。

ターゲットとする市場における強みと弱み (DI値、各地域)

(ポイント)

製造業

非製造業

	ASEAN (1,154)	南西アジア (195)	オセアニア (44)	北東アジア (569)
製品・サービスの性能・品質	68.0	69.2	63.6	74.3
ブランド	21.6	33.3	36.4	38.5
アフターサービス	24.5	18.0	25.0	28.5
納期	22.3	17.4	13.6	18.5
研究開発・技術	15.2	30.3	6.8	23.4
製品・サービスの企画・設計	14.2	22.1	11.4	18.6
経営判断（意思決定）の早さ	9.8	10.8	6.8	5.5
人材	6.1	10.3	6.8	△ 0.7
流通チャンネル	4.0	2.6	15.9	1.8
知的財産	1.4	3.1	2.3	1.2
ビジネスモデル	1.1	3.6	11.4	△ 7.4
マーケティング・販売	△ 5.5	9.7	15.9	△ 10.7
製品・サービスの価格	△ 13.5	△ 19.5	0.0	△ 33.0

	ASEAN (1,332)	南西アジア (213)	オセアニア (131)	北東アジア (754)
製品・サービスの性能・品質	51.1	52.1	60.3	58.0
ブランド	15.8	27.7	38.9	25.3
アフターサービス	25.2	20.7	25.2	25.1
納期	9.4	7.0	5.4	6.0
研究開発・技術	10.4	19.2	16.0	12.6
製品・サービスの企画・設計	16.3	19.7	20.6	12.1
経営判断（意思決定）の早さ	6.2	0.0	3.1	0.9
人材	12.3	11.3	7.6	13.8
流通チャンネル	3.6	6.6	12.2	6.6
知的財産	△ 0.9	4.2	13.0	2.9
ビジネスモデル	6.4	△ 0.5	15.3	0.7
マーケティング・販売	0.8	6.1	16.0	△ 0.1
製品・サービスの価格	△ 8.7	△ 12.2	9.2	△ 18.0

強み

弱み

競争力に課題感

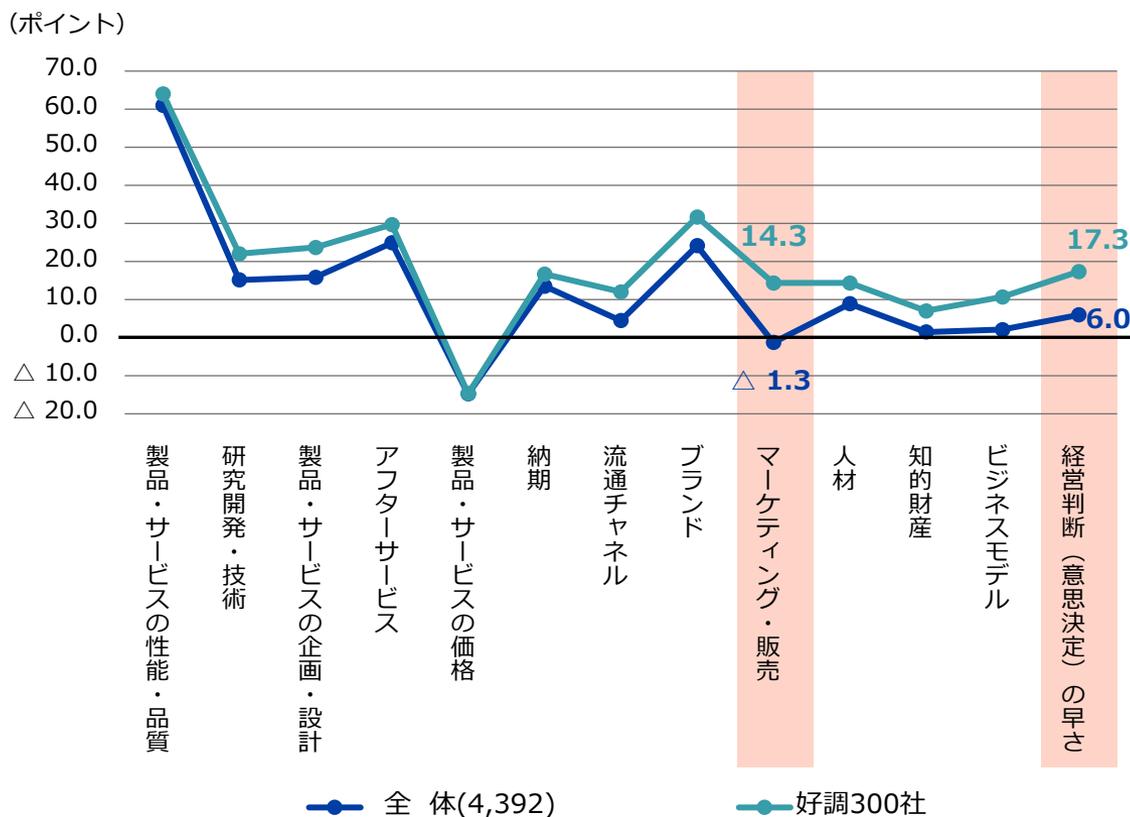
価格の強みを維持

(注) DI値は「強みがある」割合から「弱みがある」割合を差し引きして算出。

10 | 日系企業の強み・弱み 好調企業はマーケティングの強みが顕著

- 進出先を主要な販売先として業績が堅調な企業300社（注）と、全体平均を比較すると、マーケティング・販売を自社の強みとする比率の差が最も顕著だった。経営判断の早さにも差がみられ、全体的に経営資源を有効活用している。
- 性能・品質などに加えた「売り込むための行動」「判断の早さ」が好業績の一因とみられる。

販売マーケットにおける自社の強み（DI値）



好調企業のマーケティング強化への取組み例	
都市別の市場分析 販売チャネルの多様化 営業担当者のスキル向上	インド
デジタル化を推進 素早く産業別にリサーチ	シンガポール
再開された展示会に出展	ベトナム
SNSの積極的な利用 ローカル企業への売り込み強化	タイ
デジタル技術を活用して 潜在顧客へのアプローチを模索	オーストラリア

（注）進出先を主要な販売マーケットとする企業のうち、2022年の売上が黒字見込みで、2022年・23年ともに業績が改善見込み、かつビジネス展開を拡大すると答えた企業（300社）

調達先の内訳：

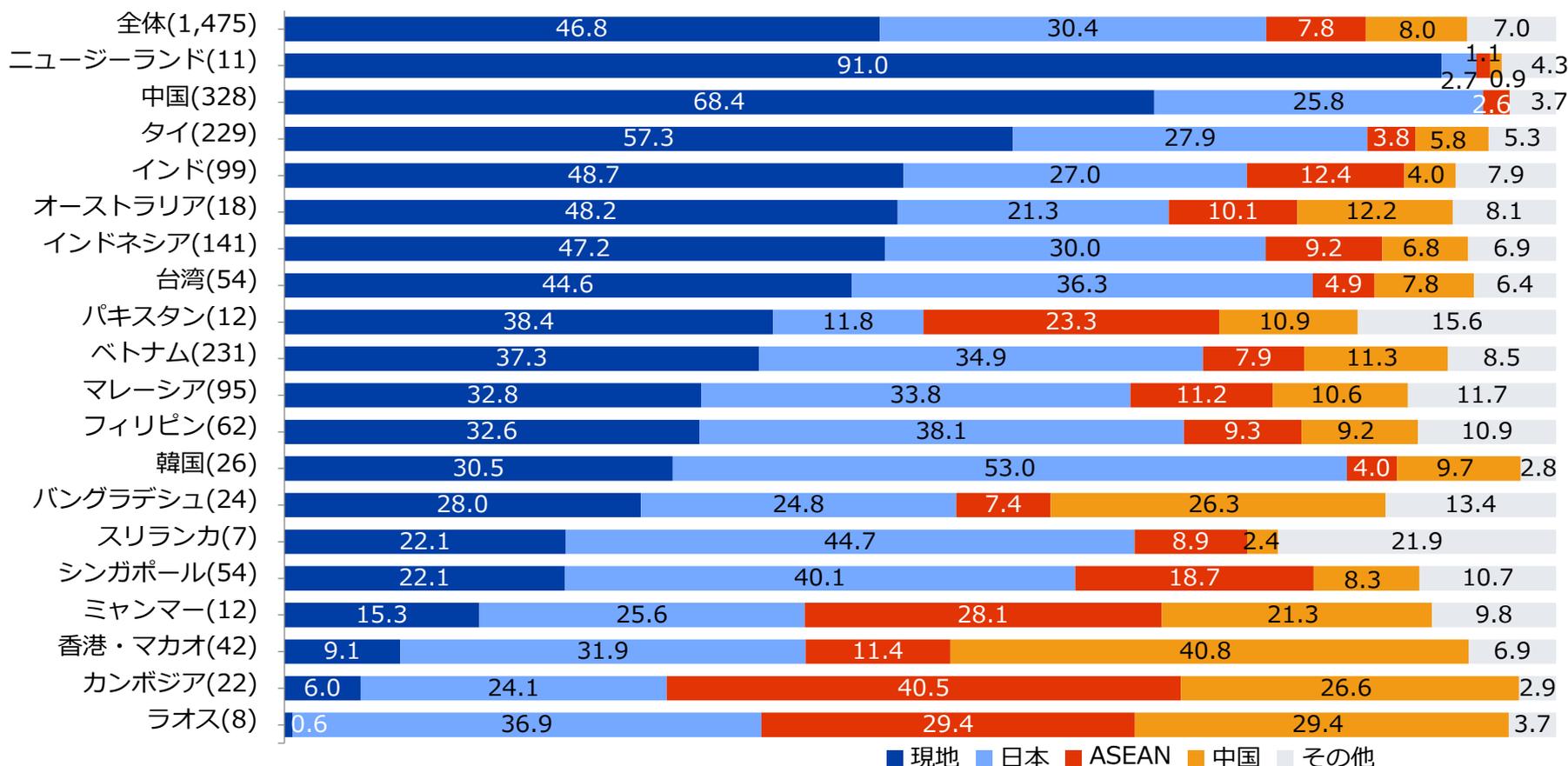
1 現地調達率は伸びず、日本からの輸入調達率が上昇

製造業のみ

- 進出日系企業の現地調達率は、2021年度調査（47.4%）から0.6ポイント低下とほぼ横ばいだった。2020年度調査（48.1%）と比較すると1.3ポイント低下した。
- ASEANからの調達は2021年度調査（8.7%）から0.9ポイント低下した。一方、日本からの調達率は、2021年度調査（29.1%）から1.3ポイント上昇した。

原材料・部品の調達先の内訳（国・地域別、合計が100%になるよう回答）

（%）



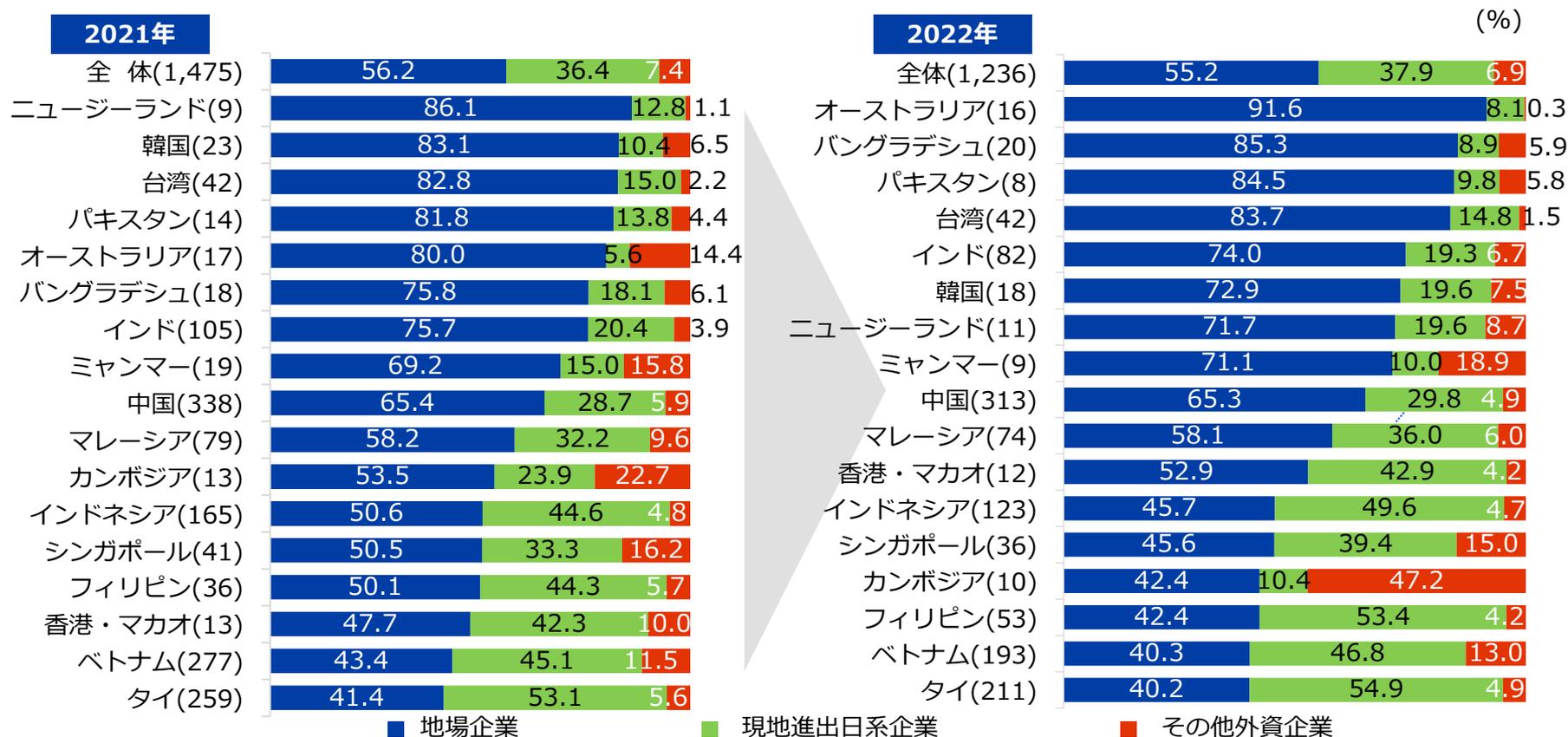
■ 現地 ■ 日本 ■ ASEAN ■ 中国 ■ その他

2 現地調達先の内訳： 進出日系企業からの調達割合が上昇

製造業のみ

- 現地調達先の内訳は、地場企業が55.2%となり2021年度調査から低下した一方、現地進出日系企業が37.9%で1.5ポイント上昇した。
- 特にインドネシア、フィリピンでは地場企業からの調達が5割を下回り、代わりに現地日系企業からの調達が大半を占めた。

現地調達先の内訳（地場、日系、その他外資企業）
（国・地域別、合計が100%になるよう回答）



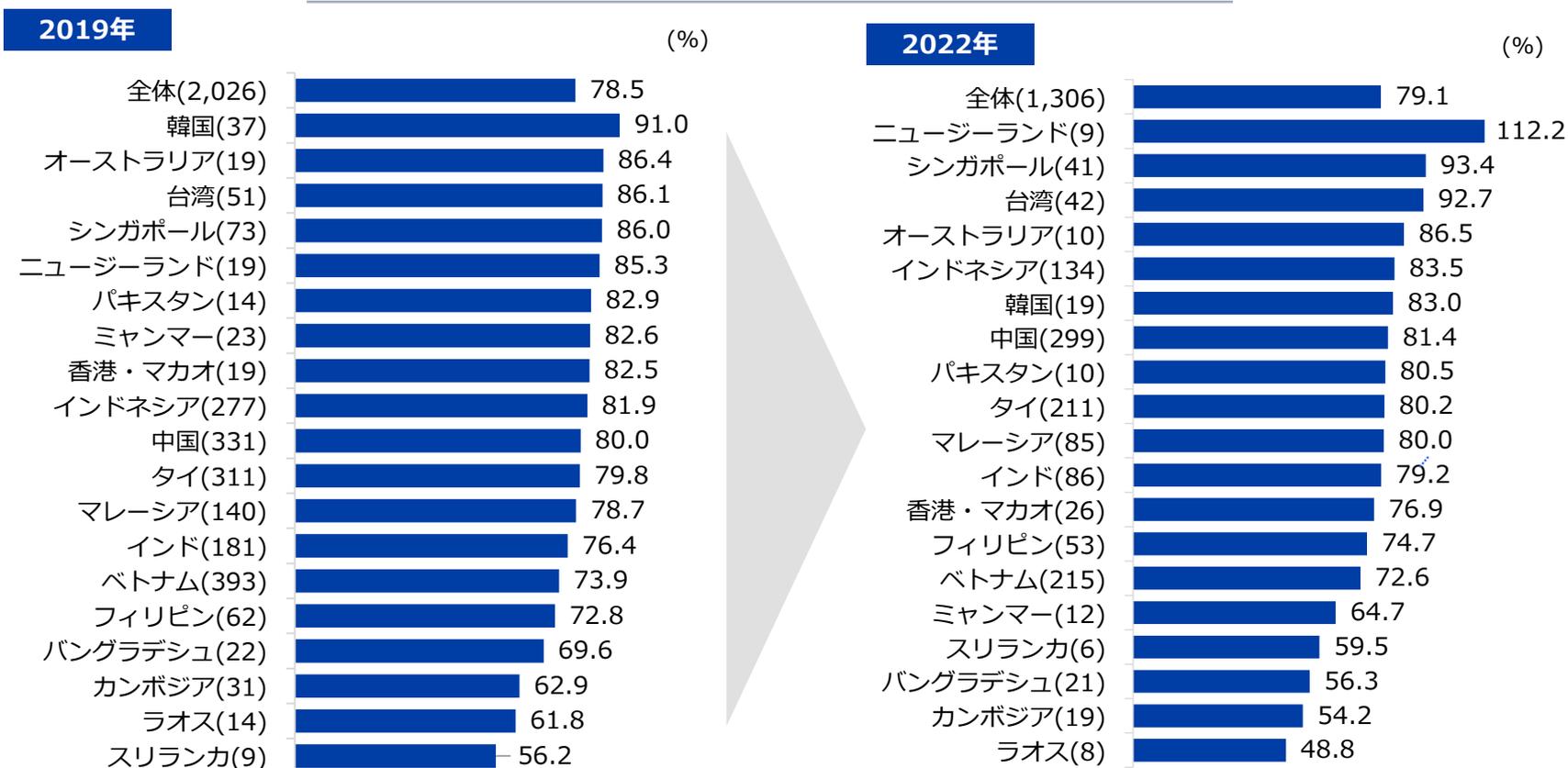
(注) 有効回答数5社以上の国・地域。

3 | 日本の製造原価との比較： 国・地域ごとに製造原価の差が拡大

製造業のみ

- 日本の製造原価を100とした場合、現地での製造原価は平均79.1となり、2019年度調査（78.5）から0.6ポイント上昇した。円安に加え、サプライチェーンの混乱による物価高、人件費の上昇などが影響したとみられる。
- ニュージーランドが日本の製造原価を上回ったほか、シンガポール、台湾が9割を超えた。一方、ラオスが日本の半分以下となったほか、スリランカ、バングラデシュ、カンボジアも6割を下回った。

日本の製造原価を100とした場合の現地での製造原価（国・地域別）

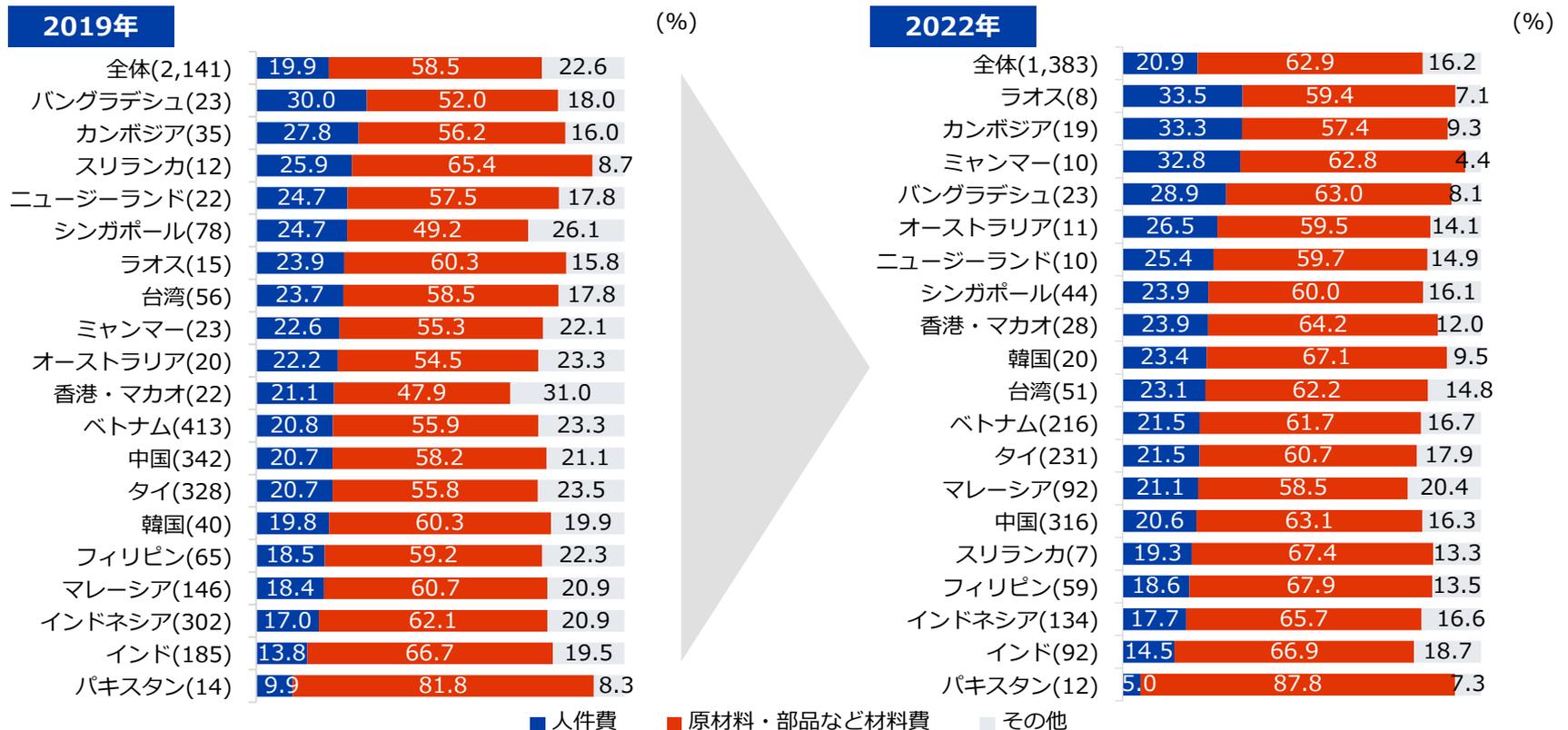


4 製造原価の内訳： 材料費高騰の影響が人件費増を上回る

製造業のみ

- 製造原価に占める人件費の比率は20.9%、材料費の比率は62.9%だった。2019年度調査比では、人件費比率が1.0ポイント上昇、材料費比率が4.4ポイント上昇。ASEANなどでは最低賃金引上げといった動きもある中、材料費の上昇がそれを上回った。
- 労働集約型産業の多いラオス、カンボジア、ミャンマーでは人件費の比率が3割以上と相対的に高かった。他方、材料費の比率は2019年から引き続きパキスタン（87.8%）が高かった。

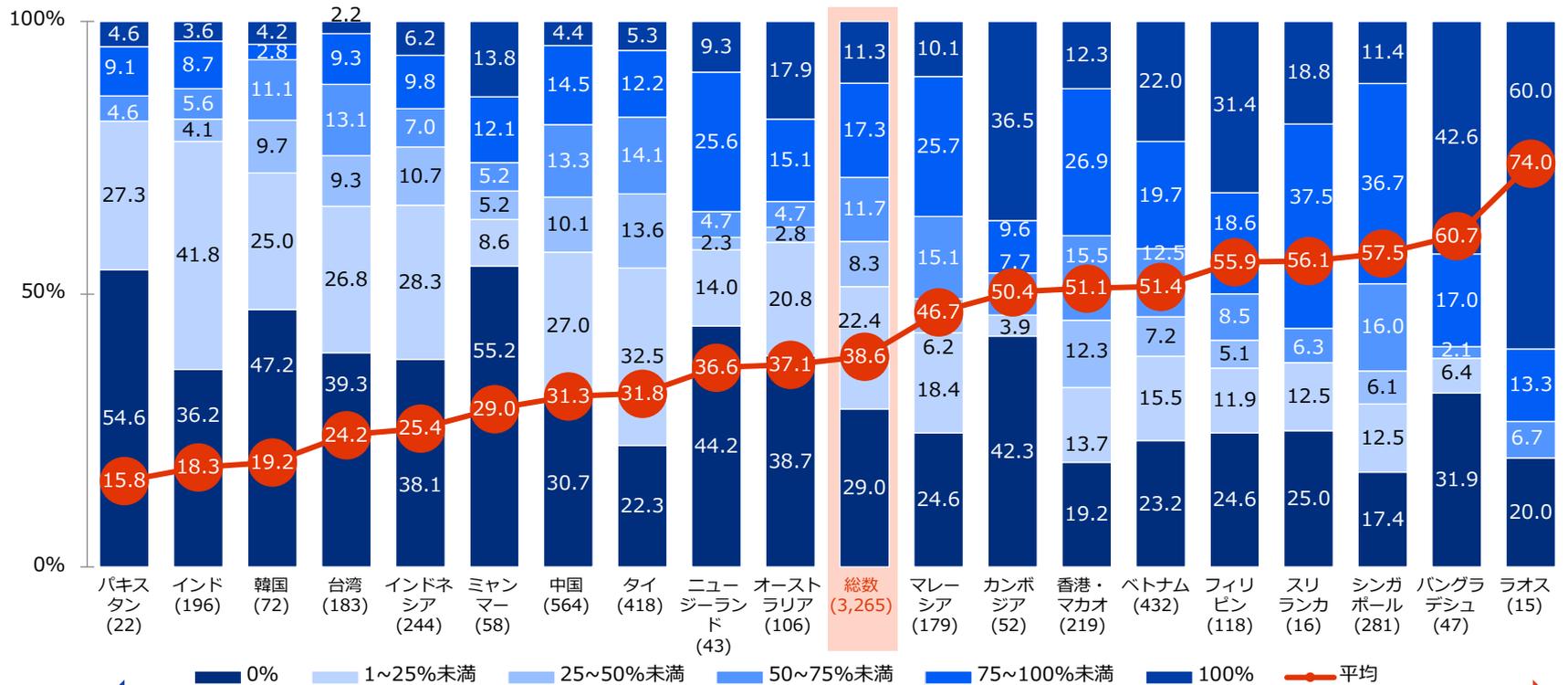
製造原価に占める人件費、材料費の比率（国・地域別）



1 平均輸出比率： 売上高に占める平均輸出比率は微増

- 売上高に占める平均輸出比率は38.6%となり、2021年度調査と比べて1.8ポイント上昇した。
- 国・地域別では、バングラデシュ、シンガポール、フィリピン、ベトナム、香港・マカオ、カンボジアで5割を超えた。シンガポール（2021年度調査比8.9ポイント増）、オーストラリア（同7.1ポイント増）等で伸びが大きく増加した。一方、韓国、インド、パキスタンの平均輸出比率は2割を下回った。

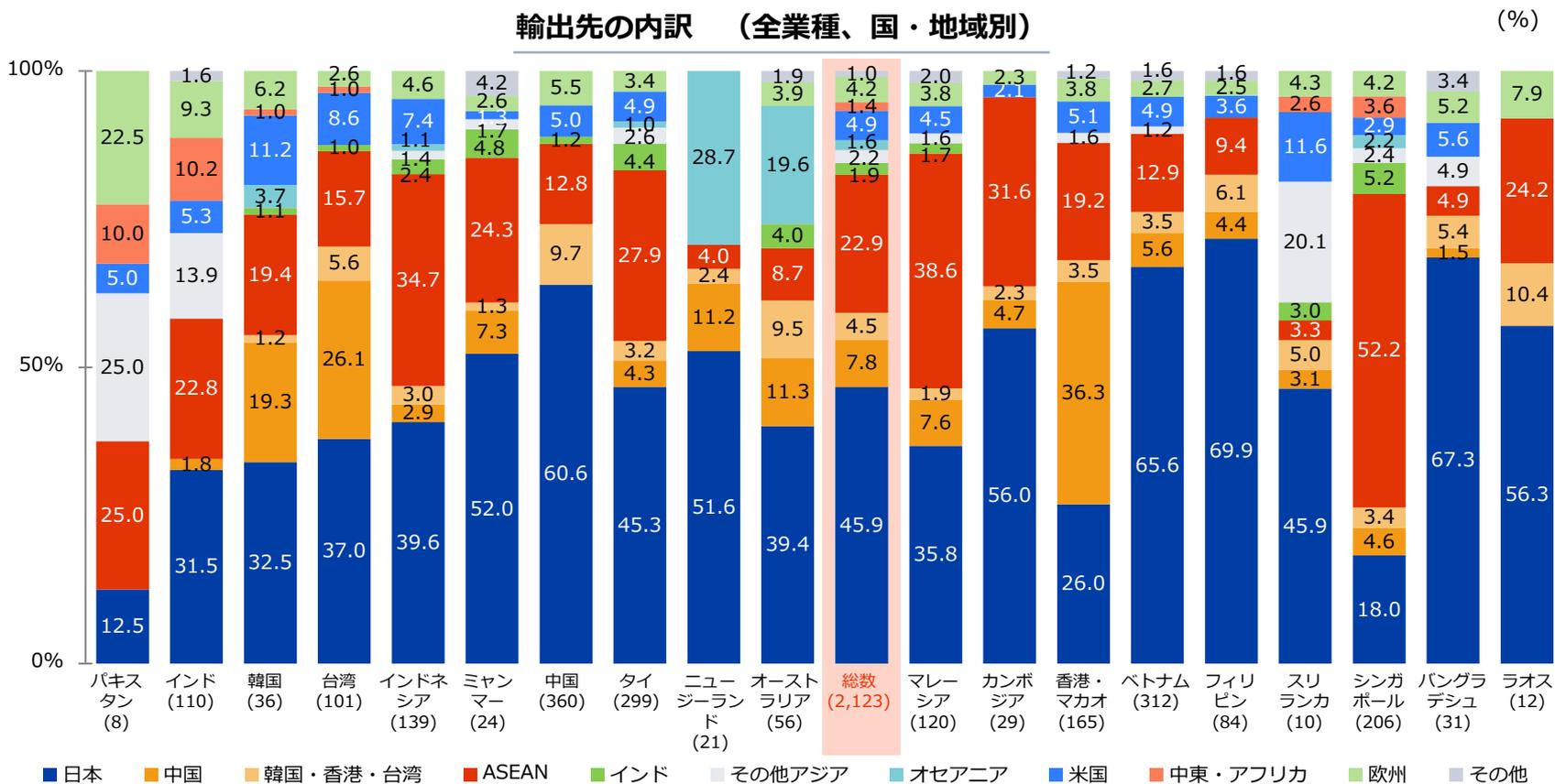
売上高に占める輸出の平均比率（全業種、国・地域別、0~100%で回答）



2 | 輸出先の内訳： 日本への輸出比率は微減、中国へは微増に

- 進出日系企業による輸出先の内訳（平均）は、日本が45.9%（2021年度調査比0.4ポイント減）、ASEANが22.9%（同変化なし）、中国が7.8%（同0.3ポイント増）だった。
- 輸外型（平均輸出比率50%以上）の国・地域のうち、バングラデシュ、フィリピン、ベトナムで輸出先に占める日本の比率が約7割となった。

輸出先の内訳（全業種、国・地域別）



■ 日本
 ■ 中国
 ■ 韓国・香港・台湾
 ■ ASEAN
 ■ インド
 ■ その他アジア
 ■ オセアニア
 ■ 米国
 ■ 中東・アフリカ
 ■ 欧州
 ■ その他

← 内販型（輸出比率50%未満） 輸外型（50%以上） →

(注) 各グラフは0.9%以下の数値を削除しているため、積み上げても100%にはならない場合がある。

3 FTA・EPA・GSP活用率： 約7割の企業が活用

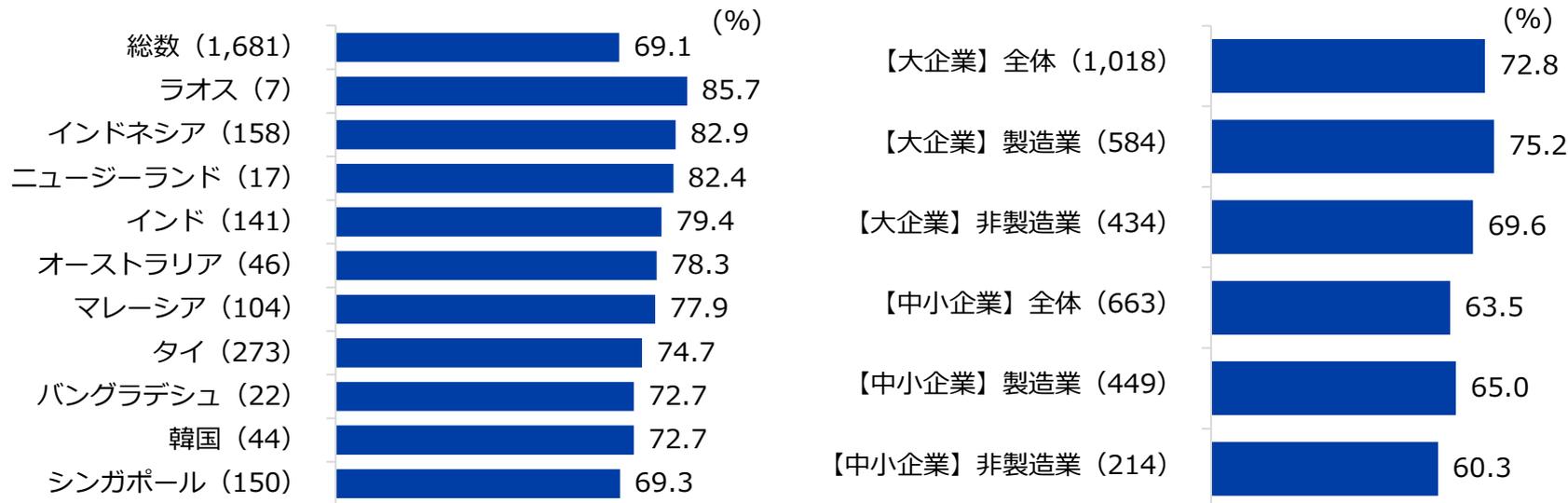
- FTA・EPA・一般特惠関税制度（GSP）を活用している企業の割合は49.2%とほぼ半数だった。利用対象外の企業を除いた実質的活用率は69.1%と7割近くに及ぶ。インドネシア、ニュージーランドの同比率は8割を超えた。
- 企業規模別では、大企業が中小企業を9.3ポイント上回り、中小企業の利用に遅れがみられる。

既存(発効済)のFTA・EPA・GSPの活用の有無（輸出入をしている企業のみ）



(注) 「利用対象外」は、輸出入品目の一般関税が0%、FTA・EPA・GSP以外の関税減免制度を利用している場合などを意味する。

FTA・EPA・GSP活用率の高い国・地域（上位10カ国）/企業規模



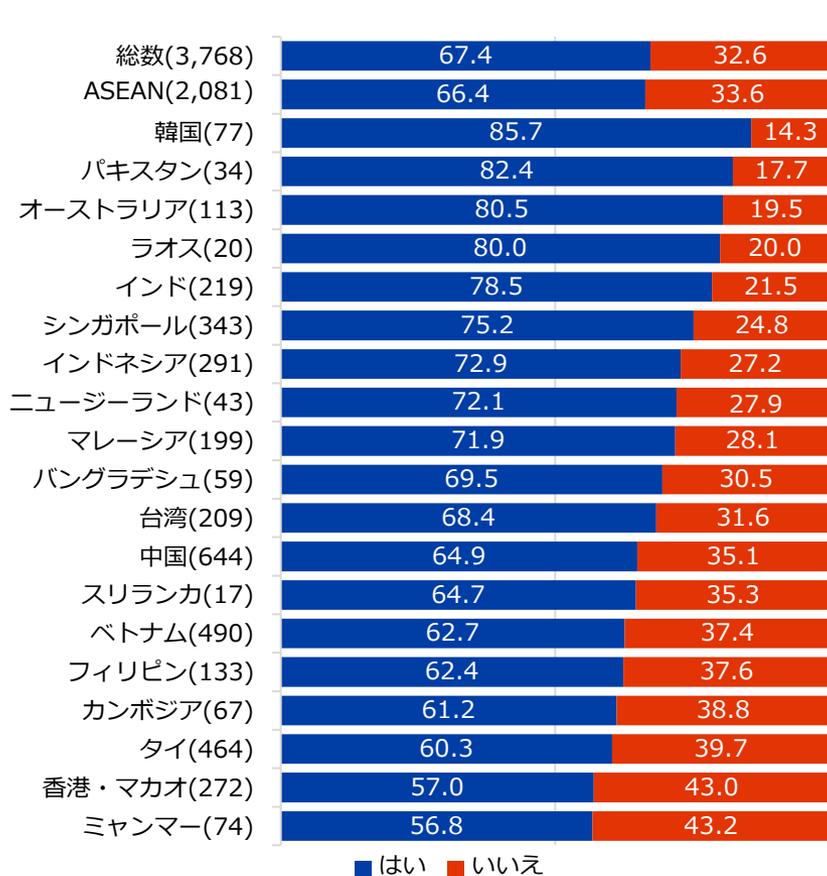
(注) 「利用している」「利用できていない」と回答した企業を母数としている。

経営課題としての脱炭素化認識：

1 約7割の企業が脱炭素化を経営課題と認識

- サプライチェーンにおける脱炭素化の問題を経営課題として認識している企業は67.4%に上った。規模別では大企業、業種別では製造業で、脱炭素化を経営課題として認識している割合が相対的に高かった。
- 脱炭素化を経営課題として認識している理由として、本社の指示や計画、顧客からの要求、世界的な潮流であるため、業界として脱炭素化への対応が求められるため、といったコメントが寄せられた。

サプライチェーンにおける脱炭素化の問題を経営課題として認識しているか（国・地域別、規模別）



認識している理由（自由記述）

- 顧客から削減要請がある為（韓国、化学・医薬）
- 日本の本社の環境計画に基づき取組んでいる（パキスタン、輸送機器）
- 炭鉱業は脱炭素社会の中で最も取り組みを求められている業界であるため（オーストラリア、鉱業・エネルギー）
- 親会社からの指示、指導（ラオス、建設業）
- 今後設定されるであろう国際的な脱炭素社会に対応した事業モデルを作る必要があるため（インド、一般機械）
- 地球環境に対する企業の責任であると同時に事業拡大のチャンスでもあるから（シンガポール、販売会社）

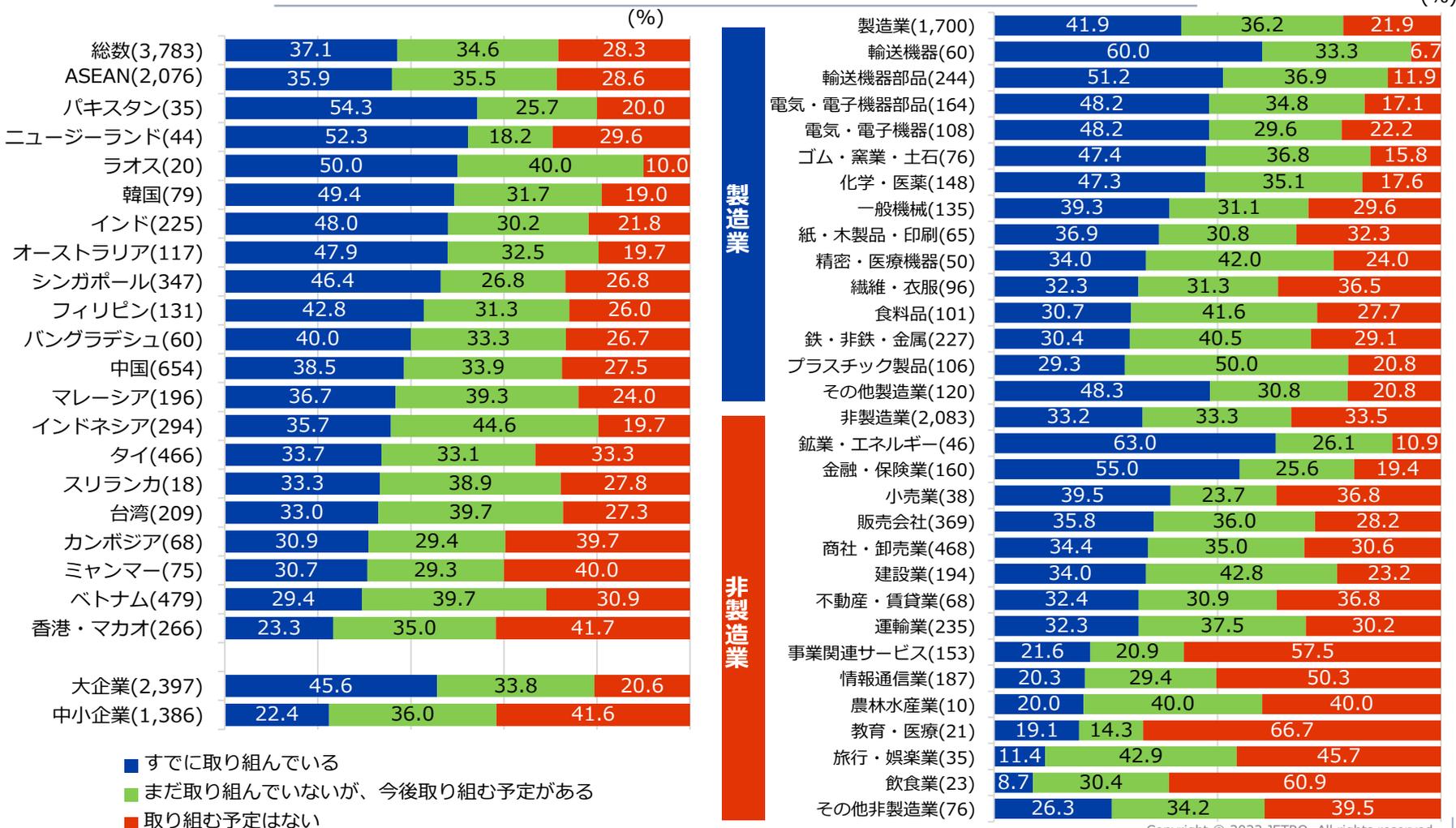
認識していない理由（自由記述）

- 環境汚染、リサイクルなどの課題が優先、重要と思われるため（タイ、その他製造業）
- サプライチェーンに関する直接的な関わりが少ないため（香港、販売会社）
- 現時点では重要課題ではない（ミャンマー、情報通信業）

2 脱炭素化への取り組み： 約4割の企業が脱炭素に向けた取り組みを実施済

- 温室効果ガスの削減など、何らかの脱炭素化に進出先で取り組んでいる企業は37.1%だった。
- 業種別にみると、輸送機器や鉱業・エネルギーで「すでに取り組んでいる」企業が6割を超えた。

進出先で何らかの脱炭素化に取り組んでいる、もしくは取り組む予定があるか

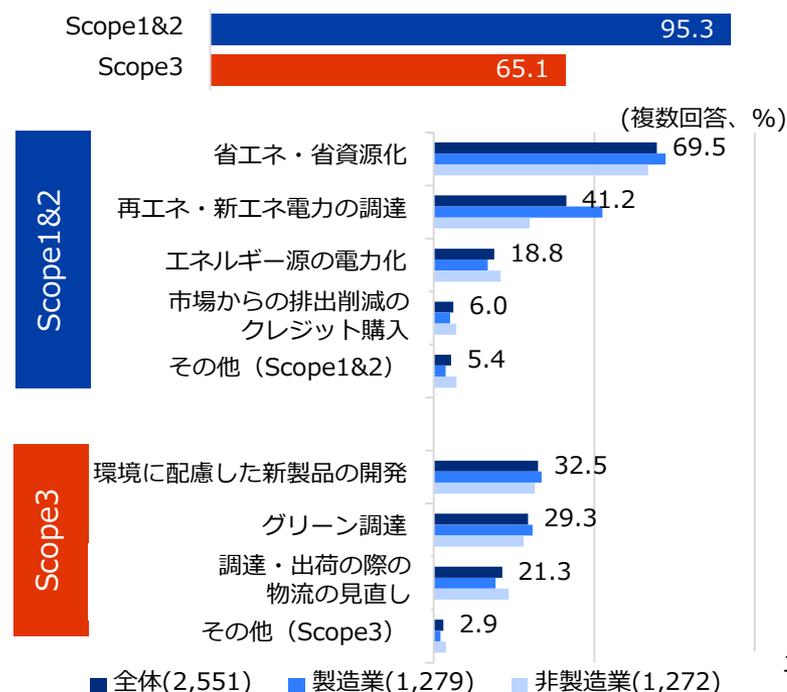


3 脱炭素化への取り組み： 省エネ・省資源化を実施・検討する企業が約7割に

- 進出先で脱炭素に向けた取り組みを実施済みまたは検討中と回答した企業に対し、具体的な取り組みの内容を尋ねたところ、省エネ・省資源化が69.5%、再エネ・新エネ電力の調達が41.2%だった。
- サプライチェーンの脱炭素化については、スコープ1または2に該当する取り組みを実施・検討している企業が95.3%、スコープ3に該当する取り組みを実施・検討している企業が65.1%に上った。

脱炭素化のための具体的な取り組み（検討中含む）

（複数回答、%）



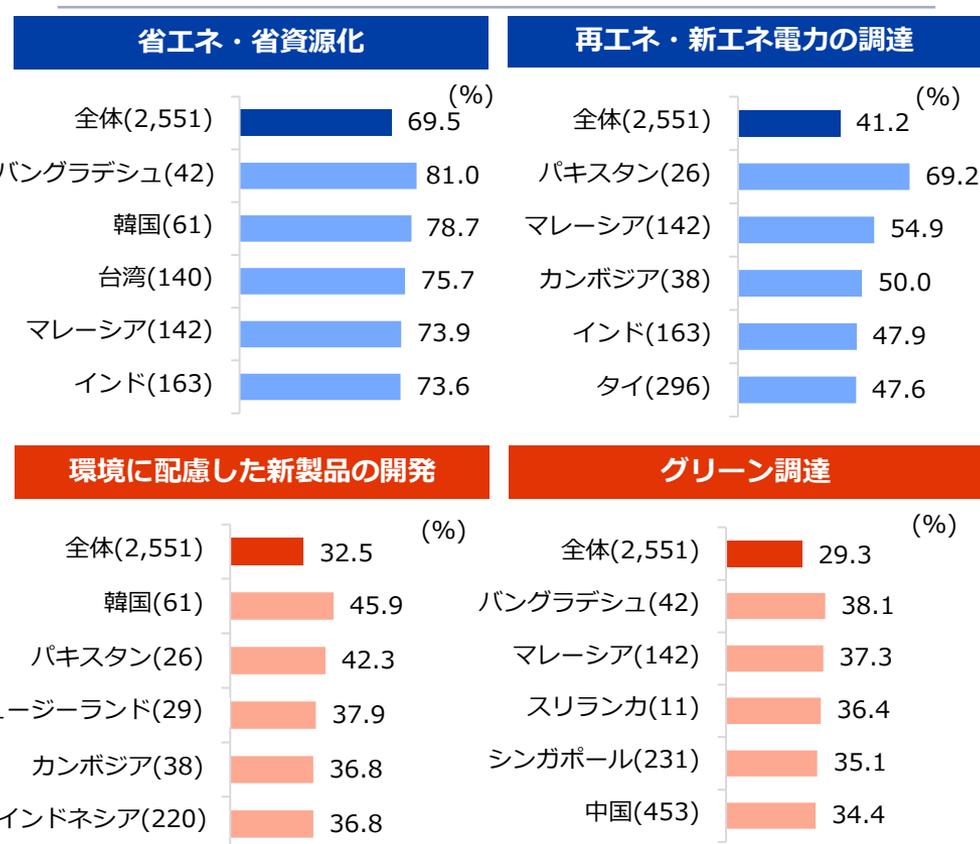
Scope1&2

Scope3

(注1) 進出先で何らかの脱炭素化に取り組んでいる、または検討中と回答した企業が対象。「Scope1&2」は、「省エネ・省資源化」～「その他 (Scope1&2)」のいずれかを1つでも選択した企業の割合。「Scope3」は、「環境に配慮した新製品の開発」～「その他 (Scope3)」のいずれかを1つでも選択した企業の割合。

(注2) Scope1~3の説明については、環境省ウェブサイト参照
https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/supply_chain.html

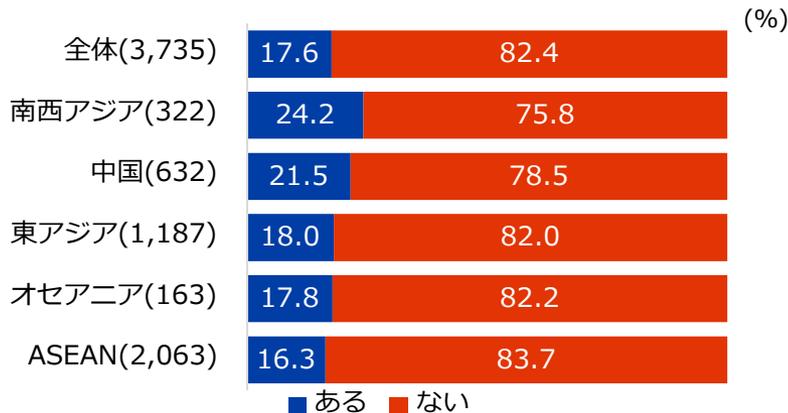
脱炭素化のための具体的な取り組み（検討中含む、上位国・地域）



4 脱炭素化にむけた目標設定： 進出先で脱炭素の数値目標がある企業は2割に留まる

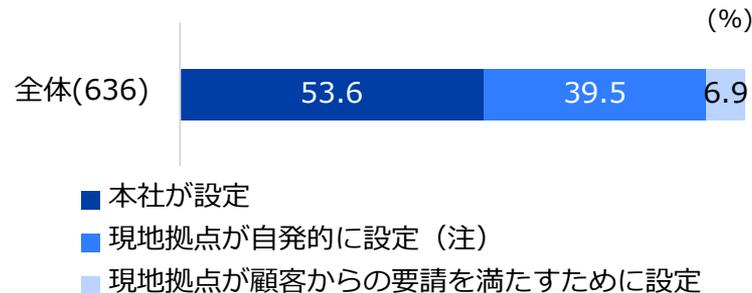
- 進出先に脱炭素関連の数値目標があると回答した企業は17.6%にとどまった。ただ、現地拠点で数値目標を設定していない企業においても、54.6%が本社には数値目標があると回答した。
- 数値目標がある企業では、本社による設定が50%以上、現地拠点での自発的設定（本社の指示による設定含む）が約40%を占めた。具体的には、温室効果ガスの排出削減、カーボンニュートラル、再生可能エネルギー利用、省エネ・省資源化に関する数値目標を設定している企業が多くみられた。

現地拠点における脱炭素関連の数値目標の有無



現地拠点に数値目標あり

現地拠点および本社における数値目標設定状況

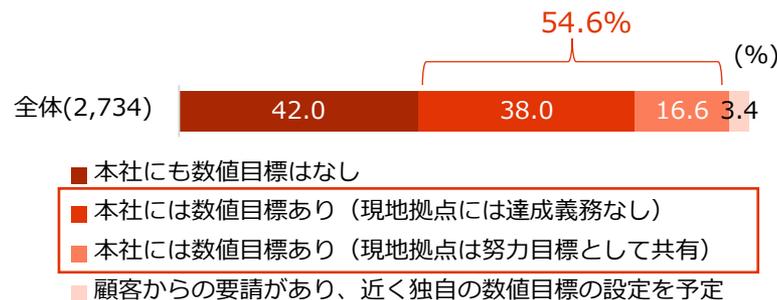


(注) 現地拠点における脱炭素関連の数値目標が「ある」と回答した企業が対象。「現地拠点が自発的に設定」した場合には、本社の指示により現地拠点で具体的な数値を設定した場合も含む。

現地拠点における脱炭素関連の数値目標例

- カーボンニュートラル達成
- 進出先国・地域の基準や目標に従う
- 年間の二酸化炭素排出量を削減
(前年比●%削減、2013年比●%削減、年間●トン削減、原単位で●%削減等)
- 電気や水、紙資源の利用量の削減、節電
- 再生可能エネルギー由来の電力使用率の設定、100%再生可能エネルギーへの切り替え

現地拠点に数値目標なし



(注) 現地拠点における脱炭素関連の数値目標が「ない」と回答した企業が対象。

脱炭素化にむけた目標設定：

5 | コスト増やインセンティブ不足が脱炭素化の課題に

- 脱炭素化に向けた課題として、コスト増、制度の不明確さや把握の難しさなどを挙げる声が目立った。中でも、コストの増加については、顧客や取引先の理解が得られない、競合他社の取り組みがない状況で脱炭素化を進めることが難しく、インセンティブを与える制度が必要との声が聞かれた。
- 取組事例としては、太陽光発電をはじめとした再生可能エネルギーの導入や投資、EVの導入や対応、省エネなどが挙げられた。

脱炭素の取り組みへの課題および具体的な取り組み

	課題	取組事例や効果
北東アジア	<ul style="list-style-type: none"> • 取り組みの多くがコストアップにつながる • 脱炭素に向けた補助金・優遇制度などの地域別の動向把握 • グリーンエネルギー優先購買や投資に対する地元政府の補助金制度等が無い 	<ul style="list-style-type: none"> • LED照明に切替、省エネ効果あり • 年間電力消費量の10%を太陽光発電でまかなう • 社用車のEV化 • 軽量化などによる車の燃費改善 • 洋上風力事業への参画
ASEAN	<ul style="list-style-type: none"> • 現地の価格（低コスト）第一志向 • 取り組み自体が、まだ企業価値向上に直接結びつかない環境である • 電気に関しては工業団地との条件などがあり大幅なエネルギー転換にはすぐに変換できない • オフィスビルの管理会社の制約により再生やグリーンエネルギーの導入ができない 	<ul style="list-style-type: none"> • 太陽光発電により使用電力の約20%を自家発電 • 工場の電力を再生可能エネルギー調達に切换え • インバーター機の導入や、簡易包装の導入により電気代や製品単価を削減 • 石油資源の植物由来資源への置換 • エネルギー効率化アイテムの設備投資により、コストとGHG削減、補助金獲得
南西アジア	<ul style="list-style-type: none"> • 低価格市場においてコスト増が顧客に受け入れられないこと。政府の支援が必要と思われる • 現地企業に脱炭素などの意識がないので、いくら説明しても理解してもらえない 	<ul style="list-style-type: none"> • 工場敷地内に太陽光発電パネルを導入 • 事務所照明をLEDに変更し、電力消費を抑止 • 車両EV化対応、関連商品の当該市場への導入 • 配送車両のEV化の推進
オセアニア	<ul style="list-style-type: none"> • コスト維持、安全操業とのバランスが課題 • 不十分な法体系、難解なルール 	<ul style="list-style-type: none"> • クリーン水素事業参画によるネームバリューアップ • カーボンクレジットに絡めた植林の拡大

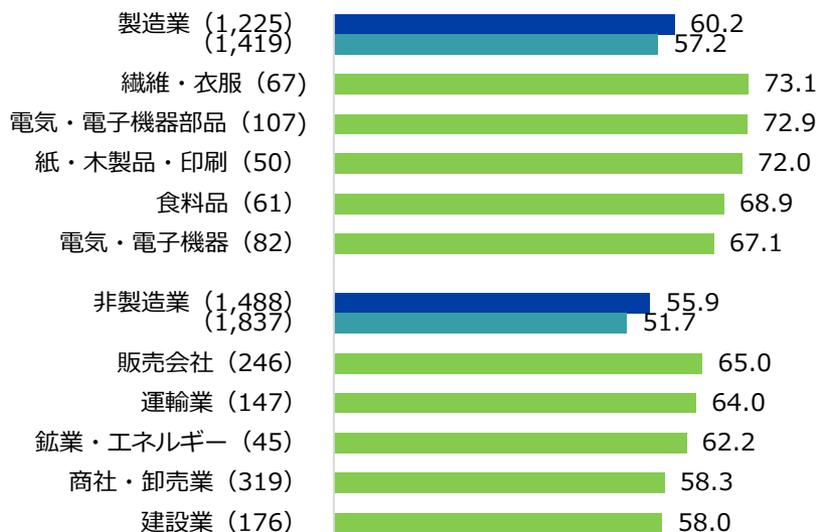
1 サプライチェーンにおける人権問題： 経営課題として認識、全体で6割弱に上昇

- 人権問題を経営課題として認識する企業は57.8%と、2021年度調査（54.1%）から3.7ポイント上昇した。
- 企業規模別では、大企業（65.0%）が中小企業（46.4%）を18.6ポイント上回った。業種別では、繊維・衣服（73.1%）、電気・電子機器部品（72.9%）などで高い。国別では、「現代奴隷法」への対応が必要なオーストラリア（71.9%）のほか、ミャンマー（71.3%）でも7割を超えた。

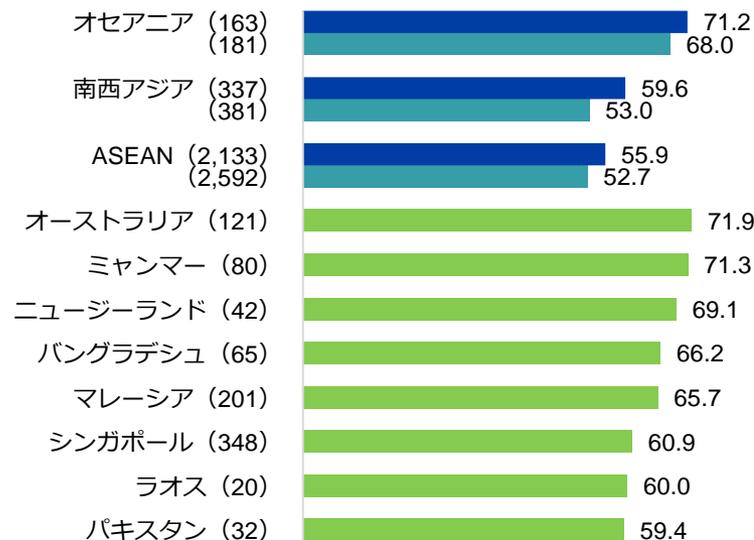
サプライチェーンにおける人権の問題を経営課題として認識している割合（上段：2022年、下段：2021年）(%)



業種別（各上位5業種）（上段：2022年、下段：2021年）(%)



地域・国別（上位8カ国）(上段：2022年、下段：2021年)(%)



(注1) 本調査の対象として、中国、香港、マカオ、台湾は除く。

(注2) 有効回答数20社以上の業種および国。韓国を除く。

2 経営課題として認識する理由： 本社方針、経営リスク、顧客要求など

- 人権を経営課題として認識する理由は、SDGsの一環、本社・グループ全体の方針などを挙げる回答が複数みられた。また、現地での人権リスクや経営上のリスクへの対応の必要性、顧客からの要求を理由に挙げた企業も多数。他、国・地域別の事情（法制度、政治状況、移民労働者等）も。
- 労働集約的産業（繊維・衣服、建設業）や、調達・加工工程が複数国・地域に及ぶ企業では、人権への配慮を重視する傾向。業界内の行動規範や認証制度にて、対応が必要な場合も（電気電子、林業等）。

サプライチェーンにおける人権の問題について、経営課題として認識している理由（自由記述）

	認識している主な理由	
全体共通	本社方針	<ul style="list-style-type: none"> ・SDGsの取り組みの一環（シンガポール、商社・卸売業） ・人権対応によるブランドイメージ向上（インド、販売会社）
	人権リスク	<ul style="list-style-type: none"> ・複数国で調達・加工しているため、全体での人権リスクへ配慮が必要（ベトナム、建設業） ・地場工場で児童労働、家族労働が散見される（インド、ゴム・窯業・土石）
	経営上のリスク	<ul style="list-style-type: none"> ・レピュテーションリスクの回避（ミャンマー、建設業） ・人権対応が不十分な場合、売上の減少に影響する恐れ（インド、化学・医薬） ・米国当局から人権問題を指摘され、輸入制限を受けた他社例あり（マレーシア、化学・医薬）
	顧客からの要求	<ul style="list-style-type: none"> ・年々高まる顧客（欧米）からの人権対応要求（パキスタン、その他製造業） ・消費者の人権意識の高まり（インドネシア、商社・卸売業）
業界別	<ul style="list-style-type: none"> ・電子業界におけるレスポンシブル・ビジネス・アライアンス（RBA）行動規範への対応（マレーシア、電気・電子機器部品） ・林業・林産物産業における森林管理協議会（FSC）認証への対応（ニュージーランド、紙・木製品・印刷） ・調達先の紛争鉱物にかかる顧客からの調査要求（マレーシア、鉄・非鉄・金属） 	
地域別	ASEAN	<ul style="list-style-type: none"> ・国軍系企業との取引に、人権の観点から留意が必要（ミャンマー、建設業） ・周辺国からの移民労働者（派遣従業員）の処遇に留意が必要（タイ、運輸業）
	南西アジア	<ul style="list-style-type: none"> ・縫製工場ビル崩壊事件以降、職場の安全対策意識の高まり（バングラデシュ、繊維・衣服）
	オセアニア	<ul style="list-style-type: none"> ・先住民の問題への配慮（オーストラリア、販売会社） ・年々厳しくなる現代奴隷法の要求（オーストラリア、鉄・非鉄・金属）

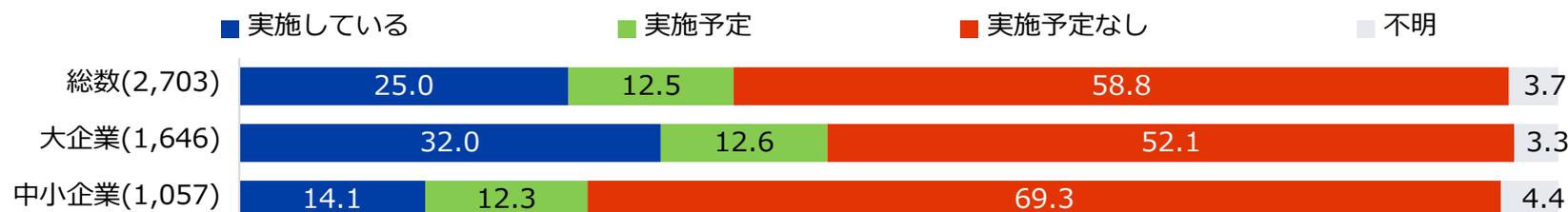
（注）本調査の対象として、中国、香港、マカオ、台湾は除く。

3 | 人権デューディリジェンス (DD) 実施状況： 実施または実施予定の企業は全体の約4割

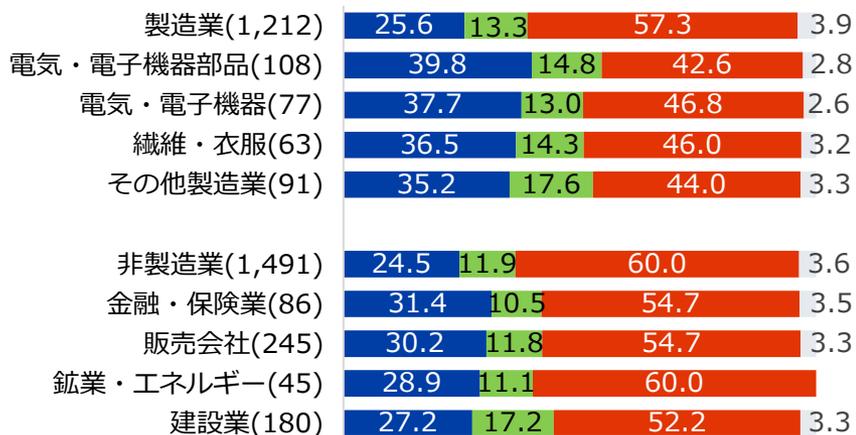
- 人権DDをすでに実施または実施予定と回答した企業の割合は、全体で37.5%。業種別・製造業では電子・電機機器部品、繊維・衣服、電気・電子機器などで5割を超えた。一方、人権DDをすでに実施していると回答した企業のみでの割合は全体で25.0%にとどまった。
- 地域別では、人権に関する取り組みが進むオセアニアで、人権DDをすでに実施している企業の割合が50.0%と高かった。同地域の実施予定を含む割合は61.3%に上った。

人権デューディリジェンスの実施状況

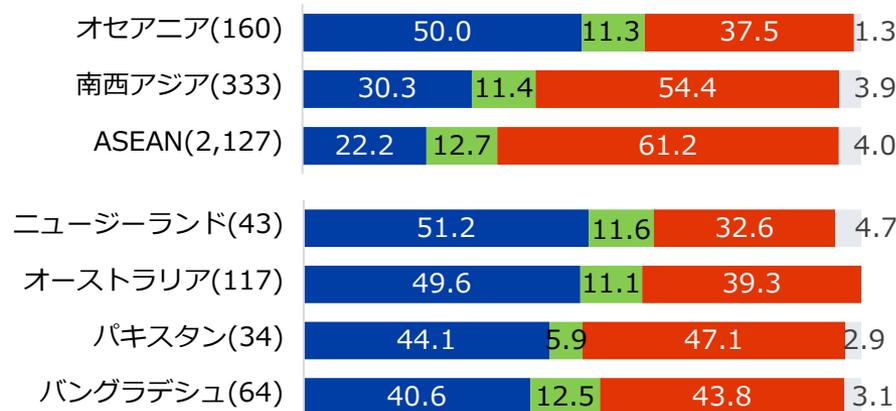
(%)



業種別 (上位) (%)



国・地域別 (上位) (%)



(注1) 本調査の対象として、中国、香港、マカオ、台湾は除く。

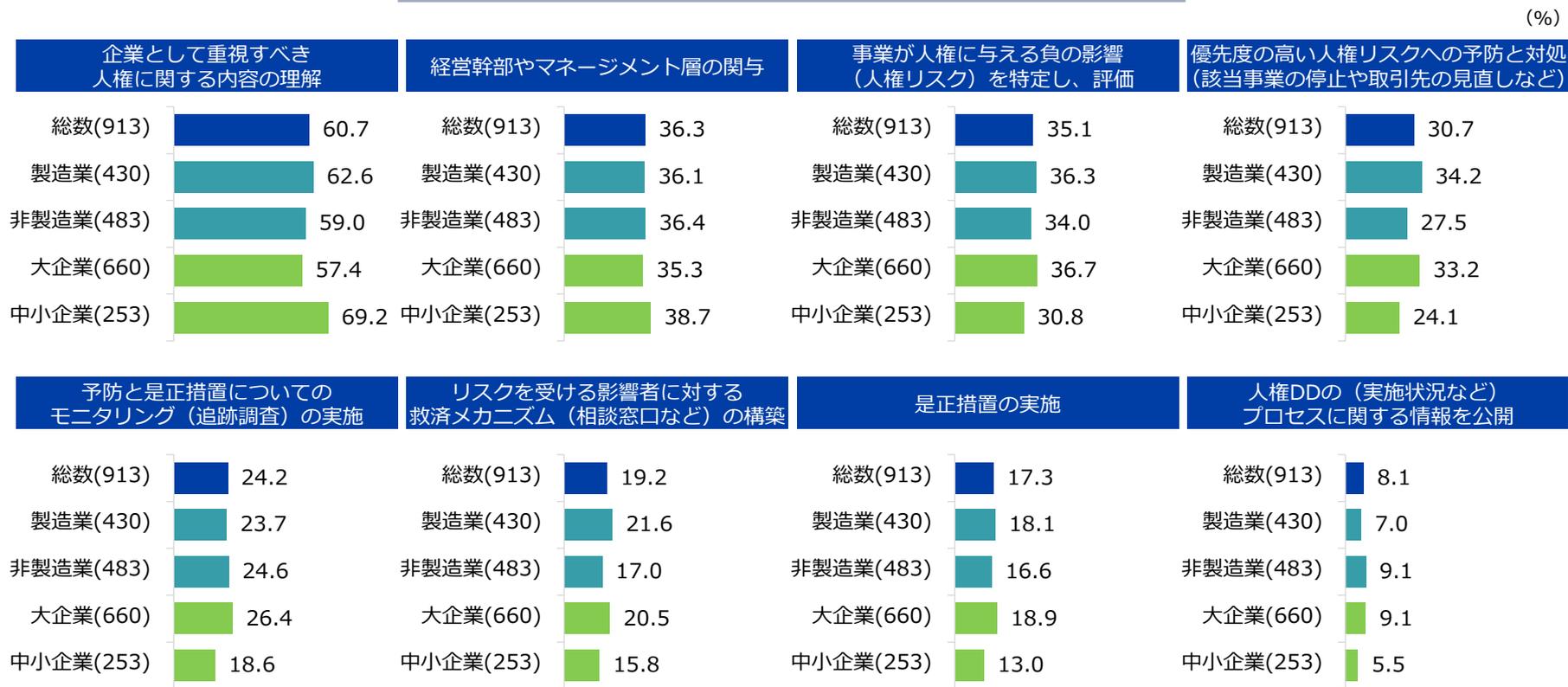
(注2) 業種別図 (左下) は、有効回答数20社以上の業種。人権DD実施済の割合上位4業種。

(注3) 国別図 (右下) は、人権DD実施済の割合上位4カ国。

4 | 人権DDの実施上の課題： 6割が「人権に関する内容の理解」に課題

- 人権DDを実施する上での課題は、全体では、「人権に関する内容の理解」（60.7%）と回答した企業が最も多く、中小企業では同回答割合が69.2%に上った。
- このほか、「経営幹部層の関与」（36.3%）、「事業が人権に与える負の影響の特定や評価」（35.1%）、「優先度の高い人権リスクへの予防と対処」（30.7%）が3割を超えた。

人権デューディリジェンスを実施する上での課題（複数回答）



(注1) 本調査の対象として、中国、香港、マカオ、台湾は除く。

(注2) 人権DDを実施または実施予定の企業による回答。

調達先への人権方針の準拠要求：

5 | 人権DD実施企業の約7割、調達先に方針準拠を要求

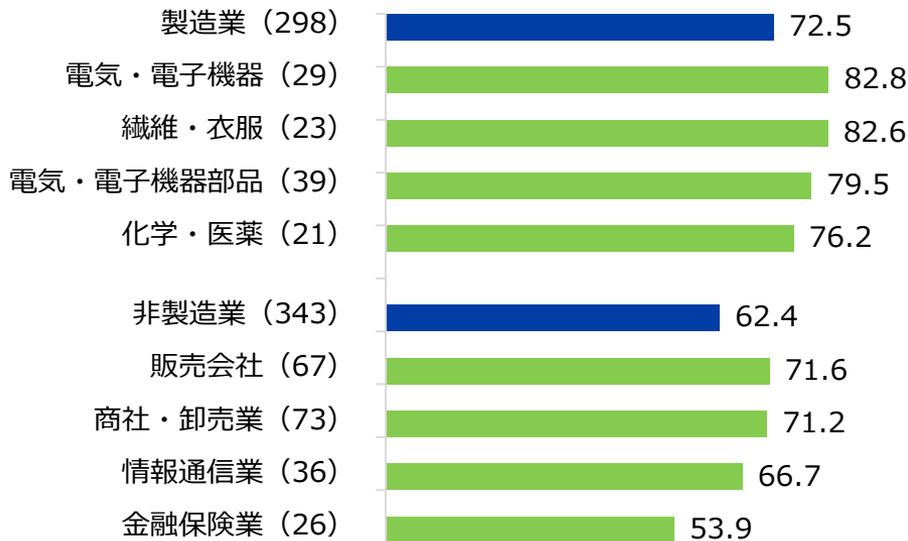
- 人権DDを実施している企業のうち、調達先に人権方針への準拠を求めている企業は全体の67.1%。大企業（72.3%）が中小企業（48.6%）を23.7ポイント上回った。
- 製造業（72.5%）では、電気・電子機器（82.8%）、衣服・繊維（82.6%）等が、非製造業（62.4%）では、販売会社（71.6%）、商社・卸売業（71.2%）等が高かった。

調達先企業にも自社のサプライチェーンにおける人権方針への準拠を求めている割合 (%)



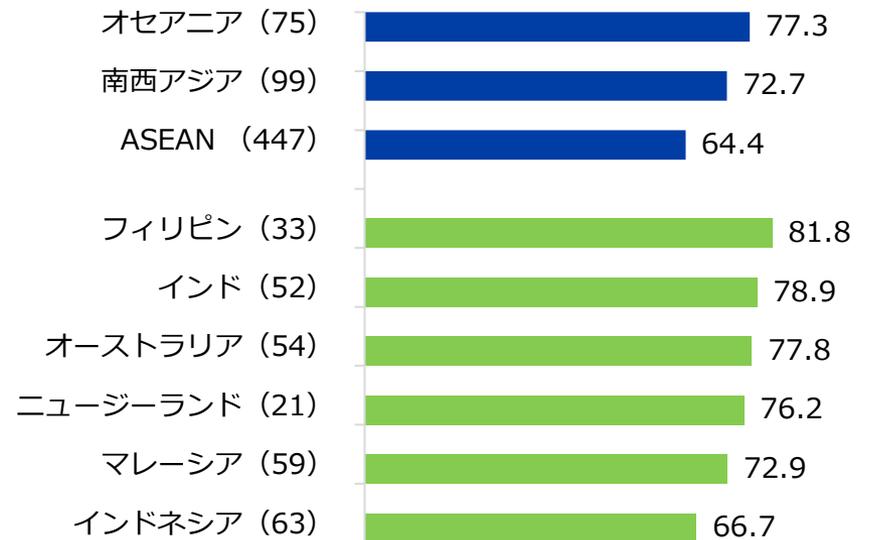
業種別 (各上位4業種)

(%)



地域・国別 (上位6カ国)

(%)



(注1) 本調査の対象として、中国、香港、マカオ、台湾は除く。

(注2) 人権DDをすでに実施しているの企業による回答。

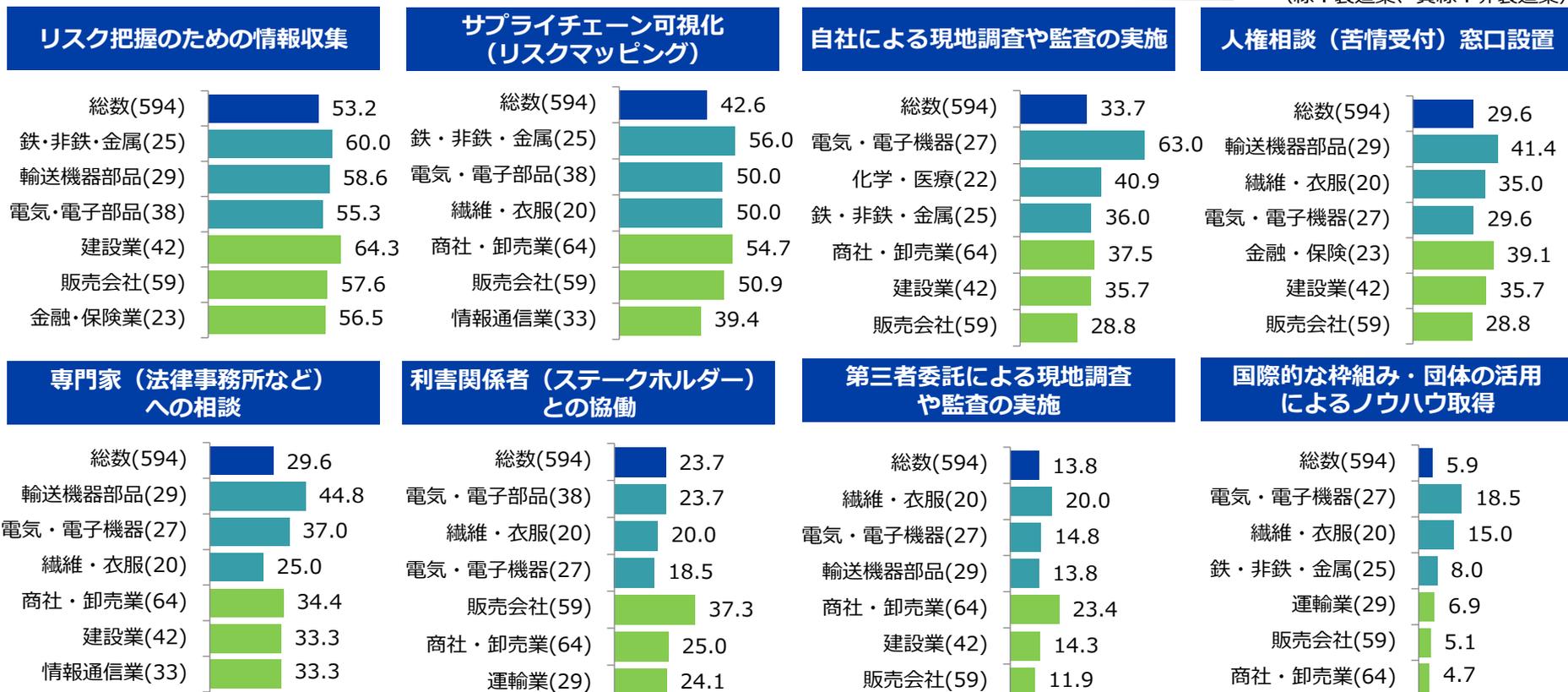
(注3) 有効回答数20社以上の国・業種。

6 人権リスクの特定・評価の取り組み： 過半数の企業が情報収集に取り組む

- 人権DDを実施している企業では、「リスク把握のための情報収集」(53.2%)、「サプライチェーン可視化」(42.6%)、「自社による現地調査・監査」(33.7%)などに取り組む企業が多い。他方、「第三者による監査」や「国際的な枠組み・団体の活用によるノウハウ取得」の取り組みは限定的。
- 業界内で人権遵守基準やガイドラインを設ける「電気・電子機器」「繊維・衣服」などでは、自社または第三者による現地調査・監査、国際団体活用によるノウハウ取得に取り組む割合が相対的に高い。

人権リスク特定・評価の取り組み（製造業・非製造業の各上位3業種）（複数回答）（%）

（緑：製造業、黄緑：非製造業）



(注1) 本調査の対象として、中国、香港、マカオ、台湾は除く。(注2) 人権DDをすでに実施している企業による回答。
(注3) 有効回答数20社以上の業種。各項目における製造業・非製造業の上位3業種を記載。「その他製造業」を除く。

7 | 人権リスクの懸念点と予防策の事例： サプライチェーン上の人権リスクが共通の懸念

- 人権リスクの懸念点としては、調達先などサプライチェーン上の人権リスクに関する回答が全地域で共通。その予防策としては、取引先との面談や実地監査などの対応を取るケースが多くみられた。
- このほか、自社および取引先での児童労働に対する懸念も目立った。ミャンマー（国軍関連企業との取引）、マレーシア（雇用法の改正に伴うセクシャルハラスメントの罰則強化）など、国特有の懸念点もみられた。

具体的な人権リスクとしての懸念点、またそれに対する予防策（自由記述）

	懸念点	予防策
ASEAN	農産原料の生産分野では、児童労働など人権に対する意識が低い（ベトナム、食料品）	社員、取引先の意識レベルを向上させるためSA8000認証を取得。
	セクシャルハラスメントに対する国の罰則強化（マレーシア、運輸業）	日本の方針に従いハラスメント対策、内部通報体制を構築。
	下請け会社、材料のサプライヤーなどが国軍関連企業であった場合のレピュテーションリスク（ミャンマー、建設業）	新規のサプライヤーについては、出資者、取引先などを可能な限り調査。
	材料サプライヤーにおける強制労働および若年労働（ベトナム、鉄・非鉄・金属）	コンフリクトミネラル（紛争鉱物）調査の実施、人権DDの実施。
南西アジア	地場企業などで児童労働、過酷な労働条件の強要、就労場所での各種ハラスメント発生（インド、鉄・非鉄・金属）	購買責任者との面談による実地監査、コンプライアンスサーティフィケートの要求、各種契約書への人権尊重条項の組み込み。
	就労希望者の年齢（バングラデシュ、繊維・衣服）	雇用時における身分証明書の確認徹底。
	セクシャルハラスメント、パワーハラスメントのリスク管理（インド、販売会社）	社内教育の定期的な実施、懲戒の内容とプロセスの明文化、社内通報窓口の設置。
オセアニア	人権侵害、児童労働などの懸念がある国・地域からの調達（オーストラリア、鉱業・エネルギー）	懸念のない国・地域への調達先移管。
	人権ガバナンスの低い国からの調達（オーストラリア、販売会社）	レスポンシブル・ビジネス・アライアンス（RBA）に加盟、サプライヤーに対しRBA調査票への回答を要求。

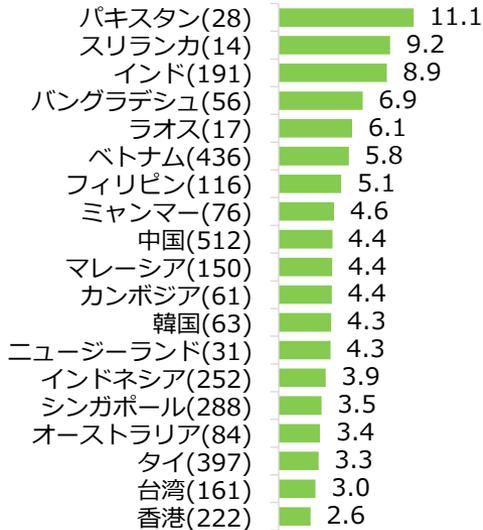
（注）本調査の対象として、中国、香港、マカオ、台湾は除く。

1 賃金：前年比昇給率

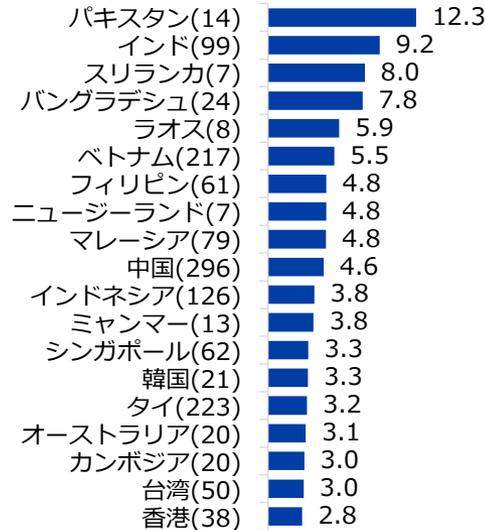
(単位：%)

2022年 ← 2021年

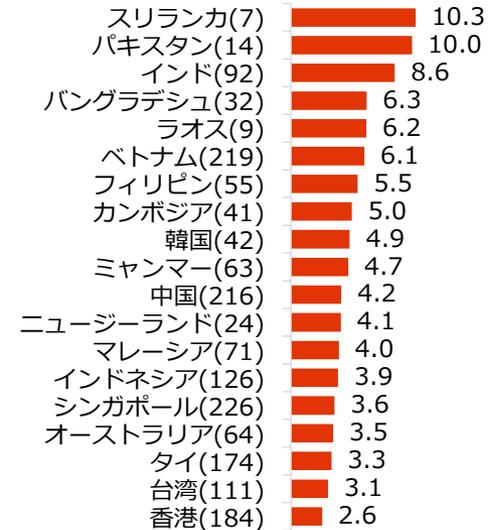
総数



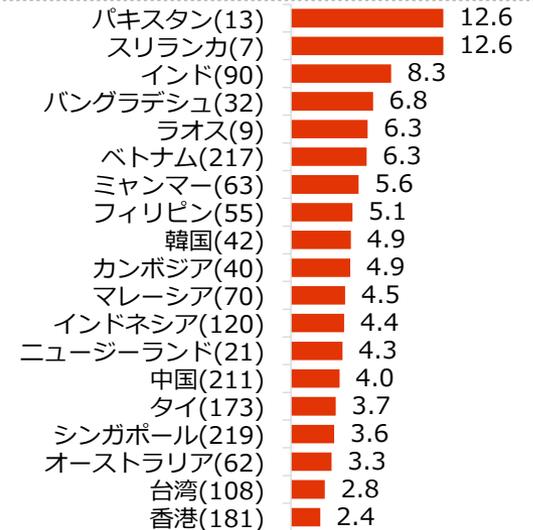
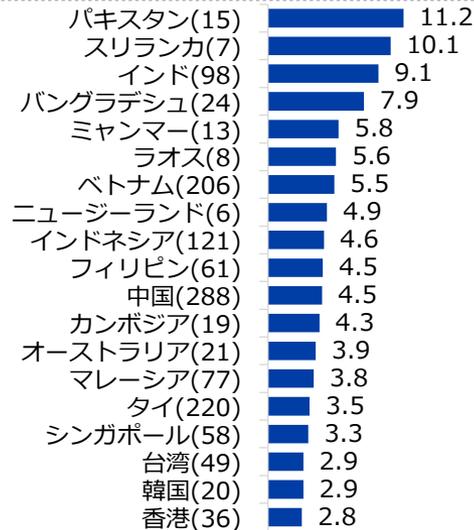
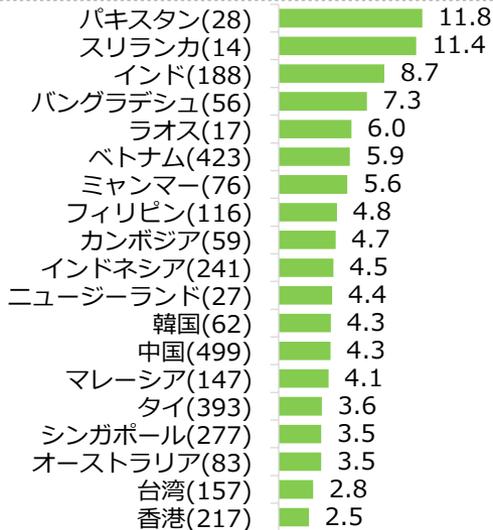
製造業



非製造業



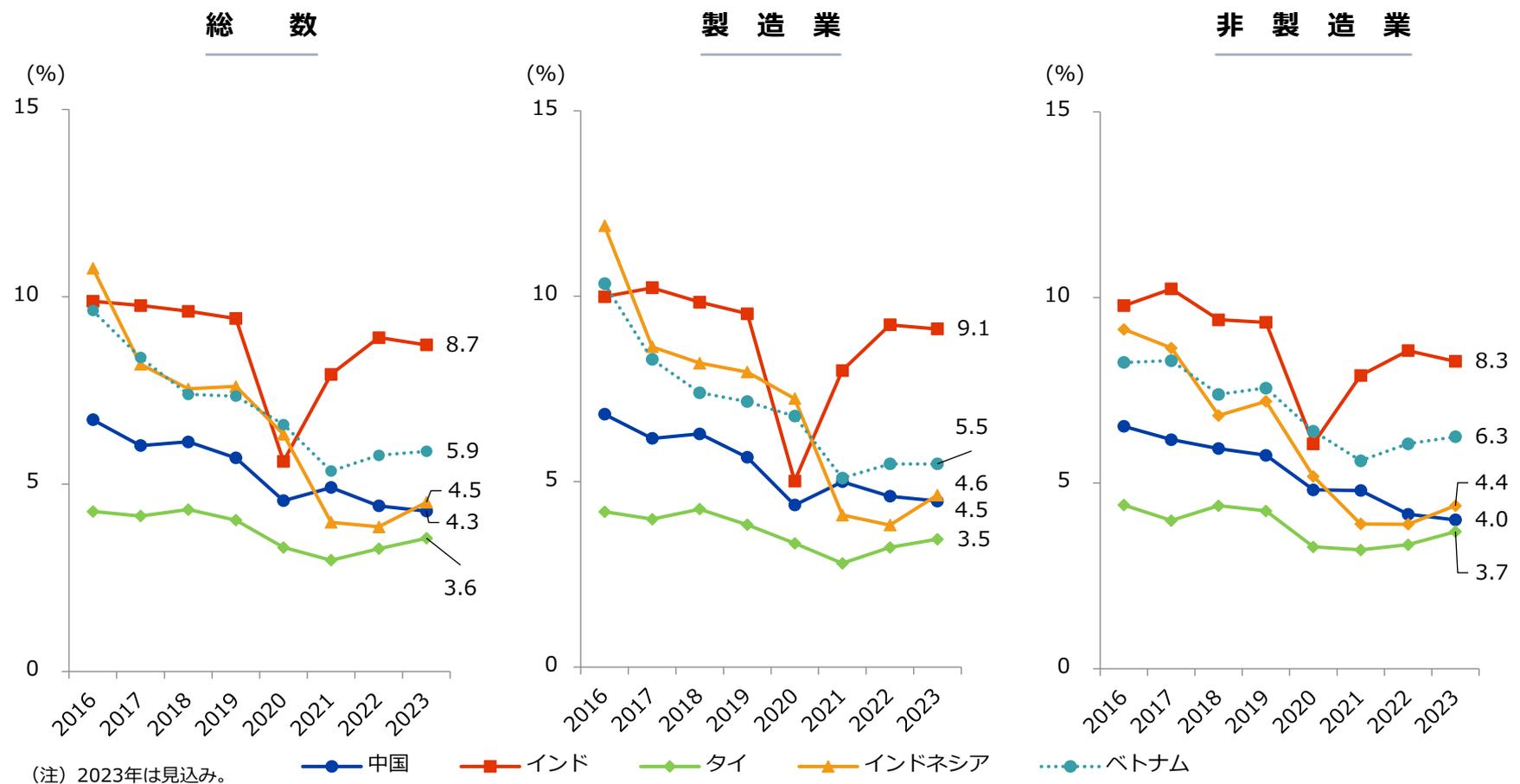
2023年 ← 2022年



(注1) 有効回答数5社以上の国・地域。 (注2) 昇給率は、職能給や業績給といった個人の能力に左右される給与を除いた、ベースとなる給与の昇給率(名目)。全職種平均。

賃金： 2 前年比昇給率（主要国推移）

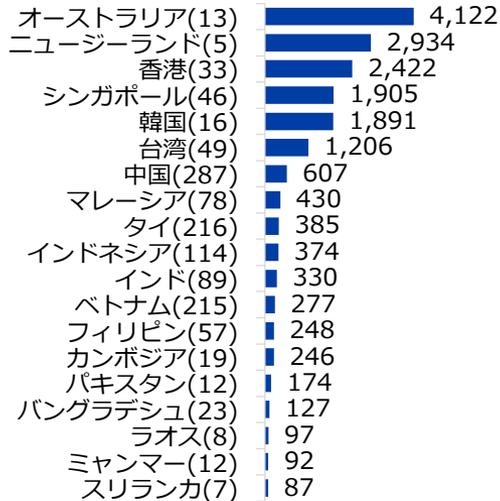
- 2022年の昇給率（総数、以下同）は、2021年度調査と比較し、インド、ベトナム、タイで上昇した。一方、中国は0.5ポイント低下、インドネシアは0.1ポイント低下した。中国の昇給率は2020年以降は4%台で推移している。
- 2023年の昇給率（見込み）は、中国、インド、タイ、ベトナムでは2022年からほぼ横ばいの見通しだった。一方、インドネシアでは0.6ポイント上昇の見通しとなった。



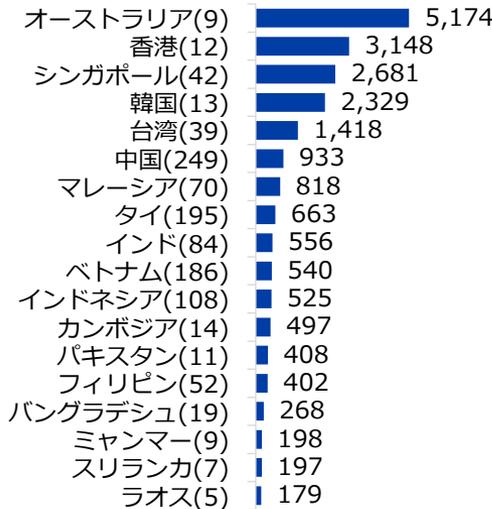
3 賃金：基本給・月額

(単位：米ドル)

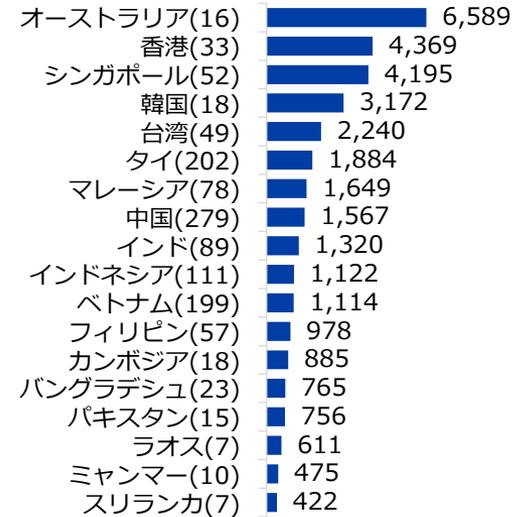
製造業・作業員



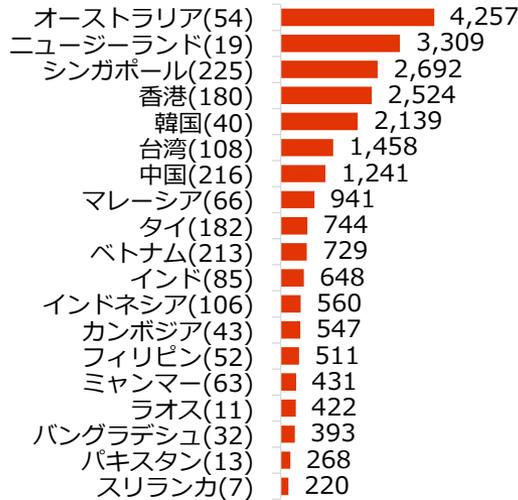
製造業・エンジニア



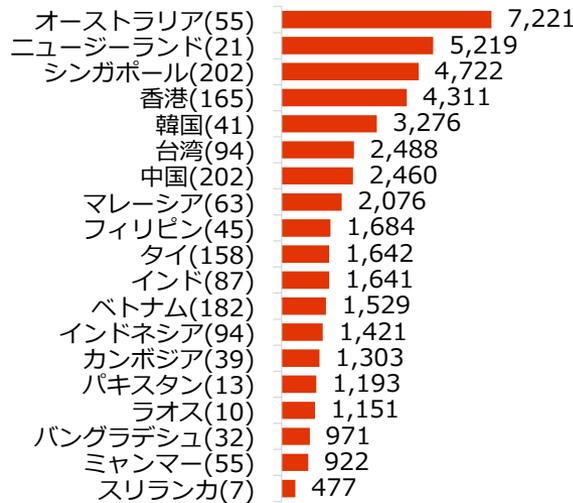
製造業・マネージャー



非製造業・スタッフ



非製造業・マネージャー



- 基本給：諸手当を除いた給与、2022年8月時点。
- 作業員：正規雇用の一般工職で実務経験3年程度の場合。ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く。
- エンジニア：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年程度の場合。
- マネージャー（製造業）：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年程度の場合。
- スタッフ：正規雇用の一般職で実務経験3年程度の場合。ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く。
- マネージャー（非製造業）：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年程度の場合。

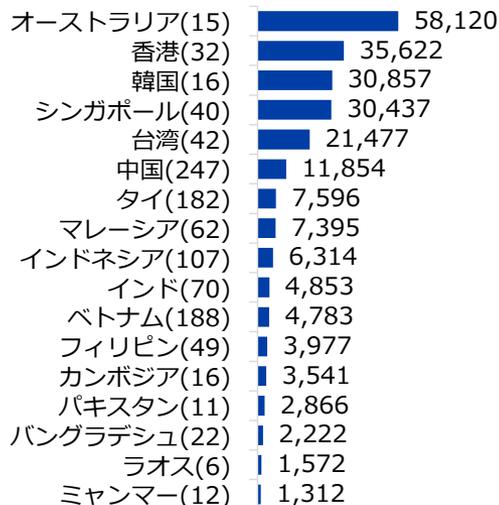
注：カンボジア以外の国・地域については、回答は自国・地域通貨建て（ただし、ミャンマーは自国通貨建て、米ドル建ての選択式）。各職種の自国・地域通貨建て賃金の平均値を、2022年9月の平均為替レート（各国・地域中央銀行発表、中国は外貨管理局発表）で米ドルに換算。ミャンマーは、回答企業によって通貨が異なる（自国通貨建てまたは米ドル建て）ため、自国通貨建ての企業の回答を米ドルに換算した上で平均をとった。

(注) 有効回答数5社以上の国・地域。

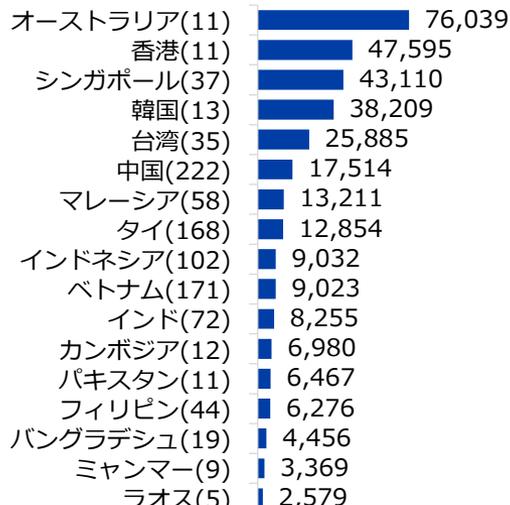
4 賃金：年間実負担額

(単位：米ドル)

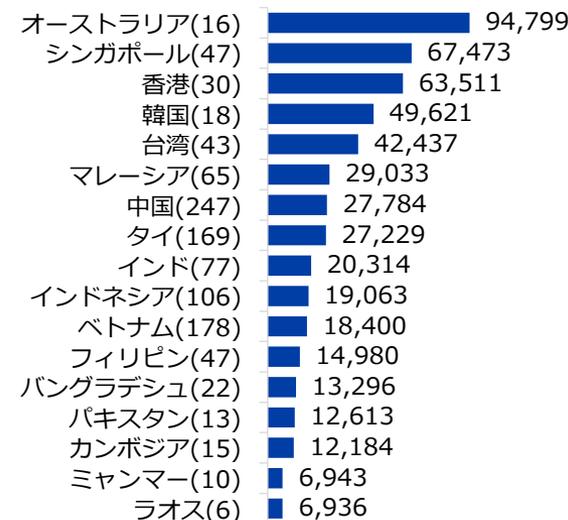
製造業・作業員



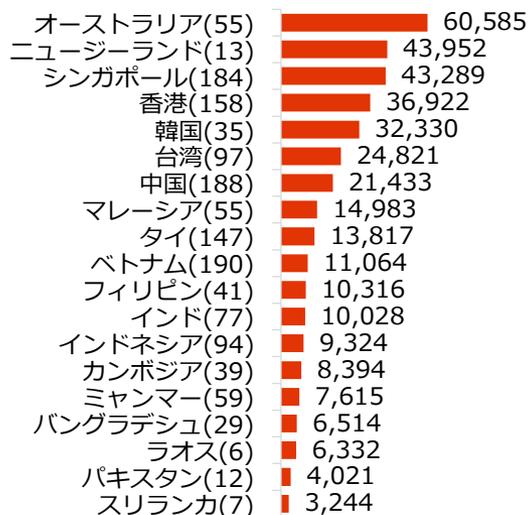
製造業・エンジニア



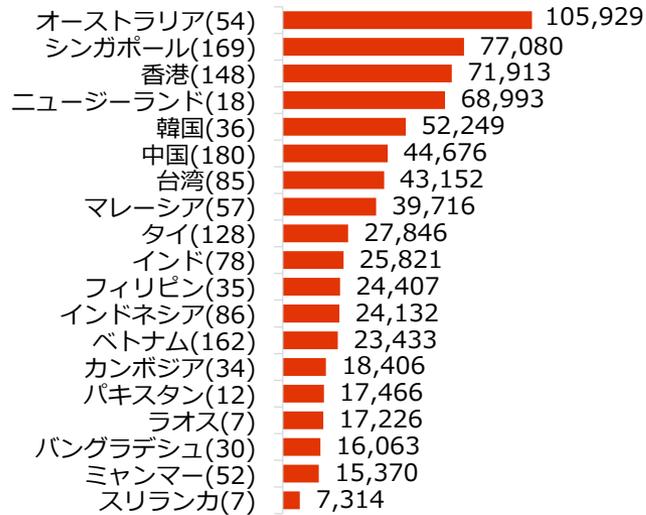
製造業・マネージャー



非製造業・スタッフ



非製造業・マネージャー



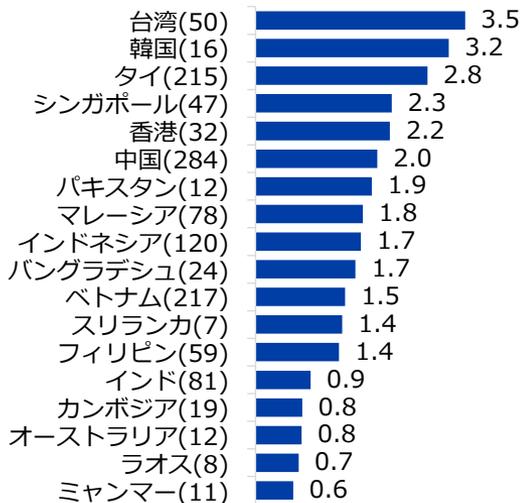
- 年間実負担額：一人あたり社員に対する負担総額(基本給、諸手当、社会保障、残業、賞与などの年間合計。退職金は除く) 2022年(度)時点。
 - 作業員、エンジニア、マネージャー(製造業)、スタッフ、マネージャー(非製造業)：前頁を参照。
- 注：回答時の通貨単位および米ドル換算に関しては、前頁を参照。

(注) 有効回答数5社以上の国・地域。

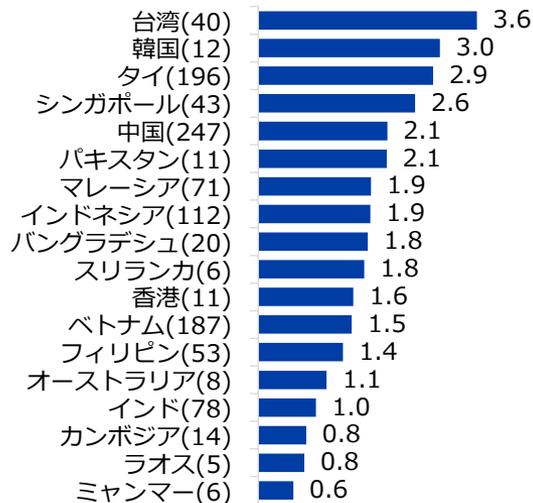
5 | 賃金：賞与

(単位：カ月分)

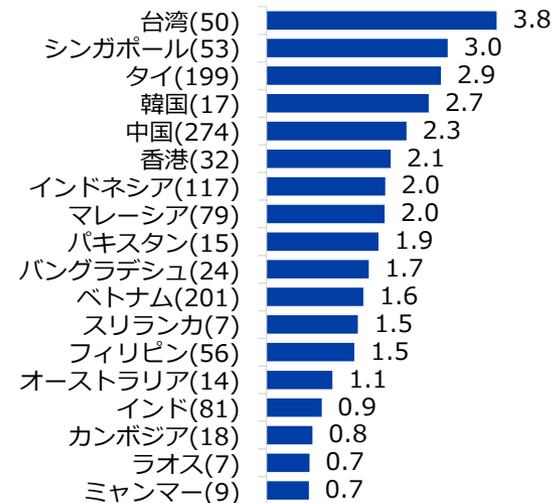
製造業・作業員



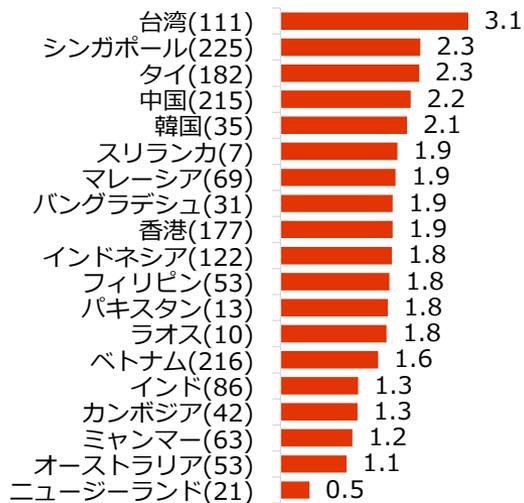
製造業・エンジニア



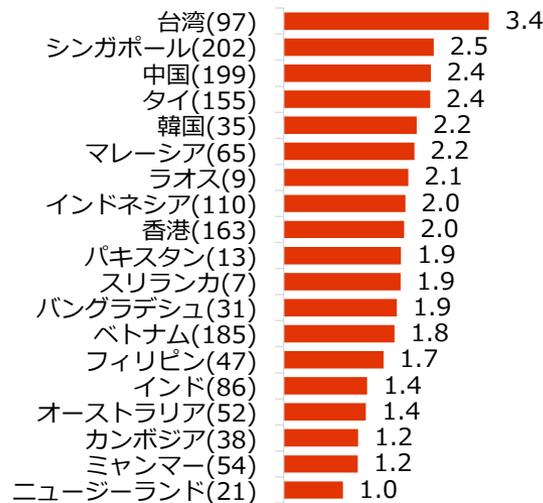
製造業・マネージャー



非製造業・スタッフ



非製造業・マネージャー



(注1) 有効回答数5社以上の国・地域。

(注2) 賞与：基本給(カ月分)を基にした賞与、2022年(度)の年間支給分。

レポートをご覧いただいた後、 アンケートにご協力ください。

(所要時間：約1分)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20220039>



レポートに関するお問い合わせ先

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

アジア大洋州課、中国北アジア課



03-3582-5179（アジア大洋州課）
03-3582-5181（中国北アジア課）



ORF@jetro.go.jp（アジア大洋州課）
ORG-survey@jetro.go.jp（中国北アジア課）



〒107-6006
東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

■ 免責条項

【注】単位未満を含むため、末尾が合わない場合があります。

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

禁無断転載